**ההיתכנות של פיתוח תיירות עירונית בערי חוף כמנוף לפיתוח כלכלה מקומית מקיימת: המקרה של עיר הנופש אילת, ישראל**

**תקציר**

לנוכח הקיפאון בענף התיירות באילת, בין היתר ערב עקב מודל "הכול כלול" הרווח במלונות העיר, מחקר זה ביקש לבחון את הפוטנציאל של פיתוח תיירות עירונית להביא להתחדשות ענף התיירות בעיר תוך קידום כלכלה מקומית בת-קיימא. המחקר התבסס על שאלות מחקר שעוסקות בהיתכנות של תיירות עירונית באילת ובבחינת הפרספקטיבות של בעלי עניין מרכזיים בעיר על אודות פיתוח שכזה. המחקר שילב שיטת מחקר איכותנית וכמותית, ושזר נתונים כמותיים מסקרי תושבים ותיירים עם תובנות איכותניות מראיונות עומק שנערכו עם נציגי הרשות המקומית והמגזר העסקי-תיירותי באילת. מהמחקר האיכותני עלו ארבעה נושאים (תמות) מרכזיים: התפקיד ההכרחי של שיתוף פעולה בין בעלי עניין; הצורך במעורבות קהילתית בקבלת החלטות ובהבטחה של חלוקה צודקת של תועלת; הצורך בפיתוח ושדרוג של תשתיות עירוניות; החשיבות העליונה של שימור מרקם החיים של תושבי העיר. המחקר הכמותי העלה כי גם תיירים וגם תושבים מקומיים הביעו תמיכה ברורה בפיתוח תיירות עירונית. ממצא חשוב נוסף הוא שהצעה של פעילויות תיירות עירונית עשויה להאריך את משך השהות של התיירים באילת. גם התושבים המקומיים חזו פוטנציאל איתן לתיירות עירונית, אם כי הדגישו את החשיבות של ניהול אחראי כדי לרסן השפעות שליליות אפשריות. הממצאים מספקים מפת דרכים לפיתוח תיירות עירונית באילת, מדגישים תחומי מיקוד אפשריים, מצביעים על תמיכה ניכרת בפיתוח שכזה ומצביעים על אפיקי צמיחה פוטנציאליים.

**מילות מפתח**: תיירות עירונית; כלכלה מקומית מקיימת; תיירות בת-קיימא; מודל "הכל-כלול"; בעלי עניין.

**מבוא**

תיירות היא ענף הכלכלה העיקרי באילת, העיר הדרומית ביותר בישראל. בעיר יש אטרקציות תיירותיות ימיות ומדבריות המושכות אליה תיירים מישראל ומרחבי העולם. תפוסת חדרי המלון בעיר גבוהה לעומת שאר חלקי הארץ, והיא שנייה רק לעיר תל אביב. נתונים מראים ש-90% מהמשרות בעיר הן משרות הקשורות באופן ישיר או עקיף בענף התיירות (Stylidis et al., 2015). על פי ההערכות, ההכנסות מתיירות לעיר אילת בשנת 2018 היו 3.7 מיליארד שקל, ו-4.5 מיליארד שקלים אם מוסיפים לכך שהייה לא במלונות. תפוסת המלונות בעיר עמדה בשנת 2019 על 73.4%, בכ-50 בתי מלון עם 11,000 חדרים (מבקר המדינה, 2021). נתונים עדכניים (הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה [למ"ס], 2019) מראים שבין השנים 2010 ל-2019 מספר התיירים מחו"ל שהגיעו לעיר היה קטן ממספר האורחים מתיירות פנים. כך למשל, בשנת 2017 שיעור המבקרים מחו"ל שהשתכנו בבתי המלון בעיר היה 7.8% ובשנת 2018 – 8.5% בלבד. נתונים אלו מתייחסים רק לדיווחי הלינה מבתי המלון ואינם כוללים לינה במקומות אחרים. נתונים אלו מייצגים מגמה הפוכה למגמות בערים מרכזיות אחרות בישראל. ככלל נתונים מהעשור האחרון מראים שמספר האורחים בעיר אילת לא גדל יתר על המידה, אולם בין 2017 ל-2018 מגמת הירידה במספר התיירים מחו"ל שהגיעו לעיר נבלמה ואף הייתה עלייה מסוימת, אולם מספרם עדיין רחוק מהיקפי התיירים שהגיעו לעיר בתחילת העשור.

הנתונים מעידים שהתיירות הנכנסת לאילת בעשור האחרון (גם ללא חישוב התיירים בשנת שנת 2020, שנת פריצת קורונה), נמצאת במצב של קיפאון, ואף בדעיכה מסוימת. מגמה זו נצפית גם בתיירות הפנים, שמהווה נתח נכבד ביותר מהתיירות בעיר (כ 90%). אומנם בתחילת העשור הייתה עלייה מתונה בהיקף של תיירות הפנים, אך מאז 2013 חלה התייצבות סביב 6.2 מיליון לינות בשנה (למ"ס, 2021), כפי שאפשר להיווכח בטבלה מס' 1 המציגה את תוני הלינה בעיר בשנים 2010–2020.

**טבלה 1. *נתוני הלינה בעיר אילת 2010–2021***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| שנה | לינות ישראלים (אלפים) | לינות תיירים (אלפים) |
| 2010 | 5,829.3 | 273.5 |
| 2011 | 5,670.5 | 269.8 |
| 2012 | 5,861.2 | 239.8 |
| 2013 | 6,098.1 | 223.0 |
| 2014 | 6,157.5 | 186.8 |
| 2015 | 6,310.9 | 143.6 |
| 2016 | 6,206.8 | 153.3 |
| 2017 | 6,181.4 | 192.1 |
| 2018 | 6,202.9 | 213.0 |
| 2019 | 6,202.8 | 211.8 |
| 2020 | 3,349.2 | 53.5 |

מקור: הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 2021

מאמר זה עוסק בפיתוח התיירותי של העיר אילת, ומציג מחקר שמבקש לבחון את ההיתכנות לפיתוח תיירות עירונית בעיר נופש שמבוססת בראש ובראשונה על אטרקציות חוף ומים. לשם כך נבחנו תפיסותיהם ועמדותיהם של ארבעה שחקני מפתח בענף התיירות: נציגי המגזר התיירותי-עסקי, מקבלי החלטות ברשות המוניציפלית, תושבים מקומיים ותיירים. ההתמקדות בתפיסות ובעמדות של בעלי עניין מרכזיים אלה עשויה להאיר נקודת מבט ייחודית ומעניינת בדבר הכיוון הרצוי לפיתוח העיר ומכאן חשיבות המחקר. במצב הקיים, שבו התיירות קופאת על שמריה, בין היתר עקב מודל "הכול כלול" (all-inclusive) הנפוץ במלונות ואתרי נופש בעיר, קיימת חשיבות לביצוע מחקר מעמיק שמביא בחשבון את צורכי העיר ותושביה לצד צורכי התיירים. . מתוך כך עולות שתי שאלות מחקר מרכזיות:

1. האם פיתוח תיירות עירונית בעיר אילת עשוי לקדם כלכלה מקומית מקיימת?
2. מהי העמדה של בעלי עניין מרכזיים בענף התיירות (מגזר תיירותי-עסקי, רשות מקומית, תיירים ותושבים מקומיים) באשר לפיתוח תיירות עירונית בעיר אילת?

כדי לענות על שאלות המחקר בוצע ניתוח עמדות של בעלי העניין המרכזיים בתחום התיירות של העיר אילת. ניתוח בעלי העניין מזהה באופן כמותי ואיכותי את בעלי העניין בסוגיה הרלוונטית ובוחן את עמדותיהם וציפיותיהם ואת ההשפעה שלהם. בעלי עניין בארגון הם כל קבוצה או פרט שיכולים להשפיע על השגת מטרות הארגון או להיות מושפעים מהן (Freeman, 1984). בעלי עניין בתחום התיירות הם מי שעשויים להשפיע על פיתוח התיירות או להיות מושפעים מפיתוח זה, למשל תושבים, תיירים, מגזר התיירות ופקידי ממשל מקומייםShani & Pizam, 2012) ). המחקר נערך בשיטה משולבת (mixed-methods design), אשר במסגרתה נעשה שימוש בשיטות מחקר כמותיות ואיכותניות. השילוב בין הכמותי והאיכותני מספק תמונה עשירה על התופעה הנידונה, לצד נתונים כמותיים ממדגם גדול שמאפשרים ביסוס של תוקף חיצוני. שימוש בשתי השיטות יחדיו מתאים לניתוח בעלי עניין, ואיפשר להתבונן על תמונת התיירות בעיר ובכך להגשים את מטרת המחקר באופן רחב וממצה.

**סקירת ספרות**

## *תיירות עירונית*

תיירות עירונית היא תופעה גלובלית ומקומית נרחבת, הבאה לידי ביטוי בהפיכתה של העיר למרכז תרבותי בולט, שבו אנשים מבלים זמן רב בפעילויות פנאי, במתקני נופש, ספורט ותרבות ועם חברים ומשפחה (Howie, 2003). התיירות העירונית נבדלת מצורות אחרות של תיירות בכמה מאפיינים כלליים, אף שאלו לא נוכחים בכל היעדים העירוניים ועשויים לבוא לידי ביטוי גם ביעדים שאינם עירוניים (Edwards, et al., 2008). תיירות עירונית מבוססת על ביקורים וסיורים תיירותיים שנערכים באזורים עירוניים שנמצאים מחוץ למוקדי התיירות המוכרים בערים ברחבי העולם. לאורך השנים נוסחו הגדרות שונות לתיירות עירונית, ואלו משקפות את התעצבות התחום ואת השינויים שחלים בתפיסה כלפי תיירות זו. לפי ארגון התיירות העולמי (World Tourism Organization), תיירות עירונית היא פעילות תיירותית שמתרחשת במרחב עירוני בעל תכונות מסוימות, והיא מאופיינת בכלכלה שאינה מבוססת על חקלאות, כגון מנהל, ייצור, מסחר ושירותים עירוניים (United Nations Environment Programme and World Tourism Organization, 2005).

המשגות נוספות מדגישות את העובדה שתיירות עירונית היא רק אחת מהפעילויות הכלכליות שמתרחשות בתוך עיר, ולכן היא גם מתחרה עם תעשיות אחרות על משאבים. כתוצאה מכך תהליכי תכנון, קביעת מדיניות והניהול התפעולי השוטף של פעילויות התיירות הופכים למורכבים יותר, משום שהם מחייבים יצירת קשר בין התיירות ובין הארגונים הציבוריים והמסחריים הפועלים באותם אזורים. בתוך אזורים עירוניים ישנם אילוצי פיתוח רבים, ולרוב ההיבטים הסביבתיים זוכים לפחות תשומת לב מאשר היבטים דוגמת מורשת תרבותית או צורכיו מגורים, בשונה מהמצב בצורות אחרות של תיירות (Edwards et al., 2008; Novy & Colomb, 2019). גרבי (Gârbea, 2013) מסכם כי תיירות עירונית "מייצגת את כל משאבי התיירות האטרקטיביים של עיר שמטרתם למשוך הן מבקרים והן תושבים מקומיים, שבה סוגים שונים של תיירות משתלבים ותורמים לפיתוח והתחדשות של אזורים עירוניים" (עמ' 196).

אחד המאפיינים של התיירות העירונית הוא המגוון. התיירות העירונית מציעה חוויות שונות, כגון ביקורים וסיורים באזורי תעשייה, שכונות מהגרים, קירות גרפיטי, מתחמי תרבות וצריכה קולקטיביים/אלטרנטיביים, אתרי בילוי כמו בתי קפה, פאבים, מועדונים ומסעדות שממוקמים במבנים עתיקים, שרידים שמתארים וממחישים משטרים קודמים, חנויות ייחודיות ועוד (Mura & Slak Valek, 2023). נשאלת השאלה: מה הופך תיירות בעיר לתיירות עירונית? האם למשל תיירות המונית סטנדרטית שמתרחשת במרכזי ערים גדולות כמו לונדון, פריז או רומא עונה להגדרת תיירות עירונית? חלק מהחוקרים סבורים שהעובדה שתיירות מתרחשת בערים לא בהכרח הופכת אותה לתיירות עירונית כשלעצמה, וכי תיירות עירונית מחייבת אינטראקציה ייחודית בין התיירות ובין העיר (Ashworth & Page, 2011).

בתחילת שנות השמונים של המאה ה-20 החלו להתגלות נזקי התיירות ההמונית, דבר אשר הוביל לצמיחתו של קונספט תיירות בת-קיימא וכן לצמיחתם של סוגים שונים של תיירות אלטרנטיבית (Jovicic, 2016). התפתחות זו מאתגרת את מהות התיירות ומגדירה מחדש את הגבול בין יעד תיירותי ויעד שאינו תיירותי (Uriely, 2005), עד כדי הפיכתם של יעדי תיירות למקומות "רגילים" ושל מקומות רגילים לאתרי תיירות. התופעה באה לידי ביטוי גם ברצון של תיירים רבים לנטוש את האטרקציות שהוקמו למטרות תיירותיות, ובמקום זאת לבקר ולשוטט באזורים עירוניים "רגילים" כגון רחובות צדדיים ומתחמי מגורים ולחוות אותנטיות מקומית שלא נוכחת בבועה התיירותית הקונבנציונלית (Novovic & Gligorijević, 2018). מגמה פוסטמודרנית זו הובילה לכך שיעדים עירוניים רבים בעולם מפתחים מוצרים וחוויות ייחודיים שמבוססים על צורות תיירות חלופיות וכך מבקשים להבליט את ייחודם בהשוואה לאחרים (הרשקו, 2019).

