

המרכז לחקר התיירות, הצליינות והנופש
Center for Tourism, Pilgrimage and Recreation Research



אוניברסיטת חיפה
University of Haifa



כנס חיפה של

”פורום חוקרי התיירות בישראל”

16-15 פברואר 2009

ועדת ארגון הכנס

עליזה יונס
יואל מנספלד
נגה קולינס-קריינר
דורית מזרחי

המרכז לחקר התיירות
החוג לגאוגרפיה ולימודי סביבה
אוניברסיטת חיפה

עריכה גרפית: **נוגה יוסלביץ**

תכנית כנס חיפה של "פורום חוקרי התיירות בישראל"

המרכז לחקר התיירות, הצליינות והנופש והחוג לגיאוגרפיה ולימודי
סביבה, אוניברסיטת חיפה
15-16 לפברואר 2009

יום ראשון 15.2.2009

- 10:00-09:45 יציאה לסיור ממלון גני דן, חיפה
- 12:30-10:00 סיור מעמיק ומקיף באתרי הבהאים בחיפה (הגנים והמבנים)
- 14:00-12:30 סיור במושבה הגרמנית, חיפה
- 15:30-14:00 ארוחת צהריים במושבה הגרמנית במסעדת "אל דיאר" (בחסות עמותת התיירות חיפה)
- 17:00-16:00 פתיחה חגיגית של הכנס במלון "גני דן" וברכות
- 19:00-17:00 מושב פתיחה – "מניעים וסיכונים במערכת התיירותית"
- 22:00-19:30 ארוחת ערב במלון "גני דן": תלמידי "דן גורמה" מבשלים לפורום "חוקרי התיירות בישראל" (בחסות רשת המלונות דן) (לשמורי הכשרות תוגשנה מנות צמחוניות).

יום שני 16.2.2009 – מצפור "עופר" קומה 30, מגדל אשכול

- 08:30-08:00 התכנסות וקפה
- 10:30-08:30 מושב 2
- 10:45-10:30 הפסקת קפה
- 12:45-10:45 מושב 3
- 13:30-12:45 מפגש בענייני הפורום
- 14:30-13:30 הפסקת צהריים – ארוחת צהריים לחברי הפורום בחסות "המרכז לחקר התיירות, הצליינות והנופש, אוניברסיטת חיפה.
- 16:00-14:30 מושבים מקבילים: 4 ו-5
- 16:15-16:00 הפסקת קפה
- 18:15-16:15 מושב 6
- 18:30-18:15 סיכום כנס חיפה של "פורום חוקרי התיירות בישראל"

תכנית מושבים מפורטת

יום ראשון 15 בפברואר 2009

16:30-16:00 פתיחת הכנס וברכות

17:00-16:30 פיתוח תיירות בחיפה בעקבות דו"ח ארנסט אנד יאנג 2007

19:00-17:00 **מושב פתיחה 1 – מניעים וסיכונים במערכת התיירותית**
יו"ר: אריה רייכל

1. גליה פוקס, נתי אוריאל ואריה רייכל
"Sensation Seeking and Israeli Backpacker Experience Risk Perception"
 2. עליזה יונס ויואל מנספלד
"השפעתם של מקורות המידע ושל השלבים בהליך הצרכני התיירותי על תפיסות סיכון של תרמילים ישראלים"
 3. יעל רם ונתי אוריאל
"אינסטינקטים, ארכיטיפים ושאפה לעליונות: תעשיית התיירות ודחפים לא מודעים"
 4. גלית נמרוד ואריה רותם
"בין התרגעות להתרגשות – פעילויות ותגמולים בתיירות מבוגרים"
- 19:30 ארוחת ערב חגיגית
- 22:00 התפזרות למלונות

יום שני – 16 בפברואר 2009

08:30-08:00 התכנסות קפה ומאפה

10:30-08:30 **מושב 2 – תנועה, מרחב וסביבה בתיירות**
יו"ר: שאול קרקובר

1. נעם שובל
"שילוב בין ראינות ונתוני GPS בזמן אמת של מבקרים: הדגמה בפארק השעשועים פורט אבנטורה (מחוז קטלוניה, ספרד)"
2. דלן טימותי ואלון גלבמן
"תיירות במובלעות חוץ (exclaves) בינלאומיות: חקר המקרה של בארלה הרטוג/ בארלה נאסאו (Baarle Hertog/Baarle Nassau)"
3. דלית גסול ודברה שמואלי
"מודל לפיתוח מרחב פנאי ביער קהילתי על בסיס תהליכי שיתוף ציבור בהדגמה על יער בלפור, מגדל העמק"

4. נירה יקואל ועליזה פליישר
"תפקידם של מתווכי הסייבר – המקרה של שוק בתי המלון"

10:45-10:30 הפסקת קפה ומאפה

12:45-10:45 **מושב 3 – תיירות, דת ופוליטיקה**

יו"ר: עליזה פליישר

1. קובי כהן הטב
"קדושה, לאומיות ותיירות: המאבק לעיצוב רחבת הכותל המערבי לאחר מלחמת ששת הימים"

2. יניב בלחסן וגיונתן אבל
"אמונה, פוליטיקה ותיירות במזרח התיכון: ניתוח אידיאולוגי של צליינות נוצרית לארץ הקודש"

3. דריה מעוז
"מחפשים יהדות בהודו - המטייל הצליין"

4. עמוס רון
"טיפולוגיה של תיירות נוצרית בת זמננו"

13:30-12:45 מפגש בענייני הפורום

14:30-13:30 הפסקת צהריים – ארוחת צהרים לחברי הפורום בחסות "המרכז לחקר התיירות, הצליינות והנופש", אוניברסיטת חיפה

16:00-14:30 **מושבים מקבילים**

מושב 4 – אתרי ומרחבי תיירות

יו"ר: חזי ישראלי

1. עלי כבהא, חזי ישראלי ויואל מנספלד
"בחינת עמדתם של תושבי היישוב גייסר-אל-זרקא כלפי הפיתוח התיירותי המוצע ביישוב"

2. גילה אורן, אביטל בירן ויניב פוריה
"פרשנות באתרי מורשת: זווית ציונית למורשת העולמית"

3. שרון בן דליה, ארזה צ'רצ'מן ונגה קולינס-קריינר
"תכנון לתיירים: הערכת מרכז תל אביב כמוצר תיירותי"

4. עירית גריב
"תמורות בגאוגרפיה של התיירות הכפרית בישראל 1985-2005"

מושב 5 – תיירות, צרכנות ומידע

יו"ר: נתי אוריאל

1. אילן זילבר ואביעד ישראלי
"תבונת ההמונים: רתימת שווקי מידע לתמחור בתעשיית התעופה"
 2. ערן כתר
"השפעת מאפיינים פיזיים, כלכליים, חברתיים ותיירותיים על אתרי האינטרנט לתיירות של מדינות אפריקה"
 3. נעה חנון ויואל מנספלד
"בין יין לתיירות יין: חקר היבטים של התנהגות צרכנית ומרחבית בקרב תיירי יין בישראל"
 4. גיל פלג, עליזה פליישר ויהודית ריבלין
"ביקוש לחופשות של משקי הבית בישראל"
- 16:00-16:15 הפסקת קפה

16:15-18:15 מושב 6 – מרחבי תיירות

יו"ר: אביעד ישראלי

1. חיים נוי ואיילת כהן
"הבנייה של מרחבים "אחרים" בתקשורת הישראלית: המקרה של "כתבות האימה" מטרור באתרי נופש בסיני"
 2. עפרה קינן
"מפירמידה למעגל: תפקידי האוצר והמבקר במוזאון הווירטואלי"
 3. נגה קולינס-קריינר, דן מלקינסון ורועי שטיינורץ
"בין תיירים לציפורים: אינטראקציה וכושר נשיאה באגמון החולה"
- 18:15-18:30 סיכום הכנס

תצוגת פוסטרים

1. ליהה ברדיצ'בסקי, יניב פוריה ונתי אוריאל
"הפנומנולוגיה של השינוי בהתנהגותה המינית של האישה בעת החוויה התיירותית"

סדר המאמרים לפי סדר א-ב של המחברים

- 8 גילה אורן, אביטל בירן ויניב פוריה : פרשנות באתרי מורשת: זוויט ציונית למורשת העולמית
- 9 יניב בלחסן וג'ונתן אבל: אמונה, פוליטיקה ותיירות במזרח התיכון: ניתוח אידאולוגי של צליינות נוצרית לארץ הקודש
- 10 ליזה ברדיצ'בסקי, יניב פוריה ונתי אוריאל: הפנומנולוגיה של השינוי בהתנהגות המינית של האישה בעת החוויה התיירותית
- 11 דלית גסול ודברה שמואלי: מודל לפיתוח מרחב פנאי ביער קהילתי על בסיס תהליכי שיתוף ציבור – בהדגמה על יער בלפור, מגדל העמק
- 12 עירית גריב: תמורות בגאוגרפיה של התיירות הכפרית בישראל 1985-2005
- 14 אילן זילבר ואביעד ישראלי: תבונת ההמונים: רתימת שוקי מידע לתמחור בתעשיית התעופה
- 16 נועה חנון, יואל מנספלד: בין יין לתיירות יין: חקר היבטים של התנהגות צרכנית ומרחבית בקרב תיירי יין בישראל
- 17 דלן טימותי ואלון גלבמן: תיירות במובלעות חוץ (exclaves) בינלאומיות: חקר המקרה של בארלה הרטוג/בארלה נאסאו (Baarle Hertog/Baarle Nassau)
- 18 עליזה יונס ויואל מנספלד: השפעתם של מקורות המידע ושל השלבים בהליך הצרכני התיירותי: על תפיסות סיכון של תרמילים ישראלים
- 20 נירה יקואל ועליזה פליישר: תפקידם של מתווכי הסייבר – המקרה של שוק בתי המלון
- 12 עלי כבהא, חזי ישראלי ויואל מנספלד: בחינת עמדתם של תושבי היישוב גייסר-אל-זרקא כלפי הפיתוח התיירותי המוצע ביישוב
- 23 קובי כהן-הטב: קדושה, לאומיות ותיירות: המאבק לעיצוב רחבת הכותל המערבי לאחר מלחמת ששת הימים
- 24 ערן כתר: השפעת מאפיינים פיזיים, כלכליים, חברתיים ותיירותיים על אתרי האינטרנט לתיירות של מדינות אפריקה
- 25 חיים נוי ואיילת כהן: הבנייה של מרחבים "אחרים" בתקשורת הישראלית: המקרה של "כתבות האימה" מטורר באתרי נופש בסיני
- 26 גלית נמרוד ואריה רותם: בין התרגעות להתרגשות – פעילויות ותגמולים בתיירות מבוגרים
- 27 דריה מעוז: מחפשים יחדות בהודו – המטייל הצליין
- 30 גיל פלג, עליזה פליישר ויהודית ריבלין: ביקוש לחופשות של משקי הבית בישראל
- 31 ארזה צ'רצ'מן, נגה קולינס-קריינר ושרון בן-דליה: תכנון לתיירים: הערכת מרכז תל אביב כמוצר תיירותי
- 32 נגה קולינס-קריינר, דן מלקינסון ורועי שטיינורץ: בין תיירים לציפורים: אינטראקציה וכושר נשיאה באגמון החולה
- 33 עפרה קינן: מפירמידה למעגל: תפקידי האוצר והמבקר במוזאון הווירטואלי
- 34 עמוס רון: טיפולוגיה של תיירות נוצרית בת זמננו
- 35 יעל רם ונתי אוריאל: אינסטינקטים, ארכיטיפים ושיאפה לעליונות: תעשיית התיירות ודחפים לא מודעים
- 36 נעם שובל: שילוב בין ראיונות ונתוני GPS בזמן אמת של מבקרים: הדגמה בפארק השעשועים פורט אבנטורה (מחוז קטלוניה, ספרד)

