

# הפוטנציאל הכלכלי הגלום בתיירות הנוצרית

מודלים  
כלכליים

למנהלים שרוצים לדעת לפני  
[www.modelim.co.il](http://www.modelim.co.il)

הוכן על ידי  
ד"ר יעקב שיינין ונועה צבי

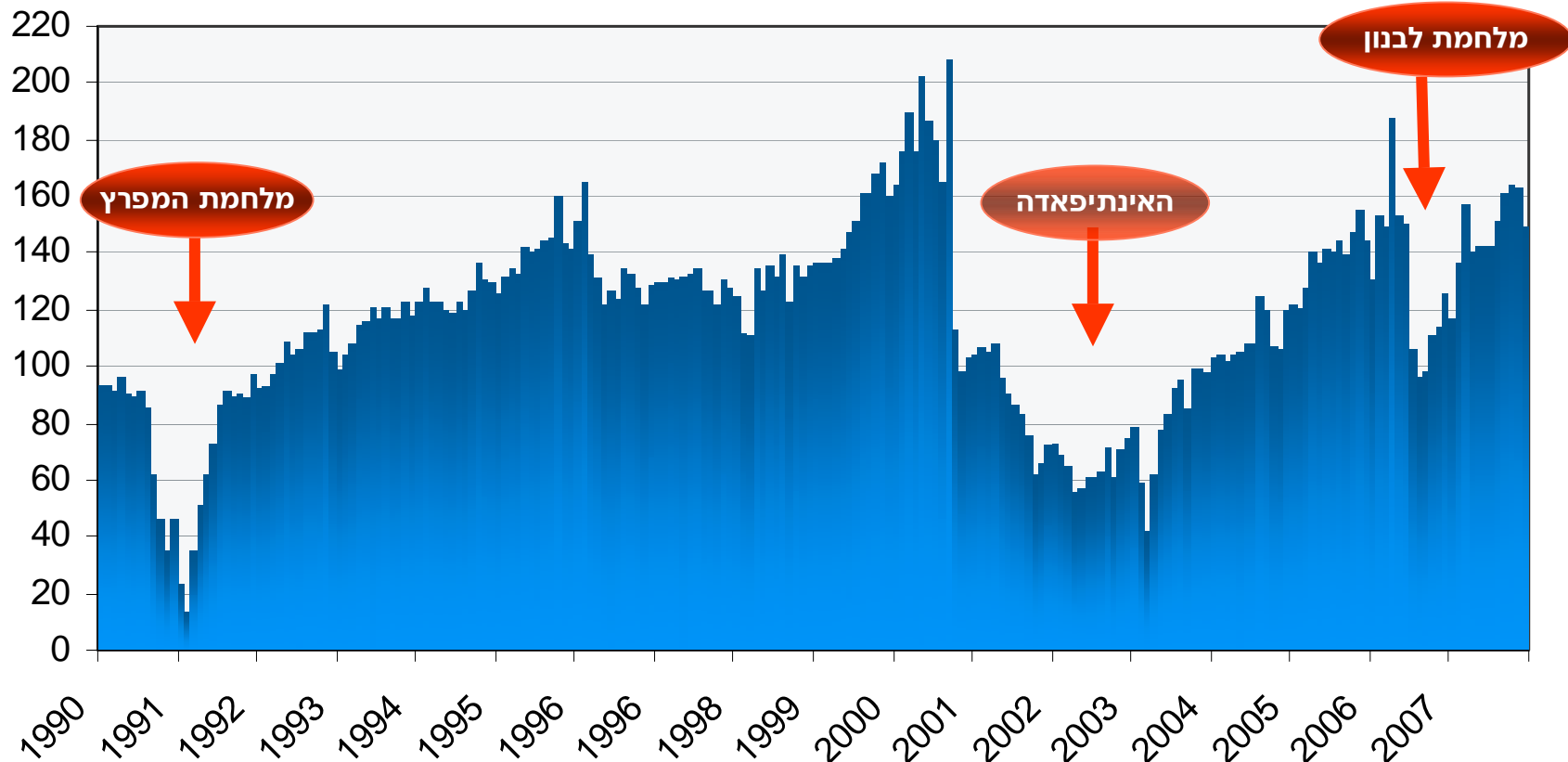
כנס הרצליה, ינואר 2008

***1. הבעיה***

# כניסות תיירים דרך האוויר

חודשי, באלפים מנוכה עונתיות

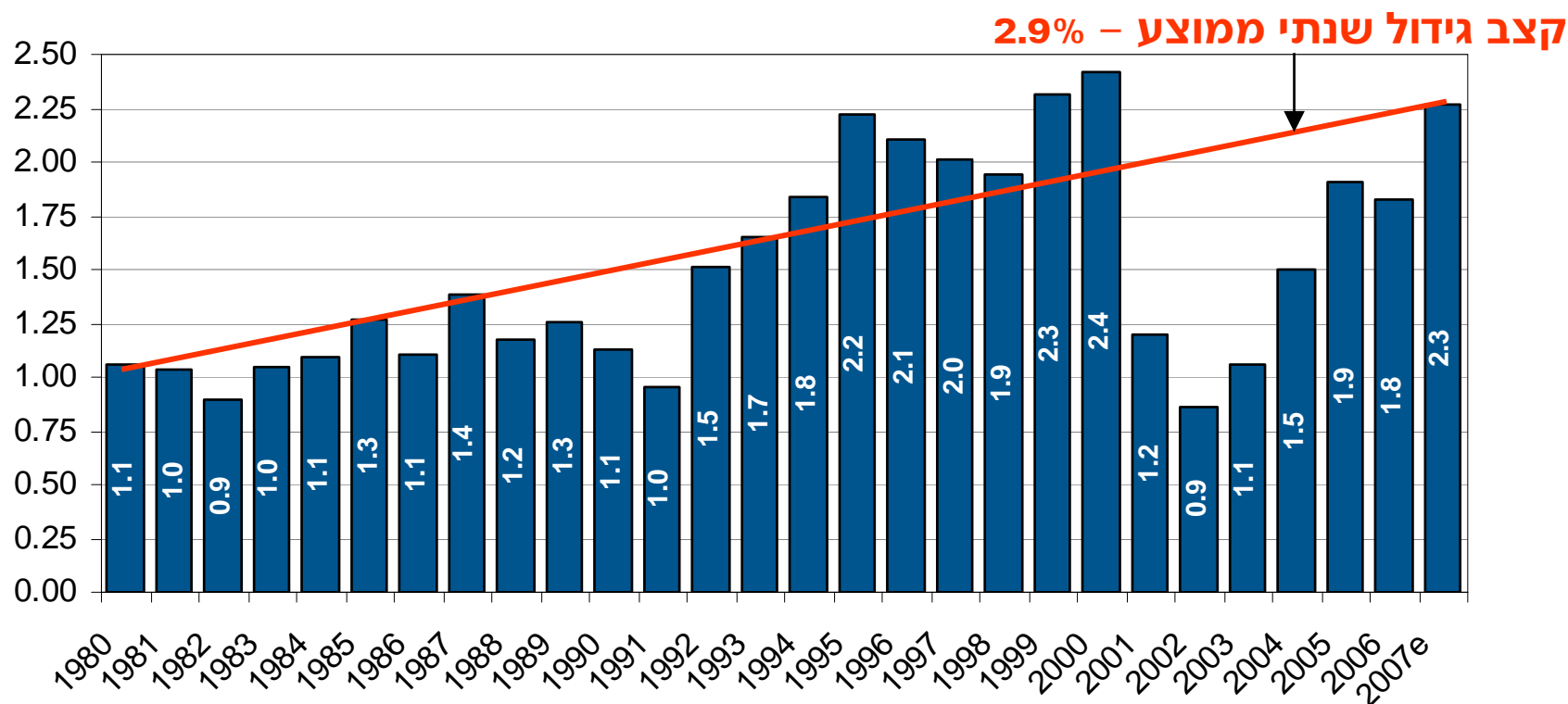
התנודתיות בתיירות לישראל מושפעת מאוד ממאורעות זמניים הקשורים במצב הביטחוני בישראל



