

יערות/פארקים/אתרי נופש ופעילויות קק"ל כסביבות מקדמות בריאות

המרכז לחקר העיר והאזור- הטכניון

המחקר נערך במימון הקק"ל

ינואר 2015

מוגש ע"י- פרופ"ח פנינה פלאוט, ד"ר מיקה מורן וד"ר מיכל מיטרני

עוזרת מחקר- ליהי גולן



קרן קימת לישראל
K K L - J N F



המרכז לחקר העיר והאזור
הפקולטה לארכיטקטורה ובינוי ערים
הטכניון - חיפה



הטכניון- מכון טכנולוגי לישראל
מוסד הטכניון מחקר ופיתוח

הטכניון- מכון טכנולוגי לישראל
מוסד הטכניון מחקר ופיתוח

המרכז לחקר העיר והאזור
הפקולטה לארכיטקטורה ובינוי ערים
הטכניון, חיפה

**Center of urban and regional studies
Technion- Israel institute of technology**

כל הזכויות שמורות © 2015
למחברים ולמרכז לחקר העיר והאזור

עיצוב הכריכה: ליה גולן

Copyright © 2015
By the authors, The Center for Urban and Regional Studies

אין להעתיק, לצלם או לשכפל כל חלק ממסמך זה ללא רשות בכתב ומראש מאת בעלי הזכויות.

ספר זה משקף את דעות המחברים והמלצותיהם; המרכז לחקר העיר והאזור אינו אחראי לדיוק הנתונים המופיעים בספר ולמסקנותיו.

למען הסר ספק, מודגש בזאת כי חבר הסגל ו/או הטכניון לא יהיו אחראים לכל נזק לרכוש ו/או לגוף ו/או להוצאה ו/או להפסד מכל מין וסוג אשר יגרמו ו/או עלולים להיגרם לכם או למי מטעמכם עקב חוות דעת זו או דוח זה או בהקשר להם.

For the elimination of any doubt, it is hereby stressed that the staff members and/or the technion and/or the technion research and development foundation ltd will not be liable for any property caused damage and/or corporeal damage and/or expense and/or loss of any kind or sort that will be statement or or may be caused to you or to anyone acting on your behalf, in consequence of this .opinion or this report, or in any connection to it

מסת"ב ISBN 978-965-409-060-5

Printed in Israel

נדפס בישראל

פתיחה

קרבן קימת לישראל קיבלה על עצמה ליצור ביישובים ובשטחים הפתוחים בישראל תשתית לסביבה המקדמת אורח חיים בריא. לשם כך קק"ל יוזמת ובונה שבילים המיועדים להליכת בריאות, ריצה, רכיבה על אופניים ושבילי טיול ביערות ובחיק הטבע.

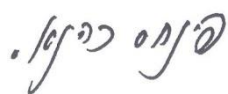
מחקר זה – יערות ופעילויות קק"ל כסביבות מקדמות בריאות - נעשה בהזמנת מחלקת התכנון של קק"ל. המחקר נועד לבחון את הדרכים והשיטות ליצירת הכלים שיביאו למימוש מלוא הפוטנציאל הגלום ביערות, בפארקים ובאתרי הנופש והספורט העממיים. המטרה שלנו היא שתשתית ענפה זו, שקק"ל מפתחת, תהיה נגישה לציבור רחב ככל האפשר.

למדנו הרבה מהנעשה במקומות אחרים בעולם. לדוגמה, הבנו שכדי לקדם פעילות בסביבה מקדמת בריאות, עלינו לחזק את שיתוף הפעולה עם ארגוני הבריאות בישראל. התחלנו פעילות במגמה זו וכבר יצרנו קשר בין מטופלים לבין סביבות המקדמות בריאות ביערות.

העבודה בחנה את מיתוג היער כסביבה מקדמת בריאות. במסגרת זו ערכנו יום עיון לאנשי מקצוע מתחום הממשל המקומי, משרדי ממשלה וארגוני בריאות. הם הופתעו לגלות שדה פעילות חדש בתחומי עיסוקם. יחד עם זאת, יש לעשות עוד הרבה במיתוג היערות והשטחים הפתוחים כסביבה מקדמת בריאות, ובמיתוגה של קק"ל כארגון הפועל למען בריאות תושבי הארץ.

תודה לצוות החוקרים ולמשה שלר – מנהל מחלקת קהל וקהילה בקק"ל, שהעניק לי ליווי מקצועי במהלך המחקר.

ב ב ר כ ה,



פינחס כהנא
מנהל מחלקת תכנון

תוכן עניינים

6.....	הקדמה
8.....	1. חלק א' סקר הספרות
8.....	1.1 מבוא
8.....	1.1.1 חשיבות הפעילות הגופנית לקידום בריאות הציבור
8.....	1.1.2.1 יערות ופארקים כמרחבים פוטנציאליים לקידום אורח חיים בריא ופעיל
9.....	1.1.3.1 מכלול היתרונות של יערות, פארקים ושצפ"ים
10.....	1.1.4.1 המודל הסוציו-אקולוגי כתיאוריה מכוונת ליערות מקדמי בריאות
11.....	1.2 מטרות הדו"ח
11.....	1.3 מתודולוגיה
11.....	1.3.1 מנועי חיפוש
12.....	1.3.2 שיטת החיפוש ומיון המאמרים
13.....	1.4 סקירת הספרות
13.....	1.4.1 סקירה של מדיניות ותוכניות התערבות לקידום בריאות בשצ"פ
19.....	1.4.2 סקירה של מאפייני הפארק והפעילות בתוך הפארק
25.....	1.5 ממצאים סיכום והמלצות
25.....	1.5.1 יצירת סביבה פיסית המעודדת פעילות גופנית ביער/פארק
26.....	1.5.2 קידום פעילות גופנית ביערות ובפארקים "בדלת האחורית"
27.....	1.5.3 התאמת התוכנית לקהל היעד
27.....	1.5.4 שיתופי פעולה רב-מגזריים לקידום פעילות גופנית ביערות
27.....	1.5.5 שיווק ופירסום
28.....	2. חלק ב' ניתוח ומיפוי יערות ואתרי קק"ל כיערות מקדמי בריאות
28.....	2.1 מבוא ושלבי העבודה
	2.2 בניית מסד נתונים, ניתוח וסיווג רב פרמטרי של יערות ואתרי קק"ל על פי קריטריונים של סביבות מקדמות בריאות
28.....	2.2.1 מתודולוגיה
29.....	2.3 עיבוי ואימות מאגר הנתונים
29.....	2.3.1 ממצאים
31.....	2.4 מיפוי הנתונים ב-GIS
31.....	2.4.1 התאמת היערות והאתרים לשכבת ה-GIS
32.....	2.4.2 אתרי קק"ל לניתוח
32.....	2.4.3 תשתיות פנאי וספורט

35.....	2.4.3 שירותים תומכים.....
37.....	2.4.5 מוקדי עניין ב"דלת האחורית".....
39	2.5 ניתוח השימוש ביערות לאור הקריטריונים של סביבות מקדמות בריאות
39.....	2.5.1 אוכלוסייה וטווח השירות של היערות.....
41.....	2.5.3 מדרג חברתי כלכלי של האוכלוסייה וטווח השירות של היערות.....
43.....	2.5.4 השמנה בקרב מתבגרים.....
45.....	2.5.5 השמנת יתר וטווח השירות של היערות.....
47.....	2.5.6 מטריצה מסכמת.....
49	2.6 סיכום ומסקנות
50	3. חלק ג' בחינת הפוטנציאל המיתוגי של יערות קק"ל כסביבות מקדמות בריאות.....
51	3.1 ממצאי הסקירה הבינלאומית.....
51.....	3.1.1 רקע - מיתוג מקומות, ולמה למתג יערות.....
52.....	3.1.2 שימוש בכלי של מיתוג לקידום בריאות- Health promotion through branding.....
54.....	3.1.3 מיתוג מקומות מסוגים שונים בהתמקדות בהיבט הבריאותי.....
58.....	3.1.4 מיתוג שטחים פתוחים.....
70.....	3.1.5 מיתוג של שטחים פתוחים סביב כמקדמי בריאות.....
75.....	3.1.6 סיכום.....
76	3.2 איתור פוטנציאל מיתוג ביערות קק"ל
78.....	3.2.2 תוצאות.....
93	4. ביבליוגרפיה.....
98.....	נספח א' דוגמא של מיפוי המאמרים שנערך לצורך סקירת הספרות.....
107	נספח ב'- ציוני תשתיות פנאי וספורט.....
108	נספח ג'- ציוני מתקנים תומכים.....
109	נספח ד'- ציוני פעילויות ב"דלת האחורית".....
110	נספח ה'- כמות אוכלוסייה, ממוצע מדרג חברתי כלכלי ואחוזי השמנה בטווח השירות של היערות.....

איורים

19.....	איור 1 מודל אינטגרטיבי. מקור: Buchner & Gobster (2007).....
32.....	איור 2 היערות לניתוח.....
34.....	איור 3 מפת תשתיות פנאי וספורט.....
36.....	איור 4 מפת שירותים תומכים.....
38.....	איור 5 מפת מוקדי עניין ב"דלת האחורית".....
40.....	איור 6 מפת אוכלוסייה בטווח השירות של היערות.....
42.....	איור 7 מפת מדרג חברתי כלכלי בטווח השירות של היערות.....
44.....	איור 8 מפת השמנה בקרב מתבגרים.....
46.....	איור 9 מפת השמנה בקרב מתבגרים בטווח השירות של היערות.....
56.....	איור 10 לוגו העמותה לקידום אורח חיים בריא.....

57.....	איור 11 יישום הלוגו והמסר בפעילויות
58.....	איור 12 תמונה מתוך אחת הכרזות של Brightwalk, שרלוט
60.....	איור 13 מרכיבי המותג הפארקים של קליפורניה
60.....	איור 14 : המסר של הפארקים של קליפורניה
61.....	איור 15 : דוגמא למודעה המותאמת לרוח המותג
61.....	איור 16 דוגמא לשלט
62.....	איור 17 שפה ויזואלית
63.....	איור 18 לוגו
64.....	איור 19 לוגו
66.....	איור 20 ברושור לפעילות קיץ
66.....	איור 21 תגית לנסיעות
67.....	איור 22 פעילות קהילתית
68.....	איור 23 אתר אינטרנט
69.....	איור 24 לוגו
70.....	איור 25 לוגו
72.....	איור 26 דף הבית
73.....	איור 27 הפרסום ליום הפארקים באתר אינטרנט יעודי
73.....	איור 28 דף שער ברושור
74.....	איור 29 עמודים פנימיים
84.....	איור 30 ציון פוטנציאל מיתוג לאתרים שנסקרו
86.....	איור 31 צפיפות אוכלוסיה ופוטנציאל מיתוג
88.....	איור 32 פיזור אוכלוסיה הסובלת מהשמנת יתר ופוטנציאל מיתוג
91.....	איור 33 פוטנציאל מיתוג מול ממצאי סקר פיזי

טבלאות

11.....	טבלה 1 דוגמאות להתערבויות לקידום פעילות גופנית ביערות ובפארקים על פי המודל הסוציו-אקולוגי
14.....	טבלה 2 סיכום רכיבי ההתערבות העיקריים בכל פרויקט
22.....	טבלה 3 מאפיינים/מתקנים
23.....	טבלה 4 מצב הפארק- רמת תחזוקה, ניקיון
24.....	טבלה 5 נגישות
24.....	טבלה 6 אסתטיקה
25.....	טבלה 7 בטיחות
30.....	טבלה 8 תשתיות ביערות קק"ל אשר נבחנו
47.....	טבלה 9 מטריצה מסכמת
79.....	טבלה 10 ציון פוטנציאל מיתוג בהיבט בריאותי לכל אחד מאתרי קק"ל שנסקרו
89.....	טבלה 11 ניתוח רוחב של מרכיבי המותג

הקדמה

מחקר זה מומן על ידי הקק"ל. לעבודת מחקר זו הוגדרו המטרות הבאות:

1. לבחון את הפוטנציאל של יערות, פארקים ואתרי נופש וספורט עממי כסביבות המקדמות אורח חיים בריא ופעיל בארץ ובעולם.
2. למפות את פעילויות קק"ל (מסוגים שונים, כולל פיתוח תשתיות וייזום אירועים) בראי התפיסה של סביבות מקדמות בריאות.
3. לבחון את הפוטנציאל המיתוגי של פעילויות קק"ל כסביבות מקדמות בריאות.

בהתאם לכך העבודה כוללת שלושה חלקים.

חלק א' כולל סקר ספרות שמטרתו לבחון את הפוטנציאל של יערות, פארקים ואתרי נופש וספורט עממי כסביבות המקדמות אורח חיים בריא ופעיל בארץ ובעולם. לצורך כך נערכה סקירה מקיפה של הספרות המקצועית הבינלאומית על יערות, פארקים עירוניים ואתרי נופש וספורט עממי כסביבות המקדמות אורח חיים בריא ופעיל בארץ ובעולם תוך אפיון המקומות, דפוסי השימוש בהם, והמחקר שנערך בהקשר הבריאותי שלהם. סקירת הספרות הבינלאומית כללה מיפוי פרויקטים ביערות הקשורים לבריאות ובחינת התאמתם לישראל. היא סייעה להבנת הגורמים אשר מעודדים פעילות גופנית בקרב מבקרים ביערות ובשטחים ציבוריים פתוחים.

סקר הספרות מספק תמונת מצב עדכנית על יערות/פארקים/אתרים מקדמי בריאות בעולם, על הפעילות בהם ועל המחקר אודותיהם. תוצר זה סייע בשלבים הבאים של המחקר – למשל בבחירת הקריטריונים למיפוי היערות/אתרים/פעילויות כסביבות מקדמות בריאות (חלק ב'), ובהערכת פוטנציאל המיתוג בהיבט הבריאותי (חלק ג'). אחת המסקנות שעלו מסקר הספרות היא ששיתופי פעולה בין ארגוני יערות ופארקים לבין ארגוני בריאות הינם חיוניים לקידום פעילות גופנית בפארקים וביערות לאור האינטרס המשותף לשני המגזרים (לדוגמא- שיתוף פעולה עם קופות חולים, בתי חולים, עמותות ואגודות העוסקות בבעיות בריאות ספציפיות כמו האגודה למלחמה בסרטן, עמותת לב ללב וכד').

חלק ב' של המחקר כולל ניתוח וסיווג רב פרמטרי של יערות קק"ל על סמך הממצאים מסקירת הספרות. המתודולוגיה שפותחה לצורך ניתוח זה מאפשרת זיהוי של הפוטנציאל לקידום פעילות גופנית בכל יער מחד גיסא, ואיתור של אזורים בהם קיים הצורך הגדול ביותר לקידום פעילות, מאידך גיסא. בעזרת הצלבה של נתונים אלו, ניתן לדעת איפה כדאי מבחינת תשתיות קיימות לקדם תכנית לעידוד פעילות גופנית. בנוסף, על סמך סיווג היערות, ניתן לזהות בקלות מה צריך לפתח ביערות השונים כדי להפוך אותם למתאימים לפעילות גופנית. חלק זה של המחקר כולל את השלבים הבאים: בניית מסד נתונים, ניתוח וסיווג רב פרמטרי של יערות קק"ל על סמך הממצאים מסקירת הספרות, טיוב הנתונים ממקורות מידע נוספים (לדוגמא: מיקום חניונים, נתונים על תשתיות ביערות מאתרי אינטרנט), מיפוי הנתונים ב-GIS ולבסוף, ניתוח הממצאים בשילוב עם נתוני השמנה של מתבגרים ומדרג חברתי כלכלי.

חלק ג' של המחקר עוסק בבחינת פוטנציאל המיתוג של פעילויות קק"ל כסביבות מקדמות בריאות. מכיוון שמרכיבים רבים של פעילות הקק"ל, במיוחד ביערות, קשורים לבריאות הציבור ועשויים לשפר אותה, נבחן במסגרת המחקר הנוכחי הפוטנציאל המיתוגי של יערות קק"ל ושל פעילות קק"ל בתחום

הבריאות. השאלה עליה ניסינו לענות היא האם ניתן למצב את קק"ל כמובילה את נושא קידום הבריאות באמצעות המרחב, והאם ניתן למתג את יערות/פעילויות קק"ל כמקומות "בריאים". השאלות שנבחנו היו:

1. האם נושא הבריאות הוא בעל פוטנציאל מיתוגי? כלומר, האם "בריאות" היא נושא שיש בו ערך מוסף למקום או לארגון המתמתג כמוביל התחום?
2. האם יערות קק"ל הם בעלי פוטנציאל כזה? האם היקף ואופי הפעילות הקיימים ושניתן להוסיף יאפשרו למתג את היערות כמקדמי בריאות?

העבודה בחלק זה כללה סקירת ספרות בינלאומית ואיתור פוטנציאל מיתוג ביערות קק"ל. במסגרת סקירת הספרות הבינלאומית נסקרו הנושאים הבאים: שימוש בכלי של מיתוג בפרויקטים של קידום בריאות, מיתוג מקומות בהיבט הבריאותי, מיתוג שטחים פתוחים, ומיתוג שטחים פתוחים ופארקים בהיבט הבריאותי. איתור פוטנציאל מיתוג ביערות קק"ל כלל שני מרכיבים: התאמת מדדי מיתוג של מקומות למדידת פוטנציאל מיתוג וניתוח ממצאי הסקר הסביבתי מול מדדי הפוטנציאל המיתוגי. כתוצאה מכך זוהו אתרים של קק"ל בעלי פוטנציאל מיתוג משמעותי בהיבט של "סביבות מקדמות בריאות".

לסיכום, בהתאם לסקירת הספרות הבינלאומית, המחקר בחן את סוגיית הפעילות הגופנית ביערות קק"ל משתי נקודות מבט. הראשונה, המאפיינים של האתר, השניה, המאפיינים של האוכלוסייה בטווח השירות של האתר. מסיווג ומיפוי הנתונים של יערות קק"ל ניתן ללמוד רבות על המצב הקיים של היערות ועל החוזקות והחולשות שלהם בהקשר של עידוד פעילות גופנית. מהמיפוי של נתוני ההשמנה בקרב מתבגרים ומהמדרג החברתי כלכלי, ניתן לאתר את האזורים בהם קיים צורך בקרב האוכלוסייה בקידום תכנית לעידוד פעילות גופנית. משילוב והצלבת הנתונים זוהו המקומות בהם קיים גם צורך וגם תשתית מתאימה לפעילות מסוג זה. חשוב לציין שתהליך מיתוג משמעותי ומוצלח בהיבט הבריאותי חייב להתבצע תוך שיתוף פעולה עם גופים ציבוריים העוסקים בתחומי בריאות הציבור והקהילה, ועם שיתוף הרשויות המקומיות.

1. חלק א' סקר הספרות

1.1 מבוא

עבודה זו כוללת סקר ספרות שמטרתו לבחון את הפוטנציאל של יערות, פארקים ואתרי נופש וספורט עממי כסביבות המקדמות אורח חיים בריא ופעיל בארץ ובעולם. לצורך כך נערכה סקירה מקיפה של הספרות המקצועית הבינלאומית על יערות, פארקים עירוניים ואתרי נופש וספורט עממי כסביבות המקדמות אורח חיים בריא ופעיל בארץ ובעולם תוך אפיון המקומות, דפוסי השימוש בהם, והמחקר שנערך בהקשר הבריאותי שלהם.

1.1 חשיבות הפעילות הגופנית לקידום בריאות הציבור

פעילות גופנית קבועה יכולה להפחית את הסיכון לתמותה מוקדמת, לתחלואה ולמגוון מצבי חולי, כגון: מחלות לב, סכרת, לחץ דם גבוה, סרטן, דיכאון, חרדה, ומשקל יתר (U.S. Department of Health and Human Services, 1996). רוב המשרות כיום כרוכות בשעות רבות של ישיבה, ולכן, פעילות גופנית בשעות הפנאי היא מרכיב חשוב בשמירה על הבריאות (Bedimo-Rung et al, 2005). בישראל, כמו גם במדינות מפותחות אחרות, מחלות כרוניות ואי פעילות גופנית מהווים בעיה משמעותית בבריאות הציבור. מנתוני סקר בריאות לאומי (משרד הבריאות, 2005) עולה כי 590 אלף ישראלים סובלים מהשמנת יתר ו-200 אלף סובלים מסוכרת. עוד עולה מהסקר כי פחות משליש מהישראלים מבצעים פעילות גופנית במידה מספקת לשיפור הבריאות. פעילות גופנית יכולה להתרחש במגוון סביבות, כמו פארקים, אשר לעיתים קרובות נגישים לציבור הרחב. כיום ידוע כי פארקים מספקים הזדמנויות טובות לפעילות גופנית (Frumkin, 2003).

1.1.2 יערות ופארקים כמרחבים פוטנציאליים לקידום אורח חיים בריא ופעיל

יערות ופארקים הינם שטחים פתוחים לא בנויים הנגישים לציבור והם בגודל מספק לפעילות גופנית. המנעד נע מפארקים מקומיים עירוניים ועד פארקים לאומיים ויערות. **ביקור פעיל** ביער או פארק מוגדר כביקור בו המבקר עושה פעילות גופנית מספקת התואמת את המלצות בריאות הציבור העדכנית דהיינו- לפחות 30 דקות של פעילות מתונה או לפחות 20 דקות של פעילות נמרצת.

יערות, פארקים וסביבות פנאי תוכננו במקור מתוך אמונה ששצ"פים תורמים לחיוניות הקהילה ולבריאות הפרט (Cross, 1990). מאז, רואים בהם סביבה אופטימאלית לעודד פעילות גופנית ברמה הקהילתית (Jacobs, 1961; Kaczynski & Bedimo-Rung, Mowen, & Cohen, 2005; Henderson, 2007). לאורך שנים פארקים מספקים אזורי פנאי לתושבי שכונות, והם מספקים הזדמנויות לקידום בריאות התושבים. עם זאת, מחקרים אחרונים מצאו שפארקים רבים לא ממצים את מלוא הפוטנציאל שלהם לפעילות גופנית.

Buchner & Gobster (2007) במאמרם סוקרים את האינטרס המשותף של ארגוני בריאות הציבור ושל ארגוני הפארקים ומרחבי הפנאי (recreational facilities) לעידוד פעילות גופנית. ברמה המוסדית, שני המגזרים שמו לעצמם מטרה בקידום פעילות גופנית ורואים בפארקים כמרכיב עיקרי להשגת היעד. בעוד

שימוש יתר בפארקים יכול גם להוביל להתדרדרותם, ביקור פעיל בפארקים לרוב מתאים למטרות הקיימות של פארקים ע"י הפחתת תנועה ממונעת.

סקטור הפארקים והפנאי מקדם פעילות גופנית כבר יותר ממאה שנה. אולם רק לאחרונה, פעילות גופנית נהייתה סוגיה משמעותית בבריאות הציבור. ניתן לטעון כי פעילות גופנית בפארקים יכולה לסתור מטרות אחרות של פארקים, כמו שימור הסביבה הטבעית או כ"מוזיאון טבעי" מאידך, פארק רב מטרתי (המאפשר גם פעילות גופנית) יכול לענות על כל המטרות יחדיו. לדוגמא- ביקור פעיל בפארק מסוים יכול להוביל את אותו אדם להתעניין בהיסטוריה וצמחייה בפארק.

בסקירה שפורסמה לאחרונה על הקשר בין פארקים לבין פעילות גופנית נמצא קשר חיובי בין ביקור בפארקים לבין פעילות גופנית (Kaczynski & Henderson, 2007). באחד מהמחקרים שנסקרו נמצא כי מי שהשתמש בפארק מדי חודש יש לו סבירות של פי ארבע שיעסוק בפעילות גופנית לפחות חמש פעמים בשבוע ליותר מחצי שעה (Deshpande, Baker, Lovegreen, & Brownson, 2005), וכך להגיע ליעד הפעילות הגופנית המומלצת. יתר על כן, Brownson (2001) מצא כי קיים קשר חזק בין עמידה בהמלצות לפעילות גופנית לבין שימוש בשבילי הליכה/ריצה בפארקים. ממצאים אלו מראים כי פארקים מהווים מרחב מתאים לעמידה ביעדי הפעילות הגופנית המומלצים.

1.1.3. מכלול היתרונות של יערות, פארקים ושצפ"ים

פארקים, מתקנים ושירותים של פארקים, מספקים מגוון הזדמנויות עבור הפרט, ויש להם גם השלכות חברתיות, כלכליות וסביבתיות (Driver et al, 1991, Crompton, 1999). דו"ח זה מתמקד ביתרונות הבריאותיים של פארקים כסביבה המספקת מגוון הזדמנויות לפעילות גופנית כאורח חיים (להלן: אורח חיים פעיל). יחד עם זאת, ישנם יתרונות חשובים נוספים לשימוש בפארקים אשר ראויים לציון, כמפורט להלן:

יתרונות לבריאות הפיסית

מחקרים קודמים עסקו בשימוש בפארקים לצרכי פנאי והתמקדו בהשפעה המטיבה של הפארקים בשיפור מצב רוח, הפחתה של מתח, ושיפור התחושה (Orsega-Smith, 2004). לצד זה, מגוון מרכיבים בתוך הפארק נמצאו בעלי קורלציה חיובית עם פעילות גופנית, כגון: הימצאות מתקני כושר במיקום נוח בתוך הפארק (Sallis et al, 1998), נגישות גבוהה למתקנים ושיעור רצון גבוהה מהמתקנים (Wilcox et al, 1997, MacDougall et al, 2000), התדירות בה רואים אחרים מתאמנים (King et al, 2000), והימצאות נוף נעים (Humpel et al 2002 Brownson et al, 2001).

יתרונות לבריאות הפסיכולוגית

בנוסף ליתרונות לבריאות הפיסית, נמצא כי יש קשר בין קרבה לסביבה טבעית לבין בריאות פסיכולוגית. התרומה של שטחים פתוחים לבריאות הפסיכולוגית נמצאה במגוון מחקרים, שנערכו בקרב מגוון אוכלוסיות, כגון: עובדים (Kaplan, 1993), סטודנטים (Cimprich & Tennessen, 1995), חולים בבתי חולים (Ulrich, 1984), נערות עירוניות (Taylor et al, 2002), ומשתכנים בדויר ציבורי (Kaplan, 2001). במחקרם של Ulrich & Addoms (1981), נמצא שסטודנטים מקבלים יתרונות משמעותיים

מהימצאות שטחים פתוחים כמו "תחושה של מרחב פתוח", "שינוי נוף", "מקום לברוח אליו". בנוסף לקרבה אל הפארק, גם לשימוש ישיר בו יש יתרונות פסיכולוגיים. במחקר שערכו Godbey & Blazey (1983) בקרב אוכלוסייה מבוגרת, נמצא כי חצי מהנבדקים דיווחו על מצב רוח טוב יותר אחרי הליכה מתונה בפארק. בנוסף More & Payne (1978) מצאו כי מבקרים דיווחו על רמות נמוכות יותר של חרדה ועצבות לאחר ביקור בפארק. Hull & Michael's (1995) מצאו כי ככל שהביקור בפארק ארוך יותר, כך אנשים דיווחו על פחות מתח. ככלל, מחקרים מראים כי הקשר בין פארקים לבין בריאות נפשית מתקיים הן במישרין והן בעקיפין בתיווך פעילות גופנית, כאשר פארקים מספקים הזדמנות לפעילות גופנית, אשר בתורה יכולה להוביל לשיפור הבריאות הנפשית.

יתרונות חברתיים

בפארקים מתרחשות אינטראקציות חברתיות, אשר קריטיות לחיזוק לכידות קהילתית, גאווה, והון חברתי (North et al, 1990). הון חברתי מוגדר כמערכות יחסים בין אנשים היוצרות פעילות פרודוקטיבית (Coleman, 1988). לפארקים יש תפקיד בחיזוק הון חברתי בכך שהם מספקים מקום מפגש בו אנשים יכולים לפתח קשרים חברתיים. Coley Et al (1997) מצאו כי בדיור ציבורי בשיקגו אנשים נוטים ללכת למקומות בהם יש נוף טבעי עם עצים, מאשר למקומות בהם אין נוף שכזה. מחקר דומה מצא כי חשיפה לשצ"פים ירוקים אצל קשישים נמצאת בקורלציה חזקה עם אינטגרציה חברתית (1998).

יתרונות כלכליים

שצ"פים יכולים לספק יתרונות כלכליים ישירים ועקיפים. מספר מחקרים מצאו כי שמורת טבע, פארק לאומי או אזורי הם בעלי קורלציה חיובית עם שווי הנכסים באזור (Schutjer & Hallberg 1968, Knetsch, 1964, Williams & Daniel, 1969, Hammer et al, 1974). עם זאת יש לקחת בחשבון כי פארק עירוני מוזנח יכול גם להוריד את שווי הנכס (Zerbst & Weicher, 1973).

יתרונות סביבתיים

פארקים גם משמרים ומטהרים את הסביבה (Crompton, 1999). זיהום אויר הוא מפגע בריאותי חמור אשר יכול לגרום לשיעול, כאבי ראש, גירוי בגרון, ריאות ועיניים, מחלות לב וסרטן. עצים באזורים עירוניים ממלאים תפקיד חשוב בהפחתת זיהום אויר ע"י קליטה של גזים. עצים עירוניים גם ממתנים טמפרטורה ומספקים צל (Nowak, 1994).

1.1.4. המודל הסוציו-אקולוגי כתיאוריה מכוונת ליערות מקדמי בריאות

בעבר, תיאוריות ופרקטיקות לקידום פעילות גופנית התמקדו במאפייני הפרט. גישות אלו התבססו על תיאוריות פסיכולוגיות והתנהגותיות שמטרתן להגביר את המוטיבציה של הפרט לביצוע פעילות גופנית. החל משנות ה-90 של המאה ה-20 חלחלה ההבנה שביצוע או אי ביצוע של פעילות גופנית מושפע ממגוון של גורמים מעבר למאפייני הפרט, שכוללים גורמים סביבתיים, חברתיים ותרבותיים החל מהרמה

הארצית ועל לרמה המקומית. כפועל יוצא, בשנים האחרונות הגישות של בריאות הציבור לעידוד פעילות גופנית לרוב מסתמכות על מודלים אקולוגיים, בעיקר המודל הסוציו-אקולוגי, אשר טוען שהתערבויות קורות בחמש רמות: תוך-אישית, בין-אישית, מוסדית, קהילתית וחברתית. המודל מניח שמידת ההצלחה בפיתרון בעיה רפואית (במקרה זה מחסור בפעילות גופנית) דורשת התערבות במספר רמות או בכל הרמות. לוח 1 מציג דוגמאות להתערבויות אפשריות ברמות השונות.

טבלה 1 דוגמאות להתערבויות לקידום פעילות גופנית ביערות ובפארקים על פי המודל הסוציו-אקולוגי

רמת התערבות	דוגמא להתערבויות לקידום פעילות גופנית
חברתית	תכניות הממומנות ע"י המדינה לפיתוח פארקים וצירים ירוקים כאלטרנטיבה תחבורתית
קהילתית	אסטרטגית מדיניות קהילתית אשר מייצרת גישה בטוחה אל פארקים ובתוכם. לדוגמא- שיפור תאורה ואבטחה.
מוסדית	אירועים לקידום ביקורים פעילים בפארקים בחינם
בין אישית	תכנית למבוגרים אשר בונה רשתות תמיכה חברתיות לעידוד ביקורים פעילים קבועים בפארקים (לדוגמא: קבוצות הליכה)
תוך-אישית	הדרכה לבניית כישורים וביטחון לפעילות גופנית בפארקים.

1.2. מטרות הדו"ח

במהלך הכנת הדו"ח התמקדנו במחקרים משני נושאים עיקריים:

- 1. סקירה של מדיניות ותוכניות התערבות במטרה לענות על השאלה:** כיצד ניתן למנף פארקים ויערות כסביבות מקדמות אורח חיים פעיל?
- 2. סקירה של מאפייני הפארק והפעילות בתוך הפארק במטרה לענות על השאלה:** איך אפשר לעודד ביקורים פעילים?

1.3. מתודולוגיה

1.3.1. מנועי חיפוש

לצורך חיפוש המאמרים נבחרו מנועי חיפוש בינ"ל לכל תחום לו נוגעת הסקירה. זאת בכדי לוודא שסקירת הספרות תהיה מקיפה, ושתשקף את הנושא על כל היבטיו.

1. מנועי חיפוש סביבתיים-

Urban Studies Abstracts •

Avery •

• RIBA

2. מנועי חיפוש בריאותיים/ בריאות הציבור-

• Pubmed

3. מנועי חיפוש ממדעי הספורט-

• Active Living Research Database

4. מנועי חיפוש אינטרדיסציפלינריים-

• Web of science

• Google scholar

1.3.2. שיטת החיפוש ומיון המאמרים

בכל המאגרים יושמה שיטת חיפוש אחת, בה נבחר צירוף של מילות מפתח מכל תחום. הצירוף כלל מילות מפתח מתחום הספורט, מתחום הסביבה ומתחום הבריאות.

אופן חיפוש זה נבחר מכיוון שניתן למצוא בו מאמרים העוסקים בכל שלושת התחומים- מנועי החיפוש הניבו תוצאות של מחקרים העוסקים באחת או יותר מהמילים של ספורט וגם באחת או יותר מהמילים של סביבה, וגם באחת או יותר מהמילים של בריאות.

תוצאות החיפוש הניבו מאות תוצאות. נערכה סקירה ממוקדת ע"י קריאת הכותרת ותקצירי המאמרים. נבחרו לקריאה מעמיקה רק המאמרים אשר עוסקים בנושא הרלוונטי¹.

מיון המאמרים בוצע על פי חלוקה לשלושה נושאים :

1. מחקרים על מדיניות/תוכניות התערבות לקידום בריאות בשצ"פ

2. מחקרים על סביבת השצ"פ ודפוסי פעילות בתוך השצ"פ

3. מחקרים על השצ"פ ושימוש בשצ"פ בהקשר העירוני

דו"ח זה עוסק בהעמקה רק בשני הנושאים הראשונים. ניתן להרחיב את סקירת הספרות גם לנושא השלישי במידת הצורך.

¹ תחילה נעשה חיפוש על יערות, אך נמצאו מעט מאוד מאמרים אשר עסקו ביערות ישירות. לכן, בעת בחירת המאמרים הורחב החיפוש לשטחים פתוחים, זאת תוך ניסיון ללמוד ולבדוק השלכות ליערות.

1.4. סקירת הספרות

1.4.1. סקירה של מדיניות ותוכניות התערבות לקידום בריאות בשצ"פ

הערכת תכניות

רוב המחקרים בתחום הפעילות הגופנית בשטחים פתוחים עוסקים בכמות הפעילות הגופנית בפארקים, ופחות בתכניות ומדיניות התערבות ואיך הם משפיעים על האוכלוסייה. בנוסף להבנה מעמיקה של תכונות הפארקים, קיים צורך בהבנת הפוטנציאל של תכניות מאורגנות להגברת השימוש בפארקים לפעילות גופנית. אמנם תכניות כאלו נמצאות בשפע, אך יש מעט מאוד מחקרים הבודקים את האפקטיביות שלהם (Hamilton, 2011). ניתן לעודד מבקרים בפארקים לעסוק בפעילות גופנית דרך פרסום (קמפיין תקשורתי) ודרך גישות סביבתיות (הגברת הנגישות לאזורים בטוחים לפעילות גופנית).

ארגון הפארקים הלאומיים בארה"ב (NPS – National Park Service) החליט להוציא לפועל שבעה פרויקטים ניסיוניים בכדי לבחון כיצד ניתן לשפר את הנגישות לפעילות גופנית. פרויקטים אלו הניבו מגוון תכניות להגברת הפעילות הגופנית של מבקרי הפארקים ו/או של תושבים וקהילות בסמיכות לפארק.

Hoehner et al במאמרו (2010), מייזג את התוצאות של שבע תכניות ההתערבות בפארקים לאומיים שנועדו להגביר את המודעות ליתרונות הבריאותיים הנובעים משימוש בפארקים לאומיים, ולהגביר את הפעילות הגופנית בהם. ניתוח הנתונים נעשה בעזרת דו"חות הערכה של 7 הפארקים המשתתפים ובעזרת סקר שבילים שנערך בשלושה פארקים.