פרשנות באתרי מורשת: זווית ציונית למורשת העולמית

גילה אורן*, אביטל בירן** ויניב פוריה***

* ביה"ס למנהל-עסקים, המכללה למנהל, ביה"ס להוראת השואה, יד-ושם

** School of Management, University of Surrey

*** המחלקה לניהול מלונאות ותיירות, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב.

למרות העניין הגובר באתרים המציגים מוות וזוועות הספרות מתמקדת בעיקר בצד ההיצע, בעוד תשומת לב מועטה בלבד מוסבת למבקר ולציפיותיו מההדרכה (Stone and Sharpley 2008). תוך ניסיון להתמקד בחוויית המבקר, מנסה מחקר זה לחשוף את המוטיבציה (המניעים השונים וסה"כ הרצון להגיע) לביקור, ואת העדפות המבקר אשר לפרשנות באתר (תוכנה והתועלות המצופות ממנה) באתר המציג "heritage that hurts" (Uzzell and Ballantyne 1998: 152). מושא המחקר הוא "מחנה ההשמדה אושוויץ-בירקנאו", אתר מורשת עולמית לו מגוון רחב של משמעויות עבור אנשים בני דתות, לאומים, וקבוצות אתניות שונות (Ambroshwitz and Elishya 2008). המחקר בוצע בשני שלבים, בשלב הראשון התקיימו ראיונות עומק חצי מובנים (n=20) שהתמקדו בסיבות לביקור, בתועלות המצופות מההדרכה ובתכנים להם מעוניין המבקר להיחשף. בשלב השני, עוצב שאלון מובנה המבוסס על הראיונות וסקר הספרות. איסוף הנתונים (n=198) התבצע בכניסה לאושוויץ (טרם הביקור) ובמרכז העיר קראקוב.

הממצאים מצביעים על קיומן של שלש קבוצות שונות המובחנות על סמך המידה בה המשתתפים תופסים את האתר כחלק ממורשתם האישית. בעוד הקבוצות אינן נבדלות במוטיבציה הכללית לבקר באתר, נמצאו הבדלים מובהקים במניעים כמו הרצון בחוויה רגשית, חינוכית או תיירותית. כמו כן, נמצאו הבדלים בתועלות המצופות מהפרשנות באתר. לא נמצאו הבדלים בין הקבוצות בהעדפתם אשר לתכני ההדרכה למעט קיומו של קשר חיובי ישיר בין תפיסת האתר כמורשת אישית לבין הדגשת הצורך בקיומה של מדינה יהודית חזקה. המחקר מצביע על תפקידה של הפרשנות הניתנת באתר כגורם שאמור להוביל לחוויה רגשית ואישית בנוסף להיותה כלי חינוכי. המחקר גם מלמד על הצורך להתאים את ההדרכה וחוויית הביקור למשמעויות שהמבקרים משייכים לאתר.

מקורות

Ambroshwitz, J. Y. and Elishya, B. (2008). The Dynamics of Holocaust Memory In Poland, Islands of memory. *Holocaust Museums in 21 the century* 2008, 77-97.

Stone, P., and Sharpley, R. (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595.

Uzzell, D., and Ballantyne, R. (1998). Heritage That Hurts: Interpretation in a Postmodern World. In: D. Uzzell and R. Balantyne (Eds.) *Contemporary Issues in Heritage and Environmental Interpretation*, 152-171, London: The Stationary Office.

אמונה, פוליטיקה ותיירות במזרח התיכון: ניתוח אידאולוגי של צליינות נוצרית לארץ הקודש

Yaniv Belhassen* and Jonathan Ebel**

* The Program of Hotel and Tourism Management, Ben-Gurion University
of the Negev, Eilat Campus

** Department of Religion, University of Illinois at Urbana-Champaign

מחקר זה נועד להעשיר את הדיון התיאורטי על תפקידיהן של אידאולוגיות בפיתוח פרקטיקות תיירותיות על ידי בחינת מקרה של פלח הצליינות הפרוטסטנטית בישראל. חלקו הראשון של המחקר מתמקד באידאולוגיה הציונית-נוצרית ותפקידה בעיצוב פלח שוק הצליינות האוונגליסטית לישראל. הממצאים מראים כי ניתן לדון באידאולוגיה הציונית-נוצרית תוך הבחנה בין ארבעה שחקנים ג'נרים: ארגונים ציונים-נוצרים, הממסד הישראלי, מארגני טיולים קהילתיים והתיירים. מוצע כי השחקנים הללו נבדלים זה מזה בשני מדדים הקשורים ל(1) תפקידם האידאולוגי בשוק הצליינות האוונגליסטית ו(2) מידת אימוץ האידאולוגיה על ידם. חלקו השני של המחקר מראה כיצד צליינות לארץ הקודש הפכה זירה תחרותית בין שתי אידאולוגיות תיאור-פוליטיות אשר נאבקות על לב המאמינים בתנועה האוונגליסטית בארצות הברית. בחלק זה המחקר מתמקד בארגון בשם "סאביל" ובטיולים המאורגנים על ידו בניסיון להפיץ אידאולוגיה הידועה גם בשם "תיאולוגיית השחרור הפלשתינאית". המחקר מסתיים בדיון על צליינות לישראל כבמה דרכה אידאולוגיות תיאור-פוליטיות מופצות, מנוצלות, ונצרכות.

הפנומנולוגיה של השינוי בהתנהגותה המינית של האישה בעת החוויה התיירותית

ליזה ברדיצ'בסקי, יניב פוריה ונתי אוריאל

המחלקה לניהול מלונאות ותיירות, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב

הספרות מתמקדת בתיירות מין מסחרית (Sex Tourism) בין תיירים למקומיים תוך התעלמות כמעט מוחלטת מיחסי מין בין תיירים (Sex in Tourism), זאת למרות שניתן להניח כי למאפייני החוויה התיירותית השפעה על ההתנהגות המינית של הפרט. מחקר זה שואף למלא את החסר תוך התמקדות בהתנהגותן המינית של נשים בעת פעילות תיירותית ובמשמעות שהן מעניקות לה. ממצאי המחקר מ-21 ראיונות עומק (חלקם פתוחים וחלקם חצי מובנים) עם נשים הטרוסקסואליות יהודיות שופכים אור על התנהגותן המינית של המרואיינות במונחי כמות, איכות, גיוון, פריצת גבולות והמשמעות המוענקת לשינוי.

במחקר התגלו ארבעה דפוסי התנהגות: "מין כהנאה" (מתרחש בעיקר בנופש בטן גב. מאופיין בעלייה בכמות, שיפור באיכות, פריצת גבולות עם בן הזוג, והענקת משמעות שונה ליחסי המין בהשוואה לזו שבשגרה) "מין כהרפתקה" (מתרחש בעיקר בטיולי תרמילאים ללא בני זוג קבועים. פריצת הגבולות מתבטאת באימוץ דפוסי התנהגות מינית גבריים. המרואיינות תיארו עלייה בכמות, אך לא באיכות בשל חוסר היכרות עם הפרטנר המקרי) "מין כחובה" (מתרחש עם בן זוג קבוע במסגרת ביקורים בערים המהוות מרכזים תיירותיים ובטיולים מאורגנים. במסגרת זו, למרות העייפות חייבים לקיים יחסי מין) "מין כציפייה" (מתרחש בשהייה למטרת עבודה, שתוארה כלא הולמות קיום יחסי מין מכיוון שאינה נתפסות כזמן פנאי).

השינוי בהתנהגות המינית הוסבר על ידי המרואיינות בהעלמות הפיקוח חברתי שמתבטא במתן אפשרות ל"אני האמיתי" להתממש או בחופש להתחפש ולהרגיש שונה. האינפורמנטיות ציינו כי הנסיבות קובעות האם לבחור ב"האני האמיתי" או "בתחפושת". ממצאי המחקר שופכים אור על תופעת התיירות כמו גם על היחסים המגדריים בתיירות ובשגרה.

מודל לפיתוח מרחב פנאי ביער קהילתי על בסיס תהליכי שיתוף ציבור – בהדגמה על יער בלפור, מגדל העמק

דלית גסול ודברה שמואלי

המרכז לחקר התיירות, הצליינות והנופש, החוג לגאוגרפיה ולימודי הסביבה,
אוניברסיטת חיפה

יער קהילתי (Community Forest) הינו מכלול של שטחים פתוחים במרחב עירוני המנוהל לפי מדיניות המשתפת את הציבור. מטרתו שימור היער והמערכות האקולוגיות אשר בו בשילוב פיתוח שימושי פנאי שונים לרווחת האוכלוסייה המקומית. המושג "יער קהילתי" מתאר מסגרת ניהולית אשר מתווה, בנוסף לערכים כלכליים, גם ערכים חברתיים ותרבותיים, המספקים לאוכלוסייה המקומית הזדמנויות של נופש ופנאי, תרבות, בריאות ורווחה. מדיניות יער קהילתי המבוססת על שיתוף ציבור, מכוונת להשגת תמיכה וחיזוק הקשר לאוכלוסייה המקומית המתגוררת בשטח היער או בסמוך לו. שיתוף פורה יכול למקסם את ההטבות שמפיקה הקהילה מן היער.

הקרן הקיימת לישראל מקדמת פיתוח יערות קהילתיים במספר יערות אשר תחת ניהולה בהגדירה שתי מטרות: האחת היא שיפור איכות חיי הקהילה על ידי סיפוק תשתיות פנאי בטבע על פי צרכי הציבור, השנייה היא העלאת המודעות הסביבתית ויצירת דעת קהל חיובית אשר תסייע לשמור על היער מפני לחצי פיתוח עתידיים.

יער בלפור עוטר ככפפה את מגדל העמק, ובפועל נושק לכל שכונותיו. בנוסף, נוגע היער ביפיע וביישובים הכפריים יפעת וגניגר. היער, אשר היווה בעבר מוקד לפעילויות קהילתיות ומרחב פנאי לתושבי העיר, סובל בשנים האחרונות מירידה במעמדו. מטרת המחקר הינה ליצור מודל לתהליכי שיתוף ציבור לקירוב היער לאוכלוסייה ולהפיכתו למוקד חי של פעילות פנאי קהילתית.

שתוף הציבור מאפשר לקהילות שליטה טובה יותר על מהלך חייהם והזדמנות לקחת חלק ולשנות, במידת הצורך, החלטות תכנוניות שישפיעו על הקהילה לאורך זמן. גישה זו מחייבת שינוי תפיסתי וערכי, בו תהליך הפיתוח חשיבות גבוהה יותר מתוצריו. תהליך הפיתוח צריך להתמקד בהעצמת הקהילה והקניית מיומנויות שיאפשרו צמיחה, תוך השענות על כוחות פנימיים במקום כוחות החיצוניים לקהילה. במסגרת תהליך פיתוח עקרונות היער הקהילתי במגדל העמק נדרשו מהלכים לשינוי תפיסתי של מקבלי החלטות כגון קק"ל ועיריית מגדל העמק בנוגע למדיניות ניהול היער ומקומה של הקהילה בקבלת החלטות.

