



# **מדיניות תוכניות עבודה**

## **משרד התיירות**

### **מדינת ישראל**

# **2011**

06/02/11

## תוכן עניינים

3	..... מבוא כללי	.1
4	..... מטרת מסמך המדיניות	.2
4	..... 2012 - 2011 – יעדים כמותיים ל	.3
5	..... עיקרי המדיניות	.4
5	..... 4.1 שינויים במדיניות, בדרכי העבודה ובאסטרטגיית הפעולה	
7	..... 4.2 שינויים בסדרי העדיפות שיביאו להחלפת תוכניות ישנות בחדשות	
9	..... 2012 - 2011 תחומי פעולה מרכזיים לשנים	.5

## 1. מבוא כללי

משרד התיירות הוא משרד כלכלי, ייעודו העיקרי הוא הגדלת היקף הפעילות הכלכלית במשק.

המשרד מופקד על מדיניות התכנון, הפיתוח והשיווק של תעשיית התיירות.

הישגי המשרד נמדדים במונחים כלכליים כגון: תרומה לתוצר הלאומי, תרומה למאזן התשלומים, תרומה לתעסוקה במשק, והגדלת היקף ההשקעות בתעשיית התיירות. תעשיית התיירות מעסיקה כ- 150,000 עובדים. סך תרומת התיירות למשק ב- 2010 נאמד בכ- 33 מיליארד ₪ והתרומה לתמ"ג נאמדת ב- 13.2 מיליארד ש"ח.

המשרד עוסק בעיקר בתיירות נכנסת ותיירות פנים.

עיקר הפעילות בתיירות מצוי בפריפריה (ים המלח, טבריה, ערבה, אילת, גליל ועוד) ובירושלים. התיירות מתמקדת ומספקת פתרונות תעסוקה לאוכלוסיות עם שיעור אבטלה גבוה כגון מיעוטים ולאוכלוסיות עם שיעור השתתפות נמוך מאוד, בכח העבודה, כמו: נשות מיעוטים.

התיירות מחליפה ענפי תעסוקה שנסגרו, כגון חקלאות, טקסטיל ועוד, בעיקר באזורי הפריפריה ובישובים מגזריים.

תיירות נכנסת מחו"ל הינה תעשיית יצוא חשובה המהווה 18% מסך ייצוא השירותים בישראל, עם הערך המוסף הגבוה ביותר:

1.1 בשנת 2010 הגיעו 3.45 מיליון תיירים לישראל, לעומת 2.7 מיליון ב-2009 (26%) ו-3 מיליון ב-2008 (12%) שהייתה שנת שיא הקודמת.

1.2 כל 100,000 תיירים נכנסים מוציאים ישירות כ- 400 מיליון ₪.

1.3 מאחר ותעשיית התיירות היא עתירת כוח אדם, ההכנסות מתיירות נכנסת, הן בעלות ערך מוסף של מעל 70% (לא כולל תעופה).

1.4 ההכנסות מתיירות נכנסת הסתכמו בשנת 2010 ב- 15 מיליארדי שקלים. ההכנסות מתיירות פנים הסתכמו ב 9.7 מיליארדי שקלים והצפי לשנת 2011 הוא 17 מיליארד ש"ח מתיירות נכנסת ו- 10 מיליארד ש"ח מתיירות פנים.

1.5 הכנסות חברות התעופה הישראליות מתיירות נכנסת, בשנת 2009, הסתכמו בכ- 2.2 מיליארדי ש"ח. והצפי לשנת 2010 כ- 2.9 מיליארדי ש"ח.

המשרד עוסק בעיקר בשיווק תדמיתי של המוצר הישראלי בחו"ל ובכך הוא מהווה פלטפורמה לסקטור העסקי אשר עוסק במכר.

