

סקר שוק - תחפושות

יוני 2018

העבודה לשימוש פנימי בלבד. אין לפרסם ו/או להעתיק ו/או לשכפל ו/או לצלם ו/או להעביר, עבודה זו, או חלקים ממנה, לאף גורם, אלא ברשות ובהסכמה מפורשת בכתב של CofaceBdi. ט.ל.ח.

תוכן עניינים

מבוא	3
תמצית	4
פרק א - גודל ומבנה השוק	5
היקף הכנסות שוק התחפושות בישראל	5
ערך יבוא צעצועים לישראל	6
הצגת השחקנים בשוק	6
התפלגות הכנסות השוק בין סוגי התחפושות	7
התפלגות הכנסות השוק בין השחקנים	8
התפלגות מספר החנויות בשוק בין רשתות לחנויות פרטיות	9
התפלגות מספר החנויות בשוק לפי אזורים גיאוגרפיים	9
התפלגות ערך היבוא של צעצועים לפי מדינות	10
פרק ב - מאפיינים ומגמות	11
מאפייני התחרות	11
יבואני תחפושות ותהליך התקינה	11
התפתחות מדד המחירים לצרכן של צעצועים	12
רווחיות	13
מדד הסיכון בשוק	13
מוסר התשלומים	14
פרק ג - תחזית	15
פרק ד - תוספות מיוחדות - ביטול עסקאות	16
פרק ה - סקירת חברות מרכזיות בשוק	19

מבוא

סקר זה מתייחס לשוק התחפושות בישראל, הכולל בתוכו תחפושות ואביזרים נלווים לתחפושות המשווקים לקראת חג הפורים בחנויות צעצועים ומשחקים בלבד, ואינו כולל מכירה בחנויות הסטוק, רשתות מזון, ירידים וכו', אלא אם נאמר אחרת.

העבודה כוללת התייחסות לנושאים הבאים:

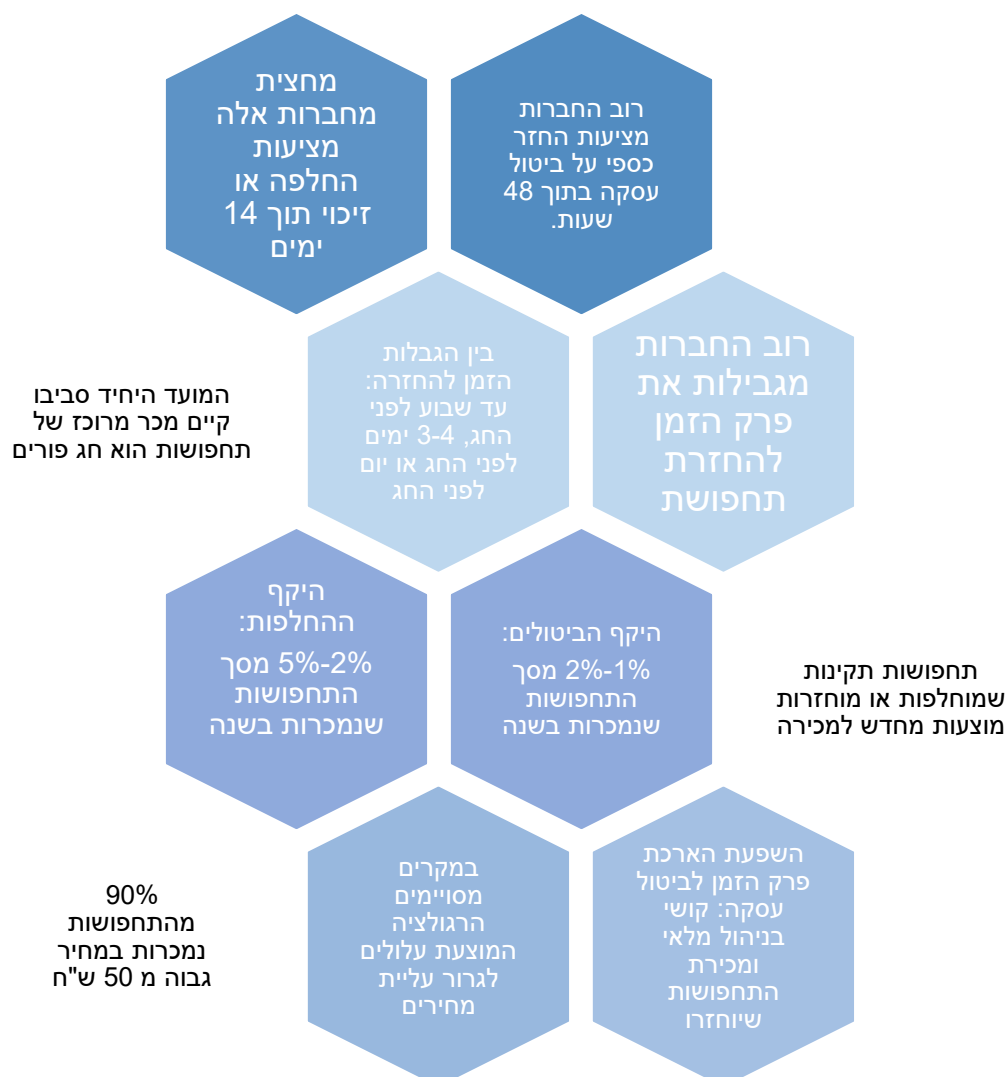
- הצגת גודל ומבנה השוק במונחים כספיים וכמותיים, על פי פרמטרים שונים.
- הצגה וניתוח של מאפיינים שונים בשוק ושל מגמות ותמורות המתרחשות בשוק בשנים האחרונות, תוך התייחסות למאפייני התחרות.
- תחזית עתידית לגבי המשך פעילות השוק.
- תוספות מיוחדות הנוגעות לביטולי עסקאות ומדיניות החזרת תחפושות.
- סקירת שחקנים בולטים בשוק, הכוללת נתוני זיהוי, בעלות, מנהלים, פעילות החברה ועוד.

העבודה מתבססת על הגורמים הבאים:

- ראיונות עומק עם מנהלים בכירים בקרב חברות בולטות בשוק.
- איסוף נתונים עסקיים של החברות המרכזיות הפועלות בתחום.
- שימוש במאגרי המידע המקוונים של חברת CofaceBdi.
- איסוף מידע ממקורות מידע חיצוניים, כגון הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה ועוד.