בהרצאה יידונו עקרונות ניהול יערות קהילתיים בהתבסס על מקרי חקר עולמיים ויפורט תהליך בניית מדיניות ניהול המשתפת את הקהילה לצורך הפיכתו של יער בלפור למרחב פנאי לאוכלוסייה המקומית.

תמורות בגאוגרפיה של התיירות הכפרית בישראל 1985-2005*

עירית גריב

המחלקה לגאוגרפיה, האוניברסיטה העברית בירושלים

רבות נכתב על ההתפתחות המהירה בענף התיירות הכפרית בעולם ובישראל, אולם הנושא נחקר פחות מנקודת מבט גאוגרפית. הספרות המחקרית אינה מספקת מענה ביחס לקשר שבין צמיחת התיירות הכפרית באזור מסוים לבין תכונותיו. שלוש מטרות עיקריות עמדו לפתחו של מחקר זה: הראשונה, תיאור התמורות שהתרחשו בענף הלינה הכפרית בישראל בעשרים השנה האחרונות מנקודת מבט גאוגרפית. חיבור העובדות והנתונים מציג את התפתחותה של התיירות הכפרית בישראל מניצניה בשנות השמונים עד ימינו. המטרה השנייה היא בחינת הקשר בין צמיחת התיירות הכפרית באזור מסוים ובין תכונותיו והמטרה השלישית היא בדיקת הסברים נוספים להתפתחותה של תיירות כפרית באזורים שונים בישראל.

המחקר עונה על שלוש שאלות עיקריות: אילו תמורות גאוגרפיות חלו בענף התיירות הכפרית בין השנים 1985-2005, שאלה זו בודקת את צמיחת הענף בישראל מבחינת זמן ומרחב; מהו הקשר בין רמת הפיתוח המרחבית של התיירות הכפרית ובין תכונות האזור ומידת האטרקטיביות שלו וכיצד ניתן להסביר מקרים של אי התאמה בין רמת פיתוח התיירות הכפרית ובין רמת האטרקטיביות האזורית.

מחקר מצא כי בישראל, התיירות הכפרית החלה להתפתח באופן משמעותי באמצע שנות השמונים של המאה העשרים, אם כי ניצניה החלו כבר בשנות השלושים בקיבוץ קריית ענבים ובשנות החמישים בבית זית, במכמורת ובאמירים. בעשרים השנים האחרונות התגבר קצב גידול ענף התיירות הכפרית בישראל, ומדי פעם היו תקופות של בלימת הפיתוח עקב מאורעות ביטחוניים ומשברים כלכליים. נכון להיום, מספר יחידות הלינה בישראל עומד על כ-8,000, ונראה כי ככל שהביקוש ימשיך, כך ההיצע יגדל. עם זאת, ניכר כי צמיחת התיירות הכפרית בישראל לא מתרחשת בעוצמה דומה בכל האזורים. השאלה המרכזית שנשאלה במחקר זה היא מהו ההסבר לשוני בין האזורים מבחינה זו.

לצורך המחקר חולקו שני שאלונים לשתי קבוצות מחקר: מומחים בתחום התיירות הכפרית ונופשים ששהו לפחות פעם אחת בחמש השנים האחרונות בצימר בישראל. התכונות שנמצאו המשמעותיות ביותר עבור התיירות הכפרית בישראל על פי שתי קבוצות המחקר הן נוף ירוק ומאפייני טבע. חשוב לציין כי שתי האוכלוסיות ראו באיבזורו של הצימר גורם משמעותי ביותר, ללא קשר לסביבתו. האזורים שקיבלו את ציון האטרקטיביות הגבוה ביותר הם הגליל, רמת הגולן וסובב כנרת, והאזורים שקיבלו את ציון האטרקטיביות הנמוך ביותר הם העמקים, יהודה ושומרון, הערבה ומישור החוף.

שני אזורים בלטו בחוסר ההתאמה בין ציון האטרקטיביות שהתקבל ובין רמת הפיתוח התיירותית-כפרית: רמת הגולן, שקיבלה ציון אטרקטיביות גבוה מאוד אבל בפועל קיימים

בה הרבה פחות צימרים מהמצופה בהתחשב במספר היישובים החקלאיים בה; והערבה, שקיבלה ציון אטרקטיביות נמוך אולם היצע הצימרים בה גדול מאוד יחסית למספר היישובים החקלאיים המצויים בה. העבודה בדקה את הסיבות לאי ההתאמה בכל אחד מהאזורים. נמצא כי רמת הגולן, שנכבשה כ-19 שנה לאחר קום המדינה, סבלה כל השנים מאי ודאות לגבי מצבה המדיני. אחד הביטויים לכך הוא שממשלות ישראל לא מיהרו להעביר תקציבים ולאשר תוכניות תיירותיות (או אחרות) לפיתוח האזור. התוצאה היתה צמיחה איטית מאוד של הענף. רק בשנת 2000, עם כשלון השיחות מול הסורים, רמת הגולן נכנסה לתנופת פיתוח ובנייה ומאז קצב גידול הצימרים בה גבר. נראה כי כל עוד המצב המדיני לא ישתנה, הפער בין ציון האטרקטיביות לבין רמת הפיתוח התיירותית-כפרית ברמת הגולן יילך ויקטן.

בערבה מתרחשת כיום תנופת פיתוח בתחום הלינה הכפרית, אבל נקודת המוצא בה שונה לחלוטין מזו שברמת הגולן. התנאים המדבריים הקשים בערבה גרמו לתיירני האזור לפעול באופן ממוקד כדי להפוך את החסרונות הסביבתיים ליתרונות. יישובי הערבה פונים לפלחי אוכלוסייה שמוצאים בתנאים המדבריים אתגר ועניין, ומנצלים את המרחבים לפעילויות צורכות שטח כמו טיולים ופסטיבלים, ואת השקט לפעילויות צורכות שלווה כמו סדנאות רוחניות. הפיכת החסרונות של אזור הערבה ליתרונות ממוקדי פעילות סוללת לתיירני הערבה דרך לפיתוח והרחבת הענף. כל עוד מגמה זו תימשך, הפער בין ציון האטרקטיביות ובין רמת הפיתוח הכפרית בערבה יילך ויגדל.

*מנחה העבודה: ד"ר נעם שובל, המחלקה לגאוגרפיה, האוניברסיטה העברית בירושלים.

תבונת ההמונים: רתימת שווקי מידע לתמחור בתעשיית התעופה

אילן זילבר* ואביעד ישראלי**

* המחלקה למנהל עסקים, בית הספר לניהול ע"ש גילפורד גלייזר, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב

** המחלקה לניהול מלונאות ותיירות, בית הספר לניהול ע"ש גילפורד גלייזר, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב

המושג "תבונת ההמונים" מתאר תופעה, אשר זוהתה במחקרים בתחום הכלכלה ומדעי ההתנהגות, בה קבוצת פרטים מצליחה באופן עקבי לייצר אומדנים מדויקים לתוצאות בעלות אופי כמותי (לדוגמה משקל, טמפרטורה, מספר כדורים במיכל), לתוצאות בחירות, לחיזוי מכירות, לניבוי מועד סיום של פרויקט ועוד. זהו העיקרון העומד בבסיס שווקי מידע (Information Markets), שהינם שווקים המעוצבים והפועלים בעיקר לצורך כרייה ואיסוף של מידע המפוזר בקרב אנשים. שווקים אלו מאפשרים ליצור אומדני מידע על ידי מסחר בחוזים עתידיים מסוגים שונים אשר מחירם מבטא אמד להסתברות או לערך של אירוע עתידי. מטרת המחקר הנוכחי היא לבחון האם וכיצד ניתן לייצר אמד בעל רמת דיוק גבוהה למחיר מושב בטיסה באמצעות שימוש בשוק מידע פשוט יחסית. הנחת העבודה הייתה כי המחיר נקבע על ידי חברת התעופה בתהליך מושכל של ניתוח כמותי ואיכותי, ולפיכך שיעור הדיוק של האומד מבטא את מידת האפקטיביות של שוק המידע.

בתעשיית התעופה קביעת המחיר מהווה אתגר מיוחד. מדובר במלאי מוגבל בזמן, אשר מתומחר על בסיס מספר רב של משתנים כגון זהות ואופי היעד, הזמן בין ביצוע הרכישה לבין קבלת השירות, מיקום המושב, עונתיות ואירועים, מגמות שוק נוכחיות ועתידיות, מחירי מתחרים מקומיים וזרים ושינוי בביקושים. מחירי המושבים מעודכנים לעיתים מידי יום, ונדרשים לשקף את קשת המשתנים המשפיעים עליהם בכל נקודת זמן. יש להדגיש כי בשל שולי הרווח הנמוכים של חברות התעופה, נושא זה הוא בעל חשיבות קריטית. במחקר נעשה שימוש בשוק מידע פשוט יחסית, אשר מתבסס על מסחר בנכס בסיס, ולא על חוזים עתידיים כמקובל. בשוק זה בוצע מסחר במספר ואופי ידוע של מושבים בטיסה ספציפית. המסחר בוצע באצווה בחמישה סבבים עוקבים, כאשר בכל סבב רוכזו מחירי קניה ומכירה של המשתתפים, ובוצע מסחר אוטומטי על פי אלגוריתם ייעודי.

ניתוח שוק המידע כלל ניתוח של 17 אומדים, המיוצגים על ידי ממוצעי מחירים שונים. *אומדים מיידיים* מתייחסים למידע אשר התקבל ישירות מהמשתתפים (כגון מחירי קניה ומחירי מכירה) ו*אומדים נגזרים* מתייחסים למחירי עסקאות, הנגזרים ממחירי הקניה והמכירה של המשתתפים. אומדים אלו נותחו ב-2 אופנים, תחילה עבור כל סבב בנפרד, ולאחר מכן ניתוח של כלל העסקאות במהלך הניסוי.

במחקר נמצא כי ממוצע מחירי העסקאות בסבב הראשון היה האומד המדויק ביותר. ערכו עמד על \$909.57 לעומת מחיר בפועל של \$906 ומשקף שגיאת דיוק של 0.39%. ממוצע מחירי

הקנייה בסבב האחרון, ממוצע כלל העסקאות בניסוי וממוצע מחירי הקנייה בסבב החמישי היו אף הם בעלי שגיאת דיוק נמוכה יחסית של 0.94%, 1.06% ו-2.04% בהתאמה. ממצאי המחקר מצביעים על כך ששימוש בשוקי מידע לצרכי תמחור בתעשיית התעופה הינו יעיל ומסוגל לייצר תוצאה שאינה שונה באופן מהותי מזו המופקת על ידי מערך מורכב, נרחב ויקר של חקר שווקים, וזאת תוך שימוש בתשומות פשוטות, זמינות וזולות יחסית.

