

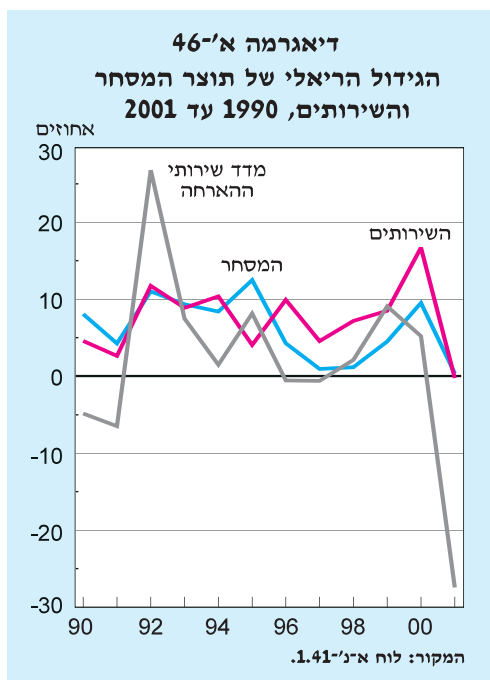
VI המסחר והשירותים

התוצר של ענף המסחר והשירותים ירד בשנת 2001 ב-0.4 אחוז (לוח א' 26), לעומת צמיחה של 14.7 אחוזים אשתקד. ללא חברות ההזנק צמח התוצר ב-1.8 אחוזים, לעומת 10.4 אחוזים בשנה הקודמת. למרות הירידה, צמיחת הענף עדיין גבוהה מזו של שאר ענפי המגזר העסקי, שסך התוצר שלו ירד ב-1.9 אחוזים, ופועל יוצא מכך הוא עליית משקלו בתוצר העסקי מ-47.1 אחוזים בשנת 2000 ל-51.2 אחוזים השנה. התעסוקה בענף עלתה ב-2.1 אחוזים ללא שינוי, לעומת עלייה של 8.3 אחוזים בשנת 2000, בעוד שבמגזר העסקי כולו היא ירדה ב-1.5 אחוזים. ההסבר העיקרי להתפתחות החיובית של הענף יחסית לשאר המגזר העסקי מוסברת, כנראה, בעובדה שהתוצר שלו, ללא יצוא השירותים ומכירות חברות ההזנק, מושפע בעיקר מהצריכה הפרטית, וזו מושפעת מהמיתון הרבה פחות מן השימושים האחרים.

תוצר השירותים ירד השנה ב-0.3 אחוז, וללא חברות ההזנק - עלה ב-2.7 אחוזים. שיעור הגידול בענפי השירותים בולט, על רקע ירידתו של התוצר העסקי בכללו. המסחר, שהוא רגיש יותר מן השירותים לשינויים בביקושים ולהתפתחות בענפים אחרים, ירד ב-0.6 אחוז - בין השאר, בגלל השפל בתיירות. המסחר הקמעוני עלה השנה ב-1 אחוז, בהמשך לעלייה ממוצעת של כ-6.8 אחוזים בשנים 1996 עד 2000. כמו במדינות OECD ובארצות הברית, מתפתחת בישראל בשנים האחרונות פעילות של מסחר קמעוני מקוון, וזו הוכפלה בשנת 2001 (ראו תיבה א' 15).

התוצר של ענף המסחר והשירותים ירד בשנת 2001 ב-0.4 אחוז, לעומת צמיחה של 14.7 אחוזים אשתקד.

תוצר השירותים ירד השנה ב-0.3 אחוז, וללא חברות ההזנק הוא עלה ב-2.7 אחוזים. המסחר, שהוא רגיש יותר מן השירותים לשינויים בביקושים ולהתפתחות בענפים אחרים, ירד ב-0.6 אחוז.



67 שינינו את חישוב התוצר. בעבר נסמך התוצר התת-ענפי, על הענפי ואילו עתה אנו משתמשים במדדי פדיון לתתי-הענפים, ומדמם מסיקים על הענף כולו.

לוח א'-26

התפתחות האינדיקטורים העיקריים לפעילות במסחר ובשירותים, 1996 עד 2001 (שיעורי שינוי שנתיים כמותיים, אחוזים)

2001	2000	1999	1998	1998-1996	
-0.4	14.7	7.4	11.9	8.0	התוצר (כולל חברות הזנק)
0.6	9.5	4.5	5.7	5.6	מזה: מסחר
-0.3	16.7	8.5	14.7	9.0	שירותים
0	9.7	5.9	4.3	5.2	תשומת העבודה
5.6	8.1	9.7	10.9	17.9	מלאי ההון ¹
-0.4	4.6	1.3	7.4	2.6	פריזון העבודה
-2.5	5.6	0	5.2	-1.9	הפריזון הכולל
2.5	9.2	6.1	0.9	2.1	השכר הריאלי (לעובד)
1.6	2.6	0	1.5	2.8	השכר הריאלי (ליצרן) ²
1.8	5.2	0.1	-2.3	-0.7	המחיר היחסי ³
-24.4	-13.2	23.4	15.5	8.0	היצוא ⁴
-13.5	-4.2	1.6	-4.6	6.1	ההשקעות

(1) בתחילת שנה.

