



"טעימות" על מערכת המסחר במטרופולין נצרת היום ובשנת 2017



הגדרת מרחב הביקוש

✓ מרחב הביקוש מגדיר את מוצא מרבית מלקוחותיו הצפויים של מרכז מסחרי. כוח הקנייה

החודשי שבמרחב יחולל 70%-80% מהפדיונות שלו

✓ העקרונות אשר בבסיס קביעת מרחב ביקוש למרכז מסחרי כלשהו:

- גודל כוח הקנייה החודשי הפוטנציאלי בהגעה בטווחי זמן שונים אליו וביחס להיצע

המתחרה הקיים והמתוכנן בסביבותיו

- מיקומם, מיצובם, גודלם, תמהילם ופריסתם של השטחים במרכזים

✓ קביעת מרחב הביקוש למרכזים נגזרה מ:

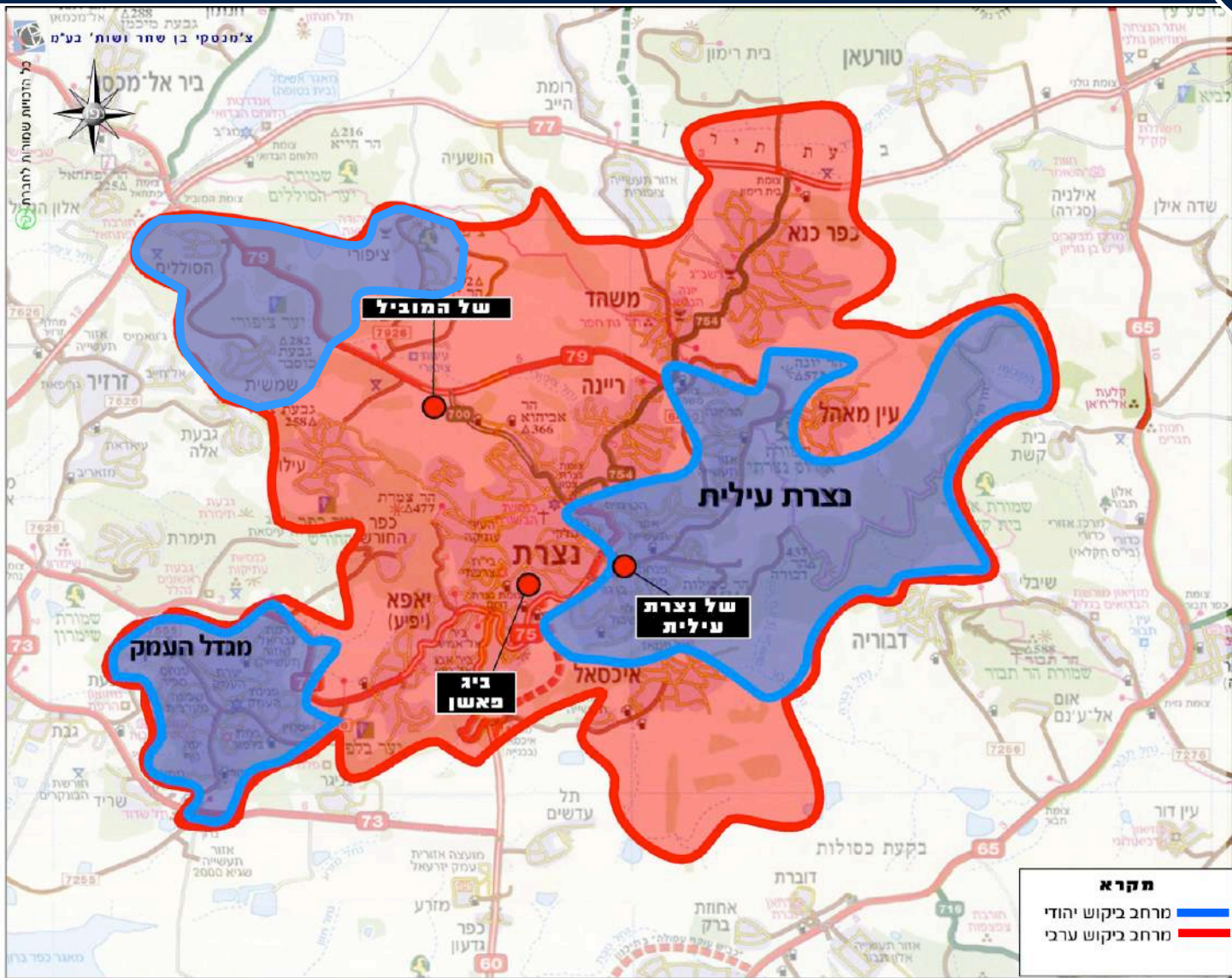
- מתן מענה לעקרונות לעיל מהידע והניסיון של חברת **צ'מנסקי בן שחר ושות'**

