

תוכן העניינים

עמוד

1	תמצית מנהלים
14	מבוא
16	מטרות ויעדים
17	מתודולוגיה
22	סקירה תיאורטית
34	מצב קיים
41	ניתוח ממצאים
62	הגדרת בעיות בתחום
65	מדיניות הממסד
74	פוטנציאל הענף
78	מגמות ותחזיות
79	מסקנות
83	סיכום והמלצות
90	רשימת מקורות
97	ניספחים

תמצית מנהלים

המחקר הנוכחי מביא תמונה מקיפה וכוללת של מצאי התיירות החקלאית בישראל, מגמות ותחזיות לעתיד ואף המלצות אופרטיביות לביצוע.

הגדרת 'תיירות חקלאית' בעבודה זו ומתוך כך המלצותיה, מבוססת על המגמות הרווחות בעולם בנושא:

"תיירות חקלאית הינה פעילות תיירותית הקשורה ישירות לסביבה היצרנית של ענפי הגידול, כאשר ספקי המוצר התיירותי הזה, עוסקים ישירות בחקלאות"

בין הפעילויות הנכללות בהגדרת תיירות חקלאית ניתן למנות רפתות תיירותיות, אתרי קטיף עצמי, מחלבות, יקבים ועוד רבים אחרים.

חשוב לציין כי הדעות באשר להגדרת 'תיירות חקלאית' בישראל, חלוקות בקרב אנשי מפתח העוסקים בתחום. חלקם רואים את התיירות כהגדרתה בעבודה זו, ואילו חלקם רואים את ה'תיירות החקלאית' במגוון צורות; החל מתיירות מקצועית – נושאת וכלה בכל מיזם עיסקי הנמצא בתחום הכפרי- אם בתיירות (ענף הצימרים) ואם בענפים אחרים.

שיטת עבודה ומקורות הנתונים

מבדיקת המידע הקיים כיום בישראל בנושא 'תיירות חקלאית', נמצא כי הוא לוקה בחסר ואינו עדכני. על כן מצאנו לנכון לערוך מיפוי מקיף של כל האתרים העוסקים בתיירות חקלאית בישראל, כאשר כל אתר נבדק לגופו, בוודא טלפוני באשר לפעילות החקלאית המוצעת בו.

לצורך הסקירה, נעשה שימוש בכל מקור אפשרי: חומר פרסומי אזורי ונושאי, מדריכי תיירות, מידע שנאסף ממשדד החקלאות, ממשדד התיירות, מהמועצות האזוריות, ממרכזי טיפוח יזמות ומעמותות תיירות ברחבי הארץ, מפניות אישיות, מעיתונות ואפילו משילוט קבוע ושלטי סוף שבוע מאולתרים בצידי הדרכים.

אותרו כ-140 אתרים, התואמים להגדרת תיירות חקלאית כפי שהוגדרה במחקר זה. יש לציין כי אתרים אלו טרם אוגדו בחוברת או מאגר מידע רלוונטי הנוגע לתיירות חקלאית עד היום.

בגלל מגבלות תקציביות, נאלצנו לצמצם את הסקר, ולהסתפק במדגם הכולל כ-40 אתרים (המהווים כ-30% מהכלל). המדגם בכללותו מייצג את ענף ה'תיירות החקלאית' בישראל, עם זאת מדגמי תת הענפים כמו: רפת, יקבים, בתי בד וכו', אינם מייצגים בגלל קוטנם ולכן לא קבילים לניתוח סטטיסטי.

במסגרת המדגם נערכו ביקורי אבחון בני שעתיים לערך הכוללים הצגת שאלון מובנה בן 65 שאלות, סיור, צילום והתנסות במקום.

בנוסף, בכל אזור בארץ אותרו חקלאים המיצגים ענפים שונים בעלי פוטנציאל יזמותי לפיתוח תיירות חקלאית. בקרב חקלאים אלו נערך שאלון בן 24 שאלות.

כמו כן, במטרה לקבל תמונה הומוגנית וכוללת ובמטרה להתוות קווי מדיניות ממסדית נערכו ראיונות עומק עם אנשי מפתח, העוסקים ו/או קשורים לתחום, ביניהם אנשי מפתח ביחידות כלכליות, במט"י, במשרד התיירות, במשרד החקלאות, בחמ"ת, בקק"ל, בסוכנות היהודית לא"י, במינהל מקרקעי ישראל ובחטיבה להתיישבות של ההסתדרות הציונית העולמית. למטרה זו נערך שאלון נוסף לראיון מובנה, המונה 30 שאלות.

סקירה תיאורטית

הסקירה הספרותית כוללת, ספרות מחקרית אשר נאספה בספריות ברחבי הארץ, מידע ממאות אתרי אינטרנט ואף דיווחים וסיורים, סקירות ועבודות של משרדי התיירות והחקלאות.

על רקע ההרעה הנמשכת בתנאי הסחר וכתוצאה מכך הירידה ברווחיות במגזר החקלאי מחד ועליית משקלה של התיירות מאידך, הדעה הרווחת בקרב החוקרים הינה כי הפוטנציאל לפיתוח תיירות חקלאית, הוא רב ומגוון ויש בו כדי להגדיל את הערך המוסף ואת ההכנסה והתעסוקה של החקלאי. יחד עם זאת, מציינים החוקרים כי פעילות כלכלית מטבעה יוצרת השפעות חיצוניות חיוביות ושליליות כאחד; לכן יש חשיבות שכל פעילות מסוג זה בכפר, תשמר את אופיו הכפרי הייחודי, שהוא בין היתר המשאב הבסיסי לפיתוח תיירות חקלאית.

ברובן הגדול של ארצות אירופה, התחום של תיירות חקלאית מפותח מאוד, כאשר כל רמות השלטון מעורבות בפיתוח וסיוע לתיירות החקלאית. במרבית המקרים קיימת הבחנה ברורה בין תפקידי הרמה הממלכתית (לאומית) שאחראית לתשתיות תיירותיות "כבדות", לבין תפקידי רמת המחוז והרמה המקומית (האזור) העוסקים בעידוד וקידום הפרוייקט.

גם על ישראל, לא פסחו התהליכים העולמיים שגרמו לשקיעת החקלאות ולעליית משקלה של התיירות. למרות זאת, הפעילות בענף התיירות החקלאית עד לשנים האחרונות, הייתה ברמה נמוכה ויציבה, והתבססה ברובה על תיירות מקצועית – נושאת ועל 'סיורי משק' לתיירות קבוצתית מחו"ל. יש לציין כי לחקלאים המארחים לא נוצר כל רווח מתיירות במתכונת זו, והאירוח על ידי החקלאים נעשה לרוב ללא תמורה.

רק בשנים האחרונות החלה להתפתח ה'תיירות החקלאית' לכיוון שונה: החלו לקום מיזמים קטנים במשקים ובקיבוצים, המתבססים על תשתיות קיימות ואינם כרוכים בהשקעות גדולות. רק המיזמים אשר קיים בהם עיסוק בתיירות במקביל לעיסוק בחקלאות ומאפשרים הדגמה והתנסות במשק החקלאי, מתאימים להגדרה של תיירות חקלאית בעבודה זו.

ממצאים עיקריים

התיירות החקלאית בישראל 2001 כוללת כ-140 אתרים פעילים, המעסיקים יותר מ-1,000 עובדים, מושכים כ-1.5 מיליון מבקרים בשנה ומכניסים כ-75 מיליון ש"ח בשנה (פידיון כולל מע"מ).

ניתן לסווג את מיזמי התיירות החקלאית ל-15 ענפים עיקריים: בתי בד, גדי"ש (כולל תבלינים וצמחי מרפא), מכוורת, מדגה, מחלבות, יקבים, מטעים ופרדסים, משתלות וחממות, עופות, צאן ובקר, קטיף עצמי, רב ענפי, מו"פ, תנינים וגולף. ניתן לראות ריכוז רב של מיזמי תיירות חקלאית בשני ענפים עיקריים: מחלבות ויקבים.

הפעילות במסגרת הביקור במיזם התיירותי-חקלאי מתמקדת במספר תחומים עיקריים:

- ◆ 55% מהמיזמים כוללים מכירת מוצרי משק
- ◆ כ-30% מהמיזמים מציעים סיור מודרך
- ◆ לכ-18% יש מרכזי מבקרים.
- ◆ לחלק מהמיזמים התנסויות והפעלות מעשיות בענף או במוצריו כערך מוסף לביקור במקום.

- ◆ בחלקם קיים שילוב של תיירות חקלאית עם מושכנים נוספים (אטקרציות) אשר אין להם קשר לחקלאות.
 - ◆ חלקם משתתפים בפסטיבלים אזוריים בנושאים חקלאיים כדוגמת 'פסטיבל התירס', 'פסטיבל הדובדבן' וכו'.
- כ-47% מהמיזמים נמצאים במושבים, כ-33% בקיבוצים. כל שאר המיזמים פזורים בצורות ישוב שונות: עירונית, חוות או התיישבות בודדים, מו"פ, מנזרים וישובים קהילתיים.
- כ-65% מהמיזמים פעילים 5 שנים ופחות – כאשר הריכוז הגדול של המיזמים קיים בין שנתיים ל-4 שנים.
- כ-70% מהמיזמים פעילים שבעה ימים בשבוע כל השנה וכ-30% סגורים בשבת וחג.
- רובם הגדול של המיזמים נמצאו תואמים לקריטריוני איכות הסביבה. במרבית המקרים, לא נמצאו מפגעים בולטים במשק או בסמוך לו. חשוב לציין, כי רבים הם החקלאים שציינו, כי המעבר לתיירות גרם להם למודעות גדולה יותר לניקיון ולאיכות הסביבה. עם זאת, רק 45% מהמיזמים נמצאו ברמה טובה מבחינה חזותית. לרוב היו אלה משקים אשר הסבו את משקם לתיירות והתאימו אותו לקבלת קהל, להבדיל ממשקים שעשו שימוש בתשתיות קיימות.
- 55% מהמיזמים ממוקמים על קרקע חקלאית במושבים או בחוות. 25% נמצאים באדמות קיבוץ רק כ-10% מהמיזמים שינו או נמצאים בתהליכי שינוי יעוד הקרקע מחקלאות לתיירות. מיזמים אלו מציינים שנתקלו בתהליך ארוך, מסורבל ורצוף מכשולים, ללא סיוע ממסדי (במקרה הטוב!).
- כ-60% מהמיזמים חברים בעמותת תיירות. רוב המיזמים ציינו את תרומת העמותה בפרסום וכן במעורבותה בגיבוי היזמים בתהליכי בקשה להקצאת שעות ייעוץ תיירותי.
- כ-58% מהמיזמים מבוססים על תוכנית עסקית, כאשר כ-80% מהם נעזרו בשירותי ייעוץ מטעם מטי"י. עם זאת, רק כ-45% מהמיזמים ציינו כי המציאות תואמת לתחזיות ולאומדנים המקוריים בפרוגרמה/תכנית כלכלית/עסקית.

סיכום: ענף התיירות החקלאית סובל מבעיות חמורות: בעיות סטטוריות (ייעודי קרקע), תפעוליות, כלכליות, בעיות הנובעות מחוסר הדרכה והכשרה בתחום, בעיות חברתיות, ובעיות הנובעות מחוסר מדיניות ממסדית בתחום.

ממצאי ראיונות עם אנשי מפתח במט"י, יחפ"כ, עמותות תיירות והסוכנות היהודית:

אנשי המפתח העומדים בראש יחפ"כ ומט"י, רואים את תפקידם ביחס לתיירות חקלאית, בעיקר בשלבי התכנון הראשוניים, זאת תוך מתן ייעוץ עסקי, תכנוני, השגת מימון, קורסים והכשרה ליוזמים ובפתרון בעיות מיוחדות המתעוררות לאחר הקמת האתר. מקצתם עוסקים בזיהוי פוטנציאל לפיתוח תיירות, בפרסום ובשיווק.

יש לציין כי, רוב אנשי המפתח במט"י, יחפ"כ, עמותות התיירות והסוכנות היהודית, לא מצויים בבעיות ייעודי הקרקע, רישוי העסקים, ביטוח, בטיחות, התקינה והבקרה באתרי החקלאות התיירותית.

מדיניות הממסד

המימון והסיוע הממסדי שניתן ליוזמי התיירות החקלאית כיום, מוגבל מאוד וכרוך בתנאים מגבילים ולעיתים אף בלתי סבירים.

המנגנונים הקיימים כיום הם: יוזמה של הסוכנות היהודית למתן מענקי מתיישב בדרום גם למטרות תיירות; הקצאת שעות ייעוץ במסגרת חממות התיירות; קרן סיוע למושבים ביוזמתה של הסוכנות היהודית; מנהלת השקעות של משרד החקלאות ופיתוח הכפר ליישובי קו עימות בגבול לבנון - גורם סיוע ביוזמת משרדי החקלאות והתיירות.

מדיניות משותפת למשרד החקלאות ופיתוח הכפר ולמשרד התיירות:

לאור פריחתו של ענף התיירות הכפרית ותהליכי הצמיחה המוגברים של התיירות החקלאית, החלו משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומשרד התיירות בפעילות משותפת לקידום ושיפור מעמדן של התיירות הכפרית והחקלאית בישראל. בימים אלו התקבלה החלטה על הקמתה של ועדה משותפת לשני המשרדים והקצאת תקציב של כ-4 מיליון שקל לטובת תמיכה בתיירות החקלאית.

מתוצאות הסקר הנוכחי, לא ניכרו עד כה סימנים בולטים לפעילות זו.

מדיניות משרד התיירות:

משרד התיירות שותף בתמיכה הניתנת ליזמי התיירות החקלאית באמצעות מערכת חממות התיירות, במימון עמותות התיירות ברחבי הארץ ואף תומך במתן הכשרה מקצועית לתיירנים במרחב הכפרי. חשוב לציין כי בהתאם לסקר אותו ערכנו, מעטים החקלאים הלוקחים חלק בהכשרות אלו. המשרד מתכוון להרחיב תמיכתו זו, בשיתוף משרד החקלאות.

מדיניות משרד החקלאות:

מדיניות הרשות לתכנון ופיתוח החקלאות ההתיישבותית והכפר במשרד החקלאות ופיתוח הכפר לשנים 2001-2005 מבוססת על תוכנית לאומית לפיתוח המרחב הכפרי (כפר 2000). במסגרת זו, ממליצה התוכנית לחזק ולבסס את ענף התיירות החקלאית בשיתוף פעולה עם משרד התיירות, כאשר התקציב המומלץ הינו 20 מליון ש"ח לשנה. לצערנו, ע"פ הסקר שנערך וע"פ שיחות עם חקלאים, תוכנית זו לא באה לידי ביטוי בשטח ולמרות שהתכנית נקראת כפר 2000, היא עדיין לא הגיעה לידי מימוש.

דו"ח ועדת קדמון – "פעילות יצרנית נוספת במשק המשפחתי" (1994):

הדו"ח ממליץ על קווי מדיניות בהם יש לנקוט, עקב התפתחות עסקים לא חקלאיים שהוקמו במושבים, עם זאת אין כל איזכור מפורש המייחד את מיזמי התיירות הכפרית בכלל והתיירות החקלאית בפרט.

מדיניות האגף לאגרו-אקולוגיה, המשרד לאיכות הסביבה:

ראש האגף אינו רואה קשר ישיר בין אגרו-אקולוגיה לתיירות. עם זאת הוא סבור, כי התיירות יכולה לתרום לאיכות הסביבה, מבחינת פיתוח מודעות לערכים סביבתיים בקרב המבקרים באתרי התיירות החקלאית.

מדיניות קרן קיימת לישראל:

49% ממועצת מקרקעי ישראל, מורכבת מנציגי קק"ל. על כן שיתוף ומעורבות קק"ל בתיירות החקלאית יכולה להשפיע על החלטות מינהל מקרקעי ישראל בעניין שימושי הקרקע. יחד עם זאת החלטות קק"ל במועצת מקרקעי ישראל, בנושאים הקשורים לפעילות תיירותית-חקלאית, נבחנים בכל מקרה לגופו, לאחר פניה ספציפית ללובי.

מדיניות מינהל מקרקעי ישראל:

נכון להיום, ההחלטה היחידה של מועצת מקרקעי ישראל הקשורה לתיירות החקלאית הינה החלטה 755, מיום 27.2.96. ההחלטה עוסקת בתנאים לפיהם תימסר קרקע למטרת שימוש שאינו חקלאי בנחלות, כולל שימוש למטרת קייט כפרי. תנאי ההחלטה מאלצים את יזמי התיירות החקלאית לנקוט באחת משתי דרכים: שינוי ייעודי קרקע או בקשה לשימוש חורג. כאשר שתי הדרכים הללו, כרוכות בתשלום דמי היוון גבוהים, ובהליך בירוקרטי ארוך שנים, מסורבל ורצוף מכשולים, ללא כל סיוע ממסדי. כנגד יזמי התיירות החקלאית אשר לא נוקטים באחת משתי הדרכים הללו מוגשות תביעות לסילוק יד או מוטלים קנסות כבדים.

פוטנציאל הענף

פוטנציאל ההיצע מורכב מכל משקי החקלאות בישראל, ועל כן אין טעם לחשב אותו כמותית. אך, למרות המגבלות ביכולות ההשקעה, התיפעול והניהול של רוב החקלאים, ברור שהגורם החוסם הוא פוטנציאל הביקוש בקרב אוכלוסיות השירות, המחוללות את הביקושים למוצרי ענף התיירות בכלל ואתרי התיירות החקלאית בפרט. אם הביקושים היו מעודדים יותר מכפי שהם, הרבה יותר חקלאים היו נכנסים לענף התיירות החקלאית.

פוטנציאל הביקוש הוערך בהשוואה לביקוש נוכחי של כ-1.5 מיליון מבקרים בשנה בפועל.

- ◆ פוטנציאל הביקוש הנוכחי: כ-10 מיליון מבקרים בשנה.
- ◆ כאשר תגיע אוכלוסיית ישראל ל-8 מיליון והיקף התיירות הנכנסת ל-3 מיליון, יעמוד פוטנציאל הביקוש בתיירות החקלאית על כ-15 מיליון מבקרים בשנה.
- ◆ כאשר אוכלוסיית ישראל תגיע ל-10 מיליון והיקף התיירות הנכנסת ל-4 מיליון, יעמוד פוטנציאל הביקוש בתיירות החקלאית על כ-22.5 מיליון מבקרים בשנה.

מגמות ותחזיות

במגמות הנוכחיות, ללא שינוי משמעותי במדיניות הגיבוי והסיוע של המימסד, הביקושים לתיירות החקלאית בשנים הקרובות יגדלו בין 10% ל-20% ויגיעו בטווח של כחומש לקצת יותר משני מיליון מבקרים בשנה (בהשוואה לכ-1.5 מיליון כיום).

במידה ויאומצו המלצות המחקר המוצגות בהמשך, התחזית תשתנה בהתאם, ועשויה להגיע לתוספת בסדר גודל של 50% ויותר לביקושים בתיירות החקלאית, עד סדר גודל של

3 מיליון ביקורים בשנה.

מסקנות

תמצית מסקנות העבודה, לאור הממצאים והנתונים שנאספו:

1. הרוב המכריע של האתרים, יושבים על קרקע חקלאית (או מבני משק בקיבוצים) ורק במקרים נדירים נעשים צעדים לשינוי ייעודם המתארי. הדבר מהווה בלם לפיתוח העסקים התיירותיים מחשש להתנגשות עם החוק. אלו המעוניינים לשמור חוק ומתחילים בתהליך של שינוי יעוד, נתקלים בהרבה מאוד מכשולים ובעיות ולא הגיעו לכלל מיצוי התהליך.

2. על פי הערכה גסה, הביקוש הנוכחי באתרי התיירות החקלאית (1,500,000 ביקורים בשנה) מהווה בסה"כ כ-3% מסך הביקורים של תיירות הפנים – 45,000,000 ביקורים בשנה (כ-30,000,000 ימי ביקור בשנה X 1.5 אתרים בהם מבקרים התיירים). עם זאת, חשוב לציין כי אתרי התיירות החקלאית מהווים כ-20% בלבד מסך אתרי הבילוי והאטרקציות בהם מבקרים.

3. ככל שהאתר משקיע יותר בתשתית לתיירות כך גדל המחזור השנתי והרווח של האתר. מהסקר עולה כי אתרים אשר להם תשתית תיירותית מפותחת מרוויחים יותר. ממסקנה זו ניתן להצביע כי עזרה של המוסדות והגופים הממשלתיים בתשתיות, יכולה לתרום רבות לריווחיות האתר.

4. נכון להיום, מדיניות הממסד הנוגעת לנושא התיירות החקלאית, מוגבלת מאוד וברוב המקרים נגיעתה אינה ניכרת כלל בשטח. מנגנוני הסיוע שפותחו על ידי הגופים הממסדיים, במטרה לתמוך ביזמי התיירות חקלאית, מעטים מאוד ולרוב כרוכים בתהליכים מסורבלים וממושכים.

5. הביקורים באתרי התיירות החקלאית, משתלבים בביקור בעוד אתר אחד מרכזי או שניים ולא יכולים להוות אתר ביקור בפני עצמו. זאת לאור העובדה שמשך הביקור באתרי התיירות החקלאית עומד על כשעתיים בלבד. יוצאים מן הכלל אתרי התיירות החקלאית, הנמצאים בקירבה גדולה למטרופולין ומהווים אתר יעד יחיד לבילוי של כשעתיים.

6. למרות הקשיים הכלכליים ברוב הקיבוצים וההזדמנויות הטובות לפיתוח חקלאות תיירותית בהם, אחוז גדול של מיזמי תיירות חקלאית קיים דווקא במושבים (כ-47% במושבים לעומת כ-30% בקיבוצים). בהקשר לכך מעניין לציין כי, חלק גדול ממיזמי התיירות החקלאית בקיבוצים, כוללים סיור רב ענפי במשק, ללא היערכות תשתית מיוחדת לתיירות. הדבר מצביע על כך שגם בימינו, כלכלת הפרט והמשפחה מעסיקה יותר את החקלאי הבודד במושב, מאשר את חברי הקיבוץ. ושנית, מראיונות שנערכו עם יזמים בקיבוצים, ניתן לומר כי במקרים רבים נתקלים יזמי התיירות החקלאית בהתנגדות חברי המשק לתיירות.

7. אחת הבעיות העיקריות העולות מן הסקר היא העובדה כי מרכיב משמעותי ויקר בהוצאות התפעוליות מוקדש לשיווק ופירסום האתר, זאת על מנת להגיע לקהל יעד רב ומגוון. בגלל שסעיף זה יקר כל כך, מעדיף החקלאי לבצע את עבודת השיווק באמצעים עצמאיים/מקומיים (אינטרנט במקרה הטוב) ובכך הוא מגיע לאוכלוסייה מצומצמת בלבד (כ-37% מהיזמים ציינו כי הם משווקים עצמם באופן עצמאי בדרכים שונות).

8. עצם העובדה שהרוב המכריע של החקלאים לא מודע לעובדה שהביטוחים הקיימים בידם (ביטוח צד ג'), אינם מספיקים לתיירות, ויותר מזה, העובדה כי אנשי המפתח איתם דיברנו לא מודעים בצורך בביטוח מיוחד, יכולה לגרום לבעיות ולתביעות, במצב בו יש לממש את הביטוח.

9. החקלאות היא עדיין הענף העיקרי במשק, שמצריך כוח אדם רב, ולכן מספר העובדים בו גבוה ממספר המועסקים בתיירות. לפי הערכה, באתרי התיירות החקלאית, מספר המועסקים בחקלאות (שכירים ובעלי המשק) גדול ב כ-50% ממספר המועסקים בתיירות.

10. יקבים ומחלבות – המהווים ענף חקלאי/יצרני/תעשייתי ולעיתים קרובות עוברים מקטגוריית החקלאות לקטגוריית התעשייה הינם האתרים הכלכליים יותר, מכיוון

שהם עוסקים בעיקר במכירה (חשוב לציין כי רוב המחלבות איתם נפגשנו סירבו לתת לנו נתונים על הפידיון, ומסקנה זו מבוססת על הערכות בלבד).

סיכום והמלצות

מדיניות משולבת של פיתוח חקלאי, פיתוח כפרי, פיתוח אזורי הפריפריה ותעסוקה יזמית ומגוונת, בינה גם תיירות ושמירה על משאבי הטבע ואיכות הסביבה הם תנאי חשוב לעיצוב דמותו של הכפר ומדינת ישראל בכלל. עבודה זו, אשר עוסקת בפן אחד מתוך מכלול הנושאים אשר יש להשקיע מחשבה בהם, במסגרת פיתוח הכפר, מנסה לגבש דרכים ושיטות לפיתוח התיירות החקלאית ולהלן סיכום המלצותיה:

1. מומלץ לקיים **פורום של תיירנים חקלאים ברמה ארצית**, אחת לשנה.
2. מומלץ לערוך **סקר מקיף של צרכנים בפועל וצרכנים פוטנציאליים של התיירות החקלאית בישראל** (תיירות פנים), בקרב מידגם מבקרים תוך כדי הביקור באתרים וגם בקרב כלל האוכלוסייה.
3. מומלץ להגדיר ולגבש **סט סטנדרטים מודולרי לאתרי התיירות החקלאית לסוגיהם**, כהמלצה (לא לאכיפה מחייבת), וכבסיס התייחסות במסלולי סיוע שונים.
4. מומלץ לפתח וליישם **מערכת אמות מיבחן לדירוג אתרי התיירות החקלאית**, כפי שמקובל בארצות רבות בתחומים שונים של שירותי תיירות, לרבות אירוח כפרי.
5. ברמת האתר הבודד, כדי לחזק, **לבסס ולהעניק חיוניות לאורך זמן**, אתר תיירות חקלאית אופטימלי, צריך לכלול את המרכיבים הבאים:
 - 5.1 גישה וחניה מוסדרות מבחינה בטיחותית וחזותית.
 - 5.2 מראה מסביר פנים ותנאי נוחות מרווחים לקליטת מבקרים.
 - 5.3 מבנה שירותים ברמה תיירותית גבוהה.
 - 5.4 תצוגה מרעננת ודינמית של הענף החקלאי הרלוונטי בתחומי הגידול עצמו ו/או במיתחם שיוחד להסברה והדרכה למבקרים.
 - 5.5 צוות מיומן בהדרכת והפעלת קהלי יעד שונים.
 - 5.6 מתקן אטרקטיבי לתצוגת ומכירת מוצרי משק וכפר.
 - 5.7 כניסה ללא תשלום או לחילופין גביית דמי כניסה מינימליים כאשר רוב

הפדיון מבוסס על מכירת מוצרי מקום.

5.8 העסקת ילדים בפעילות מגוונת כך שיתאפשר להוריהם קניה ללא הפרעה.

6. מומלץ להטמיע בקרב בעלי האתרים בתיירות החקלאית, הצורך והיתרון **בחינוך פני האתר כל 4-6 שנים**, על פי פרוגרמה ותכנית מקצועית.

