

דו"ח מסכם

התפתחות מיזמים עסקיים כמנוף לתעסוקה -

השוואה בין הפריפריה למרכז הארץ

מחקר במסגרת "קול קורא 2011"

מוגש לסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרד הכלכלה

מגישים: ד"ר אלי גימון, ד"ר זאביק גרינברג, גב' גאולה ביטון

אוקטובר 2013

הדעות, הממצאים והמסקנות המוצגים לעיל הינם באחריות כותבי המחקר בלבד ואין הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים נושאת באחריות להמלצות או לתכנים אלה. המידע מוגש כשירות לציבור ואינו מחליף, מוסיף, גורע או משנה מהוראות כל דין או נוהל. השימוש בחומר המוצג הינו באחריות המשתמש בלבד.

תקציר מנהלים¹

עסקים קטנים² מהווים כ-50% מהעסקים הפועלים בישראל; הם מעסיקים כ-35% מהשכירים במשק, שהכנסותיהם מעבודה באותם עסקים הן כ-90 מיליארד ₪. מהשוואה בינלאומית של מגזר העסקים הקטנים לזה בשאר מדינות ה-OECD, עולה כי יש מדינות שבהן חלקם של העסקים הקטנים בתעסוקה ובערך המוסף גדול יותר מזה בישראל.

בהתאם להצעת המחקר שאושרה על ידי הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים, מחקר זה מתמקד בגורמים התורמים לצמיחה במספר העובדים בעסקים קטנים, כמדד לצמיחה כלכלית של אותם עסקים. הבחירה במשתנה זה אינה מקרית: מספר המועסקים הוא בעל מתאם חזק לעלייה במכירות העסק; עלייה במספר המועסקים מוגדרת כיעד של קובעי המדיניות הכלכלית בישראל (וגם במקומות נוספים בעולם); ואולי חשוב יותר, במחקר אמפירי מסוג זה, המתבסס על סקר בקרב בעלי עסקים, קל יותר להשיג נתונים מהימנים על הצמיחה במספר העובדים של העסק מאשר נתונים על מכירות העסק³.

יעד נוסף של המחקר הוא לבדוק האם קיימים הבדלים בצמיחה בין אזורי מרכז לאזורים פריפריאליים בישראל. ניתן למצוא הבדלים לרעת אזורי הפריפריה במספר משתנים, ובהם רמות שכר נמוכות יותר, שיעור מועסקים נמוך יותר, רמות השכלה נמוכות יותר, ויחסי תלות גבוהים יותר באזורי הפריפריה.

ייחודו של המחקר הוא בכלים שבהם נעשה שימוש כדי לענות על שאלות המחקר. הכלי העיקרי הוא סקר בקרב בעלי עסקים קטנים בישראל, שכלל כ-70 שאלות. התשובות לשאלות אלו מאפשרות לאפיין את בעלי העסק מבחינה אישיותית, דמוגרפית וסוציו-אקונומית, ומאפשרות גם לאפיין את העסק עצמו, מבחינה דמוגרפית וגם מבחינה כלכלית. כדי להבטיח מספר גדול ככל האפשר של בעלי עסק שישתתפו במחקר, הסקר נערך בשני ערוצים: סקר טלפוני וסקר מקוון. מספר השאלונים הסופי שהתקבל משני המקורות ושבנו השתמשנו לניתוח הנתונים הוא 766.

בנוסף לסקר, כלל המחקר גם ראיונות עומק עם מומחים מהאקדמיה ומהסקטור העסקי. מטרת הראיונות הייתה לשמש לנו כלי עזר בניתוח הנתונים שיתקבלו מהסקר ולספק תובנות לגבי גורמי צמיחה של עסקים קטנים. בסך הכל בוצעו שישה ראיונות כאלו.

עיקרי הממצאים שהתקבלו מניתוח הסקר:

- ל-37.5% מבעלי העסקים היה ניסיון עבר כעצמאיים לפני הקמת העסק. ל-59.3% מהם היה ניסיון בניהול. אין הבדלים גיאוגרפיים במשתנים אלו.

¹ עיקרי הדו"ח הנוכחי הוצגו בפני חברי הנהלת הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרדם בירושלים ב-8.10.2013.

² הכוונה היא לעסקים המעסיקים בין 1-49 שכירים.

³ ואכן, רק כשליש מבעלי העסקים במדגם הסופי ענו על שאלות הנוגעות להיקף המכירות של העסק, לעומת 100% שענו על שאלות הקשורות למספר העובדים.

- נמצאו הבדלים מובהקים בגילאי בעלי העסק, כך שממוצע גילאי בעלי העסק מהפריפריה הרחוקה היו מבוגרים יותר (47.11) מבעלי העסקים מהמרכז (42.29).
- 52% מבעלי העסקים ציינו כי הקמת העסק נבעה מתוך רצון לנצל הזדמנות עסקית; אצל 26.8% הקמת העסק נבעה מהסיבה שלא היתה חלופה תעסוקתית טובה יותר לבעל העסק.
- מימון עצמי נמצא כמקור המימון ההתחלתי הנפוץ ביותר, ואחריו הלוואות מבנקים. כאן נמצאו הבדלים בין הפריפריה למרכז: עסקים מהמרכז מגייסים יותר מבני משפחתם; לעומת זאת, עסקים מהפריפריה מגייסים יותר מימון מהלוואות ומקרנות ציבוריות.
- 37% מהעסקים דיווחו כי קיבלו ייעוץ מגורם ציבורי כלשהו, כגון מט"י; זאת, לעומת 28% שקיבלו ייעוץ מגורם פרטי, בלתי-מסובסד, כלשהו. רוב העסקים (65%) שהשתמשו בייעוץ מסובסד קיבלו אותו בשנים שלאחר הקמת העסק. רק כ-8% מהעסקים קיבלו ייעוץ לפני הקמת העסק.
- כ-36% מהעסקים ציינו כי אין קשר גיאוגרפי בין העסק שלהם ללקוחות (לאור האופי של העסק). באופן מובהק, עסקים רבים יותר במרכז ציינו כי אין קשר גיאוגרפי בין העסק ללקוחות (39.6%, לעומת 24% בפריפריה).
- כ-28% מהעסקים בפריפריה (לעומת 10% מהמרכז) פועלים בסמוך לבית, יותר עסקים מהמרכז (17.8% לעומת 11% בפריפריה) פועלים באזור תעשייה אזורי ו-30% מהעסקים במרכז פועלים באזור מסחרי (לעומת 15% בפריפריה).
- 48% מבעלי העסקים ציינו כי יבצעו השקעה בפיתוח ושרוג העסק.
- 55.8% מהמשתתפים ציינו כי בשנה האחרונה בוצעה בעסק פעילות פיתוח וייזום עסקי. באופן מובהק, 47.5% מהעסקים שדיווחו על פעילויות פיתוח וייזום עסקי בשנה האחרונה היו מהמרכז (לעומת 34.6% מהפריפריה).
- גורם הצמיחה (כשזו מוגדרת כעלייה במספר העובדים) הנתפס המשמעותי ביותר בעיני בעלי העסקים הוא הגדלת מספר הלקוחות הפוטנציאליים (76% חושבים כך), לאחר מכן הרצון להרחיב את תחומי העיסוק של העסק (65.9%), ומוטיבציה ורצון אישי להגדיל את העסק (63.7%).
- מספר העובדים הממוצע בעסקים עלה במרוצת השנים מ-4.09 עובדים בממוצע ל-7.23, גדילה של 3.14 במספר העובדים. בקרב העסקים שהראו צמיחה חיובית, ממוצע הצמיחה במספר המועסקים היה 7.82. באופן מובהק, אחוז גבוה יותר של עסקים מהמרכז מייצג את העסקים שנטו להראות צמיחה במרוצת השנים (61%), לעומת עסקים מהפריפריה הרחוקה (52%).
- שינוי בסך הכנסות העסק נמצא במתאם חיובי מובהק, אך בעוצמה בינונית, עם שינוי במספר המועסקים (צמיחה מוחלטת).
- עסקים בעלי סטטוס חברה בע"מ נטו לצמוח יותר (51.2%) מאשר עסקים המוגדרים כעוסקים מורשים (41.7%).

- לא נמצא קשר בין סוג המימון עם הקמת העסק לבין הנטייה לצמוח או לא במרוצת השנים. אזור גיאוגרפי (פריפריה אל מול מרכז) לא שינה קשר זה.
- השתתפות בתוכניות (כגון הדרכות ע"י גורמים כמו יועצים עסקיים וכו') לסיוע עסקים קטנים ובינוניים לא נמצאה קשורה לצמיחה של העסק במרוצת השנים. הדבר נכון גם לגבי תוכניות ממשלתיות מסובסדות (הניתנות דרך מט"י) וגם לגבי ייעוץ פרטי. אזור גיאוגרפי (פריפריה אל מול מרכז) לא שינה את הקשר.
- נמצא קשר מובהק בין הון פסיכולוגי חיובי לבין צמיחה מוחלטת.
- הצמיחה הגבוהה ביותר במספר המועסקים היא בשנותיו הראשונות של העסק, אז צומחים העסקים בממוצע בכמעט עובד נוסף בכל שנה, לעומת צמיחה לא משמעותית בשנים מאוחרות יותר לקיומו של העסק.
- קיים הבדל מובהק בצמיחה בין עסקים להם קיימת תוכנית עסקית, לעומת עסקים להם לא קיימת תוכנית עסקית: עסקים שלהם תוכנית עסקית מדווחים על צמיחה גבוהה יותר לעומת עסקים ללא תוכנית כזו. הבדל זה משמעותי יותר בפריפריה מאשר במרכז.
- לא נמצא הבדל מובהק בצמיחה המוחלטת של העסק בין ענפים כלכליים שונים.
- עסקים הנמצאים במרכז בשלושת הענפים הבאים: תעשייה; מסחר סיטונאי וקמעוני; ומנהל ציבורי, חינוך, שירותי בריאות רווחה וסעד, דיווחו על צמיחה מוחלטת גבוהה יותר ביחס לעסקים מהפריפריה.
- עסקים בפריפריה הרחוקה דיווחו כי כ-20% מהעובדים בהם חלה הצמיחה הם עובדים בלתי מקצועיים, לעומת כ-9% מהעסקים במרכז. המגמה מתהפכת כאשר מסתכלים על הצמיחה בעובדים האקדמיים ובעלי המקצועות החופשיים.

ניתוח של הגורמים התורמים לצמיחה במספר המועסקים הראה כי:

- למאפיינים אישיים של בעל העסק כגון השכלה ומצב משפחתי (זוגיות קבועה) יש השפעה על הצמיחה, וכמובן גם למאפיינים של העסק עצמו: סטטוס חברה בע"מ נמצא כתורם לצמיחה, יחד עם פעילות ייצוא, מתחרים עסקיים מועטים (אך לא היעדר מתחרים) ומיקומו של העסק באזור תעשייה או אזור מסחרי.
- תוכניות מסובסדות לסיוע לעסקים הן בעלות השפעה אפסית או שלילית על צמיחת העסק.
- פעולות ייזום מגדילות את צמיחת העסק.

כאשר בודקים מהם הגורמים המשפיעים על כוונה להשקיע בעסק בעתיד הקרוב, גורם שנמצא כבעל תרומה חיובית הוא:

- מעורבות של קרובי משפחה בעסק.
- פעולות יזמות נמצאו כבעלות ההשפעה הגדולה ביותר על ציפיות בעלי העסק להשקעה עתידית ולצירוף עובדים נוספים בעתיד הקרוב.

על סמך ממצאים אלו גובשו ההמלצות הבאות, שמטרתן לעודד צמיחה במספר המועסקים של עסקים קטנים:

- יש לעודד עסקים במידת האפשר לפעול בקרבתם של עסקים אחרים, באזורי מסחר ותעשייה, ולא מבית בעל העסק או בסמוך לו.
- על עסק להיות ייחודי, אך לא יותר מדי. מידה מסוימת של תחרות תורמת דווקא לצמיחת העסק.
- יש לעודד עסקים לא לקפוא על השמרים, כאשר הכוונה היא לבצע פעולות לשדרוג ולפיתוח העסק.
- במידת האפשר, על עסקים לא להסתמך על לקוחות בסביבתם הגיאוגרפית הקרובה.
- יש לעודד מעורבות של בני משפחה נוספים בעסק.
- פעולות לחיזוק ההון הפסיכולוגי החיובי של בעל העסק יכולות לתרום לצמיחת העסק.
- יש להשקיע במערכת ההשכלה הגבוהה במרכז ובפריפריה.

בשלב ניתוח הנתונים עלו שאלות מעניינות וחשובות, אשר בהמשך למחקר זה ראוי להתייחס אליהן במחקרים נוספים.

צוות המחקר

ד"ר אלי גימון – מרצה בכיר בחוג לכלכלה וניהול, המכללה האקדמית תל-חי.

ד"ר זאביק גרינברג – מרצה בכיר בחוג הרב-תחומי, המכללה האקדמית תל-חי.

גאולה ביטון (MA) – כלכלנית ויועצת עסקית במט"י צפון הגליל ומרצה מן החוץ בחוג לכלכלה וניהול, המכללה האקדמית תל-חי.

ד"ר ינאי פרחה – מרצה בחוג לכלכלה וניהול, המכללה האקדמית תל-חי.

דימה לייקין (MA) – מרכז משאבים (מיסודו של המרכז לשעת חירום) ומורה בחוגים לפסיכולוגיה ועבודה סוציאלית, המכללה האקדמית תל-חי.

תוכן העניינים

עמוד	
7	מבוא
9	פרק 1: מאפייני עסקים קטנים בישראל ותרומתם לצמיחה הכלכלית
16	פרק 2: המתודולוגיה של המחקר הנוכחי
21	פרק 3: תוצאות המחקר
67	פרק 4: דיון ומסקנות
70	מקורות ביבליוגרפיים
	נספחים:
73	נספח 1: מרכיבי השאלון הכמותני ומקור התקפות האקדמית
80	נספח 2: מקורות ביבליוגרפיים למרכיבי השאלון הכמותני
83	נספח 3: השאלון הכמותני
96	נספח 4: שאלות מנחות לראיון מומחים
97	נספח 5: מתאמי פירסון בין משתני צמיחה למשתנים אחרים עבור כלל המדגם

מבוא

קיומם של עסקים קטנים מביא להיצע ומגוון רבים של מקומות עבודה ולהתפתחות תחומי תעסוקה חדשים; ככאלה, משמשים העסקים הקטנים כלי לפיתוח תעסוקה במרחב ולצמיחה כלכלית. מחקר זה בוחן את מאפייניהם של עסקים קטנים כמעסיקי שכירים ומגדיר את התהליכים המקדמים החלטות על הרחבת העסק והעסקת עובדים נוספים.

מחקרים קודמים מוכיחים את תפקידם של עסקים קטנים בכלכלה האזורית והארצית (Cynthia et al., 2009). ממצאי מחקרים אלה מלמדים על חלקם של העסקים הקטנים בתוצר הלאומי הגולמי, על משמעותם בפיתוח הכלכלה האזורית ועל השפעתם על יצירת מקומות תעסוקה חדשים הצומחים במרחב (European Commission 2003); יחד עם זאת, מלמדים מחקרים אלה כי הקשר בין קיומם של עסקים קטנים לבין צמיחה כלכלית איננו פשוט, וכי קיימים גורמים מתווכים וממתנים אשר משפיעים על קשר זה (Acs et al. 2009; Fritsch and Mueller 2004). המוטיבציה של יזמים לפתוח עסקים קטנים הינה תולדה של גורמים אישיים, תכונות אופי ומאפייני אישיות ייחודיים המזהים במציאות הזדמנויות ופוטנציאל לפיתוח עסקי וכלכלי.

המרחב הגיאוגרפי ומאפייניו הייחודיים משפיעים על מגוון ההזדמנויות והמוטיבציה של היזם לפתוח עסק קטן (Marlow and Strange 1994; Getz and Carlsen 2004). במחקר זה אנו מראים כי לגורמים סביבתיים ולמיקום - אזורי המרכז מול הפריפריה המרוחקת - השפעה על תהליכי ההתפתחות של עסקים קטנים (Sternberg 2008). חוקרים שונים קוראים למחקרים נוספים שיגלו ויסבירו את ההבדלים בין אזורי מרכז לאלה הפריפריאליים בסוגי העסקים, מאפייניהם התפקודיים ומשמעותם כמנוף לפיתוח כלכלי ולצמיחה (Marlow and Strange, 1994; Audretsch and Fritsch 1999; Johnson 2004; Verheul et al. 2009; Menipaz et al. 2009).

מחקרים רבים מלמדים על חלוקה בלתי מאוזנת של משאבי כוח אדם והון לטובת אזורים מרכזיים, הגורמים לקיפוח של יכולת הצמיחה של הפריפריה (Bosma et al. 2009), ועל ההשפעה של הרכב האוכלוסייה באזורים אלה (דוידוביץ ושנאן 1999; דוידוביץ 2007). קיימות גם הוכחות אמפיריות מארצות שונות לכך שאזורי פריפריה יותר חלשים ואף מקופחים יחסית לאזורי המרכז (Cannarella and Piccioni 2006). מחקרים קודמים על מיזמים טכנולוגיים בישראל מצאו שיותר קשה לגייס הון בפריפריה לעומת המרכז (Shefer and Frenkel, 2002) ושלגיוס הון יש השפעה מובהקת על סיכויי ההישרדות והצמיחה של מיזמים (Gimmon and Levie, 2010).

המחקר מצטרף לשורה של מחקרים שנעשו בישראל בשנים האחרונות ובחנו את מאפייני העסקים הקטנים. ראוי לציין את מחקרים של דור, פלדמן, בראל וגבריאל (2007) שבחנו את החסמים של עסקים קטנים ובינוניים. במחקרם זה שהוגש למשרד התמ"ת ומשרד האוצר הם מלמדים על הקשיים של יזמים בהקמת עסק קטן ועל היעדר הידע לגבי אפשרויות מימון העסק על ידי מקורות מימון חיצוניים וקרנות מימון כחסמים בהתפתחות עסקים קטנים. בהיבט

המגדרי נערך מחקר של סער (2010), שבחנה לאורך זמן תהליכי הקמה של יזמות עסקית בקרב נשים ממוצא חברתי וכלכלי נמוך. במחקרה היא מציינת את משמעות היזמות העסקית ככלי להעצמה נשית ולמעבר ממצב של תלות כלכלית של נשים למצב על עצמאות, במחקרה היא מדגישה את משמעות תחושת העצמאות של נשים יזמיות אלה.

ייחודו של מחקר זה הוא בהשוואה בין אזורי המרכז לבין הפריפריה הרחוקה בישראל. הפריפריה הרחוקה מאופיינת בחוסן כלכלי-חברתי נמוך הנובע מריחוק גיאוגרפי מהמרכז ובנגישות תחבורתית נמוכה, צפיפות אוכלוסייה נמוכה, מיעוט כוח אדם אקדמי ומקצועי, הכנסה ממוצעת לעצמאי ושכיר הנמוכה מההכנסה הממוצעת במשק וריכוז התעסוקה בעסקים קטנים. המחקר מזהה את נקודות התורפה הייחודיות לעסקים אלה בפריפריה; אנו מקווים כי ממצאי המחקר יעזרו למעצבי המדיניות בזיהוי הכלים שיאפשרו צמיחת עסקים קטנים וטיפוחם כמשמעותיים לפיתוח תעסוקה במרכז - ובמיוחד בפריפריה הרחוקה של ישראל.

עיקרו של מחקר זה הוא בדיקה אמפירית, באמצעות סקר ראשון מסוגו בקרב בעלי עסקים קטנים בישראל, של ההשערות הבאות:

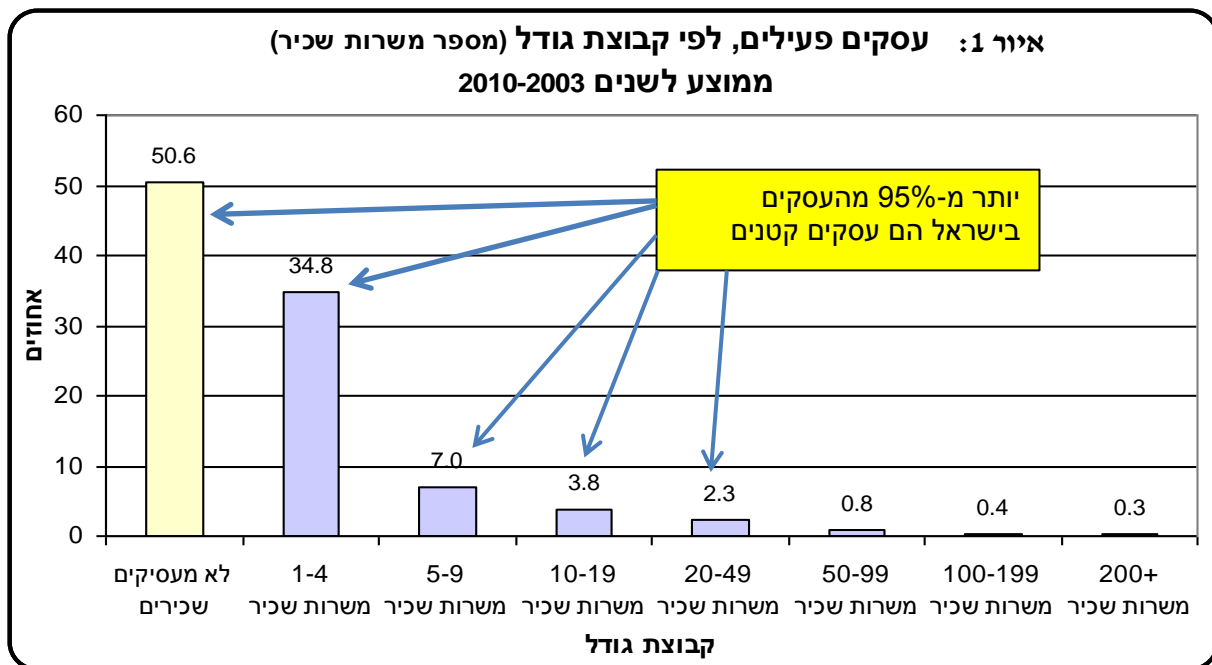
1. א. יימצא קשר בין גורמים של סיוע מסובסד שבו נעזר בעל העסק, ייעוץ מקצועי, ומאפיינים אישיותיים של בעל העסק לבין כוונות להגדלת מספר העובדים בעסק.
ב. בגורמים אלה יימצאו הבדלים בין מרכז הארץ לפריפריה.
2. א. יימצא מתאם בין גידול בהיקף המכירות לבין שינוי במספר העובדים בעסק.
ב. יימצא הבדל במתאם זה בין מרכז לפריפריה.
3. יימצאו הבדלים מגדריים בצמיחה בתעסוקה בפועל ובכוונות לצמיחה בתעסוקה בעתיד.

מבנה הדו"ח הוא כדלקמן: בפרק 1 אנו משתמשים בנתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (למ"ס) ובנתוני הארגון לפיתוח ושיתוף פעולה כלכלי של המדינות המפותחות (OECD) לסקירה של מאפייני עסקים מגדלים שונים בישראל, בדגש על עסקים קטנים, ותרומתם לצמיחה הכלכלית במבט השוואתי; פרק 2 מתאר את שלבי המחקר האמפירי, בהם בניית שאלון המחקר ומדגם העסקים הקטנים שבו השתמשנו; פרק 3 הוא המשמעותי ביותר בדו"ח בהיקפו, ובו מתוארות את תוצאות הסקר, כמו גם הסברים לחלק מתוצאות אלו; פרק 4 מסכם את ממצאי המחקר, המסקנות הנובעות ממנו והמלצות לקובעי המדיניות.

פרק 1: מאפייני עסקים קטנים בישראל ותרומתם לצמיחה הכלכלית

אגף עסקים כלכלה של הלמ"ס עורך את מרשם העסקים, על ידי איסוף נתונים פרטניים על כל העסקים הרשומים בישראל משני מקורות עיקריים: המוסד לביטוח לאומי ורשות המיסים. הפרסום העיקרי של הנתונים הוא במסגרת "דמוגרפיה של עסקים", סיכום שנתי של נתוני סטטיסטיקה תיאורית בקטגוריות הבאות: גודל העסק (מספר שכירים מועסקים), ענף כלכלי, מיקום גיאוגרפי (מחוז), שכר ממוצע, לידות וסגירות של עסקים.

הנתונים מתפרסמים בפיגור של מעט יותר משנתיים, כך שהנתונים הנגישים כיום לציבור באתר הלמ"ס הם מהשנים 2003-2010. הם אינם מאפשרים לבחון את הקשר בין גודל העסק ומיקומו לבין צמיחה כלכלית ותעסוקה, אך ניתן להשתמש בהם לתיאור מגמות על פני זמן. עסקים קטנים במקרה זה מוגדרים כאלה עם עד 49 עובדים.

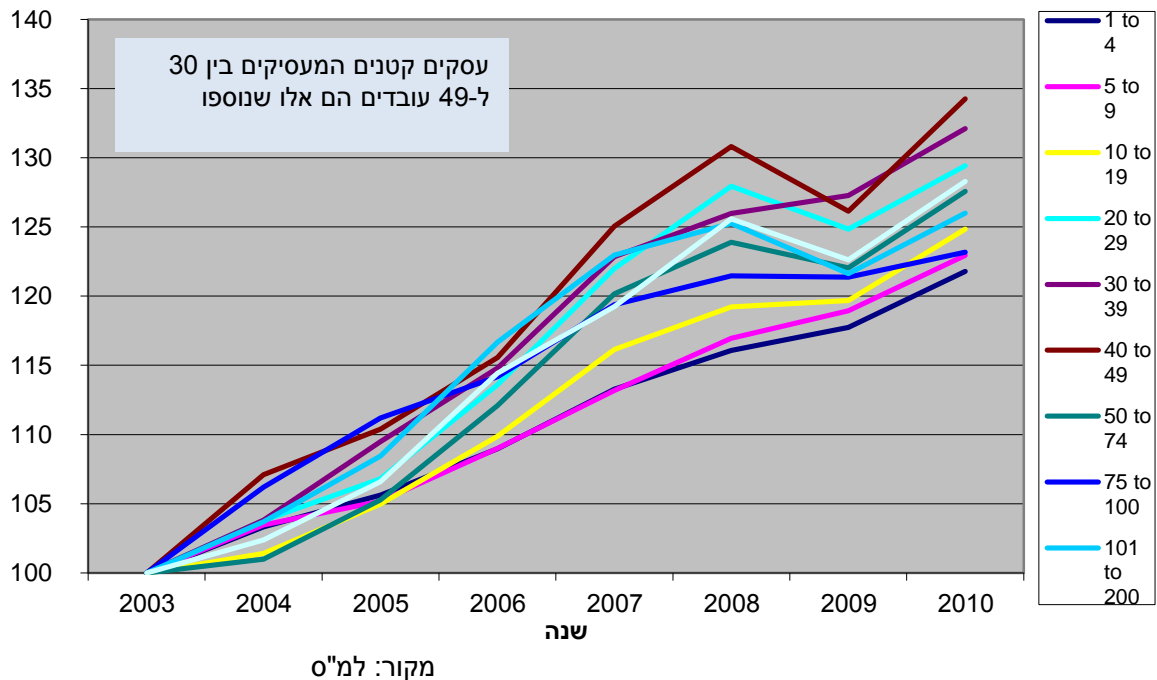


מקור: למ"ס

נכון לשנת 2010, כ-471 אלף עסקים בישראל היו עסקים קטנים, מתוכם כ-228 אלף עסקים המעסיקים שכירים, והשאר עצמאים וחברות ללא שכירים.

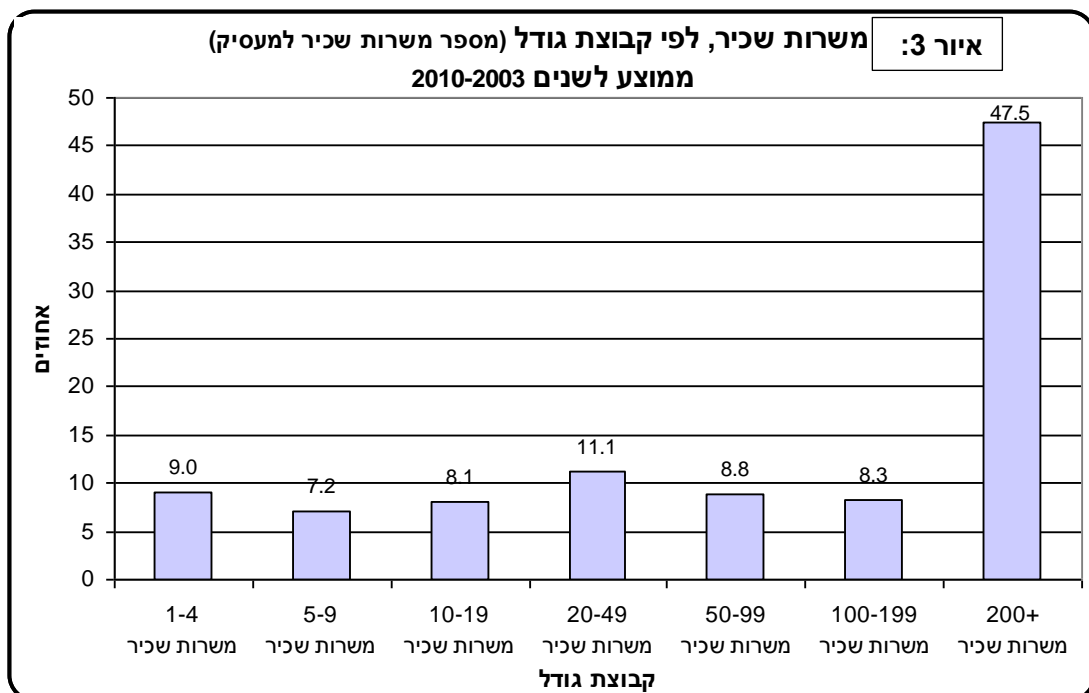
הנתונים לגבי הצמיחה במספר בתי העסק בקבוצות הגודל השונות מראים שאין הבדלים גדולים בעלייה במספרם של עסקים מגדלים שונים, כאשר שיעורי הגידול בקבוצות הגודל השונות הם בין 22% ל-28% בין 2003 ל-2010.

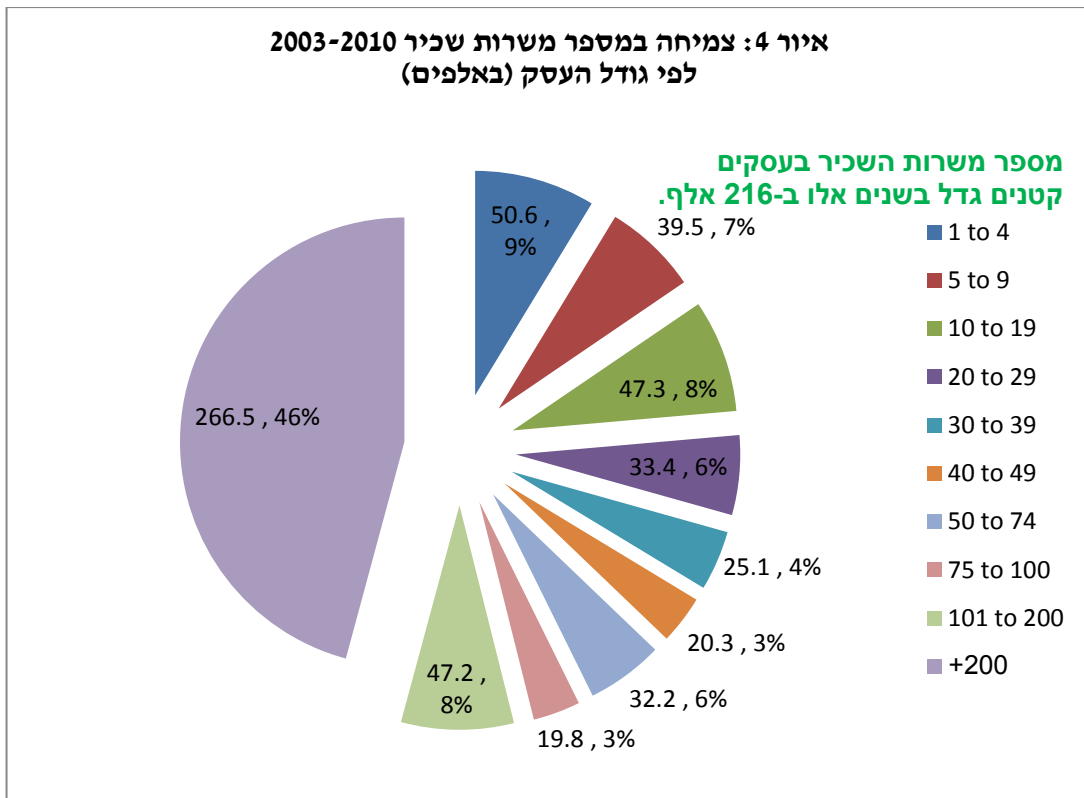
איור 2: הצמיחה במספר העסקים לפי קבוצת גודל 2003-2010



התפלגות מספר השכירים בעסקים בגדלים שונים הפוכה לזו של מספר העסקים: כ-35% מהשכירים מועסקים בעסקים קטנים, וכמחצית מסך השכירים מועסקים בעסקים הגדולים ביותר, שלהם יותר מ-200 עובדים.