הפרויקטים כללו שלושה פארקים ייעודיים וארבעה פארקים אורבאניים. הפרויקטים נועדו להשיג לפחות אחד מהיעדים הבאים:

1. להגביר את המודעות ליתרונות הבריאותיים בביקור בפארקים.
 2. להגביר את הפעילות הגופנית בקרב מבקרי הפארקים.
 3. להגביר את הפעילות הגופנית כאורח חיים.
- אוכלוסיית המבקרים בפארקים משתנה מפארק לפארק וכוללת בתוכה מבקרים קבועים, תיירים, מועסקים בקרבת הפארק ונוער. רוב ההתערבויות השתמשו בתקשורת לעודד שימוש בפארק או בשביליו על מנת ליהנות מהיתרונות הבריאותיים שנובעים משימוש בפארק וליהנות מהאטרקציות הייחודיות לו.

טבלה 2 סיכום רכיבי ההתערבות העיקריים בכל פרויקט.

פארק	סוג פארק	קהל יעד	מרכיבי ההתערבות	יעדי התוכנית
Acadia	ייעודי	מבקרים בפארק באופן כללי ותיירים מאתר תיירותי קרוב	פרסום בתקשורת המודפסת והאלקטרונית, אירוע פתיחה המעודד הליכה במסלול אשר מחבר בין העיר והאטרקציות בפארק.	1,2
Sitka	ייעודי	נוסעים בספינת תענוגות אשר עוצרים באזור	הודעות וורבאליות מפקחי הפארק, פרסום בדפוס המעודד ביקור בפארק באמצעות הליכה ברגל במקום בנסיעה	2
Zion	ייעודי	מבקרים בפארק באופן כללי	הודעות ורבאליות של עובדי הפארק, פרסום בדפוס ובתקשורת האלקטרונית לקידום שביל להולכי רגל ולאופניים	2
Point reyes	אורבאני	מבקרים בפארק באופן כללי	פרסום בתקשורת המודפסת המעודד שימוש ב-2 מסלולים נגישים המשמשים הרבה הולכים ורוכבי אופניים	1,2
C&O Canal	אורבאני	עובדים בעסקים בקרבת מקום	תכנית הליכה עם עדכונים מקוונים, תחרויות קבוצתיות, טיולים המועברים על ידי הפקחים, ופרסום מקוון המעודד הליכה בשביל מסוים.	1,2
Cuyahoga valley	אורבאני	תלמידי חטיבת ביניים בקהילה המקומית	עירוב הקהילה לפיתוח התכנית- בחירת השם שלה. תכניות פנאי ונופש- אירוע פתיחה, פעילויות שבועיות, פסטיבל. ופרסום מודפס ומשודר- על אוטובוסים, פסטיבלים, יריד בריאות.	1,2,3
Timucaun	אורבאני	צעירים מהעיר בגילאים 10-12	עירוב הקהילה בתכנון, הדגמה של קיאקים, פיקניקים, ותכנית הליכה אשר מובלת על ידי הפקחים.	1,2,3

בכל הפארקים דיווחו על יצירת שותפויות חדשות בין ה-NPS לבין גופים מסוגים שונים כגון ארגוני בריאות, בתי חולים וקהילות מקומיות. שני הפארקים אשר התמקדו בצעירים דיווחו על עלייה במודעות ליתרונות של פעילות גופנית. חמישה פארקים הראו עלייה בפעילות הגופנית הקשורה לתוכניות ההתערבות. החשיפה התקשורתית תרמה למודעות לחשיבות של פעילות גופנית ולמספר המבקרים הפעילים. מכך ניתן להסיק כי הפרויקטים הינם אפקטיביים. לסיכום, הרחבה, העתקה והתאמה של

פרויקטים אלו לישראל יכולה להוביל להזדמנות לשיפור השותפות בין בריאות הציבור ונופש/פנאי ולהגברה של פעילות גופנית.

Hamilton (2011) בוחנת במאמרה את האפקטיביות של תכנית הפארק לפעילות גופנית משפחתית, בעזרת שאלונים ותצפיות. לעיתים פארקים משמשים לאירועי ספורט או לקייטנות יום בקיץ. אך לאחרונה החלו קבוצות קהילתיות, ארגונים ללא מטרות רווח, ארגוני בריאות הציבור וצוותי הפארקים ליישם תכניות פארקים מקומיות (Librett et al, 2007). **בעוד ארגוני בריאות הציבור מנסים לעודד פעילות גופנית, ופארקים מנסים לעודד שימוש בהם, ישנו מקום לשיתופי פעולה באמצעות תכניות לעידוד פעילות גופנית.** אמנם תכניות כאלו נמצאות בשפע, אך יש מעט מאוד מחקרים הבודקים את האפקטיביות שלהם.

מטרת המחקר היא להעריך את האפקטיביות של תכנית פארק המיועדת למשפחות להגברת השימוש בפארקים ופעילות גופנית בהם. תכנית Family Fit Stop (FFS) היא תכנית אשר מטרתה לספק הזדמנויות לפעילות גופנית בחינם בארבעה פארקים בקינגסטון, קנדה. נערכו תצפיות בתקופה שתכנית FFS היתה מוצעת ובתקופה שהיא לא היתה מוצעת, בנוסף נערכו שאלונים. התכנית לא הביאה לעלייה משמעותית בשימוש בפארקים או ברמת הפעילות בהם. למרות שהיתה היענות לתכנית, רוב המשתמשים בתכנית היו אנשים המבקרים ממילא בפארק באופן קבוע ו/או פעילים גופנית. לסיכום, למרות שתכניות המופעלות בחינם בפארקים הם גישה מבטיחה לקדם פעילות גופנית של משפחות ולהגביר את השימוש בפארקים. יש לקדם את התכניות הללו בצורה ממוקדת לקהל היעד- אנשים שלא משתמשים בפארקים ואנשים שמשתמשים בהם שלא למטרות פעילות גופנית.

תצפיות על פעילויות מאורגנות בפארקים (אירועי ספורט או שיעורי התעמלות/יוגה/טאי צ'י) מראות כי יוזמות אלו מגבירות את השימוש בפארקים אך לא בהכרח את הפעילות הגופנית בהם, מכיוון שרוב האנשים צופים מהצד על פעילויות מסוג זה (Cohen et al., 2010). במחקר נוסף Parra וחב' (2010) בדקו את רמת הפעילות הגופנית בתכנית Academia da Cidade (Program) ACP, בברזיל, אשר מספקת שיעורי התעמלות בפארקים ללא עלות למשתמש. המחקר מצא כי בהשוואה לפארקים ללא תכנית ACP לאנשים בפארקים עם התכנית יש סבירות גבוהה יותר לעסוק בפעילות גופנית מתונה- מאומצת (64% לעומת 49%) ופעילות מאומצת (25% לעומת 10%). ממצאים חיוביים אלו הם השתקפות של הזמינות היומיומית של התכנית ושל המודעות אליה בקהילה.

היבטים כלכליים

המחקר של Humphreys & Ruseski (2007) מנתח את ההשתתפות בפעילות גופנית כפי שהיא עולה מתוך סקר לאומי בארה"ב, בהשוואה להוצאות המדינה על פארקים ואזורי נופש ופנאי. מחסור בפעילות גופנית היא בעיה רפואית חמורה בארה"ב. לבעיה זו ישנן השלכות כמו השמנת יתר ומוות מוקדם, ולאלה ישנם השלכות כלכליות על עלויות של טיפולים רפואיים. לכן, בשנים האחרונות ישנה מגמה של קידום פעילות גופנית. למרות מאמצים אלו עדיין יש אחוז נמוך יחסית של אנשים המגיעים ליעדי הפעילות הגופנית הממולצת בארה"ב (Hill et al, 2004). יתכן כי אי היעילות היחסית הזו נובעת מחוסר הבנה של הגורמים הכלכליים, החברתיים והסביבתיים המשפיעים על ההחלטה אם לעסוק בפעילות גופנית, ויש לערוך התאמה בין תכניות ההתערבות לקהל היעד.

במחקר הנ"ל הם בוחנים מידע מסקר שנערך ע"י BRFSS (Behavioral Risk Factor Surveillance System) ונתונים על השקעות ממשלתיות על פארקים ומרחבי פנאי, ואת השפעתם על ההחלטות לעסוק בפעילות גופנית מסוגים שונים.

מניתוח הנתונים עולים מספר תובנות חדשות לגבי ההחלטות לעסוק בפעילות גופנית. מהנתונים של ה BRFSS עולה כי קיימת הטרוגניות במאפיינים של השתתפות בחמש סוגים של קבוצות פעילות (פנאי בחוץ, פעילות בבית, ספורט קבוצתי, ספורט יחידני והליכה), כמו כן יש הבדלים בעלי השפעות של פקטורים כלכליים וסוציו-דמוגרפים של משתתפים בזמן שהם מקדישים לפעילויות הללו. הליכה היא סוג הפעילות הנפוץ ביותר, יותר מחצי מהמשתתפים אשר דיווחו שהם עוסקים בפעילות גופנית דיווחו כי הליכה היא הפעילות הראשונית או השנייה שלהם. מהתוצאות עולה כי השתתפות בהליכה גוברת עם הגיל, ולכן ניתן להתאים תוכניות המיועדות להגביר הליכה למבוגרים. השתתפות בספורט יחידני כמו ריצה או אימון מכשירים היא גם גבוהה יחסית, השתתפות בשאר סוגי הספורט היא נמוכה באופן יחסי. הקשר בין השתתפות בפעילויות אלו לגורמים כמו השכלה, מין, מצב זוגי, גזע ואתניות היא הטרוגנית וקשה לאבחון. בגלל ההטרוגניות של התוצאות, לאמצעי המדיניות המיועדים להגביר את ההשתתפות בפעילויות אלו תהיה אפקטיביות משתנה מכיוון שהם מופנים לכלל האוכלוסייה.

ההשפעה של שינויים בהשקעות של המדינה ושל השלטון המקומי על השימוש בפארקים ובמרחבי פנאי ועל ההשתתפות והזמן המוקדש לסוגים השונים של פעילות גופנית בפארק הוא מעורב. בשנים בהם ההשקעה לאדם עלתה היתה עלייה בזמן במספר המשתתפים בפעילות בחוץ, אך כמעט לא היתה השפעה על קבוצות הפעילות הנוספות (פעילות בבית, ספורט קבוצתי, ספורט אינדיבידואלי והליכה). היתה עלייה קטנה בזמן שמוקדש לספורט אינדיבידואלי, והתוצאות מראות בממוצע שעל כל תוספת של \$ 100 לאדם יתווספו 36 דקות שבועיות של ספורט אינדיבידואלי. עליה בהשקעה באותו הסכום (\$100) תגביר בממוצע את הפעילות הגופנית ב-450 דקות שבועיות. התוצאה הזו הגיונית מכיוון שפעילויות חוץ כוללות פעילויות הדורשות הרבה זמן כמו ציד, טיולים ושיט.

לסיכום, על מנת לעודד פעילות גופנית באמצעות השקעה כלכלית של המדינה או הרשות המקומית יש לערוך מחקרים ממוקדים על האוכלוסייה הספציפית ולערוך השקעה ממוקדת בקהל יעד מוגדר.

פנאי ושירותי פארקים

שירותי פארקים ופנאי הם מרכיב חשוב בכל מדינה מודרנית. הם נמצאים בכל הרמות מהמקומית ועד המדינה. במחקר מ-1992 נמצא כי 4 מתוך 5 אמריקאים משתמשים בפארקים. השתתפות בפעילויות פנאי או תכניות מסובסדות נעה מ--11% אצל מבוגרים (מעל גיל 76) עד ל-39% אצל צעירים (גילאי 15-20). ההוצאה הממשלתית על שירותי פארקים ופנאי ביחס לסך ההוצאות לאורך העשורים האחרונים נשארה קבועה. בשנים 1999-2000 ההוצאה לאדם היתה \$75. עם זאת, השקעות ממשלתיות לא מספקות תחזוקה לפארקים ולמתקנים שלהם. כתוצאה מכך המימון מגיע יותר ויותר מהשוק הפרטי. בשנים האחרונות המוקד נע מעיצוב פארקים לעיצוב לקידום אורח חיים בריא, בעיקר בנושא של פעילות גופנית והפחתת מתח. בעקבות כך, החלו שיתופי פעולה בין ארגוני פארקים לארגוני בריאות הציבור (Godbey et al, 2005).

אמצעי מדיניות וגורמים סביבתיים המשפיעים על פעילות גופנית בזמן הפנוי

אמצעי מדיניות וגורמים סביבתיים ברמה המקומות והלאומית יכולים להשפיע על קידום פעילות גופנית. לדוגמא, תחזוקה ושמירה על עצים יכולה לשמר את האטרקטיביות האסתטית של הפארק, ותורמת לפעילות הגופנית בו. ניתן לשפר נגישות על ידי מיקום של פארקים באזורים בהם יש ריכוזי אוכלוסייה גדולים ונראות טובה (Gobster, 2001). ניתן לנהל אינטראקציות מרחביות על ידי רגולציות ואיזור של פעילויות מסוימות. בנוסף, ישנן החלטות אדמיניסטרטיביות אשר יכולות לעודד פעילות גופנית כמו שינוי בשעות הפעילויות, תכניות, תמחור ושיווק של הזדמנויות, והגברת אכיפה משטרתית באזורים בעייתיים. התערבויות ברמת המדיניות יכולות לנבוע משותפויות בין גופי הנהלת הפארקים לבין גופים ממשלתיים ולא ממשלתיים אחרים. לדוגמא, שותפויות עם בתי ספר לארגון פעילויות בפארק בשעות הלימודים וגם לאחר שעות הלימודים יכולה לעודד פעילות גופנית. ניתן גם לעשות שיתופי פעולה עם משרדי אדריכלים ועיצוב על מנת להבין כיצד עיצוב משפיע על פעילות גופנית (Gordon et al., 1999).

קידום פעילות גופנית באמצעות מגזרים שונים

Buchner & Gobster (2007) במאמרם סוקרים את האינטרס המשותף של ארגוני בריאות הציבור ושל ארגוני הפארקים ואזורי הפנאי לעידוד פעילות גופנית. שני המגזרים פיתחו מודלים אקולוגיים בניסיון להבין את הגורמים והתוצאות של פעילות גופנית בפארקים. אינטגרציה בין דיסציפלינות של ניסיונות אלו יכולה להוביל להבנה טובה יותר של איך ביקורים פעילים מתאימים בתוך ההקשר הכללי של חוויית הפנאי ובמגוון היתרונות שפארקים מציעים. מהמאמר עולה כי קיימות מספר אסטרטגיות לשיפור שיתוף הפעולה בין ארגוני בריאות הציבור לבין ארגוני פארקים ופנאי. הגישות של בריאות הציבור לעידוד פעילות גופנית לרוב מסתמכות על מודלים אקולוגיים, בעיקר המודל הסוציו-אקולוגי, אשר טוען שהתערבויות קורות בחמש רמות: תוך-אישית, בין-אישית, מוסדית, קהילתית וחברתית.

המדריך הקהילתי לבריאות הציבור (Guide to community preventive services) ממליץ על מגוון דרכים לשיפור הפעילות הגופנית של האוכלוסייה. ההמלצה הרלוונטית לפארקים היא שיפור הנגישות למקומות בהם אפשר לעשות פעילות גופנית בשילוב עם הנגשת מידע. התערבויות לשיפור הנגישות כוללות בניית שבילי הליכה, בניית מתקני ספורט, או הסרת חסמים לגישה למתקנים קיימים. ב-10 המחקרים שנבחנו במדריך, שיפור נגישות בשילוב עם הנגשת מידע שיפרו את רמת הפעילות הגופנית של הקהילה בכ 25%. לדוגמא- מחקר על שבילי הליכה באזורים כפריים מצא כי 55% ממשתמשי השביל הגבירו את כמות ההליכה שלהם הכללית שלהם מאז שהם החלו ללכת בשביל. עם זאת, ישנם פערי מחקר רבים ודרוש שיתוף פעולה בין הסקטורים כדי להבין יותר טוב את הקשרים.

מגוון האפשרויות לקידום ביקורים פעילים בפארקים

גם ביקור בפארק למטרות שונות מאשר אימון גופני יכול להניב הזדמנות לפעילות גופנית. ישנם מבקרים המגיעים לפארקים במטרה לעסוק בפעילות גופנית, וחשוב שפארקים יספקו את המתקנים הדרושים לשם כך. עם זאת, יש לספק הזדמנויות לפעילות גופנית גם למבקרים שזוהי לא מטרתם העיקרית. לדוגמא, מבקרים הבאים לעסוק בצפרות יכולים להפוך את הביקור לפעיל בקלות רבה, על ידי הליכה בין מקומות

שונים בפארק בכדי לצפות בציפורים. פארקים יכולים לקדם פעילות גופנית ע"י שיפור או בנייה של תשתיות (סימוני מרחק או שבילים). להלן מקרה בוחן אשר מדגים פעולה כזו: בפארק לאומי ילוסטון ישנו גייזר מפורסם. בעבר, אנשים יכלו לחנות את רכבם בצמוד לגייזר ולראות אותו מתפרץ בזמן שהם יושבים ברכב. מאז הזיזו את מגרשי החנייה למרחק של כ- 500 מ' משביל היקפי חדש אשר מקיף את הגייזר. למרות שהזיזו את החניות כדי לשפר את התנועה, השביל ההיקפי גם שומר על הגייזר וגם משפר את הפעילות הגופנית של המבקרים. המבקרים שחונים והולכים בשביל ההיקפי הולכים בממוצע 35-40 דקות (בערך 3 ק"מ). בנוסף, מסלול לאופניים מאפשר לרוכבים גישה לגייזר.

מגוון האפשרויות לקידום ביקורים פעילים בפארקים כוללים אימון גופני, ספורט, נופש, תחבורה, משימות התנדבות ומשימות תעסוקתיות.

אימון גופני-

אימון גופני כולל בתוכו הליכה, ריצה ורכיבה על אופניים. מקטע בפארק לאומי בג'ורג'יה, ארה"ב מדגים איך שיפור הסביבה הטבעית יכול לתמוך באימונים גופניים. לפארק יש מסלולים היקפיים מישוריים באורך 3 או 5 ק"מ בנוסף לשבילים אחרים. בסמוך יש דרך היקפית נוספת עם מסלול אופניים המגיעה לכ- 8 ק"מ. בפארקים רבים יש קולרים לשתייה, שירותים, סימוני מרחק, ואף חוגי התעמלות. יתרון משמעותי למתקנים אלו הם העלות הנמוכה יחסית לאלטרנטיבה הפרטית, וכך מגבירים את הנגישות למגוון רחב יותר של אנשים.

ספורט-

פארקים יכולים לספק הזדמנויות לביקורים פעילים לצעירים ומבוגרים דרך השימוש במתקנים אתלטיים ומגרשי ספורט. על מנת למקסם את ההשפעה הבריאותית של המתקנים יש לדאוג לאיזון בין שימוש בלתי מוגבל במתקנים (דבר אשר יכול לגרום להם נזק) לבין הגבלה של השימוש (דבר אשר יכול למנוע שימוש של האוכלוסייה).

נופש-

צורות רבות של פעילות פנאי כמו קיאקים, טיפוס סלעים וצפרות כלולים בביקורים פעילים בפארקים. יש סוגים של פעילויות פנאי שיש בהם שילוב של פעילות גופנית ושל ישיבה, כמו פיקניק במרחק הליכה של 3 ק"מ מהרכב.

תחבורה-

פארק ליניארי מספק הזדמנות לתחבורה פעילה. פארק יכול גם להיות מחובר לדרכים שיש בהם שבילי אופניים, דבר המאפשר למבקרים לרכב לפארק במקום לנהוג אליו.

משימות התנדבות-

ישנם פארקים המסתמכים על מתנדבים המסייעים בתחזוקה, ולרוב הפעילות שלהם היא אקטיבית- גינון לדוגמא. למתנדבים שעבודתם היא בישיבה אפשר להציע גיוון בעבודות אשר יכללו גם עבודות פיזיות.

משימות תעסוקתיות-

לעובדים בפארק יש הזדמנויות לעבוד בעבודה שהיא אקטיבית מבחינה פיזית. פקחים יכולים לספק סיורים מודרכים ברגל, או לערוך סיורים באופניים.

מודל אינטגרטיבי

המודל מאחד בתוכו גישות משתי הסקטורים לדרך בה ניתן להגביר פעילות גופנית בפארקים, והוא כולל בתוכו את מאפייני הפארק שיש לשים דגש עליהם על מנת לעודד פעילות גופנית. המודל מדגיש כיצד מאפייני הפארק יכולים להשפיע על בריאות הפרט ע"י קידום ביקור בפארקים אשר יוצר ההזדמנות להשתתף בפעילות גופנית. באיור הבא ניתן לראות תרשים של המודל.



איור 1 מודל אינטגרטיבי. מקור: Buchner & Gobster (2007)

1.4.2 סקירה של מאפייני הפארק והפעילות בתוך הפארק

מחקרים על מבקרים פעילים בפארק:

Reed et al (2012) במאמרם בוחנים את הדמוגרפיה של משתמשי פארקים ב-18 פארקים במישיגן, ואת דפוסי הפעילות הגופנית שלהם בפארקים אלו. השימוש בפארקים נבחן על ידי השיטה להתבוננות במשחק ונופש בקהילות SOPARC (System for Observing Play and Recreation in Communities), נבחן האם יחס הגברים-נשים בפארקים זהה ליחס באוכלוסיית מישיגן, האם היחס בין הלבנים-אחרים זהה ליחס הקיים במישיגן, והאם קבוצות הגיל שנצפו זהות לקבוצות הגיל הקיימות באוכלוסייה במישיגן. מהתצפיות עולה כי יותר ילדים נצפו מקבוצות גיל אחרות, רוב המשתמשים בפארק נצפו הולכים או עוסקים בפעילות נמרצת לעומת מנוחה. יש מעט לבנים אשר משתמשים בפארקים ביחס לגודל שלהם באוכלוסייה, והרבה מוצאים אתניים אחרים ביחס לגודל שלהם באוכלוסייה. לסיכום, פיתוח של יותר פארקים יכול לעזור לשיפור הפעילות הגופנית אצל קבוצות מיעוט.

מאמר אחר בחן האם בעלי כלבים הם יותר פעילים מבחינה גופנית (Temple et al, 2011). בחנו את השימוש בשישה פארקים ציבוריים בויקטוריה, קנדה, במזג אויר סביר ובמזג אויר סגרירי, לפי שיטת SOPARC. בעזרת התאמות של השיטה, נבדקו סוגי פעילות גופנית אצל משתמשים בפארק ואת קיום או

היעדרות של כלב. ההערכה לקחה בחשבון את מאפייני הפארק. יותר אנשים ללא כלבים (73%) ביקרו בפארקים מאשר אנשים עם כלבים (27%) בחודשי הקיץ. עם זאת, כאשר מזג האוויר התדרדר בעלי כלבים המשיכו לבקר בפארקים והתמידו בהליכות יותר מאשר אנשים ללא כלבים. לסיכום, כלבים מעודדים הליכות בתנאי מזג אוויר שונים.

מחקר נוסף בחן את השימוש של האוכלוסייה הלטינית בפארקים ציבוריים בארה"ב (Cronan et al, 2008). הם עשו זאת על ידי בחינה של מחקר של ה- USDA שנערך לאורך שנים במספר אתרים, על שימוש של האוכלוסייה הלטינית בפארקים ציבוריים בלוס אנג'לס, מיניאפוליס ושיקגו. יותר מ-50% מהאוכלוסייה אשר נבדקה השתמשה בפארקים לפעילות גופנית, סוג הפעילות מושפעת גם ממין הנבדק. יתר על כן, קרוב לחצי מהנבדקים הלכו לפארקים עירוניים, ומעט מאוד הלכה לפארקים לאומיים או אזוריים. לסיכום, האוכלוסייה הלטינית משתמשת בפארקים עירוניים לפעילות גופנית וחברתית. בהמשך המאמר מפרטים על דרכים להגביר פעילות גופנית תוך לקיחה בחשבון של שונות מגדרית.

מאמר נוסף בחן כיצד שצ"פ שכונתי משפיע על איכות החיים בהקשר של תחושת השביעות רצון מהחיים, בריאות ופעילות בחוץ (הליכה) אצל מבוגרים (Sugiyama, 2008). לצורך המחקר נערך סקר רוחבי אשר אסף מידע מ-284 אנשים מעל גיל 65 החיים בבריטניה. המשתנה המסביר היה תכונות של שצ"פ שכונתי-בטיחות, איכות נתיבים לשצ"פ, ומרחק מהשצ"פ, והמשתנה המוסבר היה אלמנטים הקשורים לאיכות חיים- בריאות, תחושת שביעות רצון מהחיים, והליכות. תוצאות הסקר מראים שמידת הבטיחות והנעימות בשטחים פתוחים הינם בעלי קורלציה חיובית עם תחושת הסיפוק מהחיים אצל אנשים מבוגרים, וכך גם המרחק משטחים פתוחים. ואילו איכות הנתיבים לשטחים הפתוחים קשורה להתנהגות ולהליכות. עם זאת, תכונות השצ"פ לא הראו קשר עם המצב הבריאותי של התושבים.

למרות שברור שפארקים הם סביבות תומכות לעידוד פעילות גופנית ובריאות אצל תושבים, יש פחות בהירות לגבי אילו תכונות של פארקים משפיעים על התנהגויות אלו. עד היום נערכו הרבה מחקרים בנושא של גודל הפארק, הנגישות אליו ותחושת הביטחון האישי בו. עם זאת, הממצאים ממחקרים אלו הם לא מובהקים, ומכאן שהנושא מורכב ודורש מחקר מעמיק יותר.

תכונות פנימיות של פארקים-

אנשים בוחרים לבקר או לא לבקר בפארקים בגלל המיקום או העיצוב של פארקים, אבל גם בגלל מה שיש לפארק להציע. נמצא כי הקמה של מתקנים לפעילות גופנית או שיפור מתקנים קיימים יכולה להגביר את כמות האנשים שפעילים גופנית לפחות 3 פעמים בשבוע ב-25% (Centers for Disease Control and Prevention, 2005).

לכן, חקירה נוספת של תכונות אלו יכולה להוביל להבנה מעמיקה יותר של השפעת התכונות הללו על התנהגות הפעילות הגופנית של האנשים.

שיטות מדידה-

מחקרים על תכונות פארקים מסתמכים בעיקר על תיאוריה, מתודולוגיה מעורבת, וממצאי סקרים (Bedimo-Rung et al, 2005, Kaczyski & Henderson, 2007, McCormack et al, 2010).

בנוסף, עולה הצורך בכלי תצפית יותר ישירים למדידת תכונות של פארקים ורמת פעילות גופנית בהם, כתגובה לצורך הזה נוצרו הכלים: **SOPARC** (System for Observing Play and Recreation in Communities) ו**EARPS** (Environmental Assessment of Public Recreational Spaces).

מאפיינים ושירותים-

במחקרים שנערכו עד כה נמצא כי הימצאות או היעדר של מאפיינים מסויימים ושירותים משפיעים על השימוש בפארקים ועל פעילות גופנית. לדוגמא: Kaczynski וחב' (2008) מצאו שבפארקים עם יותר מאפיינים יש סבירות של פי 7 שישתמשו בהם לפעילות גופנית. בנוסף לכמות המאפיינים והשירותים, מחקרים החלו לסווג אותם. נמצא כי שבילים סלולים, מגרשי ספורט, ובריכות שחייה קשורים באופן משמעותי לרמת הפעילות הגופנית בפארקים. במחקר בקנדה נמצא שבפארקים עם שבילים סלולים יש סבירות של פי 26 לשימוש בפארק לפעילות גופנית מאשר בפארקים ללא שבילים כאלו. בנוסף, מצאו כי שילוב של תשתיות בנויות יעודיות לספורט (מגרשי ספורט לדוגמא) ושל תשתיות בדרגת בינוי נמוכה (שבילי הליכה ואופניים לדוגמא) חשוב לעידוד פעילות גופנית בפארקים (Reed et al., 2008, McCormack et al., 2010). ברמת המיקרו, נמצא כי שירותים הקשורים למשחק כמו מגרשי משחקים, בריכות שכשוך ונדנדות משפיעים גם הם לחיוב על רמת הפעילות הגופנית בפארקים (Colabianchi, Swayampakala, 2011 Maslow, & Hamilton, 2011 צוטט ע"י).

מצב וניקיון-

למרות שנערכו מעט מחקרים אשר בוחנים את איכות השירותים וניקיונם, נמצא כי סביבות אסתטיות מעודדות יותר פעילות גופנית, בעוד שליקויים בשירותי הפארק ומתקנים מוזנחים נוטים להרתיע מפעילות גופנית בפארק (Heinrich et al., 2007; McCormack et al., 2010).

Hamilton (2011) בדקה במחקרה את השימוש ורמת הפעילות הגופנית בפארקים באמצע שבוע בקיץ ואת הקשר שלהם לצורת הפארק וסוגי מתקני הנוחיות בו, צורת הפארק ומצב מתקני הנוחיות בו, צורת הפארק וניקיון המתקנים בו וסוג השכונה הסובבת את הפארק (עירונית לעומת פרברית). המתודולוגיה כללה שימוש בשיטות SOPARC וEARPS לצפייה ב-14 מאפייני פארקים הנמצאים ב-6 בפארקים שכונתיים (3 פרבריים ו-3 עירוניים), כל מדידה נערכה 4 פעמים ביום, 3 פעמים בשבוע במשך 6 שבועות.

פארקים עם יותר בריכות שכשוך, בריכות, שבילים ומגרשי משחקים יכולים לעודד יותר שימוש בפארק ורמת פעילות גופנית גבוהה יותר. יתר על כן, ביצוע של בדיקות חודשיות, תחזוקה ותיקונים לשיפור מצב וניקיון המתקנים מסייעים לפעילות גופנית מוגברת.

מחקר נוסף בחן האם שינויים בסביבה הפיסית משפיעים על פעילות גופנית. במחקר נבדק האם שיפורים בפארק בויקטוריה, אוסטרליה גרמו לעלייה בפעילות הגופנית בפארק (Veitch et al, 2012). המחקר נעשה בעזרת תצפיות בשני פארקים (פארק ההתערבות ובפארק ללא התערבות) על שימוש בפארק בשלוש נקודות זמן שונות: T1 (אוג 2009) - נקודת ההתחלה, T2 (מרץ 2010) - לפני השיפור, T3 (אוג 2010) - אחרי השיפור. בכל נקודת זמן נערכו שלוש תצפיות באורך שעה וחצי, במשך תשעה ימים. בפארק ההתערבות

היתה עלייה משמעותית במספר משתמשי הפארק (א=1,235, א=3,985), כמו כן, מספר האנשים שנצפו הולכים בפארק עלה (א=1,155, א=2,369), ומספר האנשים שעסקו בפעילות נמרצת גם עלה (א=1,38, א=3,257). בפארק ללא התערבות מספר האנשים אשר משתמשים בפארק ירד, ומספר האנשים שנצפו הולכים או עוסקים בפעילות נמרצת נשאר קבוע. לכן, שיפור תכונות בפארק שכונתי יכול להוביל להגברה בשימוש בו לפעילות גופנית.

סקירות הספרות בתחום פעילות גופנית בפארקים עירוניים לרוב כוללות ממצאים כמותיים, המאמר הבא ביקש לבחון את המחקר האיכותני בנושא. רוב המחקרים האיכותניים מסתמכים על ראיונות חצי-מובנים או קבוצות מיקוד. הסינתזה של המחקר מתיישרת עם המחקר הכמותי ומראה שתכונות הכוללות בטיחות, אסתטיקה, נוחיות, רמת תחזוקה, וקרבה הם חשובים לעידוד שימוש בפארקים. יתר על כן, המחקר האיכותני מצביע על כך שישנו קשר בין שימוש בפארקים לבין תפישות של הסביבה החברתית והפיסית. על כן, מאפיינים פסיים של פארקים והתפישות של המאפיינים הללו יכולים להשפיע על דפוסי פעילות גופנית.

אוכלוסיית המחקר במחקרים שנסקרו היא הטרוגנית, ונעה בין קבוצות מחקר ספציפיות (נשים, ילדים) לבין משתמשי הפארק באופן כללי. מתוך הסקירה עולה כי יש מספר מאפיינים אשר השפיעו לחיוב ולשלילה על השימוש בפארקים. עם זאת, החשיבות של המאפיינים הללו משתנה בהתאם לאוכלוסיית המחקר (McCormack et al, 2010). בסקירת הספרות של מקורמק ושות' (McCormack et al, 2010) נמצאו מגוון גורמים שיכולים לעודד פעילות בפארקים מחד, וגורמים שיכולים להוות חסם בפני פעילות בפארקים, מאידך. הגורמים הללו חולקו לחמש קבוצות כמפורט להלן:

טבלה 3 מאפיינים/מתקנים

משפיעים לחיוב +	משפיעים לשלילה -
1. שבילים: מגוון שבילים שונים/מעניינים; שבילי הליכה ואופניים; שבילים רציפים ומעגליים 2. מרחבים ותשתיות לפעילות פנאי ספורטיבית: פארקים ידידותיים למשפחות (כוללים מתקנים אשר מתאימים למשחק וריצה של ילדים); מקום למשחקי המתאים למגוון גילאים; מתקני שעשועים (עם משטח תחתיהם); מגוון של הזדמנויות לפנאי- מגרשים למשחקי כדור; מתקנים לריצה, אופניים וסקי; מקום לספורט;; עצים לטפס עליהם; משחקים מאתגרים/מעוררים; שיחים למחבואים; בריכות שכשוד; שבילים מאתגרים / שטח משתנה	1. מרחבי פעילות ברמה ירודה: מגרשי משחקים מיושנים; אין נדנדות; מגוון לא מספק; ציוד משחקים שלא מותאם לכל הגילאים; משחקים משעממים/לא מאתגרים; מרחב קטן מידי למשחקים וספורט ילדים גדולים; 2. היעדר נוחיות: אין שירותים; אין מתקני שתייה; מחסור בעצים מצלים; אין מספיק מקומות מוצלים; 3. פארק קטן

	3. מרחבים ומתקנים לחיות מחמד: פחים/שקיות לבעלי כלבים; מקורות מים לכלבים; פחים/שקיות לבעלי כלבים; מקורות מים לכלבים; מקום לשחק עם כלב; מגוון של הזדמנויות לפנאי- מגרשים למשחקי כדור, חד"כ; 4. מקומות למפגש חברתי והירגעות: מקומות מפגש; מקומות ישיבה; מדשאות גדולות; מגוון עיצובים לשטחים הפתוחים; מזרקות מים; ספסלים 5. מקומות לאכילה: ברביקיו, שולחנות פיקניק 6. סביבה פיסית: גודל הפארק, קווי מתאר טופוגרפיים; מדרגות; גבעות; 7. שילוט: שילוט ידידותי למשתמש 8. נוחיות: שירותים 9. יעדי מסחר: חנויות
--	---

טבלה 4 מצב הפארק- רמת תחזוקה, ניקיון

משפיעים לחיוב +	משפיעים לשלילה -
1. תחזוקה: ציוד ושלטים מצב תחזוקתי טוב, שירותים משודרגים, הגברה בתחזוקה. 2. ניקיון: שירותים נקיים	1. תחזוקה: לא מתוחזק טוב, מגרשי משחקים הרוסים, שבילי הליכה באיכות נמוכה, קרקע לא מיושרת, צמחייה שגדלה יתר על המידה, גרפיטי, מחסור בשימור של המדשאות, בטון בקוע, מחסור ברשתות במגרשים, מחסור בדשא. 2. ניקיון: צואת כלבים, פסולת, פחים מלאים מידי

טבלה 5 נגישות

משפיעים לחיוב +	משפיעים לשלילה -
1. סמיכות: במרחק הליכה מהבית, קרבה למגורים, מקומי, ממוקם נוח, ממוקם קרוב לשבילי הליכה יומיומיים. 2. גישה: עוד פארקים	1. סמיכות: פארק רחוק מהבית, פארקים שהם לא במרחק הליכה 2. גישה: שעות גישה מוגבלות, חייבים לנהוג לפארק, גישה לא טובה לאזורים לכלבים, לא נגיש בקלות.

טבלה 6 אסתטיקה

משפיעים לחיוב +	משפיעים לשלילה -
1. חי וצומח: גינות מטופחות, אגמים, ציפורים, עצים, עצים ושיחים אטרקטיביים, נוף, חי טבע, גינות, דשא, עציצים, חזוקת צמחייה, קולות טבע, פרחים 2. אחר: צבעוניות, אויר צח, קולר לשתייה, ניקיון, חדרי שירותים נקיים.	1. חי וצומח: צואת כלבים, חיי טבע, 2. אחר: ונדליוזם, גראפיטי, זיהום קולי, אדים, ערפל, פסולת.