7. מומלץ למשרדים הנוגעים, בשיתוף עם עמותות התיירות, מועצות הייצור, הסוכנות והמט"ים/מס"קים/יחפ"כים, **ליזום העברת קורסי הכשרה/השתלמות** פעם בשנה, למפעילים ומדריכים באתרי תיירות חקלאית.

8. מומלץ לערוך **תכנית אב-רעיונית-כלכלית ארצית לענף התיירות החקלאית**, לרבות טיפול פרטני באיזורים האקלימיים וההתיישבותיים השונים.

9. מומלץ למנות צוות מיוחד של משרד החקלאות והתיירות במטרה להכין נייר עמדה בנושא **זכויות הקרקע והיבטים סטטוטוריים של התיירות החקלאית**, ולקיים סידרת דיונים עם מינהל מקרקעי ישראל כדי לגבש מדיניות חדשה מול המציאות והמגמות של התיירות החקלאית, בגישה אוהדת ומעודדת ליזמות בתחום הזה.

10. יש צורך בבחינה מחודשת של **נוהל ותחשיב דמי ההיוון של המינהל ביחס לשימוש המשולב של חקלאות ותיירות חקלאית**, כדי לעודד יזמות בתחום זה.

11. מומלץ ליצור **קרן מיוחדת, ממקורות שונים, לסיוע מענקי ליזמים בתיירות חקלאית** (לא קרנות הלוואות שכבר קיימות ואינן מיטיבות עם היזם באופן משמעותי, ומתישות אותו עוד לפני שהתחיל), לפיתוח ולשידרוג אתרי תיירות חקלאית.

12. בסיוע מכל סוג ליזמי תיירות חקלאית, מומלץ להפעיל מקדם הגברה (מכפיל) באותם מקומות בהם נוצר שיתוף פעולה מובנה ו'בר-קיימא' (ואם אפשר גם 'צמוד דופן' כדי שיענה על הציפיות של מקבלי החלטות מימסדיים), בין אתרים משלימים שכנים באותו יישוב.

13. מומלץ לערוך ירידים חקלאים שנתיים אזוריים, כדוגמת "אגרו-משוב", בעלי נופך/ציביון יותר עממי ופנים-תיירותי מאשר מקצועי-בינלאומי (אגריטד), מהסוג

המקובל במערב אירופה ומהווה יותר 'fair' מאשר 'exhibition'.

14. למרות הערך השיווקי של מותגים כמו 'דרך היין', 'דרך השמן', 'דרך הכותנה', 'דרך החלב', 'דרך הדבש', מומלץ לא להגביל מאמצי פיתוח למסלולים בלעדיים של תיירות חקלאית חד-נושאת או חד-ענפית, אלא ליצור ולהשתלב במסלולים וחבילות רב-נושאתיים כיוון שהמטייל והתייר לא נימשכים לביקורים סידרתיים באתרים מאותו סוג החוזרים על עצמם, אלא דווקא מעדיפים סל/מסלול מגוון של אתרים מסוגים שונים ומנוגדים.
15. מומלץ לא ליצור התארגנויות ספציפיות לתיירות החקלאית, על בסיס איזורי/מרחבי, לא בייזום והקמה, לא בתיפעול ולא בשיווק, אלא להשתלב בתחומים אלה במסגרת העמותות וההתארגנויות הכלל-תיירותיות. כך שתרומת שעות הייעוץ תהא לאתרים עצמם. אשר ברובם קיימת החמצה גדולה בכל התחומים, לרוב בגלל חוסר הבנה או חוסר מודעות של היזמים/מפעילים (וכנראה גם של יועצים/מתכננים).
16. מומלץ לתמוך כספית ואירגונית (משרד התיירות ומשרד החקלאות) בסיורי תיירנים חקלאיים באתרים רלוונטיים בארץ ובעולם, לפחות פעם בשנה.
17. מבחינת היבטים של איכות הסביבה, כל ההמלצות הנ"ל תשפרנה את תרומת אתרי התיירות החקלאית לצימצום מיפגעים ושיפורים מהותיים וחזותיים בכל הנוגע לאיכות הסביבה. כבר היום מורגשת תרומה מובהקת של הענף לאיכות הסביבה, כמעט ללא תופעות לוואי שליליות.
18. מומלץ לעצב פיקטוגרמה לתיירות חקלאית לצורכי שילוט בצידי דרכים וצמתים, בפירסומים מודפסים ומתוקשבים ואף באתרים עצמם. ולבחון אפשרות של שילוב עם רעיון הדירוג מסעיף 4 הנ"ל.
19. אין טעם שיווקי רב במדריך נפרד ומיוחד לתיירות החקלאית, כיוון שכאמור לא מתכננים טיולים וחופשות באופן אקסקלוסיבי על אתרי תיירות חקלאית. כן חשוב ליחד לענף זה מדורים בולטים ותצוגה מיוחדת במדריכי התיירות הכלליים. התיירות החקלאית חייבת לראות עצמה כחלק אינטגרלי מענף התיירות הכולל, וכרכיב אינטגרלי באירוח הכפרי באיזור.

20. לאור המרכיב החשוב של התיזמון העונתי בענפי התיירות החקלאית, ואפילו תיזמון בשעות היום בענפים מסויימים, מוצע שבתחנות מידע ובאתרי איכסון, אטרקציות
- והסעדה במיגזר הכפרי, יוצג לוח מיוחד המראה את האתרים השונים ממוקמים על לוח חודשי השנה ושעות היום, ומראה את הזמנים האופטימליים לביקור בכל אחד.
21. מנקודת ראות כלכלית של אתרי התיירות החקלאית בארץ, אין טעם רב להשקיע מאמצים בקידום/הרחבת התיירות המקצועית הניכנסת (קבוצות תיירים המגיעות מחו"ל לסיורי התרשמות והשתלמות טכנולוגית בענפי החקלאות בארץ, כפי שקורה בעיקר סביב תערוכת אגריטד), בגלל ההיקף המאוד מצומצם והקושי במיסחור הביקורים ובהיערכות ברמת האתר הבודד; (מבחינת מפעילי התיירות החקלאית עדיף להפנות המאמצים והמשאבים מהתחום הזה לקידום אתרי תיירות-הפנים החקלאיים).
22. מבחינת אתרי התיירות החקלאית, אין טעם להשקיע בשיווקם לתיירות הניכנסת בכללותה, לא למקבלי החלטות בחו"ל ולא לתיירים עצמם לפני הגעתם או בעת שהותם בארץ. התרומה הצפויה למאמץ ולהשקעה בכיוון הזה שואפת לאפס.
23. אם וכאשר יהיה מהפך גיאופוליטי חיובי ובר-קיימא באזורנו, תשתנה תנועת התיירות הניכנסת ותכלול פלח גדול בהרבה של F.I.T. על בסיס 'טוס וסעי' ובילוי חופשות בארץ ברכב שכור ואיכסון כפרי מוזמן או מזדמן. אז תתעורר חשיבות רבה לפירסום אתרי התיירות החקלאית גם בקרב התיירות העצמאית של יחידים, בשילוב עם כלל האירוח הכפרי.

שטחה הזעיר של מדינת ישראל יוצר מצב בו מהווה הקרקע החקלאית את הפוטנציאל המשמעותי ביותר לפיתוח אורבני עתידי מחד, אך גם שטח ירוק ופתוח מאידך. לפי נתוני הועדה לקרקע חקלאית ושטחים פתוחים (הולקחש"פ), מופשרים מידי שנה, החל משנות ה-90 כ-50,000 דונם קרקע חקלאית מוכרזת. לפי נתוני תכנית "ישראל 2020" יגדל השטח המבונה בישראל מכ-2 מיליון דונם היום לכ-4 מיליון דונם בשנת 2020.

מכך משתמע כי כמות המועסקים בחקלאות רק תלך ותרד עם השנים ורבים מהתושבים הגרים באזורי הפריפריה, במושבים ובקיבוצים ינסו למצוא מקורות תעסוקה חדשים. אחת הדרכים לשילוב בין החקלאות ומקור תעסוקה נוסף, הינה התיירות החקלאית ובכך עוסקת עבודה זו.

לאורך המאה ה-20 ובתחילתה של המאה ה-21, היקף ענף התיירות גדל בעולם במימדים עצומים וזאת כתוצאה מריבוי האוכלוסין, שגשוג חומרי, גידול הזמן הפנוי העומד לרשות הבריות, הארכת תוחלת החיים ואף בעקבות שחרור האדם ממשטרים דיקטטורים ומגבילי תנועה.

תעשיית התיירות הייתה לאחת מתעשיות הצמיחה המרכזיות. גם בישראל למרות קיפאון רב שנים בהיקף התיירות הנכנסת ושנות משבר, קיים גידול מרשים בתיירות הפנים לאורך השנים. במקביל, ברוב ארצות העולם למרות מהפכה אגרו-טכנולוגית, קיימת שקיעה כרונית של ענף החקלאות.

על מצע זה קיים ל'תיירות החקלאית' פוטנציאל פיתוח בעל תרומה כלכלית, תרבותית ואף סביבתית משמעותית. עבודות ומחקרים רבים נערכו במשך השנים בתחום זה, אך ה'תיירות החקלאית', עדיין מחפשת אחר הגדרה, וזהות משל עצמה, ביחס למוצרי תיירות אחרים.

המחקר הנוכחי מביא לראשונה תמונה מקיפה וכוללת של מצאי התיירות החקלאית בישראל, מגמות ותחזיות לעתיד ואף המלצות אופרטיביות לביצוע. כמו כן נעשה סקר מגמות בעולם בנושא התיירות החקלאית מתוך רצון לקבל תמונה כללית על הנעשה

בתחום זה בעולם, וכן על מנת ללמוד מניסיוןן של מדינות אלו, בעלות מסורת ארוכת שנים בתחום ה'יתיירות החקלאית'.

משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומשרד התיירות גילו עניין רב וסייעו במידע במהלך העבודה. וזאת מתוך רצון להגיע לתמונת מצב עדכנית ולהצעות מדיניות פעולה שיביאו לפיתוח ולקידום מעמדה של ה'יתיירות החקלאית' בישראל.



הביקור במחלבה כולל בדר"כ טעימת גבינות להורים ומשחק עם הגדיים לילדים.

מטרות ויעדים

יעד:

קידום מעמדה ופיתוחה של התיירות החקלאית בישראל, תוך הדגשת הפוטנציאל הטמון ב'תיירות החקלאית' כענף בעל תרומה כלכלית, סביבתית ותרבותית ברמות הפרט, האזור והמדינה.

מטרות:

1. יצירת בסיס למדיניות אחידה ומגובשת שתהא מקובלת על כל הגורמים הממשלתיים.
העוסקים בתחום, על מנת לסייע ולקדם את ענף ה'תיירות החקלאית'.
2. גיבוש מתכונים מעשיים לקידום השילוב בין חקלאות, תיירות, נוף וסביבה.
3. הכרה בחשיבותה של ה'תיירות החקלאית' כערך שיש לשמרו.
4. הכרה בחשיבותה של ה'תיירות החקלאית' ככלי לשיפור הרווחיות באופן ישיר ובמינוף שיווקי ותדמיתי
5. הכרה בחשיבותה של התיירות החקלאית ככלי לקידום ערכי איכות הסביבה.
6. התווית דרכים לפתרון בעיית ייעוד הקרקע, אחת הבעיות העיקריות מהן סובלת ה'תיירות החקלאית'.
7. גיבוש אמצעים ושיטות להתמודדות חקלאים עם ממשק תיירותי כ'שיכבה' נוספת של הפעילות במשק .
8. יצירת אמות מידה ושיטות לשדרוג ענפי החקלאות לצרכים המיוחדים של תיירות.
9. גיבוש המלצות להכשרת והפעלת כוח אדם בתשלובת חקלאית-תיירותית.

10. לשכלל ולהרחיב את מערך השיווק של התיירות החקלאית במקרו ובמיקרו ולרתום את משרד החינוך כצרכן עיקרי בשוק המוסדי.

מתודולוגיה

שלב ראשון - סקירה ספרותית:

כשלב מקדים לעבודה זו ערכנו סקירה ספרותית מקיפה בנושא תיירות חקלאית הכוללת ספרות מחקרית מהארץ ומחו"ל. שלב זה חשוב במיוחד על מנת לזהות מגמות עולמיות אשר במקרים רבים מגיעות גם לישראל [©] ללמוד מניסיונם של אחרים בפיתוח פעילויות דומות.

מקורות איסוף הנתונים: לאור ריבוי ההגדרות והשמות אשר ניתנו לתיירות החקלאית במשך השנים, נערך חיפוש מקיף בנושא על כל הגדרותיו, כגון: 'Agricultural Tourism', 'Agri-Tourism', 'Rural Tourism', 'Farm Tourism', 'Farm vacation'. הסקירה הספרותית כוללת, ספרות מחקרית אשר נאספה בספריות ברחבי הארץ, מידע ממאות אתרי אינטרנט, דיווחים וסיורים, סקירות ועבודות של משרדי התיירות והחקלאות ופיתוח הכפר.

שלב שני - סקירת מצאי קיים:

מבדיקת מאגרי המידע הקיימים כיום בישראל בנושא 'תיירות כפרית' נמצא כי המידע בנושא תיירות חקלאית לוקה בחסר ואינו עדכני. על כן מצאנו לנכון לערוך מיפוי מקיף של כל האתרים העוסקים בתיירות חקלאית בישראל (בהתאם להגדרתה בפרק הסקירה התיאורטית בהמשך) - עדכני למאי 2001, כאשר כל אתר נבדק לגופו, בוודא טלפוני באשר לפעילות המוצעת בו.

הפועל היוצא הינו שהאתרים הנכללים בסקר זה אינם מאוגדים בחוברת או מאגר מידע רלוונטי הנוגע לתיירות חקלאית עד היום, ובכך חדשנותה של עבודה זו.

מקורות איסוף הנתונים: לצורך הסקירה, נעשה שימוש בכל מקור אפשרי: חומר פרסומי אזורי ונושאי, מדריכי תיירות, מידע שנאסף ממשרד החקלאות והתיירות, מהמועצות האזוריות, ממט"י ומעמותת תיירות ברחבי הארץ, מפניות אישיות, מעיתונות ואפילו משילוט קבוע ושלטי סופ"ש מאולתרים לצידי הדרכים.

המצאי: אותרו כ-140 אתרי תיירות חקלאית בישראל התואמים להגדרת תיירות חקלאית, כפי מוגדרת בפרק הסקירה התיאורטית להלן.

שלב שלישי- ראינות עומק עם מפעילי אתרי ה'תיירות החקלאית':

בשלב זה, בגלל מגבלות תקציביות, נאלצנו לצמצם את הסקר, ולהסתפק במדגם.

גודל המדגם: מתוך כ-140 אתרי תיירות חקלאית בישראל, נבחרו 40 אתרים התואמים לתנאי הגדרתה של תיירות חקלאית במחקר זה, ראה להלן (המהווים כ-30% מהכלל).

שיטת הדגימה:

על מנת להרכיב מדגם שייצג את ענף התיירות החקלאית בישראל, הן ענפית והן אזורית, נערכו שני שלבים מקדימים לדגימה:

א. מיון ענפי:

כל אתרי התיירות החקלאית בישראל מוינו ל-15 קטגוריות של ענפי יצור, כדלהלן:

1. בתי בד	8. משתלות וחממות
2. גידולי שדה כולל תבלינים	9. עופות
וצמחי מרפא	10. צאן ובקר
3. גידול דבורים ודבש	11. קטיף עצמי
4. מדגה	12. רב ענפי
5. יקבים	13. גידול תנינים
6. מחלבות	14. מרכזי מחקר ופיתוח
7. מטעים	15. גולף

ב. מיון מרחבי- אזורי:

על מנת לשמור על ייצוג לכל אזורי הארץ, מוינו כל אתרי התיירות החקלאית, ל-18 מרחבים, כאשר כל מרחב כולל את הסיווג הענפי, שנעשה בשלב הקודם.

המרחבים:

1. גולן	10. השרון
2. כינרת	11. פתח תקווה
3. אשקלון	12. המרכז
4. בקעת בית שאן	13. רחובות
5. עמק יזרעאל	14. ירושלים
6. צפת	15. גוש עציון
7. בקעת הירדן	16. עזה
8. עכו	17. דרום

שיטת דגימה:

מתוך הרשימה שהתהוותה משני השלבים הראשונים נדגם באופן אקראי, כל מיזם שלישי ברשימה.

התוצאה, נתקבל מדגם של 40 אתרים המיצגים את ענף ה'תיירות החקלאית' בישראל.

מגבלות המדגם: המדגם בכללותו מייצג את ענף ה'תיירות החקלאית' בישראל, עם זאת מדגמי תת הענפים כמו: רפת, יקבים, בתי בד וכו', אינם מייצגים, בגלל קוטנם ולכן לא קבילים לניתוח סטטיסטי.

מהלך הסקר:

1. במסגרת הסקר נערכו ביקורי אבחון בני שעתיים לערך, ב-40 מיזמי תיירות חקלאית שנדגמו בכל אזורי הארץ. ביקורי האבחון כללו הצגת שאלון מובנה המונה 65 שאלות למילוי ע"י המראיין (נספח 1), וכמו כן סיור, צילום והתנסות במקום.

2. בכל אזור בארץ, אותרו חקלאים המיצגים ענפים שונים בעלי פוטנציאל יזמותי לפיתוח תיירות חקלאית. בקרב חקלאים אלו נערך שאלון בן 24 שאלות (נספח 2). ראיונות אלו נערכו בחלקם פנים אל פנים, במסגרת ביקורי אבחון במתכונת דומה לזו שהוזכרה לעיל, ובחלקם בטלפון.

חשוב לציין כי מסיבות מובנות, המידע שהתקבל מהחקלאים לא יוצג באופן שיזהה אותם באופן אישי, אלא במקובץ.

שלב רביעי- ראיונות עומק עם אנשי מפתח בתחום התיירות החקלאית

במטרה לקבל תמונה הומוגנית וכוללת ובמטרה להתוות קווי מדיניות ממסדית נערכו ראיונות עומק עם אנשי מפתח העוסקים ו/או קשורים לתחום, ביניהם אנשי מפתח ביחידות כלכליות, במט"י, במשרד התיירות, במשרד החקלאות, החמ"ת, הקק"ל, הסוכנות היהודית לא"י, מינהל מקרקעי ישראל והחטיבה להתיישבות של ההסתדרות הציונית העולמית.

למטרה זו נערך שאלון נוסף לראיון מובנה, המונה 30 שאלות (נספח 3).

שלב חמישי – ניתוח ממצאים

שלב זה כולל, תיאור וניתוח הממצאים מביקורי האבחון ומראיונות העומק, כפי שפורטו בשלבים הקודמים.

שלב שישי- הגדרת בעיות בתחום

שלב זה כולל הגדרת בעיות בתחום התיירות החקלאית, שנבעו מראיונות העומק, כפי שפורטו בשלבים הקודמים.

שלב שביעי: מגמות ותחזיות

שלב זה כולל גיבוש מגמות ותחזיות לעתיד התיירות החקלאית בישראל.

שלב שמיני: מסקנות

שלב זה כולל הסקת מסקנות מתוך כלל הממצאים שנאספו ונותחו בעבודה

שלב תשיעי: סיכום המלצות

שלב זה כולל המלצות לביצוע מדיניות פעולה שתביא לפיתוחה ולקידום מעמדה של התיירות החקלאית בישראל והמלצות אופרטיביות הכוללות שיטות ודרכים לקידום הרווחיות הכלכלית של ענפי חקלאות בישראל תוך שימור ושיפור הביצועים הסביבתיים וערכי נוף ונופש.

סקירה תיאורטית

1. 'תיירות חקלאית' - הגדרה

לתיירות חקלאית ניתן הגדרות רבות במשך השנים. הגדרת 'תיירות חקלאית' בעבודה זו ומתוך כך המלצותיה, מבוססת על המגמות הרווחות בעולם בנושא. ההגדרה מתבססת על שילוב הגדרותיהם של שלושה חוקרים: Jansen & Verbeke (1991),¹ Hilchey (1993)² : "ו-

"תיירות חקלאית הינה פעילות תיירותית הקשורה ישירות לסביבה היצרנית של ענפי הגידול, כאשר ספקי המוצר התיירותי הזה, עוסקים ישירות בחקלאות"

במובן זה, ניתן להגדיר תיירות חקלאית גם במונחים כלכליים :

"מיזם תיירות חקלאית הינו מיזם המנוהל ע"י חקלאי להנאת ותודעת הציבור ולקידום המוצרים של המשק, בכדי ליצור רווח נוסף ו/או להפיץ ולמצב תדמית המוצרים/הענף בקרב הציבור"

• חשוב לציין כי הדעות באשר להגדרת 'תיירות חקלאית' בישראל, חלוקות בקרב אנשי מפתח העוסקים בתחום. חלקם רואים את התיירות כהגדרתה בעבודה זו, ואילו חלקם רואים את ה'חקלאות התיירותית' במגוון דרכים, כפי שיפורטו להלן :

"תיירות חקלאית היא תיירות מקצועית - נושאת..."

יש הרואים את ה'תיירות החקלאית', כתיירות נושאת העורכת סיורים למטרות השתלמות מקצועית חקלאית בלבד ועל כן מרבית המשאבים שהוקצו עד היום

¹ יתרונות וחסרונות של פיתוח התיירות הכפרית: תיירות בת קיימא - דרך מוצא אפשרית, אלנקה ורבול, "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק" לקט מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פליישר & יוסף אנגל (גיוחא), הוצאת משרד התיירות, 1995. עמ' 59

² "Agritourism in New York State", D. Hilchey, Cornell University, 1993. pp 4-5

לתחום הוקצו לתיירות מקצועית - נושאת. היקפיה של תיירות זו, בארץ (ובעולם) מצומצמים ביותר וחסרי משמעות מבחינה כלכלית בענף התיירות (בעוד שיש להם חשיבות מבחינת מכירת תשומות חקלאיות: ציוד השקייה, מיכון, מבנים, דשנים, חומרי הדברה, חומרי ריבוי וכו').

"תיירות חקלאית היא ענף הלינה הכפרית- 'הצימרים'..."

אנשים רבים מתייחסים ל'צימרים' (איכסון כפרי או לינה כפרית) כתיירות חקלאית, וכמעט כל פרסומי התיירות הכפרית בעולם מציגים צימרים כ-Agritourism. תפיסה זו אינה סבירה והיא מעקרת ממשמעות את ההגדרה והסיווג של 'תיירות חקלאית' אשר מבוססת על ביקור ופעילות בענף חקלאי אחד או יותר. צימרים בכפר, אינם בהכרח קשורים לחקלאות וברוב המקרים בארץ ובעולם אינם מציעים ביקור או פעילות בענף חקלאות כלשהו. הסיווג המתאים לצימרים ושירותי אירוח לא חקלאיים במגזר הכפרי הינו 'תיירות כפרית'.

"תיירות חקלאית היא כל מיזם עסקי הנמצא בתחום הכפרי..."

במסגרת קטגוריה זו נכללים בין השאר:

- ⇐ חקלאים אשר נטשו את עיסוקם בחקלאות ומפעילים מיזמי תיירות הקשורים לטבע ולכפר כחוות סוסים, מרכזי מבקרים בנושאים חקלאיים שונים וכדומה.
- ⇐ חקלאים אשר משתמשים באדמותיהם החקלאיות למטרות תיירותיות גרידא, ללא קשר לחקלאות למטרות פארקים, משחקים ושעשועים מתנפחים, למסעדות וכו'.
- ⇐ "חקלאות עתיקה" - מיזמים המדגימים שחזור של שיטות עיבוד עתיקות ומאפשרים התנסות בהם.
- ⇐ מיזמים המאפשרים שכירת חלקות לעיבוד עצמי של תושבי העיר, כבסטף הסמוך לירושלים.

בהתאם להגדרת תיירות חקלאית בעבודה זו מיזמים אלו לא יכולים להיחשב כתיירות חקלאית, היות וספקי המוצר התיירותי אינם עוסקים ישירות בחקלאות ולא מפיקים מהחקלאות כל רווח.

- על מנת להפוך את הגדרתה של ה'תיירות החקלאית' כפי שפורטה לעיל למוחשית, בחרנו להציג מספר דוגמאות לפעילות תיירותית חקלאית:

⇐ חקלאים בעלי רפתות, אשר עורכים סיור מודרך ברפת המשולב במקרים רבים בפעילות הכוללת הכנת שמנת חמאה וגבינות.

⇐ חקלאים בעלי מטעים, המפעילים קטיף עצמי של פירות לסוגיהם.

⇐ חקלאים העוסקים בענף הכוורות והדבש, העורכים פעילות המדגימה את גידול הדבורים הפקת הדבש והמוצרים המיוצרים ממנו ומכירת דבש.

⇐ חקלאים בעלי משתלות וחממות העורכים סיור מודרך, הכולל במקרים רבים גם מכירת מוצרי משק.

⇐ חקלאים העוסקים בגידול כרמים וביינות, אשר עורכים סיורים וטעימות ביקבי הבוטיק שהקימו, מקיימים ארוחות המשלבות טעימת יין ומוצרי משק אחרים וכדו'.

ועוד רבים אחרים, כפי שיפורטו בהמשך, בעבודה זו.