שוק התחפושות בישראל, הכולל תחפושות ואביזרים נלווים הנמכרים בחנויות הצעצועים, מציג בשנים האחרונות ירידה עקבית בהכנסותיו, בין היתר, בעקבות העלייה בשימוש הצרכנים בערוץ השיווק הצומח, המסחר האלקטרוני, לטובת רכישת תחפושות במחירים זולים יחסית מחו"ל.

שוק התחפושות, כחלק ממגזר המסחר הקמעונאי בישראל, כפוף לתקנות הרגולטור המפרטות בין היתר את תנאי ביטול העסקאות עם הלקוחות. עם זאת, מדיניות החזרת המוצרים היא לא תמיד זהה בין החברות השונות בשוק. להלן ממצאים מתוך בדיקתנו:



פרק א - גודל ומבנה השוק



סקר זה מתייחס לשוק התחפושות בישראל, הכולל בתוכו תחפושות ואביזרים נלווים לתחפושות המשווקים לקראת חג הפורים בחנויות צעצועים ומשחקים בלבד, ואינו כולל מכירה בחנויות הסטוק, רשתות מזון, ירידים וכו', אלא אם נאמר אחרת.

היקף הכנסות שוק התחפושות בישראל

מוערך כי הכנסות שוק התחפושות בישראל הסתכמו בשנת 2017 בכ- 96.3 מיליוני שקלים (במונחי מחיר לצרכן, לא כולל מע"מ), קיטון של כ- 7% ביחס לשנת 2016. מוערך כי בשנת 2017 פעלו כ- 600 חנויות המתמחות בצעצועים ומשחקים.

בין הסיבות לקיטון בהכנסות בשנים האחרונות נציין את מגמת הגידול במסחר האלקטרוני, הכוללת רכישת תחפושות, לרוב במחירים הזולים משמעותית ביחס לחנויות הצעצועים והמשחקים בישראל, אם כי, במקרים רבים, ברמת איכות נמוכה יחסית. עם הזמן יותר ויותר אנשים מאמצים את שיטת הרכישה הזו, ומזמינים תחפושות מחו"ל מספר חודשים לפני פורים. הפגיעה העיקרית בשחקני השוק היא בתחום התחפושות הממותגות.

כמו כן, פתיחת חנויות הסטוק (מקס סטוק, רשת הסטוק, מקס 10, סטוק סנטר ועוד) בשנים האחרונות, המוכרות, בין היתר תחפושות ואביזרים נלווים לתחפושות במחירים זולים תורמת לנגיסה בהכנסות שחקני השוק, כאשר הפגיעה העיקרית בשחקני השוק היא בתחום האביזרים הנלווים לתחפושות.

שני גורמים נוספים שתרמו לירידה בהכנסות השוק, אם כי השפעתם פחות משמעותית: עלייה במספר הנוסעים לחו"ל בשנים האחרונות, בעקבות מהפכת טיסות הלואו-קוסט, כאשר במהלך שהותם בחו"ל, רכשו חלק מהנוסעים תחפושות. כמו כן, ישנן חנויות אופנה שהחלו לשווק תחפושות ואביזרים נלווים.

בעקבות מגמת הגידול בהזמנת תחפושות מחו"ל באמצעות האינטרנט, ישנם יבואנים אשר צמצמו את פעילותם בתחום, כאשר עיקר הירידה היא ביבוא של תחפושות ממותגות. במקביל, ישנם יבואנים בשוק שבשנים האחרונות החלו לייבא תחפושות באיכות נמוכה יחסית, אך עדיין באיכות מספיקה בשביל לעבור את בדיקות מכון התקנים, ומשווקים אותן לחנויות הסטוק, המוכרות לצרכן הסופי במחירים מוזלים.

נציין כי הכנסות שוק התחפושות מהוות כ- 8%-9% מסך ההכנסות של שוק הצעצועים והמשחקים, אשר נאמד בכ- 1.1-1.2 מיליארדי שקלים בשנת 2017 (במונחי מחיר לצרכן, לא כולל מע"מ, בחנויות מתמחות בלבד).

בשנים האחרונות הכנסות שוק הצעצועים והמשחקים יציבות, כאשר השפעת המסחר האלקטרוני קיימת, אם כי במידה פחותה בהרבה, יחסית לשוק התחפושות. עיקר ההשפעה מורגש במותגים היוקרתיים, כגון: "לגו" ו"פליימוביל".

הערכת היקף הכנסות שוק התחפושות בישראל (לפי שנים):

שנה	היקף הכנסות השוק (במיליוני שקלים)	שיעור השינוי
2017	96.3	-7%
2016	103.1	-5%
2015	108.2	

ערך יבוא צעצועים לישראל¹

ערך יבוא הצעצועים לישראל נאמד בשנת 2017 ב- 177,269 אלפי דולרים, גידול של כ- 17% בהשוואה לשנת 2016.

ערך יבוא צעצועים לישראל (לפי שנים):

שנה	ערך היבוא (באלפי דולרים)	שיעור השינוי
2017	177,269	+17%
2016	151,530	+6%
2015	143,180	+5%
2014	136,870	

הצגת השחקנים בשוק

שוק התחפושות בישראל כולל מאות שחקנים, ביניהם: יבואנים, קמעונאים וסיטונאים, כאשר כ- 8 מהם מרכזים את מרבית הפעילות בשוק.

¹ עיבוד נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה. כולל: בובות, עגלות לבובות, משחקי שיבוץ, מכוניות המופעלות על ידי דוושות, קלפי משחק ועוד.

