

50905474-4	10/12/2015	העיר ערים - מגזין נדל"ן	עמוד 18	1/2	22.84x19.41
שיווק ומכירות בחברת הבנייה אלמוג כ.ד.א. יקבוצת אלמוג - 13821					

נתונים - השפעת הקמת שכונה חדשה על מחירים וביקושים בעיר:

מחיר דירה בעיר היום	מחיר דירה בשכונה היום	עליית מחיר ארצית ממוצעת שנה אחרי שיווק השכונה	עליית המחיר הממוצע בעיר שנה לאחר שיווק השכונה	מחיר דירה בעיר שנה לאחר תחילת שיווק השכונה	מחיר דירה בעיר בשנת שיווק השכונה	מועד תחילת שיווק השכונה	עיר - שכונה
1.392 מיליון ש"ח	1.511 מיליון ש"ח	12%	54%	998,000 ש"ח	650,000 ש"ח	2009/09	יבנה יבנה הירוקה (נאות רבין)
1.546 מיליון ש"ח	1.558 מיליון ש"ח	1.4%	16.3%	749,000 ש"ח	644,000 ש"ח	2007	באר יעקב תלמי מנשה הצעירה
1.183 מיליון ש"ח	1.96 מיליון ש"ח	6.5%	16%	624,000 ש"ח	535,000 ש"ח	2008	נשר קדמת דניה
1.156 מיליון ש"ח	1.393 מיליון ש"ח	1.4%	13%	493,000 ש"ח	436,000 ש"ח	2007	רמלה מצליח
1.248 מיליון ש"ח	1.273 מיליון ש"ח	3.1%	9.5%	966,000 ש"ח	882,000 ש"ח	2011	חדרה שכונת הפארק
1.446 מיליון ש"ח	1.461 מיליון ש"ח	4%	7.6%	1.358 מיליון ש"ח	1.262 מיליון ש"ח	2013	ראש העין פסגות אפק

* הנתונים לפי רשות המיסים
** מחיר לדירת 4 חדרים ממוצעת

הכל בגלל שכונה קטנה...

איך יכולה שכונה אחת להשפיע על תדמיתה של עיר שלמה? כולנו רוצים שכנים איכותיים- מחונכים, מתורבתים, אקדמאים וכמובן בעלי ממון. אבל איך מושכים אוכלוסייה כזו לעיר שהדמיו שלה נמוך יחסית? בונים שכונה חדשה שיש בה הכל. שכונה כזו מושכת אוכלוסייה חדשה וחזקה לעיר ומקפיצה לא רק את תדמיתה של העיר אלא גם את מחירי הדירות בה. במקביל, היטלי השבחה גבוהים שנכנסים לקופת העירייה מתוקף היקפי הבניה הגדולים בשכונה, משמשים את הרשות לחיזוק החינוך והתשתיות בעיר כולה.

שמאית המקרקעין והמשפטנית, נחמה בוגין בדקה באילו ערים בעלות תדמית נמוכה יחסית, השפיעה בניית השכונות החדשות על מחירי הנדל"ן בעיר בשיעור גדול משמעותית מהעלייה הממוצעת הארצית. על פי הבדיקה נמצא כי קצב עליית מחירי הדירות בערים שנבדקו הואץ משמעותית ברגע שהחל שיווק השכונה החדשה.

מחירי הדירות בעיר יבנה, לדוגמה, קפצו פלאים שנה לאחר הקמת השכונה החדשה - יבנה הירוקה (2009) ב-54% כאשר מחירי הנדל"ן בארץ באותה שנה עלו ב-12% בלבד.

הגדול ביותר בין עליית המחירים הארצית לעלייה בעיר שנה לאחר תחילת שיווק השכונה. בשונה מערים חזקות, שם להקמת השכונה הייתה השפעה קטנה יותר על מחירי הדירות בעיר והפערים היו זניחים, המגמה בולטת במיוחד דווקא בערים שהיו בעלות תדמית נמוכה יחסית סרם הקמת השכונה ותרומתה לחיזוק העיר הייתה מכרעת.