2. התפתחות התיירות החקלאית – מגמות עולמיות

- הפעילות התיירותית באזורים כפריים התפתחה בשנים האחרונות בקצב מהיר. עם זאת לא מדובר בתופעה חדשה. כבר במאה ה-19, ביחד עם המהפכה התעשייתית התפתחה הכמיהה לטבע ולשלווה כפרית, בשל הניגוד בינם לבין הלחץ והמתח של חיי הכרך. בעקבות זאת הוקמו אתרי תיירות כפרית וחקלאית.³
- במהלך העשור האחרון הפכה תעשיית התיירות והפנאי לגורם מפתח בפיתוח כלכלי. על פי תחזיות של מועצת התיור והתיירות העולמית (WTTC, 1992), מגמה זו עתידה להמשיך ולהוביל את התיירות לקטגוריה של התעשייה הבודדת הגדולה ביותר בעולם. כחלק ממגמה זו אופיינה התיירות הכפרית בעולם בשנים האחרונות ע"י גידול ניכר במספרי מבקרים.⁴
- הציפיות לעתיד הן שהביקוש לפיתוח תיירותי רב יותר בכפר ילך ויגדל בהתמדה בהתאם למגמת העלייה הכללית בתיירות. צפי זה נתמך על ידי מספר גורמים כגון: עליה ברמת החיים, פנאי רב יותר, תוחלת חיים ארוכה יותר ורמת הכנסה גבוהה יותר.⁵
- לצד דימוי משגשג זה של המגזר התיירותי, קיימת שקיעה נמשכת של רווחיות המגזר החקלאי, כתוצאה מהרעה בתנאי הסחר. הצרכים ההולכים וגדלים של אנשי הכפר להיכנס לפעילויות כלכליות בסקטור השירותים כאמצעי לתמיכה כלכלית באזורים הכפריים, הפך למשתנה החדש והמכריע השם דגש חדש על החשיבות הפוטנציאלית של תיירות כפרית ומגוון ההזדמנויות שהיא מייצגת.⁶

³ "כיוונים בפיתוח פעילויות פנאי נופש ותיירות במגזר הכפרי", עליזה פלישר, אריה רתם, תורה בנין, דו"ח מחקר, רחובות, 1992. עמ' 21-33

⁴ נושאים מכריעים בפיתוח התיירות הכפרית, אגנס גנון, "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק", לקט- מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פלישר & יוסף אנגל (ג'וחא), הוצאת משרד התיירות, 1995. עמ' 15

⁵ יתרונות וחסרונות של פיתוח התיירות הכפרית: תיירות בת קיימא- דרך מוצא אפשרית, אלנקה ורבל, "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק" לקט מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פלישר & יוסף אנגל (ג'וחא), הוצאת משרד התיירות, 1995. עמ' 59

⁶ נושאים מכריעים בפיתוח התיירות הכפרית, אגנס גנון, "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק", לקט- מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פלישר & יוסף אנגל (ג'וחא), הוצאת משרד התיירות, 1995. עמ' 15

- ההכרה בתיירות חקלאית כשלב חדש בפיתוח חקלאי משתקפת לא רק בהכנסות ישירות לספקי המוצר התיירותי, אלא גם בכך שמבקרים המוציאים את כספם באזורים כפריים יוצרים השפעות עקיפות בעסקים השונים באזורים אלו, קרי, תיירות זו יוצרת השפעות מכפיל של פעילויות ושירותים⁷. סוג זה של צמיחה ופיתוח מבוסס על נכסים כלכליים מקומיים שהפחיתו בערכם ולא עשו בהם שימוש יעיל, ואשר האזורים הכפריים יכולים להציע במגוון אפשרויות לצורך פיתוח תיירות⁸.
- ניתן לסווג השפעות מכפיל אלו, לשלוש קטגוריות עיקריות⁹:

1. השפעות כלכליות הנובעות מהגדלת ההכנסות, אשר יוצרות הזדמנויות תעסוקה רבות יותר וכוח קניה גבוה יותר של הקהילה המקומית.
2. השפעות סביבתיות הקשורות לדרכים בהן תורמת התיירות לשינויים בסביבה הטבעית.
3. השפעות חברתיות-תרבותיות הקשורות לדרכים בהן התיירות תורמת לשינויים במערכת הערכים התרבותית והקהילתית.

- עם זאת, יש לציין כי התיירות החקלאית אינה רק תוצאה של שקיעת החקלאות וגם לא פתרון נרחב או גורף לסינדרום הזה. התיירות החקלאית ניזונה וצומחת גם בעסקים חקלאיים משגשגים שאין בהם חשש לירידה או התנוונות, וככל שהיא נישענת על בסיס חקלאי חזק יותר, כך גדלים סיכוייה להצלחה. לאבחנה זו יש הרבה יוצאים מהכלל ברמה נקודתית, בקני"מ קטן, אך לרוב עם תוצאות מאד מאד צנועות אשר בקושי מעניקות תמורה הולמת לכישרון, למאמצים המושקעים ולתעסוקת הבעלים.

- ל'תיירות החקלאית' יש פוטנציאל צמיחה גם, כענף פנאי בפני עצמו. וזאת בעקבות שינויים ערכיים שחלו בקרב הבריות בשנים האחרונות. המגמות התיירותיות מצביעות על היווצרות פלח ביקוש גדול שאינו מסתפק בחופשות פסיביות "חסרות תודעה" של שלושת ה-S (Sea,Sand,Sun) ומעדיף חופשות בהן ניתן דגש הולך וגובר על התנסויות וחוויות. במקביל עלתה מאוד המודעות לאיכות הסביבה והכמיהה לטבע ולכפר. לכן הפכו הפעילויות החקלאיות- תיירותיות למוקדי עניין המושכים מבקרים לאזור. שינוי זה במגמות נותן יתרון לתיירות החקלאית אשר

⁷ נושאים מכריעים בפיתוח התיירות הכפרית, אגנס גנון, "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק", לקט- מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פליישר & יוסף אנגל (גיוחא), הוצאת משרד התיירות, 1995. עמ' 17

⁸ שם, עמ' 21-22

⁹ שם, עמ' 24-26

מציעה ייחודיות, השתתפות וקירבה לכפר.¹⁰

- מנגד מצביעים החוקרים על כך שלשינויים ולהשפעות הללו גם היבט שלילי. טווח ההשפעות משתרע מיציאה מוחלטת מהפעילויות החקלאיות הקיימות, דרך אינפלציה של מחירי קרקעות ועד מעבר תעסוקתי מהחקלאות לעבר תעשיית השירותים ומסחור של החיים הכפריים.¹¹

- על כן סבורים החוקרים כי יש צורך בפיתוח 'תיירות בת קיימא' זוהי תיירות שעושה שימוש זהיר במשאבים הנוכחיים כדי להבטיח את זמינותם העתידית, קרי, תיירות המשמרת ומחייה את הכפר תוך שימור הסביבה, ערכי התרבות והחברה.¹²

ניתן לסכם ולומר, כי הדעה הרווחת בקרב החוקרים הינה כי הפוטנציאל לפיתוח תיירות חקלאית, הוא רב ומגוון ויש בו כדי להגדיל את הערך המוסף ואת ההכנסה והתעסוקה של החקלאי. יחד עם זאת מציינים החוקרים כי פעילות כלכלית מטבעה יוצרת השפעות חיכוניות חיוביות ושליליות כאחד. לכן יש חשיבות שכל פעילות מסוג זה בכפר תשמר את אופיו הכפרי הייחודי שהוא בין היתר המשאב הבסיסי לפיתוח תיירות חקלאית.

¹⁰ "כיוונים בפיתוח פעילויות פנאי נופש ותיירות במגזר הכפרי", עליזה פליישר, אריה רתם, תורה בנין, דו"ח מחקר, רחובות, 1993. עמ' 21-33

¹¹ יתרונות וחסרונות של פיתוח התיירות הכפרית: תיירות בת קיימא- דרך מוצא אפשרית, אלנקה ורבול, "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק" לקט מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פליישר & יוסף אנגל (ג'וחא), הוצאת משרד התיירות, 1995. עמ' 58

¹² שם, עמ' 60

3. 'תיירות חקלאית' בארצות מערב אירופה

בפרק זה בחרנו להציג את מערכי הניהול, הארגון והשיווק של התיירות החקלאית/כפרית במדינות מערב אירופה ב־[©] ללמוד מניסיוןן של מדינות אלו, בעלות מסורת ארוכת שנים.

- בהתאם למגמות העולמיות גם ניצניה הראשונים של התיירות החקלאית באירופה, החלו בעקבות המהפכה התעשייתית.
- בשנות השישים והשבעים של המאה ה-20 - חל גידול בביקוש לפעילויות של נופש ופנאי בכפר, ואזורים רבים באירופה הכירו בפוטנציאל הטמון בפיתוחם.
- הפיתוח המשמעותי של התיירות החקלאית חל בשנות השבעים והשמונים של המאה ה-20, כאשר היוזמה לכך הייתה ברובה מהממשל המרכזי.¹³
- כיום התחום של תיירות חקלאית מפותח מאוד ברובן הגדול של ארצות אירופה, כאשר הפעילויות המתקיימות במרחב הכפרי מתבססות על חזרה למורשת החקלאית במטרה לשמר ולחנך את הדורות הבאים.¹⁴

ניהול ואירגון¹⁵

- כל רמות השלטון מעורבות בפיתוח וסיוע לתיירות החקלאית. במרבית המקרים קיימת הבחנה ברורה בין תפקידי הרמה הממלכתית (לאומית) שאחראית לתשתיות תיירותיות "כבדות", לבין תפקידי רמת המחוז והרמה המקומית (האזור).
- יש לציין כי ברוב ארצות אירופה משרד החקלאות והלשכה לחקלאות הם הגורמים הממסדיים הדומיננטיים בפיתוח התיירות החקלאית.
- **מערך אירגוני:** היוזמות ברובה מגיעה מהחקלאים אל הרמה האזורית. ברמה זו נבדק הפרויקט כלכלית ותיירותית באמצעות מנגנוני בחינה. אם הבדיקה חיובית, הפרויקט מועבר לרמה המחוזית שמחליטה אם ביכולתה לסייע בהקמה. כאשר

¹³ "כיוונים בפיתוח פעילויות פנאי נופש ותיירות במגזר הכפרי", עליזה פליישר, אריה רתם, תורה בנין, דו"ח מחקר, רחובות, 1993. עמ' 21-22.

¹⁴ "דו"ח סיור במרחב הכפרי בשוויץ, אוסטריה, גרמניה וצרפת", האגף לתיירות כפרית, משרד התיירות 2000.

מדובר בתשתית משמעותית מועבר הפרוייקט לרמת המדינה.

- **הרמה המקומית:**

במרבית ארצות אירופה קיים גוף מקומי - עמותת תיירות הממומן באמצעות מיסי תיירים המתארחים באזור ודמי חברות שנתיים אשר כל מפעיל עסק תיירותי באזור משלם.

- **תפקידי הרמה המקומית:**

1. עידוד היוזמה המקומית
2. איגוד מפעילי אתרי התיירות ואירגונים ולהשגת תיאום, שיתוף פעולה, יתרונות לגודל ולאיכות המוצר והשירות.
3. תחזוקת אתרי תיירות.
4. פירסום, שיווק, הזמנות ומכירות.
5. ייזום אירועים מושכי קהל.

שיווק¹⁶

- **מערך שיווקי:**

רמת המדינה - אחראית לפעולות תדמיתיות כלליות.
רמת המחוז - אחראית לעדכון מצאי אתרי התיירות החקלאית.
ברמת האזור - מתבצעות ההזמנות והמכירות במסגרת מרכזי הזמנות או במסגרת עצמאית של היזם.

- מבנה ארגוני-שיווקי: היזם במרחב הכפרי משלם דמי שיווק לארגון האזורי המשלם דמי חברות שנתיים לארגון המחוזי המפיק חומר פרסומי מרחבי.

- יש לציין, כי לא קיימת הבחנה בפעולות השיווק בין התיירות החקלאית לתיירות הכללית. עם זאת בנושאי פעילויות חינוכיות ולימודיות, מפעילה לשכת החקלאות מערך הסברה נפרד.

¹⁵ ש.ם.
¹⁶ "דו"ח סיור במרחב הכפרי בשוויץ, אוסטריה, גרמניה וצרפת", האגף לתיירות כפרית, משרד התיירות 2000.

- במסגרת המערך השיווקי ננקטו מספר צעדים במרבית מדינות אירופה :
 1. סימון "דרכי יין", "דרכי חלב", "דרכי דייג" וכו'.
 2. קיום מסעי הסברה וחינוך ליציאה לחופש במרחב הכפרי.
 3. הפקת אירועים ופסטיבלים בכל אזור ואזור המציינים את המוצרים החקלאיים הייחודיים לו, לצד מסחר תיירותי.

- כל אתרי הלינה ואתרי התיירות החקלאית במרבית ארצות אירופה (גם המקומות המרוחקים ביותר) מחוברים לרשת האינטרנט ומקבלים הזמנות דרך הרשת.

- לשווייץ, אוסטריה וגרמניה יש מערכת ניהול יעדים 'Destination Management' משותפת. המערכת מקיימת מאגר מידע ומאגר ניהול לצורכי בניית חבילות ייעודיות, לצד הזמנות בפועל של כל מרכיבי התיירות (איכסון, סיורים, אטרקציות וכו').

- בכדי להשלים את החופשה בכפר, במקביל ל'תיירות החקלאית', פותחו אתרי האירוח וכן פעולות נופש ופנאי בכל אזור, כגון: מסעדות, טיולי אופניים, שבילי הליכה בהרים, טניס, סקי וכדומה. לדוגמה: בשווייץ ובאוסטריה פותחו "מותגים ייחודיים" לכפר, כמו: "לינה בקש" ו"חופשה בכפר", שמסביבן מתקיימות פעילויות חווייתיות של העבודות החקלאיות. בצרפת ובגרמניה התפתחו פעולות דומות, הכוללות גם אירוח במסעדות בהן לפחות 65% מרכיבי התפריט מיוצרים בחווה עצמה וניתן לצפות בכל שלבי הייצור.

- ארגון התיירות הכפרית בשווייץ 'Association of Swiss Holiday Farm' בשיתוף מרכז ההזמנות מפיקים חוברת מידע מפורטת פעמיים בשנה .

- בכל מוצר חקלאי הנמכר ברשתות השיווק באוסטריה ושווייץ, גלום מס מיוחד החוזר לאזור הכפרי, ומיועד לתמיכה במשקים.

- באוסטריה במדינת Voralberg (מתוך 9 מדינות הפדרציה באוסטריה), ישנה עמותת תיירות שבאחריותה כל הפעילות התיירותית במדינה, מהקמת תשתיות ועד שיווק המוצר. עמותה זו מקבלת סיוע ותמיכה תקציבית מהממשלה המרכזית.

4. 'תיירות חקלאית' בישראל

- התהליכים העולמיים שגרמו לשקיעת החקלאות ולעליית משקלה של התיירות לא פוסחים על ישראל. בשנים האחרונות הבסיס הכלכלי של הישובים הכפריים בישראל עבר שינויים רבים, החקלאות שהיוותה מקור עיקרי לתעסוקה, מספקת כיום תעסוקה לאחוז נמוך מאוד של כוח העבודה. תהליך זה פוגע בעיקר בישובים הכפריים בפריפריה, המרוחקים מריכוזי התעסוקה המטרופוליניים. משבר המים המתמשך והצפוי להעמיק, מחמיר את הסינדרום הנ"ל.
- בעקבות תהליכים אלו החל לצמוח בעשור האחרון בארץ, ענף כלכלי חדש במגזר הכפרי, הנשען בעיקר על ענף האירוח וכונה בשם **"תיירות כפרית"**, הענף זכה לשגשוג והצלחה ניכרת.
- ה'**תיירות החקלאית'**, מנגד, התפתחה בצעדים מהוססים ואיטיים. הפעילות בענף זה אמנם הייתה קיימת ברמה נמוכה ויציבה במגזר הכפרי לאורך השנים, אך התבססה ברובה על תיירות מקצועית - נושאת. מדובר בתיירות המורכבת מקואופרטיבים של חקלאיים שארצות מוצאם הן בעיקר אירופה, דר' אמריקה ומז' אסיה המגיעים לישראל על מנת ללמוד על שיטות מתקדמות בחקלאות. במסגרת הביקור נערך סיור בן כ- 10 ימים למשקים חקלאיים שונים ברחבי הארץ בהתאם לתחומי ההתמחות של החקלאים בקבוצה, המשולב בביקור תיירותי בארץ. שיאה של תיירות זו מבחינת מספרי מבקרים היה בין השנים 1993-1994 כאשר ביקרו בישראל בין 25,000 ל-30,000 איש. כיום משקלה של תיירות זו ירד מאוד והינו עומד על כ-3000 איש בשנה. יש לציין כי לחקלאים המארחים לא נוצר כל רווח מתיירות במתכונת זו, והאירוח על ידי החקלאים נעשה לרוב ללא תמורה.
- מושכן נוסף לתיירות החקלאית-מקצועית הינה תערוכת 'אגריטק' המושכת אחת לשנתיים, עשרות אלפי מבקרים מחו"ל המבקרים באתרי תיירות חקלאית ברחבי הארץ, סביב ימי הפתיחה של התערוכה.

- היבט נוסף של התיירות החקלאית שהיה נפוץ מאוד בשנות ה-60, ה-70 וה-80 ודעך בשנות ה-90. הינו 'סיורי משק' לתיירות קבוצתית מחו"ל. סיורים אלו נערכו בעיקר בקיבוצים, במסגרתם נערך סיור המדגים את אורח החיים ואת ענפי המשק בקיבוץ.

- רק בשנים האחרונות החלה להתפתח ה'תיירות החקלאית' לכיוון שונה. החלו לקום מיזמים קטנים במשקים ובקיבוצים המתבססים על תשתיות קיימות ואינם כרוכים בהשקעות גדולות.

- ניתן לחלק מיזמים אלה לשלוש קבוצות עיקריות:

1. חקלאים אשר עוסקים בתיירות במקביל לעיסוקם בחקלאות, ומאפשרים הדגמה והתנסות במשק החקלאי.
2. חקלאים אשר נטשו את עיסוקם בחקלאות ומפעילים מיזמי תיירות הקשורים לחקלאות כחווית סוסים, מרכזי מבקרים בנושאים חקלאיים שונים וכו'.
3. חקלאים אשר משתמשים באדמותיהם החקלאיות למטרות תיירותית גרידא, ללא קשר לחקלאות למטרות פארקים, משחקים ושעשועים מתנפחים, למסעדות וכו'.

רק הקבוצה הראשונה מתאימה להגדרה של תיירות חקלאית. שתי הקבוצות הנוספות הינן חלק מהתיירות הכפרית (Rural Tourism) המספקת פעילות פנאי ונופש בסביבה חקלאית או כפרית.

- **קהל היעד** של מיזמים אלו הוא בעיקר מקרב תיירות הפנים המורכבת ממשפחות ויחידים ומקבוצות מאורגנות. חשיבותו של שוק זה הינה רבה. ראשית, הוא אינו מושפע מהתנודות החדות בתיירות הנכנסת ושנית, היקפו הולך וגדל בשנים האחרונות בעקבות גידול בהכנסה הפנויה, בזמן הפנוי, בניידות ובצמצום שבוע העבודה וכמו כן בשל הקיטוב הקיצוני בין סביבת המחיה ועבודה האורבנית לבין סביבת הנופש הכפרית.

היעדר מיקוד בהגדרת ענף התיירות החקלאית והתפתחותו המהירה בשנים האחרונות הביא לכך שלא קיים כיום בארץ מאגר מידע מעודכן בנושא 'תיירות חקלאית'. אי לכך, מצאנו לנכון לערוך בשלב ראשון של עבודה זו, מיפוי מקיף וכולל של כל האתרים

העוסקים בפעילות של תיירות חקלאית בישראל – עדכני למאי 2001, כאשר כל אתר נבדק
לגופו באשר לפעילות החקלאית אותה הוא מקיים.

מצב קיים

בישראל קיימים כ-140 מיזמי תיירות חקלאית פעילים נכון למאי 2001. מיזמים אלו תואמים להגדרת 'תיירות חקלאית' לפיה על היזם לקיים, במקביל לפעילות התיירותית, פעילות חקלאית בעלת קשר למיזם התיירותי.

להלן ממצאי הסקר הכוללים את כלל מיזמי התיירות החקלאית בישראל - ממוינים לפי ענפי הייצור:

	שם הישוב	ענף	שם האתר	המוצר התיירותי
--	----------	-----	---------	----------------

א. בתי בד:

1.	אבטליון	בית בד	סיור בבית בד	מכירת שמן זית, זיתים בלווי הסבר
2.	בני דרום	בית בד	מרכז מבקרים שמן זית	מרכז מבקרים
3.	גבעת יואב	בית בד	בית הבד- משק טויסטר	מכירת שמן זית, זיתים בליווי הסבר
4.	חוות מקורה (ליד כרם מהר"ל)	בית בד	בית הבד של עלי	מכירת שמן זית, זיתים בלווי הסבר וצפייה בתהליך הפקת השמן
5.	הררית	בית בד	מור נטופה	סדנאות לטעימת שמן זית
6.	כרמי יוסף	בית בד		מכירת שמן זית, זיתים בליווי הסבר וסיור במטע
*	גבעת ישעיהו	בית בד	קלע דוד	סיור וטעימות+מכירה ומסעדה

ב. גידולי שדה:

7.	אפק	גידולי שדה	דרך הכותנה	מרכז מבקרים בנושא הכותנה
8.	כיסופים	גידולי שדה	אשכול תיירות ונופש	סיורים בגידולי חקלאות אורגנית
9.	קטורה	גידולי שדה	הגן הבוטני הקסום	מרכז מבקרים הכולל סיור במטע לצמחים ניסיוניים
10.	נטעים	גידולי שדה		גידול ירקות אורגנים
11.	אמירים	תבלינים וצמחי מרפא	גן התבלינים	סיור בחוות תבלינים
12.	אמירים	תבלינים וצמחי מרפא	ילקוט הרועים	סיור בחוות צמחי מרפא- מכירה והסבר
13.	עין הבשור	תבלינים וצמחי מרפא	משק קלאפואוך	סיור בחלקות תבלינים וצמחי מרפא ומכירתם

* מופיע גם בקטגוריית יקב

** מופיע גם בקטגוריית דבורים ודבש

שם הישוב	ענף	שם האתר	סוג ההתמחות
14. כרמל	תבלינים וצמחי מרפא	עשבי קדם	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
15. מחולה	תבלינים וצמחי מרפא	תבליני נטמ © נטמ	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני

ג. גידול דבורים ודבש:

16.	בנימינה	דבורים	עולם הדבורה	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
17.	יד מרדכי	דבורים	בית הדבש והדבורה	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
18.	כפר ביל"ו	דבורים	משק לין	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
19.	משמרת	דבורים	יום בכפר- חווית דבורים	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
20.	נס ציונה	דבורים	משק דבורים פלדמן	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
21.	שמיר	דבורים	מכוורת הגליל	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
22.	קידרון	דבורים	הדבוריה	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
23.	מכמנים	דבורים	דרך התני"ך אל הטבע	פעילויות שונות הקשורות בדבורים ודבש כולל מכירת דבש
24.	שדמות דבורה	דבורים	דבורת התבור	מרכז מבקרים בנושא הדבש והדבורה+ מכירה
****	עין הבשור	דבורים ותבלינים	משק קלפואוך	הסבר ומכירה

ד. מדגה:

25.	אילת	מדגה	ערדג	מרכז מבקרים הכולל נקודת מכירה ומסעדה
26.	טל שחר	מדגה	פארק דיג "השחר"	דיג ומכירת דגים
27.	יקנעם	מדגה	דג בכפר	דיג ומכירת דגים
28.	מעגן מיכאל	מדגה		סיור בברכות דגים

ה. יקבים:

29.	אייל	יקב	יקב ססלוב	יקב ביתי הפתוח למבקרים - סיור וטעימות+מכירה
30.	אלוני אבא	יקב	יקבי אלון	סיור וטעימות+מכירה

*** מופיע גם בקטגוריית מחלבות
**** מופיע גם בקטגוריית גידולי שדה

שם הישוב	ענף	שם האתר	סוג ההתמחות
31. בית ג'מאל	יקב	יקב	מכירה
32. תקוע	יקב	יקב תקוע	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
33. טל שחר	יקב	יקב שורק	סיור וטעימות+מכירה
34. יקנעם	יקב	יקב מורד	יקב לשכר מירקות, חרובים, אורז וכו' סיור וצפיה בתהליך התססה +מכירה
35. כרם בן זמרה	יקב	יקב דלתון	סיור וטעימות+מכירה
36. לטרון – מנזר השתקנים	יקב	יקב לטרון	מכירה
37. קדמת צבי	יקב	יקב בזלת	סיור וטעימות+מכירה
38. מישר	יקב	יקב מישר	סיור וטעימות+מכירה
39. עבדת	יקב	כרמי עבדת	סיור וטעימות+מכירה
40. עין הבשור	יקב	משק טבע הבשור	יקב ליצור ליקרים מפירות מדבר, וכמו כן להפקת "ביו-שום"- תמצית שום ואלכוהול המשמש למטרות רפואיות. סיור וטעימות+מכירה
41. נחשון	יקב	יקב נחשון	סיור וטעימות+מכירה
42. גבעת ישעיהו	יקב ובית בד	קלע דוד	סיור וטעימות+מכירה ומסעדה
43. עמיעד	יקב	יקבי עמיעד	סיור וטעימות+מכירה
44. צרעה	יקב	יקב יינות צרעה	סיור וטעימות+מכירה
45. רמת רזיאל	יקב	יקב קסטל	בעיקר מכירת יינות
46. כפר תבור	יקב	יקב תבור	נפתח בימים אלו, סיור וטעימות+מכירה

ו. מחלבות:

47. באר יעקב	מחלבה	מחלבת טל	מכירה וטעימות פעילות לילדים
48. בית חנן	מחלבה	מחלבות בן בסט	מכירה וטעימות
49. בן עמי	מחלבה	טבע עז	מכירה וטעימות פעילות לילדים ארוחות גבינות
50. בצרון	מחלבה	חוות הבופלו	מכירה וטעימות
51. בת שלמה	מחלבה	מחלבת שוורצמן	חלב מג'מוסים, עיזים וכבשים מכירה וטעימות פעילות לילדים
52. גילון	מחלבה	מחלבת הנוקד	מכירה וטעימות סיורים והפעלות לייצור גבינה

שם הישוב	ענף	שם האתר	סוג ההתמחות
53. חוות הר השאבי – ליד יודפת	מחלבה	חלב עם הרוח	מכירה וטעימות
54. חוות קורנמל- הר הנגב	מחלבה	מחלבת קורנמל	מכירה וטעימות
55. כליל, מצפה	מחלבה	כליל בגליל	מכירה וטעימות ארוחות גבינות
56. כפר הרא"ה	מחלבה	משק יעקבס	מכירה וטעימות
57. כפר יחזקאל	מחלבה	ברקנית	מכירה וטעימות
58. כפר יחזקאל	מחלבה	מחלבת עופרים	מכירה וטעימות ארוחות גבינות
59. כרם בן זמרה	מחלבה	מחלבת אדיר	מכירה וטעימות
60. משמר אילון	מחלבה	רועי העמק	מכירה וטעימות
61. נחלים	מחלבה	מחלבת מרקוביץ	מכירה וטעימות ארוחות גבינות
62. נטף	מחלבה	מחלבות הר רוח	מכירה וטעימות
63. נס הרים	מחלבה	חוות היערן	מכירה וטעימות
64. סטף	מחלבה	מחלבות סטף	מכירה וטעימות
65. ציפורי	מחלבה	צאן-אל	מכירה וטעימות
66. זנוח	מחלבה	מחלבת זנוח	מכירה וטעימות
****	מחלבה		מכירה וטעימות פעילות הכוללת הפקת גבינות
67. חוות צוק	מחלבה	מחלבת צוק	מכירה וטעימות
68. עין כמונים	מחלבה ובית בד	מחלבת עין כמונים	מכירה וטעימות ארוחות גבינות סיורים לקבוצות
69. צאלים	מחלבה	מחלבת צאלים	מכירה וטעימות סיורים ברפת
70. תקוע	מחלבה	מחלבת הנוקדים	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
71. כפר קיש	מחלבה		סיור וטעימות
72. רמת רזיאל	מחלבה		סיור וטעימות

ז. מטעים ופרדסים:

73. כנרת	מטעים	תמרים פלוס	סיורים ומכירת תמר ומוצריו
74. עין צורים	מטעים	עץ הבקבוקים	מכירת בקבוקים בניחוח פרי הדר הגדלים על גבי עצי לימון כולל סיור בפרדס
75. אשתאול	מטעים		הפקת משקה אתרוגים- הרצאה של 45 דק', טעימות ומכירה
76. מנרה	מטעים	סיורי התפוח הירוק	סיור במטע תפוחים וקטיף עצמי בעונה