להלן הצגת השחקנים הבולטים בשוק (לפי סדר הא"ב):

שם החברה	ח.פ.	פעילות עיקרית
אברהם רודריגז ובנו משה בע"מ	51-351433-1	יבוא ושיווק סיטונאי של צעצועים
בית הצעצוע בע"מ	51-052033-1	יבוא ושיווק צעצועים
ברוריה תחפושות בע"מ	51-569485-9	שיווק תחפושות איכותיות
היפרטוי בע"מ	51-463830-3	הפעלה בזיכיון של רשת הצעצועים "טויס אר אס" ובעלת זיכיון לרשת "הפיראט האדום"
כפר השעשועים		רשת חנויות צעצועים ומשחקים
עידן מרכז דימונה (ח.צ.) בע"מ	51-468316-8	ניהול רשת חנויות הצעצועים עידן 2000
קליבר צעצועים בע"מ	51-282636-3	יבוא ושיווק צעצועים
שושי זוהר 2004 בע"מ	51-362167-2	עיצוב, יבוא ושיווק תחפושות

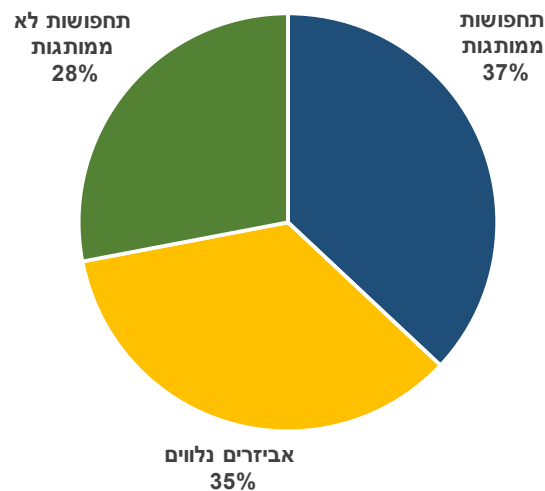
התפלגות הכנסות השוק בין סוגי התחפושות

ניתן לסווג את התחפושות לשלוש קבוצות עיקריות. להלן פירוט קבוצות התחפושות:

- תחפושות ממותגות - כולל תחפושות שלמות של דמויות ידועות, כגון: וונדר וומן, ספיידרמן, אלזה וכו'. טווח המחירים של התחפושות הממותגות נע לרוב בין 120 ל- 200 שקלים.
- תחפושות לא ממותגות - כולל תחפושות שלמות של דמויות כלליות, כגון: שוטר, חייל, ליצן וכו'. טווח המחירים של תחפושות לא ממותגות נע לרוב בין 70-150 שקלים.
- אביזרים נלווים - כולל אביזרים נלווים לתחפושות, כגון: כתר, שרביט, כובע, משקפיים, חגורה וכו'.

מוערך כי בשנת 2017 הכנסות השוק ממכירת תחפושות ממותגות הסתכמו בכ- 35.6 מיליוני שקלים, והיוו נתח כספי של כ- 37% מסך מכירות שוק התחפושות בישראל.

הערכת התפלגות הכנסות השוק בין סוגי התחפושות (בשנת 2017, במונחים כספיים)

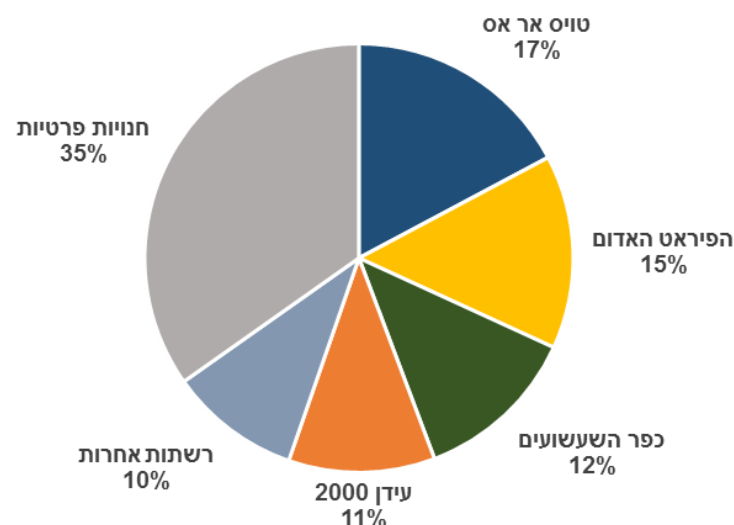


התפלגות הכנסות השוק בין השחקנים

מוערך כי ההכנסות המצרפיות ממכירת תחפושות של ארבע הרשתות הגדולות: "טויס אר אס", "הפיראט האדום", "כפר השעשועים" ו"עידן 2000" הסתכמו בשנת 2017 בכ- 53.3 מיליוני שקלים, והיוו כ- 55% מהכנסות השוק.

נציין כי הכנסותיהן של הרשתות "טויס אר אס" ו"הפיראט האדום" ממכירת תחפושות עמדו בשנת 2017 על כ- 30.5 מיליוני שקלים, כ- 32% מהכנסות השוק. רשת "טויס אר אס" מופעלת בזיכיון על ידי היפרטוי, ו"הפיראט האדום" שסניפיה פועלים בזכיינות, נמצאת גם כן בשליטת היפרטוי.

הערכת התפלגות הכנסות השוק בין השחקנים (בשנת 2017, במונחים כספיים)

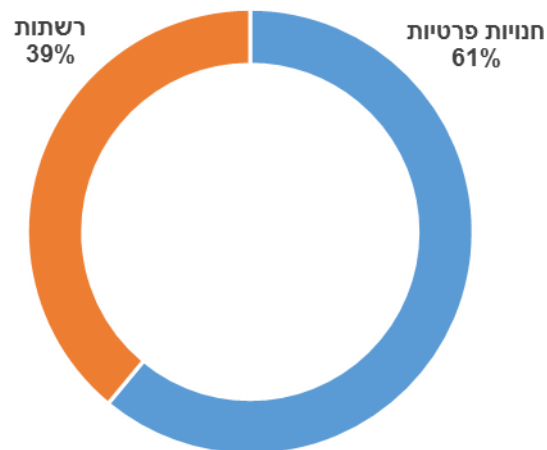


התפלגות מספר החנויות בשוק בין רשתות לחנויות פרטיות

כאמור, בשנת 2017 נאמד מספר חנויות הצעצועים והמשחקים בכ- 600 חנויות. מתוכם, מספר החנויות הפרטיות עמד על כ- 365, והיווה כ- 61% ממספר החנויות בשוק. מספר החנויות של ארבע הרשתות הגדולות בשוק התחפושות: "טויס אר טס", "הפיראט האדום", "כפר השעשועים" ו"עידן 2000" הסתכם בכ- 130 סניפים.

