

לחשוב מחוץ לחלקה

עבור חלק מהחקלאים בישראל החקלאות היא עסק משגשג – זוהי הצהרה שגורת הרמת גבה אצל רבים, בעקבות הפרסומים השונים בתקופה האחרונה. ברוב המקרים מדובר באותם חקלאים שהשכילו לחשוב מחוץ לחלקה. חקלאים אלו הוסיפו למשימותיהם המסורתיות כמגדלים מחויבות עסקית ורכשו מיומנויות עסקיות. חקלאים אלו מכירים בעובדה שכדי להצליח מבחינה כלכלית אין די בלהיות חקלאי מסורתי מוצלח ומיומן ויש לחשוב עסקים ולרכוש מיומנויות עסקיות. לחשוב מחוץ לנעשה בחלקה.

שפריר גודל*

בפני החקלאים הישראלים עומד כיום אתגר גדול. אין די בהיותם חקלאים מובילים ומצטיינים ברמה העולמית כדי להבטיח להם שרידות כלכלית, רווחה ואיכות חיים טובה. בכל העולם ידועים החקלאים הישראלים בגישתם החדשנית, באימוץ הטכנולוגיות, עבודה קשה וביצירתיות שלהם. איכשהו, אם לשפוט על פי הפרסומים בתקשורת והצהרות מנהיגיהם, נראה שזה לא מספיק. רבים מהם נאבקים על עצם קיום המשק החקלאי שלהם. מדוע אין די בכך, מדוע זה לא מספיק להיות חקלאי מצטיין על פי כל קנה מידה? מה עוד נדרש כדי לשמר את הצלחתם של החקלאים הישראלים, מה עוד צריך ללמוד כדי להבטיח להם עתיד טוב יותר?

לחשוב מחוץ לחלקה

חשיבה מחוץ לחלוקה היא חשיבה חדשנית, יצירתית בדרך שמשיאה פרות לחקלאי ומשפרת את הכנסתו ואיכות חייו. דפוסי החשיבה המוצעים לא נודעים רק לנעשה בחלקה אלה גם לנעשה מעבר לה. כדי לבחון האם המגדל חושב מחוץ לקופסה עליו לשאול את עצמו מספר שאלות ולענות עליהם בחיוב:

- האם הרעיון שלי חדשני?
- האם זה לא מה שעשיתי עד כה?
- האם יש מתנגדים וספקנים רבים לרעיון?
- האם החשיבה היא מעשית, האם ניתן לממש ואתה?
- האם ניתן להגדיר ולדמיין את פרות המאמץ בצורה ברורה וחדה?
- האם זוהי חשיבה י עסקית Agro-business ולא רק חקלאית.

עיבוד ראשוני של תוצרת חקלאית טרייה, מיתוג, חיפוש עצמאי (לא באמצעות חברות שיווק, סחר ויצוא) של שווקים חדשים ופעולות נוספות שנעשות ברובן מחוץ לחלקה הופכות מוצר חקלאי מצוין למשהו אטרקטיבי

בהרבה בשוק, מקדמות את המגדלים לאורך שרשרת הערך המוסף ומשפרים את ההכנסה למגדל ליחידת מוצר.

זאת, בניגוד לחקלאים מסורתיים, טובים ומצטיינים ככל שיהיו, החושבים רק על החלקה שלהם. הם מתמקדים בהגדלת יבול, מלחמה במחלות ובמזיקים, השקעה בטכנולוגיה, עבודה קשה וסוגיות כוח אדם. חקלאים מסורתיים אלו מתמקדים בחלקה. הם אינם חושבים במונחים של עסקים חקלאיים Agro Business, רווחיות, מותג, חדשנות, שרשרת ערך ויזמות עסקית. הם אינם חושבים מחוץ לחלקה.

חשיבה מגוונת ופנים רבות לה

את החשיבה מחוץ לחלקה ניתן לשלב במגוון דרכים. כל חקלאי או קבוצת חקלאים צריכים לפתח ולהתאים לעצמם יישום ודרך משלהם. חשיבה מחוץ לחלקה יכולה, אך לא חייבת לבוא באחת מהדרכים הבאות:

1. מיתוג מוצרים בדרך שתבדיל אותם מאחרים, תוציא אותם מקטגוריית המוצרים הפשוטים (commodities) ותאפשר זיהו קל וברור על ידי הצרכן.
2. איתור יזום ושיטתי של ערוצי שיווק חדשים, כאלו שמשלמים יותר.
3. עיבוד קל של התוצרת (יבוש, טחינה, כבישה וסחיטה, ערבוב וכו') במטרה למכור מזון או מוצר אחר ולא רק קומודיטיז. לא מדובר בהכרח בהשקעה גדולה ומורכבת. במקרים רבים מערך לא יקר ופשוט יספק.
4. בניית פלטפורמת שיווק עצמאית על מנת לזכות במרווחי השיווק.
5. חיפוש זנים מיוחדים או גידולי נישה עם בהם יש למגדל יתרון יחסי – זכויות על זן מסוים, יתרון גיאוגרפי, הסכם ארוך טווח או יתרון ייחודי אחר.
6. פיתוח מוצרים מסחורה סוג ב' ומה שנחשב עד כה לפסולת מהמשק.
7. פיתוח שימושים נוספים לקרקע ולתשתיות הגידול, כך למשל תיירות חקלאית, השכרת קרקע ותשתיות לזמן קצר וכו'.
8. ארגון מחדש של הפעילות העסקית. כך למשל במסגרת מיזם משותף, קואופרטיב, שותפות עם חקלאים עמיתים.
9. כל רעיון חדשני, אמיץ, ושעשוי לשאת פרות ותואם את עקרונות החשיבה מחוץ לקופסא.

חשיבה מפחידה ומאתגרת

למרות שחשיבה מחוץ לחלקה היא מאתגרת ומאימת לעיתים קרובות היא רלוונטית מאוד לעולם החקלאות המודרני עד כדי שהיא מהווה תנאי לחוסנם של החקלאים ולרווחתם (Well Being). במהלך עבודתי עם חקלאים שמעתי רבות את טיעונים כדוגמת: זה לא המקצוע שלי, אני לא מבין את התחום, אני לא רגיל לזה, זו לא הדרך שבה אני עובד וכך הלאה וכך הלאה.....

נתונים סטטיסטיים שונים מרחבי העולם מלמדים על ירידה במספר החקלאים ועל כך שחלופות שימוש בקרקע, שינויים אקלימיים וסיבות מקומיות נוספות מקשים על "הוצאת הפרנסה" מהגידול לבדו.

החקלאים המצליחים מדגימים את החשיבות של אימוץ דפוסי חשיבה חדשים כגון אלו. זהו אחד מהתנאים ההכרחיים להצלחה כלכלית של מגדלים ולהבטת רווחתם. החקלאי המודרני לא יכול להרשות לעצמו להתעלם מהצורך בשינוי ובחשיבה על נושאים שמעבר לחלקתו.

*שפריר גודל הוא יעוץ המתמחה בתחום העסקים החקלאיים הבינלאומיים וחבר הנהלת תערוכת החקלאות

Fresh Agro Mashov