טבלה 7 בטיחות

משפיעים לחיוב +	משפיעים לשלילה -
1. גורמים פיסיים: תאורה, גידור סביב אזורים למשחק עם הכלב, אזורי משחק רכים עם דשא, גדרות סביב משחקי מגרשים. 2. גורמים אנושיים: אבטחה, נוכחות משטרתית בפארקים, רחובות קרובים עם תנועה מופחתת, חברת אבטחה.	1. גורמים פיסיים: מחסור בתאורה, שבילים מבודדים זכוכית, מפולות. 2. גורמים אנושיים: ילדים מבוגרים, תנועה כבדה, קרבה לרחוב עמוס, נוכחות של כלבים, חסרי בית, אלימות, פשע, אופניים שנוסעים באותם שבילים, טרדות מגברים, הטרדות, גנבים, שבילים מבודדים, סחר בסמים, שברי זכוכית, סירנות, מפולות, זרים, בני נוער.

1.5 ממצאים סיכום והמלצות

מסקירת הספרות לעיל עולה כי על מנת לעודד קידום פעילות גופנית ביערות ובפארקים יש לנקוט במגוון אסטרטגיות ברמות שונות, החל מהרמה המקומית ועד לרמה הלאומית. להלן עיקרי ההמלצות העולות מסקירת הספרות:

1.5.1 יצירת סביבה פיסית המעודדת פעילות גופנית ביער/פארק:

- מגוון אלמנטים בתוך היער/פארק יכולים לעודד פעילות גופנית בקרב המשתמשים, כדלקמן:
- **מצב הפארק** – תחזוקה וניקיון שוטף ביער ובמתקניו הינם חיוניים לעידוד פעילות גופנית.
 - **נגישות וזמינות** – נגישות גבוהה של הפארק ומתקניו במרחב ובזמן הינם חיוניים לעידוד פעילות גופנית. הימצאות הפארק במרחק הליכה מאזורי מגורים ופתיחת הפארק לציבור ברוב שעות היום, והימצאות גורמי אכיפה (פקחים, שיטור קהילתי) בפארק בשעות הפעילות בחושך.
 - **מתקנים** – מגוון מתקנים יכולים לעודד פעילות גופנית בפארק, כגון: **שבילים** (שבילי הליכה ו/או אופניים רציפים ו/או מעגליים); **מרחבים ותשתיות לפעילות פנאי ספורטיבית** (מגרשי משחקים, מגרשי ספורט, בריכות שכשוד, מסלולי מכשולים וכיו"ב); **מרחבים ומתקנים לחיות מחמד** (פינות שתייה לכלבים, מגרשי משחקים לכלבים, שקיות לבעלי כלבים); **מקומות למפגש חברתי והירגעות** (פינות ישיבה, מקומות מפגש, מדשאות גדולות, מגוון עיצובים לשטחים הפתוחים; מזרקות מים); **מקומות לאכילה** (ברביקיו, שולחנות פיקניק)

- **סביבה פיסית:** גודל הפארק, קווי מתאר טופוגרפיים; מדרגות; גבעות;
- **יעדי מסחר:** חנויות
- **סביבת מידע** – שילוט יכול לעודד פעילות גופנית, למשל: הנחיות שימוש במתקני כושר, מידע לאורך מסלול לגבי מספר הקילומטרים שהצועד הלך.
- **ביטחון ובטיחות: גורמים פסיים** (תאורה, גידור סביב אזורי למשחק עם הכלב, אזורי משחק רכים עם דשא, גדרות סביב משחקי מגרשים); **גורמים אנושיים** (אבטחה, נוכחות משטרתית בפארקים, רחובות קרובים עם תנועה מופחתת, חברת אבטחה).
- **אסתטיקה: חי וצומח** (גינות מטופחות, אגמים, ציפורים, עצים, עצים ושיחים אטרקטיביים, נוף, חיי טבע, גינות, דשא, עציצים, חזוקת צמחייה, קולות טבע, פרחים) **ואלמנטים אחרים** (צבעוניות, אויר צח, קולר לשתייה, ניקיון, חדרי שירותים נקיים).

1.5.2 קידום פעילות גופנית ביערות ובפארקים "בדלת האחורית"

הסביבה של יערות ופארקים מספקת הזדמנויות למגוון פעילויות מלבד ספורט ואימון גופני. ניתן לעודד פעילות גופנית בהקשרים שונים ביער על ידי ניהול אינטראקציות מרחביות והפעלת רגולציות ואיזור של פעילויות מסוימות. באופן זה, ניתן לעודד פעילות גופנית בעקיפין – אגב פעילויות אחרות, כמפורט להלן:

- **נופש** - ניתן לעודד פעילות גופנית במסגרת נופש ביערות ובפארקים על ידי מיקום מוקדי עניין כגון נקודות תצפית או פינות ישיבה לפיקניק הרחק ממקומות חנייה לרכב (וכמובן סלילת שביל המחבר בין החנייה למוקד העניין)
- **תחבורה** - יער או פארק ליניארי הממוקם בלב ישוב מספק הזדמנות לתחבורה פעילה באמצעות הליכה ו/או רכיבת אופניים ליעדים יום-יומיים. פארק יכול גם להיות מחובר לדרכים שיש בהם שבילי אופניים, דבר המאפשר למבקרים לרכב לפארק במקום לנהוג אליו.
- **משימות התנדבות** - ניתן לעודד פעילות גופנית בקרב מתנדבים אשר עוזרים בתחזוקת היער/פארק, על ידי הצעת עבודות הכוללות מאמץ פיסי כגון גינון או אף הדרכה
- **משימות תעסוקתיות** - לעובדים בפארק יש הזדמנויות לעבוד בעבודה שהיא אקטיבית מבחינה פיזית. פקחים יכולים לספק סיורים מודרכים ברגל, או לערוך סיורים באופניים.
- **חיות מחמד** – ניתן לעודד פעילות גופנית בקרב בעלי כלבים על ידי מיקום מגרשי משחקים לכלבים הרחק ממגרשי חניה וכן לתכנן את מגרשי המשחקים לכלבים באופן המעודד פעילות גופנית תוך כדי משחק עם הכלב.
- **תחומי עניין שונים** – ניתן לעודד פעילות גופנית בקרב המבקרים בפארק לצורך עניינים שונים על ידי מיקום מוקדי עניין כמו תחנות תצפית לציפורים, הרחק ממגרשי חנייה ולאורך שבילים

1.5.3 התאמת התוכנית לקהל היעד

הנטיה בדרך כלל היא לכוון תוכניות לעידוד אורח חיים פעיל ביערות לקהל הרחב. יחד עם זאת חשוב במיוחד למקד תוכניות לאוכלוסיות יעד מוגדרות. לדוגמא- משפחות עם ילדים קטנים, בני נוער, קשישים וכו'. יש להבחין בין תוכניות המיועדות לאנשים שממילא מגיעים לפארק לבין תוכניות המיועדות למשוך ולעודד קהלים חדשים. מומלץ גם לתת את הדעת לאוכלוסיות אשר עבורן הפעילות הגופנית הינה משמעותית ביותר כגון – אנשים שלא מבצעים פעילות גופנית או אנשים שידם אינה משגת להתאמן באופן מאורגן במסגרת פרטית. הנכונות לעבוד במגוון אזורים עם אוכלוסיה הטרונגית ממגזרים שונים, זהויות אתניות שונות ורמות הכנסה נמוכות, מגבירה את הנכונות לשיתוף הפעולה בין גורמים ממשלתיים לבין תושבי הקהילה. זאת מכיוון שמדובר במקומות בהם אי השוויון הבריאותי הוא המשמעותי ביותר והפרויקטים והשינויים במדיניות הם הנחוצים ביותר. על מנת לוודא התאמת התוכנית לקהל היעד יש לערוך מחקרים מקדימים לזיהוי צרכי האוכלוסיה.

1.5.4 שיתופי פעולה רב-מגזריים לקידום פעילות גופנית ביערות

- מומלץ ליצור שותפויות רב-מגזריות- שותפויות שכאלו נמצאו כבעלות יכולת לגייס תקציבים משמעותיים לפרויקטים הקשורים ליערות ופארקים.
- יש להקדיש זמן רב לתכנון ולבניית מערכות יחסים בין השותפים – תהליכים אלו נמצאו כשלב מכריע בהצלחת תוכניות
- שיתופי פעולה בין ארגוני יערות ופארקים לבין ארגוני בריאות הינם חיוניים לקידום פעילות גופנית בפארקים וביערות לאור האינטרס המשותף לשני המגזרים (לדוגמא- שיתוף פעולה עם קופות חולים, בתי חולים, עמותות ואגודות העוסקות בבעיות בריאות ספציפיות כמו האגודה למלחמה בסרטן, עמותת לב ללב וכד')

1.5.5 שיווק ופירסום

- החשיפה התקשורתית תורמת רבות למודעות לחשיבות של פעילות גופנית ולמספר המבקרים הפעילים ביערות. ניתן לפרסם את היערות ופוטנציאל הפעילות שלהם במגוון ערוצים, כדלקמן:
- מומלץ לקיים אירועי ספורט לציבור הרחב שבמהלכם הציבור מוזמן לבצע פעילות גופנית יחידנית או קבוצתית במרחבי היער/שצ"פ
 - בתוך הפארק מומלץ לפרסם הודעות וורבאליות למבקרים וכן להפיץ פרסום בכתב (באמצעות עלונים)
 - בקרב תושבי הסביבה מומלץ לפרסם את היער ומתקניו בתקשורת המקומית ובתקשורת האלקטרונית, כולל הנחיות הגעה ומידע על מתקני הפארק

2. חלק ב' ניתוח ומיפוי יערות ואתרי קק"ל כיערות מקדמי בריאות

2.1 מבוא ושלבי העבודה

לאחר השלמת סקירת הספרות, והבנת הגורמים אשר מעודדים פעילות גופנית בקרב מבקרים בשטחים ציבוריים פתוחים, נערך שלב ב' של המחקר, אשר כלל ניתוח וסיווג רב פרמטרי של יערות קק"ל על סמך הממצאים מסקירת הספרות. המתודולוגיה שפותחה לצורך ניתוח זה מאפשרת זיהוי של **הפוטנציאל** לקידום פעילות גופנית בכל יער מחד גיסא, ואיתור של אזורים בהם קיים **הצורך** הגדול ביותר לקידום פעילות, מאידך גיסא. בעזרת הצלבה של נתונים אלו, ניתן יהיה לדעת איפה כדאי מבחינת תשתיות קיימות לקדם תכנית לעידוד פעילות גופנית. בנוסף, על סמך סיווג היערות, ניתן יהיה לזהות בקלות מה צריך לפתח ביערות השונים כדי להפוך אותם למתאימים לפעילות גופנית. חלק זה של המחקר כולל את השלבים הבאים:

חלק 2.2- בניית מסד נתונים, ניתוח וסיווג רב פרמטרי של יערות ואתרי קק"ל על סמך הממצאים מסקירת הספרות.

חלק 2.3- טיוב הנתונים ממקורות מידע נוספים (שכבת החניונים, אתרי אינטרנט).

חלק 2.4- מיפוי הנתונים ב-GIS.

חלק 2.5- ניתוח הממצאים בשילוב עם נתוני השמנה של מתבגרים ומדרג חברתי כלכלי.

2.2 בניית מסד נתונים, ניתוח וסיווג רב פרמטרי של יערות ואתרי קק"ל על פי קריטריונים של סביבות מקדמות בריאות

2.2.1 מתודולוגיה

ראשית, היה צורך בבניית מסד נתונים. לצורך כך נעשה סיווג של אתרי קק"ל על בסיס המידע הפתוח לציבור מתוך דף האינטרנט של קק"ל אשר מרחיב על יערות, פארקים ואתרי נופש². באתר נמצאים 49 אתרי קק"ל אשר סווגו לפי שם, סוג, והמרחב והאזור הגיאוגרפי בו האתר נמצא (לפי הגדרות קק"ל).

על מנת להעריך את המידה שבה יערות קק"ל מהווים סביבות מקדמות בריאות הוגדרו שלושה קריטריונים:

1. תשתיות פנאי וספורט - שבילי הליכה, שבילי אופניים, מתקני משחק, מתקני נופש פעיל.
2. שירותים תומכים לפעילות גופנית - שילוט, סימון שבילים, מרכז מידע, שירותים, מי שתיה, סככה ושולחנות.

² [/http://www.kkl.org.il/forestsearch](http://www.kkl.org.il/forestsearch)

3. מוקדי עניין אשר יכולים לעודד פעילות גופנית ב"דלת האחורית" - נחל, מעיין, ארכיאולוגיה, צפרות, גשרים, מצפורים, פסלים ועוד.

קריטריונים אלו נבעו מסקר הספרות, שהראה שלושת המשתנים הנ"ל נמצאו כמעודדים פעילות גופנית ביערות/שטחים פתוחים במחקרים שונים.

בנוסף לשלושת המשתנים/קריטריונים הנ"ל, נבחנו סוגיות של נגישות האתר - כניסה בתשלום, שעות פעילות, ומספר כניסות.³

2.3 עיבוי ואימות מאגר הנתונים

מכיוון שהיערות והאתרים המופיעים אתר האינטרנט של קק"ל מהווים לרוב רק חלק מתוך יער גדול יותר, עלה הצורך לוודא האם יש ביער הסטטוטורי עוד מתקנים אשר מעודדים פעילות גופנית מאשר מה שפורסם באתר האינטרנט.

לצורך כך, נבדקה שכבה הכוללת מידע לגבי אתרים נקודתיים ביערות קק"ל (KKL_PublicSites_Dec2013.shp). כל הנקודות בתוך היערות שנבחנו נבדקו, ואם היה מידע נוסף כמו שולחנות, שירותים, מי שתיה, מתקני נופש פעיל ועוד, המידע התווסף למאגר הנתונים הקיים לגבי היער.

בנוסף, אומת המידע לגבי שבילי אופניים באתר e ירוק⁴, שבו יש פירוט על שבילי אופניים.

2.3.1 ממצאים

סה"כ נסקרו 49 יערות ואתרים של קק"ל, מתוכם 22 באזור הצפון, 18 באזור המרכז, ו-17 באזור הדרום.

האתרים אשר נסקרו הינם מסוגים שונים. על פי הגדרות קק"ל: כ-45% (26) מהאתרים הם מסוג יער, כ-40% (23) הם אתרים מסוג פארק, כ-5% (3) הם אתרים מסוג דרך, והשאר הם אתרים מסוגים שונים.

תשתיות פנאי וספורט, שירותים תומכים לפעילות גופנית ופעילות ב"דלת האחורית"

נבחנו 9 סוגים של תשתיות פנאי וספורט: שבילי הליכה, שבילי אופניים, מתקני ספורט/נופש פעיל, מתקני משחק ועוד. המתקן הנפוץ ביותר הינו שבילי הליכה (קיים ב-46 יערות המהווים 94% מכלל היערות שנסקרו), לאחר מכן, בסדר יורד, מתקנים אחרים היו: שולחנות (ב-38 אתרים המהווים 78% מהאתרים שנסקרו), מי שתיה (ב-38 אתרים המהווים 78% מהאתרים שנסקרו), מתקני משחק (ב-37 אתרים המהווים 76% מהאתרים שנסקרו) שילוט/סימון שביל (ב-34 אתרים המהווים 69% מהאתרים שנסקרו), שירותים (ב-31 אתרים המהווים 63% מהאתרים שנסקרו), שבילי אופניים (ב-25 אתרים המהווים 51% מהאתרים שנסקרו), מתקני ספורט/נופש פעיל (ב-15 מתקנים המהווים 31% מהאתרים שנסקרו), וסככה

³ רוב המידע סווג בצורה בינארית (1- קיים באתר, 0- לא קיים באתר).

⁴ <http://www.eyarok.org.il>

(ב-6 אתרים המהווים 12% מהאתרים שנסקרו). בנוסף למתקנים הנ"ל, קיימים ביערות ובאתרים מתקנים אחרים אשר הוגדרו כ"אחר" כמו מסלול הליכות בריאות, מגרשי ספורט ועוד.

טבלה 8 תשתיות ביערות ומתקני קק"ל אשר נבחנו

מספר אתרים	שביל הליכה	שולחנות	מי שתיה	מתקני משחק	שילוט	שירותים	שבילי אופניים	ספורט/נופש פעיל	אחר	סככה
מספר אתרים	46	38	38	37	34	31	25	15	8	6
אחוז מאתרים	94	78	78	76	69	63	51	31	16	12

פעילויות/אתרים מיוחדים:

ב-48 מהאתרים המהווים כ-98% מכלל האתרים שנסקרו כללו פעילויות/אתרים מיוחדים. מבין פעילויות/אתרים המיוחדים: נמצאו חורבות, מצפורים, מעיינות, ממצאים ארכיאולוגיים ועוד.

פעילויות בתשלום:

ב-5 מהאתרים (המהווים 10% מהאתרים שנסקרו) ישנם פעילויות מסוימות הכרוכות בתשלום.

שעות פעילות וקהל יעד:

ב-10 מהאתרים המהווים 20% מהאתרים שנסקרו, צוינו שעות פעילות, לרוב למתקנים מסוימים בתוך האתר כמו מוזיאון, מודיעין או סיור מודרך. ב-9 אתרים המהווים 18% מהאתרים שנסקרו, צוין שהאתר מיועד לכל המשפחה, בשאר האתרים לא צוין.

הנתונים אשר נאספו סווגו לקבוצות:

תשתיות פנאי וספורט

- שבילי הליכה
- שבילי אופניים
- מתקני משחק
- מתקני נופש פעיל.
- אחר: מסלול הליכות בריאות, מגרשי ספורט ועוד.

שירותים תומכים לפעילות גופנית

- שילוט
- סימון שבילים

- מרכז מידע
- שירותים
- מי שתיה
- סככה
- שולחנות

פעילות ב"דלת האחורית":

- נחל
- מעיין
- ארכיאולוגיה
- צפרות
- גשרים
- מצפורים
- פסלים
- ועוד.

ההתייחסות לקבוצה השלישית, פעילות בדלת האחורית, תורחב בהמשך הדו"ח בחלק ג' העוסק בפוטנציאל המיתוגי של יערות קק"ל כסביבות מקדמות בריאות.

2.4 מיפוי הנתונים ב-GIS

2.4.1 התאמת היערות והאתרים לשכבת ה-GIS

השלב הבא כלל התאמה של המידע מהסיווג שנערך בשלבים א' וב' למידע של שכבת ה-GIS של יערות קק"ל (KKL_ForestStands_Apr2013), כך שניתן יהיה לערוך את הניתוח המרחבי.

השלב הזה התברר כמורכב מכיוון שלא נמצאה התאמה מלאה בין הגדרת היערות באתר האינטרנט של קק"ל לבין החלוקה הסטטוטורית שלהם (כפי שמוצגת בשכבת ה-GIS), הן בהיבט של שמות האתרים והן בהיבט של גודל ומיקום האתרים⁵.

לכן, בשל חוסר התאמה זו, נעשתה התאמה ידנית לכל אתר ואתר. כלומר, המיקום של כל אתר נמצא במקורות מידע חיצוניים (אתרי אינטרנט נוספים ו-Google maps), זאת במקביל לחיפוש בשכבת היערות של קק"ל ישות פוליגונאלית מתאימה מבחינת המיקום.

⁵ מכיוון שיש יערות שיש להם יותר משם אחד, ו/או באתר האינטרנט יש להם שם שונה מהשם הסטטוטורי שלהם, השם השני שלהם יצויין בסוגריים כאשר הם מוזכרים במהלך העבודה.

לבסוף, לרוב האתרים סווג יער או פארק המתאים לו בשכבת היערות. אך ברוב המקרים, היער/פארק שפורסם באתר האינטרנט של קק"ל מהווה רק חלק מתוך יער גדול יותר (לדוגמא- פארק ירושלים מהווה חלק מיער ירושלים).

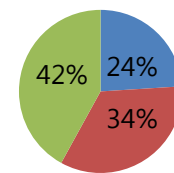
2.4.2 אתרי קק"ל לניתוח

איור 2 מציג את האתרים אשר נבחרו לניתוח מתוך המידע הפתוח לציבור (אתר האינטרנט של קק"ל) ואחרי ההתאמה המרחבית והשמית שנעשתה עליהם (סה"כ 49 אתרים).

ניתן לראות בגרף שעיקר האתרים נמצאים במחוז צפון (ע"פ הגדרות הקק"ל), ובסדר יורד במרכז ובדרום.

פיזור היערות בארץ

■ צפון ■ מרכז ■ דרום



השלב הבא כלל מתן ציון לכל יער על בסיס הקטגוריות שהוגדרו (שירותים תומכים לפעילות גופנית, שירותי פנאי וספורט, ומוקדי עניין אשר יכולים לעודד פעילות גופנית ב"דלת האחורית"). כל יער קיבל ציון על בסיס סכימה של מספר הפעילויות הקיימות בו.

לאחר מכן, נבנו מפות על סמך ציונים אלו אשר מאפשרות זיהוי של יערות בעלי פוטנציאל (מבחינת מתקנים קיימים) להיות יערות מקדמי בריאות ופעילות גופנית.

2.4.3 תשתיות פנאי וספורט



איור 2 היערות לניתוח

בסקר הספרות נמצא כי ישנם מגוון מתקנים אשר יכולים לעודד פעילות גופנית בפארק, כגון: שבילים (שבילי הליכה ו/או אופניים רציפים ו/או מעגליים), מרחבים ותשתיות לפעילות פנאי ספורטיבית (מגרשי משחקים, מגרשי ספורט, מסלולי מכשולים וכיו"ב). האתרים והיערות בהם יש מספר גבוה של מתקנים סווגו כבעלי פוטנציאל גבוה לקידום פעילות גופנית, ואתרים בעלי מעט מתקנים סווגו כבעלי פוטנציאל נמוך לקידום פעילות גופנית.

המתקנים אשר נבחנו הם⁶:

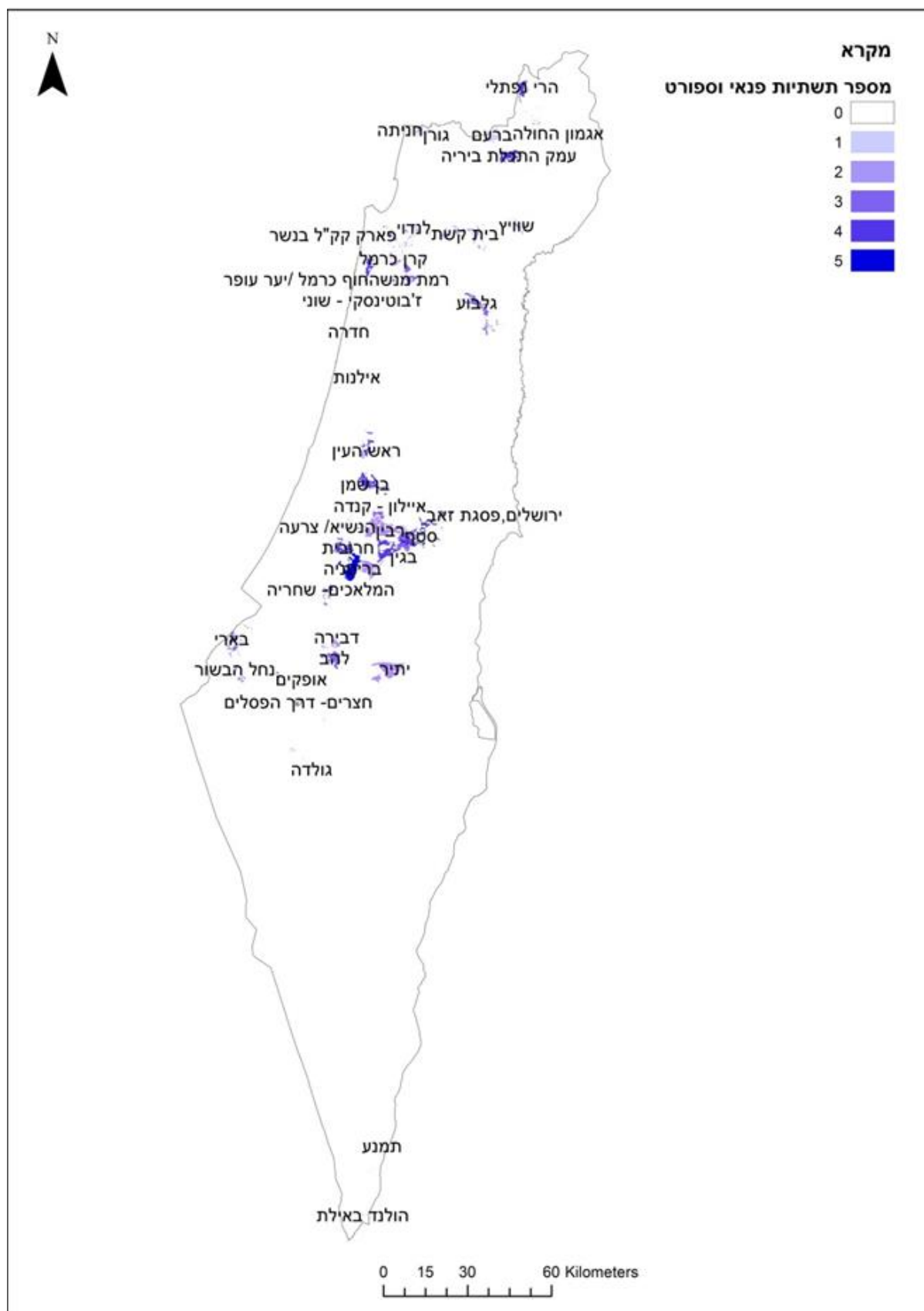
- שבילי הליכה
- שבילי אופניים
- מתקני משחק
- מתקני נופש פעיל.
- אחר: מסלול הליכות בריאות, מגרשי ספורט ועוד.

ממוצע מתקני התשתיות פנאי וספורט הגבוה ביותר נמצא במרכז (3.12), לאחר מכן בדרום (2.50) והנמוך ביותר בצפון (2.43)

האתרים עם הציון הגבוה ביותר (ציון 5 מתוך 5) הם בריטניה (משואה), ירושלים פסגת זאב (ירושלים), ונחל באר שבע (באר שבע). על כן, מבחינת תשתיות פנאי וספורט, אלו הם האתרים בעלי הפוטנציאל הקיים הגבוה ביותר לקידום פעילות גופנית בתוכם.

האתרים בעלי הציון הנמוך ביותר (1 ו-0 מתוך 5) הם אדמית (אילון), גורן, חולדה, אילנות, גולדה (רביבים), ברעם, חדרה, ודרך הפסלים (חצרים). על כן, מבחינת תשתיות פנאי וספורט, אלו הם האתרים בעלי הפוטנציאל הקיים הנמוך ביותר לקידום פעילות גופנית בתוכם.

⁶ את פירוט הנתונים ניתן לראות בנספח ב



איור 3 מפת תשתיות פנאי וספורט

2.4.3 שירותים תומכים

כפי שצוין בסקירת הספרות, נמצא כי ישנם מספר אלמנטים אשר יוצרים סביבה פיזית המעודדת פעילות בתוך היער⁷. כך למשל, נמצא כי מקומות אכילה ושילוט ידידותי למשתמש משפיעים לחיוב על השימוש ביער לפעילות גופנית. האתרים והיערות בהם יש מספר גבוה של שירותים תומכים סווגו כבעלי פוטנציאל גבוה לקידום פעילות גופנית, ואתרים בעלי מעט שירותים תומכים סווגו כבעלי פוטנציאל נמוך לקידום פעילות גופנית.

השירותים אשר נבחנו הם :

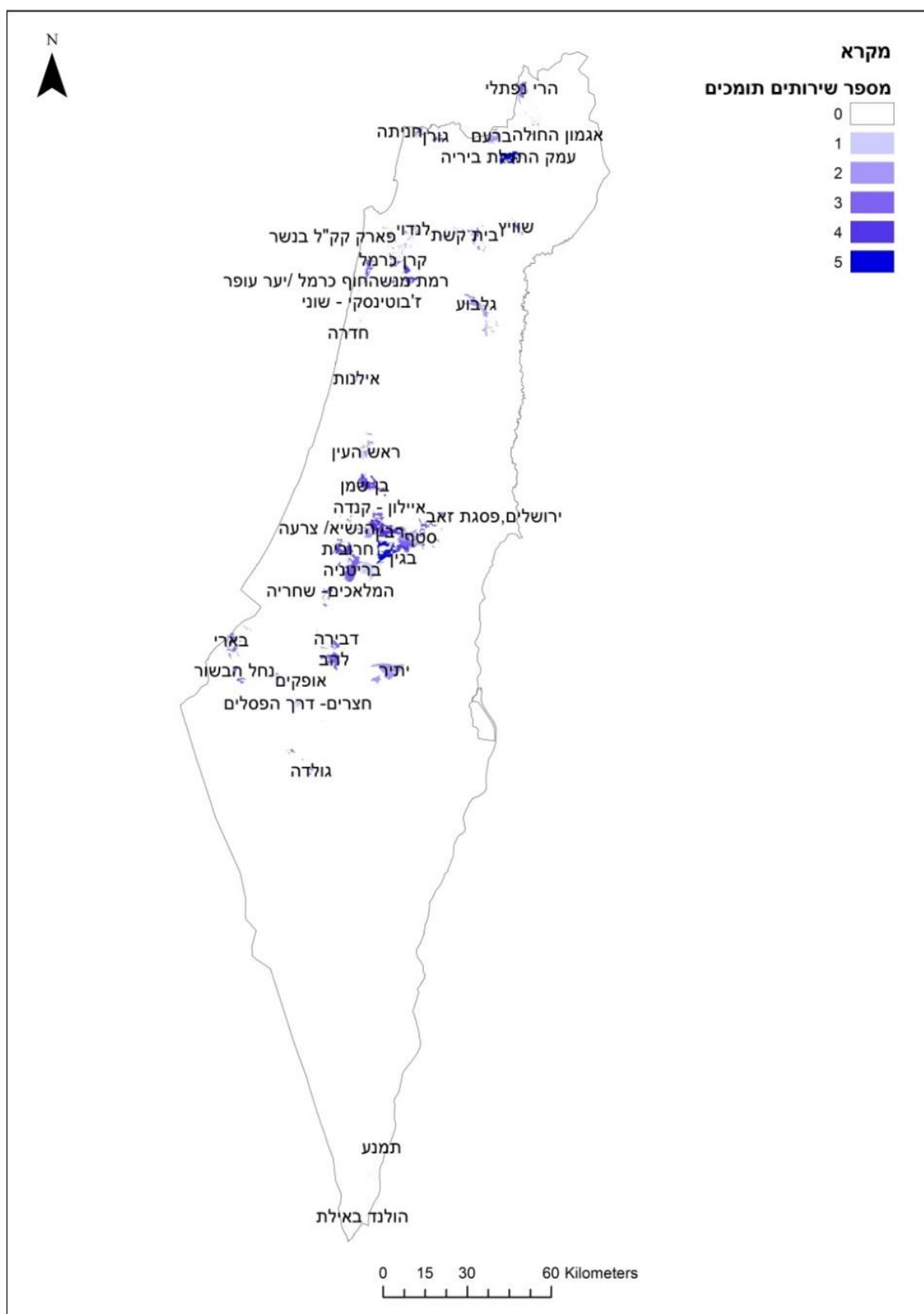
- שילוט
- סימון שבילים
- מרכז מידע
- שירותים
- מי שתיה
- סככה
- שולחנות

ממוצע השירותים התומכים הגבוה ביותר הוא במחוז מרכז (3.35), לאחר מכן בצפון (3) ולאחר מכן בדרום (2.58).

האתרים בעלי הציון הגבוה ביותר (ציון 5 מתוך 7) הם עמק התכלת (ביריה), בר גיורא (עצמאות ארה"ב) ומטע (עצמאות ארה"ב). על כן, מבחינת תשתיות תומכות, אלו הם האתרים בעלי הפוטנציאל הקיים הגבוה ביותר לקידום פעילות גופנית בתוכם.

האתרים בעלי הציון הנמוך ביותר (ציון 1 מתוך 7) הם יערות ציפורי, עדולם-צרפת, חדרה, הולנד באילת (אילת), ודרך הפסלים (חצרים). על כן, מבחינת תשתיות תומכות, אלו הם האתרים בעלי הפוטנציאל הקיים הנמוך ביותר לקידום פעילות גופנית בתוכם.

⁷ את פירוט הנתונים ניתן לראות בנספח ג'



איור 4 מפת שירותים תומכים

2.4.5 מוקדי עניין ב"דלת האחורית"

הסביבה של יערות ופארקים מספקת הזדמנויות למגוון פעילויות מלבד ספורט ואימון גופני.⁸ ניתן לעודד פעילות גופנית בהקשרים שונים ביער על ידי ניהול אינטראקציות מרחביות והפעלת רגולציות ואיזור של פעילויות מסוימות. באופן זה, ניתן לעודד פעילות גופנית בעקיפין. למשל, דרך תחומי עניין. האתרים והיערות בהם יש מספר גבוה של מוקדי עניין סווגו כבעלי פוטנציאל גבוה לקידום פעילות גופנית, ואתרים בעלי מעט מוקדי עניין סווגו כבעלי פוטנציאל נמוך לקידום פעילות גופנית.

מוקדי עניין אשר יכולים לעודד פעילות גופנית ב"דלת האחורית"-

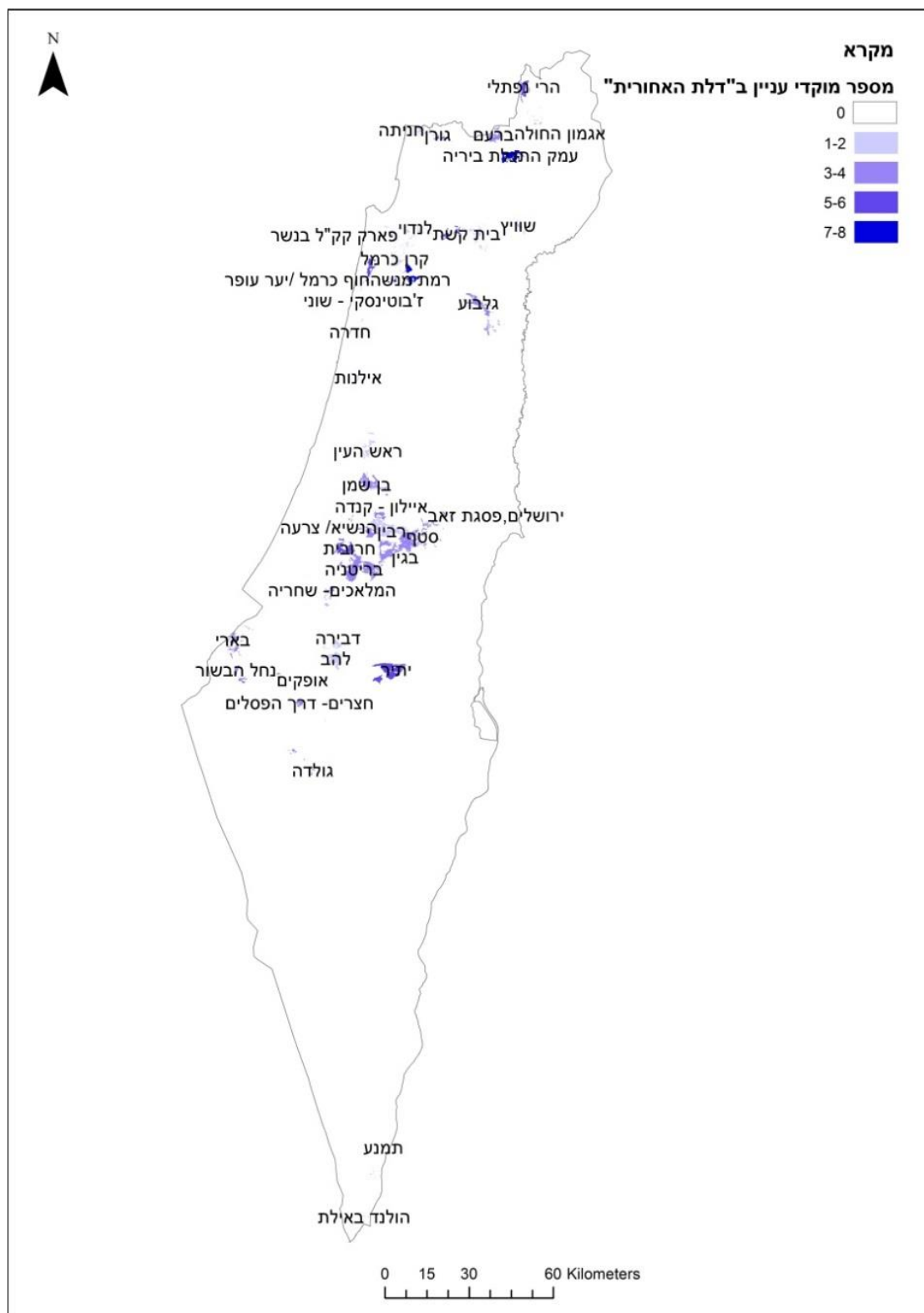
- נחל
- מעיין
- ארכיאולוגיה
- צפרות
- גשרים
- מצפורים
- פסלים
- ועוד.

