

## תעשייה בישראל



1. תעשייה מתקדמת. א.  
טכנולוגיה עילית: תרופות,  
אלקטרוניקה, כלי טיס, תקשורת  
ועוד.

ב. טכנולוגיה מעורבת עילית:  
כימיה, ציוד חשמלי, מכונות.



מאפינים עיקריים: עתירת הון,  
עתירת טכנולוגיה, בדרך כלל  
ידידותית לסביבה.

המצגת הוכנה על ידי ברוך שקד

2. תעשייה מסורתית: א. טכנולוגיה מסורתית: מזון ומשקאות, הלבשה, נייר, דפוס ועוד.

ב. מעורבת מסורתית: כרייה וחציבה, מינרלים, מתכת, פלסטיק ועוד.



מאפינים עיקריים: עתירת כח עבודה. תעשיות שבעבר התמקמו באזורי שוליים, בעלות השפעה שלילית על הסביבה.

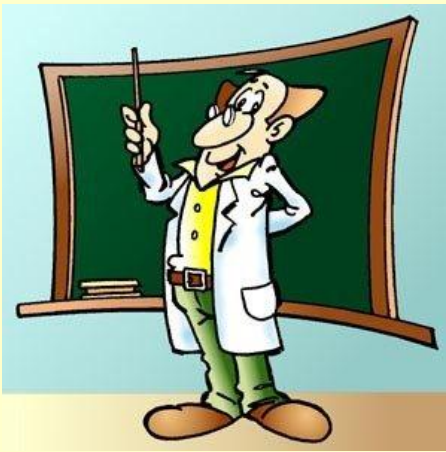
## גורמים המעודדים פיתוח תעשייה בישראל:

1. הון אנושי. בישראל כח אדם ברמות טכניות וידע גבוהות.

2. מעורבות וסיוע ממשלתי. הממשלה מסייעת למשקיעים מהארץ ומחו"ל בהקמת מפעלי תעשייה, במיוחד באזורי שוליים. דוגמאות לסיוע ממשלתי: חוק לעידוד השקעות הון (1959), הגדרת אזורי עדיפות לאומית, פטורים ממס לתקופות של מספר שנים.

3. שוק בטחוני המעמיד דרישות לפיתוחים טכנולוגיים ברמות גבוהות. פיתוחים אלו הם מנוף לכל התעשייה, ומוצרים אלו עוברים במשך הזמן גם לשוק האזרחי (ציוד לראיית לילה, אמצעי מיגון ועוד).

4. הסכמים ושיתוף פעולה עם חברות ומדינות אחרות כחלק מהגלובליזציה.



## גורמים המקשים על פיתוח תעשייה בישראל:



1. בישראל מעט משאבי טבע ומחצבים.

2. ישראל מרוחקת משווקי היצוא העיקריים שלה, והיצוא לשכנות הקרובות מצומצם ביותר.

3. בעקבות הגלובליזציה והסכמים בינלאומיים, נחשפה התעשייה לתחרות קשה עם מוצרי יבוא זולים, במיוחד בתעשייה המסורתית.

