

# שוק החופשות הולך "לקצוות" לבוטיק היקר ולעממי המשודרג

אוגוסט 2023

© כל הזכויות שמורות לחברת צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ.  
כל שימוש ו/או התבססות על המידע הכלול בדו"ח זה ללא קבלת רשות  
מראש ובכתב מחברת צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ, אסור בהחלט.

# צ'מנסקי בן שחר

שוק התיירות בישראל עוד מתאושש ממשבר הקורונה העולמי. השוק אינו חוזר ל"אותו המקום" אלא צפוי להתפתח לכיוונים שונים ומגוונים. על רקע הירידה בתיירות הנכנסת (קיטון של 16% ביולי 2023 ביחס ליולי 2019), שוק תיירות הפנים ממשיך לתפוס נתח מרכזי מהביקוש במלונות ובצימרים בישראל (גידול של 13% השנה לעומת קיץ 2019).

סקר שבוצע עבור הטור על ידי חברת Panel4ALL בחן את השינויים והתנודות בדפוסי הנופש השנה בקיץ לעומת קיץ שעבר, וכן את תפיסת הציבור הישראלי את שוק התיירות המקומי. ממצאי הסקר מצביעים על כך כי אתרי הנופש המקומיים מצליחים בעיקר למשוך את ה"קצוות" של האוכלוסייה - בעלי ההכנסות הגבוהות והנמוכות, ואילו "מעמד הביניים" נופש בחו"ל.

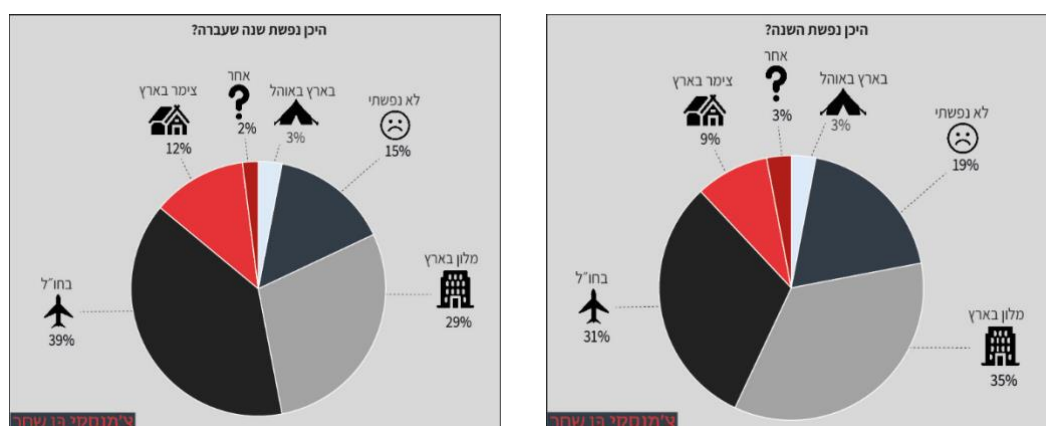
על פי הסקר, ובהתאם למצב המשק ושווי המטבע המקומי, צפויה האטה מסוימת בתנועת הנופשים לחו"ל. שוק התיירות המקומי נדרש לנצל את יתרונותיו התחרותיים ולהציע תיירות פנים איכותית אשר תענה על ציפיות הנופשים, בעיקר בהיבטים של תמורה טובה למחיר וסיפוק חווית נופש ייחודית = V.F.M.

על פי נתוני הלמ"ס, בחודש יולי האחרון בוצעו 1.2 מיליון יציאות ישראלים לחו"ל. עלייה של 20% ביחס לשנה שעברה, כמיליון יציאות בלבד.

על אף הנתונים המצביעים לכאורה על עלייה, יש לשים לב כי ביחס לנתוני שנת 2019 (לפני הקורונה), מדובר בגידול של 6% בלבד, אשר אינו מדביק את קצב גידול האוכלוסייה אשר עמד על 7% בין תחילת 2019 לתחילת 2023. כלומר, למרות הגידול במספר היוצאים מישראל, כאשר לוקחים בחשבון את קצב גידול האוכלוסייה, הישראלים עדיין טסים פחות ביחס לתקופה שלפני הקורונה.

חברת צ'מנסקי בן שחר ושות', יחד עם חברת Panel4ALL, ביצעו סקר ארצי מייצג במטרה להצביע על מגמות עכשוויות בשוק תיירות הפנים בישראל. ממצאי הסקר משקפות את הלך הרוח בציבור הישראלי ביחס לתכנון החופשות, ולגורמים העומדים בבסיס בחירת יעד החופשה.

## תרשימים: יעד החופש השנה ביחס ליעד החופש בשנה שעברה



# צ'מנסקי בן שחר

התרחש שינוי משמעותי בהיקף הבוחרים לנפוש בחו"ל כפי שעולה מפילוח מענה הנסקרים. נמצא כי חל קיטון משמעותי במספר הנופשים בחו"ל שקטן בכ-20% לעומת שנה שעברה. מדובר בירידה של 8% מנתח השוק שתופסים הנופשים בחו"ל מכלל הישראלים, כמוצג בתרשימים.

