

צילום: אריאל שטרן

מרכז מרום נווה ברמת גן



שמחי מסחר מתחת לבית הופכים להיט נדליני

המרכזים השכונתיים במגרש של הגדולים

בתוך ארבע השנים הקרובות צפוי זינוק של 37% במספר המרכזים השכונתיים שייבנו בארץ, כך עולה מסקירה של חברת צ'ימנסקי בן שחר. התשוואות הגבוהות על ההשקעה כבר מושכות את חברות הנדל"ן הגדולות, ביניהן גזית גלוב ודלק נדל"ן

שירלי ששורנר

ברות הנדל"ן הגדולות גילו את תירונית המרכזים השכונתיים והן נכנסות להשקיע מסוג זה בכל הכוח, כך עולה מסקירת הנדל"ן המסחרי שערך כה חברת הייעוץ הכלכלי צ'מנסקי בן שחר. לפי הסקירה, מתוך 131 מרכזים מסחריים המתוכננים בשנים הקרובות, 37% מרכזים ייבנו במרכזים שכונתיים – נתח של 28%. מדובר בינוק של

37% בהשוואה לנתח שתופסים המרכזים השכונתיים כיום. מהסקירה עולה כי קרקעות לבניית מרכזים מסחריים והפכות לאטרקטיביות יותר בשנים האחרונות מכיוון שכוח הקנייה של המרכזים מתחזק. בין החברות הגדולות שכבר נכנסו לתחום ניתן למצוא את גזית גלוב, שבבעלותה מרכז G בתל אביב בשכונת פארק צמרת; חברת דלק נדל"ן בשכונת קריית השרון בנת"י; וחברת גנים בשכונת רמת הנשיא בירושלים. החברות קרטו והרובינ, הממויינות במרכזים מסחריים שכונתיים כש

נוגסים מהקניונים השכירות במרכזים השכונתיים כבר מתקרבת לקניונים הגדולים

- 1. מרכז המושבה גדרה**
דמי שכירות: 80-100 שקל למ"ר
דמי שכירות בקניון רחובות הסמוך: 154 שקל למ"ר
- 2. מרכז שכונתי שהם**
דמי שכירות: 100-250 שקל למ"ר
דמי שכירות במחוז אירפורט סיטי הסמוך: 131 שקל למ"ר
- 3. מרכז שכונתי כפר גנים**
דמי שכירות: 150-175 שקל למ"ר
דמי שכירות בקניון הגדול בפתח תקווה הסמוך: 162 שקל למ"ר
- 4. מרכז מרום נווה ברמת גן**
דמי שכירות: 150-180 שקל למ"ר
דמי שכירות בקניון גבעתיים הסמוך: 234 שקל למ"ר

של מרכז מסחרי והם המושכים את כוח הקנייה המרכזי, אומר תמיר בן שחר, מנכ"ל חברת הייעוץ הכלכלי צ'מנסקי בן שחר. לדבריו, תכנון נכון של מרכז מסחרי כולל 30% מהשטח המוקדצה למופרמקט; 30% לרשתות פארם, חנויות ספרים או אופנה; 30% לשידרור תים כמו בנקים, מספרות, ומבטאות; ו-10% למסעדות ובתי קפה.

דמי השכירות מחקרבים לקניונים

מהסקירה עולה כי דמי השכירות במרכזים המסחריים המצליחים גבוהים באופן יחסי למרכזים מסחריים ותיקים שאינם בניינים ומנהלים נכון. כך למשל, במרכז השכונתי בשכונת גילה דמי השכירות עומדים על 40-50 שקל למ"ר, לרבות כוח קנייה גדול המבקש את המרכז שמגיע לכ-29 אלף תושביים. לעומת זאת, דמי השכירות במרכזי שוהם עומדים על 100-150 שקל למ"ר בקומה הראשונה. דמי השכירות במרכזי כפר גנים נעים בין 150 ל-175 שקל למ"ר לחודש. אם משווים את דמי השכירות למחירים בקניון הגדול של פתח תקווה שנמכרת בסמיכות לשכונת, הנעים סביב 162 שקל למ"ר, מגלים שמדובר בפער קטן בלבד.

