

הפוטנציאל הכלכלי הגלום בתיירות הנוצרית

מודלים
כלכליים
למנהלים שרוצים לדעת לפני
www.modelim.co.il

הוכן על ידי
ד"ר יעקב שיינין ונועה צבי

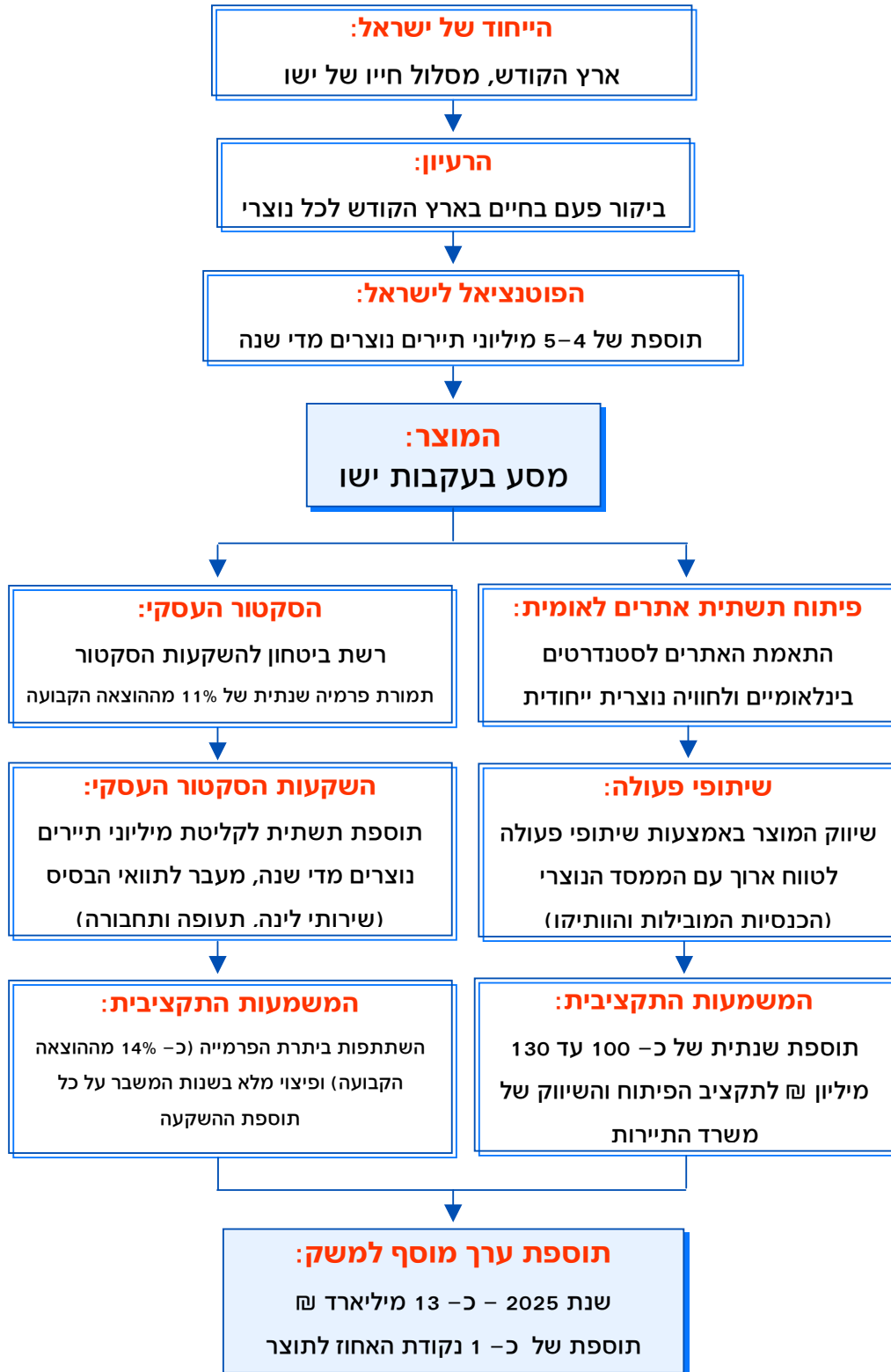
"כנס הרצליה", ינואר 2008

תוכן עניינים

3	1. סיכום ומסקנות
14	2. התיירות לישראל
15	2.1 כניסות תיירים לישראל והשפעת הגורם הביטחוני
19	2.2 הערך המוסף למשק
22	3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית
29	4. פוטנציאל התיירות לישראל
30	4.1 היתרון היחסי של ישראל – פלח התיירות הנוצרית
34	4.2 התאמת התשתית לפוטנציאל
34	4.2.1 תשתית האתרים
36	4.2.2 תשתית הסקטור הפרטי
38	4.3 התאמת אמצעי וצעדי השיווק לפוטנציאל
39	4.3.1 היקף תקציב שיווק התיירות
42	4.3.2 מידת נחיצותה של רשות לתיירות
44	5. תחזית כניסות תיירים לישראל
50	6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית
51	6.1 כשל השוק
52	6.2 סיכום המשמעות התקציבית
52	6.2.1 תקציבי השיווק והפיתוח
54	6.2.2 יצירת רשת ביטחון לתשתית הסקטור הפרטי
57	6.3 התרומה למשק

1. סיכום ומסקנות

1. סיכום ומסקנות – תרשים סיכום



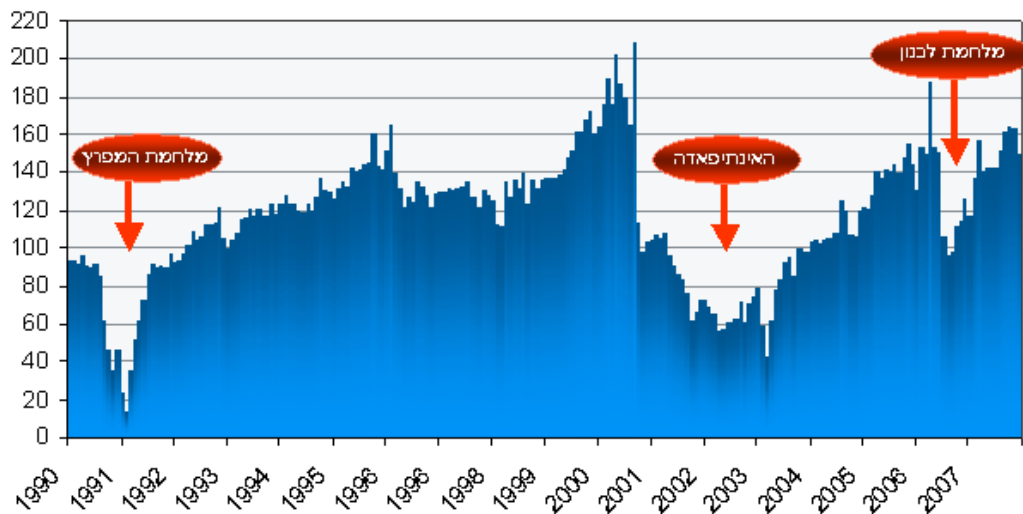
1. סיכום ומסקנות

א. התנודתיות בתיירות

מספר התיירים שהגיעו בשנת 2007 לישראל עומד על כ-2.3 מיליון איש, מספר הדומה לזה שכבר הושג בשנת 1995 (כלומר לפני 12 שנה). חמור מכך, קצב הגידול השנתי הממוצע לאורך התקופה 1980-2007 (27 שנה) הינו 2.9% בלבד, נמוך משמעותית מהמקובל בתיירות העולמית (כ-4.5% לשנה). נראה שהמגמה הרב שנתית של התיירות לישראל מושפעת ממצבה המדיני-פוליטי הבעייתי של ישראל באזור. בנוסף לכך, התנודתיות בתיירות לישראל מושפעת מאוד ממאורעות זמניים של המצב הביטחוני בישראל. השילוב של מצב מדיני-ביטחוני המאופיין בחוסר הסדר קבע מצד אחד, ושלושה אירועים ספציפיים קשים במהלך של כ-20 שנה, פוגעים קשות ביכולת של ישראל למשוך אליה תיירים מחו"ל.

כניסות תיירים דרך האוויר

חודשי, באלפים, מנוכה עונתיות



השוואת התיירות לישראל לתיירות במדינות אחרות באזור מצביעה בברור שישראל אינה מוקד משיכה לתיירות נופש. מעמדה הנחות של ישראל בעולם המערבי כמקום נופש נראה היום ברור גם על בסיס כלכלי של שיקולי עלות תועלת. מאידך, לישראל יש את מקבץ האתרים ההיסטוריים המרשים ביותר שמדינה מסוגלת להציע לאוכלוסיית הנוצרים העולמית. לכן פוטנציאל של תיירות דתית-היסטורית קיים, אולם פוטנציאל זה אינו ממומש.

1. סיכום ומסקנות

ב. אפיון התיירות לישראל

ניתוח התיירות לישראל מתוך מגוון קטגוריות (דת, מטרות ביקור, וכו') מצביע על מאפיינים ייחודיים ומצביע על כך שישראל אינה מדינת תיירות רגילה ולא יכולה להיות כזו. איחוד קטגוריות, מאפשר למקד את ייחודה של ישראל כפי שמופיע בטבלה להלן:

התפלגות התיירות לישראל לפי איחוד קטגוריות עיקריות

(הסה"כ מסתכם ל-100%. לפי ממוצע 2005-2006)

לא יהודים	יהודים	
28%	4%	תיירות לישראל ממניע "היסטורי-דתי"
10%	30%	ביקורי קרובים (ברובה גם היא ממניע היסטורי-דתי)
19%	9%	תיירות "רגילה" (עסקים, נופש, לימודים וכו')
57%	43%	סה"כ תיירים

שתי קבוצות בולטות; יהודים המגיעים למטרת ביקורי קרובים, לא יהודים הבאים לישראל על רקע היסטורי-דתי (רובם המכריע נוצרים).

התיירות "הרגילה" לישראל הינה שולית יחסית ונטולת פוטנציאל גידול ניכר. היא מהווה כיום כ-30% בלבד מהתיירות, כלומר כ-600 אלף תיירים בלבד באים לישראל למטרות; עסקים, נופש, לימודים וכו'. להערכתנו, ישראל אינה ולא תהיה מרכז תיירות בינלאומי למטרות נופש. היא אינה יכולה להתחרות במדינות כגון, טורקיה, יוון, מרוקו, סיני, עקבה וכו'. נהפוך הוא, גם לינות הישראלים (נופש של ישראלים) נמצאות במגמת קיפאון בשנים האחרונות בשל האטרקטיביות של החלופות בחו"ל (הן מבחינת המחיר והן מבחינת המגוון).

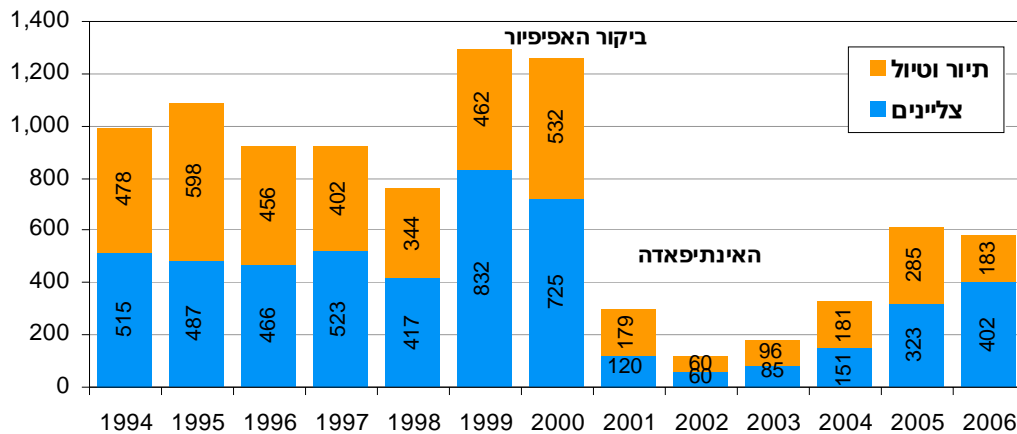
קבוצת **ביקורי הקרובים של התיירות היהודית** הינה קבוצה גדולה יחסית בשנים האחרונות (כיוון שהתיירים הנוצרים לא מגיעים), אולם בעלת פוטנציאל מוגבל וחסום. סה"כ בעולם (מחוץ לישראל) כ-8 מיליון יהודים, אשר מתוכם מגיעים כ-10% לישראל בשנה. להערכתנו, פוטנציאל זה חסום בתקרה של כ-1.2 מיליון תיירים יהודים בשנה שהינו כ-50% מעבר למצב היום. על פי התחזיות שלנו, רק בשנת 2025 תגיע קבוצה זו להיקף של 1.2 מיליון תיירים שיהוו כ-15% מכלל היהודים. לשמר מצב שבו כ-15% מאוכלוסיית היהודים בעולם יגיעו אחת לשנה לישראל הינה משימה קשה ביותר.

1. סיכום ומסקנות

קבוצת התיירים הלא יהודים (ברובה המכריע נוצרים), המגיעה לישראל בעיקר ממניעים היסטוריים-דתיים, הינה בעלת פוטנציאל עצום ביחס לישראל. אנו מעריכים פוטנציאל זה בהיקף של מעל 10 מיליון תיירים לשנה. אבל המציאות נראית מדכאת ביותר, במקום גידול ישנה נסיגה חדה. בהשוואה לשנת 1995 מגיעים לישראל כיום רק כ-50%.

התפתחות כניסות תיירים לא יהודים לישראל ממניע דתי-היסטורי

באלפים, אומדנים לפי סקרי תיירים של משרד התיירות



ג. הפוטנציאל של התיירות הנוצרית

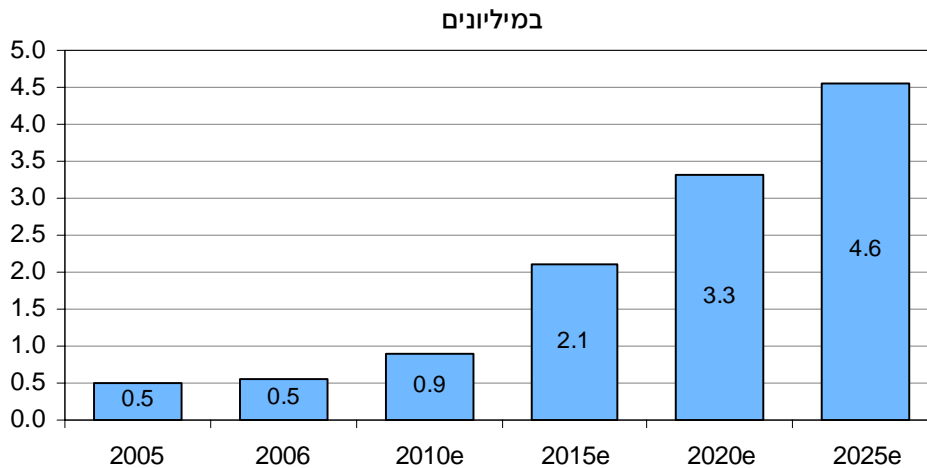
כ- 33% מאוכלוסיית העולם הינה נוצרית. קבוצה זו המונה כיום כ-2.1 מיליארד אנשים הינה בעלת ההשפעה הכלכלית הדומיננטית וכוללת את רוב אוכלוסיית המדינות המפותחות. צליינות ותיור דתי-היסטורי הינם תופעות מקובלות מאוד בעולם הנוצרי. יעדי צליינות מובילים בעולם מצליחים למשוך מדי שנה מיליוני מבקרים. נראה לנו שהיעד האטרקטיבי ביותר לנוצרים הינו ארץ הקודש, מולדת ישו, מקום מגוריו ומקום מותו. האתרים הרבים בארץ מהווים סימני דרך מפורסמים בחייו.

הרעיון המרכזי כאן הינו אפשרות שיווק של "ביקור פעם בחיים בארץ הקודש לכל נוצרי". אנו רואים בכך אפשרות מעשית שיכולה להביא לחוויה בלתי שגרתית וייחודית לתיירות הנוצרית. אנו מעריכים שהפוטנציאל הוא עצום, ושמדינת ישראל טרם ביצעה מהלכים משמעותיים למימוש. הרעיון של ביקור בארץ הקודש יכול להיות אנלוגי למצווה של כל מוסלמי לבקר ב"מכה" פעם בחיים.

1. סיכום ומסקנות

להערכתנו, ישנם כיום כ-1 מיליארד נוצרים רלוונטיים לביקור בישראל (מתוך מעל 2 מיליארד), כמחציתם ביבשת אמריקה וכמחציתם באירופה ושאר העולם. אנו מניחים שמעל ל-50% מהם (שהם כ-25% מכלל הנוצרים בעולם) יכולים כלכלית, חברתית, לממש רעיון זה, לפחות פעם בחיים. המשמעות היא פוטנציאל שנתי של מעל 10 מיליון תיירים לישראל לשנה מקטגוריה זו (500 מיליון איש פעם ב-50 שנה). אנו מעריכים, שעידוד אפקטיבי של רעיון מסוג זה יוביל לכך שבעוד 17 (בשנת 2025) ניתן יהיה לממש 50% מהפוטנציאל, כלומר 5 מיליון תיירים נוצרים המגיעים לישראל מדי שנה על רקע שורשים היסטוריים-דתיים.

תחזית התפתחות תיירות נוצרית (על רקע היסטורי-דתי)



ד. מימוש הפוטנציאל

להערכתנו, מיעוט התיירים הנוצרים הינו "כשל שוק" שניתן להתגבר עליו. אנו מעריכים (כמו גורמים אחרים) שאם היה שלום מלא במזרח התיכון וישראל הייתה נתפסת כמקום ידידותי, בטוח ורגוע, מיליוני תיירים נוצרים היו מגיעים לישראל. במקרה כזה הייתה ממשלת ישראל משקיעה כנראה באתרים הרלוונטיים לנוצרים (כ-20 במספר) והופכת אותם לאטרקטיביים ביותר עם רמת תשתיות המקובלת בעולם המערבי. במקביל, גופי התיירות בישראל ובעולם (גופים עסקיים) היו רואים בפניהם זרם יציב של תיירים והיו בונים היצע מתאים של תשתיות הכולל; בתי מלון, מסעדות, אוטובוסי תיור ומערך תחבורה אווירית. אבל במציאות אין הסדר מדיני במזרח התיכון, ולצערנו הסבירות שיהיה הסדר בשנים הקרובות אינה גבוהה.

1. סיכום ומסקנות

להערכתנו, גם במצב שבו אין הסדר מדיני במזרח התיכון, ניתן לממש את הפוטנציאל התיירותי נוצרי ולהגיע לכ-5 מיליון תיירים נוצרים בשנה. אולם לפתרון הבעיה נדרש לטפל ב"כשל השוק", באמצעות התערבות ממשלתית. הרעיון המרכזי בעבודה זו הינו פתרון בעיית התשתית הציבורית באמצעות פיתוח האתרים עצמם ובמגזר העסקי באמצעות הבטחת "רשת ביטחון" לגופים העסקיים, שיבנו תוספת תשתית של מלונות, אמצעי תחבורה אווירית ותחבורה יבשתית.