(2) מנוכה במחירי תפוקה ולא במחירים לצרכן.

(3) ביחס למחירי התוצר העסקי.

(4) יצוא השירותים העסקיים מנוכה במדד יצוא השירותים.

המקור וההגדרות: לוח א'-ג' 1.41.

תיבה א'-15 - מכירות קמעוניות אלקטרוניות

המכירות המקוונות הן אפיק חדש ומתפתח של מכירות קמעוניות. השפעת אפיק זה אינה רק בנגיסת נתח שוק מהמכירות הקמעוניות הלא-מקוונות, אלא גם ובעיקר השפעה של השוק הקמעוני המקוון על השוק הלא-מקוון. האלטרנטיבה המקוונת מגבירה את התחרותיות בשוק הלא-מקוון בפתחה אפשרויות נוחות יותר לליקוט אינפורמציה על מחירי המוצרים הנמכרים ברשת ומחוצה לה.

מכירה קמעונית אלקטרונית (B2C)¹ מוגדרת כמכירה של סחורה או שירות, שבה ההזמנה או תנאי התשלום מוסדרים דרך האינטרנט². (התשלום אינו חייב להתבצע דרך האינטרנט). המכירות הקמעוניות האלקטרוניות הסתכמו בשנת 2001 ב-400 מיליוני ש"ח, גידול של כ-100 אחוזים לעומת שנת 2000.

¹ Business to Consumer.

² אקסטרנט, דואר אלקטרוני או מערכת זמן אמת אחרת.

החיבוריות לאינטרנט כאחוז מסך משקי הבית	המכירות הקמעוניות האלקטרוניות כאחוז מסך כל המכירות הקמעוניות	
	2001	2000
25 אחוזים	0.5 אחוזים	0.25 אחוזים
41 אחוזים	1.03 אחוזים	0.9 אחוזים

מקור הנתונים: ישראל - נתונים שנתקבלו מחברות אינטרנט, ארה"ב - משרד הסטטיסטיקה.

בנק ההשקעות "גולדמן-זקס" מנבא שב-2010 יהוו המכירות הקמעוניות כ-15-20 אחוזים מסך כל המכירות הקמעוניות בארה"ב. הגורמים המרכזיים לצמיחה הצפויה הם נוחות הקנייה, חילופי הדורות (הצעירים קונים באינטרנט יותר מן המבוגרים) והמעבר לפס רחב ברשת האינטרנט. למעשה כמעט כל צרכן שקנה באינטרנט הן בישראל והן בעולם, מצהיר כי ימשיך לקנות בדרך זו. בארה"ב, המובילה ב-BzC, הביא האסון של ה-11 לספטמבר להגדלת היקף המכירות המקוונות יחסית למכירות הלא-מקוונות, בגלל הרתיעה מיציאה לקניונים³.

עם זאת, ישנם מספר חסמים המעכבים את גידול השימוש במסחר האלקטרוני - בהם החשש משימוש לרעה בפרטי כרטיס האשראי הנמסרים באינטרנט, מהונאות - בעיקר מאי קבלת המוצר או מקבלת מוצר שונה מזה שהוזמן או פגום, מאי שמירה על הפרטיות של הגולשים ומחדירה עוינת למאגרי המידע של האתרים המקוונים מתוך כוונה לנצל לרעה מידע שמסר הצרכן. כדי להפיג את חששות הקונים בישראל, חוקק חוק "חתימה אלקטרונית": אתר מקוון העומד בדרישות מוגדרות מציג חותם אלקטרוני, המעיד על איכות, אמינות, הגנה על פרטיות ואמצעים לאבטחה ולטיפול בתלונות הקונים.

גם אם תחזית הצמיחה לא תתממש במלואה, ניכרת כבר עתה ההשפעה של שוק המכירות המקוון על המכירות הלא-מקוונות. בשווקים מסוימים מעבר של חלק קטן מהשוק למסחר אלקטרוני יכול לגרור יציאת עסקים מהענף, במיוחד בתחומים שבהם המירווחים נמוכים. כך, לדוגמה, בארה"ב מעבר של 3-5 אחוזים מהלקוחות בענף הנסיעות העסקיות, הסובל ממירווחים קטנים, גרם כנראה, ליציאת עסקים מענף זה. השוק המקוון תחרותי יותר, משום שהוא מאפשר ללקט בקלות מידע על המחירים, באמצעות השוואות מחירים מקוונות בין אתרי מכירה שונים, ולכן קשה יותר להעלות מחירים ברשת. התחלופה שבין השוק המקוון ללא-מקוון גורמת גם לאחרון להיות תחרותי יותר - אף שלעיתים, כדי למנוע תחרות של הרשת בחנויות, ספקים הפועלים בערוצים הלא-מקוון והמקוון גם יחד מוכרים ברשת רק מוצרים שהם אינם מוכרים בדרך הלא-מקוונת. בחלק מהמוצרים המקוונים, בעיקר בספרים, עלויות ההובלה נמוכות, ולכן התחרות בין אתרי המכירות היא כלל-עולמית. התחרות

3 מפני נטייתם האמורה של הקונים באינטרנט להתמיד בכך ייתכן שזו תגדיל באופן פרמננטי את שיעור הקניות המקוונות.