איור 3: משרות שכיר, לפי קבוצת גודל (מספר משרות שכיר למעסיק) ממוצע לשנים 2010-2003

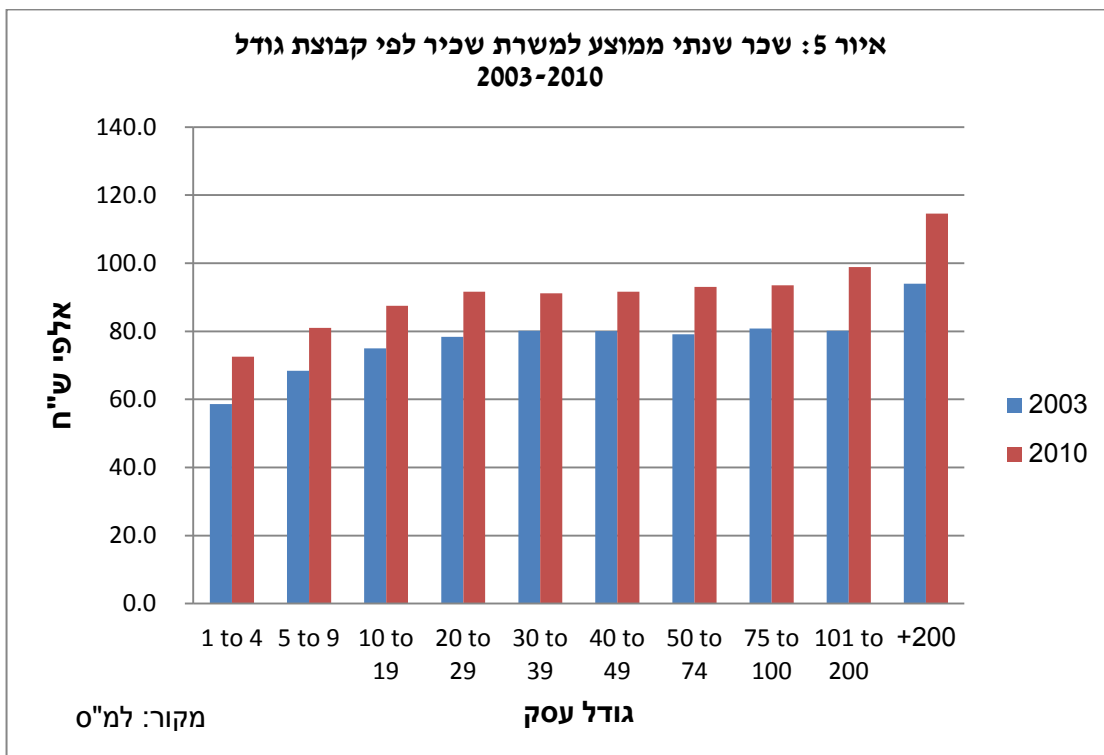




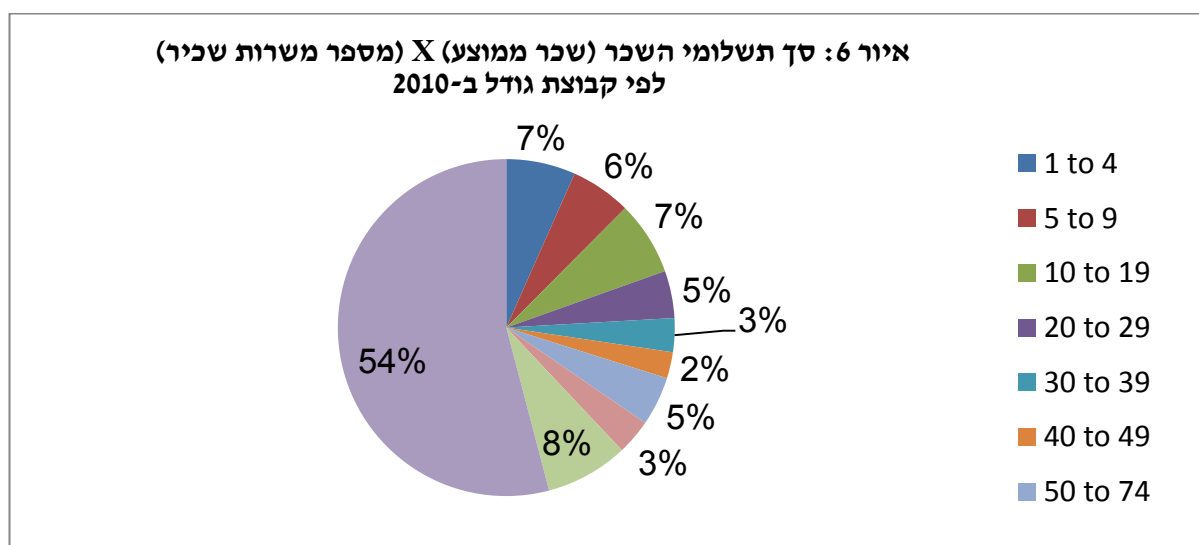
מקור: למ"ס

הצמיחה של 216,000 במשרות השכיר בשנים אלו מהווה 37% מסך הצמיחה במשרות שכיר, שהיתה כ-580,000 משרות.

קיימים פערים גדולים בשכר הממוצע למשרת שכיר בין קבוצות הגודל השונות, שתואמים גם ממצאים במדינות אחרות בעולם (Edmiston, 2007). אך הנתונים מראים כי בין 2003 ל-2010 הצמיחה הגדולה ביותר בשכר הממוצע, 24%, היתה בעסקים הקטנים ביותר, של בין 1 ל-4 מועסקים. העלייה בשכר הממוצע באותה תקופה בעסקים הגדולים ביותר, של יותר מ-200 עובדים, היתה 22%. ברוב קבוצות הגודל האחרות העלייה בשכר היתה פחות מ-20%.



לפי נתוני הלמ"ס, ב-2010 שולמו כ-294 מיליארד ₪ לשכירים בכלל העסקים. מתוך זה, כ-87.7 מיליארד בעסקים הקטנים, וכ-159 מיליארד ₪ בעסקים הגדולים ביותר.



הנתונים אינם מספקים תמונה מדויקת לגמרי, כי הם אינם מביאים בחשבון מעבר של אותו עסק בין קבוצות גודל שונות. כך, אם המגמה השלטת היא של התרחבות עסקים כך שהם "עולים" קבוצת גודל, או של סגירת עסקים קטנים, הדבר יקטין את חלקם של העסקים הקטנים. אך אם המגמה היא של הצטמצמות בגודלם של עסקים, יקרה הדבר ההפוך, ועסקים קטנים יקבלו ייצוג יתר. הדינמיקה הזו היא אחת השאלות שאותן בדקנו במחקר.

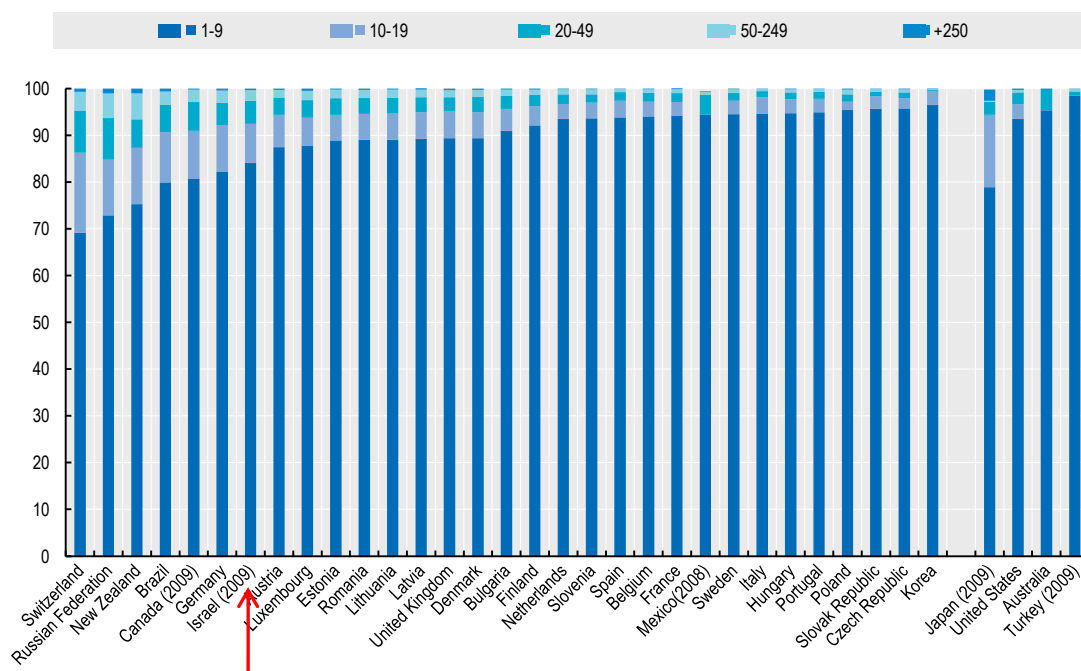
עסקים קטנים – השוואה בינלאומית

נתונים של הארגון לשיתוף פעולה ולפיתוח כלכלי (OECD 2013) מאפשרים להשוות בין ישראל לבין מדינות אחרות במדדים מבניים שבהם יש משמעות לגודל העסק. הנתונים מתייחסים לשנת 2010 עבור רוב המדינות; נתוני ישראל נכונים ל-2009.

שיעור העסקים הקטנים מסך העסקים

ההשוואה הראשונה היא של התפלגות העסקים לפי גודלם במדינות השונות.

איור 7: עסקים לפי קבוצת גודל



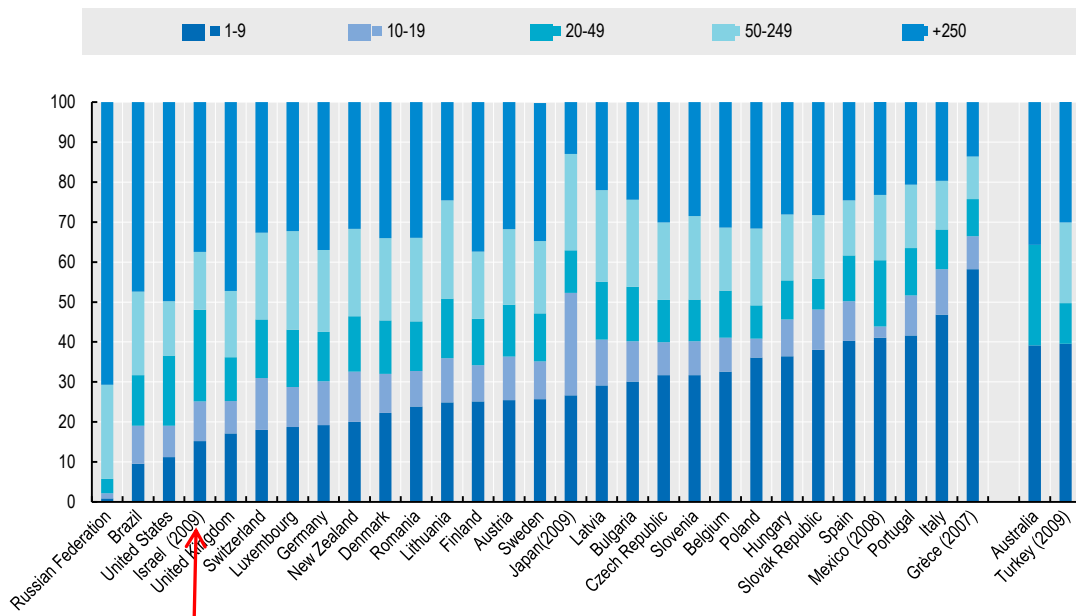
מקור: OECD

ניתן לראות, שבכל המדינות עסקים קטנים מהווים את רוב העסקים הרשומים, אם כי בישראל שיעורם (84.07%) נמוך יחסית לזה שברוב המדינות המפותחות.

שיעור המועסקים בעסקים קטנים

אך היותם של העסקים הקטנים רובם של העסקים במדינה אין פירושו כי הם גם מעסיקים את רוב כוח העבודה :

איור 8: כוח העבודה לפי גודל העסק



מקור: OECD

כאן יש שונות רבה בין המדינות, כאשר חלקם של העסקים הקטנים בתעסוקה נע בין פחות מ-20% ליותר מ-70%. חלקם של העסקים הקטנים בכוח העבודה בישראל הוא כ-48%.

בהקשר של המחקר שלנו השאלה היא, האם בפני עסקים קטנים בישראל ניצבים חסמים שאינם מאפשרים להם לצמוח באותה מידה כמו עסקים קטנים במדינות אחרות?

ערך מוסף של עסקים קטנים

ערך מוסף הוא ההפרש בין ערך תפוקת העסקים לערך תשומות הביניים שנצרכו על ידם. גורמים המגדילים את הערך המוסף של עסק הם :

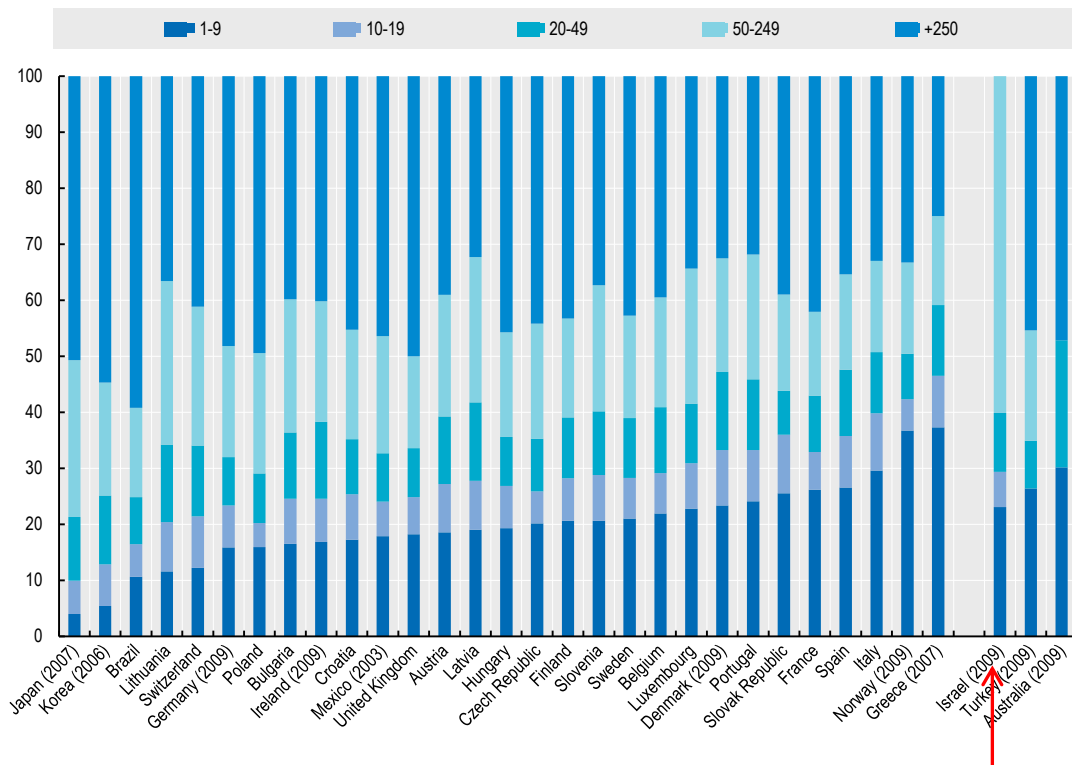
(1) המוצר שאותו מייצר העסק הוא ייחודי.

(2) הטכנולוגיה המשמשת לייצור יעילה יותר מזו של עסקים אחרים.

(3) לעסק יש כוח שוק – הוא אינו פועל בשוק תחרותי לגמרי.

חשוב לנסות ולהבין אילו הם העסקים שיוצרים ערך מוסף רב יותר למשק, ויותר מכך, איך ניתן להגדיל את הערך המוסף של עסקים קטנים :

איור 9: ערך מוסף לפי קבוצת גודל



מקור: OECD

ניתן לראות כי בישראל, חלקם של העסקים הקטנים בערך המוסף של הסקטור העסקי הוא 39.9%. קיימות מדינות מפותחות שבהן הוא מגיע עד לכ-50%.

נתונים אלו מלמדים כי קיים צורך להסביר את הקשר בין מאפייני עסקים קטנים וגודלם לבין קצב הצמיחה שלהם והגידול במספר העובדים בהם. מציאת הגורמים המשפיעים על אותו קשר היא המטרה העיקרית של מחקר זה.

פרק 2: המתודולוגיה של המחקר הנוכחי

מודלים תיאורטיים של צמיחה

מודל הצמיחה הידוע והנפוץ ביותר הוא מודל הצמיחה של סולו (Shaffer, 2002; Sachs and Warner, 1997): גורמי הייצור במשק הם הון, עבודה וטכנולוגיה, כאשר קידום טכנולוגי (חדשנות) הוא פונקציה של גודל הפירמה. מכאן שגודל הפירמה ישפיע על הצמיחה בתוצר ועל התוצר לנפש.

מודלים מסוג אחר הם אלה המסבירים למה יתקיימו עסקים קטנים לצד עסקים גדולים. קיימים לפחות ארבעה סוגי הסברים בספרות (Brock and Evans 1989): (1) קיים משאב כלשהו שנמצא במחסור, ומחולק באופן לא שווה, נאמר שמשאב זה הוא "יכולת ניהולית". התפלגות גודל הפירמות תהיה לפי הקצאת המשאב באוכלוסייה – המשאב מאפשר תשואה עולה לגודל בייצור. (2) פירמות קטנות הן פחות יעילות, אך גמישות יותר בהגבה לתנאי שוק משתנים. (3) המזל של הפירמות חשוב. אם לפירמה היה במקרה מזל בעבר, המשוב החיובי שנוצר מאפשר לה לגדול. פירמות קטנות יותר הן לפעמים כאלה עם פחות מזל. (4) הגדלת הפירמה דורשת משאבים, ולכן פירמות ידחו את התרחבותן.

מודל צמיחה אמפירי

מדידה של שינוי טכנולוגי או בחינה של קיומו אינה מעשית במסגרת מחקר זה. המודל שהוצג נותן את ההצדקה לאמידה אקונומטרית של פונקציה שבה הצמיחה, המוגדרת כעלייה בהכנסת משקי הבית, השינוי במספר העובדים בפירמה או ערך המכירות של הפירמה, מוסברת על ידי גודל הפירמות ומשתנים מסבירים נוספים.

מחקרים מסוג זה שנעשו בארה"ב מצאו קשר שלילי בין גודלן של פירמות לבין צמיחה כלכלית. Shaffer (2002) מצאה כי הקשר הוא מובהק בקרב פירמות תעשייתיות וקמעוניות, אך לא בקרב פירמות סיטוניות. סקטור השירותים גם הוא לא הניב תוצאות מובהקות. Carree and Thurik (2010) סוקרים מחקרים שונים, ברובם במדינות אירופאיות, שבהם נמצא ברוב המקרים קשר חיובי בין פתיחת עסקים קטנים ופעולות יזמות לבין צמיחה כלכלית.

הנתונים המתפרסמים על ידי הלמ"ס באופן שוטף אינם מספיקים כדי למצוא את הקשר הסיבתי בין קיום עסקים קטנים לצמיחה בתעסוקה ובתוצר. אמידה אקונומטרית של משוואת צמיחה מהסוג שתיארנו דורשת נתונים פרטניים לגבי עסקים, ולא סטטיסטיקה תיאורית.

במחקר הנוכחי, המקור לנתונים מהסוג הדרוש הוא הסקר שבוצע בקרב בעלי עסקים קטנים. נתונים אלו מאפשרים להתחקות אחר הגורמים התורמים לצמיחה והגורמים המפריעים לה.

בניית השאלון

לצורך העמקת הידע ובניית שאלון שייתן תשובות מעמיקות לנושא המחקר נערכו מספר פעולות למידה.

1. בוצעה סקירת ספרות מקיפה בתחום העסקים הקטנים והגורמים המביאים לצמיחתם. שאלון המחקר הנוכחי הורכב על סמך סקר ספרות ועל סמך חוות דעת מומחי תוכן מהתחום. בשלב הראשון בוצעו מספר חיפושים אשר כללו בדיקה מעמיקה של מאגרי הנתונים של EBSCO בשנים 2000-2012 וכללו את תתי מאגרי הנתונים ' Academic Search Premier, Business Source Premier, eBook Collection (EBSCOhost), Regional Business News. נסרקו מאגרי המידע הנוספים ProQuest Dissertations & Theses (PQDT), Jstor, OxResearch, ו- Scopus באמצעות מילות החיפוש הבאות:

Small and Medium Enterprises SMEs AND Employment Growth OR
Business Growth OR Organizational Growth OR Firm Size OR Enterprise
Successes OR Enterprise Size PR Enterprise Growth

Micro enterprise AND Employment Growth OR Business Growth OR
Organizational Growth OR Firm Size OR Enterprise Successes OR Enterprise
Size PR Enterprise Growth

Self employs business AND Employment Growth OR Business Growth OR
Organizational Growth OR Firm Size OR Enterprise Successes OR Enterprise
Size PR Enterprise Growth

2. נבדק באופן יסודי כתב העת Small Business Economics שכן הוא מתמקד בעסקים קטנים.

במאגרי מידע אלו נמצאו 42 מחקרים אקדמיים ודוחות מחקר בתחום זה. מתוך הידע שנצבר נבנה שאלון איכותני ששימש לראיונות עומק עם מומחים.

3. נערכו ראיונות עומק עם 11 מומחים כהכנה לבניית השאלון הכמותני.

4. נבנה שאלון כמותני ראשוני ונוסחו שאלות המבוססות על מחקרים קודמים וראיונות עם מומחים בתחום. לצורך בניית השאלון נשכרו שירותי מכון מחקר אקדמי העוסק בתחומים אלו.

5. השאלון עבר מספר מבחני תקפות.

א. השאלון עבר למספר בעלי עסקים תוך התייחסות לנושאי השאלות, אופן ניסוחן, הקשר בין השאלות ובין התחומים השונים ומידת הבהירות של השאלון.

ב. השאלון הועבר לעשרה מומחים בתחום יזמות ועסקים קטנים. תוצאות תשובותיהם קודדו ונבחנה תקפות השאלות. עיבוד הממצאים ועריכת מבחנים

סטטיסטיים בוצעו על ידי שני מומחים לסטטיסטיקה. שאלות שתקפות לא היתה מספיק גבוהה נוסחו מחדש או הוצאו מהשאלון.

טבלת מרכיבי השאלון ומקור התקפות האקדמית מצורפת כנספח מספר 1.

6. השאלון המתוקף ראשונית הועבר כפיילוט על ידי תשאל טלפוני באמצעות מכון דיאלוג, רואיינו 30 בעלי עסקים מתוך שני אזורי המחקר על-פי מדגם אקראי.

7. נבחנה תקפות ממצאי התשאל הטלפוני ונערך ניסוח מחדש של שאלות שנמצאו לא ברורות ותקפות היתה מוטלת בספק. בשלב זה נוסחו מחדש מסיחים לשאלות הסגורות ואורגן השאלון הסופי.

שאלון המחקר מצורף כנספח מספר 3.

8. השאלון הסופי הועבר למכון דיאלוג לביצוע סקר טלפוני.

9. השאלון הסופי נבנה גם כשאלון מקוון באמצעות Qualtrics (www.qualtrics.com). השאלון נשלח לכתובות דואר אלקטרוני של בעלי עסקים.

בניית המדגם

בהמשך למחקרים קודמים שנסקרו בשלב בניית הצעת המחקר הוחלט כי מדגם המחקר יורכב מעסקים קטנים, המונים עד 49 עובדים בשכר (על פי הגדרת תזכיר החוק לעידוד עסקים קטנים ובינוניים, התשס"ה-2005, וגם לפי הגדרת האיחוד האירופי (2003)) ופועלים לפחות שנתיים ללא הגבלת גיל מקסימלי. העסקים אשר נכללו במגדם נבחרו ע"פ הגדרת הלמ"ס לאפיון ענפי עסקים ועל פי ייצוגם ביחס למספר הענפים הכלכליים האחרים. על פי הלמ"ס (2011) מספר העסקים המעסיקים עד 49 בישראל הינו 228,458. בהתחשב בנתונים, נכללו 10 ענפים כלכליים שונים המתוארים בטבלה 1:

טבלה 1: עסקים קטנים על פי ענפים כלכליים אשר נכללו במדגם הסופי

ענף כלכלי	n באוכלוסייה	ייצוג יחסי (%)
חקלאות	8,811	3.86
תעשייה (כרייה וחרושת)	15,143	6.63
חשמל, מים ובינוי	27,303	11.95
מסחר סיטוני וקמעוני, תיקון כלי רכב ותיקונים אחרים	53,177	23.28
שירותי אירוח ואוכל	12,986	5.68
תחבורה, אחסנה ותקשורת	12,772	5.69
בנקאות, ביטוח ומוסדות פיננסיים אחרים	7,928	3.47
נכסי דלא ניידי, פעילויות השכרה ושירותים עסקיים	54,558	23.88
מינהל ציבורי, חינוך, שירותי בריאות, רווחה וסעד	20,807	9.11
שירותים קהילתיים, חברתיים, אישיים ואחרים, שירותים למשק הבית, ארגונים וגופים חוץ-מדינתיים	14,973	6.55

שיטת הדגימה

במחקר הנוכחי הונהגה שיטת דגימת מכסה (quota) הסתברותית, פרופורציונאלית למחצה, כך שבתי העסק נבחרו באופן פרופורציונאלי על סמך מסגרת הדגימה שתוארה לעיל, מתוך רשימות מעודכנות של דן אנד ברדסטריט (D&B) ומאגר הפונים למט"י רעננה ומט"י צפון הגליל. מאגר הפונים למט"י צפון הגליל כולל כ-700 בעלי עסקים, מט"י רעננה כ-350 בעלי עסקים. הדגימה מרשימות D&B התבצעה באופן הבא: זוהו כל בתי העסק מתוך ענף כלכלי נתון, ובאופן אקראי נדגמו מספר בתי עסק על פי ייצוגם באוכלוסיית המחקר. ברגע שמספר הנבדקים הגיע למכסה על פי הייצוג היחסי, נפסקה הדגימה של אותו ענף כלכלי.

אוכלוסיית המחקר

משתתפי המחקר הנוכחי הם בעלי עסקים קטנים הפועלים לפחות שנתיים ומעסיקים כיום לפחות עובד אחד בשכר, נוסף על הבעלים. המדגם יכול כ-80% גברים ו-20% נשים, זאת בהתאם לייצוג המגדרי על פי סקר כוח אדם של הלמ"ס (2011). המשתתפים יידגמו משני אזורים גיאוגרפיים שונים, על פי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, – האחד אזור פריפריאלי מאד (אשכול

פריפריאליות 1-3), אשר הוגדר כנפות צפת והגליל המזרחי במחוז הצפון, והשני מרכזי מאד (אשכול פריפריאליות 8-10) אשר הוגדר כנפת השרון במחוז מרכז. בתכנון המדגם המקורי, מחצית הנבדקים בכל אזור גיאוגרפי הם בעלי עסקים אשר פנו בשלב כלשהו (לפני, במהלך ו/או אחרי הקמת העסק) למ.ט.י לייעוץ והכוונה.

בחירת מכון סקרים

על-פי סינון ראשוני, ולאחר המלצת GEM ישראל איתם היינו בקשר והצעת המחיר לביצוע הסקר, התרשמות מדרכי עבודתם וניסיונם בהעברת סקרים דומים, הוחלט לפנות למכון דיאלוג לצרכי העברת השאלון הכמותני ל-400 בעלי עסקים כפי שהוגדרו במדגם המחקר, על ידי סקר טלפוני.

ראיונות עומק עם מומחים

לצורך העמקת הידע והבנת תופעות שעשויות להופיע בממצאים ולצורך קבלת מידע שיאפשר ניסוח המלצות אופרטיביות לקידום תחום זה, הוחלט לבצע ראיונות עם מומחים אקדמאים ובעלי ניסיון מקצועי ועסקי בתחום העסקים הקטנים, כלכלה וצמיחה.

השאלון החצי-מובנה לראיון המומחים כלל 13 שאלות אשר עסקו בנושאים הבאים:

- א. חיבור המומחה לעולם העסקים הקטנים.
- ב. בדיקת הגורמים שלדעת המומחה עשויים להגדיל את מספר העובדים בעסק, וציון הגורמים בעלי השפעה משמעותית כפונקציה של האזור הגיאוגרפי בו העסק פועל.
- ג. בדיקת הגורמים שלדעת המומחה עשויים לעכב את צמיחת מספר העובדים בעסק, וציון הגורמים בעלי השפעה משמעותית כפונקציה של האזור הגיאוגרפי בו העסק פועל.
- ד. איתור הגורמים המשפיעים על מספר העובדים – החל ממשתנים כלליים או משתנים ספציפיים של העסק, ועד משתנים הקשורים למקצועיות בעל העסק, משתנים פסיכולוגיים (כגון חשש מכישלון העסק) של בעל העסק וכדומה.
- ה. תפקיד המעורבות בקורסים והכשרות לניהול ותפעול העסק והשפעתו האפשרית על צמיחת העסק.
- ו. השפעת גורמי סביבה עסקית, גורמי שוק וגורמים אשר בשליטת גופים ציבוריים על צמיחתו של העסק.

השאלון לראיון מומחים מצורף כנספח 4.

פרק 3: תוצאות המחקר

העברת הסקר

הסקר הנוכחי הועבר באמצעות שני ערוצים בלתי תלויים: סקר טלפוני אשר בוצע על ידי חברת דיאלוג ושאלון מקוון דרך תוכנת Qualtrics. מסגרת הדגימה היתה באמצעות 2 מקורות נתונים; מאגר D&B, שממנו נדגמו באופן אקראי רשומות לסקר הטלפוני, ומאגר של הפונים למט"י רעננה, מט"י צפון הגליל ומט"י נצרת. מתוך 5,623 הפניות, כ-22% (n = 1255) סירבו להשתתף במחקר, כ-20% לא התאימו להתראיין (n = 1105) ובקרב 30% לא היתה תשובה, הקו היה תפוס, המספר היה פקס או הקו היה לא תקין. 705 משתתפים הסכימו להשתתף בסקר (12.5%), ואולם רק 329 עמדו בקריטריונים של המחקר והשלימו את מילוי כל השאלון.

טבלה 2: אחוזי משוב מדגם דיאלוג

סה"כ	%	
808	14.4	אין תשובה
154	2.7	תפוס
1225	21.8	מסרב
126	2.2	פקס
50	0.9	קו עסקי
67	1.2	ניתק באמצע
53	0.9	ניתק באמצע - מבקש לחזור
646	11.5	מבקש לחזור מאוחר יותר
663	11.8	קו לא תקין
1105	19.7	אין מרואיין מתאים
21	0.4	קשיי שפה
705	12.5	הסתיים בהצלחה
5623	100.0	סה"כ

הסקר המקוון דגם באופן שיטתי את כל העסקים במאגר D&B אשר השאירו כתובת דוא"ל במסד הנתונים. הודעות מתוזמנות בנוסח אישי נשלחו ל-8,840 רשומות, ומתוכן 872 משתתפים החלו למלא את השאלון. בנוסף נשלחו 2,141 הזמנות לרשומות של בעלי עסקים מהמגזר הערבי על מנת לייצג בשלמות את בעלי העסקים מהמגזרים השונים בישראל, ומתוכם 190 החלו את השאלון. בסך הכל, באמצעות המדגם המקוון יצאו 10,981 פניות, ומתוכן 1,062 נענו להשתתף במחקר (9.6% משוב). מתוך המשתתפים אשר החלו את מילוי השאלון, נמצאו 437 משתתפים תקינים העומדים בקריטריונים של המחקר.

גודל המדגם הסופי הוא אם כן $n = 766$.

מאפייני העסקים במדגם – סטטיסטיקה תיאורית

מטבלה 3 ניתן לזהות כי קיים ייצוג לכל אחד מסוגי הענפים הכלכליים על פי הלמ"ס. עם זאת, ישנם מספר פערים בהקשר לייצוג המדויק של ענפים על פי קיומם באוכלוסיית העסקים. ניתן לראות כי עבור מספר ענפים קיים ייצוג יתר, בעוד עבור אחרים ישנו תת ייצוג. עבור סוגי הענפים הבאים קיים ייצוג יתר: (1 חשמל, מים ובינוי; 2 תעשייה; 3 תחבורה אחסנה ותקשורת; 4) שירותי אירוח ואוכל. עבור סוגי הענפים הבאים קיים תת ייצוג: (1 מינהל ציבורי, חינוך, שירותי בריאות, רווחה וסעד; 2) מסחר סיטוני וקמעוני.