בן שחר מסביר כי הרווחים מבניינים כיום שהתשוואות במרכזים השכונתיים הוצגות בקלות את רף ה-5%, והם מופקדים שים קרקעות בשכונות חדשות וגם מרכזים חקיקים שניתן לשרד ולהעלות את ערך הנדל"ן בהם. "בנייה של מרכז שכונתי וזולה יותר מבנייה של קניון יש בדרך כלל מרכזי במבנה פתוח אם קרבים נים קרקע 5,000 שקל למ"ר ובונים בערך 5,000 שקל למ"ר, אני צריך דמי שכירות שנתיים של 1,500 שקל למ"ר כדי להיצר תשואה של 5%." מדרי בר דמי שכירות של 125 שקל למ"ר לחודש, והאפשרי ברמת המזרחיים של היום כדי לאפשר לי לפתח מרכז מסחרי חדש ומוצלח".

בן שחר מוסיף שכדי להשלים את המשוואה הוו לייצור רווחים נאים על הרווח לבורוך כי כוח הקנייה מסביב הוא גדול מספיק. "על כל 1,000 מ"ר שיום

בה גם מרכזים לא מצליחים. בבדיקה שנערכה בארבעה מרכזים שכונתיים גדולים ומצליחים בארץ שבהם דמי השכירות נעים בין 150 ל-200 שקל למ"ר בנמצאע ניתן לראות עלייה בשיעור השטחים המשמשים לתחנות אופנה, לעומת ירידה בשטחים המשמשים את רשתות המזון. "במרכזים אלה יש סופרמרקטים הקיימים בסמיכות למרכזים או שהמרכז הוא גרול ולכן שטח הסופרמרקט קטן באופן יחסי. עם זאת, איתנו עדיין מהיום המופרמקטים הם העוגן המרכזי



תמיר בן שחר, "התניה קריטית להצלחה"

השכונה במרכז

התפלגות המרכזים המסחריים שיוכלסו בארבע השנים הקרובות



בנפת הוא צריך לוודא שיש מסביבו לפחות 1,200 משקי בית", הוא אומר.

הנוסחה: חנות פארם, בנק וחניה

לפי הסקירה יש מאפיינים שניתן למצוא בכל המרכזים השכונתיים הניצליחים. המשאנה הראשון שעולה מבידוק המרכזים השכונתיים הוא המיקום. לדברי בן שחר, המיקום על ציר ראשי חשוב לנרדול המרכז. מיקום בקרבת משקי בית רבים ככל הניתן המגיעים ממעמד סוציאקונומי בינוני גבוה ומעלה, תורם רבות להצלחת המרכז. לסוגיית המיקום נוסף גם נושא החניה שהוא הקריטי ביותר להבין בן שחר. "כדי שהגישות תהיה מיטבית, המרכז צריך לספק מספר מספיק של מקומות חניה שיאפשרו חוויית קנייה של 'חנה, קנה וסע', ובאופן מדויק יותר: לא פחות ממקום חניה על כל 30 מ"ר מסחרי", הוא מסביר.

הנוסחה של צ'מנסקי בן שחר היא כי מרכז שכונתי מצליח מאפשר לתושבי השכונה להגיע אליו בתוך 5-8 דקות נסיעה כולל חיפוש החניה. נושא נוסף שיש להתייחס אליו הוא כמות המתחמים במרכז. תחרות מעטה הוא כמובן משאנה חשובה בהצלחת מרכז מסחרי שכונתי, כמובן חבת ניהול מניעה, תוכנית אדריכלית מעניינת חנויות מיוחדות שכוחות כוח שיתכב גם לתושבים משכונת מרכז. בין המהלכים החנויות שהופכת מרכז מסחרי למצליח יש למלול: חנות פארם, בנק, מפרטות וקופת חולים, בית קפה ורשתות מזון מהיר, אומר בן שחר.