# מגמות ארוכות טווח בכניסות תיירים לישראל

במיליונים

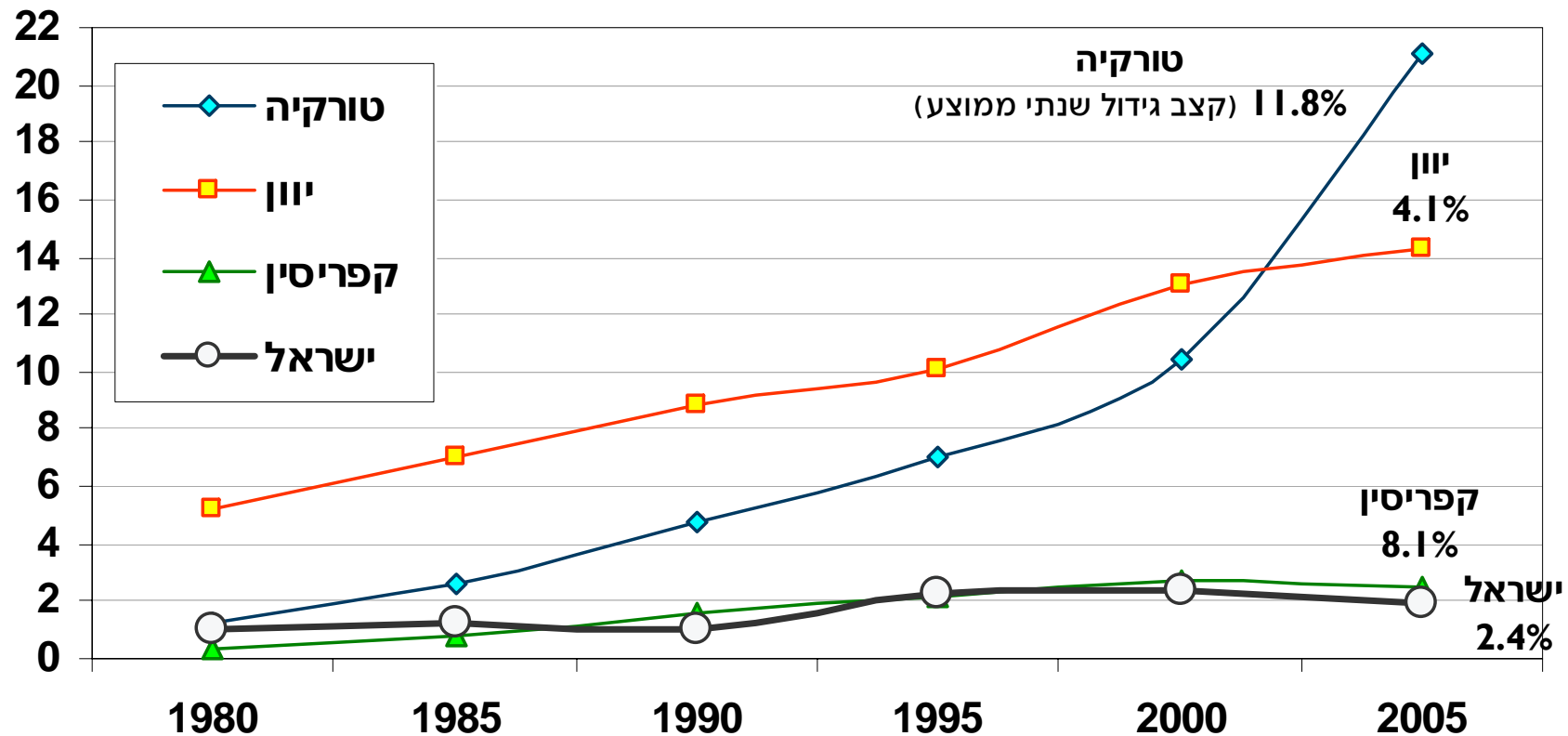
קצב הגידול השנתי הממוצע לאורך תקופה של 27 שנה הינו 2.9% בלבד, לעומת כ-4% המקובל בתיירות העולמית. (לפי הקצב הגידול העולמי, משנת 1980, היו צריכים להגיע לישראל, בשנת 2007, כ-3.2 מיליון תיירים לעומת 2.3 בפועל).



# מגמות בכניסות תיירים במדינות נופש באזור

## כניסות תיירים במיליונים

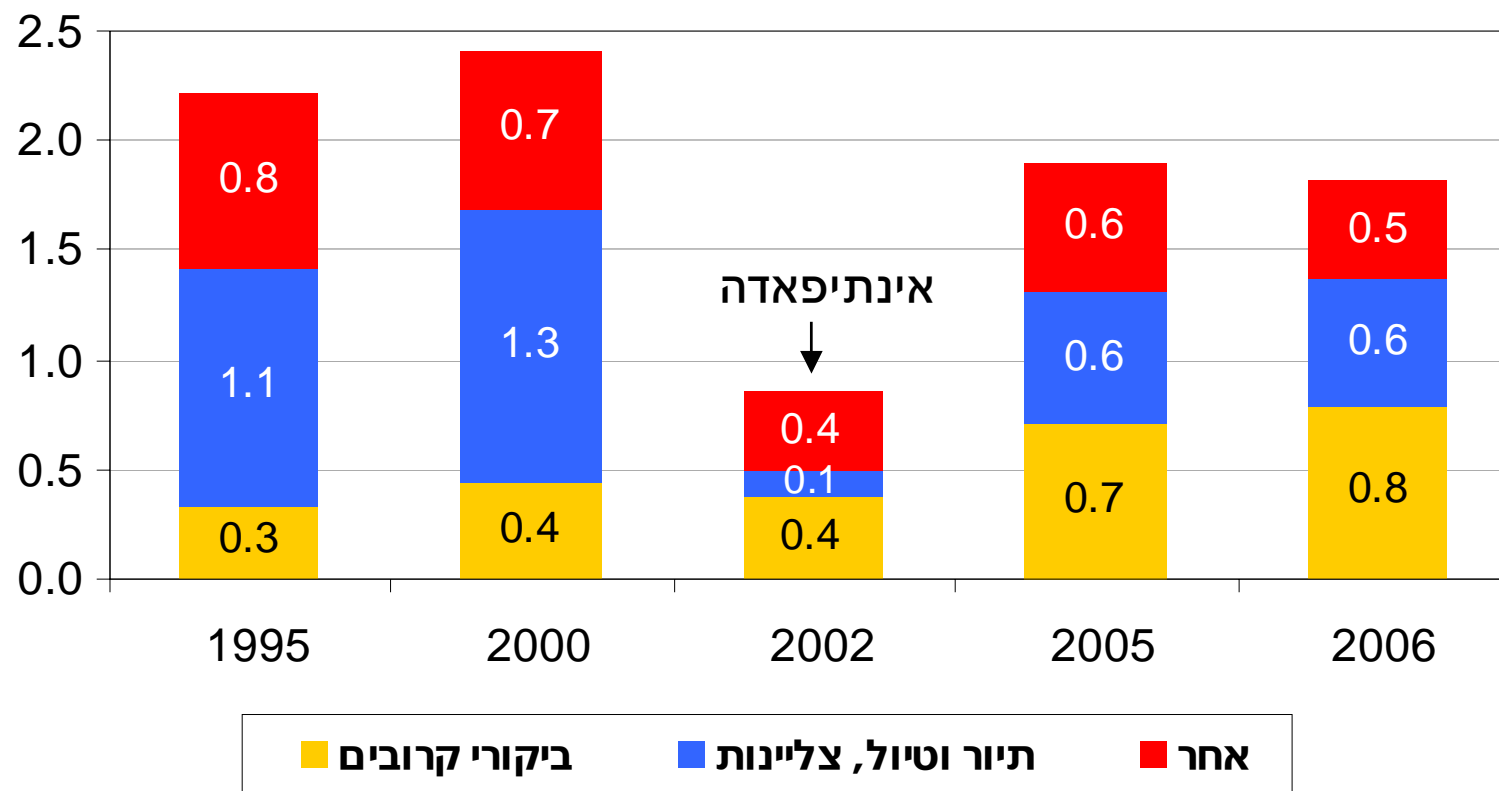
השוואה מול מדינות נופש באזור, מדגישה את העובדה שכיום, ישראל אינה מהווה עוד יעד אטרקטיבי לתיירות מסוג זה



# מגמות בכניסות תיירים לישראל לפי מטרת הביקור

במיליונים

בתקופה 1995 – 2006: ביקורי הקרובים גדלו פי 2.5 בעוד שהכניסות למטרות נופש, כמו גם תיירות נוצרית ירדו בכ-50%.