המשרד עוסק גם בשידרוג המוצר התיירותי דרך פיתוח תשתיות תיירותיות ציבוריות, באמצעות חברות פיתוח המשרד גם מסייע בהקמת מיזמים תיירותיים עסקיים (אטרקציות, בתי מלון) בכל הארץ, ע"י מתן מענקים על פי החוק לעידוד השקעות הון ונוהלי מרכז ההשקעות.

המשרד פועל עם ממ"י להקצאת קרקעות ליזמים תיירותיים, הן להקמת בתי מלון והן לאטרקציות. המשרד מטפל בנושא ההגנות בים המלח, וכן באתרים הקדושים באמצעות המרכז הארצי לפיתוח המקומות הקדושים.

חזון המשרד:

**"להפוך את תעשיית התיירות למשאב לאומי ולאחד ממנועי הצמיחה הכלכליים המובילים במשק"**

## **2. מטרת מסמך המדיניות**

2.1 מסמך המדיניות נועד להציג את תפיסת הנהלת המשרד לגבי המטרות, היעדים והעקרונות המנחים ליישום המדיניות לשנים 2011 - 2012.

2.2 מסמך המדיניות נועד לשמש כ"מצפן" לתוכניות העבודה של המשרד לשנים 2011 – 2012.

## **3. יעדים כמותיים ל – 2011 – 2012**

3.1 כניסת תיירים: 4 מיליון איש ב 2011 ו 4.3 מיליון תיירים ב- 2012

3.2 לינות תיירות פנים: 16.5 מיליון לינות.

3.3 הכנסות ישירות מתיירות נכנסת: 17 מיליארד ש"ח בשנת 2011, 18.5 מיליארד ש"ח בשנת 2012

3.4 מועסקים ישירים ועקיפים: 200 אלף איש בשנת 2011

3.5 תוספת של כ-3000 חדרי מלון בשנת 2011

3.6 תוספת מענקים לכ-2000 חדרי מלון בשנת 2011

#### **4. עיקרי המדיניות**

##### **4.1 שינויים במדיניות, בדרכי העבודה ובאסטרטגיית הפעולה**

בשנים 2011 - 2012 המשרד ממשיך את כיוון הפעולה האסטרטגי אותו התחיל כבר בשנים 2009 ו- 2010 תוך הדגשת תפיסת המיקוד של מדינת ישראל כארץ הקודש, שמרכזה ירושלים

כניסה למיתוג נפרד עבור אילת, תל אביב – יפו כ"עיר עולם", ים המלח כאחד משבעת פלאי עולם.

שנת 2010 עומדת להסתיים עם היקף תיירים של 3.4 מיליון לעומת 3.1 מיליון בתוכניות העבודה, תוצאה זו שהינה שיא של כל הזמנים יצרה מחסור בחדרי מלון למספר חודשים במהלך 2010.

למרות תהליכים אשר אינם מיטבים עם התיירות לישראל כגון המצב הגיאופוליטי הבעייתי, חוזק השקל והמצב הכלכלי הקשה באירופה ובאר"ב התחזיות מאוששות את המשך המגמה החיובית שהביקוש לביקור בישראל יתרחב באופן משמעותי גם בשנה הבאה ולכן צוואר הבקבוק העיקרי כיום וב-2011 הינו המחסור בחדרי מלון.

לכן סדר העדיפות העיקרי של המשרד לשנים 2011-2012 יהיו:

##### **1. תוספת חדרי בתי מלון**

א. הוספת חדרי מלון באזורי הביקוש הן בטווח הקצר והן בטווחים הבינוני והארוך, הן בכדי לענות על הביקוש והן במטרה להוריד את המחירים

ב. תמרוץ ועידוד יזמים להשקיע בתעשיית התיירות.

##### **2. שיווק עם מיקוד במדינות ובאוכלוסיות:**

א. הגעה למסה קריטית של פרסומים, ב-3 מדינות:  
ארה"ב דה"ת- באזור ניו יורק, קליפורניה, פלורידה.

רוסיה – מוסקוה, סנט פטרבורג, מחוזות עם טיסות לארץ.  
גרמניה.