### *האטרקטיביות של תיירות עירונית*

התרבות העירונית יוצרת מפגש מורכב בין הון לזהויות, והיא נוגעת לתחומי מחקר רבים – החל באדריכלות עירונית, גאוגרפיה, סוציולוגיה, פסיכולוגיה עירונית ועיצוב תרבות וכלה בסמנטיקה של הכרך וייצוגיו הפוליטיים, המגדריים והמעמדיים (ג'יימסון, 2009). בשונה מתיירות החוף המסורתית, שמאופיינת ברביצה בים, סביבות עירוניות על חוף הים עשויות לספק עניין תרבותי והיסטורי לתיירים בזכות קיומם של מתקני פנאי ומוצרים ייחודיים ואותנטיים המספרים את הסיפור התרבותי-מקומי (Sedmak & Mihalic, 2008). המגוון הרחב של מוצרי תיירות עירונית גורם לכך שהיא נתפסת כאטרקטיבית לסוגים רבים של מבקרים, מה שעשוי לקדם את התחרותיות של היעד התיירותי ולשפר את חוויית הביקור של התיירים ובד בבד את איכות חייהם של תושבי המקום. פוטנציאל זה חובר לעקרונות הבסיסיים של פיתוח בר-קיימא, שבמסגרתו לתושבים ולתיירים יש אינטרס זהה בפיתוח יעד התיירות באופן אחראי ושקול (Novy & Colomb, 2019). בהלימה לכך גישות חדשות לפיתוח תיירות מבקשות להבין כיצד התיירים נטמעים במרקם החיים של העיר תוך יצירת קשרים בין תושבי העיר והמבקרים בה (Nilsson, 2020).

אטרקטיביות של יעד תיירותי מתייחסת למרכיבים של היעד שהם בעלי פוטנציאל למשוך אליו תיירים Timur & Getz, 2009)). באופן ספציפי, תיירות עירונית נחשבת לאטרקטיבית בהתבסס על אלמנטים ראשוניים ומשניים. האלמנטים הראשוניים הם היעדים העיקריים לביקור בעיר – אטרקציות אטרקציות תיירותיות, ובהן בניינים היסטוריים, שכונות עירוניות ואירועים מיוחדים. אלמנטים משניים הם אלו שתומכים באטרקציות ותורמים לפיתוח התיירותי של העיר על ידי הגדלת ההיצע התיירותי, לדוגמה חנויות, מתקני כנסים ואירועים, מקומות לינה ואמצעי תחבורה (הרשקו, 2019). העיר התיירותית מציעה למבקרים בה גם חניונים, מרכזי מידע ומדריכים, ועיקר ההתרחשות בה מתקיים במרחב הציבורי בלב העיר: בשווקים, ברחובות, באנדרטאות, במוזיאונים ובגנים (Ashworth & Page, 2011).

אטרקציות תיירותיות עשויות להימצא גם במקומות מרוחקים ממרכז העיר, מה שעשוי להוביל לכך שתושבי העיר והמבקרים בה יחלקו משאבים, שירותים ומתקנים שהעיר מציעה (תחבורה ציבורית, למשל) (Hallmann et al., 2015). כדי להמשיך ולשמור על האטרקטיביות של עיר כיעד תיירות אין להסתפק רק באטרקציות התיירותיות המובהקות שיש בה, אלא יש לתת את הדעת גם על שימוש בנכסים עירוניים לטווח הארוך. בהלימה לכך כחלק מפיתוח תיירות עירונית פועלות ערים לשיפור התשתיות כמו למשל כבישים ומדרכות (Nilsson, 2020). יתר על כן, מאפיינים עירוניים מסוימים עשויים להשפיע לטובה או לרעה על תדמית היעד. לדוגמה, נגישות למידע תיירותי, שילוט וקיומם של שטחים ירוקים או ציבוריים ישפיעו לטובה על מידת האטרקטיביות של היעד העירוני Boivin & Tanguay, 2019)). לעומת זאת, מפגעים כגון רעש ופסולת עירונית או רשת תחבורה לא יעילה מאיימים על האטרקטיביות של העיר כיעד תיירות (Provenzano, 2015). ככלל, נראה שמדד איכות הסביבה במרחב העירוני והנגישות שלה הם גורמים חשובים למשיכת מבקרים (Boivina & Tanguay, 2019).

### *בעלי עניין בפיתוח וניהול תיירות עירונית*

בעלי עניין ממלאים תפקיד מכריע בפיתוח ובניהול של תיירות עירונית. תפיסותיהם, עמדותיהם והתנהגויותיהם משפיעות באופן משמעותי על ההצלחה והקיימות של יוזמות תיירות בערים (Timur & Getz, 2008). לפיכך הבנת נקודות המבט של בעלי העניין היא חיונית לזיהוי הציפיות, החששות והאינטרסים שלהם ולשילובם בתהליכי התכנון וקבלת ההחלטות. לפי תאוריית בעלי העניין, בעלי עניין הם אלה שעשויים להשפיע על השגת המטרות של הארגון או להיות מושפעים מהמידה שבה הושגו. לכן הכרת המבנה של בעלי העניין באזור מסוים והבנת האופן שבו הם משפיעים על קובעי המדיניות או מושפעים מהחלטותיהם, עשויות לסייע למנהלים לגבש אסטרטגיות ולקבל החלטות לטווח הבינוני או הרחוק בצורה מושכלת (Freeman, 1984). בתיירות עירונית מעורבים מגוון רחב של בעלי עניין, ובהם תושבים, עסקים מקומיים, נציגי תעשיית התיירות, רשויות ממשלתיות, קבוצות קהילתיות, ארגונים סביבתיים ושומרי מורשת תרבותית (Timur & Getz, 2009). סיווג בעלי העניין על בסיס תחומי העניין, השפעתם ורמת המעורבות שלהם מסייע להבין את נקודת המבט הייחודית שלהם על היעד התיירותי (Boom et al., 2021).

בפרספקטיבה של תיירות בת-קיימא, בעלי העניין העיקריים בתיירות העירונית הם התושבים, מעצם כך שהם מתגוררים בסמיכות לפעילות התיירותית ועל כן גם הנושאים העיקריים בנטל של השפעותיה (למשל, פקקי תנועה, צפיפות, פשע, אינפלציה, ג'נטרפיקציה) (Phuc & Nguyen, 2023). תפיסותיהם של תושבים מקומיים מעוצבות על ידי חוויות היומיום שלהם, כולל מפגשים בלתי אמצעיים עם תיירים והשפעות התיירות על שכונותיהם. עמדות התושבים כלפי תיירות יכולות להיות חיוביות – בשל יתרונות כלכליים והאפשרות להעשרת חיי הפנאי, אך גם שליליות עקב הצפיפות והחשש מאובדן זהות מקומית (Biagi et al., 2020). השתתפות בעלי העניין בקבלת החלטות היא קריטית ליישום מודלים של פיתוח בר-קיימא ביעדי תיירות המוניים, וכחלק מכך הבנת תפיסות התושבים חיונית לניהול ההשפעות החברתיות של התיירות העירונית ולטיפוח מעורבות קהילתית חיובית (Shani & Pizam, 2012).

כפי שמצוין בספרות (Haro Aragú et al., 2021), גם הקהילה העסקית, לרבות בתי מלון, מסעדות, מפעילי תיירות ומוסדות קמעונאיים, ממלאת תפקיד חיוני בתיירות העירונית. תפיסותיהם של גורמים אלה מושפעות לעיתים קרובות משיקולים כלכליים, כגון עלייה בביקוש מצד הלקוחות ויצירת הכנסות. עסקים עשויים לתפוס את התיירות באופן חיובי ולהכיר בפוטנציאל שלה לצמיחה ולהזדמנויות תעסוקה. עם זאת, ייתכן שיש להם גם חששות הקשורים לעונתיות, תחרות והצורך בפרקטיקות עסקיות בנות-קיימא. בעלי עניין חשובים נוספים הם רשויות ממשלתיות – מקומיות, אזוריות וארציות, אשר אמונות על התכנון והרגולציה של תיירות עירונית. תפיסותיהן של הרשויות קשורות למגוון רחב של נושאים, כולל פיתוח כלכלי, תשתיות עירוניות, קיימות סביבתית ורווחה חברתית. רשויות ממשלתיות עשויות לראות בתיירות אמצעי לקידום צמיחה כלכלית, שיפור מיתוג העיר ומשיכת השקעות. במקביל, עליהן לתת מענה לחששות הקשורים לפיתוח תשתיות, השפעות סביבתיות ויישום מדיניות (Petrova & Hristov, 2016).

לבעלי עניין בתיירות עירונית יש לעיתים קרובות אינטרסים שונים, המובילים לקונפליקטים ואתגרים בתהליכי קבלת החלטות (Li et al., 2020). שיתוף פעולה ותקשורת יעילה בין בעלי עניין חיוניים לפתרון קונפליקטים ולהשגת קונצנזוס. מעורבות בעלי עניין באמצעות גישות השתתפותיות, כגון פורומים של בעלי עניין, סדנאות והתייעצויות ציבוריות, מקדמת הבנה של נקודות המבט השונות ואף עשויה לקדם לקיחת אחריות משותפת לפיתוח תיירות עירונית בת-קיימא (Lalicic & Önder, 2018). כדי להבין את תפיסות בעלי העניין אפשר להשתמש בכלים שונים, כגון סקרים, ראיונות, קבוצות מיקוד, סדנאות וניתוח מדיה חברתית (Dimitrovski et al., 2021). שיטות אלה מספקות תובנות חשובות לגבי העמדות, הציפיות והחששות של בעלי העניין. התוצאות יכולות להנחות קובעי מדיניות ומתכנני תיירות בפיתוח אסטרטגיות התואמות את האינטרסים של בעלי העניין ומעודדות תיירות עירונית בת-קיימא.

## *מודל "הכול כלול" בתיירות*

המחקר הנוכחי בוחן את ההיתכנות של תיירות עירונית לתת מענה, בין היתר, להשלכות של מודל "הכול כלול", הנפוץ בערי נופש כגון אילת. "הכול כלול" בתיירות הוא מודל עסקי שמבקש לאגד את המוצרים והשירותים של אתר תיירותי תמורת תשלום מראש (Zopiatis et al., 2020) . המודל חולל מהפכה בכל הקשור לשירותי אירוח הניתנים בכלכלות מבוססות-תיירות, כולל ביעדי "שמש, ים וחול" בקריביים ובים התיכון (Ozturk et al., 2019). מודל זה עורר עניין רב בקרב בעלי עניין בענף התיירות, ואכן ב-20 השנים האחרונות ניכרת עלייה יוצאת דופן בשימוש במודל, ומחקרים אקדמיים רבים ודוחות בתעשייה מציגים עתיד אופטימי לאירוח מהסוג הזה (Wall-Reinius et al., 2019). כך למשל איגוד הנסיעות הגדול ביותר בבריטניה מקדם את התפיסה לפיה בעידן של אי-יציבות כלכלית חבילות "הכול כלול" הן אידיאליות למשיכת מטיילים דלי תקציב (Zopiatis et al., 2020). מחקרים מדגישים את היתרונות הפוטנציאליים לנוסע או הצרכן (Alegre & Sard, 2015), אבל היבטים שקשורים לממד החווייתי בחופשה מהסוג הזה טרם קיבלו תשומת לב מחקרית ראויה. מחקרים מעטים מעלים שאלות על ההשפעה הכלכלית של "הכול כלול" הן על מפעילי האירוח והן על הקהילה המקומית (Arbelo-Pérez et al., 2019), ובשנים האחרונות מתגברים הקולות שמעלים חששות בנוגע להשפעות השליליות של חבילות "הכול כלול" על מידת הקיימות של היעד התיירותי (Oviedo-García et al., 2019).

בסקר שנערך בישראל על ידי מכון "גיאוקרטוגרפיה" נמצא כי אירוח "הכול כלול" מועדף בעיקר על ידי צעירים, מסורתיים/דתיים, בעלי השכלה תיכונית והכנסה נמוכה יחסית. כפועל יוצא ממודל זה, צמצום היציאה מהמלון מביא לחשיפה נמוכה יותר של תיירים לפעילויות פנאי ובילוי במרחב העירוני (דגני ודגני, 2012, מצוטט אצל פתאל, 2015). מתוך כך ניתן להסיק שמודל "הכול כלול", הנפוץ מאוד (ברמות שונות) במלונות אילת, מונע את ההתפתחות התיירותית של העיר ומותיר רבים מהתיירים בסביבת מקבץ המלונות המרכזי ללא חשיפה לחלקים אחרים של העיר. נתונים אלו ממחישים את הצורך בחשיבה מחדש על פיתוח התיירות בעיר, בניסיון למשוך פלחי שוק נוספים ומגוונים על ידי היצע של מוצרי תיירות מגוונים.

אתר המחקר – העיר אילת

העיר אילת היא העיר הדרומית ביותר במדינת ישראל. היא שוכנת על חופו המערבי של מפרץ ים סוף, שהוא מוצאה היחיד של מדינת ישראל אל האוקיינוס ההודי ולמזרח הרחוק. מרחקה של אילת ממרכז הארץ הוא כ-350 ק"מ, וזו הרשות המקומית הפריפריאלית ביותר בישראל. העיר ממוקמת במשולש גבולות – מדרום לה שוכנת העיר טאבה שבמצרים וממזרחה העיר עקבה שבירדן. הצעד הראשון להפיכת אילת לעיר תיירות בינלאומית היה ביוני 1975, עם נחיתת טיסת הצ'רטר הראשונה בעיר. ב-1975 כבר ביקרו באילת כ-250 אלף תיירים, בעיקר מאירופה. בשנות השמונים והתשעים, בעידודה של הממשלה, עברה העיר פיתוח תיירותי מואץ, וכיום כלכלת העיר מתבססת בעיקר על תעשיית התיירות ומרבית המועסקים בעיר מתפרנסים מתיירות במישרין או בעקיפין (קוה-צויק, 2005).