ממוצע מוקדי העניין הגבוה ביותר נמצא בצפון (3.9) לאחר מכן במרכז (3.35), והנמוך ביותר בדרום 3.08.

האתרים בעלי הציון הגבוה ביותר (ציון 8 מתוך 8) הם עמק התכלת (ביריה), ורמת מנשה (הזורע, דליה ומשמר העמק). על כן, מבחינת מוקדי עניין ב"דלת האחורית", אלו הם האתרים עם הפוטנציאל הקיים הגבוה ביותר לקידום פעילות גופנית בתוכם.

האתרים בעלי הציון הנמוך ביותר (ציון 8 מתוך 8) הם רבין (אשתאול והקדושים), שוויץ (טבריה), דבירה, לנדוי (אלונים) והולנד באילת (אילת). על כן, מבחינת מוקדי עניין ב"דלת האחורית", אלו הם האתרים עם הפוטנציאל הקיים הנמוך ביותר לקידום פעילות גופנית בתוכם.

⁸ את פירוט הנתונים ניתן לראות בנספח ד'



איור 5 מפת מוקדי עניין ב"דלת האחורית"

2.5 ניתוח השימוש ביערות לאור הקריטריונים של סביבות מקדמות בריאות

לאחר סיום הניתוח של היערות עצמם, החל הניתוח של המשתמשים ביערות.

2.5.1 אוכלוסייה וטווח השירות של היערות

מסקירת הספרות ניתן להסיק כי ריכוזי אוכלוסייה מהווים תנאי מקדים לשימוש ביערות באופן יום יומי לצורך פעילות גופנית.

על כן, שלב זה כלל הצלבה של נתוני אוכלוסייה עם טווח השירות המידי של היערות.⁹

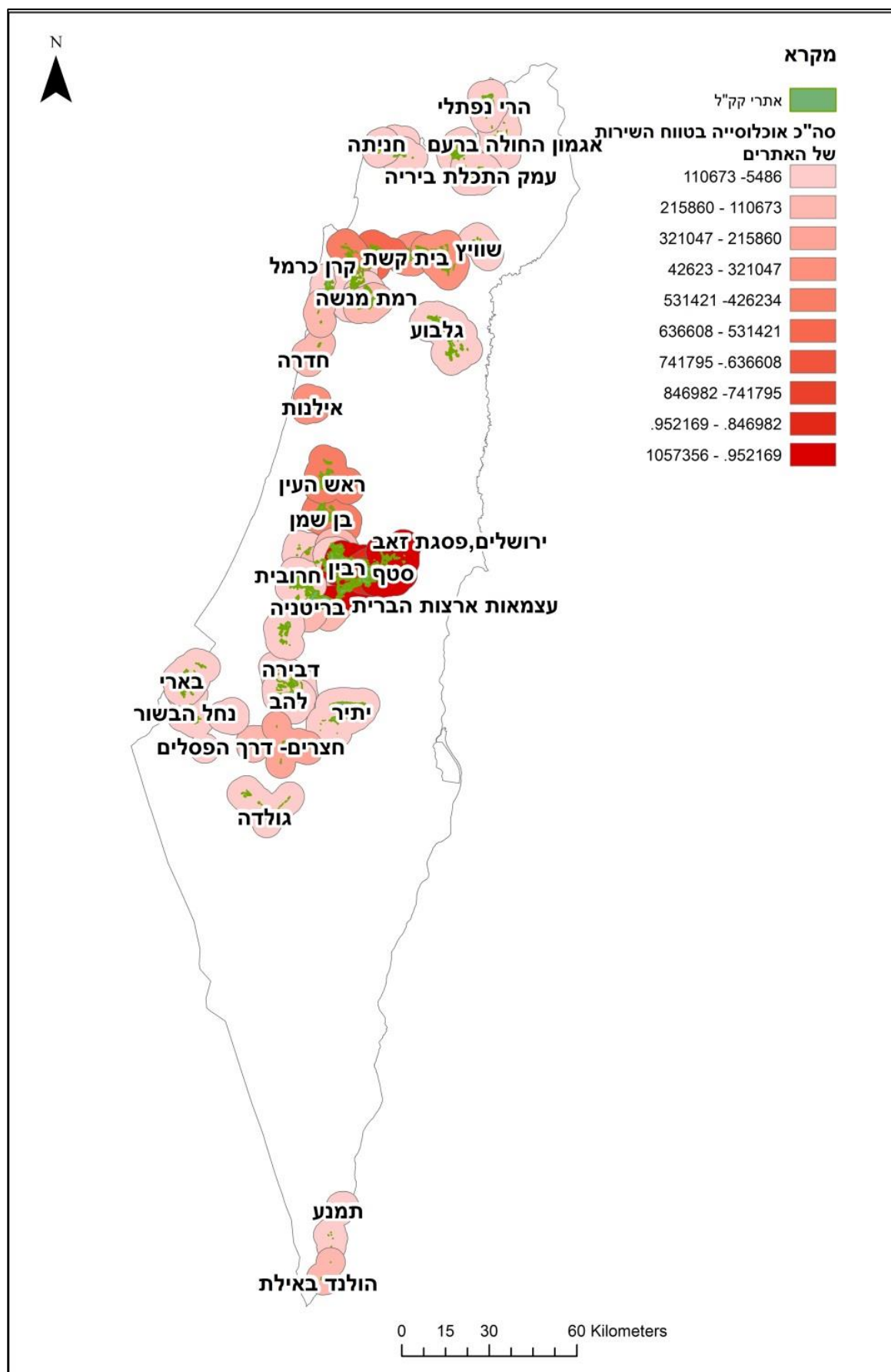
מספר התושבים בישובים שנכנסו לתוך טווח השירות של היערות נסכמו.

טווח שירות לשימוש יומי של היערות- עד 5 ק"מ בקו אווירי.

האתרים עם גודל האוכלוסייה המשמעותי ביותר בטווח השירות שלהם (מעל 900 אלף תושבים) הם עמינדב, רבין (הקדושים), פסגת זאב (ירושלים), ועצמאות ארצות הברית (מטע). על כן, אלו הם האתרים שמבחינת כמות האוכלוסייה, יש בהם את הצורך הגבוה ביותר ביערות מקדמי בריאות ופעילות גופנית.

האתרים בהם יש הכי מעט תושבים (פחות מ-10,000 תושבים) בטווח השירות שלהם הם גודלה (רביבים), נחל הבשור ובארי. על כן, הפוטנציאל שלהם לשימוש יומי לפעילות גופנית רלוונטי עבור יחסית מעט אנשים.

⁹ את פירוט התוצאות ניתן לראות בנספח ה'



איור 6 מפת אוכלוסייה בטווח השירות של הערות

2.5.3 מדרג חברתי כלכלי של האוכלוסייה וטווח השירות של היעירות

כחלק מהמסקנות מסקירת הספרות עולה כי מומלץ לתת את הדעת לאוכלוסיות אשר עבורן הפעילות הגופנית הינה משמעותית ביותר כגון – אנשים שלא מבצעים פעילות גופנית או אנשים שידם אינה משגת להתאמן באופן מאורגן במסגרת פרטית. על כן, נבחן המדרג החברתי כלכלי¹⁰ (בין 1-20) של טווח השירות של היעירות (5 ק"מ).¹¹

היבטים מרכזיים המרכיבים את הרמה החברתית-כלכלית של תושבי יחידה גאוגרפית הם :

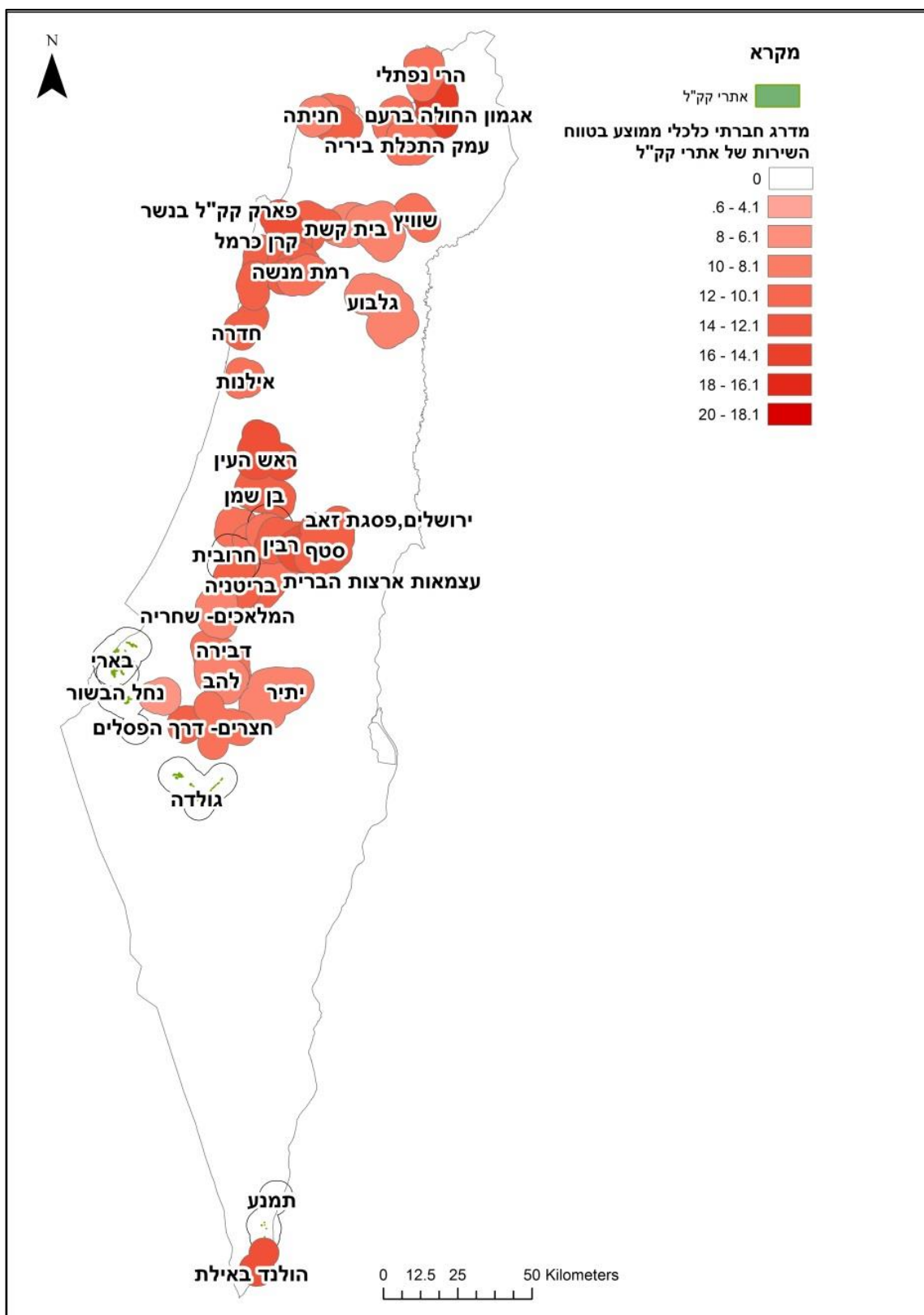
- המקורות הכספיים של התושבים.
- תחום הדיור - צפיפות, איכות ושאר מרכיבים בתחום זה.
- ציוד הדירה - כגון מזגן, מחשב אישי ווידאו.
- רמת מינוע - הן כמותית והן איכותית.
- חינוך והשכלה.
- מאפייני תעסוקה ואבטלה.
- מצוקות חברתיות-כלכליות מסוגים שונים.

האתרים אשר בהם נמצא הממוצע הגבוה ביותר (מדרג חברתי כלכלי מעל 12 מתוך 20) בגין (ביתר), הולנד (אילת), סטף, ראש העין (הכ"ח), עמינדב וגורן. כלומר, יתכן שיש שם יותר אוכלוסייה אשר יכולה לבצע פעילות גופנית באופן פרטי.

האתרים עם הדירוג הממוצע הנמוך ביותר הם המלאכים (שחריה), עמק התכלת (ביריה), ואופקים. על כן, יתכן ולהם יש את הצורך הגבוה ביותר בפעילות גופנית ללא תשלום, ואלו הם יעירות ואתרים אשר יש לתת להם דגש בקידום פעילות גופנית ביעירות ואתרי קק"ל.

¹⁰ את פירוט התוצאות ניתן לראות בנספח ה'

¹¹ חלק מהאתרים קיבלו את הממוצע 0, כלומר אין עליהם נתונים. כדי לא להטות את התוצאות, אתרים אלו לא נכללו בחישוב.



איור 7 מפת מדרג חברתי כלכלי בטווח השירות של הערות

2.5.4 השמנה בקרב מתבגרים

קובץ מעודכן (מינואר 2013) המכיל נתונים על BMI של מתבגרים שחולץ מבסיס הנתונים של מכבי שירותי בריאות.

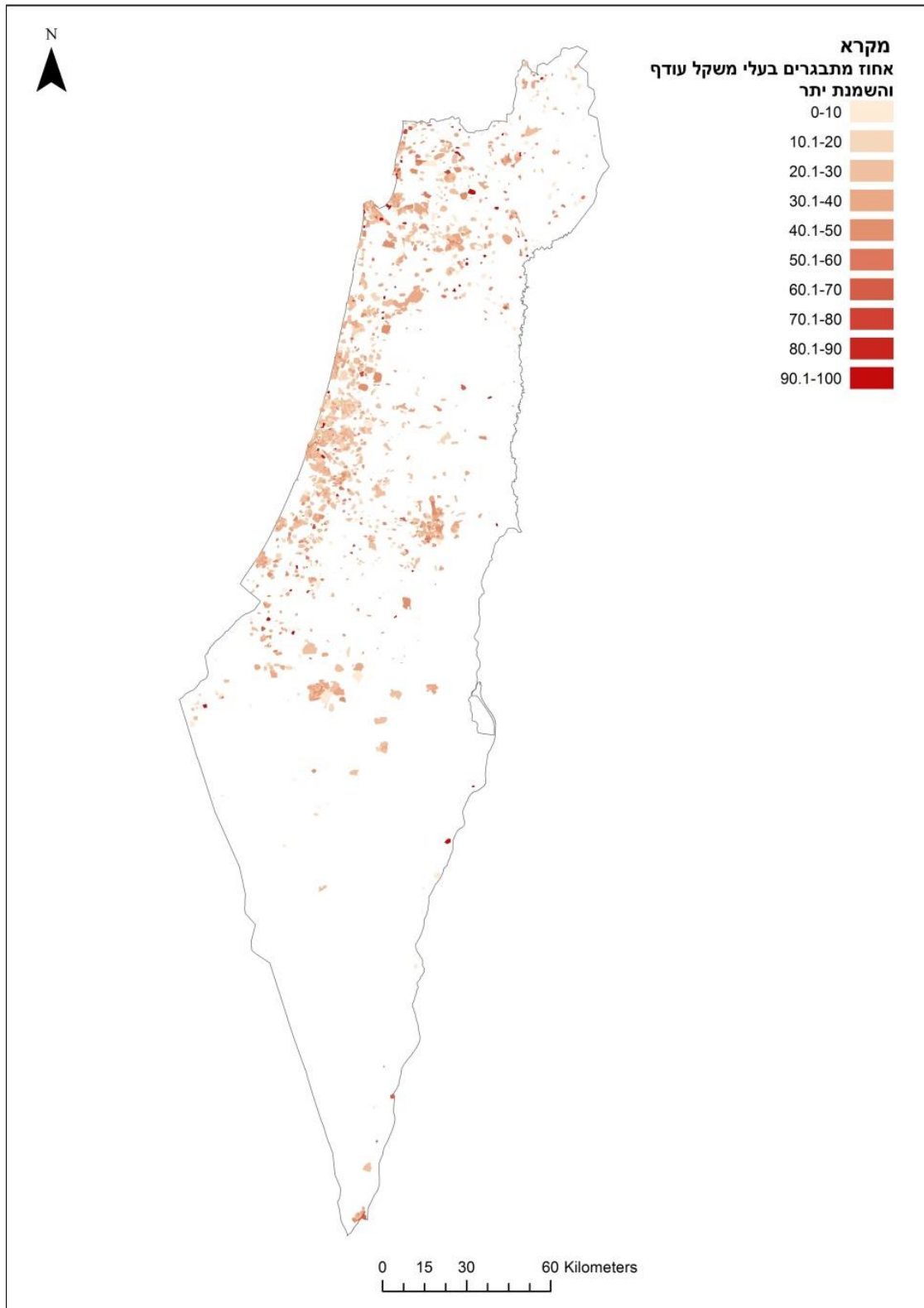
הקובץ כלל מדגם של 209,148 ילדים ובני נוער (בני 0-19) מבוטחים בשירותי בריאות מכבי, שה- BMI נמדד בתוך 3 שנים שקדמו לחילוץ של הקובץ.

לפני הניתוח, נערך תהליך של ניקוי נתונים, לרבות: חישובים של הגיל של המתבגרים, כאשר ה- BMI שלהם נמדד (על בסיס גילם, כאשר משקלם נמדד).

המדגם הסופי לניתוח כלל רישומי BMI של 133,041 מתבגרים (גילאי 12-17).

מתבגרים סווגו לפי עקומות של ה- BMI למין וגיל. בצורה הבאה:

- בעלי משקל תקין - כל מי שמתחת לאחוזון 85
- בעלי משקל עודף - מי שבין אחוזון 85-95
- לסובלים מהשמנה - אחוזון 95 ומעלה



איור 8 מפת השמנה בקרוב מתבגרים

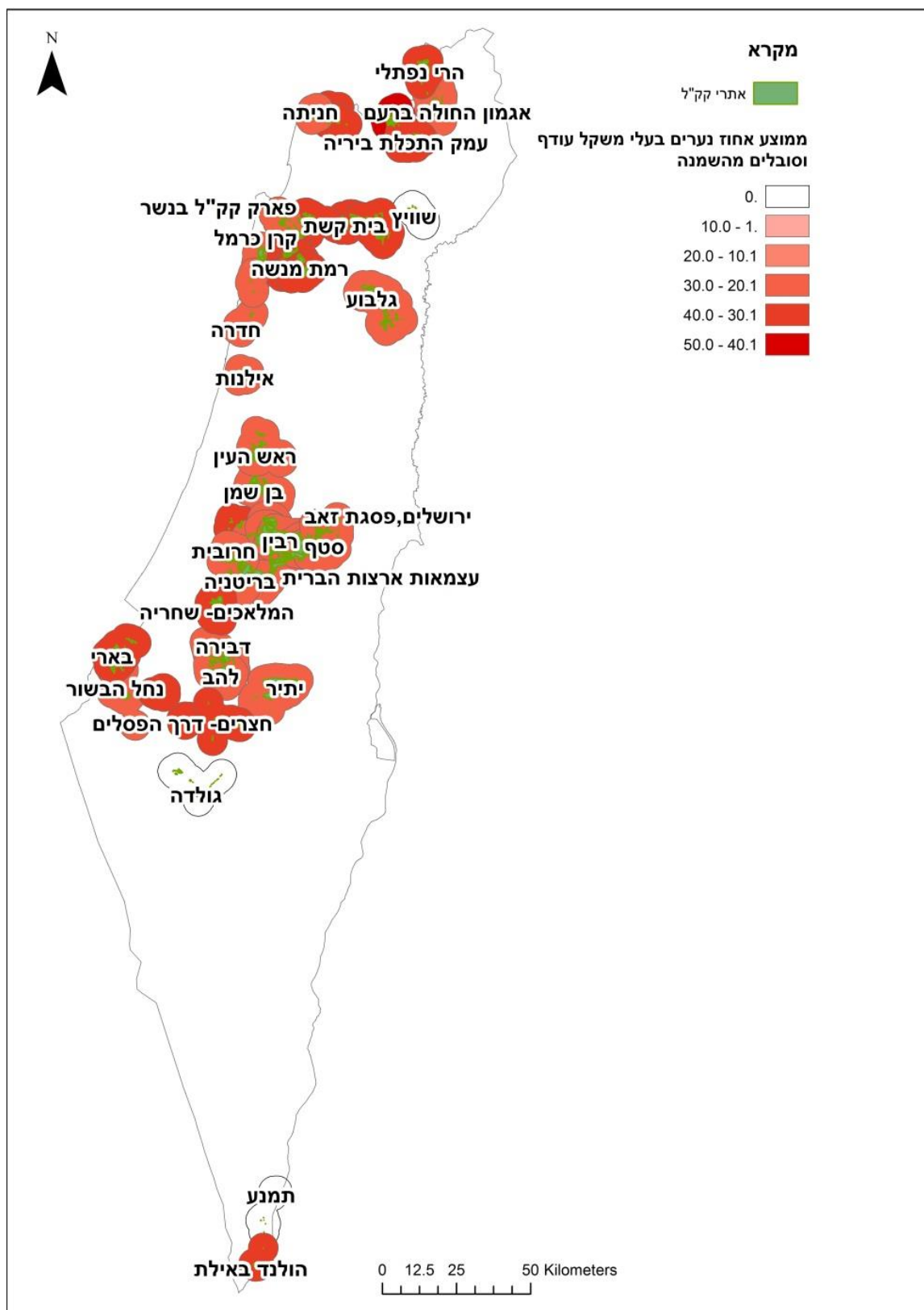
2.5.5 השמנת יתר וטווח השירות של היערות

המפה מציגה את הממוצע של אחוז המתבגרים הסובלים מהשמנה ובעלי משקל עודף לפי אזורים סטטיסטיים בהם יש יותר מ-30 נבדקים, ונמצאים בטווח השירות המידי של אתרי קק"ל (5 ק"מ).¹²

האתרים שבטווח השירות שלהם נמצא ממוצע אחוז ההשמנה בקרב מתבגרים הנמוך ביותר (פחות מ-25%) הם ז'בוטינסקי (שוני) ואיילון (קנדה).

האתרים אשר בטווח השירות שלהם נמצאו ממוצעי אחוז ההשמנה הגבוהים ביותר (מעל 35%) הם גורן, חרובית, בן שמן וחולדה. על כן, אלו הם האתרים של קק"ל בהם קיים הצורך הגבוה ביותר לקידום פעילות גופנית בהתייחס לנתוני ההשמנה בקרב מתבגרים.

¹² את פירוט התוצאות ניתן לראות בנספח ה'



איור 9 מפת השמנה בקרב מתבגרים בטווח השירות של היערות

2.5.6 מטריצה מסכמת

בטבלה הבאה ניתן לראות את הערכים המנורמלים של כל המשתנים שנבחנו.

הנרמול- מכיוון שהמדדים הם בערכים שונים, כל עמודה נורמלה ביחס לעצמה והתוצאות הם מ-1-5. הצבע מייצג את הערך מ-1-5. יש לשים לב שבעמודה האחרונה- מדרג חברתי כלכלי מנורמל, הצבעים הם הפוכים, זאת מכיוון שבמקרה הזה, ככל שהמדרג החברתי כלכלי נמוך, כך הצורך בקידום פעילות גופנית גבוה יותר.

טבלה 9 מטריצה מסכמת¹³

מדרג חברתי כלכלי ממוצע לטווח שירות	ממוצע אחוז מתבגרים בעלי עודף משקל וסובלים מהשמנה בטווח שירות	כמות אוכלוסייה בטווח שירות	ציון פעילות בדלת האחורית	ציון שירותים תומכים	ציון תשתיות פנאי וספורט	שם אתר	FOR_NO
2	4	2	5	5	4	ציפורי	1103
3	3	3	3	5	4	אלונים, לנדוי	1107
3	3	0	3	5	4	חוף הכרמל, יער עופר	1110
3	3	0	1	4	1	קרן כרמל	1114
4	3	2	3	4	1	פארק קק"ל בנשר, היערנים	1115
3	4	0	3	4	4	עמק התכלת, ביריה	1203
3	5	0	2	4	1	ברעם	1236
5	3	0	3	4	3	אגמון החולה	1237
3	4	0	4	4	4	הרי נפתלי	1239
3	4	0	1	4	2	אדמית, אילון	1304
3	4	0	1	4	2	גורן	1305
2	3	0	3	4	5	חניתה	1306
3	0	0	5	4	3	שוויץ, טבריה	1417
2	3	0	5	4	3	גלבוע	1476
2	4	2	5	4	3	בית קשת	1482
3	3	2	2	4	4	בן שמן	3105
4	3	2	3	3	4	הכ"ח, ראש העין	3129
3	4	0	1	3	2	חולדה	3134
0	3	1	2	3	3	איילון, קנדה	3142
3	3	2	4	3	4	אילנות	3147
3	3	1	1	3	2	עדולם, צרפת	3201

¹³ כל המשתנים מנורמלים

3	3	1	1	3	2	בר גיורא, עצמאות ארצות הברית	3203
3	3	4	1	3	2	בגין, בית"ר	3213
3	3	1	3	3	3	משואה, בריטניה	3224
3	3	5	1	3	1	מטע, עצמאות ארצות הברית	3229
3	3	1	2	3	5	הנשיא, צרעה	3233
0	3	0	3	3	4	חרובית	3254
3	3	1	3	3	2	רבין, אשתאול	3302
3	3	5	1	3	2	רבין, הקדושים	3303
4	3	4	1	3	3	סטף	3320
4	3	4	2	3	2	עמינדב	3321
3	3	5	2	3	3	ירושלים, פסגת זאב	3350
3	3	1	2	3	3	חדרה	3409
3	4	0	2	3	1	רמת מנשה, הזורע	3410
4	3	0	4	3	3	רמת מנשה, דליה	3411
3	4	1	1	2	2	רמת מנשה, משמר העמק	3421
3	3	1	1	2	3	זיבוטנינסקי - שוני, הנדיב	3445
3	3	0	3	2	1	דבירה	4102
2	3	0	2	2	3	להב	4128
2	4	0	1	2	4	המלאכים, שחריה	4154
3	4	1	3	2	2	חצרים-דרך הפסלים	4212
0	3	0	2	2	3	נחל הבשור	4221
1	3	0	3	2	2	אופקים	4240
0	4	0	2	2	5	בארי	4273
2	3	0	3	1	2	יתיר	4306
0	0	0	3	1	2	גולדה, רביבים	4316
3	4	1	1	1	1	נחל באר שבע	4335
0	0	0	2	1	0	תמנע	4365
4	4	1	1	1	2	הולנד באילת	4371

2.6 סיכום ומסקנות

בהתאם לסקירת הספרות הבינ"ל, המחקר בחן את סוגיית הפעילות הגופנית בפארקים ויערות משתי נקודות מבט. הראשונה, המאפיינים של האתר, השניה, המאפיינים של האוכלוסייה בטווח השירות של האתר.

מסיווג ומיפוי הנתונים של יערות קק"ל ניתן ללמוד רבות על המצב הקיים של היערות ועל החוזקות והחולשות שלהם בהקשר של עידוד פעילות גופנית.

מהמיפוי של נתוני ההשמנה בקרב מתבגרים ומהמדרג החברתי כלכלי, ניתן לאתר את האזורים בהם קיים צורך בקרב האוכלוסייה בקידום תכנית לעידוד פעילות גופנית.

משילוב והצלבת הנתונים ניתן לזהות את המקומות בהם קיים גם צורך וגם תשתית מתאימה לפעילות מסוג זה.

3. חלק ג' בחינת הפוטנציאל המיתוגי של יערות קק"ל כסביבות

מקדמות בריאות

ד"ר מיכל מטרני

מכיוון שמרכיבים רבים של פעילות הקק"ל, במיוחד ביערות, קשורים לבריאות הציבור ועשויים לשפר אותה, נבחן הפוטנציאל המיתוגי של יערות קק"ל ושל פעילות קק"ל בתחום הבריאות. השאלה עליה ניסינו לענות היא האם ניתן למצב את קק"ל כמובילה את נושא קידום הבריאות באמצעות המרחב, והאם ניתן למתג את יערות קק"ל כמקומות "בריאים".

שאלות לבדיקה

השאלות שנבחנו היו :

3. האם נושא הבריאות הוא בעל פוטנציאל מיתוגי? כלומר, האם "בריאות" היא נושא שיש בו ערך מוסף למקום או לארגון המתמקד כמוביל התחום?
4. האם יערות קק"ל הם בעלי פוטנציאל כזה? האם היקף ואופי הפעילות הקיימים ושניתן להוסיף יאפשרו למתג את היערות כמקדמי בריאות?

שלבי העבודה

1. סקירה בינלאומית. במסגרת סקירת הספרות נסקרו הנושאים הבאים :

א. שימוש בכלי של מיתוג בפרויקטים של קידום בריאות

ב. מיתוג מקומות בהיבט הבריאותי

ג. מיתוג שטחים פתוחים

ד. מיתוג שטחים פתוחים ופארקים בהיבט הבריאותי

2. איתור פוטנציאל מיתוג ביערות קק"ל. בשלב זה היו שני מרכיבים :

א. התאמת מדדי מיתוג של מקומות למדידת פוטנציאל מיתוג

ב. ניתוח ממצאי הסקר הסביבתי מול מדדי הפוטנציאל המיתוגי

3.1 ממצאי הסקירה הבינלאומית

השאלה הראשונה עליה ניסינו לענות היתה, כמוצג לעיל: האם "בריאות" היא נושא שיש בו ערך מוסף למקום או לארגון המתמקד כמוביל התחום? על מנת לענות על שאלה זו יוצגו ממצאים של סקירת ספרות הבוחנת את הפוטנציאל של נושא "הבריאות" כבעל ערך מוסף למקום. סקירת הספרות תתמקד בארבעה נושאים: ראשית, סקירה של השימוש המתרחב בשנים האחרונות בכלים שיווקיים שונים, כולל מיתוג, לקידום בריאות. שנית, נתמקד באופן ספציפי במקומות, קרי במיתוג מקומות שונים בכיוון של קידום בריאות ואורח חיים בריא. בהמשך נעבור לבחון את הנסיון המצטבר במיתוג פארקים ושטחי נופש על מנת להשיג מטרות תכנוניות ואסטרטגיות שונות. לבסוף, נתמקד בסקירה של מספר מקרים מארצות אחרות של מיתוג פארקים ושטחי נופש בכיוון של קידום בריאות ואורח חיים בריא.

לפני סקירת הספרות, נסביר בכמה משפטים מהו מיתוג מקומות, ולמה למתג פארקים. לסיום, נסיק מתוך סקירת הספרות מה מרכיבי המיתוג, ומה הגורמים המאפשרים את הצלחתו.

3.1.1 רקע - מיתוג מקומות, ולמה למתג יערות

דימוי של מקומות מעצב את האופן שבו תושבים, מבקרים ועסקים מגיבים אליו. מכיוון שכך, מקום צריך לנהל את הדימוי שלו. גישה זו מנחה את העיסוק שהתפתח בשנים האחרונות בבניית מיתוג של מקומות. מקומות מוצאים עצמם מתחרים על תשומת ליבו של "הצרכן" מול מקומות אחרים, באופן די דומה לתחרות המתקיימת בין מוצרי צריכה שונים. ההבדל העיקרי בין מוצרי צריכה למקומות הוא שמקומות הינם מורכבים יותר ממוצר צריכה. יש הבדל עצום בין פארק לבין בקבוק שתיה מבחינת מורכבותם ומגוון המשתנים המשפיעים על הדימוי שלהם. לכן, תהליכי המיתוג של מקומות הם מורכבים יותר, וקשה יותר להצליח בהם.

מותגים מסחריים מוגדרים בהתבסס על מערכת היחסים בין הצרכן והמוצר או השרות, ועל הערך המוסף של המוצר או השרות עבור הצרכן¹⁴. עצם הרעיון של מערכת יחסים וערכים מדגישים את העובדה שמיתוג הוא יותר מאשר העברת מסר לצרכן ושכנועו לרכוש מוצר או לבצע פעולה. פיתוח המותג אמנם משתמש באסטרטגיות של תקשורת, אבל הוא הרבה יותר מזה. מיתוג ממצב מוצר, שרות או התנהגות באמצעות יצירת אסוציאציה (שבהמשך ניתן לתרגם אותה למודעת פרסומת או לפעולת קידום מכירות). בנוסף, הערכים של המותג חייבים לבוא לידי ביטוי בהתנהגות המותג, כדי שהוא יתבסס במודעות של קהלי המטרה. למותגים יש כמובן גם מרכיב גרפי ויזואלי: לוגו, טאג ליין או סמל. היצוג הסמבולי של המוצר מייחד אותו מהמתחרים שלו. הלוגו או הסמל משמש ככלי על מנת להעביר את הערכים של המותג לקהלי המטרה וכך לייצר איתם מערכת יחסים¹⁵. המרכיבים הגרפיים מצטרפים להתנהגות המותגית ויחד יוצרים חווית מותג קוהרנטית עבור קהלי המטרה.

¹⁴ Tybout, A., & Calkins, T. (Eds.). (2005). *Kellogg on branding*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

¹⁵ Huhman, M., Potter, L., Wong, F., Banspach, S., Duke, J., & Heitzler, C. (2005). Effects of a mass media campaign to increase physical activity among children: Year-1 results of the VERB campaign. *Pediatrics*, 116, e247–e254.

פארקים ושטחי נופש הם מקומות. באופן דומה למקומות אחרים, גם הם ניתנים למיתוג, וכמו במקומות אחרים ניתן להשתמש במיתוג על מנת להגיע אל קהלי המטרה, ועל מנת למצב את הדימוי שלהם ולהשיג את המטרות האסטרטגיות של מקומות אלה.

המותג מעביר את המהות של הפארק כפי שהארגון היה רוצה שהציבור יתפוס אותו. אסטרטגיית מותג משתמשת בלוגו, סמלים, שפה ועיצוב שמאפשרים להגיע אל הציבור באמצעות פרסומים, שלטים, באנרים, דוחות שנתיים, ניירות מכתבים, מזכרות, אתרי אינטרנט ועוד. הדימוי המותגי צריך לבטא את הערכים של הפארק, להתאים לקהלי המטרה אליהם שואפים להגיע, וליצור מודעות וזיהוי מיידי של הפארק שיבדל אותו מפארקים אחרים.

צריך לזכור שבמקרה של פארקים המיתוג מסייע לייצור של מוצרים מקדמי הכנסות (ארועים או מוצרים) שמרחיבים את המודעות אל הפארק. מוצרים יכולים לכלול פוסטרים, חולצות, ספלים, בקבוקי מים, לוחות שנה, מגנטים, ועוד. ארועים כוללים ארועים קהילתיים, ארועי ספורט ארועים למשפחות וכדומה, תוך התמקדות בקהלי המטרה של הפארק והגשת החזון המותגי של הפארק באמצעות אופי וסוג הארועים.

3.1.2 שימוש בכלי של מיתוג לקידום בריאות - Health promotion through branding

באופן מפתיע, למרות שמיתוג משמש ככלי בשיווק חברתי כבר עשרות שנים, שימוש אסטרטגי במיתוג בתחום של בריאות הציבור - שמטרתו יצירת שינוי התנהגותי, או שינוי עמדות - הוא חדש יחסית. רק בשנים האחרונות אנו רואים פעולות מיתוג בתחום זה. הקשר בין בריאות ומיתוג נראה מפתיע. לכאורה, מה הקשר בין קידום אורח חיים בריא, שהיא פעילות תכנונית וחינוכית, לבין פעילות מתחום השיווק והפרסום? אבל, מחקרים שנערכו בשנים האחרונות הראו שפעילות שיווק ומיתוג יכולה מאוד לסייע במימוש המטרות של קידום בריאות ואורח חיים פעיל.

ארגון תכנון לאורח חיים בריא האמריקאי (ALBD) מתייחס לתקשורת כחלק אינטגרלי מהמאמץ לקידום חיים פעילים¹⁶. שינוי התשתיות והסביבה כשלעצמם אינם מספיקים כדי ליצור שינוי בהתנהגות של הקהילה או באורחות החיים במידה משמעותית, כזו שמגבירה את שיעור הפעילות הפיזית או את התוצאות הבריאותיות. הביטוי (המוכר מסרט הקולנוע המפורסם שדה החלומות): "אם תבנה, הם יבואו" (if you build it they will come) לא תמיד מתממש במציאות. מחקרים הראו שאנשים צריכים גם להבין את היתרונות של פעילות גופנית ושל סגנון חיים פעיל על מנת לנצל את היתרונות הקיימים בשיפורים התשתיתיים והתכנוניים.