נציין כי רובן המוחלט של חנויות הצעצועים והמשחקים, פעילות בשוק התחפושות. אמנם ישנן חנויות שפחות שמות דגש על מכירת תחפושות שלמות, אולם גם הן מוכרות אביזרים נלווים לתחפושות.

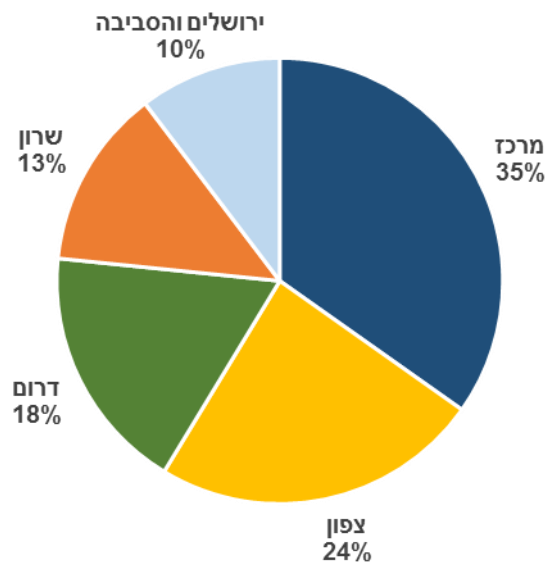
**הערכת התפלגות מספר החנויות בשוק בין רשתות לחנויות פרטיות
(בשנת 2017, במונחים כמותיים)**

**התפלגות מספר החנויות בשוק לפי אזורים גיאוגרפיים**

כאמור, בשנת 2017 נאמד מספר חנויות הצעצועים והמשחקים בכ- 600 חנויות. מוערך כי החנויות הממוקמות באזור המרכז היוו כ- 35% מסך הסניפים בשוק, ועמדו על כ- 210.

הערכת התפלגות מספר החנויות בשוק לפי אזורים גיאוגרפיים

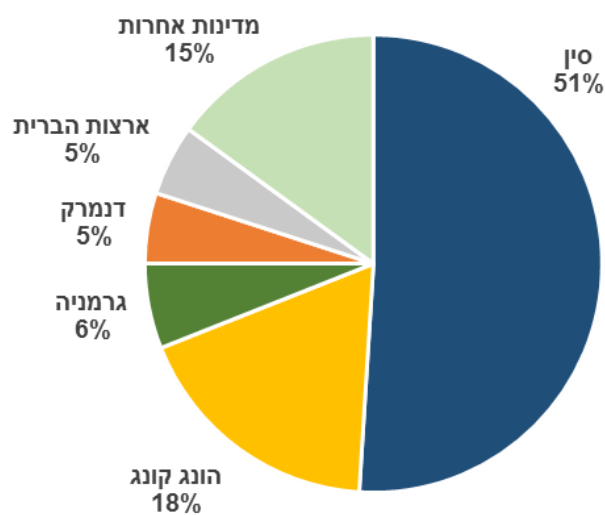
(בשנת 2017, במונחים כמותיים)



התפלגות ערך היבוא של צעצועים² לפי מדינות

כאמור, ערך היבוא של צעצועים לישראל בשנת 2017 נאמד ב- 177,269 אלפי דולרים. ערך היבוא מסין עמד בשנה זו על כ- 51% והסתכם ב- 89,867 אלפי דולרים.

**התפלגות ערך היבוא של צעצועים לפי מדינות
(בשנת 2017, במונחים כספיים)**



² עיבוד נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה. כולל: בובות, עגלות לבובות, משחקי שיבוץ, מכוניות המופעלות על ידי דוושות, קלפי משחק ועוד.

פרק ב - מאפיינים ומגמות

מאפייני התחרות

- **שוק התחפושות מאופיין בתחרותיות גבוהה יחסית**, הנובעת, בין היתר מריבוי נקודות המכירה ומהעלייה בכמות ההזמנות דרך ערוץ השיווק הצומח - מסחר אלקטרוני. בנוסף, נצפתה נגיסה בהכנסות השוק על ידי חנויות הסטוק והוזלת מחירים כתגובה להחרפה ברמת התחרות. עיקר התחרות נסובה סביב מחירי המוצרים, איכותם ורמת השירות.
- **גורמי המפתח להצלחה כוללים, בין היתר:** היצע מגוון של תחפושות הכולל תחפושות ממותגות של דמויות אופנתיות, תחפושות לא ממותגות פופולאריות כדוגמת חייל ושוטר ואביזרים נלווים לתחפושות. בנוסף, תמחור אטרקטיבי הפך להיות קריטי, לאור השינויים בשוק שיצר המסחר האלקטרוני. מיקומה הגיאוגרפי של החנות משמעותי גם כן ומהווה שיקול רכישה חשוב ללקוחות השוק.
- **נאמנות הלקוחות בשוק התחפושות נמוכה יחסית.** מרבית החנויות משווקות תחפושות דומות, כך ששיקול המחיר הופך להיות דומיננטי יותר ביחס לשיקולי הרכישה האחרים. נציין כי לחלק מהלקוחות נאמנות מסוימת למספר מצומצם של חנויות המחזיקות במלאי גדול של תחפושות ואביזרים ברמת איכות גבוהה.
- **חסמי הכניסה לשוק נמוכים יחסית**, וכוללים השקעות הוניות ברכישת מלאי, שכירת נדל"ן, העסקת עובדים, עמידה בדרישות בטיחותיות ועוד. נציין כי שחקנים רבים בשוק מעדיפים להפעיל חנות בזיכיון של מותג מוכר כגון: "הפיראט האדום" ו"עידן 2000", על פני הקמת חנות עצמאית, הדורשת ידע וניסיון על מנת לבדל את עצמה מהמתחרים האחרים.

יבואני תחפושות ותהליך התקינה

בשוק התחפושות קיימים עשרות יבואנים המשווקים תחפושות ואביזרים נלווים לחנויות. על מנת לייבא תחפושות ממותגות נדרש זיכיון, ולחלק גדול מהתחפושות הממותגות קיים זיכיון בלעדי לאחד היבואנים. כך למשל, לחברת קליבר צעצועים יש זיכיון בלעדי לתחפושות "מלחמת הכוכבים" ולחברת "שושי זוהר" זיכיון בלעדי לשיווק תחפושות "דיסני" מקוריות.