אנו מעריכים שאילו היו 15 - 20 המקומות היותר חשובים לנוצרים בישראל נמצאים ברמת פיתוח אטרקטיבית יותר ורמת תחזוקה מעולה, הם היו מסוגלים למשוך תיירים נוצרים, בתקופות השקטות ללא טרור ומלחמות, גם כאשר המצב המדיני- ביטחוני נשאר ללא הסדר (לדוגמא שנת 2007). אנו רואים בפיתוח תשתית האתרים על ידי הממשלה (ניתן לעשות זאת במיקור חוץ), תנאי הכרחי וראשון להצלחה.

בנוסף יש לספק "רשת הביטחון" המהווה פיצוי למלונאים שיבנו תוספת של מלונות בדרגת 3 - 4 כוכבים לתיירות הנוצרית במקרה בו, מסיבות חיצוניות (מלחמה, טרור וכו'), תפסק זמנית תנועת התיירות. רשת הביטחון צריכה להינתן גם לחברות תחבורה מקומיות שיגדילו את צי האוטובוסים למטרות תיור וכן לחברות תעופה שיעמידו צי מטוסים לטיסות זולות בתדירות גבוהה וקבועה ליעדים מרכזיים של התיירות הנוצרית.

ה. תחום השיווק

- היתרון היחסי והמוחלט של ישראל הנו היותה "ארץ הקודש" לנוצרים. תודעה זו מוחדרת לכל הנוצרים באפקטיביות גבוהה ביותר ע"י התנ"ך והברית החדשה.
- יצירת שיתופי פעולה עם הגורמים המובילים בדת הנוצרית (הכנסיות למיניהן), שמטרתם לגרום לכל נוצרי לשאוף להגיע לישראל לפחות פעם אחת בחייו, הינה הבסיס לכל מדיניות השיווק.
- אנו רואים בשיפור האתרים ההיסטוריים הייחודיים בישראל והפיכתם למערך אתרים אטרקטיבי לנוצרים, תנאי ראשון להצלחת השיווק.
- בהתבסס על השוואה בינלאומית, אנו לא רואים בהגדלת תקציב השיווק של המדינה את התנאי ההכרחי לעידוד התיירות במונחי עלות - אפקטיביות. ההוצאה לשיווק לכניסת תייר בישראל היא מהגבוהות ביותר (מקרב המדינות שנמצאו נתונים לגביהן), ומתואמת באופן מלא עם היתרונות לגודל המאפיינים את הענף.

1. סיכום ומסקנות

- ניתן להשתמש בכספי "רשת ביטחון" להוזלת הביקור בשיעורים ניכרים, בתקופות קשות (שלאחר סיום פעולות האיבה), במידה וזה יעודד כניסות תיירים. אנו רואים בכך מרכיב שיווקי ראשון במעלה.
- הימנעות מכפילות מנגנונית במערכת הממשלתית. משרד התיירות הינו משרד יעודי שכל תפקידו הוא עידוד התיירות לישראל. לכן, הקמת רשות לתיירות כחלק מהמשרד הינה כפילות. על פי הניסיון הבינלאומי של המדינות המפותחות ניתן להקים רשות לענייני תיירות, אולם רק לאחר מיזוג משרד התיירות במשרד ממשלתי אחר (לדוגמא: התמ"ת).

1. מנגנון הפיצוי בענף המלונאות – ביטוח מפני סיכון ביטחוני

ברמה העקרונית, מנגנון הפיצוי צריך לפצות על כל ההפרש שבין תוואי הבסיס לתוואי המואץ, תחת ההנחה שתוואי הבסיס מייצג את רמת ההשקעות בענף גם ללא ביטוח מפני סיכון ביטחוני (תוואי השקעות "רגיל").

בפועל אין כל אפשרות להבחי, לצורך מתן הפיצוי, בין הרצון להתרחב על פי תוואי הבסיס לבין אותו רצון על פי התוואי המואץ. לכן, הדרך היחידה להגיע לביטול הסיכון הביטחוני הינה ביטוח כנגד סיכון ביטחוני (רשת ביטחון) שיבטיח 100% של כיסוי הוצאה הקבועה (על כל תוספת התשתית בהשוואה להיום), כך שגם בשוליים לא יהיה ליזם תוספת הוצאה בגין התדרדרות ביטחונית שתמנע או תקטין את התיירות הנוצרית.

על מנת להבטיח פיצוי מלא בגין התדרדרות ביטחונית, אנו מציעים מנגנון הכולל תשלום פרמיית ביטוח חלקית ונמוכה, לכיסוי כל ההוצאות בגין מצב ביטחוני נחות, אשר תשולם ע"י היזמים. הביטוח יהיה באחריות ממשלתית וניתן לבצעו באמצעות מיקור חוץ. רשת הביטחון וסבסוד ממשלתי של יתרת פרמיית הביטוח, יינתנו לכל חדרי המלון החדשים שייבנו ואשר תשולם בגינם פרמיית הביטוח.

יחס חלוקת הפרמיה בין היזמים ובין הממשלה מייצג את היחס המתקיים בין התוספת המצטברת של התשתית בתוואי הבסיס לבין אותה התוספת בתוואי המואץ. בהתאם לכך, ועפ"י המודל המוצג במסמך זה, פרמיית היזמים תהווה 43% מסך הפרמיה הכוללת והיתרה (57%) תכוסה על ידי הממשלה.

1. סיכום ומסקנות

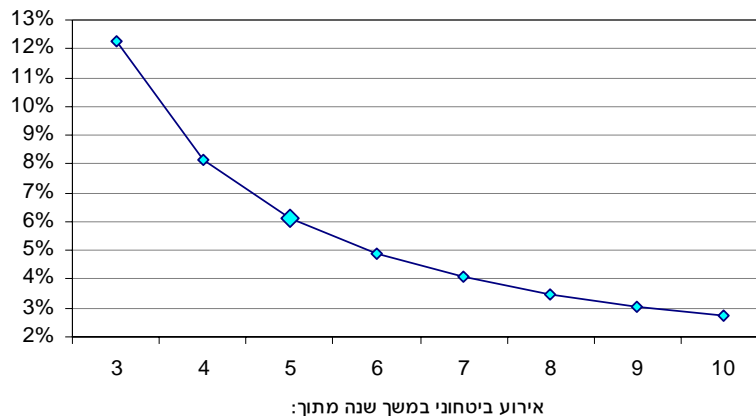
בדרך זו, בשוליים, כל תוספת תשתית חדרי המלון (לעומת המצב היום) תבוסח במלואה כך שההתפתחות תהיה לפי תוואי כלכלי מואץ, ללא חשש מבעיות ביטחוניות חריגות (אומנם הפדיון נמוך ב- 6% עקב תשלום הפרמיה לביטוח, אולם אנו מניחים שלא תהיה לכך השפעה קריטית). באמצעות יחס הפרמיות שבין החלק הממומן על ידי היזמים לבין החלק הניתן על ידי הממשלה, ניתן יהיה לשנות את גודל התמריץ לבניית חדרי מלון.

תחת ההנחה של משבר ביטחוני אחת ל- 5 שנים (4 שנים רגילות ושנה אחת בעייתית), תעמוד הפרמיה השנתית הכוללת על 25% מההוצאה הקבועה (כ- 14% מההכנסות). בהתאם להתפלגות לעיל (43% מהפרמיה הכוללת), הפרמיה לסקטור הפרטי תעמוד על כ- 11% מההוצאה הקבועה (שהם כ- 6% מההכנסות). אומדן תוספת ההכנסות בגין חדרי המלון החדשים שייבנו עפ"י התוואי המואץ, הנו כ- 5.6 מיליארד ₪. בהתאם לכך, הפרמיה השנתית של הסקטור העסקי, תסתכם בכ- 340 מיליון ₪.

מובן, שאם ההסתברות לפגיעה בתיירות כתוצאה מאירועים ביטחוניים תהיה גבוהה יותר, יתכן שהפרמיה שתידרש לא תהיה כדאית כלכלית. להלן תרשים המסכם את אומדן שיעור הפרמיה ליזמים בהתאם לתדירות האירועים הביטחוניים.

אומדן שיעור הפרמיה המשולמת על ידי היזם (מתוך הפדיון)

כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים



1. סיכום ומסקנות

ז. התרומה למשק

תוספת הערך המוסף למשק בגין התוואי המואץ (תוספת של כ- 2.8 מיליון תיירים נוצרים עד 2025 ביחס לתוואי הבסיס), הנה כ- 13 מיליארד ₪ ותוספת ההכנסות הנה כ- 24 מיליארד ₪. מדובר בתוספת של כ- 1.0 נקודת האחוז לתוצר של המשק הישראלי ותוספת של כ- 3.0 נקודות האחוז ליצוא הסחורות והשירותים. תוספת התעסוקה עומדת על כ- 34 אלף עובדים, המהווים תוספת של כ- 6% למועסקים בענפי השירותים (ללא תוכנה ופיננסים).

סיכום התרומה למשק בשנת 2025

כניסות במיליונים, הכנסות ותוצר במיליארדי ש"ח, תעסוקה באלפים

הפרש	תוואי מואץ	תוואי בסיס	
2.8	7.5	4.7	כניסות תיירים
2.8	4.6	1.7	כניסות תיירות נוצרית
24%	61%	38%	נתח תיירות נוצרית
23.7	48.1	24.5	הכנסות מתיירות
3.0%	6.0%	3.1%	אחוז מיצוא סחורות ושירותים
12.7	25.9	13.2	תוצר תיירות
1.0%	2.0%	1.0%	אחוז מהתוצר
33.6	114.8	81.2	תעסוקה (ללא אילת)
6.1%	20.9%	14.8%	אחוז מהמועסקים בשירותים (ללא תוכנה ופיננסים)

מעבר לתרומה הכלכלית, ישנן השפעות חיוביות נוספות, אשר באות לידי ביטוי בביסוס וחיזוק מעמדה של ישראל בעולם והשבת ישראל למפת התיירות העולמית.

ח. העלות למשק

העלות למשק כוללת תוספת תקציבית לפיתוח תשתית האתרים הלאומית ותוספת מינורית לתקציב השיווק. סך התוספת נאמדת בכ- 100 עד 130 מיליון ₪, מרביתה לשיפור תשתית האתרים. אנו רואים בפיתוח תשתית האתרים על ידי הממשלה, תנאי הכרחי וראשון להצלחה. תקציב השיווק הנוכחי של התיירות בישראל מתואם עם רמת תקציבי השיווק בעולם, בהתאם לרמת הכניסות. תחום זה מאופיין ביתרונות ברורים לגודל, ועל כן גידול בהיקפי התיירות פירושו בעיקר ירידה בהיקף ההוצאה לכניסת תייר.

1. סיכום ומסקנות

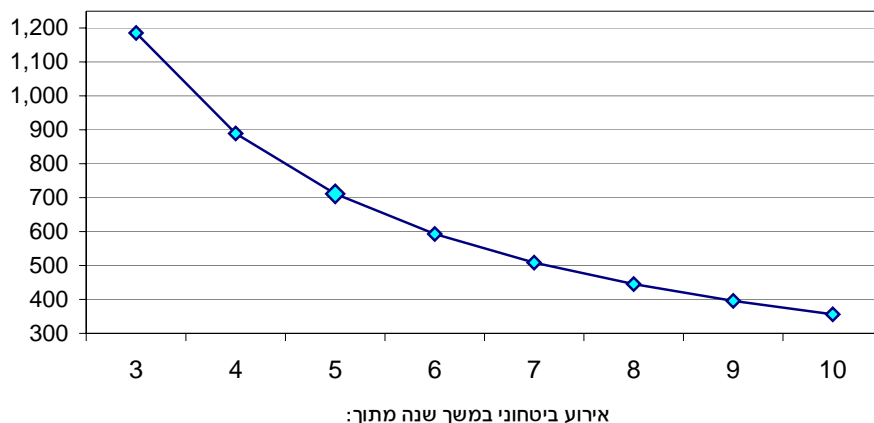
בהתאם לקו המגמה המאפיין את היתרונות לגודל בתחום, אנו צופים ירידה של ההוצאה לשיווק לכניסת תייר מכ- \$19 בשנת 2007 לכ- \$8 בשנת 2025, בהתאם לתוואי הכניסות המואץ. המשמעות הנה גידול של כ- 60 מיליון ₪ בלבד בתקציב השיווק (2025 ביחס לשנת 2007).

הפיצוי הנדרש (השבת ההוצאות הקבועות) עבור תוספת ההשקעה בענף המלונאות בשנת משבר בתיירות על רקע ביטחוני (הונח שנה אחת מתוך 5), הנה כ- 3.1 מיליארד ₪. פיצוי זה הנו עבור כל תוספת התשתית ביחס לתשתית הקיימת כיום (ראה סעיף ו'). היקף הסבסוד הממשלתי של פרמיית הביטוח הנו בשיעור של 57%. בניכוי תשלומי הפרמיה של הסקטור הפרטי, העלות השנתית למדינה מסתכמת בכ- 700 מיליון ₪.

הכדאיות הכלכלית של הבטחת רשת ביטחון ליזמים בענף התיירות מותנית כמובן במספר האירועים הביטחוניים ובמשכם (הפער בין התוואי המוסכם למציאות). מצב של טרור שהיה בשנים 2001 - 2003 הינו קיצוני ואנו מעריכים שהסיכויים שתופעה זו תחזור נמוכים מאוד. מאידך הפרעות זמניות של עד שנה צפויות להתרחש. להלן אומדן העלות השנתית למשק כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים:

אומדן עלות שנתית למדינה

במיליוני ₪, כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים



2. התיירות לישראל

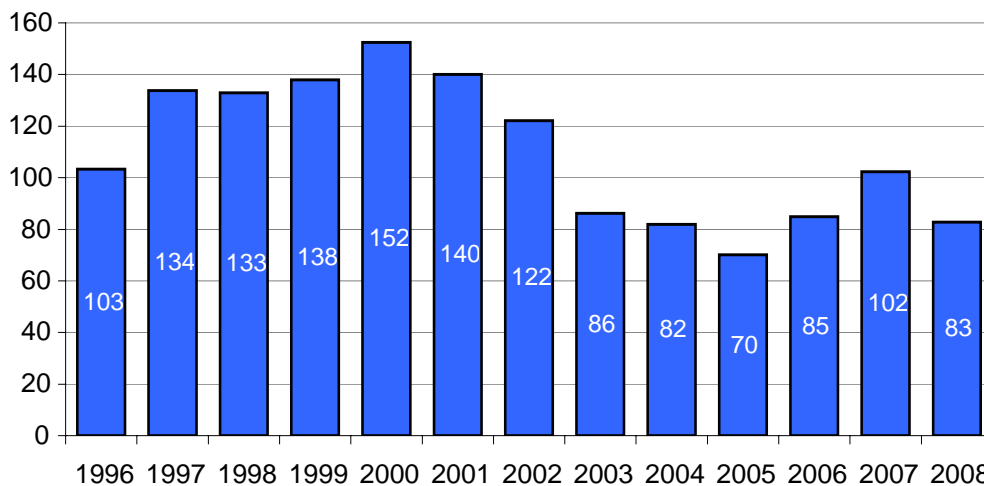
2. התיירות לישראל

2.1 כניסות תיירים לישראל והשפעת הגורם הביטחוני

התיירות לישראל תנודתית ביותר ומושפעת מהמצב הביטחוני השורר במדינה. שלושת האירועים העיקריים שהביאו לירידה חדה בהיקף התיירות הנכנסת מאז תחילת שנות ה-90 הנם: מלחמת המפרץ (1991), פרוץ האינתיפאדה (אוקטובר 2000) ומלחמת לבנון השנייה (קיץ 2006).

כניסות תיירים דרך האוויר

חודשי, באלפים, מנוכה עונתיות



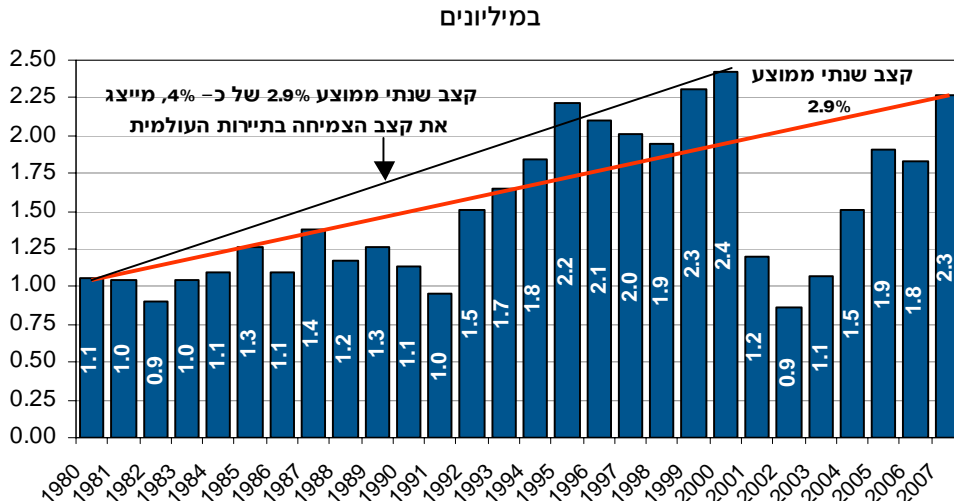
מתוך התרשים לעיל ניתן לזהות שני סוגי אירועים ביטחוניים:

1. אירוע ביטחוני גדול וקצר יחסית (מלחמה)
2. אירוע ביטחוני מתמשך (דוגמת אינתיפאדה)

ניתן להבחין, כי בין אם מדובר באירוע גדול וקצר יחסית ובין אם באירוע מתמשך, משך החזרה לנקודת המוצא (ללא גידול) זהה, פחות או יותר, למשך האירוע. משך ההתאוששות בשני האירועים הגדולים (אך הקצרים) נמשך כשנה, ומשך ההתאוששות מהאינתיפאדה שנמשך כשלוש שנים.

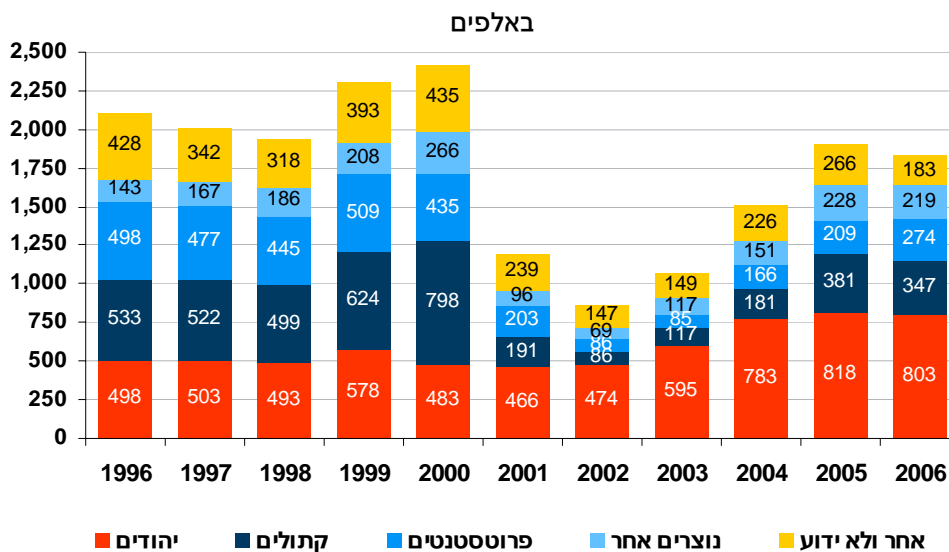
2. התיירות לישראל

מגמות ארוכות טווח בכניסות תיירים לישראל



אם בשנת 2001 הייתה התיירות הנכנסת לישראל, ממשיכה לפי קצב של כ-4% לשנה, בדומה לקצב הגידול בתיירות העולמית, היו נרשמות בשנת 2007 כ-3.2 מיליון כניסות תיירים. בפועל, מספר הכניסות בשנת 2007 עמד על כ-2.3 מיליון – כ-70% ביחס למצופה עפ"י קו המגמה, וזאת כתוצאה משני אירועים ביטחוניים שהתרחשו במהלך התקופה.