העלאת המודעות ושינוי ההתנהגות עשויים להתרחש באמצעות שימוש בטקטיקות מתחום התקשורת כגון פרסום, יחסי ציבור, ארועים מיוחדים, שימוש באינטרנט, דיור ישיר, מיתוג ועוד, פעולות שמטרתם חינוך התקשורת, מקבלי החלטות והציבור הרחב. יש לשים לב שמצגות, ברושורים, שחרור הודעות לעתונות וכדומה יהיו יעילים רק במידה וקהלי המטרה באמת מתחברים אליהם. על מנת שניתן יהיה לבנות בהצלחה מודעות לאורך חיים בריא, יש לוודא שכל השותפים מבינים את הצרכים ואת הערכים של קהלי המטרה ואת ערוצי התקשורת היעילים ביותר אליהם.

¹⁶ <http://www.activelivingbydesign.org/events-resources/essentials/communications>

בתחום התקשורת, למותגים יש את הפונציאל להכיל מסרים מורכבים של שינויי התנהגות ושל התנהגויות מורכבות, יותר מאשר קמפיין חד פעמי. מחקרים שנערכו בשנים האחרונות מצאו שרק התנהגויות חד פעמיות, או כאלה שדורשות שינוי מוגבל עשויות להיות מושפעות מקמפיין תקשורתי, ולא אותן התנהגויות שדורשות שינויים מרובים או תחזוקה ארוכת טווח¹⁷. מכיוון שהתנהגויות בריאות הן מורכבות, יהיה יותר קשה ליצור שינוי התנהגותי בתחום הבריאות מאשר בתחומים אחרים של התנהגות צרכנית. לכן, השימוש באסטרטגיות מיתוג (שהן מטיבן ארוכות טווח ומעמיקות יותר) צריך להיות עקרון מפתח בתחום של בריאות הציבור.

מותגים בונים קשרים בין הצרכנים ובין מוצרים, שרותים או אורחות חיים, באמצעות יצירת ערך מוסף. ניתן למדוד מותגים באמצעות האסוציאציות שיש לקהלי המטרה לגבי המוצר או השרות. מותגים של בריאות הציבור מורכבים מהאסוציאציות שיש לאנשים לגבי התנהגות בריאות, או לגבי אורח חיים שכולל בתוכו מספר סוגים של התנהגות בריאה.

בדיוק כמו מותגים מסחריים, מותגים של בריאות הציבור מצליחים רק אם הם מתחרים בצורה אפקטיבית מול מותגים אחרים. אבל, במקום להתחרות במותגים אחרים באותו קו של מוצרים או שרותים, הם מתחרים מול מסרים לא בריאים והשפעות חברתיות אחרות. באמצעות קידום התנהגות בריאה, מותגים של בריאות הציבור יכולים פשוט להעתיק את פלח השוק מהמותגים המתחרים. למשל, מותגים נוגדי עישון התחרו ישירות מול תעשיית הטבק על ידי הצגת היתרונות של אורח חיים נטול עישון למתבגרים. כך, מותגים אלה אינן חולקים את אותו פלח שוק, אלא הם מתחרים על עצם הבחירה של מתבגרים בין עישון לאי-עישון.

Evans et al. (2008)¹⁸ ערכו סקירה של המחקר המצטבר על מיתוג בתחום בריאות הציבור. הם מצאו שמסרים של בריאות ציבור הועברו בעיקר באמצעות קמפיילים במדיה, וגם באמצעות פעילות קהילתית. קמפיילים המוחדרים באמצעות פעילות קהילתית שונים מאוד מקמפיילים תקשורתיים במדיה, ומאופיינים בשימוש במסרים ובאמצעים שמוטעמים באופן ספציפי לכל קהילה ובהתאם לנורמות התרבותיות שלה, ובשיתוף צוות מקומי וחברי קהילה על מנת ליצור מהימנות למסר¹⁹. התחומים בהם ניכר שימוש במסרים ממותגים הם במניעת מחלות, לדוגמה מניעת עישון או הדבקות באיידס. רק בשנים האחרונות אנחנו רואים חדירה של האסטרטגיה הזו גם לתחומים אחרים של בריאות הציבור, בעיקר בתחום האכילה המודעת ומניעת השמנה ובמידה עדיין מועטה - אבל צומחת - בתחום של פעילות פיזית.

מיתוג פעילות גופנית

לפעילות פיזית תפקיד חשוב במניעת מחלות וקידום בריאות. אנשים אמנם מעריכים בריאות, אבל הערכים המרוחקים האלה לא גורמים לאימונים עצמם להיות אטרקטיביים מספיק כך שאנשים יסלבו אותם בתוך לוח הזמנים העמוס שלהם. הסיבה לכך היא שאנשים מבצעים החלטות באופן רגשי, הרבה

¹⁷ Evans, W. D. (2006). How social marketing works in health care. *British Medical Journal*, 322, 1207–1210.

¹⁸ Evans, W.D., Blitstein, J., Hersey, J.C., & Renaud, J. (2008). Systematic Review of Public Health Branding. *Journal of Health Communication*, 13:721–741.

¹⁹ Evans, W. D., Necheles, J., Longjohn, M., & Christoffel, K. (2007). The 5-4-3-2-1 Go! Intervention: Social marketing strategies for nutrition. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 39(2), S55–S59.

יותר מאשר לוגי. Segar (2011)²⁰ מצאה שדרך יעילה יותר להביא אנשים לעסוק בפעילו גופנית היא למתג מחדש את הפעילות עצמה, באופן שמדגיש את היתרונות המידיים, כגון הפחתת לחץ או שיפור תחושת חיות. אם המסר הוא שהפעילות הגופנית תביא לשיפור מייד באיכות החיים (בהשוואה למסר העוסק בחיים ארוכים יותר), יש יותר סיכוי שאנשים יעשו משהו בקשר לכך, ואולי יתחילו להתאמן. ברגע שהמודל עבר מגישה רפואית לגישה שיווקית, אפשר לשפר את האופן שבו "מוכרים" לציבור את הפעילות הגופנית.

לא מעט קמפיינים מקדמי פעילות גופנית בוצעו כאסטרטגיה לקידום בריאות. מספר מחקרים נערכו לאורך השנים בנסיון למדוד את המידה שבה פעילות שיווקית יכולה לקדם פעילות גופנית. הממצאים מראים שבעוד שקמפיינים תקשורתיים (דוגמת מסעות פרסום) מעוררים מודעות אבל אינם מובילים לשינוי התנהגותי, פעילות תקשורתית ושיווקית מעמיקה יותר, הפונה ישירות אל קהלי מטרה ממוקדים ומשתמשת בכלים קהילתיים, אכן מסייעת להביא לשינוי התנהגותי הדרגתי.

לדוגמא, בעקבות קמפיין רחב היקף שנערך באוסטרליה בשנות התשעים על מנת לקדם פעילות גופנית למניעת התקפי לב נבדקו ההשפעות שלו על ביצוע פעילות בפועל. הקמפיין התמקד בעיקר בתפקיד המניעתי של פעילות גופנית על מנת לעודד אנשים להתחיל ללכת. סקר שנערך לאחר סיום הקמפיין הבהיר שבערך 75% היו ערים לקיום הקמפיין ומסריו. אבל לא היה שינוי בידע לגבי יתרונות הפעילות הגופנית (שהיו גבוהים גם טרם הקמפיין). נמצא שיעור גבוה של אנשים מעל גיל 50 שהתחילו ללכת בעקבות הקמפיין, ועליה במספר הפעמים שאנשים ביצעו הליכה מבין אלה שהלכו עוד קודם. הקמפיין השפיע גם על קבוצות פחות משכילות²¹. Marcus וחבריו²² סקרו 28 מחקרים על התערבות תקשורתית (קמפיינים תקשורתיים מסוגים שונים) שמטרתם עידוד פעילות גופנית. הם מצאו ששיעור המודעות לקמפיינים בהם נעשה שימוש בתקשורת המונים היה גבוה, אבל היתה להם השפעה קטנה מאוד על התנהגות בפועל. התערבויות שעשו שימוש בחומרים מודפסים או בטלפון נהנו מאימפקט בטווח הקצר. לעומת זאת, המחקרים שבהם היתה יותר אינטראקציה עם קהלי המטרה, ושבהם ההתערבות הותאמה באופן ספציפי לקהלי המטרה היתה היעילה ביותר. גם Huhman וחבריו (2005)²³ מצאו שלשימוש בכלים שיווקיים, הכוללת בתוכה מספר מרכיבים, מעבר לקמפיין תקשורתי, יש סיכוי טוב לעודד פעילות גופנית. כלים אלה כוללים פרסומים לקהלי מטרה ממוקדים (למשל, דרך בתי ספר), פעילות קידום בתוך הקהילה ושימוש במדיה האלקטרונית.

3.1.3 מיתוג מקומות מסוגים שונים בהתמקדות בהיבט הבריאותי

²⁰ Segar, M.L., Eccles, J.S. & Richardson, C.R. (2011) Rebranding exercise: closing the gap between values and behavior. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 8:94

²¹ Booth, M., Bauman, A., Oldenburg, B., Owen, N., and Magnus, P. (1993) Effects of a national mass-media campaign on physical activity participation *Health Promotion International* 7, Issue 4 241-247

N., Forsyth, L., Cavill, N.A. & Fridinger, F. (1998). Physical Activity Interventions Using Mass Media, Print Media, and Information Technology. *American Journal of Preventive Medicine*, 15(4): 362-378

²³ Huhman, M., Potter, L., Wong, F., Banspach, S., Duke, J., & Heitzler, C. (2005). Effects of a mass media campaign to increase physical activity among children: Year-1 results of the VERB campaign. *Pediatrics*, 116, e247-e254.

לא רק בקידום בריאות ובקידום פעילות גופנית ניתן למצוא פעילות מותגית. גם בתחומים אחרים. המודעות הציבורית הרחבה לחשיבות הבריאות, והעיסוק בקידום בריאות בהיבטים שונים ובתחומים מגוונים, הביאו לתופעה הפוכה – שימוש בקונספט של בריאות על מנת לקדם מוצרים אחרים. מוצרי ספורט הם הבולטים ביותר. אבל הנושא הבריאותי מהווה בשנים האחרונות קונספט מיתוגי בפרוייקטים מסוגים שונים, מפרוייקטים קהילתיים, אתרי תיירות ועד שכונות מגורים. שתי דוגמאות מבהירות את העניין:

מיתוג אתרי תיירות

בתיירות, הרעיון של קידום בריאות מאפשר ליזמים לקדם את האטרקציה התיירותית כמקום שבו ניתן לבצע פעילות אקטיבית (ריצה, אופניים וכדומה) או כאתר בו יכולים אנשים להנות מהזדמנות לפעילות בריאותית (הליכה, יוגה, טאצ'י וכדומה).²⁴

לדוגמא: Charles Deering Estate at Cutler Miami, FL – שמורה ארכיטקטונית, הסטורית וסביבתית – מותגה אתר פעילות משפחתית בטבע, החל משיט קנו, סיורים להכרת פרפרים ועד מסלולי טיול בטבע. במקרה זה, השילוב של מרכיבים הסטוריים וטבעיים, ומגוון פעילויות שונות הפונים למגוון קהלים מהווים את המרכיבים המיתוגיים העיקריים של האתר.²⁵

אפילו מדינות שלימות מצאו בנושא הבריאות רעיון שעשוי למשוך תיירות אל המדינה. לדוגמא, סלובניה מציגה את עצמה כיעד תיירות תחת הסלוגן: "סלובניה – ירוקה, פעילה, בריאה". רעיון זה בא לידי ביטוי גם בדגש על פעילות ספורטיבית. סלובניה שואפת להיות השראה למי ששואף לאורח חיים פעיל בשאיפה לבריאות טובה. הנוף המגוון של המדינה מציע מגוון אפשרויות לנופש אקטיבי. אתרי התיירות הרשמיים של המדינה מפנים לפעילויות בהתאם לסלוגן זה, תוך דגש על מגוון הפעילויות הזמינות בטבע, כולל טיול ברגל, טיפוס, רכיבה על אופניים, ספורט מים, ספורט חורף וגלישת רוח, כולם תחת הכותרת: **ACTIVE: In contact with nature**.

מיתוג מגורים ושכונות

במגורים, קונספט הבריאות – שהפך לעקרון מוביל בתכנון בשנים האחרונות – זוהה על ידי יזמים כמקדם מכירות. מיתוג אזורי מגורים, שכונת מגורים או פרוייקט כמקומות המתוכננים באופן מקדם בריאות זוהה במחקרים רבים כמעודד מכירה של נכסי מגורים.

לדוגמא, המיתוג של Southern Village, Chapel hill, NC²⁶. השכונה תוכננה על מנת למשוך אוכלוסיה ברמה סוצי-אקונומית גבוהה שמחפשת תחושה של עיר קטנה יחד עם כל השרותים של מרכז עיר מודרנית. השכונה מותגה כשכונה המקדמת אורח חיים בריא, דבר שבא לידי ביטוי הן בתכנון השכונה והן בקידום המכירות. קרוב לשליש משטח השכונה משמש לשטח ציבורי, הרחובות ערוכים

²⁴ תיירות בריאות בכללה הינה אחד התחומים הצומחים ביותר בתיירות. תיירות זו נחלקת לשני סוגים: חלק ניכר מתיירות זו הינה תיירות רפואית (נסיעה לצורך טיפולים או ניתוחים), אולם החלק האחר הוא תיירות בריאות במובן הרחב יותר, WELLNESS, הכוללת פעילויות כגון יוגה, טאצ'י, מדיטציה וכדו'. מכיוון שהיא עוסקת בתחומים אחרים של בריאות, לא מצאנו לנכון להתייחס אליה במסגרת סקירת ספרות זו.

²⁵ <http://www.deeringestate.com/>

²⁶ <http://www.southernvillage.com/map-directory.htm>

בצורת גריד להליכה הקצרה ביותר ליעדים שונים בשכונה, שטחים פתוחים ושבילי אופניים מתפתלים בשכונה, ובתי הספר ממוקמים במרחק הליכה מהבתים. עשר שנים אחרי שהוקמה, השכונה היא אכן הנמכרת ביותר באזור, וקשה למצוא בתים פנויים למכירה. למרבה הצער, בדיקה אמפירית הראתה שתושבי השכונה אינם הולכים או מבצעים פעילות פיזית יותר מאשר תושבי שכונות אחרות. המיתוג "אורח חיים פעיל ובריא" עזר ליצירת הסטטוס והמכירות, אבל לא קידם יישום אורח חיים כזה בקרב התושבים.

בקליפורניה, עמותה שמטרתה קידום אורח חיים בריא בשכונות (The California Endowment) מיתגה את הפרוייקט כולו תחת הכותרת "Health Happens Here"²⁷. העמותה פועלת ב-14 שכונות ברחבי המדינה. היוזמה, שקיימת כבר עשר שנים, שואפת לשנות את האופן שבו תושבי המדינה חושבים על בריאותם, בכל השכונות, התושבים פעלו לקידום הבריאות בהיבטים שונים – מעורבות בהכנת תכניות מתאריות שמתמקדות בבריאות, לחץ על רשויות מקומיות לשיקום מדרכות, שבילי אופניים ומרכיבים נוספים מעודדי פעילות פיזית, שיפור הבטחון בשכונה ועוד. על מנת לאחד את הפעילות של כל הגופים המעורבים בפרוייקט, פותח המותג "בריאות מתרחשת כאן". המותג נמצא בשימוש של העמותה ושל הגופים והקרנות המעורבים בפעילות. באמצעות פעולה תחת דגל אחד ועם מסר אחיד שחוזר על עצמו מכל הכיוונים, הם מקווים לשנות את האופן שבו אנשים תופסים בריאות, ולבנות מדינה בריאה יותר.



איור 10 לוגו העמותה לקידום אורח חיים בריא

²⁷ <http://www.calendow.org/>



איור 11 יישום הלוגו והמסר בפעילויות

יזמים ורשויות מקומיות מדגישים את השטחים הפתוחים המתוכננים כמקדמי שיווק, תוך מיתוג השכונות כשכונות בריאות. לדוגמא, שכונה בשם Brightwalk בעיר שרלוט²⁸, שהיזמים שלה מתארים אותה במילים הבאות: "An urban neighborhood without walls, Brightwalk will enable residents to enjoy a lifestyle embracing nature, art, healthy living and community connections" כלומר: "שכונה ללא קירות, שתאפשר לתושבים להנות מאורח חיים הכולל טבע, אומנות אורח חיים בריא וקשרים קהילתיים". מיתוג כזה מאפשר להם לבדל את הפרוייקט המתוכנן מפרוייקטים אחרים. עד כדי כך שחברת פרסום המתמחה בניתוחי שוק (MaxPoint) מציעה ליזמים ניתוח נתונים ברמת השכונה, שיאפשרו ליזמים לבחור האם למתג פרוייקטים בכיוון בריאות²⁹. הניתוח מאפשר ליזמים וממתגים לקבל דרוג של השכונות הממותגות כשכונות בריאות. תוצאות הניתוח משמשות חברות המעוניינות לשווק מוצרים בריאותיים באופן ממוקד לקהלי מטרה המעוניינים באורח חיים בריא, כאלה שיש סיכוי גבוה יותר שיקנו את המוצרים שלהן (החל ממאכלי בריאות, אביזרי ספורט ועד בדיקות כושר גופני).

²⁸ <http://brightwalkcharlotte.com/>

²⁹ <http://maxpoint.com/us/neighborhoods-healthier-lifestyle>



איור 12 תמונה מתוך אחת הכרזות של Brightwalk, שלט

3.1.4 מיתוג שטחים פתוחים

לא מעט שטחים פתוחים בעולם הם ממותגים. לדוגמא, הייד פארק בלונדון ממותג כמקום להבעת עמדות והחלפת דיעות חברתיות, בריאנט פארק בניו יורק ממותג כמרכז פעילות חברתית ותרבותית, פארקים אחרים ממותגים סביב פעילות מרכזית שהם מציעים (אופניים, רולרסקייט וכדומה), או סביב רעיון עיצובי (פארק אנדרה סטרואן בפריז הוא דוגמא טובה לכך). חלק מהפארקים מותגו לאורך השנים, בגלל אופיים, ללא תהליך מוכוון מלמעלה. אחרים, פארקים חדשים, או פארקים קיימים שהינם חסרי צביון מיוחד או שאינם מושכים מספיק קהל, עוברים תהליך מיתוג מוכוון מלמעלה.

מיתוג פארקים ושטחי נופש נחשב כיום ככלי לפיתוח כלכלי³⁰, זאת מכיוון שפארקים ושטחי נופש עשויים להוות מנוף לפיתוח כלכלי באמצעות העלאת ערכי קרקע (נכון במיוחד לשטחי פארקים תוך עירוניים), משיכת עסקים, משיכת תיירים, וגירוי כלכלה יצרנית. איכות החיים העירונית הינה גורם משפיע במשיכת עסקים. בהחלטות מיקום של עסקים גדולים שטחי הפנאי נמצאים במקום הרביעי ברשימת גורמי המיקום (אחרי עלויות מחיה, חינוך, בטחון ולפני תרבות ושרותי בריאות). בהחלטות מיקום של עסקים קטנים הם נמצאים במקום הראשון מבין שישה אלה (עפ"י נתוני הוועידה הכלכלית של הקונגרס האמריקאי). עולם העסקים האמריקאי זיהה את החשיבות של הפארקים בקרבת הישוב ובתוכו ואת ההשפעה שיש להם על משפחות ומועסקים בריאים ומואשרים יותר, דבר המביא לפיתוח הזדמנויות כלכליות וצמיחה עסקית. יותר מכך, עצם העיסוק בספורט יוצר מחזור מכירות של ציוד ספורט, שמביא באופן ישיר לצמיחה כלכלית.

מיתוג פארקים ושטחי נופש עשוי להביא לכך ששטחים אלה (והניהול שלהם) יהיו מובנים, מוערכים, ומוגנים על ידי קהלי המטרה. מטרה נוספת אותה ניתן להשיג באמצעות מיתוג פארקים ושטחי נופש (שוב אותו המקור) היא ששטחים אלה יתפסו ככלי משמעותי בטיפול בצרכים ובבעיות של הקהילה, במיוחד

³⁰ Shellito, M.T. (2009) Marketing & Branding Parks and Recreation as an Economic Engine. *Paper presented at the National Symposium*, Scottsdale, Arizona

נכון הדבר לשני תחומים: אורח חיים בריא וטיפול בהשמנה ובמחלות הנלוות לאורח חיים יושבני, וטיפול בהיבטים חברתיים כגון בניית קהילה, מניעת ונדליזם וכו'. סקר שנערך בשנת 2000 מצא ש- 81% מתושבי קליפורניה מעוניינים יותר בטיפול בשטחים פתוחים ומקומות משחק לילדים מאשר בנושאים כמו מיסוי, זיהום אוויר או שימוש בסמים.³¹

מכיוון שלשטחים פתוחים יש תפקידים שונים, והאחזקה שלהם מתבצעת לרוב על ידי גופים ציבוריים, ניתן לראות שהמטרות של תהליכי המיתוג שחלקם עוברים הן מטרות חברתיות (ולא מטרות רווח כפי שניתן למצוא במיתוג מקומות הנמצאים בבעלות פרטית למטרות רווח). לדוגמא, תכנית הפיתוח של השטחים הפתוחים באזור The East Subregion באוסטרליה³² שמה לה למטרה להבטיח לכל התושבים נגישות לשטחים פתוחים, לענות על הצרכים שלהם ולהבטיח להם הזדמנות לפעילות תרבותית. השטחים הפתוחים שנכללו בתכנית כוללים 16,740 דונם, מתוכם 75% שטחים פתוחים אזוריים. חלק גדול מהשטחים (48%) הם פארקים שיש בהם מתקנים רק לשימושים בלתי פורמליים כגון אזורי פיקניק או מדשאות. יתר השטחים מיועדים לפעילות ספורט, שטח פתוח פראי מגרשי גולף וחופי ים. על מנת למשוך תיירות אל הפארקים ואזורי הנופש כוללת התכנית בניית מותג קונסיסטנטי לכל מערכת הפארקים והשטחים הפתוחים.

דוגמאות למיתוג שטחים פתוחים

Discover the many states of California

ארגון הפארקים בקליפורניה ביצע מהלך של מיתוג הפארקים המדינתיים California State Parks³³. מערכת הפארקים המדינתיים של קליפורניה הינה מגוונת מאוד, וכתוצאה מכך רוב קהלי היעד אינם מזהים אותם כישות אחת אחידה. מיתוג הינו היצוג של הארגון, ולכן בחר הארגון לצאת במהלך מיתוג. מותגים בונים מערכות יחסים עם קהלי המטרה ומתקשרים איתם באופן אמוציונלי. באמצעות הצגה של מראה ומסר קונסיסטנטיים של המותג, ניתן לייחד את הפארקים המדינתיים של קליפורניה מפארקים אחרים ומאזורי פנאי ונופש אחרים, ולעודד נאמנות של קהלי היעד ואהדה אל הפארקים. לכן, מטרת תהליך המיתוג היתה לייצר זהות מותגית יחודית לפארקים המדינתיים, כזו שתעביר את המסר של הפארקים באמצעים תקשורתיים שונים באופן ידידותי.

המיתוג שהם בחרו הוא: "הפארקים של קליפורניה: דרכים רבות להיות תושב קליפורניה" - "California - parks: More ways to be a Californian than you can imagine." State הייחוד של הפארקים, והוא מבטא שלושה היבטים שמהם אמורים קהלי היעד להנות:

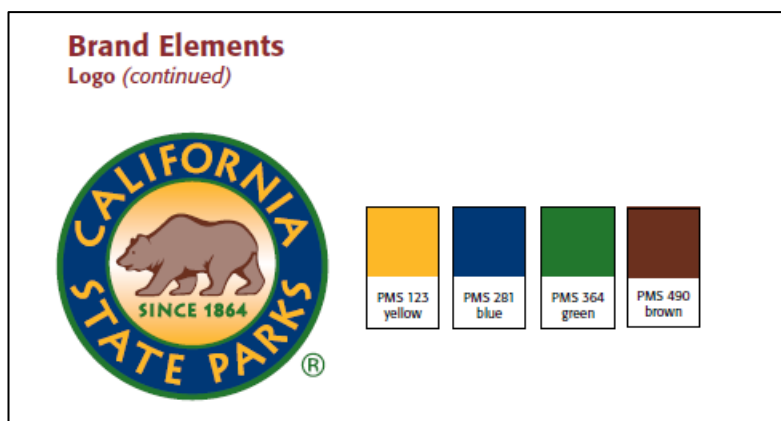
1. הפארקים של קליפורניה הם מגוונים וגם מצויים בשפע
2. הפארקים של קליפורניה יגרמו לך להיות גאה בהיותך תושב קליפורניה
3. הפארקים של קליפורניה הם דרך נהדרת להתנתק ולהתרענן

³¹ Year 2000 Bond Survey by Fairbank, Maslin, Maullin & Associates

³² [Parks, Public Places and Culture in the East - Department of Planning – New South Wales](#)

³³ California State Parks Brands Standards Handbook, January 2007

בדיוק כפי שמקובל בתהליכי מיתוג מסחריים, המותג כלל את המרכיבים המרכזיים: לוגו, כותרת, טאגליין, פונטים וצבעים, תמונות, קופירייטינג תכנים, טון והיררכיית מסרים.



איור 13 מרכיבי המותג הפארקים של קליפורניה

המסר העיקרי (ה"headline"), שמופיע בכל הפרסומים, מטרתו לעודד את הצרכן להעלות רעיונות חדשים ושונים לגבי הפארקים של קליפורניה. המסר שנבחר הוא: "לאן יקחו אותך היום מאות הפארקים של קליפורניה?"

הטאגליין (ביטוי קצר המסכם את החוויה של הפארקים, מופיע תמיד בצמוד ללוגו) הנבחר הוא: "Discover the many states of California".



איור 14 : המסר של הפארקים של קליפורניה

בנוסף ללוגו, לצבעים ולפונטים (look&feel), גם התמונות שבהן נעשה שימוש מעבירות את רוח המותג. במקרה זה התמונות מציגות אנשים מבצעים פעילות אקטיבית בפארקים. תמונות אלה מספקות הקשר ויזואלי, כאשר בנוסף לכך כל פארק מקבל את השם "הרפתקאה מס' X", בצמוד לטאג ליין.



איור 15 : דוגמא למודעה המותאמת לרוח המותג



איור 16 דוגמא לשלט

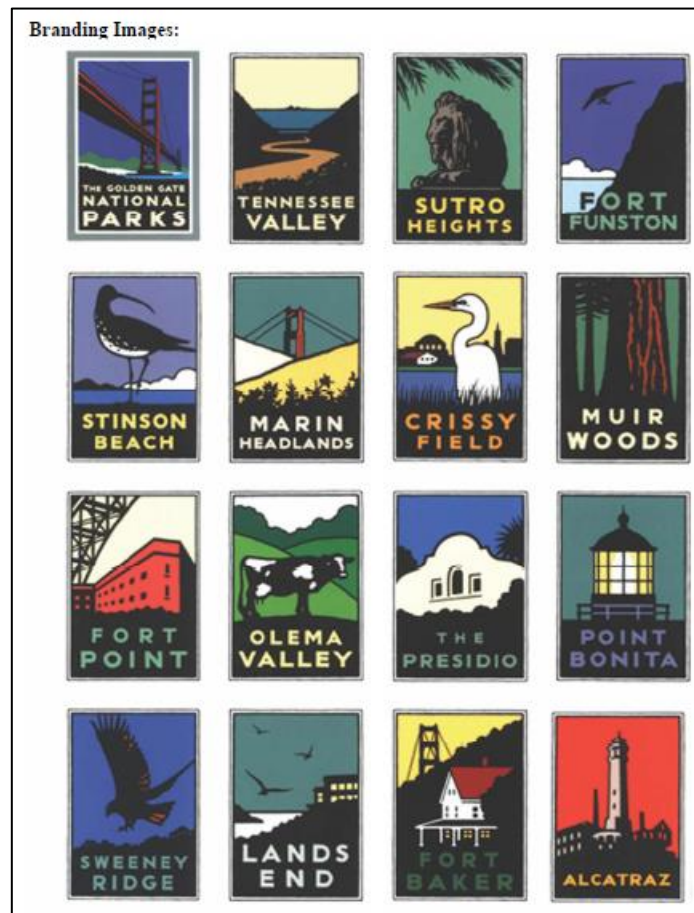
הפארקים הלאומיים של ארה"ב

גם ארגון הפארקים הלאומיים של ארה"ב הבין את החשיבות של מיתוג עבור הארגון שלהם והפארקים הלאומיים, במסגרת התכנית הכללית של הארגון (National Park Service –NPS) להעביר מסרים ולייצר עבורו מותג קונסיסטנטי³⁴. במסגרת זו הם אפשרו לכל פארק לבנות לעצמו תת מותג, המתקיים בתוך המסגרת המותגית הכוללת של הפארקים הלאומיים. מספר פארקים לאומיים ברחבי ארה"ב יישמו את תהליך המיתוג, ובנו לעצמם זהות מותגית גרפית חזקה. זהות זו אפשרה להם לבנות מודעות ציבורית למרכיבי הפארק. שתי הדוגמאות הבאות מבהירות את המורכבות שיש בפארקים הלאומיים, שחלק מהם בנויים ממגוון חלקים הפרוסים לעתים על שטח רחב, ושיש להם מאפיינים מאוד מגוונים – חלק אתרי טבע, חלק אתרים הסטוריים, ולציבור לא תמיד היה ברור הקשר בין החלקים השונים. גרוע מכך, בחלק מהפארקים לא היתה קיימת מודעות ציבור לקיומו של הפארק הכולל. במקום זאת, הציבור היה מודע רק למקטע אחד מהפארק, בדרך כלל המקטע הפופולרי ביותר.

³⁴ <http://www.nps.gov/partnerships/branding.htm>

דוגמא 1: הפארק הלאומי גשר הזהב³⁵:

הבעיה היתה שרוב האנשים לא היו מודעים לכל המרכיבים הרבים הקיימים בפארק משני צידי פארק שער הזהב (מעבר לגשר שער הזהב עצמו). המטרה היתה לעורר מודעות לכלל המרכיבים של הפארק, באמצעות יצירת זהות אחידה ברורה לפארק על כל חלקיו השונים. השם המקורי (Golden Gate National Recreation Area) שונה להפארקים הלאומיים של שער הזהב (Golden Gate National Parks). בהמשך נבנתה זהות גרפית לכל אחד ממרכיבי הפארק, כולם שומרים על אותה שפה גרפית אחידה. התוצאה היתה בנייה של מותג קוהרנטי, שיש לו נוכחות ציבורית מובהקת.



איור 17 שפה ויזואלית

דוגמא 2: היעד – הפאסיפיק

Lewis and Clark National and State National Historical Parks, אורגון וושינגטון³⁶.

הבעיה שעמדה בפני הנהלת הפארק היתה היותו חסר זהות. מבקרים באזוריו השונים לא היו מודעים להיות כל אזור חלק מפארק רחב יותר, ולא היו מודעים ליתר האזורים שבו, הממוקמים משני הצדדים של נהר הקולומביה. מערכת הסעות פנימית (שאטל) שאורגנה לרחבי הפארק היוותה הזדמנות ליצירת

³⁵ http://www.nps.gov/partnerships/Branding_Case_Study_-_Golden_Gate_National_Recreation_Area.pdf

³⁶ http://www.nps.gov/partnerships/Branding_Case_Study_-_Lewis_and_Clark.pdf

זהות מותגית אחידה לפארק כולו. הלוגו החדש יוצר זהות גרפית אחידה לפארק. הלוגו מורכב בבסיס משני קנואים, הקנו האחד עכשוי והשני קנו מסורתי. הם מסמלים: חופש תנועה, אי השארת שובל, אחווה וגילוי. השימוש בקנו עכשוי ומסורתי מדגיש את החשיבות של השבטים המקומיים. הטאג ליין שצורף אליו היה: "היעד – הפאסיפיק".

יישום המיתוג התחיל בבניית שאטל ממותג, ועבר לאסטרטגיית יחסי ציבור לפארק כולו. הלוגו מופיע על שילוט בתוך הפארק ובדרך אליו, ברושורים ומפות, ועל מקורות מידע של מלונות ומסעדות באזור. הלוגו מחוזה באמצעות מכירת מזכרות ומוצרים נלווים (שהרווחים ממכירתם תורמים להכנסות הפארק). הוא מופיע גם באתר האינטרנט של NPS ושל שותפים אחרים.

לוגואים נוספים (תתי מותג) פותחו עבור אתרים מרכזיים בפארק, בקו אחד עם הזהות הגרפית הכוללת (אותה ניתן לזהות גם בשתי הדוגמאות לעיל). תגובות הציבור היו חיוביות, ונוצר ביקוש רב לרכישת חומרים וחפצים הכוללים את הלוגו.



Parks Make Life Better

החברה לפארקים ונופש בקליפורניה (California Park & Recreation Society – CPRS) יצרה החל משנת 2009, קמפיין מיתוג כלל-מדינתי, עבור סוכנויות פארקים ונופש מקומיות³⁷. המותג הנבחר הוא: "Parks Make Life Better". מטרת המיתוג היתה לעורר מודעות ליתרונות שיש לפארקים ולאתרי נופש, ולהעלות את הסטטוס של פארקים ואתרי נופש כשרות קהילתי חיוני. הרעיון הוא שכאשר כל 525 סוכנויות הפארקים והנופש המקומיות בקליפורניה תהיינה מאוחדות תחת דגל אחד, ותעברנה בצורה אחידה וברורה את המסר של "פארקים משפרים את החיים", אפשר יהיה להשיג את המטרות הבאות:

- בניית נאמנות לשרותי פארקים ונופש
- שיפור המעמד של אנשי המקצוע העוסקים בתחום
- עידוד צמיחה
- מעורבות הציבור

³⁷ <http://www.cprs.org/>

לשם השגת מטרות אלה, נבנה מותג ופותחו לו ערכים. ערכי המותג הגודרו כ"הבטחות", ואלה הן:

- מקום טוב יותר לחיות בו - A Better Place to Live: הפארקים הופכים את הערים למקומות טובים יותר לחיות בהם, מכיוון שהם מספקים נגישות לטבע, מרחב למשחק ולפעילות גופנית, מקומות אימון לקבוצות ספורט, ואלטרנטיבה טובה יותר לבני נוער, דבר המפחית את רמות הפשיעה.
- יתרון אישי: לפארקים יתרונות אישיים לאדם ולמשפחה (עוד לפני היתרונות שיש בהם לקהילה)
- עתיד: היתרון הגדול של הפארקים הוא שהם מסמלים קשר אל העתיד, במיוחד ביצירת מקומות טובים יותר, יתרונות לילדים, ושימור עתודות קרקע ושטחים פתוחים
- פעילות עצמאית: תושבים מעדיפים פעילויות שהם יכולים לעשות בעצמם בפארקים, על פני פעילויות מאורגנות או מכוונות. הפארקים יוצרים הזדמנות לעשות בדיוק את זה, פעילות ספונטנית שאינה בהכרח מאורגנת.

במהלך התהליך נוסח החזון המותגי:

Parks and recreation makes lives and communities better now and in the future by providing access to the serenity and inspiration of nature; outdoor space to play and exercise; facilities for self-directed and organized recreation; positive alternatives for youth which help lower crime and mischief; and activities that facilitate social connections, human development, the arts and lifelong learning

ועוצב לוגו.



איור 19 לוגו

יישום המותג

משמעות המיתוג הינה רחבה יותר מאשר עצם השימוש בלוגו. זהו מהלך שבנוי על כך שחברי הצוות שיש להם מגע עם הציבור הרחב יבינו שהפעילות שלהם משפיעה על המותג. משום כך, אחד המרכיבים המרכזיים ביישום המותג היה העברת המסר "משפרים את החיים" אל כל העובדים בארגון, כך שכל עובדי המנהל, דרך המתכננים, אדריכלי נוף, פקחים, שומרים וכו' כולם יזדהו איתו ויעבירו אותו הלאה אל הציבור.

השקת המותג בוצעה בארגונים המקומיים השונים במספר שלבים :

1. פעילות פנימית בקרב הצוות, במענה על השאלה כיצד כל פארק או תכנית משפרים את החיים של הקהילה.

2. הוספת הלוגו לחתימות המייל, עם תוספת אישית: Santa Barbara Parks Makes Life Better

3. שימוש בלוגו בכל ה

4. חומרים הפרסומיים. לדוגמא, חולצות שנמכרות למבקרים עם הכיתוב: Parks Make my Life Better, תוך דגש על מסר אישי "הפארקים משפרים את החיים שלי"

בהמשך מתוכננות פעילויות נוספות של כלל הארגון ליישום המותג.

