



תכנון מרכזי מסחר !

30 דקות



בדיקת היתכנות

- ◀ האם יש מקום כלל למרכז מסחרי במיקום המוצע ?
- ◀ מי קהל היעד לפרויקט שכזה ?
- ◀ מה הגודל האידאלי הנדרש ? לא בהכרח בונים את שהתבע מאשרת
- ◀ מי המתחרים ומה היתרונות שלהם ביחס לפרויקט המוצע ?
- ◀ מה התשואה היזמית הנדרשת ?
- ◀ מה השפעת גובה הריבית על יזום שכזה ?
- ◀ האם קיימות אלטרנטיבות לקרקע בשימוש אחר או משולב ?
- ◀ האם קיימת אלטרנטיבה למכירת הקרקע ברווח נמוך ?
- ▶ תחום עיסוק היזם ? האם בתחום כלל ? מה היתרון היחסי שלו כיזם לפיתוח מרכז מסחרי?



הגדרת קונספט מדויק

◀ כיצד נגדיר את הפרויקט? קניון, מרכז שכונתי, עירוני, סגור \ פתוח

ממוצב גבוה או אחרת כעממי ונעים או אחר כמרכז בילוי, פנאי ?

תכנון מפורט – תכלול מלא של כלל הביטים בתכנון האדריכלי :

◀ גודל, קומות, הנדסת אנוש, מערך תנועה, חניה וגישה, אפשרות לחלוקה, מודל מתאים, נראות

וחשיפה, הביטי תפעול ותחזוקה

תכנון פונקציונלי – חלוקת החנויות באופן אופטימלי – משמעות

עוגנים במרכז מסחרי, חלוקת יתרת החנויות, מפתחים, חשיפה,

הנדסת אנוש ועוד





הגדרת קונספט מדויק

- ◀ **תכנון תמהיל** – אלו עוגנים המרכז זקוק , סופר , פארם סטוק ? מה מרכיב רשתות ארציות לכניסה לפרויקט שכזה ? הסתמכות על דיירים פרטיים קטנים או רשתות מקומיות ?
- ◀ **הביטי ניהול ותפעול** – הכנת תקציב ניהול הפרויקט . משמעות ניהול המתחם עם פתיחתו ? היבטים ניהוליים .
- ◀ **הביטי תשואה וכדאיות** – מה התשואה הנדרשת היזמית ביחס בין ההשקעה לבין ההכנסות הצפויות



ניהול מרכז מסחרי

- ◀ ניהול מרכז מסחרי- מחייב התמקצעות
- ◀ דמ"נ- נטל לדייר וליזם
- ◀ חלקן הגדול של חברות הניהול מסובסדות
- ◀ דמי הניהול נעים במרכזים קטנים בין 15-30 ₪ למ"ר, בהשוואה לקניונים בין 60-150 ₪ למ"ר ויותר.
- ◀ חברות ניהול חיצוניות לעומת ניהול פנימי
- ◀ הביטי קידום מכירות (אפ"יק) במרכז מסחרי.





מרכזי מסחר שכונתיים

- ◀ חזרה לעבר.. קטן, מוכר, זמין
- ◀ 2000-4000 מ"ר מניב.
- ◀ עלויות בניה יחסית נמוכות .
- ◀ עלות תפעולית יחסית נמוכה. (20 - 25 ש"ח למ"ר)
- ◀ תמהיל מותאם לקונספט. (פארם, סופר...)
- ◀ מרכיב האופנה קטן.
- ◀ דוגמאות- שוהם, מיקדו, כוכב יאיר, בית כרם .
- ◀ שטחים ואלמנטים משותפים קטנים, יחסית.
- ◀ מהות החניה / הקרבה למרכזי מגורים.
- ◀ נפח אוכלוסייה נדרש.



כמה עובדות

- ◀ ראית "קניון אחד, ראית 100 אחרים" ... (כולם זהים).
- ◀ ישראל רוויה בשטחי מסחר – 1.5 מ"ר לאחד נפש! ישראל במקום השלישי בעולם ביחס בין שטחי המסחר לנפש, לאחר שוודיה וארה"ב.
- ◀ מרבית הקניונים ללא זהות וקונספט מוגדרים.
- ◀ גידול בפיתוח מרכזי מסחר שכונתיים וקונספטים חדשים. ומגמות חדשות כמו שווקים, סטריט - מול, מרכזים פתוחים ועוד.
- ◀ חזרה איטית למסחר ברחובות וגידול במסחר מלווה רחוב.
- ◀ תרומת עוגנים מסורתיים לקניון – נחלשת. (יציאת בתי הקולנוע, סופרים).
- ◀ קצב החיים, טכנולוגיות חדשות, רכישות און-ליין, שינויים בסביבה ושינויים באווירה ביטחונית ומדינית משפיעים על הרגלי הצריכה.



