

**מי קונה דירות חדשות בעיר לווין או בעיר שדה של מטרופולין?**

ישראל ציגלמן

פורסם בתאריך 23/11/15

**ישראל ציגלמן**  
office@ziegelman.co.il

הכותב הוא מנכ"ל של מכון ציגלמן לחקר השיווק וכן, מדריך מיטיבי הלכת באגדת חובבי הטבע-חיפה. במכון ציגלמן בוצעו עבודות של חקר שוק אודות פרוייקטים רבים של נדל"ן חדש למגורים וגם נדל"ן מסחרי בהיקף כולל של מעל למיליון מ"ר. ישראל הוא כלכלן, משפטן, מוסמך למינהל עסקים ונמחה לחקר שווקים.

במהלך כל שנה נמכרות בארצנו כעשרים וחמש אלף דירות מגורים חדשות. רובן הגדול של דירות אלו הוא בבנייה רוויה, ורק מיעוט קטן שלהן הוא בצמודי קרקע. עקב צפיפות המגורים והמחסור בקרקע זמינה בערים גדולות, הרבה מתוך דירות חדשות אלו, נבנות בערי לווין של הערים הגדולות ובערי שדה (פריפריה). עיר לווין של מטרופולין חיפה והקריות יכולה להיות עיר כמו עכו, נשר, יקנעם וטירת הכרמל. עיר לווין של מטרופולין תל אביב, יכולה להיות עיר כדוגמת פתח תקווה, גבעת שמואל, אזור או לוד. עיר לווין של מטרופולין ירושלים היא לדוגמה מעלה אדומים. עיר שדה צפונית היא עיר כמו צפת, כרמיאל, עפולה או בית שאן. עיר שדה באזור המרכז היא עיר כמו כפר יונה, רמלה או גדרה. עיר שדה באזור ירושלים היא לדוגמה בית שמש.

מתחם (פרוייקט) מגורים גדול הנבנה בעיר לווין או בעיר שדה כזו יכול לכלול כחמש מאות יחידות דיור בעוד אשר מתחם מגורים קטן כולל רק פחות ממאה יחידות דיור כאלו. אם בעבר הבנייה בערי לווין כאלו הייתה מוגבלת לבתים בני 7 או 8 קומות בלבד, הרי היום ניתן למצוא בהן אף מגדלי מגורים בני 20 קומות ומעלה. בכל בניין מגורים כזה מוצעות בין ארבעים לבין מאה יחידות דיור חדשות.

אחת השאלות המעניינות את חברת הבנייה אשר בונה מתחם מגורים בעיר לווין או בעיר שדה היא השאלה אודות מקורו של הביקוש הצפוי לדירות החדשות. חברת הבנייה מעוניינת לדעת כיצד הביקוש הצפוי יתחלק בין קוני דירה למגורים לבין משקיעים, בין צעירים לבין מבוגרים, בין חילונים ומסורתיים לבין דתיים ואף בין תושבים הגרים ביישוב הלווין עצמו ובסביבתו הקרובה לבין תושבים הגרים בעיר המטרופולין הסמוכה, ואפילו לבין תושבים הגרים באזורים מרוחקים. התשובות הניתנות לשאלות אלו הן משפיעות על תמהיל הדירות אשר ייבנה (כמו החלוקה בין דירות שלוש חדרים לבין דירות ארבעה חדרים), על כלי הפרסום שייבחרו בו כדי לפרסם דרכם את המתחם החדש (כמו החלוקה בין מקומונים לבין מדיה ארצית), וכן אודות המספר הממוצע הרצוי של נקודות חנייה ליח"ד (נקודה אחת, נקודה וחצי או שתי נקודות). במאמר הנוכחי אנו נבחן את מהותם של פלחי השוק הקונים דירה במתחמי בנייה חדשים הקמים בערי לווין, דרך מענה לחמש השאלות הבאות:

1. מה מאפיין את רוכשי הדירה למגורים לעומת משקיעים?
2. מה מאפיין רוכשי דירה חדשה צעירים לעומת מבוגרים?
3. מה מאפיין ציבור חילוני של רוכשי דירה לעומת ציבור דתי של רוכשי דירה?
4. מה מאפיין רוכשי דירה חדשה שהם מתוך היישוב עצמו לעומת קונים המגיעים מעיר המטרופולין או מערים רחוקות?
5. מי יהיו פלחי השוק של רוכשי דירה חדשה בעיר לווין של מטרופולין? לכל שאלה מבין אלו נקדיש פרק קצר ונפרד.