**** מופיע גם בקטגוריית דבורים ודבש

שם הישוב	ענף	שם האתר	סוג ההתמחות
----------	-----	---------	-------------

ח. משתלות וחממות:

.77	בית אלעזרי	משתלה וחממות	משתלות רגב	סיור באוסף קקטוסים ומכירה
.78	גני יוחנן	משתלה וחממות	חממת קקטוסים	סיור
.79	דימונה	משתלה וחממות	צברי אורלי	סיור ומסעדה
.80	מעלה החמישה	משתלה וחממות	חממת הסחלבים	סיור ומכירה
.81	מרחביה-מושב	משתלה וחממות	חממת סחלבים	סיור ומכירה
.82	יגור	משתלה וחממות		מכירה
.83	נאות הכיכר	משתלה וחממות	משתלה לעצי דקל	סיור ומכירה
.84	נאות הכיכר	משתלה וחממות	משתלה לפרחי ורד המדבר	סיור ומכירה
.85	תלמי אלעזר	משתלה וחממות	חוות צמחים טורפים	הדגמה והסבר
.86	עצמונה	משתלות וחממות	משתלת עצמונה	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
.87	גני טל	משתלות וחממות	משתלת גני טל	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
.88	קטיף	משתלות וחממות	משתלת קטיף	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
.89	תקוע	משתלות וחממות	חוות פטריות	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
.90	תלמי יוסף	משתלה וחממות	חוות הקקטוסים	סיור

ט. עופות:

.91	בית לחם הגלילית	עופות	חוות תוכים	סיור ומכירה
.92	גן חיים	עופות	עולם האווז	פעילות לילדים
.93	האון	עופות	חוות האון	יענים
.94	כפר הס	עופות	חוות תוכים	סיור ומכירה
.95	כפר רופין	עופות	מרכז צפרות	ברכות דגים המשמשות לצפרות
.96	נען	עופות	חוות התוכים	סיור

שם הישוב	ענף	שם האתר	סוג ההתמחות
----------	-----	---------	-------------

י. צאן ובקר:

97.	חוות רוים- ליד	צאן ובקר	חוות רוים	רעיית עיזים במסגרת סדנאות מנהלים ארוחות גבינות המיוצרות במקום
98.	חוות הרועים- ליד שדה משה	צאן ובקר	חוות הרועים	רעיית עיזים במסגרת סדנאות מנהלים פעילות לילדים
99.	בית הלל	צאן ובקר	משק שטינפלד-רפת	סיור ברפת
100.	גבעת ברנר	צאן ובקר	רפת	פעילות לילדים בשילוב מחלבת רחובות-מהפרה לחלב'
101.	מצפה רמון	צאן ובקר	חוות האלפקות	הסבר, ליטוף והאכלה.
102.	שדמות דבורה	צאן ובקר	הרפת של נפתול	סיור ברפת וייצור עצמי של שמנת וחמאה.
103.	אביגדור	צאן ובקר	בארץ המושב-רפת ודיר	סיור ברפת ובדיר
104.	אורטל	צאן ובקר	רפת צפון הגולן	סיור ברפת
105.	הרדוף	צאן ובקר		סיור ברפת ומחלבה אורגנית
106.	מרכז ספיר- גמליון	צאן ובקר	גמלידה	סיור והפעלות בחוות גמלים מכירת גלידה מחלב נאקות
107.	מגדל עוז	צאן ובקר	רפת ומכון חליבה	לא פעיל, נכון למאי 2001 עקב מצב בטחוני
108.	חוות נעמה	צאן ובקר	חוות נעמה	פעילות לילדים צפייה בחליבה והכנת גבינות

יא. קטיף עצמי:

109.	בן עמי	קטיף עצמי	קטיף פירות אקזוטיים	קטיף עצמי של פירות יער
110.	כחל	קטיף עצמי	קטיף פירות אקזוטיים	קטיף עצמי של פירות יער
111.	עין זיון	קטיף עצמי	בוסתן הגולן	קטיף עצמי של פירות יער שונים
112.	רמות נפתלי	קטיף עצמי	חוות הקטיף	קטיף עצמי אגסים ותפוחים
113.	רמות נפתלי	קטיף עצמי	קטיף במטעים	קטיף עצמי של אגסים ותפוחים
114.	שדה יעקב	קטיף עצמי	משק זק	קטיף עצמי של פטל
115.	שעל	קטיף עצמי	קטיף פירות יער	קטיף עצמי של פירות יער
116.	גדרה	קטיף עצמי	קטיף פטל	קטיף עצמי של פטל
117.	אוהד	קטיף עצמי	קטיף תות-שדה	קטיף עצמי של תות שדה
118.	אלרום	קטיף עצמי	קטיף אוכמניות	קטיף עצמי של אוכמניות

שם הישוב	ענף	שם האתר	סוג ההתמחות
----------	-----	---------	-------------

יב. רב ענפי:

119.	טירת צבי	רב ענפי	סיורים בקיבוץ	סיור בענפי משק שונים
120.	יהל	רב ענפי	מעין במדבר	סיור בענפי משק שונים
121.	כפר פינס	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים
122.	לביא	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים
123.	לוטן	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים העוסקים בחקלאות אורגנית
124.	מגידו	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים
125.	מגן	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים
126.	נאות הכיכר	רב ענפי	פטה מורגנה	סיור בענפי משק שונים
127.	עין יהב	רב ענפי	סיורים חקלאיים	סיור בענפי משק שונים
128.	קליה	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים
129.	רביבים	רב ענפי		סיור בענפי משק שונים
130.	יטבתה	רב ענפי		סיור ברפת ובמחלבה, במטעי התמרים ובחוות הניסיונות.
131.	שתולה	רב ענפי		סיור בדיר ובלול

יג. תנינים:

132.	פצאל	תנינים	חוות תנינים	סיור עצמאי, לא פעיל נכון למאי 2001, עקב מצב בטחוני.
133.	חמת גדר	תנינים	חוות תנינים	סיור עצמאי

יד. מו"פ:

134.	תחנת נסיונות הר הנגב	מו"פ	תחנת נסיונות הר הנגב	פיתוחים חקלאיים בנוגע לגידול במים מליחים
135.	תחנת ניסיונות יאיר בערבה	מו"פ	תחנת ניסיונות יאיר	פיתוחים חקלאיים בתחומי ירקות, פרחים, גידול אורגני
136.	חוה לגידולי מים עין יהב	מו"פ		פיתוחים חקלאיים
137.	תחנת נסיונות בקעת הירדן	מו"פ	תחנת צבי	פיתוחים חקלאיים
138.	חוות הבשור	מו"פ	תחנת נסיונות חוות הבשור	פיתוחים חקלאיים בירקות, פרחים, תבלינים

טו. גולף

139.	געש	גולף	גולף געש	דשא מוכן המשמש כמשטחי גולף
------	-----	------	----------	-------------------------------

ניתוח ממצאים

המדגם כולל 40 מיזמי תיירות חקלאית מתוך כ-140 מיזמים בישראל. על מנת להסיק מסקנות, בדקנו מספר קטגוריות מפתח, כגון: נתונים לגבי העסק התיירותי ומהותו, נתונים לגבי מאפייני היזמים והמיזם, נתונים לגבי מיקום, ייעודי קרקע, תכנון ורישוי, נתונים לגבי ביקוש, נתונים כלכליים, נתונים לגבי שיווק ופרסום, ונתונים לגבי גורמים מסייעים וגורמים מפריעים לפיתוח התיירות.

נושא 1: העסק התיירותי ומהותו

1. פעילות ומהות:

ניתן לחלק את מהותם של מיזמי התיירות החקלאית למספר קטגוריות עיקריות:

מכירת מוצרי משק

55% מהמיזמים כוללים מכירת מוצרי משק במסגרת הביקור באתר התיירות החקלאית. הכניסה לרוב האתרים הללו היא ללא תשלום והרווח מופק ממכירת המוצרים במקום. בחלק מהמיזמים הללו קיימת גם מסעדה הכוללת בתפריטה מוצרים המופקים במקום. בין האתרים השייכים לקטגוריה זאת ניתן למנות יקבים, מחלבות, בתי בד, אתרי קטיף עצמי ומרכזי מבקרים בנושא הדבש והדבורה.

סיור מודרך

כ-30% מכלל המיזמים מציעים סיור מודרך במסגרת הביקור (לעומת 4 אתרים בלבד המאפשרים סיור באופן עצמאי במשק). מעניין לציין, כי 50% מהאתרים המציעים סיור מודרך, כוללים גם נקודת מכירת מוצרים במקום, כאשר במרבית המיזמים הללו לא מציעים פעילות לילדים.

מרכזי מבקרים

כ-18% מכלל מיזמי התיירות החקלאית יש מרכזי מבקרים. מרכז מבקרים מכיל בתוכו מספר פעילויות מגוונות, לקהלי יעד שונים, ובכך מאפשר בילוי של מספר שעות תוך לימוד והתנסות בנושא מסוים. מרכזי המבקרים בהם ביקרנו, עוסקים בנושאים שונים ומגוונים: זית, כותנה, דבורים ודבש, דגים וגידולם ועוד. רוב מרכזי המבקרים כוללים סיור מודרך בנושא בו הם עוסקים, הפעלות לילדים, סרט הסבר, חנות מכר ולרוב אינם כוללים מסעדה.

התנסויות והפעלות מעשיות בענף או במוצריו

רבים ממיזמי התיירות החקלאית מקיימים פעילות הקשורה למהות הענף ומוצריו, כערך מוסף לביקור במקום.

פעילות זו מיועדת ברובה לילדים אך רבים הם האתרים שמקיימים פעילות המיועדת גם למבוגרים. בין המיזמים ניתן לציין: הפקת מוצרי חלב למיניהם בענף הצאן והבקר כגון: חמאה, גלידה, שמנת, גלגול גבינות וכו', קטיף עצמי של פירות וירקות, דריכת ענבים להכנת יין תירוש, איסוף עדר ועוד רבים אחרים.

שילוב של תיירות חקלאית עם ענפים נוספים

לעיתים משולב ענף התיירות החקלאית, במיזם הכולל מגוון אטרקציות ופעילויות אשר אין להן כל קשר לחקלאות, במטרה להעשיר את ההיצע באתר התיירות. לדוגמה: איכסון (שילוב הנפוץ בעיקר בקיבוצים), סיורים באתרי נוף וטבע הסמוכים למיזם התיירות החקלאית, פעילות אתגרית באזור כסנפלינג, קרטינג, קיאקים, חוות רכיבה ועוד.

פסטיבלים

בשנים האחרונות התפתחה בארץ מסורת של פסטיבלים בנושאים חקלאיים, בהתאם לאזורים האגרו-אקלימיים. ביניהם, 'פסטיבל הזית', 'פסטיבל הליצי', 'פסטיבל הדובדבן', 'פסטיבל התירס', 'פסטיבל היין' ועוד.

פסטיבלים אלו מתאימים להגדרת 'תיירות חקלאית' במהותם ובאופי הפעילות בהם אך, פעילותם לא שוטפת ומכסה מספר משתנה של מיזמים באזור המשתתפים באירוע תחת ייזום, ארגון וניהול של גורם חיצוני כמו עמותת תיירות, חברה כלכלית, רשות מקומית וכו'.

התפלגות מיזמי התיירות החקלאית לפי ענף (ראה גרף 1)

ניתן לראות התרכזות רבה של מיזמי תיירות חקלאית בשלושה ענפים עיקריים: מחלבות, יקבים, ומשתלות וחממות. כאשר אחריהם מיזמי תיירות חקלאית בענפים: קטיף עצמי, גידול דבורים ודבש ומיזמים הכוללים סיור בענפי משק שונים (רב ענפי).

אופי הפעילות ומהותה הייחודית לכל ענף וענף:

א. בתי בד

במסגרת הסקר נבדקו 4 בתי בד מתוך 7 בתי בד תיירותיים הפעילים לאורך כל השנה בארץ.

קיימת שונות גדולה במהותם של העסקים, המשפיעה על הפעילות בהם: אחד מבתי הבד הינו מרכז מבקרים בנושא הזית, 2 בתי בד כוללים חנות מכר והסבר בלבד ובית בד נוסף

כולל גם מסעדה ויקב. הפעילות המשותפת לכל בתי הבד הינה צפייה בתהליך מסיק הזיתים ומכירת שמן זית וזיתים, אך כאמור, לכל אחד מבתי הבד פעילות ייחודית משלו:

הפעילות במרכז המבקרים מיועדת בעיקר לקבוצות ילדים ונוער וכוללת הדרכה והרצאות בנושא הזית ואף סיור רכוב במטע הזיתים. ואילו בשלושת בתי הבד הנוספים רובה של הפעילות הינה מכירת מוצרים המלווה בהדרכה קצרה. אורך ההדרכה הממוצע בבתי הבד הללו הינו כ-10 דק' לעומת 3-3.5 שעות במרכז המבקרים. כל בתי הבד מציעים הדרכה בעברית ובאנגלית. מרכז המבקרים מציע אף הדרכה בשפות אירופאיות שונות.

קהלי יעד: שלושה מבתי הבד מיועדים בעיקר למשפחות ויחידים. הכניסה אליהם היא ללא תשלום והכנסתם מבוססת על מכירת מוצרים. בית הבד הנוסף מיועד דווקא לקבוצות והכנסתו מבוססת בעיקר על דמי כניסה.

פעילות מיוחדת: פתרון מעניין לתפעול בית הבד בכל עונות השנה ולא בעונת המסיק בלבד, מקיים אחד מבתי הבד המפעיל פעילות לילדים ונוער. הביקור במקום כולל הסבר על בית הבד המלווה בסרטון קצר, בכל עונות השנה. בעונות אשר לא נערך בהן מסיק נערכת פעילות חלופית בענפי המשק השונים בהתאם לעונה, כגון ביקור בפרדס וקטיף, סיור בשדות חיטה, אפיית פיתות וכדומה.

פסטיבל הזית

בעונת המסיק נערך באזור משגב, בגליל העליון 'פסטיבל הזית'. במסגרתו פותחים שעריהם לביקורי קהל חלק מבתי הבד באזור, כאשר חלקם הגדול נמצא במגזר הערבי. הביקור בבתי הבד כולל הסבר וצפייה בתהליך המסיק, תוך כדי הכרת המסורת הערבית. בתי הבד אלה פעילים אך ורק בעונת המסיק ולא מקיימים פעילות תיירותית שוטפת ורציפה לאורך כל השנה ולכן לא מתאימים להגדרת תיירות חקלאית.

ב. גידולי שדה

במסגרת הסקר נבדקו 3 מיזמים מתוך 9 מיזמים העוסקים בתיירות סביב גידולים שונים ביניהם: כותנה, ירקות ותבלינים.

הפעילות בכל אחד מן המיזמים כוללת סיור בשטחי הגידול. עם זאת רק מיזם אחד מציע סיור רכוב – בעגלה וטרקטור לשטחים. שני המיזמים הנוספים מציעים סיור רגלי.

בכל אחד מהמיזמים קיימת פעילות בנוסף לסיור: מיזם אחד מורכב ממרכז מבקרים המציע פעילות מגוונת לילדים ולגמלאים; מיזם נוסף מציע קטיף עצמי בשדות והמיזם האחרון מציע מסעדה בעונת השיא ופעילות לילדים.

כל המיזמים מציעים מדריך צמוד, כאשר אורך ההדרכה הממוצע הינו שעתיים.
כל המיזמים מציעים הדרכה בעברית ובאנגלית. מרכז המבקרים מציע אף הדרכה בשפה הערבית.

קהלי יעד: שניים מהמיזמים מיועדים בעיקר לקבוצות ילדים וגמלאים כאשר הכניסה אליהם כרוכה בתשלום, בעוד המיזם השלישי מיועד בעיקר לאורחי הצימרים של המשק ללא תשלום, כתוסף ללינה.

פסטיבל התירס

מיזם שהחל לפעול לראשונה בחג השבועות 2001 ומתעתד להפוך למסורת בחג השבועות ובחג הסוכות. הפסטיבל כולל מבוך ענק בשדה תירס של קיבוץ רבדים, וסל פעילויות נילות.

ג. גידול דבורים ודבש

במסגרת הסקר נבדקו 2 מיזמים מתוך 10 העוסקים בגידול דבורים ודבש. שני משקי הדבורים שונים מאוד באופיים, האחד ממוקם במושב וכולל מרכז מבקרים גדול עם מגוון פעילויות לילדים ומבוגרים וחנות מכר ואילו המיזם השני ממוקם בקיבוץ ואופי הפעילות בו מבוסס בעיקר על מכירת מוצרי דבש וכוורת אליה נוספת הדרכה קצרה; רק לעיתים רחוקות מתקיימת במקום הדרכה לילדים.

שני האתרים מציעים מדריך צמוד כאשר במרכז המבקרים ישנו מאגר מדריכים המגיעים לפי קריאה, ואילו במיזם השני מנהל המיזם משמש גם כמדריך. משך ההדרכה במרכז המבקרים הינו 180 דק' לקבוצות ילדים ו90- דק' לקבוצות מבוגרים, ואילו במיזם השני משך ההדרכה לקב' מבוגרים הינו בין 45 ל60- דק' ולילדים 90-120 דק'. ההדרכה בשני האתרים בעברית ובאנגלית.

הכנסתו של אחד המיזמים מבוססת על דמי כניסה ואילו במיזם השני לא נגבים דמי כניסה וההכנסות מבוססת על מכירת מוצרי המקום. כאשר הפידיון הממוצע ממכירת מוצרים הינו 50 ש"ח לקונה.

ד. מדגה

במסגרת הסקר נבדקו 2 קטגוריות השונות זו מזו, מתוך 4 אתרים הפעילים בארץ. הראשונה הינה מרכז מבקרים בנושא גידול דגים הכולל סיור מודרך - מהמיצג לאולם המפעל, משחקים+הפעלות לילדים, מסעדה ומכירת דגים. המיזם השני הינו ברכת דגים המיועדות לדייג חכות עצמאי. בנוסף, ביקרנו בשני אתרים המתמחים בייצור וריבוי אינטנסיבי של אמנונים ודגי בריכות אחרים השוקלים להכניס מוטיבים תיירותיים בענף.

ה. יקבים ומחלבות

במסגרת הסקר נבדקו 5 יקבים מתוך 18 ו-61 מחלבות מתוך 27. סה"כ נדגמו 11 מחלבות ויקבים.

אופי הפעילות ביקבים ובמחלבות דומה: הפעילות כוללת סיור, הסבר על תהליך היצור, טעימות ומכירת מוצרים. ההבדל הבולט הוא שהסיור ביקבים הינו מודרך ומקיף, בעוד שבתוך המחלבות לא ניתן לבקר ולערוך סיור מטעמי היגיינה, אלא ניתן לצפות בתהליך יצור הגבינות דרך חלון זכוכית ולבקר באופן עצמאי במשק - ברפת או בדיר. המגבלה הזו אינה פוגעת בעניין המוצע, היות והביקור במחלבות מיועד בעיקר למבוגרים.

ו. מטעים ופרדסים

במסגרת הסקר נבדקו 2 מיזמים מתוך 4 העוסקים בתחום זה. הפעילות בכל אחד מהמיזמים כוללת סיור במטע או בפרדס ומכירת מוצרים. אחד האתרים אף מאפשר בעונה קטיפת עצמי ואכילה במקום.

ז. משתלות וחממות

במסגרת הסקר נבדקו 4 מיזמים מתוך 14 הפעילים בד"כ בתחום זה. הפעילות בכל אחד מהמיזמים כוללת סיור והסבר וכן מכירת מוצרים. אחד המקומות מקיים מופע המדגים האכלה של צמחים טורפים.

ח. עופות

במסגרת הסקר נבדקו 3 מיזמים מתוך 6 מיזמים העוסקים בגידול עופות כגון: תוכים, יענים, אווזים. מעניין לציין כי אף מיזם בענף זה לא עוסק בתחום לול התרנגולות (קיים מיזם אחד בתהליך ייזום ראשוני באזור לכיש).

הפעילות בשניים מהאתרים מיועדת בעיקר לביקורי משפחות ויחידים, וכוללת סיור עצמאי באתר המלווה בהדרכה קצרה או ללא הדרכה כלל, כאשר יש דמי כניסה לאתר. באחד מהאתרים הללו, חנות מכר והפעלות לילדים. אתר נוסף מיועד לביקורי קבוצות גן או כיתות נמוכות והפעילות בו כוללת הדרכה והפעלות לילדים.

ט. צאן ובקר

במסגרת הסקר נבדקו 5 מיזמים מתוך 12 העוסקים בתחום זה.

רפת/ דיר

נבדקו 3 מיזמים מתוך 8 שעוסקים בתחום זה. בכל המיזמים בתת קטגוריה זו, נערך סיור ברפת הכולל הסבר על חיי הפרה ושלבי גידולה. לרוב, מיועד הסיור לילדים בגילאי גן וכיתות בית ספר נמוכות, או לחילופין למשפחות עם

ילדים בגלאים הללו. פעילות אינטגרטיבית נערכת ברוב המקרים, וכוללת האכלת עגלים, הכנת שמנת/חמאה.

צפייה בחליבה לא מתאפשרת ברוב המקרים כיוון שהביקורים בד"כ מחוץ לשעות החליבה וברובן הגדול של המחלבות, אין חליבה מיוחדת לצורכי תיירות. (לעניין זה, הכנסת חליבה באמצעות רובוטים, תיצור מצב שונה, כיוון שהרובוט פעיל במשך כל היום.)

צאן ובקר

במסגרת הסקר נבדקו 3 מיזמים מתוך 4 שעוסקים בתחום זה. הפעילות בתת קטגוריה זו ייחודית ושונה מהפעילות שפורטה לעיל ברפת ו/או בדיר. מיזמי התיירות החקלאית בקטגוריה זו כוללים פעילויות שטח ייחודיות בשילוב צאן ובקר.

מעניין לציין כי כל המיזמים הללו נמצאים בחוות בודדים. בשתיים מן החוות מאפשרים רעיית צאן ו/או בקר במסגרת פעילות תיירות חקלאית. חווה נוספת עוסקת בפעילויות הקשורות בגמלים הגדלים בחווה, ובמכירת גלידה ומוצרים נוספים מחלב הגמלים.

י. קטיף עצמי

במסגרת הסקר נבדקו שני אתרי קטיף עצמי מתוך 10 מיזמים כאלו ברחבי הארץ. הפעילות במיזמים הללו כוללת הסבר קצר על הפירות הגדלים במטע ולאחריו קטיף עצמי של פירות לאכילה במקום ולקחת הביתה בתשלום לפי משקל.

יא. רב ענפי

במסגרת הסקר נבדקו 3 מיזמים מתוך 13 שעוסקים בתחום. פעילות זו קיימת בעיקר בקיבוצים וכוללת סיור בענפי משק שונים. אחד המיזמים מקיים במסגרת הסיורים החקלאיים גם ביקור בחוות הבודדים העוסקות בחקלאות באזור.

יב. תנינים

קיימים 2 מיזמי תיירות בתחום זה. לא נבדק מיזם בתחום זה עקב חוסר רצון לשיתוף פעולה של המפעילים (מפעיל אחד לא מקיים כיום פעילות תיירותית עקב המצב הביטחוני ועל כן לא רצה לשתף פעולה).

יג. מרכזי מחקר ופיתוח

במסגרת הסקר נבדקו 2 אתרים מתוך 5 שקיימים בתחום זה. במסגרת הביקור באתר, נערך סיור וניתן הסבר על הפיתוחים החקלאיים במקום, כולל טעימות. מוצרים מתוצרת המרכז לא מוצעים למכירה.

י.ד. מגרש גולף

קטגוריה זו ייחודית בתחום ה'תיירות החקלאית': ייחודו של האתר בכך שהוא מנצל את הפעילות החקלאית למועדון גולף, על גבי שטחי דשא מוכן המיועדים למכירה.

נושא 2: מאפייני היזמים והמיזם

מאפייני היזמים:

1. גיל והשכלה

רוב מפעילי המיזמים נמצאים בקבוצת הגיל שבין 40-50 השכלתם מקצועית או אקדמאית ורובם המכריע ללא הכשרה תיירותית - מקצועית. ממצאים אלו מאפיינים ניסיון לשנות דרך חיים ומקור פרנסה, להתחיל פרק חדש או להחליף מקצוע/עיסוק בגיל המעבר.

2. חשיפה לאינטרנט

מתוך 39 מיזמים שנכללו בסקר רק לכ-30% יש כתובת e-mail. כ-36% מופיעים באתר אינטרנט או בעלי אתר משלהם, וכ-10% נמצאים בשלבי הקמת אתר.

3. שינוי באורח חיים בעקבות הכניסה לתיירות

רוב היזמים ציינו כי השינוי מתבטא בחוסר בזמן פנוי ובעיקר באובדן 'שישיבת'. חלק מהיזמים ציינו כי השינוי מתבטא בשיפור כלכלת המשפחה. שינוי נוסף מתבטא בהרגלי יציאה לטיולים ולחופשות של המשפחה; בעקבות הכניסה לתיירות חלו שני שינויים עיקריים: ראשית החופשה השנתית לא נערכת בקיץ - עונת התיירות הבווערת, ושנית הטיולים הם במקרים רבים לאתרי תיירות חקלאית בארץ ובחוו"ל העוסקים באותו תחום (מתוך סקרנות ורצון ללמוד מאחרים).

4. העדפות היזמים לגבי מאפייני התיירים/מבקרים

היחידים אצלם נרשמה העדפה ממשית באשר לסוג המבקרים הם המיזמים אשר הכנסתם מבוססת על מכירת מוצרים כיקבים ומחלבות. אלו מעדיפים מבקרים מבוגרים ללא ילדים.

5. מידת שביעות רצון היזם מהעסק התיירותי ביחס לציפיות וליעדים

החלוקה בשאלה זו הייתה כמעט שוויונית: כ-50% מהיזמים מרוצים מהעסק התיירותי וכ-50% מהם לא מרוצים. הסיבה לאי שביעות הרצון לרוב היא, צפי למספרי מבקרים גדולים יותר וכמובן הכנסות גדולות יותר; וגורמים מגבילי פיתוח

מאפייני המיזם:

1. צורת ישוב (גרף 2)

66 מיזמים נמצאים במושבים
43 בקיבוצים
8 בצורת ישוב עירונית (לדוגמה: ערדג- מרכז מבקרים בנושא דגים באילת)
8 בחוות או התיישבויות בודדים
7 בישובים קהילתיים
2 במנזרים
5 מרכזי מחקר ופיתוח
סה"כ 139 מיזמים

פיזור המיזמים ע"פ צורות הישוב השונות:

- ◆ 37 אתרי תיירות חקלאית בקיבוצים – מתוך 267 קיבוצים בישראל.
- ◆ 51 אתרי תיירות חקלאית במושבים ובמושבים שיתופיים – מתוך 454 מושבים ומושבים שיתופיים בישראל.
- ◆ 7 אתרי תיירות חקלאית בישובים קהילתיים – מתוך 120 ישובים קהילתיים.
- ◆ 40 אתרי תיירות נוספים מפוזרים בחוות, מרכזי מחקר ופיתוח וישובים עירוניים.