מלבד תיירות פנים החלה להגיע לעיר בעשורים האחרונים של המאה העשרים תיירות חוץ רבה, דבר שהקנה לעיר נופך בין-לאומי. התיירות הנכנסת הזרימה לעיר ולמדינה הכנסות נכבדות במטבע זר ואיזנה את התפוסה בבתי המלון במשך כל חודשי השנה (קוה-צויק, 2005). עם זאת, בעשור האחרון חלה ירידה ניכרת בשיעור התיירות הנכנסת, ובמקביל נוצר קיפאון בפיתוח התיירותי בעיר. הדבר בא לידי ביטוי בכך שלא נוספו בה חדרי מלון חדשים וכן בהאטה בפיתוח תשתיות התיירות במקביל לצמצום בהקמת אטרקציות חדשות. ככלל, מספר בתי המלון שפועלים בעיר לאחר שמקזזים מלונות חדשים שנפתחו ומלונות שנסגרו נותר על כנו מאז שנת 2002, ובמספר חדרי האירוח בעיר אף חלה ירידה קלה (פתאל, 2015; Stylidis et al., 2015). מצב זה הוא בניגוד בולט למתרחש בקרב שכנותיה של העיר מדרום וממזרח – סיני ועקבה, שבהן חלה תנופת פיתוח מואצת לאחר שהושקעו בהן מיליארדי דולרים בתשתיות תיירות ובבניית בתי מלון וכפרי נופש של רשתות בין-לאומיות (מבקר המדינה, 2021).

אוכלוסיית העיר מנתה בשנת 2020 כ-52 אלף איש, עם שיעור גבוה יחסית של צעירים בני 20–29. מרבית התושבים בעיר הם שכירים, ושכרם הממוצע נמוך בכ-13% מממוצע השכר ביישובים אחרים בארץ (מבקר המדינה, 2021). גודלה הפיזי, מיקומה הגאוגרפי וכלכלתה של העיר מציבים כמה אתגרים לפיתוחה. כאמור, אילת מרוחקת ממרכז הארץ, והמרכז העירוני הקרוב ביותר הוא מטרופולין באר שבע, הנמצא במרחק של כ-230 ק"מ. הריחוק הפיזי מייקר מאוד את עלויות הקיום של תושבי אילת וגם את עלויות התפעול המוניציפלי של העיר ושל עסקים שפועלים בה עקב עלויות השינוע הגבוהות ומחסור בייצור מקומי. כמו כן, הבידוד הגאוגרפי מהווה חסם בפני אוכלוסיית העיר בהקשר של עבודה מחוץ לעיר או באפשרות לקלוט עובדים ממרכזים עירוניים אחרים (פתאל, 2015). מצב זה יוצר קושי נוסף והוא מקורות תעסוקה מוגבלים – כלכלת העיר מתבססת על ענפי תעסוקה מעטים, וכשליש מהאוכלוסייה מועסק בענף התיירות (למ"ס, 2015). חוסר הגיוון בתעסוקה נחשב לחסם משמעותי בקליטת אוכלוסייה חדשה בעיר אילת (פתאל, 2015). קושי נוסף הוא שיעורם הגבוה של עובדים זרים/מסתננים/מהגרי עבודה בעיר – כ-3,000 במספר. שהייתם בעיר מעוררת אתגרים חברתיים, פוליטיים וכלכליים. רבים מהמסתננים מועסקים בענף המלונאות וצמצום מספרם בשנים האחרונות הוביל למחסור בעובדים לענף (פתאל, 2015). לדברי התאחדות המלונות מצב זה עלול להוביל לכשלים בתפקוד בתי המלון בעיר, עד כדי השבתתם.

גודל האוכלוסייה ותנאי האקלים החריגים מקשים על קיום כלכלי יעיל וגורמים לעלויות תפעול גבוהות בעשרות אחוזים לעומת רשויות מקומיות וערים אחרות בישראל, בין היתר מהסיבות האלה: רמת תחרות נמוכה, הוצאה גבוהה על גיוס מורים ואנשי חינוך, עלויות חשמל גבוהות בשל הצורך להפעיל מיזוג אוויר ברוב ימי השנה, השתתפות גבוהה של העירייה בהוצאות כיבוי אש עקב מזג האוויר הקיצוני, צריכת מים מרובה לגינון, עלויות סלילת כבישים עקב בלאי גבוה ותחלופה גבוהה של תושבים (אגמון, 2010). בנוסף, קיים מחסור משמעותי של עובדים במקצועות חיוניים רבים, ובהם עובדי מדינה, מורים ורופאים (Stylidis et al., 2015). אתגר נוסף שהעיר מתמודדת איתה הוא תחרות עם העיר עקבה, שבה פועל אזור כלכלי מיוחד שמנוהל בידי רשות מיוחדת. אזור זה נמצא בנקודה אסטרטגית על פרשת דרכים ונחשב לבעל גישה נרחבת לשוקי העולם בשל מיקומו האסטרטגי, תשתיות התחבורה המגוונות שיש בו וההסכמים המסחריים הבינלאומיים שעליהם חתומה ירדן עם ארצות הברית, האיחוד האירופי ומדינות הליגה הערבית (פתאל, 2015).

**מחקר איכותני: נציגי המגזר העסקי-תיירותי ונציגי הרשות המוניציפלית**

החלק האיכותני של המחקר כלל ראיונות עומק חצי-מובנים עם שתי קבוצות בעלי עניין מרכזיות בענף התיירות בעיר אילת: נציגי המגזר העסקי-תיירותי (תיירנים, מסעדנים ומלונאים) ונציגי הרשות המוניציפלית – קובעי ומעצבי מדיניות התיירות בעיריית אילת. משתתפי המחקר האיכותני נבחרו מאחר שהם מכירים מקרוב את המרקם העירוני בעיר אילת ופועלים בתוכו שנים רבות. סף הכול נערכו 16 ראיונות (ראו פירוט מרואיינים בטבלה מס' 2). בראיונות עימם התבקשו בעלי העניין להביע את דעתם על האפשרות של פיתוח תיירות עירונית באילת והשפעותיה על כלכלה מקומית מקיימת. מלבד זאת, הם נשאלו באופן ספציפי על מצב התיירות בעיר ושילוב התושבים בפיתוח התיירות. שאלות נוספות עסקו במיתוג העיר והסיפור המקומי של אילת וכן במצב התחבורה הציבורית בעיר. תחבורה ציבורית עשויה להוות משתנה רב משמעות בהקשר של פיתוח תיירות עירונית בשל היכולת שלה להנגיש חלקים מרוחקים של העיר לתיירים. כמו כן, תיירים רבים מגיעים לעיר בטיסה, דבר המחייב תשתית תחבורה ציבורית טובה ונגישה שתאפשר להם להתנייד בעיר בעת שהותם.

**טבלה 2.** נציגי הרשות המוניציפלית ונציגי המגזר העסקי-תיירותי שהשתתפו במחקר

|  |  |
| --- | --- |
| שם המרואיין/ת | עיסוק |
|  | רשות מוניציפלית |
| יוסי חן | מנכ"ל תאגיד התיירות |
| מאיר יצחק הלוי | ראש עיריית אילת לשעבר וסגן שרת החינוך |
| מרלן רוזנפלד | מנהלת האגף הכלכלי ופיתוח יזמות עסקי בעיריית אילת |
| אלי לנקרי | ראש עיריית אילת |
|  | **תחבורה** |
| קובי נחמני | מנהל אגד, סניף אילת |
|  | **הסעדה** |
| אדי כרמל | בעלים – מסעדת פורטונה |
| יובל זיו | בעלים – מאפיית ברויטמן |
| דרור הרוש | בעלים – מסעדת פדרו |
|  | **אטרקציות** |
| אמיר אלקיים  | אומן מקומי ובעל מוזיאון |
| ערן לס | יזם מקומי בעל בית יין ומלון יין ראשון בהקמה באזור התעשייה |
| יעל לרנר  | מדריכת טיולים וסיורים עירוניים |
|  | **לינה** |
| גיא מלר  | רואה חשבון מוביל באילת שותף בפירמה BDO ויזם מקומי Airbnb |
| שני רוזנווסר | יזמית דירות אירוח בשכונת יעלים |
| אבי כראל  | מסעדן ויזם מלונאות בראון |
|  | **אזור התיירות** |
| ד"ר רונן שי | מלונאי לשעבר, מנכ"ל רדיו "קול הים האדום" ויועץ לחברות |
| ליאור פייקין | בעלים – מסעדת ברביס |

הנתונים שנאספו במחקר האיכותני קובצו לתמות (קטגוריות) שיתוארו להלן. מן הנתונים עלו ארבע תמות עיקריות שיוחסה להן חשיבות קריטית בפיתוח תיירות אורבנית בעיר אילת: (1) שיתופי פעולה בין בעלי העניין בענף התיירות בעיר; (2) השתתפות קהילתית בפיתוח תיירות אורבנית בעיר; (3) פיתוח תשתיות מתאימות לביסוס תיירות אורבנית בעיר; ו-(4) שמירה על מרקם החיים של תושבי העיר.

### *שיתופי פעולה בין בעלי עניין*

המרואיינים הביעו תמיכה בפיתוח תיירות אורבנית באילת, אך הסבירו כי מהלך כזה יחייב שיתופי פעולה בין בעלי העניין בענפי התיירות והפנאי בעיר – על בסיס הידברות והבנה של הצרכים המוניציפליים הייחודיים של העיר ושל המשאבים הנדרשים לקיומה של תיירות אורבנית משגשגת. בהקשר זה, מדריכת הטיולים יעל לרנר אמרה: "הייתי מקימה גוף מסודר שייצר פורומים של שיתופי פעולה בין כל הגורמים בעיר: מסעדות, מועדוני צלילה וכו'... אני מאוד מאמינה בחיבורים". מדברים אלו עולה החשיבות של שיתופי הפעולה לטובת פיתוח תיירות אורבנית. המסעדן אבי כראל הרחיב בנושא זה והסביר כי פיתוח תיירות אורבנית צריך להיות חלק ממהלך שיפעל "על בסיס משולש הקסם: רשות מקומית, שמגדירה מה היא מתכננת ומשקיעה בפיתוח, יזמים, שצריך לעודד אותם להגיע ולהשקיע בעיר [לא להתבסס רק על יזמים מקומיים], וגורמי מימון – בנקים ומוסדות אחרים שמאמינים ביזמות מקומית". מדברים אלו עולה החשיבות של שילוב מנגנוני הממשל והרשויות לצד גופים פרטיים כמו יזמים ובנקים. בדומה לו, ראש העיר אילת לשעבר מאיר יצחק הלוי סבור כי "צריך לייצר עירוב שימושים... צריכים לדור יחדיו תושבים, עסקים, תיירים, וצריך לעשות הכול כדי לאפשר את התהליך ולעודד אותו".

בהמשך לדבריהם על החשיבות של שיתופי פעולה בין בעלי עניין, הביעו המרואיינים דאגה ממיעוט שיתופי פעולה אלה. המסעדן ליאור פייקין ציין כי "[כיום] חסר פה מערך שעובד ביחד, זה נראה שכל אחד לעצמו ולאינטרסים שלו". מדבריו של פייקין עולה שכיום כמעט אין שיתופי פעולה בין בעלי עניין. את דבריו מחזק בעל המוזיאון לאומנות אמיר אלקיים הסבור שהרשות המקומית אינה פועלת לאפשר שיתופי פעולה כאלה: "כיום אין שיתוף פעולה מצד הרשות המקומית... חובה לשלב גם קולינריה בשכונה הזו וניתן ליצור כאן רצף של כל בעלי העניין – שיהיו כאן בתי קפה ומסעדות רחוב קטנות ובתוכם יציגו האומנים את עבודותיהם והכל יהיה משולב ויהיה רצף של דברים". מדבריו של אלקיים עולה החשיבות של יצירת מרחב משותף שבמסגרתו תחומי עניין שונים ישתלבו וישקפו מרקם חי ופועם של העיר.

מעניין לראות שהמרואיינים סבורים כי תיירות אורבנית, לכשתתפתח, לא תפגע בתיירות החופים והנופש הקיימת באזור המלונות המרכזי, אלא דווקא תפרה ותעשיר אותה. בהקשר זה, היזם גיא מלר ציין כי "מדובר בפלחי תיירות שונים המשלימים האחד את השני ותהיה כאן הפריה הדדית בוודאות. זה לא איום ולא צריך להוות שיקול בכלל". המסעדן ליאור פייקין סבור גם הוא ששני סוגי התיירות יכולים לדור בכפיפה אחת ומסביר זאת כך: "אם העיר תהיה כמו ברצלונה – עיר עם תוכן פנימי, ויגיעו פלחי שוק שלא מגיעים היום, אני בטוח שכולנו נרוויח מזה. האחד יפרה את השני... אין לי ספק שרק נרוויח מזה". דברים אלה מעידים על נקודת מבט שרואה בתיירות האורבנית כוח מניע שעשוי לקדם את העיר ואת תושביה באופן שלא יבוא על חשבון ענף התיירות הקיים.

### *השתתפות קהילתית בפיתוח תיירות אורבנית*

מהממצאים האיכותניים עולה החשיבות הרבה של שיתוף התושבים המקומיים בפיתוח תיירות אורבנית בעיר אילת. הדבר חשוב הן בהיבט תועלתני (גיוס המקומיים לטובת הצלחת מיזמי תיירות אורבנית) הן בהיבט אתי (שיפור מצבה של האוכלוסייה המקומית ושיתוף התושבים בקבלת החלטות הנוגעות לאזור מגוריהם הם עקרונות קריטיים בתיירות בת-קיימא). מנהלת האגף הכלכלי בעירייה אילת מרלן רוזנפלד הסבירה כי "גם היום שאנחנו מטיילים בעולם אנחנו מחפשים את המקומי, את הדברים האותנטיים, חיכוך עם התושבים. לשם אנחנו צריכים ללכת וכבר התחלנו". גם היזם גיא מלר סבור שצורך זה "בהחלט קיים, הקהל שמחפש חיכוך עם התושבים, אותנטיות...". מדברים אלו ניתן להסיק עד כמה האלמנטים של אותנטיות ומקומיות (לוקאליות) הם קריטיים בפיתוח תיירות אורבנית. ראש העיר הנוכחי אלי לנקרי אמר כי "יש לזה גם אמירה סוציולוגית חשובה והייתי מחבר את התושבים לתיירות של העיר. במסגרת המהפכה התרבותית שאני מוביל אנחנו למעשה מכוונים להיכנס לתוך העיר ואני מאמין בזה בכל ליבי".