- סקרי דיירים ולקוחות בכוח ובפועל של מרכזי מסחר מסוגים שונים בישראל

- מיפוי וניטור של ענני אוכלוסייה בזמן אמת בישראל בכלל ובמרכזי מסחר בנצרת בפרט

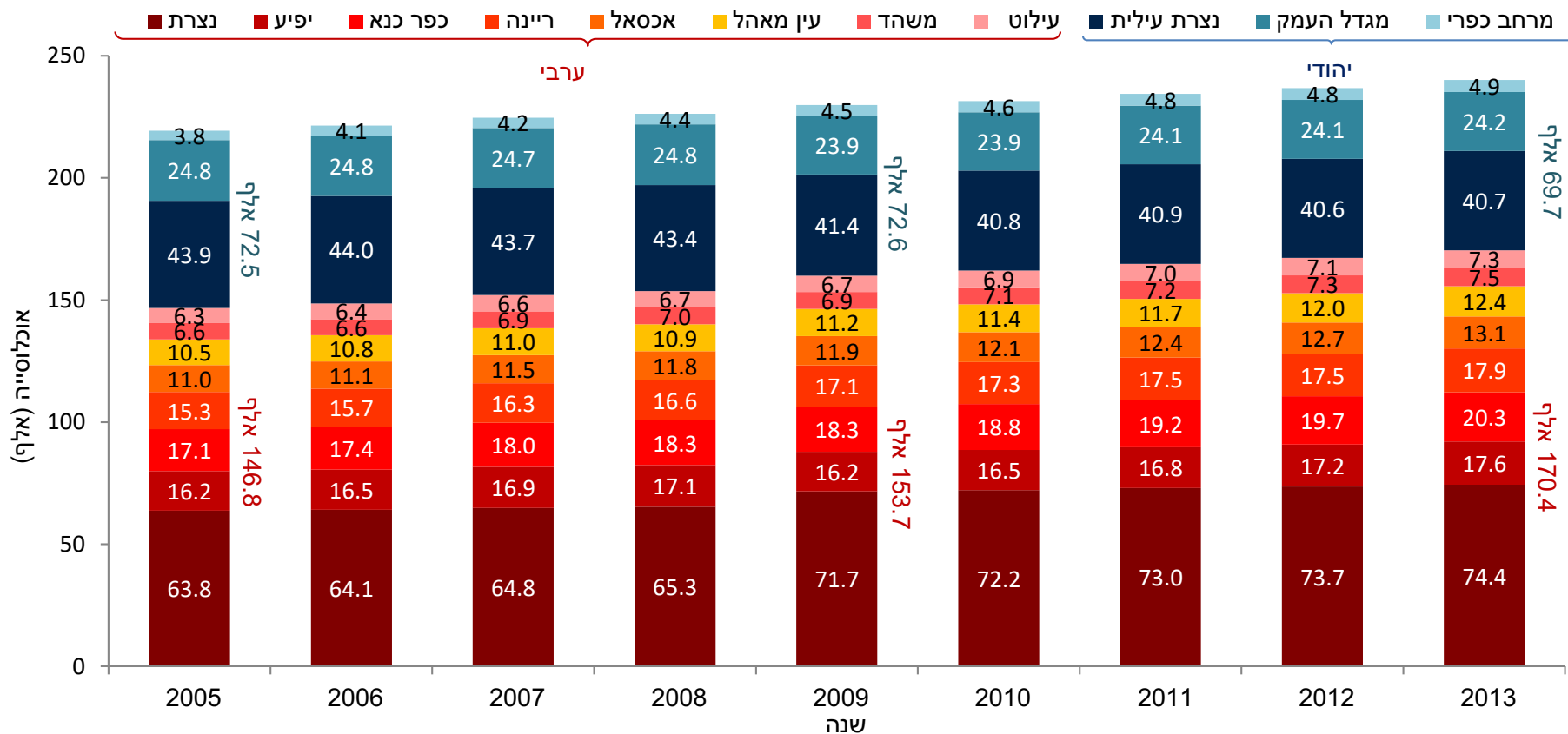
באמצעות חברת טרנדאיט ישראל לשעבר

מרחבי הביקוש



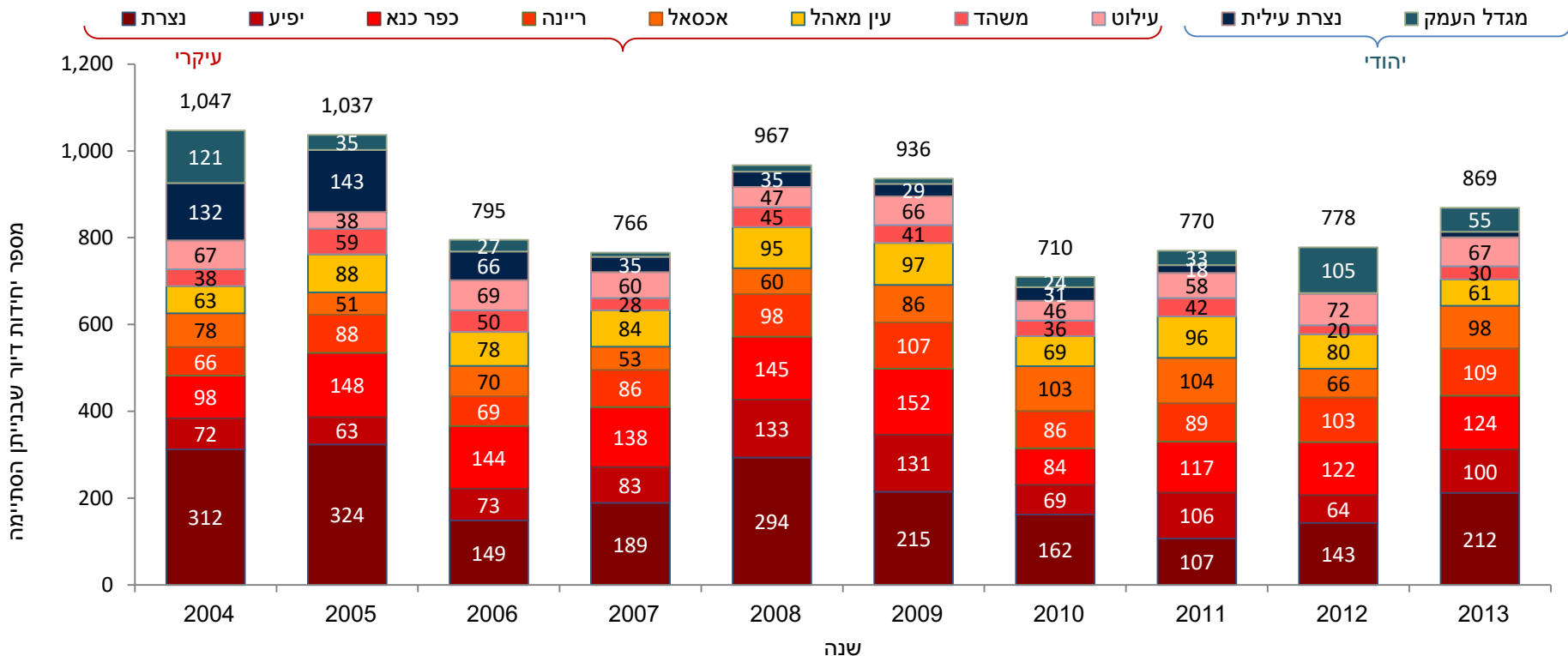
אוכלוסייה קיימת

אוכלוסיית מרחבי הביקוש בשנים 1995-2013 (אלפים)



אוכלוסייה מחר

גמר בנייה למגורים



כוח הקנייה החודשי

גודל כוח הקנייה החודשי חושב במגזר הערבי תוך התייחסות ל: ✓

