
עתיד THE FUTURE
המסחר OF COMMERCE
כרך א' - דו"ח מגמות גלובליות

נציגי העירייה וצוות התכנון

עיריית תל אביב-יפו:

אגף תכנון עיר: אדר' אדי אביטן

היחידה לתכנון אסטרטגי: אבי פרשה

מחלקת שימור: אדר' הדס נבו-גולדברשט

צוות התכנון:

ראש הצוות ותכנון אסטרטגי: בילד אסטרטגיה אורבנית - ניר אברהם, ניר לבלוביץ, רותם כרמי, עדי ברק, נועה אלהרר

כלכלה עירונית: בילד אסטרטגיה אורבנית - יוגב שרביט

אדריכלות, תכנון ועיצוב עירוני: דרמן ורבקל אדריכלות – פרופ' אדר' אלס ורבקל, אדר' ליז לייבוביץ, אדר' לי בכר

מורשת עירונית ושימור: ד"ר אדר' קרן מטרני, אדר' גלי ויזל

בסיס נתונים וטכנטלוגיות Big Data: חברת קיימא, נחמן שלף

עתידנות עסקית: ספוטרנד – עדי יופה

עורכי המדיניות: קרן מטרני, יוגב שרביט, ניר אברהם

דבר הצוות

בשני העשורים האחרונים אנו בעיצומם של שינויים מרחיקי לכת בתחומים רבים של חיינו: מהפיכות טכנולוגית, מגיפה עולמית, מלחמות וסכסוכים בינלאומיים ומשבר האקלים. כל אלו משפיעים על ההתנהגות האנושית ועל אופן השימוש במרחב העירוני, ובפרט על המסחר בעיר.

אנו מתנהגים, קונים, מדברים וחיים באופן אחר, וקצב השינויים הללו הולך וגובר מידי יום ביומו. הפרדיגמות המוכרות של מסחר ותעסוקה נפרצות לטובת מודלים חדשים ועדכניים. מגמת העלייה המתמשכת של המסחר האלקטרוני ושל התעסוקה ההיברידית משנים את דפוסי הצריכה ואת היקפי התנועה במרכזים העירוניים בכלל, וברובעי העסקים והמסחר בפרט. הטכנולוגיות מאפשרות עבודה ומסחר בזמן אמת תוך חוויית משתמש דיגיטלית ונוחה, כאשר פעולת הקנייה והמפגש עם הסחורה אינם תלויים עוד באופן בלעדי בנוכחות הפיזית של הלקוח בחנות, בתקשורת ישירה עם בית העסק או בשעות פעילותו.

מגמות אלו ואחרות משפיעות על המודלים העסקיים של בתי העסק, על הביקוש לשטחי מסחר פיזיים ועל אופן השימוש בהם, וכפועל יוצא גם על התפקוד של המרחב העירוני. רחובות, מרחבים ומוקדי המסחר והתעסוקה העירוניים, שמאבדים את מרכזיותם הגיאוגרפית והתפקודית, עלולים ליצור מציאות של פגיעה בעסקים מקומיים, בתרבות ובמורשת המקומית, בלכידות הקהילתית, בפני העיר ובחוסן הכלכלי והחברתי שלה.

עבודה זו, על מגוון כרכיה וזוויותיה, מבקשת להתמודד עם אתגרים אלו בהיבטים של תכנון ומדיניות עירונית, ולקשור אותם למגמות דמוגרפיות, כלכליות, חברתיות, תחבורתיות ואחרות המתרחשות ברמה הגלובלית, הלאומית והמקומית בעיר תל אביב-יפו.

המסחר המסורתי



מגדיר אופי וזהות ייחודית למרחבים עירוניים

מניע ומעודד את חוויית השיטוט בעיר

מייצר תנועה ערה במשך מרבית שעות היממה

תורם לחוסן ולכלכלה העירונית

חלון ראווה לתרבות המקומית

האם המסחר העתידי ישפיע על כל אלה?

מתוך ה-TOR / עיריית תל אביב-יפו

מסחר בעולם משובש

עולם המסחר עובר שינויים מרחיקי לכת ברחבי העולם ובישראל בפרט. מגמות הדיגיטציה והמסחר האלקטרוני (e-commerce), מהפיכות תחבורתיות, אורבניות וכלכליות, משבשות את המסחר המסורתי כפי שהכרנו אותו עד היום, ובכך משפיעות על אספקטים רבים בחיינו האישיים והמקצועיים, בדרך בה אנו קונים ומוכרים ובאופן בו אנו חיים.

- מה שהיה, הוא לא בהכרח מה שיהיה
- שבירת פרדיגמות במונחים של זמן ומרחב
- מגוון ושילוב של פלטפורמות וערוצי מכירה
- מסע הלקוח "המסורתי" משתנה כל הזמן

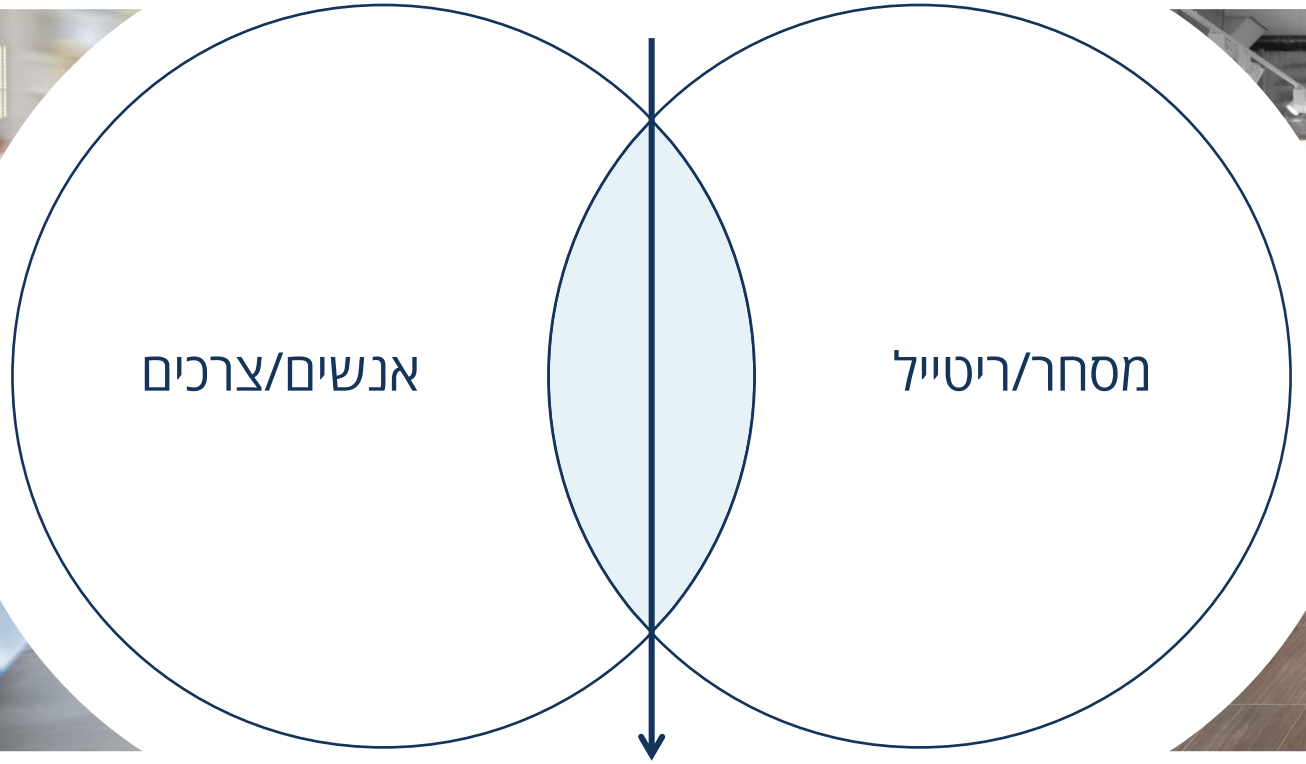
מסחר בעולם משובש

- היכולת שלנו להבין את המציאות המשובשת, וממנה את העתיד העשוי לנבוע ממנה, הולכת ומתערערת
- כמעט כל תחום בחיינו השתנה בשני העשורים האחרונים. כוחות טכנולוגיים גדולים, יחד עם מגיפה עולמית, סכסוכים בינלאומיים ומלחמות, משבר אקלים וחדשנות מכל כיוון, משנים את רוב מה שהכרנו
- אנו מתנהגים, קונים, מדברים וחיים אחרת, וקצב השינויים הללו הולך וגובר מידי יום ביומו
- המסחר, והמסחר העירוני בפרט משתנה תדירות בעקבות זאת, כאשר הפרדיגמות המוכרות של מסחר המבוסס על זמן ומרחב, נפרצות לטובת מודלים אחרים. זמן הקנייה הופך למיידי ומכל מקום וכבר אינו תלוי במפגש הפיזי בינינו לבין המרחב המסחרי
- המרחב מקבל הגדרות חדשות. מהו מרחב פיזי? איזה גודל של מרחב פיזי נדרש? והאם נדרש בכלל מרחב פיזי? או שמא נסתפק בווירטואלי?
- המיקום והצורה בהם המסחר עצמו מתקיים הולכים ומשתנים. ממרחב מסורתי-חברתי-קהילתי אל מרחב דיגיטלי בלבד ובתווך חנויות שמשלבות אפשרות קנייה וירטואלית בתוך החנות עצמה ועד חנויות וירטואליות שמוקרנות על קיר פיזי או באמצעות הולוגרמה וכיוב'

עתיד המסחר - השפעות עיקריות

טכנולוגיה, אקולוגיה, חברה וכלכלה, תחבורה, אורבניזציה, דמוגרפיה







עתיד המסחר העירוני



בעולם נפוץ בשנים האחרונות שיח על תופעת ה-Retail Apocalypse, סגירתן של חנויות קמעונאות פיזיות - החל מקניוני ענק שנותרו נטושים, עבור ברשתות כלבו, אופנה, בסגירה מאסיבית של סניפי בנקים וחברות שירותים אחרות (כמו טלקום), וכלה בחנויות קטנות של סוחרים קטנים. משבר הקורונה, אינפלציה ומלחמות האיצו כוחות אלו.

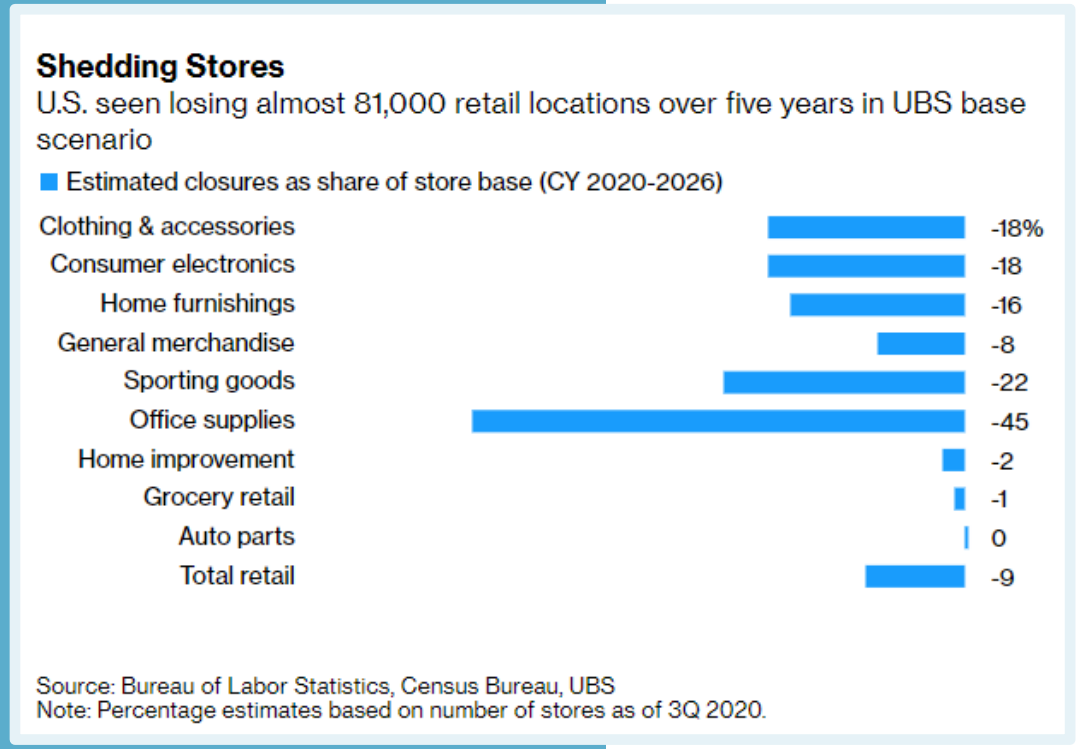
Retailers Seen Closing Thousands of Stores Even After Pandemic

By Kim Bhasin

5 19:28 ,2021 באפריל GMT+3

- U.S. could lose one in every 11 shops, UBS analysis finds
- Office suppliers, clothing sellers among the hardest hit

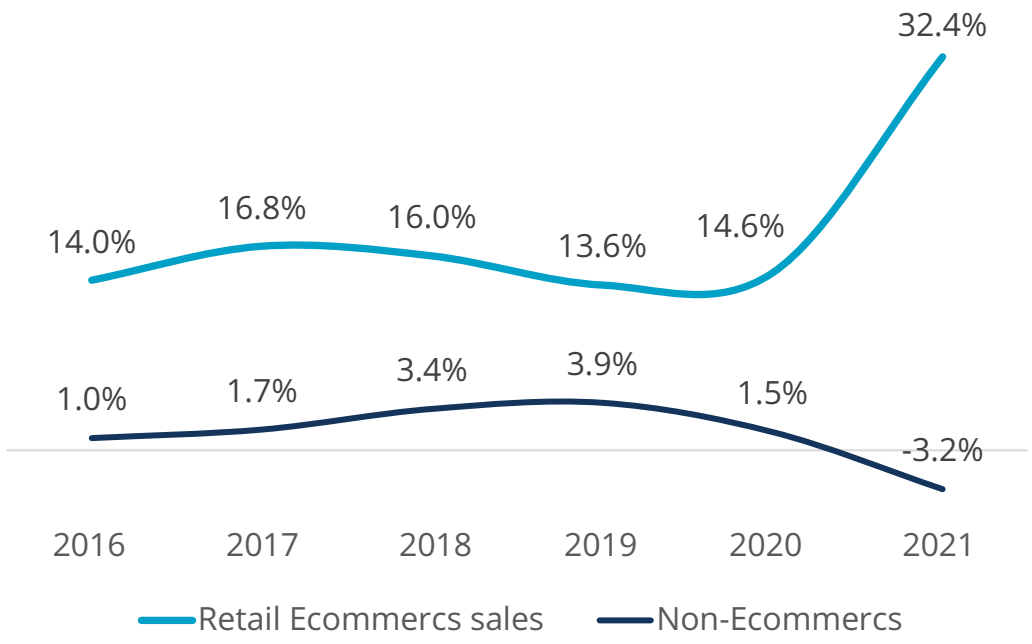
LIVE ON BLOOMBERG
Watch Live TV >
Listen to Live Radio >



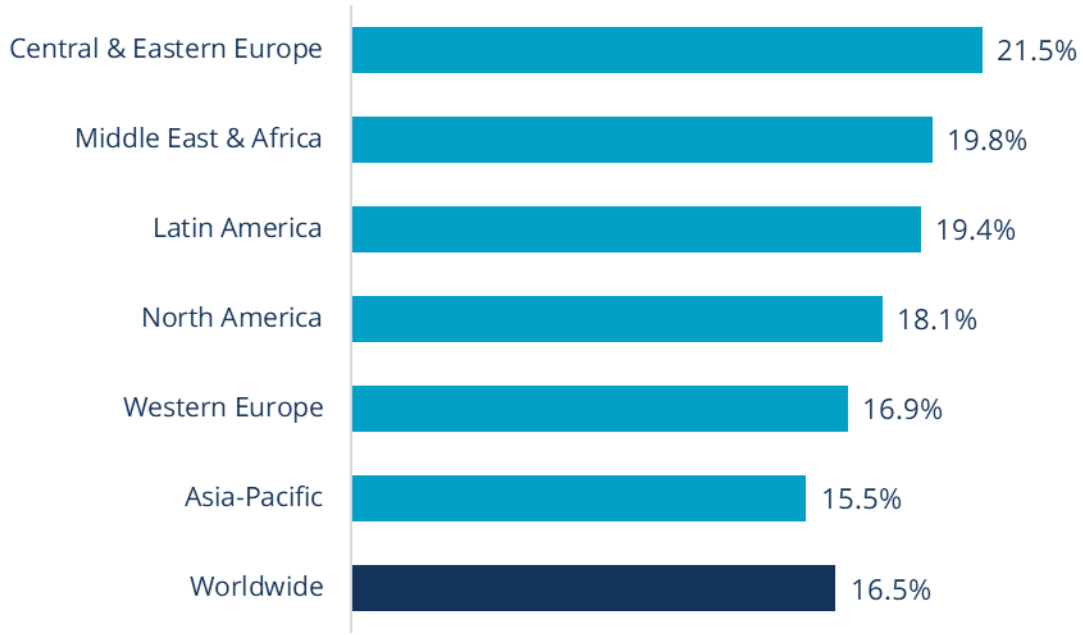
האי-קומרס דוהר קדימה

ע"פ eMrketer ענף האיקומרס בארה"ב זינק בחדות בתקופת הקורונה ותוך שבועות ספורים הגיע לרמה בה היה אמור להגיע רק בשנת 2030, לפי תחזיות קודמות