**1. מה מאפיין את רוכשי דירה למגורים לעומת משקיעים?**

רוכשים של דירות (חדשות וגם יד שנייה), נחלקו עד לא מכבר לשלושה פלחי שוק עיקריים והם קוני דירה ראשונה, משפרי דיור ומשקיעים. החלוקה שלהם הייתה בשנת 2012 כדלקמן:

- רוכשי דירה ראשונה % 36.34
- משפרי דיור % 37.3
- רוכשי דירה להשקעה % 21.6
- תושבי חוץ % 2.8
- אחר % 2.1

כיום, שיעור המשקיעים קטן קמעא עקב מס גובר על דירות להשקעה. אנחנו נצרף את תושבי החוץ ואת האחרים למשקיעים, ונראה כי שיעורם המצטבר נע סביב 25%. לכן, ניתן לחלק את כל רוכשי הדירות לשתי קבוצות עיקריות והן רוכשי דירות למגורים (כ-75%) ומשקיעים הרוכשים דירה לשם השכרתה (25%). מחיר הדירה הנרכשת הוא שונה כאשר משווים בין רוכשי דירה ראשונה לבין משפרי הדיור ואף משקיעים. המחיר הממוצע של דירה כזו, אשר נרכשה על ידי כל אחת מבין שלוש הקבוצות היה עד לא מכבר כדלקמן:

- דירה ראשונה 1.02 מיליון ש"ח.
- משפרי דיור 1.348 מיליון ש"ח.
- משקיעים 1.11 מיליון ש"ח.

דהינו, רוכשי דירה ראשונה ומשקיעים קונים דירה זולה יותר מאשר משפרי דיור. הדירות הנרכשות בבנייה חדשה הן בעיקר בנות ארבעה חדרים ומעלה. כך לדוגמה, הדירות החדשות הנבנות בארץ בנייה פרטית הן רק במיעוטן בגודל שלושה חדרים (7%), והן בעיקר בנות ארבעה חדרים (41%) או חמישה חדרים (52%). רוכשי הדירות החדשות למגורים הם אלו הקונים בפרט את הדירות היותר גדולות ויקרות שהן בנות ארבעת החדרים, בעוד אשר משקיעים מסתפקים בדירות קטנות וזולות יותר, שהן בנות שלושה חדרים בלבד.

## 2. מה מאפיין רוכשי חדשה צעירים לעומת מבוגרים?

יש הבדל ניכר בין צעירים, ובפרט משפחות צעירות, לבין מבוגרים בני חמישים ומעלה. בעוד אשר אנשים צעירים מושפעים מאוד מאיכותו של החינוך המוצע בסמוך למתחם החדש ומהנגישות שלו לצירי תנועה המובילים למקום עבודתם, הרי שמבוגרים מחפשים בפרט הרבה מקומות בילוי, חברת ניהול טובה לבניין וקרבה פיזית לעיר גדולה. לכן, לדוגמה, צעירים הם עיקר רוכשי הדירות במתחם כמו זה הנבנה בפאתי קריית אתא, בצמוד לצומת סומך אשר בצפון, בעוד אשר מבוגרים, ובפרט גמלאים, הם אלו אשר קנו את הרוב מתוך מאות, את רוב הדירות במתחם המגורים היקר יחסית של רחוב התאנה בעיר נשר, הסמוך לשכונת סביוני דניה אשר במרומי הכרמל בעיר חיפה.

## 3. מה מאפיין ציבור חילוני של רוכשי דירה לעומת ציבור דתי של רוכשי דירה?

בתוך הציבור היהודי בארצנו יש גידול הדרגתי במשקלו של הציבור הדתי. משקלו של הציבור הדתי בקרב האוכלוסייה היהודית מגיע ליותר משליש, אך משקלו בין צעירים הקונים דירות חדשות מגיע לכ-40%. הציבור הצינוני דתי (כיפות סרוגות) מחפש בעיקר סביבה דתית, לכן, הוא לא יטה לרכוש דירות במתחמי בנייה מעורבים, אלא רובו יעדיף דירות כאלו במתחמים המיועדים לציבור זה. אצל הציבור החרדי, נמצא התנהגות דומה, אלא שבנוסף לכך, עקב עוניו הכלכלי, לרוב ציבור זה יסתפק בדירות שהן בסטנדרט בנייה נמוך יחסית, ובדירות אשר ממוקמות גם ביישובי פריפריה המרוחקים מהמטרופולין. אלו הן יח"ד חדשות המוצעות במחיר נמוך של כ-7000-6000 ש"ח למ"ר. ציבור זה ידרוש מעלית שבת ויימנע, עד כמה שאפשר, מלגור בקומות גבוהות במגדלי מגורים. כלי התקשורת, כמו גם המסרים הפונים אל הציבור הדתי ובפרט החרדי, הם שונים מאשר כלי תקשורת הפונים אל הציבור החילוני. כלי התקשורת הפונים אל הציבור הדתי הם בפרט יעודיים ורובם הם פיזיים כמו עיתונות ורדיו, ורק מיעוטם הם מקוונים.