כל אחד מהארגונים המקומיים תחת ארגון הגג הוזמן להשתמש במותג באופן הספציפי המתאים לו ולצרכיו, כולל שימוש בחומרים פרסומיים, בחוברות הדרכה, עדכון אתר האינטרנט, פעילויות קהילתיות, העברת המסר לגופי שלטון וארגונים מקומיים, ועוד. להלן דוגמאות למספר מוצרים שונים שעוצבו על מנת להעביר את המסר של המותג בארגונים מקומיים שונים :

TOWN OF WINDSOR

Recreation Guide

Let's Explore

- **Preschool Theme Camps**
- **Teen Excursion Camps**
- **Swim Lessons**
- **Adult Sport**

Register Online

Parks Make Life Better!

Photo Contest Winner
Stephanie Phillips
"Nature"



Summer 2012

May-August
www.townofwindsor.com

Creating Community Through People, Parks, and Programs

איור 20 ברושור לפעילות קיץ



איור 21 תגית לנסיעות



איור 22 פעילות קהילתית



West Side Recreation & Park District

CLASSES	CALENDAR OF EVENTS	ADULT SPORTS	ADULTS & SENIORS	HOME PAGE
POOL PARTIES	PHOTOS	PARTIES	NATATORIUM	FACILITIES
COMMUNITY THEATRE	YOUTH & FAMILY	TOURNAMENTS	SPECIAL EVENTS	SCHOLARSHIPS
PRESCHOOL	EMPLOYEES ONLY	STAFF	CONTACT US	GUESTBOOK
YOUTH SPORTS				

PARKS MAKE LIFE BETTER

Parks Make Life Better!

POSITIVE SPACES

Free-time fun

Neighborhood parks are an escape, a place to run around and play.

GATHERING PLACES

Socializing and learning

Parks are like holidays, bringing us together to share good times. They are the common ground that connects us all.

FOREVER

Valued today and always

Parks enrich our lives. They add value to our homes and neighborhoods. Individually and as a community, we'll always have that need.

Parks Make Life Better!

An extensive research study asked California citizens and public officials "Why are parks important to you?" The research, sponsored by the California Park & Recreation Society (CPRS), a nonprofit, professional and public interest organization with more than 4,000 members, was used to develop the first-ever brand of the profession. "Parks Make Life Better!" is now being launched by CPRS members statewide, including West Side Recreation & Park District.

Overwhelmingly, survey respondents value parks and recreation as an essential community service. Virtually every California household (98%) reported visiting a park during the past year. Forty-two percent visited a park at least several days a week; 26% visited at least once a week, and 68% visited at least monthly. Of these, 55% go with spouse or partner, 53% with kids, 48% with family, 46% with a friend. Only 5% of the users indicated they go alone.

CPRS used the research findings to develop the first-ever brand promise and brand identity for parks and recreation. The brand promise incorporates

**Parks
Make
Life
Better!**

PLAY

Safe, outdoor space

For us, the biggest benefit is a safe, outdoor play space for our kids today...and as they grow.

NATURE

Beauty and serenity

Being in nature makes one feel alive. We're very fortunate to have beautiful spaces so close to home.

EXERCISE

Healthy movement

Parks are made for moving at your own pace. And, recreation programs make it easy to stay healthy.

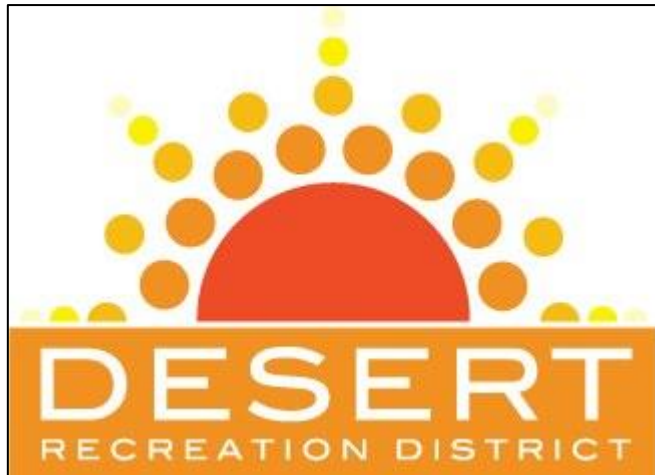
איור 23 אתר אינטרנט

תת מותג

ארגון מקומי בשם Coachella Valley Recreation and Park District (CVRPD) סבל מהעדר זהות. בין הסיבות להעדר הזהות היו שמו הארוך וקשה להגיה, והעובדה שמחוץ לעמק אנשים זיהו את הישוב פאלם ספרינגס, אבל לא קשרו את השם עמק קאוצ'ילה עם האזור, ואפילו תושבי האזור לא ידעו מהו אזור האחריות של הארגון מכיוון שלא היתה הגדרה גיאוגרפית ברורה לאזור זה. כתוצאה מכך, מבקרים לא ידעו מיהו הגוף שמספק את השרותים מהם הם נהנים. הם לא ידעו היכן לקבל מידע על המגוון המלא של אפשרויות הפעילות באזור, והארגון עצמו, CVRPD, לא קיבל קרדיט על הפעולות שלו. בשנת 2008 עבר הארגון תהליך מיתוג שמטרתו קביעת זהות רלוונטית שתמצב אותו.

התחקיר שנערך במסגרת התהליך מצא שאין קשר בין המהות של CVRPD (שהיא כיף, שמש, איכפתיות ואופטימיות) לבין האופן היבש והמבלבל שבו הוא מציג את עצמו. לכן, המטרה היתה ליצור מותג שיהיה כייפי, נחרט בזכרון, מאוד אישי ומסביר פנים. המהלך הראשון היה לשנות את השם של הארגון, כך שישקף את המותג. שם הארגון שונה ל: Desert Recreation District. השם החדש מיצב את DRD בתור הספק האזורי הראשי, ונשתמש בשפה הקלה והמוכרת של המונח "נופש".

חלוגו של המותג הוא פשוט, בהיר וצבעוני, וכולל בתוכו שמש אדומה, צהובה וכתומה ואת השורה "כיף בשמש" "Fun in the Sun". השורה התחתונה היא שכיף הוא מקדם מכירות יעיל. ולכושר גופני שנרכש בדרך מהנה יש סיכוי גדול יותר שאנשים יזכרו אותו ויהיו מעוניינים בו שוב.



איור 24 לוגו

בנוסף ללוגו, DRD בנתה תכנית שיישמה את אסטרטגיית המותג של הנאה בתכניות ההכשרה למועסקים, בנראות, תשתיות, שילוט, מוצרים, עבודה מול בעלי עניין, ובעיקר מול המשתמשים והקהילות באזור.

בשלב הראשון נערכו פגישות עם העובדים לרתימתם למהלך. בהמשך, העבודה מול המשתמשים והקהילות סביב כללה קטלוג פעילות חודשי, ניוזלטר אלקטרוני, ואתר אינטרנט. בהמשך, DRD שואף להרחיב את הפעילות שלו לכלל האזרחים באזור, כולל המשתמשים בפארקים וכן אזרחים שאינם משתמשים, על מנת לקדם את הבריאות והרווחה שלהם. אבן הפינה של גישה זו היא ביוזמה שמטרתה יצירת one-stop shop שתרכז את כלל אפשרויות הנופש באזור ותכלול פרסומים חודשיים של כל אפשרויות הנופש והפעילויות המתרחשות באזור (על ידי כל הספקים והארגונים השונים), פורטל (the google of recreation), מפות ותקשורת במייל אלקטרוני. הרעיון הוא פשוט: איכפת לנו מהתושבים באזור. אנחנו רוצים שהם יהיו בריאים ומאושרים, גם אם הם עושים זאת באתר של מישהו אחר. אבל גם אנחנו נרוויח: על ידי ריכוז המידע והעברתו אל הציבור, לאורך זמן DRD ייתפס בציבור כספק העיקרי של מידע על נופש באזור.

בטווח הארוך, המיתוג הוא ככל הנראה הדרך היעילה ביותר במונחי עלות-תועלת ליצירת קשר רגשי שנחרט בזכרון עם הצרכנים.

3.1.5 מיתוג של שטחים פתוחים סביב כמקדמי בריאות

הדוגמא הקודמת הראתה ארגון מקומי שבחר במסר של הנאה על מנת לקדם פעילות בפארקים ובריאות של התושבים. בשנים האחרונות ניתן לראות גם פעילות בכיוון ההפוך: שימוש במסר של קידום בריאות על מנת למתג את השטחים הפתוחים. יש מספר פארקים ברחבי העולם שפנו בכיוון כזה. לדוגמא, פארקים שממתגים עצמם בדגש על רכיבה על אופניים לספורטאים חובבים ולמשפחות (לדוגמא, Utah Pioneer Park), פארקים שמדגישים את ההזדמנות לפעילות ספורט חופשית, ועוד. בנוסף, פארקים שפונים אל מקבלי ההחלטות וקרנות פילנתרופיות לקבלת תקציבים וסיוע אחר מציגים עצמם סביב הרעיון של קידום אורח חיים בריא על מנת לקדם את המטרות שלהם. הדוגמא הבאה תציג בהרחבה מהלך בינלאומי של מיתוג פארקים סביב הרעיון של קידום בריאות – מהלך מיתוגי שמיושם במספר ארצות על ידי מספר רב של ארגונים.

Healthy Park Healthy People

סוכנות הפארקים האוסטרלית Victoria Parks יצרה את המותג **Healthy Parks Healthy People** בשנת 2000. HPHP שואף לעודד ולקדם את הקשר בין סביבה בריאה וחברה בריאה. בהמשך הם הסמיכו את אוניברסיטת Deakin לערוך סקר ספרות נרחב שניתח למעלה ממאתיים מאמרים על מחקר אודות היתרונות הבריאותיים של קשר עם הטבע. המאגר פורסם בשנת 2002, ועודכן בשנת 2008. נכללו בו מאמרים מתחומי האקולוגיה, ביולוגיה, פסיכולוגיה סביבתית ופסיכיאטריה. כולם הראו שנגישות אל הטבע משחקת תפקיד משמעותי בבריאות של אנשים. המחקר הצביע על כך שאנשים זקוקים לטבע על מנת לענות על צרכים פסיכולוגיים, רגשיים ורוחניים שקשה לספק באופנים אחרים.

ארגון הגג של הסוכנויות המטפלות בפארקים באוסטרליה ובניו זילנד³⁸ - Park Forum – הוקם בשנת 2004. אחת מהמטרות של הארגון היא העלאת הערך של הפארקים, בין השאר באמצעות הבהרת התרומה שלהם לתושבים, הדגשת הערך הכלכלי של הפארקים, ארועי קידום מודעות במסגרת שבוע שיא שנתי (בשנת 2013 נערכו 200 ארועים ברחבי אוסטרליה, שמטרתם קידום הערך של הפארקים לקהילות במדינה) ואפליקציה לטלפון סלולרי עם מידע לציבור הרחב. ארגון הגג אימץ את תכנית "פארקים בריאים אנשים בריאים" (הסלוגן: Healthy Parks Healthy People). למעשה, מדובר בתהליך מיתוג הפארקים המכוון ישירות לנושא הבריאות.



איור 25 לוגו

בדרך כלל השיח אודות פארקים מתמקד בערך הסביבתי שלהם ובהזדמנויות פנאי ונופש שהם מציעים. אבל לפארקים יש ערך רב מבחינה בריאותית – לאנשים פרטיים ולקהילות. לכן, לסוכנויות ולארגונים המנהלים את הפארקים יש תפקיד חשוב של העברת הערכים הבריאותיים של הפארקים אל קהלי היעד.

³⁸ <http://www.parksforum.org>

התכנית "פארקים בריאים אנשים בריאים" היא דרך אחת באמצעותה התאגדו הארגונים השונים לבצע זאת. מספר סוכנויות וארגונים ברחבי אוסטרליה עובדים יחד על מנת לקדם את המסר הזה. רק חברי ארגון הגג רשאים להשתמש במיתוג הזה, ולנצל את המשאבים העומדים לרשותם.

תכנית המיתוג "פארקים בריאים אנשים בריאים" (HPPH) מכוונת להעביר מסר אחיד אל קהלי היעד, זאת באמצעות עבודה משותפת של הארגונים השונים החברים בארגון הגג של הפארקים. מספר פרויקטים, פעילויות ומשאבים עובדים להשגת המטרה, ברמה הלאומית של אוסטרליה, וברמה הבינלאומית.

ברמה הלאומית הושם דגש על:

שיתופי פעולה – בוצע מהלך של בניית שיתופי פעולה עם ארגוני בריאות שונים לפעילות משותפת להפצת המסר פארקים בריאים אנשים בריאים.

מידע – הפצת מידע לחברי הפורום בארגונים ובסוכנויות השונות על המסר, והדרכים להעביר אותו אל קהלי היעד. מאגר מידע מקיף זמין לחברי ועובדי הארגונים על מנת לסייע להם להעביר את המסר אל קהלי המטרה שלהם.

ברמה הבינלאומית

קונגרס HPPH – בשנת 2010 ארח Victoria Parks את הקונגרס הבינלאומי, בו השתתפו 1200 איש מ-37 מדינות, על מנת לחקור את האופן שבו פארקים וטבע תורמים לבריאות ולרווחה שלנו. הקונגרס למעשה חיזק את המותג, והפך אותו לסמל בו ניתן להשתמש מול הממשל, סקטור החינוך והסקטור העסקי.

אינטרנט - במסגרת המיתוג נבנה אתר אינטרנט - ³⁹ HPPH CENTRAL. האתר הוקם בעקבות הקונגרס, על מנת לשמר את המומנטום הבינלאומי, ולהבין טוב יותר את הקשר בין הטבע ובין בריאות. אתר האינטרנט משמש משאב לקהילת HPPH העולמית, על מנת ללמוד ולשתף בנוגע למחקר עדכני, חקרי מקרה, תוכניות ויוזמות שמתמקדים ביתרונות הבריאותיים של מגע של אנשים עם עולם הטבע. האתר מציג את המסרים של HPPH, אינפורמציה על ארועים וממשיך להציף את המותג ולשמר אותו במודעות. האתר גם מכיל קישורים למגוון ארגונים בינלאומיים המקדמים בריאות, בריאות וטבע וארועים שנערכים בנושא בכל העולם.

³⁹ <http://www.hphpcentral.com/>



איור 26 דף הבית

ארועים רבים נערכים בארצות שונות על ידי ארגונים מקומיים החברים בארגון העל הבינלאומי. דוגמאות לארועים כאלה כוללות:

פורום Healthy BY Nature – הפורום התכנס בוונקובר בשנת 2011. הכנס עסק ביתרונות הבריאותיים – בריאות פיזית ובריאות נפשית – של שהות בטבע. הפורום התמקד ביצירת מודעות, בניית שותפויות, ותכנון פעולות. ממצאי הכנס פורסמו בחוברת, שניתן להוריד מאתר האינטרנט⁴⁰.

מפגש בעלי עניין - מנהל שרות הפארקים הלאומיים בארה"ב ערך בשנת 2011 מפגש בין מנהיגים ויזמים מסקטורים שונים שמטרתו לבחון דרכים לחזק את הקשר בין בריאות הציבור ושטחי ציבור. מטרת המפגש היתה לייעץ ל NPS (שרות הפארקים הלאומיים בארה"ב) לגבי תפקידו בקידום הבריאות⁴¹.

יום פארקים – אחד הארועים הגדולים ביותר כל שנה הוא "Parks for Life": יום הפארקים העולמי מתרחש כל שנה בספטמבר, בכל העולם. למשל, באוסטרליה הוא מנוצל על מנת למקד את תשומת הלב במסר של "פארקים בריאים אנשים בריאים" לכלל הציבור, ולחלוק את המסר עם ארגונים נוספים שמקדמים מטרות דומות לגבי חשיבות הפארקים לבריאות בחברה שלנו. במסגרת יום זה מתקיימים ארועים ברחבי המדינה.

⁴⁰ <http://www.hphpcentral.com/research/healthy-by-nature-forum-2011-a-report-on-the-unique-gathering>

⁴¹ <http://www.hphpcentral.com/wp-content/uploads/2011/05/Healthy-Parks-Healthy-People-US.summary.final.april-2011-1.pdf>



איור 27 הפרסום ליום הפארקים באתר אינטרנט יעודי⁴²

ארועים מסוג זה ואחרים נערכו גם לאורך השנים הבאות, וממשיכים להעריך. ומטרתם העלאת המודעות למסר הבריאותי בקרב ארגונים, גופי ממשל, וקהילות (ובאמצעותם אל הציבור הרחב).

בנוסף, פרסומים שונים מאפשרים העברת המסר באמצעים תקשורתיים שונים. לדוגמא, ברושור :

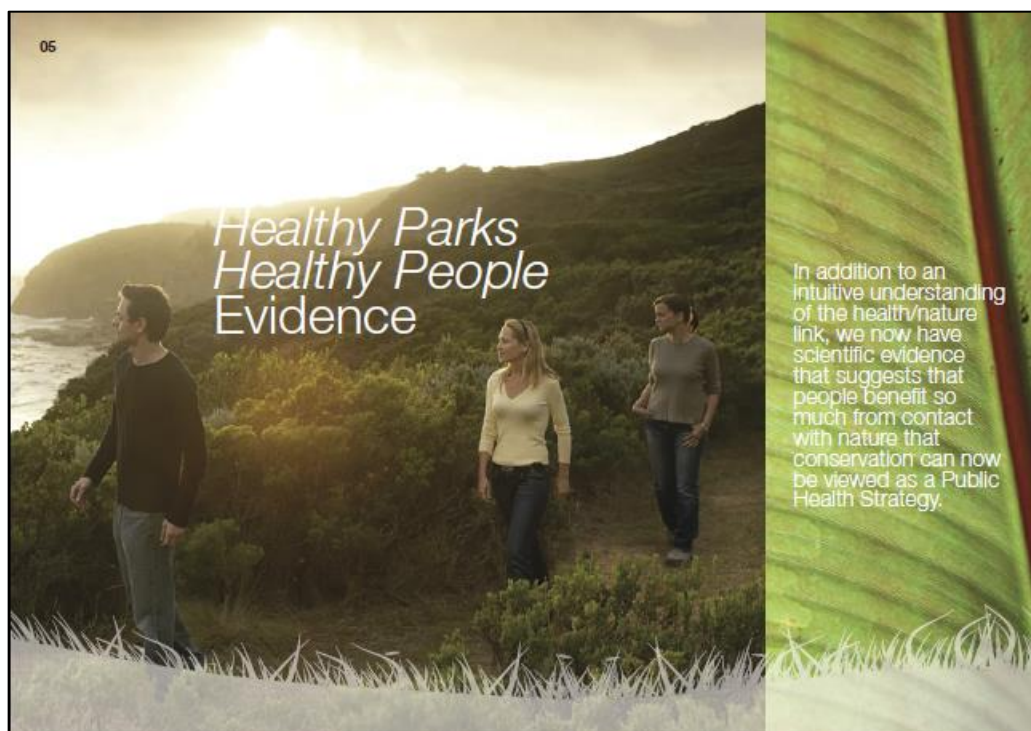


איור 28 דף שער ברושור

⁴² <http://www.worldparksday.com/>



איור 29 עמודים פנימיים



3.1.6 סיכום

סקירת הספרות מלמדת ששני הנושאים – בריאות ושטחים פתוחים – קשורים אחד לשני קשר הדוק. יותר מכך, ניכר כי ארגונים המנהלים שטחים פתוחים מסוגים שונים בכל העולם (אוסטרליה וארה"ב הינן מתקדמות במיוחד בהקשר זה) משתמשים בקונספט הבריאותי למיתוג הפארקים או הארגונים.

מתוך סקירת הספרות עולות מספר מסקנות בולטות:

ראשית, בכל הארגונים והמקרים בהם נערך תהליך מיתוג מוצלח נמצא שילוב של מהלכים תקשורתיים ומהלכים קהילתיים.

שנית, המקרים המוצלחים – שהביאו לשינוי במודעות ובהמשך גם לשינוי בהתנהגות – היו מקרים בהם לא הסתפקו בקמפיין תקשורתי (שהשפעה שלו קצרת טווח), אלא יצאו במהלך מיתוגי אסטרטגי כוללני.

שלישית, מרכיבי מיתוג הכרחיים לתהליך מיתוג מוצלח כוללים את הבאים:

- בניית זהות ויזואלית מובהקת (לוגו, look&feel, צבעוניות וכי – שפת מותג מלאה)
- פעילות עם קהילה
- שיתוף פעולה עם ארגוני בריאות
- שימוש בתקשורת האלקטרונית
- שימוש בכלי שיווק מגוונים: ארועים ממותגים, מוצרים ומזכרות, שילוט בשטח ועוד
- במקרה של ארגונים איזוריים, שימוש בארכיטקטורת מותג הוכיח עצמו כיעיל – מותג כוללני לארגון כולו, ותתי מותג (הנשענים על הזהות הגרפית הכוללת) לפארקים מקומיים.

בהמשך לסקר הבינלאומי, בפרק הבא תוצג בחינת הפוטנציאל המיתוגי של יערות קק"ל. נבחן האם היקף ואופי הפעילות הקיימים, והרכב הפארקים יאפשרו למתג את יערות קק"ל כמקדמי בריאות, הן מבחינת היצע הפעילות הקיים בהם, הפריסה המרחבית שלהם, המאפיינים הגיאוגרפיים וכדומה, והן מבחינת האפשרויות הקיימות להוסיף תוכניות ופעילויות מקדמי בריאות ובונות מותג.

3.2 איתור פוטנציאל מיתוג ביערות קק"ל

תהליך הבדיקה של פוטנציאל המיתוג היה מורכב משני שלבים: בשלב הראשון בוצעה התאמה של מדדי מיתוג של מקומות (המכוונים למדידת מיתוג קיים) ובניית מדד לפוטנציאל האפשרי של מיתוג מקום עתידי. בשלב השני הופעל המדד שפותח על ממצאי הסקר הסביבתי שבוצע ביערות קק"ל על מנת להגיע למסקנות בנוגע לפוטנציאל המיתוג האפשרי של יערות קק"ל סביב נושא הבריאות.

3.2.1 התאמת מדדי מיתוג של מקומות למדידת פוטנציאל מיתוג

תהליך הבדיקה של פוטנציאל המיתוג של יערות קק"ל דרש בניה של מדד יעודי. הסיבה לכך היא שמדדי המיתוג של מקומות הקיימים כיום מכוונים למדידה של הצלחת תהליך מיתוג ושל המידה בה מקום הוא ממותג בפועל. במחקר הנוכחי ביקשנו לבחון פוטנציאל אפשרי למיתוג. לכן היה צורך לבצע את ההתאמה.

מדד מיתוגיות של מקום

קיימים כיום מספר מדדים של מיתוג מקומות. לדוגמא, The Anholt-GfK Roper City Brands Index (CBI) (2006), משלב שישה מימדים: נוכחות, מקום, דרישות סף, אוכלוסיה, דופק ופוטנציאל⁴³. The Saffron European City Brand Barometer (2008) משווה את הנכסים (פיזיים ותרבותיים ונוחות) מול חוזק המותג (זיהוי חזותי, חוזק תכונות חיוביות, ערך שיחתי והכרת תקשורתית)⁴⁴. התאמת מדד CBBE (consumer-based brand equity) בוצעה בשנת 2003. למיתוג מקומות מוגדר כהירארכיה של: בולטות המותג, אסוציאציות המותג, תהודת המותג ונאמנות למותג. באמצעות משתנים אלו, הירארכיית CBBE משלבת מדדים תפיסתיים והתנהגותיים ובכך ייחודה⁴⁵. מתוך המדדים הקיימים כיום, הורכב בשנים האחרונות מדד מאחד, המותאם במיוחד למדידת מותגי מקומות, במיוחד ערים או ארצות.

מדד מיתוגיות בפועל של מקום מורכב מארבע קבוצות של פרמטרים:

1. נכסיות המותג

- מודעות, נעזרת ובלתי נעזרת, של קהלי המטרה לעצם קיום המותג
- מודעות נעזרת ובלתי נעזרת, של קהלי המטרה לקיום הנכסים הממותגים (נכסים פיזיים, תרבותיים ואחרים המבטאים את האסטרטגיה המותגית במקום הפיזי ובפעילות המתקיימת בו)
- מודעות בלתי נעזרת של קהלי המטרה לטאג ליין
- מודעות בלתי נעזרת של קהלי המטרה ללוגו
- ויזואליה – קיום מרכיבים גרפיים ושפה גרפית (look&feel) ברורים למותג

⁴³ <http://www.simonanholt.com/Research/cities-index.aspx>

⁴⁴ Hildreth, J. (2008). *The Saffron European City Brand Barometer*. Revealing which cities get the brands they deserve. Shaffron

⁴⁵ Pike, Steven D. (2010) Destination branding case study: tracking brand equity for an emerging destination between 2003 and 2007. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(1). pp. 124-139.

- פעילות כלכלית הנובעת מנכסיות המותג ומבטאת אותו (לדוגמא, תשלום של מבקרים עבור השתתפות בפעילות ממותגת)
- רמת משיכה של קהלי המטרה אל המקום (לדוגמא, ביטוי של שאיפה לבקר בו)
- ושביעות רצון

2. נכסים פיזיים

- קיום נכסים פיזיים ממותגים במקום עצמו (פיסול, אטרקציות ועוד)
- ויזואליה במרחב העירוני - קיום מרכיבים פיזיים ויזואליים המציגים את המותג באופן נראה לעין בעת ביקור באתר (שילוט, דגלול, ריהוט ועוד)
- שיעור משתתפים בפעילות המותגים בנכסים הפיזיים
- עליית ערך הנכסים הפיזיים בעקבות פעילות המיתוג

3. נכסים לא פיזיים

- קיום ארועים ופעילויות המבטאים את האסטרטגיה המותגית
- מספר משתתפים בארועים הממותגים
- היקף פעילות תיירותית (כניסות, לינות ועוד) במקום
- היקף פעילות כלכלית במקום בתחומים הקשורים למותג או שנובעים ממנו

4. אזכורים תקשורתיים

- תקציב הרשות/הארגון המיועד לפיתוח המותג ולהיבטים התקשורתיים שלו, כולל קמפינים, יח"צ וכד'
- בדיקת אזכורים חיוביים ושליילים באמצעי התקשורת השונים, אלקטרונית ושאינה אלקטרונית, פורמלית וחברתית

כאמור, פרמטרים אלה מודדים בהצלחה את רמת ההצלחה של תהליכי מיתוג של מקומות. כחלק מהמחקר הנוכחי בוצע תהליך התאמה של פרמטרים אלה לפוטנציאל מיתוג. תהליך ההתאמה כלל בחינת המדדים הקיימים והתאמתם כך שאפשר יהיה להשתמש בהם למדידת הפוטנציאל. על מנת לעשות זאת, בחרנו להתמקד בבחינת אותם משתנים שניתן לשער שמיצוי שלהם עשוי לסייע בהפיכת המקום לממותג בעזרת תהליך מיתוג.

במקרה הנבחן השאלה עוסקת בבחינת פוטנציאל המיתוג של יערות קקל סביב הנושא של בריאות.

מדד פוטנציאל מיתוג

המדדים שמולם נבחנו אתרי קק"ל שנסקרו כוללים את הבאים :

- צורך גלוי – פרמטר זה בוחן את מידת הצורך של קהלי המטרה ב"מוצר" המוצע. צורך גלוי הינו צורך ידוע, שגם טרם קיום המותג קהלי המטרה מודעים אליו ומעידים על חסרונו.
- צורך סמוי – בדרך כלל יבוא לידי ביטוי רק לאחר שהמותג מופיע. זהו צורך שקהלי המטרה אינם מודעים אליו. לעתים קרובות התחושה לאחר שהתוודאו אל המוצר היא "איך הסתדרנו עד היום בלעדיו" (הסמארטפון יכול להיות דוגמא טובה לצורך כזו, שהיה סמוי עד שהופיע המוצר)

פוטנציאל בידול – המידה בה ניתן להשתמש במוטג על מנת להבליט את ההבדל בין המוצר הממוטג לבין המתחרים שלו בשוק. במקרה של אתרי קק"ל המדד יבחן את האפשרות לבדל את האתר סביב פעילות בריאות.

נכסים פיזיים ולא פיזיים [פעילויות] – קיום נכסים (מרכיבים פיסיים, אטרקציות או פעילויות) באתר שיכולים לקדם את מיתוגו.

מודעות לאתר – מודעות קהלי המטרה לקיומו של האתר

מודעות לנכסים הפיזיים - בנוסף, מודעות קהלי המטרה לאותם נכסים פיזיים שנמצאים באתר ושיכולים לקדם את מיתוגו.

על מנת למדוד את האתרים אל מול הפרמטרים השונים, הגדרנו בצורה מדויקת מרכיבים ניתנים למדידה מתוך הידע הקיים היום. בהחלט יתכן שניתן יהיה להוסיף פרמטרים שיוסיפו לרמת דיוק אפשרית, של המדידה, אולם בשלב הנוכחי בחרנו להתייחס למרכיבים הזמינים לנו.

הפרמטרים שנבחרו למדידה

1. צורך גלוי
 - העדר מרחב אחר לפעילות גופנית במרחק סביר, עבור פלח אוכלוסיה גדול. ככל שהאתר קרוב לכמות אוכלוסיה גדולה וככל שהמרחק ליערות אחרים גדול, רמת הצורך עולה.
 - ביטוי נוסף לצורך גלוי יכול להיות בשיעור העוסקים בספורט עממי (הליכה, ריצה, סקייטים ועוד) במרחב
2. צורך סמוי
 - קיומה של אוכלוסיה מכוונת מותג במרחב כביטוי לצורך סמוי. אוכלוסיית הסובלים מהשמנת יתר יכולה להיות אוכלוסיה כזו
3. פוטנציאל בידול
 - האם יש בקרבת מקום אתרים נוספים "מתחרים" – העדר אתרים (שטחים פתוחים, פארקים או אתרים מאפשרים פעילות פיזית) יגביר את הפוטנציאל לבידול האתר
4. נכסים פיזיים ולא פיזיים
 - קיום נכסים מקדמי בריאות (מתקנים מעודדי פעילות גופנית שניתן להציגם לציבור כנכס מרכזי של האתר)
 - קיום נכסים אחרים – יחודיים - שניתן להשתמש בהם למתג את האתר
5. מודעות לאתר
 - מודעות לאתר כפי שהיא נמדדת בקרב קהלי המטרה (באתרי אינטרנט וקהילות מקוונות)
6. מודעות לנכסים הפיסיים
 - בנוסף למודעות לאתר נמדדה גם המודעות של קהלי המטרה לנכסים הפיזיים ואזכור שלהם (באתרי אינטרנט וקהילות מקוונות)

3.2.2 תוצאות

בהמשך לפיתוח המדד, הוא הופעל על ממצאי הסקר הסביבתי שבוצע ביערות קק"ל על מנת להגיע למסקנות בנוגע לפוטנציאל המיתוג האפשרי של יערות קק"ל סביב נושא הבריאות. טבלה 10 מציגה את תוצאות הבדיקה האמפירית שבוצעה, כאשר הצינון לכל פרמטר מנומל לצינון בינרי, על מנת לבנות סקלה בה לכל מרכיב יש משקל שווה. באופן כזה, הצינון הכולל הוא מצרפי – איסוף כל המרכיבים בהם האתר קיבל ציון 1 (המבטא קיום צורך מול העדר צורך, קיום נכסים פיזיים מקדמי בריאות או העדרם וכו').

בסך הכל, הצינון המקסימלי האפשרי היה 7 (סולם 1-7). הצינון הממוצע אותו קיבלו כל האתרים היה 4.14. אולם קשה להסיק מסקנות מצינון זה כלשעצמו, מכיוון שאינו השוואתי. יש לציין, עם זאת, ש-22 אתרים קיבלו ציון גבוה, 5 ומעלה. מההיבט היישומי זהו ממצא מעודד המעיד על כך שקיים מספר לא קטן של אתרים שניתן לזהות אותם כבעלי פוטנציאל להתערבות בעלת סיכויי הצלחה גבוהים. איור 30 (אחרי הטבלה) מציג את כל אתרי קק"ל שנסקרו ואת הצינון שקיבלו. בהמשך נדון בהשלכות היישומיות הנלמדות מתרשים זה.