ב. התמקדות באוכלוסייה האוונגלית בעיקר בארה"ב.  
ג. הגדלה משמעותית של פעילותינו במדינות הבאות:

אוקראינה בעקבות ביטול הויזות

מזרח אסיה בעיקר: הודו, סין וקוריאה

פולין – קמפיין ראשוני

ברזיל

ד. התמקדות בפלחי שוק רווחים יותר למשק.

תיירות רפואית.

תיירות כנסים- דרך לישכת כינוסים.

תיירות יין וקולינריה

ה. התמקדות בתיירות איכותית יותר, בין היתר בדיקת נושא תיירות היום.

ו. לאור המחסור בחדרים המשרד יתמקד בעידוד תיירות אשר דורשת פחות חדרי מלון באזורי הביקוש כגון תיירות רפואית, קידום התיירות לאילת, תיירות צפרות ותיירות אופנים.

ז. הובלת פעולות לקידום ים המלח כאחד משבעת פלאי עולם לאירוע שיתקיים ב-

11/11/2011 בסיוע משרדי ממשלה אחרים (חוץ, נגב גליל ואיכות הסביבה)

ח. פתיחת קווי טיסות נוספות מהארץ לחו"ל – היום צוואר בקבוק רציני הינו הקיבולת של

המטוסים הנכנסים לארץ בעיקר ממדינות כמו צרפת, אנגליה הודו וסין, בכוונת המשרד

לבצע פעילויות להגדיל קיבולת באמצעות חברות ישראליות ובמידה ולא נצליח בכך

להכניס חברת תעופה זרות. לישר שורות

ט. בשנים 2009 ו-2010 הוכנסו מאות סוכנים חדשים המוכרים את ישראל ברחבי העולם.

בשנת 2011 עיקר עבודת הלשכות תהיה לבסס את כניסתם לשוק ולהגדיל עימם את

נפח התיירים המגיעים דרכם לארץ.

י. קמפיין "מיתוג ישראל".

3. חיזוק הצד הצרכני

א. שיפור "התמורה לכסף" לתייר.

ב. חוק שירות תיירות.

- ג. דרוג בתי מלון.  
ד. הקמת מועצה לאומית להכשרה מקצועית בתיירות.  
ה. שיפור המידע לתיירים- שילוט באתרים ושימוש בפלטפורמות טכנולוגיות שונות.

4. קידום החלופה שתיבחר לפיתרון הקבע על הגנת ים המלח

5. שיפור יכולת התכנון והשליטה שבמשרד תוך מתן דגש על החברות הממשלתיות.

#### 4.2 שינויים בסדרי העדיפות שיביאו להחלפת תוכניות ישנות בחדשות

כחלק מניתוח המצב הקיים והצפי לעתיד מתכנן המשרד הסטת תקציבים לנושאים שונים, לצורך קידום האסטרטגיה והשגת המטרות שנקבעו.

להלן תחומי הפעולה העיקריים:

א. במגמה להבטיח את איכות המוצר התיירותי הישראלי ולשפר את "התמורה לכסף" עבור התיירים, החליט המשרד להיכנס למהלך של דרוג בתי המלון בישראל. מהלך הצפוי לגרום, בטווח הבינוני והארוך, להעלאת רמת בתי המלון ולהוזלת מחירים.

בנוסף יבטיח מהלך זה יתר שקיפות בפני סוכני הנסיעות והצרכנים בארץ ובחו"ל.

המשרד מתכנן להקצות לכל שלבי התהליך כ- 8.0 מלש"ח.

ב. מאחר ומשרד התיירות עוסק בשיווק ובפעילויות אחרות המאפיינות פעילות של הסקטור העסקי, ובהן שיפור מידע נגיש לתייר, יש צורך בתשתית מערכות מידע מתקדמות (I PHONE , C.C,CRM), שיווק ברשתות חברתיות, מרכז מידע סטטיסטי, מערכת מידע מודיעין עסקי, אירועים).