# הייחוד של ישראל

← ארץ הקודש לנוצרים

(2 מיליארד איש בעולם)

← בית לאומי ליהודים

(8 מיליון מחוץ לישראל)

# 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



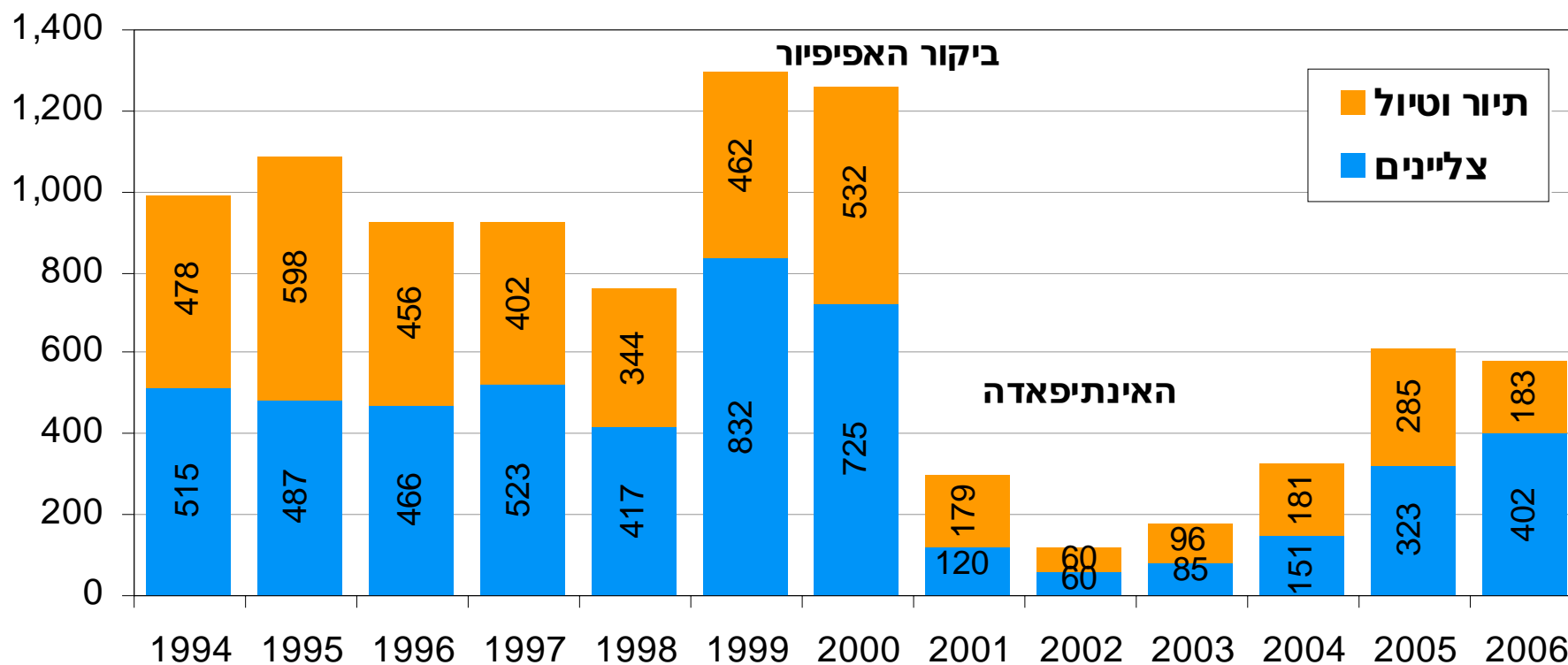
## ישראל אינה מדינת תיירות רגילה

- תיירות נופש בישראל אינה אטרקטיבית מספיק ממגוון רחב של סיבות; מחירים, מצב ביטחוני, רמת שירות, חופים עמוסים, מרחק מאירופה. נראה שאין פתרון כולל לבעיה (יתכן ואילת יכלה להיות פוטנציאל).
- פוטנציאל אנשי עסקים קיים וצפוי לגדול בקצב גידול של סחר החוץ של ישראל – אין בעיה עם מרכיב זה.
- ביקורי קרובים, תורמים מעט יחסית לתוצר, וחסומים במספר היהודים בעולם – המצב יחסית טוב.
- **תיירות נוצרית בעלת פוטנציאל עצום אבל אינה ממומשת !**

# התפתחות כניסות תיירים לא יהודים לישראל למטרת צליינות, תיור וטיול

באלפים, אומדנים לפי סקרי תיירים של משרד התיירות

הבעיה המרכזית; גם בשנים 1999 – 2000, לפני גל הטרור האחרון, מספר התיירים היה מאוד מוגבל



**הבעיה אינה רק בעיה ביטחונית אלא גם בעיית  
"המוצר" כנראה אין היום "מוצר" אטרקטיבי**

**בקיץ 2000, ישראל נראתה מצוין (תדמיתית וכלכלית);**

- לא הייתה בעיית תדמית, לא הייתה בעיית שיווק, לא הייתה בעיית טרור.
- ישראל עמדה על סף הסדר קבע עם הפלשתינים – "תהליך אוסלו" מבשיל.
- פריחת ההי-טק, אופטימיות בכל הכיוונים, צמיחה כ-8%.
- והעיקר האפיפיור מגיע לביקור היסטורי בארץ הקודש.
- כולם ציפו למספר דמיוני של תיירים נוצרים, בנו את נתב"ג 2000.
- בפועל, באו פחות מ-1.4 מיליון תיירים נוצרים.

# תחזית כניסות תיירים ללא שינוי במדיניות "תואי בסיס"

**תואי הבסיס לשנת 2025 מניח שלא יהיה שינוי במצב  
המדיני ביטחוני אם כי צפוי שהתנודתיות תימשך**

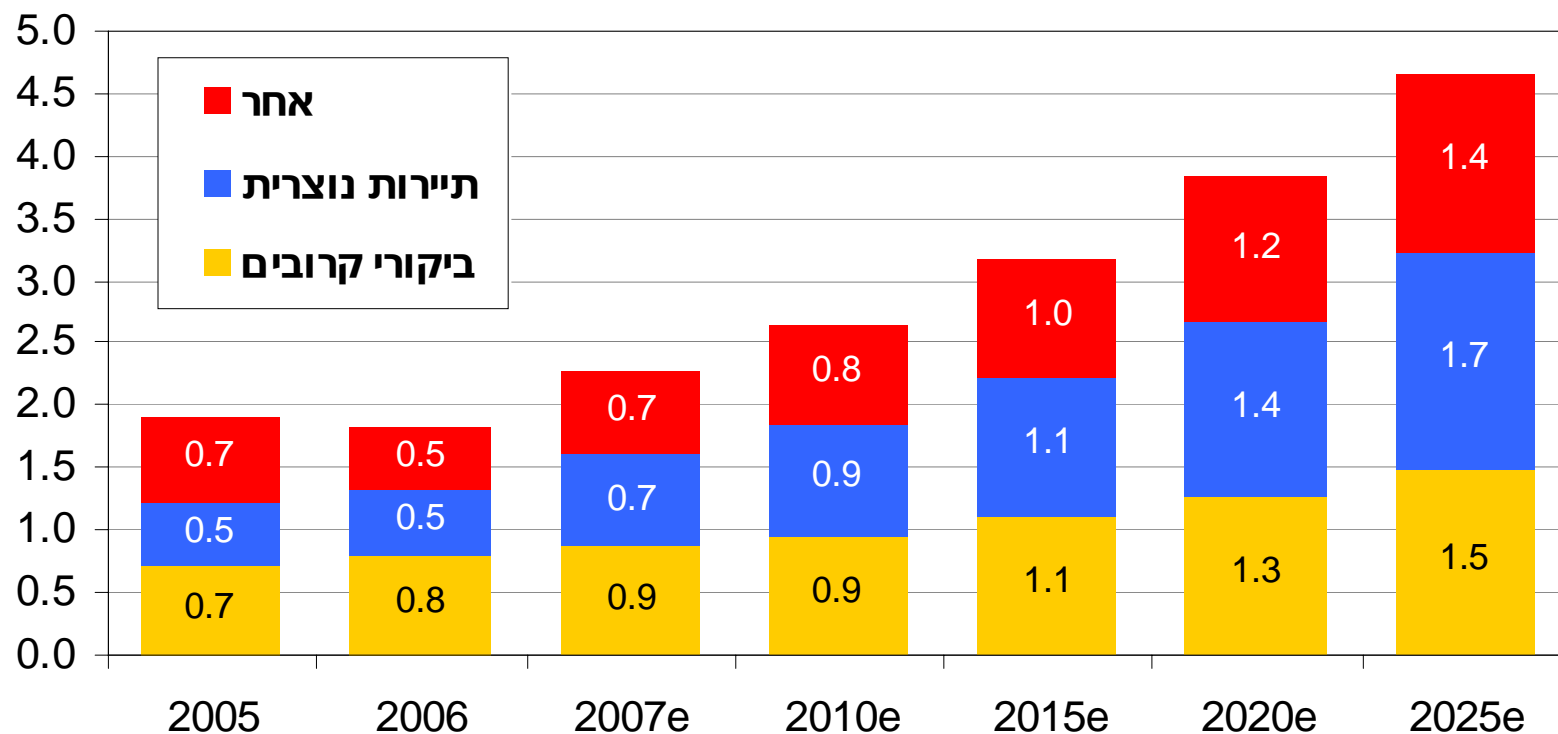
**תחזית "מודלים כלכליים" לכניסות תיירים לישראל ללא שינוי במדיניות  
הממשלתית הנוכחית הינה:**

- השלמה מואצת במקצת לרמה של 2.6 מיליון תיירים עד שנת 2010 .
- משנת 2001 ועד 2025 התחזית היא של גידול שנתי ממוצע של 3.5% בביקורי קרובים, 4% לשנה בתיירות למטרות אחרות (עסקים, לימודים נופש וכו'), ו-4.3% לשנה בתיירות הנוצרית (אבל לא צפויה השלמה מלאה לתקופה מ-2000 עד היום).
- סה"כ בשנת 2025 תחזית כניסות התיירים הינה כ-4.6 מיליון איש, כמעט פי 2 מאשר בשנת 2000, כאשר קצב הגידול הרב שנתי הממוצע לתקופה הוא 2.6%.