להלן מספר מאפיינים של בתי העסק. בכל האמור בדו"ח, "הבדל מובהק" מציין רמת מובהקות של 5% ומטה ($p \leq 0.05$).

- הגיל הממוצע של העסקים הוא 16.85 שנים.
- 48% מהעסקים מוגדרים כעוסקים מורשים, ו-45% מוגדרים כחברה בע"מ. באופן מובהק יותר עסקים הנמצאים בפריפריה הרחוקה הם עוסקים מורשים (56.7% לעומת 45.2%), בעוד שבאופן מובהק יותר עסקים במרכז הם חברה בע"מ (49.7% לעומת 30.5%). הסבר אפשרי הוא שבפריפריה הרחוקה הטבות מס המקטינות את הכדאיות לרישום העסק כחברה בע"מ (בקריית שמונה – 24% עד לתקרה של 236,760 ₪; יישובי הצפון 12% לתקרה של 236,760 ₪ או 157,680 ₪).
- כ-86% מהעסקים החלו למכור באותה שנה שבה נולדו. לא נמצאו הבדלים גיאוגרפיים במשך הזמן מרגע לידת העסק ועד תחילת המכירות.
- כ-36% מהעסקים ציינו כי אין קשר גיאוגרפי בין העסק שלהם ללקוחות (לאור האופי של העסק). באופן מובהק, עסקים רבים יותר במרכז ציינו כי אין קשר גיאוגרפי בין העסק ללקוחות (39.6%, לעומת 24% בפריפריה). הדבר מראה על תלות רבה יותר של עסקים בפריפריה בלקוחות הנמצאים בסביבתם הגיאוגרפית, ואולי גם על סוג העסקים שבהם מדובר, למשל עסקים בענף שירותי אירוח ואוכל הקיימים בשיעור גבוה יותר בפריפריה.
- עבור כ-30% מהעסקים, לפחות 40% מהלקוחות נמצאים ברדיוס של חצי שעת נסיעה מבית העסק. בחלוקה גיאוגרפית, כ-25% מהעסקים במרכז אמרו כי לפחות 40% מהלקוחות נמצאים ברדיוס של חצי שעת נסיעה, לעומת כ-46% מהעסקים בפריפריה.
- 71.7% מבעלי העסקים ציינו כי לעסק שלהם הרבה מתחרים עסקיים המציעים מוצרים או שירותים דומים ללקוחות הפוטנציאליים. לא נמצאו הבדלים גיאוגרפיים במידת תפיסת התחרות בסביבה העסקית.
- עסקים במרכז באופן מובהק נטו יותר לעבור מקום במהלך חיי העסק מאשר עסקים בפריפריה (28.2% לעומת 13.9%), ואולם לא נמצאו הבדלים בתקופת הזמן הממוצע מרגע המעבר. לא נמצאו עסקים אשר עברו מהפריפריה הרחוקה למרכז.

טבלה 3: אפיון העסקים על פי אזור גיאוגרפי

ייצוג באוכלוסייה	סה"כ	אזור גיאוגרפי		ענף כלכלי
		פריפריה רחוקה	מרכז	
2.8%	23	3	20	בנקאות, ביטוח ומוסדות פיננסיים אחרים N % מתוך אזור גיאוגרפי
3.5%	33	14	19	חקלאות N % מתוך אזור גיאוגרפי
9.6%	104	27	77	חשמל, מים ובינוי N % מתוך אזור גיאוגרפי
10.9%	55	12	43	מינהל ציבורי, חינוך, שירותי בריאות, רווחה וסעד N % מתוך אזור גיאוגרפי
19.5%	99	23	76	מסחר סיטוני וקמעוני N % מתוך אזור גיאוגרפי
28.4%	163	23	140	נדל"ן, פעילויות השכרה ושירותים עסקיים N % מתוך אזור גיאוגרפי
4.5%	49	33	16	שירותי אירוח ואוכל N % מתוך אזור גיאוגרפי
7.6%	56	15	41	שירותים קהילתיים, חברתיים, אישיים ואחרים, שירותים למשק הבית, ארגונים וגופים חוץ- מדינתיים N % מתוך אזור גיאוגרפי
8.0%	76	14	62	תחבורה, אחסנה ותקשורת N % מתוך אזור גיאוגרפי
5.4%	106	23	83	תעשייה N % מתוך אזור גיאוגרפי
	764	187	577	סך הכל N % מתוך אזור גיאוגרפי
	100.0%	100.0%	100.0%	

*הערה: 2 עסקים לא מופיעים בלוח זה בשל מידע חסר

מקור הדגימה

בבחינת ההבדלים הדמוגרפיים והבדלים הקשורים למאפייני העסקים שנדגמו באמצעות מכון הסקרים דיאלוג ודרך תוכנת Qualtrics עולים הממצאים הבאים:

- בהקשר לסוג הענף הכלכלי כפי שמיוצג על ידי הלמ"ס, נראה כי ההבדלים המובהקים המרכזיים בין הדגימות נטועים בענפים הבאים:
 - באמצעות דיאלוג נדגמו 20.1% עסקים מענף המסחר הסיטוני וקמעוני, לעומת 7.6% ב-Qualtrics.
 - באמצעות Qualtrics נדגמו 33.9% מהעסקים מענף נדל"ן, פעילויות השכרה ושירותים עסקיים, לעומת 11.9% שנדגמו דרך דיאלוג.
 - בדגימת דיאלוג, 12.5% מהעסקים הם מענף שירותי אירוח ואוכל, בעוד רק 1.8% מהעסקים הם בענף זה בדגימת Qualtrics.
- נמצאו הבדלים מגדריים כפונקציה של מקור הדגימה. בקרב דגימת דיאלוג, כ-70% מהנבדקים היו גברים, בעוד בקרב דגימת Qualtrics ייצוג הגברים היה גבוה יותר, 85%.
- הבדל נוסף נמצא במצב המשפחתי של בעלי העסקים, כך שבאופן מובהק מדגם Qualtrics כלל נבדקים נשואים/בזוגיות רבים יותר ביחס למדגם דיאלוג, וההפך נכון לגבי נבדקים רווקים.
- נבדקי Qualtrics נמצאו צעירים באופן מובהק ביחס לנבדקי דיאלוג, והם בעלי רמת השכלה והכנסה גבוהים יותר. ניתן להסביר זאת בנגישות רבה יותר לאינטרנט בקרב צעירים, ובפתיחות רבה יותר לטכנולוגיה בקרב משכילים ועשירים יותר.

אפיון בעלי העסקים על פי מיקום גיאוגרפי

- בסקר הנוכחי השתתפו בעלי עסקים בגילאים 17-83, וגילם הממוצע היה 43.55 שנים (סטית תקן 12.23).
- כ-72% מתוכם גברים.
- כ-72% חילוניים.
- 47% היו בעלי תואר ראשון לפחות.
- 85% היו בזוגיות קבועה.
- הכנסתם החודשית של כ-68% מהמשתתפים דומה לממוצע או גבוהה ממנו (הכוונה לממוצע כאן הוא 12,000 ₪. ראו שאלה 69 בשאלון המחקר, נספח 3).
- 84% מהמשתתפים משתייכים למגזר היהודי.
- כ-78% מבעלי העסקים נולדו בישראל.
- אצל כ-44% מהמשתתפים בן/בת הזוג שכירה; אצל 20% בן/בת הזוג עובד/ת באותו עסק.

- לכ-55% מהנשאלים ישנם ילדים עד גיל 21 בבית.
- ל-37.5% מבעלי העסקים היה ניסיון עבר כעצמאיים לפני הקמת העסק. ל-59.3% מהם היה ניסיון בניהול. בבחינת ההבדלים הגיאוגרפיים, לא נמצאו הבדלים בין עסקים במרכז לעומת הפריפריה בניסיון העבר כעצמאי או ניסיון עבר בניהול.
- רובם (87.1%) אינם מועסקים גם כשכירים במקום עבודה אחר. בעלי עסקים מהפריפריה הרחוקה נוטים באופן מובהק יותר לעבוד במקום עבודה נוסף כשכירים מאשר בעלי עסקים מהמרכז (19.1% לעומת 10.8%). הדבר יכול להעיד על (1) הכנסה נמוכה יותר מהעסק ו-(2) היותו של העסק מקור ההכנסה נוסף ומשני (כגון צימר, חנות בגדים הפועלת בבית בשעות מסוימות וכו').
- 57.7% היו שכירים במשרה מלאה בטרם הקמת העסק הנוכחי שלהם.
- על פי מיקום גיאוגרפי, נדגמו באופן מובהק יותר גברים במרכז מאשר בפריפריה (81.5% לעומת 67.6%).
- בנוסף, הגברים נמצאו באופן מובהק מבוגרים יותר מהנשים, ואולם רק בפריפריה.
- על פי מיקום גיאוגרפי, באופן מובהק יותר משתתפים בעלי השכלה תיכונית בפריפריה מאשר במרכז (33.0% לעומת 24.1%).
- לעומת זאת, לא נמצאו הבדלים בייצוג המגזרי (יהודי אל מול לא יהודי) בהשוואת המרכז לעומת הפריפריה הרחוקה.
- באופן מובהק יותר רווקים בפריפריה לעומת המרכז (10% לעומת 5%).
- נמצאו הבדלים מובהקים בגילאי בעלי העסק, כך שממוצע גילאי בעלי העסק מהפריפריה הרחוקה היו מבוגרים יותר (47.11) מבעלי העסקים מהמרכז (42.29). הסבר אפשרי הוא בכך שבפריפריה יש ייצוג רב יותר של עסקים בתחום החקלאות והתיירות - ענפים שבהם מבוגרים ממשיכים לפעול זמן רב יותר.
- בבחינת ההבדלים הגיאוגרפיים של גיל בעל העסק בהפחתת גיל העסק, עדיין נמצאו הבדלים מובהקים: בעלי העסק מהפריפריה הרחוקה היו מבוגרים יותר (32.15) מבעלי העסקים מהמרכז (24.97). גם השונות של גיל בעלי העסקים בהפחתת גיל העסק במרכז הייתה גדולה יותר מאשר בפריפריה.

הקמת העסק

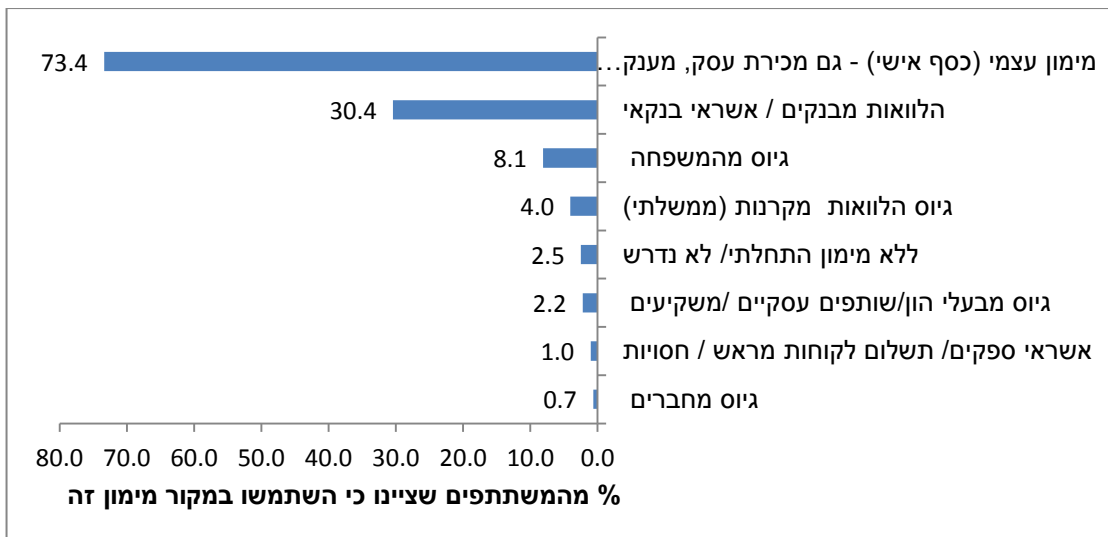
- מוטיבציה:
 - באופן מובהק, 52% ציינו כי הקמת העסק נבעה מתוך רצון לנצל הזדמנות עסקית;
 - אצל 26.8% הקמת העסק נבעה מהסיבה שלא היתה חלופה תעסוקתית טובה יותר לבעל העסק;
 - אצל 9.3% היא נבעה מהרצון לחפש הזדמנויות חדשות טובות

○ ועבור 15.5% מבעלי העסקים הסיבות היו אחרות שכללו: אהבה למקצוע, הגשמה עצמית, מימוש רעיונות ופוטנציאל, שאיפה לתת שירות אחר לעומת עסקים אחרים, תחום שעניין אותם, מתן ביטוי להכשרה המקצועית, רצון להיות עצמאי ורצון להשפיע.

לא נמצאו פערים מובהקים בסיבות המקושרות להקמת העסק בין עסקים מהמרכז לבין עסקים בפריפריה הרחוקה.

- **מקורות מימון:** תשובות לגבי המימון ההתחלתי להקמת העסק קוטלגו לקטגוריות הבאות: הלוואות מבנקים/אשראי בנקאי, הון עצמי, גיוס מהמשפחה, גיוס מחברים, גיוס או קבלת תמיכה מבעלי הון או שותפים עסקיים, גיוס הלוואות מקרנות ציבוריות, קבלת אשראי מספקים או תשלום לקוחות מראש, או היעדר צורך במימון התחלתי.

איור 10: מקורות המימון של המשיבים

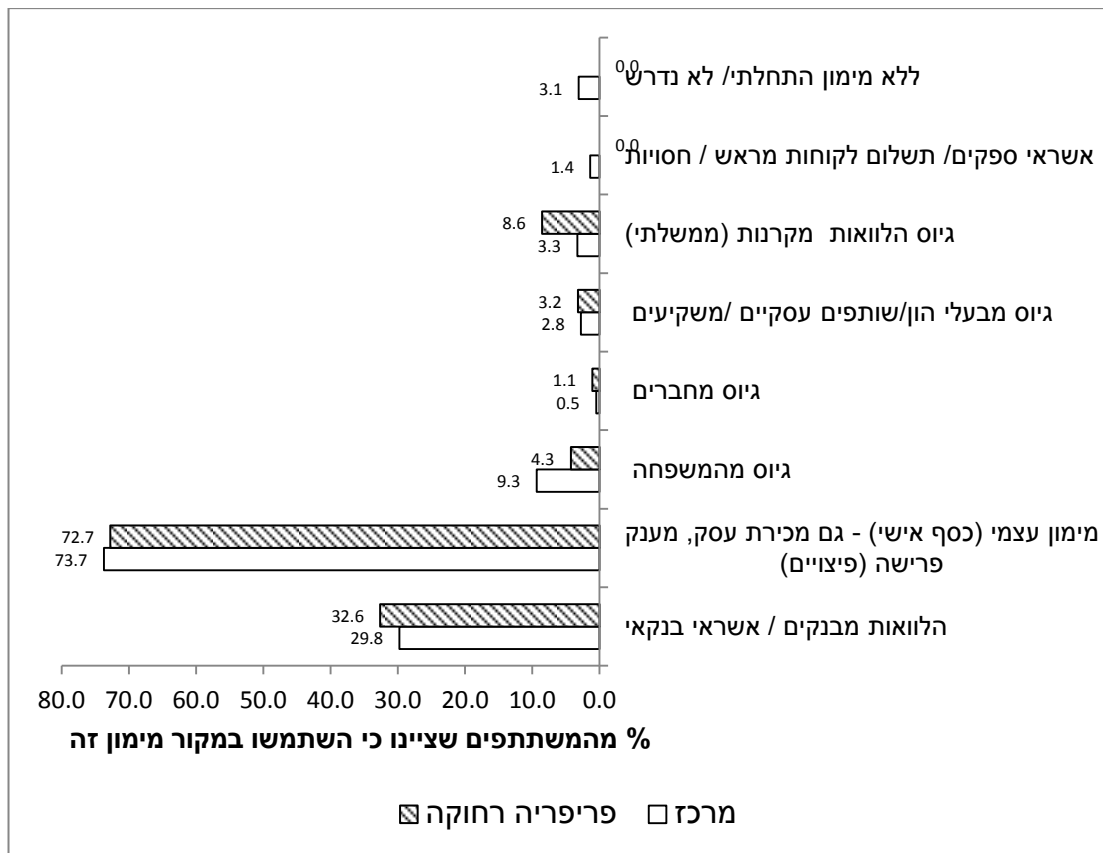


באופן מובהק, משתתפי המחקר נטו לדווח יותר על מימון עצמי כמקור מימון התחלתי בהשוואה לשאר הקטגוריות. הלוואות מבנקים נבחרו יותר באופן מובהק ביחס למקורות המימון האחרים. תדירות גיוס מהמשפחה לא נמצאה שונה מתדירות העונים שבחרו בגיוס כספים מבעלי הון, ואולם כן משאר הקטגוריות. בנוסף, נמצאו הבדלים מובהקים במקורות המימון כפונקציה של האזור הגיאוגרפי. מבדיקות ההמשך עולה כי קיימים הבדלים מובהקים בשיעור השימוש במקורות המימון בין עסקים מהמרכז לפריפריה. ההבדלים שנמצאו הם: (1) עסקים מהמרכז מגייסים יותר מבני משפחתם; (2) עסקים מהפריפריה לעומת זאת מגייסים יותר מימון מהלוואות ומקרנות ציבוריות.

ההבדלים במקורות המימון אינם מפתיעים אם בוחנים את ההבדלים בשכר במוצע בין יישוב מייצג של אזור המרכז במדגם, רעננה, שבו השכר הממוצע לשכיר ב-2010 היה 13,351 ₪ לחודש, לבין יישוב מייצג של אזור הפריפריה במדגם, קרית שמונה, שבו השכר הממוצע לשכיר ב-2010 היה 7,137 ₪ (ביטוח לאומי 2012). התמונה אינה משתנה בהרבה כאשר מסתכלים על ההכנסה הממוצעת לעצמאי, 11,735 ₪ לחודש ברעננה ו-7,277 ₪ לחודש בקרית שמונה.

היצע גדול יותר של קרנות מימון ציבוריות ייעודיות ליישובים בפריפריה הוא סיבה נוספת להבדלים.

איור 11: מקורות המימון לפי חלוקה גיאוגרפית



קבלת ייעוץ

37% מהעסקים דיווחו כי קיבלו ייעוץ מגורם ציבורי כלשהו, כגון מטי"י; זאת, לעומת 28% שקיבלו ייעוץ מגורם פרטי, בלתי-מסובסד, כלשהו. רוב העסקים (65%) שהשתמשו בייעוץ מסובסד קיבלו אותו בשנים שלאחר הקמת העסק. רק כ-8% מהעסקים קיבלו ייעוץ לפני הקמת העסק.

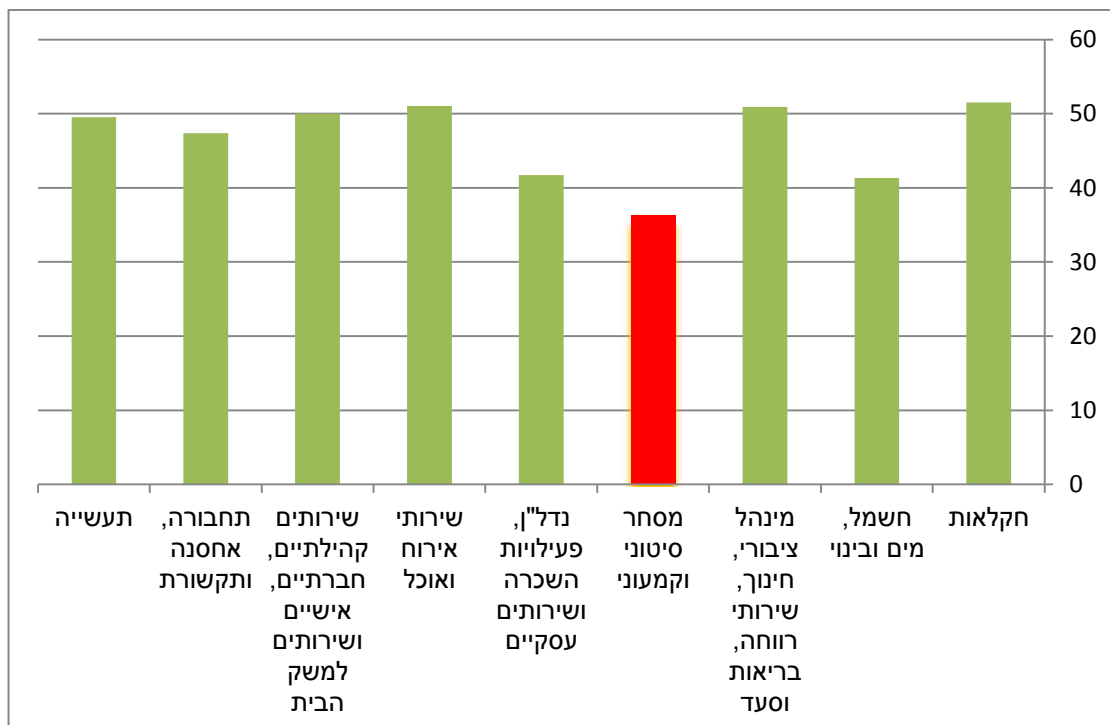
אפיון הפעילות של העסק וכוונות לשינוי ולצמיחה

- באופן מובהק, יותר משתתפים (43%) מדווחים כי מהעסקים פועלים באזור תעשייה אזורי או באזור מסחרי, בעוד 12.8% פועלים מהבית ו-14.6% בסמוך לבית. בבחינת ההבדלים הגיאוגרפיים, באופן מובהק נמצא כי כ-28% מהעסקים בפריפריה (לעומת 10% מהמרכז) פועלים בסמוך לבית, יותר עסקים מהמרכז (17.8% לעומת 11%) פועלים באזור תעשייה אזורי ובאזור מסחרי (30% לעומת 15%). הסבר אפשרי הוא שוב בהיותם של חלק מהעסקים בפריפריה עסקי תיירות (כגון צימרים) וחקלאות, שמטבעם מתנהלים מבית בעל העסק.

- רוב העסקים (84%) אינם מייצאים כלל לחו"ל.
- כ-25% מהעסקים עברו בשלב מסוים מיקום גיאוגרפי מעיר אחת לעיר אחרת, כאשר בממוצע הם עשו את התהליך לפני 6.13 שנים.
- בהשוואה לשנה שעברה, הציפיות לגבי צמיחה של כ-40% מבעלי העסקים נשארו אותו הדבר; בקרב 27.7% הציפיות נמוכות יותר לשנה הקרובה; ול-32.7% הציפיות גבוהות יותר.
- 48% מבעלי העסקים ציינו כי יבצעו השקעה בפיתוח ושדרוג העסק, ואולם לא נמצאו הבדלים גיאוגרפיים בהקשר זה. ב"שדרוג העסק" בעלי העסקים התייחסו ל:
 - רכישת ציוד חדש, טכנולוגיה משופרת, ו/או החלפת מערכות ישנות.
 - פעילויות שיווק ללקוחות חדשים.
 - הקמת חנות ווירטואלית, חיזוק השיווק הממוחשב, חיזוק האתר.
 - ביצוע מכירות באמצעות גיוס סוכני מכירות בארץ ובחו"ל.
 - הקמת משרדים חדשים.
 - הכשרת עובדים לתחומי פעילויות חדשים.
 - השקעה במוצר חדשני בפיתוח עצמי.
 - התפתחות לחו"ל.

הענף הכלכלי שבו הכוונות להשקיע נמצאו נמוכות יותר במובהק מהממוצע הוא מסחר סיטוני וקמעוני.

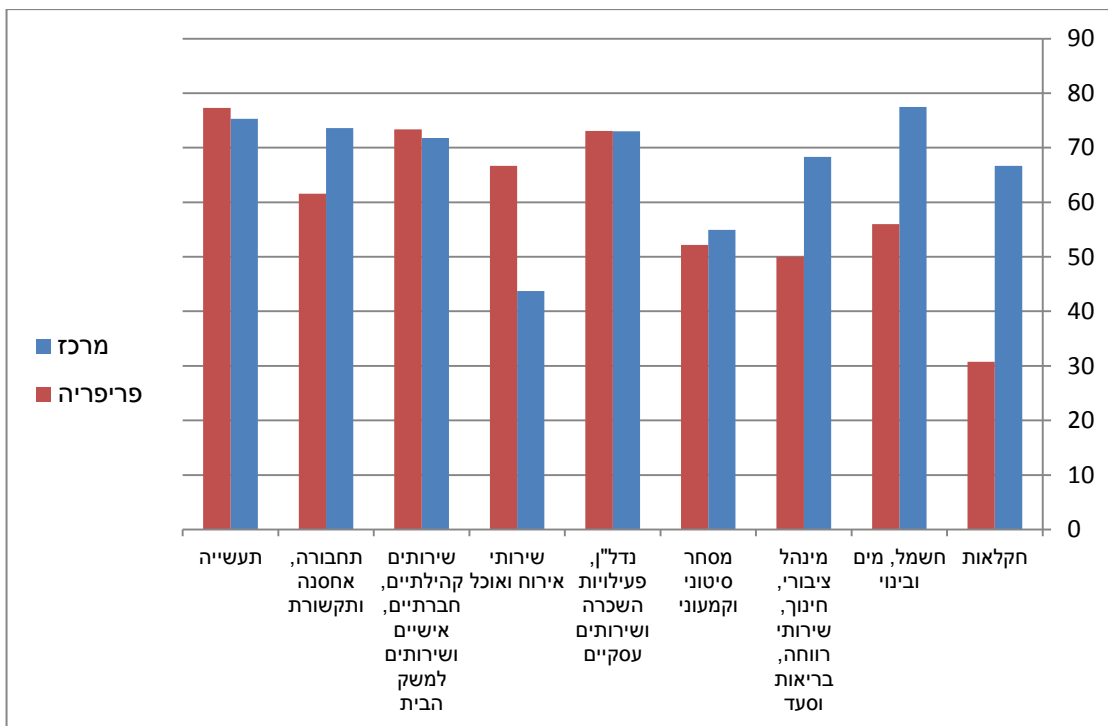
איור 12: אחוז העסקים המתכננים להשקיע בפיתוח ושדרוג העסק, לפי ענף



- 55.8% מהמשתתפים ציינו כי בשנה האחרונה בוצעה בעסק פעילות פיתוח וייזום עסקי. באופן מובהק, 47.5% מהעסקים שדיווחו על פעילויות פיתוח וייזום עסקי בשנה האחרונה היו מהמרכז (לעומת 34.6% מהפריפריה). לא נמצאו הבדלים גיאוגרפיים בביצוע מחקר ופיתוח בעסק.

- כ-68% מבעלי העסקים ציינו כי הם מעוניינים להגדיל את מספר העובדים בעסק בשנתיים הקרובות. קיים הבדל מובהק בין שיעור זה במרכז (70%) לזה בפריפריה (62%). הענף הכלכלי שבו השיעור הגדול ביותר (75%) של בעלי עסקים המעוניינים להוסיף עובדים הוא תעשייה. הענף שבו השיעור הקטן ביותר (52%) של בעלי עסקים המעוניינים להגדיל את כמות העובדים הוא חקלאות. ניתן לראות, כי רק בענף שירותי האירוח והאוכל שיעור העסקים המעוניינים להוסיף עובדים בפריפריה גדול יותר באופן מובהק מזה במרכז. בנוסף, ניתן לראות כי במרכז העף עם הציפיות הגבוהות ביותר להוספת עובדים הוא חשמל, מים ובינוי, ולא תעשייה.

איור 13: אחוז בעלי העסקים שציינו כי הם מעוניינים להרחיב את העסק, לפי ענף כלכלי ואזור גיאוגרפי

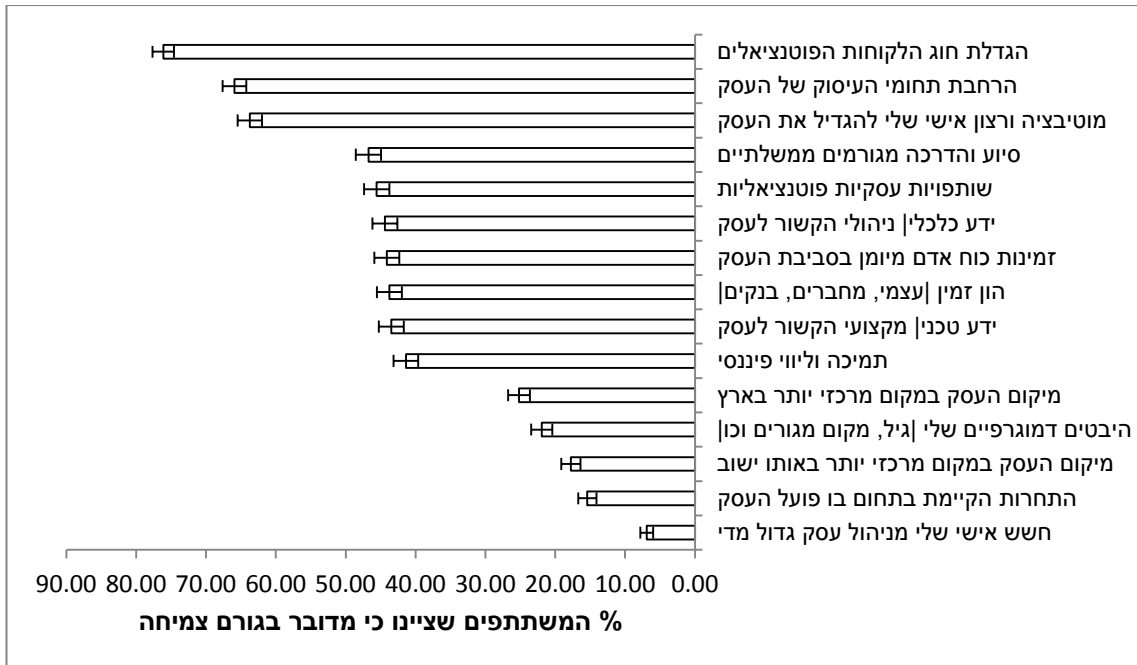


גורמי צמיחה נתפסים

- גורם הצמיחה (כשזו מוגדרת כעלייה במספר העובדים) הנתפס המשמעותי ביותר בעיני בעלי העסקים הוא הגדלת מספר הלקוחות הפוטנציאליים (76% חושבים כך), לאחר מכן הרצון להרחיב את תחומי העיסוק של העסק (65.9%), ומוטיבציה ורצון אישי להגדיל את העסק (63.7%). גורמים שלגביהם המשתתפים חשבו שהם לא גורמי צמיחה קשורים

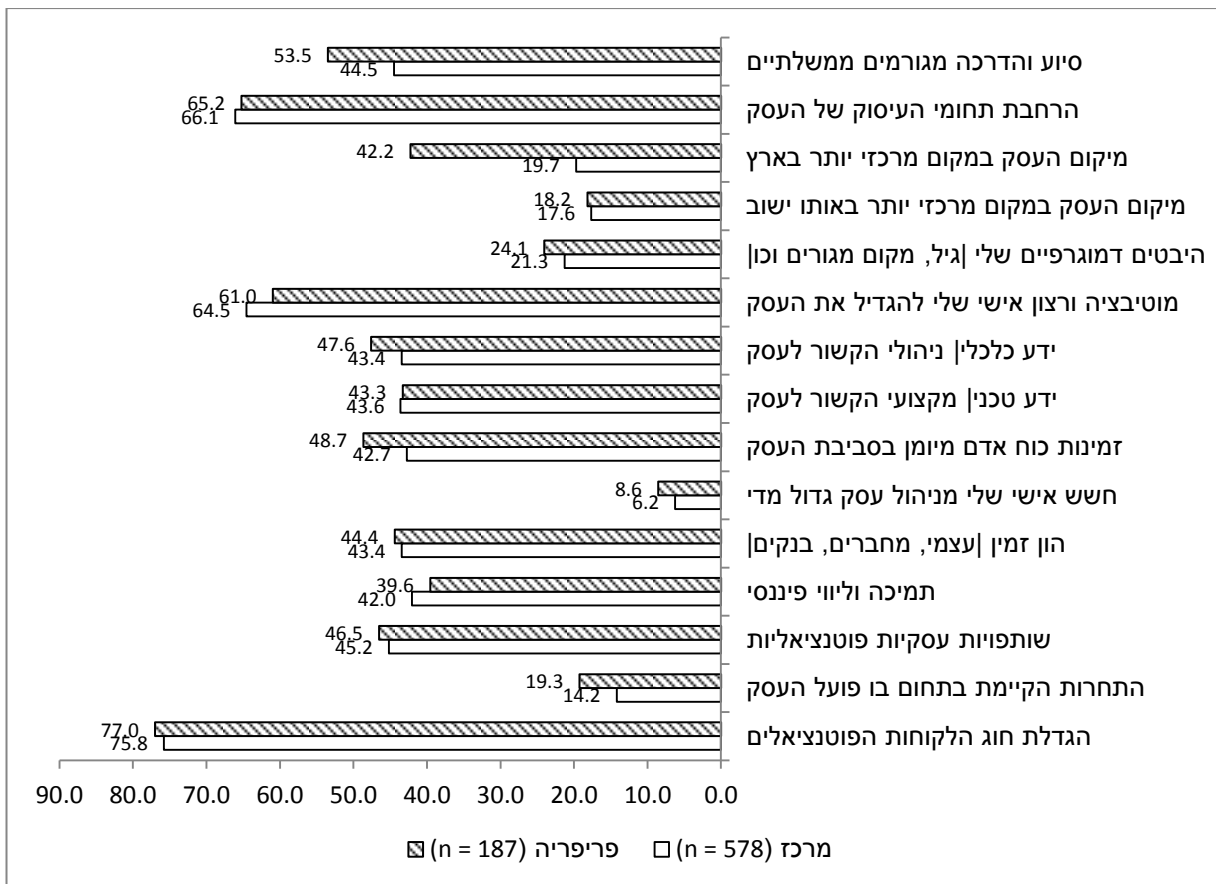
בדמוגרפיה, גיל ומקום מגורים, מיקום מרכזי יותר באותו היישוב ובישראל. הגורמים הבאים הם ידע (כולל סיוע והדרכות), שותפויות עסקיות וזמינות כוח אדם מיומן.