US retail Ecommerce vs. Non- Ecommerce sales growth, 2015-2020
% change

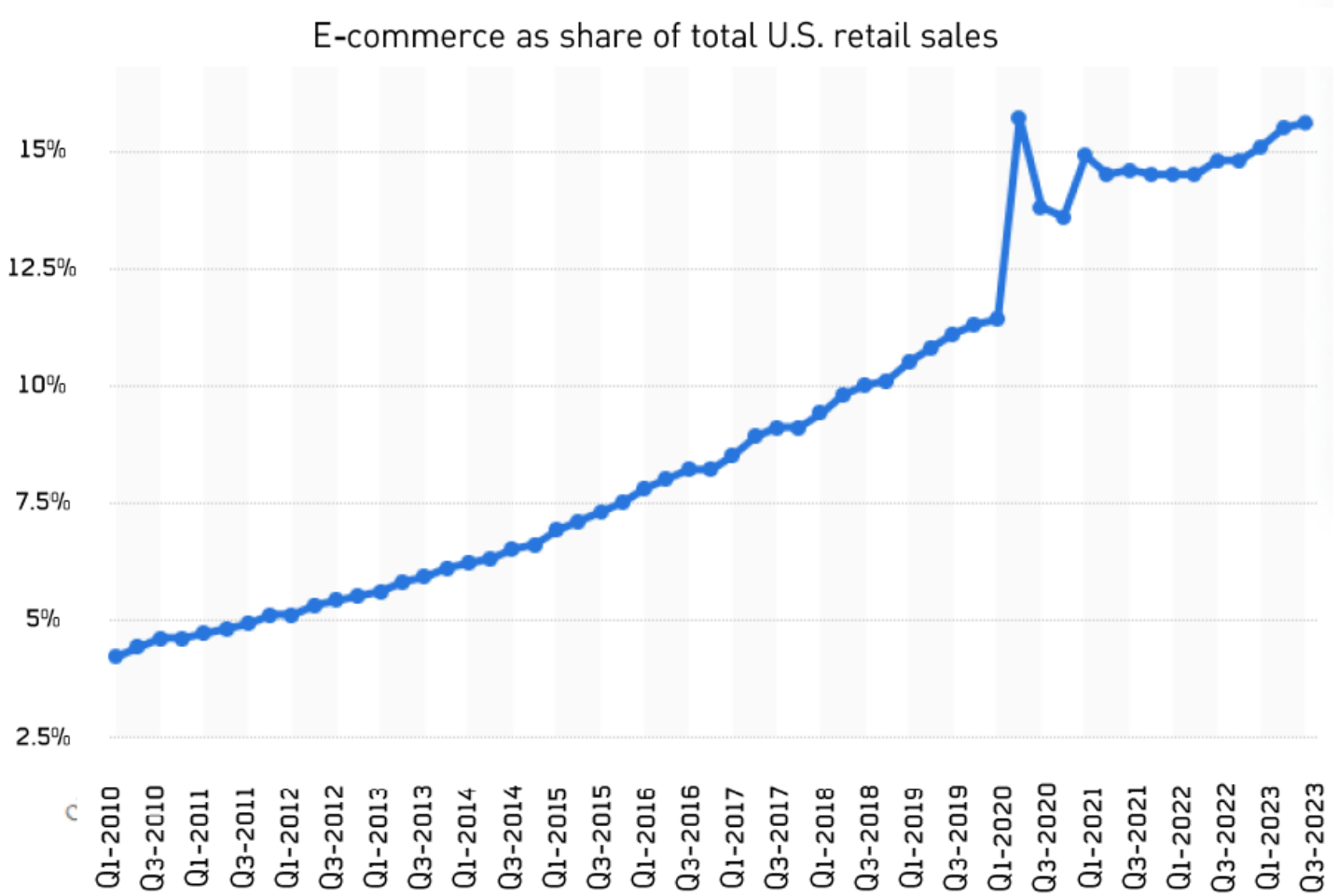


Retail Ecommerce sales growth worldwide, by regions, 2020
% change



מקור: eMrketer

האי-קומרס ממשיך לצמוח, גם אחרי הזינוק של משבר הקורונה

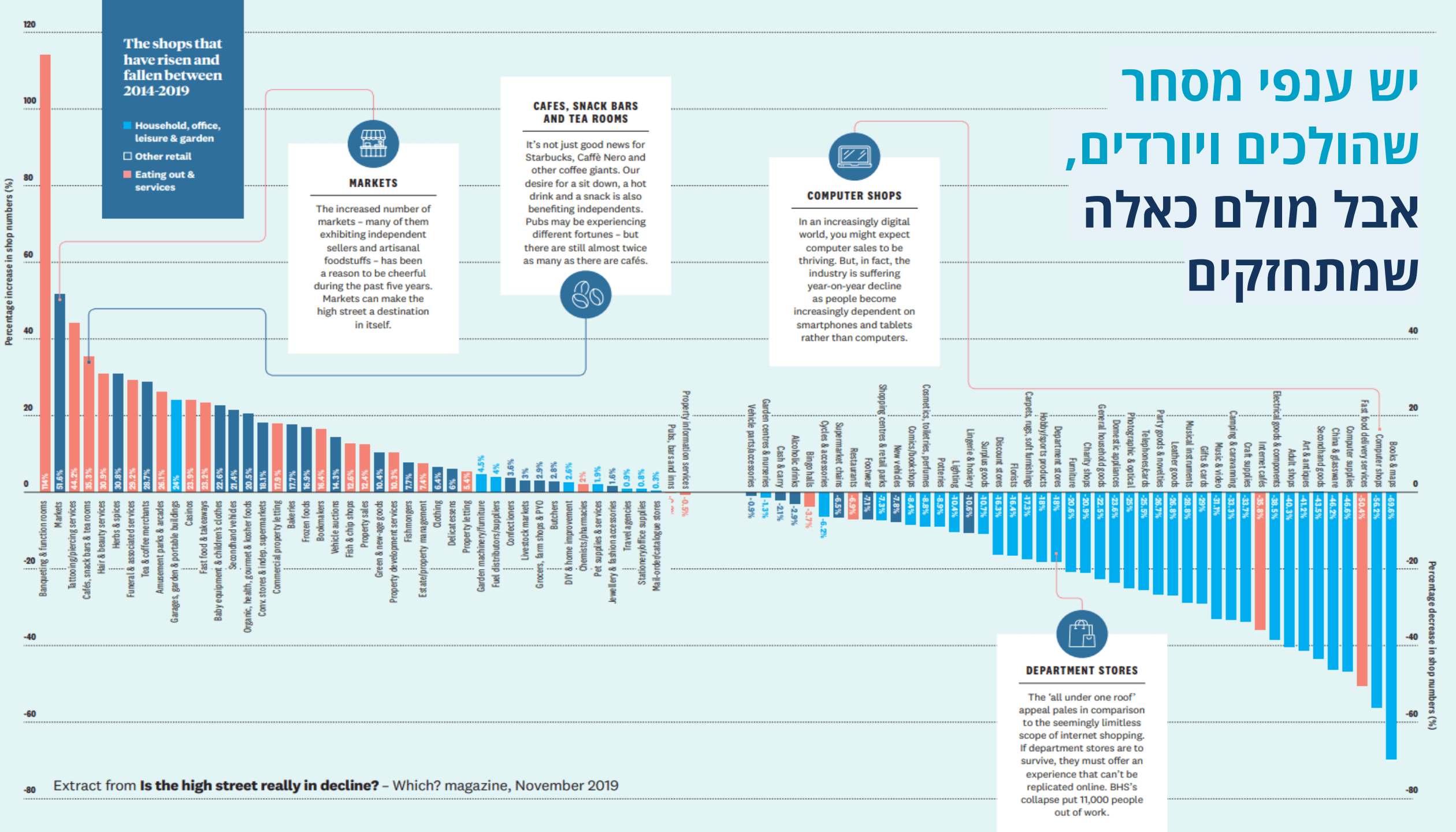


תחום האי-קומרס הארה"ב (ובעולם) היה במגמת צמיחה גבוהה טרם הקורונה, זינק בחדות בתקופת הקורונה, ותוך שבועות ספורים הגיע לרמה אליה אמור היה להגיע רק בשנת 2030, ע"פ תחזיות קודמות בשנתיים שחלפו מאז הקורונה, נתח השוק הגבוה של האי-קומרס נשמר ברמה של כ-15%



מקור: נינה קמפלר, בעלת חברת Kampler Advisory לייעוץ קמעונאי בארה"ב

יש ענפי מסחר שהולכים ויורדים, אבל מולם כאלה שמתחזקים

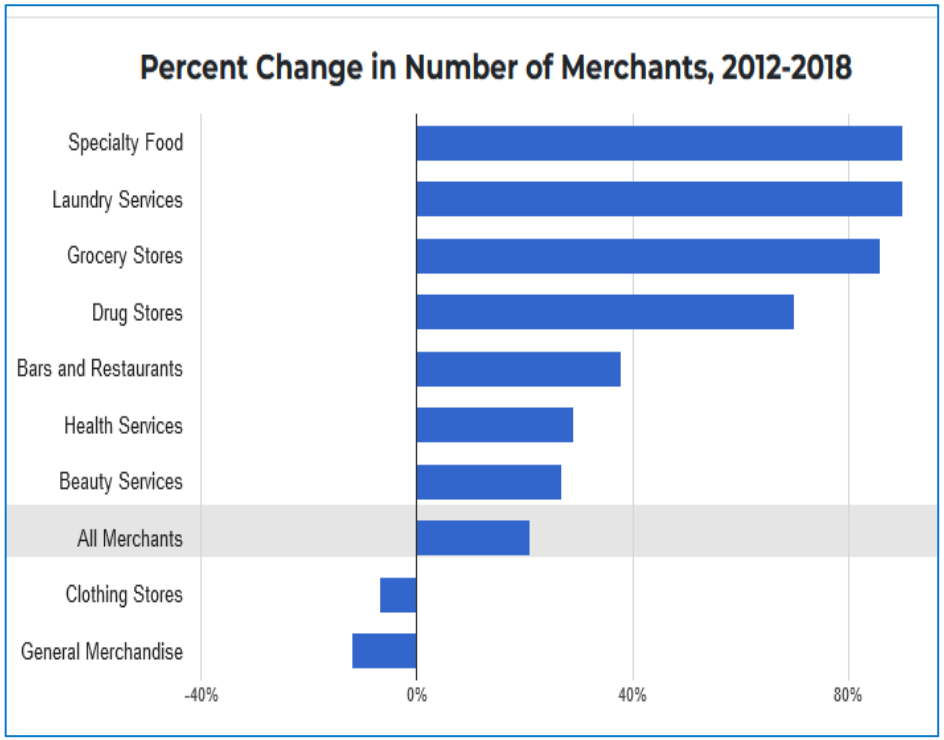


Extract from **Is the high street really in decline?** – Which? magazine, November 2019

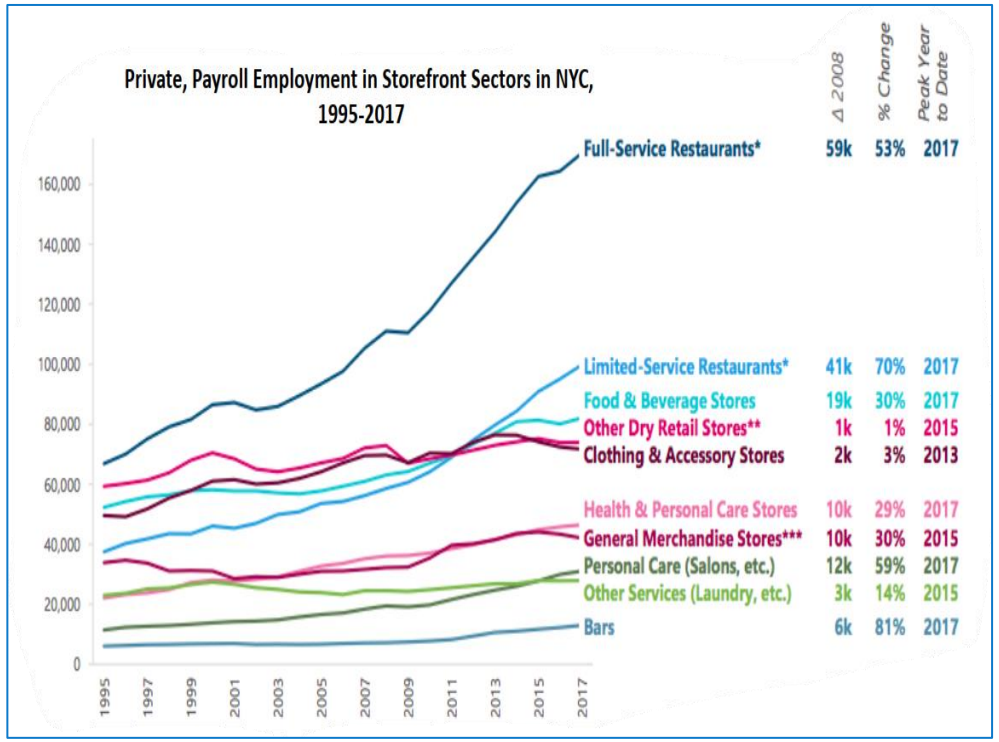
התמהיל המסחרי בערים משתנה

דוגמא: שינויים בתמהיל המסחרי בניו יורק, לפני הקורונה

- **עולה -** מזון ומשקאות | ברים, מסעדות ובילוי | מכולות וסופרים | מכבסות | בתי מרקחת ופארם | שירותי יופי, טיפוח אישי ובריאות
- **יורד -** אופנה | מכשירי חשמל ואלקטרוניקה | חנויות ספורט-מוסיקה-ספרים | צרכנות כללית (מוצרים קטנים ומגוונים) (<u>למרות צמיחת האוכלוסייה בעיר</u>)

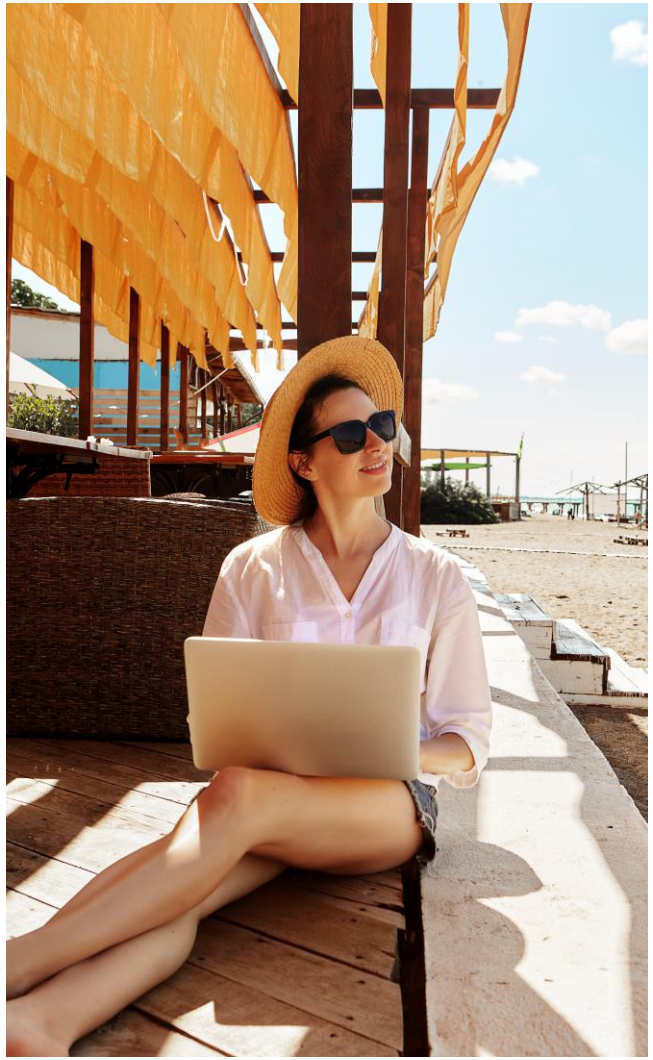


אחוז השינוי במספר עסקי המסחר בענפים שונים בין 2012 ל-2018



גרף שינויים בענפי מסחר בניו יורק לפני המגיפה ע"פ כמות המועסקים בעסקים פרונטליים

הדיגיטציה מייצרת שינויי התנהגות במרחב הפיזי



המסחר המסורתי התאפיין בהיכרות אישית, קירבה גיאוגרפית,
מסה קריטית של אנשים במרחב אחד, הכולל זמינות מוצרית