בין יין לתיירות יין: חקר היבטים של התנהגות צרכנית ומרחבית בקרב תיירי יין בישראל

נועה חנון, יואל מנספלד

החוג לגאוגרפיה ולימודי סביבה, אוניברסיטת חיפה

יין הוא מוצר שצריכתו מגלמת סגנון חיים ומעמד חברתי, ככזה היין הוא התגלמות התרבות החומרית המקשרת בין צריכה לבין משמעות. מצד אחד מגלם היין בתוכו את מאפייני המקום בו יוצר ואת הדימוי והתפיסה של היקב שייצר אותו, ומצד שני הוא מאפשר למשתמש בו להעביר מסר לסביבתו לגבי סגנון החיים שלו. מחקרים הראו כי קיימים סגנונות חיים שונים המקושרים עם יין וצריכתו לאורך כל מעגל החיים של האדם, ובחירות הקשורות לצריכת יין באופן קבוע הן בחירות הנובעות מסגנון החיים ולא דווקא מהשלב במעגל החיים. בהיותה אלמנט המהווה חלק מסגנון חיים שלם, אהבת היין מלווה בדפוסי התנהגות נוספים שהם חלק מסגנון החיים של אוהבי היין. דפוסים אלה כוללים גם ביקור בכרמים, יקבים, פסטיבלים ותצוגות יין, פעילויות אליהן ניתן להתייחס כאל תיירות יין.

לאור ההתפתחות שחלה בתעשיית היין הישראלית בכלל ובתיירות היין בפרט, מטרתו של מחקר זה היא לספק אפיון ראשוני של תיירי היין הישראלי, באמצעות בדיקה של מאפייניו האישיים ומאפייני ההתנהגות הצרכנית והמרחבית שלו בהקשר של תיירות יין. המחקר התבסס על סקר שאלונים שנערך בארבעה יקבים בגולן ובגליל העליון (יקבי רמת הגולן, בזלת הגולן, הר אודם, הרי גליל), אזורים המזוהים הן כמרחבים תיירותיים והן כאזורי יין. סך הכל התקבלו 268 שאלונים, מתוכם 254 שאלונים תקינים (94.78%).

על פי ממצאי המחקר התנהגות צרכנית של תיירי יין באזור הצפון קשורה ככל הנראה בעיקר בהתנהגות הצרכנית בתחום היין, אופי הקשר ביניהן הוא כמותי ותפקודי כאחד. לא נמצא קשר מרחבי ספציפי בין התנהגות צרכנית בתיירות יין והתנהגות צרכנית בתחום היין בכלל, אך ברור מהממצאים כי המרחב התיירותי מהווה במקרה זה חלק משמעותי בדפוסי התיוור ובהתנהגות הצרכנית והמרחבית של הנסקרים.

חשיבות המחקר היא בתרומתו האפשרית לתכנון ולפיתוח אתרים ומרחבים של תיירות יין בישראל. על פי ממצאי המחקר בתכנון ופיתוח של תיירות יין במרחבים אלה יש לשלב בין היין כמוצר צריכה לבין האזור כמרחב תיירותי, יש לחזק את הדימוי של האזור כמרחב כפרי בעל מאפיינים של אזור יין, ולצור שיתוף פעולה בין אתרים שונים בדגש על אתרי טבע ונוף, מסעדות ואטרקציות גסטרונומיות אחרות. עם זאת, ההקשר החזק למרחבים התיירותיים שנבחרו למחקר זה מראה כי יש לבצע מחקרים דומים במרחבי תיירות יין אחרים בישראל על מנת להעמיק את ההכרות עם מאפייניו והתנהגותו של תיירי היין הישראלי.

תיירות במובלעות חוץ (exclaves) בינלאומיות: חקר המקרה של בארלה הרטוג/בארלה נאסאו (Baarle Hertog/Baarle Nassau)

Dallen J. Timothy *ואלון גלבמן**

School of Community Resources and Development, Arizona State University *

** המחלקה ללימודי תיירות ומלונאות, המכללה האקדמית כנרת בעמק הירדן

מובלעות חוץ (exclaves), או מובלעות פנים (enclaves) בינלאומיות הן תופעה גאופוליטית ייחודית אשר קימת בלמעלה ממאתיים מקומות ברחבי העולם. מובלעות החוץ הבינלאומיות מהוות חלקים קטנים של שטח מדינה אחת המוקף כולו בשטח טריטוריאלי של מדינה שכנה. חלק ממובלעות חוץ בינלאומיות אלה הפכו להיות יעד תיירותי מעניין בהקשר לסטאטוס יחסי הגבול במקום. Llivia, ספרד, אשר מוקפת לחלוטין על ידי שטח צרפת, היא דוגמא ליעד פופולארי של תיירי תרבות, מורשת וסקי; ו-Campione, איטליה (מוקפת לחלוטין על ידי שוויץ) מפורסמת בקזינו שלה לחופי אגם לוגאנו.

אחד מגורמי המשיכה העיקריים של תיירים למובלעות חוץ בינלאומיות הוא הייחודיות והמורכבות של סיטואציית הגבול המתקיימת בהן. המטרה העיקרית של מחקר זה היא לנתח ולסווג אלמנטים פסיים, חברתיים ותרבותיים המהווים פוטנציאל לפיתוח ומיצוב מוצר תיירותי ייחודי במובלעות חוץ בינלאומיות. חקר המקרה בו המחקר מתמקד הוא בכפר Baarle Hertog (Belgium) / Baarle Nassau (The Netherlands) אשר אימץ לעצמו את הסיסמא: "כפר אחד, שתי קהילות, שתי מדינות" ומהווה יעד תיירותי חשוב בהולנד. הכפר ממוקם סמוך לגבול עם בלגיה ומהווה פזל מורכב של מובלעות חוץ עם פיסות וחלקים בלגיים (Baarle Hertog) המפוזרים בין חלקים הולנדיים ומובלעות שהן פיסות וחלקים הולנדיים (Baarle Nassau) המפוזרים גם הם אך בין המרחבים הבלגיים הנזכרים – סה"כ כשלושים מובלעות חוץ בינלאומיים מתוכם כעשרים ושתיים בלגיות וכשמונה הולנדיות. כפר זה שהוא למעשה עיירה קטנה התפרסם במהלך השנים בעיקר כאטרקציה לתיירות הקניות שהתפתחה בו על רקע היתרונות שסיטואציית הגבולות יוצרת, ואשר באים לידי ביטוי בהיצע מגוון של מוצרים וטעמים בלגיים והולנדיים זה לצד זה. תיירות הקניות במקום מושכת המוני מבקרים, במיוחד מאזורים סמוכים אך גם מאזורים אחרים כאשר רובם הם מבקרי יום. חשיבותם של קווי הגבול הרבים החוצים את הכפר בכל מקום הפכה גם היא להיות משמעותית לתיירות, ובשנת 1995 סומנו קווי הגבול של מובלעות החוץ הבינלאומיות כדי שהתיירים יוכלו לזהות אותן הן בעזרת מפות והן באמצעות סמני גבול אחרים הכוללים שלטים, אבני גבול וקווי אבן או צבע על כבישים ומדרכות. למרות הדיכוטומיה הקיימת בכפר של שירותים קהילתיים ולאומיים כפולים, פועל בו משרד תיירות אחד המשותף לשתי הקהילות/מדינות, ומעניין גלילות כי דווקא עידן איחוד אירופה מהווה רקע להתחזקות הצורך בהבלטה ומיצוב המורשת והייחודיות של גורם הגבול במקום כאטרקציה תיירותית.

השפעתם של מקורות המידע ושל השלבים בהליך הצרכני התיירותי: על תפיסות סיכון של תרמילים ישראלים

עליזה יונס ויואל מנספלד

החוג לגאוגרפיה ולימודי סביבה והמרכז לחקר התיירות, אוניברסיטת חיפה

תפיסות סיכון של תיירים, כמקבעי התנהגות תיירותית, נחקרו בכמה וכמה הזדמנויות בשנים האחרונות (Roehl and Fesenmaier, 1992; Sönmez and Graefe, 1998; Slovic et al., 2000; Lapp and Gibson 2003). מחקרים אלה התמקדו, בעיקר, בניסיון להגדיר את הגורמים המקבעים תפיסות סיכון, את חשיבותם היחסית וכיצד תפקידם של גורמים אלה, משתנה בהתאם לסוג ואופי התייר מחד, ואופי הפעילות התיירותית, מאידך. המחקרים הללו לא בודדו שני מרכיבים חשובים בהבנת תפיסות הסיכון של תיירים. האחד הוא, הבנת תפקידם וחשיבותם היחסית של מקורות המידע, המסייעים להבניית תפיסות סיכון. ידוע הוא, כי בתהליכי בחירה של "מוצרים בלתי מוחשיים", למידע המופץ אודות מוצרים אלה, חשיבות רבה בהבניית תפיסת הסיכון, הכרוכה ברכישתם ובצריכתם. לפיכך, יש צורך לחקור ולהבין, כיצד מנגנון המידע התיירותי פועל על תפיסת הסיכון של התייר? מהו תפקידו של המידע בהבניית תפיסת הסיכון? האם הוא יכול לשמש ככלי לאפחות תפיסות סיכון? או שמא הוא יכול לגרום להגברתן?

המרכיב השני הוא מימד הזמן העובר לאורך ההליך הצרכני התיירותי. הליך זה מורכב, על פי הספרות (Mansfeld, 2006), מארבעה שלבים: **שלב ראשון**, בו קיימת החלטה לרכוש מוצר תיירותי אך סוג, אופי ומקום המוצר, עדיין לא הוגדר על ידי הצרכן. **שלב שני**, בו קיבל הצרכן החלטה על סוג, אופי ומקום התיירות שיבצע, כאשר החלטה זו מגובה ברכישת המוצר בפועל. **השלב השלישי**, מתייחס לתקופה בה התייר צורך, בפועל, את המוצר התיירותי שרכש **והשלב הרביעי**, מתייחס לתקופת חזרתו של התייר לביתו. שלב שבו הוא "מעבד" את חוויותיו והתנסותו התיירותית לכדי מידע, שימשם תשתית להבניית תפיסת הסיכון, בנסיעתו התיירותית הבאה. הנחת המחקר היא, כי כל שלב צרכני, כפי שפורט לעיל, מייצג סיטואציה שונה המזמנת תפיסות סיכון שונות, תוצר התנאים והאילוצים המגוונים, המופעלים על התייר בכל אחד מהשלבים.

בבסיס המחקר עמדו שתי השערות מרכזיות: אחת טוענת לקשר בין תפיסות סיכון של תרמילאים לבין דגם צריכת המידע התיירותי שלהם והשנייה, טוענת לקשר בין תפיסות הסיכון של תרמילאים לבין השלב בהליך הצרכני התיירותי, בו הם נמצאים. סוגיות מחקריות אלו נבחנו באמצעות סקר שדה, שנערך בכל המוסדות להשכלה גבוהה בישראל. תוך שימוש בשאלון מובנה ככלי מחקר, ביקש הסקר לאחוז, באופן סימולטיבי, את מקבעי תפיסות הסיכון של סטודנטים ישראלים, אשר שבו מטיול תרמילאי בחו"ל.

ממצאי המחקר העיקריים מראים כי, למאפייניו הייחודיים של כל שלב ושלב, מארבעת שלבי ההליך הצרכני התיירותי, השפעה שונה על תפיסות הסיכון של התרמילאי הישראלי. עוד עלה

במחקר, כי לסוג מקורות המידע ולהיקף צריכת המידע, השפעה מובהקת על תפיסות הסיכון השונות. ככל שצריכת המידע עולה, כך מתגברות עימה תפיסות הסיכון של התרמילאים, וזאת בכל ארבעת השלבים של ההליך הצרכני התיירותי.