התפתחות כניסות תיירים לפי מאפיין הדת



2. התיירות לישראל

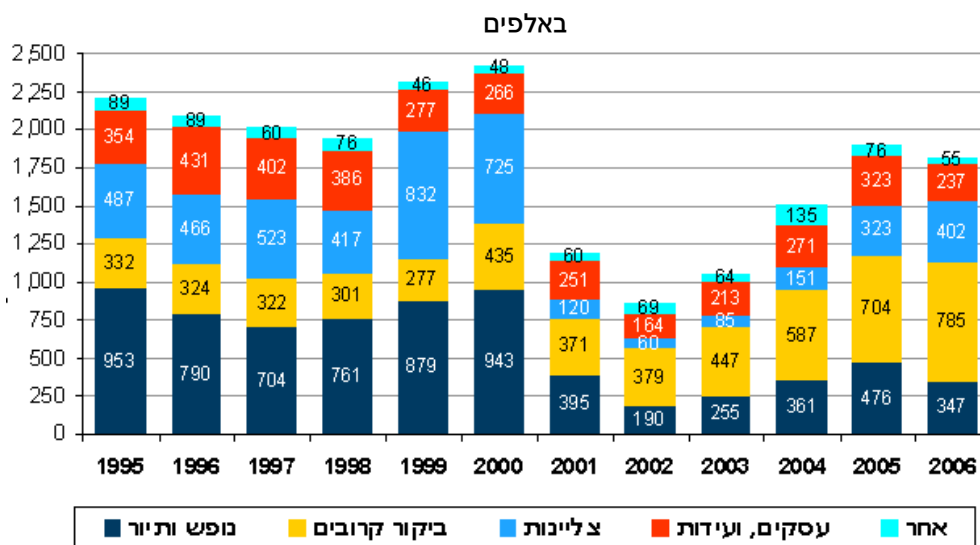
המצב הביטחוני משפיע גם על תמהיל התיירות לישראל, הן מבחינת השתייכות דתית והן מבחינת מטרת הביקור.

בשנים האחרונות מאופיינת התיירות הנכנסת לישראל במרכיב יהודי גבוה ובמשקל גבוה של ביקורי קרובים (מטבע הדברים, קיימת חפיפה גבוהה בין שני פלחים). קיים מתאם חיובי גבוה בין משקל התיירות היהודית לבין הרעה במצב הביטחוני. (ככל שמחמיר המצב הביטחוני כך עולה משקל התיירות היהודית). בשנת 2006 כ- 44% מהתיירים שהגיעו לישראל היו יהודים ובשנים 2002-2003 (שנות האינתיפאדה), עמד משקלם על 155% מסך התיירות הנכנסת לישראל. לצורך השוואה, בשנת 2000 עמד משקלם של היהודים על 20% בלבד מהתיירות לישראל.

העלייה החדה בתיירות היהודית בשנים האחרונות מקורה במערב אירופה ובעיקר בצרפת. התגברות גילויי האנטישמיות בשנים האחרונות הביאה עמה גל של תיירות יהודית לישראל. אנו בדעה, כי פוטנציאל פלח זה הנו מוגבל, וקצב הגידול המואץ שנרשם בשנים האחרונות יתמתן בשנים הקרובות ויתכנס לרמה של כ- 3%, בהתאם לקצב הקיים מצפון אמריקה, ואשר מבטא להערכתנו מצב של שיווי משקל.

משקל הנוצרים בכניסות תיירים לישראל הגיע לשיא סביב ביקורו של האפיפיור בשנת 2000. בשנה זו עמד משקלם על 62%, למעלה ממחציתם קתולים. מנגד, בשנת 2002 עמד משקלם של הנוצרים על 28% בלבד, ורק 35% מהם קתולים. מתוך הנתונים עולה, כי פלח הנוצרים הקתולים מגיב בצורה החריפה ביותר לשינויים במצב הביטחוני.

התפתחות כניסות תיירים לפי מאפיין של מטרת הביקור



2. התיירות לישראל

משקל הצליינים הגיע לשיא בשנת 1999 – סביב ביקורו של האפיפיור, עם נתח של 36% מכלל התיירות. משקלם של הצליינים בשנת 2000 נפגע בשל פרוץ האינתיפאדה ברבעון האחרון של השנה. כאמור, כניסות הצליינים מושפעות באופן הבולט ביותר כתוצאה משינויים במצב הביטחוני – הרעה מובילה לירידה דרסטית ושיפור מוביל להתאוששות מהירה. לאחר הירידה לשפל בשנים 2002–2003 (בשל השפעת האינתיפאדה), חלה התאוששות מהירה בשנים 2004–2006.

התאוששות התיירות למטרות צליינות, מצביעה על הפוטנציאל הגבוה הגלום בפלח תיירות זה. להערכתנו, בניגוד לתיירות המגיעה למטרות נופש, לישראל יש רבות להציע בתחום התיירות הנוצרית, בהיותה "ארץ הקודש", עם מספר רב של אתרים בעלי חשיבות עליונה לתיירות הנוצרית (הכנרת, נצרת, בית לחם, ירושלים וכד'). אנו חושבים שהפוטנציאל הגדול בתיירות הנכנסת לישראל גלום בפלח זה.

הקטגוריה הבולטת ביותר בשנים האחרונות במטרת הביקור, הנה ביקורי קרובים. מספר התיירים שהגיעו לישראל למטרת ביקור קרובים הכפיל את עצמו בין השנים 2001 ו-2006, והגיע לכ- 785 אלף, לעומת כ- 370 אלף בשנת 2001. קטגוריה זו היוותה בשנת 2006 43% מכלל התיירות הנכנסת לישראל. פלח ביקורי הקרובים כמעט ולא הושפע מההרעה במצב הביטחוני והוא הציג שיעורי גידול גבוהים מאוד בשנים האחרונות (חלקו נובע מהגידול החד בתיירות יהודית מצרפת). גם ההתדרדרות במצב הביטחוני בשנות האינתיפאדה (2001–2003), הביאה לירידה של כ- 8% בלבד ביחס לשנת 2000. המגמות בתיירות למטרת ביקורי קרובים ותיירים יהודים מצביעות על היות שני קהלים אלו, בבחינת "קהל שבוי".

היקפי התיירות למטרות נופש ותיור ירדו משמעותית החל משנת 2001, אולם בניגוד לפלחים אחרים, לא ניכרת מגמת התאוששות במרכיב זה. אנו מייחסים זאת להיעדר יתרונות לישראל בתחום הנופש והבילוי (ראה פרק מגמות בתיירות העולמית והאזורית). מחקרם של חברת ארנסט אנד יאנג, שנערך בשנת 2006, מצביע על מסקנה דומה – לפיה הסיכויים של ישראל בתחום תיירות הנופש הנם נמוכים. הלכה למעשה, ישראל הופכת עם השנים ליעד פחות ופחות אטרקטיבי ורלוונטי למטרות נופש, ואנו מעריכים כי מגמה זו לא תשתנה באופן מהותי גם בעתיד. אנו מעריכים, כי עיקר התיירות שתגיע למטרות אלו תמשיך להיות תיירות יהודית.

המגמה הבולטת בתיירות היהודים לישראל, היא גידול חד בנתח התיירים המגיעים מאירופה וירידה במשקל התיירים היהודים מצפון אמריקה (משקל היהודים המגיעים מאירופה עלה מ- 37% בשנת 1998 ל- 52% בשנת 2006).

2. התיירות לישראל

גם מספר התיירים היהודים מבריטניה הוכפל בעשור האחרון וקצב הגידול בתיירות היהודית בקרב המדינות האירופאיות המובילות עמד בעשור האחרון על 8.5% בממוצע שנתי. אנו מייחסים זאת, בין השאר, להתפרצות גילויים אנטישמיים באירופה, אשר מגבירים את זיקת היהודים לישראל. מנגד, התיירות היהודית מארה"ב צמחה בעשור האחרון בקצב של כ- 2.8% בלבד.

להערכתנו, למרות הגידול המואץ בתיירות היהודית בשנים האחרונות, אנו קרובים למיצוי הפוטנציאל של מרכיב זה בתיירות הנכנסת לישראל. אנו מעריכים, כי קצב כניסות היהודים מצפון אמריקה מייצג את הקצב הצפוי בכניסות יהודים בטווח הארוך (כ- 3% בשנה) ובשנים הקרובות ירד קצב הגידול בהדרגה ויתכנס לקצב המאפיין את יהודי צפון אמריקה.

2.2 הערך המוסף למשק

במהלך 15 השנים האחרונות חלה ירידה חדה בחשיבות ענף התיירות הנכנסת לכלכלה הישראלית. ההכנסות מתיירות נכנסת הסתכמו בשנת 2006 בכ- 1.86 מיליארד \$, שהם כ- 2.6% מהייצוא, זאת בהשוואה ל- 15.5% בשנת 1994 (שנת השיא במונחי אחוז מהיצוא בתקופה שבין 1990 - 2006). עם פרוץ משבר האינתיפאדה, נחתכו הוצאות התיירים בחצי (שנת 2001), והגיעו לרמה של כ- 1.5 מיליארד \$ לעומת 4.2 מיליארד \$ בשנות השיא בתיירות - 1995 ו- 1999.

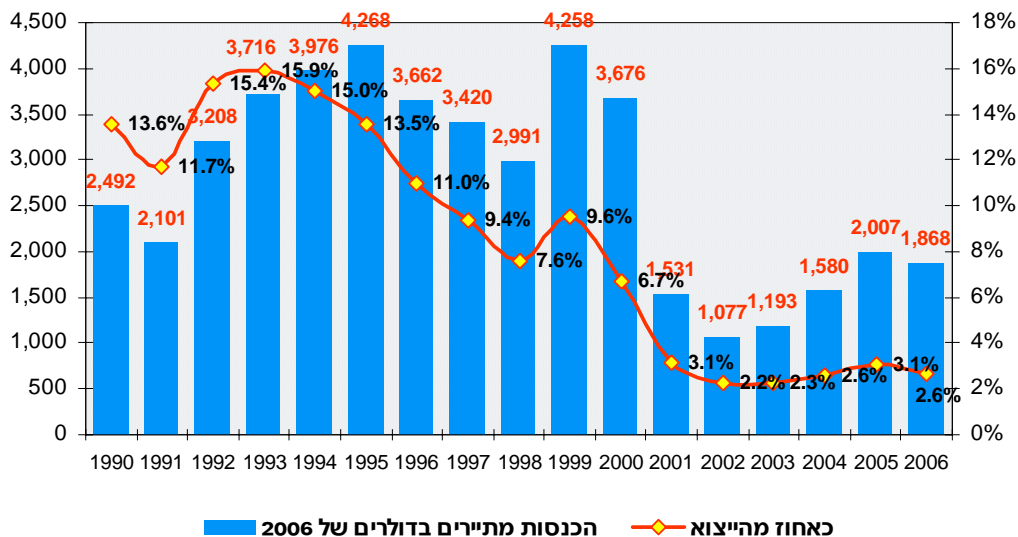
הערך המוסף של התיירות הנכנסת לישראל נאמד בשנת 2006 בכ- 6 מיליארד \$, שהם כ- 0.94% מהתוצר. בשנת 2005 נאמד הערך המוסף של התיירות בכ- 1.04% מהתוצר. לצורך השוואה, הערך המוסף של ענף התיירות הנכנסת ביוון מהווה כ- 6% מהתוצר ובטורקיה וקפריסין כ- 10%-11%. בניגוד לישראל, אלו מדינות מוטות תיירות.

עפ"י תחזית הכניסות בתוואי המואץ, המתייחסת לפוטנציאל התיירות לישראל (עם גידול חד בתיירות צליינית), בשנת 2025 יעלה הערך המוסף של ענף התיירות לכ- 2.1% מהתוצר - פי 2.3 בהשוואה למצב הנוכחי. עדיין נמוך בהשוואה למדינות באזור.

2. התיירות לישראל

הכנסות מתיירות נכנסת לישראל ללא דמי נסיעה

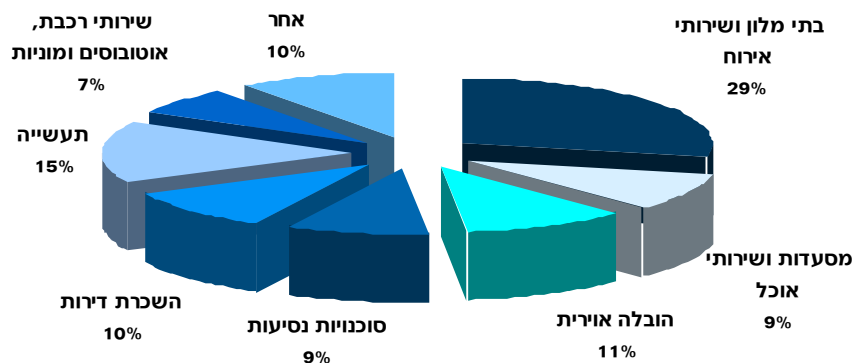
במיליוני \$ של 2006 ובאחוזים מהייצוא



הערך המוסף של ענף התיירות נאמד בשנת 2006 בכ- 6 מיליארד \$, המהווים תרומה של כ- 1% לתוצר המקומי הגולמי.

התפלגות הערך המוסף של התיירות הנכנסת לפי ענפי ייצור

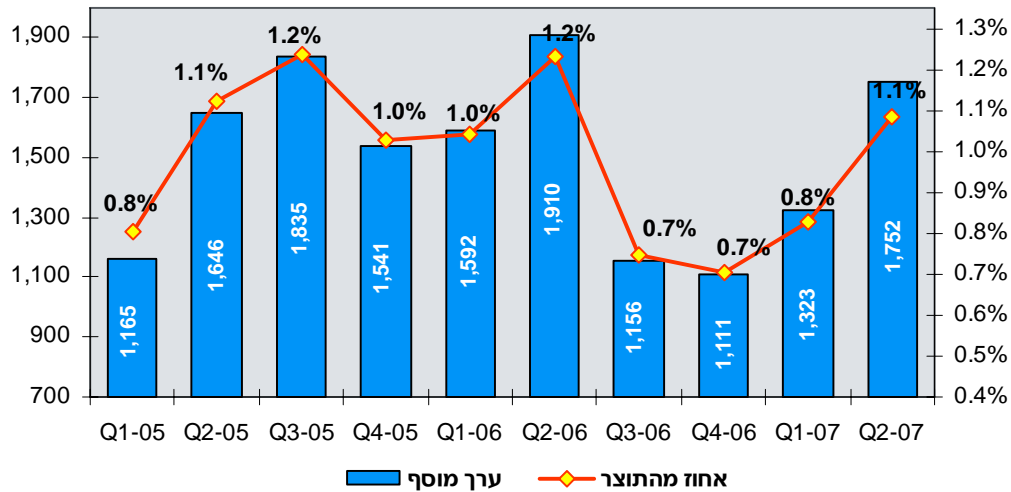
אומדן לשנת 2006



2. התיירות לישראל

אומדן הערך המוסף של התיירות הנכנסת וחלקה בתוצר המקומי

נתונים רבעוניים, במיליוני ש"ח, כולל דמי נסיעה



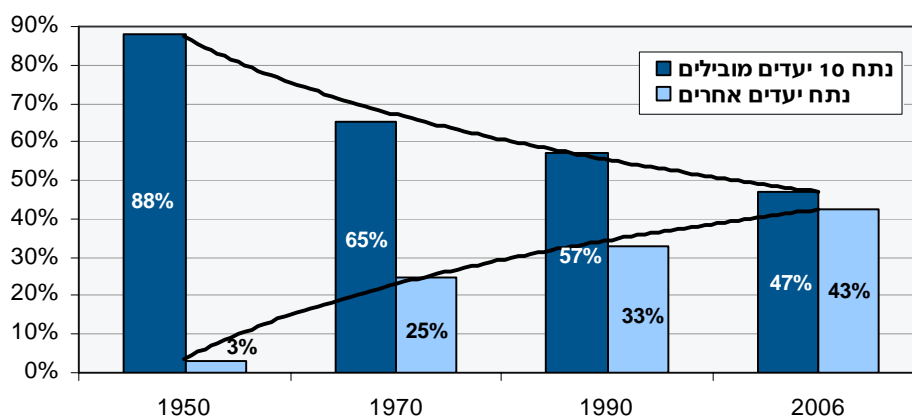
ערך מוסף בשנת 2005: 1.04% מהתוצר
 ערך מוסף בשנת 2006: 0.94% מהתוצר

3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

במהלך 6 העשורים האחרונים, אנו עדים להשפעת תהליך הגלובליזציה על התפתחות התיירות העולמית. יעדי התיירות המסורתיים – צפון אמריקה ומערב אירופה, מציגים שיעורי גידול מתונים בהשוואה ליעדים מתפתחים כגון אסיה ואפריקה. זהו ביטוי למגוון ההולך וגדל של יעדי תיירות אטרקטיביים וזולים, מחוץ למדינות המערב, כמו גם לעלייה ברמת החיים המביאה לגידול בנתח התיירות באמצעות טיסות (מ- 39% בשנת 1990 ל- 43% בשנת 2005).

התפתחות נתח 10 היעדים המובילים ויעדים אחרים¹ בתיירות העולמית



1. אחרים – מקום 16 והלאה

- החל משנות ה-90, האזורים המציגים שיעורי גידול חדים הם: דרום מזרח אסיה והמזרח התיכון.¹ את מרבית היעדים שהציגו גידול חד בעשור האחרון ניתן לשייך לאחת מהקטגוריות הבאות:
- ← מדינות מתפתחות המציעות חווית טיול אקזוטית – (סין, מרוקו, הודו, מצרים, ויאטנם).
 - ← מדינות בהן חל שינוי באקלים הפוליטי – (דרום אפריקה, קרואטיה, ויאטנם).
 - ← מדינות בעלות צמיחה כלכלית גבוהה, המביאה, בין השאר, לגידול בתיירות למטרות עסקים (סין).
 - ← מדינות הפונות לפלח ייעודי (תיירות דתית, הימורים וכד') – (ערב הסעודית, מאקאו).

בין המדינות בהן חל גידול חד בתיירות החל משנות ה-90, ואשר נמנות על 50 היעדים המובילים בעולם: סין, הונג-קונג, תאילנד, קרואטיה, מרוקו, הודו, ויאטנם, ארגנטינה, מצרים, דרום אפריקה ואוקראינה. יעדים אלו מציגים קצב גידול שנתי ממוצע של כ- 8% משנת 1990 ועד 2005, כפול מקצב הגידול בסך התיירות העולמית.

¹ עפ"י הגדרות הארגון העולמי לתיירות – WTO, ישראל אינה שייכת למזרח התיכון אלא לדרום אירופה.

3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

יעדים בעלי קצב צמיחה גבוה במיוחד הם: האמירויות, דרום אפריקה, קרואטיה, בחרין, מאקאו ואוקראינה. סיכום יעדים אלו מצביע על קצב צמיחה שנתי ממוצע של כ- 13% משנת 1995 ועד 2005, גבוה משמעותית בהשוואה ליעדים המסורתיים ולכלל התיירות העולמית.