- תופעת "הכסף השחור"
- שיעור הוצאה גבוה למוצרי מזון במשפחות מרובות ילדים
- תוספת משקי בית "שאינם מדווחים"
- במילים אחרות, מספרים אלו "מנפחים וינפחו" את נתוני כוח הקנייה בכ-20% ומציגים את "הרף העליון" לאפשרי

כוח קנייה חודשי במרחבי הביקוש (מיליון ₪)

| 2017 | | |
|------------|------------|------------|
| סך הכל | יהודי | ערבי |
| 172 | 57 | 115 |
| 16 | 7 | 8 |
| 102 | 39 | 63 |
| 33 | 12 | 21 |
| 18 | 7 | 11 |
| 19 | 7 | 12 |
| 12 | 5 | 7 |
| 14 | 6 | 8 |
| 4 | 1 | 3 |
| 2 | 1 | 1 |
| 290 | 103 | 187 |

| 2014 | | | שנה |
|------------|-----------|------------|-------------------|
| סך הכל | יהודי | ערבי | תת שוק / מרחב |
| 157 | 53 | 104 | סופרמרקט |
| 14 | 7 | 8 | הסעדה ובתי-קפה |
| 94 | 36 | 58 | "לא-מזון". מתוכו: |
| 30 | 11 | 19 | אופנה |
| 17 | 6 | 11 | פארם |
| 18 | 7 | 11 | חשמל ואלקטרוניקה |
| 11 | 5 | 6 | ריהוט |
| 12 | 5 | 7 | ציוד לבית |
| 4 | 1 | 2 | ספרים |
| 2 | 1 | 1 | צעצועים ומתנות |
| 265 | 96 | 170 | סך הכל |

