



# יריד "כולנו"

## סקירת היריד "כולנו" והפקת לקחים מהיריד

04 בפברואר 2010



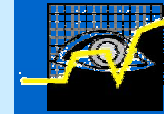
## ש.1: נושאי ההרצאה

1. הרקע ליריד, מתודולוגיה וחשיבות הסקר
2. פרופיל העסקים ובעלי העסקים שהשתתפו ביריד
3. ההכנות ליריד
4. השתתפות בעלי העסקים בירידים אחרים
5. תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים
6. לקחים ומסקנות מהיריד



## ש.2: הרקע ליריד

- היריד "כולנו" התקיים ב: 6-7/8/09 בהאנגר 11 בנמל תל אביב
- היריד נערך בשיתוף "המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי", ארגון "יסמין" ו"הרשות לפיתוח כלכלי של המגזר הערבי, הדרוזי והצ'רקסי"
- בעקבות בעיות בירוקרטיות, זמן ההתארגנות ליריד היה כ – 3 שבועות



## ש.3: אוכלוסיית הסקר ושיטת איסוף הנתונים

אוכלוסיית הסקר כוללת את 126 בעלי העסקים שהשתתפו ביריד ואת מארגני היריד

### שיטת איסוף הנתונים –

- הנתונים נאספו באמצעות 110 ראיונות טלפוניים עם בעלי העסקים או נציגיהם שהשתתפו ביריד ובאמצעות ראיונות פרונטאליים עם מארגני היריד
- המשיבים ענו לשאלון שהיה מובנה ברובו
- הראיונות נערכו במהלך החודשים אוקטובר-נובמבר