טבלה 10 ציון פוטנציאל מיתוג בהיבט בריאותי לכל אחד מאתרי קק"ל שנסקרו

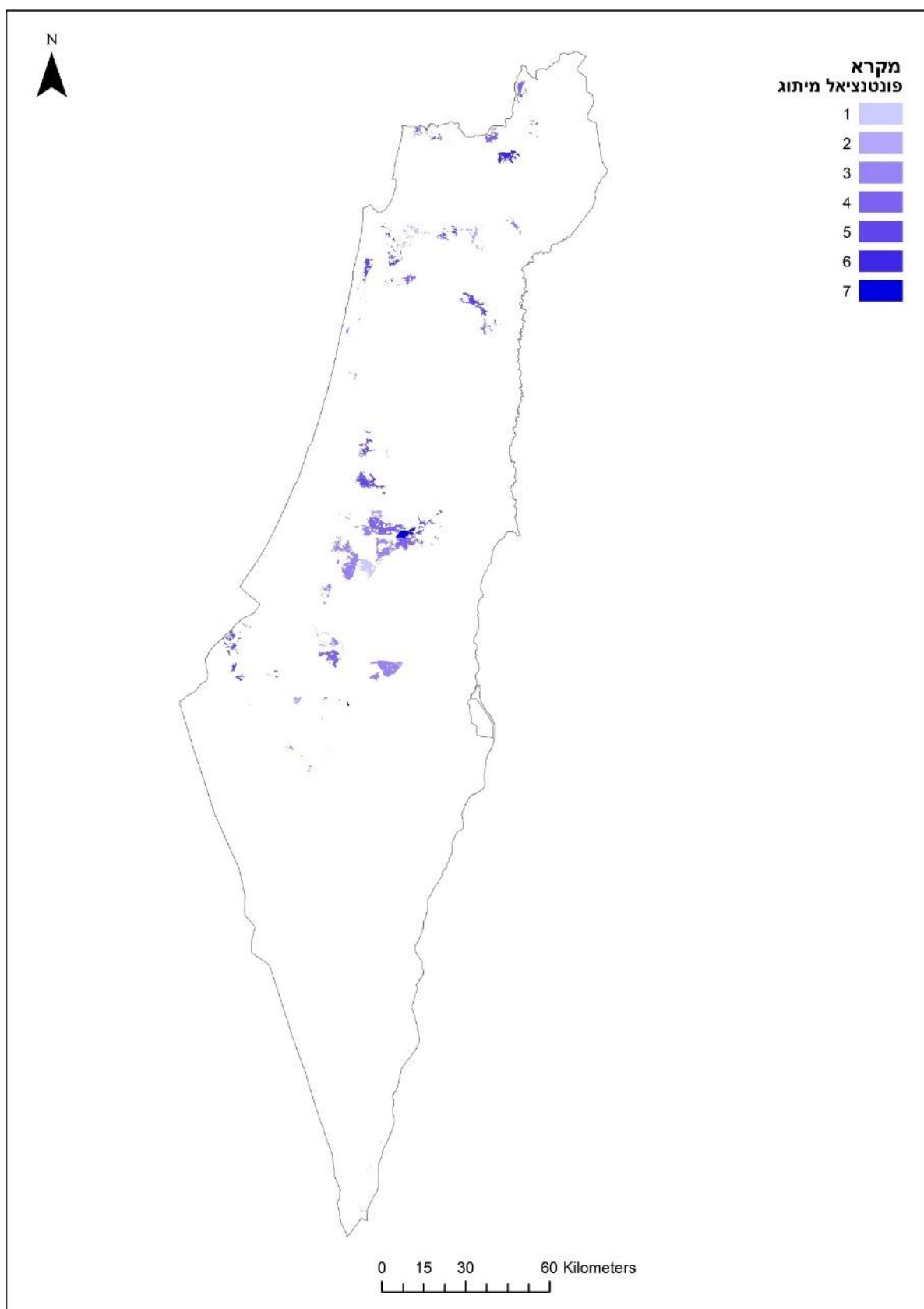
פוטנציאל מיתוג								אזור גיאוגרפי	מרחב	שם היער	הערות לגבי שכבת הממ"ג
ציון פוטנציאל מיתוג	מודעות לנכסים	מודעות לאתר	נכסים פיזיים יחודיים	נכסים פיזיים מקדמי בריאות	פוטנציאל בידול:	צורך סמוי	צורך גלוי				
3	0	0	0	1	1	1	0	נגב צפוני- מערבי	דרום	דבירה	
2	0	0	1	0	1	0	0	נגב צפוני- מערבי	דרום	חצרים- דרך הפסלים	
3	0	0	1	1	1	0	0	נגב צפוני- מערבי	דרום	יתיר	
5	1	1	1	1	1	0	0	נגב צפוני- מערבי	דרום	בארי	
3	0	0	1	1	1	0	0	נגב צפוני- מערבי	דרום	המלאכים- שחריה	
4	0	0	1	1	1	1	0	נגב צפוני- מערבי	דרום	להב	
5	1	1	1	1	1	0	0	הר הנגב	דרום	נחל הבשור	

		אופקים	דרום	הר הנגב	1	1	1	1	1	0	1	6
חלק מיער רביבים	גולדה	דרום	הר הנגב	0	0	1	0	1	1	1	0	3
	הולנד באילת	דרום	הר הנגב	1	0	1	1	1	0	0	0	3
חלק מפארק באר שבע	נחל באר שבע	דרום	נגב צפוני- מערבי	1	1	1	1	1	1	1	1	7
	תמנע	דרום	הר הנגב	0	0	1	0	1	1	1	1	4
	שלולית החורף בשפיר	דרום	נגב צפוני- מערבי	0		1	0	1	0	0	0	2
	אילנות	מרכז	שרון	1	1	0	0	0	0	0	0	2
	בן שמן	מרכז	החוף- שפלה	1	1	1	1	1	0	1	0	5
	הנשיא/ צרעה	מרכז	ההר וירושלים	1	0	0	1	1	1	0	0	3
	חולדה	מרכז	ההר וירושלים	1	0	0	0	1	0	1	0	3
	חרובית	מרכז	החוף- שפלה	1	0	0	1	1	1	0	0	3
	ירושלים	מרכז	ההר וירושלים	1	1	0	1	1	1	1	0	5
	עמינדב	מרכז	ההר וירושלים	1	1	0	1	1	1	0	0	4
חלק מיער ירושלים	פסגת זאב - נווה יעקב	מרכז	ההר וירושלים	1	1	1	1	1	1	0	1	5
חלק מיער הכ"ח	ראש העין	מרכז	החוף- שפלה	1	1	1	1	1	0	1	0	5
	סטף	מרכז	ההר וירושלים	1	1	1	1	1	1	1	1	7
	איילון - קנדה	מרכז	החוף- שפלה	0	0	0	1	1	0	0	0	2

4	0	0	1	1	0	1	1	ההר וירושלים	מרכז	בגין	נקרא ביתר בשכבה
3	0	1	1	1	0	0	0	ההר וירושלים	מרכז	בריטניה	חלק מיער משואה
7	1	1	1	1	1	1	1	ההר וירושלים	מרכז	ירושלים	חלק מיער ירושליים
1	0	0	0	1	0	0	0	ההר וירושלים	מרכז	עדולם - צרפת	
3	0	0	1	1	0	0	1	ההר וירושלים	מרכז	עצמאות ארצות הברית	חלק מיער בר גיורא ומטע
4	1	1	1	1	0	0	0	ההר וירושלים	מרכז	רבין	חלק מיער אשתאול והקדושים
2	0	0	0	1	0	1	0	גליל תחתון - גלבוע	צפון	בית קשת	
4	1	1	1	1	0	0	0	גליל מערבי- כרמל	צפון	חניתה	
6	1	1	1	1	0	1	1	גליל מרכזי - רמת הגולן	צפון	בירה	
4	1	1	1	1	0	0	0	גליל מרכזי - רמת הגולן	צפון	הרי נפתלי	
2	0	0	0	0	0	1	1	גליל מערבי- כרמל	צפון	לנדוי	חלק מיער אלונים
3	0	0	1	0	1	0	1	גליל תחתון - גלבוע	צפון	שוויץ	חלק מיער טבריה

		ברעם	צפון	גליל מרכזי - רמת הגולן	0	0	1	0	1	1	1	4
		גלבוע	צפון	גליל תחתון - גלבוע	0	0	1	1	1	1	1	5
		קרן כרמל	צפון	גליל מערבי-כרמל	1	1	0	1	1	1	1	6
חלק יער היערנים	פארק קק"ל בנשר	צפון	גליל מערבי-כרמל	1	1	0	1	1	1	1	1	6
	חוף כרמל / יער עופר	צפון	גליל מערבי-כרמל	1	0	0	1	1	1	1	1	5
	יערות ציפורי	צפון	גליל תחתון - גלבוע	1	1	0	1	1	1	1	0	5
	אגמון החולה	צפון	גליל מרכזי - רמת הגולן	0	0	1	1	1	1	1	1	5
חלק מיער אילון	אדמית	צפון	גליל מערבי-כרמל	1	0	0	1	1	1	1	1	5
	גורן	צפון	גליל מערבי-כרמל	1	0	0	1	1	1	1	1	5
חלק מיער ביריה	עמק התכלת	צפון	גליל מרכזי - רמת הגולן	1	1	1	1	1	1	0	0	5
חלק מיער הרי נפתלי	צוק מנרה	צפון	גליל מרכזי - רמת הגולן	1	0	0	1	1	1	1	1	5
	חדרה	מרכז	מנשה-שרון	1	1	1	1	0	0	0	0	3
צמוד ליער הנדיב	ז'בוטינסקי - שוני	מרכז	מנשה-שרון	1	1	1	1	1	1	1	1	7

4	0	1	1	1	0	0	1	גליל מערבי- כרמל	צפון	רמת מנשה	מורכב מהיערות- הזורע, דליה, משמר העמק
	20	30	40	40	25	22	30	סה"כ			



איור 30 ציון פונטנציאל מיתוג לאתרים שנסקרו

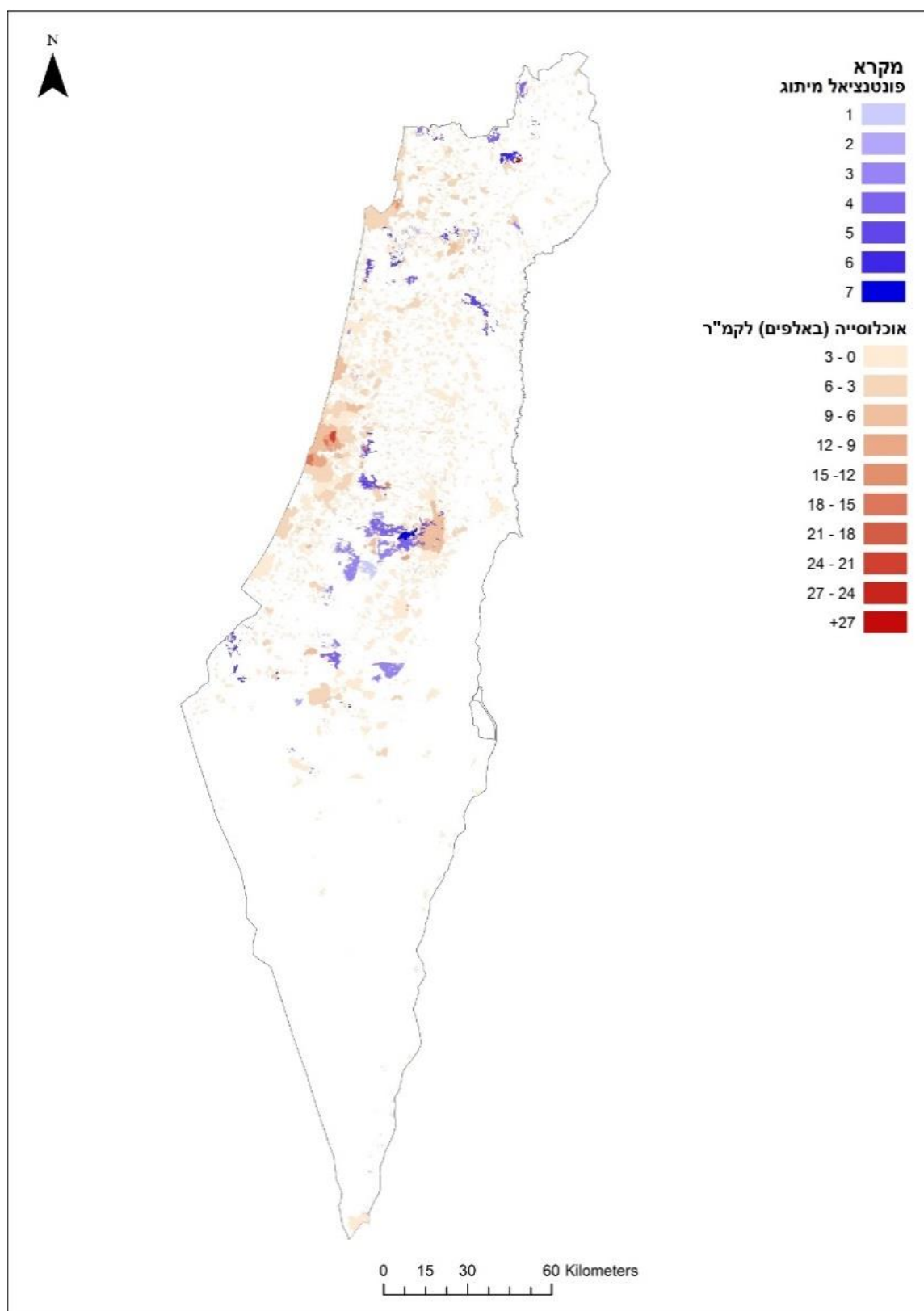
ניתוח הממצאים

צורך גלוי

לצורך מענה על פרמטר זה הושווה מיקום האתרים מול ריכוז אוכלוסיה, כביטוי לצורך גלוי: עצם מיקום האוכלוסיה במרחק קטן מהאתר. בנוסף, נבחנה שאלת קיומם של מרחבים אחרים לפעילות גופנית במרחק סביר כאשר העדרה מעיד על רמת צורך גלוי גבוהה יותר.

כפי שניתן לראות בטבלה 10 אתרי קק"ל במרכז הארץ ממוקמים באופן בו קיים צורך גלוי באתרים מסוג זה.

איור 31 מציג את נתוני צפיפות האוכלוסיה אל מול מיקום אתרי קק"ל ומול ציון הפוטנציאל המיתוגי הכולל שלהם. ניתן לראות שאתרי קק"ל במרכז הארץ ממוקמים במרחק קרוב למרכזי אוכלוסיה, אולם לרשות אותה אוכלוסיה קיימים גם אתרים חלופיים, מה שלעתים מפחית ממידת הצורך הגלוי בהם.

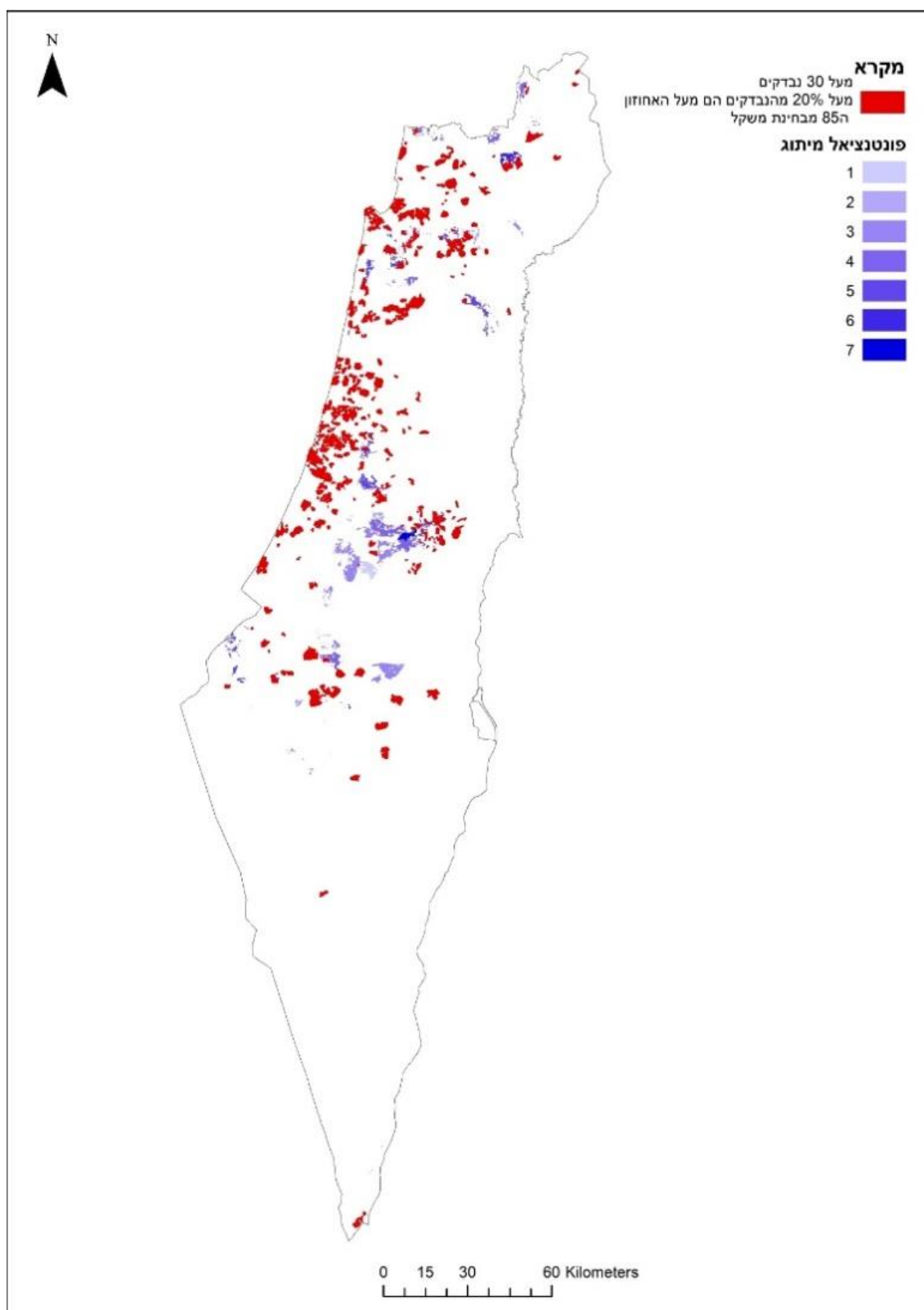


איור 31 צפיפות אוכלוסיה ופוטנציאל מיתוג

צורך סמוי

לצורך מענה על פרמטר זה נבחנו המיקומים של אתרי קק"ל ביחס לריכוז האוכלוסיה שהוגדרה כאוכלוסיה בעלת צורך סמוי, במיוחד בהקשר הבריאותי, והיא אוכלוסיית האנשים הסובלים מהשמנת יתר. כפי שניתן לראות בטבלה 10 ניתן לזהות מספר אתרי קק"ל מסויימים הממוקמים בקירבה לריכוזים של אוכלוסיית הסובלים מהשמנת יתר.

איור 32 להלן מציג את אתרי קק"ל וציון פוטנציאל המיתוג הכוללני שלהם אל מול מפת פיזור האוכלוסיה הסובלת מהשמנת יתר. מפה זו מאפשרת לנו לזהות מספר אתרים בקרבתם קיים צורך סמוי (ריכוז אוכלוסיה רלוונטית) ושהם בעלי פוטנציאל מיתוג גבוה בתחום הבריאותי. זיהוי אתרים באופן זה יכול לשמש לצורך תכנית התערבות באתרים ספציפיים בארץ בהם קיים צורך משמעותי וזוהה בהם פוטנציאל הצלחה.



איור 32 פיזור אוכלוסיה הסובלת מהשמנת יתר ופוטנציאל מיתוג

טבלה 11 מציגה ניתוח רוחבי של הפרמטרים. הטבלה מרכזת את הפרמטרים השונים שנבחנו ואת מספר האתרים שבהם הפרמטר קיים בצורה חיובית שתורמת לפוטנציאל המיתוגי.

טבלה 11 ניתוח רוחב של מרכיבי המותג

פרמטר	מספר אתרים שהפרמטר מתקיים בהם (מתוך 49 אתרים שנסקרו)
צורך גלוי	30
צורך סמוי	22
פוטנציאל בידול	25
נכסים פיזיים מקדמי בריאות	40
נכסים פיזיים יחודיים	40
מודעות לאתר	30
מודעות לנכסים	20

מטבלה 11 עולים מספר ממצאים :

נקודת החוזק הבולטת של האתרים היא קיומם של נכסים פיזיים, הן נכסים פיזיים מקדמי בריאות (שבילי הליכה, שבילי אופניים, מתקני כושר וכדומה), והן נכסים פיזיים יחודיים שעשויים לסייע למשיכת קהלים אל האתר, ומתוך כך להביא אותם ליציאה אל הטבע ולפעילות פיזית כתוצר שינוני.

מצד שני, עולות שתי נקודות חולשה משמעותיות מבחינת הפוטנציאל למתג את אתרי קק"ל מההיבט הבריאותי. חולשה ראשונה נעוצה בעובדה שחלק ניכר מהאתרים של קק"ל ממוקמים במרחק מריכוזי אוכלוסיה. לעובדה זו משמעות כפולה: ראשית, האתרים אינם נמצאים בנגישות מיידית כלומר אינם זמינים לשימוש יומיומי, ושנית, אין מערך תחבורה ציבורית זמין ויעיל המוביל אליהם. עובדה זו מפחיתה את הסבירות שאוכלוסיה שאין ברשותה רכב פרטי תוכל להגיע ולהשתמש באתרים אלה. בנוסף, בחינה מעמיקה של המיקומים של אתרי קק"ל מול קהלי המטרה שהוגדר כבעל צורך סמוי, מעלה שאתרי קק"ל מרוחקים במיוחד דוקא מהריכוזים של קבוצות אוכלוסיה אלה.

חולשה שניה נעוצה בעובדה שחלק מאתרי קק"ל מרוכזים כולם בסמוך אחד לשני (במיוחד בשפלת ההר ובדרך לירושלים), ובסמוך אליהם נמצאים יערות נוספים, שאינם בהכרח בניהול של קק"ל. משמעות הדבר היא שקיימת פגיעה משמעותית בפוטנציאל הבידול של אתר אחד יחסית לאחרים. יש לזכור שמרכיב הבידול הינו הכרחי בבניית מותג.

עדיין, הממצא החשוב ביותר העולה מתוך הניתוח הוא שקיים פער רב בין קיום הנכסים הפיזיים ובמיוחד הנכסים הפיסיים מקדמי בריאות, ובין המודעות של הציבור ושל קהלי המטרה הפוטנציאליים לאתרים

ויותר מכך לנכסים שבהם. הפער הזה מצביע על פוטנציאל משמעותי למיתוג, שיכול לסייע בהעלאת המודעות לאתרים ולאפשרויות שהם מייצרים עבור ציבור המשתמשים.

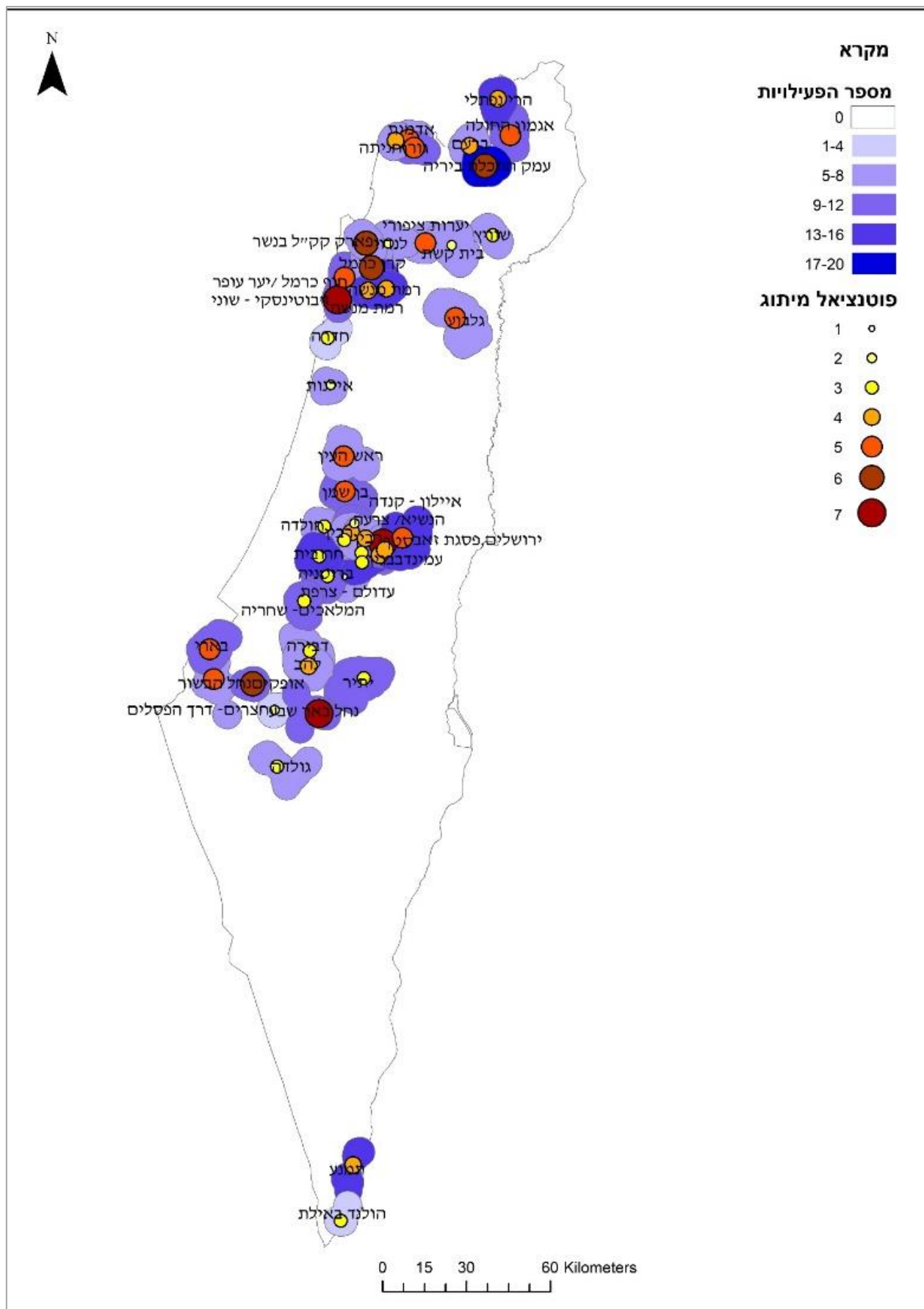
לסיכום הממצאים: השוואת פוטנציאל המיתוג עם ממצאי הסקר הפיזי

איור 33 להלן מציגה השוואה בין פוטנציאל המיתוג של כל אתר (מיוצג בצבע הנקודה ובגודלה), אל מול מספר הפעילויות שנמצאו בסקר הפיזי מיוצגים בכתמים הכחולים סביב כל אתר).

בניתוח מפורט שנערך בהשוואת הפוטנציאל מול הסקר הפיזי, אותרו מספר אתרים בעלי פוטנציאל מיתוג משמעותי בהם מומלץ לרכז מאמץ בבניית מותג בהיבט הבריאותי.

רוב האתרים שהוגדרו כמוקדי פעולה מומלצים עונים על מספר קריטריונים :

- א. הם בעלי פוטנציאל מיתוג משמעותי
- ב. הם אתרים שקרובים לשובים
- ג. הם ממוקמים קרוב לריכוז גבוה של אוכלוסיה הסובלת מהשמנת יתר, במיוחד בקבוצות האוכלוסיה במעמד סוציאקונומי נמוך יחסית, שאין בבעלותם רכב, וקשה להם להגיע ליערות הממוקמים במרחק רב מהישובים (לכן הוצאו מהרשימה אותם יערות דוגמת יעד בן שמן והאתרים בדרך לירושלים)



איור 33 פוטנציאל מיתוג מול ממצאי סקר פיזי

ואלה האתרים שזוהו :

אתרים בעלי פוטנציאל מיתוג משמעותי :

- פארק אופקים
- פארק נחל באר שבע
- יער ירושלים
- פארק התכלת
- יער ביריה
- קרן הכרמל
- פארק שוני – ז'בוטינסקי

בנוסף, שני אתרים בעלי פוטנציאל מיתוג, כבר מהווים מותג ואין צורך לבצע בהם מהלך מלא, אלא רק מהלך שיקדם את המיקוד בהיבט של קידום בריאות :

- הסטף
- פארק קק"ל נשר

ממצאי הבדיקה שנערכה העלו כי אתרים אלה הינם אתרים ספציפיים בהם מומלץ למקד מאמץ. חשוב לציין שתהליך מיתוג משמעותי ומוצלח בהיבט הבריאותי חייב להתבצע תוך שיתוף פעולה עם גופים ציבוריים העוסקים בתחומי בריאות הציבור והקהילה, ועם שיתוף הרשויות המקומיות.

משרד הבריאות. (2005). סקר בריאות לאומי בישראל 2003-2004. פרויקט של ארגון הבריאות העולמי האזור האירופי (EUROHIS). המרכז הלאומי לבקרת מחלות, פרסום 249.
http://abush.health.gov.il/download/forms/a2938_INHIS-1_03-04.pdf

Bedimo-Rung, A., Mowen, A.J., & Cohen, C.A. The significance of parks to physical activity and public health. *American Journal of Preventive Medicine*. 2005; 28(2):159-168.

Brownson R, Baker E, Housemann R, Brennan L, Bacak J. Environmental and policy determinants of physical activity in the United States. *Am J Public Health* 2001;91:1995–2003

Christine M. Ross CH, Brownson , Allen D, Gramann J, Behrens T, Floyd M, Leahy J, Liddle J, Smaldone D, Spain D, Tardona D, Ruthmann N, Seiler R, Yount B. Parks Promoting Physical Activity: Synthesis of Findings From Interventions in Seven National Parks. *Journal of Physical Activity and Health*, 2010, 7(Suppl 1), S67-S81.

Cohen D, Marsh T, Williamson S, Derosé K.P, Martinez H, Setodji C, McKenzie T. Parks and physical activity: Why are some parks used more than others? *Preventive Medicine*. 2010;50:S9–S12.

Colabianchi N, Maslow A, Swayampakala K. Features and amenities of school playgrounds: A direct observation study of utilization and physical activity levels outside of school time. *International Journal of Behavioural Nutrition and Physical Activity*. 2011; 8(32).

Coleman JS. Social capital in the creation of human capital. *Am J Sociol* 1988;94(suppl):S95–120

Coley RL, Kuo FE, Sullivan WC. Where does community grow? The social context created by nature in urban public housing. *Environ Behav* 1997;29:468 –94.

Crompton JL, Kaczynski AT. Trends in local park and recreation department finances and staffing from 1964–65 to 1999–2000. *J Park Recreation Admin* 2003;21:124–44.

Crompton JL. Financing and acquiring park and recreation resources. Champaign IL: Human Kinetics. 1999.

Cronan MK, Shinew KJ, Schneider I, Stanis SA, Chavez D. Physical activity patterns and preferences among Latinos in different types of public parks. *J Phys Act Health*. 2008;5(6):894-908.

Cross, G. A social history of leisure since 1600. State College, PA: Venture Publishing. 1990.

- Buchner D , Gobster P. Promoting Active Visits to Parks: Models and Strategies for Transdisciplinary Collaboration. *Journal of Physical Activity & Health* 2007; 4, Supp 1 , 36-49.
- Davison, K., & Lawson, C. Do attributes in the physical environment influence children's physical activity? A review of the literature. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2006; 3:19-17.
- Driver B, Brown P, Peterson G. *Benefits of leisure*. State College PA: Venture Press, 1991.
- Frumkin H. Healthy places: exploring the evidence. *Am J Public Health* 2003 ;93:1451– 6.
- Gavin R, McCormack n, MelanieRock, Ann M, DanicaHignell T. Characteristics of urban parks associated with park use and physical activity: A review of qualitative research. *Health &Place*. 2011;16;712–726.
- Godbey G, Blazey M. Old people in urban parks: an exploratory investigation. *J Leisure Res*. 1983;15:229–44.
- Hammer TR, Coughlin RE, Horn ET. The effect of a large urban park on real estate value. *J Am Inst Planners*. 1974;40:274 –7.
- Heinrich, K, Lee R., Suminski R, Regan G, Reese-Smith J, Howard H. Associations between the built environment and physical activity in public housing residents. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2007; 4(56): 1479.
- Hill J, Sallis J, Peters J. Economic Analysis of Eating and Physical Activity: A Next Step for Research and Policy Change. *American Journal of Preventive Medicine*. 2004; 111–16.
- Hoehner C, Brownson R, Allen D, Gramann J, Behrens T, Floyd M. Parks Promoting Physical Activity: Synthesis of Findings From Interventions in Seven National Parks. *Journal of Physical Activity and Health*. 2010; 7(Suppl 1): S67-S81.
- Hull RB, Michael SE. Nature-based recreation, mood change, and stress restoration. *Leisure Sci*. 1995;17:1–14.
- Humpel N, Owen N, Leslie E. Environmental factors associated with adults' participation in physical activity. *Am J Prev Med*. 2002;22:188 –99.
- Humphreys B, Ruseski J. Participation in physical activity and government spending on parks and recreation. *Contemporary Economic Policy* 2007; 25: 538–552.
- Jacobs, J. (1961). The uses of neighborhood parks. In: *The death and life of great American cities*. New York: Modern Library. 1993[1961]:116 – 45.
- Kaczynski, A., & Henderson, K. Environmental Correlates of Physical Activity: A Review of Evidence about Parks and Recreation. *Leisure Sciences*. 2007; 29: 315–354.

- Kaplan R. The role of nature in the context of the workplace. *Landscape Urban Planning*. 1993;26:193–201.
- Hamilton KL. *Park Usage and Physical Activity: An Exploration of Park Features, Neighbourhoods, and Park Programs*. 2011. Queen's University.
- King AC, Castro C, Wilcox S, Eyler AA, Sallis JF, Brownson RC. Personal and environmental factors associated with physical inactivity among different racial-ethnic groups of U.S. middle-aged and older-aged women. *Health Psychol* 2000;19:354–64.
- Knetsch LL. The influence of reservoir projects on land values. *J Farm Econ* 1964;43:231– 43.
- Librett J, Henderson K, Godbey G, Morrow J.R. An Introduction to Parks, Recreation, and Public Health: Collaborative Frameworks for Promoting Physical Activity. *Journal of Physical Activity & Health*. 2007; 4 (Supp 1): S1-S13.
- MacDougall C, Cooke R, Owen N, Willson K, Bauman A. Relating physical activity to health status, social connections and community facilities. *Aust N Z J Public Health* 1997;21:631–7.
- McCormack G, Rock M, Toohey A, Hignell D. Characteristics of urban parks associated with park use and physical activity: A review of qualitative research *Health & Place*. 2010; 16: 712– 726.
- More TA, Payne BR. Affective responses to natural areas near cities. *J Leisure Res* 1978;10:7–12.
- North TC, McCullagh P, Zung VT. Effect of exercise on depression. *Exerc Sport Sci Rev* 1990;18:379–415.
- Nowak DJ. Air pollution removal by Chicago's urban forest. In: McPherson EG, Nowak DJ, Rowntree RA, eds. *Chicago's urban forest ecosystem: results of the Chicago Urban Forest Climate Project*. General Technical Report NE-186. Radnor PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Forest Experiment Station, 1994:63–81.
- Orsega-Smith E, Mowen A, Payne L, Godbey G. The interaction of stress and park use on psycho-physiological health in older adults. *J Leisure Res*. 2004;36:232–57.
- Parra D, McKenzie L, Ribeiro I, Ferreira Hino A, Dreisinger M, Coniglio K. Assessing Physical Activity in Public Parks in Brazil Using Systematic Observation. *American Journal of Public Health*. 2010;100 (8): 1420-1426.
- Reed JA, Price AE, Grost L, Mantinan K. Demographic characteristics and physical activity behaviors in sixteen Michigan parks. 2012;37(2):507-12.

Sallis JF, Johnson MF, Calfas KJ, Caparosa S, Nichols JF. Assessing perceived physical environment variables that may influence physical activity. *Res Q Exerc Sport*. 1997;68:345–51.

Schutjer WA, Hallberg MC. Impact of water recreational development on rural property values. *Am J Agric Econ*. 1968;50:572– 83.

Sugiyama T. Associations Between Neighborhood Open Space Attributes and Quality of Life for Older People in Britain. *Environment and Behavior*. 2009 ;41; 1 3-21

Taylor AF, Kuo FE, Sullivan WC. Views of nature and self-discipline: evidence from inner city children. *J Environ Psychol*. 2002;22:49–63.

Temple V, Rhodes R, Wharf Higgins J. Unleashing physical activity: an observational study of park use, dog walking, and physical activity. *J Phys Act Health*. 2011 ;8(6):766-74.

Tennessen C, Cimprich G. Views to nature: effects on attention. *J Environ Psychol* 1995;15:77– 85.

U.S. Department of Health and Human Services. A report from the Surgeon General: physical activity and health. Atlanta GA: Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, President's Council on Physical Fitness and Sports, 1996.

Ulrich RS. View through a window may influence recovery from surgery. *Science*. 1984;224:420 –1.

Veitch j, Ball K, Crawford D, Abbott G, Psych G, Salmon J. Park improvements and park activity: a natural experiment. *American Journal of Preventive Medicine*. 2012;42(6):616–619.

Weicher JC, Zerbst RH. The externalities of neighborhood parks: an empirical investigation. *Land Econ*. 1973;49:99 –105.

Wilcox S, Castro C, King AC, Housemann RA, Brownson RC. Determinants of leisure time physical activity in rural compared with urban older and ethnically diverse women in the United States. *J Epidemiol Community Health*. 2000 ;54:667–72.

Williams DC, Daniel DL. The influence of reservoirs on land values: a case study. Starkville MS: Water Resources Research Institute. Mississippi State University, 1969.

