

מחקר מיפוי התיירות הבדואית, מדידת האימפקט שלה, ובחירת כיווני פיתוח עתידיים

- **מטרת המחקר:** לספק תמונת מצב עדכנית ומיפוי של מדדי מפתח בתחום התיירות הבדואית בנגב, בכדי להעריך את התרומה הכלכלית של התיירות הבדואית, ולספק תשתית נתונים למדידת תרומה זו. בנוסף תמפה העבודה את החסמים לפיתוח הענף, ההזדמנויות ומנועי הצמיחה.
- **עיקרי המתודולוגיה:** איסוף וריכוז מקורות מידע, ראיונות עם מקורות ראשוניים, ניתוח באמצעות מדדי ביצוע מרכזיים, ניתוח תוכניות מתאר, ניתוח תמונת מצב, ניתוח SWOT, מיפוי הזדמנויות ומקורות סיוע, המלצות לגבי מנועי צמיחה ומעורבות ממשלתית.
- **ממצאים עיקריים:**
 - אומדן מספר הלינות בשנה ברחבי הנגב (למעט אילת וים המלח) עומד על 2,075,000. מתוכן 1,195,000 במיטות, ו-880,000 באוהלים.
 - במגזר הבדואי מופו 152 תכניות מתאר בתוקף או בהליכים בהם קיימת תכלית המאפשרת פיתוח תיירותי.
 - זכויות הבינוי התיירותי הפוטנציאלי ביישובים הבדואים בנגב מגיעות לכ- 3,460,000 מ"ר, מתוכם נראה שרק כ- 10% מהם מומשו, ולרוב לא לייעוד תיירותי.
 - בסקירת מצאי התיירות הבדואית בנגב מופו 149 מיזמים ושירותי תיירות. הביקוש לאתרים אלה מסתכם בסדר גודל של כ- 180,000 ביקורים/השתתפויות/ארוחות בשנה.
 - הביקושים ללינה בתיירות הבדואית מסתכמים בכ-90,000 לינות בשנה. שיעור תפוסת המיטות השנתית הממוצעת עומד על כ-14%.
 - כ- 60% מהיזמות התיירותית הן בהובלת נשים, בעיקר בתחומי מעמד האישה הבדואית, המסורת והמנהגים המשולבים באירוח אתני, הסבה, אומנות (אריגה וריקמה) ועוד.
 - מרבית הביקושים הם מפלח שוק הפנים. הביקוש מקרב התיירות הנכנסת קיים אך הוא זניח.
 - ניתן להעריך כי התרומה הכלכלית (ישירה ועקיפה) בענף נאמדת בכ-25 מיליון ₪ ובכ-470 משרות.
 - הפדיון הישיר מאתרי התיירות הבדואיים – לינה, ביקורי יום ואירועים - מוערך בכ-16 מיליון ₪ (כולל מע"מ): הכנסה ממוצעת מלינה עומדת על כ-75 ₪ (כולל מע"מ) עבור לינה בלבד, והכנסה ממוצעת לאדם מביקור יום עומדת על כ-45 ₪ (כולל מע"מ).
 - באתרי התיירות הבדואית מועסקים כ-390 מועסקים
 - למרות שלמוצר הבדואי קיים יתרון בשל המיקום הגיאוגרפי בסמיכות לעורקי התיירות הראשיים של ישראל (כבישים 6, 40, 31 ו-25) ומרכזי אוכלוסיה (באר שבע, ירושלים, תל-אביב), הרי שהביקוש לתיירות במגזר הבדואי נמוך. עורקי התיירות הראשיים משמשים כמסדרון מעבר ליותר מחמישה מיליון תיירים בשנה, בדרכם לאזורי יעד אחרים (ים המלח, אילת, הערבה מצפה רמון) ורובם עוברים בו פעמיים – בהלוך ובחזור, עוצרים להתרעננות בשירותי דרך, או במרכזי המסחר בבאר שבע, רק חלק זעום מהם מבקר באחד מאתרי התיירות ביישובים הבדואים.
 - ברחבי הנגב, מחוץ ליישובי הבדואים, קיימים מיזמי תיירות שאינם בבעלות המגזר הבדואי, אך מוכרים את "המוצר הבדואי" בהצלחה רבה.
 - קיימת זהות במוצר התיירותי הקיים הפונה לאותם קהלי יעד, ללא בידול משמעותי שהיה יכול להעניק ערך מוסף.
 - האמנים, הגלריות והסדנאות רובם בקנה מידה זעיר, ללא חשיפה וללא סינרגיה, מבודדים וחלשים מאד כלכלית. רובם מופעלים מבית המגורים.