## 4. מה מאפיין רוכשי דירה חדשה מתוך היישוב עצמו לעומת קונים המגיעים מעיר המטרופולין או מערים רחוקות?

נהוג להבחין בין פלחי שוק של רוכשי דירה חדשה לפי המרחק של מגורי המקור שלהם מהמתחם החדש המוצע למכירה. בהקשר לכך, נהוג להבחין בין שלוש קבוצות של קונים והם תושבי העיר עצמה וסביבתה הסמוכה, תושבי עיר המטרופולין (במידה יש כזו) אשר עיר הליווין נמצאת לידה, ותושבים הגרים ביישובים ובפרט ערים מרוחקות. כאשר המתחם החדש נבנה בעיר מטרופולין עצמה אזי, רוב הקונים באים מתוך אותה העיר. בהקשר לכך, חשוב להבחין בין מתחם הנבנה במיקום (שכונה) טוב, לבין מתחם הנבנה במיקום לא טוב. מיקום לא טוב, פירושו למשל בצמוד לשכונה קיימת שהיא חלשה מבחינה סוציו-כלכלית.

א. מיקום טוב – כאשר המתחם החדש נמצא במיקום טוב בעיר לווין הצמודה למטרופולין, אזי כ-40% מהקונים יגיעו מעיר הליווין עצמה, כ-40% מהם יגיעו מערי המטרופולין, ועוד כ-20% יגיעו מיישובים מרוחקים יותר, שרובם הם באזור גאוגרפי כמו עיר הליווין. לעומת זאת, כאשר המתחם החדש נבנה בעיר שדה המרוחקת מהמטרופולין, אזי חלוקת הקונים של הדירות החדשות תהיה בקירוב כדלקמן:

- מתוך עיר השדה עצמה 40%
- מיישובים קטנים הסמוכים לה 20%
- מיישובים מרוחקים 40%

ב. מיקום לא טוב – כאשר המתחם החדש נבנה במיקום נחות (לא טוב) אזי משקלם של תושבי עיר הליווין או עיר השדה עצמו, בין קונו הוא נמוך. דהיינו, תושבי העיר עצמה, המכירים את המיקום של מתחם המגורים החדש יותר מאשר זרים לעיר, יסתייגו מקנייה של דירה חדשה, אפילו במחיר מציאה, במתחם החדש.

כך קרה לדוגמה למתחמי בנייה חדשה ברובע מסוים בעיר עפולה, שם שיעור הקונים מתוך העיר עפולה לא הגיע ליותר מאשר 20%. רוב הקונים הגיעו מיישובים מרוחקים כמו נצרת עלית, מיישובים צפוניים קטנים והם כוללים אף משקיעים שהגיעו מערים רחוקות מתוך תקווה לקבל תשואה טובה על השכרה של דירת מגורים שנרכשה במחיר נמוך.

### 5. מי יהיו פלחי השוק של רוכשי דירה חדשה בעיר לווין של מטרופולין?

הקונים של דירה חדשה במתחם של בנייה רוויה המוקם בעיר שדה שהיא עיר לווין הם שונים בהתאם למיקומו של המתחם: מיקום טוב או מיקום נחות. בחרנו להשוות בין ארבעה מתחמים רגילים (לא לקהל הדתי) לדוגמה. המתחמים הם ביישובים הצמודים לחיפה והם טירת הכרמל ונשר. בכל אחד מהם בדקנו שני מתחמים: בטירת הכרמל, מתחם אחד הוא של דירות זולות בנות עד 4 חדרים ומתחם שני של דירות יקרות ובהן 5-6 חדרים. בנשר, מתחם אחד הוא בשכונת מגורים טובה ומתחם שני הוא בשכונת מגורים פחות טובה (נחותה).  
החלוקה של הקונים בפועל או בכוח היא כדלקמן:

	(א) טירת הכרמל: דירות זולות	(ב) טירת הכרמל: דירות יקרות	(ג) נשר: שכונה טובה	(ד) נשר: שכונה נחותה	
(א)	50%	90%	85%	65%	1. מגורים
	50%	10%	15%	35%	2. משקיעים
	100%	100%	100%	100%	סה"כ
(ב)	40%	20%	20%	10%	1. מהיישוב עצמו וסביבתו
	10%	70%	40%	30%	2. מחיפה
	0%	0%	25%	30%	3. מיישובים אחרים
	50%	10%	15%	30%	4. משקיעים
	100%	100%	100%	100%	סה"כ

דהיינו, חלוקתם של הקונים היא שונה, הן בהשוואה הראשונה הנעשית בין מגורים לבין השקעה, והן בהשוואה השנייה הנעשית בין יישובי מקור של הרוכשים למגורים. ידיעה מראש של פרופיל צפוי של פלחי השוק אשר הם מרכיבים את הביקוש, עוזרת לחברת הבנייה רבות בייעול של עבודת השיווק המתוכננת מטעמה לטובת מתחם מגורים חדש הנבנה על ידה.