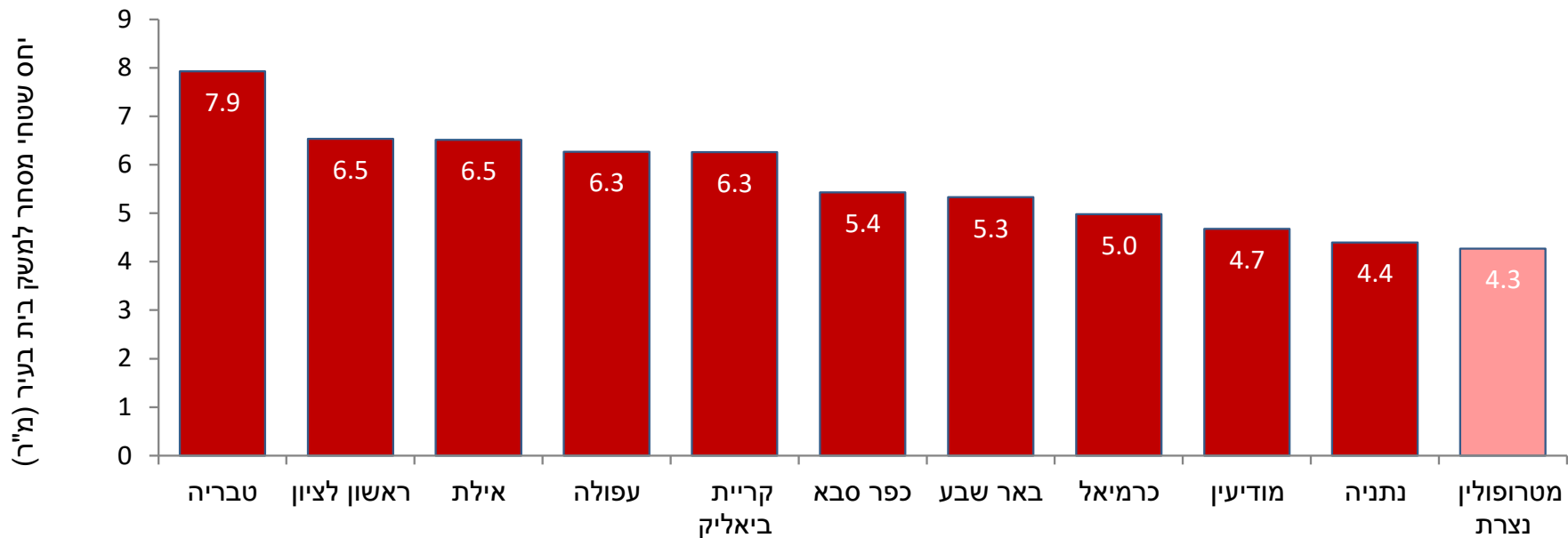
כוח הקנייה החודשי

✓ במרחב הביקוש הערבי

- סך כוח הקנייה החודשי המצוי בידי משקי הבית היום נאמד בכ-170 מיליון ₪ מתוכם, כ-104 מיליון ₪ מופנים לצריכת מזון וסופרמרקט
- עד שנת 2017 כוח הקנייה החודשי במרחב צפוי לגדול בכ-17 מיליון ₪ כנגזר מתוספת משקי הבית הצפויה ומגידול ברמת החיים וההוצאה החודשית
- ✓ במרחב היהודי - כ-96 מיליון ₪ היום, כ-53 מיליון ₪ מתוכם מופנה למוצרי מזון וסופרמרקט. בשנת 2017 יגדל כוח הקנייה החודשי לכ-103 מיליון ₪