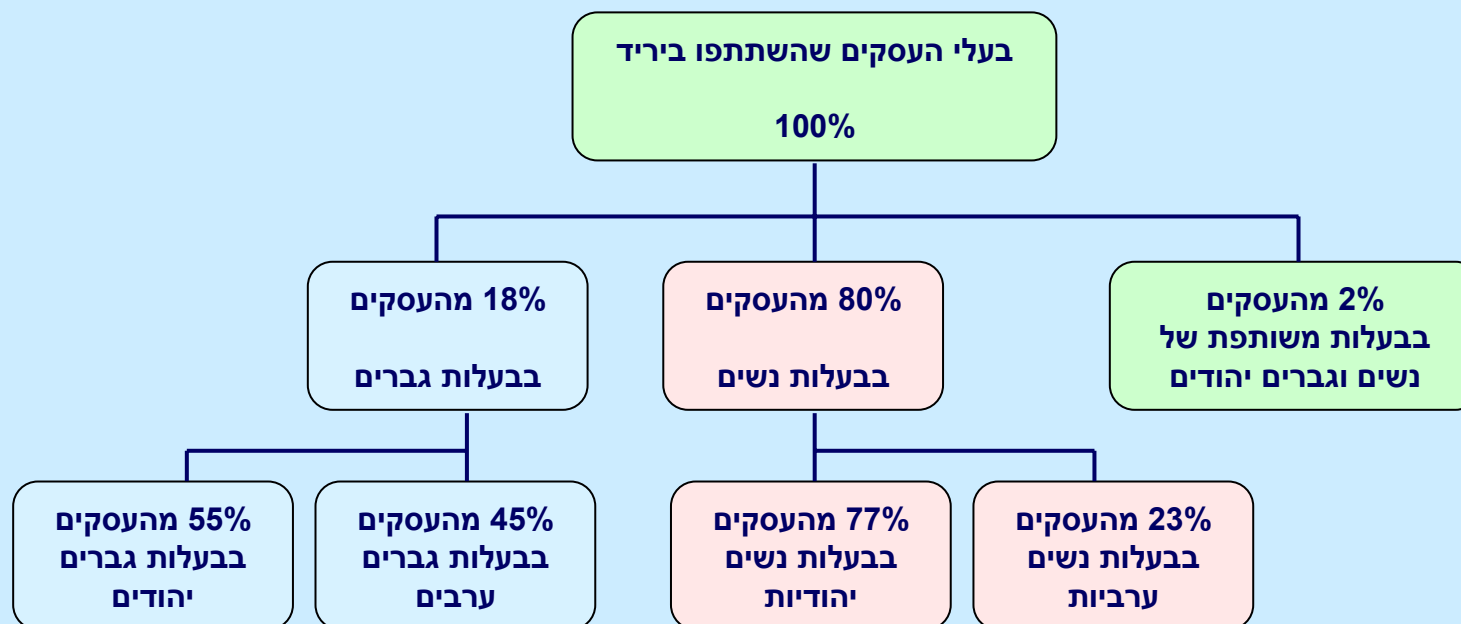
## ש.4: חשיבות הסקר

- ✓ הסקר נועד לשרטט תמונה מהימנה של היריד
- ✓ משום שירידים המשותפים ליהודים וערבים אינם דבר שבשגרה, קיימת חשיבות רבה בלמידת היריד הנוכחי על מנת להפיק לקחים לאירועים עתידיים
- ✓ שיפור היערכות המארגנים לקראת אירועים עתידיים
- ✓ סיוע לבעלי העסקים הנכללים באוכלוסיית היעד של היריד לבחון את כדאיות הצטרפותם לאירועים עתידיים מסוג זה



## ש.5: פרופיל העסקים ובעלי העסקים שהשתתפו ביריד

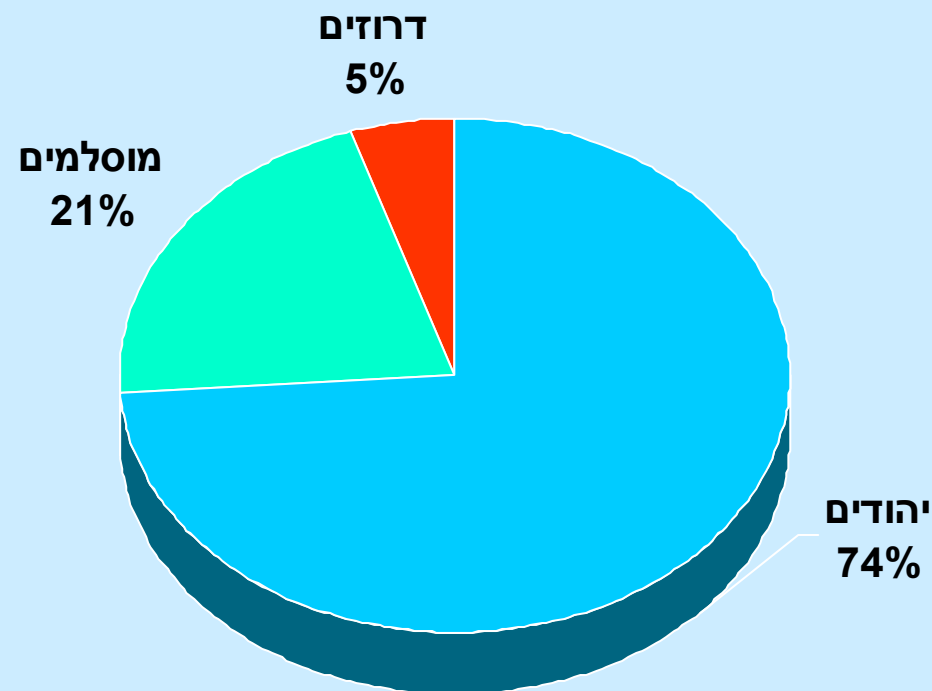
### שיעור הבעלות על העסקים המשתתפים ביריד לפי מגדר ולאום