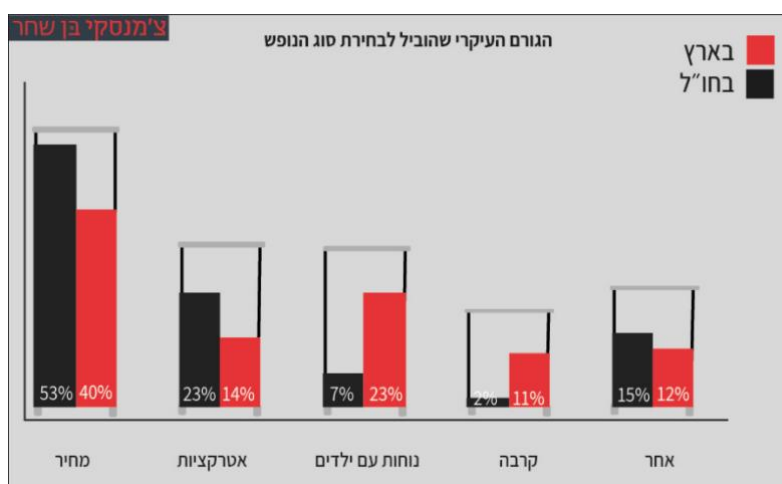
במקביל לירידה במספר הנופשים בחו"ל, חל גידול במספר הנסקרים אשר בחרו לנפוש בארץ במלונות, וכן גידול במספר הישראלים שהחליטו להישאר בבית, ולא לצאת לנפוש - גידול של 20% ו-26% בהתאמה. לפי הסקר, יותר ויותר ישראלים בוחרים לוותר על החופשה בחו"ל לטובת נופש בארץ וחלקם אף בוחרים לוותר על החופשה כליל.

הפער בין נתוני הלמ"ס שהוצגו לעיל לבין ממצאי הסקר ביחס לירידה המשמעותית במספר הנופשים בחו"ל עשויים ללמד על האווירה הציבורית. תפיסת השוק של הצרכנים בהצהרותיהם בסקר, יכולה להוות סימן מקדים להתנהלות השוק בפועל "מחר". צפוי כי המגמה של הקיטון בנתח השוק של החופשות בחו"ל תמשך גם אם בשיעורים קטנים מנתוני הסקר.

המגמה של ירידה בנתח השוק של החופשות בחו"ל מוסברת, בין היתר, מעליית שיעורי האינפלציה המובילה לקיטון בהכנסה הפנויה של הנופשים, וכן היחלשות המטבע המקומי. החופשות בחו"ל הפכו להיות יקרות יותר עבור התייר הישראלי - בשנה האחרונה התחזק היורו בכ-24% ביחס לשקל ובכך פגע באטרקטיביות של הנופש במדינות אגן הים התיכון, המתחרות העיקריות של תיירות הפנים בארץ. בנוסף, העלייה המשמעותית ביוקר המחייה (שלא במקביל לעלייה בשכר) פוגעת ביכולת הכלכלית של משקי הבית ובפרט במוצרי מותרות כמו חופשה - פחות נופש בחו"ל, יותר נופש במלונות בארץ, או החלטה שלא לנפוש כלל.

## מה חשוב לתייר הישראלי?

### תרשים: הגורם העיקרי שהוביל לבחירת סוג הנופש



באופן לא מפתיע, ובהתאם לשינויים שפורטו לעיל, הגורם העיקרי המשפיע על ההחלטה לגבי יעד הנופש הוא המחיר (46% מכלל הנסקרים). לעומת זאת בבחינת הגורם השני בחשיבותו קיימת שונות מתבקשת בין אלו שבחרו לנפוש בחו"ל לבין אלו שבחרו לנפוש בארץ. בקרב מי שבחר לנפוש בחו"ל, 23% בחרו באטרקציות כגורם המרכזי בעת תכנון החופשה. בקרב הנופשים בצימרים ובמלונות בארץ, לעומת זאת, "נוחות עם ילדים" הגיע למקום השני (לאחר מחיר) - 18% מהנופשים בצימרים, ו-25% מהנופשים במלונות.