יכולות הדיגיטציה מאפשרות מסחר'
שמייצר קשר חדש בין מקום וזמן:

- **רכישה מכל מקום בעולם**
- **בכל נקודת זמן**
- **תוך שינוי וניפוץ המודלים העסקיים המוכרים**

שינויים שמייצרים אתגרים עירוניים במגוון תחומים עירוניים

התנהגות צרכנית

המסחר הצרכני כבר אינו הגורם המרכזי לתנועת אנשים במרחב הציבורי בעיר. **שינוי התנהגות צרכנית מגדיר מחדש את אופי ותמהיל המסחר בעיר.**

תנועה ותעבורה

המסחר החדש והמשלוחים משנים את אופי התעבורה העירונית, באמצעות כלי תעבורה קיימים וחדשים. **אתגרי גודש, פריקה וטעינה וערוצי תנועה ותחבורה חדשים.**

המרחב האורבני

גובר הצורך במוקדי אספקה, שילוח ומטבחים מרכזיים, הקרובים לק"מ האחרון. **מה שמייצר חזיתות פונקציונאליות, "חנויות שחורות" ואזורי תפעול שמשפיעים על החוויה במרחב האורבני.**

תעסוקה בעיר

ענפי המסחר, שמספקים כיום משרות רבות ברחבי העולם, חלקן בשכר נמוך, **עשויים לפחות בכ-33% עד שנת 2030 בעקבות הליכי אוטומציה ודיגיטציה.**

אופי ענפי המסחר

הדיגיטציה מייצרת מצד אחד יתרון לרשתות גדולות (מחיר, מהירות, פריסה וכיוב'), אך מצד שני מאפשרת דמוקרטיזציה של עסקים קטנים, ללא תלות גיאוגרפית. **הדיגיטיציה מחלישה ענפי מסחר מסוימים ומחזקת אחרים.**

משמעויות תכנוניות ורגולטוריות

ההתמודדויות העתידיות של העיר





שינוי בתפקוד ובמבנה החנות והמוקד המסחרי המסורתיים
והתאמה לענפים צומחים ולשינויים בהרגלי הצריכה

התאמות תעבורתיות ותשתיתיות לתרבות השילוח והדיגיטציה

חיזוק החוויה במרחב האורבני, במטרה להחזיר אותו להיות
אנושי, חברתי, שוקק ואטרקטיבי מספיק לעומת הנוחות של המשלוח

ביסוס כלכלה מקומית מגוונת, איתנה ובת קיימא
אל מול משברים ושינויים

ע"פ מחקר של forrester, הקמעונאות הפיזית לא הולכת להיעלם, אלא להשתנות למקומות חווייתיים הרבה יותר.
בשנת 2024 72% מהקמעונאות עדיין תהיה פיזית (בשילוב דיגיטלי) ותשמור על נתח משמעותי גם בהמשך.



השפעות הטכנולוגיה על המסחר עשויות לייצר מציאות של ניכור במרחב העירוני

"רובוטיזציה" של המרחב הציבורי

התפרברות דיגיטלית

פגיעה תרבותית

פחות כח לעסקים הקטנים ו/או מקיימים ו/או מלאכות מסורתיות ויצרנים, מה שפוגע בתרבות המקומית

פגיעה אורבנית

מרחבים מסחריים נטושים, "חנויות שחורות" אטומות למרחב הציבורי, מטבחים מרכזיים ואזורי תפעול

פגיעה חברתית

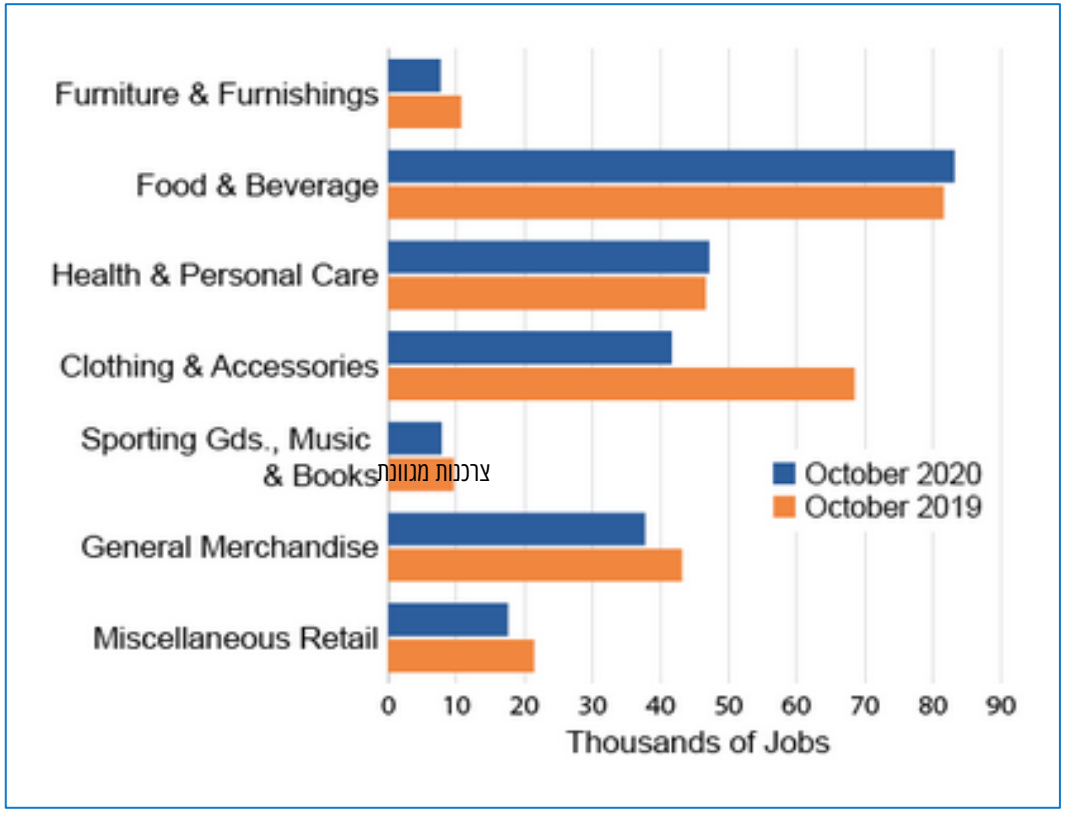
רובוטים ומערכות טכנולוגיות במקום אנשים, עשויים להאריך את השהות בבית ולהעצים את הבדידות

פגיעה סביבתית

כלים אוטונומיים לשילוח עשויים לפגוע באיכות החיים ולהוסיף גודש על, מעל ומתחת לאדמה

המוטיב החברתי והאנושי הוא היסוד למסחר פיזי צומח

חצי שנה אל תוך הקורונה | דוגמת העיר ניו יורק



צרכנות מגוונת

ניו יורק, כמות משרות קמעונאית בתת-ענפים, אוק' 2019 לעומת אוק' 2020

- **עלייה דרמטית - המסחר המקוון**
- **התאוששות מהירה -** מכירות רכב, חומר בניין וציוד גינה ובית
- **ירידה משמעותית -** ענפי האופנה והקמעונאות הכללית
- **עלייה/יציבות -** מזון ומשקאות, טיפוח אישי ושירותי בריאות
- **צמיחה גבוהה מאוד של סגמנט בתי הקפה בשנת 2021 לעומת המסעדות לאורך תקופת הקורונה**

משבר הקורונה העצים מגמות שכבר החלו, כאשר באופן כללי, **עסקים שעיקרם שירותים בין אדם לאדם ובעלי מוטיב חברתי** (ממסעדות, בתי קפה ועד שירותי טיפוח ויופי) **צמחו לאורך זמן ונשארו איתנים** גם בעיתות משבר

Sources: NYS Department of Labor; OSC analysis



שינוי פרדיגמה – עוברים לדבר במונחים של 'חזית פעילה' ושימוש גמיש

- חזיתות המסחר ישלבו יותר מוטיבים חברתיים וקהילתיים
- בעידן ה-E-Commerce רובנו מחפשים סיבה אמיתית לצאת מהבית
- קומת המסחר הופכת למקום של חוויה, פעילות ומפגש
- העסקים הם סוכני השינוי חשובים למרחב העירוני המתחדש

ה'חזית מסחרית', הגנרטור של העיר, הופכת ל'חזית פעילה', שפועמת חיה ומחייה את הרחוב ,שתמיד קורה בה משהו.

מבית קפה שיוצא החוצה ועד חזית שקופה של מרחב קהילתי, שעוברי אורח יכולים להציץ פנימה ולדמיין את עצמם כחלק מההתרחשות

המשוואה המסחרית החדשה של העיר



אקטיבי

- קהילתיות
- חוויה
- ערך מוסף



פאסיבי

- מחיר
- מהירות
- נוחות

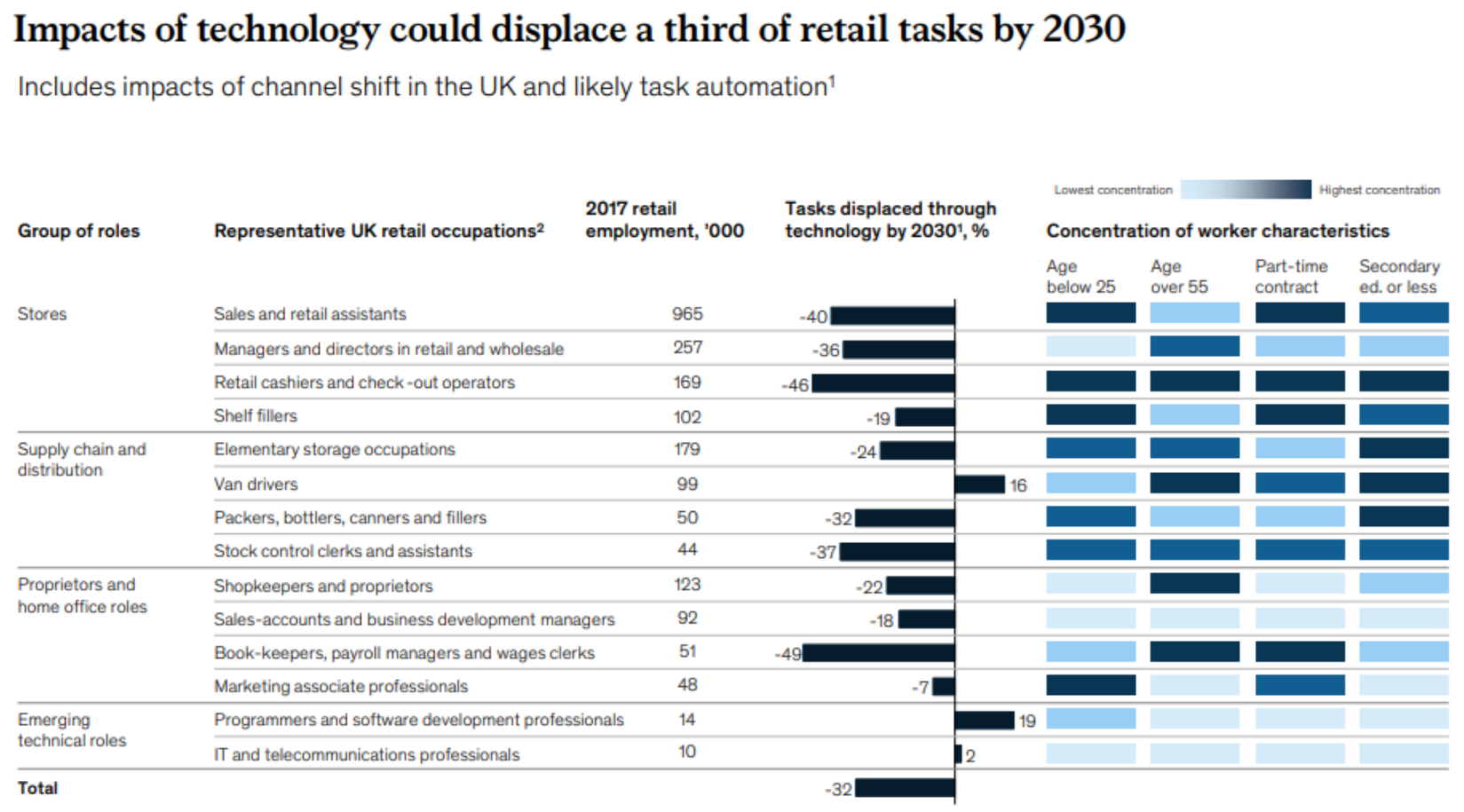
חווית הקניה מושפעת ממדדים של פאסיביות אל מול אקטיביות, אשר נמצאים במתח תמידי בין רצונות הקונים **לייעל פונקציונאלית את תהליכי הרכישה**, לעומת **חוויות חברתיות ותרבותיות, שמעודדות מאמץ מצד לצאת החוצה אל המרחב העירוני.**

התנהגות האנשים היא משולבת ונעה על המנעד פאסיבי-אקטיבי.


עתיד THE FUTURE
המסחר OF COMMERCE
פאסיבי

יותר רובוטים וטכנולוגיה

טכנולוגיות חדשות שנכנסות לריטייל עשויות לקצץ כ-33% מכלל המשימות בענפי המסחר עד 2030



מקור:
https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/rebooting%20retail%20how%20technology%20will%20shape%20the%20future%20of%20retail/rebooting-retail-how-technology-will-shape-the-future-of-retail.pdf

ערים של משלוחים





מקור: Mark Lennihan/AP

- בממוצע, כל אדם בארה"ב מייצר ביקוש של כ-60 טון משלוחים מדי שנה
- המשלוחים מתבצעים באמצעות מכוניות, משאיות, מסחריות קטנות, קטנועים
- משאיות מהוות רק 7% מהתעבורה העירונית, אך מייצרות נזק מגודש של 28 מיליארד דולר = 17% מכל עלות הגודש (זמן על הכביש ודלק) בארה"ב
- ברחובות ראשיים במנהטן 120,000 חבילות נשלחות מידי יום

ערים של משלוחים



Bloomberg CityLab

CITYLAB

It's City vs. Delivery Vans, and the Vans Are Winning

A pandemic-era surge in online shopping is clogging city streets with freight vehicles. Here's how cities can take them back.

By Janette Sadik-Khan

17 ביוני 2021, 15:00 GMT+3

- בהווה, ריבוי המשלוחים הופך לבעיה ממשית עמה מתמודדות ערים רבות: מדרכות וכבישים הופכים לאתרי העמסת/פריקה של סחורה באופן המפריע לתנועה. הכבישים עמוסים, והשליחים נוהגים בחלקם בצורה פרועה וחסרת אחריות
- **פתרונות בעולם: הקמת 'האבים' שכונתיים למשלוחי Last mile (לפי יעד ולא לפי זהות השולח), אזורי העמסה (תוך תשלום מס שליחויות לעירייה, לפי משקל), פתרונות אחרים הם לוקרים ציבוריים לאיסוף משלוחים, עידוד משלוחים באופניים או כלי תחבורה חשמליים, או מתן עדיפות תחבורתית ועדיפות בחניה לרכבי משלוח 'ירוקים'**

פאסיביות



המסחר מגיע אליי (אוטומטי)

חוסר תשומת לב: קומודיטיזציה

מינימום אינטראקציה אנושית


URB-E
105318
P
105318
Don't Grab Here

ערים של משלוחים

השלכות אפשריות:



שינוי תפקיד ומבנה החנויות
חנויות בתוך העיר דורשות אזורים נוספים לתפעול מערך השילוח: אחסנה, אריזה, פריקה וטעינה

מסעדה כמוקד שילוח
פחות אירוח ויותר שילוח. מטבחים מרכזיים. צמיחת ה-Ghost Kitchens משפיעה על החזית ועל התפעול

פגיעה במרחב ההליכתי
מרחב ציבורי מסוכן ופחות מזמין עם עליית כמות השליחים ברחובות

קניות אינן סיבה מספיק טובה לצאת מהבית
פחות אנשים צריכים להסתובב ברחוב כדי לקנות מוצרי בסיס. מסחר קמעונאי אינו בהכרח המגנט והדבק של "העירוניות הטובה"

קליטת המשלוחים
צורך עירוני במוקדים לקליטת המשלוחים הרבים בערוצי השילוח השונים (מהאוויר, מהקרקע וכו')

טיפול בפסולת וזיהום
של שינוע וחבילות

פחות אנשים ברחובות..