תפקידם של מתווכי הסייבר – המקרה של שוק בתי המלון

נירה יקואל* ועליזה פליישר**

* המחלקה לכלכלה חקלאית ומנהל המגמה לניהול מלונאות משאבי מזון ותיירות
** הפקולטה לחקלאות, מזון וסביבה, האוניברסיטה העברית בירושלים

השימוש הרחב באינטרנט שינה את אופן האינטראקציה בין קונים ומוכרים. אף על פי שהגישה למידע נראית בלתי מוגבלת קונים שאינם מומחים מוצאים שקשה לזהות את המידע עליו יוכלו לסמוך. על הצורך הזה עונים מומחים שהם צד שלישי לעסקאות או כפי שניתן לכנותם מתווכי הסייבר. הם יכולים לעזור למיין ולסווג את המידע הרב עבור הקונים והמוכרים. בעבודה זו אנו מנתחים את שוק בתי המלון הווירטואלי ואת תפקיד סוכנויות הנסיעות הווירטואליות בשוק זה כמו Expedia, Booking, Travelocity. אנו טוענים כי סוכנויות הנסיעות הווירטואליות מספקות ערוץ מידע אמין על איכות השרות של בתי המלון אותם הם משווקים. ערוץ מידע זה הם הציונים אותם נותנים אורחים שהזמינו חדר בבית המלון דרך האתר של הסוכנות ולנו במלון. אין לסוכנות כל תמריץ לספק מידע לא אמין מכיוון שקל למשתמשים לבדוק שחוות דעתם אכן מופיעה באתר. וסוכנות הנסיעות המעוניינת שהאורחים יחזרו להזמין דרכה חדרים בבתי מלון במקומות אחרים בעולם רוצה להראות אמינה ולכן תפרסם מידע אמין. מכיוון שהאורחים הפוטנציאליים המזינים דרך האתר מקבלים מידע אמין מאורחי העבר על רמת השרות במלון, מעבר למידע הפיסי שניתן במספר הכוכבים, בעל בית המלון חייב להשקיע במתן שרות טוב. הטענה שלנו היא שמתן שרות טוב יותר מאפשר לו לקחת מחיר גבוה יותר.

מצאנו לטענה זו ממצאים המראים את הקשר בין מחיר לציון עבור שרות מתוך נתונים של בתי מלון בפריס, לונדון וברצלונה אשר ניתן להזמיןם באתר Booking.com. אנו מראים כי בתי מלון שקיבלו ציון גבוה על איכות השרות גובים מחיר גבוה יותר מאשר בתי מלון עם ציון נמוך יותר, כאשר כל השאר קבוע. ההשלכות של מידע על איכות השרות הופכות את שיטת דרוג הכוכבים לבלי חשובה. דרוג הכוכבים מבוסס על מידע פיסי אותו ניתן לספק באתר. ציון על איכות השרות המופיע באתרי הסוכנויות הווירטואליים הוא מידע חשוב שמופיע רק שם.

בחינת עמדתם של תושבי היישוב ג'יסר-אל-זרקא כלפי הפיתוח התיירותי המוצע ביישוב

עלי כבהא, חזי ישראלי ויואל מנספלד

החוג לגאוגרפיה ולימודי הסביבה, אוניברסיטת חיפה

המחקר התמקד בבחינת עמדתם של תושבי ג'יסר-אל-זרקא כלפי הפיתוח התיירותי המוצע ביישובם דרך שישה מרכיבים: חברתי, תרבותי, פיתוח משאבים, כלכלי, איכות החיים וניהול ושיתוף פעולה אזורי. המודל המוצע במחקר זה יוצא מנקודת הנחה שהעמדה עצמה כלפי הפיתוח התיירותי מורכבת ממספר מרכיבים אשר שקלול של כולם יחד מהווה את העמדה עצמה. המודל הניח שמידת ההכרה והמודעות של התושבים כלפי ההשלכות הכלכליות, החברתיות, התרבותיות והסביבתיות. משפיעים על עיצוב העמדה כלפי הפיתוח התיירותי. המחקר מתייחס גם להשפעת המאפיינים הדמוגרפים של התושבים: גיל, הכנסה, השכלה, תעסוקה ורמת הדתיות על העמדה כלפי הפיתוח התיירותי ביישוב ובהתאם לכך נוסחו ההשערות.

המחקר התבסס על שיטה כמותית ואיכותנית. אוכלוסיית המחקר התבססה על האוכלוסייה הקבועה שמתגוררת בג'יסר-אל-זרקא. דגימת המחקר כללה 227 נבדקים אשר נבחרו באקראי מרשימת משקי הבית ביישוב. בקרב האוכלוסייה הופצו שאלונים סגורים שבחנו את שש הקטגוריות של מרכיבי העמדה שתוארו קודם לכן. בנוסף התקיימו ראיונות פתוחים עם נציגים שוני מהאוכלוסייה על מנת לעמוד על תחושות, חששות ורצונות ועל מנת להסביר טוב יותר את ממצאי המחקר הכמותי.

במחקר נעשה שימוש במבחנים סטטיסטיים על מנת לקבוע אם העמדה כלפי הפיתוח התיירותי שלילית או חיובית. לצורך כך חושב באופן סטטיסטי ממוצע ערכי העמדה בקרב חתכי האוכלוסייה השונים (לפי המאפיינים הדמוגרפיים שנקבעו) הבנוי בסולם ליקרט.

ממצאי המחקר עולב שהממוצע כולל של העמדה של כל חתכי האוכלוסייה שנדגמה משמעו עמדה כללית חיובית כלפי הפיתוח התיירותי. אך ניתוח מפורט של כל החתכים מראה מידה מסוימת של הטרוגניות בקרב חתכי האוכלוסייה השונים.

נמצא שלמבוגרים עמדה שלילית כלפי הפיתוח התיירותי הנובעת מהסתייגויות הקשורות למרכיב החברתי, הכלכלי, פיתוח המשאבים ואיכות החיים. המבוגרים מודאגים מפני שינויים בצביונה המוסלמי המסורתי של הקהילה עקב המגע עם המבקרים, משינוי בדפוסי הלבוש ובמיוחד בקרב הנשים. הם חוששים גם מפני התפרקות המשפחה המסורתית והתפתחות קונפליקטים בין-דוריים. חשש נוסף מתבטא מהאיום של ריכוז כל המיזמים בידי קומץ של משקיעים ובעלי השפעה כאשר יתר התושבים לא יהיו שותפים לתהליך. הם גם חוששים מפני מפגעים סביבתיים של התיירות והתפשטות הפשיעה.

נמצא שכאשר מדובר בהשפעת רמת הדתיות על העמדה כלפי הפיתוח התיירותי, ניתן לראות שעמדתם של החילוניים חיובית ותומכת בפיתוח התיירותי, עמדתם של הדתיים המתונים נמצאה שלילית אך יותר מתונה מעמדתם של הדתיים היותר מאמינים. אלו האחרונים הינם בעלי העמדה השלילית ביותר. ההשפעה המובהקת ביותר נמצאה ממרכיב איכות החיים וממרכיב פיתוח המשאבים והתשתיות.

נמצא עוד, שקיים קשר בין רמת ההשכלה לבין העמדה כלפי הפיתוח התיירותי. האוכלוסייה בעלת ההשכלה הגבוהה ביותר מתאפיינת בעמדה חיובית כלפי הפיתוח התיירותי וככל שיורדים ברמת ההשכלה מסתמנת התפתחות עמדה שלילית כלפיו. כמו כן, נמצאו קשרים סטטיסטיים ישרים ומובהקים שלא בכיוון שהוגדר בהשערת המחקר בין מרכיב הניהול ושיתוף פעולה אזורי לבין העמדה של המשכילים כלפי הפיתוח התיירותי. כלומר, עמדתם כלפי הפיתוח התיירותי של המשכילים מושפעת באופן שלילי ממרכיב הניהול ושיתוף פעולה אזורי. ההסתייגויות של המשכילים כלפי מרכיב הניהול ושיתוף פעולה אזורי נובעת מאמונתם שהרשות המקומית אינה מציבה את הפיתוח התיירותי בראש סדר העדיפויות שלה ואינה מקדמת אותו במקצועיות הנדרשת. בנוסף, ההסתייגויות נובעות מהתנגדותם של המשכילים לשיתוף פעולה אזורי דרך הקמת מיזמים משותפים בין קיסריה ומעגן מיכאל או הכנסת יזמים חיצוניים.

מבחינת השפעת רמת ההכנסה על העמדה כלפי הפיתוח התיירותי, נמצא שלא קיימת מגמה ברורה וחד משמעית שקושרת את משתנה רמת ההכנסה עם העמדה כלפי הפיתוח התיירותי, אלא שהצטיירה מגמה מעורבת של רמות תמיכה בין חמשת רמות ההכנסה. ראוי לציין, שחמשת רמות ההכנסה מתאפיינים בעמדה חיובית כלפי הפיתוח התיירותי.

מבחינת השפעת החשיפה לתרבותיות אחרות לבין העמדה כלפי הפיתוח התיירותי, נמצא כי לתושבים העובדים מחוץ ליישוב יש עמדה חיובית כלפי הפיתוח התיירותי ואילו לתושבים העובדים מחוץ ליישוב יש עמדה שלילית כלפיו. כמו כן, נמצא שעמדתם של העובדים מחוץ ליישוב מושפעת באופן חיובי מכל מרכיבי העמדה למעט מרכיב איכות החיים. סיבת התמיכה בפיתוח התיירותי בקרב אוכלוסיית העובדים מחוץ ליישוב נובעת מאמונה שהפיתוח התיירותי יביא לשיפור כלכלת הישוב, עליה ברמת ההכנסה ולשיפור מערך התשתיות בכללותו. כמו כן, הפיתוח התיירותי יתרום באופן משמעותי למיתון תחושת העונינות כלפי ישובים סמוכים הנובעת מהבדלים כלכליים ותשתיות.

באופן כללי, מסקנת המחקר היא שקיימת תמיכה ואופטימיות כלפי הפיתוח התיירותי ביישוב ג'יסר-אל-זרקא בקרב רוב חתכי האוכלוסייה של התושבים: החילוניים, הצעירים, רוב חתכי רמות ההשכלה, כל רמות ההכנסה והעובדים מחוץ ליישוב. כמו כן, נמצא שעמדתם של כל חתכי האוכלוסייה שנדגמה לא מושפעת מאותו מרכיב עמדה או שניתן להצביע על מרכיב דומיננטי אחד שמשפיע על עמדתם של כל חתכי האוכלוסייה.

קדושה, לאומיות ותיירות: המאבק לעיצוב רחבת הכותל המערבי לאחר מלחמת ששת הימים

קובי כהן-הטב

המחלקה ללימודי ארץ-ישראל, אוניברסיטת בר-אילן
החוג לניהול, מכללת הדסה, ירושלים

מזה דורות רבים מייחסת המורשת היהודית לכותל המערבי ערך דתי שאין שני לו בתרבות היהודית ובתודעת העם היהודי הוא שימש כמושא לגעגועים. בימים הראשונים שלאחר מלחמת ששת הימים נרשם הכותל המערבי בזיכרון הלאומי הישראלי כהתגלמות העליונה של הקוממיות היהודית בארץ-ישראל, כפסגת השליטה הישראלית על ירושלים, כביטוי מובהק לאחדות העם. ואולם כמידת מרכזיותו של הכותל בתודעת העם היהודי במהלך הדורות, באותה מידה של עוצמה ולהיטות הפך הכותל המערבי מאז מלחמת ששת הימים הן לאתר תפילה וביקור מוביל במדינת ישראל והן לזירת מאבקים מרים שהתנהלו על צבינו של המקום וזאת בין הגופים היהודים השונים שנטלו בכך חלק החל מהימים הראשונים שלאחר המלחמה.