# תחזית כניסות תיירים לישראל ב"תוואי הבסיס"

במיליונים, לפי מטרת הביקור

כניסות תיירים בשנת 2025: 4.65 מיליון



***2. הפתרון המוצע להאצת התיירות הנוצרית***

**הייחוד של ישראל :**  
ארץ הקודש, מסלול חייו של ישו

**הרעיון :**  
ביקור פעם בחיים בארץ הקודש לכל נוצרי

**הפוטנציאל לישראל :**  
תוספת של 4-5 מיליוני תיירים נוצרים מדי שנה

**המוצר :**  
מסע בעקבות ישו

**הסקטור העסקי :**  
רשת ביטחון להשקעות הסקטור  
תמורת פרמיה שנתית של כ-5% מהפדיון

**השקעות הסקטור העסקי :**  
תוספת תשתית לקליטת מיליוני תיירים נוצרים מדי שנה  
(שירותי לינה, תעופה ותחבורה)

**המשמעות התקציבית :**  
השתתפות ביתרת הפרמיה (כ-6.5% מהפדיון) ופיצוי מלא  
בשנות המשבר על כל תוספת ההשקעה

**שיתופי פעולה :**  
שיווק המוצר באמצעות שיתופי פעולה לטווח ארוך  
עם הממסד הנוצרי (הכנסיות המובילות והוותיקן)

**פיתוח תשתית אתרים לאומית :**  
התאמת האתרים לסטנדרטים בינלאומיים  
ולחוויה נוצרית ייחודית

**המשמעות התקציבית :**  
תוספת שנתית של כ-100 עד 130 מיליון ₪  
לתקציב הפיתוח והשיווק של משרד התיירות

**תוספת ערך מוסף למשק :**  
שנת 2025 - כ-13 מיליארד ₪, תוספת של כ-1 נקודת האחוז לתוצר

## ביקור פעם בחיים בארץ הקודש לכל נוצרי

■ נראה לנו שהיעד האטרקטיבי ביותר לנוצרים הינו ארץ הקודש, מולדת ישו, מקום מגוריו ומקום מותו.

■ הרעיון המרכזי בעבודה זו הינו האפשרות לשיווק של "ביקור פעם בחיים בארץ הקודש לכל נוצרי".

■ אנו רואים בכך אפשרות מעשית, אשר יכולה להביא לחוויה בלתי שגרתית וייחודית לתיירות הנוצרית.

■ הרעיון של ביקור בארץ הקודש יכול להיות אנלוגי למצווה של כל מוסלמי לבקר ב"מכה" פעם בחיים.



# הפוטנציאל לישראל

## 5 מיליוני תיירים נוצרים מדי שנה לישראל

- האוכלוסייה הנוצרית כ- 2.1 מיליארד. רוב אוכלוסיית המדינות המפותחות. יעדי צליינות מובילים בעולם מצליחים למשוך מדי שנה מיליוני מבקרים.
- להערכתנו, יש כ- 1 מיליארד נוצרים רלוונטיים לביקור בישראל.
- אנו מניחים שכ- 50% מהם (שהם כ- 25% מכלל הנוצרים בעולם) יכולים כלכלית, לממש רעיון זה, לפחות פעם בחיים.
- המשמעות; פוטנציאל שנתי של 10 מיליון תיירים נוצרים לישראל לשנה (500 מיליון איש פעם ב- 50 שנה).
- אנו מעריכים, שעידוד אפקטיבי של רעיון כזה יכול להוביל לכך שבעוד 17 (בשנת 2025) ניתן יהיה לממש לפחות 50% מהפוטנציאל.

## מסע בעקבות ישו – המסלול הצלייני

אתרים נוספים המופיעים במסלולים המוצעים לצליינים: עכו, קיסריה, בית שאן, מצדה, ים המלח, עין גדי

### אזור הכנרת

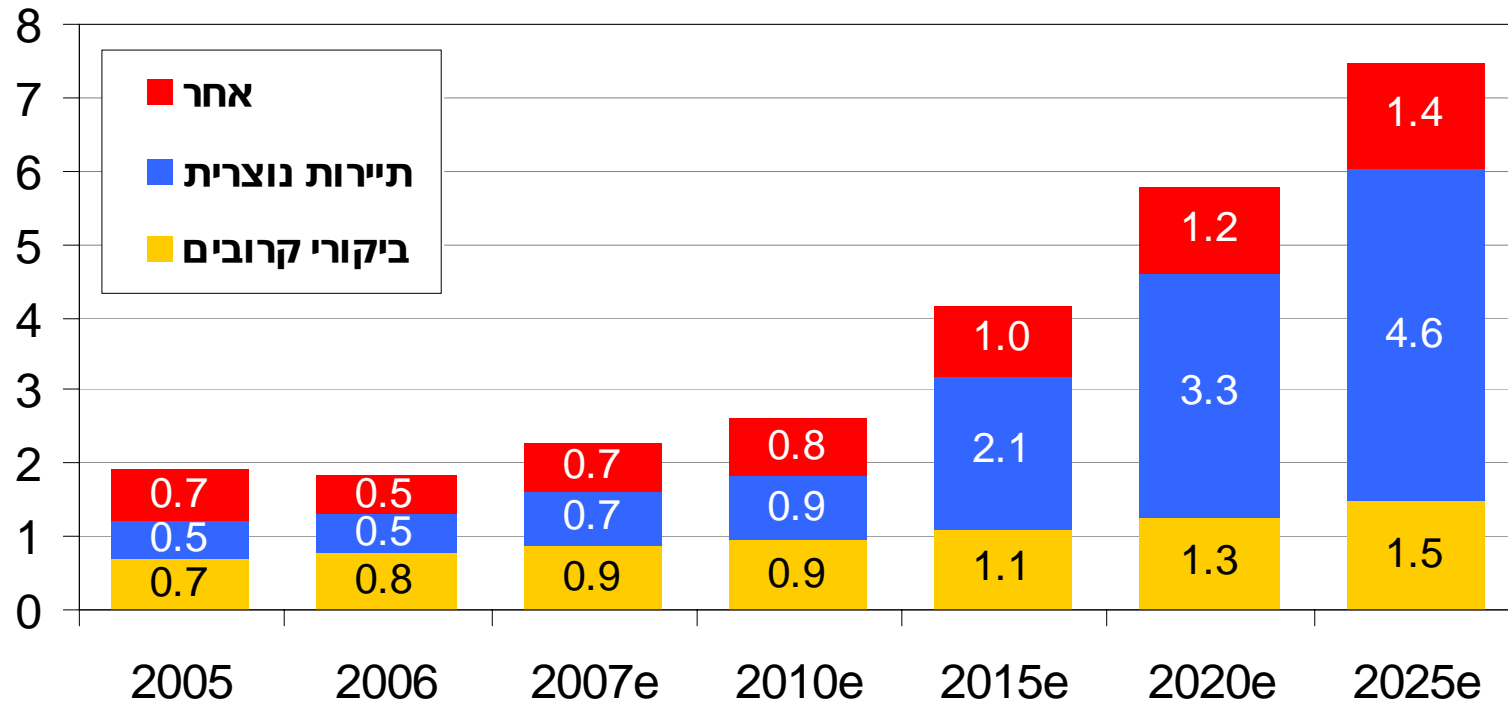
- Caesarea Philippi (בגולן) ■
- כנסיית הלחם והדגים ■
- כפר נחום ■
- Magdala (מגדל) ■
- הר האושר ■
- טבריה ■
- נהר הירדן ■
- כפר כאנה ■
- נצרת – כנסיית הבשורה ■
- הר תבור ■
- הר הכרמל ■
- ירושלים – כנסיית הקבר ואתרים רבים נוספים ■
- יריחו ■
- בית לחם – כנסיית המולד ■
- מערות קומראן ■