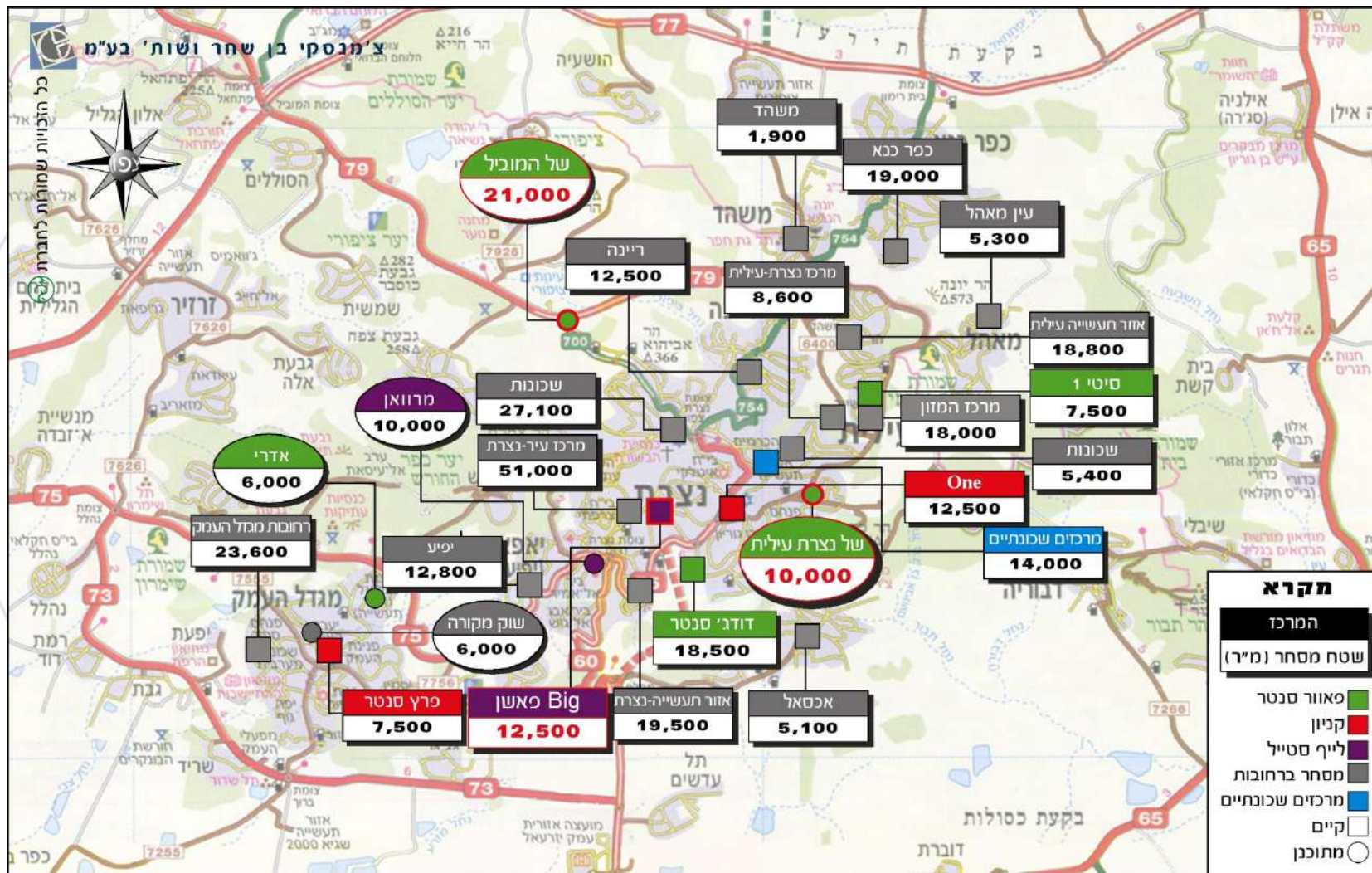
מגמות והצפוי בענף שטחי ומרכזי מסחר בישראל

10 הערים הצפופות ביותר בכמות שטחי המסחר ביחס למספר משקי הבית בהן (מ"ר נטו)