איור 14: גורמי צמיחה נתפסים בעיני בעלי העסקים



מבחינת ההבדלים הסטטיסטיים כפונקציה של האזור הגיאוגרפי, ניתן לראות כי קיימים הבדלים מובהקים בין עסקים מהמרכז לפריפריה עבור 2 גורמי צמיחה: (1) מיקום מרכזי יותר של העסק בישראל, ו-2) סיוע והדרכה מגורמים ציבוריים.

איור 15: הבדלים גיאוגרפיים בגורמי הצמיחה הנתפסים



“גורמי על” של גורמי צמיחה נתפסים

ארבעה “גורמי על” מסבירים את 15 גורמי הצמיחה שנבחנו במחקר זה. יחדיו – גורמים אלו מסבירים 54.7% מהשונויות בגורמי צמיחה נתפסים. הגורם הראשון - “סיוע פיננסי” - מסביר את אחוז השונויות הגבוה ביותר (30%); הגורם השני - “מקצועיות וידע” - מסביר כ-9.6%; הגורם השלישי - “הזדמנויות לצמיחה” - מסביר 7.9% מהשונויות; והגורם האחרון - “גורמים אישיים וגורמי שוק” - 7.1%.

טבלה 4: חלוקת גורמי הצמיחה ל"גורמי על"

גורמים אישיים וגורמי שוק	הזדמנויות לצמיחה	מקצועיות וידע	סיוע פיננסי	
.072	.166	.160	<u>.845</u>	תמיכה וליווי פיננסי
.157	.174	.158	<u>.761</u>	הון זמין ועצמי, מחברים, בנקים
.115	.253	.175	<u>.722</u>	סיוע והדרכה מגורמים ציבוריים
.111	.160	<u>.821</u>	.162	ידע טכניו מקצועי הקשור לעסק
.106	.102	<u>.789</u>	.096	זמינות כוח אדם מיומן בסביבת העסק
.167	.167	<u>.649</u>	.360	ידע כלכלי ניהולי הקשור לעסק
.053	<u>.739</u>	.190	.137	הגדלת חוג הלקוחות הפוטנציאליים
.141	<u>.701</u>	.177	.099	הרחבת תחומי העיסוק של העסק
.017	<u>.663</u>	-.051	.255	שותפויות עסקיות פוטנציאליות
.179	<u>.552</u>	.380	.228	מוטיבציה ורצון אישי שלי להגדיל את העסק
<u>.765</u>	.097	.036	.037	מיקום העסק במקום מרכזי יותר באותו ישוב
<u>.751</u>	.097	.017	.141	מיקום העסק במקום מרכזי יותר בארץ
<u>.484</u>	.134	.324	-.007	היבטים דמוגרפיים שלי וגיל, מקום מגורים וכו'
<u>.461</u>	-.121	.091	.109	חשש אישי שלי מניהול עסק גדול מדי
<u>.347</u>	.175	.073	.046	התחרות הקיימת בתחום בו פועל העסק

איור 16: החשיבות הנתפסת של גורמי העל לצמיחה במספר המועסקים

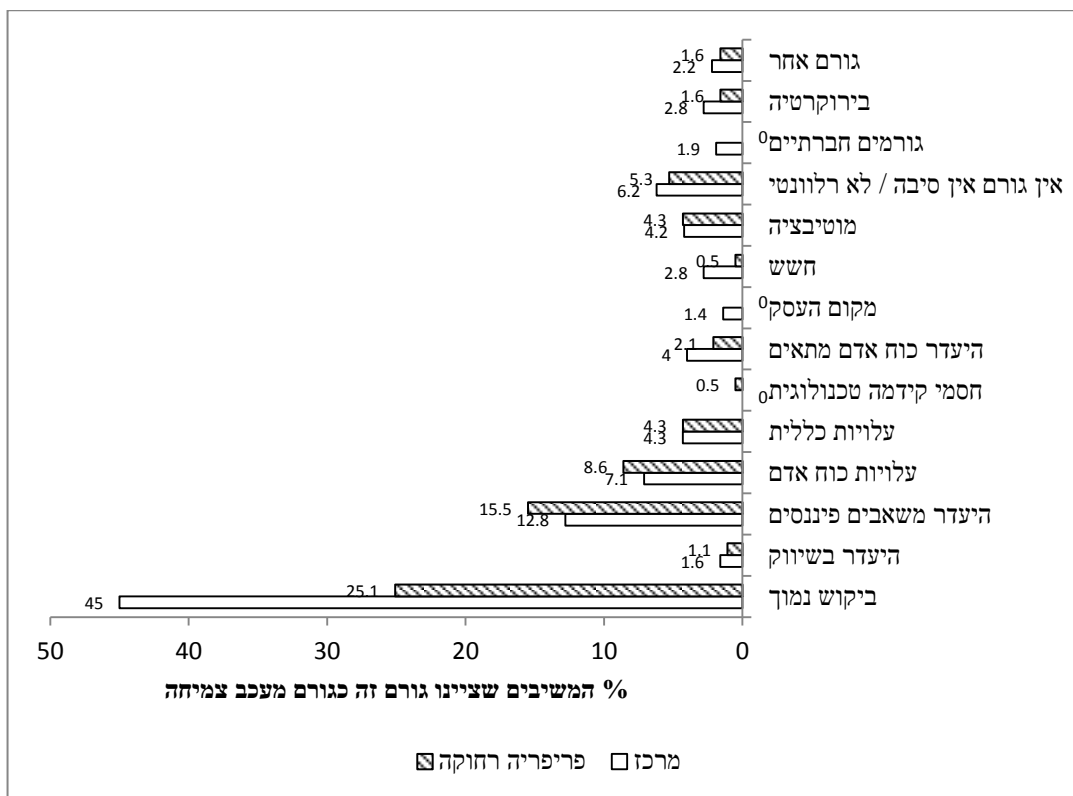


ניתן לראות כי מבין הגורמים השונים, הגורם "הזדמנויות לצמיחה" נתפס כגורם הצמיחה המשמעותי ביותר מבחינת מספר המועסקים, בעוד לא נמצאו הבדלים מובהקים בין הגורמים "סיוע פיננסי" ו"מקצועיות וידע". לא נמצאו הבדלים גיאוגרפיים עבור גורמי הצמיחה החדשים.

גורמים מעכבי צמיחה נתפסים

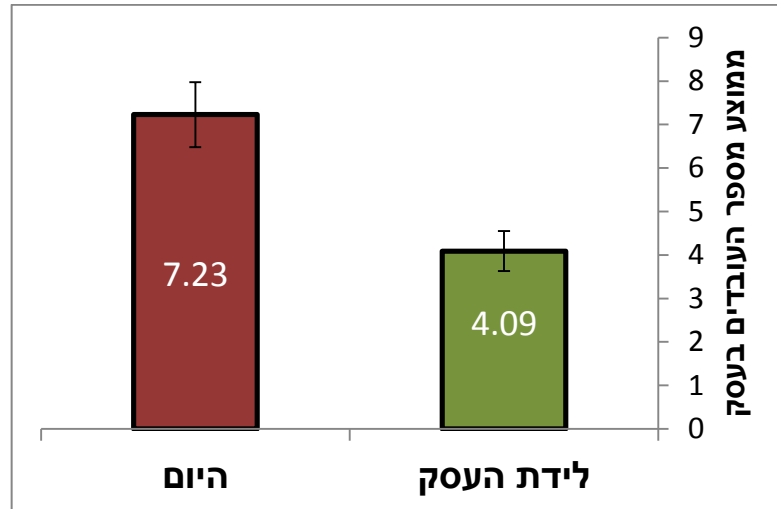
לא נמצאו הבדלים בדיווח על גורמים מעכבי צמיחה בין בעלי עסקים מהמרכז לעומת הפריפריה הרחוקה, מלבד דיווח על ביקוש נמוך. באופן מובהק, הרבה יותר בעלי עסקים מהמרכז (כ-45%, לעומת 25% מהפריפריה הרחוקה) נטו לדווח על ביקוש ירוד כגורם מעכב הצמיחה החשוב ביותר. גורם זה כלל תשובות כגון: היעדר צורך, היעדר פרויקטים, תחרות רבה בשוק, שוק ירוד ועוד. הסבר להבדל בין דיווחי בעלי עסק באזורים השונים יכול להיות בציפיות שהן מלכתחילה נמוכות יותר: היישובים בפריפריה קטנים יותר, ותנועת הקונים ממילא דלה יותר מזו במרכז.

איור 17: חלוקה גיאוגרפית של גורמים מעכבי צמיחה



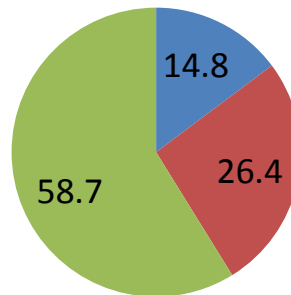
צמיחה במספר העובדים

איור 18: שינוי במספר הממוצע של העובדים לאורך השנים



- מספר העובדים הממוצע בעסקים עלה במרוצת השנים מ-4.09 עובדים בממוצע ל-7.23, גדילה של 3.14 במספר העובדים. בקרב העסקים שהראו צמיחה חיובית, ממוצע הצמיחה במספר המועסקים היה 7.82.

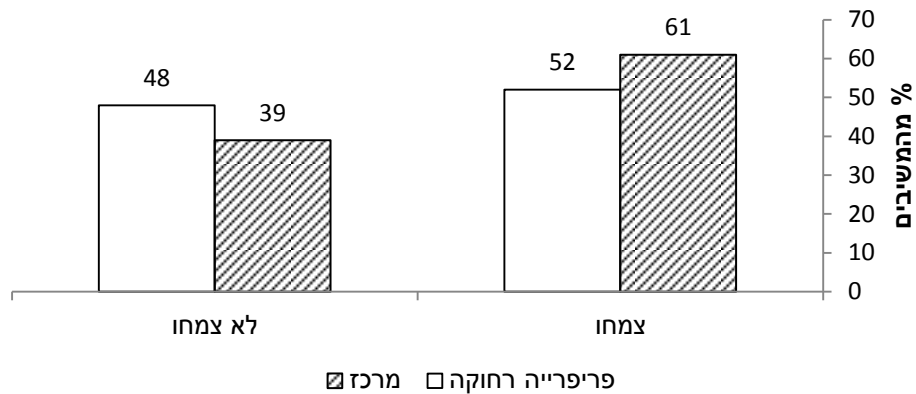
איור 19: התפלגות העסקים שהראו צמיחה חיובית, היעדר צמיחה, או צמיחה שלילית



■ צמיחה חיובית ■ אין שינוי ■ צמיחה שלילית

- 58.7% מהעסקים דיווחו על צמיחה חיובית במרוצת השנים, בעוד 14.8% הראו צמיחה שלילית; 26.4% עסקים דיווחו כי במרוצת השנים מספר העובדים בעסק שלהם לא השתנה. בהתבוננות נוספת, ניתן לאפיין את העסקים במדגם באם הם צמחו (58.9%) או לא צמחו (41.1%). באופן מובהק, היו יותר צומחים מאשר לא צומחים.

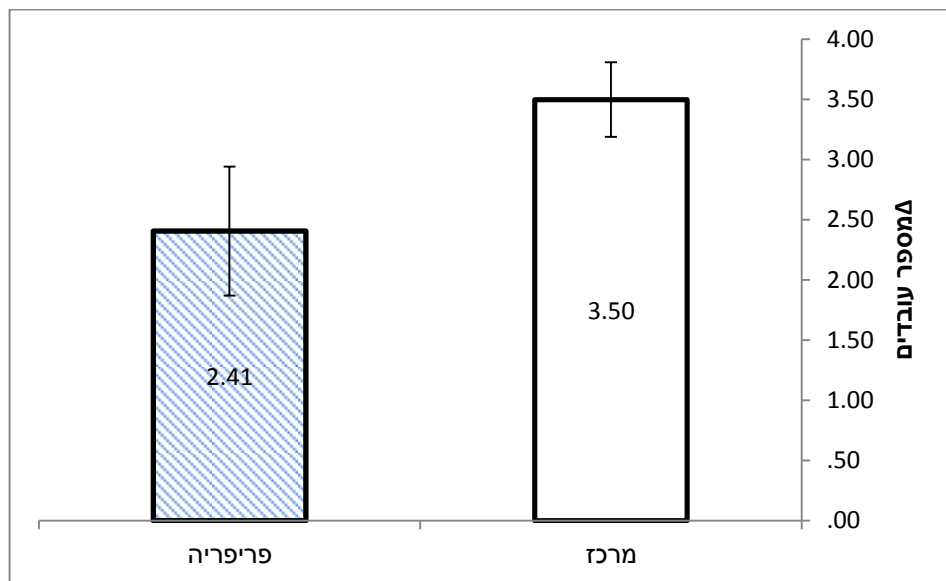
איור 20: צמיחה על פי אזור גיאוגרפי



בהתבוננות השוואתית, ניתן לראות כי באופן מובהק אחוז גבוה יותר של עסקים מהמרכז מייצג את העסקים שנטו להראות צמיחה במרוצת השנים (61%), לעומת עסקים מהפריפריה הרחוקה (52%).

בבדיקת הצמיחה המוחלטת (מספר עובדים ממוצע) נמצאה מגמה לא מובהקת לכך שעסקים מהמרכז נטו לדווח על צמיחה גבוהה יותר (ממוצע = 3.50), לעומת עסקים מהפריפריה הרחוקה (ממוצע = 2.41). איור 19 ממחיש את המגמה.

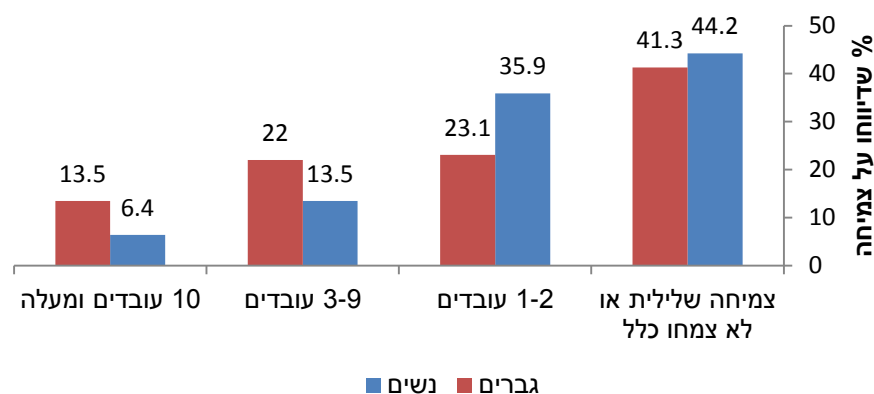
איור 21: צמיחה מוחלטת על פי אזור גיאוגרפי



הקשר בין מגדר לצמיחה

- עסקים שצמחו לא נבדלו מבחינה מגדרית מעסקים שלא צמחו. בהתבוננות מעמיקה יותר, כאשר מפלחים את סוגי הצמיחה (שלילית או היעדר צמיחה, 1-2 עובדים, 3-9, ו-10 ומעלה), ניתן לראות כי מתקיים דפוס קשר ייחודי בין מגדר לצמיחה:

איור 22: הבדלים מגדריים בצמיחת עובדים



מן התרשים עולה כי עבור העסקים שדיווחו על צמיחה שלילית או לא צמחו כלל, למגדר אין חשיבות, כאשר מדובר על צמיחה של עובד עד 2 עובדים, נשים נוטות לדווח יותר על סוג זה של צמיחה (35.9% לעומת 23.1%), אולם כאשר מדובר על צמיחה של עובדים רבים יותר (3-9 עובדים, או 10 עובדים ומעלה), עסקים שבעליהם גברים מדווחים על צמיחה גבוהה יותר.

- עוד עולה כי קיימת השפעה מגדרית על גודל העסק כיום, כך שממוצע המועסקים בעסקים אשר מנהלים גברים הוא גדול באופן מובהק (7.09) מזה של עסקים שמנהליהם נשים (5.26). אזור גיאוגרפי אינו ממתן את הקשר בין מגדר לבין גודל העסק כיום.
- נמצא קשר בין מגדר לבין מקום הפעלת העסק, כך שבאופן מובהק נשים מפעילות את העסק מהבית (19.2% לעומת 11.6%), או סמוך לבית (20.5% לעומת 13.6%), בעוד גברים מפעילים יותר את העסק מאזור תעשייה (18.4% לעומת 7.1%).

ההבדלים המגדריים אינם מפתיעים. הענפים הכלכליים היחידים שבהם קיים שיעור גבוה יותר של בעלות על ידי נשים מאשר על גברים הם שירותי חינוך; שירותי בריאות, רווחה וסעד; ושירותים למשק בית על ידי פרטים. אלו הם ענפים המאופיינים בעסקים עם מספר עובדים קטן (למשל גני ילדים), שבמקרים רבים פועלים מהבית או בצמוד לו.

מתאם בין צמיחה למשתני רקע

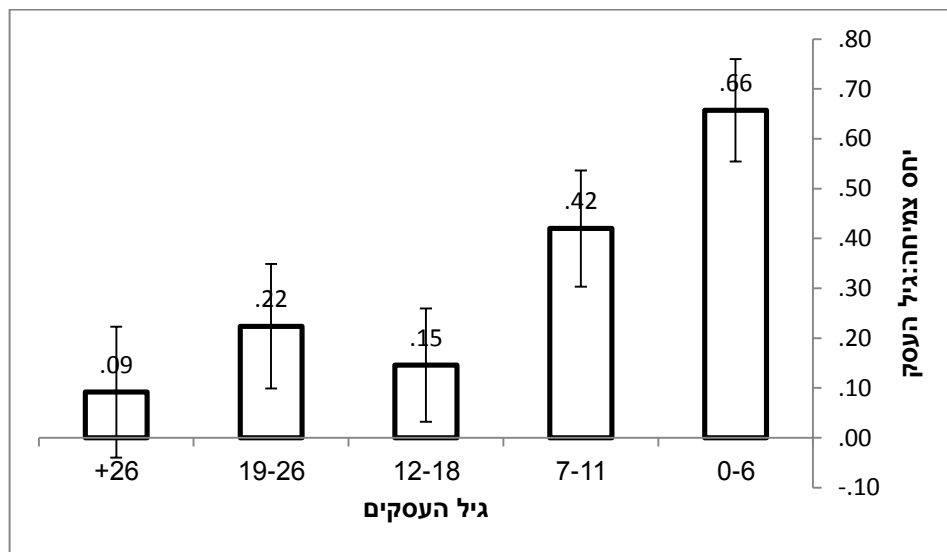
- שינוי בסך הכנסות העסק נמצא במתאם חיובי מובהק, אך בעוצמה בינונית, עם שינוי במספר המועסקים (צמיחה מוחלטת), $r = .36$ (לשאלה זו ענו 261 נבדקים). אזור גיאוגרפי לא שינה את הקשר.
- לא נמצא הבדל בניסיון העבר בתור עצמאים, מנהלים ומצב תעסוקתי קודם בין העסקים שהפגינו צמיחה לבין העסקים שלא הפגינו צמיחה.
- לא נמצא מתאם בין גיל העסק לבין מידת השינוי המדווח במספר העובדים.
- עסקים אשר עברו ממקום למקום לא נטו לצמוח יותר מעסקים שלא עברו ממקום למקום. אזור גיאוגרפי (פריפריה אל מול מרכז) לא שינה את הקשר.
- עסקים שצמחו נטו לדווח כי הם מחשיבים את מספר העובדים בעסק כמדד להצלחתו, אך אף על פי מובהקות הנתונים, ההבדלים בנטייה להחשיב את מספר העובדים כמדד להצלחה הם בעלי עוצמה נמוכה.

- עסקים בעלי סטטוס חברה בע"מ נטו לצמוח יותר (51.2%) מאשר עסקים המוגדרים כעוסקים מורשים (41.7%).
- לא נמצא קשר בין סוג המימון עם הקמת העסק לבין הנטייה לצמוח או לא במרוצת השנים. אזור גיאוגרפי (פריפריה אל מול מרכז) לא שינה קשר זה.
- השתתפות בתוכניות (כגון הדרכות ע"י גורמים כמו יועצים עסקיים וכו') לסיוע עסקים קטנים ובינוניים לא נמצאה קשורה לצמיחה של העסק במרוצת השנים. הדבר נכון גם לגבי תוכניות ממשלתיות מסובסדות (הניתנות דרך מט"י) וגם לגבי ייעוץ פרטי. אזור גיאוגרפי (פריפריה אל מול מרכז) לא שינה את הקשר.
- נמצא קשר מובהק בין הון פסיכולוגי חיובי לבין צמיחה מוחלטת. כלומר, ככל שבעל העסק חש בטוח יותר להציג את תחום עיסוקו, חש יותר שהוא מסוגל לחשוב על דרכים רבות לצאת מקשיים, להשיג את המטרות הנוכחיות של העסק, להתמודד עם קשיים ומשברים – כך היה כיוון שינוי חיובי יותר במספר המועסקים. למרות ממצא זה, לא נמצאו הבדלים בהון הפסיכולוגי החיובי של משתתפים שדיווחו על כל סוג של צמיחה לעומת בעלי עסקים שדיווחו על היעדר צמיחה או היעדר שינוי. מרכיבי ההון הפסיכולוגי החיובי הם תקווה, חוסן, אופטימיות ומסוגלות עצמית. מדד זה נמצא כבעל השפעה על ביצועים בתחום האישי ובתחום העסקי (Luthans et al. 2007, 2010).

הקשר בין גיל העסק לבין קצב הגידול השנתי במספר העובדים

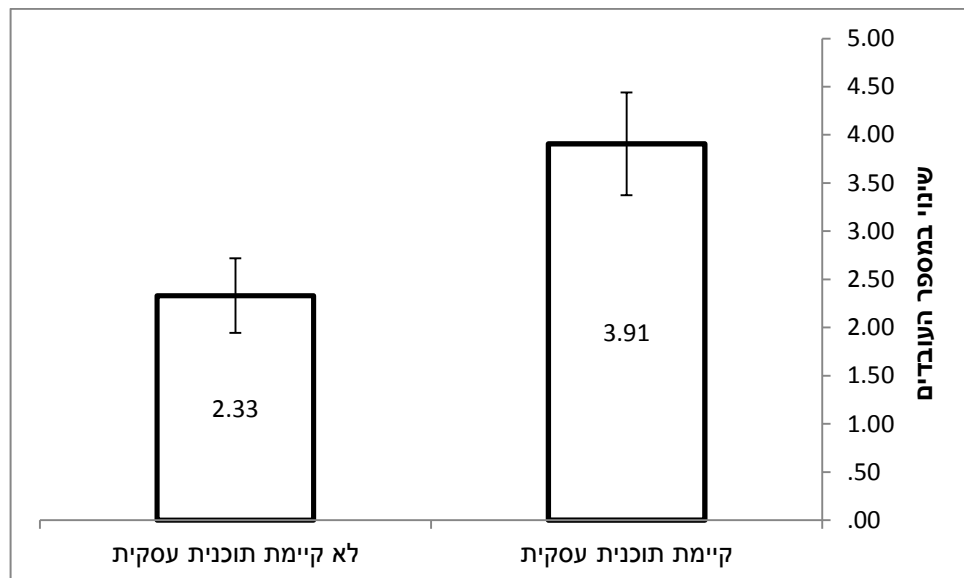
היחס (צמיחה: גיל העסק) הוא משתנה חדש שיצרנו, המבטא את קצב הגידול השנתי במספר העובדים. המשתנה חושב על ידי חלוקה של משתנה הצמיחה במספר העובדים במשתנה גיל העסק. קיימת השפעה מובהקת של גיל העסק על יחס זה: בהשוואה לקבוצות גילאי העסקים האחרות (מלבד גיל 7-11), עסקים צעירים (בני 0-6) הראו את היחס הגבוה ביותר. מכאן שהצמיחה הגבוהה ביותר במספר המועסקים היא בשנותיו הראשונות של העסק, אז צומחים העסקים במוצע בכמעט עובד נוסף בכל שנה, לעומת צמיחה לא משמעותית בשנים מאוחרות יותר לקיומו של העסק. זוהי תופעה שתועדה במחקרים קודמים (למשל Westhead and Birley 1995). לא נמצא אפקט מיתון של אזור גיאוגרפי על השפעת קבוצת הגיל על קצב הצמיחה השנתי של העסקים.

איור 23: קצב הצמיחה הממוצע של עסקים בגילאים שונים



צמיחה ושימוש בתוכנית עסקית

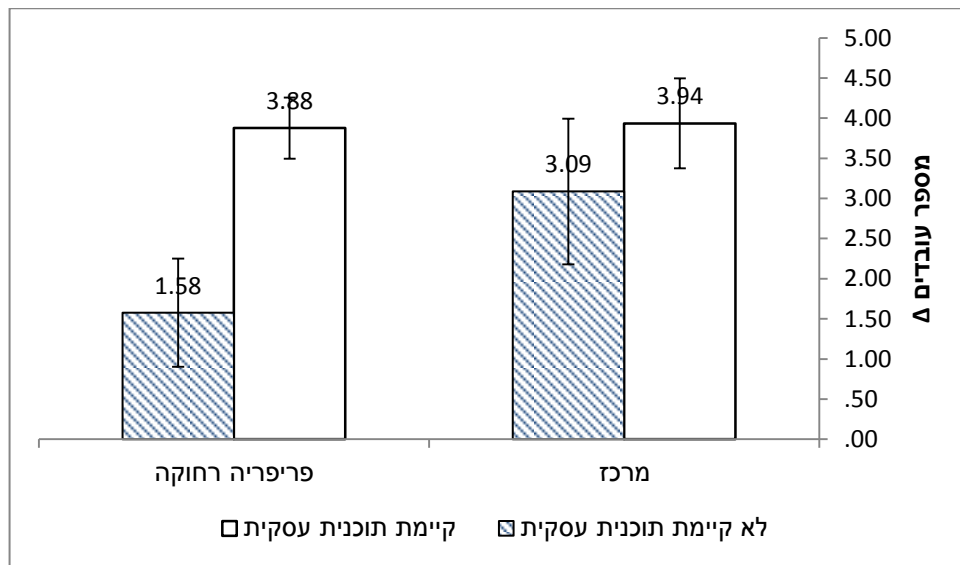
איור 24: הצמיחה במספר העובדים בקרב עסקים עם תוכנית עסקית ובלעדיה



ניתן לראות כי באופן כללי, קיים הבדל מובהק בצמיחה בין עסקים להם קיימת תוכנית עסקית, לעומת עסקים להם לא קיימת תוכנית עסקית: עסקים שלהם תוכנית עסקית מדווחים על צמיחה גבוהה יותר לעומת עסקים ללא תוכנית עסקית. אזור גיאוגרפי לא משנה באופן מובהק את ההשפעה של תוכנית עסקית על צמיחת העסק. עם זאת, המגמה היא שעסקים בפריפריה הרחוקה שהם בעלי תוכנית עסקית מדווחים על צמיחה גבוהה יותר מאלה ללא תוכנית עסקית; בקרב עסקים מהמרכז, ההבדל בצמיחה בין עסקים עם תוכנית עסקית לעסקים ללא תוכנית עסקית זניח. הסבר אפשרי להבדלים הגיאוגרפיים הוא שתוכנית עסקית היא דרישה מוקדמת בפנייה לשם קבלת מימון מקרנות ציבוריות. מכיוון שקיימות יותר קרנות כאלו המיועדות לעסקים בפריפריה

ובנוסף, נתוני המדגם מראים שאכן עסקים בפריפריה השתמשו יותר בקרנות כאלו למימון הקמתם, ייתכן שהמשתנה בעצם מבטא הבדלים בפניות לקבלת מימון בין האזורים. בפועל, במדגם שלנו לא נמצא מתאם כלשהו בין שימוש בתוכנית עסקית לבין קבלת מימון להקמת העסק מקרנות ציבוריות המאשר הנחה זו. ישנה אפשרות שקיים קשר כזה אם המימון התקבל בשלב מאוחר יותר, אך אין באפשרותנו לוודא זאת עם הנתונים. אפשרות נוספת היא שתוכנית עסקית מחייבת את הבעלים להיות שותף בבנייתה, ולכן מחייבת מחשבה, הכרות עמוקה יותר עם העסק והיבטים שונים שלו, כגון תמחור וכיו"ב. כתוצאה משתפרים התפקוד והביצוע של העסק, בין אם במרכז או בפריפריה.

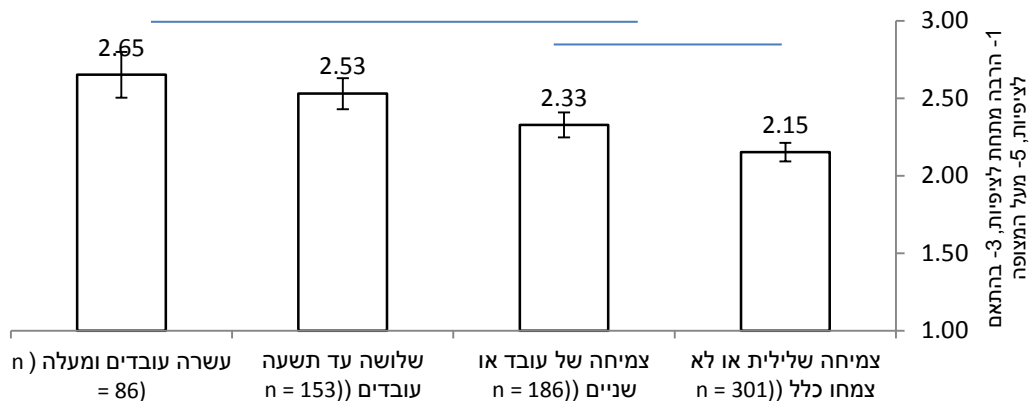
איור 25: הבדלים בצמיחה עם וללא תוכנית עסקית, לפי אזור גיאוגרפי



הקשר בין צמיחה לשביעות רצון מהרווח של העסק

- באופן כללי, רמת שביעות הרצון מהרווח של העסק בקרב בעלי העסקים היא באופן מובהק מתחת לציפיות. הציפון הממוצע שהתקבל הוא 2.34, בעוד הציפון המשקף התאמה לציפיות הוא 3.
- לא נמצאו הבדלים בשביעות הרצון מהרווח של העסק כפונקציה של האזור הגיאוגרפי. כלומר, עסקים מהפריפריה שבעי רצון מהרווח של העסק שלהם במידה דומה לזו של בעלי העסקים מהמרכז. לא נמצאו קשרים מובהקים בין שביעות הרצון מהרווח של העסק לבין גיל העסק וגיל היזם.
- עסקים שדיווחו על צמיחה גבוהה יותר נטו לדווח שביעות רצון גבוהה יותר מהרווח של העסק, קרוב יותר לציפיותיהם המקוריות.

איור 26: צמיחה במספר מועסקים והקשר לשביעות רצון מהרווח של העסק (בהתאם לציפיות בזמן הקמתו)



- האיור מראה כי רק בקרב נבדקים שדיווחו על צמיחה של עשרה עובדים ומעלה דווחה שביעות רצון הדומה לציפיות המקוריות. בקרב המשתתפים שדיווחו על צמיחה שלילית או לא צמחו כלל היה ניתן לזהות שביעות רצון נמוכה ביותר (לא שונה מזו של משתתפים שדיווחו על צמיחה של עובד אחד או שניים, אך שונה באופן מובהק ממי שצמח ב-3 עובדים לפחות).