המסעדן יובל זיו סבור שחשוב לערב את התושבים בקבלת החלטות בפיתוח תיירות אורבנית: "חובה לשתף את התושב כי בלי שביעות רצון של התושב יהיה קשה לחדור לתוך השכונות ולהציף אותן בתיירים". כך או כך, גם היזם ערן לס מדגיש את החשיבות שיש לשיתוף התושבים: "כלכלה מקומית צריכה להיות משהו שנשען באופן מסוים על תושבי העיר... אני מסכים כי הכלכלה המקומית יכולה להוות מנוף לתיירות". המסעדן ליאור פייקין רואה בתיירות תופעה שנוגעת לכלל התושבים ולא רק לתיירנים ואנשי עסקים: "איך קראת לי? תיירן? לדעתי כולנו תיירנים, בעצם העובדה שאנחנו גרים בעיר תיירות זה הופך את כולנו לתיירנים ולא רק לבעלי העסקים. תיירות היא העסק של כולם!". בדומה, המסעדן דרור הרוש סבור שיש לחבר את התיירים לשכונות: "למשל פסטיבל הג'אז הבינלאומי השנתי... הייתי מוציא אותו מאזור התיירות ומפזר אותו בשכונות – במסעדות, פאבים ובתי קפה. צריך לקחת את הכסף הגדול הזה ובמקום לשים אותו במקום אחד אז לחלק אותו להרבה מקומות קטנים בתוך העיר ושכונותיה. רק מודל כזה יוכל לחבר תיירים לשכונות. עדיף לעיר שלנו מאה הצגות קטנות במקום אחת גדולה". דברים אלה מעידים על תפיסה שמעדיפה את הסיפור "הקטן והמקומי" על פני הפקות ענק במתחמים מרכזיים.

שיתוף תושבי אילת בפיתוח תיירות אורבנית מתואר כאלמנט חיוני ליצירת חוויה תיירותית מקומית, כפי שהסביר מנכ"ל תאגיד התיירות יוסי חן: "לדעתי המשווק הטוב ביותר לעיר ומי שידע לספר את הסיפור בצורה הטובה ביותר הוא התושב, ולכן לדעתי חשוב לשתף אותו בפיתוח תיירות האורבנית". מדריכת הטיולים יעל לרנר הדגישה את חשיבותם של המקומיים באומרה: "האילתים הם הסיפור ולא רק נותני שירותים לבתי המלון. התיירים יוצאים בהלם מסיורים מקומיים בעיר, הם לא מצפים לראות את הדברים הללו, הם מגיעים למקומות ומתעלפים. אני מספרת להם את הסיפור ואז הם שומעים אותו גם מהתושבים. הם מרגישים את האנשים מאחורי המקום". גם בעל המוזיאון אמיר אלקיים רואה את חשיבות הסיפור המקומי: "כאן בשכונה יש את הסיפור של האוכלוסייה. יש כאן שישים אומנים שרוצים לספר את הסיפור שלהם". מדברים אלו עולה ההבנה שאת הסיפור המקומי של העיר צריכים לספר התושבים בעצמם.

מרואיינים נוספים ציינו את החשיבות של שילוב תוכני תיירות ופנאי בשכונות עצמן. מנהלת האגף הכלכלי בעיריית אילת מרלן רוזנפלד הסבירה: "[אני] מכוונת מטרה בדיוק לכיוון של פיתוח כלכלי בשיתוף התושבים והכנסת התכנים לתוך השכונות". כמוה, גם מדריכת הטיולים יעל לרנר רואה חשיבות רבה בשיתוף התושבים ומייחסת למהלך זה אקט של העצמה: "כל העניין בתיירות אורבנית זה גם לשלב את האוכלוסייה המקומית ובכך למעשה גם לפתח את הכלכלה המקומית המקיימת. אני רוצה להעצים אנשים". דבריהן של רוזנפלד ולרנר ממחישות את החשיבות של שיתוף התושבים לא רק כמנוע צמיחה תיירותי, אלא גם כצעד להעצמת התושבים.

למרות ההכרה בצורך לשלב תושבים בפיתוח וניהול תיירות אורבנית, חלק מהמרואיינים הפגינו יחס מסויג ולעיתים אף מתנשא כלפיהם. המסעדן ליאור פייקין, למשל, טען כי "חסרים פה אנשי מקצוע שילמדו את העיר והתושבים מה זה תייר ומה זו תיירות. זה מתחיל בשלב מאוד מוקדם, אני מדבר פה על חינוך מהגיל הצעיר". מאיר יצחק הלוי, ראש העיר לשעבר, אמר דברים דומים: "בסוף כשאתה גר בעיר מארחת אתה גם צריך להיות בנוי לזה לקבל כלים וללמוד איך לארח. אחד התפקידים העיקריים שלי כראש עיר וכמחזיק תיק החינוך היה להתוות מדיניות חינוך כבר משלב הגן של אירוח והסבר פניך לתייר, אורך רוח, סבלנות והבנה". מנכ"ל תאגיד התיירות העיר יוסי חן קבל על היחס שמתואר לעיל כלפי התושבים: "ישנם בעלי תפקידים ברשות המקומית שמבחינתם התושב קיים כדי לשרת את התיירות, עד כדי כך שיש כאלה שאומרים לעובדי בתי המלון שלא יגיעו עם רכב לעבודה כדי לא לתפוס חניות לאורחים". באופן דומה, היזמית שני רוזנווסר התבטאה באומרה: "הייתי פורשת את התיירות ברחבי העיר, משלבת את התיירות בקהילה עם התושבים. יש היום הרגשה של ניכור, התיירים אומנם מפרנסים אותנו אך משתלטים לנו על משאבי הטבע, מקומות החנייה, תשתיות וכו'". דברים אלה מלמדים כי מצד אחד התושבים תלויים בענף התיירות, אך מן הצד האחר התיירות פוגעת במארג החיים היומיומי שלהם.

### *פיתוח תשתיות לתיירות אורבנית*

מדברי המרואיינים עולה תמונה של מחסור בתשתיות וכן תשתיות קיימות לקויות, באופן שאינו הולם עיר תיירותית מרכזית ואינו מאפשר פיתוח נאות של תיירות אורבנית. היזם אבי כראל מתאר זאת כך: "באילת לא נבנה בית מלון כבר המון שנים וחשוב להבין למה זה קורה ואולי בזכות זה להבין למה תיירות אורבנית היא פתרון מצוין לכך". בעל המוזיאון אמיר אלקיים אמר: "הכול רדום כאילו אנחנו תקועים לפני חמישים שנה". מדברי המרואיינים עולה גם החשיבות של פיתוח אטרקציות בעיר, כפי שהסביר היזם גיא מלר: "אנחנו באמת בשלב שדורש פיתוח מחדש של אטרקציות נוספות כגון פארק מים... וגם פיתוח שכונות". עם זאת, מדברים אלה לא ברורה עד תום המשמעות של פיתוח שכונות וחשיבותו לפיתוח תיירות אורבנית.

מבין המרואיינים יש שאמרו שהעירייה לא יעילה דיה בהתוויית מדיניות לפיתוח התיירות בעיר. המסעדן יובל זיו תיאר זאת כך: "העירייה חייבת להכתיב את המדיניות ולצערי היא לא נוקטת שום צעד. אין לי ספק שאם הרשות המקומית הייתה מכתיבה מדיניות לטובת פיתוח תיירות אורבנית אז זה היה מתעורר וטס קדימה... יש לזה פוטנציאל אדיר". מנגד, נשמעו גם קולות על צעדים חשובים שננקטים בניסיון לקדם את התשתיות בעיר. מנכ"ל תאגיד התיירות יוסי חן ציין כי "כיום אנו עובדים על אזור התעשייה הישן לשינוי תב"ע (תכנון בניין עיר) והוא אמור להפוך להיות תעשיה מגורים וקולינריה". מנהלת האגף הכלכלי בעירייה מרלן רוזנפלד גם הפגינה אופטימיות: "בתוך אזור התעשייה בוצע שינוי תב"ע ומתבצע עירוב שימושים של מגורים, מסחר, בילוי ואטרקציות. קיימת מגמה של התחדשות עירונית בליווי עירוב שימושים, כחלק מתפיסה עירונית כוללת של מיקום מקומות תיירותיים אסטרטגיים בתוך העיר".

דבריה של רוזנפלד נוגעים לסוגיה חשובה מאוד בהקשר של תיירות אורבנית: עירוב שימושים (mixed-use development). התפיסה של עירוב שימושים רואה בעיר מרחב אחד, חי ופועם, שבו פעילויות תיירות ופנאי נשזרות בכל תחומי החיים. גם בעל המוזיאון אמיר אלקיים סבור שפיתוח תשתיות תומכות תיירות יביא לתנופה בשכונות: "ברור, יהיו חייבים להשקיע כאן בפיתוח. אפשר להשתמש למשל בחצרות הבתים של הבתים בשכונה ולאפשר לתושבים להתפרנס מהן. אם מביאים אדריכל ובהשקעה מינימלית עושים גגות משותפים אז ניתן לתת לאנשים לפתוח בית קפה קטן, אוכל רחוב מקומי, וכך אנשים יוכלו להרוויח". מדברים אלו ואחרים ניתן ללמוד על החשיבות שהמרואיינים מייחסים לחיבור של כל חלקי העיר וליצירת רצף טריטוריאלי אחד שבו התיירות משולבת ושזורה בכל מרקם החיים בעיר.

בהקשר של פיתוח תשתיות מתאימות עלה גם הצורך ביצירת אפשרויות לינה ובילוי זולות. המסעדן דרור הרוש הסביר זאת כך: "אנשים מיצו את הגודל והיוקרה. המוצר שאנחנו מדברים עליו הוא זול יותר והיום זה מה שצריך – להוזיל את המוצר התיירותי". מדריכת הטיולים יעל לרנר אמרה כי "תיירות טובה היא תיירות עם נשמה. הצורך שעולה עכשיו הוא לינה זולה של תיירות פנים ותיירות נכנסת". מתיאורים אלה ניתן ללמוד על תפיסה שרואה בתיירות אורבנית עניין שהוא "מחובר", משמע זול, קרוב ונגיש, ההיפך מהתיירות הקונבנציונלית באילת שמבוססת על המלונות הגדולים, היקרים והמנוכרים.

### *שמירה על איכות חיי המקומיים*

מהממצאים עולה תמיכה ברורה מצד המרואיינים בפיתוח תיירות אורבנית, אך גם דאגה מפני פגיעה אפשרית במרקם החיים העדין של העיר ותושביה. היזם גיא מלר הסביר זאת כך: "חייבים לאגד ולבצע רגולציה לנושא הלינה העירונית כדי שלא תהווה מטרד. לא מספיק להנגיש לתייר את השכונות והתושבים. נדרש לצקת תוכן ולבצע רגולציה על מנת לתת לתייר את מבוקשו בלי פגיעה באיכות החיים של התושבים המקומיים". בהמשך הוא ציין כי "לא הייתי רוצה שבשכונות המגורים תהיה סצנה תיירותית של אלכוהול וכל מה שמתלווה לכך". מדבריו של מלר עולה הדאגה בנוגע לשמירה על מרקם החיים התקין בשכונות העיר והחשש מחשיפה של סצנת תיירות בלתי הולמת לאוכלוסייה המקומית, ובה ילדים, נוער ואוכלוסייה מבוגרת. גם ראש העיר לשעבר מאיר יצחק הלוי סבור שחשוב לשמור על מידתיות ולמצוא איזונים מתאימים: "זה קריטי לשמור על המרחב האינטימי של התושב שפתאום מאבד מהפרטיות שלו, ולכן חייבים למצוא את האיזון והמינונים הנכונים". האיזונים והמינונים הנכונים לדבריו של מאיר יצחק הלוי חשובים לשמירה על פרטיות התושבים ולשמירה על האופי האינטימי של שכונות העיר.

בהקשר דומה, מרואיינים אחדים הביעו תמיכה ברגולציה קפדנית יותר על תחום הלינה המסחרית במסגרת Airbnb ודומיה. כפי שטען המלונאי רונן שי: "אני לא מאמין ב-Airbnb באופן שהוא מתנהל כיום בעיר אילת. הוא לא מאורגן ומסודר אלא מפוזר בלי פיקוח בשכונות בצורה פרטיזנית". באופן דומה קבע ראש העיר לשעבר מאיר יצחק הלוי: "אנחנו גם צריכים לפעול לרגולציה משמעותית בכל הקשור ל-Airbnb". מדברים אלה עולה הצורך בהפעלה של מנגנוני רגולציה על לינות תיירים באזורי המגורים שמתבצעות במסגרת פלטפורמות הכלכלה השיתופית. תפיסה זו מעלה את השאלה כיצד תבוצע רגולציה כזו והאם המניעים לביצועה אינם חפים מאינטרסים של בעלי עניין אחרים, בתי המלון, למשל, המעוניינים בחסימת התחרות.

הצורך במציאת איזונים מתאימים למען שמירה על איכות החיים של התושבים הודגש גם על ידי היזמית שני רוזנווסר: "לדעתי לא צריך לאפשר תיירות בכל השכונות. מן הסתם יש שכונות שקטות יותר שבהן מחפשים התושבים פחות רעש, פחות התרחשויות ויותר איכות חיים שקטה, למרות שגם שם ניתן לקיים אירועי פופ-אפ זמניים ולאו דווקא לייצר סצנה תיירותית קבועה". דבריה של רוזנווסר מעידים על רצון להנהיג מדיניות גמישה שמביאה בחשבון את האופי של השכונות ואת מרקם החיים בכל השכונות, כדי להתאים לכל שכונה את אופי הפעילות המתאים לתושביה.