2. התפלגות מצאי המיזמים לפי מחוז בארץ (גרף 3)

ניתן לראות בגרף 3 כי קיים ריכוז גדול של מיזמים באזור ירושלים, באזור המרכז ואף באזור הצפון - בצפת, עכו ועמק יזרעאל.
ריכוז האתרים הגדול באזור הדרום קיים בנגב המערבי.

3. מספר שנות פעילות (גרף 4)

כ-65% מהמיזמים פעילים 5 שנים ופחות – כאשר הריכוז הגדול של המיזמים קיים בין שנתיים ל-4 שנים.
ממוצע: 5 שנים
מקסימום: 17 שנה
מינימום: מס' חודשים

4. היקף העסק החקלאי

היקף העסק החקלאי הממוצע הינו כ-4 דונם. כאשר היקף העסק החקלאי המינימלי הינו 0.8 דונם (800 מ"ר) והמקסימלי 20 דונם.

5. מספר מועסקים (גרף 5-6)

א. מספר המועסקים להם שייך האתר בתיירות: (בד"כ מבין בני המשפחה החיים במשק או הבעלים של המיזם) ממוצע העובדים המועסק הינו כשני עובדים. ההערכה היא כי בכלל מיזמי התיירות החקלאית בישראל, מועסקים יותר מ-250 עובדים בתיירות להם שייך האתר.

ב. מספר המועסקים להם שייך העסק בחקלאות: רוב המיזמים מעסיקים בממוצע כשני עובדים בחקלאות. ההערכה היא כי בכלל מיזמי התיירות החקלאית בישראל, מועסקים יותר מ-250 עובדים קבועים בחקלאות.

ג. מספר עובדים שכירים בתיירות: מספר העובדים השכירים הממוצע בתיירות נע בין 3 ל-4 עובדים. ההערכה היא כי בכלל מיזמי התיירות החקלאית בישראל מועסקים יותר מ-470 עובדים שכירים בתיירות.

ד. מספר עובדים שכירים בחקלאות: מספר העובדים השכירים הממוצע הינו כ-15 עובדים. ההערכה היא כי בכלל מיזמי התיירות החקלאית בישראל מועסקים יותר מ-2000 עובדים שכירים בחקלאות.

ה. גיוס עובדים שכירים בעיתות שיא: קיים מאגר עובדים המגוייס בשעות וימי עומס ושיא. הדבר בולט בעיקר בקרב המיזמים בהם קיימת הדרכה לקבוצות. 20% מהמיזמים הללו מעסיקים מדריכים שכירים לפי שעות, המגוייסים בהתאם ללוח ההזמנות כאשר מאגר העובדים הממוצע נע סביב 2-3 מדריכים.

המיזמים המיועדים בעיקר למשפחות ויחידים מגייסים עובדים בשבתות ובחגים המאופיינים בביקושי שיא. בין שניים לשלושה עובדים שכירים, בממוצע.

ו. כ-30% מהמיזמים אינם מעסיקים עובדים שכירים כלל.

6. ניווד עובדים בין התיירות לחקלאות

תופעת ניוודות עובדים בין התיירות לחקלאות קיימת בקרב כ-65% מהכלל. התופעה רווחת בעיקר בקרב משקים קטנים, בהם מפעיל המיזם התיירותי הוא גם החקלאי

אשר עוסק בחקלאות במשק. מיזמים אלו, בהם קיימת לרוב ניוודות של אדם אחד מהווים כ-55% המיזמים בהם קיימת ניוודות.

בקרב 35% מהמיזמים לא קיימת ניוודות בין התיירות לחקלאות. חלק ממיזמים אלו הינם מיזמים בעלי מספר עובדים והיקף מסחרי רב, כאשר יש בהם עובדים שתפקידם תיירות בלבד. כמו כן רבים הם המקרים בהם אחד מבני הזוג עוסק בחקלאות במשק ואילו בן הזוג השני עוסק בפן התיירותי.

7. התמודדות עם ביקושי/עומסי שיא

כ-55% מהאתרים פועלים רק בתיאום מראש, בדרך זו הם מונעים היווצרות עומסי שיא ונערכים בהתאם, במקרים של ביקושים גדולים, על-ידי תוספת כ"א. התפלגות 45% הנותרים מגוונת; ניתן למנות מביניהם תשובות כגון פיצול הקבוצה לתחנות במקום או לאתרים נוספים באזור, המתנה במסעדה או בפינת חי במקום ועוד.

8. שעות וימי פעילות

כ-70% מהמיזמים פעילים שבעה ימים בשבוע כל השנה וכ-30% סגורים בשבת וחג. כ-18% פתוחים רק בשישבת ובחופשות. כל האתרים ללא יוצא מן הכלל פתוחים רק בשעות היום ולא כוללים פעילות בשעות הערב והלילה.

9. הדרכה

65% מהאתרים מציעים מדריך צמוד המיועד בעיקר לקבוצות. משך ההדרכה הממוצע לקבוצות ילדים ומבוגרים שונה, הזמן הממוצע לקבוצות ילדים הינו 100 דק' ולקבוצות מבוגרים הינו 80 דק'. למשפחות ויחידים בד"כ לא ניתנת הדרכה כלל, או שניתנת הדרכה קצרה בלבד.

שפות הדרכה: בכל האתרים שפת ההדרכה היא עברית. בכ-80% מן האתרים יש אפשרות להדרכה באנגלית. ב-18% מן האתרים יש אפשרות להדרכה בשפות זרות אחרות כרוסית, ספרדית, גרמנית, צרפתית. באתרים בודדים במגזר היהודי, קיימת גם הדרכה בשפה הערבית.

10. איכות הסביבה

רובם הגדול של האתרים נמצאו תואמים לקריטריוני איכות הסביבה. במרבית המקרים לא נמצאו מפגעים בולטים במשק או בסמוך לו. המפגע היחיד שבלט לעין,

בחלק מן המיזמים הוא מקום אחסון לציוד וכלים חקלאיים שנמצא בכניסה למיזם התיירותי. הדבר נראה במבט ראשון בלתי אסתטי למבקר הנכנס למשק, גם אם מהווה חלק אינטגרלי מהמשק וההווי שלו. חשוב לציין כי רבים הם החקלאים שציינו כי המעבר לתיירות גרם להם למודעות גדולה יותר לניקיון ולאיכות הסביבה.

11. איכות חזותית

דירוג איכותו החזותית של המתחם התיירותי במשק חולק לשלוש רמות: טוב, סביר וגרוע. כאשר הקריטריונים לדרוג כללו את הגורמים הבאים: עיצוב ונוי, נוחות, חניה, שילוט, שירותים, רמת תצוגה, צל, ובטיחות. 45% מהמיזמים נמצאו ברמה טובה מבחינה חזותית. לרוב אלו משקים אשר הסבו את משקם לתיירות והתאימו אותו לקבלת קהל. 25% מהמיזמים נמצאו ברמה סבירה. לרוב אלו משקים שעיקר התשתית התיירותית נשענת על תשתית קיימת של המשק עם תוספות מעטות שנעשו למען התיירות. 30% מהמיזמים נמצאו ברמה גרועה. אלו משקים שבמרבית המקרים לא עשו כל שינוי במשק על מנת להתאים עצמם לתיירות ולקבלת קהל.

נושא 3: מיקום, ייעודי קרקע, תכנון ורישוי

1. פרוגרמה/התכנות כלכלית/תוכנית עסקית

כ-58% מהמיזמים מבוססים על תוכנית עסקית כאשר כ-80% מתוכם נעזרו בשירותי ייעוץ מטעם מטי"י, ו-20% הנותרים בנו תוכנית באופן עצמאי. עם זאת רק כ-45% מהמיזמים ציינו כי המציאות תואמת בגדול לתחזיות ולאומדנים המקוריים בפרוגרמה/תוכנית כלכלית/עסקית.

2. מיקום המיזם התיירותי במשק

רובם הגדול של המיזמים במושבים ממוקמים בסמוך לבית המגורים. מספר קטן של מיזמים במושבים ממוקמים מחוץ למשק בחלקה ב', בשטח מטע וכו'. כל המיזמים בקיבוצים ממוקמים בקצה הקיבוץ בשטח מרוחק ממגורי התושבים.

3. ייעוד קרקע

55% מהמיזמים ממוקמים על קרקע חקלאית במושבים או בחוות (21 מיזמים). 25% מיזמים יושבים על קרקעות קיבוצים, שלרוב מיועדות כ"מבני משק". (10 מיזמים)

2 מיזמים ביצעו שינוי יעוד לתיירות.

1 מיזם הוקם בשטח ציבורי פתוח באישור המושב בו הוא קיים.

1 מיזם הוקם בשטח המיועדים לתעשייה.
1 מיזם הוקם על שטח של מועצה אזורית המיועד למחקר ופיתוח.
בתי הבד במגזר הערבי (הפעילים תיירותית רק בזמן 'פסטיבל הזית') ממוקמים לרוב בקרקע המיועדת לבינוי כפרי/עירוני.

4. הגשת תוכנית לשינוי יעוד לעסק התיירותית

רק כ-10% מהאתרים שינו או נמצאים בתהליכי שינוי יעוד הקרקע מחקלאות לתיירות. מיזמים אלו מציינים שנתקלו בתהליך ארוך, מסורבל ורצוף מכשולים, ללא סיוע ממסדי (במקרה הטוב!).

5. ישות משפטית

כ-20% מהמיזמים רשומים כחברה בע"מ.
כ-70% מתנהלים במעמד של עוסק מורשה יחיד.
כ-30% מתנהלים כמרכז רווח ללא מעמד פורמלי עצמאי אלא כחלק מחברה בע"מ, תאגיד או אגודה שיתופית רב – ענפית (בקיבוצים).
אחוז נמוך מתנהל כישות ציבורית (מו"פ)

6. ביטוח

כל המיזמים ציינו שקיים ביטוח מיוחד למבקרים.
יש לסייג ולומר כי במרבית המקרים הביטוח האמור הינו ביטוח 'צד ג' לחקלאי-ביטוח שמהותו כיסוי פגיעה בעובר אורח או בעובד במשק. ביטוח זה אינו מספק, במקרה של ביקורי תיירים בתשלום במשק, והחקלאים במרבית המקרים אפילו אינם מודעים לכך.

7. רישיון עסק

רק לכ-35% מהאתרים יש רישיון עסק לפעילות תיירותית.

8. תקנון תיירות

כל המיזמים ציינו שלא קיים תקנון תיירותי או החלטות מפורטות ביחס לפיתוח תיירות ביישוביהם או במועצה האזורית אליה הם שייכים.

9. תכנון לפיתוח נוסף/הרחבה/העשרה/שינוי:

70% מהכלל מתכננים פיתוח נוסף/הרחבה/העשרה/שינוי, בכפוף לגורמים המגבילים

שיצוינו בנושא 7.

נושא 4 : ביקוש - כוח משיכה וריתוק

1. ביקושים - מספרי מבקרים

בשנת 2000 ביקרו כ-350 אלף איש במיזמי תיירות חקלאית. מתוכם כ-50% בקבוצות, המורכבות בעיקר מילדים וגמלאים וכ-50% משפחות ויחידים.

מספר המבקרים הממוצע לאתר נע סביב 10,000 איש בשנה, כאשר הטווח נע בין 1,000 ל-40,000 איש בשנה.

ההערכה הכוללת של הביקוש השנתי בכלל העסקים התיירותיים-חקלאיים בישראל הוא כ-1.5 מליון מבקרים בשנה.

2. משך השהות הממוצע

משך השהות הממוצע לביקור באתר, נע בין שעה לשעתיים. משך השהות הממוצע של משפחות ויחידים, קצר ממשך השהות של קבוצות כ- 60 דקות לעומת 90 דקות, בהתאמה.

קיים הבדל גם בין משך השהות של קבוצות ילדים, למשך שהות של קבוצות מבוגרים/גמלאים - משך השהות של קבוצות ילדים הוא כ-120 דקות, משך השהות של קבוצות מבוגרים קצר יותר ונע סביב 75 דקות. קיימים גם אתרים המיועדים לפעילות ארוכה יותר של חצי יום ויותר, כסדנאות מנהלים המשלבות פעילות והתנסות חקלאית כמו רעיית עדר עיזים וכדו'.

3. אזורי המוצא מחוללי הביקושים

רוב המיזמים, (75%) ציינו כי אזורי המוצא כוללים את הארץ כולה. רק 25% מכלל המיזמים ציינו כי המבקרים מגיעים מהאזור הקרוב בלבד, במקרים אלו מדובר לרוב, במיזמים המיועדים לפעילות יום של ילדי גן וכיתות בתי הספר הנמוכות או מחלבות המוכרות תוצרתן לסביבתן הקרובה. מעניין לציין כי נרשם ביקוש רב של יוצאי ברה"מ לשעבר, במיזמי קטיף עצמי של פירות יער, במיזמים המוכרים דבש ו/קבים.

4. חודשי שיא ושפל

בקרוב כ-33% מהמיזמים, חודשי השיא בתיירות מקבילים לחודשים האינטנסיביים בחקלאות. מדובר לרוב ביקבים בתקופת הבציר, בבתי בד בתקופת המסיק, ובאתרי קטיף עצמי בתקופת הבשלת וקטיף הפרי.

האזור האקלימי משפיע גם הוא על חודשי השיא והשפל בתיירות ובחקלאות:

בצפון ; חודשי השיא בתיירות הם חודשי הקיץ והחגים. כאשר חודשי השיא בחקלאות משתנים בהתאם לאופי הגידול.
בדרום ; נרשמים חודשי שפל בתיירות דווקא בחודשי הקיץ, כאשר כמו בצפון, חודשי השיא בחקלאות משתנים בהתאם לאופי הגידול.
בערבה ; חודשי השפל הן בחקלאות והן בתיירות הם בחודשי הקיץ החמים.

נושא 5: מאפיינים כלכליים

1. השקעה בעסק התיירותי

רק כ-45% מהיזמים הסכימו לענות על השאלה 'כמה השקיעו עד כה בעסק התיירותי'. מתוכם, כ- 20% דיווחו על השקעה מינימלית בעסק התיירותי, כאשר קיים שימוש בתשתיות קיימות.
כ-25% דיווחו על השקעה ממוצעת של כ-200,000 ש"ח. במיזם אחד (מרכז מבקרים) הושקעו כ-8,000,000 ש"ח.

2. הכנסות

א. דמי כניסה

74% מהמיזמים גובים דמי כניסה. דמי הכניסה נעים בין 10 ל- 20 ש"ח.
26% מהאתרים אינם גובים דמי כניסה והכנסתם מתבססת על מכירות במקום בלבד.

ב. פידיון מארוחה

21% מהמיזמים שנבדקו, מספקים ארוחות במסגרת הביקור באתר. המחיר הממוצע לארוחה נע בין 35-50 ש"ח.

ג. דמי לינה וארוחת בוקר

במסגרת הסקר הכולל ובמסגרת המדגם בפרט, אתרי התיירות החקלאית בהם משולבת לינה, נמצאים רק בקיבוצים, שם מיזמי התיירות החקלאית מהווים חלק ממכלול התיירות הכפרית בקיבוץ. דמי לינה וארוחת בוקר עומדים בממוצע על 150 ש"ח לאדם בתפוסה זוגית לילה.
בצורות הישוב האחרות, בודדים החקלאים שמפעילים גם אירוח כפרי בנוסף למיזם התיירותי חקלאי (במדגם נמצא מפעיל אחד בלבד).

3. מחזור שנתי

כ- 80% מהמיזמים מנהלים תחשיב כספי נפרד לעסק התיירותי.
המחזור השנתי הממוצע למיזמי התיירות החקלאית הינו כ-900,000 ש"ח בעוד
המחזור השנתי השכיח נע סביב 500,000 ש"ח.
ההתפלגות היא כדלהלן:

- 6ל- מיזמים מחזור שנתי של עד 100,000 ש"ח
 - 2ל- מיזמים מחזור שנתי שנע בין 100,000 ש"ח ל-200,000 ש"ח
 - 3ל- מיזמים מחזור שנתי שנע בין 200,000 ש"ח ל-300,000 ש"ח
 - 6ל- מיזמים מחזור שנתי שנע בין 300,000 ש"ח ל-400,000 ש"ח
 - 5ל- מיזמים מחזור שנתי שנע בין 400,000 ש"ח ל-500,000 ש"ח
 - למיזם אחד מחזור שנתי שנע בין 500,000 ש"ח ל-600,000 ש"ח
 - למיזם אחד מחזור שנתי שנע בין 600,000 ש"ח ל-700,000 ש"ח
 - 4ל- מיזמים מחזור שנתי שנע בין 1,200,000 ש"ח ל-1,400,000 ש"ח
- עוד כ-10 מיזמים נוספים לא היו מעוניינים לספק נתונים.
**ההערכה הכוללת של המחזור השנתי בכלל העסקים התיירותיים-חקלאיים בישראל
עומד על כ-75 מליון ש"ח בשנה.**

4. תרומת העסק התיירותי ליעילות/רווחיות/איכות ענפי החקלאות האחרים במשק

מרבית היזמים ציינו תרומה במספר תחומים:

1. מפעילי מיזמים בהם נמכרת תוצרת חקלאית, ציינו כי התיירות ומכירת התוצרת במקום הניבה תרומה כלכלית משמעותית (מכירה במקום ישירות לצרכן, ללא פער תיווך). כמו כן משמשת המכירה במקום כמנוף שיווקי נרחב המתפרס במקרים מסוימים על פני הארץ כולה.
כל המיזמים מעוניינים כמובן בהגדלת אחוז התוצרת הנמכרת במקום.

2. שיפור איכות הסביבה למטרות התיירות, תרם לניקיון המשק, לסילוק, הסדרה או צמצום של מפגעים סביבתיים והביא לשיפור באיכות המוצרים, ובעקבות כך הייתה גם עלייה במכירות.

3. העלאת המודעות לאיכות המוצר, צורתו האסתטית, אריזתו ועוד.

נושא 6: שיווק ופרסום

1. חברות בעמותת תיירות

כ- 60% מהמיזמים חברים בעמותת תיירות, וכ-40% אינם חברים, כאשר לשניים מהאתרים שנידגמו, אין עמותת תיירות באזורם.

עמותת התיירות הפעילות במרחבי המיזמים הללו הן: יואב יהודה, כרמלים, עמקים, גליל מערבי, גליל עליון, משגב, גולן, עמק הירדן, ארץ התמר, מגילות, חבל אילות.

תרומת העמותות:

רוב המיזמים ציינו תרומת העמותה בשני תחומים עיקריים:

א. מעורבות העמותה בגיבוי היזמים בתהליך בקשה להקצאת שעות ייעוץ תיירותי.

ב. פרסום

חלק קטן של היזמים ציינו כי תרומת העמותה מתבטאת ביזום ימי עיון ופסטיבלים.

10 מהיזמים ציינו שתרומת העמותה מזערית או לא קיימת כלל.

2. שיווק ע"י רשת או סוכן

18% בלבד מהמיזמים משווקים ע"י רשת או סוכן; רובם הגדול של המיזמים לא מרוצה משירותי המשווקים.

קיים מספר גדול של מיזמים אשר "אגד תיור" שולח אליהם קבוצות, במרבית המקרים הסיורים הללו נערכים ללא תשלום (והתרומה ליזום הינה ממכירת מוצרי המקום).

כ-37% מהיזמים ציינו כי הם משווקים עצמם באופן עצמאי בדרכים שונות ומגוונות: הפצת פליירים בצימרים ובאתרים באזור, השתתפות באמצעי שיווק מיוחדים כמו פנקסי תלושי הנחה, מבצעי כרטיסי אשראי, פרסום מודעות בעיתונים, פרסומים במדריכי תיירות ובמפות תיירות, כתבות יזומות ע"י כתבי תיירות ופנאי המזדמנים לסיור ואירוח באתר, ע"י דיורור ישיר ואף באמצעות פניות ישירות למקבלי ההחלטות.

3. השתתפות בחבילת תיירות

חמי יואב, אתר מרחצאות חמים משמש כעוגן תיירות ומגבש חבילות תיירות בשיתוף פעולה עם מיזמי תיירות חקלאית באזורו.

חמי נגב (בצומת משאבים) מגבש אף הוא חבילות תיירות בשיתוף פעולה עם מצפה רביבים וחוות הבודדים באזור.

מעבר לאתרי התיירות שבסמיכות לשני אתרי מרחצאות, לא מצאנו כל חבילת תיירות

המקשרת בין אתרי תיירות החקלאית ועוגני תיירות אחרים.

נושא 7: גורמים מסייעים/מפריעים לפיתוח תיירות:

1. **גורמים שהפריעו/ הגבילו את הפיתוח התיירותי במשק**
 - א. בעיות סטטוטוריות הקשורות בשינוי ייעודי הקרקע. (פירוט בנושא 4 לעיל – מיקום וייעודי קרקע).
 - ב. חוסר באמצעים כספיים: כל המיזמים ללא יוצא מן הכלל, ציינו כי מגבלות תקציביות מנעו ומונעות מהם פיתוח נוסף הרצוי או דרוש לפי תפיסתם.
 - ג. חוסר בסיוע ממשלתי/מוסדי: למעט 3 אתרים שנידגמו, אף לא אחד מ-40 המיזמים קיבל סיוע כספי. (אפשרויות הסיוע מהמדינה הקיימות כיום מפורטות בסעיף 2 שלהלן - גורמים מסייעים). בנוסף נמסר כי למעט סיוע בתכנון ובבדיקה ראשונית לא מקבלים היזמים סיוע מרכזי התיירות במועצה האזורית או ממנהלי היחפ"כים.
 - ד. חוסר בתשתיות לאירוח מספר גדול של אנשים.
 - ה. עמלות אותן הם נאלצים לשלם לסוכנים, נהגים ומדריכים אשר פוגעת קשות ברווחיהם ומגיעות לעיתים עד 25% מהפידיון.
 - ו. חוסר תמיכה או התנגדות של תושבי הישוב בו הוקם המיזם התיירותי, המתעוררות הן בקיבוצים והן במושבאים. כתוצאה מנושאי תנועה (דרכי גישה), חניה ותלונות בנושאי רעש, אשר בפועל מתורגמות ל'הלשנות' בנושאי ייעודי קרקע, רשיון עסק וכו'.

2. גורמים שתורמים או יכולים לתרום לפיתוח התיירותי של המיזם

- א. מרבית המיזמים ציינו כי כל אטרקציה ומסעדה באזור יכולה לחזק את הענף. ככל שהתיירות הכפרית באזור מפותחת, לינה, הסעדה ואטרקציות אחרות כך גם אתרי התיירות החקלאית.
- ב. גורמי סיוע ממשלתיים (פירוט נרחב של נושא זה בפרק המדיניות)

← **הסוכנות היהודית**

← **מט"י**

← "קרן סיוע למושבים"

← מנהלת ההשקעות של משרד החקלאות ומשרד התיירות בקו עימות

ממצאי הראיונות שנערכו עם אנשי מפתח

מדיניות מט"י, יחפ"כ, עמותות תיירות והסוכנות היהודית.

סעיף זה נכתב על פי ראיונות עומק, שנערכו עם אנשי המפתח בגופים האמורים :

הגדרת המושג תיירות חקלאית

מרביתם של מנהלי מט"י, יחפ"כ ועמותות התיירות רואים בתיירות החקלאית חלק מהתיירות הכפרית ולא ענף נפרד, רק כ-30% מאנשי המפתח איתם דיברנו רואים בתיירות החקלאית ענף נפרד בפני עצמו.

תיפקוד ופעילות

- **אנשי המפתח העומדים בראש יחפ"כ ומט"י**, רואים את תפקידם ביחס לתיירות חקלאית, בעיקר בשלבי התכנון הראשוניים. וזאת תוך מתן ייעוץ עסקי, תכנון, השגת מימון, ובפתרון בעיות מיוחדות המתעוררות לאחר הקמת האתר. מקצתם עוסקים בזיהוי פוטנציאל לפיתוח תיירות, בפרסום ושיווק.
- **אנשי המפתח העומדים בראש עמותות התיירותית**, רואים את תפקידם ביחס לתיירות החקלאית כחלק מהתיירות הכפרית באזור - בפרסום, שיווק, הפקת אירועים גדולים ופסטיבלים לכל התיירות הכפרית המתקיימת באזור. חלקם אף רואים את תפקידם בייצוג חקלאיים למול הרשויות.
- בקרב אנשי המפתח נשמעו דעות הסוברות כי התיירות החקלאית לא יכולה להוות ענף רווח בפני עצמו אלא צריך לבוא בשילוב עם לינה, מכירת מוצרי משק ו/או הסעדה. אתר תיירות מצליח להיות מורכב ממכירה, צפייה והתנסות אישית.
- כל אנשי המפתח לא נוקטים או נקטו בעבר באמצעי אכיפה כלשהם בתחום החקלאות התיירותית/התיירות הכפרית.

- **קשר עם יזמים:** מחצית מאנשי המפתח מחכים לפניה של היזמים אליהם למטרות עזרה בפיתוח, ומחיצתם פונים בעצמם למשקים בעלי פוטנציאל לפיתוח על מנת לעניין אותם ולחשוף אותם לאפשרויות הפיתוח. בכל המקרים אין קשר וליווי מובנה לאחר שלב התכנון הראשוני.
- רוב אנשי המפתח במט"י, יחפ"כ, עמותות התיירות והסוכנות היהודית, לא מצויים בבעיות ייעודי הקרקע, רישוי העסקים, ביטוח, בטיחות, התקינה והבקרה באתרי התיירות החקלאית.
- לרוב הגופים יש אתר אינטרנט בו מופיעים השירותים/הסיוע/המידע/ שהם מספקים.

פרסום ושיווק

רק חמישה מאנשי המפתח אותם ראיינו, ערכו/הפיצו חוזר כלשהו לגבי חקלאות תיירותית/תיירות כפרית. ברוב המקרים מיזמי התיירות החקלאית נכללים בפרסום אזורי של אטרקציות תיירותיות. וזאת מתוך אמונה שאין להפריד בין תיירות חקלאית למיזמי תיירות אחרים.

העלונים שפורסמו הם: עמותת תיירות גליל מערבי ומט"י משגב- 'פסטיבל הזית'

(נספח 4) עמותת תיירות עמקים- 'ימי חלב ודבש'

עמותת תיירות גליל עליון- 'תיירות חקלאית בארץ הגליל'

עמותת תיירות גליל מערבי- 'תיירות חקלאית בגליל המערבי'

עמותת תיירות יואב יהודה – 'דרך היין'

* יש לציין שלא כל המיזמים בעלונים הללו מתאימים להגדרת תיירות חקלאית בעבודה זו.

תיירות חקלאית ואיכות הסביבה

- רוב אנשי המפתח במט"י, יחפ"כ, עמותות התיירות והסוכנות היהודית, סבורים כי התיירות החקלאית יכולה לתרום לאיכות הסביבה. וזאת תוך העלאת מודעות היזמים והמבקרים לנושא, הגברת ההסברה בנושא, שמירה על ניקיון, ריסוס אורגני וכו'.
- מנגד, יש הטוענים כי התיירות החקלאית יכולה לגרום לפגיעה בחקלאות, וזאת בעיקר באזור המדברי. שם, בעקבות הכנסת גידולים חקלאיים "זרים" אקזוטים

שארטרקטיביים לתיירות נגרמת אינטרודוקציה- דחיקה הצידה של זנים טבעיים. כמו כן בגלל רגישותו של האזור המדברי האדם יכול להיות גורם מפריע.