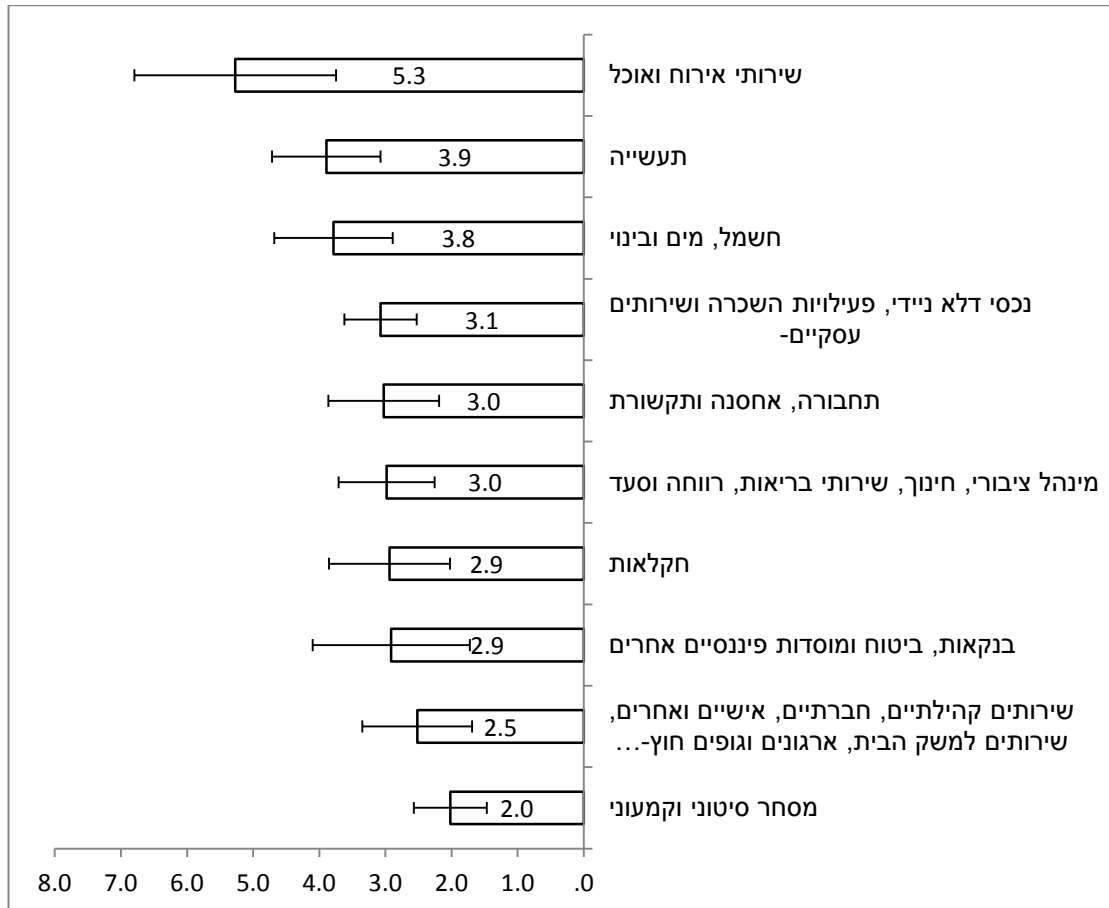
הקשר בין צמיחה מוחלטת לחסמי צמיחה

מבין כל מעכבי הצמיחה שדווחו במחקר זה באופן סובייקטיבי, עולה כי מתקיים קשר חיובי חלש מאוד ($r = .08$) בין ציון היעדר משאבים פיננסיים וצמיחה. כלומר, ככל שנבדקים נטו לציין כי החסמים שלהם לצמיחה הם היעדר משאבים פיננסיים, הם דווקא נטו לדווח על שינוי חיובי במספר המועסקים. יחד עם זאת, קשר זה בעל עוצמה חלשה מאוד.

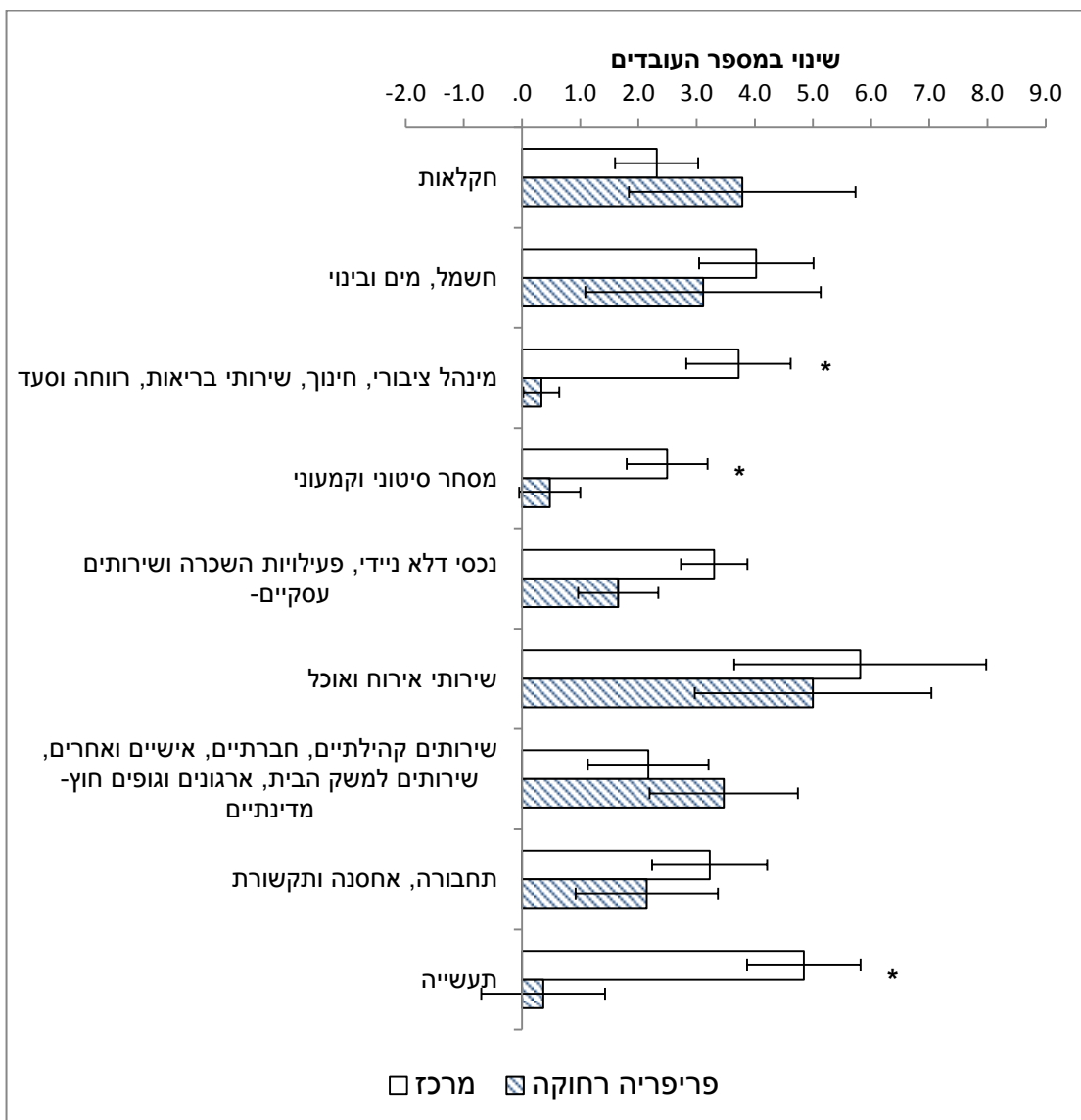
צמיחה על פי ענף כלכלי

לא נמצא הבדל מובהק בצמיחה המוחלטת של העסק לפי סוג הענף הכלכלי. באופן תיאורי ניתן לראות כי עסקים מענף שירותי האירוח והאוכל דיווחו על צמיחה ממוצעת של כ-5 עובדים, בעוד שעסקים בתחום המסחר הסיטוני והקמעוני דיווחו בממוצע על צמיחה של 2 עובדים.

איור 27: הצמיחה הממוצעת במספר העובדים לפי ענף כלכלי



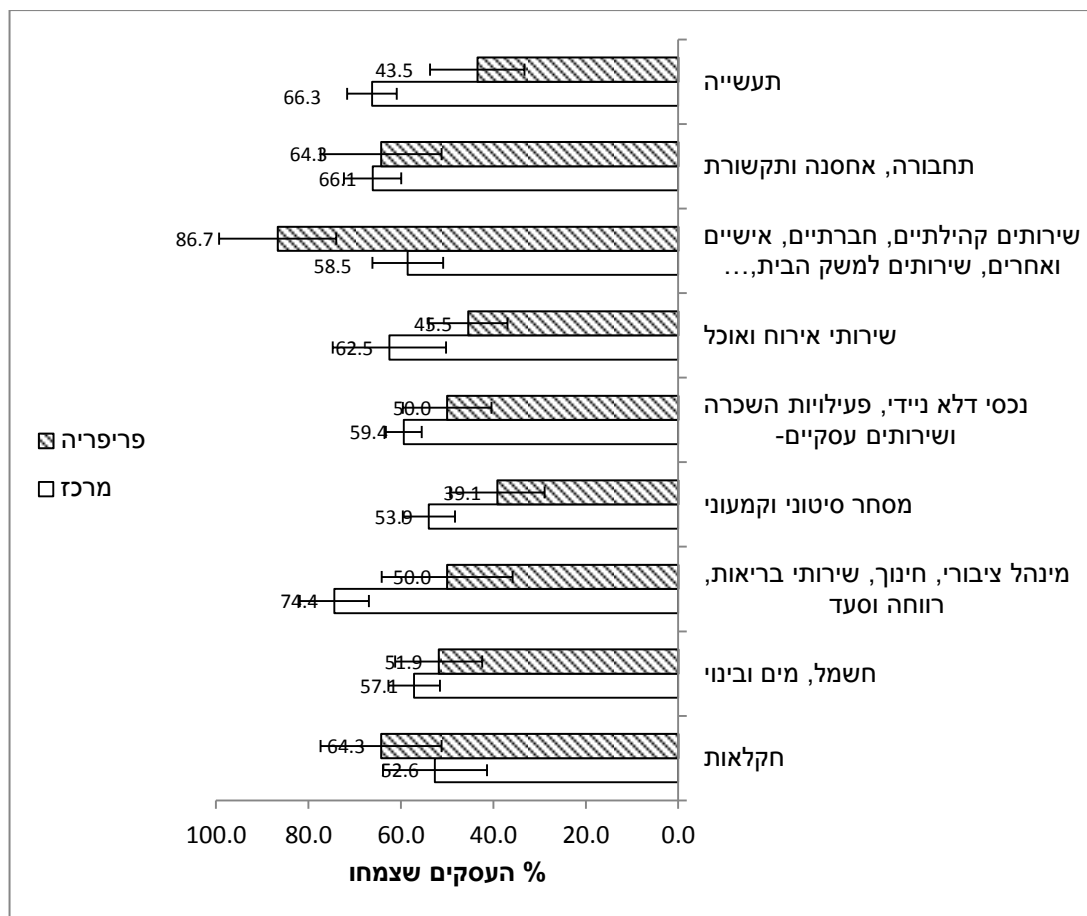
איור 28: שינוי במספר העובדים בענפים כלכליים, לפי אזור גיאוגרפי



* הבדל מובהק

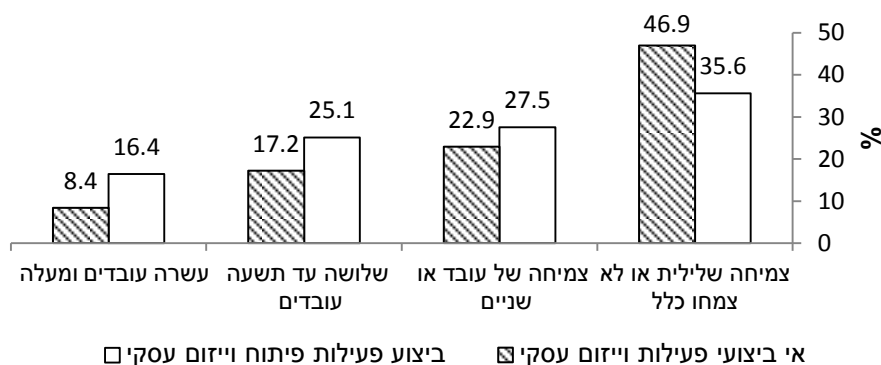
בקרב שלושה ענפים נמצאו הבדלים בצמיחה בין עסקים הנמצאים במרכז ועסקים הנמצאים בפריפריה הרחוקה, בעוד בשאר הענפים לא נמצאו הבדלים כפונקציה של אזור גיאוגרפי. עסקים הנמצאים במרכז בשלושת הענפים הבאים: (1) תעשייה; (2) מסחר סיטונאי וקמעוני; (3) מינהל ציבורי, חינוך, שירותי בריאות רווחה וסעד, דיווחו על צמיחה מוחלטת גבוהה יותר ביחס לעסקים מהפריפריה. מודלים כלכליים (O'sullivan 2012) מסבירים מדוע עסקים יצרניים יעדיפו לפעול באזורים מרכזיים יותר, בין היתר בגלל חיסכון בעלויות הובלה ולוגיסטיקה. סיבה נוספת להימצאותם של עסקים אלו ועסקי מסחר במרכז היא אגלומרציה: קיימים יתרונות להתקבצותם של עסקים זה בקרבת זה, ויתרונות אלו מתעצמים כאשר ההתקבצות היא בקרבת קהל הלקוחות.

איור 29: שיעור העסקים שצמחו בכל ענף כלכלי, לפי אזור גיאוגרפי



ניתוח שונות הראה כי לא נמצאה השפעה החדית לסוג הענף ואזור גיאוגרפי על הנטייה לצמוח או לא לצמוח. בבדיקת שיעורי הצמיחה בכל אחד מהענפים עולה כי עבור ענף התעשייה ישנו הבדל מובהק בין עסקים מהפריפריה לבין המרכז לגבי הסיכוי לצמוח או לא. עסקים בענף התעשייה בפריפריה נטו יותר לא לצמוח מאשר לצמוח (56.5% לעומת 43.5%) בעוד עסקים מענף התעשייה במרכז נטו יותר לצמוח מאשר לא לצמוח (66.3% לעומת 33.7%). ההבדלים הגיאוגרפיים בצמיחה נמצאו גם מובהקים עבור ענף השירותים הקהילתיים, חברתיים אישיים.

איור 30: צמיחה במספר המועסקים וביצוע פעילות פיתוח וייזום עסקי בשנה האחרונה

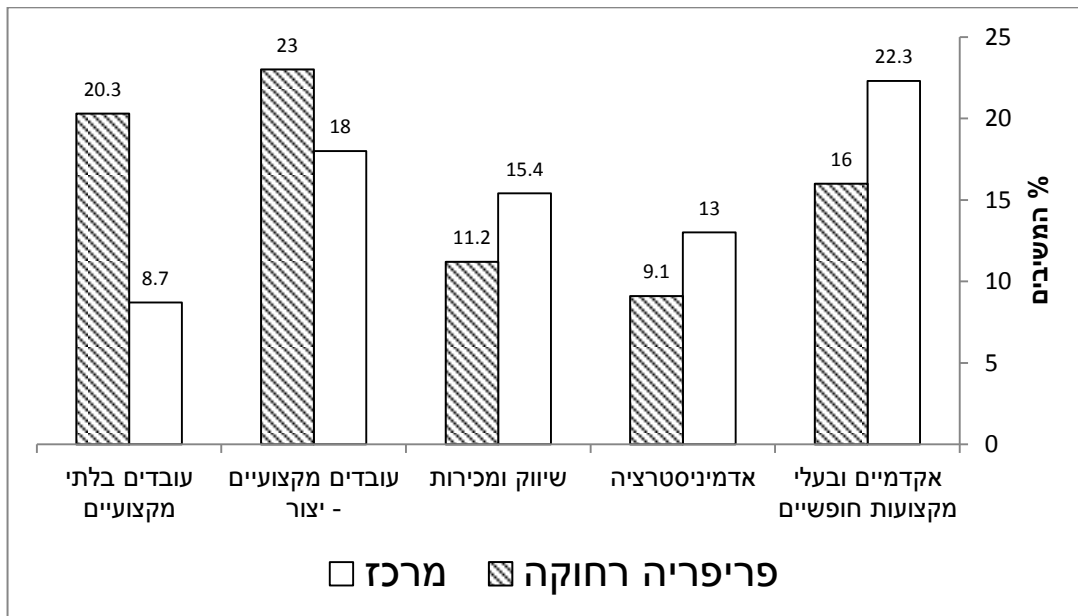


מאיור 29 עולה כי קיים קשר בין ביצוע פעילות של פיתוח עסקי לבין צמיחה במספר המועסקים, כך שבקרב העסקים שדיווח על צמיחה שלילית או לא צמחו כלל, נמצאים יותר בעלי עסקים שלא ביצעו בשנה האחרונה פעילות פיתוח וייזום בעבודה, ואילו בקרב העסקים שדיווחו על צמיחה של 3 עובדים לפחות, היחסים מתהפכים וניתן לזהות את בעלי העסקים אשר עסקו בפעילות יזום עסקית.

סוגי העובדים בהם חלה הצמיחה המשמעותית ביותר

ההבדל המובהק היחיד שנמצא בין עסקים בפריפריה הרחוקה בהקשר של סוגי העובדים בהם חלה הצמיחה המשמעותית ביותר לאורך השנים נמצא בהתייחסות לעובדים בלתי מקצועיים. עסקים בפריפריה הרחוקה דיווחו כי כ-20% מהעובדים בהם חלה הצמיחה הם עובדים בלתי מקצועיים, לעומת כ-9% מהעסקים במרכז. המגמה מתהפכת כאשר מסתכלים על הצמיחה בעובדים האקדמיים ובעלי המקצועות החופשיים.

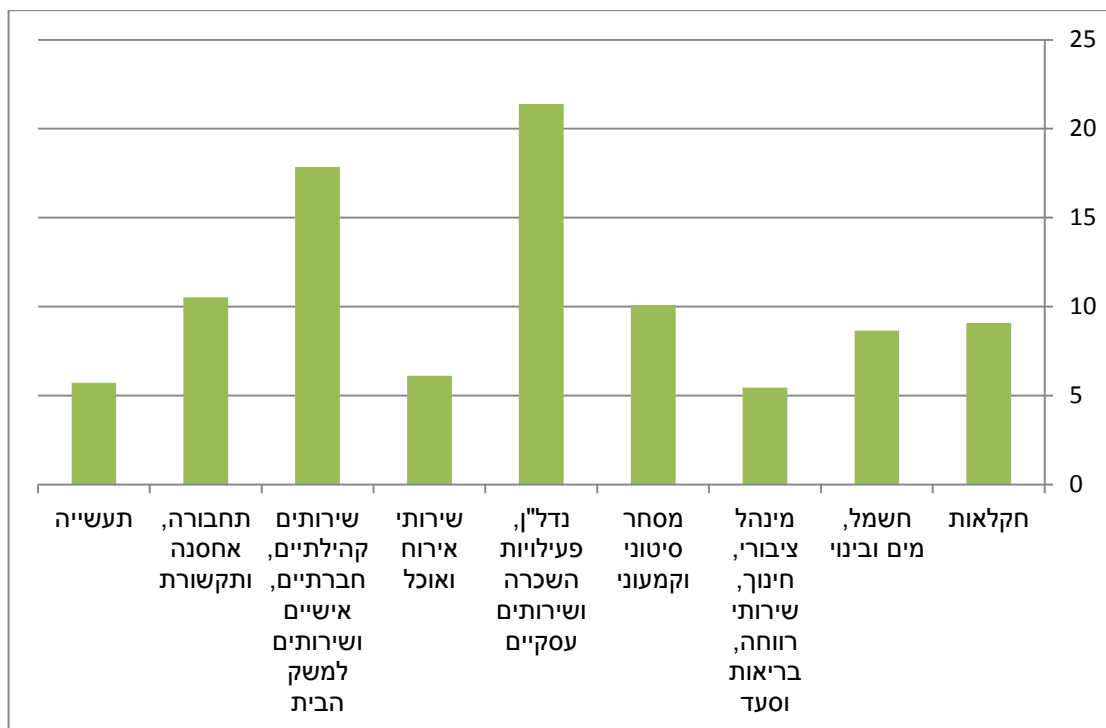
איור 31: סוגי עובדים בהם היתה צמיחה, לפי אזור גיאוגרפי



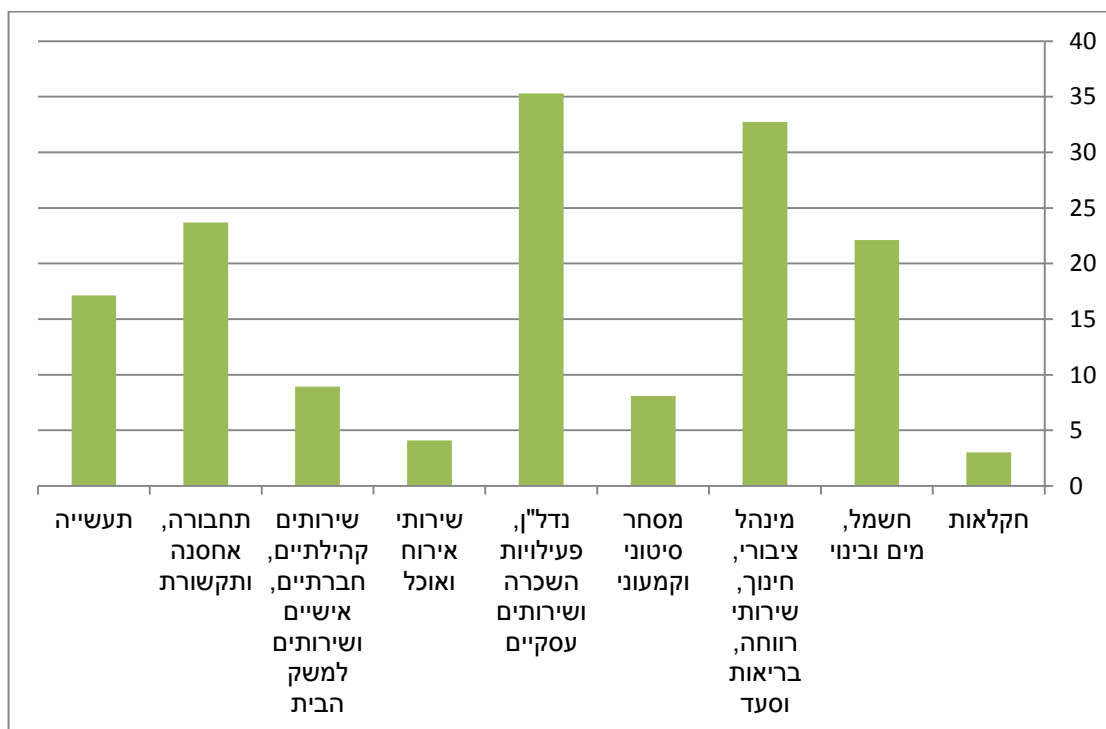
צמיחה במספר העובדים מסוגים שונים, לפי ענף כלכלי

לפי נתוני הסקר, קיימים הבדלים בסוגי העובדים הנדרשים על ידי עסקים מענפים כלכליים שונים. ענף נדל"ן, פעילויות השכרה ושירותים עסקיים בולט כמעסיק של עובדי צווארון לבן, בהם עובדי משרד, אקדמאים ובעלי מקצועות חופשיים.

איור 32: אחוז העסקים שהוסיפו עובדי אדמיניסטרציה, לפי ענף

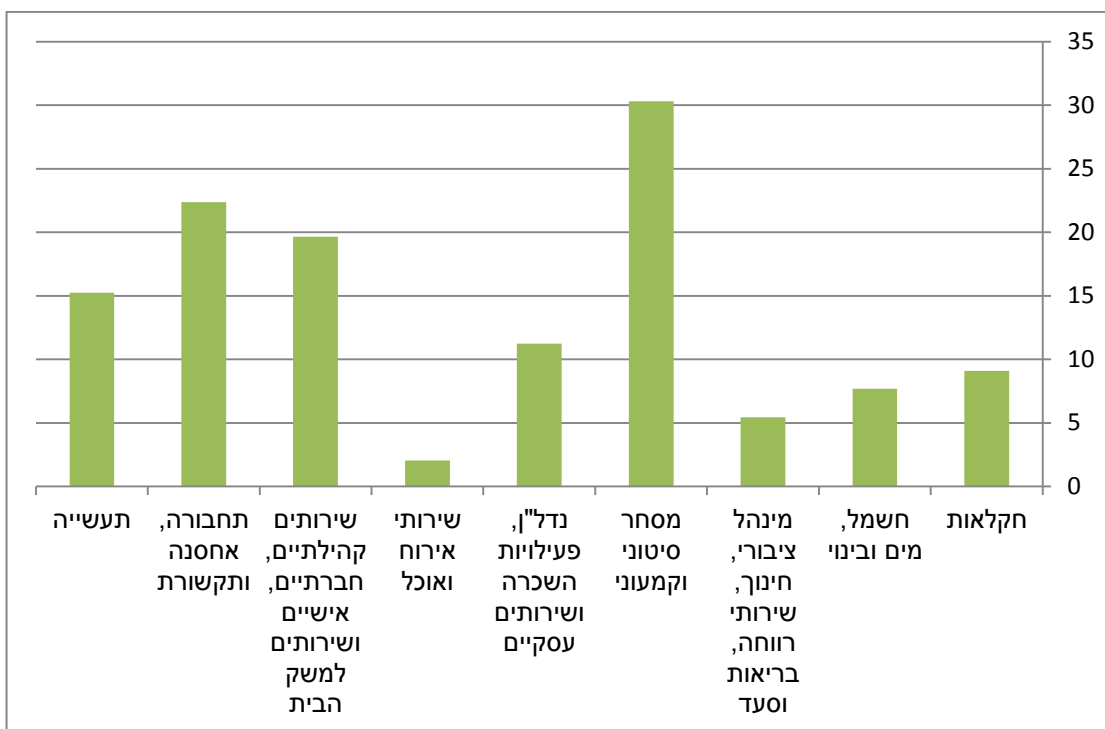


איור 33: אחוז העסקים שהוסיפו עובדי אקדמאים ובעלי מקצועות חופשיים, לפי ענף



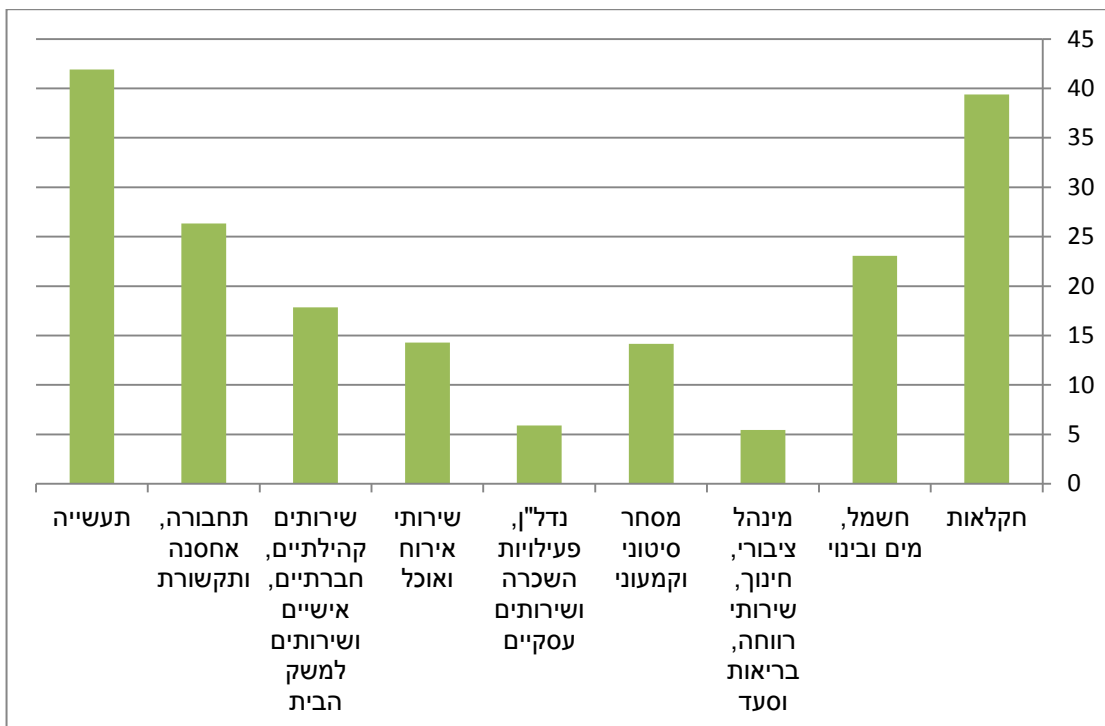
באופן טבעי, ענף המסחר הסיטוני והקמעוני הוא זה שבו נדרש המספר הגדול ביותר של עובדי שיווק ומכירות.

איור 34: אחוז העסקים שהוסיפו עובדי שיווק ומכירות, לפי ענף



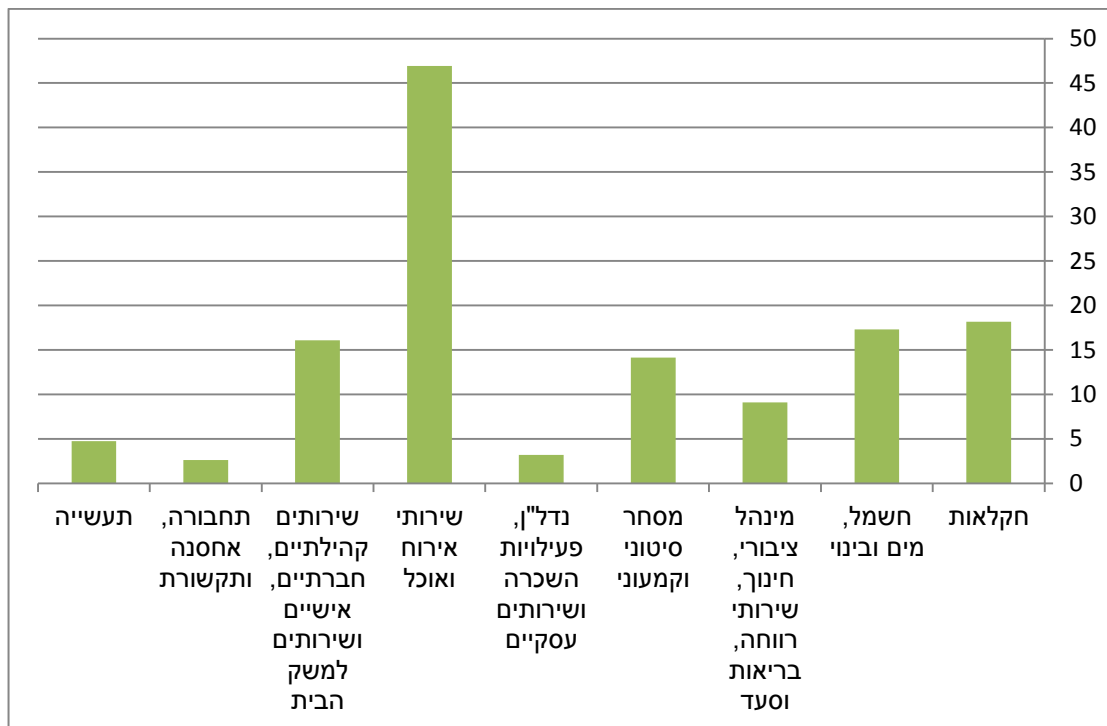
עובדים מקצועיים דרושים בעיקר לעסקים בענפי התעשייה והחקלאות.

איור 35: אחוז העסקים שהוסיפו עובדים מקצועיים, לפי ענף



עובדים בלתי מקצועיים דרושים בענפים שונים, אך בעיקר בענף שירותי האירוח והאוכל שהוא עתיר בכח אדם לא מקצועי.