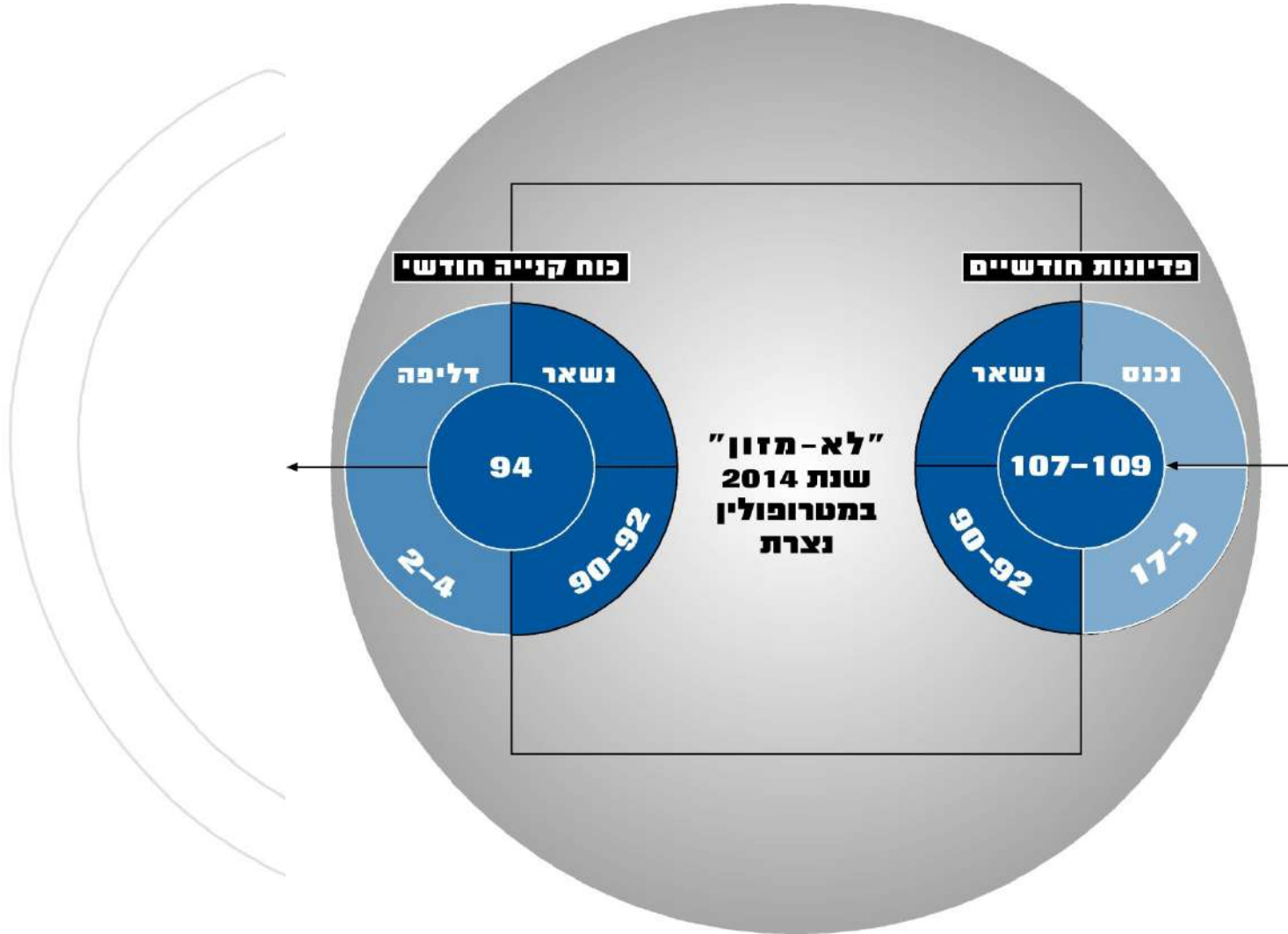
היצע שטחי מסחר במטרופולין נצרת

היצע שטחי מסחר במרחבי התחרות (מ"ר נטו)



מאזני ביקוש והיצע

מאזני כניסה/דליפה של כוח קנייה חודשי למוצרי "לא-מזון" במטרופולין נצרת (מיליון ₪)



מאזני ביקוש והיצע

- ✓ סך הפדיון החודשי שמחוללים שטחי ה"לא-מזון" במטרופולין נצרת 109-107 מיליון ₪
- ✓ מתוכו, משקי הבית המתגוררים בו מחוללים 92-90 מיליון ₪, משמע נכנס כוח קנייה חודשי של כ-17 מיליון ₪ בעיקר לביג פאשן ולעיר העתיקה (תיירים)
- ✓ בידי משקי הבית במרחב העיקרי כוח הקנייה החודשי של כ-94 מיליון ₪, משמע מעט כוח קנייה חודשי דולף אל מחוץ למטרופולין. המצוי בו מספק מענה לצרכי התושבים



שאר "המנות העיקריות" אצלנו...

צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ

מגדלי מת"מ 1, ת.ד. 15009

מת"מ חיפה מיקוד 31905

טלפון: 04 - 855 1511

פקס': 04 - 855 1510

Site: www.czamanski.com

E-mail: office@czamanski.com