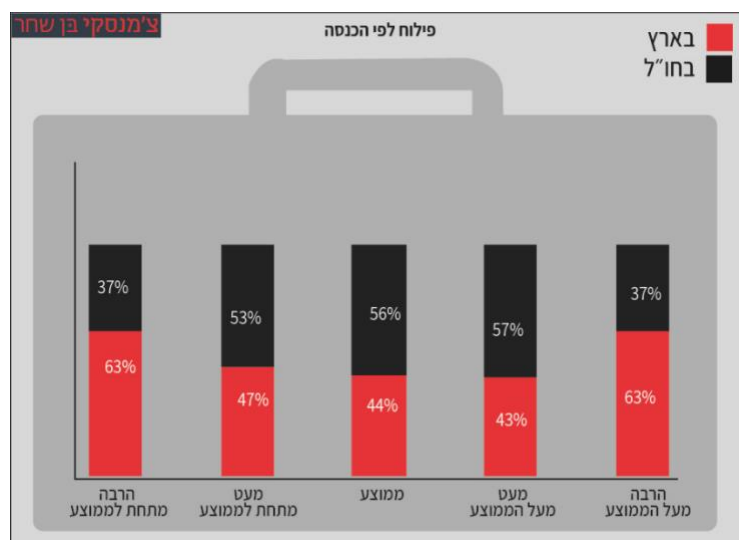
# צ'מנסקי בן שחר

הסקר מצביע על כך שהתייר הישראלי בוחר לנפוש בחו"ל על מנת לצרוך "אטרקציות". לעומת זאת, השיקולים העומדים בבסיס ההחלטה של הישראלים שבחרו לנפוש בארץ נוגעות בנוחות, וביכולת לספק פלטפורמה לחוויה משפחתית. רבים מהנופשים בצימרים ציינו כי הגורם המרכזי לבחירתם נבע מהמאפיינים הייחודיים של מתחמי הצימרים, אשר מאפשרים נופש קבוצתי או משפחתי במתחם מאוחד, באווירה רגועה ופחות "המונית".

## חויית החופשה בישראל

תחושת הציבור הכללית היום אינה חיובית, בלשון המעטה, ביחס למוצר המתקבל בחופשה בארץ. 78% מהנסקרים מרגישים שהנופש בישראל יקר מדי. נתון זה מתואם עם הממצאים המצביעים על כך שהמחיר היווה את הגורם המרכזי ביותר בעת תכנון החופשה. רק 16% מהנסקרים ציינו ששוק התיירות בישראל אינו אטרקטיבי. עם זאת, רק 11% חשבו ששוק התיירות הוא מעניין או מיוחד. כלומר, הישראלים אינם תופסים את שוק התיירות המקומי כלוקה בחסר, אולם מנגד גם אינם "מתלהבים" ממנו באופן מיוחד.

## תרשים: פילוח יעדי נופש לפי הכנסה מתוך סך הנופשים השנה



המצב הכלכלי של הנופשים הינו פרמטר בעל השפעה ביחס לבחירה היכן לנפוש. מפילוח ההכנסות של הנסקרים עולה כי בעלי ההכנסה הנמוכה ביותר, והעליונה ביותר, מעדיפים באופן מובהק נופש בארץ על פני חו"ל. לעומת זאת, הפלח האמצעי, של בעלי ההכנסה הממוצעת וסביב לה, מעדיפים לנפוש בחו"ל.

העדפת הצרכנים מבטאת תגובה להיצע התיירותי שנוצר בארץ - מחד מלונות יוקרה ייחודיים ובמחירים גבוהים גם בפריפריה ובמקומות מיוחדים ומאידך פתרונות זולים יחסית דוגמת מתחמי צימרים, בתי ספר שדה ואכסניות לסוגיהם. בשנים האחרונות, נפתחו בישראל מספר מלונות יוקרה כמו שחרות בהרי אילת, פרא בגולן, קמפינסקי ורבים אחרים, המציעים חופשה ייחודית ושירותים נלווים ו"מפנקים" רבים. מאידך הוקמו פתרונות זולים כמו ההוסטלים של רשת אברהם הוסטל, סלינה, וכן מתחמי "גלמפינג" רבים = **השוק**

## הולך לקצוות.

# צ'מנסקי בן שחר

---

המצוי ובראיה עתידית

כיום, שוק התיירות בישראל פונה אל האוכלוסיות הממוקמות בקצוות - בעלי ההכנסות הגבוהות והנמוכות. חלק גדול מציבור הנופשים אינו רואה באתרי הנופש המקומיים מענה לדרישותיו ביחס למחיר ולחוויה. כנגזר מכך, בשנים האחרונות חל גידול באירוח היוקרה, המאופיין בחופשה ייחודית במחירים גבוהים, ומאידך גידול בתיירות השיתופית וההוסטלים, המאופיין במחירים נמוכים יחסית ובמתקני נופש "פשוטים", בחוויה שיתופית.

שוק התיירות משתנה תדיר, כאשר העדפות הצרכנים משפיעות באופן מידי על בחירותיהם והשוק נדרש להגיב לכך באופן מהיר, ובפרט עתה לספק גם בארץ מקומות מפלט מה"מלחמות" הפנימיות בארץ.

בראייה עתידית, נדרש לפתח הן את שוק התיירות ה"עממית", אשר יתמקד ב"תמורה טובה למחיר" ויספק חוויית נופש עם שירות מיטבי, ואטרקציות למשפחות עם ילדים. במקביל להמשיך ולפתח את מלונות החוויה המיוחדים, שמייצרים ערך גבוה ובמיקומים מותאמים.

השתתף בכתיבה, מר יהודה ויקסלבאום, אנליסט בחברת צ'מנסקי בן שחר ושות'.  
.