

תכנית אסטרטגית לפיתוח אזור הנגב ומיתוגו כמוצר תיירותי בינלאומי

הצעה להחלטה

מ ח ל י ט י ם :

- א. לרשום את הודעת שר התיירות כי בכוונתו לגבש ולהכין תכנית אסטרטגית לפיתוח אזור הנגב¹ ומיתוגו כמוצר תיירותי בינלאומי.
- ב. התכנית תאפיין את הצרכים הנדרשים לפיתוח אזור הנגב כמוצר תיירותי ותוצג לממשלה בתוך 120 ימים.
- ג. התכנית האסטרטגית לפיתוח אזור הנגב תתייחס לנושאים הבאים:
 1. סוגיות תכנון סטטוטורי וניצול מיטבי של קרקעות.
 2. מיפוי הצרכים לפיתוח מתקני אכסון מגוונים.
 3. מיפוי הצרכים לקידום פרויקטים מחוללי תיירות.
 4. קידום תיירות בת קיימא במרחב התכנית.
 5. תחזוקה וניקיון של אתרי תיירות.
 6. בחינת שיתופי פעולה בין-משרדיים לקידום מותג הנגב.
 7. נושאים נוספים ככל שיידרשו.

¹ שטח התוכנית יהיה בתחומים הנמצאים דרומית לקו רוחב 613,000 (לפי מערכת קואורדינטות ישראל החדשה ISRAEL TM GRID) ותחום המועצה האזורית מגילות (להלן: "שטח התכנית").

דברי הסבר

רקע כללי

בהתאם לעבודה שהתבצעה במשרד התיירות, שלוותה ברה-ארגון של המשרד, שונתה אסטרטגיית השיווק של משרד התיירות משיווק כללי של ישראל, בעיקר כיעד תיירותי צלייני, לשיווק ישראל באמצעות "מותגי תיירות", וזאת במסגרת התובנה, כי קידום תתי מותגים בתחום התיירות בהתאמה לקהלי יעד שונים יביא לשיווק ישראל כיעד תיירותי בינלאומי בצורה הטובה ביותר.

תהליך מיתוג של יעד תיירותי, מיועד להפוך את היעד לאטרקטיבי לתיירים. הואיל ותיירות היא מוצר מורכב של חוויות, מדובר בתהליך מורכב יותר ממיתוג של מוצרים אחרים, ועל כן הוא מחייב בניית מותג לאורך זמן ותיאום ושיתוף פעולה של גופים ציבוריים ופרטיים.

מותג הוא כלי עסקי ומנוף לצמיחה כלכלית. פיתוח מותג חייב להתבסס על מוצרי תיירות ולכלול הצעת ערך ממשית לתייר. המוצר הוא שילוב של נכסים מוחשיים ובלתי מוחשיים, כמו משאבים טבעיים, תרבות ומעשי ידי אדם, אטרקציות, מתקנים, שירותים ופעילויות, היוצר תחום עניין ספציפי בו המדינה משקיעה משאבי שיווק. מטרת מיתוג הנגב כיעד תיירותי היא למשוך תיירים לאזור הממותג, במטרה שאלה ישקיעו יותר זמן ומשאבים במוצר, ליצור אצל התיירים חוויה חיובית המתורגמת להמלצה ולביקור חוזר, ולהביא לרווחיות גדולה יותר למשק.

אזור הנגב, מאופיין כאזור שאוצרותיו ההיסטוריים, הגיאולוגיים והתרבותיים ייחודיים בעולם. מדובר בשטח גיאוגרפי מגוון מאוד אשר בו אתרים ארכיאולוגיים והיסטוריים, אתרי מורשת מוכרזים על ידי אונסק"ו (כמו: ערים נבטיות, תל באר שבע, מצדה), דרכי הבשמים ההיסטוריות שעברו בו, שמורות טבע ומרחבי נוף (כמו: ארץ המכתשים, שמורת עין גדי, פארק תמנע ועוד). בשנים האחרונות הוקמו בנגב מוקדי חדשנות טכנולוגית וחקלאית אשר מהווים נקודות עניין נוספות בעלי פוטנציאל ביקור.

היותו של אזור הנגב מדבר ידידותי מאפשר שיווקו למגוון רחב של קהלי יעד. כמו כן, מזג האוויר הנוח בעונת החורף מהווה אף הוא יתרון לתיירות, מאירופה בעיקר. הגידול בביקוש לתיירות מדברית בעולם, תיירות בת קיימא והקמתו של שדה התעופה רמון תורמים אף הם לסל היתרונות היחסיים של הנגב כיעד תיירותי מוביל בינלאומי.

מכאן, שאזור הנגב הינו בעל פוטנציאל משמעותי ליצירת מוצר תיירותי בינלאומי, שיאפשר להרחיב את היכולת של ישראל לפנות לקהלי יעד חדשים, ובכך להגדיל בצורה ניכרת את התיירות הנכנסת לישראל.