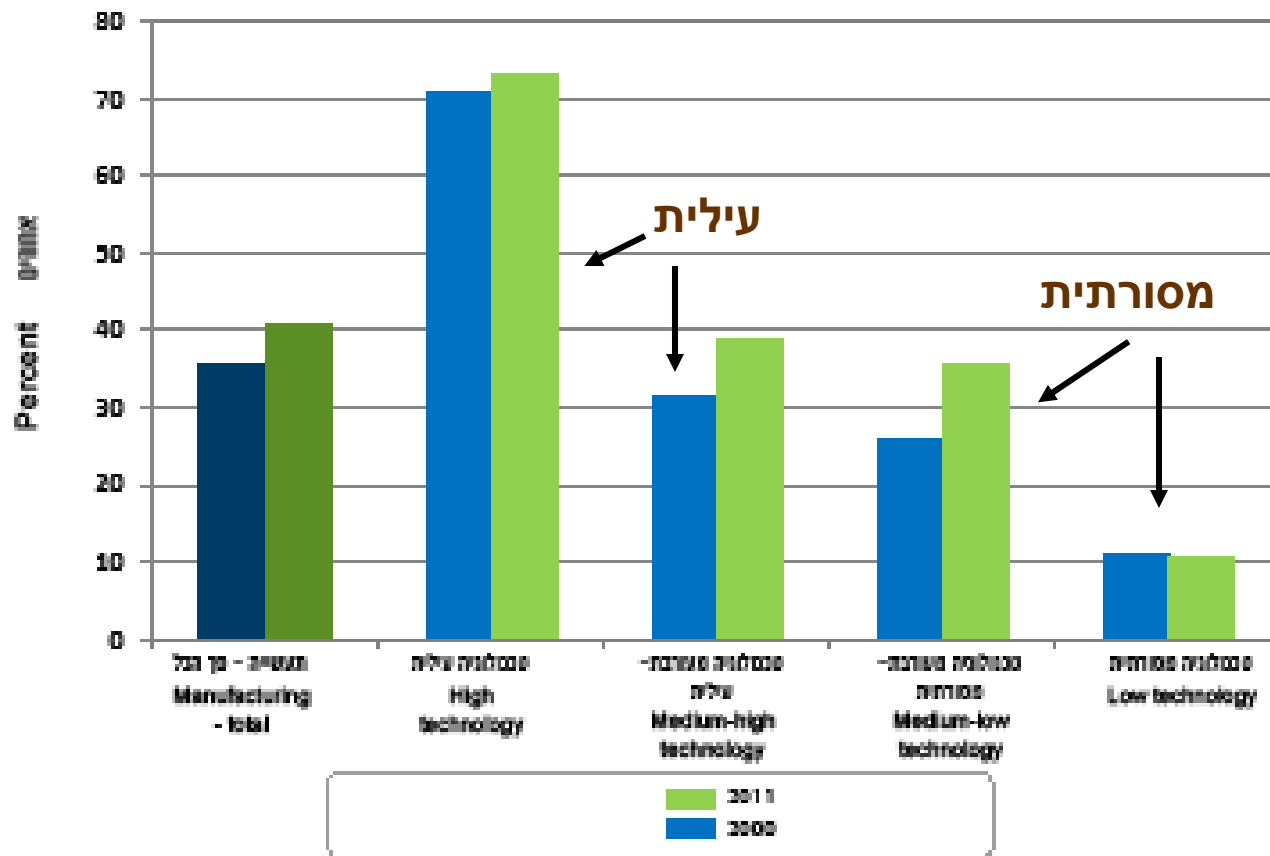
4. מצב בטחוני לא יציב המקשה על הייצור, היצוא, ומרתיע משקיעים.