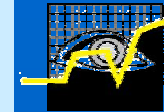




## ש.6: פרופיל העסקים ובעלי העסקים שהשתתפו ביריד

### התפלגות בעלי העסקים שהשתתפו ביריד לפי לאום





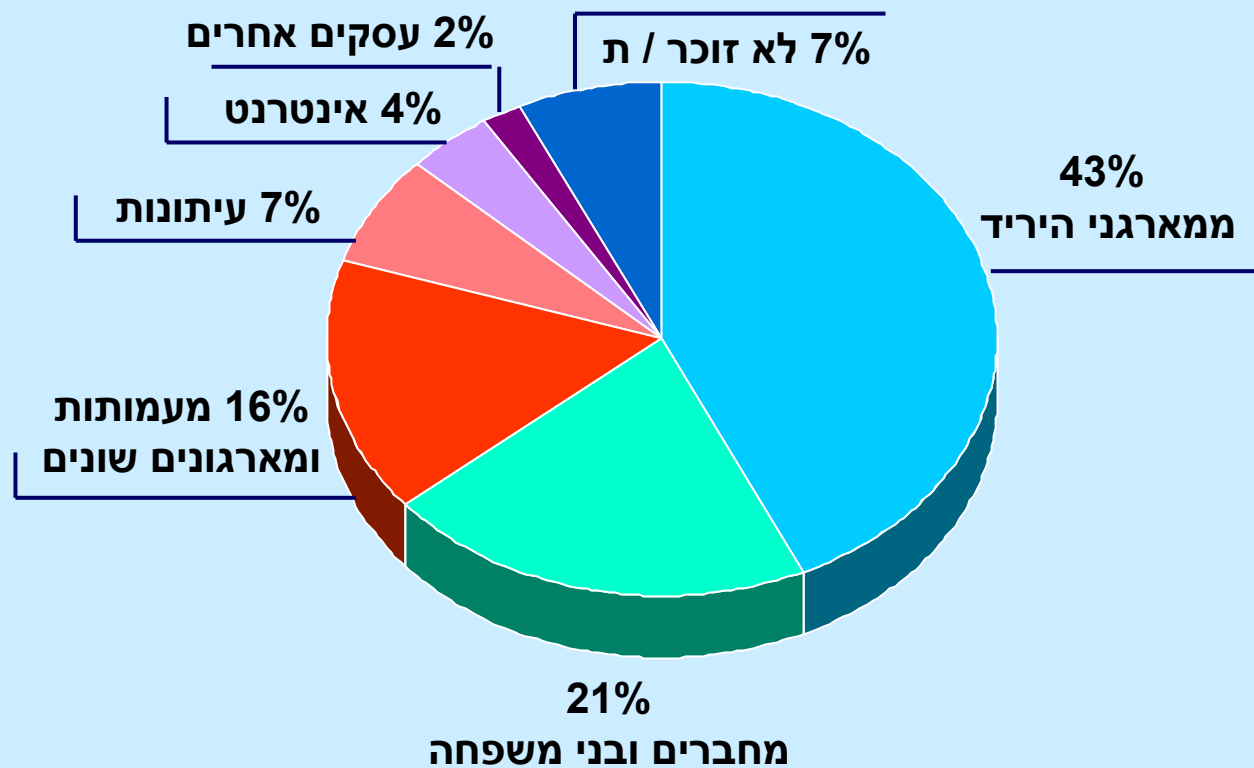
## ש.7: פרופיל העסקים ובעלי העסקים שהשתתפו ביריד

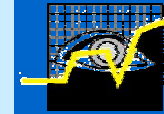
- **מרבית העסקים שהשתתפו ביריד (90%) הינם עסקים קטנים ו- 10% הינם עסקים גדולים**
- **43% מהעסקים הגיעו מאזור תל אביב והמרכז, 35% הגיעו מאזור הצפון, 10% הגיעו מאזור הדרום, 7% מאזור חיפה ו- 5% מאזור ירושלים**
- **תחומי הפעילות המרכזיים של העסקים שהשתתפו ביריד הינם:**
  - עיצוב אופנה ואקססוריס (26%), עיצוב מוצרים לבית (13%), מכירת מוצרים שלא מתוצרת עצמית (13%), העברת סדנאות, שיעורים והנחיית קבוצות (12%), תחום המזון (12%), אומנות (10%), מוצרי קוסמטיקה (7%) ותחומים אחרים (7%)



## ש.8: ההכנות ליריד

המקור ממנו נודע לבעלי העסקים על היריד, באחוזים מסה"כ





## ש.9: ההכנות ליריד

- ✓ 41% מבעלי העסקים שמעו לראשונה על היריד 1-3 שבועות לפני התאריך המיועד, 29% שמעו עליו 4-6 שבועות לפני המועד, 14% שמעו עליו 7-9 שבועות לפני התאריך, 3% שמעו עליו 10 שבועות ומעלה לפני המועד ו- 13% לא זוכרים מתי הם שמעו לראשונה על היריד
- ✓ ליותר ממחצית מבעלי העסקים (55%) נדרשו עד ששה ימי הכנות ליריד, עבור 33% נדרשו 7-14 ימי הכנות ועבור 12% נדרשו 15-60 ימי התארגנות
- ✓ מרבית בעלי העסקים (86%) ציינו כי הם כלל לא הבחינו בפרסום ליריד שנועד לקהל הרחב



## ש.10: ההכנות ליריד

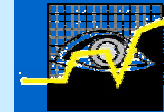
### סיבות בעלי העסקים להשתתפות ביריד, באחוזים מהסה"כ

| אחוז מסה"כ | סיבות להשתתפות ביריד                        |
|------------|---|
| 100        | סה"כ  |
| 12         | מתוך רצון לקדם את היחסים בין יהודים לערבים  |
| 42         | מתוך הרצון לקדם את העסק                     |
| 27         | עקב הצלחת היריד "אחת לאחת"                  |
| 12         | עקב הבטחות המארגנים ליריד מוצלח             |
| 7          | מתוך מחשבה כי השתתפות ביריד יהיה דבר מעניין |