פיתוח אזור הנגב כמוצר תיירותי על היתרונות הטמונים בו כמפורט לעיל, יכול להביא למשיכת תיירים לישראל, בכלל ולנגב, בפרט. כמו כן, פיתוח הנגב כמוצר תיירותי צפוי גם להעלות את רמת שביעות הרצון של התיירים מהביקור ולהפוך אותם לשגרירים של ישראל בעולם. זאת ועוד, פיתוח המוצר התיירותי בנגב עשוי להוביל להקמת עסקים, להעלאת כמות המועסקים במרחב וממילא לצמיחה כלכלית שיש בידה למשוך ולהשאיר אוכלוסייה באזור.

מטרת הצעת המחליטים היא להביא לכדי גיבוש תכנית אסטרטגית ממשלתית אחודה המרכזת מאמץ להמשך פיתוח הנגב כמוצר תיירותי, מתוך הבנה כי שילוב זרועות הממשלה בתכנית יניב תרומה משמעותית יותר לפיתוח המוצר התיירותי ויביא למיצוי נכון יותר של התועלות הפוטנציאליות הגלומות ביישום התכנית.

נתונים כלכליים והשפעה על משק המדינה

ענף התיירות תורם תרומה ישירה לתוצר הלאומי של מדינת ישראל. לפי נתוני הלמ"ס, לשנת 2019, בתעשיית התיירות ב-2019 היו כ-140 אלף מועסקים ישירים (כ-3.5% מכלל המועסקים במשק) ועוד היקף דומה של מועסקים בתעסוקה עקיפה ובתעסוקה נובעת (סה"כ בכל המעגלים הקשורים בתיירות מועסקים כ-6% מכלל המועסקים במשק). התיירות מהווה כ-2.6% מהתמ"ג, 13% מייצוא השירותים, ו-4% מכלל הייצוא במשק. ההכנסה השנתית מתיירות נכנסת נאמדה ב-2019 בכ-23 מיליארד ₪ ומתיירות הפנים בכ-13 מיליארד ₪ (לא כולל תיירות חד יומית).

מימוש הפוטנציאל של מיתוג הנגב כמוצר תיירותי וכפועל יוצא מכך הגדלת התיירות הנכנסת למדינת ישראל יגדיל את הכנסות המדינה במטבע חוץ, וכן בעל פוטנציאל ליצירת עסקים חדשים ותרומה ממשית לכלכלת האזור.

גורם אחראי למעקב (בהחלטה שעל פי מהותה טעונה מעקב אחר ביצועה)

שר התיירות

תקציב

לא רלוונטי

השפעת ההצעה על מצבת כח האדם

לא רלוונטי

עמדת שרים אחרים שההצעה נוגעת לתחום סמכותם

לא רלוונטי

החלטות קודמות של הממשלה בנושא

עמדת היועץ המשפטי של המשרד יוזם ההצעה

מצ"ב

סיווגים*

סיווג ראשי: החלטה הצהרתית

תחום פעולה עיקרי: חברה וכלכלה

מוגש על ידי שר התיירות

ו' בכסלו התשפ"ב
10 בנובמבר 2021

חוות דעת משפטית הנלווית להצעת החלטה לממשלה

נושא הצעת ההחלטה:

הצהרה בדבר גיבוש תכנית אסטרטגית לפיתוח אזור הנגב ומיתוגו כמוצר תיירותי בינלאומי.

תמצית ההצעה בהתייחס להיבטיה המשפטיים:

עניינה של הצעת ההחלטה היא הצהרה בדבר פיתוחו של הנגב כמותג תיירותי בינלאומי. אזור הנגב, מאופיין כאזור שאוצרותיו ההיסטוריים, הגיאולוגיים והתרבותיים ייחודיים בעולם. פיתוח אזור הנגב כמוצר תיירותי על היתרונות הטמונים בו כמפורט בהצעה, יכול להביא למשיכת תיירים לישראל, בכלל ולנגב, בפרט. פיתוח המוצר התיירותי בנגב עשוי להוביל להקמת עסקים, להעלאת כמות המועסקים במרחב ולצמיחה כלכלית שיש בידה למשוך ולהשאיר אוכלוסייה באזור.

קשיים משפטיים ככל שישנם, ודרכי פתרונם:

ההצעה כאמור מבוססת על נימוקים מקצועיים המסבירים מהי מטרתו של תהליך מיתוג יעד תיירותי ומדוע הנגב הינו בעל פוטנציאל משמעותי ליצירת מוצר תיירותי בינלאומי. בשים לב לכל האמור לעיל, ההצעה אינה מעוררת קשיים משפטיים.

עמדת היועצים המשפטיים של משרדים אחרים שהצעת ההחלטה נוגעת להם:

לא רלוונטי.

עמדת היועץ המשפטי של המשרד שהשר העומד בראשו מגיש את ההצעה:

אין מניעה משפטית לקבל את ההחלטה המוצעת.

ק/י. א. א. /
דודו קובסניאנו, עו"ד
היועץ המשפטי
משרד התיירות