# תחזית כניסות תיירים לישראל – "תוואי עידוד תיירות נוצרית"

במיליונים, לפי מטרת הביקור

כניסות תיירים בשנת 2025: 7.5 מיליון  
קצב גידול שנתי ממוצע (2007 – 2025): 6.8%



# תחזית התיירים הנכנסים בשני התוואים

שנת 2025, במיליונים

המשמעות הינה תוספת של כ-2.8 מיליון תיירים נוצרים נוספים במהלך של 18 שנים

מואץ	בסיס	
4.56	1.75	תיירות לישראל ממניע "היסטורי-דתי" נוצרי
1.48	1.48	ביקורי קרובים של יהודים + לא יהודים
1.43	1.43	תיירות "רגילה" (עסקים, נופש, לימודים וכו')
7.47	4.66	סה"כ תיירים

# תחזית התיירים הנכנסים לשנת 2025 בתואי עידוד תיירות נוצרית

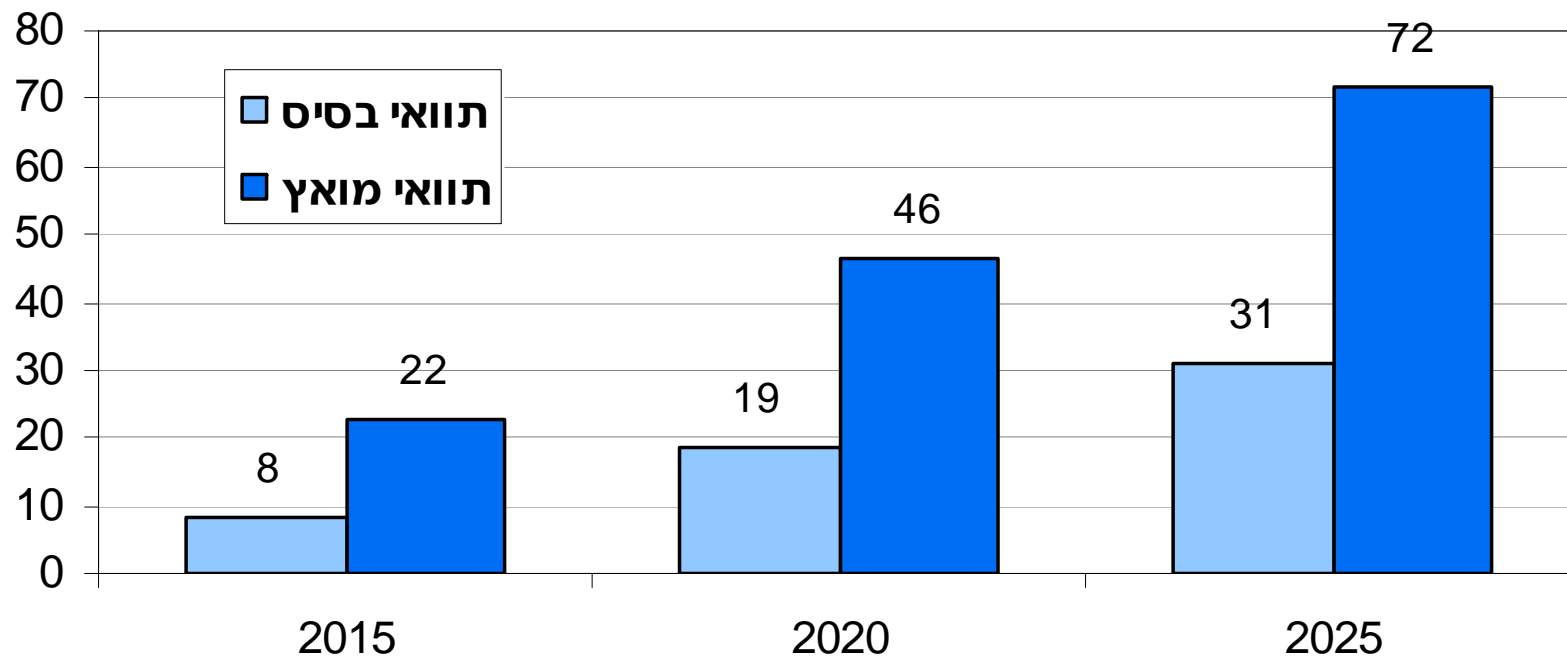
במיליונים

שיעור גידול שנתי ממוצע של 6.8% לסה"כ  
וקצב של מעל 11% בתיירות הנוצרית

2025	2007	
4.6	0.7	תיירות לישראל ממניע "היסטורי-דתי" נוצרי
1.5	0.9	ביקורי קרובים של יהודים + לא יהודים
1.45	0.7	תיירות "רגילה" (עסקים, נופש, לימודים וכו')
7.45	2.3	סה"כ תיירים

# אומדן תוספת מצטברת של חדרי מלון הנדרשת בין שני התוואים באלפי חדרים

בתוואי תיירות נוצרית מואץ ידרשו בשנת 2025 תוספת של 41 אלף חדרים מעבר לתוואי הבסיס. אבל ללא מדיניות ממשלתית ייעודית, המגזר הפרטי אינו צפוי לבנות תוספת זו.



# תוספת שירותי תעופה ותחבורה יבשתית הנדרשים בין שני התוואים

- אנו מניחים ששירותי התעופה בתוואי הבסיס יינתנו כחלק אינטגרלי של התעופה האווירית הרגילה לישראל.
- על מנת לאפשר תיירות בתוואי עידוד התיירות הנוצרית (תוספת של כ- 3 מיליון תיירים נוצרים) יידרשו, בשנת 2025, תוספת של כ-34 מטוסים ייעודים (מחציתם ליעדים קרובים ומחצית ליעדים רחוקים).
- לשירותי התחבורה היבשתית ידרשו כ-1,260 אוטובוסים לשנת 2025.
- גם בתשתיות אלו (כמו במלונות), ללא מדינות ממשלתית ייעודית, לא יפותחו התשתיות.

***3. הדרך להשגת היעד***



# הנעת התהליך

## ללא היצע מאסיבי אין "מוצר" וקשה יהיה להשיג ביקושים

כדי לקבל ביקושים נוספים של 3 מיליוני נוצרים לתור בישראל, יש הכרח לאפיין וליצור את "המוצר". תהליך שכולל ארבעה שלבים מקדמיים:

1. פיתוח האתרים המרכזיים (20 – 30) לרמה אטרקטיבית, שיהוו מוקד משיכה לתיירים נוצרים מחו"ל.
2. עידוד הקמת בתי מלון נוספים המיועדים לקליטת צליינים ותיירים נוצרים.
3. עידוד חברות ישראליות להקמת מערך טיסות ייעודיות זולות לתיירות הנוצרית.
4. שיווק הרעיון של "מסע בעקבות ישו", באמצעות שיתופי פעולה עם הכנסיות השונות ברחבי העולם.

להערכתנו זהו לא מקרה של ביקוש שיוצר היצע. אלא הפוך, חייבת להיות תוכנית ברורה שתאפיין היצע בעל מסה קריטית ו"מוצר" והוא זה שיתחיל לעודד את תוספת הביקושים.

# פיתוח תשתית אתרים לאומית

## התאמת האתרים לסטנדרטים בינלאומיים ולחוויה נוצרית ייחודית

- על מנת להגיע לליבם של מיליוני נוצרים מדי שנה, יש לבצע התאמה של המוצר התיירותי לצרכים הספציפיים של תיירות זו. זהו תנאי ראשון להצלחת השיווק.
- 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.
- 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 פיתוח תשתית אתרים לאומית

## תוספת מינימאלית: השוואת תקציב הפיתוח לתקציב בשנת 2000

- יש להפוך 20 – 30 אתרים היסטוריים מרכזיים לאטרקטיביים ומושכי תיירים. יש להקציב סכום מינימאלי של 150 מיליון ₪ לשנה
- עפ"י נתוני התפתחות התקציב, התקציב בשנת 2008 נמוך בקרוב ל- 50% בהשוואה לתקציב של שנת 2000, ירידה של כ- 70 מיליון ₪. התקציב של שנת 2000 עמד על כ-150 מיליון ₪.
- ההשקעה הנגזרת באתרים הינה בהיקף של כ- 2.5 מיליארד ₪, על פני תקופה של כ- 17 שנים (עד שנת 2025). זוהי תוספת של 1.2 מיליארד בהשוואה לתקציב הנוכחי.
- המשמעות היא השקעה ממוצעת של כ-100 מיליון ₪ לאתר, לפי 25 אתרים.
- עלות הפחת והוצאות הריבית השנתיות על סך ההשקעה המצטברת משנת 2008 הינה כ-250 מיליון ₪ בשנת 2025, שמשמעותה חיוב תייר בכ-0.5 \$ לאתר (סכום שולי בלבד) כדי להחזיר את כל תוספת ההשקעה.