מגמות בשוק בשנים האחרונות

עלייה בהיקף שטחי המסחר הריקים בישראל לצד המלחמה ועליות המחירים.

ירידה איטית בפדיונות.

פיתוח של 600 אלף מ"ר שטחי מסחר מדי שנה כאשר כוח הקנייה מאפשר 200 אלף מ"ר בלבד.

השפעות הצריכה (לטוב ולרע) מאווירת מלחמה, קורונה, מהלכים פוליטיים ומדיניים.

ירידה של 29% בפעילות המסעדות בישראל מתחילת 2025, ומנגד גידול בצריכת פנאי ובילוי.



יזמות בקניונים / מרכזי מסחר

◀ קבוצות קניונים – אמות, צים, ביג, עזריאלי, מליסרון

◀ שחיקה ברמת שכר הדירה (איטית)

◀ רמת התשואה ברכישות יזמיות 6-8%

◀ מיעוט בפיתוח קניונים חדשים לעומת מרכזי מסחר שכונתיים

◀ **יזום ופיתוח מרכזים מסחריים קטנים:**

◀ גידול במספר המתעניינים בתחום מרכזי המסחר

◀ יתרונות בפיתוח מרכזי מסחר קטנים

◀ מרכזי מסחר שכונתיים- יחס נפח אוכלוסייה לגודל

חזרה למוכר , נגיש , ידוע ואינטימי

רשתות קמעונאיות



קניבליזציה
בתחומים
חופפים



נטיית חלק
מהרשתות
לפיזור .



חוסר זהות
במיצוב רשתות
האופנה, ועייפות



רשתות
קמעונאיות
בישראל –
מצבן?



כניסת מותגים
בינלאומיים.



תחרות חריפה
יותר בקרב
הרשתות
הקמעונאיות.



גידול נפח
פעילות
ההסעדה על
חשבון ענפים
אחרים.



שחיקה ברמת
הרווחיות של
רשתות
קמעונאיות.

מאפייניי הצרכן בישראל

◀ מחיר ומבצעים :

- הצרכן הישראלי רגיש מאוד למחיר.
- נוטה לרכוש במבצעים גם כשאין צורך במוצר
- " יש לי / אין לי - קונה! "
- ישראלי בחופשה – מתנהג אחרת

◀ סקפטיות וחוסר סבלנות:

- מצפים לשירות מהיר, זמין, ישיר.
- מוכנים להתלונן ולדרוש – דורשים תמורה מהירה לכספם.

◀ חוויה ולא רק מוצר:

- מחפש קנייה כחלק מבילוי (משפחה, קפה, אטרקציות).
- מרכזים מסחריים נתפסים
- כ"מרכזי בילוי" ולא רק כ"מקומות צריכה".

◀ השפעות סביבתיות תכופות:

- קורונה/מלחמה/פוליטיקה/עליות מחירים.

שכר דירה

01

**שחיקה ברמות השכירות
בקניונים ובמרכזי מסחר**



02

**התחזקות גרעין – 50
הקניונים המובילים בישראל**



03

**האטה ביזמיות חדשות
ומגבלות אשראי**





והעתיד..

- ◀ אכלוס שטחים מסחריים בשנים הקרובות ייהפך למאתגר בצל השפעת המלחמה ועלויות המחירים.
- ◀ שווקים מסוגגנים.
- ◀ מרכזי מסחר באוכלוסייה שבויה. (בתי חולים, אוניברסיטאות)
- ◀ מתחמי ירידים ייחודיים (מעצבים וכו').
- ◀ מתחמי מסחר משולבים בתיירות.
- ◀ מגמות חדשות מתחזקות כגון חנויות "פופ אפ" באופנה ו"פודטראקים" בתחום המזון.





והעתיד..

- ◀ מעבר מקניונים קלאסיים למתחמי בידור פנאי wellness (נמל ת"א).
- ◀ התחזקות הרחוב המסחרי.
- ◀ הסבה של מבנים לשימור לצרכי מסחר על ידי העיריות.
- ◀ גידול והתחזקות "סטריפ מול" ומרכזים שכונתיים.
- ◀ מתחמי בידור ופנאי – מערכי מסעדות, מתחמי ילדים ייחודיים וכד'.
- ◀ כניסת טכנולוגיות חדשות