נספח א' דוגמא של מיפוי המאמרים שנערך לצורך סקירת הספרות

סוג המחקר	רפרנס	מטרת המחקר	שיטת המחקר	הגדרת משתנה מסביר/סביבתי	הגדרת משתנה תלוי/מוסבר/פעילות	ממצאים עיקריים/מסקנות	מאפייני אזור המחקר	מאפייני אוכלוסיית המחקר
1. מחקרים על סביבה השצ"פ ודפוסי פעילות בתוך השצ"פ	Giles-Corti B et al, 2004	לבחון את החשיבות של מרחק מהשצ"פ, אטרקטיביות של השצ"פ, וגודל על עידוד פעילות גופנית	מחקר חתך: בשנים 1995-1996 נערכו שני מחקרים- מבדק סביבתי של 516 שצ"פים בגודל גדול משני אייךר, בשטח של 408 ק"מ במטרופולין פרת'. וראיונות אישיים עם 803 מבוגרים (גילאים 18-59), (שיעור היענות- 52.9%). הקשר בין נגישות לשצ"פ ופעילות גופנית נבחן בעזרת שלושה מודלים של נגישות אשר הותאמו למרחק מהשצ"פ, האטרקטיביות שלו, וגודלו. ב-2002, בחן מחקר תצפית את ההשפעה של אטרקטיביות על השימוש בשצ"פ, ע"י צפייה בשלושה זוגות של משתמשים בשצ"פים מאיכות גבוהה ונמוכה (מבוסס על אטרקטיביות) אשר הותאמו לגודל ומיקום השצ"פ.	משתנים מסבירים : נגישות- מרחק מהשצ"פ, אטרקטיביות, וגודל השצ"פ	פעילות גופנית- הליכה	28.8% מהנבדקים דיווחו על כך שהם משתמשים בשצ"פ לפעילות גופנית. הסבירות לשימוש בשצ"פ גברה עם העלאת רמת הנגישות, אך ההשפעה היתה רבה יותר במודל שהתייחס למרחק, אטרקטיביות וגודל. אלה שיש להם גישה טובה מאוד לשצ"פ גדול ואטרקטיבי יש סבירות של 50% יותר שהם ילכו בשצ"פ. מחקר התצפיות הראה כי 70% מהמשתמשים בשצ"פ השתמשו בשצ"פ אטרקטיבי. מסקנות : גישה לשצ"פ אטרקטיבי וגדול מקושרת עם רמות גבוהות יותר של הליכה. על מנת להגביר את ההליכה בשצ"פים יש לעצב אותם בצורה מתחשבת, אשר יוצרת שצ"פים גדולים ואטרקטיבים, אשר יש בהם שירותים המעודדים שימוש פעיל של משתמשים רבים.	אוסטרליה- אזור מטרופוליני	1803 מבוגרים

קבוצות דמוגרפיות שונות	ארה"ב	מבקרים בפארקים אשר יש בהם מתקני משחקים, מגרשי ספורט ושבילים היו יותר פעילים באופן משמעותי ממבקרים בפארקים ללא המתקנים. יתרה מזאת, שישה סוגים של מתקנים בנויים הצליחו להסביר 58% מהשונות באינטנסיביות השימוש של מבקרי הפארקים. הממצאים מצביעים על כך שפארקים עם מתקנים בנויים תומכים בפעילות גופנית (בעיקר שבילים ומגרשי ספורט). ממצאים אלו יכולים לשמש מנהיגי קהילה המחפשים מכניזם בעלות נמוכה יחסית לקידום פעילות גופנית אצל התושבים.	פעילות גופנית- אינטנסיביות השימוש בפארקים	משתנים מסבירים : פארקים עם מתקני משחקים, מגרשי ספורט ושבילים. ופארקים ללא מתקנים אלו	מחקר חתך: השתמשו במערכת מידע ממשלתית של משרד הבריאות מ-2001 (Behavioral Surveillance Risk Factor System) בכדי לבחון את פעילות הנופש, את המשחקים ואת הביקורים בפארקים לפי קבוצות דמוגרפיות.	תיאור הקשר בין מרכיבים סביבתיים ברמת המיקרו ופעילות גופנית של משתמשים בפארקים.	S.T. West, 2008
אוכלוסייה המבקרת בפארק	פארק עירוני ויקטוריה, אוסטרליה	בפארק ההתערבות היתה עלייה משמעותית במספר משתמשי הפארק (1א=235, 3א=985), כמו כן, מספר האנשים שנצפו הולכים בפארק עלה (1א=155, 2א=369), ומספר האנשים שעסקו בפעילות נמרצת גם עלה (1א=38, 3א=257. בפארק ללא תהערבות מספר האנשים אשר משתמשים בפארק ירד, ומספר האנשים שנצפו הולכים או עוסקים בפעילות נמרצת נשאר קבוע. לכן, שיפור תכונות בפארק שכוונתי יכולים להוביל להגברה בשימוש בו לפעילות גופנית	פעילות גופנית בפארק- מספר המבקרים בפארק, מספר האנשים ההולכים בפארק, מספר האנשים העוסקים בפעילות נמרצת בפארק	משתנים מסבירים : שיפורים בפארק	נאספו תצפיות בשני פארקים (פארק ההתערבות ובפארק ללא התערבות) על שימוש בפארק בשלוש נקודות זמן שונות : T1 (אוג 2009)- נקודת ההתחלה, T2 (מרץ 2010)- לפני השיפור, T3 (אוג 2010)- אחרי השיפור. בכל נקודת זמן נערכו שלוש תצפיות באורך שעה וחצי, במשך תשעה ימים	לבחון האם שינויים בסביבה הפיסית משפיעים על פעילות גופנית. ולבדוק האם שיפורים בפארק בויקטוריה, אוסטרליה גרמו לעלייה בפעילות הגופנית בפארק.	Veitch et al, 2012

אוכלוסייה המבקרת בפארקים	פארקים במישיגן שהיתה בהם תכנית Building Healthy Communities ((BHC	מהתצפיות עולה כי יותר ילדים נצפו מקבוצות גיל אחרות, רוב המשתמשים בפארק נצפו הולכים או עוסקים בפעילות נמרצת לעומת מנוחה. יש מעט לבנים אשר משתמשים בפארקים ביחס לגודל שלהם באוכלוסייה, והרבה מוצאים אתניים אחרים ביחס לגודל שלהם באוכלוסייה. לסיכום, פיתוח של יותר פארקים יכול לעזור לשיפור הפעילות הגופנית אצל קבוצות מיעוט.			השימוש בפארקים נבחן על ידי השיטה להתבוננות במשחק ונופש בקהילות (System for Play and Observing Recreation in Communities (SOPARC, נבחן האם יחס הגברים-נשים בפארקים זהה ליחס באוכלוסיית מישיגן, האם היחס בין הלבנים- אחרים זהה ליחס הקיים במישיגן, והאם הקבוצות גיל שנצפו זהות לקבוצות גיל הקיימות באוכלוסייה במישיגן.	המאמר בוחן את הדמוגרפיה של משתמשי פארקים ב-18 פארקים במישיגן, ובוחן את דפוסי הפעילות הגופנית שלהם בפארקים אלו.	Reed et al, 2012
אוכלוסייה המבקרת בפארקים עם אבחנה בין בעלי כלבים לאנשים ללא כלב	פארקים ציבוריים ויקטוריה, קנדה	יותר אנשים ללא כלבים (73%) ביקרו בפארקים מאשר אנשים עם כלבים (27%) בחודשי הקיץ. עם זאת, כאשר מזג האוויר התדרדר בעלי כלבים המשיכו לבקר בפארקים והתמידו בהליכות יותר מאשר אנשים ללא כלבים. לסיכום, כלבים מעודדים הליכות בתנאי מזג אוויר שונים	שימוש בפארק להליכות	בעלות על כלב	בחנו את השימוש בשישה פארקים ציבוריים בוויקטוריה, קנדה, במזג אוויר סביר ובמזג אוויר סגרירי, לפי שיטת SOPARC. בעזרת התאמות של השיטה, נבדקו סוגי פעילות גופנית אצל משתמשים בפארק ואת קיום או היעדרות של כלב. ההערכה לקחה בחשבון את מאפייני הפארק.	לבחון האם בעלי כלבים הם יותר פעילים מבחינה גופנית.	Temple et al, 2011
אוכלוסייה לטינית בארה"ב	פארקים ציבוריים מסוגים שונים בלוס אנג'לס, מיניאפוליס ושיקגו.	יותר מ-50% מהאוכלוסייה אשר נבדקה השתמשה בפארקים לפעילות גופנית, סוג הפעילות מושפעת גם ממין הנבדק. יתר על כן, קרוב לחצי מהנבדקים הלכו לפארקים עירוניים, ומעט מאוד הלכה לפארקים לאומיים או אזוריים. לסיכום, האוכלוסייה הלטינית משתמשת בפארקים עירוניים לפעילות גופנית וחברתית. בהמשך המאמר מפרטים על דרכים להגביר פעילות גופנית תוך לקיחה בחשבון של שונות מגדרית.			בחינה של מחקר של ה- USDA שנערך לאורך שנים במספר אתרים, על שימוש של האוכלוסייה הלטינית בפארקים ציבוריים בלוס אנג'לס, מיניאפוליס ושיקגו.	הבנת השימוש של האוכלוסייה הלטינית בפארקים ציבוריים בארה"ב.	Cronan et al, 2008

Lu, 2010	לבחון את הרגלי, העדפות, וסביבות ההליכה של דיירים בדיור מוגן, בתוך וליד אזור המגורים.	החוקר ביקר ב34 מתחמי דיור מוגן בעיר גדולה בטקסס. השיטות כללו תצפיות, רישום, וראיונות עם מנהלים אשר כללו שאלות פתוחות וסגורות. המידע נותח בעזרת שיטות סטטיסטיות.	מאפיינים פיסיים של הסביבה המיידית של הדיור המוגן- מצב המדרכות, מקומות לשבת, צורת המסלול (מעגלי או לא), צל, ונוכחות של מעקות יכולים להשפיע על ההליכות של הדיירים.	מתחמי דיור מוגן עירוניים בטקסס	דיירי דיור מוגן
Kipke et al, 2007	לבחון כיצד סביבתיים בכלל ומאפיינים שכונתיים בפרט, יכולים להגביר את הסיכוי להשמנת יתר.	נבחנו רמת הסיכון להשמנת יתר אצל ילדים באחת הקהילות עם שיעורי השמנת היתר הגבוהים במחוז לוס אנג'לס. נבחן מידע מרחבי לגבי מספר ומיקום של מסעדות והמרחק שלהם מבתי הספר. נבחנו הזמינות והאיכות של פירות וירקות בחנויות מזון מקומיות. והפארקים המקומיים נבחנו בהקשר של איכותם ומידת ניצולם.	זמינות למזון מהיר- מסעדות : מספר, איזה סוג, ומרחק מבתי ספר. זמינות למזון בריא- מספר מכולות שמוכרות פירות וירקות ומרחק מבי"ס. פארקים- איכותם וגודלם.	רמת הסיכון לחלות בהשמנת יתר אצל ילדים	קהילה במזרח לוס אנג'לס, ארה"ב
Taylor & Francis, 2012	המטרה היתה להעמיק את הידע הקיים על הקשרים בין התנהגות לסביבה, בהקשר של תכנון של גינות, פארקים, שצ"פים, ובמיוחד בסביבות טיפוליות (therapeutic environments) ולבחון איך מטופלים משתמשים ומתקשרים עם סביבה טיפולית, על ידי הסתכלות על ההתנהגות שלהם במקום	תצפית מתערבת, לבחון היכן מטופלים בוחרים ללכת במהלך תכנית טיפול בלחצים ומחלות קשורות בגן הירפאות (healing garden). בחנו בצורה איכותנית שני סוגי הליכות (הליכה מופנמת והליכה מוחצנת), כל אחת עם שלוש תת קבוצות. ההלכיות האלו נבחנו באזורים שונים של הגן	מאפיינים שונים בגן הטיפולי- לא מפורט באבסטרקט	תגובת המטופלים- הליכה מופנמת או הליכה מוחצנת	הליכה מופנמת- באזורים בהם הגן פחות טובעני ויותר פאסיבי. הליכה מוחצנת- באזור בהם הגן יותר טובעני ופעיל
				גן טיפולי בשוודיה	מטופלים במחלות הקשורות ללחץ

	יער פראי ומטופל	התוצאות מצביעות על תגובה חזקה יותר ביער המטופל, הן של "תגובות חיוביות" והן של "תגובות שליליות". גורמים הקשורים לרווחה כמו "התעוררות" או "פעלתנות" השתנו אחרי ההליכות גם כן. עם זאת, לא היתה השפעה של סוג היער על הפעילות הגופנית או על הגורמים הקשורים לרווחה. האטרקטיביות הנתפסת של השטח הטבעי לא השפיעה על הרווחה. ולכן, יש לבחון מחדש את ההשפעה של אטרקטיביות נתפסת על הרווחה.	רווחה- התעוררות ופעלתנות	יער מטופל או פראי	משתתפים נבחרו באופן רנדומלי ללכת ביער מטופל או ביער פראי במשך 30 דקות. לפני ואחרי הטיפול בדקו מהי מידת הרווחה שלהם (well-being).	לטבע יש השפעה חיובית על בני אדם, במחקר בדקו אם ההשפעה החיובית היא עקבית בתנאים טבעיים שונים- יערות עירוניים פראיים או מטופלים	Martens et al, 2011
	פארקים עירוניים	הסינתזה מיישרת קו עם מחקר כמותני קודם אשר הראה שמאפיינים הכוללים בטיחות, אסתטיקה, נוחות, תחזוקה, וקרבה הן חשובים לעידוד שימוש בפארק. אם כך, תכונות פיסיות של פארקים, כמו גם תפישות של תכונות אלה (שנוצרות ביחס להקשרים חברתיים רחבים יותר) יכולות להשפיע על דפוסי פעילות גופנית. שיטות איכותיות וכמותיות יכולות לספק מידע שימושי לפירוש דפוסים כאלה, ובפרט, בעת תכנון והערכת התערבויות שנועדו לשפר את הכמות ועוצמת הפעילות גופנית	פעילות גופנית בפארקים	תכונות פיסיות של פארקים- בטיחות, אסתטיקה, תחזוקה וקרבה	נסקרו 21 מאמרים, אשר התבססו על ראיונות, תצפיות וקבוצות מיקוד.	לסקור את המחקר האיכותני בנוגע לפעילות גופנית בפארקים עירוניים.	McCormack et al, 2010
אוכלוסייה מעל גיל 65	פארקים שכונתיים בבריטניה	תוצאות הסקר מראים שמידת הבטיחות והנעימות בשטחים פתוחים הינם בעלי קורולציה חיובית עם תחושת הסיפוק מהחיים אצל אנשים מבוגרים, וכך גם המרחק משטחים פתוחים. ואילו איכות הנתיבים לשטחים הפתוחים קשורה להתנהגות ולהליכות. עם זאת, תכונות השכ"פ לא הראו קשר עם המצב הבריאותי של התושבים	אלמנטים הקשורים לאיכות חיים- בריאות, תחושת שביעות רצון מהחיים, והליכות	תכונות של שכ"פ שכונתי- בטיחות, איכות נתיבים לשכ"פ, ומרחק מהשכ"פ	נערך סקר רוחבי אשר אסף מידע מ-284 אנשים מעל גיל 65 החיים בבריטניה	לבחון כיצד שכ"פ שכונתי משפיע על איכות החיים בהקשר של תחושת השביעות רצון מהחיים, בריאות ופעילות בחוץ (הליכה) אצל מבוגרים	Sugiyama, 2008

2. מחקרים על השצ"פ בהקשר העירוני ושימוש בשצ"פ

	2008, C Coutts	לבחון כיצד הסביבה הבנויה מעודדת או פוגעת שימוש בצירים ירוקים (greenway)	מתודולוגיה הנעזרת במערכות ניווט וממ"ג בכדי לבחון האם שני משתנים המודדים נגישות, קרבה (צפיפות אוכלוסין), והזדמנויות (עירוב שימושי קרקע) חוזים את השימוש בצירים ירוקים.	משתנים מסבירים : נגישות, קירבה- צפיפות אוכלוסין, והזדמנויות- עירוב שימושים	משתנה מוסבר : שימוש בצירים ירוקים	על מנת לחזות פעילות גופנית יש לבדוק את הממצאים ברזולוציה גבוהה יותר מזו אשר ננקטה כאן. התוצאות מצביעות על כך שצירת מתקנים תומכי פעילות גופנית באזורים בהם יש צפיפות אוכלוסייה גבוהה אינה בהכרח גורמת לשימוש בהם. בנוסף, חשוב שבאזורים שיש בהם צפיפות אוכלוסין גבוהה יהיה גם עירוב שימושי קרקע אם מעוניינים לעודד פעילות גופנית.	סביבה בנויה
	Kaczynski & Henderson, 2008	מטרתו של מחקר זה הייתה לבחון את הקשרים המדווחים בין פארקים וסביבות בילוי/פנאי כסממנים של הסביבה הבנויה וכפונקציות של עוצמות של פעילויות גופניות שונות.	סקירה של ארבעה מאגרי מידע גדולים מהשנים 1998-2005, 50 מאמרים דיווחו על קשר כמותי בין פעילות גופנית לפארקים וסביבות פנאי/בילוי.	פארקים וסביבות בילוי/פנאי	פעילות גופנית- נמרצת והליכה	רוב המאמרים הראו קשרים חיוביים מובהקים בין פארקים וסביבות בילוי/פנאי ופעילות גופנית. לפארקים היה סיכוי גבוה יותר להיות קשורים באופן חיובי עם פעילות גופנית כפונקציות תועלתניות מאשר לפנאי/בילוי. תוצאות מעורבות נצפו בקשרים בין פארקים וסביבות בילוי/פנאי לבין פעילות גופנית נמרצת, אבל הקשר בין פארקים וסביבות פנאי/בילוי לבין הליכה היה נפוץ.	נבחנו 50 מחקרים שונים
	Krenichyn, 2006	המאמר בוחן את הפעילות הגופנית של נשים בפארק אורבאני בברוקלין, ניו יורק בהקשר לסביבה הפיסית.	ראיונות איכותניים עם נשים	מאפיינים פסיים של הפארק- גבעות, נתיבים, בטיחות רציפות	פעילות גופנית אצל נשים- פירוט לא ברור מהאבסטרקט	בראיונות צוינו מאפיינים פסיים כגון רציפות השבילים, גבעות ונתיבים. עם זאת, בטיחות עלה כמקור לדאגה אצל נשים בהקשר של תנועה מוטורית ואזורים מיוערים. הטבע תואר כמעורר את החושים, ומשפר את היכולות המנטליות, והפארק צוין כמשאב חשוב בקרבת מקום.	פארק עירוני ברוקלין, ניו יורק, ארה"ב
						נשים	

מבקרי הפארקים	פארקים עירוניים באלנטאון, פינסלבניה	מיעוטים הביעו יותר רצון בשיפור מתקני הפארק, קישוריות לשכונה, ויצירת הזדמנויות לנוער. הצעירים ענו ששיפור המתקנים יביא לשימוש יותר פעיל בפארק. מבוגרים בגיל הביניים אמרו שחשוב שבילים וקישוריות לשכונה. לסיכום, השקפתם של מבקרי הפארקים יכולה להוביל לתמיכה פוליטית וכלכלית ולהצדיק את ההשקעות בפארקים. להשקעות הללו יש השפעות חשובות על הרווחה הכללית של התושבים בקהילה מגוונת מבחינה גילאית. המבקרים הרגישו שהפארק יש יתרונות כמו הקלה על מתחים/חרדות ושיפור פעילות גופנית ובריאות פיסית.	שיפור בשביעות רצון התושבים	השקעה כפסית בפארקים	שיטת מחקר : סקרו אנשים בשני פארקים אחד לפני שיפוץ (N=225) ואחר (N=154), בחנו את מאפייני המשתמשים, התנהגותם, בכמה פארקים אחרים בעיר הם ביקרו בשנה האחרונה, איכות נתפסת של הפארק, שביעות רצון ממתקני הפארק, ההטבות האינדיבידואליות והקהילתיות המתקבלות מהפארק, והעדפות לשיפורים עתידיים בפארקים	מנהלי פארקים, קובעי מדיניות ונבחרים ציבור רוצים לבחון האם השקעה כספית בפארקים מוערת על ידי הקהילה והאם יש לה השפעות טובות בטווח הארוך על הקהילה.	Mowen, 2009
אזרחים ותיקים	מגה עיר- טוקיו, יפן	2211 שרדו ו-897 נפטרו. ההסתברות להישרדות לחמש שנים גברה בהתאמה למקום ללכת בו בקרבת המגורים, לפארק ורחובות עם עצים בקרבה למקום המגורים, ולרצון שלהם להמשיך לחיות בקהילה שלהם. זוהו שתי גורמים הקשורים לסביבה: הגורם של רחובות ומרחבים ירוקים בקרבת מקום המגורים, וגורם הגישה החיובית כלפי הקהילה. לאחר עיבוד הנתונים ולקיחה בחשבון של הגיל, המין והמצב הסוציאקונומי של הנסקרים, הגורם של השבילים ההליכיים והמרחבים הירוקים מראה על יכולת חיזוי טובה של סיכויי ההישרדות. לסיכום, אזורים בהם יש שבילים הליכיים ומרחבים ירוקים משפרים את אריכות בחיים של תושבים. ולכן, חשוב להטמיע אותם בתכנון של מגה- ערים	שיעור הישרדות לחמש שנים של תושבים ותיקים	הימצאות של שבילים הליכיים ומרחבים ירוקים, ורצון להמשיך להתגורר בקהילה בה הם חיים	הכותבים ניתחו את ההישרדות לחמש שנים של 3144 אנשים אשר נולדו בשנים 1903, 1908, 1913 ו-1918 אשר הסכימו למעקב ונלקחו מתוך רישום האוכלוסין של טוקיו משנת 1992	לבחון את הקשר בין שטחים ציבוריים ירוקים הקרובים ונגישים לשכונת המגורים, ואריכות ימים של אזרחים ותיקים במגה-ערים צפופות ומפותחות.	Takano, 2002

	Park et al, 2011	המאמר מבקש להבהיר את בין תגובות פסיכולוגיות ליערות ולסביבה אורבאנית, ובין המשתנים הפיסיים אשר מאפיינים את הסביבות הללו.	בחנו את התגובות הפסיכולוגיות של 168 אנשים לסביבה שלהם. ניסויי השדה נערכו ב14 יערות וב14 סביבות עירוניות ביפן. השתמשו בשיטת הפער הסמנטי (semantic differential) ובה נערך שאלון לפני ההליכות ביער ובסביבה האורבאנית. בנוסף, נעשה פרופיל למצב רוחם של הנבדקים לפני ואחרי ההליכה בסביבות השונות. יתר על כן, הנבדקים ישבו והתבוננו בסביבות השונות לפני ואחרי ההליכה. הגורמים הסביבתיים שנמדדו הם - לחות יחסית, טמפרטורה, חום מקרינה, רוח, ונוחות תרמית	סביבות שונות: יער ואורבאנית	תגובות פסיכולוגיות של הנבדקים	סביבה של יער נתפסת יותר מהנה, ידידותית, טבעית ומקודשת באופן משמעותי. במדד אשר בחן את חרדה, מתח, דיכאון, כעס, בילבול ועייפות היו הבדלים משמעותיים בין הסביבות השונות. תוצאות עלה מצביעות על כך שלסביבות של יער יש מאפיינים של פנאי והירגעות. בנוסף, היו תגובות חזקות לפרמטרים הפיסיים שצוינו לעיל.	יערות וערים ביפן
בני נוער, בגילאי 12-13	Rehrer et al, 2011	לבדוק מהם הגורמים המשפיעים על אנשים צעירים לעסוק בפעילות גופנית, לזהות את המקומות המועדפים עליהם לעסוק בפעילות גופנית, ולהבין מה הם הגורמים שהם מרגישים שמשפיעים על רמת הפעילות הגופנית שלהם	בדקו תלמידי תיכון בניו זילנד, 100 גברים ו73 נשים, בני 12-13, ובשיעור בריאות הם התבקשו למפות את המקומות המועדפים והשנואים עליהם לפעילות גופנית, לאן הם הולכו ביום ראשון ספציפי, איך הם הגיעו לשם, מה הם עשו שם, ומה הם הפעילויות שלהם אחרי בית ספר ואיך הם מגיעים לשם	גורמים המשפיעים על הפעילות הגופנית	מידת הפעילות ודרכי ההגעה ליעדים	שצ'פים הם המקומות המועדפים עליהם לעסוק בפ"ג, בעיקר חופים ופארקים. הסיבות שהם רשמו להעדפה הם - שכיף להם, פעילויות ספציפיות שניתן לעשות שם, וחברים שמצטרפים אליהם לפעילות. אזורי תעשייה, בתי ספר אחרים ובתי קברות הם המקומות הכי פחות מועדפים עליהם. ביום ראשון שנבדק רק 2% נסעו ליעד שלהם באופניים, 23% הלכו, ואת השאר הסיעו. תלות דומה בהסעות נצפתה בפעילויות אחרי ביה"ס.	ניו זילנד
	achowycz & Jones, 2011	לסקור באופן שיטתי את המחקרים הכמותיים הבוחנים את הקשר בין גישות שטחים ירוקים, ובפעילות גופנית, משקל ובריאות הקשורה למשקל.	חיפוש ספרות נערך בארבעה מאגרים, 601 מחקרים ענו על הקריטריונים ונבחנו ע"פ איכות מתודולוגית, וחוזקת התוצאות.	שטחים ירוקים	פעילות גופנית, משקל ובריאות הקשורה למשקל.	רוב המחקרים מצאו קשר חיובי או חלש בין מרחבים ירוקים לבין אינדיקטורים בריאותיים. עם זאת, התוצאות לא עיקביות ומעורבות. חלק מהמחקרים גילו כי הקשר משתנה ע"פ גורמים כמו גיל, מצב סוציו אקונומי ותכונות השטח הירוק.	סקירת ספרות- מתייחס ל60 מחקרים שונים

מבוגרים	בוגוטה, קולומביה, סביבה עירונית	לתושבים באזורים בהם יש יותר צפיפות של פארקים ועירוב שימושים, יש סבירות גבוהה יותר לשימוש פעיל בפארקים. בעוד התושבים באזורים עם קישוריות גבוהה הם בסבירות נמוכה יותר. לסיכום, המחקר מצביע על קשר בין גורמים פיסיים אובייקטיביים של השטח הבנוי לבין שימוש פעיל בפארקים.	שימוש פעיל בפארקים	מאפייני הסביבה הבנויה - צפיפות פארקים, עירוב שימושים, קישוריות	נערך מחקר רוחבי במספר רמות. הנבדקים הם 1966 מבוגרים ב-50 שכונות. נמדדו מאפיינים חברתיים-דמוגרפים ומאפייני הסביבה הבנויה. מדולים של רגרסיה נעשו לניתוח	לבחון את הקשר בין מאפייני הסביבה הבנויה לבין השימוש בפארקים אצל מבוגרים בבוגוטה, קולומביה.	Parra et al, 2010
	גלאזגו סקוטלנד	מנקודת המבט של משתמשי השצ"פים העירוניים הקיימים והפוטנציאליים, נגישות היא יותר מהמאפיינים הפיסיים של השכונה, משאבי השצ"פ, או תכונות אובייקטיביות למדידה של הליכות וקישוריות. מבחינה סובייקטיבית, הרעיון של הליכות כולל תפיסות של לכידות חברתית ברמת הקהילה וברמת האינטגרציה והכללה שחשים אנשים בקהילות שלהם. הם מסיקים מכך שלשפר נגישות לשצ"פים נדרש יותר מאשר לשפר שבילים, פארקים, תאורה ופעילויות, אלא, יש לנקוט בגישה הוליסטית יותר.	שימוש או אי שימוש בשצ"פים מקומיים	סיבות סובייקטיביות	נערכו רעיונות עומק עם 24 אנשים אשר גרים בשני אזורים של גלאזגו, סקוטלנד. ראיונות אלו הושלמו עם צילום משתתף ושיטות שיתוף. המידע קוטלג לתמות על מנת לבחון חסמים ומנחים לשימוש בשצ"פים.	לבחון את הסיבות הסובייקטיביות למה אנשים באזורים עירוניים בוחרים להשתמש, או לא להשתמש בשצ"פים מקומיים.	Peter et al, 2010
מבוגרים	עיר קנדית	כל האקטר נוסף בגודל הפארק בטווח של ק"מ הגביר את הסיכוי להשתמש בו ליותר מ-150 דקות שבועיות ב-2%. כל פארק נוסף הגביר את הסיכוי ב-17%. הקשר בין קרבה של המגורים לפארק ופעילות היה חיובי יותר אצל נשים מאשר גברים, כמו כן גם אצל מבוגרים צעירים (18-34) לעומת מבוגרים בוגרים (55+).	פעילות גופנית	גודל הפארק, מספר הפארקים ומרחק מהפארק	נבחן בשלושה הקשרים - מבוסס שכונה, מבוסס פארק, וסה"כ. המידע נאסף מ-384 מבוגרים בעיר קנדית.	לבחון את הקשר בין מספר וגודל של פארקים שכונתיים אשר נמצאים במרחק של עד 1 ק"מ מהבית של הנבדק, לבין פעילות גופנית מתונה עד מאומצת.	Taylor & Francis, 2009

נספח ב' - ציוני תשתיות פנאי וספורט

שם	שבילי הליכה	אופניים	משחק	נופש פעיל	אחר	ציון
ציפורי	1	0	1	1	1	4
אלונים, לנדוי	1	1	1	1	0	4
חוף הכרמל, יער עופר	1	1	1	1	0	4
קרן כרמל	1	0	0	0	0	1
פארק קק"ל בנשר, היערנים	1	0	0	0	0	1
עמק התכלת, בירה	1	1	1	1	0	4
ברעם	1	0	0	0	0	1
אגמון החולה	1	1	1	0	0	3
הרי נפתלי	1	1	1	1	0	4
אדמית, אילון	1	0	1	0	0	2
גורן	1	0	1	0	0	2
חניתה	1	1	1	1	1	5
שוויץ, טבריה	1	1	1	0	0	3
גלבוע	1	1	1	0	0	3
בית קשת	1	1	1	0	0	3
בן שמן	1	1	1	1	0	4
הכ"ח, ראש העין	1	1	1	0	1	4
חולדה	1	0	1	0	0	2
איילון, קנדה	1	1	0	1	0	3
אילנות	1	0	1	1	1	4
עדולם, צרפת	1	0	1	0	0	2
בר גיורא, עצמאות ארצות הברית	1	0	1	0	0	2
בגין, בית"ר	1	1	0	0	0	2
משואה, בריטניה	1	1	1	0	0	3
מטע, עצמאות ארצות הברית	1	0	0	0	0	1
הנשיא, צרעה	1	1	1	1	1	5
חרובית	1	1	1	1	0	4
רבין, אשתאול	1	0	1	0	0	2
רבין, הקדושים	1	0	1	0	0	2
סטף	1	1	1	0	0	3
עמינדב	1	0	1	0	0	2
ירושלים, פסגת זאב	1	1	1	0	0	3
חדרה	1	1	1	0	0	3
רמת מנשה, הזרוע	0	0	1	0	0	1
רמת מנשה, דליה	1	1	0	0	1	3
רמת מנשה, משמר העמק	1	0	1	0	0	2
ז'בוטינסקי - שוני, הנדיב	1	0	1	1	0	3
דבירה	1	0	0	0	0	1
להב	1	1	1	0	0	3
המלאכים, שחריה	1	1	1	1	0	4
חצרים- דרך הפסלים	1	0	1	0	0	2
נחל הבשור	1	0	1	1	0	3
אופקים	1	0	1	0	0	2

5	1	1	1	1	1	בארי
2	0	0	0	1	1	יתיר
2	0	0	0	1	1	גולדה, רביבים
1	0	0	1	0	0	נחל באר שבע
0	0	0	0	0	0	תמנע
2	1	0	0	0	1	הולנד באילת

נספח ג' - ציוני מתקנים תומכים

שם	שילוט/סימון	מי שתייה	שירותים	סככה	שולחנות	ציון
ציפורי	1	1	1	1	1	5
אלונים, לנדוי	1	1	1	1	1	5
חוף הכרמל, יער עופר	1	1	1	1	1	5
קרן כרמל	1	1	1	0	1	4
פארק קק"ל בנשר, היערנים	1	1	1	0	1	4
עמק התכלת, ביריה	1	1	0	1	1	4
ברעם	1	1	1	0	1	4
אגמון החולה	1	1	1	0	1	4
הרי נפתלי	1	1	1	1	0	4
אדמית, אילון	1	1	1	0	1	4
גורן	1	1	1	0	1	4
חניתה	1	1	1	0	1	4
שוויץ, טבריה	1	1	1	0	1	4
גלבוע	1	1	1	0	1	4
בית קשת	1	1	1	0	1	4
בן שמן	1	1	1	0	1	4
הכ"ח, ראש העין	0	1	1	0	1	3
חולדה	0	1	1	0	1	3
איילון, קנדה	1	1	1	0	0	3
אילנות	1	1	0	0	1	3
עדולם, צרפת	0	1	1	0	1	3
בר גיורא, עצמאות ארצות הברית	0	1	0	1	1	3
בגין, בית"ר	1	0	1	0	1	3
משואה, בריטניה	1	1	1	0	0	3
מטע, עצמאות ארצות הברית	0	1	1	0	1	3
הנשיא, צרעה	1	0	1	0	1	3
חרובית	1	1	1	0	0	3
רבין, אשתאול	0	1	1	0	1	3
רבין, הקדושים	0	1	1	0	1	3
סטף	1	1	0	0	1	3
עמינדב	1	1	0	0	1	3
ירושלים, פסגת זאב	1	1	1	0	0	3
חדרה	0	1	1	0	1	3
רמת מנשה, הזרוע	0	1	1	0	1	3
רמת מנשה, דליה	0	1	1	0	1	3
רמת מנשה, משמר העמק	1	0	0	0	1	2
ז'בוטינסקי - שוני, הנדיב	0	1	0	0	1	2

2	0	0	0	1	1	דבירה
2	1	0	0	0	1	להב
2	1	0	0	0	1	המלאכים, שחריה
2	0	0	1	1	0	חצרים- דרך הפסלים
2	0	0	0	1	1	נחל הבשור
2	1	0	0	1	0	אופקים
2	1	0	0	0	1	בארי
1	1	0	0	0	0	יתיר
1	0	0	0	0	1	גולדה, רביבים
1	1	0	0	0	0	נחל באר שבע
1	0	0	0	0	1	תמנע
1	0	0	0	0	1	הולנד באילת

נספח ד'- ציוני פעילויות ב"דלת האחורית"

שם	נחל	מספר פעילויות	ציון
ציפורי	1	7	8
אלונים, לנדוי	1	3	4
חוף הכרמל, יער עופר	1	3	4
קרן כרמל	0	2	2
פארק קק"ל בנשר, היערנים	1	4	5
עמק התכלת, בירה	0	4	4
ברעם	0	3	3
אגמון החולה	1	3	4
הרי נפתלי	1	5	6
אדמית, אילון	0	1	1
גורן	0	1	1
חניתה	1	3	4
שוויץ, טבריה	1	7	8
גלבע	1	7	8
בית קשת	1	7	8
בן שמן	0	3	3
הכ"ח, ראש העין	0	5	5
חולדה	0	2	2
איילון, קנדה	0	3	3
אילנות	1	5	6
עדולם, צרפת	0	2	2
בר גיורא, עצמאות ארצות הברית	0	1	1
בגין, בית"ר	1	1	2
משואה, בריטניה	1	3	4
מטע, עצמאות ארצות הברית	0	2	2
הנשיא, צרעה	1	2	3
חרובית	1	3	4
רבין, אשתאול	0	4	4
רבין, הקדושים	0	1	1
סטף	0	2	2
עמינדב	1	2	3

3	3	0	ירושלים, פסגת זאב
3	3	0	חדרה
3	2	1	רמת מנשה, הזורע
7	7	0	רמת מנשה, דליה
1	1	0	רמת מנשה, משמר העמק
2	1	1	ז'בוטינסקי - שוני, הנדיב
4	3	1	דבירה
3	2	1	להב
2	1	1	המלאכים, שחריה
4	4	0	חצרים- דרך הפסלים
3	3	0	נחל הבשור
5	4	1	אופקים
3	2	1	בארי
5	4	1	יתיר
4	3	1	גולה, רביבים
2	1	1	נחל באר שבע
3	3	0	תמנע
1	0	1	הולנד באילת

נספח ה'- כמות אוכלוסייה, ממוצע מדרג חברתי כלכלי ואחוזי השמנה בטווח השירות של היערות

שם	סכום אוכלוסייה	מדרג חברתי כלכלי	ממוצע השמנה
ציפורי	380,281	6.1	33.1
אלונים, לנדוי	600,902	10.1	31.5
חוף הכרמל, יער עופר	83,308	10.4	27.8
קרן כרמל	97,243	11.1	30.5
פארק קק"ל בנשר, היערנים	487,492	13.0	29.8
עמק התכלת, ביריה	66,617	9.5	36.1
ברעם	12,085	10.0	46.0
אגמון החולה	11,988	16.0	27.0
הרי נפתלי	34,019	9.8	35.3
אדמית, אילון	43,122	9.3	34.5
גורן	45,909	10.8	35.0
חניתה	72,965	7.0	30.0
שוויץ, טבריה	57,323	8.5	0.0
גלבוע	42,607	7.0	27.5
בית קשת	331,110	7.3	33.2
בן שמן	469,698	10.0	26.9
הכ"ח, ראש העין	431,989	12.4	27.4
חולדה	47,698	9.5	32.8
איילון, קנדה	181,861	0.0	24.9
אילנות	354,870	9.9	27.4
עדולם, צרפת	187,540	11.0	26.2
בר גיורא, עצמאות ארצות הברית	243,558	9.0	27.2

26.5	11.2	889,053	בגין, בית"ר
26.6	11.0	188,311	משואה, בריטניה
28.2	8.2	1,057,356	מטע, עצמאות ארצות הברית
28.4	9.4	193,737	הנשיא, צרעה
27.5	0.0	104,196	חרובית
28.6	9.1	108,131	רבין, אשתאול
27.6	11.1	972,254	רבין, הקדושים
27.3	12.5	894,882	סטף
27.7	12.3	919,656	עמינדב
30.0	11.1	989,554	ירושלים, פסגת זאב
26.9	10.2	180,289	חדרה
34.5	11.1	63,697	רמת מנשה, הזורע
31.0	12.0	27,668	רמת מנשה, דליה
34.4	9.4	180,870	רמת מנשה, משמר העמק
24.5	10.3	142,424	ז'בוטינסקי - שוני, הנדיב
29.5	10.0	77,428	דבירה
28.7	7.3	77,512	להב
33.5	6.6	54,101	המלאכים, שחריה
33.3	10.2	198,846	חצרים- דרך הפסלים
28.0	0.0	6,144	נחל הבשור
31.1	4.2	31,748	אופקים
33.0	0.0	7,508	בארי
27.5	7.7	32,129	יתיר
0.0	0.0	5,486	גולדה, רביבים
34.0	9.5	233,000	נחל באר שבע
0.0	0.0	48,419	תמנע
33.0	12.9	143,431	הולנד באילת