במבט כללי על ממצאי הראיונות ניתן לזהות את החשיבות הרבה הקיימת לפיתוח תיירות אורבנית, כחלק מההבנה שהעיר אילת נמצאת בנקודת קיפאון או אפילו נסיגה. המרואיינים מזהים את החשיבות של פיתוח תיירות אורבנית ומכירים בצורך הקריטי לשתף את התושבים בפיתוחה. עם זאת, אצל אחדים מהם ניכרת עדיין גישה שרואה בתושבים המקומיים מי שאמורים "לשרת" את התיירים, מה שעלול להעיב על פיתוח תיירות אורבנית בת-קיימא. נוסף על כך עלתה החשיבות של שיתופי פעולה ויצירת רצף פיזי ורעיוני בין כל חלקי העיר ובין כל בעלי העניין, החל ברשות המקומית, המשך בעסקים וכלה בתושבים עצמם. עוד עולה מהממצאים הצורך לאזן בין פיתוח התיירות ובין השמירה על איכות חיי התושבים. ממצאי המחקר האיכותני מצביעים גם על הצורך הקריטי בפיתוח תשתיות הולמות בהקשר של תחבורה, חדרי לינה מתאימים ועוד.

**מחקר כמותי: תיירים ותושבים מקומיים**

במסגרת החלק הכמותי של העבודה נבחנו עמדותיהן של שתי קבוצות בעלי העניין הנוספות שנכללות במחקר: תיירים ישראליים שמבקרים באילת ותושבים מקומיים. סך הכל במחקר זה לקחו חלק 309 משתתפים, מתוכם 147 היו תושבים מקומיים ו-162 היו תיירי פנים. המחקר הכמותי התבצע באמצעות שאלונים דיגיטליים נפרדים לתיירים ולתושבים. השאלון לתושבים הופץ באמצעות קישור למכשירי הסלולר וברשתות החברתיות השונות, והשאלון לתיירים הופץ במקומות לינה ו/או אטרקציות תיירותיות.

*סקר התיירים*

סקר התיירים נערך באמצעות מדגם ייעודי-שיפוטי, הפעם של כ-162 תיירי פנים ישראלים מעל גיל 18 הנופשים באילת (הפרופיל המלא של המשתתפים מוצג בטבלה מס' 2). המטרה היתה להגיע למדגם הטרוגני ככל האפשר של תיירים, אך ללא שימוש באסטרטגיית דגימה הסתברותית. השאלונים עצמם חולקו באמצעות "סקר יירוט" (intercept survey), שבמסגרתו אותרו משיבים בבתי מלון ואתרי תיירות באילת בהם ביקרו ותיירו. עמדות וההעדפות התיירים נבחנו באמצעות שאלון מובנה עם שאלות סגורות (דירוג בסולם ליקרט או שאלות רב-ברירה). השאלון כלל שאלות על האטרקטיביות הנתפסת של פיתוח תיירות עירונית בעיר אילת בעיני התיירים. עוד בחן השאלון באיזו מידה ירצו תיירים להאריך את השהות בעיר אם יהיו במקום אטרקציות שיתבססו על תיירות עירונית. השאלון כלל ארבעה חלקים: (1) שאלות רקע סוציו-דמוגרפיות; (2) מידת העדפה של סוגי תיירות עירונית לפי אטרקציות שונות, כגון תרבות מקומית, קולינריה, אומנות, סיורים מודרכים בתוך השכונות ובקהילה, היסטוריה מקומית וסיפורי מורשת עירוניים; (3) תפיסות בנוגע לפגיעה אפשרית בתיירות הנופש הקיימת באילת; (4) מידת החשיפה הקיימת של התייר להיצע התיירות העירונית של העיר.

**טבלה 3. פרופיל משתתפי המחקר – תיירים**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| מאפיין | מספר משיבים | שיעור משיבים (%) |
| מין |  |  |
| גבר | 62 | 42.47 |
| אישה | 83 | 56.85 |
| אחר | 1 | 0.68 |
| קבוצת גיל |  |  |
| 18–22 | 9 | 6.16 |
| 23–26 | 47 | 32.19 |
| 27–39 | 22 | 15.06 |
| 40–45 | 28 | 19.17 |
| 46–51 | 19 | 13.01 |
| 51–75 | 21 | 14.38 |
| +75 | 0 | 0.00 |
| מצב משפחתי |  |  |
| בזוגיות | 104 | 71.23 |
| לא בזוגיות | 42 | 28.77 |
| מספר ילדים |  |  |
| 0 | 80 | 54.79 |
| 1 | 12 | 8.57 |
| 2 | 19 | 13.01 |
| 3 | 19 | 13.01 |
| +4 | 16 | 10.95 |
| אזור מגורים בארץ |  |  |
| צפון | 13 | 8.9 |
| שרון | 24 | 16.44 |
| מרכז  | 43 | 29.45 |
| שפלה | 7 | 4.79 |
| ירושלים והסביבה | 36 | 24.66 |
| דרום | 23 | 15.75 |
| סוג יישוב המגורים |  |  |
| עירוני גדול (מעל 200,000) | 80 | 55.17 |
| עירוני קטן/בינוני (מתחת ל-200,000) | 28 | 19.31 |
| כפרי (קיבוץ, מושב, יישוב קהילתי) | 37 | 25.52 |
| תעסוקה |  |  |
| שכיר | 60 | 41.1 |
| עצמאי | 23 | 15.75 |
| סטודנט | 55 | 37.67 |
| חייל | 2 | 1.37 |
| מובטל | 1 | 2.05 |
| גמלאי | 3 | 0.68 |
| אחר | 2 | 1.37 |
| השכלה |  |  |
| עד 12 שנות לימוד | 51 | 34.93 |
| עד 15 שנות לימוד | 52 | 35.62 |
| עד 18 שנות לימוד | 38 | 26.03 |
| מעל 18 שנות לימוד | 5 | 3.42 |
| הכנסה חודשית  |  |  |
| הרבה מעל הממוצע | 27 | 19.57 |
| מעט מעל הממוצע | 40 | 28.99 |
| סביב הממוצע | 27 | 19.57 |
| מעט מתחת לממוצע | 21 | 15.22 |
| הרבה מתחת לממוצע | 23 | 16.67 |

בהתייחס להרגלי הביקורים באילת עצמה, 57 משיבים (35%) דיווחו כי הם נוהגים לפקוד את אילת לפחות פעם בשנה ו-106 (65%) מבקרים באילת בעיקר למטרות נופש ומרגוע. רוב גדול של המשיבים (126, 78%) נוהג לשהות עד שלושה לילות בעת חופשתו בעיר. כ-115 (70%) מעדיפים לינה באזור התיירות המרכזי בקרבת הים, ו-60% מעדיף לנפוש במלונות הגדולים. בנוגע לתפיסתם של המשיבים את אילת כיעד תיירותי, כפי שאפשר להיווכח מהנתונים המוצגים בטבלה 4, רוב המשתתפים בסקר לא מרוצים ממצב ענף התיירות באילת. ההיגדים הטוענים כי אילת היא עיר משעממת וכי מלבד אזור התיירות המרכזי אין מה לעשות בה זכו לממוצעים גבוהים יחסית (3.60 ו-3.48, בהתאמה), ואילו ההיגדים שהציגו שביעות רצון מהמצב הנוכחי ומהתיירות העירונית שמתפתחת בעיר זכו לממוצעים נמוכים יחסית. נוסף על כך, כפי שניתן לראות בטבלה 5, המשתתפים הביעו שביעות רצון גבוהה יחסית ממאפייני הביטחון האישי והקניות בעת חופשתם האחרונה בעיר, אך פחות מהקולינריה, מהפעילויות והאטרקציות ומחיי לילה. המאפיינים של סביבה תיירותית אותנטית ואירועים ותרבות זכו לממוצעי שביעות הרצון הנמוכים ביותר.

**טבלה 4. תפיסות בנוגע לאילת כעיר תיירות – סקר התיירים**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ממוצע\* | סטיית תקן |
| פרט לאזור התיירות המוכר לאורך החופים והמלונות, אין מה לעשות באילת | 3.60 | 1.14 |
| אילת משעממת, כבר שנים שלא התפתחה תיירותית | 3.48 | 1.14 |
| ההפרדה הקיימת בין אזור התיירות לבין אזור המגורים היא שהופכת את אילת לאטרקטיבית מבחינה תיירותית | 3.04 | 1.157 |
| חשוב לחבר את אזור התיירות לאזור המגורים ולעודד תנועת תיירים ברחבי העיר כולה | 3.02 | 1.20 |
| לאחרונה מתפתחת באילת תיירות עירונית הכוללת קולינריה מקומית, סיורים עירוניים, תרבות יין, הצגות, מוזיאונים וגלריות וכיו"ב | 2.83 | 1.05 |
| אילת מדהימה בדיוק כפי שהיא, לא הייתי משנה בה דבר | 2.23 | 0.88 |

∗ הנשאלים התבקשו לציין את מידת הסכמתם / אי-הסכמתם לנאמר בכל היגד על סקאלה שנעה מ-1 (כלל לא מסכים) עד 5 (מאוד מסכים).

**טבלה 5. שביעות רצון ממאפייני סביבת הלינה בעת החופשה האחרונה באילת**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| מאפיין  | ממוצע\* | סטיית תקן |
| ביטחון אישי  | 4.13 | 0.84 |
| קניות  | 4.01 | 0.96 |
| קולינריה | 3.55 | 1.10 |
| פעילויות ואטרקציות  | 3.51 | 1.03 |
| חיי לילה | 3.48 | 1.05 |
| אירועים ותרבות | 3.24 | 1.06 |
| סביבה תיירותית אותנטית  | 3.22 | 1.11 |

∗ הנשאלים התבקשו לדרג את מידת שביעות רצונם מהמאפיינים השונים בסביבת מקום הלינה בעת חופשתם האחרונה באילת על סקאלה שנעה מ-1 (מאוד לא מרוצה) עד 5 (מאוד מרוצה).

בחלקו העיקרי של שאלון המחקר נבחנו שינויים אפשריים של הרגלי הצריכה התיירותיים במצב שבו תתפתח באילת תיירות עירונית. כפי שניתן לראות בטבלה 6, במצב כזה הפעילות המבוקשת ביותר תהיה התנסות בקולינריה מקומית, ולאחריה ביקור באירועי תרבות, קניות בחנויות רחוב וביקור בגלריות ובמוזיאונים. למרות שסיורים עירוניים ולינה עירונית זכו לממוצעים נמוכים יחסית, כשליש מהמדגם הביע עניין רב בפעילויות אלו.

**טבלה 6. העדפות של פעילויות בתיירות אורבנית באילת**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **פעילויות בתיירות אורבנית** | **ממוצע∗** | **מספר משיבים שהביעו****עניין רב בפעילות¥** |
| **קולינריה מקומית** | 3.97 | 111 (74%) |
| **ביקור באירועי תרבות** | 3.45 | 85 (57%) |
| **קניות בחנויות רחוב** | 3.36 | 75 (50%) |
| **ביקור בגלריות ומוזיאונים** | 3.15 | 68 (45%) |
| **סיורים עירוניים** | 2.89 | 49 (33%) |
| **לינה עירונית בשכונות המגורים** | 2.83 | 49 (33%) |

∗ הנשאלים התבקשו לדרג את מידת העניין שלהם בפעילויות תיירות אורבנית בעיר אילת על סקאלה שנעה מ-1 (במידה מעטה מאוד) עד 5 (במידה רבה מאוד).

¥ משיבים שענו "במידה רבה" או "במידה רבה מאוד".

באופן כללי יותר, כ-62 משיבים (41.3%) ציינו כי הם מרוצים או מרוצים מאוד מההיצע התיירותי באילת, ואילו 61 משיבים (40.6%) ציינו כי הם לא מרוצים. 27 משיבים (18.0%) ציינו כי בעת חופשותיהם הם כלל לא יוצאים מאזור התיירות והמלונות המרכזי ולכן השאלה כלל אינה רלוונטית עבורם. משתתפי המחקר התבקשו לציין גם באיזו מידה הם ישנו את משך חופשתם ותדירות הגעתם לאילת אם תתפתח בעיר תיירות עירונית, לרבות פסטיבלים, שווקים, תיאטרון, אומנות וקולינריה מקומית. רוב המשיבים (103, 69%) העריך כי זמן חופשתו תתארך כתוצאה מפיתוח תיירות עירונית, ו-76% (113 משיבים) העריכו כי תדירות הגעתם לאילת תשתנה כתוצאה מפיתוח תיירות עירונית.

*סקר התושבים המקומיים*

הסקר בקרב התושבים המקומיים נערך גם הוא באמצעות מדגם ייעודי-שיפוטי (heterogeneous-purposive sampling) של 147 משתתפים, עם נציגות של תושבים מכל השכונות המרכזיות (צפוניות, מערביות ודרומיות) בעיר אילת. משתתפי המחקר הם בני 18 ומעלה שמתגוררים בעיר אילת לפחות כשנתיים. המטרה היתה להגיע למדגם הטרוגני ככל האפשר של תושבים, אך ללא שימוש באסטרטגיית דגימה הסתברותית. עמדות התושבים המקומיים נבחנו באמצעות שאלון מובנה עם שאלות סגורות (דירוג בסולם ליקרט או שאלות רב-ברירה). השאלון כלל שאלות בנוגע לתפיסות של התושבים המקומיים בנוגע להשפעות האפשריות של פיתוח תיירות עירונית בעיר על איכות חייהם, בדגש על שלושה היבטים: (1) השפעות כלכליות: אפשרויות פרנסה, שינוי בערך נדל"ן וכיו"ב; (2) השפעות חברתיות: שינויים בלכידות הקהילתית, שימור היחסים החברתיים וכיו"ב; (3) השפעות סביבתיות: שינויים באופי ובנראות של השכונה והסביבה.