בחינת מגמות במטרות הביקור, מצביעה על ירידה במשקל התיירות למטרות נופש, בילוי וחופשה מ- 56% בשנת 1990 ל- 50% בשנת 2005, ועלייה במשקל התיירות למטרות אחרות מלבד עסקים (ביקורי קרובים, דת, רפואי וכד'), מ- 20% ל- 26%, בהתאמה. מגמה זו מביאה לידי ביטוי את העלייה בביקוש לתיירות ייעודית-ייחודית על חשבון התיירות הקלאסית.

העלייה המתמדת ברמת החיים, בד בבד עם התפתחותם של יעדי תיירות אלטרנטיביים באזורים המתפתחים בעולם, יצרו שינוי בטעמי התייר, וכיום ניתן לאפיין את התייר "החדש" כמתוחכם יותר, סקרן יותר ומחפש ערך מוסף גבוה יותר בנסיעותיו בעולם. התייר החדש נוסע בתדירות גבוהה יותר ועקב כך צובר ניסיון רב. כתוצאה מכך, דורש גם סטנדרטים גבוהים יותר. הגברת התדירות מלווה בקיצור השהות הממוצעת.

התייר החדש מחפש אותנטיות, אקזוטיות ויותר תגליות, בין השאר, באמצעות אינטראקציה עם הקהילה והתרבות ביעד הביקור. חוויות אלו מייצרות עבורו את הערך המוסף הגבוה ונותנות מענה לצורך בריגושים וחידוש. התייר "החדש" גם יותר מתוחכם ומלומד, בין השאר הודות לאפיקי מידע חדשים שנפתחו בפניו בעיקר בזכות רשת האינטרנט. החשיפה למידע הרב על יעדי תיירות אלטרנטיביים, מאפשרת לו תכנון מסלולים החורגים מהמסלולים הקלאסיים והמוכרים.

מאפיין נוסף בתמהיל התיירות העולמית הוא גידול בפלח התיירות המבוגרת כתוצאה מעלייה בתוחלת החיים וברמת החיים של אוכלוסייה זו. גם פלח זה עובר שינויים והוא פעיל יותר מבחינה פיזית ומנטאלית, ומחפש גם הוא אחר חוויות חדשות וייחודיות.

האתגרים העומדים בפני התיירות העולמית, המהווים את מנועי הצמיחה העתידיים של הענף, הנם:

← משיכת מבקרים משווקים חדשים

← הגדלת השהות הממוצעת

← הגדלת ההוצאה הממוצעת לתייר

← הרחבת עונת התיירות

← משיכת תיירות נישה / תיירות בעלת עניין ייחודי

הבנת התהליכים בתיירות העולמית, מאפשרת לבחון את ישראל בפרספקטיבה בינלאומית, ואת אופן השתלבותה במגמות הקיימות, תוך ניצול יתרונה היחסי. מצבה הגיאוגרפי-פוליטי של ישראל

3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

מהווה חיסרון מובנה, המקשה על יצירת רצף בכניסות התיירים. אולם זהו מצב נתון, אשר יש לנטרל אותו בדיון על יתרונותיה היחסיים של ישראל, ובמקורות המשיכה הפוטנציאליים שלה לתיירות מהעולם, על בסיס אותן המגמות שתוארו לעיל.

המגמות המאפיינות את התיירות העולמית יוצרות הזדמנות עבור ישראל לחזור למפת התיירות, אך בד בבד מציבות אתגרים, המחייבים הבנה והתמקצעות של השוק המקומי.

התהליכים שעשויים לשרת את מעמדה של ישראל בתיירות העולמית:

← ירידה במשקל היעדים המסורתיים וחיפוש אחר אלטרנטיבות למדינות המערב (מערב אירופה וכד').

← גידול בנתח התיירות באמצעות טיסות. עיקר התיירות לישראל הנה באמצעות טיסות.

← תיירות נישה. התאמה לקהל יעד בעל דרישות ייחודיות. רלוונטי בעיקר לגבי תיירות צליינית.

← הרחבת עונת התיירות. מזג האוויר בישראל מאפשר הרחבת עונת התיירות על פני מרבית חודשי השנה.

← תיירות מבוגרת ואמידה יותר. מתאימה לישראל בשל השהות היקרה יחסית והתשתית הנחשבת ברמה גבוהה יחסית.

← דרישה לאותנטיות וערך מוסף גבוה. ההיסטוריה והדת השלובים באתרי הארץ עשויים לתת מענה לחוויית טיול ייחודית ובעלת ערך מוסף גבוה, בעיקר עבור תיירות דתית. כמו כן, השילוב בין מזרח למערב יכול לספק מחד חוויה אותנטית ומאידך תשתית ברמה גבוהה.

← שינוי אקלים פוליטי-מדיני-ביטחוני, מביא להתאוששות מהירה בתיירות (לדוגמא קרואטיה, דרום אפריקה וכד'). מגמה זו עשויה להצביע על פוטנציאל התאוששות מהיר והגעה להיקפים גבוהים של מבקרים בישראל, על בסיס נורמליזציה ושינוי באקלים המדיני. מגמה זו מותנית כמובן בשינוי מסוג זה.

מנגד, תהליך הגלובליזציה יצר גידול חד במספר האלטרנטיבות העומדות בפני התייר, עם יעדים חדשים ברחבי אסיה ואפריקה, אשר האטרקטיביות שלהם עולה על ישראל מהבחינות הבאות:

← עלות השהות

← הנוף הגיאוגרפי והאנושי

← המצב המדיני-ביטחוני

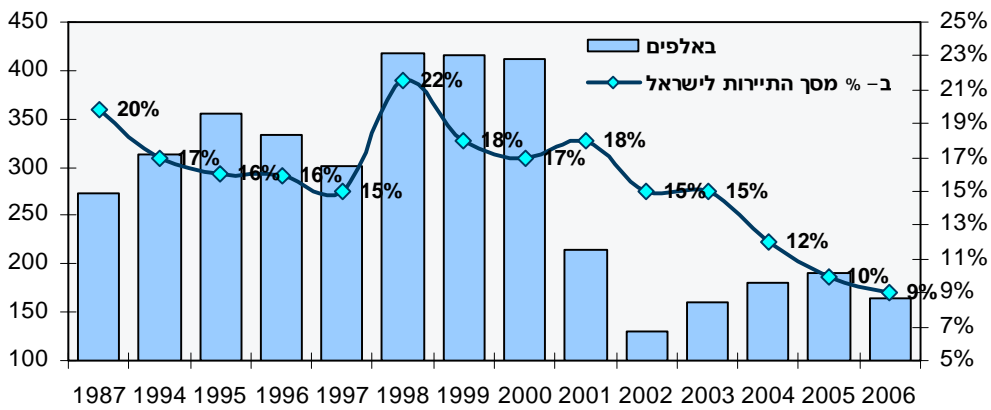
← מקור משיכה לתיירות נופש

3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

למרות הירידה בנתח התיירות העולמית למטרות נופש ובילוי, עדיין 50% מכלל התיירות בעולם הנה למטרה זו. בחינת המגמות בתיירות האזורית, המאופיינת ביעדי נופש אטרקטיביים כגון טורקיה, יוון וקפריסין, מאפשרת לבחון את מידת האטרקטיביות של ישראל בפלח זה.

התפתחות תיירות הנופש לישראל

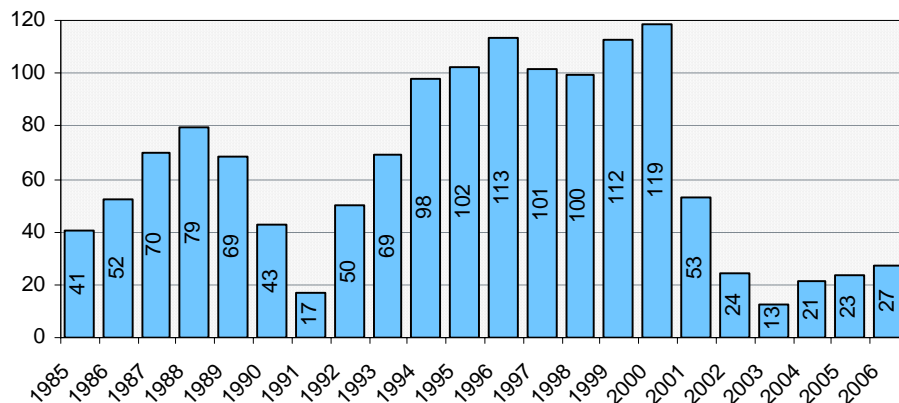
באלפים ובאחוזים מתוך סך התיירות הנכנסת לישראל בכל שנה



מקור: סקרי תיירות נכנסת - מטרת הביקור. כניסות מבקרים לישראל עפ"י הלמ"ס

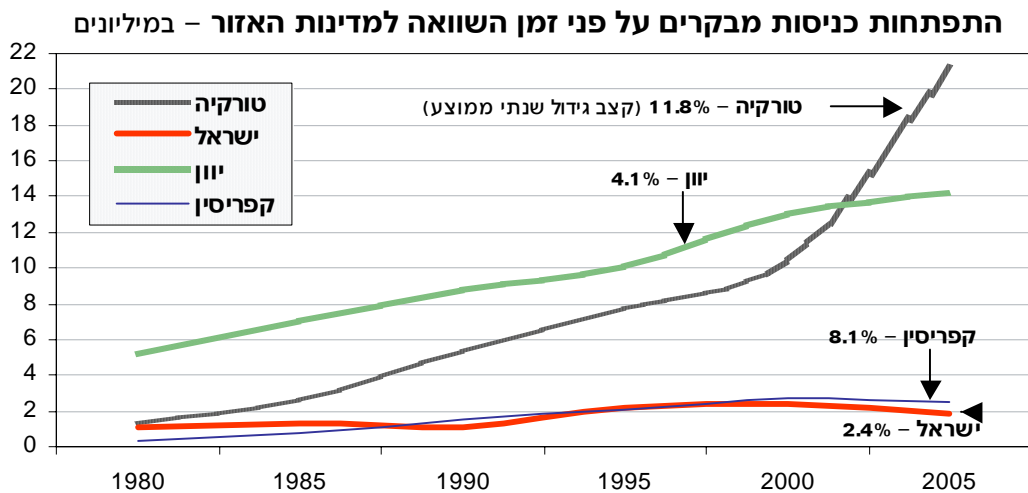
עוד בטרם השוואת מגמות על פני זמן בכניסות מבקרים לישראל ולמדינות באזור, התרשים לעיל מאפשר לבחון את המגמה בתיירות הנופש לישראל. עפ"י סקרי מבקרים, בשנת 1998 נרשם שיא בכניסות למטרות נופש לישראל ובנתח מכלל התיירות הנכנסת - 22%. בשנה זו עדיין הגיעו תיירים בטיסות שכר ישירות לאילת (בעיקר מסקנדינביה, גרמניה ובריטניה), אשר מהווה את יעד הנופש העיקרי בישראל והאטרקטיבי ביותר עבור מטרה זו.

התפתחות כניסות תיירים בטיסות שכר ישירות לאילת - באלפים



3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

פרוץ האינפידאיה בסוף 2000 הנחית מהלומה קשה על כלל התיירות הנכנסת לישראל ובכללה על תיירות הנופש. אולם בעוד שבשנים האחרונות נרשמה התאוששות בכניסות התיירים לישראל, זו אינה באה לידי ביטוי כלל בתיירות הנופש. בהקשר זה, יש לציין, כי התיירות באילת נשלטת מזה תקופה ארוכה על ידי תיירות הפנים, והתמהיל בה בין תיירים זרים וישראלים, השתנה באופן קיצוני בהשוואה לשנות ה-80 (בשנות ה-80 משקל לינות התיירים עמד במוצק על 50% מהלינות בעיר והוא ירד לכ-10% במוצק בין השנים 2001-2006). היקף כניסות התיירים בטיסות שכר ישירות לאילת ממחיש את ירידת האטרקטיביות שלה במהלך השנים האחרונות, וזאת למרות השיפור הכללי במצב הביטחוני.



בחינת המגמות בתיירות האזורית, אשר מרביתה למטרות נופש, מצביעה על ירידה חדה במשקל של ישראל, מ-13% בשנת 1980 לכחות מ-5% בשנת 2006. יש לציין בהקשר זה, כי נתח נכבד מהתיירות לישראל מתבסס כיום על תיירות למטרות ביקור קרובים, כך שהאטרקטיביות של ישראל כיעד נופש, נמוכה אף מכפי שמתבטאת בנתח שלה בסך תנועת התיירות באזור (עפ"י נתוני מטרות ביקור במדינות השכנות, כ-60% מהתיירות לאזור הנה למטרות נופש, כך שנתח ישראל בתיירות הנופש הנו כ-1% בלבד!). המדינה הבולטת באזור היא טורקיה שצמחה מכ-1 מיליון תיירים בשנת 1980 ליותר מ-20 מיליון בשנת 2005. צמיחה זו הנה, בין השאר, הודות להשקעה אדירה בתשתית מלונות ברמה גבוהה באזורי הנופש המובילים של טורקיה, ואספקת נופש ברמה גבוהה במחירים אטרקטיביים בהשוואה לאלטרנטיבות באזור.

3. מגמות בתיירות העולמית והאזורית

תשתית המלונות באזור

מס' חדרים	משקל מלונות רמה גבוהה	מלונות 4-5 כוכבים	מלונות סה"כ ¹	
262,992	28%	773	2,773	טורקיה
364,179	13%	1,170	² 9,111	יוון
⁴ 28,069	33%	80	³ 242	קפריסין
41,181	39%	114	290	ישראל
696,421	17%	2,137	12,416	סה"כ
5.9%		5.3%	2.3%	משקל ישראל

1. ללא כפרי נופש, מלונות דירות ואחר
 2. מלונות בעלי סיווג של כוכבים 1-5, מלונות ברמה של 1-2 כוכבים מהווים 67% מסך המלונות
 3. סה"כ ישנם 937 מתקנים להלנת תיירים, לרבות 254 מלונות דירות, 22 כפרי נופש ו- 419 אחר.
 4. קיים נתון לגבי מס' מיטות. מס' החדרים חושב לפי היחס הקיים ביוון בין חדרים ומיטות.

ישראל בולטת בשיעור הגבוה של מלונות ברמה הגבוהה – קרוב ל- 40%. משקלה של ישראל בכלל המלונות 2.3% ואילו משקלה במלונות הגבוהים למעלה מ- 5% ובמס' החדרים קרוב ל- 6%. תמהיל זה עשוי להצביע על חיסרון בתשתית של מלונות ברמה בינונית.

המסקנה העולה מתוך הנתונים המובאים לעיל, היא שישראל אינה מהווה עוד יעד אטרקטיבי עבור תיירות למטרות נופש וחסרונה היחסי בתחום זה ביחס לאלטרנטיבות באזור (לרבות סיני), רק הולך ומחריף.

בניגוד לפלח התיירות למטרות נופש, בו לישראל אין כל יתרון ואף חיסרון בהשוואה ליעדים אלטרנטיביים (בשל העלות הגבוהה ומיעוט אתרי נופש ברמה בינלאומית), היתרון הבולט שלה מצוי בתחום התיירות הנוצרית בשל ריבוי האתרים הקדושים הפזורים בה, לרבות אתרים בעלי ערך היסטורי.

מיצוב ישראל כיעד מרכזי לתיירות הנוצרית בעולם, תוך נקיטת המהלכים הנדרשים לקליטת מאסה גדולה של תיירות זו, משתלב עם המגמות העולמיות של פנייה לתיירות נישה, הרחבת עונת התיירות (בניגוד לתיירות הנופש המתרכזת בעיקר בחודשי הקיץ), פנייה לאוכלוסייה מבוגרת ואמידה ומתן אופציה לתיירות חווייתית ובעלת ערך מוסף גבוה.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

4. פוטנציאל התיירות לישראל

4.1 היתרון היחסי של ישראל – פלח התיירות הנוצרית

ניתוח המגמות בכניסת תיירים לישראל, כמו גם מחקרים שנעשו בתחום, לרבות מחקרה של חברת ארנסט אנד יאנג (E&Y), שנערך עבור משרד התיירות וממשלת ישראל, מצביעים על מספר ממצאים בולטים ביחס לישראל:

- המצב הפוליטי בישראל מהווה מכשול גדול עבור התיירות (מתוך E&Y: Israel's political situation acts as a strong barrier).
- ייחודה של ישראל הנו המאפיין הדתי/היסטורי/תרבותי שלה (מתוך E&Y: The religious/ culture history makes Israel unique worldwide). / E&Y מצביע על יתרון נוסף: הגיוון/מגוון הרב בארץ מאוד קטנה (מגוון תרבויות ונופים, עירוב בין מזרח ומערב).
- ישראל אינה מהווה אטרקציה לתיירות נופש (Sun&Beach), בעיקר בהשוואה לאלטרנטיבות הנופש באזור – טורקיה, יוון, סיני וכד'. (מתוך E&Y: limited sales prospects for Israel's Sun&Beach offer).
- פוטנציאל מוגבל בעתיד של פלח ביקורי קרובים – מתוך E&Y: רק 15% מהנשאלים הצביעו על ביקור פוטנציאלי בישראל למטרה זו. יוצאת דופן: צרפת. עשוי להצביע על מיצוי פוטנציאל הגידול של קבוצה זו.

מכיוון שבעבודה זו ישנה התמקדות בפוטנציאל התיירות הנוצרית המבקרת בישראל על רקע דתי-היסטורי, יש לעמוד על ההבדל בין מסקנות E&Y לבין מסקנותינו, ביחס לפלח זה. התייחסות ספציפית של E&Y לעניין הדתי/נוצרי, הנה בהקשר ל- 3 קבוצות עיקריות:

- קבוצות צליינים מסורתיות – הפלח הקטן ביותר
- סוג חדש של טיול רוחני, חיפוש עצמי וכד' – פלח הנמצא בגידול (מאופיין באוכלוסייה צעירה יותר)
- טיול בישראל, אשר המוטיבציה הראשונית שלו היא דתית, אך אינו מוגדר כביקור צלייני – הפלח הגדול ביותר.

בדומה ל-E&Y, גם אנו רואים את ההגדרה של תיירות נוצרית, בהיבט הרחב שלה, בין אם מדובר בקבוצות צליינים קלאסיות ובין אם בתיירים בודדים או בקבוצות, הבאים לתור את ארץ התנ"ך/ארץ הקודש.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

ארנסט אנד יאנג בחרו לכלול את המניע הדתי (religious), תחת המטריה הרחבה של המושג Tour, כיוון שבין אם ההגדרה למניע הביקור היא "דת" ובין אם "תרבות והיסטוריה", עניין התיירים הפוטנציאליים מתנקז לאותם גורמי אטרקציה (ירושלים, המקומות הקדושים, ים המלח, הכנרת, תל אביב, הנגב וכד'), והתוצאה היא זהה. עפ"י ארנסט אנד יאנג הגדרת ה-Tour מנקזת 70% מהעניין בישראל.

אנו בדעה, כי על אף שהתוצאה זהה וניתן לכלול הכל תחת ההגדרה "תיור וטיול", יש לעשות אבחנה של פלח התיירות "הנוצרית", שהמניע הראשוני שלה הוא היותה של ישראל "ארץ הקודש", בה נולדה, חיה ומתה הדמות הקדושה ביותר לדת הנוצרית. אבחנה זו חשובה, כיוון שהיא מאפשרת לבודד את היתרון היחסי הבולט של ישראל ואת ייחודה על פני כל יתר היעדים בעולם. אם מרחיבים את הגדרת גורמי המשיכה של ישראל (נופים מגוונים בשטח גיאוגרפי מצומצם, עירוב תרבויות וכד'), אז מטשטש יתרונה של ישראל ביחס ליעדים אחרים בעולם.