כבר כיום (2021/2022) ערי מטרופולין ברחבי העולם סובלות מירידה בתנועה הרגלית במרכז העיר, נוכח סיבות מגוונות – ובכללן:



- עליית האיקומרס וצמצום שטחי מסחר
- יציאת תאגידים ממרכזי הערים היקרות והגדושות
- בעיות תחבורה, צפיפות ונגישות
- היעדר אטרקציות ומוקדים מושכי קהל

ערים שונות מכירות בסיכון זה ולפיכך פועלות כדי להגביר Foot Traffic במרכזי הערים, דרך עירוב שימושים, העתקת מוקדי ציבור, פיתוח המרחב הציבורי והסבה למדרחובים ורחובות הליכתיים, התקנת מקומות ישיבה ושבילי אופניים, פינות צל ופינות חמד, ואטרקציות הממלאות צרכים חברתיים

מקורות:
https://www.voguebusiness.com/consumers/what-will-city-centres-look-like-post-covid
https://www.zman.co.il/215769/

ניסיונות עירוניים בעולם להגביר FOOT TRAFFIC במרכזי ערים



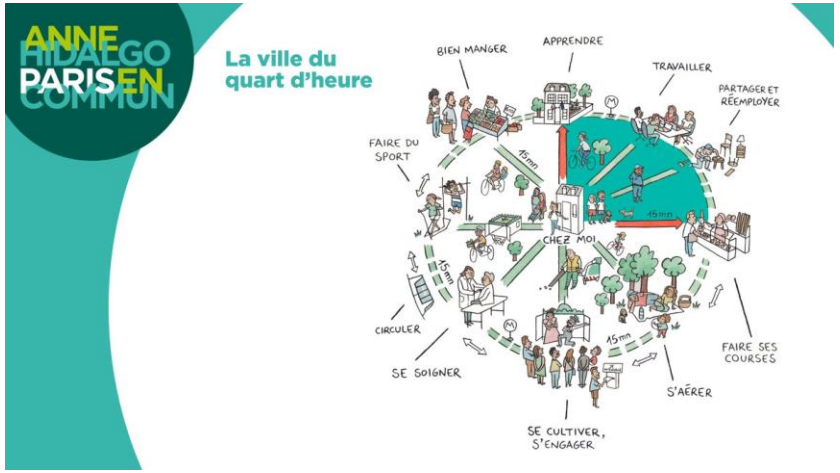


- עיריית לונדון הקימה גבעה תיירותית ומלאכותית וזמנית בליבו של רחוב אוקספורד כדי להחיות את רחוב הקניות המפורסם, בניסיון להחזיר את הקונים לאחר משבר הקורונה.
- החשש הוא שאם לא ינקטו בפעולה מיידית הרחוב יאבד מקסם המשיכה שלו הן עבור קמעונאים והן עבור הקונים.
- המבנה והגבעה כללו תצפית נוף, פלטפורמת תצפית וחדרים לקיום כנסים ותערוכות. המהלך שלא הפגין הצלחה מרובה.
- ברשות המקומית כבר התחייבו להקצות 150 מיליון פאונד ליישום כל פרויקט חידושו של הרחוב, שיפור איכות האוויר, ומשיכת מגוון רחב של עסקים וחברות סטארט-אפ לאזור, ובכך להפחית את התלות בקמעונאות

https://city-guide.london/events/?p=44301
https://www.lonelyplanet.com/articles/marble-arch-hill-london
/https://londonnewstime.com/the-council-chief-plans-to-bring-visitors-back-to-the-west-end-on-an-82-foot-high-hill-this-summer/78198

ניסיונות עירוניים בעולם להגביר FOOT TRAFFIC במרכזי ערים





- חזון "עיר ב-15 דקות" של ראשת עיריית פריז אן הילדגו מבקש להחזיר את האנשים לרחובות באמצעות תנועה רגלית ורכיבה על אופניים
- המטרה היא להפוך את פריז לירוקה ומקיימת יותר, מחוברת יותר ומזהמת פחות
- בין היתר החזון מעודד את הכלכלה המקומית באמצעות הליכה ורכיבה במרחבים מסחריים קרובים לבית

https://popupcity.net/observations/paris-will-provide-citizens-everything-they-need-within-a-15-minute-radius/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=weekly-2020-08-19

IwAR2z2RlBwGUM-LeGx0nkmQRb_9WJA3zofJWPgdaWMDv5P_FJOOLC0Wj5a1M=minute-city?fbclid-https://www.cnu.org/publicsquare/2021/02/08/defining-15

ניסיונות עירוניים בעולם להגביר FOOT TRAFFIC

חזון 'One-Minute City' של ממשלת שבדיה נועד לעצב מחדש את המרחב הציבורי בו אנו חיים, ממש מעבר לסף הדלת

המטרה היא להפוך את רחובות שבדיה לבריאים, ברי קיימא ופעילים עד שנת 2030

כל קהילה מייצרת לעצמה את האטרקטיביות של המרחב הציבורי באופן היפר לוקאלי במפלס הרחוב

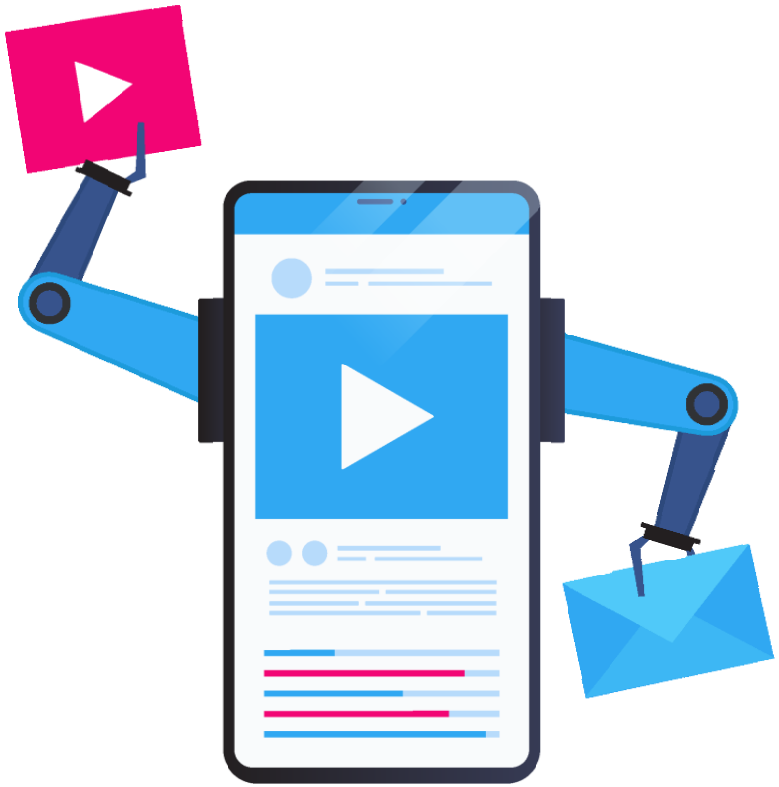


מקור: https://www.bloomberg.com/news/features/2021-01-05/a-tiny-twist-on-street-design-the-one-minute-city

האי-קומרס מאתגר את העסקים המקומיים, מול הקהילות המקומיות
(שהן הקהל הקבוע), אך מצד שני, **מאפשר לכל עסק למכור לכל מקום בעולם**
תוך שהסטנדרטים של שירות זמין ומיידי הופכים להיות "הסיפור" המרכזי

אתגרים אלה יצרו מגמות צריכה
שישפיעו על עתיד המסחר

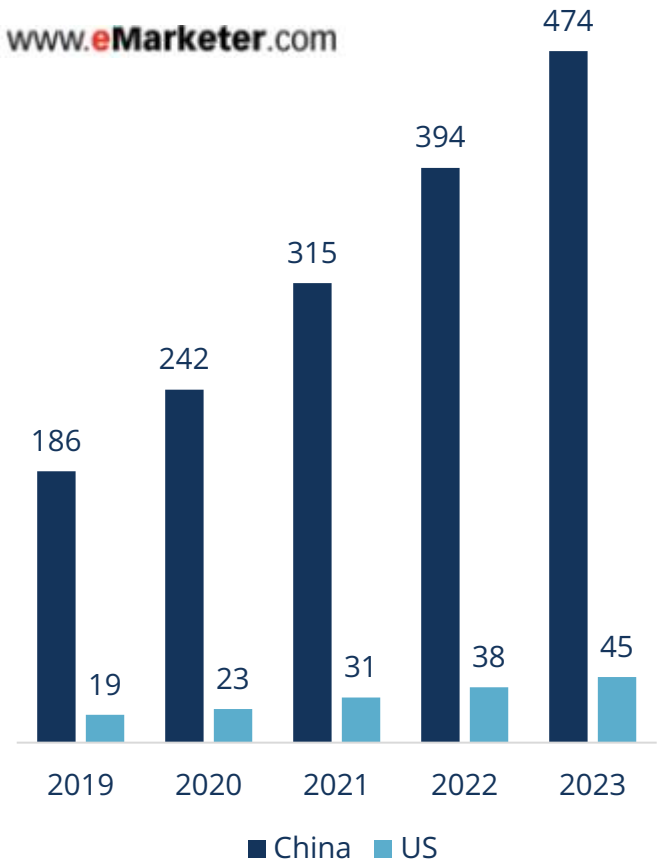
הצעות ערך אוטומטיות



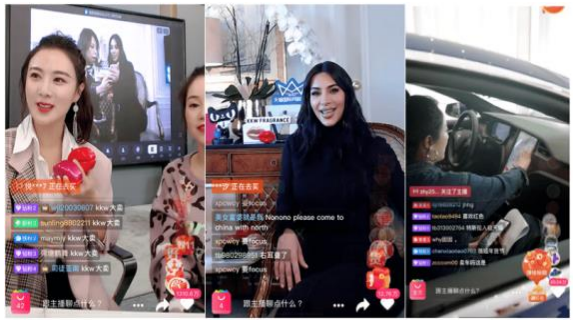
- הטכנולוגיה אפשרה מסחר בזמן אמת, באופן פרסונלי ובעיקר באמצעות חוויית משתמש דיגיטלית ונוחה
- חוויה זאת מתאפשרת הודות לשליטה של הפלטפורמות בדאטא, והיכרות הולכת ומשתפרת של האלגוריתמים את משתמשי הקצה
- ככל שטכנולוגיות כמו עוזרות דיגיטליות, האינטרנט של הדברים IoT, ובינה מלאכותית יבשילו לתוך הבתים והשימושים היום יומיים - כך הטכנולוגיה "תכיר" יותר, ותוכל להציע לנו הצעות ערך אוטומטיות
- קניות יבוצעו בזמן אמת דרך טכנולוגיות מוטמעות - EMBEDDED PAYMENTS, תשלומים קוליים וכו'

Retail social commerce sales in China and the US , 2019-2023

billions



קניות קונטקסטואליות - מתוך חשבון האינסטגרם, בעת צפיה בתכנית בטלוויזיה החכמה, ובעתיד גם דרך קירות וחלונות חכמים בסין – תופעת ה-Social Commerce - קניות במהלך שידור לייבסטרים ודרך רשתות חברתיות





ערוץ ITV הבריטי (חברת טלוויזיה, יותר נכון) יהיה הראשון בבריטניה להציע שירות של Shoppable TV - אפשרות לרכוש מוצרים ישירות ממסך הטלוויזיה (כפי שהמוצר הופיע בסדרה או תכנית מסוימת). זאת דרך יכולות AI המוטמעות במקלטי טלוויזיה חכמים מתוצרת LG.
השירות קיים בארה"ב במקלטי LG מאז 2020. הלקוח צופה בתכנית נבחרת ומקבל הודעות PUSH המציעות לו לרכוש בלחיצה / סריקת ברקוד את המוצרים שרואים על המסך כחלק מהסדרות.

מקורות: https://www.broadbandtvnews.com/2021/07/06/itv-to-launch-shoppable-tv/
https://www.businessinsider.com/nbcu-unveils-new-checkout-function-for-shoppable-ads-2020-4
https://www.businessinsider.com/walmart-and-facebook-are-following-chinas-social-commerce-trends-2020-8

- מכשור חכם מבוסס IOT ו-AI יוכל לזהות בעצמו מתי חסר ללקוח ציוד ביתי, מזון, או חפצים שונים - ולהזמינם באופן אוטומטי, בהתבסס על היכרות עם טעמיו והעדפותיו של בעל הבית
- מקרר חכם יזמין חלב בעצמו (או יתממשק עם רשימת הקניות של בעל הבית, באפליקציה), וישלח מתכונים לבעל הבית בהתבסס על המזון שקיים במקרר כרגע
- רכבים חכמים ישלמו בעצמם על חניה פנויה (שאיתרו בעצמם)



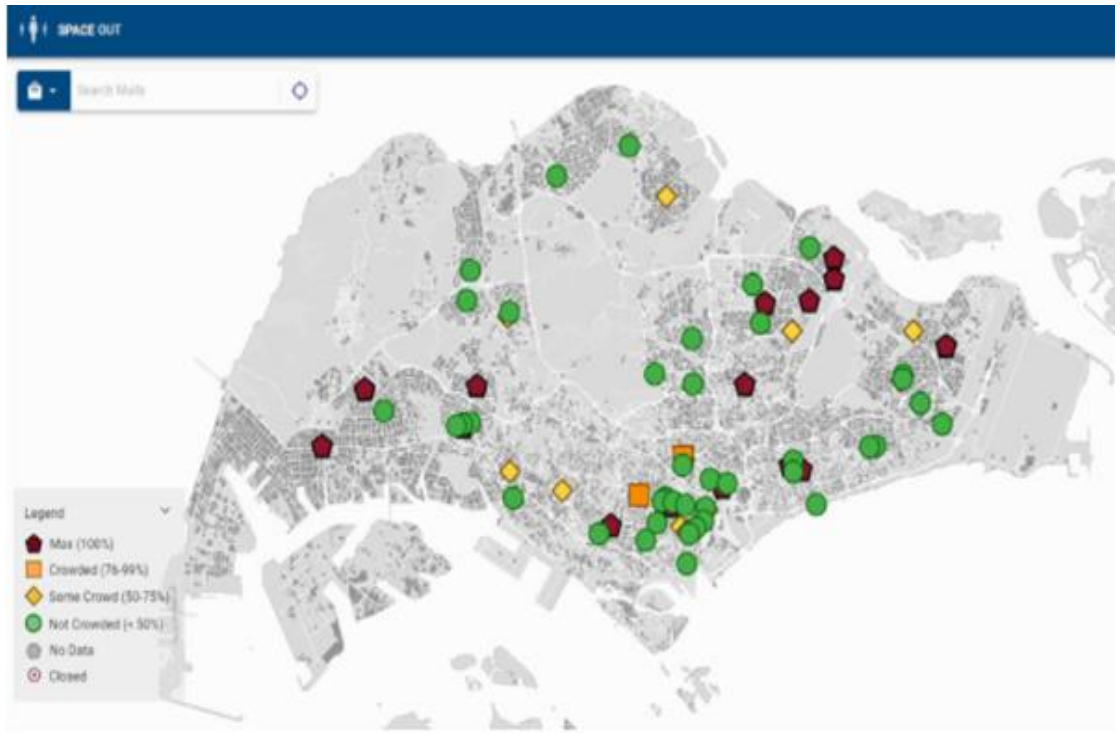
מקור: http://yiblab.com/when-my-fridge-orders-milk-what-iot-revolution-means-for-brand-marketing/



טכנולוגיות חכמות יאפשרו לסוחרים המקומיים דאטא עשיר, שלומד את הלקוחות על בסיס מידע שמגיע מאפליקציות נוספות:
התבססות עמוקה יותר על דאטה תאפשר להעניק ללקוחות ערך צרכני פרסונלי יותר, בתוך ומחוץ לחנות:

- המיקום הפיזי של הלקוחות בתוך החנות כדי לזהות מה מעניין ואת מי, הצלבה עם מגדר וגיל, זיהוי פנים בכניסה לחנויות וגם בתוכה במטרה לנתח אפילו הבעות פנים לטובת אופטימיזציה של מיקום מוצרים ועד שדרוג החוויה הכוללת של החנות כדי לשפר שביעות רצון (כמו למשל הטכנולוגיה של חברת Sightcorpe), שילוב והצלבה מול דאטה שמגיעה מהאונליין כגון מערוצי המדיה החברתית וכו', כל אלו ועוד רבים נוספים יאפשרו לקמעונאים לקבל החלטות עסקיות ושיווקיות חכמות ומדויקות יותר במטרה להתאים טוב יותר את הערך ללקוחות
- רשויות יוכלו לקבל דאטא לגבי תנועה, מקור הגעה, כוח קנייה, כניסות לחנויות, שימושים במרחב הציבורי וכו', כך שהמידע יוכל לסייע לרשות מקומית לנהל את המרחב המסחרי באופן מבוסס מידע