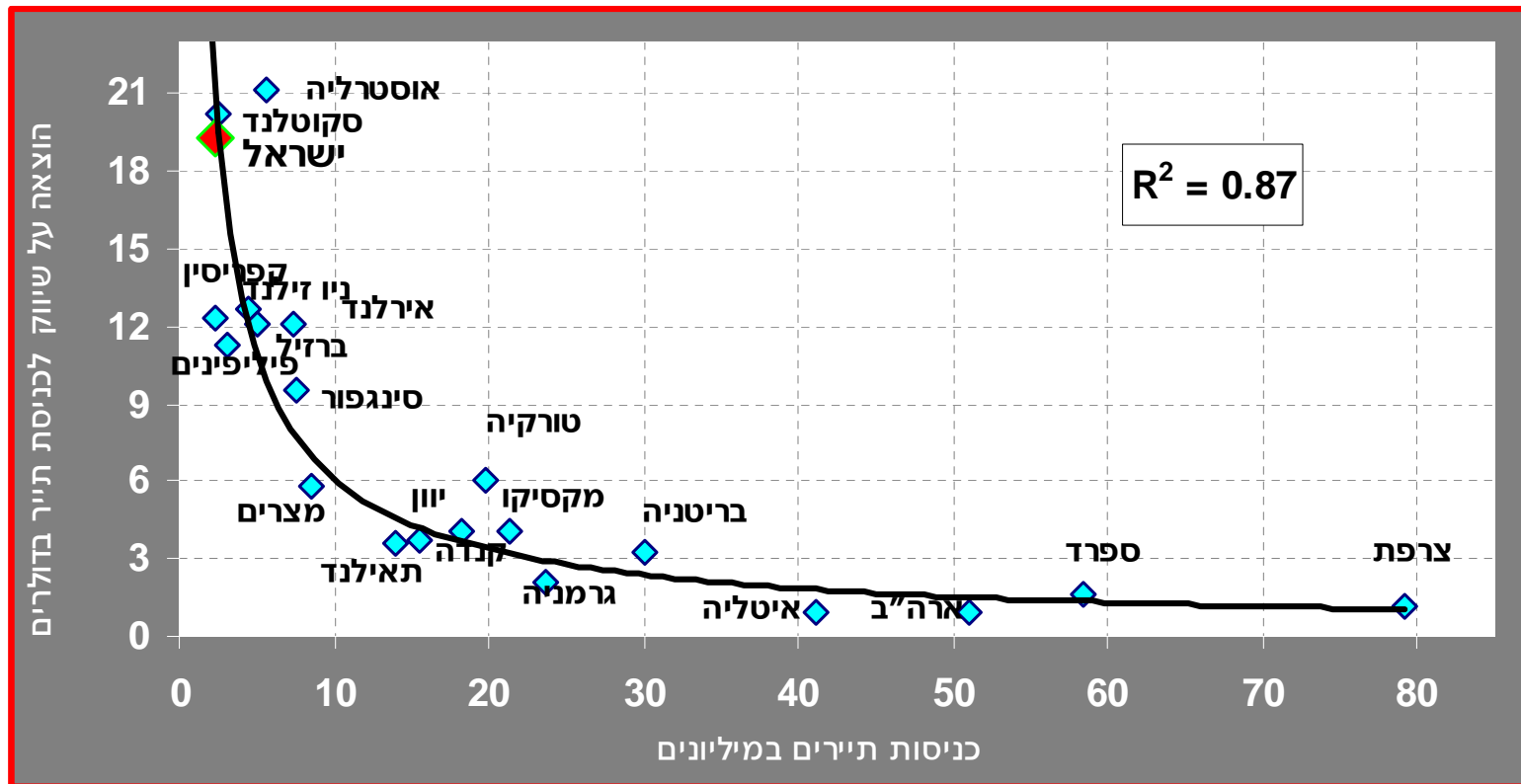
# תקציב השיווק של התיירות בישראל

## הערוץ השיווקי: שיתופי פעולה עם הממסד הנוצרי והכנסיות למיניהם לעידוד נוצרים לבקר בישראל לפחות פעם בחיים

- הוצאות שיווק התיירות בישראל הינן כ-170 מיליון ₪ לשנה, שמשמעותה הוצאה לתייר מהגבוהות ביותר, ונובעת מהיקף התיירות הנמוך יחסית ומהיתרונות לגודל המאפיינים את התחום השיווק.
- בהשוואה בינלאומית, ישראל נמצאת על קו המגמה (בהתאם לנתוני 2007), של הוצאה על שיווק לתייר (ראה להלן).
- על פי קו המגמה, עלייה להיקף של כ-4 מיליון תיירים בשנה מביא לגידול של כ-40 מיליון ₪ בתקציב ועלייה לכ-7.5 מיליון תיירים לגידול של כ-60 מיליון ₪ (ביחס לתקציב 2007).
- יתכן וכדאי להגדיל את תקציב השיווק מוקדם יותר על מנת לעזור לקידום "המוצר" – להגיע ל-7.5 מיליון תיירים בשנת 2025.

# תקציב השיווק – השוואה בינלאומית

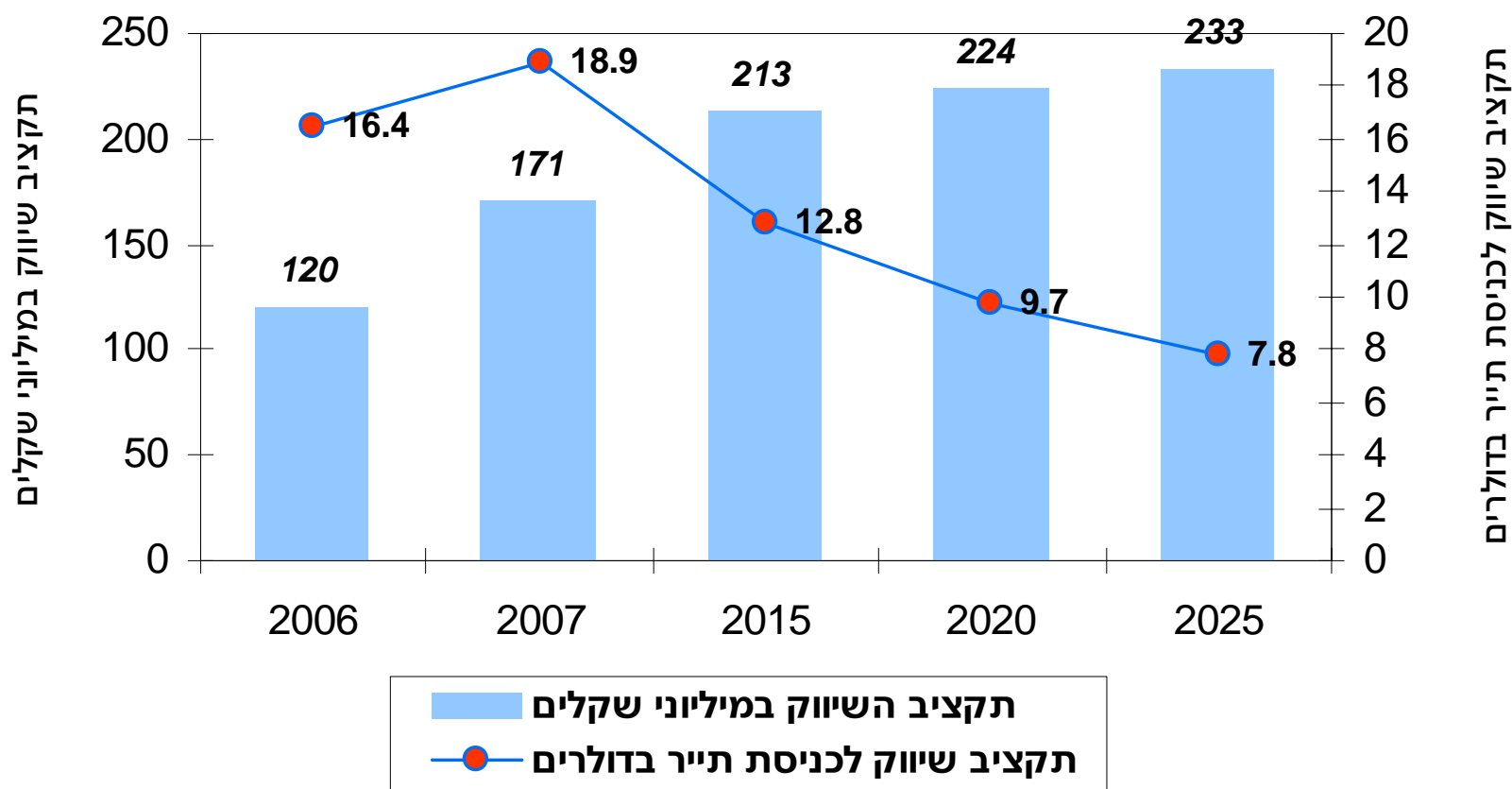
השוואה בינלאומית של היקף ההשקעה בשיווק התיירות  
לכניסת תייר, מצביעה על יתרונות ברורים לגודל