טבלה 7 מציגה את הפרופיל המלא של תושבי אילת שהשתתפו במחקר. כפי שניתן לראות, 65 משיבים הם גברים (45.14%) ו-78 נשים (54.17%). טווח הגילים של משתתפי המחקר הוא 18–75, ומהם 84% בטווח של גיל 30 עד 60. בדומה לסקר התיירים, לא נרשמו משתתפים שגילם יותר מ-75, ואפשר לשער כי הסיבה לכך היא גישתם המוגבלת לאמצעים הדיגיטליים שדרכם הופץ קישור שאלון המחקר. אשר למצב המשפחתי, 124 מהמשיבים מצויים בזוגיות (86.11%) ו-20 מהם לא בזוגיות (13.89%). רוב המשתתפים נמצאים בזוגיות עם ילדים ו-57 ציינו שהם ללא ילדים (39.58%). כ-90 (62.50%) ממשתתפי המחקר ציינו כי הם מועסקים כשכירים ו-43 (30%) העידו כי הם מתפרנסים כעצמאיים. רוב המדגם, כ-85 משתתפים (60%) הם בעלי תואר אקדמי, בעוד ש-60 (40%) בעלי השכלה תיכונית בלבד. בנוגע להכנסתם החודשית (ברוטו) בהשוואה לממוצע הארצי, 74 (51.38%) ציינו כי הם משתכרים מעל הממוצע, 43 (29.86%) בקירוב לממוצע והשאר מתחת לממוצע. לפיכך, ניכר כי מדגם המחקר מורכב בעיקרו מתמהיל סוציו-דמוגרפי של משתתפים בגיל הביניים, משכילים וכאלה שמשתכרים מעל ממוצע השכר.

**טבלה 7. פרופיל משתתפי המחקר – תושבים מקומיים**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| מאפיין | מס משיבים | שיעור המשיבים |
| מין |
| גבר | 65 | 45.14 |
| אישה | 78 | 54.17 |
| אחר | 1 | 0.69 |
| קבוצת גיל |
| 18–22 | 1 | 0.69 |
| 23-19 | 6 | 4.16 |
| 30–39 | 24 | 16.67 |
| 40–49 | 42 | 29.16 |
| 50–59 | 51 | 35.41 |
| 60–69 | 16 | 11.11 |
| 69+ | 4 | 2.77 |
| מצב משפחתי |
| בזוגיות | 124 | 86.11 |
| לא בזוגיות | 20 | 13.89 |
| מספר ילדים |
| 0 | 57 | 39.58 |
| 1 | 24 | 16.67 |
| 2 | 22 | 15.28 |
| 3 | 28 | 19.44 |
| 4+ | 13 | 9.02 |
| תעסוקה |
| שכיר | 90 | 62.5 |
| עצמאי | 43 | 29.86 |
| אחר | 11 | 7.64 |
| השכלה |
| עד 12 שנות לימוד | 60 | 41.67 |
| עד 15 שנות לימוד | 29 | 20.14 |
| עד 18 שנות לימוד | 43 | 29.86 |
| מעל 18 שנות לימוד | 12 | 8.33 |
| הכנסה חודשית |
| הרבה מעל הממוצע | 17 | 11.81 |
| מעט מעל הממוצע | 57 | 39.58 |
| סביב הממוצע | 43 | 29.86 |
| מעט מתחת לממוצע | 18 | 12.50 |
| הרבה מתחת לממוצע | 9 | 6.25 |
| ותק כתושב אילת  |
| עד 5 שנים | 9 | 6.25 |
| עד 10 שנים | 6 | 4.2 |
| עד 20 שנים | 17 | 11.80 |
| מעל 20 שנים | 112 | 77.8 |
| שכונת מגורים באילת |
| שכונות ותיקות (א–ה) | 15 | 10.41 |
| שכונות ביניים (מערב 6, 7, גנים) | 46 | 31.94 |
| שכונות חדשות (שחמון) | 65 | 45.14 |
| אחר | 18 | 12.5 |
| סוג מגורים |
| דירה בשכירות  | 32 | 22.22 |
| דירה בבעלות | 40 | 27.78 |
| בית פרטי בשכירות | 7 | 4.86 |
| בית פרטי בבעלות | 60 | 41.67 |
| אחר | 5 | 3.47 |
| ענף תעסוקה |
| עסקים ומסחר | 31 | 21.52 |
| מלונאות ותיירות | 21 | 14.58 |
| הוראה | 15 | 10.41 |
| מגזר ציבורי | 37 | 25.70 |
| שירותים | 11 | 7.64 |
| סטודנט/ית | 2 | 1.38 |
| לא עובדת כרגע | 5 | 3.47 |
| אחר | 22 | 15.27 |

כפי שניתן לראות בטבלה 8, התושבים שהשתתפו בסקר רואים חשיבות רבה מאוד בתיירות עבור העיר, והם סבורים שיש לפעול לחדש ולגוון את ענף התיירות. בד בבד, הם מעוניינים שבעיר יפותחו מקורות פרנסה נוספים על מנת להפחית את התלות הגבוהה של העיר בתיירות.

**טבלה 8. תפיסות בנוגע לאילת כעיר תיירות – סקר התושבים**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ממוצע\* | סטיית תקן |
| נדרש להעשיר את המגוון התיירותי בעיר | 4.52 | 0.74 |
| ללא תיירות אין לעיר זכות קיום | 4.25 | 0.91 |
| התיירות באילת נמצאת בתקופת דעיכה לאור קיפאון בשנים האחרונות, לעומת התפתחות תיירותית של המתחרים | 3.99 | 1.169 |
| נדרש להפחית באופן מיידי את התלות של העיר בתיירות | 3.73 | 1.09 |

∗ הנשאלים התבקשו לציין את מידת הסכמתם / אי-הסכמתם לנאמר בכל היגד על סקאלה שנעה מ-1 (כלל לא מסכים) עד 5 (מאוד מסכים).

מתשובות התושבים ניכרת הסכמה כי פיתוח תיירות עירונית הוא בעל פוטנציאל רב לעיר לאילת. בתחילה המשיבים לשאלון התבקשו לציין אם לדעתם יש להפריד בין אזורי התיירות לאזורי המגורים בעיר. רק מיעוט זניח (12 משתתפים, 8.2%) סבור כי חייבת להיות הפרדה מוחלטת, ואילו 51 משיבים (34.7%) ציינו כי אומנם ההפרדה חשובה, אך אפשר לקיים ממשקים שונים בדמות אירועים נקודתיים. מנגד, רוב המשיבים (84, 57%) הביעו תמיכה נלהבת בדיפוזיה של התיירות אל אזורי המגורים בשכונות, מהם כ-30 משיבים (20.4%) הביעו תמיכה בקיום אירועים רבים שיהוו מוקדי משיכה תיירותיים לשכונות, ואילו 54 משיבים (36.7%) הרחיקו לכת אף יותר וציינו כי חובה למזג בין האזורים ולעודד תנועת תיירים בכל חלקי העיר.

כפי שניתן לראות בטבלה 9, בקרב תושבי העיר שהשתתפו במחקר יש הסכמה גורפת באשר להשפעה החיובית של תיירות עירונית על היבטים שונים של החיים בעיר, כולל פיתוח הכלכלה המקומית, מעורבות הקהילה בתיירות, חזות פני השכונות, תוספת מקומות עבודה, תשתיות עירוניות ודימוי העיר בעיניי תיירים. תפיסה מאוזנת יותר עלתה בקשר להשפעות התיירות העירונית על הפשיעה והביטחון האישי ועל איזור התיירות המרכזי, אם כי גם כאן רוב גדול של תושבים סבור כי לא תהיה השפעה או שההשפעה תהיה אפילו חיובית.

**טבלה 8. השפעות כלליות של תיירות עירונית**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | משפיעה במידה שלילית מאוד | משפיעה במידה שלילית | כלל לא משפיעה | משפיעה במידה חיובית | משפיעה במידה חיובית מאוד |
| פיתוח הכלכלה המקומית | 10.7% | 10.7% | 32.0% | 7249.0% | 6946.9% |
| מעורבות הקהילה בתיירות | 10.7% | 21.4% | 128.2% | 8457.1% | 4732.0% |
| חזות פני השכונות | 32.0% | 42.7% | 2416.4% | 5839.7% | 5739.0% |
| תוספת מקומות עבודה | 00.0% | 21.4% | 106.8% | 6544.5% | 6947.3% |
| תשתיות עירוניות | 21.4% | 2013.7% | 1913.0% | 4832.9% | 5739.0% |
| פשיעה וביטחון אישי | 74.8% | 3826.0% | 3221.9% | 3020.5% | 3926.7% |
| אזור התיירות המרכזי | 32.1% | 138.9% | 2819.2% | 6846.6% | 3423.3% |
| דימוי העיר בעיניי תיירים | 00.0% | 74.8% | 128.2% | 5940.4% | 6846.6% |

עוד עולה מהממצאים כי 85% מהנשאלים סבורים כי באמצעות ניהול ואכיפה נכונים של התיירות העירונית ניתן לשלוט במידה סבירה או רבה בהשפעות השליליות שהיא עלולה לייצר. כ-61% מהנשאלים סבורים כי יש לפתח את התיירות העירונית בכל רחבי העיר בהתאם לביקוש ולהיצע לעומת כ-30% הסבורים כי יש לפתחה רק בשכונות ייעודיות כגון שכונות ותיקות ו/או אזור התעשייה. רק 4% סבורים כי אין לפתח כלל תיירות עירונית באילת ולהשאיר את התיירים באזור התיירות כפי שמוגדר כיום.

טבלה 9 מציגה את תפיסות התושבים המקומיים באשר לתרומה של תיירות עירונית בהיבטים פוליטיים, כלכליים, חברתיים ותדמיתיים. לדעת התושבים התרומה הבולטת ביותר של תיירות עירונית היא שיפור המצב הכלכלי של העיר ותושביה, שיפור הדימוי של העיר ומיתוגה מחדש כעיר תיירות. גם על היבטים אחרים, כגון שיפור איכות חיי התושבים וחיזוק המבנה החברתי בעיר, משתתפי המחקר סבורים כי לתיירות עירונית תהיינה השפעה חיובית, אם כי במידה פחותה מאשר על ההיבטים הקודמים. נוסף על התרומה החיובית הכללית שהתושבים רואים בתיירות עירונית, חלק גדול מהם הביע רצון לקחת בה חלק פעיל, אם תתפתח. מרבית המשיבים (76.7%) הביעו רצון להשתלב בתיירות עירונית, בין אם בתעסוקה, בהשתתפות בתכנון ובפיתוח או בדרכים אחרות.

**טבלה 9. תרומה של פיתוח תיירות עירונית לעיר אילת**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ממוצע\* | סטיית תקן |
| תרומה פוליטית |  |  |
| פיתוח תיירות עירונית מואץ הוא תוצר של אכפתיות כלפי תושבי העיר מצד מקבלי ההחלטות | 3.81 | 1.03 |
| לתיירות העירונית יש השפעה מיידית על הפוליטיקה העירונית, היות שהיא משפיעה ישירות על איכות חיי התושבים  | 3.79 | 0.94 |
| שילוב תיירות עירונית בעיר יתרום לכוחם הפוליטי של התושבים  | 3.48 | 1.03 |
| תרומה כלכלית |  |  |
| הגדלת ההיצע התיירותי בעיר, בדמות תיירות עירונית, יתרום כלכלית לעיר ותושביה  | 4.39 | 0.60 |
| הכנסות שמקורן בתיירות עירונית "נשארות בעיר" ואינן זולגות החוצה כמו בתיירות שאינה עירונית  | 3.99 | 0.85 |
| תושבי העיר אינם נדרשים בהכרח להתפרנס מתיירות כדי להרוויח ממנה  | 3.69 | 1.02 |
| תרומה חברתית |  |  |
| פיתוח תיירות עירונית בשכונות מוחלשות בעיר יגרום לשינוי הרכב האוכלוסייה בהן ולחיזוק המבנה החברתי | 3.73 | 0.99 |
| תיירות עירונית תפחית את הניכור בין תושבי העיר לתיירים שמבקרים בה | 3.60 | 1.02 |
| שילוב תיירות עירונית באילת יסייע בצמצום פערים חברתיים בין אוכלוסיות שונות בעיר | 3.50 | 0.998 |
| תרומה תדמיתית  |  |  |
| פיתוח תיירות עירונית ישפר משמעותית את תדמית העיר בעיני התיירים | 4.14 | 0.77 |
| פיתוח תיירות עירונית יסייע למיתוגה מחדש | 4.12 | 0.76 |
| תיירות באופן כללי תורמת להעצמת שביעות רצונם של התושבים מהעיר עצמה | 3.73 | 0.91 |

\* הנשאלים התבקשו לציין את מידת הסכמתם או אי-הסכמתם לנאמר בכל היגד על סקאלה שנעה מ-1 (כלל לא מסכים) עד 5 (מאוד מסכים).

**דיון ומסקנות**

מחקר זה בחן את האפשרות לפיתוח תיירות עירונית באילת והציג פוטנציאל מבטיח לקידום כלכלה מקומית בת-קיימא בעיר (שאלת מחקר 1). המחקר זיהה ארבעה תנאים חיוניים לפיתוח ולניהול של תיירות עירונית מוצלחת: (1) שיתוף פעולה פעיל בין בעלי העניין השונים, כולל הרשות המקומית, הקהילה המקומית, מלונאים, תיירנים ומסעדנים; (2) השתתפות פעילה של הקהילה המקומית בתהליכי קבלת ההחלטות ובתועלות שמופקות מתיירות עירונית; (3) שדרוג התשתית הנדרשת, כגון פיתוח אפשרויות לינה זולות ומקומות בילוי בני-השגה, באופן שיתמוך בתיירות העירונית; (4) שמירה על מרקם החיים של התושבים המקומיים, עם הפרעות מינימליות לניהול התקין של אורח חיים העירוני.

ביחס לשאלת מחקר 2, בהתחשב בנקודות מבט של ארבעה גורמי מפתח (מגזר עסקי, נציגי הרשות המקומית, תיירים ותושבים מקומיים), המחקר מצא תמיכה רחבה בפיתוח תיירות עירונית באילת. בקרב הגורמים יש קונצנזוס שפיתוח כזה יכול להגביר את האטרקטיביות של אילת כעיר תיירותית ואף להאריך את השהייה של המבקרים בה. התיירים הביעו עניין מיוחד בתיירות עירונית שתשים דגש על קולינריה מקומית, אירועים תרבותיים, קניות רחוב, גלריות ומוזיאונים. התושבים המקומיים הביעו עמדה חיובית לפיתוח תיירות כזאת, אבל הדגישו את החשיבות של תכנון וניהול מדודים ומחושבים כדי להבטיח שהשפעות התיירות העירונית מבוקרות ונשלטות.