סינרגיה בין יישומי עיר-חכמה לבין המסחר העירוני



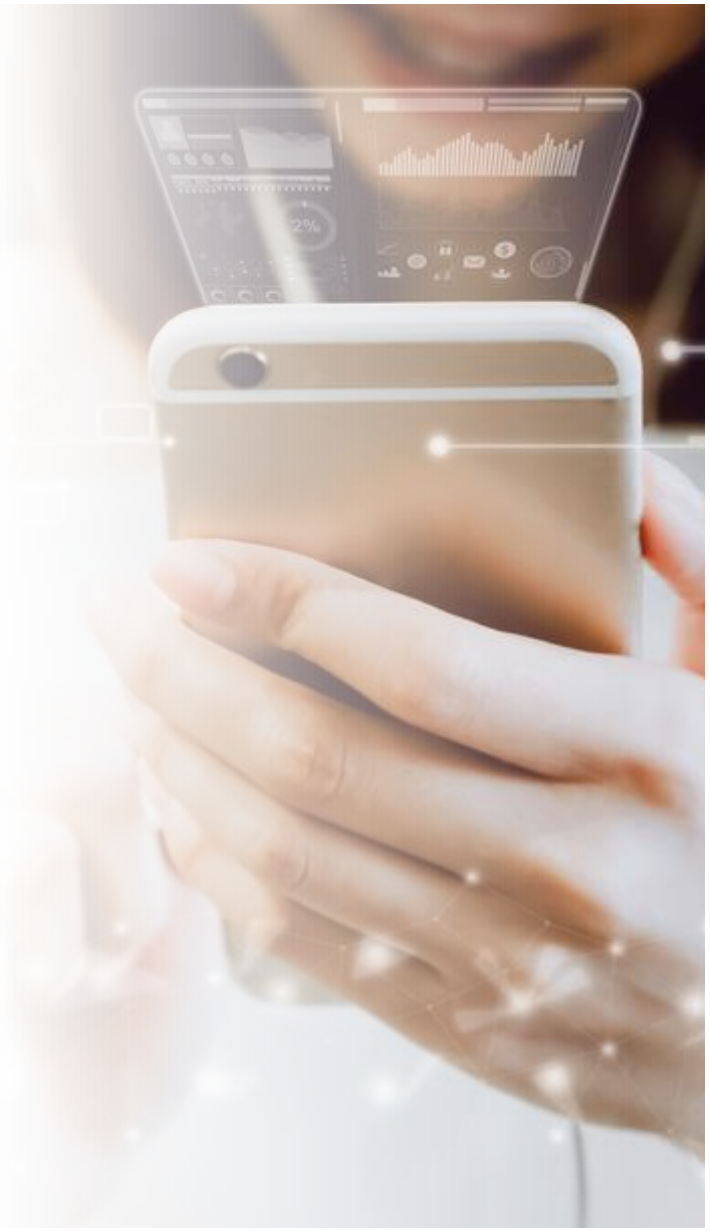
- בסינגפור, הרשות העירונית לפיתוח מחודש, הציבה חיישנים חכמים במרכזי קניות גדולים, בכדי לספק לציבור שירות חינמי בשם SpaceOut. מאפשר חיווי העומס של הלקוחות במרכזי המסחר השונים (כולל קניונים, סופרמרקטים גדולים) וכך 'לבזר' את הצפיפות ולסייע לצרכנים להגיע לחנויות הפחות עמוסות בזמן נתון (כולל שיקול בריאותי של הפחתת סיכוי הדבקה בקורונה)
- בעוד ערים נהפכות ליותר חכמות (מבוססות דאטה, חיישנים, יישומי IOT על גבי תשתיות עירוניות כמו פחי זבל, עמודי תאורה, מקומות חניה), יש מקום לחשיבה כיצד לייצר סינרגטיות טובה עם גופי המסחר העירוניים.

מקורות:
https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/infrastructure-options-for-the-future-of-cities
The city of Oakland, California, is already creating a virtual, direct-to-consumer microgrid—an example of this capability at work.
https://research.hktdc.com/en/article/NjQzODA1MzAy

מגמות העתיד "משנות את המודל המרכזי המסורתי
למודל של מסחר מבוזר

1. **המסחר מגיע אלינו**
2. **לא משנה היכן אנחנו גרים**
3. **תוך שתהליך הקנייה מתבזר לחלקים**

השינוי הזה מתאפשר הודות לדאטא על הרגלי הצריכה של צרכנים, יכולות שינוע ולוגיסטיקה מתקדמות, ופורמטים מגוונים של מסחר







המסחר הצרכני "מתפרק" מהמודל המסורתי שלו

- האקו סיסטם הטכנולוגי מאפשר "פירוק" של תהליכי הרכישה ל"חתיכות", כאשר כל "חתיכה" מנוהלת על ידי גורם אחר באופן אופטימלי
- תהליך "הפירוק" מתאפשר וגם בא לידי ביטוי בפירוק הרכישה לרכישות קטנות יותר (micro purchase) - עד כדי רכישה של מוצר אחד בכל פעם
- האינטרס של חברות הטכנולוגיה (big tech) הוא לשלוט על כל שרשרת הערך, על כל הדאטא הצרכני, ועל כל רכישה שמתבצעת
- כדי להשיג מטרה זו, המסחר "מתפרק" מהמודל המסורתי שלו: one size fits all, one stop shop ויציע הצעות ערך היפר-פרסונליות בכל פרמטר

השינוי הזה דורש תשתיות לוגיסטיות



- רשת הסופרמרקטים החדשנית HEMA / FRESH HIPPO מסין (בבעלות עלי-באבא)
- החנויות הן המרלו"ג גם לחנויות אחרות מחוץ לרשת (שותפים צד ג').
- מובטח משלוח מהיר של עד 30 דקות, אם היעד הוא ברדיוס של עד 3 ק"מ מהחנות
- לשם יעילות, סלי הקניות משונעים מעל ראשי הצרכנים בחנות
- החנויות הגדולות הן FULFILLMENT CENTERS



הסטארטאפ שיעזור לכם לקבל את המוצרים מהסופר תוך שעה

CommonSense Robotics הישראלית מפתחת טכנולוגיה המשלבת רובוטיקה ו-AI כדי לאפשר לקמעונאים לספק משלוחים תוך שעה על פי דרישה ללקוחות של מצרכים, תוך כדי שמירה על הרווחיות. החברה שואפת להקים מיקרו-מרכזי-ייצור (Micro-Fulfillment Centers), שישלבו בתוכם את היתרונות של מחסנים מקומיים (ולא מחוץ לעיר, כמו שנהוג כיום) ואוטומטיים, כדי לתמוך ולאפשר לקמעונאים לעמוד בדרישה ההולכת וגוברת למשלוחים On-Demand, ולנו – לצרכנים, לקבל את הרכיבים לארוחת הערב שלנו בתוך שעה ולא בתוך יממה.

החזון של אילון מאסק:

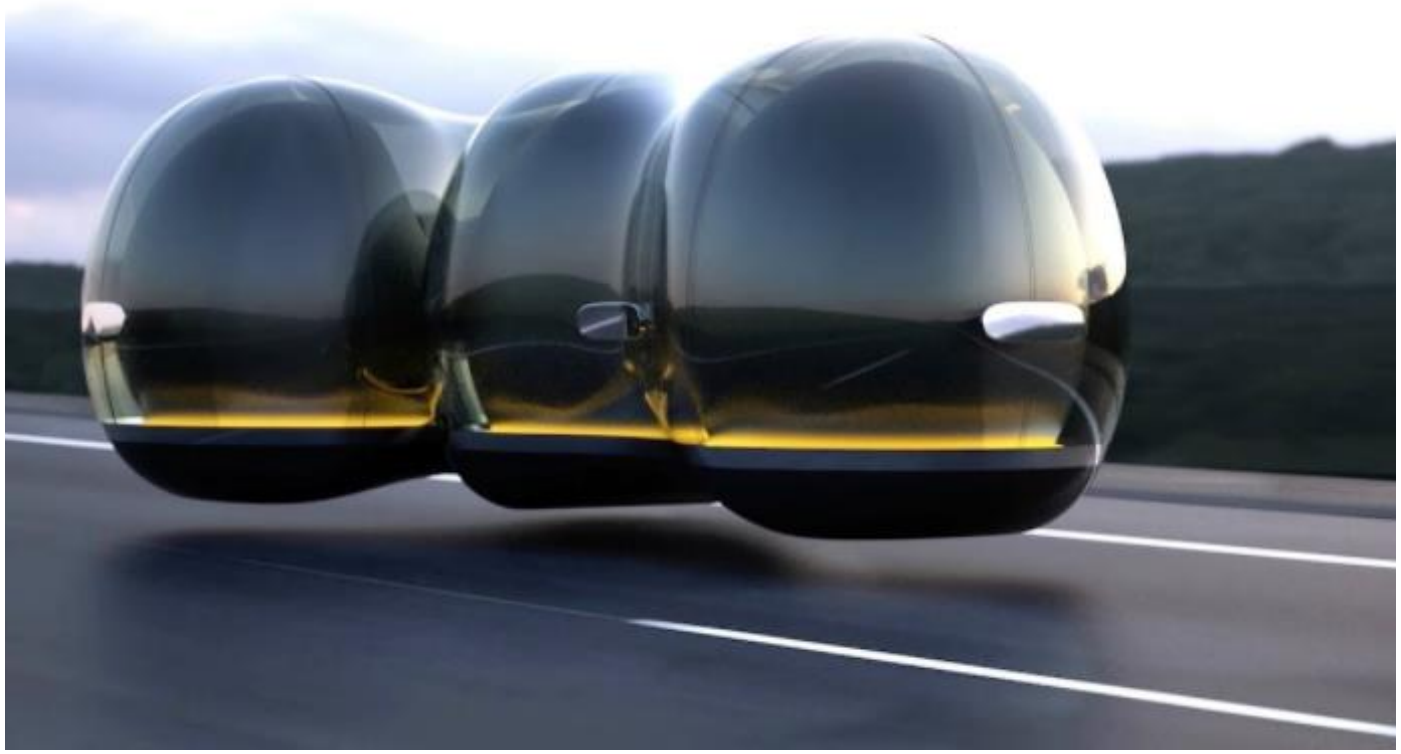
תחבורת 3 המימדים:
אוויר, קרקע ותת קרקע





מקור:
https://www.toptenz.net/10-transportation-methods-future.php
https://www.jobyaviation.com/

מגוון ערוצי תנועה ותחבורה חדשים ואוטונומיים, שישפיעו על המסחר ועל ההתנהגות האנושית בעיר



תחבורה ימית מתקדמת - עד לרמת צוללות אישיות ואוטונומיות



רכבים אוטונומיים למיניהם - כולל גרסאות אישיות ויעילות



היפר-לופ ותחבורה תחתית מהירה

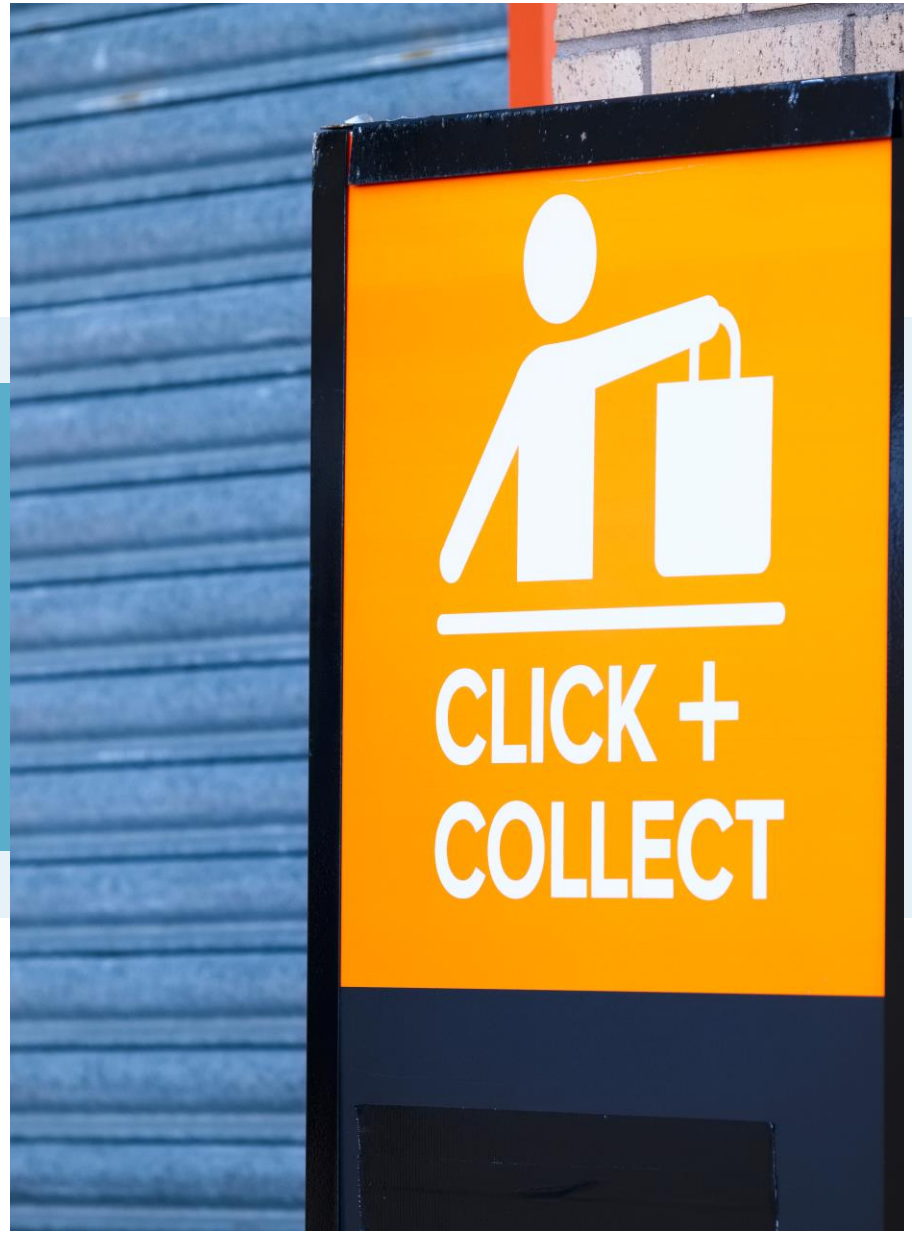


רחפנים וכלי רכב מעופפים

מקור:
https://www.toptenz.net/10-transportation-methods-future.php
https://www.jobyaviation.com/

סרטון: העולם ב-2050

הטכנולוגיה תאפשר אופציות מגוונות של איסוף click&collect ותצריך תשתיות, כגון: לוקרים לאיסוף עצמי, מנחתים, פירים והגעה עד הבית בכלים אוטונומיים



מקור:
https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/rebooting%20retail%20how%20technology%20will%20shape%20the%20future%20of%20retail/rebooting-retail-how-technology-will-shape-the-future-of-retail.pdf

מגמת ההיפר פרסונליזציה תמשיך לייצר
טיפולוגיות שונות של מסחר במונחים של
גודל, תכולה, שימושים ומרחבים

מאחר וחלקים מהמסחר יעברו תהליכי שינוע אוטומטיים וכו'...
החנויות הפיזיות יתקיימו במרחבים קטנים יותר

בנקים, חברות סלולר, רשתות מזון, כלבו, אופנה, ורשתות הסעדה בינ"ל

מתנסים כולם בפורמט של חנויות קטנות יותר בשטחן,
לעתים תוך התבססות רבה על שירות עצמי דיגיטלי

2020

איקאה תפתח 50 חנויות קטנות בערים

IKEA

01/11/2021

Ikea debuts new small store format

2021

בסט ביי בודקת אפשרות של חנויות קטנות ודיגיטליות

BEST BUY

מקור:
https://chainstoreage.com/ikea-debuts-new-small-store-format
https://footwearnews.com/2021/business/retail/small-format-stores-retail-1203103845/