שנה לאחר תחילת שיווק שכונת תלמי מנשה בבאר יעקב עלה המחיר הממוצע הארצי בכ-1.4% בלבד, לעומת זאת המחיר הממוצע בבאר יעקב, כשנה לאחר תחילת שיווק הדירות בתלמי מנשה, זינק ביותר מ-16%.

רז שרייבך, סמנכ"ל שיווק בקבוצת אלמוג, היוזמת ובונה את פרויקט "אלמוג status" בבאר יעקב: "אין ספק שהשכונות החדשות שנבנו בבאר יעקב בשנים האחרונות, "העירו" את היישוב ה"מנומנם" שלא ידע כבר שנים בנייה חדשה ופיתוח משמעותי וזאת על אף קרבתו למרכז. בשל עובדה זו, גם מחירי הדירות היו סבירים ועלויות המחיר היו מתונות יחסית. עם תחילת בנייתן והקמתן

מהבדיקה עולה כי כניסתה של שכונה חדשה בכלל ומגה שכונה בפרט למגרש המשחקים הנדל"ני בעיר בעלת תדמית נמוכה יחסית, מעוררת את העיר כולה. שכונה חדשה שמציעה פיתוח סביבתי, מבני ציבור, חינוך, מסחר ועוד מושכת אליה בשלב הראשון משפחות הצעירות, מהערים השכנות ומהעיר עצמה, המזהות בעיר הזדמנות כלכלית בעיקר לאור המחיר. הגעתם לעיר של אוכלוסייה חדשה ביחד עם התקדמות השכונה והפיתוח מעלה את מחירי הדירות, גם בשוק היד השנייה. בהמשך, כאשר השכונה מתבססת היא ממצבת את העיר בסטטוס גבוה יותר והשכונה מביאה עצמה לידי ביטוי ובסיוע היטלי השבחה הגבוהים שייצרה השכונה, עומדת העיר בפני עצמה ולמשכת קהלים חדשים, דוגמת משפרי דיור ומשפחות צעירות המחזקים משמעותית גם את המרכז העירוני הישן יותר. בשנים האחרונות ראינו תהליכים כגון הנ"ל בערים רבות ברחבי הארץ."

לדברי נחמה בוגין, שמאית המקרקעין והמשפטנית: "להקמת השכונה החדשה השפעה משמעותית על מחירי הדירות בעיר כולה והפער

23.14x19.98	2/2	עמוד 20	מגזין נדל"ן	10/12/2015	50905477-7
שיווק ומכירות בחברת הבנייה אלמוג כ.ד.א. יקבוצת אלמו - 13821					



חיה נחום, מנכ"לית המטבחון צילום חן גלילי

אותו שיווקנו לפני שנה נמכר בזמן קצר יחסית לפרויקטים בסדר גודל של כ-348 יח"ד. גם שלב ב' של הפרויקט ובו 64 יח"ד, נמכר בזמן שיא של פחות משנה בעיקר בזכות השינוי בתפיסה אצל הרוכשים מהמרכז והשפלה לגבי יבנה. יכולנו לדאות שבהתחלה, עיקר הביקושים בשכונה היו של זוגות צעירים שהגיעו לאזור בחיפוש דירות חדשות במחירים אותם הם אינם יכולים להשיג במרכז הארץ או בפרויקטים חדשים בערים הסמוכות כראשון לציון או רחובות. עם התקדמות הבנייה וההכרה שהשכונה נמצאת בסמוך לצירים מרכזיים נבעלת נגישות גבוהה המקצרת את מרחקי הנסיעה למרכז הארץ, גדלו משמעותית הביקושים בקרב קהלים נוספים, בעיקר משפרי דיוה. ראייה לכך ניתן לראות בשיווק השלב השני של הפרויקט ובו, מעל מחצית מהרוכשים היו לקוחות חוזרים, כאלה שרכשו דירה חדשה בשלב הראשון של הפרויקט ב-2009 וכעת שדרגו בתוך הפרויקט לדירה חדשה יותר. ■