היבואנים הגדולים בשוק כוללים את: "שושי זוהר" המעצבת תחפושות, כאשר הייצור מתבצע בסין. חברת "קליבר צעצועים" היבואן השני הכי גדול בשוק, ולאחר מכן "אברהם רודריגז ובנו משה". יבואנים נוספים: "רד פנדה" ו"בית הצעצוע" אשר מפעיל חנות צעצועים בנוסף. כמו כן, ישנם עוד עשרות יבואנים קטנים, בעלי ערך יבוא של עד כ- 2 מיליוני שקלים.

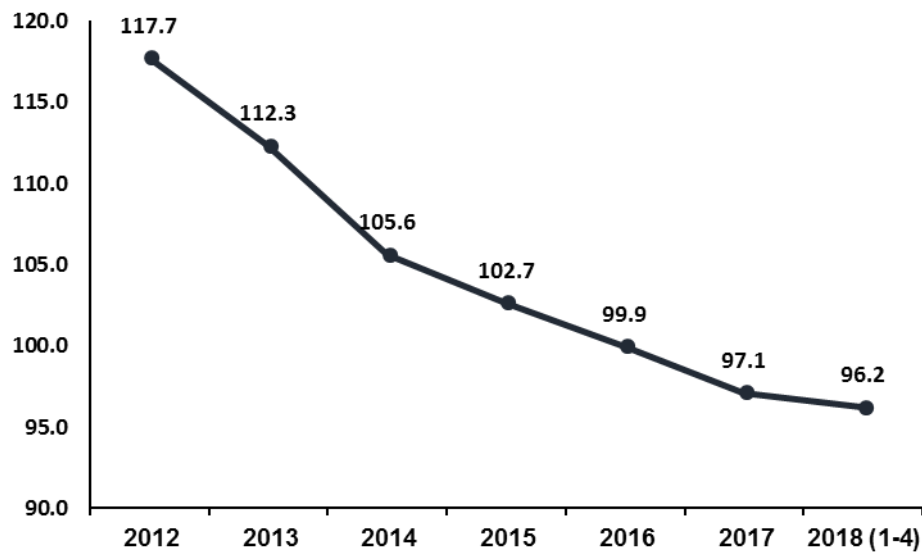
כאמור, הגידול בהיקף המסחר האלקטרוני בשנים האחרונות גרם לחלק מהיבואנים לצמצם את פעילותם בתחום, ואף לנטוש אותו. גורם נוסף אשר משפיע על פעילות היבואנים בשוק הינו תהליך התקינה הכולל בדיקה מדגמית של תחפושות ואביזרים. מכון התקנים מבצע את הבדיקות, ביניהן: בדיקות רעילות, דליקות, עמידות הבד, פתלטים, בדיקה שאין חומרים מסרטנים, שאין סכנת חנק ועוד.

הבדיקה המדגמית מתבצעת על פי מספר קריטריונים, כגון: צבע, סוג החומר וארץ הייצור. כך לדוגמא, נדרש לבצע שתי בדיקות לשתי תחפושות הזוהות בכל הפרמטרים, פרט לצבען. עלותה של בדיקה מדגמית הינה אלפי שקלים, ותורמת לפער המחירים בין התחפושות המשווקות בחנויות הצעצועים, לעומת התחפושות המוזמנות באמצעות האינטרנט. נציין כי תחפושות המיועדות לאנשים מעל גיל 14 אינן נדרשות לקבל אישור ממכון התקנים.

התפתחות מדד המחירים לצרכן של צעצועים

מנתוני התפתחות מדד המחירים לצרכן של צעצועים עולה כי, בארבעת החודשים הראשונים של שנת 2018 נרשמה ירידה של כ- 2% במחירי הצעצועים, בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד. נציין כי בשנים האחרונות חלה מגמת ירידה במחירי הצעצועים, על רקע היבוא המקביל והגידול במסחר האלקטרוני, ובין השנים 2012-2017 נרשמה ירידה של כ- 17% במחירי הצעצועים.

התפתחות מדד המחירים לצרכן של צעצועים (לפי תקופות, ממוצע 2016=100.0)



רווחיות

מוערך כי הרווח הגולמי המקובל בקרב שחקני השוק עומד על כ- 25%-30% מסך מחזור ההכנסות. כמו כן, מוערך כי הרווח התפעולי הממוצע בשוק התחפושות מהווה כ- 6%-8% מסך מחזור ההכנסות.

מתוך סוגי התחפושות, הרווחיות הגבוהה ביותר היא לרוב על אביזרים נלווים, לאחר מכן על תחפושות לא ממותגות, והרווחיות הנמוכה ביותר היא על תחפושות ממותגות.

נציין כי בכלל שוק הצעצועים והמשחקים, הרווחיות מעט גבוהה יותר, כאשר הרווח הגולמי נאמד בכ- 30%-35%, והרווח התפעולי בכ- 9%-11%.

