

42



נדל"ן
http://realestate.themarker.com

"הגידול בשטחי המסחר לא הגיוני"

דו"ח של חברת הייעוץ צ'מנסקי בן שחר מגלה כי בעשור החולף נוספו בישראל 2 מיליון מ"ר של שטחי מסחר. בחברה טוענים כי מדובר ב"גידול חסר פרופורציות" ביחס ליכולות הצרכנים ולמספרם, ומזהירים מפילה של כמה מרשתות השיווק בעתיד. הגידול המהיר ביותר נרשם במחוז הצפון ובתל אביב, והאטי ביותר – בירושלים

מאת דר סמואל קיי

מאזן בין קצב גידול האוכלוסייה לגידול במסחר.

אם מפלחים את הנתונים לרמת המזון ורלא מזון" נאופנה, בני קפה וכדומה) עולה כי תחום המזון, שהביא לפיתוח מואצת של סופר-מרקטים חדשים, הוא שנים לעליה בשטח המסחר. כך למשל תחום הלא מזון צמח במחוז תל אביב ב-5% בעשור האחרון, ולעומת זאת תחום המזון צמח ב-33% ובמחוז ירושלים נרשמה ירידה בפיתוח שטחי מסחר מסוג לא מזון של כ-9%, לעומת עלייה של כ-33% בשטחי המזון.

«עשור של סופרמרקטים» – כך מסממת חברת הייעוץ צ'מנסקי בן שחר את העשור האחרון. ממסקנות דו"ח לרפורם העשור שרציחה החברה עולה כי הגידול בשטחי המסחר בשנים האחרונות נר בע במידה רבה מתוספת שטחי סופרמרקטים, בתוצאה מהותית הקשה שבין הישתות הוותיקות לבין עצמן ולבניית רשתות חדשות לנכח.

בנוסף כותבי הדו"ח מזהירים כי מדובר בגידול חסר פרופורציות בין חס ליכולות הכלכליות של הצרכנים, וכי הדבר עלול לגרום לבעיות מסוימות לרשתות השיווק.

בעשור האחרון נוספו כ-40 אלף משקי בית חדשים, ולעומת זאת הוקמו כממוצע שטחי מסחר על כ-210 אלף מ"ר. במחוזות חיפה והצפון נרשמה התוספת המשמעותית של שטחי מסחר ביחס לאוכלוסייה. במחוז חיפה נוספו על כל משק בית 3.2 מ"ר של מסחר, במחוז הצפון 2.5 מ"ר ובמחוז תל אביב 2.2 מ"ר. בירושלים היה הגידול הנמוך ביותר – תוספת של 1.3 מ"ר לכל משק בית חדש. חס כמעט

שטחי מסחר למשק בית מ"ר



מקור: צ'מנסקי בן שחר

"הרשתות הפרטיות ייצאו את עצמן"

הגידול בפריפריה נובע מהזדקקות שנוצרה באזורים אלה לאורך השנים בתוצאה ממייעט בנייה של שטחי מסחר, ולעומת ריבוי הבנייה במרכז בעבר, ובנוסף – הרוויחה והתחזרה הגדולה בין הקניונים, מרכזי הקניות השכונתיים והמפאזורים מסוגים במחוזות תל אביב והמרכז ומיעוט הקרקעות לעומת הפריפריה, שעליותם ניתנו לפתח פרויקטים חדשים. "הגורם שהוסיף לגידול היה ההתפתחות של הרשתות הפ"

רטיית כמו חצי חינם, כמעט לזמן רב לוי", מסביר המדיר בן שחר מצ'מנסקי בן שחר. "הזרדות האלה פתחו עשרות סניפים, הן השתלשלו והתחזקו והן לרעתי מיצה את עצמן, כלומר, יש מספיק מ"ר לכל משק בית. מספר המספרים שנוצרו בסניפים גורל כהרבה מהגידול בשכר ובכוח הקנייה, מה שצפוי להביא לפילה של רשתות נוספות בעשור הבא – כמו שיהיה עם קלאב מרקס בעשור האחרון נוספו יותר מ-2 מיליון מ"ר, ובממוצע של כ"ר

שך קנייה מרובך בכנייה של כ-5 מ"ר מסחרי לכל משק בית שנוסף. כ-2000 לכל משק בית היה כ-3.2 מ"ר מסחרי כיום יש כ-3.6 מ"ר. את נתונים אלה אינם מעידים בהכרח על התייעשות הרשתות הקמעוניות. בגלל הריבוי בשטחי מסחר ירד הפיריון למ"ר, כלומר ההכנסה שהרשתות כבש בעשור האחרון, כ-10% בעשור האחרון, וכמה הוציאו הצרכנים ב"ש תחת כ-2000 הוציאו משקי הבית על תוצרות קמעוניות כ-6.8 מ"ר ליארד שקל וב-2010 עלתה ההוצאה כיום 66 אגורות."

לכ-8.8 מיליארד שקל. הנתונים מתעצפים, שכן בתחילת המספר משקי הבית מרובך בירידה בהוצאה המשפחתית החדשה הממוצעת כ-3,600 שקל ל-3,250 שקל. מפילוח כושר הקנייה לפי תחום מים עולה כי כוח הקנייה נחלש בכ-1-33% ו-20% בהתאמה במחוז הבעייתי בקנה הסופרמרקטים, טוען בן שחר. "משמעות הירידה בכוח הקנייה בחיפה היא שכל מ"ר שבתחילת העשור הניב שקל, מגיב כיום 66 אגורות."