במוצרים בעלי מדיה דיגיטלית כגון מוסיקה, תוכנה וסרטים, תהיה רבה עוד יותר עם המעבר לאינטרנט בפס רחב, משום שזה יאפשר את קבלתם באופן אלקטרוני. במוצרים אלה עשויים ערוצי השיווק המסורתיים להיעלם.

השוק המקוון מאפשר התאגדות נוחה של קבוצות קונים לרכישה משותפת של מספר יחידות מאותו מוצר, במחיר מוזל. כן מאפשרת המערכת המקוונת התאמה של המוצר לצרכן – כי כשצרכן נכנס לאתר, המערכת זוכרת אותו וממשיכה להציג בפניו מוצרים בתחום המעניין אותו. במוצרים מקוונים קל לאפשר שימוש לפרק זמן, לניסיון, ללא תשלום, וכן קבלת המלצות ממשי שרכשו את המוצר.

השוק המקוון בישראל נשלט עדיין על ידי אתרים של חברות עצמאיות, ולא על ידי שלוחות מקוונות של קמעונאים "מסורתיים". לדעת המומחים, הסיבה שהקמעונאים לא הזדרזו להקים ערוצי שיווק מקוונים נעוצה בהנחתם כי הפצה דרך האינטרנט רק תסיט קונים מהערוץ הלא-מקוון למקוון, ולא תוסיף קונים. עם זאת מסתמנת בארה"ב נטייה של קמעונאים לפתוח גם ערוצי מכירה מקוונים. המומחים חוזים כי בחלק גדול מהמוצרים, בעיקר באלה שרצוי למשוש לפני הקנייה⁴, המודל ששרוד הוא מעורב – לא-מקוון ומקוון גם יחד (true blended model) – וכי הקמעונאים שישכילו לשלב את שני הערוצים, הם שיזכו במרב נתח השוק.

המכירות המקוונות מתאפיינות בעלויות שיווק נמוכות יחסית: אין עלויות תצוגה כמו בעולם הפיסי, אין עלויות תיווך – היצרנים או היבואנים מוכרים ישירות לצרכן – והדבר מביא להיעלמותו של הסיטונאי. גם עלויות ההפצה נמוכות יותר, ואין צורך להחזיק מלאי. לכן, עלות ההקמה של חנות מקוונת נמוכה מזו של חנות לא-מקוונת. ברם, כנגד זאת כרוך ניהול החנות המקוונת בעלויות גבוהות עבור אמינות גבוהה⁵. לאתר מקוון שכבר השקיע ברכישת מוניטין ובמערכות לוגיסטיקה והפצה – העלות השולית של הוספת קו מוצרים חדש נמוכה בהרבה מאשר במסחר הקמעוני הלא-מקוון: אין צורך להקים חנויות חדשות, לסבול מגניבות מחנויות, או לממן אנשי מכירות, שעלותם גבוהה. מסיבות אלו, אתרים מקוונים מציעים למכירה יותר ויותר מוצרים ומסוגים שונים.

מן ההיבט של מספר הפירמות בשוק המקוון, התחרותיות הרבה מניעה את הקמעונאים המקוונים לרצות בשיתוף פעולה, שכן שיתוף פעולה בין עסקים מקוונים שאינם מתחרים ישירים יועיל לכל אחד מהם. כבר כיום מרבית החברות המקוונות בעולם קשורות בבריתות עם חברות משלימות, בתחומים שונים – שיווק, קידום מכירות, לוגיסטיקה והפצה, מידע על לקוחות, תיאומי מחירים והנחות.

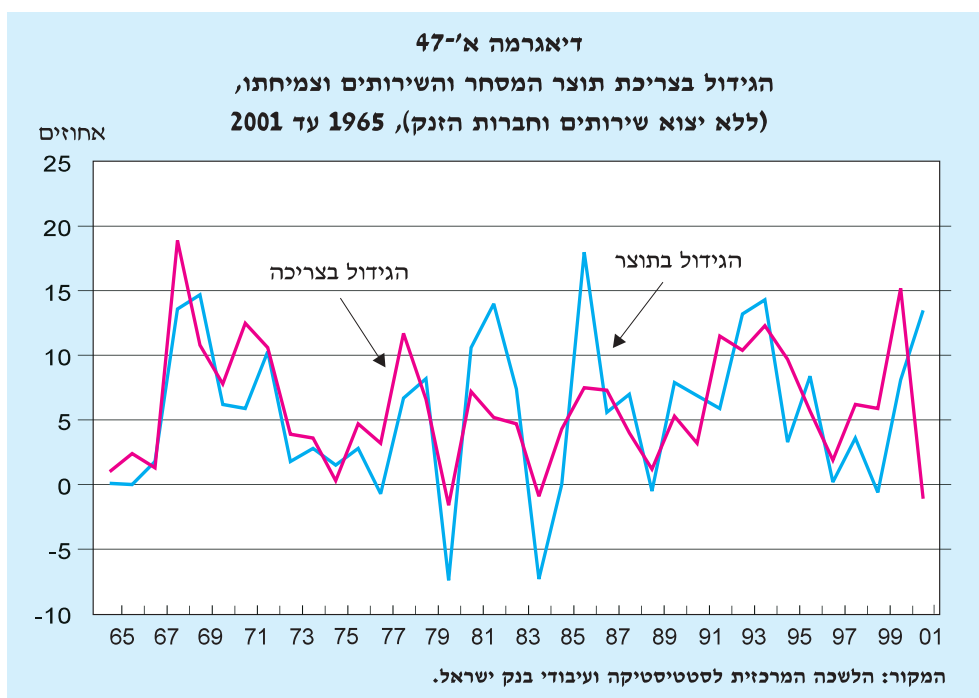
4 High Touch, כגון ביגוד.