איור 36: אחוז העסקים שהוסיפו עובדים בלתי-מקצועיים, לפי ענף

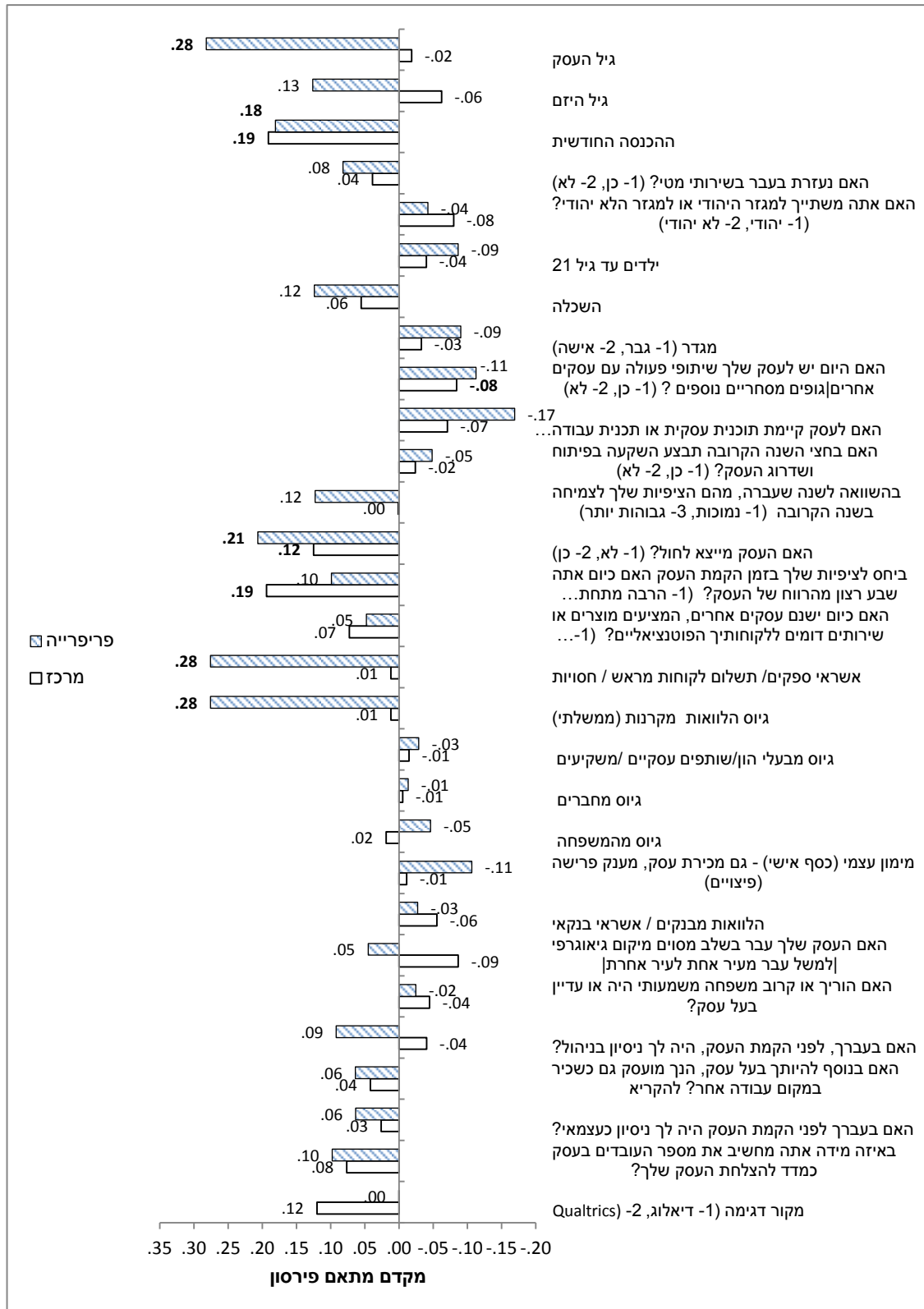


הקשר בין צמיחה למשתנים אחרים בקרב כלל המדגם

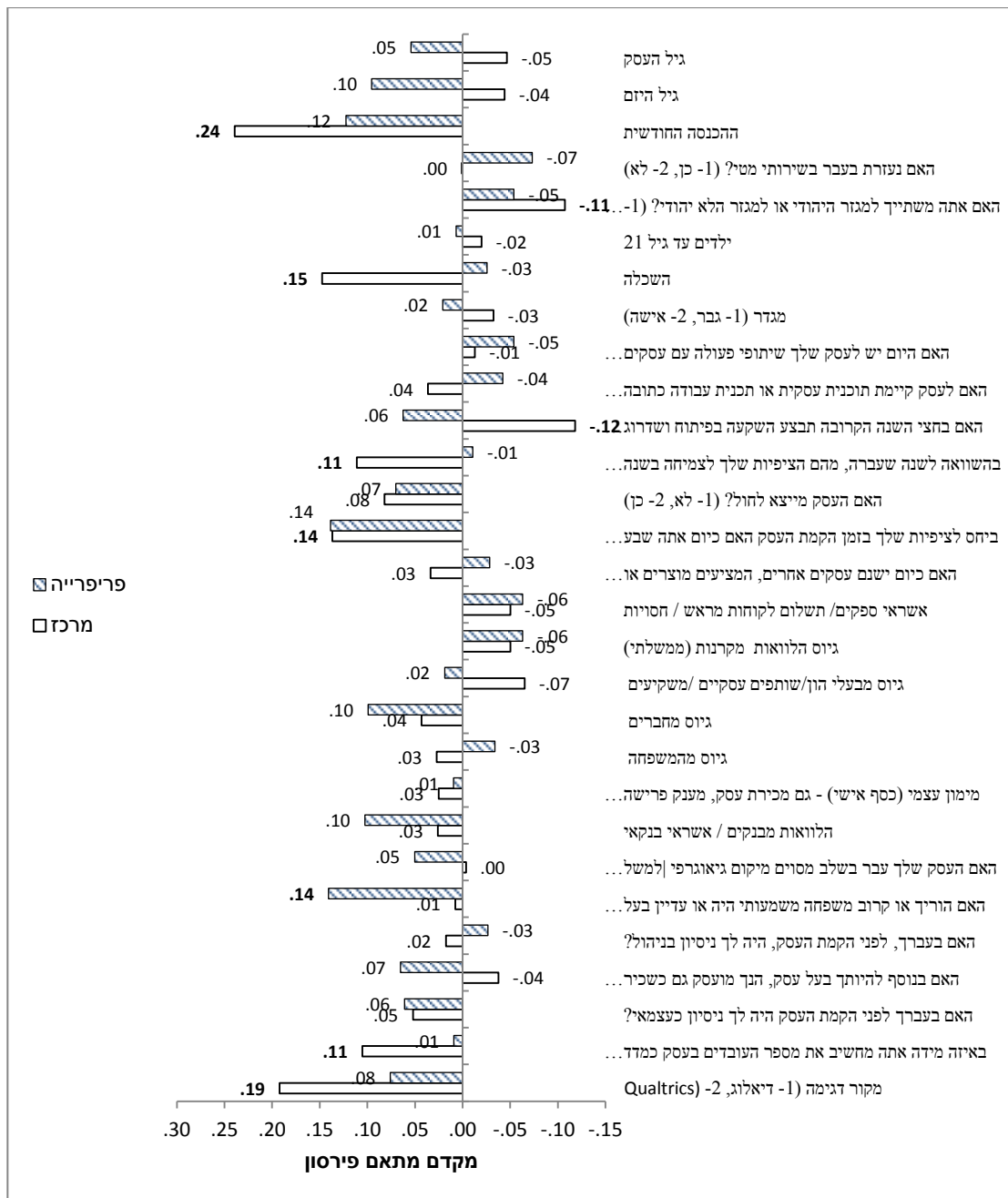
על מנת לאתר את המשתנים המשפיעים על צמיחה, צפי להוספת עובדים וכוונות להרחבת העסק נערך מבחן פירסון לבדיקת מתאם בין משתנים. טבלת המתאמים המלאה מוצגת בנספח 5. לאחר בדיקת המתאמים עבור כלל המדגם, בוצע המבחן לחוד עבור עסקים מהמרכז ועבור עסקים מהפריפריה הרחוקה.

איור 37: הקשר בין צמיחה מוחלטת (שינוי במספר העובדים) למשתנים אחרים, לפי אזור

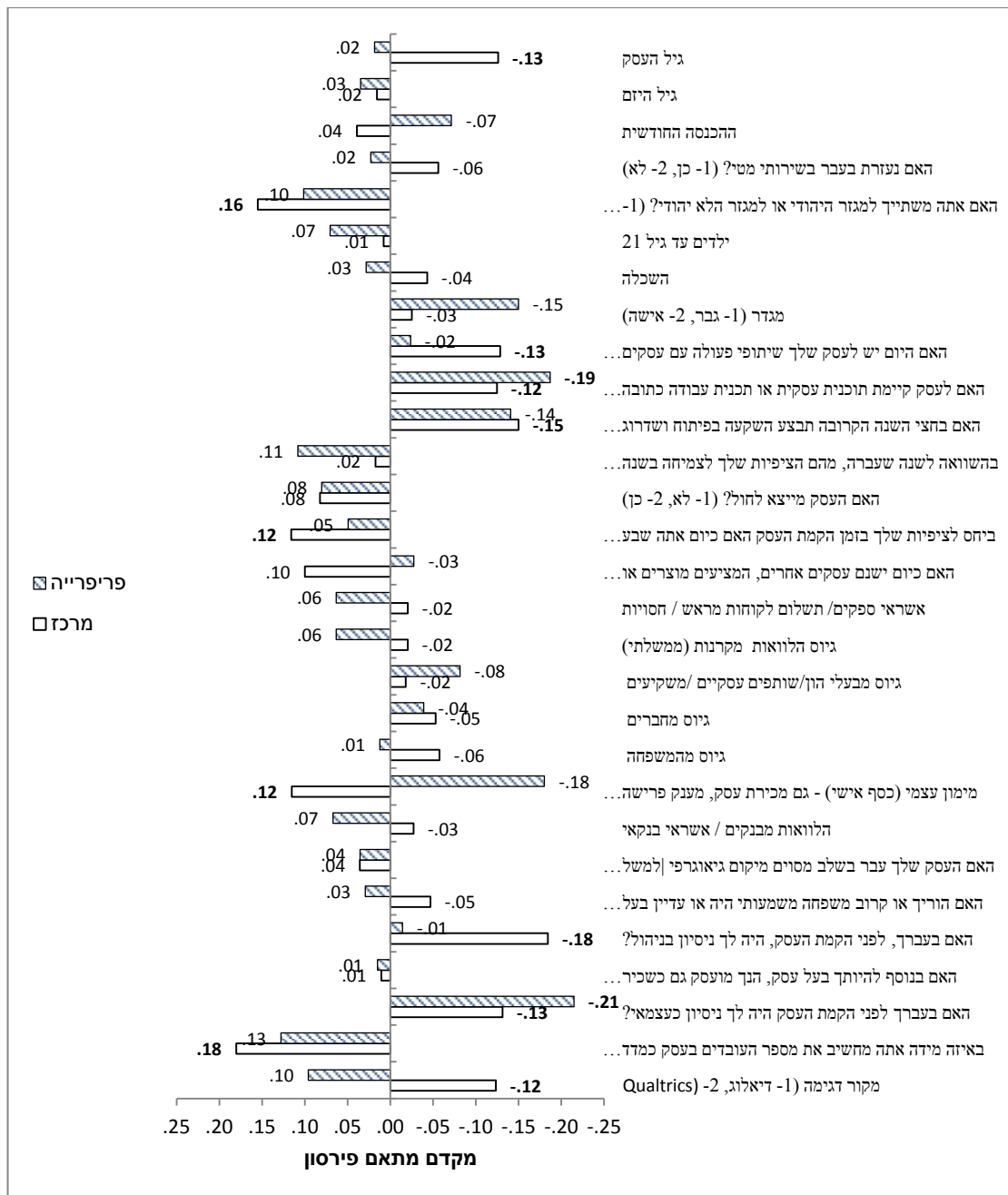
גיאוגרפי



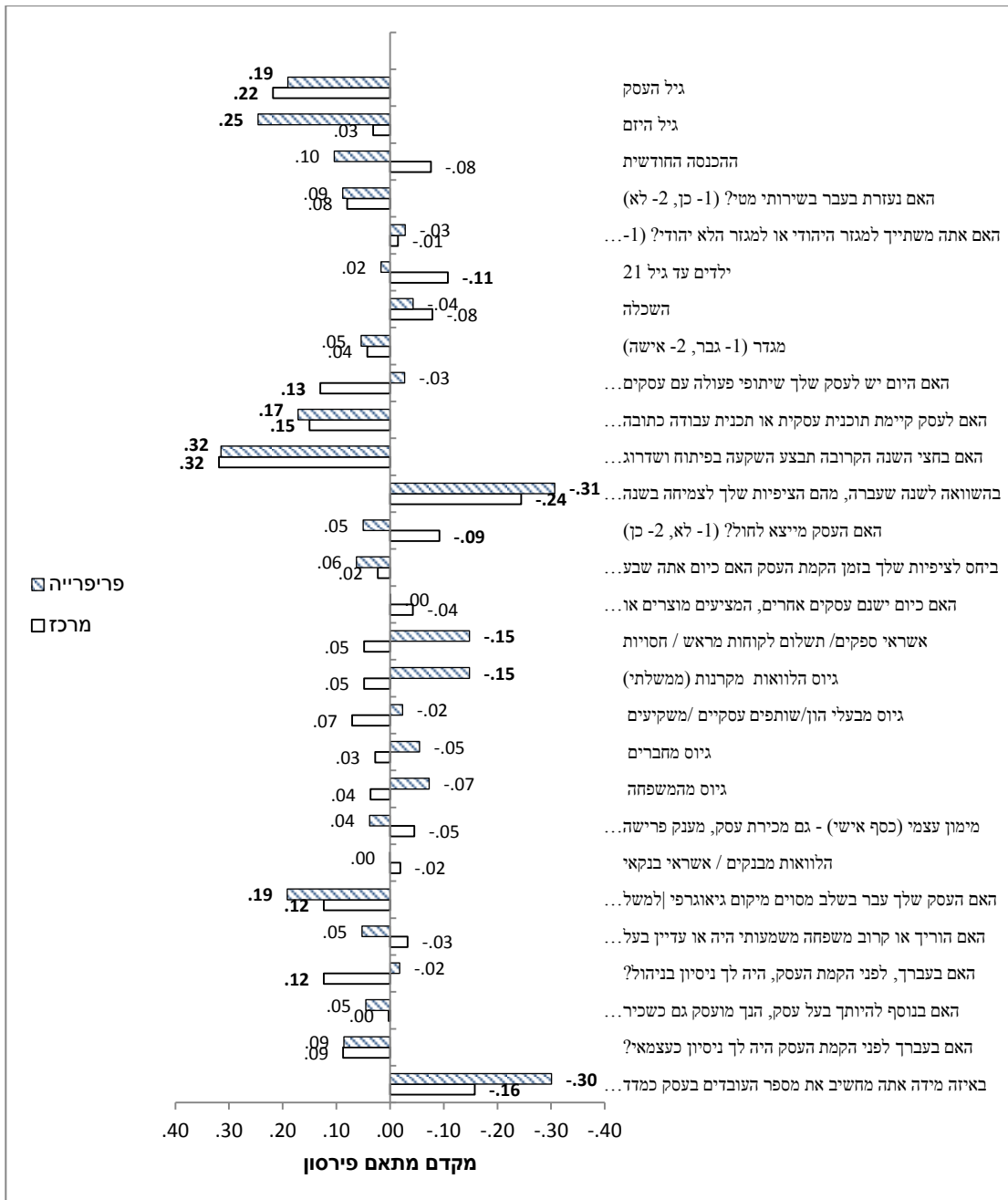
איור 38: הקשר בין קיום צמיחה למשתנים אחרים, לפי אזור גיאוגרפי



איור 39: הקשר בין צפי לצירוף עובדים לעסק למשתנים אחרים, לפי אזור גיאוגרפי



איור 40: הקשר בין כוונות להרחבת העסק בשנתיים הקרובות למשתנים אחרים, לפי אזור גיאוגרפי



ניתוח רגרסיה של משתני הצמיחה השונים במדגם

הנתונים שנסקרו עד כה אינם מספקים קשרים סיבתיים – לא ניתן להסיק מהם מה גורם לצמיחה במספר העובדים בעסק או מה מאט צמיחה זו. כדי למצוא קשרים סיבתיים יש להשתמש בניתוח רגרסיה, שיטה המדמה ניסוי באמצעות נתונים שמקורם אינו בניסוי (במקרה זה מקורם בסקר שאותו ערכנו). המשתנים המוסברים (תלויים) בניתוחי הרגרסיה שאותם ערכנו הם:

- מספר העובדים שנוספו לעסק בשנות קיומו.
- שיעור הצמיחה במספר העובדים במשך שנות קיום העסק.
- כוונות להשקיע בהרחבת העסק בעתיד הקרוב.
- צפי לצירוף עובדים לעסק בעתיד הקרוב.

המשתנים המסבירים (בלתי-תלויים) בניתוח הרגרסיה הם משתני הרקע השונים במדגם: נתונים על בעל העסק, ובהם משתנים דמוגרפיים, סוציו-אקונומיים, תעסוקתיים ואישיותיים; ונתונים על העסק: משתנים דמוגרפיים וכלכליים.

טבלאות 5-8 מתארות את תוצאות ניתוחי הרגרסיה עם ארבעת המשתנים התלויים הנ"ל.

טבלה 5: רגרסיה מרובה של הגורמים המסבירים את הצמיחה בכמות העובדים בעסק בשנות קיומו

מקדם הרגרסיה	משתנה מסביר
-2.157	קבוע
-0.002	מגדר (1 - אישה, 0 - גבר)
1.112*	השכלה אקדמית
-0.230	ילדים עד גיל 21
1.316*	מצב משפחתי (1 - בזוגיות קבועה, 0 - אחר)
-0.179	נישיון עבר בניהול (1 - כן, 0 - לא)
0.931*	האם הוריד או קרוב משפחה משמעותי היה או עדיין בעסק? (1 - כן, 0 - לא)
2.367***	חברה בע"מ (1 - כן, 0 - לא)
3.261**	מתחרים מעטים לעסק (1 - כן, 0 - לא)
1.828**	ייצוא לחו"ל (1 - כן, 0 - לא)
0.441	קיום תוכנית עסקית (1 - כן, 0 - לא)
-0.9352	השתתפות בעבר בתוכניות מסובסדות לסיוע עסקים קטנים ובינוניים (1 - כן, 0 - לא)
0.080	האם השתתפת בתוכניות לא מסובסדות לעסקים
-2.045***	הפעלת העסק מהבית (1 - כן, 0 - ממקום אחר)
-0.712	מחקר ופיתוח בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
1.071*	פעילות ייזום בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
0.838*	הון פסיכולוגי חיובי
0.10	R ²
0.06	R ² מתואם

*רמת מובהקות 10%; **רמת מובהקות 5%; ***רמת מובהקות 1%

משמעות מקדמי הרגרסיה במשוואה זו היא התרומה למספר העובדים בעסק של שינוי בכל אחד מהמשתנים. כך למשל, אם מחזיקים את כל הגורמים האחרים קבועים, בעל עסק אקדמאי תורם בממוצע לצמיחה של העסק בעובד נוסף.

טבלה 6: רגרסיה מרובה של הגורמים המסבירים את שיעור הצמיחה בכמות העובדים בעסק

מקדם הרגרסיה	משתנה מסביר
0.130	קבוע
-0.260	מגדר (1- אישה, 0- גבר)
0.262	השכלה אקדמית
0.007	ילדים עד גיל 21
0.482*	מצב משפחתי (1 - בזוגיות קבועה, 0 - אחר)
0.077	ניסיון עבר בניהול (1- כן, 0- לא)
0.166	האם הוריך או קרוב משפחה משמעותי היה או עדיין בעסק? (1- כן, 0- לא)
0.893***	חברה בע"מ (1- כן, 0- לא)
1.133**	מתחרים מעטים לעסק (1 - כן, 0 - לא)
0.558**	ייצוא לחו"ל (1- כן, 0- לא)
-0.003	קיום תוכנית עסקית (1 - כן, 0 - לא)
-0.546**	השתתפות בעבר בתוכניות מסובסדות לסיוע עסקים קטנים ובינוניים (1 - כן, 0 - לא)
0.243	האם השתתפת בתוכניות לא מסובסדות לעסקים
-0.716***	הפעלת העסק מהבית (1- כן, 0- ממקום אחר)
-0.295	מחקר ופיתוח בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
0.663***	פעילות ייזום בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
0.334**	הון פסיכולוגי חיובי
0.12	R ²
0.09	R ² מתואם

*רמת מובהקות 10%; **רמת מובהקות 5%; ***רמת מובהקות 1%

המשתנה התלוי כאן חושב על ידי היחס בין מספר העובדים בעסק בעת הסקר למספר העובדים בעת הקמת העסק.

טבלה 7: רגרסיה מרובה של הגורמים המסבירים את הכוונות להשקיע בהרחבת העסק בעתיד הקרוב

מקדם הרגרסיה	משתנה מסביר
-0.589	קבוע
-0.366	מגדר (1- אישה, 0- גבר)
-0.006	השכלה אקדמית
-0.008	ילדים עד גיל 21
-0.075	מצב משפחתי (1 - בזוגיות קבועה, 0 - אחר)
0.008	ניסיון עבר בניהול (1- כן, 0- לא)
0.428**	האם הוריד או קרוב משפחה משמעותי היה או עדיין בעסק? (1- כן, 0- לא)
-0.023***	גיל העסק
0.113	חברה בע"מ (1- כן, 0- לא)
0.293	מתחרים מעטים לעסק (1 - כן, 0 - לא)
-0.203	ייצוא לחו"ל (1- כן, 0- לא)
0.348*	קיום תוכנית עסקית (1 - כן, 0 - לא)
0.011	השתתפות בעבר בתוכניות מסובסדות לסיוע עסקים קטנים ובינוניים (1 - כן, 0 - לא)
0.147	האם השתתפת בתוכניות לא מסובסדות לעסקים הפעלת העסק מהבית (1- כן, 0- ממקום אחר)
0.329	מחקר ופיתוח בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
0.578***	פעילות ייזום בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
0.466***	הון פסיכולוגי חיובי
0.08	Pseudo R ²

*רמת מובהקות 10%; **רמת מובהקות 5%; ***רמת מובהקות 1%

חישוב ההשפעה השולית (marginal effect) של המשתנים שהשפעתם מובהקת ברגרסיה הזו מאפשר לפרש אותם כהשפעה על ההסתברות להשקיע בעסק בעתיד הקרוב. ההשפעות השוליות של המשתנים כאן הן:

- פעולות יזמות 13%
- קיום תוכנית עסקית 9%
- עסק צעיר יותר 1% (כל שנה פחות)
- הון פסיכולוגי חיובי 10%
- בני משפחה בעסק 9%

טבלה 8: רגרסיה מרובה של הגורמים המסבירים צפי לצירוף עובדים לעסק בעתיד הקרוב

מקדם הרגרסיה	משתנה מסביר
0.843	קבוע
-0.461**	מגדר (1- אישה, 0- גבר)
0.070	השכלה אקדמית
0.096	ילדים עד גיל 21
-0.470*	מצב משפחתי (1 - בזוגיות קבועה, 0 - אחר)
-0.011	ניסיון עבר בניהול (1- כן, 0- לא)
0.079	האם הוריך או קרוב משפחה משמעותי היה או עדיין בעסק? (1- כן, 0- לא)
-0.023***	גיל העסק
-0.031*	מספר עובדים בעסק בעת הקמתו
0.365*	חברה בע"מ (1- כן, 0- לא)
0.598	מתחרים מעטים לעסק (1 - כן, 0 - לא)
-0.054	ייצוא לחו"ל (1- כן, 0- לא)
0.319	קיום תוכנית עסקית (1 - כן, 0 - לא)
0.398*	השתתפות בעבר בתוכניות מסובסדות לסיוע עסקים קטנים ובינוניים (1 - כן, 0 - לא)
0.209	האם השתתפת בתוכניות לא מסובסדות לעסקים
0.023	הפעלת העסק מהבית (1- כן, 0- ממקום אחר)
-0.497	מחקר ופיתוח בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
1.061***	פעילות ייזום בשנה האחרונה (1 - כן, 0 - לא)
0.257*	הון פסיכולוגי חיובי
0.13	Pseudo R ²

*רמת מובהקות 10%; **רמת מובהקות 5%; ***רמת מובהקות 1%

חישוב ההשפעה השולית (marginal effect) של המשתנים שהשפעתם מובהקת ברגרסיה הזו מאפשר לפרש אותם כהשפעה על ההסתברות לצירוף עובדים לעסק בעתיד הקרוב. ההשפעות השוליות של המשתנים כאן הן:

- פעולות יזמות 20%
- סטטוס חברה בע"מ 7%
- עסק צעיר יותר 1% (כל שנה פחות)
- עסק קטן יותר בלידתו 1% (כל עובד פחות)
- בעל העסק גבר 9%
- בעל העסק לא בזוגיות קבועה 9%
- הון פסיכולוגי חיובי 4%

תוצאות המחקר האיכותני

במסגרת המחקר התקיימו שישה ראיונות עומק: ארבעה מהם עם מומחים בתחום הכלכלה, הניהול והיזמות, ושניים עם בעלי עסקים קטנים (אחד מהפריפריה הרחוקה). השאלון המנחה לראיונות העומק נמצא בנספח 4.

ראיון 1: שלום אורן, משרד הכלכלה

שלום אורן הוא יועץ עסקי, מרצה בקורסים לניהול עסק ובעל ניסיון עסקי עשיר. התובנות החשובות העולות מהראיון הן:

- כדי לקדם צמיחה של עסקים קטנים, יש לסייע להם בגישה למכרזים ציבוריים גדולים. במקרים רבים תנאי הסף של מכרזים אלו פוסלים עסקים קטנים מהאפשרות להשתתף בהם. באותו עניין, יש לשקול חלוקה של מכרזים גדולים לחלקים קטנים כדי לאפשר ליותר עסקים קטנים לגשת ולזכות בהם.
- מיקום פיזי של שלוחות/סניפים של משרדי ממשלה בפריפריה יתרום גם הוא, כי הם צרכני שירותים גדולים.
- יש לשנות את כללי המיסוי לעוסקים מורשים, כך שתהיה הפרדה בין מס על עבודה ושכר לבין מס על פעילויות אחרות. יש גם לתקן עיוותים בתחום של מיסוי בני זוג העובדים באותו העסק.
- בעלי עסקים צריכים יותר הדרכה מקצועית שתסייע להם בפיתוח וניהול העסק.

ראיון 2: פרופסור מירי לרנר, המכללה האקדמית תל אביב-יפו

פרופסור מירי לרנר היא ראש המגמה ליזמות בבית הספר לניהול וכלכלה במכללה. בין שאר עיסוקיה היא חלק מצוות (GEM) Global Entrepreneurship Monitor בישראל. הנקודות החשובות מהראיון עמה הן:

- כדי לקדם גדילה של עסקים בפריפריה יש לשפר את תנאי המימון לעסקים קטנים, ויש להקל במיסוי (למשל מע"מ).
- יש לתגבר את מערך ההדרכה והייעוץ לעסקים.
- יש לפשט את הביורוקרטיה לעסקים קטנים, למשל על ידי מתן אפשרות לביצוע פעולות רבות יותר הקשורות לפתיחה וניהול של העסק דרך האינטרנט.
- עסקי מסחר בפריפריה צריכים לקבל סיוע בפריצה לשווקים חיצוניים (מחוץ לאזור בו קיים העסק, לא בהכרח ליצוא) כדי שלא ינגסו זה בעסקיו של זה בשוק המקומי.

ראיון 3: איתי וחגית נעים, קשת הנדסה בע"מ

איתי וחגית נעים הם בעלי חברה לפתרונות הנדסיים הפועלת בקרית שמונה. בחברה ארבעה עובדים, ויש לשער שבעלי עסקים אחרים בפריפריה שותפים לכמה מהדעות שאותן הם מביעים.

- קיים קושי להגדיל את מצבת העובדים של העסק על בסיס קבוע בגלל המחזוריות בעסקים, שפירושה כי בתקופות שפל בהזמנות יהיה עודף כוח אדם לחברה.
- קיים מחסור בתשומות ביניים בפריפריה, והצורך להביאן מרחוק מהווה עלות גדולה לעסק.
- קיים מחסור בעובדים מקצועיים בפריפריה. הכשרת עובדים בתוך בית העסק היא בעייתית, כי קיים סיכוי שבתום תקופת ההכשרה העובד יעזוב.
- השתתפות של המדינה בהכשרת עובדים ובשכר של עובדים מקצועיים יכולה לסייע בגיוס עובדים הדרושים לעסקים יצרניים. ההטבה צריכה להיות לעובדים ולא לעסקים.
- לחייב מפעלים המעוניינים בהעברת פעילויות ייצור לפריפריה להעביר גם חלק מפעילויות המו"פ שלהם, כדי להגדיל את כמות כוח האדם האיכותי באזור.
- יש לתת הקלות בארנונה לעסקים. כיום המצב הוא שמשלמים ארנונה גם על שטחים שאינם מנוצלים על ידי העסק.
- יש לתת הקלות במימון לעסקים בפריפריה.
- להתחשב בעסקים קטנים בפריפריה במכרזים ציבוריים – לאפשר להם להגיש הצעות הגבוהות בכ-15% מאלה של עסקים גדולים יותר. אלו הן הוצאות של העסק הנובעות מהמיקום בפריפריה ולא רווח לבעלי העסק.

ראיון 4: דורית אלמליח, מרכז משאבים

דורית אלמליח היא מנכ"לית מרכז משאבים בקרית שמונה, העוסק בפיתוח ויישום תוכניות לטיפוח חוסן והתמודדות. בעבר היא ניהלה את מט"י צפון הגליל, וקידמה את הקמתם של עסקים קטנים רבים בגליל העליון. היא מספקת תובנות הקשורות לגורמים אישיותיים התורמים לפיתוח עסקים ולקיומם של עסקים בפריפריה.

- כדי להגדיל את מספר העובדים בעסק קטן או בינוני יש חשיבות למטרות שמציב לעצמו בעל העסק, לחזון שלו.
- בפריפריה חשוב שעסק יספק מערך גדול יותר של שירותים (אינטגרציה אנכית), כי בפריפריה לא אוהבים לצרוך ממספר עסקים שונים שירותים המשלימים זה את זה.
- גורמים פסיכולוגיים כגון חשש מכישלון, וגורמים אישיותיים כמו חוסר מנהיגות עלולים למנוע צמיחה בתעסוקה.
- צריך לפתח "רשת פיתוח עסקית" לעסקים קטנים, שתאפשר להם לראות את התמונה הגדולה, וללמוד זה מזה. אחרת קשה יותר להתקדם.

ראיון 5: ד"ר דורון לביא, המכללה האקדמית תל-חי וקבוצת פארטו

חברת פארטו שאותה ייסד ומנהל דורון לביא משמשת, בין השאר, חברת בקרה לסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים, ומתמחה בהכנת תכניות עסקיות, לרוב לעסקים גדולים.

- גורמים העשויים להגדיל את מספר העובדים בעסקים קטנים ובינוניים הם ודאות ספציפית לגבי מכירות, לקוחות ומתחרים; היכרות עם רגולציה קיימת וצפויה; מצב המשק בישראל, ואם העסק מייצא אז גם מצב המשק בחו"ל - יכולת גיוס כספים, רמת הכנסה, פסיכולוגיה; יכולת לגייס עובדים מיומנים.

- המצב המאקרו כלכלי משמעותי יותר במרכז מאשר בפריפריה, במובן שבפריפריה אין שיקול לטווח הארוך בקבלת ההחלטות. בעל העסק בפריפריה לא לוקח בחשבון את המצב המאקרו כלכלי, ציפיות לעתיד ואז הוא מופתע - הוא לא התאים את עצמו לשינויים.

- במרכז יש לרוב ניתוק בין מקום המגורים למיקום העסק ויש מגוון של נותני שירותים (קל להוציא לקבלני משנה - מיקור חוץ).

- עסק קטן לא רואה את היכולת להוציא חלק מהפעילות לחו"ל. בפריפריה חוסר היכולת גבוה יותר.

- גורמים המעכבים צמיחה הם נגישות למקורות מימון - לא רק הלוואות, אלא גם גמישות באשראי בנקאי. גם כאן יש הבדל בין פריפריה למרכז. במרכז רמת הסיכון נמוכה יותר ולכן האשראי והגמישות זמינים יותר.

- תלות בסיוע ממשלתי - יותר בפריפריה. גם ברמת הציפיות (מהסוכנות לעסקים קטנים, יועצים וכד').

- נגישות למשקיעים - בפריפריה קשה יותר למעט בעסקי תיירות ובעסקים בינלאומיים.

- נגישות כוח אדם איכותי. במרכז קל יותר לגייס כוח אדם איכותי והמגוון גדול יותר. הנגישות בפריפריה בעייתית.

- שירותים בסביבה העסקית - שירותים מוניציפאליים, חברות שירותים, ספקים.

- מצב ביטחוני - סיכון ביטחוני יוצר אי ודאות, שגם היא פוגעת בצמיחה.