המשרד מתכוון להקצות לנושא זה תקציב נוסף של כ- 3.0 מלש"ח.

ג. המשרד החליט להתמקד בקהל הנוצרים והאוונגליים. לצורך כך, מתכנן המשרד שינוי ארגוני בשנת 2011, שבמסגרתו הוקם דסק לענייני דתות שימקד תהליכי טיפול ויפתח את התחום זאת במקביל להקצאה תקציבית מתאימה לנושא; מתוכננת תוכנית להבאת 1,000 כמרים אוונגלים נוספים שלא היו בארץ ותוכניות נוספות.

ד. המשרד שם לו כמטרה להחזיר את ישראל למפת הכנסים הבינ"ל. בעבר היו ישראל וירושלים בעשירייה המובילה בעולם, אך מאז שנת 2000 כמעט ולא התקיימו בישראל כנסים בינ"ל גדולים. תיירות הכנסים היא התיירות האיכותית ביותר ומשתתפיה מוציאים את הסכומים הגבוהים ביותר בעת שהייתם בארץ, זאת מעבר לתרומה למעמדה הבינ"ל של ישראל.

לאור אי הוודאות הגיאוגרפית, נרתעים גורמים בינ"ל ומארגני כנסים מפעילות בישראל, בכוונת המשרד ליצור רשת בטחון (ביטוח) שתבטיח פיצוי במקרה של ביטול כנסים מסיבות של אירועים גיאוגרפיים. הביטוח יהיה באמצעות חברות ביטוח פרטיות או באמצעות ענבל.

כמו כן תבחן הקמת לשכת כינוסים.

לנושא זה מתכוון המשרד להקצות כ- 4.0 מלש"ח.

ה. במטרה ליצור מוקדי עניין נוספים לתיירות נכנסת, שינה המשרד את נוהלי עבודתו בנושא ייזום וסיוע לאירועים. המשרד מתכנן ליזום, לעודד ולסייע לסדרת סדרת אירועים קבועים (רב - שנתיים), כגון אופרות במצדה, ואירועים דתיים בעיקר בעונות השפל בתיירות הנכנסת ואירועים באילת. המשרד יסייע ויזום אירועים הפונים לתיירות נכנסת ומשווקים בחו"ל. לצורך הדוגמא, ל"נבוקו" הגיעו השנה אלפי תיירים באופן מיוחד מחו"ל.

המשרד מתכנן להקצות לנושא זה כ- 5.0-6.0 מלש"ח.

ו. **קידום תיירות באילת** - לאור המחסור בבתי מלון הצפי באזור ירושלים ת"א ואזור סובב כינרת, המשרד ישקיע יותר בהבאת תיירים לאילת הן במישור השיווקי והן במישור של השתתפות ביצירת רצף אירועים (כגון: פסטיבלי תרבות, אירועי ספורט) במסגרת המיזב החדש של אילת, לצורך כך יקצה המשרד כ-7 מיליון ₪ זאת בנוסף למשאבים אשר אנו מצפים שיגיעו ממשרדים אחרים (נגב גליל, שיתוף פעולה אזורי, משרד התרבות והספורט, משרד החוץ והתמ"ת).

ז. **קידום אטרקציות** - בכוונת המשרד להחזיר השתתפות באטרקציות תיירות באזורי הפריפריה ולצרכי תיירות פנים בכוונת המשרד להעמיד לנושא 10 מיליון ₪ לשנה.

ח. **קזינו** - בכוונת המשרד להקים ועדה בראשות שופט ונציגי ציבור נוספים אשר תקדם את הקזינו בדרום הארץ

ט. **משטרת תיירות** – בכוונת המשרד להשתתף בהקמת משטרת תיירות באילת ובנצרת בהיקף כספי של עד 600 אלף ₪.