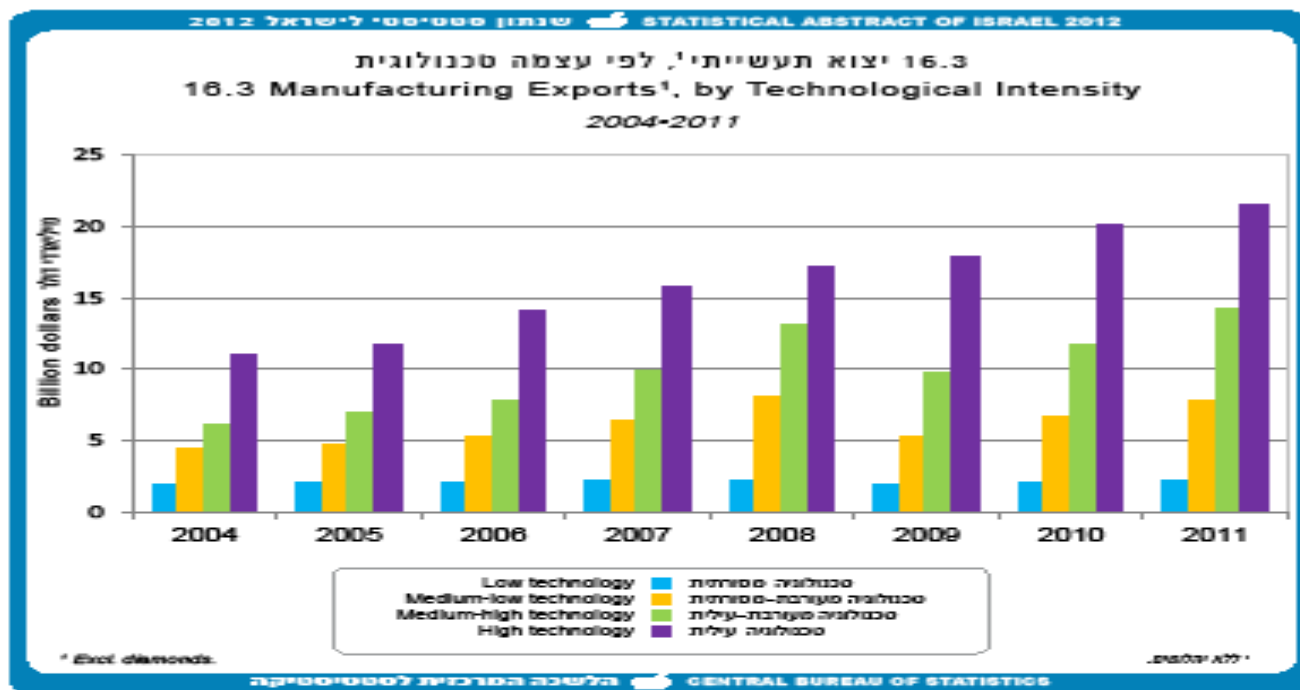


# שינויים ביצוא על פי ענפים בשנים 2000-2011 . חלקה של הטכנולוגיה העילית הוא כ-70% מהיצוא התעשייתי.

שנתון סטטיסטי לישראל 2012 STATISTICAL ABSTRACT OF ISRAEL 2012

20.3 חלקו של הייצוא מכלל המכירות בענפי התעשייה, לפי עצמה טכנולוגית  
 20.3 Share of Exports out of Total Sales in Manufacturing,  
 by Technological Intensity  
 2000, 2011