קורסים והכשרה

רובם הגדול של אנשי המפתח אירגנו/יזמו קורסים ליזמות בתחום תיירות כפרית/חקלאות. בנושאים שונים: יזמות ופיתוח תיירות כפרית-חקלאית - קורסים בשיתוף מכללת רופין; קורסי תוכנה לניהול הזמנות לכל התיירנים; קורסי שיווק; קורסי ניהול עסק באורינטציה תיירותית, קורסי תקשורת שיווקית ועוד.

דרכים מוצעות לשיפור וקידום התיירות החקלאית

- הדרכים שיוזכרו להלן, הוזכרו בראיונות עם אנשי המפתח כהמלצות ליישום בעתיד.
- הגברת שת"פ אזורי בין מיזמים - חיבור ורישות בין מיזמים.
 - הרחבת תחום הכשרת החקלאים בעקבות ההסבה לתיירות, על ידי: הדרכות, קורסים וימי עיון.
 - ייזום סיורים ליזמי תיירות חקלאית, מתוך כוונה להעמיק וללמוד את הנושא מניסיונם של אחרים.
 - הגדרת נושא התיירות החקלאית בקרב משרדי התיירות והחקלאות ופיתוח הכפר. תוך הכרה בפוטנציאל של התיירות החקלאית כתיירות מתמחה.
 - הגדרת תקציבים לנושא התיירות החקלאית.
 - הגברת הפרסום ושיווק לתחום התיירות החקלאית והכפרית.
 - שמירה על החקלאות לצד התיירות.
 - מתן סיוע, לא רק ליישובי קו העימות. הבדיקה צריכה לבדוק פן מקצועי ולא שיקולים פוליטיים.
 - ליווי היזמים גם אחרי שלב תכנון הראשוני.

הגדרת בעיות בתחום

ענף התיירות החקלאית אינו ממצה את פוטנציאל הביקוש והתרומה הכלכלית כתוצאה ממספר בעיות עיקריות:

בעיות סטטוריות

בעיות אלו הן בעלות המשקל הרב ביותר ולהן ההשלכות הגדולות ביותר על החקלאים אשר פונים לתחום התיירות החקלאית. מרבית מיזמי התיירות החקלאית בישראל ממוקמים על קרקע חקלאית שאינה מיועדת לתיירות. כתוצאה מכך, נאלצים החקלאים להתמודד מול מינהל מקרקעי ישראל וועדות התכנון והבנייה בדרישות שונות לשינוי ייעודי הקרקע ולתשלום דמי היוון גדולים, שלא תמיד משקפים את הפוטנציאל הכלכלי האמיתי הניתן למימוש בתנאי השוק החקלאי-תיירותי.

חשוב לציין כי במקרים רבים, בעקבות מגבלות אלה של ייעודי קרקע, מיזמי התיירות החקלאית אינם מגיעים לכלל מיצוי פוטנציאל הביקוש והתרומה הכלכלית האפשרית.

רישוי וביטוח

1. רישוי: לרוב מיזמי התיירות החקלאית אין רישיון עסק ורישום כחברה בע"מ, לפיכך הם בלתי חוקיים בעליל. וזאת כתוצאה מתקנות אנכרוניסטיות ובלתי סבירות בתחומים אלו.

2. ביטוח:

לרוב הגדול של מזימי התיירות אין ביטוח המתאים לתיירים המגיעים לביקור בתשלום במשק. בעיה זו חמורה מאוד היות והחקלאים אשר מפעילים מיזמי תיירות, אפילו אינם מודעים לבעיה זו. מרבית החקלאים סבורים כי ביטוח 'צד ג' המיועד לכיסוי פגיעה בעובד או בעובר אורח במשק, מתאים גם למבקרי מיזם התיירות החקלאית. אך אין זה כך!

יש לציין כי חמור מכך, מרבית **אנשי המפתח** העוסקים בתחום ה'תיירות החקלאית', אלו האמורים לסייע לחקלאים, אינם מודעים לבעיות הרישוי והביטוח האמורות, ולפיכך אינם מציעים דרכים שיסייעו לפתרון.

בעיות תפעוליות

1. פגיעה בענפי החקלאות במשק: התיירות החקלאית מתחככת עם ענפי החקלאות, תוך יצירת קונפליקטים, הפרעות ומטרדים הדדים, ותוך הטלת 'קנס' מקצועי זה על זה, ואף עול קשה על החקלאי וצוותו.
2. תכנון פעילות: בעיה תפעולית בה נתקלים בעיקר מיזמי תיירות חקלאית, בהם קיימת הדרכה למשפחות וליחידים היא, האם לקבוע שעות קבועות להדרכה או לקיים לכל זוג, בודד או משפחה, הדרכה ברגע שהם מגיעים למשק. לכל אחת מן האפשרויות פן שיכול לגרום לירידה בביקוש וכפועל יוצא בהכנסה.
3. ימי פעילות: עיקר הביקוש של יחידים ומשפחות מתרכז בימים שישי, שבת, בחגי ישראל ובחופשות. עובדה זו מעמידה בפני כל חקלאי שאלה; האם כדאי כלכלית לפעול רק בשישיבת וחג, או לחילופין, האם זה יהווה פגיעה במוניטין ובפרסום של המיזם וכתוצאה מכך יפגע גם בביקוש.
4. עמלות: בתחום התיירות, מקובל כי בתמורה להבאת מבקרים לאתר תיירות יקבלו סוכני התיירות, המדריכים ואף נהגי האוטובוסים, עמלות וטובות הנאה שונות כחלק מהפדיון אותו השיג התיירן מהקבוצה (לעיתים מגיע הסכום עד 25% מהפדיון). **נושא זה הינו שוק פרוץ שאינו מוסדר בחוק**. בפני החקלאים עומדת הדילמה האם לתת לאמורים עמלות וטובות הנאה, אשר במקרים רבים פוגעים קשות ברווחיהם או לחילופין לסבול מביקושים נמוכים (נושא זה קשה בעיקר לחקלאים המורגלים להרוויח מעמל כפיהם ללא קיצורי דרך ובחלק גדול מהמקרים לא מוכנים לקבל את חוקי המשחק הקיימים והמקובלים בענף התיירות).

בעיות כלכליות

1. עונתיות: החקלאות מטבעה הינה עונתית, לפיכך קיימים אתרי תיירות חקלאית אשר ביקושי השיא נרשמים בהם רק בעונות מסוימות ולא לאורך השנה כולה. בעיה זו מקשה על הפיכת התיירות החקלאית לענף רווחי במשך השנה כולה. הבעיה אף הופכת חמורה יותר כאשר עונת השיא בתיירות מקבילה לעונת השיא בחקלאות, מה שדורש מהחקלאי תוספת כוח אדם שכיר וכתוצאה מכך רווחיו מהתיירות עלולים להיות קטנים יותר.

2. רף כניסה גבוה: יש צורך בהשקעה רבה על מנת להיכנס לענף התיירות החקלאית, ולהתמודד מול מפעילי אתרים מצליחים אחרים. לא מספיקה השקעה מינימלית המתפרסת על מספר שנים (כי את רוב העבודה מבצע החקלאי בעצמו כשיש לו זמן) על מנת למשוך מספר מבקרים רב. בנוסף, עם השנים דרישות המבקרים גדלות הן מבחינת התנאים הפיזיים והן מבחינת התמורה לכסף.

3. השקעות: החקלאי הממוצע אשר עושה הסבה לתיירות חקלאית, עושה זאת מתוך רצון למצוא דרכים נוספות לפרנסה בעקבות ירידת תרומת החקלאות במשקו. ברשות חקלאי כזה אין את האמצעים הדרושים להשקיע וליצור מיזם תיירותי ברמה אשר יעמוד בתנאי רף הכניסה הגבוה ויהיה מסוגל למשוך מספר מבקרים גדול.

4. סיוע ממשלתי: כמפורט בפרק 'מדיניות הממסד' קיים סיוע ממשלתי, אך זה אינו רב.

הכשרה והדרכה

1. מערך ההכשרה והדרכה ליזמי התיירות החקלאית המתקיים כיום, במסגרת חממות התיירות מוגבל ביותר וקיים רק בשלבי התכנון הראשוניים בלבד. כמו כן מערך הכשרה זה מיועד לרוב, ליזמי תיירות בכלל ולא דווקא ליזמי התיירות החקלאית. המעבר מהחקלאות לתיירות אינו דבר טבעי ופשוט לחקלאי הממוצע; עבודה מול קהל, הפלישה לפרטיות, עבודה גם בסופי שבוע וחגים ועוד. על כן, יש להכיר בתיירות החקלאית כתחום נפרד בעל צרכים ודרישות משלו הדורש הכשרה וליווי מקצועי מתאימים.

2. פרסום ושיווק: לחקלאי הממוצע אין כל ידע ורקע בפרסום ושיווק הדרושים להתמודד עם כוחות השוק, וכאמור, הכלים והקורסים המוצעים כיום לחקלאים בד"כ כוללניים ומתאימים לתיירות הכפרית בכלל ולא לתיירות החקלאית בפרט.

בעיות חברתיות

במקרים רבים נתקלים יזמי התיירות החקלאית בהתנגדות בעלי המשקים השכנים להם או לחילופין בהתנגדות חברי הקיבוץ. בתואנות של רעש, פגיעה באיכות הסביבה, חניה ולעיתים אף קנאה ועוד.

מדיניות הממסד

מדיניות הממסד כפי שמוצגת בפרק זה, נלמדה בין השאר מדוחות שפורסמו על-ידי משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומשרד התיירות. וכמו כן מראיונות עומק שנערכו עם אנשי מפתח העוסקים ו/או קשורים לתחום התיירות החקלאית.

במטרה לקבל תמונה הומוגנית וכוללת השתדלנו לקיים ראיונות עם מירב הנוגעים בדבר, ביניהם אנשי מפתח ביחידות כלכליות, במט"י, במשרד התיירות, במשרד החקלאות, החמ"ת, הקק"ל, הסוכנות היהודית לא"י, מינהל מקרקעי ישראל, החטיבה להתיישבות של ההסתדרות הציונית העולמית, והמשרד לאיכות הסביבה.

א. מימון וסיוע ממסדי

קיימים מספר מנגנוני סיוע שפותחו על ידי הגופים הממסדיים, במטרה לתמוך ביזמי התיירות חקלאית:

• הסוכנות היהודית:

באזור הדרום, הסוכנות היהודית, שאחת ממטרותיה היא עיבוי האוכלוסייה, מאפשרת למתיישבים חדשים הזכאים ל'מענק מתיישב', לייעד את המענק למטרות תיירות ולא בהכרח לחקלאות, כפי שהיה מקובל עד לאחרונה. גובה המענק כ-75 אלף ש"ח. מעבר לכך מסייעת הסוכנות במספר אספקטים נוספים ביניהם תמיכה וסיוע במסגרת חממות התיירות לתכנון ובדיקות כלכליות, בתשתיות, בטיפול נופי, בשינויי יעוד קרקע ועוד. חשוב לציין כי קיימת נכונות רבה מצד הסוכנות לסייע לחקלאים אך בדומה לגורמים ממסדיים אחרים בעיות תקציב הן המונעות מהסוכנות לתרום יותר ולסייע לחקלאי.

• מט"י:

הסוכנות היהודית בשיתוף עם משרד התיירות מסייעים ליזמים באמצעות המט"י האזוריים ע"י הקצאת שעות ייעוץ/חונכות/ליווי מקצועי, על בסיס כיסוי של 75% מהעלות כאשר היזם מתחייב ל-25% הנותרים. הסיוע ניתן בחסות חממת תיירות הבוחנת את התפוקות ומנחה את היזמים בנושאים העקרוניים.

מטרת הסיוע היא עריכת פרוגרמה/תוכנית עסקית תיפעולית ו/או ליווי שיווקי (בהיקף של 5,000-10,000 ש"ח בלבד).
להבדיל מקרן הסיוע למושבים (כפי שיפורט להלן), חממות התיירות מסייעות לרוב היזמים שפונים (אם לא לכולם), ובתנאים מוקדמים מיזעריים.

• "קרן סיוע למושבים":

גורם נוסף שאמור לסייע לחקלאים, ביוזמתה של הסוכנות היהודית. מטרת הקרן להקצות הלוואות למיזמים חקלאיים במושבים ובקיבוצים עד 300 אלף ש"ח לצידוד, לשיפוצים, והון חוזר ל"עסקים חוקיים".

ההלוואה ניתנת בד"כ לשש שנים עם אפשרות של שנת חסד אחת, בתנאי החזר של הצמדה + 5% בקירוב. הסוכנות מספקת ערבות של 45%, היזם 50% ועוד 5% פיקדון נזיל מתוך סכום ההלוואה. ההלוואות ניתנות ע"י בנק אוצר החייל ובנק דיסקונט ואמורות לכסות עד 75% מהיקף ההשקעות (25% הון עצמי חובה).
וועדה מיוחדת בוחנת את הבקשות, כאשר היזם צריך להכין פרוגרמה ותוכנית עסקית (אפשרות של סיוע מט"י בנושא זה).

הסקר הנוכחי מגלה שאף אחד מהמיזמים לא זכה לסיוע כזה ולאור התהליך המסורבל והממושך, העלות של הכנת תוכנית עסקית, הדרישות מראש להוכחת אישורים רישויים והסכמות למיניהם ולא פחות חשוב ההטבה שכמעט ניתנת לביטול הגלומה בתנאי ההלוואה, - לא פלא שרוב היזמים אפילו אינם טורחים לעבור את החוויה הזו...

• מנהלת השקעות של משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומשרד התיירות ליישובי קו

עימות בגבול לבנון

גורם סיוע ביוזמת משרדי החקלאות והתיירות. מטרתו פיתוח מיזמי תיירות חקלאית תוך מתן סיוע לשדרוג האתר החקלאי והתאמתו לקליטת מבקרים.

התוכנית בשלב זה מיועדת ליישובי קו העימות בגבול לבנון. כאשר השאיפה היא כי בעתיד תיתן הקרן מענה לכל אזורי הארץ.
שיעור המענק מהווה 30% מההשקעה המאושרת המבוצעת.
היקף תוכנית ההשקעות למשק חקלאי עד 150,000 ש"ח. כאשר סכום המענק

המינימלי, 5000 ש"ח. היקף ההשקעות במשק קיבוצי או מושב שיתופי עד 300,000 ש"ח. (פירוט השקעות מופיעות בנספח 5)

התנאים המוקדמים לקבלת המענק הם: עיסוק היזם בפעילות חקלאית, העדפה לתוכניות בינוי בשטח הצהוב של חלקה א' או צמוד דופן, אישור המבנה על-פי חוק התכנון והבניה. כמו כן על היזם להמציא לוועדה, תוכנית אדריכלית של המשק - סקר של מבנים קיימים ושימושיהם, פרוגרמה תיירותית ותוכנית עסקית של המשק והפרויקט (אפשרות של סיוע מט"י בנושא).

הליך אישור בקשה למענק: בשלב ראשון, כל בקשה העומדת בתנאים שניזכרו, מוגשת למשרד המחוזי באזור, לבדיקה והמלצה. בשלב שני, מועברת לאישור הועדה לפיתוח תיירות חקלאית ברשות לתכנון במשרד החקלאות. הרכב הועדה מורכב מנציגי הרשות לתכנון במשרד החקלאות, נציג מנהלת ההשקעות, נציגי משרד התיירות, ונציג המשרד המחוזי.

נכון למאי 2001, בהתאם לדיווח נציגי הרשות לתכנון, עד היום שני מיזמים בלבד נמצאים בשלבים שונים של קבלת המענק.

• **הטבות לעסקים בקו העימות:**

במסגרת תוכנית ממשלתית לחיזוק הישובים בקו העימות בגבול לבנון, יזם משרד התעשייה והמסחר באמצעות מ.ט.י גליל עליון שורת הטבות לעסקים קטנים בכללם מיזמי תיירות חקלאית:

1. ייעוץ עסקי בסיבסוד של 87.5% מהעלות.
2. הנחה של 50% בכל הקורסים של מט"י גליל מערבי, ליזמות וניהול עסקי ושיווקי.
3. סיבסוד של 50% מעלות ההכנה לקבלת תקן ISO 9000.

ב. **מדיניות משרד התיירות ומשרד החקלאות ופיתוח הכפר**

לאור פריחתו של ענף התיירות הכפרית ותהליכי הצמיחה המוגברים של התיירות החקלאית, החלו משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומשרד התיירות, בפיתוח מדיניות ייחודית לנושא התיירות החקלאית ובישומה ע"י פעילות משותפת בין משרדית לקידום ושיפור מעמדה של התיירות הכפרית והחקלאית בישראל.

פעילות משותפת של משרדי התיירות והחקלאות ופיתוח הכפר

צעדי המדיניות שננקטו במסגרת הפעילות הבין משרדית המשותפת :

- הקמת וועדה בין משרדית לתיירות-כפרית-חקלאית, למען פעילות משולבת.

פעילות הוועדה : 1. קביעת הגדרות לפעילות של תיירות חקלאית-כפרית בתחום

הנחלה.

2. על בסיס ההגדרות הללו, יתקיים סיכום עם ממ"י להכרה

בפעילות תיירותית-כפרית בנחלה כחלק מהפעילות של המשק

החקלאי.

3. בדיקה וגיבוש המלצות ליצירת מותגים ייחודיים לתיירות

הכפרית המאפיינים את אופי החקלאות לניצול יתרונות

כלכליים.

- הקמת קרן משותפת לפיתוח תיירות באזור הפריפריה, על-ידי מנכ"לי משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומשרד התיירות. היקף הקרן 4 מליון ש"ח, כאשר כל משרד משתתף במחצית הסכום.

בימים אלו אושרה הקרן על-ידי מנכ"לי המשרדים וכרגע היא נמצאת בשלב קביעת קריטריונים להפעלה.

- הקמת צוות משותף לצורך מעקב וביצוע של ניצול תקציב הקרן המשותפת כולל דוחות ביצוע תקופתיים.

- משרד החקלאות ופיתוח הכפר הקים ועדה לפיתוח תיירות חקלאית שלעת עתה קבלה מנדט לשפוט ולאשר מענקים בקו עימות בגבול לבנון. ביצוע ההשתתפות באמצעות מנהלת ההשקעות של משרד החקלאות.

מדיניות משרד התיירות

- משרד התיירות שותף בתמיכה הניתנת ליזמי התיירות החקלאית באמצעות מערכת ייעוץ, לוויה וחונכות במסגרת חממות התיירות. המשרד מתכוון להרחיב תמיכתו זו,

בשיתוף משרד החקלאות, הן בהיקף התקציבי לחממות והן בהגדרת תפקידן, כך שיכללו גם סיוע לבדיקות אזוריות ומרחביות, מעבר לטיפול ביזמים הפרטיים.

- משרד התיירות שותף במימון עמותות התיירות ברחבי הארץ. העמותות אחראיות לשיווק ופרסום המוצר התיירותי באזור, אך לא של האתר הספציפי.
- משרד התיירות תומך במתן הכשרה מקצועית לתיירנים במרחב הכפרי. הנושא נמצא בטיפול אגף הכשרת כוח אדם והיחידה לפיתוח מיזמים במשרד התיירות. כוונת משרד התיירות להרחיב תמיכתו זו, בשיתוף משרד החקלאות, על מנת להעמיק ולהרחיב את הקורסים וההשתלמויות. חשוב לציין כי בהתאם לסקר אותו ערכנו, מעטים החקלאים הלוקחים חלק בהכשרות אלו.
- משרד התיירות רואה בתיירות הכפרית-חקלאית, חלק מתחום התיירות האקולוגית, המשלבת בין תיירות לסביבה. ומתעתד לכלול אותה בהיערכותו לקראת שנת התיירות האקולוגית הבינלאומית מטעם ארגון התיירות העולמי, שתיערך בשנת 2002.

מדיניות משרד החקלאות

מדיניות הרשות לתכנון ופיתוח החקלאות ההתיישבותית והכפר במשרד החקלאות ופיתוח הכפר לשנים 2001-2005 מבוססת על תוכנית לאומית לפיתוח המרחב הכפרי (כפר 2000). במסגרת זו, ממליצה התוכנית לחזק את הסיוע והתמיכה באזורי הפריפריה ולהרחיבה לנגב ולמגזר הערבי, בשיתוף פעולה עם משרד התיירות, כאשר התקציב המומלץ הינו 20 מליון ש"ח לשנה.

- התוכנית מדגישה כי בפעילות משרד החקלאות ופיתוח הכפר יש להבחין בין תיירות כפרית הכוללת כל פעילות תיירותית בכפר, לתיירות חקלאית, העוסקת בפעילויות חקלאיות שניתן לשלב בהן על-ידי התאמות מסוימות, פעילות תיירותית.
- התוכנית מציעה כי נושא התיירות החקלאית, יטופל באופן ישיר על ידי משרד החקלאות ופיתוח הכפר, בנוסף לפעילות המשולבת שהוא מקיים עם משרד התיירות בתחומים אחרים במגזר הכפרי.

- במסגרת מעורבות ושותפות משרד החקלאות ופיתוח הכפר בפרויקטים שונים בעלי זיקה לתיירות החקלאית והכפרית, ממליצה התוכנית כי, מעורבות המשרד צריכה לכלול גם סיוע תקציבי לפעולות אלו, בהיקף של 4 מליון ש"ח לשנה.
 - הגדלת מספרם של יישוביים כפריים הנכללים בפיתוח של "כפרי תיירות" לשישה יישובים לפחות בשנה. דבר היוצר, סיוע עקיף למיזמי התיירות החקלאית.
 - מתן תקציב ליצירת צירי תיירות ייחודיים (לדוגמה "דרך היין", "דרך השמן", צירי תיירות נושאת וכד'). התקציב מיועד בעיקר לתכנון, הדרכה, שיווק, ייעוץ מקצועי ותשתיות אזוריות.
 - הרחבת פעילות הדרכה (קורסים והשתלמויות), מחקרים, סקרים ותכנון אזורי, בשת"פ עם המועצות האזוריות.
 - התוכנית ממליצה להשקיע בפרסום, שיווק וכן ביסוסן של מערכות מידע אשר יחשפו את התיירות הכפרית ויגבירו את ההזמנות.
 - הגדלת היקף החונכות העיסקית גם לעסקי תיירות חקלאית. הכוללת הכנת תוכניות עסקיות ליזמים וכן ליווי עסקי (כולל חונכות עסקית, בדיקות כדאיות כלכלית). במטרה לפתח אטרקציות תיירותיות סביב המשק החקלאי.
 - התוכנית מדגישה את חשיבות התיירות החקלאית בשמירה על איכות הסביבה, על שטחים פתוחים מעובדים, יצור חקלאי עצמי, וכפועל יוצא על צורת ההתיישבות המושבית - חקלאית.
- לצערנו, ע"פ הסקר שנערך וע"פ שיחות עם חקלאים, לא בא לידי ביטוי בשטח אף סעיף מהסעיפים שפורטו לעיל ולמרות שהתכנית נקראת כפר 2000, היא עדיין לא הגיעה לידי מימוש.

דו"ח ועדת קדמון – "פעילות יצרנית נוספת במשק המשפחתי" (1994)¹⁷

הדו"ח ממליץ על קווי מדיניות בהם יש לנקוט, עקב התפתחות עסקים לא חקלאיים שהוקמו על חלקות א' במושבים; רובם במבני משק קיימים ללא היתר חוקי ומיעוטם על בסיס של התר לשימוש חורג או שינויי ייעוד, במבנים קיימים או חדשים. העסקים בהם עוסק הדו"ח הם מסוגים שונים, למרות זאת אין כל איזכור מפורש המייחד את מיזמי התיירות הכפרית בכלל.

המלצות הדו"ח כוללות:

1. הכרה בחשיבות ובצורך לעודד פיתוח יזמות כלכלית ועסקית חלופית במושבים.
2. פיתוח יזמות כזו, תוך שילוב בתכנון ארצי, אזורי ומקומי, שמירת אופיו הכפרי של המושב, מיזעור מפגעים ומטרדים, ניצול תשתיות קיימות ושמירה מרבית על קרקע חקלאית.
3. המלצה לפעילות ומעורבות תיכנונית וחוקית, מצד המוסדות השונים, שתלווה בהדרכה, מערכת ארגונית וסיוע תקציבי מתאים.
4. הועדה ממליצה לרכז את הפעילות הכלכלית החלופית, באזור מלאכה מרכזי שמוצע להקים בכל מושב ולאפשר פעילות כלכלית לא חקלאית במגבלות מחמירות, בחלקות א'.
5. כמו כן, ממליצה הועדה על יצירת מידרג מרחבי של פעילויות כלכליות שיאפשר התפתחות בהתאם לאופי והיקף העיסוק: בחלקה א', באזור המלאכה במושב ובפארק תעשייה אזורי.

ג. מדיניות המשרד לאיכות הסביבה, האגף לאגרו-אקולוגיה

לא קיימת כל מדיניות או התייחסות לנושא התיירות החקלאית במשרד לאיכות הסביבה. הממצאים הכתובים להלן גובשו בעקבות ראיון שקיימנו עם ראש האגף לאגרו אקולוגיה:

- אגף אגרו-אקולוגיה מתמחה באינטראקציות בין פעילות חקלאית לסביבה. כגון: טיפול בחומרי הדברה ודישון, בפסולת חקלאית וכו'.

¹⁷ פעילות יצרנית נוספת במשק המשפחתי, דו"ח ועדת קדמון, משרד החקלאות 1994.

- ראש האגף אינו רואה קשר ישיר בין אגרו-אקולוגיה לתיירות. עם זאת הוא סבור, כי התיירות יכולה לתרום לאיכות הסביבה מבחינת פיתוח מודעות לערכים סביבתיים בקרב המבקרים באתרי התיירות החקלאית; קרי, הסביבה תצא נשכרת מהידוק הקשר שבין האוכלוסייה לבין משאב הטבע. אך לאו דווקא, אם חקלאי עוסק בתיירות הוא מבין טוב יותר את ערכי הטבע והסביבה.
- כמו כן סבור ראש האגף כי, על מנת שתיירות חקלאית תהיה סביבתית צריך לכוון אותה לכך. לדוגמה: ניתן לדרוש מהחקלאי לתקן מפגעים סביבתיים, במסגרת ההסבה לתיירות.