5 הצרכנים מוכנים לשלם עבור אמינות, כפי שמעידה הצלחתה של חנות הספרים "אמזון", הידועה כאמינה אך המחירים בה גבוהים יחסית.

המיתון בפדיון המסחר
החל ברביע האחרון של
שנת 2000, נמשך
ברציפות לאורך כל
השנה, וברביע הרביעי
הסתמנה יציבות.

המיתון בפדיון המסחר החל ברביע האחרון של שנת 2000, עם תחילת האירועים הביטחוניים בארץ ובשל ההאטה העולמית ואירוע הטרור בארה"ב, נמשך ברציפות לאורך כל השנה, וברביע הרביעי הסתמנה יציבות. כצפוי, תגובתם של ענפי השירותים העסקיים על זעזועים איטית מזו של המסחר.

צמיחתו של תוצר ענף השירותים לאורך שנים מונעת על ידי השינוי המבני של הוצאת פעילויות מחוץ לפירמה (מיקור-חוץ - outsourcing). לפיכך גורם זה הוא בעיקרו רישומי, לא ריאלי, ונעוץ בהסטת הרישום העסקי מהפירמה לשירותים השונים. נוסף על כך נובעת הצמיחה מהעלייה המתמשכת של רמת החיים, המגדילה את הביקוש לשירותים אישיים, כמקובל במשקים שבהם התוצר לנפש גבוה. השינוי בצריכה יכול להסביר את התפתחות סך השירותים העסקיים (ללא יצוא). המיתאם הסדרתי בשנים 1965 עד 2000 הוא 0.7 (דיאגרמה א' -47).



הזעזועים שפקדו את
המשק, ויצרו אי-ודאות,
צמצמו במידה ניכרת את
ההשקעה בענף, ובפרט
את ההשקעה בציוד.

הזעזועים שפקדו את המשק, ויצרו אי-ודאות, צמצמו במידה ניכרת את ההשקעה במסחר ובשירותים ובפרט את ההשקעה בציוד, שתגובתה על שינוי בציפיות מהירה מזו של ההשקעה במבנים. ההשקעה בציוד ירדה ב-6.7 אחוזים, לאחר עלייה רצופה של כ-8.3 אחוזים בממוצע שנתי בשנים 1995 עד 2000. ההשקעה במבנים הולכת ויורדת זה כמה שנים, עקב השקעת יתר בשנים 1995 עד 1997.

התעסוקה בשירותים
העסקיים והאחרים
ובמסחר הושפעה
מהזעזועים שפקדו את
המשק.

התעסוקה הושפעה מאוד מהזעזועים שפקדו את המשק. במסחר גדל מספר המועסקים ב-1.4 אחוזים, לעומת גידול של 5 אחוזים אשתקד, ואילו בשירותים העסקיים והאחרים, ללא שירותי מחשוב ומו"פ ושירותי אוכל והארוחה, גדל מספר המועסקים ב-3.5 אחוזים בלבד, לעומת גידול של 11.2 אחוזים אשתקד.

לוח א'-27
פדיון השירותים העסקיים, 1995 ו-1997 עד 2001
 (אחוזים)

הגידול הריאלי בפדיון					המשקל בתוצר השירותים העסקיים			
2001	2000	1999	1998	1997	2001	2000	1995	
-14.2	67.3	8.4	46.5	12.0	28.6	32.0	14.4	שירותי מחשוב ומו"פ ¹
-2.4	12.6	12.1	15.6	0.9	8.6	8.5	8.9	גיוס עובדים והספקת שירותי כוח אדם
11.0	13.3	9.2	0.3	17.3	8.3	7.2	8.6	שמירה, אבטחה וניקיון
0.1	9.7	14.5	16.9	-4.7	43.5	41.7	49.0	פעילויות עסקיות אחרות ²
-0.6	7.9	12.5	-20.7	-1.2	11.0	10.6	19.1	נדל"ן והשכרת מכונות וציוד
-4.0	23.7	12.1	14.3	1.1	100	100	100	סך הכול

(1) כולל חברות תוכנה וחברות הזנק.