מתוך מגוון קטגוריות (דת, מטרות ביקור, וכו') על פיהן ניתן לאפיין ולנתח את התיירות לישראל, התמקדנו בעבודה זו באפיין הייחודי של ישראל, המסביר את התופעה יוצאת הדופן של תמהיל התיירות המגיעה לכאן. איחוד הקטגוריות, מאפשר למקד את הייחוד הישראלי, כפי שבא לידי ביטוי בטבלה להלן.

התפלגות התיירות לישראל לפי איחוד קטגוריות עיקריות

(הסה"כ מסתכם ל-100%. לפי ממוצע 2005-2006)

לא יהודים	יהודים	
28%	4%	תיירות לישראל ממניע "היסטורי-דתי"
10%	30%	ביקורי קרובים (ברובה גם היא ממניע היסטורי-דתי)
19%	9%	תיירות "רגילה" (עסקים, נופש, לימודים וכו')
57%	43%	סה"כ תיירים

שתי הקבוצות הבולטות בטבלה לעיל הן:

- יהודים המגיעים למטרת ביקורי קרובים - כ-560 אלף איש,
- לא יהודים הבאים לישראל על רקע היסטורי-דתי (רובם המכריע נוצרים) - כ-520 אלף איש.

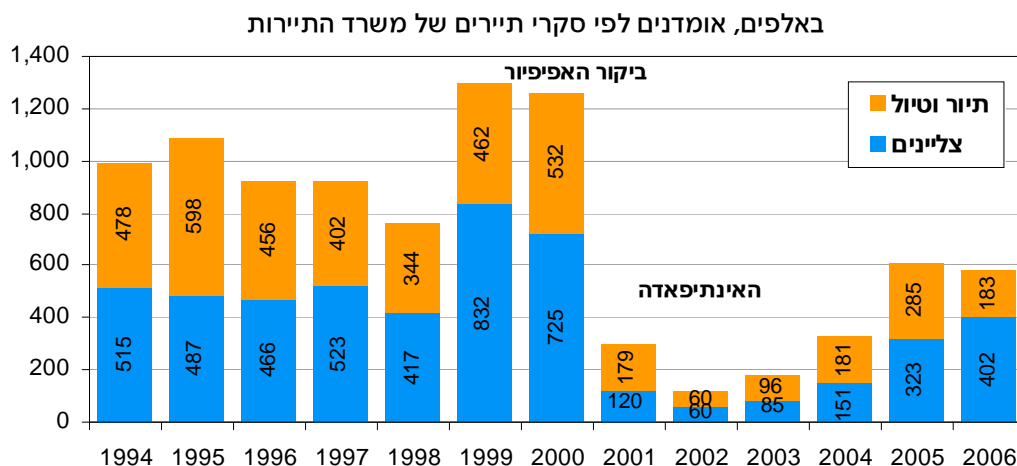
4. פוטנציאל התיירות לישראל

התיירות "הרגילה" לישראל הינה שולית יחסית ונטולת פוטנציאל גידול ניכר. היא מהווה כיום כ-30% בלבד מהתיירות, כלומר כ-520 אלף תיירים בלבד באים לישראל למטרות; עסקים, נופש, לימודים וכו'. במידה ופוטנציאל התיירות של ישראל ימומש, קטגוריה זו תהפוך לשולית.

קבוצת ביקורי הקרובים של התיירות היהודית הינה קבוצה בעלת פוטנציאל מוגבל וחסום. סה"כ בעולם כ-8 מיליון יהודים, אשר מתוכם מגיעים כ-10% לישראל בשנה. להערכתנו, פוטנציאל זה חסום בתקרה של כ-1.2 מיליון תיירים בשנה שהינו כ-50% מעבר למצב היום. על פי התחזיות שלנו, רק בשנת 2025 תגיע קבוצה זו להיקף של 1.2 מיליון תיירים שיהוו כ-15% מכלל היהודים.

לעומתה, קבוצת התיירים הלא יהודים (ברובה המכריע נוצרים), המגיעה לישראל בעיקר ממניעים היסטוריים-דתיים, הינה בעלת פוטנציאל עצום ביחס לישראל. אנו מעריכים פוטנציאל זה בהיקף של מעל 10 מיליון תיירים לשנה. גם בתוואי האופטימי ביותר אנו מעריכים שישראל תצליח למשוך רק כ-5 מיליון תיירים מקטגוריה זו, וזאת לא לפני שנת 2025. אם תתממש תחזית זו יבקר בישראל כ-0.25% מכלל אוכלוסיית הנוצרים כל שנה, כך ש-12.5% מאוכלוסיית הנוצרים יבקרו בישראל פעם אחת בחייהם.

התפתחות כניסות תיירים לישראל למטרת צליינות, תיור וטיול



התיירות הנוצרית למטרות תיור וטיול לרבות צליינות, הגיעה בשנת השיא לכ-1.3 מיליון (סביב ביקורו של האפיפיור), שהם כעשירית האחוז מהקתולים, ופרומיל מסך הנוצרים. לצורך השוואה, אומדן המבקרים באתרי נוצרים (צליינים) מובילים בעולם עומד על כ-5 מיליון בשנה (נע בין 1 ל-14, לא כולל הוותיקן).

4. פוטנציאל התיירות לישראל

פרוץ האינתיפאדה ברבעון האחרון של שנת 2000, פגע קשות בתיירות לישראל בכלל, ובמרכיב הנוצרי בפרט. פלח זה מגיב בצורה החדה ביותר לשינויים במצב הגיאוגרפי/פוליטי/ביטחוני בישראל. ניתן לראות את הירידה החדה בשנים 2001-2003 מחד, ואת ההתאוששות המהירה יחסית (בעיקר של צליינים) החל משנת 2004. גם בשנת 2006 חלה עלייה בהיקף התיירות הצליינית, אשר ללא מלחמת לבנון השנייה, הייתה גבוהה משמעותית.

ישראל משתייכת לפלח המקומות הקדושים, שהם בבחינת יעד לטיול ייעודי למטרת צליינות/תיירות ממניע דתי-היסטורי. להבדיל, תיירות דתית נוצרית מתקיימת גם למרחבים דתיים (אתרים נוצריים ספציפיים בעלי ערך היסטורי ואומנותי נלווה – בעיקר קתדראלות מפורסמות) וגם לפסטיבלים – אירועים נוצריים ברחבי העולם.

אומדן כניסות מבקרים באתרי הצליינות המובילים בעולם

שנת 1998 במיליונים¹

אתר	מדינה	אומדן מבקרים במיליונים
Guadalupe	מקסיקו	14
Giovanni Rotondo	איטליה	7.5
Aparecida	ברזיל	7.3
Lourdes	צרפת	6-5
Czestochowa	פולין	5
Lujan	ארגנטינה	5
Fatima	פורטוגל	5
Padua	איטליה	5
Santiago of Compostela	ספרד	4.5 ²
Assisi	איטליה	4.5
Loreto	איטליה	4.5
Medjugorje	בוסניה	1.3 ³
Mary at Knock	אירלנד	1.5-1
Mariazell	אוסטריה	1

1. אומדנים רשמיים שפרסם האפיפיור לגבי המקומות הקדושים שזכו למרב הביקורים בשנת 1998 (למעט 3 השורות האחרונות – מקומות פופולאריים אחרים שאינם ברשימה). 2. לפי נתון לשנת 2006 מספר המבקרים ב-Galicia (Santiago) עמד על 3.6 מיליון. 3. 20 מיליון ב-15 השנים האחרונות. הנתון המופיע הנו ממוצע שנתי, אך אינו בהכרח מעיד על ההיקף בשנים האחרונות.

הדת הנוצרית היא המובילה בעולם, ומשקלה באוכלוסייה העולמית כ- 33%. קהילת הנוצרים מונה כיום כ- 2.1 מיליארד אנשים, וקהילת הנוצרים הקתולים מונה כ- 1.1 מאמינים (53% מהנוצרים). יעדי צליינות מובילים בעולם מצליחים למשוך מדי שנה כ- 5 מיליון מבקרים. מרבית האתרים נמצאים באירופה. ראה טבלה לעיל.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

הרעיון המרכזי בעבודה זו הינו שימוש בתקדים המוסלמי. אנלוגית לדרישה מכל מוסלמי לבקר ב"מכה" פעם בחיים, ניתן לשווק את הרעיון של "ביקור פעם בחיים בארץ הקודש לכל נוצרי". אנו רואים בכך אפשרות מעשית שיכולה להביא לחוויה בלתי שגרתית וייחודית לתיירות הנוצרית. אנו מעריכים שהפוטנציאל הוא עצום, ושמדינת ישראל טרם ביצעה מהלכים משמעותיים למימושו.

יש כיום בעולם מעל 2 מיליארד נוצרים. מהם, להערכתנו, ישנם כיום כ-1 מיליארד נוצרים רלוונטיים לביקור בישראל, כמחציתם ביבשת אמריקה וכמחציתם באירופה (ישנן עוד קבוצות אוכלוסיה גם באסיה). אנו מניחים שמעל ל-50% מהם (שהם כ-25% מכלל הנוצרים בעולם) יכולים כלכלית, חברתית, לממש רעיון זה, לפחות פעם בחיים. המשמעות היא פוטנציאל שנתי של מעל 10 מיליון תיירים לישראל לשנה מקטגוריה זו (500 מיליון איש פעם ב-50 שנה). אנו מעריכים, שעידוד אפקטיבי של רעיון מסוג זה יוביל לכך שבעוד 17 (בשנת 2025) ניתן יהיה לממש 50% מהפוטנציאל, כלומר 5 מיליון תיירים נוצרים המגיעים לישראל על רקע שורשים היסטוריים-דתיים.

4.2 התאמת התשתית לפוטנציאל

התאמת התשתית לפוטנציאל צריכה להיות בשני מישורים:

- א. התאמת תשתית האתרים בישראל למסלול התיירות הנוצרי. זהו הבסיס של המוצר התיירותי לתוכנית המוצעת במסמך זה. ללא תשתית זו, המוצר לא יהיה מספיק אטרקטיבי למשיכת תוספת מיליוני תיירים מדי שנה.
- ב. יצירת רשת ביטחון לסקטור הפרטי מפני תנודות בכניסת תיירים כתוצאה ממשברים על רקע ביטחוני-פוליטי.

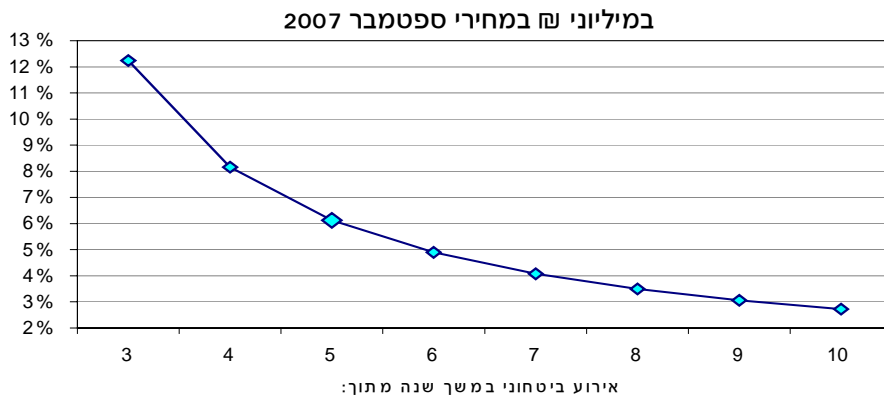
4.2.1 תשתית האתרים

על מנת להגיע לליבם של מיליוני נוצרים מדי שנה, יש לבצע התאמה של המוצר התיירותי לצרכים הספציפיים של תיירות זו. מכיוון שישראל מרוחקת מקהל המבקרים הפוטנציאלי בהשוואה ליעדים נוצריים אלטרנטיביים, יש ליצור תשתית אתרים בעלת חוויה ייחודית ובעלת עוצמה גבוהה, שאכן תיצור את הערך המוסף הגבוה של ביקור בישראל, ותביא לכך שכל נוצרי ישאף לבקר בישראל לפחות פעם אחת בחייו, על מנת לעבור חוויה זו.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

על כן, התאמת המוצר התיירותי פירושה בראש וראשונה, שדרוג והתאמה של האתרים הקדושים לדת הנוצרית (לרבות מספר אתרים בולטים נוספים, כגון מצדה, בית שאן וכד') – סה"כ כ- 20-30 אתרים. אתרים אלו יהוו את עמוד השדרה של הטיול בישראל ויעניקו את החוויה הייחודית-נוצרית.

תקציב הפיתוח של תשתית תיירותית ציבורית – משרד התיירות¹



1. סעיפים 780104 (בעבר 780101) ו-780107

אין בידינו נתונים ביחס להיקף ההשקעה הנדרש בכל אתר ואתר, אולם עפ"י התרשים לעיל, התקציב בשנת 2008 נמוך בקרוב ל- 50% בהשוואה לשנת השיא, ירידה של כ- 70 מיליון ₪.

ככל שהתקציב יהיה גדול יותר, כך יהיו האתרים אטרקטיביים יותר. הקריטריון, לדעתנו, הוא התקציב שאושר בשנת 2000, בהיקף שנתי של כ- 150 מיליון ₪, שפירושו תוספת של לפחות כ- 70 מיליון ₪ מדי שנה, וסה"כ תוספת השקעה באתרים עד שנת 2025 של כ- 1.2 מיליארד ₪, בהשוואה לתקציב שאושר בשנים האחרונות.

מכיוון שהתוכנית לקידום התיירות בנויה בראש וראשונה על שדרוג המוצר התיירותי באמצעות יצירת מסלול אתרים אטרקטיבי במיוחד (בעיקר לדת הנוצרית), הרי ששחיקה של כ- 50% בתקציב פיתוח האתרים, עשויה להיות בעלת השלכות קשות לתוכנית זו. תוספת תקציבית של כ- 1.2 מיליארד ₪ על פני תקופה של כ- 17 שנים, אינה גבוהה ואנו רואים אותה כמינימום הכרחי לשיפור תשתית התיירות בישראל.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

4.2.2 תשתית הסקטור הפרטי

התנודתיות החריפה בתיירות לישראל משפיעה על רמת תשתית התיירות של הסקטור הפרטי. כיוון שגורמי התיירות בישראל רואים בפניהם זרם לא יציב של תיירים, הם אינם יכולים להשקיע בתשתית ברמה הדרושה, על מנת לקלוט תוספת של מיליוני תיירים פוטנציאליים.

תחום התיירות מאופיין בכשל שוק משמעותי, הנובע מקיומן של השפעות חיצוניות חיוביות למשק של התיירות הנכנסת לישראל (תעסוקה, שיפור במאזן התשלומים, ביסוס מעמדה של ישראל בעולם וכד'), אשר אינן מובאות בחשבון מנקודת המבט של הגורמים המסחריים הפועלים בשוק.

השפעות אלו אינן נכנסות למערך שיקוליו של הגורם העסקי הבודד, אשר מחד נדרש להשקעה גבוהה, אך מנגד אינו מבוטח מפני משברים בענף, המתרחשים אחת למספר שנים, על רקע מצבה הביטחוני-מדיני הייחודי של ישראל. כשל שוק זה הנו הבסיס הכלכלי למעורבות הנדרשת מצד הממשלה ביצירת התשתית התיירותית הנחוצה.

היתרונות לגודל המאפיינים את הענף, מאפשרים לממשלה לנקוט במדיניות הדרושה ליצירת רשת ביטחון לתשתית המתאימה, בעוד שעבור היצרן הבודד, מדובר בתשתית שאינה כדאית עבורו מבחינה כלכלית ללא הביטוח מצד הממשלה, בשל התנודתיות המאפיינת את הענף. בשל קיומן של השפעות חיצוניות חיוביות, יכולה הממשלה לשאת בסיכון הנובע ממשברים על רקע ביטחוני-מדיני, אשר הם המקור לתנודתיות הגבוהה בענף.

הבעיות העיקריות בתשתית הסקטור הפרטי מתמקדות בנקודות הבאות:

- היצע הטיסות ומחיריהן. יש צורך ביצירת אלטרנטיבות זולות בתחום התעופה, על מנת להגיע לפלחי תיירות נוספים, אשר כיום החופשה בישראל יקרה עבורם.
- היצע חדרי מלון (בעיקר במקומות המבוקשים) ותמהיל רמת המלונות. קיים מחסור במלונות ברמה הבינונית (3 כוכבים), אשר מביא לייקור השהות בישראל.
- תשתית הסעות התיירים. תוספת של מיליוני תיירים תחייב היערכות מתאימה של מערך הסעות לתיירים.

רשת הביטחון לסקטור הפרטי צריכה להגן מפני סיכונים פוליטיים ביטחוניים, אשר אינם תלויים ביזמים עצמם. מדינת ישראל יכולה ואף צריכה לבטח אותם, בדיוק כפי שהיא עושה בתשתיות הלאומיות (כביש חוצה ישראל ומערך הרכבת הקלה).

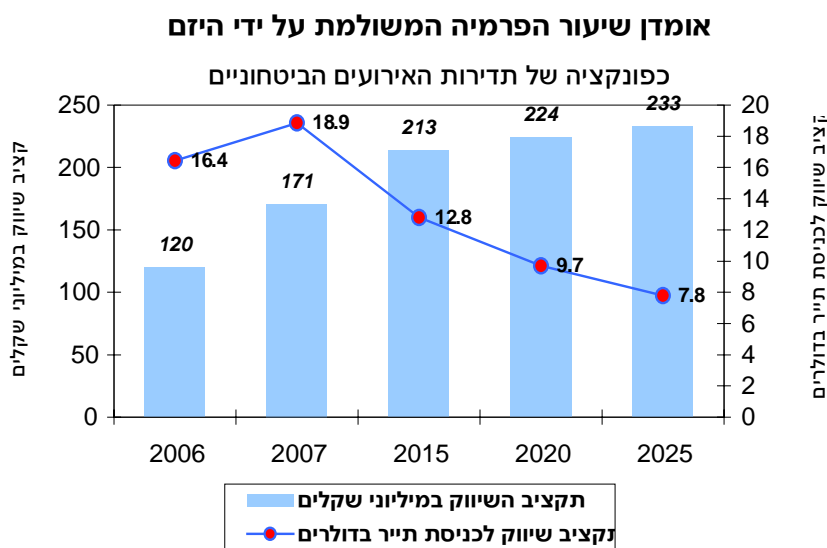
4. פוטנציאל התיירות לישראל

ברמה העקרונית, מנגנון הפיצוי צריך לפצות על כל ההפרש שבין תוואי הבסיס לתוואי המואץ, תחת ההנחה שתוואי הבסיס מייצג את רמת ההשקעות בענף גם ללא ביטוח מפני סיכון ביטחוני (תוואי השקעות "רגיל").

בפועל אין כל אפשרות להבחין, לצורך מתן הפיצוי, בין הרצון להתרחב על פי תוואי הבסיס לבין אותו רצון על פי התוואי המואץ. לכן, הדרך היחידה להגיע לביטול הסיכון הביטחוני הינה ביטוח כנגד סיכון ביטחוני (רשת ביטחון) שיבטיח 100% של כיסוי ההוצאה הקבועה, כך שגם בשוליים לא יהיה לזם תוספת הוצאה בגין התדרדרות ביטחונית שתמנע או תקטין את התיירות הנוצרת.