## 5 תחומי פעולה מרכזיים לשנים 2011 - 2012

### 1. מיצוב המשרד כמשרד כלכלי ברמה הלאומית בקרב מקבלי החלטות בממשלה ובכנסת,

במטרה להגדיל את המשאבים הכלכליים המופנים לתיירות בכל הרמות. כאן מתכנן המשרד

לבצע שינוי יסודי, הכולל מספר פעילויות:

- הגדלת יכולת התרומה של המשרד למדינה ולגורמי ממשלה אחרים, באמצעות שיתופי פעולה תוך ניצול החוזקות של המשרד.
- איגום משאבים עם גורמי ממשלה וגופים אחרים לקידום מטרות משותפות
- מתן דגש לנושא התעסוקה- מדידת הפעילות ו תרומתה לתעסוקה וסיוע לפתיחת עסקים חדשים (בתי מלון ואטרקציות).
- הרחבת הסיוע לעסקים קטנים

2. שיפור "התמורה לכסף" לתייר. משימה זו דורשת בחלקה שינוי יסודי ובחלקה ממשיכה את פעילות המשרד כחלק מתוכניות העבודה בשנים הקודמות. להלן הפעילויות העיקריות הנדרשות:

- א. שיפור תשתיות התיירות
- ב. שיפור השירות לתייר
- ג. שיפור מערך המידע לתייר
- ד. דרוג בתי המלון
- ה. הגדלת ההיצע המלונאי
- ו. טיפול בבעיות אי שביעות הרצון ממוניות מרמת שירותי המוניות
- ז. הרחבה משמעותית של דירוג צימרים במסגרת IBB
- ח. פתיחת "צוואר הבקבוק" התחבורתי בירושלים

3. הפיכת המוצר המלונאי לאטרקטיבי בעיני יזמים, תוך הפחתת סיכונים, במטרה להגדיל את היצע המלונות. משימה זו דורשת שינוי יסודי, תיאום מול גורמים נוספים, כגון ממ"י, רשויות מקומיות, ועדות תכנון ועוד. במסגרת זו שם לעצמו המשרד לפעול במספר תחומים:

- א. יצירת תוכנית עבודה מוסכמת עם מינהל מקרקעי ישראל לזירוז מכרזים לקרקעות בעלות תב"ע מלונאי – בסיוע מקסימאלי שלנו.
- ב. תמרוץ יזמים באמצעות פישוט הליכים למול ועדות תכנון ובנייה
- ג. תכנון קרקעות בעלות יעוד תיירותי
- ד. הקמת קרן ערבות מדינה להלוואות ליזמים
- ה. הרחבת תמריץ השקעות גם לאטרקציות תיירותיות
- ו. הרחבה והגדרה מחדש של אזורי עדיפות לאומית בתיירות, ע"פ אזורי הביקוש
- ז. ביטוח סיכונים ביטחוניים למשקיעים בתעשיית התיירות
- ח. השבחת נכסי מלונאות לצורך התאמתם לתקינה עכשווית
- ט. הכנסת רשתות מלונאות בינלאומית לפעילות בישראל
- י. הרחבת ה- "ONE STOP SHOP" לטיפול ביזמים ומשקיעים
- יא. הפעלת מרכז ההשקעות במשרד.
- יב. העלאת מענקים ליזמים לשיפוצים, בנייה חדשה, הסבה והשבה

#### 4. שיפור תהליכי עבודה

- גמישות ופישוט תהליכים. משימה הדורשת שינוי בתהליכי העבודה במשרד, על מנת לחסוך בעלויות ובמשאבים הנדרשים וכדי לקצר תהליכי עבודה:
- בתוך המשרד – פישוט תהליכי העבודה הפנימיים לרבות תהליך המכרזים ופעילות ועדת מכרזים העברת פרסום מכרזים לחו"ל וועדת מכרזים לאה"ב
  - מחוץ למשרד – הסדרת תקציב בתחילת שנה מול משרד האוצר. העמקת והרחבת שיתוף הפעולה עם ממ"י