(2) כולל: פעילויות משפטיות, הנהלת חשבונות וראיית חשבון, חקר שווקים, הנדסה ואדריכלות, פרסום ויחסי ציבור, צילום ושירותים אחרים.
 המקור: הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.

יצוא השירותים, שמשקלו בסך היצוא 29.4 אחוזים, הושפע אף הוא מההעזועים העולמיים והמקומיים, וירד השנה ב-24 אחוזים לעומת שנת 2000 (לוח א'-26). במיוחד נפגע יצוא התיירות, שירד השנה ב-57 אחוזים לעומת שנת 2000 (לוח א'-נ'-1.43). יצוא שירותי התוכנה והמו"פ⁸⁶, שנפגע השנה מההעזוע העולמי, ירד ב-24 אחוזים לעומת 2000, שהייתה שנת שיא ביצוא, אבל עלה ב-46 אחוזים לעומת 1999.

שירותי מחשוב ומחקר ופיתוח כולל חברות הזנק

שירותי המחשוב והמו"פ - כולל, ובייחוד, חברות ההזנק - שנהנו מ"הבועה הטכנולוגית" בשנת 2000, סבלו ב-2001 מדהאטה העולמית, שהובלה על ידי המגזר הטכנולוגי, מירידת ערכן של חברות הטכנולוגיה, מהמשבר בשווקים הפיננסיים, שגרר קשיים בגיוס הון, וכן, במידה פחותה בהרבה, מהאירועים הביטחוניים המקומיים. ענף זה נשען על גיוסי הון ממקורות חוץ-בנקאיים. גיוס ההון בבורסות בחו"ל ירד השנה ב-97 אחוזים⁸⁶, וההשקעות של קרנות הון הסיכון ירדו ב-59 אחוזים⁸⁷, התפתחויות שהביאו לסגירה של חברות הזנק רבות. תוצר הענף ירד ב-2001 ב-14.2 אחוזים - תוצאת צניחה של 35 אחוזים בחברות ההזנק, (לעומת צמיחה של 207 אחוזים בשנת 2000) וגידולו של תוצר שירותי המיחשוב והמו"פ ללא הזנק ב-8 אחוזים; זוהי אמנם הצמיחה הגדולה ביותר בקרב ענפי השירותים, אולם צניחה לעומת השנים 1997 עד 2000, שבהן היה שיעור הגידול השנתי כ-31 אחוזים. התעסוקה בענף, כולל חברות ההזנק, צמחה ב-8 אחוזים, לעומת צמיחה של 34 אחוזים בשנת 2000.

יצוא השירותים הושפע מההעזועים העולמיים והמקומיים, וירד השנה ב-24 אחוזים לעומת שנת 2000. במיוחד נפגעו יצוא התיירות ויצוא שירותי התוכנה והמו"פ.

שירותי המחשוב והמו"פ - כולל, ובייחוד, חברות ההזנק - שנהנו מ"הבועה הטכנולוגית" בשנת 2000, סבלו ב-2001 מדהאטה העולמית, שהובלה על ידי המגזר הטכנולוגי, ומהמשבר בשווקים הפיננסיים, שגרר קשיים בגיוס הון, ולפיכך ירד תוצר הענף ב-14.2 אחוזים.

68 כולל מכירה של חברות הזנק לשם שימוש במוצרים.

69 בתוכנה ותקשורת.

70 מנתוני סקר של חברת המחקר IVC.

	המחקר היזםי ²	השבר הראילי ⁴	תשובות העבודה ⁴	תוצר	המשקל בתוצר												
	2001	2000	1999	2001	2000	1999											
					-1996												
סך הכול	1.8	5.2	0.1	2.5	9.2	6.1	0.0	9.7	5.9	-0.4	14.7	7.4	8.0	100	100	100	
מזד: המטחור	1.0	1.0	1.0	0.4	7.2	3.4	-0.4	5.0	4.1	-0.6	9.5	4.5	5.6	26.8	26.9	28.1	30.8
השיירותים	2.1	7.1	-0.1	3.4	10.2	7.4	0.2	12.1	6.9	-0.3	16.7	8.5	9.0	73.2	73.1	71.9	69.2
מזד: אוכל והארוזה	0.4	3.8	-0.2	-0.4	5.1	5.1	-13.2	15.5	9.0	-12.4	4.0	8.5	4.4	4.3	4.8	5.3	5.9
שיירותים עסקיים	0.9	6.5	1.9	3.0	15.5	14.3	5.5	18.7	7.2	-4.0	23.7	12.1	9.7	34.0	35.2	32.7	29.8
ביטוח ומוסדות פיננסיים ³	7.3	11.5	-2.6	1.7	13.3	8.0	1.1	-1.4	4.3	6.0	15.4	5.1	11.0	21.9	20.6	20.5	19.2
בריאות	1.4	2.0	1.4	2.1	4.5	3.6	2.4	1.4	3.4	7.5	10.7	3.9	8.7	4.6	4.3	4.4	4.5
חינוך	2.2	0.8	-2.2	3.0	5.1	3.0	2.0	-1.2	5.3	0.9	6.9	10.1	12.9	3.1	3.1	3.3	2.8
אישיים ואחרים	2.8	5.2	2.8	1.3	6.2	1.5	8.2	-0.3	6.2	4.5	3.6	4.0	1.6	5.3	5.1	5.6	7.0