- מאפייני העסק המשפיעים על המוטיבציה של בעל העסק לפתח את העסק ולהגדיל את מספר העובדים: הענף הכלכלי מאוד קריטי. יש ענפים המוגדרים בעלי סיכון גבוה. תיירות למשל, תלויה מאד במצב הביטחוני. קמעונות פחות תלויה בכך. עסקי אינטרנט אינם תלויים כלל במיקום.
 - ההשפעה של מאפייני ידע מקצועי ו/או השכלה על צמיחה בתעסוקה: כישורים נדרשים הם למשל יכולת להבנה של תהליכים עסקיים. זה קריטי לעסק להבין מה לא יודעים, מה צריכים ומה חסר. צריך לדעת לזהות מה חסר ולהשלים את החוסרים באמצעות אנשי מקצוע. ניסיון, ידע ולימוד עוזרים לבעל העסק להבין שהוא לא יודע ומה סוג העזרה שהוא צריך. במובן זה במרכז יש יותר פתיחות לקבלת סיוע מקצועי (יועצים).
 - קורסים לניהול, מימון ושיווק עלולים לעשות נזק יותר מתועלת. מכיוון שקורס כזה עלול לגרום לו להאמין כי הוא יודע ובקיא בתחומים בהן נדרש ידע רב ("מומחה למימון", "מומחה לשיווק"...). עדיף שיבין שהוא לא יודע ויקבל ידע ממומחה בתחום. מבחינה זו עדיף קורס חניס שמרחיב את אופקיו של בעל העסק. קורס שמנגיש אותו למידע ממנו יבין מה חסר לו ומה הוא יכול להפיק. לא ללמד אותו נושא, אלא להביא אותו למצב של פתיחת אפשרויות. כאשר נותנים לו כלים ניהוליים יוצרים אשליה שהוא יכול לבצע את הדברים לבד. דווקא פחד ורתיעה יביא את בעל העסק לייעוץ מקצועי.
 - דברים שבהם המדינה יכולה לסייע לעסקים קטנים:
 - סבסוד תעסוקה לטווח קצר- שנה-שנתיים. מכיוון שעסק חושש מהעלויות, הוא לא יודע בטווח הקצר אם העלות נמוכה מהתרומה. הסבסוד מקטין את חוסר הוודאות.
 - לפתוח אופקים לגורמים מקצועיים. סבסוד יועצים ממגוון תחומים.
 - תמריצים למיקור חוץ.
 - להביא מפעלי עוגן לפריפריה - מפעל מאוד גדול שצריך לקבל שירותים מהסביבה העסקית, בין השאר מעסקים קטנים.
 - ביטוח סיכונים - הקטנת אי הוודאות באמצעות ביטוח. מאפשר לבעל העסק להיות שקט ולהתמקד בקידום הפעילות העסקית, פיתוח והשקעות: סחר חוץ, קרן לנזקי טבע (חקלאות), קרן לתיירות למצבים ספציפיים.
- ברוב התחומים, על הסיוע להיות מדורג, ולא "או/או".

- מציע לערוך מחקר כדי להבין עסקים שכשלו - לאתר את הסיבות שבגללן העסק נכשל. תוצאות מחקר כזה יעזרו לבעלי עסקים לשכך את הנפילה כאשר עסק נכשל.

ראיון 6: דגן בר אילן, בעל עסקים קטנים במרכז, ויזם בתחום ייצור בירה ביתית.

דגן בר אילן מספק תובנות נוספות על הקשיים שאיתם מתמודדים בעלי עסקים קטנים.

- הרחבת התעסוקה בעסק מחייבת הרחבת תשתיות: מבנה, תשתיות מים וחשמל. הרחבה שכזו מחייבת גיוס הון, וגיוס הון מהווה בעיה ליזם.
- בעסקי ייצור מזון יש כרוכה בירוקרטיה רבה: משרד הבריאות, רישוי לאלכוהול, מיסוי על אלכוהול, חוק המיחזור, רישוי עסקים עירוני. המון גורמים ולכל אחד יש התהליך שלו והטפסים והבדיקות הנדרשים.
- הדרישות ממפעל ייצור מזון גדול וממבשלת בירה ביתית הן אותן דרישות. יזם קטן לא יכול לעמוד בסטנדרטים הנדרשים מחברות מזון גדולות.
- במהלך הקמת העסק אין ליזם מספיק כספים ולכן הוא נדרש לחשוב איפה לצמצם. ליזם יש תחושה שהוא יודע הכל ואז הוא מוותר על הייעוץ. זו טעות שעליה משלם היזם בהרבה זמן וכסף.
- חסם משמעותי לצמיחה הוא ההובלה של המוצר הסופי אל הלקוח. לעסקים קטנים אין מספיק פתרונות הפצה.
- מציע לבנות "מטריית ייעוץ", מאגר יועצים במגוון תחומים שיתנו מענה לכל הקשיים לכל הבעיות שאיתם צריך להתמודד היזם. נדרשת מקצועיות מאוד גדולה, נדרשת תמיכה רחבה ועמוקה ולטווח זמן ארוך יותר מהקיים היום.
- נדרש חיבור בין היזם החדש שאינו מספיק יודע ואינו מספיק מכיר עם המשקיע. צריך לתת ידע איך למצוא משקיעים, איך להציג להם את הפרויקט, איך לבנות את תיק ההצגה שיהיה אמין ומקצועי.

ניתוח הראיונות

ראיונות העומק מאפשרים מבט מעמיק על הקשיים והאתגרים עימם נאלצים להתמודד בעלי עסקים קטנים המבקשים להרחיב את עסקיהם. מהממצאים עולה כי קיימים אתגרים דומים לבעלי העסקים במרכז ובפריפריה. יחד עם זאת, יש לפריפריה מאפיינים ייחודיים, שהמשמעותיים בהם הם המרחק ממרכזי מסחר ותעשייה והיעדר הגודל, המשפיעים אף הם על הפיתוח של עסקים קטנים וצמיחתם. מהממצאים עולה כי בעל העסק הקטן נדרש להתמודד עם אתגרים בתחומי גיוס הון יותר מאשר בעל עסק גדול.

הרחבת העסק היא אינטרס משותף לרבים מהמרוויגים, העסקת עובדים נתפסת כמחויבות ארוכת טווח ולכן היא בעייתית יותר בעסקים קטנים מאשר בעסקים גדולים. הגדלת מספר העובדים מושפעת מהמחזור העסקי ולכן מחייבת צמיחה בתחום הייצור ובהכנסות מהעסק. נמצא כי פעמים רבות מעדיפים בעלי עסקים קטנים להכניס לעסק בן/בת משפחה מכיוון שהם מרגישים שזה פחות מחייב אותם מבחינת העסקה ושכר, קיימת תחושה שהכסף לא עוזב את העסק.

תכונות אישיות המקדמות פיתוח והרחבה של עסקים קטנים

נדרש שילוב בין גורמים אישיים של האדם, למשל המקום שבו הוא גדל, עם אמביציה גבוהה, חזון עסקי מפותח, מאפייני "מנהיג", מישהו הרואה את עצמו כמחליט, מוביל ובעל משמעת עצמית גבוהה. כפי שטענה שותפתו של בעל עסק (א.נ.) באומרה "איתי אדם מאוד אמביציוזי, פרפקציוניסט. מנהיג באישיות שלו. לא יכול שינהלו אותו. הוא המחליט. משמעת עצמית מאוד גבוהה". מ.ל. שחקרה את תחום היזמות ועסקים קטנים טוענת כי "ישנם גורמים של אישיות כמשפחה, סוציאליזציה, תרבות, ידע, והשכלה המשפיעים על היזם ועל המוטיבציה שלו להתפתח ולגדול, יש שילוב של רמה משפחתית, איפה התחנכת גדלת, מה הם המודלים שלך כולל הגורמים הסביבתיים הנערכים" ובהמשך טוענת "בדרך כלל זה אנשים שיצאו מצה"ל, חברות הייטק וכו' ולא מקורסי הכשרה".

בנוסף לגורמים האישיים קיימים גם גורמים סביבתיים, המקום בו האדם צמח, דמות החיקוי על פיה פועל, והסביבה בה הוא פועל. פרופ' מירי לרנר טוענת ש"כיום נוסף ממד התייחסותי סביבתי חדש והוא הרשתות החברתיות". בהקשר זה ראוי לציין את משמעותם של גורמים ממשלתיים ורמה מוניציפאלית סביבתית. אם הממשלה תחליט שיהיו אזורים מובילים "אלו יעזרו מאוד לתמיכה".

חסמים של עסקים קטנים במעבר מעסק קטן לעסק צומח

מהראיונות עולה כי הצורך בהון וקשיים בגיוס הון לפיתוח העסק היא אתגר משמעותי לבעלי עסקים קטנים המבקשים לפתח את עסקיהם. ההון נדרש לארבעה צרכים: פיתוח תשתיות נוספות להרחבת הייצור, פיתוח מקצועי, העסקה של עובדים נוספים וכניסה למרחבי שיווק חדשים של המוצר או השירות. כל בעלי העסקים הקטנים וגם מומחים בתחום ציינו כי קיימים קשיים בגיוס הון לפיתוח העסק. מ.ל. ציינה בראיון עמה "אני סבורה שתחום בעייתי אחד (בפיתוח עסקים קטנים) זה החלק המימוני, המיסוי ותשלומי המע"מ, חוסר בהלוואות בתנאים נוחים - כל הגורמים האלה מכבידים על העסקים הקטנים". ו.א.נ. בעל עסק קטן בפריפריה הדגיש "קושי זה (גיוס הון לצרכי פיתוח עסקי) הוא בעיה מרכזית בתחום שלי וזה לא רק בפריפריה, זה בכל מקום. ההשקעות בצידוד מאוד גבוהות, מאות אלפי שקלים, וזה לפני שהתחלת לייצר חלק אחד. אם אני רוצה להתחרות בשוק שהוא טכנולוגי אני לא יכול להישאר מאחור. אז צריך צידוד ברמה סבירה וזה מתבטא בהשקעות גבוהות. אם אין לך הון עצמי אז קשה לגייס כסף מול הבנקים. לרובנו אין הון עצמי בתחילת הדרך, אז זה מקשה על יכולת הצמיחה. אי אפשר להשקיע גם במכונות וציוד וגם בעובדים מוכשרים. הגדלת השכר היא הגדלה בהוצאות, במעבר מעסק של יחיד לעסק גדול יותר מדובר פעמים רבות בהכפלת ההוצאה וזה מחייב להגדיל (להכפיל) את הייצור את התפוקה בכדי להכפיל את ההכנסות. זה אתגר שקשה מאוד לעמוד בו".

הוא מסביר כיצד המדינה יכולה לקדם פיתוח עסקים קטנים והזרמת הון על ידי שינוי שיטת המכרזים הנוכחית, שהוא קורא לה "חסם המכרזים". לטענתו, העמידה במכרזים בעייתית לעסקים קטנים, כי המכרזים יוצרים העדפה לעסקים גדולים. העסק הגדול נתפס כבטוח יותר, מסודר יותר ויכול להציג בטוחות לעמידה ביעדי המכרז יותר מאשר עסק קטן, ומכאן שעסקים קטנים אינם יכולים להתמודד במכרזים ונחסם בפניהם נתח עבודה גדול. "ישנם המון מכרזים שתנאי הסף של המכרז פוסלים אוטומטית עסקים קטנים, כתוצאה מזה המצב הוא שעסקים קטנים מגייסים עוד עובדים ומפטרים אותם, כי אין להם עבודה בשבילם". ש.א. מחזק טענה זו באמצעות דוגמא לפרויקט בניה גדול שניתן היה לנהלו בצורה שונה ועל ידי כך לאפשר לבעלי עסקים קטנים ליהנות מתעסוקה ולאפשר גדלת מספר העובדים בהם באומרו "כאשר יצא מכרז לסלילת כביש, אם למישהו היה אכפת הוא היה מחלק את המכרז לשלושה מכרזים קטנים ולא אחד גדול – כך היו זוכים מספר עסקים קטנים בנתח של סלילת הכביש ולא חברה אחת גדולה".

היעדר עובדים מקצועיים- חסם המקצועיות

בראיונות עם בעלי העסקים ועם המומחים עלה הקושי בגיוס אנשי מקצוע. בעיית גיוס אנשי המקצוע שונה בין המרכז לפריפריה. בשני האזורים דובר על קשיים בגיוס והעסקת אנשי מקצוע מתחומי המעטפת והמנהל של העסק הקטן. בפריפריה הובלט היעדרם של אנשי מקצוע ברמה גבוהה ובעיקר בתחום הטכנולוגי. בהקשר של הצורך באנשי מקצוע בתחומי המעטפת כמו למשל: תכנון כלכלי, ניהול ובקרה כלכליים ארוכי טווח של תהליכי הייצור, שיווק, מכירות, תמחור וקניינות. עסק קטן נדרש לשירותים אלה כמו כל עסק אחר. מדובר בתחומים מקצועיים שחסרים לבעל העסק הקטן.

בראיונות עלה כי היעדר המקצועיות בתחומים אלה יכול להפיל את העסק הקטן לדוגמא: תמחור לא נכון של תהליך ייצור יכול להפיל עסקה וגם את כל העסק, במידה ומדובר בסכום כסף נכבד בסך המחזור העסקי של העסק. כפי שתיאר ד.ב. "ייעוץ טוב דורש משאבים רבים, לפעמים נדרש ייעוץ ארוך טווח, בחינת תהליכי פיתוח ארוכים וכו'. זו מעמסה ונטל כלכלי ועל החלק הזה הכי קל לוותר כי יש לך תחושה שאתה מבין את התהליכים לעומקם- פעמים רבות זה לא ממש נכון. בסך כל ההוצאות שלך, בעיקר בשלבי התכנון, זו ההוצאה שהכי קל לוותר עליה ולכן פעמים רבות לא נעזרים במומחים ומשלמים על זה אחר כך את המחיר". בהקשר זה מוסיף ד.ל. "כישורים- יכולת עסקית להבנה של תהליכים. זה קריטי לעסק להבין מה לא יודעים, מה צריכים ומה חסר להם. לזהות מה חסר ולהשלים את החוסרים באמצעות אנשי מקצוע. ניסיון, ידע ולימוד עוזרים לבעל העסק להבין שהוא לא יודע ומה סוג העזרה שהוא צריך. במובן זה במרכז יש יותר פתיחות לקבלת סיוע מקצועי (יועצים)".

ממצא נוסף העלה כי בעלי העסק משקיעים זמן עבודה רב בעיסוק בתחומים אלה, זמן יקר שאינו מושקע בפיתוח המקצועי של העסק. אחד המרואיינים טען כי ויתר על הגשת הצעת מחיר כי לא הצליח לעמוד בלוחות הזמנים של בניית תמחור נכון של העסקה. בהקשר זה טוען ד.ל. "קורסים לניהול, מימון ושיווק עלולים לעשות נזק יותר מתועלת. מכיוון שקורס כזה עלול לגרום לו להאמין כי הוא יודע ובקיא בתחומים בהן נדרש ידע רב ("מומחה למימון", "מומחה לשיווק"...). עדיף שיבין שהוא לא יודע ויקבל ידע ממומחה בתחום", ובהמשך הוא מבהיר את הבעיה: "לא

ללמד אותו נושא. במקום להביא אותו למצב של פתיחת אפשרויות, נותנים לו כלים ניהוליים ולמעשה יוצרים אשליה שהוא יכול לבצע את הדברים לבד. דווקא פחד ורתיעה יביא את בעל העסק ליעוץ מקצועי". הוא מציע שינוי בדרכי ההכשרה של בעלי עסקים קטנים באומרו שהוא היה מציע לקיים "קורס חינוך שפותח לו אופקים. קורס שמנגיש אותו למידע ממנו יבין מה חסר לו ומה הוא יכול להפיק". מ.ל. הגדירה קושי זה באומרה "בעל העסק הקטן צריך להיות מסוגל גם להבין בשיווק ולהבין במכירות ולהבין בתחום המקצועי שלו. לדוגמא: התמחור שלהם לא נכון. מכאן נובע הצורך של עסקים קטנים בהכשרה וידע, יעוץ וחונכות. בחברה גדולה יש מומחים לכל התחומים - ייעוץ משפטי, שיווקי ועוד. בעסק קטן צריך לתת סיוע שוטף, חונכות לעסקים קטנים ושיהיו קרובים ונגישים. אין ספק שההנגשה של שירותי התמך היא מאוד חשובה".

לסיכום ניתן לומר כי בעלי עסקים קטנים המגיעים לבניית העסק מתוך עיסוק מקצועי והתמחות בתחום נדרשים למגוון תחומי התמחות נוספים המהווים מעטפת לעסק. העיסוק בתחומים הנלווים דורש זמן עבודה יקר מבעל העסק הקטן - זמן זה המושקע בתחומי המעטפת נגזל מחשיבה וקידום ופיתוח מקצועי של העסק. השימוש במומחים אלה משתנה מעסק לעסק ועל פי השלבים השונים בהם העסק מצוי, לעיתים נדרש ליווי ארוך טווח כמו למשל: שיווק, מכירות, פרסום, הנהלת חשבונות וייעוץ מס. בנוסף לכך לעיתים נדרש ליווי קצר טווח כהכנה לכתובת מכרז, תמחור תהליכי פיתוח וכיו"ב. עלות מומחים אלה מהווה נטל כלכלי גדול לבעל העסק הקטן. קורסי הייעוץ וההכשרה נתונים לו תחושה שהוא מכיר את התחום לעומקו, אך זו תחושה שאיננה נכונה ולכן יש לבצע חשיבה מחודשת על משמעות קורסי ההכשרה.

חסמים בפריפריה

בנוסף לחסמים הכלליים שהוזכרו בחלקו הקודם של הפרק עלו בראיונות גם חסמים הייחודיים לפריפריה. ככלל בעלי עסקים קטנים בפריפריה הם פעמים רבות גם שכירים, כפי שטענה מ.ל. חקרת בתחום "הזדמנויות כשכיר ועסק קטן - פנייה ליזמות אילוץ הוא ממש משמעותי בפריפריה, הוא רב יותר מאשר במרכז".

מרחק משפיע על יכולת הגעת עובדים ועל תמחור ההסעות שלהם. בעסקים בהם נדרשים בעלי מקצוע מומחים בתחומם, בעיקר בתחום הטכנולוגי, קימת תופעה של היעדר מומחים. הבאת מומחים אלה 'נופלת' על העסק. כפי שהסביר א.ג. (בעל עסק קטן בקריית שמונה) "כל פעם נמצאים בפני אותה מכשלה עיקרית שלהוסיף אדם צריך להגדיל מאוד את נפח הפעילות, כאשר אנחנו לא מדברים על עבודות ארוכות טווח ברמה של שנים, אלא ברמה של בין עשרות למאות שעות, רובן במוצק של 200 שעות. אז כמובן שהכל מושפע מקצב גיוס עבודות חדשות ובפריפריה הכל יותר קשה. מספר העסקים מסביב שצריכים את השירותים די מצומצם. בתחום שלנו הם קצת בעייתיים, כי חלק מהמפעלים, בגלל שהם בפריפריה ולא יכלו לקנות שירותי תכנון בחוץ, ובעיקר רובם מפעלים קיבוציים עם התרבות שצריך להעסיק את האנשים מהקיבוץ, אז המציאו לעצמם כל מיני מחלקות תכנון שהן לא דווקא הכי טובות והכי יעילות, אבל הן קיימות במפעל אז לא כ"כ רגילים לרכוש שירותים מבחוץ ותמיד בחוץ זה נראה יותר יקר".

הדגמה כיצד הממשל המרכזי - הרגולטור - יכול להקל על עסקים קטנים ולעסוק בפיתוחם כפי שמציג א.ג. "במכרזים של משרד הביטחון - אנחנו יכולים להגיש מחירים הגבוהים ב 15% יותר

ועדיין לזכות. זוהי דוגמה לאיך אפשר לפתוח מכרזים לעוד משרדי ממשלה בפני עסקים קטנים. ה-15% נבלעים בהוצאות הקשורות למרחק- לשינוע וכד'. זה לא ממקום של מסכנות, זה באמת מצדיק את זה".

בעיית הגודל - " מספר הלקוחות יחסית מצומצם, אז צריך להביא לקוחות מאזורים מרוחקים יותר שזה מוסיף זמן לא מבוטל של לוגיסטיקה. אפשר לנסוע די הרבה פעמים בשביל עבודה אחת". ובציטוט אחר נאמר "יש מחסור בספקי חומרי גלם. תקועים בעבודה ואז מאלתרים. במקום להביא 2 ברגים ב-5 דקות מהשכן לוקח שעתיים-שלוש למצוא פתרון. זה בסוף כסף. אז כמובן שאם היו מגוון שירותים שהייתי יכול לקבל מסביבי, אז הרבה יותר קל ופשוט. אם היו עוד עסקים דומים זה גם מקדם. כמו שעובד עובר ממני אליו, עובד שגדל אצלו יכול לעבור אלי".

פעמים רבות בעל המומחיות דורש העלאה בשכרו ובנוסף לכך הוצאות נסיעה גדולות בגלל המרחקים. ד. ש. אמר " נגישות כוח אדם איכותי. במרכז קל יותר לגייס כוח אדם איכותי והמגוון גדול יותר (סוג כ"א). הנגישות בפריפריה בעייתית". א.ג. (בעל עסק קטן בפריפריה) טען "אם הייתי במקום אחר בארץ הייתי מסתכל על זה אחרת – הייתי קונה את השירותים האלה בחוץ ולא מייצר בעצמי".

"בעסק מהסוג שלי, נדרשת הכשרה של שנתיים להגיע לרמה שאוכל לתת לו עבודה והוא יכול לבצע אותה. זה משליך באופן ישיר על יכולת תשלומי השכר, כי בסופו של דבר את העובד מעניין כמה הוא מקבל בסוף החודש. מה שיוצא בסופו של דבר, זה שאנחנו בוחרים כברירת מחדל את מי שיש. מאוד קשה לקלוט אנשים מתאימים. בודדים מעניינת אותם ההתפתחות האישית, המנטליות וכו'. אנחנו לא רוצים את ההטבות אלינו, לעסק. אלא לעובד- הטבות בארנונה, במיסוי". ד.ל. מציין את איכות כ"א כגורם מעכב: "נגישות כוח אדם איכותי. במרכז קל יותר לגייס כוח אדם איכותי והמגוון גדול יותר (סוג כ"א). הנגישות בפריפריה בעייתית".

בעיית הכשרה בפריפריה

בפריפריה מגוון בעלי המקצוע המומחים בתחומם קטן יותר מאשר במרכז, על העסק הקטן "נופל" עול ההכשרה של העובד, בתחומים רבים הכשרה לוקחת זמן רב, פעמים רבות עובד המתקבל להכשרה ולעבודה לא מוכן להתחייב לטווח הארוך. מכאן שהעסק הקטן עסוק בפרק זמן של הכשרה שבסיומו קיים חשש שהעובד יעזוב את מקום העבודה. "מספר הלקוחות יחסית מצומצם, אז צריך להביא לקוחות מאזורים מרוחקים יותר שזה מוסיף זמן לא מבוטל של לוגיסטיקה. אפשר לנסוע די הרבה פעמים בשביל עבודה אחת. לנו יש בכלל בעיה שחסרים דברים טריוויאליים כמו ברגים".

עסקים מתמחים נדרשים לשירותים ולחלקים ייחודיים, פעמים רבות נדרשת הבאת שירותים, חלקים וחלקי חילוף ייחודיים מהמרכז- והדבר משפיע על עלויות תפעול העסק ועל אובדן הזמן של בעל העסק העסוק במציאת שירותים אלה והבאתם לאזור.

מה משפיע על ההחלטה לצמיחה של העסק

מבין הגורמים האישיים המשפיעים על בעל עסק בבואו לפתח את העסק עלו מספר גורמים כ:
החשש יכול לחסל ולסגור את העסק (או לא להוביל לצמיחה). בעל העסק צריך להיות עם עוצמות,
מנהיג ולדעת לסחוף את עצמו ואת אנשי הצוות ואת כל המעגלים קדימה.

פרק 4: דיון ומסקנות

חלקם של העסקים הקטנים בכלכלת ישראל הוא משמעותי: הם מעסיקים כ-35% מהשכירים במשק, וחלקם בערך המוסף הנוצר על ידי עסקים במשק הוא דומה. אך השוואה בינלאומית מראה שבמדינות מפותחות רבות חלקם של העסקים הקטנים גדול יותר, גם בתעסוקה וגם בערך המוסף.

מחקר זה בדק מהם הגורמים היכולים להסביר צמיחה במספר המועסקים בקרב עסקים קטנים. לשם כך, נערך סקר ראשון מסוגו בישראל: בעלי עסקים סיפקו פרטים מקיפים על העבר וההווה של בתי העסק, כמו גם על ציפיותיהם לעתיד. חלק ייחודי נוסף של הסקר הוא שאלות המאפשרות להעריך ממדים באישיות בעלי העסק, הרלוונטיים למחקר הנוכחי, ובהם כמות ההון הפסיכולוגי החיובי וגורמי הצלחה וכישלון כפי שהם נתפסים על ידי הנשאלים.

מהסקר עולים המאפיינים הבאים של עסקים קטנים: רובם הוקמו במימון עצמי של הבעלים, מתוך רצון לנצל הזדמנות עסקית; רובם פועלים בסביבה תחרותית, וכשליש מהם אינם תלויים בלקוחות שבסביבתם הגיאוגרפית המיידית; רוב בעלי העסקים במדגם קיבלו ייעוץ כשלהו, אך לרוב לאחר הקמת העסק; וכמחצית מהעסקים ביצעו בשנה האחרונה השקעה כלשהי בעסק.

בעלי העסקים חושבים כי מה שיכול לגרום לעסק שלהם לצמוח הוא עלייה בביקוש למוצריהם, או הגדלת היצע המוצרים של העסק, ובאופן מפתיע גם גורמים אישיותיים: עד כמה להם עצמם יש כוח רצון מספיק להשקיע בעסק כדי להגדילו. לפי דיווחי בעלי העסקים, משניים לגורמים אלו הם חשיבות המימון לעסק כגורם צמיחה, וחשיבות הידע והמקצועיות של בעל העסק.

כאשר בעלי העסקים נשאלו על גורמים המעכבים את צמיחת העסק, הגורם העיקרי שצוין הוא ביקוש נמוך הניצב בפני העסק; במקרה זה, היעדר משאבים פיננסיים היה הגורם המעכב השני.

בממוצע, עסקים במדגם הראו צמיחה משמעותית במספר המועסקים במשך שנות קיומם. הענף הכלכלי שבו הצמיחה הגבוהה ביותר הוא ענף שירותי אירוח ואוכל. קצב הצמיחה המהיר ביותר הוא אצל עסקים צעירים, ב-6 השנים הראשונות לקיום העסק.

גודל המדגם ועושר הנתונים שבו מאפשרים לערוך ניתוח רגרסיה, שבו מתוארת ההשפעה הסיבתית של משתנים שונים על הצמיחה במספר המועסקים ומשתנים תלויים נוספים. המשתנים שנמצאו כתורמים ביותר באופן מובהק לצמיחה הם מיקום העסק באזור מסחרי או באזור תעשייה, להבדיל ממיקומו בבית או בסמוך לו; מידה מסוימת של תחרות בתחום, לא רבה מדי, אך גם לא היעדר תחרות; פעולות יזמות על ידי בעלי העסק; בני משפחה המעורבים בעסק; הון פסיכולוגי חיובי; השכלה אקדמית וזוגיות קבועה.

באופן מפתיע, קבלת סיוע וייעוץ לעסק נמצאו כגורמים המקטינים את צמיחת העסק; הסבר אפשרי לכך הוא שרוב הפניות מסוג זה שתועדו במדגם נעשו לאחר שהעסק החל לפעול, ויש להניח שבחלק מהמקרים הדבר קרה עקב קשיים שאליהם נקלע העסק. משתנה אחר שנמצא כמשפיע על צמיחת העסק הוא סטטוס החברה, כאשר סטטוס של חברה בע"מ נמצא כתורם רבות לצמיחה.

במקרה זה, מכיוון שאין באפשרותנו לדעת מהנתונים האם הרישום כחברה בע"מ קדם לצמיחת העסק, או נעשה בעקבות הצמיחה, אנו נוהרים מלומר שזהו גורם צמיחה.

נקודת תורפה במחקר היא היעדר מידע על עסקים שחדלו להתקיים, שמטבעו הוא מידע שקשה יותר להשגה. קושי מתודולוגי זה ידוע כ"הטיית הישרדות" (survival bias) בנתונים (Davidsson 2000): המחקר אינו מזהה גורמים הגורמים לכישלון של עסקים קטנים. עם זאת, זו אינה מטרת המחקר, והנתונים מאפשרים להתחקות אחר גורמי צמיחה של בתי העסק שכן שרדו.

מלבד תמונת המצב הרלוונטית לכלל העסקים בישראל, הסקר נערך כדי לאפשר השוואה בין הגורמים לצמיחה במספר המועסקים במרכז הגיאוגרפי של ישראל לאלו בפריפריה. זאת, במטרה לאפשר לקובעי המדיניות לפתח כלי סיוע לעסקים הממוקדים בצרכים של כל אזור.

ההבדלים בין האזורים הם משמעותיים: מצאנו כי עסקים בפריפריה הראו צמיחה קטנה יותר במספר המועסקים מאלו במרכז. בהתייחס לגורמי הצמיחה שאותם מצאנו, ניתן להצביע על מספר סיבות לכך: עסקים רבים יותר בפריפריה פועלים מהבית או מסמוך אליו; עסקים רבים יותר בפריפריה מוגדרים כ"עוסק מורשה" ולא חברה בע"מ.

משתנים אחרים שיכולים להסביר את השוני בין האזורים הם: שיעור גבוה יותר של עסקים בפריפריה אינם מהווים מקור פרנסה יחיד של בעליהם, העובדים גם כשכירים במקום אחר; בנוסף, עסקים בפריפריה מסתמכים יותר על לקוחות בסביבתם הקרובה, מה שמגביל את אפשרויות הצמיחה שלהם (Boston Consulting Group 2013).

לאור הממצאים במחקר זה אנו ממליצים על הצעדים הבאים שמטרתם לעודד צמיחת עסקים קטנים:

- יש לעודד עסקים במידת האפשר לפעול בקרבתם של עסקים אחרים, באזורי מסחר ותעשייה, ולא מבית בעל העסק או בסמוך לו. הדבר נמצא במחקרים קודמים כתורם גם לחיסכון בעלויות של עסקים, וגם לפריון העסק (O'Sullivan 2012). במקרה של עסקים קמעוניים, קיים יתרון למיקום כזה, כחלק ממקבץ של עסקים אחרים, משום שאלה הם המקומות שאליהם מגיעים לקוחות רבים, המעוניינים לחסוך בעלויות ובזמן הכרוכים בקניות, ומעוניינים להיות מסוגלים להשוות מחירים בין בתי עסק שונים.
- מסקנה נוספת מהמחקר היא שעל עסק להיות ייחודי, אך לא יותר מדי. מידה מסוימת של תחרות תורמת דווקא לצמיחת העסק.
- המלצה חשובה היא לעודד עסקים לא לקפוא על השמרים, כאשר הכוונה היא לבצע פעולות לשדרוג ולפיתוח העסק. אלו מאפשרות לעסק להתאים את עצמו לשינויים בשוק שבו הוא פועל, כגון כניסת טכנולוגיות חדשות, מוצרים חדשים ושינויים בטעמי הלקוחות.
- במידת האפשר, על עסקים לא להסתמך על לקוחות בסביבתם הגיאוגרפית הקרובה. ניתוק הזיקה הגיאוגרפית הוא גורם התורם להתפתחות העסק ולצמיחתו (Boston Consulting Group 2013). בין השאר, פירוש הדבר הוא לא להתמקד בענפים כלכליים

שמטבעם ממוקדים בלקוחות קרובים, כמו שירותי אוכל, שירותים למשקי בית, וחלק מעסקי המסחר הסיטוני והקמעוני.

- המלצה נוספת היא לעודד מעורבות של בני משפחה נוספים בעסק. מעורבות כזו נמצאה כתורמת לצמיחה. סיבות אפשריות לכך היא האפשרות לביזור טוב יותר של פעילויות הניהול כאשר קיימים אנשי אמון בתוך העסק, וגם התמודדות עם הקשיים בהפעלת העסק (אם קיימים כאלה) במשותף עם אנשים אחרים.
- פעולות לחיזוק ההון הפסיכולוגי החיובי של בעל העסק יכולות לתרום לצמיחת העסק. מרכיבי ההון הפסיכולוגי החיובי הם מסוגלות עצמית, אופטימיות, תקווה וחוסן. אלו הם מרכיבי אישיות שניתן לטפחם, בין השאר על ידי קיום סדנאות עם בעלי מקצוע (זיגלמן ואחרים 2006).
- התאגדות כחברה בע"מ נמצאה כבעלת קשר חיובי לצמיחת עסקים. גם אם הקשר הסיבתי כאן אינו חד-משמעי, על בעלי עסקים קטנים להיות מודעים לאפשרות זו על יתרונותיה וחסרונותיה.
- עידוד ההשכלה הגבוהה, שנמצאה גם היא כתורמת לצמיחת עסקים.
- כל ההמלצות שפורטו נוגעות ביתר שאת לפריפריה, שבמחקר זה נמצא כי הצמיחה בה נמוכה יותר.

מחקר זה משאיר גם מספר שאלות הראויות למחקרי המשך, ובהן: מהי התרומה של תוכניות סיוע וייעוץ לעסקים לצמיחה במספר העובדים? אילו הן פעולות היזמות התורמות בצורה המשמעותית ביותר לצמיחת עסקים? כיצד ניתן לפרש את הקשר שנמצא בין צורת ההתאגדות של העסק לבין צמיחתו? מהי השפעת תוכנית עסקית על צמיחת עסקים? מדוע עסקים נכשלים ואינם שורדים?