ד. מדיניות קרן קיימת לישראל

- מדיניות קק"ל מתמקדת בשלושה נושאים עיקריים:
 - קרקעות: גאולת קרקע, רכישתה, הכשרת קרקע, שמירה על קרקעות ושטחים פתוחים, דרכים ותשתיות.
 - מים: שיקום נחלים ובניית מאגרי מים.
 - היער ופיתוחו: פתיחת יערות קק"ל לציבור הרחב תוך בניית תשתיות מתאימות לכך. במסגרת מדיניות זה, מעודדת ותומכת קק"ל בהתיישבויות בודדים דרומית לבאר – שבע ובמרכזי מחקר ופיתוח.
- יש לציין כי, לנושא 'תיירות חקלאית', אין קווי מדיניות ספציפיים. וכל מקרה הקשור לנושא נדון לגופו. עם זאת רואה, קק"ל בתיירות החקלאית, חלק מתחום התיירות האקולוגית, המשלבת בין תיירות לסביבה ומכאן חשיבותה.
- 49% ממועצת מקרקעי ישראל, מורכבת מנציגי קק"ל. על כן שיתוף ומעורבות קק"ל בתיירות החקלאית יכולה להשפיע על החלטות מינהל מקרקעי ישראל בעניין שימושי הקרקע. יחד עם זאת החלטות קק"ל במועצת מקרקעי ישראל, בנושאים הקשורים לפעילות תיירותית – חקלאית, נבחנים ככל מקרה לגופו ואין מדיניות חד משמעית בעניין.

ה. מדיניות מינהל מקרקעי ישראל, האגף החקלאי

- נכון להיום, ההחלטה היחידה של מועצת מקרקעי ישראל הקשורה לתיירות החקלאית הינה **החלטה 755**, מיום 27.2.96. בדומה להחלטות 653, ו- 880 שניתנו על ידי המועצה ומתייחסות לתיירות הכפרית'. (נספח 6)
- **החלטה 755**, עוסקת בתנאים לפיהם תימסר קרקע למטרת שימוש שאינו חקלאי בנחלות, כולל שימוש למטרת קייט כפרי, על פי חוק התכנון והבניה תשכ"ה-1965.

כאשר:

- א. השימוש יותר על פי תוכנית בניין ערים מאושרת, במבנה חדש, עד 300 מ"ר ברוטו.
תנאי זה דורש הליך שינוי ייעודי קרקע.
או
- ב. השימוש יותר כשימוש חורג במבנה משקי קיים, עד 500 מ"ר ברוטו. (לתקופה של 3-5 שנים).

- שני התנאים הללו, כרוכים בתשלום דמי היוון גבוהים, ובהליך בירוקרטי ארוך שנים, מסורבל ורצוף מכשולים, ללא כל סיוע ממסדי.
- כנגד יזמי התיירות החקלאית אשר לא נוקטים באחת משתי הדרכים הללו (הכרוכות בהליכים בירוקרטיים ותשלום כספי רב), מוגשות תביעות לסילוק יד או מוטלים קנסות כבדים.

דוגמה לבעייתיות של נושא ייעודי הקרקע, באה לידי ביטוי במספר תחומים הקשורים לחקלאות ולתיירות בעיקר בתחום הגדרות שונות של המשרדים השונים (תיירות/חקלאות מול מינהל מקרקעי ישראל): משרד החקלאות מגדיר יקב כחקלאי ולא תעשייתי, אם הוא מייצר עד 100 אלף בקבוקים בשנה. ממ"י לעומת זאת, רוצה להתייחס ליקב כתעשייה, ברגע שהוא מייצר יותר מ-50,000 בקבוקים בשנה. נושא הצימרים והגדרותיו אף הוא בוויכוח בין משרד התיירות וממ"י.

פוטנציאל הענף

לשני מרכיבים עיקריים השפעה על פוטנציאל ענף התיירות החקלאית בישראל: פוטנציאל הביקוש ופוטנציאל ההיצע.

פוטנציאל ההיצע

פוטנציאל ההיצע מורכב בעצם, מכל משקי החקלאות בישראל. בכללם הקיבוצים, המושבים, משקים חקלאיים בכפרים ומושבות, חוות הבודדים, חוות מינזורים, משקים ייחודיים במיתחמים עירוניים ותעשייתיים, מרכזי המחקר והפיתוח וכיו"ב.

במסגרת העבודה הנוכחית, ניסקרו 50 חקלאים בכל אזורי הארץ, המייצגים ענפים שונים בעלי פוטנציאל יזמותי לפיתוח תיירות חקלאית. עם כ-35% מחקלאים אלו נערכו ראיונות, אם פנים אל פנים במסגרת ביקורי איבחון ואם בטלפון. אליהם נתייחס בפרק זה כמדגם.

• **בין 50 החקלאים בעלי פוטנציאל (אך אינם עוסקים כיום בתיירות חקלאית), ניתן לזהות 3 קבוצות עיקריות:**

1. משקים או מפעלי עיבוד תוצרת חקלאית המשתתפים או מקיימים פעם בשנה פסטיבל בנושא חקלאי. באלה ניכללים חקלאים מהמגזר הערבי, אשר רובם המכריע מפעילי בית בד ובעלי מטעי זיתים הפתוחים לקהל רק במסגרת פסטיבל הזית שמפיקה עמותת תיירות גליל מערבי.
2. חקלאים המעוניינים בפיתוח תיירותי במשקיהם, אך לא עשו כל צעד לקראת הפיתוח.
3. חקלאים הנמצאים בשלבי תכנון שונים של הסבת משקיהם לתיירות.

מאפיינים ומגמות בקרב משתתפי המידגם:

- מרבית החקלאים עוסקים בחקלאות מעל 15 שנה.
- לא ניתן לזהות ענף חקלאי אחד בו קיים הרצון השכיח ביותר לפיתוח תיירות. תחום העיסוק במשקים מגוון (גידול ברווזים, תבלינים, דגים, משתלות, מטע רימונים, פטריות ועוד).

- לחלק מהחקלאים נגיעה לתיירות בתחום האיכסון-בעלי צימרים.
- הגורמים והחסמים שהוזכרו על-ידי החקלאים כמגבילי פיתוח תיירות במשקיהם:
 1. חוסר בכוח אדם ובזמן פנוי לעיסוק בתיירות.
 2. חוסר באמצעים כספיים להשקעה במיזם תיירותי.
 3. אישיות לא מתאימה לעבודה עם קהל.
 4. חשש מפגיעה של מבקרים בגידולים אורגניים או גידולים שגדלים בתנאים סטריליים.
 5. בקיבוצים בולטת הבעיה של חוסר שיתוף פעולה מצד חברי המשק ורכזי הענפים.
 6. פיתוח תיירות לא כדאי כלכלית ביחס לגודל ההשקעה הנדרשת.
- רוב החקלאים שהשתתפו במידגם מודעים לאפשרויות המוגבלות מאד של הסיוע הציבורי לפיתוח תיירות. רובם הגישו בקשה למט"י או מתכוונים להגיש בקשה כזו בעתיד.

לסיכום פוטנציאל ההיצע: אין טעם לחשב כמותית את פוטנציאל ההיצע שהוא עצום בהיקפו ובגיוונו, אבל, למרות המגבלות ביכולות ההשקעה, הטיפעול והניהול של רוב החקלאים, ברור שהגורם החוסם הוא פוטנציאל הביקוש בקרב אוכלוסיות השירות המחוללות את הביקושים למוצרי ענף התיירות בכלל ואתרי התיירות החקלאית בפרט. אם הביקושים היו מעודדים יותר מכפי שהם, הרבה יותר חקלאים היו ניכנסים לענף התיירות החקלאית.

הערכת פוטנציאל הביקוש:

פוטנציאל הביקוש הוערך, בהשוואה לביקוש נוכחי של כ-1.5 מליון מבקרים בשנה בפועל. על מנת לחשב את פוטנציאל הביקוש של אתרי התיירות החקלאית בישראל, נעזרנו במספר הנחות בסיס לגבי תיירות פנים ולגבי תיירות נכנסת:

- תיירות פנים:**
- א. אוכלוסיית ישראל מונה כיום כ-6.5 מיליון איש.
 - ב. מתוך כלל האוכלוסייה כ-80% יוצאים לנופש בארץ, לפחות 6 פעמים בשנה (כולל יציאה חד יומית, סופ"ש).
 - ג. לפי הרגלי הנופש של האוכלוסייה, אתרי תיירות חקלאית ישתלבו ביציאות לנופש בין פעם לפעמיים בשנה, ובממוצע 1.5.

לפי הנתונים הנ"ל, פוטנציאל הביקוש של תיירות הפנים באתרי תיירות חקלאית, הוא :
סדר גודל של 8 מיליון ביקורים בשנה.

כאשר תגיע אוכלוסיית ישראל ל-8 מיליון, ומקדמי היציאה לנופש והמשיכה לאתרי תיירות חקלאית יתפתחו ביחס דומה, פוטנציאל הביקוש לתיירות חקלאית יהיה בסדר גודל של 12 מיליון מבקרים בשנה.

כאשר תגיע אוכלוסיית ישראל ל-10 מיליון, ומקדמי היציאה לנופש והמשיכה לאתרי תיירות חקלאית יתפתחו ביחס דומה, פוטנציאל הביקוש לתיירות חקלאית יהיה בסדר גודל של 18 מיליון מבקרים בשנה.

תיירות נכנסת: א. היקף התיירות הנכנסת כיום הינו סדר גודל של 1.5 מיליון בשנה.
ב. לפי ממוצע שהות של 7 ימים, סביר לשלב ביקור אחד עד שניים באתרי תיירות חקלאית, לגבי כ-75% מהתיירים.

פוטנציאל הביקוש של התיירות הנכנסת לאתרי תיירות חקלאית: קצת יותר מ-2 מיליון ביקורים בשנה.

כאשר היקף התיירות הנכנסת יגיע ל-3 מיליון תיירים בשנה, לפי אותם מקדמי ביקוש, הפוטנציאל יהיה קצת יותר מ-3 מיליון ביקורים בשנה.

כאשר היקף התיירות הנכנסת יגיע ל-4 מיליון, לפי אותם מקדמי ביקוש, הפוטנציאל יהיה כ-4.5 מיליון ביקורים בשנה.

הערכת סה"כ פוטנציאל הביקוש לאתרי תיירות חקלאית:

פוטנציאל הביקוש הנוכחי: כ-10 מיליון מבקרים בשנה.

כאשר אוכלוסיית ישראל תגיע ל-8 מיליון והיקף התיירות הנכנסת ל-3 מיליון: כ-15 מיליון מבקרים בשנה.

כאשר אוכלוסיית ישראל תגיע ל-10 מיליון והיקף התיירות הנכנסת ל-4 מיליון: כ-22.5 מיליון מבקרים בשנה.

מגמות ותחזיות

בהתאם להערכות הסקר שנעשה בעבודה זו, נכון לשנת 2000 היו כ-1.5 מיליון ביקורים באתרי התיירות החקלאית. לפי מגמה זו התחזית לעתיד היא, שכאשר אוכלוסיית ישראל תהיה 8 מיליון, יגדל גם הביקוש לתיירות החקלאית ב-30% כקצב גידול האוכלוסייה. בנוסף לכך יש להוסיף מגמות של התחזקות הביקוש בקרב האוכלוסייה לנופש בכלל ולתיירות כפרית וחקלאית בפרט (בעקבות העלייה בחשיבות ערכי הטבע הסביבה והכפר, הגידול בזמן הפנוי, העלייה ברמת ההכנסה ועוד).

בהערכותינו התחשבנו גם במצב אי הוודאות, השורר כיום בארץ, הנובע מהמצב הביטחוני הרעוע ובעיות כלכליות במשק, ובמיוחד בחקלאות ומשק המים. במצב הנוכחי, תיירות הפנים בירידה (שלא לדבר על התיירות הניכנסת), והמצב שנוצר הוא שחקלאים חוששים להשקיע במיזמי תיירות חדשים או לשדרג הקיימים.

התחזית היא שבמגמות הנוכחיות, ללא שינוי משמעותי במדיניות הגיבוי והסיוע של המימסד, הביקושים לתיירות החקלאית בשנים הקרובות יגדלו בין 10% ל-20% ויגיעו בטווח של כחומש לקצת יותר משני מיליון מבקרים בשנה (בהשוואה לכ-1.5 מיליון כיום).

במידה ויאומצו המלצות המחקר המוצגות בהמשך, אשר משמעותן עליית מדרגה גבוהה במדיניות וקצב הסיוע הסטטוטורי, התכנוני, הכספי, התיפעולי והשיווקי מהמימסד לזם, התחזית תשתנה בהתאם, ועשויה להגיע לתוספת בסדר גודל של 50% ויותר לביקושים בתיירות החקלאית, עד סדר גודל של **3 מיליון ביקורים בשנה** (אפילו במצב הגיאו-פוליטי, הכלכלי והחקלאי הנתון). זה יתבטא בתוספת אתרים, הרחבת ושידרוג אתרים קיימים, ולכולם - ממוצע גבוה יותר של מספר מבקרים בשנה ופידיון ממבקר.

מסקנות

לאור כל הממצאים והנתונים שנאספו ומוצגים לעיל, להלן מסקנותינו:

א. הרוב המכריע של מיזמי התיירות החקלאית, יושבים על קרקע חקלאית (או מבני משק בקיבוצים) ולא נעשים צעדים לשינוי יעוד. דבר זה מהווה בלם להתפתחות העסק התיירותי מפחד לקנסות וצווי סילוק. אלו המעוניינים לשמור חוק ומתחילים בתהליך של שינוי יעוד, נתקלים בהרבה מאוד מכשולים ובעיות ולא הגיעו לכלל מיצוי התהליך.

ב. על פי הערכה גסה, הביקוש הנוכחי באתרי התיירות החקלאית (1,500,000 ביקורים בשנה) מהווה בסה"כ כ-3% מסך הביקורים של תיירות הפנים – 45,000,000 ביקורים בשנה (כ-30,000,000 ימי ביקור בשנה X 1.5 אתרים בהם מבקרים התיירים). עם זאת, חשוב לציין כי אתרי התיירות החקלאית מהווים כ-20% בלבד מסך אתרי הבילוי והאטרקציות בהם מבקרים.

ג. ככל שהאתר משקיע יותר בתשתית לתיירות כך גדל המחזור השנתי והרווח של האתר. מהסקר עולה כי אתרים אשר להם תשתית תיירותית מפותחת מרוויחים יותר ממסקנה זו ניתן להצביע כי עזרה של המוסדות והגופים הממשלתיים בתשתיות, יכולה לתרום רבות לריווחיות האתר.

ד. לאור העובדה שחלק גדול מאתרי התיירות החקלאית לא מאוד אטרקטיביים מבחינה חזותית, שיווקית, העובדה כי אין צורך בדמי כניסה, תורמת רבות להכנסת האתר למסלול הסיור (בנוסף לעוד 2-3 אתרים בתשלום).

ה. נכון להיום, מדיניות הממסד הנוגעת לנושא התיירות החקלאית, מעטה מאוד וברוב המקרים נגיעתה אינה ניכרת כלל בשטח. מנגנוני הסיוע שפותחו על ידי הגופים הממסדיים, במטרה לתמוך ביזמי התיירות חקלאית, מעטים מאוד ולרוב כרוכים בתהליכים מסורבלים וממושכים.

ו. רוב אתרי התיירות אותם סקרנו, לא הוסיפו כוח אדם לצורכי התיירות (אלא רק בימי שיא) והכניסה לתיירות מהווה עיסוק נוסף לבעלי המשק.

ז. עצם העובדה שהרוב המכריע של החקלאים לא מודע לעובדה שהביטוחים הקיימים בידם (ביטוח צד ג'), אינם מספיקים לתיירות, ויותר מזה, העובדה כי אנשי המפתח איתם דיברנו לא מודעים בצורך בביטוח מיוחד, יכולה לגרום לבעיות ולתביעות, במצב בו יש לממש את הביטוח.

ח. הביקורים באתרי התיירות החקלאית, משתלבים בביקור בעוד אתר אחד מרכזי או שניים ולא יכולים להוות אתר ביקור בפני עצמו. זאת לאור העובדה שמשך הביקור באתרי התיירות החקלאית עומד על כשעתיים בלבד. יוצאים מן הכלל אתרי התיירות החקלאית, הנמצאים בקירבה גדולה למטרופולין ומהווים אתר יעד יחיד לבילוי של כשעתיים.

ט. התיירות החקלאית מהווה חלק ממגוון האטרקציות המוצעות לאורחי הלינה הכפרית ובמידה רבה נישענת על האירוח הכפרי, במיוחד בצפון הארץ.

י. למרות הקשיים הכלכליים ברוב הקיבוצים וההזדמנויות הטובות לפיתוח חקלאות תיירותית בהם, אחוז גדול של מיזמי תיירות חקלאית קיים דווקא במושבים (כ-47% במושבים לעומת כ-30% בקיבוצים). בהקשר לכך מעניין לציין כי, חלק גדול ממיזמי התיירות החקלאית בקיבוצים, כוללים סיור רב ענפי במשק, ללא היערכות תשתית מיוחדת לתיירות. הדבר מצביע על כך שגם בימינו, כלכלת הפרט והמשפחה מעסיקה יותר את החקלאי הבודד במושב, מאשר את חברי הקיבוץ. ושנית, מראיונות שנערכו עם יזמים בקיבוצים, ניתן לומר כי במקרים רבים נתקלים יזמי התיירות החקלאית בהתנגדות חברי המשק לתיירות.

יא. אחת הבעיות העיקריות העולות מן הסקר היא העובדה כי מרכיב משמעותי ויקר בהוצאות התפעוליות מוקדש לשיווק ופירסום האתר, זאת על מנת להגיע לקהל יעד רב ומגוון. בגלל שסעיף זה יקר כל כך, מעדיף החקלאי לבצע את עבודת השיווק באמצעים עצמאיים/מקומיים (אינטרנט במקרה הטוב) ובכך הוא מגיע לאוכלוסייה מצומצמת בלבד (כ-37% מהיזמים ציינו כי הם משווקים עצמם באופן עצמאי בדרכים שונות).

יב. מתוך הנתונים שנאספו, ולאור העובדה כי רוב מפעילי התיירות החקלאית נמצאים בגילאים שבין 40 ל-50, ניתן להסיק מספר מסקנות:

- יא.1. הדור הצעיר במושבים לא מעוניין להיכנס לנושא התיירות.
- יא.2. הכניסה לתיירות יש בה לעיתים צורך בשינוי כיוון ופתיחת פרק ב' בחיים.
- יא.3. הכניסה לתיירות באה מתוך מחשבה על דור העתיד ועל פתיחת אפשרויות תעסוקה נוספים במשק.

יג. החקלאות היא עדיין הענף העיקרי במשק, שמצריך כוח אדם רב, ולכן מספר העובדים בו גבוה ממספר המועסקים בתיירות. לפי הערכה, באתרי התיירות החקלאית, מספר המועסקים בחקלאות (שכירים ובעלי המשק) גדול ב כ-50% ממספר המועסקים בתיירות.

יד. יקבים ומחלבות – המהווים ענף חקלאי/יצרני/תעשייתי ולעיתים קרובות עוברים מקטגוריית החקלאות לקטגוריית התעשייה הינם האתרים הכלכליים יותר, מכיוון שהם עוסקים בעיקר במכירה (חשוב לציין כי רוב המחלבות איתם נפגשו סירבו לתת לנו נתונים על הפידיון, ומסקנה זו מבוססת על הערכות בלבד).

טו. האתר האופטימלי של תיירות חקלאית צריך לכלול:

- ◆ גישה וחניה מוסדרות מבחינה בטיחותית וחזותית.
- ◆ מראה מסביר פנים ותנאי נוחות מרווחים לקליטת מבקרים.
- ◆ מבנה שירותים ברמה תיירותית גבוהה.
- ◆ תצוגה מרעננת ודינמית של הענף החקלאי הרלוונטי בתחומי הגידול עצמו ו/או במיתחם שייוחד להסברה והדרכה למבקרים.
- ◆ צוות מיומן בהדרכת והפעלת קהלי יעד שונים.
- ◆ מתקן אטרקטיבי לתצוגת ומכירת מוצרי משק וכפר.
- ◆ כניסה ללא תשלום או לחילופין גביית דמי כניסה מינימליים כאשר רוב הפדיון מבוסס על מכירת מוצרי מקום.
- ◆ העסקת ילדים בפעילות מגוונת כך שיתאפשר להוריהם קניה ללא הפרעה.

ניתן לסכם ולומר כי לנף התיירות החקלאית אינו ממצה את פוטנציאל הביקוש והתרומה הכלכלית. הסיבות לכך:

1. חוסר סיוע ממקורות ציבוריים.

2. מחסור בהון השקעות בקרב רוב היזמים ה'נידחקים' לענף מתוך עמדה של חולשת הענף החקלאי עליו התבססו.
3. היעדר מדיניות גיבוי מכוונת ומגובשת של המשרדים הממשלתיים הנוגעים לתחום.
4. חוסר מקצוענות, מיומנות ומודעות תיירותית בקרב חקלאים שהפכו ליזמים בתיירות.
5. ליקויים וחולשות במערכת הייעוץ המקצועי והקורסים שהחקלאים-יזמים מקבלים אי-שימוש באנשי מקצוע בתחומי התכנון הפיזי, העיצובי והתכני-הדרכתני.
6. בעיות של מיטרדי נגישות, חניה, רעש ונזקים, לשכנים שאינם עוסקים בתיירות.
7. בעיות שיווקיות וחוסר יכולת להתמודד עימן ברמת האתר הבודד.
8. בעיות סטטוטוריות - אי חוקיות של חלק מהפעילויות בתחום ייעוד קרקע וזכויות שימוש.
9. בעיות של כיסוי ביטוחי, ארנונה, רישוי עסקים, אישורים בטיחותיים, כיבוי אש וכו'.
10. בעיות של איכות סביבה ותברואה, בעיקר בתפר בין הענף החקלאי היצרני לבין האתר התיירותי, בהיבטים של תברואת בעלי חיים ומבקרים, אך גם בנושאי ביוב, ניקוז, פסולת, זבובים, יתושים וכו'.

סיכום והמלצות

מסקטור מוביל בכלכלת ישראל בשנות החמישים, שיצר כ-20% מהתפוקה הלאומית הגולמית וסיפק שיעור דומה של תעסוקה, הפכה החקלאות לסקטור זעיר יחסית בכלכלה הלאומית, שחלקו בתל"ג ירד ל-2% ובשיעור מועסקים של כ-3%, בסוף שנות ה-90.

הרצון להמשיך ולשמור על מגזר כפרי בר קימא, נובעת מתרומתו הסגולית לשמירת הקרקע, ישוב אזורי גבול וספר, תרומתו לשמירה על שטחים פתוחים, על מקורות טבע ונוף ייחודיים, תרומה לתיירות, הצורך בביטחון מסוים באספקת מזון בעתות חירום והשאיפה לשמור על תרבות כפרית כחלק בלתי נפרד ממסורת ותרבות הלאום.

מדיניות משולבת של פיתוח חקלאי, פיתוח כפרי, פיתוח אזורי הפריפריה ותעסוקה יזמית ומגוונת, בינה גם תיירות ושמירה על משאבי הטבע ואיכות הסביבה הם תנאי חשוב לעיצוב דמותו של הכפר ומדינת ישראל בכלל.

עבודה זו, אשר עוסקת בפן אחד מתוך מכלול הנושאים אשר יש להשקיע מחשבה בהם, במסגרת פיתוח הכפר, מנסה לגבש דרכים ושיטות לפיתוח התיירות החקלאית ולהלן המלצותיה:

1. מומלץ לקיים פורום של תיירנים חקלאים ברמה ארצית, אחת לשנה, עם צוות הכנה לקראת ומעקב אחרי, בהשתתפות נציגי משרד החקלאות, משרד התיירות, המשרד לאיכות הסביבה, מועצות הייצור בענפי החקלאות השונים, קרן קיימת לישראל, הסוכנות היהודית לא"י, קרנות סיוע, החברה הממשלתית לתיירות, מינהל מקרקעי ישראל, נציג עמותות תיירות ומט"ים/מס"קים, נציג מועצות אזוריות ונציג יועצי/מתכנני תיירות.

2. מומלץ לערוך סקר מקיף של צרכנים בפועל וצרכנים פוטנציאליים של התיירות החקלאית בישראל (תיירות פנים), בקרב מידגם מבקרים תוך כדי הביקור באתרים וגם בקרב כלל האוכלוסייה. המטרות העיקריות הן לזהות את הרגלי הביקורים של פלחי השוק השונים וקבוצות הגיל השונות בתוך כל פלח שוק, העדפותיהם, רמת שביעות רצונם הערותיהם ביחס לקיים, משאלותיהם ביחס לפיתוח עתידי, יכולתם ונכונותם, - כבסיס לתכנון ברמה הארצית, האיזורית והמקומית/נקודתית, וכמידע-עזר להגדרת סטנדרטים לענף.

3. מומלץ להגדיר ולגבש **סט סטנדרטים מודולרי לאתרי התיירות החקלאית לסוגיהם**, כהמלצה (לא לאכיפה מחייבת), וכבסיס התייחסות במסלולי סיוע שונים (ראה להלן). הסטנדרטים יעסקו בפאראמטרים פיזיים, תברואתיים, בטיחותיים, סטטוטוריים, תכניים, הדרכתיים (מקצועיים), שילוטיים, איכות סביבתיים, עיצוביים, תיפעוליים ועוד. הסטנדרטים יוצגו באופן פשוט וברור בליווי תרשימים, תשריטים, צילומים ואמצעים גרפיים שונים להמחשתם, ויופצו לכל מפעיל, מתעניין ויזם.

4. מומלץ לפתח וליישם **מערכת אמות מיבחן לדירוג אתרי התיירות החקלאית**, כפי שמקובל בארצות רבות בתחומים שונים של שירותי תיירות, לרבות אירוח כפרי; מערכת אמות המיבחן איננה זהה לסט הסטנדרטים המודולרי המוצע בסעיף 3 הנ"ל, אבל כמובן שאמות המיבחן לדירוג מתייחסות גם לסטנדרטים הנ"ל. החשיבות של מערכת כזו היא יותר בהתייחסות של היזמים והמפעילים מאשר של ציבור המבקרים, כיוון שבאמצעותה נוצרת תחרות בונה ומשפרת. יש ארצות באירופה אשר בהן נהוגה אפילו שיטה של דירוג עצמי באמצעות טפסים מיוחדים; לאחר מילוי על ידי בעל האתר, הטפסים נישלחים לאירגון מתאים הבודק ומאשר אותם, ללא מערכת מורכבת, יקרה ומסורבלת של בדיקה, פיקוח ואכיפה. זה מבוסס יותר על אימון, רמת מוסר ומשמעת עצמית, והבונוס למפעילי האתרים הוא פירסום הדירוג בתקשורת התיירותית. במידה ומפעיל נמצא 'מסבן' או מזניח, הוא מוצא מהדירוג. ציון הדירוג מופיע גם על גבי השילוט המכוון לאתר וכמובן באתר עצמו, עם טפסי משוב בהם יכולים המבקרים להעביר הערותיהם.

5. ברמת האתר הבודד, כדי לחזק, **לבסס ולהעניק חיוניות לאורך זמן**, אתר תיירות חקלאית אופטימלי, צריך לכלול את המרכיבים הבאים:

5.1 גישה וחניה מוסדרות מבחינה בטיחותית וחזותית.

5.2 מראה מסביר פנים ותנאי נוחות מרווחים לקליטת מבקרים.

5.3 מבנה שירותים ברמה תיירותית גבוהה.