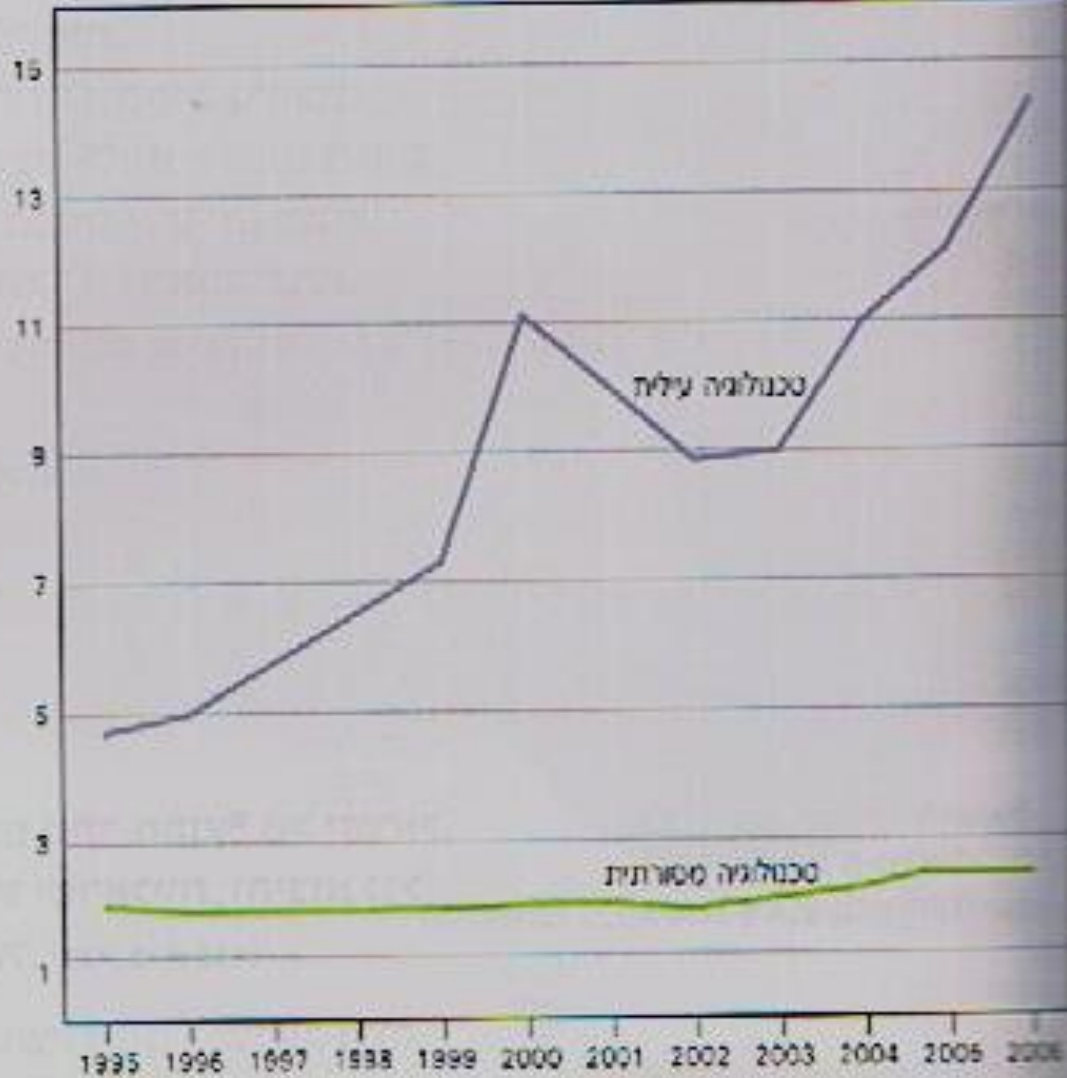
Source: Table 16.11, right

## יצוא תעשייתי לפי עוצמה טכנולוגית

1. הענפים המובילים הם הענפים של טכנולוגיה עילית. בטכנולוגיה מסורתית אין שינוי. 2. שינוי קל בטכנולוגיה מעורבת מסורתית. 3. המסקנה משני השקפים הקודמים היא, שלתעשייה העילית יש השפעה רבה יותר על היצוא הישראלי, דבר המעיד על רמתה הגבוהה של התעשייה בישראל.

## יצוא טכנולוגיה עילית ומסורתית בשנים 1995-2006.

עליה מתונה ביצוא של  
הטכנולוגיה המסורתית.  
עליה תלולה בטכנולוגיה  
העילית. בראשית שנות  
האלפיים ירידה ביצוא,  
בעקבות משבר זמני  
בתעשיות ההיטק.



422. יצוא טכנולוגיה עילית וטכנולוגיה מסורתית מישראל, 1995-2006

## שינויים בתעשיה הישראלית

1. התעשיה המסורתית הולכת ונחלשת. הסיבות: א. יבוא זול של מוצרים דומים.

ב. העברת מפעלים של תעשיה מסורתית למדינות בהן שכר העבודה זול יותר (מפעלי דלתא עברו לירדן, למשל).

2. שיתוף פעולה עם מפעלים מחוץ למדינה. למשל אוסם - נסטלה, שטראוס - דנונה ועוד. היתרון: הגדלת שווקים, והגדלת השקעות.

3. גידול ביצוא התעשייתי.







## תעשיות עתירות ידע

1. תפרוסת מפעלים עתירי ידע: מרבית המפעלים מרוכזים במטרופולין תל אביב (כ-70%). ריכוזים נוספים במחוזות חיפה וירושלים.

2. הגורמים המשפיעים על התפרוסת:

- קירבה למוסדות השכלה גבוהה (אוניברסיטת תל אביב, מכון וייצמן, טכניון ועוד).
- קירבה לצירי תחבורה ראשיים ולנתב"ג (צומת הרצליה, חיפה מת"מ ועוד).
- התקבצות של ריכוזי הייטק לצורך קבלת שירותים.
- במטרופולינים יש הון אנושי המתאים לתעשיות אלו.
- ידידותיים לסביבה ולכן ממוקמים בשולי הערים.



