



## סקר על יריד "כולנו - כלנא", פסטיבל למוצרים ותרבות יהודי ערבי

### מסמך מתודולוגיה

#### מטרות ויעדים

היריד "כולנו - כלנא" נערך בשיתוף המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי, הרשות לפיתוח כלכלי של המגזר הערבי, הדרוזי והצ'רקסי במשרד ראש הממשלה, יסמין – איגוד נשות עסקים בישראל, הפדרציה היהודית בניו יורק וארגון נשות הדסה. היריד התקיים בתאריכים 6 ו-7 לאוגוסט 2009 בהאנגר 11 בנמל תל אביב. לאור ההצלחה של פסטיבל "אחת לאחת" שהתקיים שנה קודם לכן, הוחלט להרחיב את היריד ובנוסף להתמקדות בעסקי הנשים לתת הזדמנות לכלל העסקים הערביים למכור את מוצריהם ושירותיהם בפני הקהל הרחב בתל אביב.

#### המטרות העיקריות של הסקר היו:

1. איסוף מידע על פרופיל העסקים והקהל שהשתתפו ביריד – לדוגמא: שם העסק, מספר העובדים, תחום פעילות ושנת הקמה, סוג וכמות הקהל שהגיע.
2. בדיקת דרכי הפרסום ליריד – לדוגמא: המקורות שמהם בעלי העסקים שמעו על היריד, המניעים שלהם להשתתף ביריד, האם אמצעי פרסום היריד היו מספיקים, הזמנים והדרכים בהם מארגני היריד פרסמו אותו הן לבעלי העסקים והן לקהל הרחב.
3. ברור על הניסיון הקודם של בעלי העסקים בסוג פעילות שכזה – לדוגמא: דרכי השיווק לצרכנים על ביומיום, השתתפות בעבר באירועים מסוג זה ומקום פעילות עיקרי.
4. בדיקת תרומת היריד מנקודת מבטו של בעל העסק – לדוגמא: נטל ההכנות הלוגיסטיות ליריד, כמות הלקוחות ביריד והיתרונות בהשתתפות ביריד שכזה.
5. ברור בנוגע למסקנות וללקחים מהיריד – לדוגמא: בדיקת השתתפות בעלי העסקים בעתיד ביריד שכזה, אם לא – מדוע, הפקת לקחים מהיריד, דברים חיוביים ושליילים הנלקחים מהיריד.
6. איסוף מידע על הקשר עם הרשות לפיתוח כלכלי במגזר הערבי – לדוגמא: בדיקת המשך קשר עם הרשות בנושאים שונים, מגוון התחומים בהם קיים עניין לקבלת מידע.

הסקר נועד לשפר את ההיערכות של מארגני יריד "כולנו - כלנא" ואירועים כדוגמתו לקראת אירועים עתידיים, ונועד לסייע לבעלי עסקים הנכללים באוכלוסיית היעד של יריד זה לבחון את כדאיות הצטרפותם לאירועים עתידיים מסוג זה.



**משרד התמ"ת**  
מחקר וכלכלה



1. יעדים לטווח קצר – לתת המלצות כיצד ניתן לשפר את היריד לפעמים הבאות : כיצד ניתן להגדיל את מספר המשתתפים ביריד, את המכירות ואת כמות הקהל שיגיע.
2. יעדים לטווח ארוך – מכירת הסחורות לקהל היהודי בכפרים הערביים עצמם ולא רק מירידיים, הפקת אירועים מסוג זה על ידי קבוצות ערביות.

### האוכלוסייה

אוכלוסיית המחקר כללה את מארגני היריד ואת כל בעלי העסקים אשר השתתפו ביריד (200 בעלי עסקים). פרטי המשתתפים ניתנו על ידי מארגני האירוע.

### המדגם

לנוכח גודל אוכלוסיית המחקר (כאמור, 200 בעלי עסקים אשר השתתפו ביריד), נעשה ניסיון לראיין את כל המשתתפים ביריד.  
בסה"כ רואיינו 126 בעלי עסקים (63% מהאוכלוסייה).  
בנוסף, רואיינו כל מארגני היריד.

### השיטה

הנתונים נאספו באמצעות ראיון טלפוני הן של מארגני היריד והן של בעלי העסקים או נציגיהם שהשתתפו ביריד.