5.4 תצוגה מרעננת ודינמית של הענף החקלאי הרלוונטי בתחומי הגידול עצמו ו/או במיתחם שייוחד להסברה והדרכה למבקרים.

- 5.5 צוות מיומן בהדרכת והפעלת קהלי יעד שונים.
- 5.6 מתקן אטרקטיבי לתצוגת ומכירת מוצרי משק וכפר.
- 5.7 כניסה ללא תשלום או לחילופין גביית דמי כניסה מינימליים כאשר רוב הפדיון מבוסס על מכירת מוצרי מקום.
- 5.8 העסקת ילדים בפעילות מגוונת כך שיתאפשר להוריהם קניה ללא הפרעה.
6. מומלץ להטמיע בקרב בעלי האתרים בתיירות החקלאית, הצורך והיתרון בחידוש פני האתר כל 4-6 שנים, על פי פרוגרמה ותכנית מקצועית, עיצובית, תכנית, תיפעולית, שיווקית וכלכלית, כדי לשמור על כוח המשיכה, במיוחד לביקורים חוזרים של משפחות, ולביקורים חוזרים של מורים ומדריכים שאמנם מביאים קבוצות שטרם היו באתר אך הם עצמם (המורים/המדריכים) כבר היו מספר פעמים ונוטים לפנות לאתרים חדשים. מוצע להכין לנושא זה מדריך המציג תהליך לדוגמא של חידוש פנים לאתר, רעיונות ושיטות חדשניים ועדכניים לשידרוג מוצר ושירות תיירותי, בהתייחסות מיוחדת לבעיות, אתגרים, פוטנציאלים והזדמנויות במיגזר התיירות החקלאית.
7. מומלץ למשרדים הנוגעים, בשיתוף עם עמותות התיירות, מועצות הייצור, הסוכנות והמט"ים/מס"קים/יחפ"כים, ליזום העברת קורסי הכשרה/השתלמות פעם בשנה, למפעילים ומדריכים באתרי תיירות חקלאית. הנושאים העיקריים: ניהול, כוח אדם, שיווק, מכירות (הזמנות), מגעים עם מקבלי החלטות, נוהל שיחות טלפון, סגנון התכתבות, שימוש ב-e-mail, שידרוג האתר והשירות, קבלת קהל, עידכון וריענון מיצגים, הדרכה, הופעה מול קהל, הפעלות, הדגמות, התנסות מבקרים, תרחישי ביקור, קיבולת וזרימת מבקרים, שת"פ עם אתרים אחרים, תצוגת פריטי מכירה על מדפים, הפקת דפדפות, עריכת משוב מבקרים והפקת לקחים ועוד. כל התחומים האלה לקויים מאוד בהרבה אם לא ברוב אתרי התיירות החקלאית. הקורסים צריכים להיות מסונכרנים למאפיינים המיוחדים של אתרים אלה במימשק התפר שבין התיירות לחקלאות, ולהיות מותאמים לתפקידם הכפול של המפעילים ומגבלות יכולותיהם, צורכיהם, סבלנותם, חולשותיהם וכו'.
8. מומלץ לערוך תכנית אב-רעיונית-כלכלית ארצית לענף התיירות החקלאית, לרבות טיפול פרטני באיזורים האקלימיים וההתיישבותיים השונים. המטרה העיקרית של

התכנית, ליצור מסגרת בונה לשידרוג האתרים הקיימים ולפיתוח אתרים נוספים

בעלי סיכויי הצלחה הגבוהים ביותר מבחינת סוגים, תכנים, מאפיינים, מיקומים (איזורים) והיקפים/קיבולות.

9. מומלץ למנות צוות מיוחד של משרד החקלאות והתיירות במטרה להכין נייר עמדה

בנושא זכויות הקרקע והיבטים סטטוטוריים של התיירות החקלאית, ולקיים סידרת דיונים עם מינהל מקרקעי ישראל כדי לגבש מדיניות חדשה מול המציאות והמגמות של התיירות החקלאית, בגישה אוהדת ומעודדת ליזמות בתחום הזה. התוצר העיקרי של המדיניות החדשה צריך להיות הגדרה גמישה ומורחבת של זכויות השימוש בקרקע חקלאית על בסיס שילוב של חקלאות ומבני משק עם תיירות חקלאית וכפרית, אשר לא יחולו באופן גורף על כל שטח חקלאי אלא על איזורים מסויימים חופפים או צמודי דופן למגורי חקלאים ולמבני משק ומתקנים קיימים אחרים, ללא צורך בשינוי ייעוד אלא שינוי תקנוני וחוזי בלבד.

10. יש צורך בבחינה מחודשת של נוהל ותחשיב דמי ההיוון של המינהל ביחס לשימוש המשולב של חקלאות ותיירות חקלאית, כדי לעודד יזמות בתחום זה, שיש לו חשיבות לאומית הן בשמירה על משאבי החקלאות ומודעות הציבור לחשיבותם, והן בניתוב חיובי של ענפי החקלאות לאינטנסיפיקציה, קומפקטיזציה, חיסכון במים והתייעלות כלכלית.

11. מומלץ ליצור קרן מיוחדת, ממקורות שונים, לסיוע מענקי ליזמים בתיירות חקלאית (לא קרנות הלוואות שכבר קיימות ואינן מיטיבות עם היזם באופן משמעותי, ומתישות אותו עוד לפני שהתחיל), לפיתוח ולשידרוג אתרי תיירות חקלאית, בכפוף לפרוגרמות ובדיקות התכנות מאושרות, תכניות פיתוח מאושרות, וליווי מקצועי מנחה בחסות מט"ים/מס"קים. הנהלת הקרן תכלול את גופים הנוגעים שנימנו בסעיף 1 לעיל, ולפי מפתח של אמות מיבחן, תחליט על זכאות, היקף הסיוע, תנאי הסיוע ודרכי מעקב על הביצוע. לפי ממצאי הסקר, הסכומים שיהיו משמעותיים לקידום הענף נעים בסדרי גודל של 100-500,000 ש"ח לאתר, ואמורים להוות 25-30% מהשקעה הכוללת (הון עצמי של 75%-70%).

12. בסיוע מכל סוג ליזמי תיירות חקלאית, מומלץ להפעיל מקדם הגברה (מכפיל) באותם מקומות בהם נוצר שיתוף פעולה מובנה ובר-קיימא (ואם אפשר גם 'צמוד דופן' כדי שיענה על שיא הציפיות של מקבלי החלטות מימסדיים בהתאם לז'ארגון האופנתי בימינו), בין אתרים משלימים שכנים באותו יישוב. קיימות מספר דוגמאות

של שת"פ כזה, כמו מגבנה וקטיף עצמי במושב בן עמי בגליל המערבי. במקרים כאלה, שאותם צריך לפעמים לגרות וליזום למעלה ולא רק לחכות שיקרו מאליהם, הסיוע המקצועי, הכספי והשיווקי צריך להינתן במשותף (לא בניפרד לכל אחד מהאתרים), ולהיות מותנה בהסדר מעוגן ביניהם לגבי כל ההיבטים הסינרגיים האפשריים והמעשיים!

13. מומלץ לערוך יריד חקלאי שנתי אשר יהיה בעל נופך/ציביון יותר עממי ופנים-תיירותי מאשר מקצועי-בינלאומי (אגריטד), מהסוג המקובל במערב אירופה ומהווה יותר 'fair' מאשר 'exhibition'. המטרה העיקרית לקרב את הציבור לענף החקלאות ולחקלאים, בהזדהות, סקרנות, מודעות, כייף ותיאבון, ולאפשר לחקלאים ומשפחותיהם מכל הארץ לבלות בנעימים, ליצור ולחדש קשרים, לבנות מועדון לקוחות מאורחי היריד, תוך כדי חשיפת הענפים שלהם והיחשפות לחידושים טכנולוגיים. ביריד כזה שהוא בעצם פסטיבל חקלאי, התיירות החקלאית תתפוס מקום חשוב אם לא מרכזי, כך שהאירוע ישמש כמנוף מיצובי-שיווקי לאתרי התיירות החקלאית ברחבי הארץ. מיקום היריד יכול להיות נודד משנה לשנה, ויש לבחון יתרונות מיקום באיזורים פריפריאליים (ערבה, נגב מערבי, רמת נגב, כיכר סדום, עדולם-לכיש, שפלת יהודה, בקעת בית שאן, גליל תחתון, גולן, מרום הגליל, גליל מערבי, אצבע הגליל, חוף כרמל), או דווקא בצמידות למטרופולינים (לדוגמא - מקווה ישראל, געש, יקום, יפעת, יגור, אלונים), אבל בבחירת מיקום מרוחק ממרכז הארץ דרוש נפח איכסון גדול בזמינות ונגישות מיידית.

14. למרות הערך השיווקי של מותגים כמו 'דרך היין' (יש כבר יותר מדי 'דרכים' כאלה בארץ), 'דרך השמן', 'דרך הכותנה', 'דרך החלב', 'דרך הדבש' מומלץ לא להגביל מאמצי פיתוח למסלולים בלעדיים של תיירות חקלאית חד-נושאת או חד-ענפית, אלא ליצור ולהשתלב במסלולים וחבילות רב-נושאים כיוון שהמטייל והתייר לא נמשכים לביקורים סידרתיים באתרים מאותו סוג החוזרים על עצמם, אלא דווקא מעדיפים סל/מסלול מגוון של אתרים מסוגים שונים ומנוגדים.

15. מומלץ לא ליצור התארגנויות ספציפיות לתיירות החקלאית, על בסיס איזורי/מרחבי, לא בייזום והקמה, לא בתיפעול ולא בשיווק, אלא להשתלב בתחומים אלה במסגרת העמותות וההתארגנויות הכלל-תיירותיות. במקום להקצות מיכסות נדיבות של שעות ייעוץ לעמותות תיירות לגבי "המערך האירגוני של תיירות חקלאית" וכיו"ב, עדיף לתרום מיכסות שעות צנועות (5-10 שעות לאתר) של ייעוץ איכותי לאתרים עצמם אשר ברובם קיימת החמצה גדולה בכל תחומי התכנון, העיצוב, התכנים, התיפעול והתחזוקה, השילוט, הפירסום ושת"פ עם אתרים

משלימים ביישוב או במרחב, לרוב בגלל חוסר הבנה או חוסר מודעות של
היזמים/מפעילים (וכנראה גם של יועצים/מתכננים).

16. מומלץ לתמוך כספית ואירגונית (משרד התיירות ומשרד החקלאות) בסיורי תיירנים
חקלאיים באתרים רלוונטיים בארץ ובעולם, לפחות פעם בשנה, להכרת דגמים
מצויינים וגם גרועים, בהנחיית מומחים אשר ינתחו בכל אתר את היבטי ההצלחה
והמגבלות/חסרים, כדי שגם המפעילים המארחים וגם התיירנים המסיירים יוכלו
להפיק לקחים והישגים משופרים באתריהם. ניסיון ראשון וחלוצי בכיוון הזה, לכל
סוגי האירוח הכפרי (לא רק לתיירות חקלאית), נערך לאחרונה בהצלחה רבה במט"י
ועמותת גליל מערבי (הנרי ביטון, חיים ברום, סיגל בן-עוז) בהשתתפות של כ-80
תיירנים.

17. מבחינת היבטים של איכות הסביבה, כל ההמלצות הנ"ל תשפרנה את תרומת אתרי
התיירות החקלאית לצימצום מיפגעים ושיפורים מהותיים וחזותיים בכל הנוגע
לאיכות הסביבה. כבר היום מורגשת תרומה מובהקת של הענף לאיכות הסביבה,
כמעט ללא תופעות לוואי שליליות. המחקר לא מצא ליקויי או מפגעי איכות סביבה
חמורים, שכיחים או רחבי היקף בתיירות החקלאית המבקשים טיפול מיוחד וניפרד.
יישום כלל ההמלצות, בנוסף למגמות הקיימות, יבסס את התייחסות שפיתוח התיירות
החקלאית משפר את איכות הסביבה במיגזר הכפרי ובשטחים הפתוחים הסמוכים.
די אם המשרד לאיכות הסביבה יתמיד במעורבותו הברוכה בשיפורים סביבתיים
במיגזר הכפרי והחקלאי מבלי צורך להינעל במיוחד על התיירות החקלאית.

18. מומלץ לעצב פיקטוגרמה לתיירות חקלאית (לצורכי שילוט בצידי דרכים וצמתים
ופירסומים מודפסים ומתוקשבים), ולבחון אפשרות של שילוב עם רעיון הדירוג
מסעיף 4 הנ"ל. השילוט באתרים עצמם מבקש שיפור דרמטי ומומלץ שהמשרדים
הנוגעים יחברו וייזמו עיצוב מלבב ומאיר עיניים, אחיד רק בציביונו, במסגרתו,
בשיטתו ובהצבתו (לא בתכניו). חשוב שהשילוט הפנימי (לא זה שמוצב בצידי דרכים
וצמתים), יכלול צילום מרהיב של נושא האתר עם דמות/דמויות הנפשה אנושיות או
אנימטיביות.

19. אין טעם שיווקי רב במדריך ניפרד ומיוחד לתיירות החקלאית, כיוון שכאמור לא
מתכננים טיולים וחופשות באופן אקסקלוסיבי על אתרי תיירות חקלאית. כן חשוב
לייחד לענף זה מדורים בולטים ותצוגה מיוחדת במדריכי התיירות הכלליים. בידול
אינו רצוי! התבלטות חיובית בכלל - רצויה מאד! התיירות החקלאית חייבת לראות
עצמה כחלק אינטגרלי מענף התיירות הכולל, וכרכיב אינטגרלי באירוח הכפרי

באיזור. היה ניסיון של חברת כרטא להפיק מדריך לתיירות חקלאית, אך המחקר שלנו אינו מצביע על צורך או יתרון כלשהו (שיווקי-כלכלי) במדריך כזה, מלבד סיפוק אינטרסי יחסי ציבור של פונקציונרים במימסד.

20. לאור המרכיב החשוב של התיזמון העונתי בענפי התיירות החקלאית, ואפילו תיזמון בשעות היום בענפים מסויימים, מוצע שבתחנות מידע ובאתרי איכסון, אטרקציות והסעדה במיגזר הכפרי, יוצג לוח מיוחד המראה את האתרים השונים ממוקמים על לוח חודשי השנה ושעות היום, ומראה את הזמנים האופטימליים לביקור בכל אחד.

21. מנקודת ראות כלכלית של אתרי התיירות החקלאית בארץ, אין טעם להשקיע מאמצים בקידום/הרחבת התיירות המקצועית הניכנסת (קבוצות תיירים המגיעות מחו"ל לסיורי התרשמות והשתלמות טכנולוגית בענפי החקלאות בארץ, כפי שקורה בעיקר סביב תערוכת אגריטד). לפעילות הזו אין תרומה כלכלית משמעותית לאתרים, אולי אפילו ההיפך הוא הנכון, אין בה פוטנציאל משמעותי בתנאים הטכנולוגיים והגיאוגרפיים-פוליטיים-בטחוניים השוררים בישראל, והעולם השלישי נחשף בעידן החדש לטכנולוגיות מתקדמות לא פחות ולעיתים קרובות מתקדמות יותר בארצות רבות אחרות מאשר בישראל. מומלץ להשאיר את התחום הזה ליצרני התשומות החקלאיות ומשרד התמ"ס, ולהפנות המאמצים והמשאבים מהתחום הזה לקידום אתרי תיירות-הפנים החקלאיים. קודם כל מעל הכל, חשוב שהחקלאות שלנו תמוצב גבוה ואהוד בקרב אוכלוסיית הארץ, והאתרים האלה יכולים לתרום לכך יותר מתשדירי שירות וכתבות בתיקשורת.

22. מבחינת אתרי התיירות החקלאית, אין טעם להשקיע בשיווקם לתיירות הניכנסת בכללותה, לא למקבלי החלטות בחו"ל ולא לתיירים עצמם לפני הגעתם או בעת שהותם בארץ. התרומה הצפויה למאמץ ולהשקעה בכיוון הזה שואפת לאפס. היעדר היחיד שיכול להניב תועלת מסויימת (מוגבלת מאד) הוא סוכני התיירות הניכנסת בארץ, מדריכי רכב 'אשכולות' ודלפקי חברות השכרת רכב בנמלי תעופה ומרכזי ערים גדולות ותיירותיות, וכאן שוב חוזרת האבחנה שאתרי התיירות החקלאית צריכים 'לדחוף' עצמם במשולב עם אתרים מסוגים אחרים באיזורים שלהם, ולא בניפרד. זאת בעיקר דרך מערכות עמותות התיירות!

23. אם וכאשר יהיה מהפך גיאוגרפי-פוליטי חיובי ובר-קיימא באזורנו, תשתנה תנועת התיירות הניכנסת ותכלול פלח גדול בהרבה של F.I.T. על בסיס 'טוס וסעי' ובילוי חופשות בארץ ברכב שכור ואיכסון כפרי מוזמן או מזדמן. אז תתעורר חשיבות רבה לפירסום אתרי התיירות החקלאית גם בקרב התיירות העצמאית של יחידים,

רשימת מקורות

"אומדן הערך הכלכלי של אזורים חקלאיים כמשאב תיירות" עליזה פליישר, יעקב צור ועדי סייד, הרשות לתכנון ופיתוח החקלאות ההתיישבות והכפר, משרד החקלאות והסוכנות היהודית לא"י, המחלקה לפיתוח והתיישבות, 1997.

"אחוזת יין בארה"ב"- צנובר יועצים, גדעון בר לב, גבעתיים 1996.

"אלרום - פרוגרמה ותכנית עיסקית לפיתוח קטיף עצמי תיירותי בענף המטעים של המשק", אילן בן יוסף עבור האגודה לפיתוח הגולן ועמותת תיירות גולן, 1998.

"בדיקת מודעות תושבים לפיתוח תיירותי בישובים ולמחירו הסביבתי והחברתי", צעירי אביטל, עבודה במסגרת הסימנריון יחסי אדם וסביבה מרחב תיירות, עבור יואל מנספל, אוניברסיטת חיפה.

"בית אשל - פרוגרמה והתכנות הקמת חוות תיירות חקלאית במיתחם ההיסטורי", אילן בן יוסף עבור עיריית באר שבע, 1998.

"גורמים המשפיעים על הצלחתם של מיזמים קטנים בתיירות באזור פעולתה של חממה עסקית", אוניברסיטת תל-אביב, הפקולטה לניהול, עבודת גמר, 1996.

"דו"ח סיקור", הועדה לגיבוש המלצות למדיניות החקלאית והכפרית של ישראל, 1995.

"דין וחשבון כלכלי על החקלאות והכפר 1997", הרשות לתכנון, משרד החקלאות והכפר, 1998.

"דין וחשבון כלכלי על החקלאות והכפר 1998", הרשות לתכנון, משרד החקלאות והכפר, 1999.

- "דע תיירות", מידע סטטיסטי ומחקרי בנושאי תיירות, גיליון 1, משרד התיירות, 2001.
- "הועדה לשמירת קרקע חקלאית ושטחים פתוחים- דו"ח פעילות שנתי 1999", מנהל התכנון, משרד הפנים, 2000.
- " הכפר בשנות ה-2000, הצעה לקווי מדיניות" דו"ח ועדה, 1998.
- "הספר הירוק III", קווי מדיניות לחקלאות ולכפר בישראל, הרשות לתכנון, משרד החקלאות ופיתוח הכפר, 1999.
- "המועצות האזוריות בישראל", ניומן ואורגד, בהוצאת ארגון המועצות האזוריות, 1991.
- "השפעת התיירות בישראל על כלכלת המדינה- מודל תשומה תפוקה רב אזורי", פרימן דני, משרד התיירות, ירושלים 1999.
- "השקעות בענף התיירות: מדריך למשקיע", משרד התיירות, 1983.
- "התיירות הכפרית, סוגיות בפיתוח, ארגון ושיווק" לקט מאמרים, בעריכת ד"ר עליזה פליישר & יוסף אנגל (ג'וחא), הוצאת משרד התיירות, 1995.
- "התיירות הכפרית-חקלאית, מסמך מדיניות לפיתוח והרחבה", עמנואל אלון, "הליפקס", 2000.
- "הכפר הישראלי לאן", וייצר, משרד הכלכלה והתכנון, הרשות לתכנון לאומי, 1994.
- "יחסי גומלין בין עיר לכפר בפיתוח תיירות אזורית", עליזה פליישר ויואל מנספלד, המרכז ללימודי פיתוח, רחובות 1995.
- "ישראל במספרים", הוצאת הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 2000.
- "כיוונים בפיתוח פעילויות נופש ותיירו במגזר הכפרי", עליזה פליישר, אריה רותם ותורה בנין, המרכז ללימודי פיתוח, רחובות, 1993.
- "מדריך ישראל החדש, כרך ירושלים", הוצאת משרד הבטחון, 2000.

"מדריך מפה לטיולי אוכל", חנוך פרבר ועפרה ריזנפלד, מפה-מיפוי והוצאה לאור, 1998.

"מדריך צופית לתיירות בישראל", 2000-2001.

"מועצת מקרקעי ישראל, החלטה מס. 755", 1996.

"מועצת מקרקעי ישראל, החלטה מס. 653", 1994.

"מועצת מקרקעי ישראל, החלטה מס. 880", 2000.

"מושב ציפורי - תכנית אב לפיתוח תיירותי ותקנון תיירותי", אילן בן יוסף, עבור משרד התיירות, המועצה האזורית יזרעאל, חממת התיירות בעמקים, 1998.

"מחלבות יטבתה - תכנית רעיונית למרכז מבקרים וסיור מפעל", אילן בן יוסף, 2000.

"מיזמים עסקיים בקיבוצים - מחקר ישומי בקרב עסקים קטנים בתנועה הקיבוצית", אורחן, היילבורן, גץ, הוצאת אוניברסיטת חיפה, המרכז הקיבוצי, המכון לחקר הקיבוץ והרעיון השיתופי.

"מערכות ממלכתיות וטיפולן במרחב הכפרי", אפלבוס ל., הרשות לתכנון, משרד החקלאות ופיתוח הכפר, 1995.

"מתמיכה בחקלאות לתמיכה במרחב הכפרי - סקירת מדינות בארצות המערב", פלישר עליזה, הרשות לתכנון, משרד החקלאות ופיתוח הכפר, 1998.

"ניהול תיירות ועסקי פנאי", גרשון פז טל, לחמן, רמת גן, 1998.

"ניתוח מאפייני מבקרים באתרי ביקור מוסדרים ברמת הגולן", איתי בקר עבור ההסתדרות הציונית העולמית, 1998.

"סקר תיירות בישראל", מידגם, עבור משרד התיירות, 1996.

"סקר תיירות פנים - 1997", רותם, סנדלון, 1998.

"על תבלינים וצמחי מרפא", דרורה חבקין, 1995.

- "פיתוח ושיווק של תיירות כפרית" פיטר צימר, משרד התיירות, 1995.
- "פיתוח המרחב הכפרי- תוכנית לאומית לשנים 2001-2005", הרשות לתכנון ופיתוח החקלאות ההתיישבות והכפר, משרד החקלאות ופיתוח הכפר, 2000.
- "פעילות יצרנית נוספת במשק המשפחתי, היבטים מרחביים, פיזיים וארגוניים", דו"ח ועדת קדמון, משרד החקלאות, 1994.
- "פרוגרמה למחלבת גמלים תיירותית - גמליון בערבה התיכונה", אילן בן יוסף, 1999.
- "פרוגרמה למרכז צפרות בכפר רופין", אילן בן יוסף עבור כפר רופין, 2000.
- "רבעון סטטיסטי לתיירות לתיירות ושירותי הארחה", משרד התיירות, ירושלים 2000.
- "שמירה על קרקע חקלאית מול לחצי עיור, האם ניתן ללמוד מנסיון של מדינות אחרות", אלטרמן ר., הרשות לתכנון, משרד החקלאות ופיתוח הכפר, 1997.
- "שנתון סטטיסטי לישראל" הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 2000.
- "שנתון סטטיסטי לנגב", הוצאת הרשות לפיתוח הנגב, 1998.
- "תוכנית אב ותוכנית מתאר ארצית למפעלי ושטחי נופש, עדכון תמ"א 12, משרד הפנים, מנהל התכנון, תל אביב 1994.
- "תיירות אקולוגית: איכות הסביבה והקיבוץ", קשר- עלון לשוחרי איכות הסביבה בקיבוצים 6, 1997.
- "תיירות כפרית בישראל: תוכנית אב אסטרטגית לקראת שנות ה-2000", המרכז ללימודי פיתוח, רחובות 1999.
- "תכנית אב ומתאר למועצה האזורית גלבע", עמוס ברנדייס, אילן בן יוסף ואחרים, 2000.
- "תכנית כוללת לפיתוח תיירות בגוש מחולה, בקעת הירדן", אילן בן יוסף, 1998.
- "תכנית מתאר 300 - בקעת הירדן", יעד אדריכלים, מגמה יועצים, לנדיוז, לבל מהנדסים, עבור החטיבה להתיישבות, 1999.

"תכנית מתאר ליקב תיירותי ביראון", אילן בן יוסף, גדי רובינשטיין, קרני ואחרים, 2000.

"תכנית מתאר מגילות", ענת גונן עבור החטיבה להתיישבות, 1998.

"תכנית מתאר מועצה אזורית חוף עזה", אילן בן יוסף, דיאמנט ברגר, לנדיוז, עבור החטיבה להתיישבות, 2000.

"תכנית פיתוח רמת הגולן 2000-2010", אילן בן יוסף, דונסקי-חן, עבור משרד הבינוי והשיכון, החטיבה להתיישבות בהסתדרות הציונית, מ"א גולן ומ"מ קצרין, 1998.

"תכנית פיתוח תיירות הרי יהודה ושפלת יהודה", אילן בן יוסף, דונסקי-חן, יזמה, עבור משרד התיירות, החברה הממשלתית לתיירות, עמותת תיירות יואב-יהודה והסוכנות היהודית, 1997.

"Agritourism in New York State", D. Hilchey, Cornell University, 1993.

"Agrotour, Guide To Agricultural Tourism in Israel", Ministries of Tourism and Agriculture, The Jewish Agency And The Israel Export Institute, 1999.

"Cultural Tourism: Challenges For Management And Marketing", G. Richards, in: "Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism", CAB International.

"Development of Industry and Tourism in Rural Settlement", Dekel Yehuda, The Jewish Agency for Israel, Rural Settlement Department, Jerusalem 1987.

"European Conference on Rural Development, Rural Europe- Future Perspective", Cork, Ireland, 1996.

"CAP Reform: Rural Development (2000), European Commission, Directorate- General for Agriculture, Brussel, Belgium, 2000.

"Tourism and the Environment", J. Van Der Straaten, H. Briassoulis, Kluwer Academic Publishers, 2000.

“Rural Development through Agri-tourism, a Guide to Developing an Agritourism enterprise”, FAO 1991.

"Rural Tourism, a Solution For Employment, Local Development and Environment", Israel Ministry of Tourism, 1996.

“Quality in Agri-tourism Product”, S.L.fawcett, University of Ulster at Jordantown, John wiley & Sons Ltd, UK 1996.