## פארק מת"מ- ביציאה הדרומית מחיפה

צומת הרצליה



## הגורמים המעודדים פיתוח הייטק בישראל



1. הון אנושי ותשתית מדעית מפותחת. מוסדות חינוך ברמה גבוהה, ריכוז גבוה של כח אדם בעל השכלה טכנולוגית גבוהה, שקבל חיזוק בעקבות העליה מבריה"מ לשעבר.

2. השקעות גדולות במו"פ. בישראל השקעות במו"פ, בחממות טכנולוגיות המסייעות ליזמים בתחילת דרכם, מענקים למחקרים מדעיים ועוד.

3. התעשיות הבטחוניות הן צרכן גדול של תעשיות הייטק, והידע והנסיון הנצברים, כמו גם חלק מהמוצרים, מערכות תקשורת, אופטיקה, צילום, אבטחת מידע ועוד- משמשים גם בתעשיות אזרחיות. הם מנוף המסייע גם לתעשיות אזרחיות.

4. בישראל חברות סטרט-אפ רבות.





## ענף המסחר

גורמים להתפתחות הענף:

1. גידול באוכלוסיה מביא לעליה בצריכה.

2. עליה ברמת החיים.

3. יותר זמן פנוי ועבודה רק חמישה ימים בשבוע, ומצד שני שעות פתיחה ארוכות יותר של מרכזים מסחריים. פתיחת מרכזים מסחריים גם בשבת.

4. יותר רכבים פרטיים המאפשרים קניות מחוץ לאזורי מגורים.

5. כניסה של רשתות שיווק בינלאומיות לשוק המקומי.