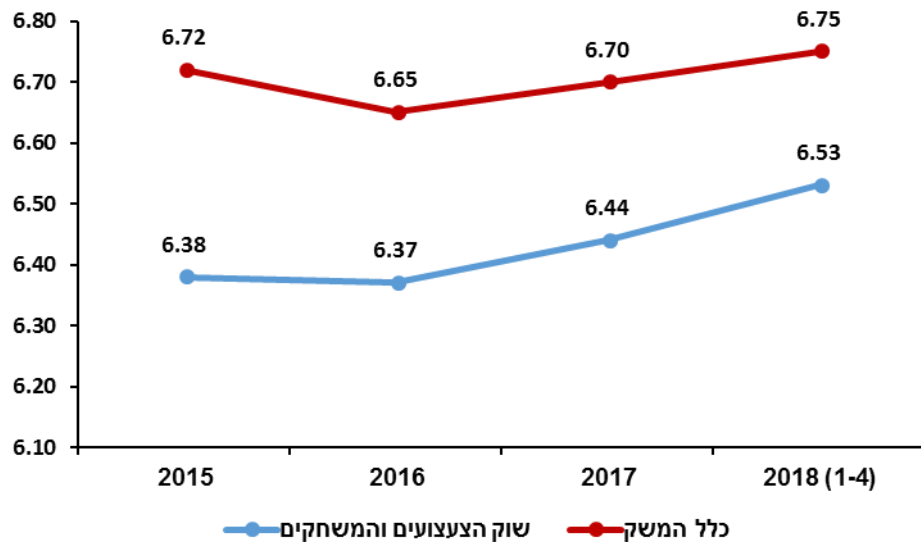
מדד הסיכון בשוק

בחינת מדד הסיכון העסקי של החברות המובילות בכלל שוק הצעצועים והמשחקים מראה כי בשנים האחרונות, רמת הסיכון של השוק הייתה נמוכה ממדד הסיכון העסקי בכלל המשק ונאמדה בסיכום ארבעת החודשים הראשונים של שנת 2018 ב- 6.53.

מדד הסיכון העסקי של החברות והעסקים משקלל בתוכו, בין היתר, את הפרמטרים הבאים: הכנסות, ותק, מספר מועסקים, חוות דעת עסקית של לקוחות,

חוות דעת עסקית של ספקים, מוסר תשלומים, מגמת רווחיות, מצב עסקי של חברות קשורות ועוד פרמטרים שונים.

מדד הסיכון העסקי של שוק הצעצועים והמשחקים אל מול כלל המשק (לפי תקופות)



מוסר התשלומים

מוסר התשלומים הממוצע בענף ייצור וסיטונאות משחקים, מכשירי כתיבה, צעצועים ודיסקים מעט טוב יותר מאשר בכלל המשק. מספר ימי הפיגור בין ימי האשראי אשר ניתנו בהסכמה על ידי ספקי הענף לחברות הפועלות בו לבין מספר ימי התשלום בפועל עומד על כ- 3 ימים, בעוד שבכלל המשק ימי הפיגור עומדים על כ- 4 ימים.

ממוצע ימי תשלום בהסכמה ובפועל:

קטגוריה	ימים בהסכמה	ימים בפועל	ימי פיגור
כלל המשק	91	95	4
ייצור וסיטונאות משחקים, מכשירי כתיבה, צעצועים, דיסקים	85	88	3

פרק ג - תחזית

שוק התחפושות צפוי להצטמצם בקצב קיטון שנתי ממוצע של כ- 6%-8% בשנתיים הקרובות. המגמות השולטות בשוק צפויות להמשיך ולהשפיע על היקף פעילותו. להלן מספר נקודות מרכזיות הצפויות להשפיע על הפעילות בשוק:

- **ירידת מחירים לצד שחיקה ברווחיות** - התחרות הגוברת, הגידול המתמשך במסחר האלקטרוני, ריבוי השחקנים, המוצרים המשווקים בעלי מאפיינים דומים והקושי של השחקנים לבדל עצמם מהמתחרים גוררים ירידה במחירים ובהיקפי המכירות, ומביאים לפגיעה ברווחיות של השחקנים בשוק.
- **שינוי תמהיל המוצרים** - בעקבות החרפת התחרות והקושי למכור תחפושות ברווחיות המקובלת בכלל שוק הצעצועים והמשחקים, ישנן חברות קמעונאיות ויבואנים ששמים את הדגש על מכירת אביזרים נלווים, ופחות על מכירת תחפושות. צפוי כי מגמה זו תימשך בשנים הקרובות.
- **גידול במכירת תחפושות למבוגרים** - בשנים האחרונות חלה מגמת גידול בביקוש לתחפושות בקרב מבוגרים (מעל גיל 30), בין היתר בשל אירועים המתקיימים ברוב מקומות העבודה. נציין כי לא נדרשת בדיקה במכון התקנים לתחפושות מבוגרים, דבר שמקל על מכירתן במחירים תחרותיים. כמו כן, בקרב המבוגרים הנטייה היא לרכוש תחפושות סמוך לפורים, ובכך בעצם האופציה של רכישת תחפושות באמצעות האינטרנט הופכת ללא רלוונטית. צפוי כי מגמה זו תימשך בשנים הקרובות.

פרק ד - תוספות מיוחדות - ביטול עסקאות

על פי שיחות עם שחקנים בשוק התחפושות נראה כי קיימת שונות גבוהה יחסית ביניהם לגבי מדיניות החזרת תחפושות. בשיחה עם איגוד לשכות המסחר עולה כי, עד שנת 2017 התקנות בנושא היו דומות לאלו של תחום הביגוד, כלומר שניתן להחזיר את המוצר עד 48 שעות עסקיות ולקבל החזר כספי. מעבר לפרק הזמן הזה החנות איננה מחויבת לתת ללקוח החזר כספי/זיכוי/אפשרות להחליף במוצר אחר. לאחר שבשנת 2017 נקבע שתחפושות אינן ביגוד, לכל חנות יש אפשרות לקבוע תקנון משלה בנושא, שחייב להיות מוצג במקום שנוח לראות, כך שהלקוח לא יפספס זאת. להלן מספר נקודות מרכזיות לגבי תשובות השחקנים בנושא ביטול עסקאות והחזרת מוצרים:

- **פרקטיקה נהוגה כיום** - רוב החנויות נותנות ללקוח אפשרות לקבלת החזר כספי תוך פרק זמן של 48 שעות עסקיות, כאשר מעבר לפרק הזמן הזה, במידה ועדיין ניתן להחזיר את התחפושות, ניתן להחליף במוצר אחר, ולעתים גם לקבל זיכוי.
- **טווח זמן לביטול עסקה** - כאמור, קיימת שונות בין החנויות. בכמחצית מהחנויות, התקנון דומה לזה של מוצרי ביגוד, כלומר שניתן לקבל החזר כספי בטווח של 48 שעות עסקיות ממועד הקנייה, ולאחר מכן אין ללקוח אפשרות לקבל החזר כספי/זיכוי/אפשרות להחליף במוצר אחר. רובם גם טוענים כי זהו התקנון, משום שמדובר במוצרי ביגוד.