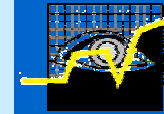
## ש.11: השתתפות בעלי העסקים בירידים אחרים

- 79% מבעלי העסקים השתתפו בעבר בירידים שם הם הציגו את העסק שלהם
- מתוך 89 בעלות העסקים שהשתתפו ביריד "כולנו", 49 (55%) לא השתתפו בשנה שעברה ביריד "אחת לאחת" ו- 40 (45%) השתתפו ביריד זה



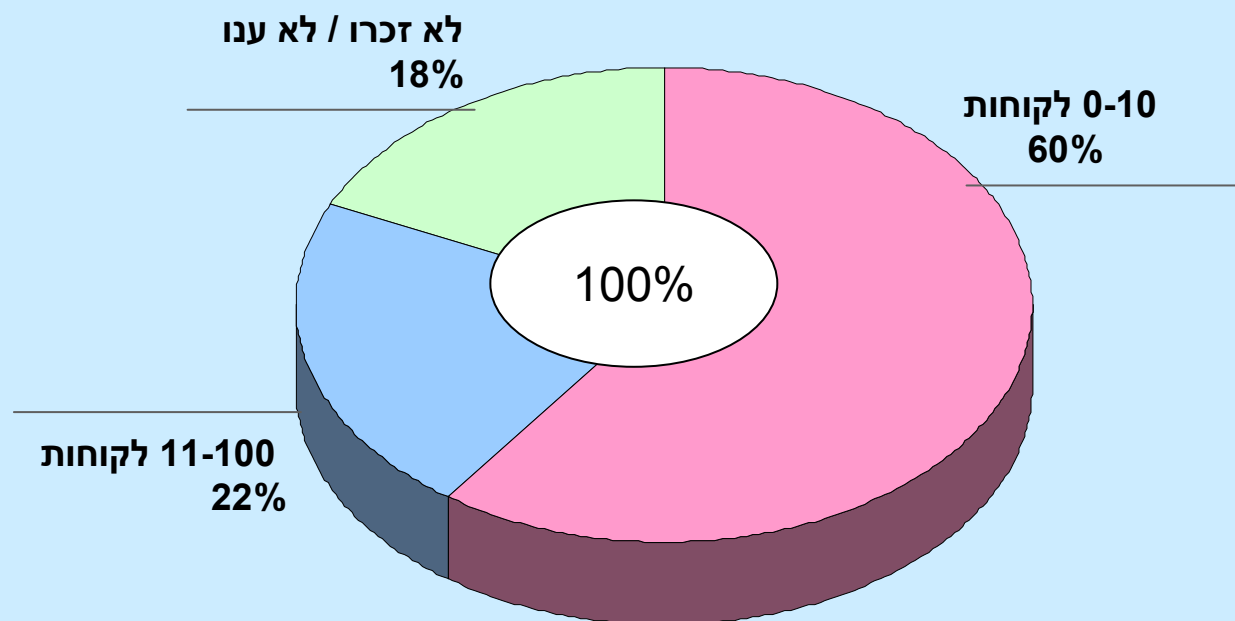
# ש.12: השוואה בין יריד "אחת לאחת" ליריד "כולנו", באחוזים מסה"כ

| המשתנה   | מרוצה יותר מ"אחת לאחת" | מרוצה יותר מ"כולנו" | מרוצה משני הירידים במידה שווה | לא מרוצה מאף אחד מהירידים במידה שווה | לא יודעת | סה"כ |
|--|------------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------------------------|----------|------|
| מיקום היריד - "אחת לאחת" התקיים בגני התערוכה ו"כולנו" התקיים בנמל תל-אביב  | 45                     | 27.5                | 17.5                          | 7.5                                  | 2.5      | 100  |
| ימי היריד - "אחת לאחת" נערך בשישי-שבת ו"כולנו" נערך בחמישי-שישי  | 50                     | 25                  | 17.5                          | 2.5                                  | 5        | 100  |
| המשתתפים ביריד - ב"אחת לאחת" השתתפו רק עסקים קטנים של נשים וב"כולנו" השתתפו גם עסקים קטנים של נשים וגם עסקים גדולים של גברים | 50                     | 15                  | 30                            | 2.5                                  | 2.5      | 100  |
| תאריך היריד - "אחת לאחת" נערך בחודש יולי ו"כולנו" נערך בחודש אוגוסט  | 40                     | 10                  | 40                            | 5                                    | 5        | 100  |