*השלכות תאורטיות*

מחקר זה חשף ביקוש גבוה לתיירות עירונית בעיר תיירות חוף טיפוסית, כלומר תיירות עירונית אינה מוגבלת רק למטרופולינים גדולים אלא יכולה להתקיים גם בערים קטנות יותר או בערי חוף תיירותיות מסורתיות המבוססות על "Sea, Sand and Sun" (ים, חול ושמש). ממצא זה מאתגר את התפיסה המקובלת לפיה תיירות עירונית מתאימה בעיקר לערים גלובליות מרכזיות (Hallmann et al., 2015). ממצאי המחקר עולים בקנה אחד עם מחקרי עבר שמצאו כי תיירים מחפשים חוויות עירוניות מגוונות ולא מסתפקים בביקור באטרקציות אייקוניות (Sedmak & Mihalic, 2008). הבעת נכונות לשהות ממושכת יותר מצביעה על ביקוש להיבטים עירוניים מגוונים, החל באירועי תרבות וכלה בחיי לילה תוססים. לפי אשוורת' ופייג' (Ashworth and Page, 2011), תיירות עירונית מאופיינת בריכוז של אטרקציות, מתקנים ופעילויות במרקם החיים העירוני. הממצא לפיו פיתוח של תיירות עירונית יביא לשהייה ממושכת של המבקרים בעיר מצביע שלתיירות עירונית יש פוטנציאל להגדיל גם את האטרקטיביות של החיים בעיר, להביא להתחדשות עירונית ולתרום לאיכות החיים של התושבים.

ממצאי המחקר הנוכחי מתכתבים עם גישות עכשוויות לפיתוח תיירות שרואות ערך רב בהיטמעות (זמנית) של התייר בקהילה המקומית וביצירת קשרים משמעותיים בין תיירים לתושבים מקומיים (Pappalepore et al., 2010). כאשר תיירים נטמעים במרקם החיים של העיר, כפי שמציע המחקר, המשמעות היא שאין הם רק צופים פסיביים, אלא משתתפים פעילים בחיים, בתרבות ובאירועים המקומיים. אינטראקציה זו היא בעלת פוטנציאל להעמיק את הבנתם והערכתם כלפי אילת ותושביה, ומרחבים משותפים לתיירים ותושבים יוצרים הזדמנויות ללמידה הדדית ולחוויות משותפות. על ידי שימת דגש על חיבור, מעורבות קהילתית ופיתוח תיירותי בר-קיימא, המחקר משקף גישה מתקדמת לפיתוח וניהול תיירות עירונית, כזו שבה הן העיר הן המבקרים בה נהנים מחוויות עמוקות ומשמעותיות יותר (Nilsson, 2020). במסגרת תיירות כזאת, למשל, תיירים יעדיפו ללמוד לבשל על ידי שפים מקומיים מאשר פשוט לאכול מטעמים במסעדות בעיר.

ההעדפות שהובעו על ידי תיירים פוטנציאליים באילת מצביעות על מגוון עמוק ורחב יותר של מניעים תיירותיים, בניגוד למקובל לחשוב כאילו המבקרים בעיר מגיעים בעיקר כדי לנפוש סביב הים והחופים. נראה שהמניעים התיירותיים של ישראלים ביחס לאילת התפתחו והשתכללו עם השנים, בהתאם למתואר בתאוריה הקלאסית של "סולם הקריירה התיירותית" (Travel Career Ladder) (Pearce, 2013). תיירים שמביעים עניין במאכלים מקומיים, באירועי תרבות ובחוויות קניות ייחודיות באילת משקפים את הרצון של תיירים לחוות חוויות אותנטיות ומעשירות, מעבר להדוניזם גרידא. למגמה זו של פיתוח שמעוגן במקומי ולא ביוזמות חיצוניות שמנותקות מהאינטרסים הקהילתיים יש פוטנציאל ממשי לתרום לקידום כלכלה מקומית מקיימת ולתיירות בת-קיימא (Hall, 2019), באופן שייטיב עם האוכלוסייה המקומית. אכן, סקר התושבים המקומיים במחקר העלה כי התמיכה הקהילתית בתיירות עירונית והנכונות לקחת בה חלק פעיל תלויות רבות ביכולת לפתח אותה ברוח הקיימות. נראה ששיתוף הקהילה האילתית בתכנון, בפיתוח ובניהול תיירות עירונית הוא קריטי להצלחת תיירות עירונית, בהתאם לגישת תיירות בת-קיימא (McKercher, 2003).

המחקר ממחיש את החשיבות שיש להשתתפות פעילה של בעלי עניין שונים (מרשות מקומית ועד תיירים), באופן שמאשש את תאוריית בעלי העניין, לפיה פיתוח תיירות צריך להתחשב באינטרסים של כל הקבוצות הרלוונטיות (Freeman, 1984). זאת ועוד, ממצאי המחקר מדגישים את החשיבות של שיתוף פעולה בין בעלי העניין השונים בתיירות עירונית למרות היריבויות וניגודי האינטרסים שעלולים להתגלות ביניהם. התיירות העירונית היא רב-גונית ומערבת סקטורים רבים – מתחבורה ועד מזון ולינה. גישה מקוטעת (פרגמנטציה) שאינה לוקחת בחשבון את האינטרסים של כלל בעלי העניין ואת החשיבות של סינכרוניזציה בין כלל הפעילויות עלולה לפגוע בחוויה של המבקרים בעיר (Lalicic & Önder, 2018). כאשר בעלי עניין משתפים פעולה למען מטרה משותפת הם יכולים להבטיח שכל ההיבטים של התיירות העירונית – מתשתיות פיזיות ועד קולינריה מקומית – יספקו יחדיו חוויה תיירותית הוליסטית ואטרקטיבית. שיתוף פעולה בין בעלי העניין תורם גם לאופטימיזציה של משאבים, שהם לרוב מוגבלים וחסרונם מהווה מכשול לפיתוח תיירותי. באמצעות שיתוף פעולה בעלי עניין יכולים לחלוק משאבים, ובכך למקסם את האפקטיביות של ההשקעות שלהם (Li et al., 2020). שיתוף של כלל בעלי העניין בקבלת החלטות בפיתוח וניהול תיירות עירונית, במיוחד של הקהילה המקומית (Shani & Pizam, 2012), מבטיח שההחלטות המתקבלות מביאות בחשבון את האינטרסים של כולם, ובאופן זה שומרות על איכות החיים של הקהילה המקומית. כתוצאה מכך גם תגדל התמיכה המקומית בפרויקטים תיירותיים שייערכו בשכונות.

הדגש שניתן במחקר (הן האיכותני והן והכמותי) על החשיבות של שמירה על איכות החיים של התושבים המקומיים עולה בקנה אחד עם הרעיון שתיירות בת-קיימא צריכה לתת עדיפות לרווחת התושבים (Telfer & Sharpley, 2015) ושפיתוח תיירותי צריך להיות מתוכנן ומנוהל בהתחשב בתפיסות הסובייקטיביות של התושבים (Grilli et al., 2021). ההנחה שאיכות חיים לתושבים היא קריטית לפיתוח תיירות עירונית משקפת את תיאוריית החליפין החברית (Social Exchange Theory), לפיה תמיכת התושבים בתיירות מותנית בכך שהם יתפסו את היתרונות של התיירות כעולים על החסרונות שלה (Nunkoo, 2016). יש להזכיר כי פיתוח תיירות עירונית בלתי מבוקר יוביל לפיתוח עירוני מואץ ולעלייה של שווי הנכסים, מה שעלול ליצור ג'נטריפיקציה, קרי עקירת התושבים המקוריים ושינוי המרקם התרבותי של העיר. השלכות המחקר נוגעות בצורך להישמר מפני השלכות בלתי רצויות אלה (Um & Yoon, 2021). בהתאם לכך, פיתוח אחראי של תיירות עירונית ישמור על כושר הנשיאה החברתי-תרבותי, שמתמקד ברמת הפעילות התיירותית שבה יכול מקום להתמודד בלי לגרום לתיירות-יתר ולמצוקה חברתית-תרבותית לתושבי העיר (Milano et al., 2019).

6.3. השלכות ניהוליות

ממצאי מחקר זה מציעים שורה של השלכות מעשיות וניהוליות בנוגע לפיתוח תיירות עירונית באילת. המחקר מדגיש את חשיבות שיתוף הפעולה בין בעלי העניין. מעשית, הדבר מצריך יצירה של מסגרת מובנית שבה נציגים מרשויות מקומיות, בעלי עסקים, מלונאים, מסעדנים וחברי קהילה יוכלו להיפגש לעיתים קרובות, לדון ולקבל החלטות מוסכמות. באותו הקשר, יש לשים דגש מיוחד על השתתפות פעילה של הקהילה המקומית בקבלת החלטות. על הרשות המקומית לשקול יישום של טכניקות להשתתפות קהילתית בתהליכי קבלת החלטות בפיתוח וניהול של תיירות עירונית, כגון עריכת סקרים ומשאלים בקרב התושבים, הבטחת ייצוג תושבי השכונות במועצות העירונית הרלוונטיות, קיום מפגשי תכנון משותפים עם נציגי הקהילה המקומית והקמת צוותי ייעוץ בהשתתפות התושבים. עבור משימות או פרויקטים ספציפיים, ניתן להקים צוותי משימה זמניים הכוללים נציגי שכונות. לדוגמה, צוות משימה ייעודי יוכל להתמקד בפיתוח פסטיבל תרבות חדש שייערך בעיר, תוך שמירה על האינטרסים הקהילתיים השונים. בהתחשב באינטרסים המגוונים של בעלי עניין שונים, עימותים – כולל בקרב התושבים עצמם – הם בלתי נמנעים. הקמה יזומה של מנגנון מסודר לפתרון מחלוקות יכולה לסייע בלהצלחת קבלת ההחלטות ויישומן בשטח.

על מנת להבטיח את שיתוף הפעולה של הציבור האילתי בכללותו ואת האמון שלו בתיירות עירונית, על הרשות המקומית לצאת בקמפיינים להגברת המודעות לחשיבותה של תיירות זו לעתידה של אילת כעיר תיירותית. חינוך הקהילה המקומית על היתרונות והאתגרים של תיירונות עירונית – על ידי פרסום במדיה המקומית, הרצאות במרכזים קהילתיים ופעילויות במוסדות חינוך – יכול לטפח הבנה ומעורבות קהילתית. ניתן להפעיל מסעות פרסום במדיה המקומית, במרכזים קהילתיים ובתי ספר. לכשתהיה החלטה אסטרטגית לפיתוח תיירות עירונית בת-קיימא, יתעורר צורך קריטי בחינוך ובהכשרת כוח העבודה המקומי בענפי התיירות והאירוח. הצעת קורסים ליזמים ומנהלים בנושאים כגון ניהול תיירות עירונית, טכניקות לשיתוף התושבים המקומיים ועקרונות של תיירות בת-קיימא ויישומה יכולים לעזור להעלות את סטנדרט השירות ולקדם תיירות עירונית שעולה בקנה אחד עם עקרונות הכלכלה התיירותית המקיימת. עוד באותו הקשר, על הרשות המקומית לקדם מדיניות של פיתוח בר-קיימא, לרבות ניהול הפסולת העירונית וצמצום נפחה, יוזמות ידידותיות לסביבה וצעדים לשימור המרקם החיים התרבותי-חברתי המקומי.

מחקר זה מעלה את הצורך בשדרוג התשתיות העירוניות באילת לטובת תמיכה בתיירות העירונית. תובנה מעשית זאת יכולה להיות מתורגמת לפעולות כגון הקצאת תקציבים לפרויקטים של התחדשות עירונית, יצירת מתחמים ידידותיים להולכי רגל (תכנון או התאמת אזורים ייעודיים המבטיחים את הבטיחות והנוחות של הולכי רגל, במקום לתת עדיפות לתחבורה ממונעת), פיתוח ושיפור אמצעי תחבורה ציבורית ועידוד הקמת מגוון רחב של אפשרויות לינה בעיר עבור פלחי תיירות שונים, לרבות מלונות בוטיק, צימרים והוסטלים. פיתוח התשתיות חייב להיות מלווה ביישום צעדים מטעם הרשות המקומית כדי להבטיח הפרעה מינימלית לחייהם של תושבי אילת. צעדים אלה יכולים לכלול אכיפה קפדנית של תקנות לבקרת רעש והגבלה על מספר המבקרים בעונת השיא ובאירועים מיוחדים על מנת שלא לעבור את כושר הנשיאה של השכונות. כדי להבטיח שההשפעות של התיירות העירונית תהיינה נשלטות ומבוקרות, כפי שהדגישו התושבים המקומיים, צריך להקים מנגנון לניטור רציף של השפעות אלו. מנגנון זה יכלול מפגשי משוב קבועים עם תושבים מקומיים, סקרי שביעות רצון של מבקרים בעיר כדי להבין את הצרכים המתפתחים שלהם וכן הערכות אקולוגיות לניטור איכות הסביבה במרחבים העירוניים.

סקר התיירים הפוטנציאליים העלה צורך בגיוון ההיצע התיירותי של העיר אילת. העניין המובע באטרקציות נוספות, כגון קולינריה מקומית, אירועי תרבות, קניות רחוב, גלריות ומוזיאונים, מעלה שורה של צעדים פוטנציאליים בפיתוח תיירות עירונית, כגון ארגון פסטיבלי תרבות ואומנות, קידום בעלי מלאכה ועסקים מקומיים, עריכת סיורים מודרכים בעיר המתמקדים בהיסטוריה מקומית, ארכיטקטורה ותרבות, וכן השקעה בהתחדשות עירונית כולל פתיחה של מוזיאונים וגלריות. פסטיבלים ואירועים מיוחדים יכולים להיות פלטפורמה שבה אומנים, מוזיקאים, רקדנים מקומיים וכיו"ב מקבלים הזדמנות להפגין את כישרונם, ויתרמו להעלאת האטרקטיביות התרבותית של העיר. כמובן שפסטיבלים ואירועים מיוחדים יכולים לספק הזדמנויות לעסקים מקומיים, מדוכני מזון ועד לשירותי הסעה, ובכך לייצר אפיקי הכנסה נוספים לקהילה המקומית. גיוון המוצר התיירותי באילת, על בסיס תחומי העניין שנחשפו במחקר, יכול להפוך את אילת מעיר נופש קלאסית ליעד תיירותי רב-פנים, שמציע חוויות מגוונות הפונות לקשת רחבה של תיירים. מהפך זה בתפיסה התיירותית של אילת יכול גם לקדם תיירות בת-קיימא על ידי פיזור מספרי התיירים לאורך השנה ולרוחב אטרקציות ואזורים שונים בעיר.