הגישה שנבחרה לניתוח ההתרחשויות ברחבת הכותל מתבססת על הניסיון לגנאולוגיה והיסטוריוזציה של יחסי כוח מבית מדרשו של מישל פוקו ומשמעה, חזרה אחורנית וניסיון לבדיקת תהליכים היסטוריים שהולידו את האופן שבו נוצרו נהגים, מוסדות וקטגוריות תרבותיות בהווה, באופן שנראה מקובע. בחינה זו מתבססת על ההנחה לפיה סדר חברתי אינו מעשה הטבע, אלא תוצאה של מאזני כוחות חברתיים-פוליטיים בזמן נתון ובנסיבות מסוימות.

מטרת ההרצאה הנדונה היא אפוא חשיפת השורשים של מאבקי הכוח בין הגורמים השונים בתהליך היווצרותה של רחבת הכותל המערבי ובחינת המניעים השונים. חשיפה זו מלמדת שכבר בתחילת הדרך היו כמה תהליכים דיכוטומיים שפעלו בעיצוב הרחבה: **הפרדה** בין המינים וקביעת סדרי התפילה במקום בגישה האורתודוקסית, ובתוך כך **הדרה** של קהלים לא-אורתודוקסים מהרחבה עצמה לעומת **התרה** של הרחבה העליונה כרחבת ביקור ותיור; **הלאמה** של חלקים מהרחבה לטובת חפירות ארכיאולוגיות וקביעתה כזירה לטקסים צבאיים-לאומיים. ועל כל זאת, בשנים האחרונות אנו עדים לתהליך **מרידה** במתרחש ברחבה המרכזית, אשר הביאו בסופו של דבר לקביעתו וגיבושו של איזור 'קשת רובינסון' לאתר תפילה וביקור אלטרנטיבי של קבוצות לא-אורתודוקסיות ביהדות.

על רקע דיון תיאורטי בשאלת המקומות הקדושים ודפוסי השיח המתקיימים בהם, הטענה המרכזית של ההרצאה תהיה כי בניסיון לבחינת הישראליוזציה המודרנית, האירועים שהתרחשו ברחבת הכותל בשנים הראשונות שלאחר מלחמת ששת הימים ואלו של השנים האחרונות יכולים לשמש כמיקרו-קוסמוס וכמייצגים בצורה המוחשית ביותר את היחסים ומאבקי הכוח של דת ומדינה בחברה הישראלית בימינו.

השפעת מאפיינים פיזיים, כלכליים, חברתיים ותיירותיים על אתרי האינטרנט לתיירות של מדינות אפריקה

ערן כתר

החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה

אפריקה הינה היבשת השנייה בגודלה בעולם ומדינות היבשת נהנות מאוצרות טבע נדירים, עושר של חיות בה, נופים מרהיבים ומגוון גדול של תרבויות מרתקות. בד בבד עם יתרונות טבעיים אלו, יבשת אפריקה הינה היבשת הענייה ביותר בעולם ותושבי היבשת סובלים מרעב, עוני, איידס, מלריה, בצורת, מלחמות אזרחים, חוסר יציבות פוליטית ומחסור חמור בתשתיות בסיס. קשיים אלה, גורמים למשבר בדימוי מדינות אפריקה ומקשרים אותן עם מגוון תפיסות שליליות של נחשלות, סיכון, תת-פיתוח ועוונות. בעידן הגלובלי, דימויים שליליים אלה מהווים מחסום בפני תיירות, השקעות ויזמות, ומקשים על מדינות אלו להתפתח כלכלית ולהיחלץ ממצבן הבעייתי.

בהינתן משבר תדמיתי זה, עלות השאלות כיצד מנסות מדינות אפריקה להתמודד עם דימויים שליליים אלה; איזה אסטרטגיות תקשורת בוחרים מקבלי ההחלטות לאומיים כדי למשוך תיירים, משקיעים ומבקרים; כיצד מדינות אפריקה עושות שימוש באתרי אינטרנט לתיירות; ואיזה גורמים משפיעים על בחירה באסטרטגיית תקשורת אחת על פני אחרות. בכדי לנסות ולענות על שאלות אלה, המחקר הנוכחי בוחן את הקשרים בין מאפיינים פיזיים, כלכליים, חברתיים ותיירותיים של מדינות אפריקה ובין שיווק המדינות באתרי אינטרנט רשמיים לתיירות. המדדים המרכזיים המשמשים להערכת השיווק הינם רמת אתר האינטרנט והבחירה באסטרטגיות תקשורת לשיקום דימוי שלילי. הערכה זאת מתבצעת באמצעות שילוב שיטות מחקר כמותיות ואיכותניות ותוך שימוש בכלים של דף קידוד וניתוח תוכן איכותני. לסיום, המחקר מציע מודל מסכם של הגורמים המשפיעים על שיווק מדינות באינטרנט.

הבנייה של מרחבים "אחרים" בתקשורת הישראלית: המקרה של "כתבות האימה" מטרור באתרי נופש בסיני

חיים נוי* ואיילת כהן**

* מכללת ספיר

** החוג לתקשורת צילומית, מכללת הדסה

כתבה שראתה אור בסמוך לראש השנה תשס"ט בעיתון "מעריב" התריעה: "ממש בימים אלה מסתובבת ברחבי סיני חוליית מחבלים אחת לפחות, שזוממת לחטוף אזרחים ישראלים" (ספטי, 2008). דיווחים, כתבות, הכרזות ואזהרות מעין זו שכיחות למדי בתקשורת המודפסת והאלקטרונית בישראל. נוסחי ההתרעה החלו מופיעים מאז תחילת פעולתו של המטה ללוחמה בטרור המוציא "אזהרות מסע", לאחר הפיגועים בסיני (לאחרונה, הפיצוצים בהילטון טאבה וב"ראס א-שטן", באוק' 2004). עם השנים, הלכה ועלתה שכיחותן של "כתבות אימה" אלה, המתגברות בתכיפותן ובחומרתן עם התקרבות עונות השיא התיירותיות (במקרה זה עונת "החגים"), ומקומן היחסי בשיח התקשורת-תיירותי בישראל גדל בהתמדה.

בהרצאה זו אבחן את אופני ההבנייה של מרחבים "אחרים" כמרחבים של איום ואימה באמצעות בחינת הייצוגים של מרחבי תיירות בתקשורת הישראלית. באמצעות בחינת מערכת היחסים בין מוסדות התיירות ומוסדות התקשורת, ניתן לבחון את אופני התפיסה וההבנייה של האחר ושל המרחבים בהם האחר ממוקם וממורחב בדמיון הלאומי הישראלי. הכתבות הרבות המזהירות תיירים ישראלים פן יסעו לנפוש בסיני, מעלות תמונה דיכוטומית של חצי האי המצרי. רגע אחד אלו הם מרחבי הנאה ונופש אולטימטיביים, המציעים התרחקות אידיאלית ונגישה מן הקלחת היומיומית הישראלית, ורגע לאחר מכן אלה הם מרחבי אימה וטרור, הטומנים סכנה מוחשית ואמיתית לתייר הישראלי. התנועה הדרמטית בין הניגודים, הבאים לביטוי שיחני (מילולי) ואיקוני (ויזואלי), נוגעת ביסוד החברה בישראל, ובתשוקות ובפחדים המעצבים את המרחב הציבורי בה. כמו-כן, באמצעות ההתייחסות לאתרי תיירות, עולות שאלות הקשורות באחריות אזרחית מכאן, ובאחריות המדינה, מכאן (הדיון אודות מחויבותה של המדינה לאזרחיה במקרה של פיגוע, חטיפה, וכו').

המחקר המוצג בהרצאה זו מבוסס על ניתוח תוכן ושיח של גוף הכתבות והכותרות שלהן, במשולב עם ניתוח ויזואלי של הצילומים המלווים אותן בעיתונות המודפסת והמקוונת הרואה אור בעברית בישראל. מרכיבים אלה מצטרפים להבנייה של מרחבי אימה, ותורמים לפיצול שבין מושך ומאיים. כמו-כן, ינותחו אזהרות המסע שמוציא המל"ל, וטוקבקים, המייצגים פן מסויים בהתייחסויות גולשים לאזהרות אלה וחושפים את הפיחות שחל ביחס אליהן.

בין התרגעות להתרגשות – פעילויות ותגמולים בתיירות מבוגרים

גלית נמרוד* ואריה רותם**

* המחלקה לניהול מלונאות ותיירות, אוניברסיטת בן גוריון בנגב
** בי"ס אריסון למנהל עסקים, המרכז הבינתחומי הרצליה

בעוד שרוב המחקרים שהתמקדו בהעדפות ובהתנהגות של תיירים מבוגרים עשו שימוש בשיטות כמותיות, מחקרים שבדקו את התועלות שמבוגרים מקבלים מתיירות השתמשו בשיטות איכותניות. כתוצאה מכך, לא ניתן היה לבדוק את הקשר בין ההתנהגות (היינו, הפעילויות בזמן טיול ו/או חופשה) לבין תוצאותיה (התועלות) בקרב מבוגרים. המחקר המוצג במאמר זה, נועד לסגור את הפער בגוף הידע, ולבדוק את הקשר הנ"ל. המחקר התבסס על סקר דואר שהתקיים עם 298 גמלאים ישראלים במדגם כלל ארצי מייצג, אשר נסעו לחו"ל לפחות פעם אחת במהלך השנה שקדמה לסקר. המרואיינים התבקשו להתייחס בתשובותיהם לנסיעתם האחרונה בלבד. באמצעות ניתוח גורמים זוהו תשע קבוצות של פעילויות בזמן חופשה/טיול וחמש קבוצות של תועלות, שמתקיימים ביניהם קשרי גומלין. בנוסף, ניתוח אשכולות הביא לזיהוי של ארבעה פלחים בקרב התיירים המבוגרים, הנבדלים זה מזה בצורה משמעותית בכל מה שקשור למאפייני הנסיעה ולפעילויות בזמן הנסיעה, ובמאפיינים סוציו-דמוגרפיים. למרות ההבדלים בפעילויות, ההבדלים בין הפלחים במונחי תועלות היו קטנים מהמצופה, ובאו לידי ביטוי רק בתועלות ה"התרגעות" וה"התרגשות". ממצאים אלו הביאו למסקנה שיתכן שבקרב מבוגרים מתקיים מעין מנגנון מאזן, המאפשר באמצעות קומבינציות שונות של פעילות, ליהנות מתועלות דומות.