## ש.13: תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים

מספר הלקוחות שקנו מבעל העסק ביריד, באחוזים מסה"כ



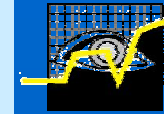


## ש.14: תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים

### מחזור המכירות של בעלי העסקים מהיריד, באחוזים מסה"כ

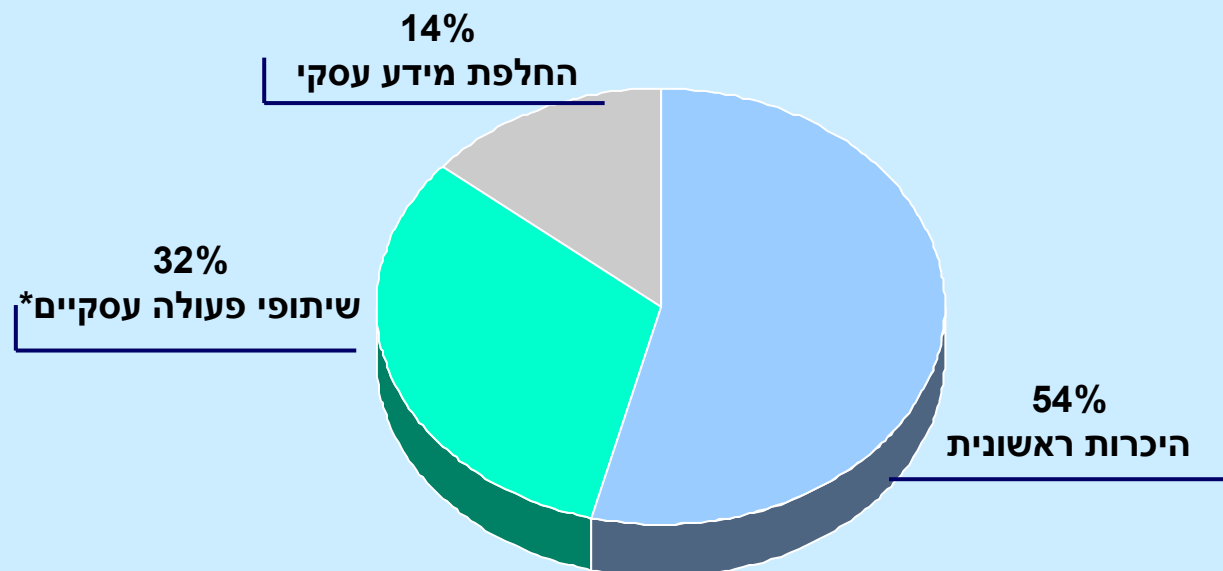
| מחזור המכירות מהיריד, בש"ח        | אחוז מסה"כ |
|-----------------------------------|------------|
| סה"כ                              | 100        |
| עד 500 ש"ח                        | 44         |
| 501-2000 ש"ח                      | 31         |
| 2001-4500 ש"ח                     | 8          |
| לא זוכר/לא מעוניין לענות על השאלה | 17         |

אומדן מחזור המכירות הכולל של כלל העסקים שהשתתפו ביריד הגיע ל- 135,000 ש"ח



## ש.15: תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים

סוגי הקשרים שנוצרו בין בעלי העסקים כתוצאה מהיריד, באחוזים מסה"כ



\* שיתופי פעולה עסקיים כגון: מכירת מוצרים אחד של השני, החלטה להיות ספקים אחד של השני, בניית אתר אינטרנט משותף וביצוע משותף של סדנאות



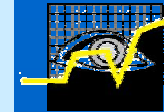
## ש.16: תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים

- **מרבית בעלי העסקים (93%) חושבים כי כמות הקהל שהגיע ליריד אינה מספקת**
- **70% מבעלי העסקים אמרו כי הקהל שהגיע ליריד אינו קהל הלקוחות לו הם ציפו**
- **קהל לו בעלי העסקים ציפו היה: בעיקר קהל שבא במטרה לקנות מוצרים, קהל המעוניין לקדם את היחסים בין יהודים לערבים, אנשי עסקים ובעלי מקצוע, קהל ערבי, קהל המתעניין באומנות ותיירים**
- **רוב בעלי העסקים (81%) חושבים כי כמות העסקים שהשתתפו ביריד הייתה מספקת**