#### 5. שיפור תרבות שיתוף הפעולה וזרימה וקבלת מידע בתוך המשרד. משימה שהמשרד החל לפעול

- במסגרתה כבר ב – 2010 באמצעות הפעלת חברת יעוץ לצורך הקמת מערך שליטה על עבודת המשרד. משימה זו תביא לאיגום משאבים, לשיפור עבודת המשרד וכפועל יוצא - חיסכון בעלויות. במסגרת זו המשרד פעול בשני מישורים:
- הטמעת תרבות של תכנון, בקרה ושליטה, תוך הכנסת כלים מתודולוגיים
  - אינטגרציה מערכתית מלמעלה למטה, מלמטה-למעלה, ולרוחב הארגון

6. שידרוג המוצר התיירותי

7. פיתוח מוצרים אטרקטיביים לאוכלוסיות יעד, בעלות עניין, בייחודיות שמציעה המדינה. נדרשת התייחסות שונה למוצרים והתאמתם לאוכלוסיות יעד בעלות פוטנציאל גדול להגעה לארץ. השינוי הוא שינוי יסודי, שהחל כבר ב – 2010 ומטרתו למקד משאבים לצורך אופטימיזציה בין ההשקעה לתוצאות.  
המוצרים שיקבלו דגש :

- מוצרים ייעודיים לאוכלוסיית הנוצרים (דרך הבשורה, קאסר אל יהוד דרך מרים)
- צפרות
- שבילי אופניים
- יין וגסטרונומיה
- בריאות תיירות רפואית
- תרבות
- מגה אירועים – כגון "אאידה" במצדה
- שיווק ההכרה בים המלח כאחד מ- 7 פלאי עולם
- כנסים בינ"ל
- תיירות כפרית

8. הרחבת התעסוקה במשק. המשרד ימשיך למקד תשומת לב בעסקים קטנים ובינוניים, תוך מתן דגש על הפריפריה. במסגרת זו מתכנן המשרד מספר פעילויות :

- יצירת תשתית להקמת עסקים קטנים ובינוניים באזורי תיירות
- חונכות עסקית של משרד התיירות ליזמים
- סיוע המשרד בהליכי תכנון, במטרה לצמצם את הבירוקרטיה
- סיוע המשרד בשיווק עסקים קטנים ובינוניים בפריפריה
- שת"פ עם רשויות מקומיות

9. השבחת איכות כח האדם במקצועות התיירות. משימה זו תביא לשיפור התדמית של מקצועות התיירות ושל הענף כולו ותהווה תשתית לעידוד תעסוקה בפריפריה. המשרד פועל במסגרת זו באופן שוטף ומבקש למקד את פעילותו בנושאים העיקריים הבאים:

- קמפיין מקצועות התיירות אשר ישלב בתוכו תמרוץ הכשרה מקצועית בתיירות, בעיקר בפריפריה ושיפור התדמית של מקצועות התיירות.
- חינוך לתיירות – עידוד לימוד המקצוע בבתי ספר ואקדמיזציה של התעשייה (בתיאום עם משרד החינוך)
- הקמת המועצה הלאומית להכשרה בתיירות

10. מיקוד השיווק, תוך ניצול טכנולוגיית מידע (IT). הצורך באיגום משאבים וניצול אופטימאלי של תקציבי השיווק מחייב חשיבה אחרת, המביאה מידע לתייר הפוטנציאלי וזה שהגיע לארץ ומאפשרת אפיקי שיווק ממוקדים ו"זולים" יחסית ומביאה לתוצאות טובות:

- יצירת Call Center לשימור ולשיווק
- שדרוג ועדכון אתר האינטרנט והתאמתו לשפות נוספות
- שיווק ממוקד ומפולח לניהול קשרי לקוחות באמצעות מערכת CRM
- שיווק באמצעות פלטפורמות חדשות ורשתות חברתיות
- איחוד מאגרי מידע על תיירים פוטנציאליים