לוח א'-29

שירותי מחשוב ומחקר ופיתוח, כולל חברות הזנק, 1996 עד 2001
(שיעורי שינוי שנתי, אחוזים)

2001	2000	1999	1998	1997	1996	
-14.2	67.3	8.4	46.5	12.0	36.8	הגידול בתוצר
5.6	3.6	3.4	2.4	2.2	1.7	חלקו של התוצר בתוצר העסקי
7.8	33.6	19.8	15.4	11.5	29.5	הגידול במועסקים
-24.0	91.5	8.2	46.1	7.0	68.6	הגידול ביצוא ¹

(1) שיעור השינוי מתוך נתונים במונחים דולריים.
המקור: הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.

שירותי האוכל וההארכה

שנת 2001 הייתה שנה גרועה לענף שירותי האוכל וההארכה, מפני הירידה התלולה בתיירות הנכנסת, בעטיים של המצב הביטחוני והמיתון העולמי, ואולי גם בשל ירידת הביקוש המקומי לשירותי אוכל, שנבעה מהמצב הביטחוני והכלכלי. התוצר של שירותי האוכל וההארכה התכווץ השנה ב-12 אחוזים - ירידה שהחלה ברביעי הרביעי של שנת 2000, עם תחילת האירועים הביטחוניים, והתעצמה בספטמבר 2001 בגלל אירועי הטרור בארה"ב. פדיון המלונות ירד ב-29 אחוזים, ומספר הלינות ירד ב-24 אחוזים (לוח א'-30 ודיאגרמה א'-48). חובות הענף לבנקים תפחו השנה ב-14 אחוזים, והתכווצותם גררה

שנת 2001 הייתה שנה גרועה לשירותי האוכל וההארכה, מפני הירידה התלולה בתיירות הנכנסת, בעטיים של המצב הביטחוני והמיתון העולמי, ואולי גם בשל ירידת הביקוש המקומי לשירותי אוכל, שנבעה מהמצב הביטחוני והכלכלי.

לוח א'-30

הגידול בשירותי ההארכה, 1990 עד 2001
(שיעורי שינוי שנתיים, אחוזים)

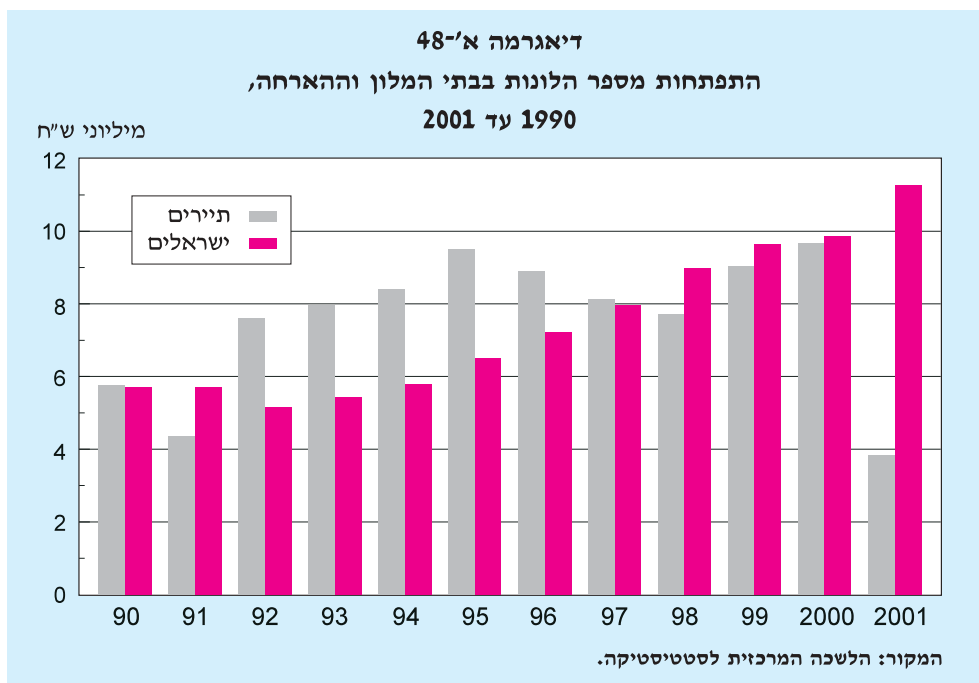
-1990					
2001	2000	1999	1998	1997	
-47	7	18	-1	6	כניסות המבקרים באוויר
-61	4	18	-5	3	לינות התיירים
15	2	6	11	5	לינות הישראלים
-24	3	11	3	4	סך כל הלינות
-29	6	8	2	4	הפדיון
-27	5	9	2	4	המדד לשירותי ההארכה
-23	0	5	1	4	המועסקים ¹
-24	1	6	-1	5	תשומת העבודה ¹
2	8	6	5	2	מספר החדרים ¹
-13	3	3	1	0	הפדיון הכולל

(1) במלונות תיירות.
המקור: וההגדרות - לוח א'-נ'143.

