

# הקמת מרכזים מסחריים במרחב הכפרי

גלעד ארמא\*

\* הכותב הוא חוקר במחלקה לגיאוגרפיה ופיתוח סביבתי, אוניברסיטת בן גוריון בנגב.

המחקר בוצע בהנחיית פרופ' דיוויד ניומן

הקמת המרכזים המסחריים הנבנים בשולי הערים באירופה וארה"ב (Power-Centers) לאורך צירים ראשיים או ליד שכונות מגורים חדשות בשולי אזורים כפריים, מלווה במאבקים רבים בין גופי התכנון הממסדיים, גופים ירוקים והסוחרים מהמרכזים הישנים - לבין היזמים, רשתות שיווק ולעיתים גם גופי השלטון המקומי.

מרכזי הקניות האזוריים הם תופעה צפון אמריקאית, שהיוותה תוצאה לוגית לדרישות הצרכנים והקמעונאים בשוק בו ההתפתחות אינה מבוקרת. חנויות הכלבו נדרו ממרכזי הערים המסורתיות ועמן נדרו הלקוחות, שהעדיפו את האווירה הממוזגת, הנקיה והבטוחה של מרכזי הקניות, על פני האווירה במרכז העסקים העירוני הישן. במערב אירופה, לעומת זאת, יש עדיין למרכז העיר מעמד חזק יותר בהעדפות הצרכנים ואימוץ הרעיון של מרכזי הקניות מהמשק האמריקאי למערב אירופה דרש התגברות על מכשולים נוספים כמו: זמינות קרקע ונגישות לאוכלוסייה (Clifford 1994).

בנושא מרכזי הקניות בישראל נוסף גורם בעל משמעות פוליטית וכלכלית והוא הבעלות על הקרקע ושינוי יעודה מקרקע חקלאית לקרקע המניבה ארנונה ורווחים, בשל השבחתה, וזאת במציאות בה עדיין עיקר השליטה במשאב הקרקע היא מונופוליסטית ממשלתית.

השילוב בין תהליכי שינוי חברתיים לבין תהליכי שינוי מנהליים, הוא שאפשר את הקמתם של המרכזים המסחריים במרחב הכפרי. שינויים במדיניות התכנון והחלטות מינהל מקרקעי ישראל נובעות ומושפעות באופן ישיר משינויים בדרישות השוק ובמבנה האוכלוסייה. החלטות המינהל מושפעות גם מקבוצות לחץ באוכלוסייה, הפועלות לעיגון זכויות החקלאים בקרקע. למשל: וועדות שונות שדנו בנושא השינויים בשימושי הקרקע החקלאית, אפשרו הכשרה בדיעבד של מבנים בלתי חוקיים בשטחים החקלאיים (ועדת כהן-קדמון). תהליך

נוסף, שהתרחש בעשור האחרון, הוא ההתמוטטות הכלכלית במגזר החקלאי, שהעלתה את אפשרות כיסוי חובות הקיבוצים על ידי מכירת הקרקעות החקלאיות. המחקר ניתח חמישה מרכזי קניות גדולים, שנבנו במרחב הכפרי בישראל בשנות התשעים. הגדרות ה-Power-Center לקוחות מהשוק הצפון אמריקאי, כאשר גודל האתר, טווח האוכלוסייה הנזקקת לשירותיו ומספר החנויות בו, הותאמו לשוק הישראלי.

חלק מהאתרים נותח גם לאור ההיבט האתנוקרטי (קדר ויפתחאל 2000) והעלה נושאים אחרים לדיון: הפקת רווחים לסקטור חברתי מסוים בשל שינויים בבעלות ובייעוד קרקע ציבורית; מקומם ותפקידם של יזמי הנדל"ן במעמד האתנוקרטי השולט; ביסוס ושעתוק הפערים החברתיים בעקבות התפרקות המסגרות השיתופיות. ניתן להוסיף כי ביוזמות החדשות עומדים לעימות הפרטי מול הציבורי, או היוזמה מול התכנון.

המחקר בדק דרך הפרדיגמה החברתית-כלכלית את הקשר בין שייכות מעמדית לבין מעמד כלכלי, ואת יחסי הגומלין בין השייכות המעמדית או האתנית לבין הנגישות למשאבים כלכליים. אין במחקר זה הנחות יסוד מוצקות אלא ניסיון לבנות מערך של פרמטרים, מדויק ככל האפשר, שישמש בסיס השוואתי וחומר רקע נושאי לשאלות שיוצגו באמצעות ראיונות פתוחים לבעלי עניין בתהליך. האחרונים הם אלו שיוזמו, היו מעורבים באופן פעיל או פיקחו על התהליך מתוקף תפקידם. שיטת מחקר זו נועדה לאפשר חקר אירוע של כל אחד מהמקרים במרחב הכפרי ולחשוף נושאים נוספים בשטח כדי להגיע להכללות. הסקת המסקנות תיעשה על ידי ניתוח כל ראיון לפי רשימת הפרמטרים והשוואה בין כל היוזמות כדי להצביע על תבנית פעולה כללית ועל תהליך קבלת החלטות.

סיכום העבודה דרך ניתוח הסיבות החברתיות להקמת המרכזים המסחריים מראה שינוי בערכים ביחס למגזר הכפרי וכן תמורות במבנה האוכלוסייה ובהרגלי הצריכה. מהבחינה המוסדית בולטים שינויים במדיניות המקרקעין, בתפקוד המועצות האזוריות, במעמד החקלאות בכלכלה הישראלית ויעילותו של חוק התכנון והבניה. הסיבות הללו, כולן או חלקן ובמשקל משתנה, הן שאפשרו את הקמת המרכזים המסחריים. מסקנות העבודה מראות גם כי מינהל מקרקעי ישראל הפך מגוף מיישם מדיניות לקובע מדיניות. וכי בשנות התשעים עלה כוחם של יזמי הנדל"ן והמועצות האזוריות הפועלים מתוך אינטרס כלכלי.

תוך כדי עבודת המחקר נתגלה כי קיים חוסר אחידות ובהירות בהתייחסות הרשויות להקמת

הקמת מרכזים מסחריים במרחב הכפרי

מבנים לא חוקיים; חוק התכנון והבניה מנותק מהמציאות, מסורבל, חסר יכולת אכיפה ואינו מצליח ליישם את מטרותיו; נזילות ההחלטות של מועצת מקרקעי ישראל לאורך השנים, החל מהחלטה 553, הביאה לכך שאין מדיניות ברורה לגבי גובה הפיצוי על שינוי הייעוד, המיסוי או אפשרות השינוי; מטרות התכנון ברמה הלאומית פועלות לעיתים לטובתן של קבוצות אינטרסים מצומצמות. והתוצאה מכל אלה: ההחלטה על מיקום המרכזים המסחריים, גודלם ואופיים, אינה מתבצעת בהתאם ליכולת הנשיאה של המרחב.