על מנת להבטיח פיצוי מלא בגין התדרדרות ביטחונית, אנו מציעים מנגנון הכולל תשלום פרמיית ביטוח חלקית ונמוכה, לכיסוי כל ההוצאות בגין מצב ביטחוני נחות, אשר תשולם ע"י הזמים. הביטוח יהיה באחריות ממשלתית וניתן לבצעו באמצעות מיקור חוץ. רשת הביטחון וסבסוד ממשלתי של יתרת פרמיית הביטוח, ינתנו לכל חדרי המלון החדשים שייבנו ואשר תשלום בגינם פרמיית הביטוח. עפ"י המודל במסמך זה, שיעור הפרמיה השנתית עבור הזמים הפרטיים בענף המלונאות תעמוד על כ- 11% מההוצאה הקבועה, תחת ההנחה של משבר אחת ל- 5 שנים (43% מסך עלות הפרמיה). הממשלה תשא בעלות יתרת הפרמיה ותיתן פיצוי מלא בשנת המשבר. (ראה פירוט ביחס לענף המלונאות – סעיף 6.2.2).

על סמך ניסיון העבר, משבר ביטחוני מתרחש בממוצע אחת לחמש שנים, כלומר על כל ארבע שנים טובות ישנה שנה אחת של משבר. שינוי בתדירות האירועים מביא לשינוי בגובה הפרמיה. ראה תרשים להלן:



4. פוטנציאל התיירות לישראל

מבחינת היזם, תשלום פרמיה ואפילו חלקית, יכול למנוע את הקמת התשתיות כיוון שהתמורה ממנה ליזם תהיה נמוכה יותר עקב הוצאה על הביטוח. אולם מבחינה מעשית, כיוון שהפרמיה נמוכה – כ-6% מההכנסות, אנו מעריכים שלא תהיה לכך השפעה גדולה על כדאיות בניית והפעלת התשתיות של התיירות הנוצרית, ולכן אנו מתעלמים מכך בעבודה זו.

מודל הביטוח נגד אירועים ביטחוניים, מאפשר שבניית התשתית תעשה כאילו אין כל בעיה ביטחונית (אומנם הפדיון נמוך יותר עקב תשלום הפרמיה לביטוח, אולם אנו מניחים שלא תהיה לכך השפעה קריטית). כמובן שאם ההסתברות לפגיעה בתיירות כתוצאה מאירועים ביטחוניים תעלה, יתכן שהפרמיה שתידרש לא תהיה כדאית כלכלית.

4.3 התאמת אמצעי וצעדי השיווק לפוטנציאל

אנו רואים בשדרוג המוצר התיירותי את הבסיס לכל פעילות שיווקית. ישראל, כמו כל מדינה אחרת, צריכה להתמודד על תשומת הלב של התייר הפוטנציאלי, וזאת באמצעות בולטות בקרב סוכני התיירות המשווקים את חבילות התיירות בעולם. יצירת הבולטות תלויה בשני גורמים עיקריים:

1. שיפור ושדרוג המוצר התיירותי (ראה פירוט סעיף קודם).
2. פעילות שיווקית ממוקדת עפ"י היתרון היחסי של ישראל (היותה ארץ הקודש ובעלת חשיבות עליונה לדת הנוצרית).

כאשר מדובר בהתמקדות ביתרון היחסי, ישראל לא היתה יכולה לייחל לעצמה אמצעי שיווקי טוב יותר, מרבי המכר הגדולים של כל הזמנים והם התנ"ך והברית החדשה. כל נוצרי בעולם יודע שישראל היא ארץ הקודש, בה נולד, חי ומת ישו, ובה נמצאים האתרים הקדושים ביותר לנצרות. מבחינה שיווקית, אנו בדעה כי יש לחתור להסכם לטווח ארוך בין ממשלת ישראל לבין הכנסיות הנוצריות למיניהן לשיתוף פעולה בהבאת הנוצרים לביקור בארץ הקודש ולהחדרת המסר של ביקור בארץ מולדתו וחיייו של ישו, לפחות פעם אחת בחיים.

זהו ערוץ השיווק היחיד הרלוונטי, כיוון שלכנסיות יש את ההשפעה הגדולה ביותר על קהילת הנוצרים. פרסום היתרון הייחודי של ישראל – היותה "ארץ הקודש", נעשה כבר לפני אלפי שנים, ובאופן הטוב ביותר האפשרי, הוא כולו בספרי הקודש – הספרים היחידים שנמצאים למראשותיהם של כל הנוצרים בעולם.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

לאחרונה יצא הוותיקן ביוזמה חדשה, שמטרתה לעודד תיירות צליינית לאתרים הקדושים ברחבי אירופה ולאורך הקודש. אופי היוזמה: טיסות צ'רטר מוזלות ייעודיות לצליינים, כאשר על גב המושב מופיע המשפט "I search for Your face, Lord". הטיסה הראשונה יצאה מרומא ל-Lourdes שבצרפת, כאשר בהמשך צפויות טיסות ליעדים נוספים: Fatima (פורטוגל), Santiago de Compostela (ספרד), Czestochowa (פולין), Guadalupe (מקסיקו) סיני/מצרים ו"ארץ הקודש".

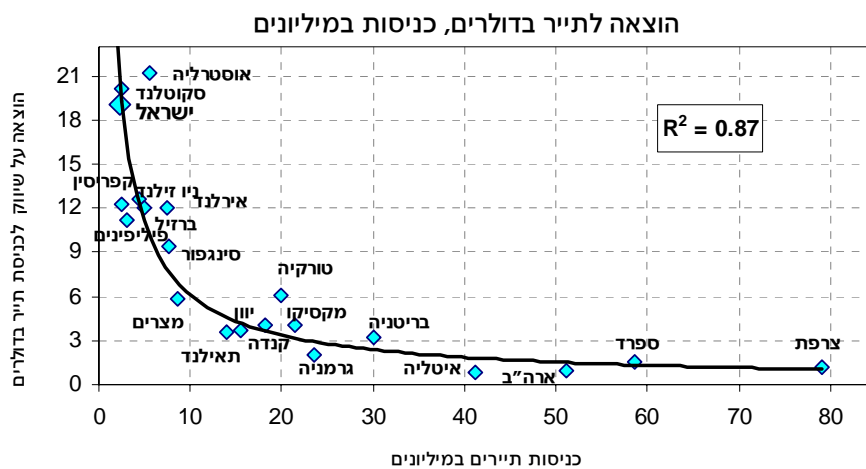
אנו רואים ביוזמה זו כצעד ראשון למיצוי פוטנציאל התיירות למטרות צליינות. יוזמה זו משתלבת עם הערכותינו, כי ניתן להביא לישראל מיליוני נוצרים מדי שנה לביקור במקומות הקדושים.

ביחס לסעיף השני, האפקט השיווקי של שדרוג המוצר והתאמתו לסטנדרטים הבינלאומיים, הנו חיוני ליצירת בולטות בקרב סוכני התיירות בעולם. לעניין זה, ישראל, כמו כל מדינה אחרת, עומדת בפני תחרות חריפה ביותר, בעיקר לאור התפתחותם המהירה של יעדי תיירות אלטרנטיביים (ראה פרק מגמות בתיירות העולמית והאזורית). אנו רואים בתוכן המוצר ואיכותו מרכיב חשוב ביותר בהיבט השיווקי בטווח הארוך. שדרוג תשתית התיירות ויצירת תהודה חיובית לביקור בישראל, הם אלו שישפיעו בטווח הארוך על היקף הביקורים בישראל. ללא מרכיב זה, תוספת השקעה בשיווק, צפויה להיות לא אפקטיבית.

4.3.1 היקף תקציב שיווק התיירות

השוואה בינלאומית של היקף ההשקעה בשיווק התיירות לכניסת תייר, מצביעה על יתרונות ברורים לגודל. ראה תרשים להלן:

הוצאה לשיווק לכניסת תייר ביחס למספר כניסות התיירים בשנה¹



4. פוטנציאל התיירות לישראל

ניתן לראות כי ביחס להיקף כניסות התיירים, ככל שמספר הכניסות עולה, יורדת ההוצאה לשיווק לכניסת תייר (בהתאם לקו מגמה חזקתי), מה שמצביע על יתרונות ברורים לגודל. הימצאותה של ישראל על קו המגמה עשויה להוות אינדיקציה לכך שאין צורך לבצע שינוי משמעותי בתקציב השיווק לתיירות של ישראל.

נתוני ישראל מתייחסים לשנת 2007, לפי כ- 2.3 מיליון כניסות ותקציב הוצאה על שיווק בהיקף של כ- 170 מיליון ₪ (לרבות התוספות שאושרו). המדינה הנמצאת בסמוך לנו היא סקוטלנד, הממוקמת אף היא על קו המגמה. על פי התרשים לעיל, ובהתאם לתקציב הסופי שאושר לשנת 2007, לישראל אין בעיית תקציב שיווק. ההוצאה לשיווק לתייר היא מהגבוהות מבין המדינות שאותרו נתונים לגביהן, ונובעת מהיקף התיירות הנמוך יחסית ומהיתרונות לגודל המאפיינים את התחום.

כניסות תיירים והוצאה על שיווק תיירות

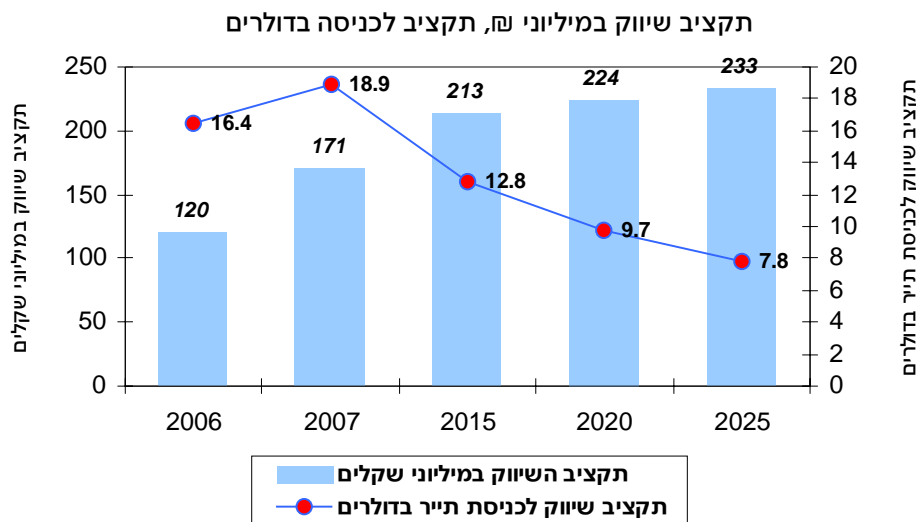
תיירים במיליונים, הוצאה על שיווק במיליוני \$

שנת תקציב	תקציב לתייר ב- \$	תקציב שיווק מתורגם למיל' \$	מס' תיירים במיליונים	
2007	1	91	79	צרפת
2006	2	92	59	ספרד
2003	1	50	51	ארה"ב
2006	1	36	41	איטליה
2007	3	98	30	בריטניה
2006	2	49	24	גרמניה
2006	4	88	21	מקסיקו
2008	6	120	20	טורקיה
	4	74	18	קנדה
	4	58	15	יוון
2006	4	50	14	תאילנד
2007	6	50	9	מצרים
2006	9	72	8	סינגפור
2007	12	89	7	אירלנד
2007/08	21	117	6	אוסטרליה
2005	12	60	5	ברזיל
2007/8	13	56	4	ניו זילנד
2008	11	34	3	פיליפינים
2008	12	30	2	קפריסין
2007	20	50	2	סקוטלנד
2007	21	44	2	ישראל

4. פוטנציאל התיירות לישראל

על פי קו המגמה, ניתן לראות כי גידול בהיקפי התיירות משמעו בעיקר ירידה בהוצאה לשיווק לכניסת תייר, כלומר כמעט ואין צורך בהגדלת תקציב השיווק. בהתאם לקו מגמה בתרשים לעיל, עלייה להיקף של כ- 4 מיליון תיירים בשנה פירושה גידול מינורי יחסית של כ- 40 מיליון ₪ בתקציב השיווק ועלייה לכ- 7 מיליון תיירים פירושה גידול של כ- 60 מיליון ₪ בתקציב השיווק ביחס ל- 2007. על פי תוואי תחזית הכניסות המואץ המופיע במסמך זה, ובהתאם לקו המגמה בתרשים לעיל, ההוצאה לשיווק לכניסת תייר בישראל אמורה לרדת מכ- 19\$ בשנת 2007 לכ- 8\$ בשנת 2025. ראה תרשים להלן:

אומדן תקציב השיווק עפ"י קו המגמה¹ וההוצאה לשיווק לכניסת תייר



1. המופיע בתרשים לעיל

בהקצאת תקציבי שיווק תיירות בישראל, יש לקחת בחשבון גם את המצב הביטחוני-פוליטי. אנו בדעה, כי בשנים בהן המצב הביטחוני גרוע, יש מקום לבחון את אפקטיביות השיווק, ובהתאם לכך להקציב משאבים מתאימים, ולמנוע בזבוזם.

התפתחות תקציב שיווק התיירות בישראל מצביעה על ירידה בתקציב בשנות האינתיפאדה. אין אנו משוכנעים שקיצוץ זה אינו מוצדק, לאור העובדה שבזמנים קשים בישראל, השקעה בשיווק עשויה להיות לא אפקטיבית. לכן, בשל הדינאמיות של המצב הביטחוני, יש ליצור דינאמיות מקבילה בהקצאת משאבי השיווק תוך יצירת התאמה בין שני הגורמים. אנו בדעה, כי התאמה זו תביא להגברת האפקטיביות של תקציבי השיווק ותמנע בזבוז מיותר.

4. פוטנציאל התיירות לישראל

4.3.2 מידת נחיצותה של רשות לתיירות

בעבודות שונות שבוצעו בישראל, ואשר מטרתן שיפור ענף התיירות בישראל ("ארנסט אנד יאנג", "יישום המודל האירי"), קיימת המלצה להקמת רשות תיירות, אשר תרכז את נושא שיווק וקידום התיירות, ותפעל בשיתוף פעולה עם המגזר הפרטי. המלצה זו מבוססת על מודלים קיימים במדינות רבות, בהן קיימות רשויות נפרדות לטיפול בקידום התיירות (National Tourism – NTO Organisation – NTA – National Tourism Administration). רשויות אלו ממומנות באופן מלא או חלקי באמצעות תקציב ממשלתי, כאשר הנטייה כיום היא מימון משותף עם המגזר הפרטי. בכל המדינות המפותחות בהן קיימת רשות תיירות, אין משרד עצמאי אלא הוא נמצא במשרד ממשלתי שסמכויותיו רחבות יותר וכוללות תחומים נוספים. להלן מספר דוגמאות:

רשויות תיירות והמשרד הממשלתי האחראי

המשרד האחראי	שם רשות התיירות	
תחבורה, תיירות ותקשורת	TURESPANNA	ספרד
תרבות, מדיה וספורט	BTA	בריטניה
Public Works, Transport, Housing	Maison De La France	צרפת
כלכלה וטכנולוגיה	DZT	גרמניה
תיירות, ספורט ו-recreation	TOURISM IRELAND	אירלנד
תרבות, מדיה וספורט	ATC	אוסטרליה
תעשייה	CTC	קנדה
כלכלה ועבודה	ANTO	אוסטריה
כלכלה	Schweiz Tourismus	שוויץ
כלכלה	Turistdelegationen	שוודיה
מסחר ותעשייה	MEK	פינלנד
פיתוח	EOT	יוון
כלכלה	MT	הונגריה
עסקים קטנים ותיירות	SNTO	סלובניה
סביבה ותיירות	SATOUR	דרום אפריקה
מסחר ותעשייה	STB	סינגפור
כלכלה ואנרגיה	SERNATUR	צ'ילה
תיירות, אומנות ותרבות	DJP	אינדונזיה
תרבות ותיירות	KNTO	קוריאה
תרבות, אומנות ותיירות	TM	מלזיה
תרבות, ספורט, תיירות ונוער	PTDC	פקיסטן
פיתוח כלכלי ומסחרי	Puerto Rico Tourism Co.	פורטו ריקו
משרד ראש הממשלה	Tourism Authority of Thailand	תאילנד
Finance	Tourism Commission	הונג קונג
ענייני כלכלה	Schweiz Tourismus	שוויץ
כלכלה	Turistdelegationen	שוודיה

4. פוטנציאל התיירות לישראל

מנגנון כפול של משרד ייעודי לתיירות ורשות לתיירות נמצא במדינות הבאות: מצרים, ירדן, גאנה, פרגוואי, פיליפינים וסרי לנקה. מנגד, משרד תיירות ייעודי ללא רשות נמצא במדינות כגון: טורקיה, קובה, לבנון, סוריה ואורוגוואי. השוואת רשימה זו לרשימת המדינות המופיעה בטבלה, מעלה את הסברה כי ככל שמדינה עשירה יותר, כך היא נוטה לכלול את תחום התיירות במשרד בעל סמכויות רבות (לרוב תעשייה, כלכלה וכד.), וככל שהיא ענייה יותר קיימת הנטייה למנגנון נפרד עבור התיירות. בחלק ממדינות אלו אף קיים, כאמור, מנגנון כפול.

בישראל ישנו משרד ייעודי לענייני תיירות, המתקצב בין השאר לסעיפי שיווק ופיתוח תשתיות תיירות. אנו בדעה, כי הקמת רשות תיירות נפרדת הנה בבחינת כפילות מנגנונית, אשר עלולה וצפויה לגרום לבזבוז משאבים. המטרות של רשות לענייני תיירות (שיווק ופיתוח), הן אותן המטרות של משרד התיירות ואין כל ניגוד אינטרסים בין שני גופים אלו. על כן, אין הצדקה לקיומם של שני הגופים במקביל. מכאן, שניתן להציע שתי אלטרנטיבות:

- I. הקמת רשות לענייני תיירות והעברת תחום התיירות לאחריות משרד אחר (לדוגמא: תמ"ת)
- II. הותרת משרד התיירות על כנו וטיפול במסגרתו בכל הנושאים הקשורים לתיירות, לרבות שיתופי פעולה עם המגזר הפרטי, אם נדרשים.

5. תחזית כניסות תיירים לישראל

5. תחזית כניסות תיירים לישראל

הגדרת התוואי

אנו רואים פוטנציאל גבוה להגדלה משמעותית של כניסות מבקרים לישראל, באמצעות מיצוי הפוטנציאל הטמון בפלח התיירות הנוצרית, המגיעה לטיול בישראל, על רקע זיקה דתית-היסטורית. אולם על מנת לממשו, נדרשת תוכנית ממשלתית מקיפה וארוכת טווח, לפיתוח התשתיות הנדרשות לקליטת היקפים גבוהים של תיירים. תוואי זה בתחזית נקרא "התוואי המואץ".

בד בבד, מוצג בתחזית "תוואי הבסיס", המשקף את הערכותינו ביחס לקצב כניסות התיירים לישראל, ללא השקעה חריגה בתשתית התיירותית. תוואי זה משקף את מגמות העבר ואת קצבי הגידול בתנועת התיירות העולמית.