ירידה של 11.1 אחוזים במספר המועסקים במלונות. השכר הממוצע נותר ללא שינוי, למרות עליית שכר המינימום ואף שמרבית המפוטרים הם בדרך כלל עובדים מתחתית סולם השכר. נציין שבשנת 2001 לא נחתם הסכם עבודה חדש בין המעסיקים למועסקים במלונות. הסכם חדש, שנחתם בפברואר 2002, כולל הורדות שכר לשנת 2002, בגלל המצב הקשה בענף. מספר חדרי המלון עלה ב-2 אחוזים. יצוין כי ההחלטות על השקעות בבתי המלון התקבלו על פי הציפיות הגבוהות שהיו בעבר, ולא על פי זרם התיירות כיום.

כניסות התיירים לישראל
דרך האוויר פחתו השנה
עד לשפל חסר תקדים,
ירידה של 47 אחוזים
לעומת שנת 2000.

כניסות התיירים לישראל דרך האוויר פחתו השנה עד לשפל חסר תקדים, ירידה של 47 אחוזים לעומת שנת 2000, שהייתה שנת שיא בתיירות⁷¹, וירידה של 44 אחוזים לעומת 1999. לינות התיירים פחתו אף יותר, ב-61 אחוזים, והפדיון הדולרי מהן פחת ב-58 אחוזים. עקב השפל העולמי ואירועי הטרור בארה"ב ניכרה ברביע הרביעי של 2001 ירידה בתיירות העולמית לעומת הרביע הרביעי של 2000: בקפריסין⁷² פחתו כניסות התיירים ב-14 אחוזים לעומת התקופה המקבילה אשתקד. זבברטיניה ובספרד, שהושפעו



71 שנת 2000 אמנם הייתה שנת שיא בתיירות הנכנסת, בזכות המשמעות המיוחדת לעולם הנוצרי, אולם היא לא הייתה שנה חריגה, מפני שהאירועים הביטחוניים בסופה הפחיתו במידה רבה את מספר התיירים. מספר התיירים שנכנסו בדרך האוויר בשנת 2000 עלה ב-7 אחוזים על מספרם ב-1999. אולם בנטרול האירועים הביטחוניים - כלומר בהשוואת שלושת הרביעים הראשונים של שנת 2000 לשלושת הרביעים הראשונים של 1999 - גדל מספר התיירים שנכנסו בדרך האוויר ב-26 אחוזים.

72 הנחתנו היא שגמישויות הביקוש לשירותי תיירות ביחס להאטה העולמית בישראל דומה לזו של קפריסין, משום שלשתי הארצות פרמטרים דומים: בשתייהן המבקרים אינם משלבים בביקורם ביקור בארצות שכנות. אולם עלות הטיול ואורך השהייה בישראל גדולים יותר.

בעקיפין ממתקפת הטרור ובאופן ישיר מההאטה העולמית, פחתו כניסות התיירים בכ-2 אחוזים.

הירידה בלינות התיירים קוזה חלקית על ידי עלייה בלינות הישראלים, בשיעור של 15.4 אחוזים. העלייה בלינות הישראלים לוותה בירידת מחירים ניכרת, ואף על פי כן ירד הפדיון מישראלים באחוז אחד במונחים שוטפים. בישראל עצמה ישנם מחוזות שנפגעו יותר ומחוזות שנפגעו פחות. בירושלים וטבריה, הנשענות בעיקר על תיירות (נוצרית ויהודית), ירד מספר הלינות (של ישראלים ותיירים) ב-58 ו-36 אחוזים, בהתאמה; בתל אביב, שבה חלק גדול מהתיירים הם אנשי עסקים, ירד מספר הלינות ב-31 אחוזים, ואילו באילת ובשפת ים-המלח, שם עיקר הלינות הן של ישראלים, ירד מספרן בכ-4 אחוזים בלבד.

בשל המצב הקשה בתיירות הופעלו תכניות לסיוע ממשלתי לענף:

1. בשלהי שנת 2000, עם פרוץ האינתיפדה, הופעלה תוכנית חל"ת (חופשה ללא תשלום) לימודית ל-3,000 עובדים של המלונות, במימון הממשלה, למשך שלושה חודשים.

2. בשנת 2001 ניתנה למלונות באזורים שנפגעו ביותר הנחה של 66 אחוזים בתשלום הארנונה. עלות ההנחה היא כ-20 מיליוני ש"ח לרביע, והמימון מתחלק שווה בשווה בין הממשלה לעיריות שבתחומן נמצא כל מלון. ייתכן שתכנית זו תימשך גם בשנת 2002.

3. תכניות אחרות לסיוע למלונות שייצאו לפועל בשנת 2002, הן הקמת קרן הלוואות מסובסדות במימון המדינה וסיוע על ידי החזר הוצאות שיווק.