בקרב חנויות המופעלות על ידי קרוב למחצית מהשחקנים בשוק התחפושות, ניתנת ללקוח הזדמנות להחזיר את התחפושות תוך 14 ימים, ולהחליף במוצר אחר, כאשר רובם נותנים ללקוח את האופציה לקבל זיכוי, במקום להחליף בתחפושות אחרת במועד ההחזרה. בחלק גדול מהחנויות המופעלות על ידי שחקנים אלו ניתנת אפשרות להחזיר את המוצר ולקבל החזר כספי, בתנאי שההחזרה מתבצעת תוך 48 שעות.

כמו כן, ישנן חנויות שניתן להחזיר את המוצר תוך פרק זמן הארוך מ- 14 יום, ולקבל זיכוי, אולם מועד ההחזרה הסופי הינו שבוע לפני פורים.

נציין כי על פי שיחה עם מנכ"ל של אחת הרשתות המובילות בשוק, התקנון נבנה ביחד עם "אמון הציבור".

הגבלת זמן הביטול - רובם של השחקנים בשוק מגבילים את אפשרות החזרת התחפושות לפרק זמן מסוים לפני תחילת החג. שחקנים רבים מגבילים את אפשרות ההחזרה עד שבוע לפני תחילת החג, אחרים עד 3-4 ימים לפני החג, וישנם שחקנים שעד יום לפני החג נותנים את האפשרות להחליף.

כאמור, בקרב כמחצית מהשחקנים אין אפשרות להחליף תחפושת תוך למעלה מ-48 שעות. ברוב החנויות שמפעילים ניתנת האפשרות להחליף תחפושות עד היום האחרון לפני החג, כמובן בתנאי שייעשה תוך 48 שעות ממועד הקנייה, אולם לא תינתן ללקוח האפשרות לקבלת החזר כספי. כמו כן, ישנם שחקנים שבשבוע האחרון של החג נותנים את האפשרות להחליף רק באותו היום שבו התחפושת נרכשה.

נציין כי שחקנים רבים טוענים שמדובר במוצר עונתי, ולכן באפשרותם להגביל את מועד ההחזרה לפרק זמן כלשהו לפני תחילת החג. בנוסף, ישנם שחקנים שאומרים שמחירי המוצרים יורדים ככל שמתקרבים לחג, כך שברגע שהלקוח מקבל החזר כספי/זיכוי/אפשרות להחלפה, ביכולתו לרכוש מוצר בעל ערך גבוה יותר ממה שרכש.

לצד שחקנים אלו, ישנם מעט שחקנים שבחנויותיהם ניתנת אפשרות להחליף את התחפושות גם לאחר החג. להערכתנו הם לא לגמרי מודעים לזכויותיהם בנושא, או שפחדים לאבד לקוחות.

על מנת להחזיר תחפושת, על הלקוח להחזירה במצב שקיבל אותה. ישנן חנויות שלא מאפשרות החזרת תחפושות אם האריזה נפתחה, אולם, משום שבדרך כלל לקראת החג, יש עמוס בחנויות ואין חדרי הלבשה מסודרים, הלקוחות מקבלים הנחיות כיצד למדוד, כיצד לפתוח את האריזה, באילו אביזרים ניתנים לגעת וכו', על מנת שתהיה להם את האפשרות להחזיר את התחפושת.

- **היקף הביטולים וההחלפות** - השחקנים ציינו שהיקף הביטולים היה זניח ועמד על כ- 1%-2% מסך התחפושות שנמכרו בשנתיים האחרונות. היקף ההחלפות מעט גבוה יותר, ונאמד בכ- 2%-5% מסך התחפושות שנמכרו. השחקנים ציינו שלא היה הבדל משמעותי בהיקף הביטולים וההחלפות בין שנת 2016 ל- 2017.

לגבי תחפושות שהוחלפו, כלל השחקנים ציינו שכל עוד לא התגלה איזשהו פגם בתחפושות, היא מוצעת למכירה.

- **השפעת הרגולציה המוצעת** - המנהלים נשאלו מה תהיה ההשפעה של מספר חלופות: ביטול עסקה תוך יומיים, 7 ימים ו- 14 ימים. כפי שצוין קודם, כמחצית מהשחקנים מאפשרים ביטול עסקה בטווח של עד 48 שעות עסקיות, כך שמבחינתם החלופות של 7 ימים ו- 14 ימים יגרמו לקשיים, יקשו על ניהול המלאי שלהם, ויוריד להם את הסיכוי למכור חלק מהתחפושות. כתוצאה מכך, יצטרכו להחליט אם לספוג את הפגיעה או להעלות את מחירי התחפושות.

לגבי המנהלים האחרים, רובם ציינו שביטולי עסקאות בטווח זמן של עד יומיים או עד 7 ימים יסייעו להם להיערך כראוי לחג, משום שטווח הזמן לביטול עסקאות או להחלפת תחפושות הוא נמוך ממה שהם מאפשרים ללקוחותיהם כיום.

כמו כן, המנהלים בשוק נשאלו מה תהיה ההשפעה של הגבלת ביטול עסקה עד שבוע לפני פורים, או עד 3 ימים טרם המועד. גם במקרה זה, רוב השחקנים גם כן מגבילים את ביטולי העסקאות לטווח של מספר ימים עד שבוע לפני החג, כך שהצעות אלה אינן צפויות להשפיע על פעילותם. בקרב השחקנים האחרים, כמובן שהאפשרויות הנ"ל יסייעו להם. לדבריהם, הגבלות אלו יגרמו לחלק מהאנשים להיערך מבעוד מועד, ולא לרכוש תחפושות ביום יומיים לפני החג. בשורה התחתונה, השחקנים ציינו שככל שהזמן לביטול עסקה יהיה רחוק ככל האפשר מהחג, כך מצבם של החנויות יוטב.

- **נקודות נוספות** - נציין כי אין מועדים נוספים מלבד חג הפורים סביבם קיים מכר מרוכז של תחפושות. נוסיף כי כ- 90% מהתחפושות (לא כולל אביזרים נלווים) נמכרות במחיר הגבוה מ- 50 שקלים.

פרק ה - סקירת חברות מרכזיות בשוק

בפרק זה נסקור את השחקנים המרכזיים הפועלים בשוק התחפושות. החברות שישקרו יוצגו על-פי סדר הא"ב.