מחפשים יהדות בהודו – המטייל הצליין

דריה מעוז

המסלול לניהול תיירות, המרכז ללימודים אקדמיים

בחיפושם אחר תשובות קיומיות בהודו, תרמילאים ישראלים אינם נמשכים רק לפילוסופיות המקומיות, אלא גם לתשובות הלקוחות מהמרכז האלקטיבי שלהם – מהיהדות. אלפי תרמילאים ישראלים מבקרים בעשרות סניפים של בתי חב"ד, ברסלב והציונות הדתית הפרושים בהודו וביעדים אחרים של התרמילאות הישראלית. שם הם משתתפים בטקסים יהודיים, לומדים יהדות, משוחחים ומתייעצים עם השלוחים, וחלקם אף חוזרים בתשובה במהלך הטיול. התיירות שהם מנהלים היא סוג שונה של תיירות קיומית – מאחר שבמסגרתה הם אינם מחפשים תשובות ביעד הטיול בלבד, אלא דווקא בחברת המוצא שלהם.

אי אפשר לכנות תרמילאי שמחפש יהדות בהודו 'תייר-מטייל' ("traveler tourist"), שכן תייר כזה מתעניין רק במרכז החדש והרחוק, וגם לא 'תייר-צליין' ("pilgrim tourist"), שכן התרמילאים מתנהלים כמטיילים, ומטרת הטיול שלהם אינה צליינות. סוג חדש של תיירים מתגלה כאן, שבחירתי לכנותו 'המטייל הצליין', המשלב טיול תרמילאי הרחק מהבית, שמטרתו היא חיפוש תשובות במרכז של חברה אחרת, עם משיכה למרכז החיים שלו – הישראלי והיהודי במקרה הזה.

Sensation Seeking and Israeli Backpacker Experience Risk Perception

Galia Fuchs*, Natan Uriely and Arie Reichel*****

* The College of Management, Rishon LeZion

** Dept. of Hotel and Tourist Management, Ben-Gurion University of the Negev

*** Dean, The Guilford Glazer School of Business and Management, Ben-Gurion University of the Negev

Backpackers have long been described as searching for novel, risky at time, experiences (Elsrud 2001; Vogt 1980). Tourists who comply with the non-institutionalized role of backpackers were ranked lower on a perceived risk scale than institutionalized tourists (Lapp and Gibson 2003). The presumed association of backpacking with risk is usually addressed as part of a social (tourist) role, whereas the possibility that the quest for adventure among backpackers might also be related to a personal trait is ignored. To fill this gap in the literature, the current paper investigates the relationships between the personal trait of sensation seeking (Zuckerman 1994) and backpackers' risk perceptions as an attitudinal aspect of consumer behavior (Reichel, Fuchs and Uriely 2007). Specifically, the paper attempts to identify exact profile of high sensation seekers vs. low sensation seekers in terms of backpacking experience risk perceptions

The data was collected by means of a questionnaire that included Zukerman's (1994) sensation seeking measurements as well as backpacker experience risk perception based on Reichel, Fuchs and Uriely (2007) measurements. The study's sample included 579 Israeli backpackers. In order to determine differences between high and low sensation seekers, the respondents were grouped into two sub-groups according to their median response on five sensations seeking dimensions. Utilizing Logistic regression facilitated the identification of the following prediction models for each of the four dimensions of sensation seeking as well as for the total score of sensation seeking:

TAS, the desire to engage in risky and adventurous behaviors offering unique sensations, is predicted by worries about crime at destinations, and about too commercialized tourist destination. ES, the desire to seek new sensations and the desire of living unconventional lifestyle is predicted by worries about terrorism at the destination and unacceptable facilities available to the public at the destination. DIS, the need to seek social stimulation, is predicted in terms

of the worrying about the side effects of the drugs. BS, aversion to the routine, repetitive, and monotonous, is predicted by worries that one's behavior during the trip would have a negative effect on Israelis the person might encounter in some circumstances in the future. Finally, total sensation seeking, is predicted by the relatively weak model that includes worries about the side effects of the drugs. These prediction models can further illustrate the likelihood of each risk perception to predict high vs. low sensation seeking.

In conclusion, the quantitative analysis of the relationships between sensation seeking and backpacker experience risk perception reveals some patterns of association between the personality trait of sensation seeking and various aspects of backpacker experience risk perceptions. As anticipated, high sensation seekers as well as low sensation seekers can be characterized by different experience risk perceptions. Conversely, identifying particular backpacker experience risk perception can predict the likelihood for membership in high vs. low sensation seeking. These results indicate that in addition to social role, backpacking experience risk perception is related to the personaly trait of sensation seeking.

ביקוש לחופשות של משקי הבית בישראל

גיל פלג, עליזה פליישר ויהודית ריבלין

המחלקה לכלכלה חקלאית ומנהל, האוניברסיטה העברית בירושלים

בשנים האחרונות מסתמנת מגמה עולמית של ביקוש לחופשות מרובות, קצרות ואיכותיות. האפשרות להתנתק מחיי היום יום, הן בשל מסגרות העבודה המשתנות והן בשל מסגרות חברתיות שונות כגון בתי ספר, אינן מאפשרות כיום חופשות ארוכות כבעבר. הבחינה של רגישות הצרכנים למחירי מוצר כחופשות מתבטאת הן בשינויים באורך החופשה והן בשינוי באיכותה. מרכיבים אלה, המהווים את מדדי הכמות והאיכות מהמוצר הנרכש, מגולמים לרוב בכפיפה אחת בתוך מערכת העדפותיו של הצרכן. עבודת מחקר זו מנסה לפרק את השפעתם של המרכיבים אלה תוך בחינת רגישות הצרכנים לשינוי בכמות הימים של החופשה ומספר החופשות לעומת רגישותם לשינוי באיכות החופשה. המחקר כולל פיתוח של מודל תיאורטי מתמטי המיושם אמפירית על ידי בחינת התנהגות הצרכנים הישראלים כפי שמשקף בסקר הוצאות המשפחה של שנת 2007.

בחינת רגישות הביקוש למוצרים הטרוגניים באיכותם הוביל את החוקרים בשנים האחרונות לפיתוח המודלים המפרקים את השינויים ברגישות ביקוש לכמות המוצר הנרכש מחד ולרגישות לאיכותו מאידך. אולם ניכר כי את הכמות המבוקשת ניתן למדוד באופן פשוט ואילו את איכות המוצר לא ניתן לכמת באופן ישיר אלא רק לאמוד אותו באופן תיאורטי. המודל שפותח במחקר זה מצליח לגלות את הרגישות לאיכות החופשה מבלי לאמוד בפועל את כמות יחידות האיכות או מחירן.

חשיבותו של מחקר זה היא ביישומו כחלק מאסטרטגיית פיתוח התיירות בעתיד. בניית אתרי תיירות שיוכלו לענות על צרכי הלקוחות בטווח הארוך, וחבילות תיירות בטווח הקצר יוכלו להטיב עם קברניטי הענף בבואם לקבוע את מדיניות הפיתוח. כמו כן, יוכלו מפעילי התיירות להבין כיצד להטיב עם לקוחותיהם וליצור בסיס איתן יותר לקיומו של האתר שלהם.

תכנון לתיירים: הערכת מרכז תל אביב כמוצר תיירותי

ארזה צ'רצ'מן, נגה קולינס-קריינר ושרון בן-דליה

החוג לגאוגרפיה ולימודי סביבה, אוניברסיטת חיפה

תחום המחקר הינו תיירות עירונית. מטרת המחקר היא לבדוק את מידת שביעות רצונם של התיירים מחו"ל המגיעים לעיר תל אביב – מן המוצר התיירותי. מתוך המחקר ניתן יהיה להסיק באופן ישיר מדיווחים של המרוויינים על איכות המוצר התיירותי (שהוא העיר תל אביב-יפו) **בעיניהם**. ממצאי המחקר מלמדים על הצרכים והרצונות של תיירים כקהל יעד תכנוני. מן המטרה המרכזית נגזרות **שלוש שאלות מחקר**:

1. מהם **הצרכים והרצונות של התיירים** במרכז תל אביב?
2. מהו **המוצר התיירותי הקיים** בתל אביב?
3. האם ואילו פערים קיימים בין המוצר התיירותי הקיים לבין הנתפס?

שיטת המחקר התבססה על שני כלים:

1. **עבודת השדה**: התקיימו 200 ראיונות עם תיירים, בעונת התיירות העיקרית: יוני-אוקטובר. הנבדקים נבחרו במדגם אקראי של תיירים שגילם עשרים ומעלה, משך שהותם בעיר בזמן הראיון – לפחות יומיים, והם הגיעו לתל אביב באופן עצמאי ולא בטיול מאורגן. הראיונות עימם כללו שאלות פתוחות וסגורות והתייחסו לתחושותיהם ולעמדותיהם כלפי המוצר התיירותי.
2. **בדיקת "המוצר התיירותי" בתל אביב** על בסיס הפרמטרים הבאים: א. מוצרים ראשוניים (נתונים טבעיים של העיר, אתרים היסטוריים ותרבותיים). ב. מוצרים משלימים (אטרקציות שנבנו למשך תיירים ושיירות בעיר). ג. נגישות פנימית וחיצונית (נגישות אל העיר ובתוך העיר). ד. מדיניות תכנונית תיירותית (התייחסות הרשויות לנושא התיירות). בחלק זה של המחקר נבדקים הפרמטרים ומוצגים באופן תיאורי.

בשלב זה של ניתוח הממצאים בלטו הממצאים הבאים:

- שביעות רצון גבוהה מתחושת הביטחון בעיר ביום / בלילה / בתחבורה ציבורית, וכן שביעות רצון גבוהה מהאווירה הכללית בעיר. לעומת זאת, שביעות רצון נמוכה באשר לנוחות השימוש בתחבורה ציבורית בעיר והתמצאות בה.
- בחינת הפערים בין הדימוי של העיר לפני ואחרי מצביעה על דימויים של "עולם שלישי" ו"מפחיד" לפני שהכירו את העיר, לעומת "מודרני" ו"בטוח" אחרי שהכירו את העיר.
- רוב המרוויינים סברו כי היצע "המוצרים המשלימים" (מסעדות, בתי קפה וכו') בתל אביב הוא גבוה, למעט מגוון של מלונות.
- אחוז גבוה של תיירים שציינו כי הדברים שהכי אוהבים בעיר הם האנשים, המסעדות וחי הלילה בעיר. אחוז גבוה הצביע על התנועה והלכלוך בעיר כאלמנטים הכי שנואים עליהם.

בין תיירים לציפורים: אינטראקציה וכושר נשיאה באגמון החולה

נגה קולינס-קריינר, דן מלקינסון ורועי שטיינורץ

החוג לגאוגרפיה ולימודי סביבה, אוניברסיטת חיפה

מטרת המחקר הינה לבדוק בצורה מעמיקה את היחסים בין התיירים המבקרים באגמון לבין התנהגות ותגובת הציפורים באזור התיירות. בצורה זו ניתן להבין ולהעריך את כושר הנשיאה של האתר מבחינת מבקרים והשפעתם על הציפורים. כפועל יוצא מאלו ניתן יהיה להקנות כלים ממשקיים להעצמת החוויה התיירותית, בד בבד עם שימור גורם החוויה: הציפורים.

הפרויקט בוחן את השפעת דגמי הפעילות השונים הקשורים בקהל המבקרים באתר (רעש, כמות, גודל קבוצה, תדירות מעבר, אמצעי תחבורה, דגם התנהגות, משך שהייה והתקרבות) על התנהגות של מגוון מיני עופות ותגובתם לסוגי ההפרעה השונים. בנוסף, נבדקות במחקר התפיסות השונות של המבקרים באתר ביחס לחוויות הצפרות.