## ש.17: תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים

- לדעת 75% מבעלי העסקים הערבים הייתה תרומה בחשיפה לשוק היהודי ביריד זה
- התרומה, לדעתם, מתבטאת בחשיפת מוצרים אותנטיים לקהל היהודי וכתוצאה מכך בהגדלת המכירות שלהם, בכך שהקהל היהודי הינו קהל שמשלם בזמן, בעל ערכים ויושר ומשום שיהודים מעדות המזרח אוהבים יותר את המוצרים שלהם וקונים יותר
- מרבית בעלי העסקים (83%) חושבים כי השתתפות ביריד המשלב עסקים יהודים וערבים הינה דבר חיובי. היתרונות המרכזיים בכך הינם: חשיפה לקהל חדש ולתרבות חדשה, יצירת קשרים עם בעלי עסקים אחרים וקירוב בין יהודים לערבים



## ש.18: תוצאות היריד ותרומתו לבעלי העסקים

מידת תרומת היריד לבעלי העסקים במספר תחומים, באחוזים מסה"כ

| סה"כ | במידה רבה מאוד | במידה רבה | במידה בינונית | במידה מועטה | בכלל לא | המשתנה  |
|------|----------------|-----------|---------------|-------------|---------|---|
| 100  | 1              | 4         | 14            | 33          | 48      | היריד הגביר את החשיפה לקהל קונים שונה                         |
| 100  | 0              | 0         | 5             | 4           | 91      | היריד הגדיל בצורה משמעותית את ממוצע המכירות היומי של בעל העסק |
| 100  | 0              | 2         | 8             | 18          | 72      | היריד הגביר את הקשרים העסקיים של בעל העסק עם אנשי עסקים אחרים |
| 100  | 3              | 19        | 25            | 22          | 31      | היריד חיזק את הקשרים בין יהודים לערבים                        |

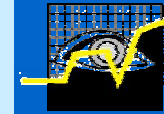


## ש.19: לקחים ומסקנות של בעלי העסקים מהיריד

❖ 64% חושבים כי הפרסום ליריד עבור בעלי העסקים לא היה נרחב מספיק. להלן דוגמאות שהועלו לדרכי פרסום נוספות: טלוויזיה, שלטי חוצות, רשתות חברתיות, פליירים בדואר וכד'

❖ 74% מבעלי העסקים חושבים כי הפרסום ליריד לא היה לאורך מספיק

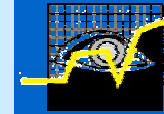
זמן



## ש.20: לקחים ומסקנות של בעלי העסקים מהיריד

דעות בעלי העסקים לגבי מיקום וימי היריד, באחוזים מסה"כ

| ימי היריד<br>חמישי-שישי | מיקום היריד<br>בנמל ת"א | משתנה<br>החלטה |
|-------------------------|-------------------------|----------------|
| 100                     | 100                     | סה"כ           |
| 69                      | 76                      | נכון           |
| 31                      | 24                      | לא נכון        |



## ש.21: לקחים ומסקנות של בעלי העסקים מהיריד

- ✓ 88% מבעלי העסקים חושבים כי כדאי להמשיך עם ירידים מסוג זה גם בעתיד
- ✓ בעלי העסקים האומרים שכדאי להמשיך עם היריד גם בשנים הבאות, חושבים  
זאת מהסיבות הבאות:
  - (א) מתוך רצון לקרב בין יהודים לערבים וליצור שתופי פעולה ביניהם.
  - (ב) מתוך רצון לקדם ולשווק עסקים קטנים
  - (ג) מתוך רצון לחשוף עסקי נשים לקהל רב יותר
  - (ד) מתוך רצון לחשוף עסקים ערביים לקהל חדש ושונה ממה שהם רגילים אליו
- ✓ 50% חושבים כי יש לקיים את היריד אחת לשנה ו- 50% חושבים כי יש לקיימו  
פעמיים בשנה



## ש.22: לקחים ומסקנות של בעלי העסקים מהיריד

קיימים מספר מרכיבים אותם חושבים בעלי העסקים שיש לשנות על מנת לשפר אירועים עתידיים מסוג היריד "כולנו":

- א) פרסום נרחב יותר ולאורך זמן נוסף
- ב) קיום היריד בתקופה, בשעות ובסוג מבנה שונה
- ג) שיפור תנאי המציגים ביריד
- ד) שינוי הרכב בעלי העסקים המציגים ביריד