4. בשנת 2001 ניתנה למארגני תיירות נכנסת חל"ת לחמישה חודשים; למורי דרך - חל"ת לשישה חודשים; לבעלי "רכב אשכול" מעין "דמי אבטלה".

תכנית הסיוע השנה קשורה לזעזוע הלא-צפוי של האינתיפדה; עם זאת אין זה רצוי שהממשלה תתערב דרך קבע במצבים של הפסדים בענף.

שירותי הבנקים⁷³

המגזר הבנקאי התרחב גם בשנת 2001, אולם פחות מאשר בשנים קודמות. האשראי שנתנו הבנקים התרחב השנה ב-8.5 אחוזים, לעומת 10 אחוזים⁷⁴ בממוצע לשנים 1995 עד 2000, לצד ירידה קלה במירווחי האשראי. ההשפעה המצטברת של אלה, בתוספת הגידול הניכר של הפרשה לחובות מסופקים, הקטינו מאוד את רווחי הבנקים מפעולות מימון לאחר הפרשה לחובות מסופקים. הכנסות הבנקים מעמלות תפעוליות ירדו ב-5 אחוזים, עקב ירידה של מחזור העסקאות בבורסה ב-16 אחוזים ושל נפחי הפעילות יחסית לשנת 2000. כל אלה תרמו לירידה של רווחי הבנקים, ב-40 אחוזים לעומת שנת 2000. מחמת ירידתה של הרווחיות הכוללת ירד ב-8 אחוזים הערך המוסף המתקנן של הבנקים (לוח א'-31). הירידה בנפחי הפעילות לצד קיפאון בתשומת העבודה הביאו את המדד לפעילות הבנקים לעלייה מתונה, 1.9 אחוזים, לעומת עלייה ממוצעת של 6.5 אחוזים בשנים 1995 עד 2000.

73 ניתוח מפורט של ההתפתחויות בבנקים ראו בסקירת המפקח על הבנקים לשנת 2001, שתתפרסם בקיץ.

74 יש לזכור כי בשל המשבר בשוקי ההון גדל מאוד שיעור המימון הבנקאי בסך המימון של המגזר העסקי על חשבון המימון החוץ-בנקאי, שפחת.

הירידה בלינות התיירים קוזה חלקית על ידי עלייה בלינות הישראלים, בשיעור של 15.4 אחוזים.

בשל המצב הקשה בתיירות הופעלו תכניות לסיוע ממשלתי לענף.

המגזר הבנקאי התרחב גם בשנת 2001, אולם פחות מאשר בשנים קודמות.

הגידול הניכר של הפרשה לחובות מסופקים הקטין מאוד את רווחי הבנקים מפעולות מימון לאחר הפרשה לחובות מסופקים.

לוח א'-31
אינדיקטורים להתפתחות הפעילות הבנקאית, 1995 עד 2001
 (שיעורי שינוי שנתיים, אחוזים)

2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	
9	12	12	14	7	5	11	האשראי לציבור
0	1	-2	0	1	1	2	תשומת העבודה
0	10	-1	1	-2	16	3	עלות העבודה
-8	5	9	-1	7	13	3	הערך המוסף (המתוקנן)
-16	33	34	31	25	7	-51	מחזור העסקאות בבורסה
-2	1	2	10	7	8	13	מספר החיובים
3	-10	10	-16	11	-16	-11	ביצוע הלוואות משכנתא
-3	-2	2	0	-4	-1	0	מספר הסניפים
3	2	3	8	6	6	6	האוטומטים שלרשות הקהל
58							פניות לקבלת מידע דרך האינטרנט
2	6	7	9	7	5	6	מדד לפעילות הבנקים ¹
2	5	9	9	6	3	4	פריון העבודה
2	6	7	8	7	3	4	הפריון הכולל

(1) ממוצע משוקלל של האשראי לציבור, מספר החיובים, תשומת העבודה, סכום ביצועי הלוואות ומחזורי העסקאות בניירות ערך. המקור וההגדרות - לוח א'-נ' 1.44.

במהלך 2001 התרחב מאוד השימוש באינטרנט לקבלת נתונים על החשבון, לביצוע פעולות ואף להעברות לצד שלישי.

עלות העבודה נותרה בשנת 2001 ללא שינוי, לאחר עלייה ניכרת בשנה הקודמת, שנבעה בעיקר מהסכמי פרישה מרצון. גם תשומת העבודה בבנקים נשארה ללא שינוי, למרות הקטנת מספר הסניפים והתרחבות השימוש באמצעים אלקטרוניים לקבלת מידע ואף לביצוע פעולות.

במהלך 2001 התרחב מאוד השימוש באינטרנט לקבלת נתונים על החשבון, לביצוע פעולות ואף להעברות לצד שלישי. בחודש ספטמבר 2001 נרשמו כ-6 מיליוני פניות באמצעות האינטרנט, עלייה של 60 אחוזים לעומת דצמבר 2000. רוב הפניות היו לשם קבלת מידע, אולם גדל גם השימוש באינטרנט לביצוע עסקאות. עם התרחבות השימוש באינטרנט נמשכה ואף התעצמה מגמת הירידה במספר הסניפים.