- אצל חלק משמעותי מתיירי הפנים, המוצר התיירותי הבדואי נתפס כמוצר שצריך להיות 'זול'. ולכן קיים קושי לשלם לתיירנים מחירים דומים למוצרים באזורים אחרים.
- ההכנסה לקופות היישובים הבדואיים כיום מעסקי התיירות זניחה. לפי הממצאים של הסקר הסטטוטורי, קיים פוטנציאל הכנסה ציבורית בעתיד על סך של כ-210 מיליון ₪ (במימוש וגבייה מלאים).
- בקרב חלק מיזמי התיירות הבדואים ניתן לזהות ספקות וחוסר אמון בסיכויי ההצלחה ובכדאיות הכלכלית. ככל שתהיינה יותר יוזמות תיירותיות מוצלחות כך יצטרפו יזמים חדשים לענף.

• תובנות מרכזיות:

- המוצר התיירותי הבדואי המוצע צריך להתבסס על מורשת ותרבות החברה הבדואית וההון האנושי המגוון שבה.
- יש להסדיר מיתוג והתמחויות שונות בין היישובים השונים, על מנת ליצור גיוון ולחשוף את העושר התרבותי והשונות של החברה הבדואית בין היישובים והאזורים השונים בנגב.
- חשוב לנהוג בכבוד ורגישות למורשת הבדואית ולחשיבות שהאוכלוסייה הבדואית מייחסת לפרטיות, לתרבות של צניעות וכבוד למרקם המשפחתי והקהילתי.
- יש לחזק את מרכיבי המורשת הבדואית במוצרים התיירותיים, כדי לחזק אוטנטיות.
- יש לחזק את מוצר תיירות המורשת באמצעות התאמתו לרמת הדרישות של שוק התיירות בארץ ובעולם, כאשר לשם כך נדרשות גם השקעות בתשתיות ציבוריות הכוללות נגישות נוחה, מגרשי חנייה, שילוט לאתרי התיירות ועוד.
- יש לחזק את מוצר אוהלי האירוח ולפתח מוצר "שלם" הכולל גם לינה והסעדה. כמובן שיש צורך לפתור את נושא הכשרות.
- לאירועים במסגרת התיירות הבדואית, חשיבות גדולה לתדמית וחשיפת האתרים והגדלת הביקושים בהם במשך השנה. על רקע הצלחת אירועי "לילות רמדאן", "שוקראן" ועוד. מומלץ להפיק אירועי תוכן ייחודיים נוספים למגזר הבדואי בתחומים כגון: מוסיקה בדואית, קולינריה בדואית, אמנות בדואית.
- מומלץ להקים מרכז מבקרים ומידע אחד מרכזי לכלל התיירות הבדואית בנגב. במרכז יוצגו שלל הנושאים ואפשרויות התיור. המיקום האידיאלי לכך הוא בצומת בית קמה על ציר כביש מס' 6. בכביש זה נעים כ-2.45 מיליון נופשים היורדים לאילת מידי שנה.
- מומלץ להקים מרכז מורשת בדואי אשר יחשוף לציבור את ההיסטוריה והמסורת של העדה, יהווה מרכז תרבות ספרות ושירה, ויכלול ארכיון מרכזי ואתר למחקרים בתחום.
- יש למסד מסלולי סיור רגליים, מסלולי רכיבת אופניים ורכבי שטח באזורי התיירות הבדואית. המסלולים יהיו נושאים ויחברו ויקשרו בין אתרי התיירות הבדואית השונים, בין היישובים השונים ואתרי התיירות השונים בנגב.
- יש לפתח איכסון תיירותי באופן שייתן מענה לתיירות הפנים והתיירות הנכנסת, בקיבולות משתנות ומתאים לפלחי השוק המאורגן והפרטי, זאת במטרה למצות את הפוטנציאל הכלכלי באמצעות הארכת משך זמן שהות של התיירים.
- יש לשקם ולהנגיש לתיירים אתרים הקשורים להיסטוריה ולתרבות הבדואית וכן לחזק את הסיפור ההיסטורי של המקומות ליצירת 'סיפור' בעל משמעות אשר יתרום ליצירת ביקושים.
- יש לעודד ולחזק מסחר תיירותי אתנוגראפי ביישובי הבדואים - בדומה לקיים בצפון הארץ, שווקים המהווים מקומות בילוי, קניות ומסחר לסופי השבוע.
- מומלץ לפתח מוצר בסגנון "סאמר סקול" - ללימוד השפה הערבית והיכרות מעמיקה וחוויתית עם התרבות הבדואית.

- יש למסד ביצוע סקרים ומעקב ביקושים לתיירות הבדואית. פיתוח מודל שנתי למדידת התקדמות הביקוש למוצר התיירותי הבדואי והתאמתו בהתאם לממצאי הסקרים.
- יצירת מסלולי תיור תרבותיים-חברתיים: לאור המגמות החדשות בתיירות העולמית, יכולים להוות אמצעי לגיוס תקציבים מגופים בינלאומיים.
- מיקוד בפלח ה"תיירות החולפת" והצעת שירותי דרך: מוקדים להנגשת מידע לנוסעים כמנוף לתהליך המרה מתיירות חולפת לתיירות יעד.