ההנחות לגבי התחזית מוצגות לפי "תוואי הבסיס", אשר מרביתן תקפות גם לגבי "התוואי המואץ", למעט קטגוריית "התיירות הנוצרית", אשר כוללת את אלו המגיעים לטיול בישראל על רקע מניע דתי-היסטורי. קטגוריה זו הינה איחוד של שתי קטגוריות נפרדות המופיעות בסקר תיירות כנסת לישראל של משרד התיירות – "תיור וטיול" ו"צליינות". ביחס לקטגוריה זו, קיימות הנחות אחרות ב"תוואי המואץ".

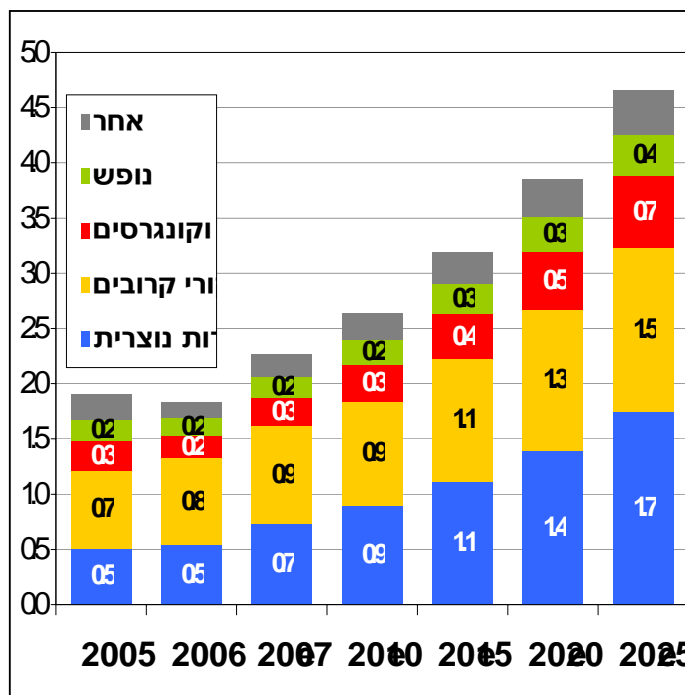
תוואי בסיס – הנחות עיקריות:

- תחזית הכניסות לישראל מתבססת על הנחה שלא תחול הרעה במצב הביטחוני, כך שתתאפשר התאוששות בכניסות התיירים לישראל והתכנסות לקו מגמה ארוך טווח.
- התחזית נבנתה בחלוקה לפי יהודים ולא יהודים ותת חלוקה של מטרת הביקור. התחזית כוללת קטגוריית "תיירות נוצרית", אשר הנה הנה איחוד של תיירות צליינים ותיירות למטרת טיול ותיור של הלא-יהודים.
- אנו מניחים, כי פוטנציאל הגידול בכניסות תיירים יהודים הנו מוגבל, ובשנים הקרובות ימוצה ויתכנס לקצב המאפיין את כניסות היהודים מצפון אמריקה – כ- 3% בשנה. כך גם לגבי ביקורי קרובים (קיימת חפיפה גבוהה בין יהודים לבין ביקורי קרובים).
- תיירות העסקים קודמה עפ"י תחזית מודלים ביחס להתפתחות סחר החוץ של ישראל.
- אנו רואים בפלח התיירות למטרות נופש ובילוי, כמוגבל ביותר, בשל היעדר בולט של יתרונות בהשוואה ליעדים אלטרנטיביים באזור כגון טורקיה, יוון וקפריסין. החופשה בישראל יקרה משמעותית, כמעט שאין מקומות נופש פנויים לאורך קו החוף ואילת שבעבר היוותה יעד לתיירות נופש מאירופה, "נכבשה" על ידי התיירות המקומית. על כן, פלח הנופש צפוי לרדת עם השנים.

5. תחזית כניסות תיירים לישראל

- קצב כניסות התיירים לישראל בטווח הארוך הנו כ- 4%. בשל משבר האינתיפאדה ומלחמת לבנון השנייה, ישנה עדיין חריגה מקו מגמה זה, למרות הגידול החד בשנת 2005 ובמחצית הראשונה של 2006. אנו מעריכים, כי השנים הקרובות (2007-2010) יהוו שנות תיקון, עד להתכנסות חזרה לקו המגמה.
- כניסות תיירים למטרת צליינות, תיור וטיול, יתאוששו בשנים הקרובות ויגיעו בשנת 2010 לרמה של כ- 900 אלף. בתוואי הבסיס, קצב הגידול לאחר ההתאוששות, יעמוד על כ- 4.6% בשנה, כך שבשנת 2025 יגיעו לישראל כ- 1.75 מיליון תיירים למטרות צליינות, טיול ותיור, וזאת גם ללא תוכנית ממשלתית ייעודית עבור פלח התיירות הנוצרית.

שיעורי גידול בתחזית לפי תקופות – תוואי בסיס – קצב גידול שנתי ממוצע לתקופה

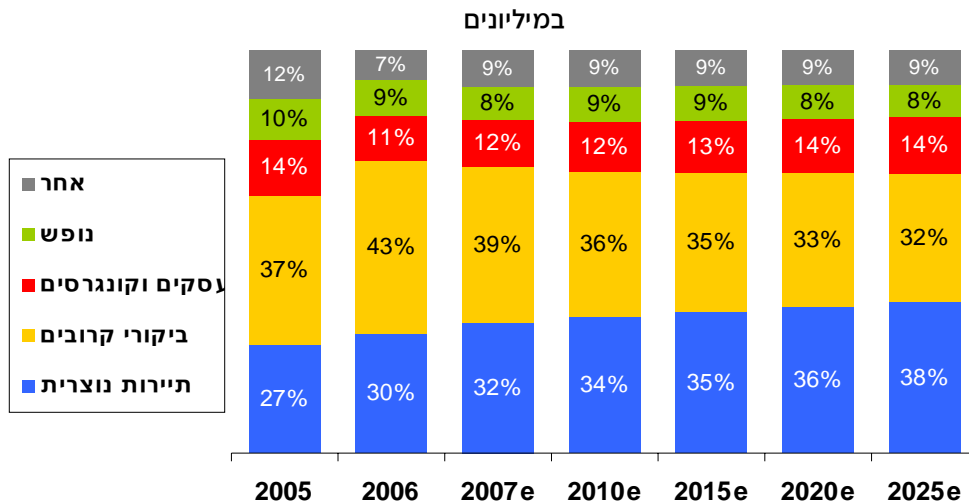


תוואי מואץ – הנחות עיקריות:

- אנו רואים פוטנציאל להבאת תוספת של קרוב ל- 3 מיליון תיירים, עד 2025, בהתבסס על גידול מואץ בפלח התיירות הנוצרית (נמצאת בקטגוריית התיור והטיול בתרשימים הבאים).
- עד שנת 2010 קצב כניסות התיירים בשני התוואים, הנו בהתאם לתוואי הבסיס. שנת 2011 הנה השנה הראשונה למימוש תוכנית התוואי המואץ.

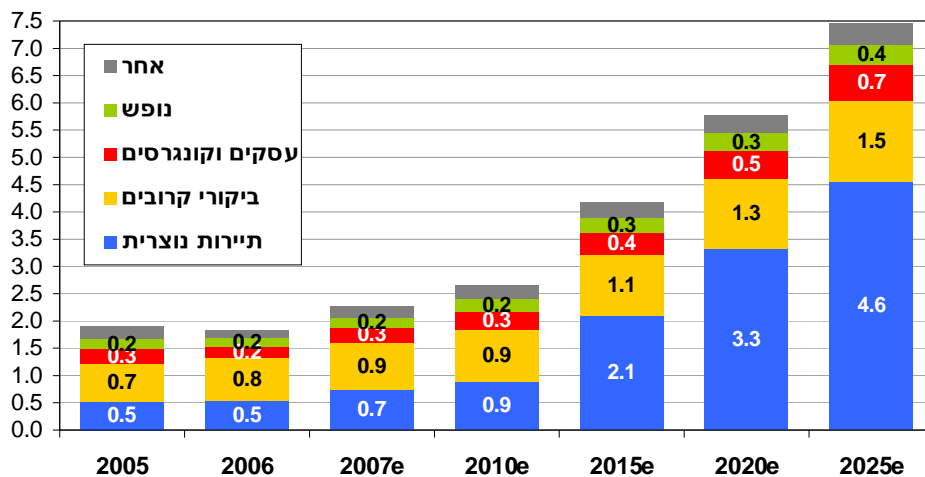
5. תחזית כניסות תיירים לישראל

תחזית סך כניסות תיירים (כולל דרך יבשה) – תוואי בסיס



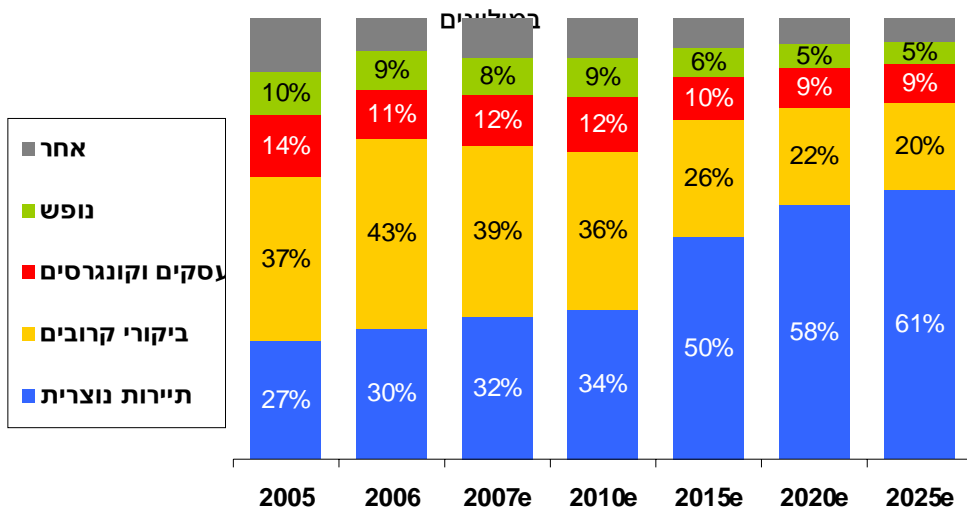
תחזית סך כניסות תיירים (כולל דרך יבשה) – תוואי בסיס

באחוזים מסך כניסות התיירים



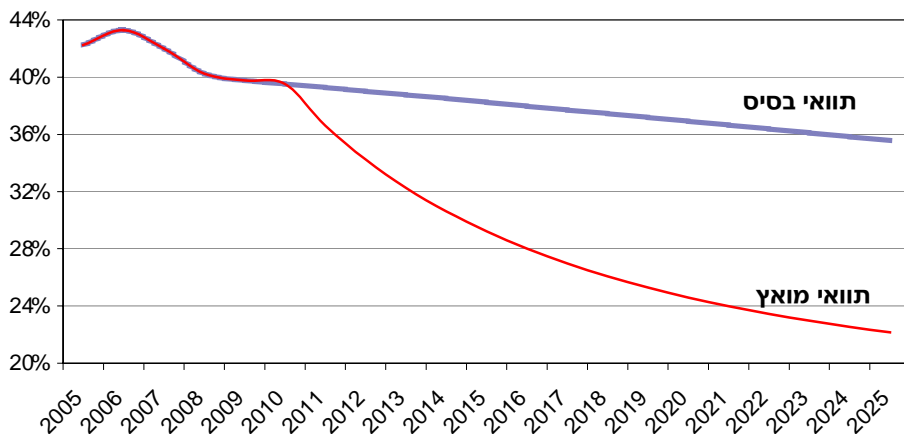
5. תחזית כניסות תיירים לישראל

תחזית סך כניסות תיירים (כולל דרך יבשה) – תוואי מואץ



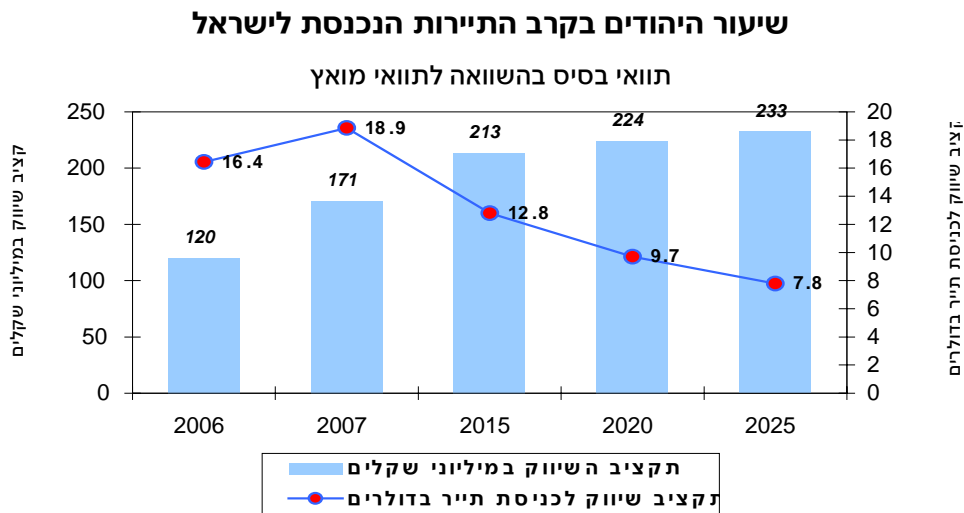
תחזית סך כניסות תיירים (כולל דרך יבשה) – תוואי מואץ

באחוזים מסך כניסות התיירים



הפער בין תוואי הבסיס לתוואי המואץ הנו בהיקף של כ- 2.8 מיליון תיירים בשנת 2025 – כולם בקטגוריית "התיירות הנוצרית". השינוי הבולט הנו הכפלת נתח השוק של פלח זה מ- 30% בשנת 2006 ל- 61% בשנת 2025 וירידה במשקל ביקורי הקרובים מ- 43% ל- 20%. גם פלח התיירות למטרות נופש צפוי לרדת מ- 9% ל- 5%.

5. תחזית כניסות תיירים לישראל



תוספת 2.8 מיליון תיירים (תיירות נוצרית) בתוך כ- 20 שנים הנו יעד שאפתני, אך להערכתנו אפשרי. אנו רואים בפלח התיירות הנוצרית במנוע העיקרי למיצוי פוטנציאל התיירות לישראל, וזאת על רקע האטרקטיביות הגבוהה של ישראל לדת הנוצרית.

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות

הנוצרית

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

6.1 כשל השוק

אנו בדעה, כי פלח התיירות הנוצרית הנו בעל הפוטנציאל הגבוה ביותר להאצת צמיחת התיירות בטווח הארוך ולהשבת ישראל למפת התיירות העולמית. היקף התיירות הנוצרית (צליינית, תיור וטיול) בשנת 2006 עמד על כ-580 אלף כניסות ועל פי התוואי המוצע במסמך זה, הוא עשוי, בהינתן התמיכה המתאימה, לצמוח פי 8 בתוך 20 שנה. צמיחה מהירה של פלח זה, מאפשרת ניצול "היתרון היחסי" של ישראל, כמוקד משיכה לתיירות העולמית.

לישראל יתרון יחסי בולט כמקור משיכה לתיירות הנוצרית בעולם, בשל ריכוז האתרים הקדושים לדת הנוצרית והאטרקטיביות הרבה שלהם. אולם בשל קיומו של כשל שוק, למימושו המלא של היתרון היחסי, נדרשת מעורבות ממשלתית גבוהה, תוך הקצאת משאבים ליצירת התשתית הנדרשת לקליטת מיליוני תיירים נוצרים מדי שנה.

תחום התיירות מאופיין בכשל שוק משמעותי, הנובע מקיומן של השפעות חיוביות למשק של התיירות הנכנסת לישראל, אשר אינן מובאות בחשבון מנקודת המבט של הגורמים המסחריים הפועלים בשוק. השפעות חיוביות אלו כוללות את המרכיבים הבאים:

- ← גידול בתעסוקה
- ← שיפור מאזן התשלומים של ישראל
- ← חיזוק תעשייה/שירותיים המסורתיים (ה- low-tec)
- ← השבת ישראל למפת התיירות העולמית
- ← ביסוס וחיזוק מעמדה של ישראל בעולם

השפעות אלו אינן נכנסות למערך שיקוליו של הגורם העסקי הבודד, אשר מחד נדרש להשקעה גבוהה, אך מנגד אינו מבוטח מפני משברים בענף, המתרחשים אחת למספר שנים, על רקע מצבה הביטחוני-מדיני הייחודי של ישראל. כשל שוק זה הנו הבסיס הכלכלי למעורבות הנדרשת מצד הממשלה ביצירת התשתית התיירותית הנחוצה.

בידי הממשלה היכולת ליצור מדיניות כוללת, שבאמצעותה יוכל כל גורם הפעיל בענף להשתלב בתוכנית ליצירת התשתית הדרושה להבאת תוספת מיליוני תיירים מדי שנה. היתרונות לגודל המאפיינים את הענף, מאפשרים לממשלה לנקוט במדיניות הדרושה ליצירת התשתית המתאימה, בעוד שעבור היצרן הבודד, מדובר בתשתית שאינה כדאית עבורו מבחינה כלכלית (ללא הביטוח מצד הממשלה), בשל התנודתיות המאפיינת את הענף.

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

בשל קיומן של השפעות חיצוניות חיוביות, יכולה הממשלה לשאת בסיכון הנובע ממשברים על רקע ביטחוני-מדיני, אשר הם המקור לתנודתיות הגבוהה בענף.

6.2 סיכום המשמעות התקציבית

המשמעות התקציבית נחלקת לשני סעיפים:

- א. הגדלת תקציבי הפיתוח והשיווק של משרד התיירות
- ב. יצירת רשת ביטחון לתשתית הסקטור הפרטי.

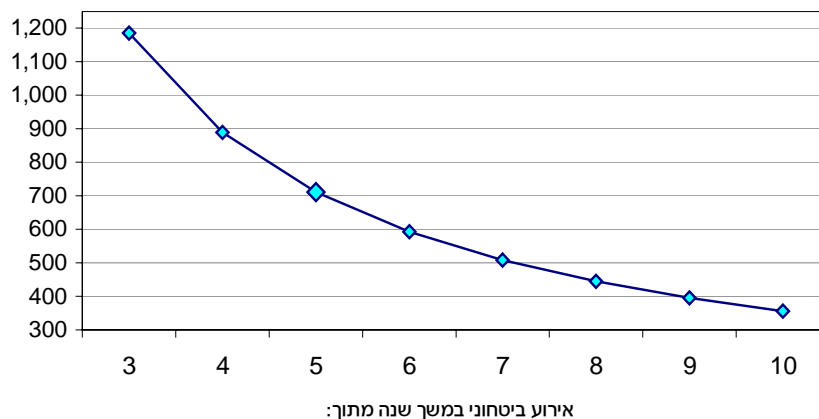
6.2.1 תקציבי השיווק והפיתוח

בהתאם לקו המגמה המייצג את היתרונות לגודל בתקציבי שיווק התיירות של מדינות שונות בעולם, תקציב השיווק של התיירות בישראל לשנת 2007 מייצג את ההיקף המתאים להיקף הכניסות לישראל ((ראה פירוט בסעיף 4.3.1).

קו מגמה זה, משמעותו שגידול בהיקפי התיירות לישראל פירושו בעיקר ירידה בהיקף ההוצאה על שיווק לכניסת תייר, כלומר תוספת תקציב השיווק הנדרשת הנה שולית יחסית. בהתאם לקו מגמה זה, עלייה להיקף של כ- 4 מיליון תיירים בשנה פירושה גידול מינורי יחסית של כ- 40 מיליון ₪ בתקציב השיווק ועלייה לכ- 7 מיליון תיירים פירושה גידול של כ- 60 מיליון ₪ בתקציב השיווק ביחס ל- 2007.