אחד המכשולים העיקריים בפיתוח תיירות עירונית באילת הוא מודל "הכול כלול" (אשר בא לידי ביטוי באופנים שונים) שנפוץ בבתי המלון בעיר. למרות האטרקטיביות של מודל זה לתיירים שמחפשים נוחות ומחיר משתלם, הוא מגביל מאוד את החשיפה שלהם לרחבי העיר ואת האינטראקציה שלהם עם עסקים ותושבים מקומיים. אם יעד כמו אילת שואף להרחיב את התועלות מתיירות מעבר למתחם המרכזי של המלונות, יש לתכנן אסטרטגיות לפתות תיירים לצאת מהבועה של "הכול כלול". אפשרות אחת היא לרקום שיתופי פעולה עם אותם מלונות "הכול כלול", לדוגמה לעבוד איתם על חבילות נופש משולבות שיכללו סיורים ואירועים עירוניים או יעניקו הנחות ברכישה מבתי עסק מקומיים, כאמצעי לשיפור ההיצע המלונאי שלהם. ניתן גם לקיים "ערבי תרבות מקומית" במלונות עצמם, תוך עידוד האורחים "לטעום" מחיי התרבות המקומית במתחם המלון. אפשרות נוספת היא לצאת בקמפיין לעידוד מודעות התיירים על החשיבות של תמיכה בכלכלה מקומית וכיצד זו תורמת לקהילה המקומית ולתיירות בת-קיימא. קמפיין כזה יכול לכלול סיפורים אישיים של אומנים, שפים ובעלי עסקים מקומיים כדי לטפח חיבור אישי ולעודד את התיירים לחשוף עוד בעצמם.

*מגבלות המחקר והצעות למחקרי המשך*

מחקר זה בחן את הפוטנציאל לפיתוח תיירות עירונית באילת, תוך סקירה של האינטרסים ונקודות המבט של בעלי עניין שונים. עם זאת, כמו בכל מחקר, קיימות מספר מגבלות שיש לקחת בחשבון. ראשית, המחקר בחן תפיסות של ארבע קבוצות עיקריות של בעלי עניין: המגזר העסקי, נציגי הרשות המקומית, תיירים ותושבים מקומיים. אומנם חשיבותן של קבוצות אלה היא רבה, אך עשויות להיות קבוצות אחרות שיכולות להיות גם להן תובנות חשובות, כגון בעלי עסקים מקומיים שאינם תיירותיים, נציגי עמותות איכות סביבה ותושבי יישובים סמוכים לאילת. שנית, התפיסות שהמחקר מציג משקפות תמונת מצב בזמן נתון (לפני פיתוח משמעותי של תיירות עירונית באילת). גישות ועמדות כלפי תיירות עירונית יכולות להשתנות עם הזמן, בעיקר ככל שהתיירות העירונית תתפתח. נקדה שלישית היא שהתושבים המקומיים שהשתתפו במחקר שמו דגש על חשיבות של ניהול מבוקר ומדוד של השפעות התיירות העירונית, אבל מה המשמעות של תפיסה זאת הפועל? העמימות של "ניהול מבוקר ומדוד" מותירה מקום לפרשנות רחבה, מה שעלול להוביל לקונפליקטים פוטנציאליים בעתיד. לבסוף, למרות שהמחקר מזהה את הצורך בשיפור ושדרוג של תשתיות עירוניות, לא ניתנה במחקר התייחסות להשלכות הלוגיסטיות, הסביבתיות או הכלכליות של שדרוגים כאלה. הבנת האלמנטים הללו היא קריטית לעיצוב תוכנית מפורטת לפיתוח תיירות עירונית באילת.

אשר להמלצות למחקרי המשך, מוצע לערוך מחקר מקיף שיכמת את ההשפעות הכלכליות הפוטנציאליות של פיתוח תיירות עירונית באילת – הן החיוביות (יצירת הכנסות, יצירת מקומות עבודה) הן השליליות (אינפלציה פוטנציאלית או עלייה במחירי הדיור). במחקר מעין זה יש להתמקד בהיבטים כמו ניהול פסולת עירונית, צריכת אנרגיה וטביעת הרגל האקולוגית של מקומות לינה ומתקני פנאי שיוקמו כחלק מתיירות זו. נוסף על כך, ככל שהתיירות העירונית תתפתח יש לבצע מחקרי אורך, שיעקבו אחר שינויים לאורך זמן, יספקו תובנות חשובות לגבי הדינמיקה המתפתחת ויציעו אמצעים לתיקון כשלים. מחקרי המשך יכולים גם לספק תובנות על נקודות מבט של פלחי שוק שונים, קרי להרחיב את היקף המשוב של התיירים לקבוצות מגוונות מעבר לתיירי פנים פוטנציאליים, כגון תיירים מחו"ל או תיירים עם תחומי עניין ספציפיים (למשל, תיירות הרפתקאות או תיירות אקולוגית).

מקורות

ג'יימסון, פ' (2009). **המפנה התרבותי: מבחר כתבים על הפוסט מודרני 1983–1998** (ד' טסלר, תרגום; ד' לוי, עריכה). רסלינג.

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה. (2019). **רבעון סטטיסטי לתיירות ולשירותי הארחה, רבעון 1**.

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה. (2021). **רבעון סטטיסטי לתיירות ולשירותי הארחה - רבעון 2**.

הרשקו, ע' (2019). **"התפתחות תיירות נישה עירונית אלטרנטיבית": חקר תיירות גרפיטי ואומנות רחוב בישראל ומידת השפעת בלוגים על תיירות זו** [עבודת מוסמך, אוניברסיטת חיפה].

מבקר המדינה (2021). **פעולות הממשלה לקידום התיירות באילת ותוכניות לפיתוחה הכלכלי**. <https://www.mevaker.gov.il/sites/DigitalLibrary/Documents/2021/71C/2021-71c-213-Tourism-in-Eilat.pdf>

פתאל, ו' (2015). **העיר אילת: תיאור כלכלת העיר, אתגרים וכלי מדיניות אפשריים***.* הכנסת, מרכז המחקר והמידע.

Alegre, J., & Sard, M. (2015). When demand drops and prices rise. Tourist packages in the Balearic Islands during the economic crisis. *Tourism Management*, *46*, 375–385. [https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.016](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.016%22%20%5Ct%20%22_blank%22%20%5Co%20%22Persistent%20link%20using%20digital%20object%20identifier)

Haro Aragu, M., Garcia-Mestanza, J., & Caballero-Galeote, L. (2021). Stakeholders’ Perception on the Impacts of Tourism on Mass Destinations: The Case of Seville*. Sustainability, 13*(16), 8768. <https://doi.org/10.3390/su13168768>

Arbelo-Pérez, M., Pérez-Gómez, P., & Arbelo, A. (2019). Impact of all-inclusive packages on hotel efficiency*. Current Issues in Tourism*, *22*(8), 905–920. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1323850>

Ashworth, G., & Page., S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, *32*(1), 1–15.‏ <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>

Biagi, B., Ladu, M. G., Meleddu, M., & Royuela, V. (2020). Tourism and the city: The impact on residents' quality of life. *International Journal of Tourism Research*, *22*(2), 168–181. <https://doi.org/10.1002/jtr.2326>

Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux. *Journal of Destination Marketing & Management*, *11*, 67–79. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.11.002>

Boom, S., Weijschede, J., Melissen, F., Koens, K., & Mayer, I. (2021). Identifying stakeholder perspectives and worldviews on sustainable urban tourism development using a Q-sort methodology. *Current Issues in Tourism*, *24*(4), 520–535. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1722076>

Dimitrovski, D., Lemmetyinen, A., Nieminen, L., & Pohjola, T. (2021). Understanding coastal and marine tourism sustainability – A multi-stakeholder analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, *19*, Article 100554. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100554>

Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: Developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, *35*(4), 1032–1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>

Freeman, R. E. (1984). Strategic planning: A stakeholder approach. Boston, MA: Pitman.

Gârbea, R. V. (2013). Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management & Marketing-Craiova*, *1*, 193–201.

Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*, *82*, Article 104178. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178>

Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>

Hallmann, K., Zehrer, A., & Müller, S. (2015). Perceived destination image: An image model for a winter sports destination and its effect on intention to revisit. *Journal of Travel Research*, *54*(1), 94–106. <https://doi.org/10.1177/0047287513513161>

Howie, F. (Ed.). (2003). *Managing tourist destination*. [Continuum](https://www.cabdirect.org/cabdirect/search/?q=pb%3a%22Continuum%22).

Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, *19*(6), 605–612. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>

Lalicic, L., & Önder, I. (2018). Residents’ involvement in urban tourism planning: Opportunities from a smart city perspective. *Sustainability*, *10*(6), Article 1852. <https://doi.org/10.3390/su10061852>

Lo, Y. C., & Janta, P. (2020). Resident’s perspective on developing community-based tourism – A qualitative study of Muen Ngoen Kong community, Chiang Mai, Thailand. *Frontiers in Psychology*, *11*, Article 1493.

McKercher, B. (2003, November). Sustainable tourism development-guiding principles for planning and management. In *National seminar on sustainable tourism development* (Vol. 5, No. 9).

Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, *16*(4), 353–357. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604>

Mura, P., & Slak Valek, N. (2023). Art tourism and urban development in Mussafah, Abu Dhabi – a business owners’ perspective. *Current Issues in Tourism*, *26*(4), 2375–2388. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2136567>

Nilsson, J. H. (2020). Conceptualizing and contextualizing overtourism: The dynamics of accelerating urban tourism*. International Journal of Tourism Cities*, *6*(4), 657–671*.* <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2019-0117>

Novovic, M., & Gligorijević, A. (2018). Postmodern attractions as a challenging trend of tourism development. *TEME*, *XLII*(1), 185–200.

Novy, J., & Colomb, C. (2019). Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: A critical review. *Tourism Planning & Development*, *16*(4), 358–375. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1577293>

Nunkoo, R. (2016). Toward a more comprehensive use of social exchange theory to study residents’ attitudes to tourism. *Procedia Economics and Finance*, *39*, 588–596. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30303-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671%2816%2930303-3)

Oviedo-García, M. Á., González-Rodríguez, M. R., & Vega-Vázquez, M. (2019). Does sun-and-sea all-inclusive tourism contribute to poverty alleviation and/or income inequality reduction? The case of the Dominican Republic. *Journal of Travel Research*, *58*(6), 995–1013. <https://doi.org/10.1177/0047287518789272>

Ozturk, Y., Allahyari San, R., Okumus, F., & Rahimi, R. (2019). Travel motivations of Iranian tourists to Turkey and their satisfaction level with all-inclusive package tours. *Journal of Vacation Marketing*, *25*(1), 25–36. [https://doi.org/10.1177/135676671772556](https://doi.org/10.1177/1356766717725562)

Pappalepore, I., Maitland, R., & Smith, A. (2010). Exploring urban creativity: Visitor experiences of Spitalfields, London. *Tourism Culture & Communication*, *10*(3), 217–230. <https://doi.org/10.3727/109830410X12910355180946>

Pearce, P. L. (2013). *The social psychology of tourist behaviour: International series in experimental social psychology* (Vol. 3). Elsevier.

Petrova, P., & Hristov, D. (2016). Collaborative management and planning of urban heritage tourism: Public sector perspective. *International Journal of Tourism Research*, *18*(1), 1–9. <https://doi.org/10.1002/jtr.2019>

Phuc, H. N., & Nguyen, H. M. (2023). The importance of collaboration and emotional solidarity in residents’ support for sustainable urban tourism: Case study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, *31*(2), 245–264. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1831520>

Provenzano, D. (2015). A dynamic analysis of tourism determinants in Sicily. *Tourism Economics*, *21*(3), 441–454. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0480>

Sedmak, G., & Mihalič, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of tourism research*, *35*(4), 1007–1031. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.07.004>

Shani, A., & Pizam, A. (2012). Community participation in tourism planning and development. In: M. Uysal, R. Perdue, & M. Sirgy (Eds), *Handbook of tourism and quality-of-life research* (pp. 547–564). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0\_32

Stylidis, D., Belhassen, Y., & Shani, A. (2015). Three tales of a city: Stakeholders’ images of Eilat as a tourist destination*. Journal of Travel Research*, *54*(6), 702–716.‏ <https://doi.org/10.1177/0047287514532373>

Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.

Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *20*(4), 445–461. <https://doi.org/10.1108/09596110810873543>

Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism*? Sustainable Development*, *17*(4), 220–232. <https://doi.org/10.1002/sd.384>

Um, J., & Yoon, S. (2021). Evaluating the relationship between perceived value regarding tourism gentrification experience, attitude, and responsible tourism intention. *Journal of Tourism and Cultural Change*, *19*(3), 345–361. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1707217>

United Nations Environment Programme and World Tourism Organization (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284408214>

Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism research*, *32*(1), 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>

Wall-Reinius, S., Ioannides, D., & Zampoukos, K. (2019). Does geography matter in all-inclusive resort tourism? Marketing approaches of Scandinavian tour operators. *Tourism Geographies*, *21*(5), 766–784. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1375975>

Zopiatis, A., Savva, C. S., & Lambertides, N. (2020). The non-inclusive nature of ‘all inclusive’economics: Paradoxes and possibilities of the resort complex. *Tourism Management*, *78*, Article 104054. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104054>