# אומדן תקציב השיווק של ישראל

עפ"י תחזית הכניסות ב"תוואי המואץ"

## גידול בהוצאות שיווק תוך ירידה חדה בהוצאות שיווק לתייר



# המטרה: עידוד השקעות הסקטור הפרטי להקמת תוספת התשתית

## האמצעי "רשת ביטחון", באמצעות ביטוח כנגד סיכון ביטחוני

- אנו מניחים שללא מדיניות ממשלתית מתאימה, המגזר העסקי יתנהג לפי "תוואי הבסיס" ולא לפי התוואי של "עידוד התיירות הנוצרית".
- אנו מציעים שעידוד המגזר הפרטי להשקעה בתשתיות מעבר לתוואי הבסיס, יעשה באמצעות ביטוח סיכונים מפני הפרעות לתיירות בשל מצב ביטחוני.
- הביטוח יכלול את שלוש הקטגוריות בהן ההשקעה הנדרשת של הסקטור הפרטי הנה גבוהה, ולכן יש צורך ביצירת ביטוח סיכונים למשקיעים – שירותי תעופה, לינה ותחבורה.
- מטרת הביטוח להחזיר את כל ההוצאות הקבועות במקרה של ירידה בשיעורי התפוסה בגין מצב ביטחוני (משותף לכל הענף).
- הדרך להגיע לביטול הסיכון הביטחוני, הינה ביטוח כנגד סיכון ביטחוני שיבטיח 100% של כיסוי ההוצאה הקבועה, כך שגם בשוליים לא יהיה ליזם תוספת סיכון בגין התדרדרות ביטחונית.

# הפתרון: ביטוח נגד סיכוני ביטחון על כל תוספת תשתיות לתיירות

- בפועל, אין אפשרות לבדל בין בניית חדרי מלון ותשתית תעופתית ותחבורתית על פי תוואי הבסיס לבין בניית תשתית נוספת שעליה יש לנטרל את סיכוני הביטחון.
- לכן, המדיניות צריכה להיות ביטוח סיכונים מלא על כול התוספת התשתית והשתתפות היזם תהיה בהתאם ליחס שבין "תוואי הבסיס" לבין "תוואי עידוד התיירות הנוצרית".
- בדרך זו, בשוליים, כל תוספת התשתית לעומת המצב היום, תבוטח במלואה כנגד סיכון המצב הביטחוני ולכן סביר להניח שהתשתיות יבנו לפי התוואי של עידוד התיירות הנוצרית.
- פיתרון זה מספק ליזמים גם ביטוח (תמורת תשלום הפרמיה), על החלק של התרחבות לפי תוואי בסיס.
- כיוון שהמשלה היא זו שתיזום ותפעיל את את הביטוח (ניתן לעשותו במיקור חוץ), נראה שקיומו של ביטוח סיכונים בתשלום הוגן, משפר את מצבם של היזמים וצפוי להגדיל את רמת ההשקעות בתיירות.



# סיכום התרומה למשק בשנת 2025

בהנחה של שנה רגילה ללא בעיה ביטחונית

הפרש	תוואי מואץ	תוואי בסיס	
2.8	7.5	4.7	כניסות תיירים (מיליונים)
2.8	4.6	1.7	כניסות תיירות נוצרית (מיליונים)
24%	61%	38%	נתח תיירות נוצרית
24.8	50.5	25.7	הכנסות מתיירות (מיליארדי ₪)
3.1%	6.3%	3.2%	אחוז מיצוא סחורות ושירותים
13.3	27.1	13.8	תוצר תיירות (מיליארדי ₪)
1.0%	2.1%	1.0%	אחוז מהתוצר
33.6	114.8	81.2	תעסוקה ללא אילת (אלפי משרות)
6.1%	20.9%	14.8%	אחוז מהמועסקים בשירותים (ללא תוכנה ופיננסים)

# הכדאיות הכלכלית להפעלת מדיניות לעידוד התיירות הנוצרית

- כדאיות הפעלת התוכנית מותנית בהסתברות לעוצמת ההפרעה הביטחונית. אנו הנחנו בסימולציה הפרעה של שנה מלאה במהלך של 5 שנים (4 שנים נורמאליות). כלומר במשך שנה שלמה לא יגיעו כלל תיירים מעבר לתוואי הבסיס.
- בתוואי שכזה התרומה הממוצעת למשק הינה רק 80% מהתרומה הצפויה ללא הפרעות ביטחוניות. להערכתנו, היתרונות לגודל וההשפעות החיצוניות החיוביות של "תוואי עידוד התיירות הנוצרית" מפצות על אובדן זה.
- כמובן שישנה רמת אינטנסיביות של מצב ביטחוני שבה לא כדאי למשק להרחיב את ההשקעות בתשתיות של "התוואי תיירות הנוצרית".
- על פי ניסיון העבר (ובהנחה שלא תהיה עוד תקופת טרור ארוכה כמו של 2001 – 2003), נראה שרמת פגיעה של 20% לאורך זמן, הינה פסימית.

# ההשפעות החיצוניות החיוביות של תוואי עידוד התיירות הנוצרית

■ ההשפעות החיוביות למשק מגידול בתיירות הנכנסת לישראל:

← גידול בתעסוקה בענפים מסורתיים, בהם יש אבטלה גבוהה

← גיוון היצוא ומקורות למטבע חוץ

← חיזוק ענפי השירותים הסחירים

← השבת ישראל למפת התיירות העולמית

← ביסוס וחיזוק מעמדה של ישראל בעולם

■ השפעות אלו אינן נכנסות למערך שיקוליו של הגורם העסקי הבודד ואינן חלק משיקולי הכדאיות של יזמי ענף התיירות, אולם הן תורמות למשק משמעותית.

■ התרומה למשק נמדדת כאן בתוצר של ענף התיירות בלבד, אולם ישנה גם השפעה עקיפה על ענפים אחרים המייצרים עקב הביקושים של ענף התיירות.

*4. הדוגמא של המלונות*

# עידוד בניית חדרי מלון לתוואי התיירות הנוצרית

- אנו מניחים שללא מדיניות ממשלתית מתאימה, המגזר העסקי יתנהג לפי תוואי הבסיס ולא לפי התוואי של עידוד התיירות הנוצרית. לפיכך, ייבנו רק עוד 31 אלף חדרי מלון עד לשנת 2025 (כאשר הסיכונים הביטחוניים על היזמים).
- המטרה – לעודד בניית 41 אלף חדרי מלון נוספים מעבר לתוואי הבסיס עד שנת 2025. לגבי תוספת זו, הרעיון הוא שהמדינה תיתן ביטוח מלא נגד סיכונים הנובעים ממצב ביטחוני, ללא תמורה מצד היזם.
- כיוון שמשקל החדרים הנוספים על פי התוואי הבסיס הינו 43% מכלל החדרים הנדרשים "בתוואי עידוד התיירות", אנו מציעים שהממשלה תממן 57% מהפרמיה ובעלי העסקים יממנו 43%, זאת מכל חדר נוסף שייבנה מתחילת 2008.
- בדרך זו, כל תוספת החדרים שתיבנה תהיה מבוטחת באופן מלא ותעלם בעיית הסיכון הביטחוני.

# סימולציה להפרעה ביטחונית

- בדוגמא להלן, אנו מניחים שבמהלך של 5 שנים, יהיו 4 שנים נורמאליות ושנה אחת של בעיה ביטחונית בעוצמה כזו שלא יבואו תיירים כלל מעבר לרמת התיירות הנוכחית (אקוויולנטי לירידה של 20% מהתפוסה הממוצעת).
- הבטחת ההוצאה הקבועה ותשלומי הפרמיה, מוגבלים רק לחדרי מלון חדשים שייבנו משנת 2008.
- הממשלה תוכל לגבות ביטוח במשך 4 שנים מכל חדרי המלון החדשים שייבנו ובשנה החמישית שבה תהיה פגיעה בתיירות, תשלם את מלוא ההוצאה הקבועה.
- על פי המודל, היזמים ישלמו כל שנה רגילה פרמיית ביטוח בגובה של 4.9% מהפדיון תמורת הבטחת ההוצאה הקבועה (56% מהפדיון) במקרה של הפרעה ביטחונית, שתמנע הגעת תיירים (או שתפגע בתפוסה הרגילה).