אומדן תקציב השיווק הנדרש עפ"י קו המגמה וההוצאה לשיווק לכניסת תייר

תקציב שיווק במיליוני ₪, תקציב לכניסה בדולרים



6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

על פי תוואי תחזית הכניסות המואץ המופיע במסמך זה, ובהתאם לקו המגמה בתרשים לעיל, ההוצאה לשיווק לכניסת תייר בישראל אמורה לרדת מכ- \$19 בשנת 2007 לכ- \$8 בשנת 2025. ראה תרשים לעיל.

בהקצאת תקציבי שיווק תיירות בישראל, יש לקחת בחשבון גם את המצב הביטחוני-פוליטי. אנו בדעה, כי בשנים בהן המצב הביטחוני גרוע, יש מקום לבחון את אפקטיביות השיווק, ובהתאם לכך להקציב משאבים מתאימים, ולמנוע בזבזם.

על מנת להתאים את תשתית האתרים בישראל לסטנדרטים בינלאומיים ולחוויה הנוצרית הייחודית, אנו בדעה כי יש לשמור על תקציב פיתוח אתרים בהתאם לשנת השיא - שנת 2000, אז עמד התקציב על כ- 150 מיליון ₪. עפ"י התקציב המאושר לשנת 2008, חל קיצוץ של כ- 50% בסעיף זה. על כן, המשמעות התקציבית המינימאלית פירושה תוספת של כ- 70 מיליון ₪ ביחס לתקציב של שנת 2008 בכל שנה, וסה"כ תוספת של כ- 1.2 מיליארד ₪ עד לשנת 2025. יש לציין, כי ככל שיושקעו יותר משאבים בתשתית, כך תעלה האטרקטיביות של הביקור בישראל, וכפועל יוצא יגדל הסיכוי למימוש התוואי המואץ המופיע במסמך זה. בכל מקרה, קיצוץ של 50% בתקציב עשוי להיות בעל השלכות קשות למיצובה של ישראל כיעד חשוב עבור התיירות הנוצרית, ועל כן אנו רואים בחזרה לתקציב של שנת 2000 הכרח למימוש התוכנית המופיעה במסמך זה.

סך התוספת התקציבית בשנת 2009 הנה כ- 100 מיליון ₪ (30 מיליון ₪ לשיווק ו- 70 מיליון ₪ לפיתוח האתרים) והיא עולה לכ- 130 מיליון ₪ בשנת 2025 (כ- 60 מיליון ₪ לשיווק וכ- 70 מיליון ₪ לפיתוח האתרים).

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

6.2.2 יצירת רשת ביטחון לתשתית הסקטור הפרטי

האומדנים המוצגים להלן, מתייחסים למשמעות הכלכלית עבור המדינה, ליצירת התשתית לקליטת התיירים בתוואי המואץ. התשתית כוללת את שלוש הקטגוריות בהן ההשקעה הנדרשת של הסקטור הפרטי הנה גבוהה, ולכן יש צורך ביצירת רשת ביטחון עבור המשקיעים:

- ← שירותי תעופה
- ← שירותי לינה
- ← שירותי תחבורה

בסעיף זה מפורטת העלות התקציבית ליצירת רשת ביטחון עבור ענף המלונאות.

ברמה העקרונית, מנגנון הפיצוי צריך לפצות על כל הפרש התשתית הנדרשת שבין תוואי הבסיס לתוואי המואץ, תחת ההנחה שתוואי הבסיס מייצג את רמת ההשקעות בענף גם ללא ביטוח מפני סיכון ביטחוני (תוואי השקעות "רגיל").

בפועל אין כל אפשרות להבחין בין הרצון להתרחב על פי תוואי הבסיס לבין אותו רצון על פי התוואי המואץ. לכן, הדרך היחידה להגיע לביטול הסיכון הביטחוני הינה ביטוח כנגד סיכון ביטחוני (רשת ביטחון) שיבטיח 100% של כיסוי ההוצאה הקבועה, כך שגם בשוליים לא יהיה ליזם תוספת הוצאה בגין התדרדרות ביטחונית שתמנע או תקטין את התיירות הנוצרית.

על מנת להבטיח פיצוי מלא בגין התדרדרות ביטחונית, אנו מציעים מנגנון הכולל תשלום פרמיית ביטוח חלקית ונמוכה, לכיסוי כל ההוצאות בגין מצב ביטחוני נחות, אשר תשלום ע"י היזמים. רשת הביטחון וסבסוד ממשלתי של יתרת פרמיית הביטוח, ינתנו לכל חדרי המלון החדשים שייבנו, ואשר תשלום בגינם פרמיית הביטוח. יחס חלוקת הפרמיה בין היזמים ובין הממשלה מייצג את היחס המתקיים בין התוספת המצטברת של התשתית בתוואי הבסיס לבין אותה התוספת בתוואי המואץ. בהתאם לכך, ועפ"י המודל המוצג במסמך זה, פרמיית היזמים מהווה 43% מסך הפרמיה הכוללת והיתרה (57%) מסובסדת על ידי הממשלה.

בדרך זו, בשוליים, כל תוספת תשתית חדרי המלון (לעומת המצב היום) תבוטח במלואה כך שההתפתחות תהיה לפי תוואי כלכלי מואץ ללא חשש מבעיות ביטחוניות חריגות.

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

באמצעות יחס פהרמיות שבין החלק הממומן על ידי היזמים לבין זה הניתן על ידי הממשלה, ניתן לשנות את גודלו של התמריץ לבניית חדרי מלון.

תוספת ההכנסות בשנת 2025, של ענף המלונאות, בגין תוספת התשתית בתוואי המואץ ביחס לתשתית הקיימת היום, נאמדת בכ- 5.6 מיליארד ₪. שיעור ההוצאה הקבועה בענף המלונאות הנו כ- 56%. תחת ההנחה של משבר ביטחוני אחת ל- 5 שנים, אשר השפעתו נמשכת לתקופה של שנה, עומדת הפרמיה השנתית בשנת 2025 על כ- 785 מיליון ₪. חלקם של היזמים בפרמיה השנתית מסתכם בכ- 340 מיליון ₪ (לפי 43% ראה לעיל), שהם כ- 6% מההכנסות השנתית, הנובעת מתוספת התשתית.

אומדן שיעור הפרמיה בגין סיכון ביטחוני - שנת 2025

5.6	תוספת ההכנסות בגין תוספת תשתית בתוואי המואץ ביחס לתשתית היום, במיליארדי ₪
56%	שיעור ההוצאה הקבועה (מייצג את הפיצוי הנדרש במשבר ביטחוני)
3.1	היקף ההחזר, במיליארדי ₪
שנה אחת מתוך 5 שנים	תדירות המשבר הביטחוני
785	סך הפרמיה השנתית, במיליוני ₪
25%	שיעור הפרמיה השנתית מתוך ההוצאה הקבועה (סה"כ)
14%	שיעור הפרמיה השנתית מתוך ההכנסות (סה"כ)
31	מספר החדרים בתוואי הבסיס, באלפים
72	מספר החדרים בתוואי המואץ, באלפים
43%	יחס תשתית תוואי בסיס לתוואי מואץ (מייצג את חלקם של היזמים בתשלום הפרמיה השנתית)
340	פרמיה שנתית המשולמת ע"י היזמים, במיליוני ₪
11%	שיעור הפרמיה של הסקטור הפרטי ב- % מההוצאה הקבועה
6%	שיעור הפרמיה של הסקטור הפרטי ב- % מההכנסות

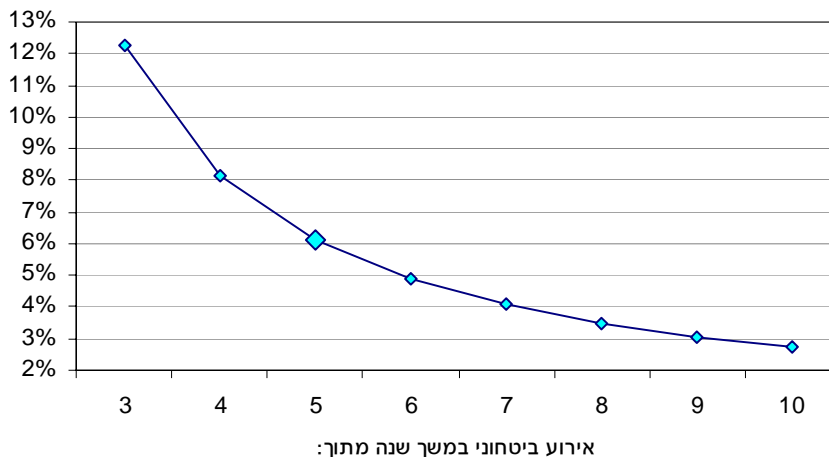
במודל שכזה בניית התשתית תעשה כאילו אין כל בעיה ביטחונית (אומנם הפדיון נמוך ב- 6% עקב תשלום הפרמיה לביטוח, אולם אנו מניחים שלא תהיה לכך השפעה קריטית).

הפרמיה של 6% עבור היזמים מייצגת מצב בו בכל תקופה של 5 שנים ישנה שנה אחת של משבר ביטחוני, אשר השפעתו נמשכת לתקופה של שנה. כמובן שאם ההסתברות לפגיעה בתיירות כתוצאה מאירועים ביטחוניים תהיה גבוהה יותר, יתכן שהפרמיה שתידרש לא תהיה כדאית כלכלית. להלן תרשים המסכם את שיעור הפרמיה ליזמים בהתאם לתדירות האירועים הביטחוניים.

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

אומדן שיעור הפרמיה המשולמת על ידי היזם

כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים



הפיצוי הנדרש (השבת ההוצאות הקבועות) עבור תוספת ההשקעה בענף המלונאות בשנת משבר בתיירות על רקע ביטחוני, הנה כ- 3.1 מיליארד ₪ (שנת 2025). פיצוי זה הנו עבור כל תוספת התשתית ביחס לתשתית הקיימת כיום. היקף הסבסוד הממשלתי של פרמיית הביטוח הנו בשיעור של 57%. בניכוי תשלומי הפרמיה של הסקטור הפרטי, העלות השנתית למדינה מסתכמת בכ- 700 מיליון ₪. ראה להלן:

סיכום עלות רשת הביטחון עבור תשתית המלונאים - שנת 2025

במיליארדי ₪

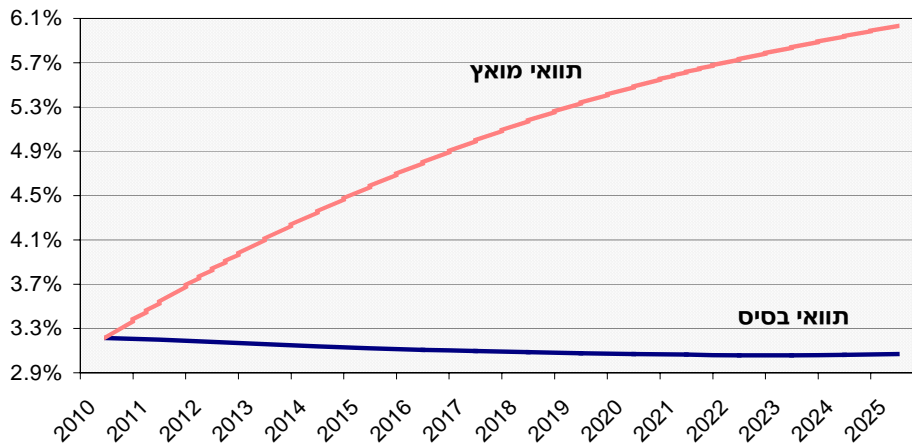
3.1	היקף הפיצוי בשנת משבר (השנה החמישית)
1.8	היקף הפרמיה המסובסדת ע"י הממשלה לתקופה של 4 שנים
4.9	סך עלות עבור הממשלה לתקופה של 5 שנים
-1.4	בניכוי תשלומי פרמיה המשולמים ע"י היזמים לכל התקופה
3.6	עלות נטו עבור הממשלה לתקופה של 5 שנים
0.7	עלות שנתית נטו עבור המדינה

הכדאיות הכלכלית של הבטחת רשת ביטחון ליזמים בענף התיירות מותנית כמובן במספר האירועים הביטחוניים ובמשכם (הפער בין התוואי המוסכם למציאות). מצב של טרור שהיה בשנים 2001 - 2003 הינו קיצוני ואנו מעריכים שהסיכויים שתופעה זו תחזור נמוכים מאוד. מאידך הפרעות זמניות של עד שנה צפויות לקרות. להלן אומדן העלות השנתית למשק כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים:

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

אומדן עלות שנתית למדינה

במיליוני ש"ח, כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים



6.3 התרומה למשק

ההשפעות החיצוניות החיוביות למשק, של ענף התיירות הנכנסת לישראל, כוללות את המרכיבים הבאים:

- ← הגדלת התוצר במשק
- ← שיפור מאזן התשלומים
- ← גידול בתעסוקה
- ← חיזוק תעשייה/שירותיים המסורתיים (ה-low-tec)

הסעיפים הבאים בפרק זה אומדים את התרומה המרבית הגלומה בתוואי המואץ, כתוצאה מהבאת תוספת מיליוני תיירים לישראל. האומדן מתייחס לפער שבין התוואי הבסיסי (גידול בטווח הארוך של כ- 4% בתיירות הנכנסת לישראל), לבין התוואי המואץ. הפרמטרים הנאמדים הם:

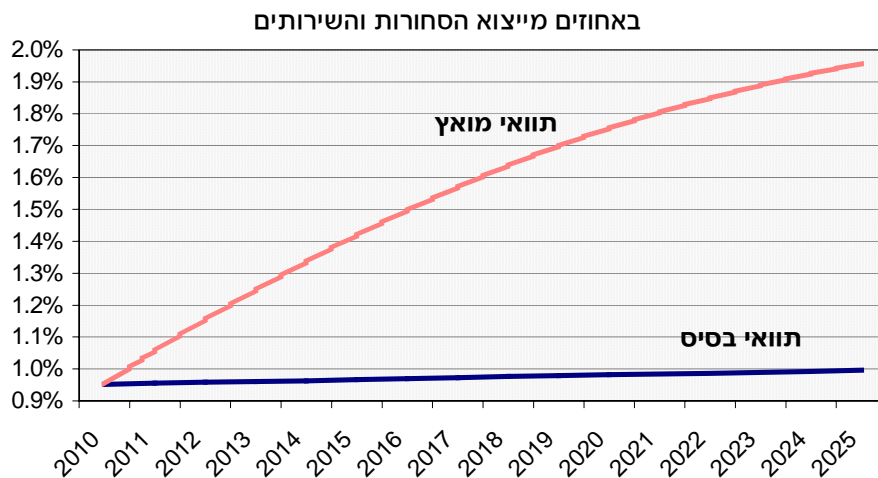
- ← תרומה ליצוא הסחורות והשירותים
- ← תרומה לתוצר
- ← תרומה לתעסוקה

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

מעבר לכך, ישנן השפעות חיוביות נוספות לישראל, כגון השבת ישראל למפת התיירות העולמית וביסוס וחיזוק מעמדה של ישראל בעולם. השפעות אלו גם הן בעלות השלכות כלכליות על ישראל, על אף שהיקף השפעתן אינו מוצג במסמך זה.

התרשימים הבאים מציגים את התוספת בכל שנה של ההכנסות והערך המוסף כתוצאה מהתוואי המואץ (ההפרש מול תוואי הבסיס), במונחי אחוז מייצוא הסחורות והשירותים ומהתוצר, בהתאמה. עם זאת, יש לקחת בחשבון שהתרומה למשק צפויה להיות נמוכה יותר, בשל משברים ביטחוניים צפויים. באותן שנים, אנו מניחים כי לא תהיה כלל תוספת ביחס לתוואי הבסיס. נוסף על כך, באותן שנים יינתן פיצוי ליזמים בסקטור הפרטי על ההשקעה העודפת בגין התוואי המואץ, בהתאם לתוכנית "רשת הביטחון" המוצגת במסמך זה. על סמך ניסיון העבר, משבר ביטחוני מתרחש בממוצע אחת לחמש שנים, כלומר על כל ארבע שנים טובות ישנה שנה אחת של משבר.

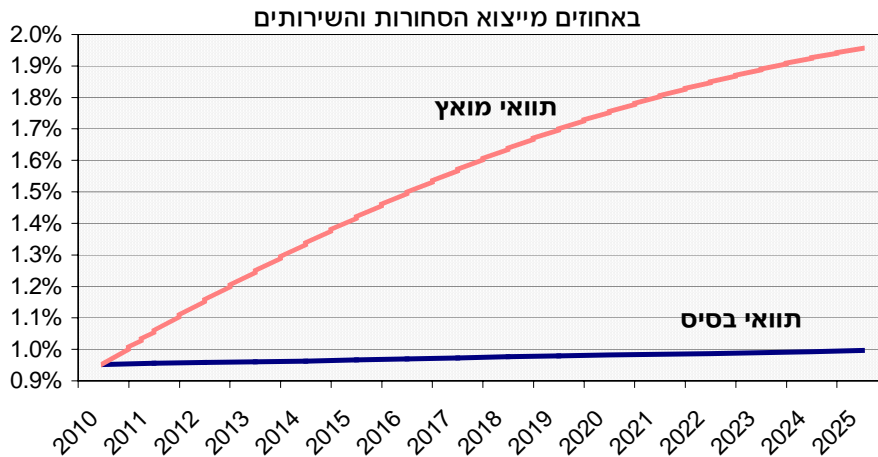
תחזית הכנסות מתיירים לפי תוואי הבסיס והתוואי המואץ (כולל דמי טיסה)



עפ"י התחזית, התוספת לייצוא הסחורות והשירותים, בגין התוואי המואץ, תעמוד בשנת 2025 (תוספת של 2.8 מיליון תיירים) על כ- 3.0 נקודות האחוז.

6. הפוטנציאל הכלכלי של התיירות הנוצרית

תחזית התוצר מתיירים לפי תוואי הבסיס והתוואי המואץ (כולל דמי טיסה)



עפ"י התחזית, התוספת לתוצר המקומי הגולמי, בגין התוואי המואץ, תעמוד בשנת 2025 (תוספת של 2.8 מיליון תיירים) על 1.0 נקודות האחוז.

עפ"י התוואי המואץ, תוספת התעסוקה בשנת 2025 הנה כ- 34 אלף, שהם תוספת של 6.1 נקודות האחוז לתעסוקה בענף השירותים (ללא פיננסי ותוכנה).

סיכום התרומה למשק בשנת 2025

כניסות במיליונים, הכנסות ותוצר במיליארדי ש"ח, תעסוקה באלפים

הפרש	תוואי מואץ	תוואי בסיס	
2.8	7.5	4.7	כניסות תיירים
2.8	4.6	1.7	כניסות תיירות נוצרית
24%	61%	38%	נתח תיירות נוצרית
23.7	48.1	24.5	הכנסות מתיירות
3.0%	6.0	3.1%	אחוז מייצוא סחורות ושירותים
12.7	25.9	13.2	תוצר תיירות
1.0%	2.0%	1.0%	אחוז מהתוצר
33.6	114.8	81.2	תעסוקה (ללא אילת)
6.1%	20.9%	14.8%	אחוז מהמועסקים בשיירותים (ללא תוכנה ופיננסים)