חנויות קטנות, צוות רובוטי



צמצום שטחי החנות הפיזית והמעבר לשירות עצמי מלווה בירידה בכמות נותני השירות בחנויות, ועליה בכמות עובדי הבק-אופיס, בפרט בתחום האחסנה והשינוע של סחורות.
גם המוכרים שכן נשארים בחנות על מנת לתת שירות, ייעוץ ושכנוע – יהפכו בחלקם למוכרים רובוטיים (כפי שכבר קיים כיום בחנויות שונות ובמוסדות ציבור כמו בתי חולים, באזור אסיה – רובוטים אמונים על ניקיון, שירות לקוחות, אבטחה, תפעול, בידור לקוחות, ואפילו ייעוץ מקצועי

מקור: https://www.economist.com/special-report/2021/03/11/shop-assistants-and-the-retail-renaissance

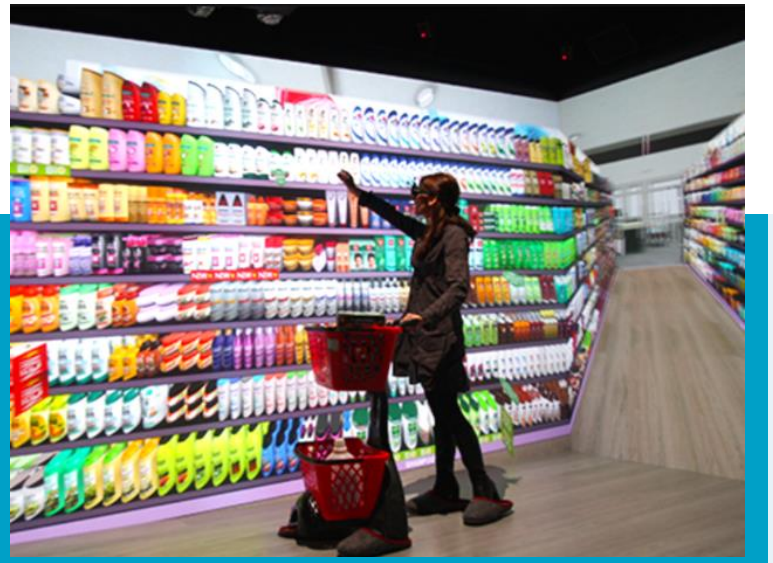


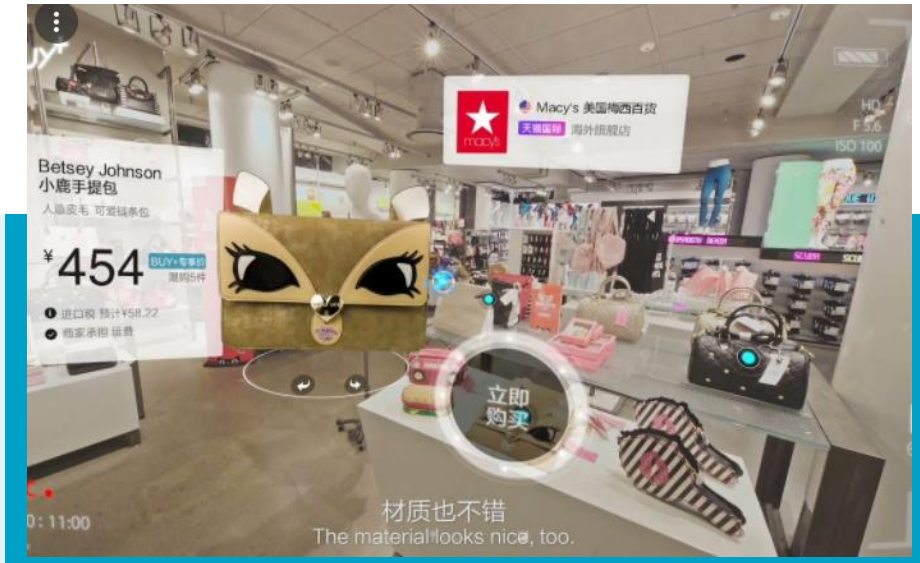
מטרתן של החנויות הקטנות היא לשמור
על נוכחות לוקאלית, להוריד עלויות של
שכר דירה בעידן שבו הריטייל כולו מתנהל
במציאות חסרת וודאות, אך גם לשמש
כעוגן למימוש אסטרטגיית ה"לאסט מייל" –
שהיא **דרמטית במונחים של**
תשתית אי-קומרס

מקור:
https://progressivegrocer.com/small-formats-big-future-retail
https://www.thenewstribune.com/news/business/article212205709.html
https://www.reflexsignholder.com/the-trend-for-smaller-stores-and-the-re-sizing-of-the-us-retail-space/

וירטואליזציה של המרחבים

שימוש בכל מרחב לטובת מיקסום תהליכי הקנייה:





חנות וירטואלית כחלופה לחנות פיזית - ניתן להסתובב בחנות 360 מעלות

רובד של דאטה המתווסף על גבי מוצרים פיזיים, בזכות VR

פרסומות 3D במרחב הציבורי

https://www.youtube.com/watch?v=S9zZbtzs_wI

מזה מספר שנים, בדרום-קוריאה וביפן ניתן למצוא 'חנות וירטואלית' בתחנות רכבת תחתית, היכן שהצפיפות לא מאפשרת לפתוח חנות אמיתית. מדובר על קיר ובו תמונות וסרטונים של מוצרים. סורקים ברקוד למוצר המבוקש, ומקבלים אותו בצד דרך מכונה אוטומטית או בשילוח מהיר עד הבית





בעידן של וירטואליזציה ושל 'כפילים דיגיטליים', יהיה ניתן לעשות דיגיטציה ו-וירטואליזציה לא רק למוכרים בחנות או לחנות עצמה, אלא לרחובות שלמים. יש לחשוב על חללים ומרחבים עירוניים אשר יוכלו 'לאחסן' או 'לארח' חוויות וירטואליות – 'במה' של הולוגרמות

"אג'יליות" של המרחבים

זמניות וגמישות של פורמטים

מבחינת עולם המסחר, חוסר הוודאות לגבי שינויים תכופים (בטעמו של הצרכן / בקרב מתחרים / בטרנדים / במצב הבריאותי הציבורי) יוביל ליותר פופ-אפים, חללי מסחר זמניים

חנויות פיזיות קבועות יאופיינו בציפייה להרבה מאד גמישות בעיצוב החנות - חללים דינאמיים אשר משתנים לפי צורך עסקי, תכליות ושימושים שונים / ע"פ עונה ומצב השוק, ומאפשרים לשנות במהירות סוג מוצר, קהל יעד וכדומה



https://www.voguebusiness.com/consumers/what-will-city-centres-look-like-post-covid



נראה יותר חנויות פיזיות אשר 'מארחות' בתוכן מותגים זמניים (חלקם ארטיזניים) בפורמט Store in Store, וחנויות עם ייעוד כפול או משולש (גם בית קפה, גם חנות בגדים, וגם ג'ימבורי לילדים). אך **בעיקר, נראה בעתיד יותר חנויות בעלות מבנה מודולארי המאפשר לשנות ייעוד במהירות**: פחות קירות קבועים וציוד כבד, ויותר מחיצות הזזה, ציוד קל לשינוע והחלפה. הגמישות תתבטא גם בריבוי חלופות תשלום וחלופות איסוף/משלוח מוצר.

מיקסום המרחב הוא לטובת חוויית קנייה, ולא טובת החזקת מלאים של מוצרים

https://www.stylus.com/shapeshifting-spaces-flexible-store-formats
https://retailanalysis.igd.com/presentations/presentation-viewer/t/post-coronavirus-covid-19-agile-and-flexible-store-formats/i/9776
https://retailanalysis.igd.com/Portals/1/Downloads/Post-Coronavirus-(COVID-19)-agile-and-flexible-store-formats.pdf
https://www.linkedin.com/pulse/need-flexible-approach-retail-space-qa-ilona-taillade/

רחובות גמישים

- גמישות ורב-שימושיות יאפיינו גם את המרחב הציבורי המסחרי עצמו – כבר כיום יש בעולם דוגמאות של חללים ציבוריים דו-שימושיים (לדוג': בבוקר שוק, בערב מתחם בילוי), אך דוגמאות אלו ילכו וישתכללו בסיוע טכנולוגי ותוך שימוש בתת-קרקע. לדוגמה: רחובות אשר הופכים למדרחובים בלחיצת כפתור, כולל צמתים מרומזרים אשר הופכים בשבתות לגני משחקים (עם רמזורים שיורדים לתת-קרקע, ומגלשות אשר עולות מהתת-קרקע)

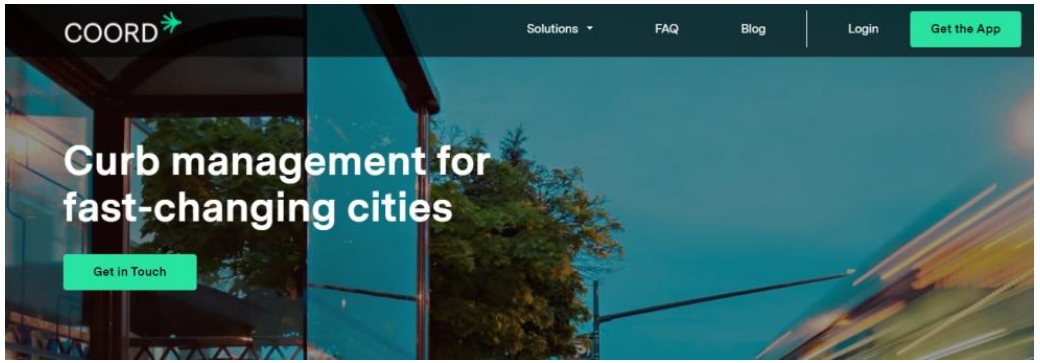


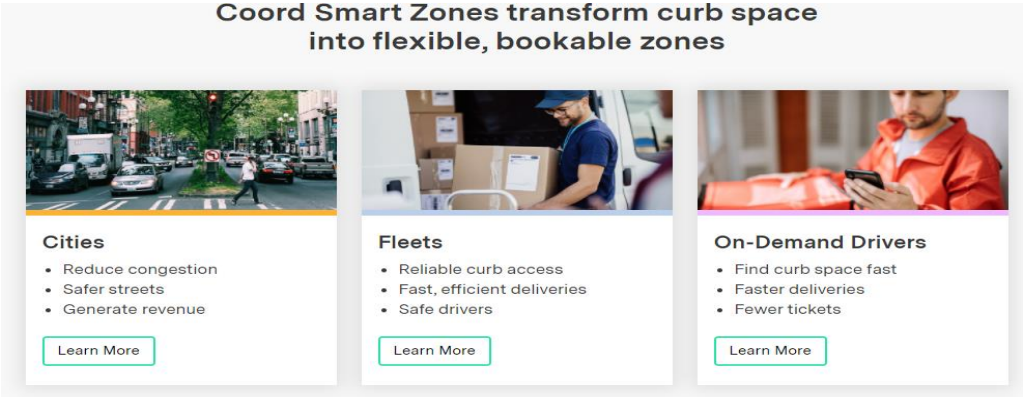
דוגמה של 'רחוב דינמי' / מדרכה חכמה –
ריצוף של פאנלים משושים
(עם חיבור חשמל מובנה)
מאפשר להתקין מגוון מתקנים שונים בקלות
באותו המקום:

רגע אחד יש פה רמזור,
רגע אחרי זה יש
מתקן שעשועים

https://www.nbcnews.com/mach/science/future-cities-visionary-sees-urban-areas-becoming-smarter-more-responsive-ncna980651
https://carloratti.com/project/the-dynamic-street/

רחובות גמישים





דוגמא:

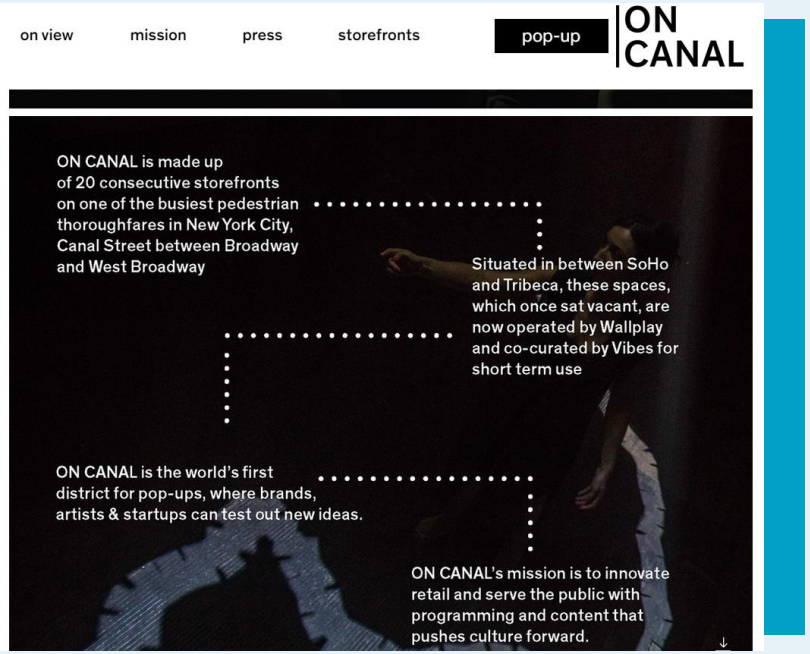
- מיזם COORD הוא סטארטאפ מבית SIDEWALK LABS (של גוגל, ששאפו לבנות בקנדה עיר חכמה).
- המיזם מאפשר שטחי חניה דינמיים, כאשר נהגים מקבלים עדכון באפליקציה האם שטח חניה עירוני זה מיועד לחניה בתשלום / חניה חינם / פריקה וטעינה של סחורה
- ייעוד השטח משתנה בהתאם לצרכים ולביקושים, וכך המדרכה הופכת לדינאמית, והחוויה נוחה ונגישה יותר לכל המעורבים (מערך התחבורה, תושבים, חנויות, נהגי שליחויות)
- כך גם בעתיד ביישומים המשפיעים על המסחר

מרחב מסחרי גמיש

בכדי להחיות את מרכז העיר, בצל קריסת הריטייל המקומי בתקופת הקורונה, עיריית סאן-חוזה בקליפורניה ביצעה (2021) פיילוט במסגרתו הסבה 12 חניות פנויות בחניון עירוני באזור דאון-טאון, לכדי חנויות פופ-אפ.

באופן דומה, עיריית ניו-יורק הסבה חנויות ריקות ב- Canal Street לכדי גלריות פופ-אפ זמניות (או חנויות להשכרה קצרת-טווח), באופן אשר תורם לטשטוש המראות של רחוב מדכא עם חנויות רבות סגורות, ובמקביל מושך לאזור קהל ומחייה את הרחובות דרך השילוב בין מסחר ותרבות





https://www.spur.org/news/2021-01-25/five-ideas-rebuilding-retail-post-pandemic-city
https://www.oncanal.nyc/

מגמות העתיד משנות את המודל הקבוע המסורתי:
עירוב השימושים ילך אל הקצה

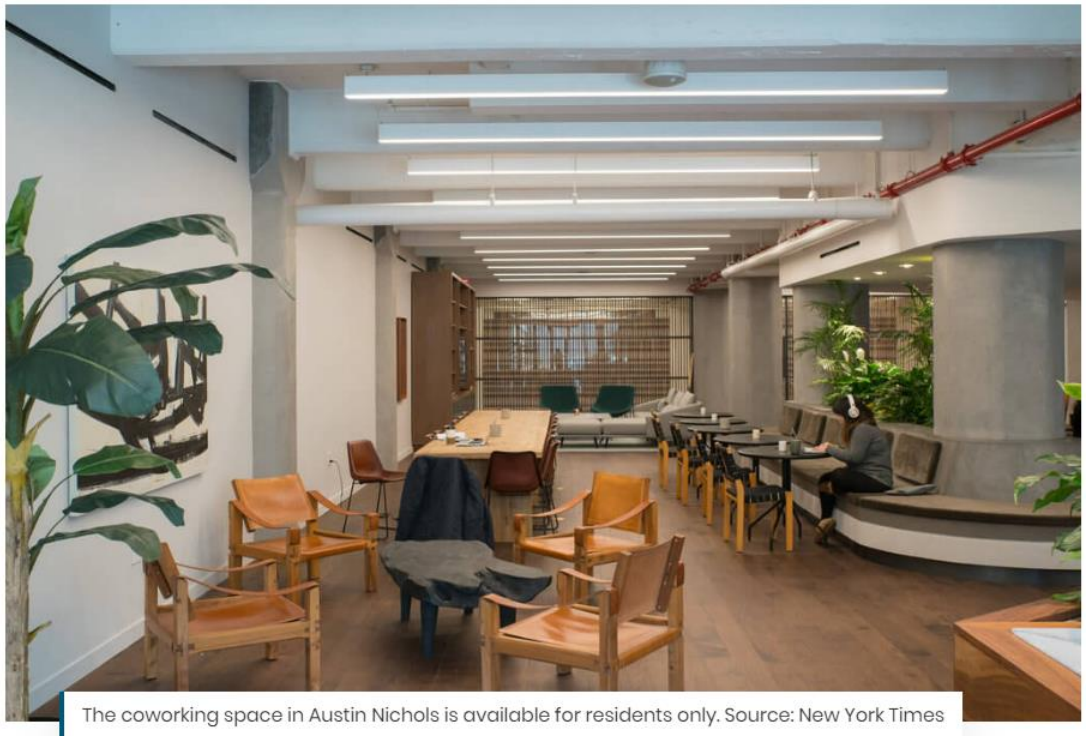
שילוב של דיור עם עבודה עם בידור עם אחסנה עם שירותים ומבני ציבור משולבים