החברות הנסקרות בפרק זה (לפי סדר א"ב):

- היפרטוי בע"מ
- כפר השעשועים
- עידן מרכז דימונה (ח.צ.) בע"מ
- קליבר צעצועים בע"מ
- שושי זוהר 2004 בע"מ

היפרטוי בע"מ

נתוני זיהוי

מספר חברה: 51-463830-3

2011

כתובת: טוליפמן 7, ראשון לציון 7536412

טלפון: 03-9480666

פקס: 03-9480650

אתר אינטרנט: www.pirat.co.il , www.toysrus.co.il

שנת יסוד: יולי

מועסקים: כ- 460

כללי

חברה פרטית המפעילה את רשת חנויות הצעצועים "טויס אר אס" בישראל. הרשת מונה 28 סניפים, כאשר כולם מופעלים על ידי החברה. הרשת משווקת בלעדית את מותגי צעצועים המיוצרים על ידי טויס אר אס העולמית, ביניהם: Bruin, Just Like Home, Fast Lane, Totally Me ועוד.

כמו כן, החברה הינה בעלת הזיכיון לרשת הצעצועים הפיראט האדום ומפעילה בעצמה שני סניפים. יתר 23 הסניפים מופעלים בזכיינות. מנכ"ל הרשת הינו הלל גדסי.

נציין כי בחודש מרץ 2018 הודיעה רשת טויס אר אס העולמית כי עתידה לסגור את כל 740 הסניפים שמפעילה בארצות הברית, זאת לאחר ששקעה בחובות כבדים והגישה בקשה לפשיטת רגל. טויס אר אס ישראל פועלת במודל של זכיינות, במסגרתו משלמת תמלוגים עבור השימוש בשם והזכות להשתמש במותגים הפרטיים של הרשת. צפוי כי לפחות בטווח הקצר, לנפילת הרשת העולמית לא תהיה השפעה על רשת הצעצועים בישראל.

בעלות

שם הגורם	שיעור אחזקה
היפרטוי מרכז הצעצועים בע"מ	96.90%
פורילנד השקעות בע"מ	2.94%
קשת - היפרטוי בע"מ	0.16%
סה"כ	100.00%

מנהלים

תפקיד	שם
מנכ"ל	כספי סיגל

הכנסות

שנה	הכנסות החברה (במיליוני שקלים)	שיעור השינוי
2016	230	+15%
2015	200	+5%
2014	190	

כפר השעשועים

כללי

רשת חנויות צעצועים, המונה 51 סניפים על פי אתר החברה, אשר כולם פועלים בזכיינות. בחודש יוני 2017 נמכר הזיכיון לרשת בכ- 6.5 מיליוני שקלים לשני אנשי עסקים מתחום הבנייה - חנן אסייג ויובל עיני, זאת לאחר שבמהלך 2017 הוגשה בקשה לכינוס נכסים, בגין חוב בסך כ- 9 מיליוני שקלים לבנק לאומי. מנכ"ל הרשת כיום הינו רני פלדמן, אשר החליף את גל אלון.

נציין כי בשנים האחרונות עברה הרשת תהליך התייעלות, אשר כלל את צמצום מטה החברה וסגירת סניפים.

עידן מרכז דימונה (ח.צ.) בע"מ**נתוני זיהוי**

שנת יסוד: אוקטובר

מספר חברה: 51-468316-8

2011

מועסקים: כ- 7

כתובת: פארק תעשיה עומרים, עומר 8496500

טלפון: 08-6692000

פקס: 08-6692200

אתר אינטרנט: www.idan2000.co.il**כללי**

חברה פרטית העוסקת בניהול רשת חנויות הצעצועים "עידן 2000". הרשת מונה 25 סניפים, רובם ממוקמים במרכזי קניות גדולים. נציין כי בשנת 2017 הכנסות חנויות הרשת עמדו על כ- 140 מיליוני שקלים.

בעלות

שם הגורם	שיעור אחזקה
חזן ציון	50%
סבג שי אברהם	50%
סה"כ	100%

מנהלים

תפקיד	שם
מנכ"ל	סבג שי אברהם

שושי זוהר 2004 בע"מ

נתוני זיהוי

שנת יסוד: דצמבר 2004

מספר חברה: 51-362167-2

מועסקים: כ- 15

כתובת: אליהו איתן 32, ראשון לציון 7570331
טלפון: 03-9628238
פקס: 03-9628429
אתר אינטרנט: www.shoshi-zohar.co.il

כללי

חברה פרטית העוסקת ביבוא, ייצור ושיווק של תחפושות, צעצועים ומתנות. לרוב, עיצוב ותכנון התחפושות נעשה בישראל, והייצור בסין. החברה משווקת את מוצריה לרשתות הצעצועים הגדולות בתחום, וכן לחנויות פרטיות. בין התחפושות המעוצבות על ידי החברה נציין את: בוב הבנאי, מאשה הילדה, הלו קיטי, יובל המבולבל ועוד.

בעלות

שם הגורם	שיעור אחזקה
שושי זוהר יזום והשקעות בע"מ	100%
סה"כ	100%

מנהלים

תפקיד	שם
מנכ"ל משותף	זוהר שושנה
מנכ"ל משותף	זוהר שמואל

קליבר צעצועים בע"מ

שנת יסוד: ספטמבר

נתוני זיהוי
מספר חברה: 51-282636-3
1999

מועסקים: כ- 15

כתובת: פארק לוגיסטי צריפין, בניין 113
טלפון: 08-9577050
פקס: 08-9577062
אתר אינטרנט: www.kalibertoys.com

כללי

חברה פרטית העוסקת ביבוא ושיווק סיטונאי וקמעונאי של צעצועים ותחפושות. החברה מפעילה חנות צעצועים, כלי כתיבה, תחפושות ועוד. החברה מייבאת תחפושות ממותגות ולא ממותגות, כאשר לחברה זיכיון בלעדי על שיווק מותגים, ביניהם: Star Wars בישראל.

בעלות

שם הגורם	שיעור אחזקה
דלוח אברהם	99.9%
דלוח צחי	0.1%
סה"כ	100.0%

מנהלים

תפקיד	שם
מנכ"ל	דלוח אברהם