נחמה בוגין, שמאית המקרקעין המשפטנית והאגרונומית צילום עמית ישראלי

בעיר. על מנת להצליח במהלך כזה, השכונה צריכה להיות מספיק גדולה, לספק מערכת חינוך חדשה לתושביה הרבים, שטחים פתוחים ומוקדי בילוי. אם תנאים אלו מתקיימים כל מה שנדרש זה לעשות מיתוג נפרד לשכונה, כמו למשל במצלית. לצורך המחשה, אם למצלית היו קוראים "דמלה הצעירה" סביר להניח שהמחירים בשכונה היו נמוכים יותר, וזאת על אף ההבטחה למשהו חדש".

אוסרי זכרני, סמנכ"ל השיווק והמכירות של חברת גיא ודורון לוי, שהקימה את פרויקט "גולד פרימיום" ביבנה הירוקה: "יבנה אשר נחשבה בעבר לעיר 'דרומית' נתפשת היום כקרובה יותר למרכז. מחירי הדירות ביבנה עלו ביותר מ-30% בארבע השנים האחרונות בעיקר בשל העובדה כי העיר נתפסת כפתרון מגורים איכותי. "יבנה הירוקה" היא דוגמה לשכונה שהתפתחה בזמן קצר ולמרות זאת נבנתה כך שתיתן מענה לצרכים של כל סוגי האוכלוסייה המתגוררים בה, בתחום החינוך, הקהילה והקמעונאות. פרויקט "גולד פרימיום

של השכונות החדשות - 'פארק המושבה', 'תלמי מנשה הצעירה' ולאחרונה - 'באר יעקב החדשה', האמירו המחירים בכל היישוב בעשרות אחוזים וממשיכים לעלות בכ-10% בקירוב בכל שנה. הבנייה המסיבית הביאה להיצע רב ואטרקטיבי שהעלה את רמת הביקושים. לראייה, בפרויקט האחרון שלנו שאוכלס לא מכבר ושיווקו החל ב-2008 נמכרה אז דירת 4 חד' סטנדרטית בכ-900 אלף ש. לשם השוואה מחיר דירת 4 חד' ביישוב עולה כיום כ-1.5 מיליון ש - עלייה של למעלה מ-66% ב-7 שנים בלבד! עם זאת, אני מעריך כי באר יעקב עדיין לא מיצתה את יכולות ההשבה של מחירי הדירות, כפי שעשו שכונותיה ממערב. על אף שהיא נמצאת בפיתוח מואץ וצפויה להפוך לעיר, שרויה באר יעקב עדיין בשלבי צמיחה וגדילה, ולכן מהווה הזדמנות נדל"נית. מיקומה האטרקטיבי והנגישות התחבורתית אליה וממנה כמו גם התבססותה כעיר לווין צעירה במרכז הארץ, הנהנית מהגירה חיובית וביקוש רב במיוחד בקרב זוגות צעירים ומשפחות, הן הסיבות העיקריות לכך".

חיה נחום, מנכ"לית המטבחון פרסום ומומחית במיתוג פרויקטים למגורים מוסיפה: "מתחם מגורים רחב היקף עשוי להשפיע על המרקם העירוני כאשר היזמים יודעים איך למתג אותו בחכמה, בעיקר באזור עם תדמית נמוכה וערך נדל"ני לא מובהק. כך, לדוגמא, הצלחתה המסחררת של שכונת מצליח בכניסה לרמלה שינתה עם הזמן גם את תמונת המצב הנדל"נית בעיר. הסיבה העיקרית לכך היא שהיזמים מיתגו את מצליח כחלק נפרד מרמלה למרות שמוניציפלית שייכת השכונה אליה ונקראת בכלל קריית האומנים אך לכולם היא הייתה ועדיין מוכרת יותר כשכונת "מצליח" - שמו של המושב הנמצא בשכונת לעיר רמלה. כך יכלו היזמים לבקש מחיר הרבה יותר גבוה על דירות בשכונה ממחירי הדירות החדשות הממוצעות