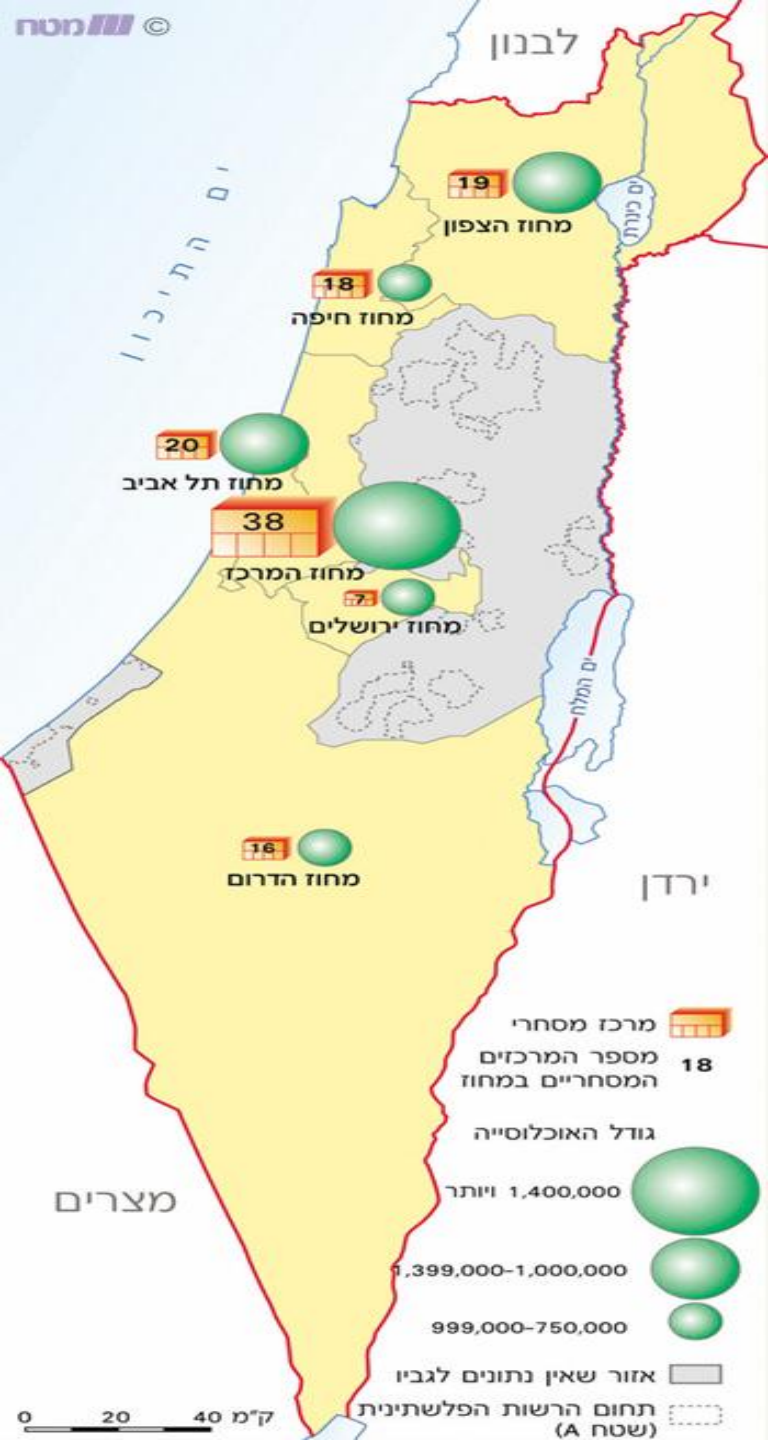


1. מרכז שכונתי: מרכז המוכר מספר מוגבל של מוצרים לאוכלוסיה מצומצמת, בעיקר מוצרים לשימוש יום יומי. היתרון: 1.קרוב למקומות מגורים. 2. זמן הקניה קצר.

2. מרכז עירוני, קניון. ממוקם בדרך כלל בשולי הערים. בנוי מספר קומות, ומשמש גם כמרכז בילוי (בתי קולנוע). היתרון: 1.ריכוז של חנויות רבות. 2.תנאים נוחים לקונים (מיזוג). 3. חניה בחינם. מיגבלה: 1. מרוחק מאזורי מגורים. 2. מחירים גבוהים ביחס למרכזי הערים.

3. מרכז אזורי. ממוקם בצומת, באזור כפרי. מתפרס על שטח רחב, בזכות מחיר קרקע זול. משרת מרחב גיאוגרפי גדול.





## תפרוסת מרכזים מסחריים 2005

1. ריכוז גבוה של מרכזים במרכז הארץ. הסיבות: אוכלוסייה רבה.
2. מצב כלכלי טוב יותר לעומת אזורים אחרים בארץ.



# השפעת הקניונים והמרכזים המסחריים על הערים ועל האזורים הכפריים



1. המסחר והחנויות הקטנות במרכזי הערים נפגעו מאוד. הם אינם מסוגלים להתחרות במבחר, בהיצע הגדול, בנוחיות שבקניונים. קושי נוסף הוא מציאת חניה. התוצאה היא שבמרכזי הערים מוצאים בעיקר חנויות המציעות מוצרים זולים.

2. בתי הקולנוע שנסגרו במרכזי הערים, ונפתחים בקניונים- הגבירו את התהליך הנ"ל.

3. יזמים מהמיגזר הכפרי מעודדים הסבת קרקעות המיועדות לחקלאות למרכזים מסחריים (שפיים, אלונים ועוד), מפני שרווחיהם גדולים לעומת הרווחים מהחקלאות. אבל, התהליך הזה פוגע בשטחים פתוחים ומשנה את אופיו של המרחב הכפרי.

ולסיום: סוף שנה מתקרב וחשוב יותר - מכירות סוף העונה

בגרות מוצלחת לכל



סוף עונה!

הנחה  
\*למעט דגמי בייסיק,  
NEW BORN ושעונים

50%

\*תקף על קולקציית חורף 2010/11 בלבד \*אין כפל מבצעים  
\*עד גמר המלאי \*מינימום 50,000 פריטים \*ט.ל.ח