עובדים מתוך בנייני המגורים

- נתונים מ-2018 לימדו כי מעל 5% מהאמריקאים עבדו בקביעות מהבית. מגמה זו **הלכה והתחזקה עוד לפני הקורונה והמשיכה להתחזק** - נוכח קשיי תחבורה, בעיות אקלים, עליה בכלכלת הפרילנסרים, ופתרונות דיגיטציה התומכים בעבודה מהבית
- משבר הקורונה והמעבר של ארגונים רבים לדפוס עבודה היברידי, הביא את העבודה הביתית למיינסטרים: סקר גאלופ (ינואר 2021) מצא כי 56% מהאמריקאים עובדים מביתם באופן חלקי או קבוע
- עם העלייה המתמשכת בהיקפי העבודה מהבית, נראה בעתיד יותר בנייני מגורים ודירות, אשר ערוכים לספק לדיירים מענה הולם: חללי עבודה משותפים בתוך הבניין / שכונה, או דירות (כולל דירות קטנות) אשר מתוכננות מראש עם חדר עבודה ייעודי - ייתכן כזה שהוא מאד קומפקטי (למשל עם שולחן מתקפל לתוך הקיר, בנישה הכוללת ארון מסמכים וחיבור לפטופ). זאת, לצד פתרונות מתאימים ברמת התקשורת, אבטחת המידע, וכדומה

Austin Nichols House – Brooklyn, New York



The coworking space in Austin Nichols is available for residents only. Source: New York Times

5 Apartment Buildings with Amazing Coworking Spaces

By Ben Putano | January 11, 2019 | Smart Apartments

https://remoters.net/remote-work-trends-future-insights/
https://s29814.pcdn.co/wp-content/uploads/2019/02/StateofIndependence-ResearchBrief-DigitalNomads.pdf
https://qz.com/work/1392302/more-than-5-of-americans-now-work-from-home-new-statistics-show/
https://homebase.ai/smart-apartments/5-apartment-buildings-with-amazing-coworking-spaces/
https://www.usnews.com/news/national-news/articles/2021-02-12/majority-of-americans-work-remotely-a-year-into-coronavirus-pandemic-poll-finds

עירוב שימושים גובר

מ- Central business district ל-Central social district



- על מנת להיאבק בתופעת התרוקנות מרכזי הערים ובפרט רובעי העסקים (בשל עבודה היברידית ומעבר מטות תאגידים מחוץ לעיר), ערים מסוימות החלו לדבר על מתווה של 'יום עבודה בדילוגים' – במקום יום עבודה מלא במשרד, העובד יבוא לכמה שעות למשרד העירוני, יעבור לחלל-העבודה השיתופי שבתוך הרובע, יעשה קצת קניות או כושר גופני, ואז שוב יחזור למשרד לשעה
- המבנים הארגוניים עצמם הופכים למקום יותר חווייתי וקהילתי, בעידן בו העבודה עצמה יכולה להיעשות מכל מקום
- במקביל, עיריות מסבות משרדים ריקים, לחללי מגורים (למרות האתגרים המובנים) – ובכך פותרות במכה אחת שתי בעיות: התרוקנות מרכז העיר, והיעדר דיור בר השגה

מקור: https://www.bloomberg.com/news/features/2021-05-14/the-post-pandemic-future-of-central-business-districts

שינויים בהרגלי העבודה = ניפוץ הפרדת השימושים באזורי תעסוקה

ריצ'רד פלורידה מזהה את השינוי שקורה ויקרה לאזורי תעסוקה ולפעילות העסקית בדומה לתהליך הדה-תיעוש בשנות ה-70 וה80 בארה"ב

- אזורי התעסוקה הננטשים יקבלו בסופו של דבר ייעודים חדשים ומשתנים בהתאם לרוח התקופה והטכנולוגיה
- עובדים מעוניינים לצאת מחוץ לבית, אבל לשמור על עבודה היברדית (משולב בית ומשרד)
- ביטול רעיון "ה-9:00 עד 17:00"
- **אזורי התעסוקה והמסחר שבתוכם יהפכו מקושרים ודינאמיים יותר, מקומות להחלפת ידע ומפגשים בין אנשים**



מקור:
https://www.provast.nl/en/project/tree-house/
https://www.bloomberg.com/news/features/2021-05-14/stcirtsid-ssenisub-lartnec-fo-erutuf-cimednap-tsop-eht

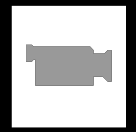
שינויים בהרגלי העבודה = מרכזים של מפגשים אנושיים וערבוב של כישרונות



- מה שמניע חדשנות ויזמות הוא לא צפיפות המשרות או המשרדים אלא צפיפות הכישרון - כישרון שיכול להתערבב ולהתערבב, ולשלב מחדש את הקסם של מפלס הרחוב
- משרד העתיד כבר אינו מקום אחד, אלא מתפשט בכל המרקם העירוני. אזור התעסוקה יהפוך להיות רשת של חללים ושירותים, שבהם יום העבודה מרגיש כמו טיול-עסקים מקומי, מאשר ישיבה במקום.
- המסחר יצטרך לתמוך באקוסיסטם דינאמי ומעורב, ולא רק "תומך תעסוקה ועובדים" – אנשים מתכננים לצאת ולהיפגש, לבלות במקומות עבודה משותפים, להיפגש בבתי קפה ומסעדות או שטחים ציבוריים בחוץ, להיות זמינים ומחוברים
- אזורי התעסוקה הם אלו שעתידים לעבור את השינוי הגדול ביותר בעיר בעתיד, ושם צריכה להיות התערבות עירונית משמעותית בתכנון כדי להפוך אותם לשכונות תוססות יותר

מקור:
https://www.provast.nl/en/project/tree-house/
https://www.bloomberg.com/news/features/2021-05-14/stcirtsid-ssenisub-lartnec-fo-erutuf-cimednap-tsop-eht

סרטון: עתיד אזורי התעסוקה



ההשפעות הטכנולוגיות על המסחר:
מגמות עיקריות

ממרכזי	למבוזר
מנוקשה	לגמיש
ממרחב אחד	לרשת רב ממדית
מגנרי	להיפר פרסונלי
מקבוע	לזמני


עתיד THE FUTURE
המסחר OF COMMERCE
אקטיבי



אקטיבי



פאסיבי

- יציאה אל המרחב המסחרי
- תשומת לב אקולוגית ומקיימת
- אינטראקציה חברתית/ קהילתית

"המילניאלס, באופן מיוחד, רוצים לצאת מהבית. לא רק משום שהם צעירים ורווקים ומלאי אנרגיה, אלא כי הם מתגוררים בדירות קטנות יותר, ועל פי רוב בערים, ואין להם הרבה מקום.
הם ישנים בדירה ומתקלחים שם, אבל הם לא מתעמלים שם, הם לא מבשלים שם, הם לא אוכלים שם"



נינה קמפלר, בעלת חברת Kampler Advisory לייעוץ קמעונאי בארה"ב



הצעירים:
כלכלה של חוויות

ההתנהלות של דור העתיד, מאופיינת בצריכה של שירותים וחוויות על פני צריכה של מוצרים, לרבות בתים ורכבים

השינוי הזה הוא תלוי מצב כלכלי (התאמות נוכח יוקר המחיה), ואימוץ השלכות השינויים הטכנולוגיים על החיים עצמם: מצד אחד, מיקסום הזדמנויות (נוודות וזמניות), ומצד שני, ניסיונות לפעול למען עולם טוב יותר: מבחינה אקולוגית וחברתית

אימוץ פלטפורמות שיתופיות, העדפה של מודלים של השכרה, תשלום פר שימוש, והימנעות מאגירת מוצרים



החללים המסחריים מבקשים לעודד מפגשים חברתיים ובילוי זמן

- קיר טיפוס בתוך סופרמרקט
- בית קפה קטן ו-'פרלמנט פנסיונרים קבוע' בסניף בנק
- דוכן לתיקון אופניים בתוך הקונדיטוריה השכונתית
- קיר וידיאו אינטראקטיבי למשחקים בתוך המשתלה
- סלון אירוח וספרייה בתוך המספרה
- פינות ילדים בתוך חנויות

כל מבקר מוצא מה לעשות בחנות - ואילו כל חנות רוצה שיבלו בה כמה שיותר זמן ו-'ירגישו בבית'

שימוש משותף ומנוהל בנכסים הציבוריים של השכונה

לכל אדם בעתיד תהיה אפליקציה ייעודית, שמהווה את מרכז החיים הפרטיים והשכונתיים

בעיר יהיו **חללים לשימוש משותף, שהשימוש בהם מנוהל דיגיטלית.** חללים אלה יהיו למשל:
הזמנה לחדר כושר, מקום בחלל עבודה המשותף של הבניין, חדר מייקרים, מבשלת בירה והגינה אורגנית



מקור:
https://www.urbanvillageproject.com/
https://www.nbcnews.com/mach/science/future-cities-visionary-sees-urban-areas-becoming-smarter-more-responsive-ncna980651

יותר קשר ושיתופיות בין הסוחרים לבין עצמם

תהליכים שיתופיים של קבלת החלטות, בקהילות חכמות



תהליכים דומים יתרחבו גם לגבי סוחרים

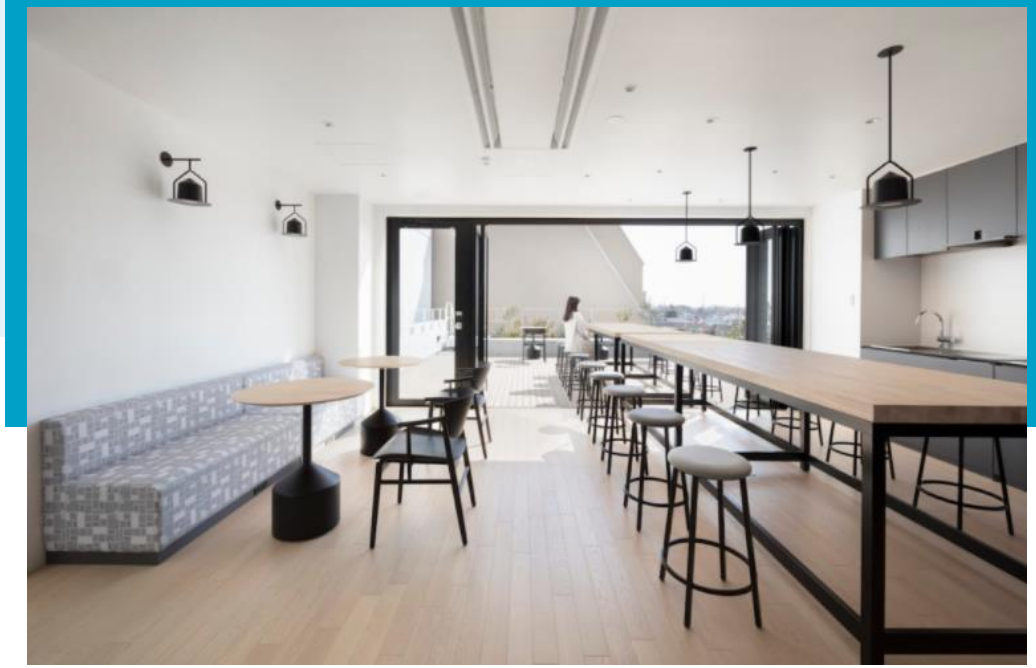
בזכות כלים דיגיטליים, סוחרים יהיו יותר מאוגדים, יותר מעודכנים – ויוכלו לנקוט בפעולה. לדוגמה: כל החנויות הרחוב נתון יוכלו לתרום דאטה / תעבורת קונים לדשבורד מרכזי, אשר יתריע כאשר אחוז הקונים ירד מתחת לסף ממוצע נתון. הסוחרים יקבלו החלטות באופן יותר שיתופי, ויפעלו יחד כקהילה חכמה אחת בעלת תרומה קולקטיבית



איגום משאבים לטובת כל הצדדים

- במקביל, נראה יותר בעלי עסקים שיעמידו לרשות הקהילה את משאביהם הבלתי מנוצלים (בשעות שהם לא פעילים כיום) לטובת שימושים נוספים
- לדוגמה, רשת קמעונאית יפנית הסבה (אפריל 2021) מספר מחסנים ריקים שהיו בבעלותה בשכונות מבוקשות בטוקיו, לכדי מתחמים של Co-Living עבור התושבים העירוניים. המתחמים צמודים לחנויות הרשת, וכוללים עשרות דירות-מיני (של חדר אחד)





מקור: https://de51gn.com/nendo-optimises-unused-tokyo-retail-store-space-by-converting-it-into-twin-purpose-shared-accommodation-for-urban-dwellers/

מסחר שכונתי מקיים הוא מצרך מתבקש בעידן של ניכור



בשונה מהניכור של האי-קומרס והזמינות (המקוונת) ממילא של הרשתות הגדולות, המרחב השכונתי יזמין לתוכו דווקא חנויות קטנות ופונקציונליות וחנויות חוויתיות וקהילתיות על חשבון רשתות הענק

נראה יותר חנויות מקומיות וקטנות, המייצגות יצרני Craft מומחים, המייצרים מוצרים בשיטות ידניות, ובהתאמה אישית גבוהה.
הביקור בחנות יהיה חווייתי יותר, למטרות בילוי, מפגש חברתי, סקרנות וחשיפה חושנית (מישוש, טעם, ריח) בעוד שאת הקניות נעשה לרוב בדיגיטל

מסחר עדיין מהווה עוגן קהילתי חשוב, תושבי השכונה יוצאים לחנויות השכונתיות כדי להתאוורר, להיפגש, ליהנות יחד. יש כעת מגמה כזו בארה"ב, דווקא בצל העליה בזינוק בסחר המקוון, שטחי מסחר שהיו מוזנחים הופכים מחדש לשטחי מפגש חברתיים, מטופחים ונעימים עם חנויות יפות

מסחר יותר ערכי ומקיים



- אנו רואים יותר ויותר מותגים אתיים, מבוססי ערכים, אשר מגלים אכפתיות, פועלים למען החברה וקהילה, וגם למען הפרט
- The Good Bank– כמשל, לא דואגים רק לבצע את הנחיות הלקוח, אלא ממלאים צעד אקטיבי בשיפור הוולנס הפיננסי והכללי שלו
- הדבר מתבטא גם בקמעונאות הקלאסית, החותרת לצמצם פגיעה בסביבה, לייצר חיבורים קהילתיים חדשים, ולהפיק מכך ערך חברתי ועסקי במקביל



Business Positive

IKEA sustainability ambitions for 2030

Inspire and enable more than 1 billion people to live a better everyday life within the boundaries of the planet

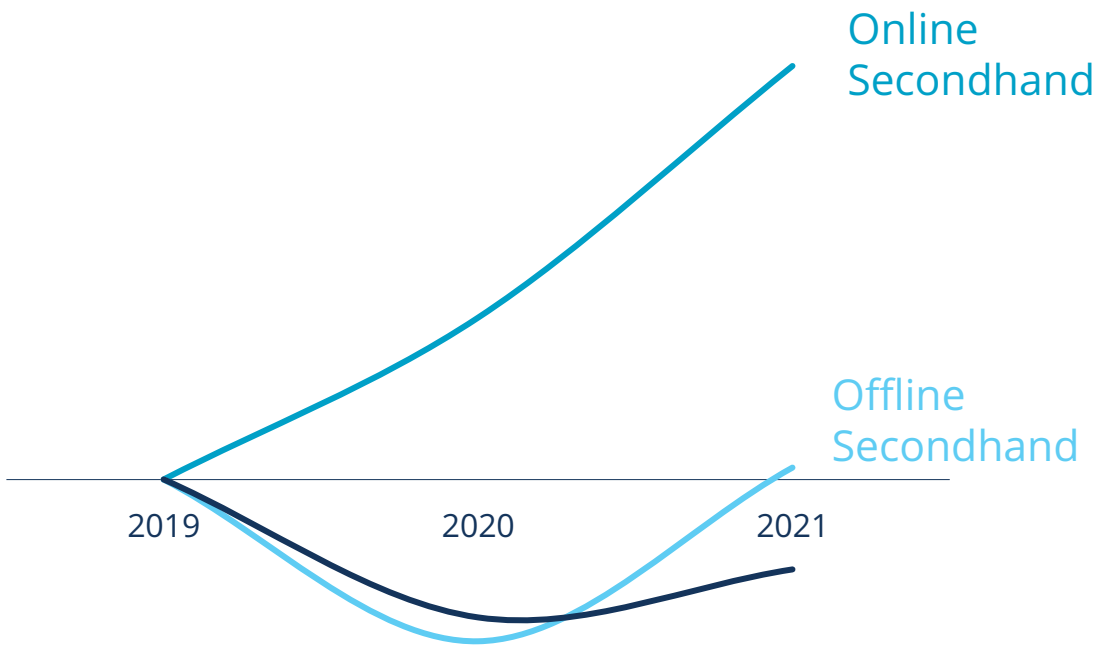
Become circular and climate positive, and regenerate resources while growing the IKEA business