שאלות המחקר הן: מהי ההשפעה של פעילות ואופי המבקרים ב"אגמון" על התנהגות הציפורים בעונות השונות? מהי "מידת הפחד" שמפגינות ציפורים שונות תחת הפרעת בני אדם בדגמים ודרגות שונות? מהו כושר הנשיאה של התיירים באגמון מבחינת מדד ההפרעה לאוכלוסיות ציפורים בעונות השונות ובמבנה הפיזי של האתר?

במחצית הראשונה של שנת 2008 התקיימו 32 ימי תצפיות, סקרים וראיונות. במהלך יום משתנה בשבוע נערכו תצפיות על הציפורים והתיירים במקביל. המחקר נערך בארבע נקודות תצפית באגמון (עגורים, מחניים, שקנאי ואזור ביקורת) באותו היום. שתי הקבוצות: התיירים והציפורים מופו באותם הזמנים על מנת לנתח את ההשפעות של מיקום והתנהגות התיירים על מאפייני ופעילויות הציפורים ממינים שונים. כמו כן נערכו ראיונות עם התיירים שנמצאו במקום.

מהניתוח הראשוני עולה כי בכמות המבקרים הסדירה שנרשמה בחודשי ינואר-יוני של לא יותר מ-60 איש בחורף ו-20 איש בקיץ בו זמנית בתצפית אחת – לא נרשמה השפעה תיירותית על הציפורים. נראה כי בהתאם לכך, ניתן לקבוע כי כמות המבקרים הנוכחית באתר אינה עולה על כושר הנשיאה של האגמון.

בנוסף התקבלו מסקרי המבקרים ממצאים המאוששים את אי תחושת הצפיפות באתר, כלומר קיימת שמירה על כושר הנשיאה של האתר מבחינת המבקרים עצמם ולא רק מבחינת הציפורים.

מפירמידה למעגל: תפקידי האוצר והמבקר במוזאון הווירטואלי¹

עפרה קינן

המכללה האקדמית כנרת (בגימלאות)

באווירה הפוסט מודרניסטית עולות שאלות עומק לגבי הגדרות ותפקידים ביצירה התרבותית, ואחת מהן היא הגדרת היוצר והגדרת יצירתו. בנוסף מתעוררת שאלת הייצוג: את מי היוצר מייצג או את מה הוא מייצג, ומדוע הוא בעל זכות ייצוג (Porter 1998: 1)? שאלות אלו רלוונטיות במיוחד ליוצר במוזאון הווירטואלי. מאמר זה מתמודד עם שאלת היוצר במוזאון הווירטואלי ובודק כיצד שאלה זו משנה מושגי יסוד במוזאולוגיה.²

כבר ב-1992 קבע Hoptman כי המוזאון הווירטואלי יוצר מספר רב של רמות מידע, אופני תצוגה ופרספקטיבות של המידע המוזאלי. על פי מקדולנד ואלספורד (MacDonald and Alsford 1997), המוזאון הווירטואלי מאפשר למבקר להתרכז בנושאים המעניינים אותו, ולאו דווקא במכלול המידע שהאוצר רוצה להעביר. בעצם מתן חופש ל"מבקרים" הווירטואליים לבחור את האוסף שהם מעוניינים בו ואת הפריטים המעניינים אותם ולסדרם במבנה רעיוני או תוכני משלהם, המוזאון הווירטואלי קורא תיגר על מעמדו הקלאסי של האוצר.

המוזאון הווירטואלי יוצר תשתית לשינוי התפקידים של האוצר ושל המבקר. בעוד במוזאון הפיזי מערכת זו היא ברורה והיררכית – מנהל המוזאון, ובמיוחד אוצר התערוכה, הם הקובעים את מהות התערוכה ואת תכניה, והם היוצרים את המסר של התערוכה – הרי במוזאון הווירטואלי נוצרה אפשרות לשינוי מהותי, וקיימת אפשרות שהמבקר בו יהפוך מסביל לפעיל – הוא לא רק ישוטט בגלריות המוזאון, יצפה בתערוכות שנאצרו על-ידי אנשי המקצוע, ויגיב עליהן, אלא יכול גם להפוך בעצמו ל"אוצר" תערוכות, ליוצר מסרים ורעיונות חדשים ולמקים תערוכות וירטואליות.

לשאלה "מי מייצג את מי?" אין תשובה אחת. היא נובעת מרמת "העצמאות" הניתנת למבקר במוזאון הווירטואלי, החל בתלות מוחלטת של המבקר באוצר המוזאלי (האוצר מייצג את המסרים שנועדו למבקר) וכלה במבקר שהוא יוצר עצמאי – האוצר של עצמו ויוצר מוזאון המתפרסם ברשת. ברמה זו המבקר הופך לאוצר, ועם עליית המוזאון שלו לרשת הוא מציג לעולם את מסריו ומשפיע מצדו על האוצר המקצועי.

אם נביט צעד קדימה, נוכל לראות באותו יוצר עצמאי אוצר לכל דבר, שיתוצרתו, היינו המוזאון הווירטואלי שלו, תהפוך למקור של פריטים, של ידע ושל מסרים בעבור מוזאונים קיימים. המוזאון הווירטואלי יוצר אם כן מעבר מאוצרות היררכית – פירמידאלית, לאוצרות מעגלית.

1 המאמר התפרסם בעיונים בשפה וחברה 1(1), 2008, *Israel Studies in Language and Society*, כתב עת אלקטרוני בין תחומי של האגודה הישראלית לחקר שפה וחברה

2 הגדרת המוזאון הווירטואלי: A collection of digitally recorded images, sound files, text documents, and other data of historical, scientific, or cultural interest that are accessed through electronic media. A virtual museum does not house actual objects and therefore lacks the permanence and unique qualities of a museum in the institutional definition of the term. (Encyclopædia Britannica)

טיפולוגיה של תיירות נוצרית בת זמננו

עמוס רון

המחלקה ללימודי תיירות ומלונאות, מכללת כנרת בעמק הירדן

התיירות הנוצרית החלה להתפתח בתקופה הביזאנטית, איפיונה היו צלייניים ויעדיה העיקריים היו אתרי הברית החדשה בישראל. כיום, לאחר כ-1,700 שנים, התופעה התפתחה והסתעפה רבות, ולכן יש צורך ועניין להכיר ולהבין את התופעה.

מטרת המחקר הנוכחי היא להציע ולהציג טיפולוגיה (סיווג) דינאמית ומעודכנת של התיירות הנוצרית בהווה. טיפולוגיות בתיירות פותחו בין השאר על ידי ריצ'ארד באטלר ועל ידי אריק כהן. בהקשר של תיירות דתית פותחו טיפולוגיות בידי אלן מוריניס, ואלן סמית ואחרים.

הטיפולוגיה המוצעת כאן מבחינה בין פעילויות ויעדים צלייניים ובין פעילויות ויעדים תיירותיים שאינם צלייניים (non-pilgrimage travel). בסך הכל הטיפולוגיה מזהה שלוש קטגוריות של צליינות נוצרית ושש קטגוריות של פעילויות תיירותיות נוצריות שאינן צלייניות.

אמנם טיפולוגיה זו מהווה כלי ניתוח טכני, אך ניתן להבין באמצעותה גם הבדלים אידאולוגיים ואחרים בין זרמים שונים בנצרות, שכן הטיפולוגיה מהווה שיקוף של מצב קיים. להכרת והבנת ההבדלים יש חשיבות מחקרית בתחומי תיאולוגיה, תרבות, וכלכלה.

אינסטינקטים, ארכיטיפים ושאיפה לעליונות: תעשיית התיירות ודחפים לא מודעים

יעל רם ונתי אוריאל
אוניברסיטת בן גוריון בנגב

הפסיכולוגיה של התיירות מבוססת ברובה על מודלים קוגניטיביים וחברתיים, אשר משמשים ככלי ניתוח לצרכים מודעים, התנהגויות ותפיסות של תיירים. המחקר התיירותי מתעלם כמעט לחלוטין מדיון בנושא "הלא מודע" למרות שפעילות תיירותית מורכבת מדחפים, משאלות ופנטזיות.

המחקר הנוכחי בוחן את תופעת התיירות המודרנית באמצעות שלוש תיאוריות פסיכודינמיות, המתמקדות בכוחות לא מודעים ובהשפעתם על ההתנהגות האנושית. התיאוריה הראשונה הינה התיאוריה הפסיכואנליטית של זיגמונד פרויד. תיאוריה זו מדגישה את מרכזיותם של האינסטינקטים מין ותוקפנות כמו גם את עקרון הנירוונה. על פי התיאוריה השנייה, הפסיכולוגיה האנליטית של קרל גוסטב יונג, ארכיטיפים פסיכולוגים מרכיבים "לא מודע" קולקטיבי. התיאוריה השלישית, הפסיכולוגיה האינדוידואלית של אלפרד אדלר, מתמקדת ב"תסביך הנחיתות" והשפעתו על השאיפה לעליונות.

מטרת עבודה זו הינה חשיפת נושא ה"לא מודע" בתיירות. העבודה תתמקד בניתוח ההתאמה שבין מוסדות תיירותיים לדחפים לא-מודעים של תיירים. התנהגויות סוטות של תיירים יכולות להיות מוסברות, על פי השערת המחקר, על ידי חוסר הלימה בין דחפים לא מודעים של תיירים לבין דרישות של מוסדות תיירותיים.

שילוב בין ראיונות ונתוני GPS בזמן אמת של מבקרים: הדגמה בפארק השעשועים פורט אבנטורה (מחוז קטלוניה, ספרד)

נעם שובל

המחלקה לגאוגרפיה, האוניברסיטה העברית בירושלים

במחקר שנערך במשך שבועיים (שבוע באפריל 2008 ושבוע ביולי 2008), השתתפו כמאתיים וחמישים מבקרים (125 בכל אחד משבועות הדגימה) בפארק השעשועים פורט אבנטורה. פארק זה, הממוקם באזור הקוסטה דוראודה המצוי כשעה דרומית לברצלונה, הינו אחד מחמשת פארקי השעשועים הגדולים באירופה (נבנה והופעל בשנותיו הראשונות על ידי חברת יוניברסל).

המשתתפים במחקר נתבקשו לשאת עימם מכשיר GPS במשך יום שלם בעת ביקורם בפארק ובסיום הביקור להשתתף בראיון שארך כרבע שעה עם נציגי מחלקת מחקר השוק של הפארק. עם סיום הביקור, מיד לאחר מסירת מכשיר ה-GPS, נותחה באופן מיידי פעילותו בזמן ובמרחב של המבקר באמצעות תוכנה ייעודית שפותחה לצורך כך. הודות לכך, המראיינים יכלו לשאול שאלות ממוקדות אודות פעילות של המבקר בפארק כחלק מהראיון שהתקדם בשביעות הרצון של הנחקר אודות ביקורו בפארק.

הרצאה זו תציג את המתודולוגיה המתוארת לעיל בפירוט על יתרונותיה וחסרונותיה. כמו כן יוצגו ניתוחים ראשוניים שנערכו עם הנתונים שנאספו במסגרת המחקר וזאת מעבר לשימוש שלהם כמכשיר לשיפור סקרי שביעות הרצון המתקיימים בפארק באופן שוטף.