# ביטוח סיכוני ביטחון במגזר העסקי

## בענף המלונאות – שנת 2025

### הפרמיה לביטוח מפני סיכונים ביטחוניים

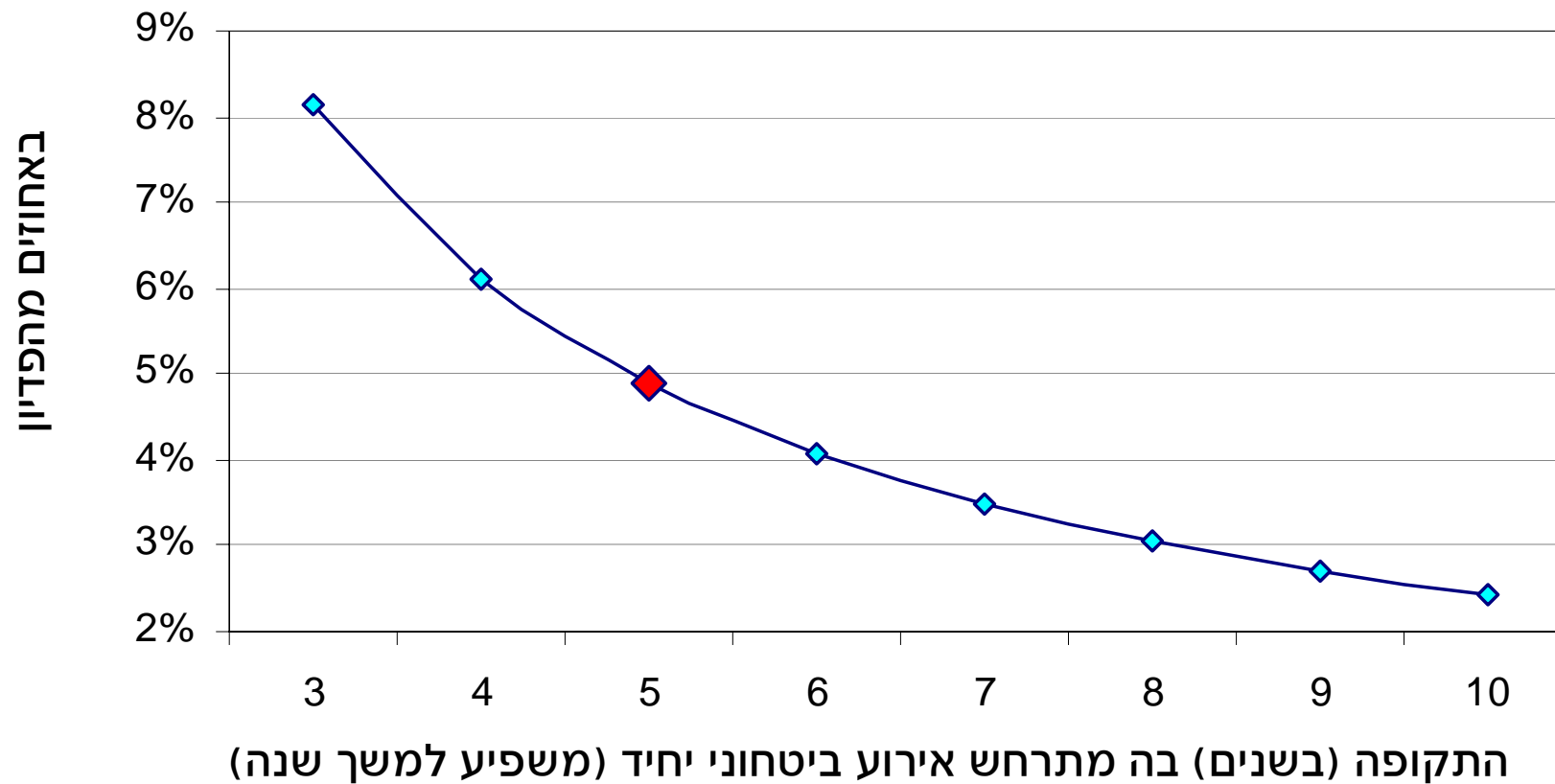


# סיכום עלות רשת הביטחון עבור תשתית המלונאים – שנת 2025

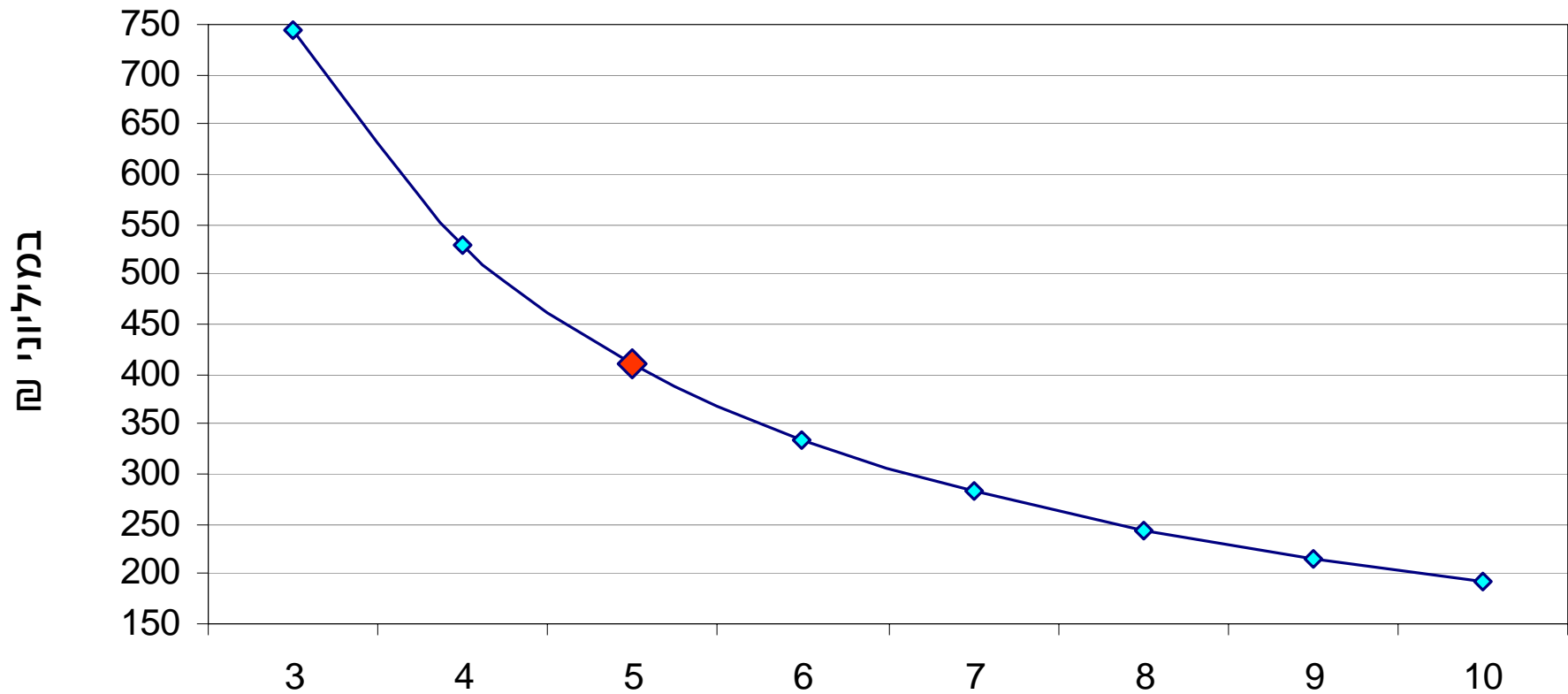
3.1	היקף הפיצוי בשנת משבר (השנה החמישית), במיליארדי ₪
- 1.1	בניכוי תשלומי פרמיה המשולמים ע"י היזמים לכל התקופה
2.1	עלות נטו עבור הממשלה לתקופה של 5 שנים, במיליארדי ₪
<b>400</b>	<b>עלות שנתית נטו עבור המדינה, במיליוני ₪</b>
<b>₪ 5,700</b>	<b>עלות שנתית נטו לחדר מלון (חדש) – ב – ₪</b>



# שיעור הפרמיה של הסקטור הפרטי בענף המלונאות כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים



# אומדן עלות שנתית למדינה של רשת הביטחון כפונקציה של תדירות האירועים הביטחוניים במיליוני ₪



התקופה (בשנים) בה מתרחש אירוע ביטחוני יחיד (משפיע למשך שנה)