Create a positive social impact for everyone across the IKEA value chain





- מותגים קמעונאיים שונים החלו למכור סחורה פגומה, אשר בעבר הייתה מושלכת לפח
- תחום הכלכלה-המעגלית משגשג עם ריבוי חנויות יד-2, כולל מותגים קמעונאיים מובילים שפתחו בארה"ב חנויות יד-2 למוצריהן



מקור: https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/nef-spotlight-the-path-forward-for-retails-sustainable-future
https://www.trendhunter.com/trends/worn-wear-store
https://www.lsureveille.com/news/the-shift-to-thrift-resale-market-and-thrift-shopping-poses-reward-for-consumers-and-the/article_1d8b0102-cf97-11eb-b27f-3f46296768f5.html

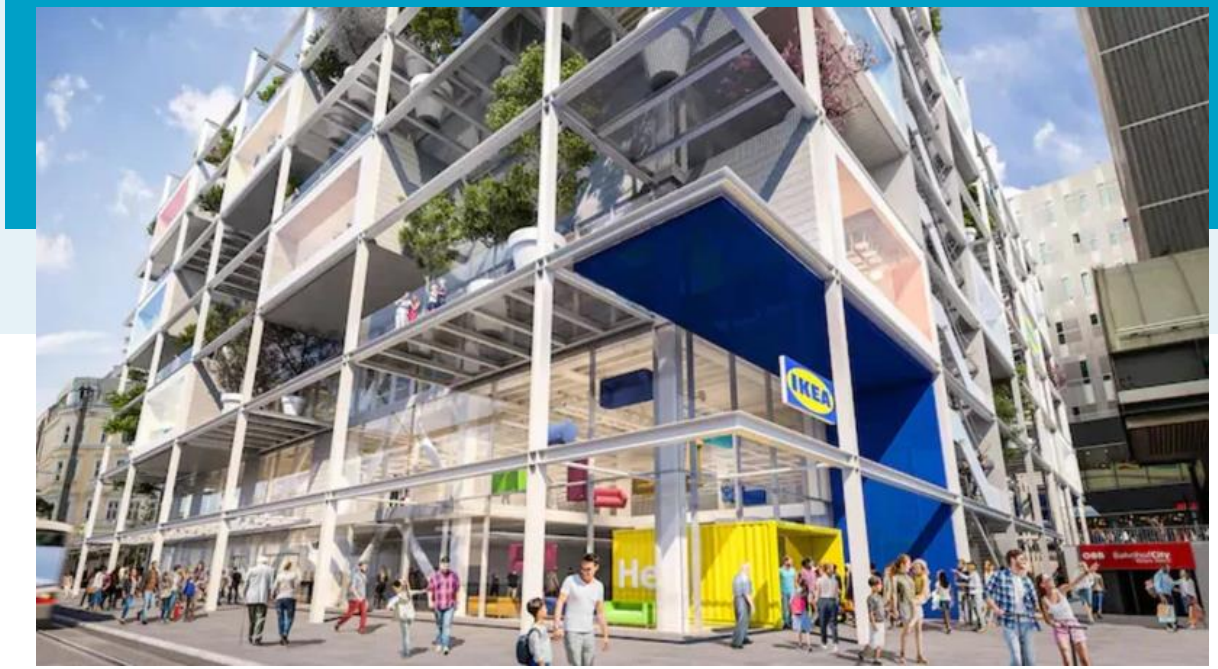
מסחר יותר ערכי ומקיים



- העיר הדנית רוסקלייד, סמוך לקופנהגן, מקיימת כלכלה מעגלית ברובע שנקרא מוסיקון - בה כל הבניה בשטח הציבורי מבוצעת דרך מיחזור חומרי בניין ישנים, ובפרט בטון.
- המהלך בחלקו במימון מיזם בשם CITYLOOPS של האיחוד האירופי, שמעודד כלכלה מעגלית.
- בהקשר זה נבנה גם חניון לרכבים, שהוא גם בתפקיד כפול בתור מסלול פארקור (קפיצות אסטרים) וכולו מבטון ממוחזר.
- נדבך אחר הוא של 'בנקים' או 'שווקים' בהם העירייה שומרת חומרים שהושלכו, וניתן לעשות בהם שימוש חוזר - ואז מי שרוצה יכול להגיע ולקחת.
- העירייה מחייבת את קבלני הבניין לעבוד עם חומרים ממוחזרים.

בניה יותר ירוקה ואחראית





- איקאה השבדית מקימה כיום בוינה סניף עירוני חדש וגדול, המעוצב כמו כוננית ספרים גדולה.
- זהו סניף ירוק ובו כ-160 עצים בתוך הבניין ועל הגג.
- הסניף בנוי ללא חניה כלל בניגוש למודל העסקי המסורתי של איקאה. מותאם לקהל עירוני המגיע ברגל או באופניים בלבד ואוסף את המוצרים אך ורק במשלוחים

מקור: https://www.designboom.com/architecture/ikea-city-store-vienna-green-facade-no-car-parking-01-16-2020/



בניה יותר ירוקה ואחראית

חנויות דגל של רשתות ומותגים ידועים, הופכות כבר כיום לחנויות הרבה יותר ירוקות.

מותגים כמו פטגוניה, סטלה מקארתני ואחרים מאמצים תקנים של בנייה ירוקה, שימוש באנרגיה סולארית על גג החנות, מערכות מתקדמות לאוורור וסינון אוויר בחנות, שימוש מרובה בחומרים מתכלים כמו עץ ונייר (במקום פלסטיק), ועוד – במה שעשוי לזלוג גם לחנויות של שחקנים קטנים יותר, נוכח ציפיות הלקוחות

השכונה העירונית הופכת ל"כפר עירוני"

Urban Village Project

A new way of living together

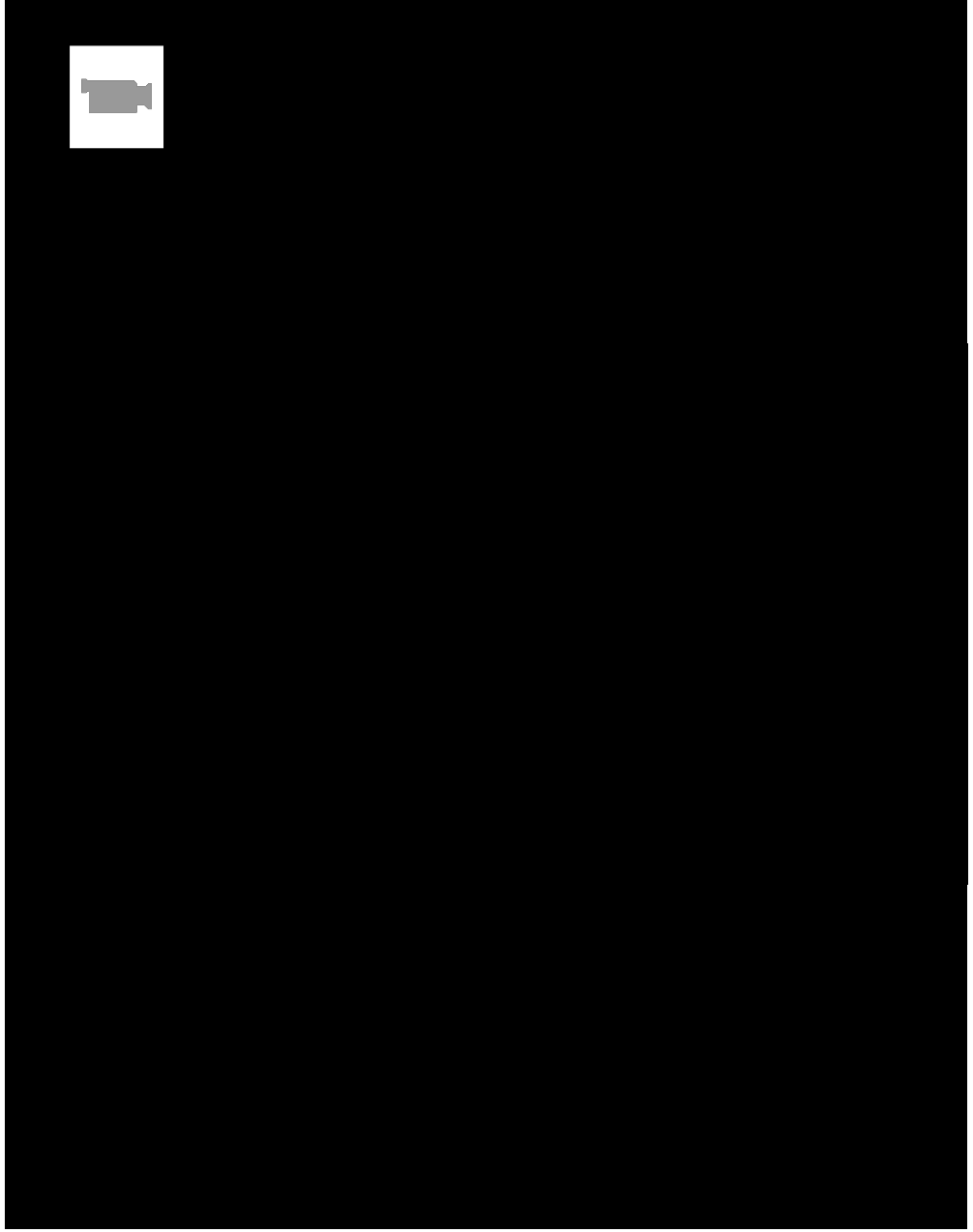


- סממנים כפריים במרחב המסחר העירוני, כדוגמא בחזון המגורים העתידי של איקאה
- לחזון קוראים Urban Village- הכפר מסמל לייפסטייל ירוק, אינטימי וקהילתי מאד, כשמסחר הוא נדבך מרכזי בהוויה העירונית-חברתית-קהילתית

מקור: https://www.urbanvillageproject.com/



מרחב מסחרי שכונתי אף הוא מדמה 'כפר' - פתוח, ירוק, שיתופי, קהילתי



מפנים את "המפגעים" מקומת הקרקע

- בערב הסעודית, מוקם פרויקט גרנדיוזי של עיר חדשנית במתווה ליניארי – עיר 'ירוקה' באורך 100 מייל (170 ק"מ), אשר כולה ללא רכבים וללא כבישים. לפי החזון, כל תושב מקרב מיליון תושבי העיר, יגור במרחק 5 דקות הליכה מכל מה שנחוץ לקיומו – במתכונת של שכונות קטנות ומחוברות זו לזו ברצף
- הדבר יתאפשר בזכות מתווה תת-קרקעי ייחודי הכולל שתי שכבות: שכבה אחת של תשתיות תפעוליות, ומתחתיה שכבת תחבורה חכמה (רכבים אוטונומיים, רכבות תחתיות) – נסיעה מקצה אחד של העיר למשנהו תארך 20 דקות בלבד
- העיר, אשר תחצה את ערב הסעודית באזור מחוז NEOM, תהיה גם עיר חכמה המבוססת מאד על AI ומינוף משמעותי יותר של דאטה התושבים



המסחר המקומי:

איכות חיים מסוג חדש

- מתערבב ומטשטש את הגבולות המוכרים
- גמיש, דינמי ומשתנה
- ירוק, מקיים וקהילתי (כפר בתוך העיר)
- מנגיש מרחבים חווייתים וחברתיים

מחזקים את הלוקאליות

- כדי לא להיות תלויים בשרשרת הייצור הגלובלית
- פקק הולך וגובר של ההובלה הימית
- זיהום כבד והשלכות סביבתיות על משבר האקלים
- איכות, טריות, וודאות לגבי המוצר הנרכש, כמו גם תמיכה בכלכלה המקומית כחלק מאג'נדות לאומיות ועירוניות
- פגיעה בזכויות עובדים במדינות עולם שלישי



מקור בין היתר: https://intelligence.wundermanthompson.com/2021/04/deglobalizing-retail/

חוויות קהילתיות בתוך שטחי מסחר



- חברת עיצוב הולנדית מתכננת לבצע מהפך בקניון עירוני כושל בעיר איינדהובן – ולהפוך אותו למוקד של קיימות וקהילתיות. במבנה הבטון המסוגר ייפתחו חללי מעבר גדולים וירוקים, אשר יובילו בשבילי הליכה לפארק ירוק, שיקיף את המרחב ואת הרחובות הסמוכים
- תקרת הקניון תיפרץ ותיווצר בה מעין פירמידת זכוכית – אייקון עירוני חדש עם מרפסת תצפית מרהיבה שתמשוך מבקרים רבים.
- במקום להוות רק חלל לקניות, המרכז החדש שואף להפוך לכדי 'סלון עירוני' אליו יגיעו אנשים גם לנוח או לעבוד – תוך הוספת חללי עבודה משותפים, פינות ישיבה שקטות, וגינה עירונית שיתופית על גג המתחם



"עיר טובה, היא כמו מסיבה –
אנשים נשארים יותר ממה שהם צריכים"
Jan Gehl



- גם הקניון המסורתי והמרכז המסחרי משנה ממד והופך להיות מרחב פתוח, מחובר, נגיש, קהילתי, גמיש לשינויים, ורב שימושים
- מחבר רגשית את תושבי הסביבה ומקנה חוויה רגשית וזירה של החלפת רעיונות, שירותים ומוצרים
- עיצוב ותכנון המרכז המסחרי כחלק מתוכנית אזורית/שכונתית רחבה יותר
- נבנה על טהרת הקיימות כחלק מתפיסות עירוניות רחבות יותר

מקניון למרחב עירוני חדשני, מקיים ומחובר



Westfield 2028

מקור: https://intelligence.wundermanthompson.com/2018/06/enlightening-retail/



מקור: https://fashionunited.uk/news/retail/westfield-unveils-the-future-of-retail-destination-2028/2018060430007

עתיד המסחר THE FUTURE OF COMMERCE

נקודות מסכמות



פאסיבי

- המסחר מגיע אליי (אוטומטי)
- חוסר תשומת לב: קומודיטיזציה
- מינימום אינטראקציה אנושית



אקטיבי

- יציאה אל המרחב המסחרי
- תשומת לב אקולוגית ומקיימת
- אינטראקציה חברתית/ קהילתית

השפעות עתידיות על המסחר: מגמות עיקריות





אקטיבי

- מפונקציונלי → לחווייתי
- מגלובלי → ללוקאלי
- מאינדיווידואליות → לקהילה

פאסיבי

- ממרחב אחד → לרשת רב ממדית
- מהקבוע → לזמני
- מנוקשה → לגמיש

- מגנרי → להיפר פרסונלי
- ממרכזי → למבוזר

השלכות אפשריות על תכנון המסחר

- קיימים מגוון תרחישים עתידיים אפשריים בעלי השלכות ממשיות על המסחר והמרחב העירוני
- כדי להיערך לשינויים, נדרש לתכנן ולנהל תשתית גמישה, באזורים שונים ועבור קהלי יעד משתנים
- העירייה תשמש Enabler -(גורם מאפשר ומכוון) ותיתן מענה להיבטים "הפאסיבי"ו"האקטיבי" כדי לתכנן מסחר המממש ומקיים את הפוטנציאל, באופן עמיד בר קיימא

פאסיבי

הגדרת היבטים תכנוניים ותשתיתיים בתהליכי אחסנה-הפצה-מכירה, המאפשרים התפתחות של מסחר פאסיבי עם פגיעה מינימלית בחיי העיר והתמודדות עם מטרדים, לצד מסחר אקטיבי

אקטיבי

המודל של "עיר רבת מרכזים" (מתוך חזון העיר) יתחבר להגדרת החוויה והזהות של כל מרחב מסחרי בעיר, ותינתן לו התשתית התכנונית והניהולית בכדי להיות פעיל ובר קיימא

build.

making places
for people.

bld.co.il