מקורות ביבליוגרפיים

- 1) Acs, Z.J., Amorós, J.E., Bosma, N., & Levie, J. (2009). From Entrepreneurship to Economic Development: Celebrating Ten years of Global Entrepreneurship Monitor. *Frontiers of Entrepreneurship Research* 2009, 29(16), Article 1.
- 2) Audretsch, D.B., & Fritsch, B. (1999). The industry component of regional new firm formation processes. *Review of Industrial Organization* 15, 239–252.
- 3) Boston Consulting Group (2013), *Ahead of the Curve: Lessons on Technology and Growth from Small-Business Leaders*.
- 4) Brock, W.A. & Evans D.S. (1989), "Small Business Economics", *Small Business Economics*, Vol. 1, pp. 7-20.
- 5) Cannarella, C., & Piccioni, V. (2006). Dysfunctions and Sub-Optimal Behaviours of Rural Development Networks. *International Journal of Rural Management*, 2(1), 29–57.
- 6) Carree, M.A. & Thurik, A.R. (2010), "The impact of entrepreneurship on economic growth", In Z.J. Acs & D.B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 557-594). Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- 7) Cynthia Benzing, Hung Manh Chu, Orhan Kara(2009) 'Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems' . *Journal of Small Business Management*. Vol. 47, Iss. 1.
- 8) Davidsson, Per. (2000) "What Entrepreneurship Research Can do for Business and Policy Practice" Keynote address at the ICSB World Conference, Brisbane, June 10, 2000.
- 9) Edmiston, K, (2007), "The Role of Small and Large Businesses in Economic Development", Economic Review of the Federal Reserve Bank of Kansas City, Second Quarter 2007, pp. 73-97.
- 10) European Commission (2003), *EU Recommendation 2003/361 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises*.
- 11) European Commission (2003). *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*. Brussels: European Commission.
- 12) Fritsch, M., & Mueller, P. (2004). Effects of New Business Formation on Regional Development over Time. *Regional Studies*, 38(8), 961–975.
- 13) Getz, D. Carlsen, J. (2004) *The family businesses in Tourism and hospitality*, CABI, Publishing.

- 14) Gimmon, E. and Levie, J., 2010. Founder's human capital, external investment, and the survival of new high-technology ventures. *Research Policy*, 39, 1214-1226.
- 15) Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- 16) Johnson, P. (2004). Differences in Regional Firm Formation Rates: A Decomposition Analysis. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 28(5), 431-445.
- 17) Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human Resource Development Quarterly*, 21(1), 41-67.
- 18) Marlow, S. and Strange, A. (1994), "Female entrepreneurs: success by whose standards?" in Morgan, T. (Ed.) *Women in management: A developing presence*. London: Rutledge, pp. 172 – 184.
- 19) Menipaz, E., Avrahami, Y., Lerner, M. (2009), *GEM 2008 – The Israeli National Report*. Beer Sheva, Israel. Ben Gurion University.
- 20) OECD (2013), *Entrepreneurship at a Glance 2013*, OECD, Paris.
- 21) O'Sullivan, A. (2012), *Urban Economics*, 8th Edition, McGraw-Hill.
- 22) Sachs, J.D., Warner, A.M., (1997) "Fundamental sources of long-run growth", *American Economic Review* 87 (2), pp. 184-188.
- 23) Shaffer, S. (2002) "Firm Size and Economic Growth", *Economics Letters* 76 (2), July 2002, pp. 195-203.
- 24) Shefer, D. and Frenkel, A., (2002) *An evaluation of the Israeli technological incubator program and its projects*. The Samuel Neaman Institute for Advance Studies in Science and Technology, Israeli Institute of Technology, August.
- 25) Sternberg, R. 2008 Entrepreneurship in German Regions and the Policy Dimension – Empirical Evidence from the Regional Entrepreneurship Monitor (REM). In: Audretsch, D.B. and Grimm (Eds.). *Local Heroes in the Global Village*. Kluwer.
- 26) Thurik, R., & Wennekers, S. (2004). 'Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth'. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), 140-149.
- 27) Verheul, I., Carree, M., & Santarelli, E. (2009). 'Regional Opportunities and Policy Initiatives for New Venture Creation'. *International Small Business Journal*, 27(5), 608-625.

- 28) דוידוביץ, מ' ר', שנאן, ש' (1999) נשים ויזמות עסקית. הוצאת שדולת הנשים בישראל המרכז למידע ולמחקר מדיניות.
- 29) דוידוביץ- נעם, ד' (2007) יזמות אסטרטגית בקרב נשים ערביות בישראל: היזמות כאסטרטגיה לשילוב בין דרישות הבית והעבודה בחברה מסורתית. חיבור למילוי חובות לקראת קבלת תאר שני, הוגש לחוג לסנאט האוניברסיטה, החוג ללימודי עבודה, אוניברסיטת תל-אביב.
- 30) דור, א', פלדמן, א', בראל, א' גבראל, ד' (2007) דו"ח הוועדה לבדיקת חסמים של עסקים קטנים ובינוניים ברכש ממשלתי. מסמך פנימי, משרד האוצר ומשרד התמ"ת.
- 31) זיגלמן, י', שחם, מ', להד, מ' ושחם, י'. (2006). פיתוח חוסן קהילתי וארגוני באמצעות מודל החוסן הרב-ממדי, משאבים מיסודו של המרכז לשעת חירום.
- 32) הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2012), דמוגרפיה של עסקים: מקבץ נתונים סטטיסטיים ממרשם העסקים 2003-2010.
- 33) המוסד לביטוח לאומי (2012), ממוצעי שכר והכנסה לפי יישוב ולפי משתנים כלכליים שונים 2010.
- 34) הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים (2013), דו"ח מצב תקופתי בנוגע לעסקים קטנים ובינוניים בישראל.
- 35) סער, ע' (2010) "יזמות זעירה של נשים כמסלול של ניעות חברתית, מספר היבטים פרדוכסליים", סוציולוגיה ישראלית, י"א, 2. עמ' 441-467.

נספחים

נספח 1: מרכיבי השאלון הכמותני ומקור התקפות האקדמית

מספר שאלה	משתנה	הגדרה-מדידה	עדויות בספרות לקשר לצמיחה במספר עובדים בעסקים קטנים
1	ענף כלכלי	סיווג עסקים לענף כלכלי על סמך קטגוריות הלשכה לסטטיסטיקה	ממצאי הספרות מעורבים: למשל ענף השירותים והקמעונאות נמצא בקשר לשלילי לצמיחת עובדים ולעיתים לא נמצא בינו לבין צמיחה קשר (Schutjens & Preisendorfer & Bruderl, & Wever, 2000, 1998, 2005), עדויות מעורבות נמצאו גם עבור ענף התעשייה והבינוי שהראה קשרים חיוביים עם צמיחה (Schutjens & Wever, 2000; Vivarelli & Audretsch, 1998; Chrisman et al., 2005), וקשרים שליליים (Bruderl & Preisendorfer, 1998; Chrisman et al., 2005). ממצאים מעורבים קיימים אף עבור ענף השירותים העסקיים, שהראו קשר חיובי (Schutjens & Wever, 2000) וקשר שלילי (Bosma et al., 2004) עם צמיחה. יזמות בענף הטכנולוגיה והעיצוב נמצאו בקשר חיובי עם צמיחה כאשר ענף הטכנולוגיה בקשר חזק יותר מאשר עיצוב (Tether and Massini, 1997). אנרגיה, כרייה, תחבורה, בנקאות, ייצור, ובנייה נמצאו בקשר חיובי עם צמיחה יותר ממסחר (Brixy & Kohaut, 1999) (commercial).
2	מקום פעילות	בחירת מקום פעילות העסק	מיקום העסק על גבול העיר או באזור כפרי נמצא בקשר חיובי עם צמיחה לעומת עסק בעיר (Brixy & Kohaut, 1999)
3	סטטוס העסק	בחירת הסטטוס הנוכחי של העסק על סמך צורת הרישום (עוסק פטור, מורשה, חברה פרטית, שותפות)	לא נמצאו עדויות
4-5	גיל העסק	הפחתת השנה בה הוקם העסק מהשנה הנוכחית, תוך כדי התחשבות בשנה בה העסק החל למכור	עדויות מראות כי לוותק העסק ישנה קשר חיובי עם צמיחה (Hoogstra & Dijk, 2003). נמצא קשר בין גיל החברה: עסקים משנות ה-70 יש קשר עם צמיחה יותר מעסקים משנות ה-80, ולאילו קשר עם צמיחה חזק יותר מעסקים שנפתחו בשנות ה-60 (Tether and Massini, 1997). חברה צעירה יותר קשורה בגדילה של כמות עובדים (Westhead & Cowling, 1994) (Brixy & Kohaut, 1999)
6	תפיסת חשיבות מספר העובדים כמנבאת הצלחת העסק	דירוג תפיסת חשיבות מספר העובדים כמנבאת הצלחת העסק על סולם ליקרט (1 – במידה מועטה מאוד או כלל לא ועד-5 במידה רבה מאוד)	לא נמצאו עדויות, אולם על סמך ראיונות עם מומחי תוכן לתפיסת מספר העובדים כמדד להצלחת העסק בעיני בעל העסק חשיבות על צמיחתו העתידית (דורון לביא, 24 לפברואר, 2013)
7	ניסיון עבר כעצמאי	מענה בינארי (0- ללא ניסיון, 1 – עם ניסיון)	ניסיון כעצמאי בעבר נמצא בקשר חיובי (Colombo & Grilli, Dahlqvist et al. (2002), (2005), Chrisman et al. (2005)
8	עיסוק בשכירות בנוסף לבעלות על עסק	מענה בינארי (0- לא מועסק, 1 – מעוסק)	קשר חיובי (Vivarelli & Audretsch, 1998) מקום הפעילות במקום שכור (על פני בבעלות החברה) – leased – נמצא בקשר עם צמיחת כמות העובדים (Westhead & Cowling, 1994)
9	ניסיון עבר בניהול	מענה בינארי (0- לא קיים, 1 – קיים)	נמצא כי לניסיון בניהול, וניסיון כעצמאי קיים קשר חיובי עם העלייה בהצלחת הארגון (Reuber, A.) (Rebecca, & Eileen Fischer. 1997) עדויות אחרות מציעות קשר שלילי בין ניסיון לבין צמיחה (Bosma et al., 2004). לניסיון עסקי והשכלה של היזם יש השפעה על צמיחת העסקה (כמות עובדים) (Pena, 2004).
10	סטטוס תעסוקתי בטרם הכניסה לעסק	בחירת המצב התעסוקתי לפני הקמת העסק (ניהול עסק עצמאי אחר, שכירות, חסר)	מוטיבציה של היזם לפתיחת העסק לא נמצאה קשורה עם צמיחה (Pena, 2004).

	תעסוקה או אי-המצאות בשוק העבודה	הנוכחי	
<p>נמצא כי לקיום משפחה בעסק יש קשר חיובי עם עלייה במכירות Carlson, Dawn S., Nancy Upton, and Samuel Seaman 2006</p>	<p>מענה בינארי (0- לא קיים בן משפחה, 1 – קיים) בהתאם לקיומו של בן משפחה או קרוב משמעותי אחר בעסק</p>	<p>קיום משפחה בעסק</p>	<p>11</p>
<p>מיקום העסק על גבול העיר או באזור כפרי נמצא בקשר חיובי עם צמיחה לעומת עסק בעיר (Brixly & Kohaut, 1999) צמיחה באזורים כפריים קשורה לעסקים בענפי ייצור (כמו עץ, מתכת) אך לא ניתן להסתכל על צמיחה באזורים אלו מבלי לקחת בחשבון ארבעה גורמים הכרחיים לתמיכה בכל עסק יזמות: ההון הפיזי של האזור (משאבים טבעיים וכו'), הון כלכלי הזמין לבעלי העסק, הון חברתי (תמיכה חברתית ליום) והון אנושי (השכלה, ניסיון עסקי והכשרה ביזמות). (Fratoe, 1993). צמיחה מתרחשת בקהילות גדולות יותר, עם שירותים טובים יותר ואחוזי עוני נמוכים יותר. מיקום אינו קשור בתכונות הקהילה אמנם כן קשור למידת הזמינות לשוק המסחר (Goode, 1989). עסקים קטנים באזורים כפריים בארה"ב מצליחים לייצא יותר מאשר בעבר מוצרים לאירופה בשל האינטרנט – דבר הקשור בצמיחה של עסקים קטנים (Bieron, & Ahmed, 2012)</p>	<p>סיווג לאזור גיאוגרפי פריפראלי על סמך שם הישוב בו פועל העסק</p>	<p>פריפראליות</p>	<p>12</p>
<p>שינוי מקום העסק נמצא בקשר חיובי עם צמיחת העסק (Hoogstra & van Dijk, 2004)</p>	<p>מענה בינארי (0- לא בוצע מעבר, 1 – בוצע מעבר), ופרטים אודות המעבר</p>	<p>שינוי מקום של העסק</p>	<p>13-16</p>
<p>נמצא כי ככל שההון הראשוני בזמן הקמת העסק רב יותר כך גדל הסיכוי לצמיחה העסקית Colombo & Grilli ,Cooper et al. (1994) Bruderl ,(2005) & Preisendorfer (1998)</p>	<p>אינדיקציה של מקורות המימון של העסק עם לידתו. שאלה פתוחה המקוטלגת על פי הלוואות מבנקים, מימון עצמי, גיוס מהמשפחה, חברים, בעלי הון וגיוס מקרנות הלוואות</p>	<p>מקורות מימון העסק</p>	<p>17</p>
<p>Sue Birley (1987)</p>	<p>הפחתה של מספר בעלי העסק בלידתו ממספר בעלי העסק כיום</p>	<p>שינוי במספר הבעלים של העסק</p>	<p>18-19</p>
<p>Sue Birley (1987) ככל שבעסק פחות עובדים (יותר קטן) כך הצמיחה שלו מהירה יותר (מבחינת כמות עובדים) – (Storey & Johnson, 1990). קשר שלילי בין גודל עסק בתחילתו לצמיחה (ככל שקטן יותר בהתחלה צומח יותר) (Tether and Massini, 1997) (Brixly & Kohaut, 1999) גודל העסק בתחילתו בקשר שלילי עם צמיחה בענפי הייצור, wholesale, ושירות; אך בקשר חיובי בענף הקמעונות (Shaffer,2006). אין קשר בגודל העסק עם צמיחה, כנראה שהסיבה היחידה לקשר היא שעסק מתחיל, יש בו פחות עובדים (confound) – עובדה המאפשרת פרשנות לא נכונה של הנתונים – כי גודל העסק בקשר שלילי עם צמיחה (Picot and Dupuy, 1996)</p>	<p>הפחתה של סך העובדים בכל אחוזי המספר (שכירים, עובדי קבלן וקבלני משנה המועסקים באופן קבוע בעסק שלך לא כולל הבעלים) בתחילת העסק ממספר העובדים כיום</p>	<p>שינוי במספר העובדים בעסק</p>	<p>20-23</p>
<p>PaulWesthead & Sue Birley (1995)</p>	<p>הערכת התקופה שבה חל השינוי המשמעותי במספר העובדים בעסק מרגע לידתו (מענה על סולם אורדינאלי: 0-2, 3-4, 5-6, 7-10 ומעל 10 שנים)</p>	<p>תקופת השינוי המשמעותי במספר העובדים</p>	<p>24</p>
<p>Sue Birley (1987)</p>	<p>נבדקים מציינים באילו סוגי עובדים חל השינוי המשמעותי ביותר</p>	<p>אופי העובדים בהם חל השינוי</p>	<p>25</p>
<p>צמיחה בעסקים קטנים מושפעת מביקוש הצרכן וגישות כלכליות של הצרכנים (Web, 2013). הגישות של הלקוחות למוצרים באמצעות האינטרנט מסייעת בצמיחה של עסקים קטנים (Bell, 2010). כישורי יזמות אינם קשורים לצמיחה כאשר לוקחים</p>	<p>ציון אחוז הלקוחות הנמצאים ברדיוס של חצי שעה באמצעות מענה על סקאלה אורדנאלי של 6 קטגוריות, הנע מ- 0% עד 100%.</p>	<p>קיום לקוחות בסביבה העסקית הקרובה</p>	<p>26</p>

<p>Brown, Earle, & Lup,) בחשבון תנאי ביקוש (2004). עסקים קטנים באזורים כפריים בארה"ב מצליחים לייצא יותר מאשר בעבר מוצרים לאירופה בשל האינטרנט – דבר הקשור בצמיחה של עסקים קטנים (Bieron, & Ahmed, 2012)</p>		
<p>נמצא כי לתחרותיות ישנה השפעה חיובית על הצמיחה העסקית (Capelleras & Rabetino 2008)</p>	<p>אומדן של כמות העסקים האחרים, המציעים מוצרים או שירותים דומים ללקוחות פוטנציאליים על פי סקאלה אורדינאלית של 3 נקודות (1- אין מתחרים, 2- מעט, 3- הרבה)</p>	<p>27 קיום מתחרים פוטנציאליים</p>
<p>מוטיבציה להקמת העסק לא נמצא קשור לצמיחה (Pena, 2004)</p>	<p>בחירה מתוך אפשרויות שונות כגון: ניצול הזדמנות, קושי בלמצוא חלופה תעסוקתית, חיפוש הזדמנות טובה יותר.</p>	<p>28 סיבת הקמת העסק</p>
<p>קצב הצמיחה ויציבות המכירות משנה את האופי הניהולי בבעלי עסקים קטנים. נטיות ניהול אלו מושפעות מכמות הצמיחה הנחשקת בשילוב מידת הסיכון שמוכנים לקחת. (Merz, Weber, & Laetz, 1994)</p>	<p>ציון היקף מכירות שנתי בתחילת המכירות בשקלים</p>	<p>29 היקף מכירות שנתי בעת הקמת העסק</p>
<p>יש קשר בין צמיחה בעובדים ומכירות : נגישות לאשראי חיצוני מהחברה מגדיל את שניהם (Brown, Earle, & Lup, 2004); כמו כן, כוח פוליטי מגדיל את שניהם (Slinko, Yakovlev, Zhuravskaya, 2005).</p>	<p>ציון היקף מכירות שנתי כיום בשקלים</p>	<p>30 היקף מכירות שנתי כיום</p>
<p>נמצא כי עסקים קטנים שואפים לשביעות רצון גבוהה של לקוחותיהם ומהעבודה, ולא יכוח מוצר גבוהה יותר מאשר צמיחה (Reijonen, 2008). עובדים עם שביעות רצון גבוהה מהעבודה יוצרים לקוחות נאמנים המגבירים את צמיחת העסק (Scott, 2011 ; Levine, 2013)</p>	<p>דירוג שביעות הרצון מרווח העסק כיום ביחס לציפיות בזמן הקמת העסק (1- הרבה מתחת למצופה, 3- הרווח בערך מצופה, 5- הרבה מעל המצופה)</p>	<p>31 שביעות רצון רווחיות מהעסק</p>
<p>מחקר בראה"ב מראה צפי לצמיחה של עסקים קטנים בסיוע לענף הייצוא (Ohe, 2007). להרחבת הכלכלה האמריקאית יש חיוניות בייצוא של עסקים קטנים-בינוניים, אמנם ישנם מכשולים חיצוניים ופנימיים, ההזדמנויות בייצוא גדולות יותר מאשר המגבלות. נמצא כי יזמים של חברות קטנות-בינוניות בעלי תכונות של חדשנות, יצירתיות ופרו-אקטיביות מוכנים לשקול ייצוא יותר מאלו בעלי תכונות אלו במידות נמוכות יותר (Denise, Francoise, & Jayati, 2011). עסקים קטנים באזורים כפריים בארה"ב מצליחים לייצא יותר מאשר בעבר מוצרים לאירופה בשל האינטרנט – דבר הקשור בצמיחה של עסקים קטנים (Bieron, & Ahmed, 2012)</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים), וציון את האחוזה המכירות אשר מיוצא</p>	<p>32-34 ייצוא לחו"ל ואחוזה מהיקף המכירות</p>
<p>Bosma et al. (2004) מצאו קשר בין כוונות לצמיחה לבין צמיחה בפועל.</p>	<p>דירוג הצפייה לצמיחה ביחס לשנה החולפת, (סולם אורדינאלי: 1 – נמוכות יותר, 2- אותו הדבר, 3- גבוהות יותר)</p>	<p>34 ציפיות לצמיחת העסק בשנה הקרובה</p>
<p>לא קיימות עדויות לקשר לצמיחה, אולם נמצא כי כאשר יש תכנון מסודר ושיטתי כך גדלים סיכויי של הארגון לשפר את תפקודו (Peel & Bridge, 1998)</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים) ומענה פתוח לגבי סוג ההשקעה</p>	<p>35-36 תכנון לפיתוח ושדרוג בשנה הקרובה, וסוג הפיתוח והשדרוג</p>
<p>השקעה ב R&D בלמה צמיחה של עסקים קטנים בתחום התעשייה (Nunes. Serrasqueiro, & Leitão, 2012)</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים)</p>	<p>37 השקעה ב- R&D בשנה האחרונה</p>
<p>פרויקטים בעלי נכס אינטלקטואלי (פטנטים, זכויות יוצרים, trademarks, או פרסומים) מעסיקים יותר עובדים לאחר סיום הפרוייקט (Link & Scott, 2010). שימור או גדילה בנטיית היזמות (Entrepreneurial orientation) קשור בצמיחה של כמות העובדים בעסק (Wiklund, Patzelt & Sheperd, 2007). חדשנות מתווכת בין הון אנושי, חברתי וכלכלי של יזמים וצמיחה של העסק (הכנסות וכמות עובדים) (Omri & Ayadi-Frikha, 2012).</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים)</p>	<p>38 ביצוע פיתוח וייזום מוצרים חדשים בעסק בשנה האחרונה</p>

<p>צמיחה בכמות עובדים נמצאה קשורה ביזמות באנגליה ובאירלנד (לעומת גרמניה שפעלה ללא סיכונים וירדו כמות העובדים בשל כך) (Roper, 1996) יזמות בעסק קטן נמצא בקשר חיובי עם צמיחה (Tether and Massini, 1997).</p>			
<p>צמיחה באזורים כפריים קשורה לעסקים בענפי ייצור (כמו עץ, מתכת) אך לא ניתן להסתכל על צמיחה באזורים אלו מבלי לקחת בחשבון ארבעה גורמים הכרחיים לתמיכה בכל עסק יזמות: ההון הפיזי של האזור (משאבים טבעיים וכו'), הון כלכלי הזמין לבעלי העסק, הון חברתי (תמיכה חברתית לזים) והון אנושי (השכלה, ניסיון עסקי והכשרה ביזמות). (Fratoe, 1993). ככל שבעסק פחות עובדים (יותר קטן) כך הצמיחה שלו מהירה יותר (מבחינת כמות עובדים) – (Storey & Johnson, 1990). קשר שלילי בין גודל עסק בתחילתו לצמיחה (ככל שקטן יותר בהתחלה צומח יותר) (Tether and Massini, 1997) (Brixy & Kohaut, 1999) גודל העסק בתחילתו בקשר שלילי עם צמיחה בענפי הייצור, wholesale, ושירות; אך בקשר חיובי בענפי הקמעונות (Shaffer, 2006). אין קשר בגודל העסק עם צמיחה, כנראה שהסיבה היחידה לקשר היא שעסק מתחיל, יש בו פחות עובדים (confound) – עובדה המאפשרת פרשנות לא נכונה של הנתונים – כי גודל העסק בקשר שלילי עם צמיחה (Picot and Dupuy, 1996)</p>	<p>ציון העלות הגבוהה ביותר להפעלת העסק מתוך 4 אפשרויות (כוח אדם, ציוד ומכונות, דמי שכירות וארנונה, קניית חלק גלם)</p>	<p>מהי עלות האחזקה הגבוהה ביותר של העסק</p>	<p>39</p>
<p>נמצא כי עסקים קטנים שואפים לשביעות רצון גבוהה של לקוחותיהם ומהעבודה, ולאיכות מוצר גבוהה יותר מאשר צמיחה (Reijonen, 2008). עובדים עם שביעות רצון גבוהה מהעבודה יוצרים לקוחות נאמנים המגבירים את צמיחת העסק (Scott, 2011 ; Levine, 2013). תוכנית עסקית לייצור בעסקים קטנים המייצרים אוכל (באזורים כפריים) הינה אתגר מכשיל לחברות אלו, עליהן להיות גמישות בייצור ובאותו זמן להיות ערות לעלויות על מנת להמשיך לצמוח (Kaikkonen, 2006). על מנת שעסק קטן יצליח בצמיחתו עליו ליצור תוכנית עסקית שלוקחת בחשבון את הצמיחה בתחומים הכספיים, השיווקיים ותפקודי הנהלה. כמו כן על העסק להעריך תפקודי חברות מתחרות וליהות שיפור בתפקוד עצמי בין רבעון לרבעון (McKenna & Oritt, 1981).</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים)</p>	<p>קיום תוכנית עסקית</p>	<p>40</p>
<p></p>	<p>דירוג תדירות השימוש בתוכנית על פי סולג אורדינאלי הנע (במידה מועטה, בינונית, רבה)</p>	<p>תדירות פעילות לפי תוכנית עסקית</p>	<p>41</p>
<p>כאשר לבעל החברה חברות אחרות יש קשר שלילי עם צמיחה (Westhead & Cowling, 1994)</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים)</p>	<p>קיום שיתופים עם עסקים/ענפים אחרים כיום</p>	<p>42</p>
<p>נמצא כקשר חיובי במחקרם של Schutjens & Wever, Cooper et al. (1994) (2000), Colombo & Grilli (2005) כאשר לבעל החברה חברות אחרות יש קשר שלילי עם צמיחה (Westhead & Cowling, 1994)</p>	<p>מענה בינארי (0-לא קיים, 1-קיים)</p>	<p>קיום שיתופים עם עסקים/ענפים אחרים עם תחילת המכירות</p>	<p>43</p>
<p></p>	<p>הערכת מספר שיתופים כיום לעומת בתחילת הקמת העסק (דירוג על סקאלה אורדינאלי, פחות, מספר דומה או יותר)</p>	<p>קיום שיתופי פעולה ביחס לעבר</p>	<p>35-36</p>
<p>תוכניות התערבות ממשלתיות נמצאו בקשר חיובי אם שיפור התפקוד הארגוני Wanhill, Stephen, and R. Thomas 2004</p>	<p>מענה בינארי (0-לא השתתפו, 1-השתתפו) וציון מועד ההשתתפות על סקאלה אורדינאלי (1- בתקופה שלפני הקמת העסק – 4 לאחר הקמת העסק)</p>	<p>השתתפות בתוכניות ציבוריות לסיוע לעסקים קטנים</p>	<p>45-46</p>
<p>הגורם החשוב ביותר לצמיחה של עסק קטן בניגריה הוא סיוע כלכלי. כמו כן, הצמיחה נמנעת גם בשל ניהול לא טוב, היעדר הון, שחיתות, מבנה פנימי חלש</p>	<p>מענה בינארי (0-לא השתתפו, 1-השתתפו) – בתקופה שלפני הקמת העסק – 4 לאחר הקמת העסק)</p>	<p>השתתפות בתוכניות פרטיות לסיוע לעסקים קטנים</p>	<p>47-48</p>

<p>של החברה, ומעקב ושימור לא טוב של ניירת. (Okpara & Wynn, 2007). נמצא כי סיוע ממשלתי מקושר בקשר חיובי עם פיתוח עסקים קטנים Wanhill, Stephen, and R. Thomas 2004 מימון ממשלתי למחקר פרואייקטים של עסקים קטנים בתוכנית Small Business Innovation Research המייצר שוק למוצרים, תהליכים או שירותים שהתפתחו בעקבות מחקר הפרואייקט – נמצא משפיע על כמות מועסקים (Link & Scott,) (2010).</p>			
<p>נמצא כי כאשר עסקים נעזרים בגורמים כגון יועצים ארגוניים כך משתפר תפקודם Kadocsa, György 2004 תמיכה מבני זוג Bruderl ,Bosma et al. (2004) & Preisendorfer (1998)</p>	<p>משתתפים מתבקשים לציין מאילו גורמים הם מקבלים ייעוץ (אם בכלל). הקטלוג מתבצע על פי גורמים שונים, החל מבן/בת זוג ומשפחה, קולגות במקום העבודה הנוכחי, בעלי עסקים אחרים, בנקים, חברה חיצונית ותוכנית ממשלית</p>	<p>קבלת ייעוץ</p>	<p>49</p>
<p>נמצא כי לעסקים קטנים קיימים קשיים אשר לא קיימים בארגונים גדולים וקשיים אלו משפיעים על גודלו של העסק Mazzarol, Tim (2003) מיסים מגבילים צמיחה (Brown, Earle, & Lup,) (2004).</p>	<p>משתתפים מתבקשים לציין אילו גורמים מנעו מהם בעבר להגדיל את מספר העובדים בעסק. תשובות המשתתפים מקוטלגות ע"פ 17 גורמים שונים, אשר חלקם עוסק בסביבה העסקית ומצב השוק (היעדר לקוחות, ביקוש נמוך, היעדר שותפויות) גורמים כלכליים (היעדר תמיכה פיננסית, היעדר הון עצמי), וגורמים אישיים (חשש מהרחבת העסק, היעדר מוטיבציה)</p>	<p>גורמים אשר מנעו בעבר הגדלת מספר העובדים</p>	<p>50</p>
<p>נמצא כי ישנם מספר גורמים הכרחיים לגדילה בכוח האדם בעסק Mazzarol, Tim (2003) נמצא כי כישורים גבוהים (התאמה אישית ומומחיות) משפיעים על גדילה של עובדים (Bryson,) (Keeble & Wood, 1995) נמצא כי אינטראקציה בין השכלה של בעל החברה וכמות המומחים/מקצוענים בין העובדים קשורה בצמיחה של כמות עובדים (Johnson, Conway, &) (Kattuman, 1999). ישנו קשר חיובי בין מספר עובדים שחברים באיגוד עובדים לבין צמיחה (Kendix, 1991). ככל שהמצב הטכנולוגי בחברה יותר up-to-date ישנו קשר חיובי עם צמיחה (Brixly & Kohaut,) (1999).</p>	<p>משתתפים מתבקשים לציין האם 15 גורמים גורמים להגדלה, להקטנה או שאינם רלוונטיים בהשפעה על כוח האדם בעסק. אשר מסומנים כבעלי פוטנציאל הגדלה או בעלי פוטנציאל הקטנה</p>	<p>גורמים הנתפסים כמשפיעים על שינוי כוח האדם בעסק</p>	<p>51</p>
<p>נמצא כי סיוע ממשלתי מקושר בקשר חיובי עם פיתוח עסקים קטנים Wanhill, Stephen, and R. Thomas 2004 מימון ממשלתי למחקר פרואייקטים של עסקים קטנים בתוכנית Small Business Innovation Research המייצר שוק למוצרים, תהליכים או שירותים שהתפתחו בעקבות מחקר הפרואייקט – נמצא משפיע על כמות מועסקים (Link & Scott,) (2010).</p>	<p>בחירה בין 6 סוגי תמיכה: ניהול העסק, שיווק, פיתוח שווקים, פיתוח מקצועי, תמיכה פיננסית, בניית תכנית עבודה</p>	<p>סוג סיוע ממשלתי אשר יגדיל מספר עובדים</p>	<p>52</p>
<p>נמצא כי עסקים קטנים שואפים לשביעות רצון גבוהה של לקוחותיהם ומהעבודה, ולאיכות מוצר גבוהה יותר מאשר צמיחה (Reijonen, 2008). עובדים עם שביעות רצון גבוהה מהעבודה יוצרים לקוחות נאמנים המגבירים את צמיחת העסק (Scott, 2011 ; Levine, 2013) על מנת שעסק קטן יצליח בצמיחתו עליו ליצור תוכנית עסקית שלוקחת בחשבון את הצמיחה בתחומים הכספיים, השיווקיים ותפקודי הנהלה.</p>	<p>כוונת המשתתפים בשנתיים הקרובות להרחיב את העסק. מענה בינארי (0-לא מעוניין, 1- מעוניין)</p>	<p>כוונת להרחבת העסקת מבחינת עובדים וצפי מבחינת כמות עובדים</p>	<p>53-54</p>

כמו כן על העסק להעריך תפקודי חברות מתחרות ולזהות שיפור בתפקוד עצמי בין רבעון לרבעון (McKenna & Oritt, 1981).			
לא נמצאו עדויות	תיאור הסיבות לאי הרחבת העסק בקרב משתתפים שצינו כי אינם מעוניינים להרחיב גבר/אישה	סיבות לאי הרחבת העסק	55
נמצא כי כאשר מין הנבדק הינו גבר יש לכך השפעה חיובית על הצמיחה (Dahlqvist et al. (1994); Cooper et al. (2002); Bruderl, Bosma et al. (2004) & Preisendorfer (1998) מחקר נוסף מצא כי אין הבדלים Johnsen, Goril J., and Richard GP McMahon 2005		מגדר	56
גיל היזם נמצא כמו כן גם בעל השפעה חיובית Colombo & Grilli (2005)	שנת לידה	גיל	57
קשר חיובי של השפעת השכלה על צמיחה של עסקים בינוניים נמצא במחקרם של Colombo & Grilli, Cooper et al. (1994) (2005). נמצא כי אינטראקציה בין השכלה של בעל החברה וכמות המומחים/מקצוענים בין העובדים קשורה כי בצמיחה של כמות עובדים (Johnson, Conway, & Kattuman, 1999). לניסיון עסקי והשכלה של היזם יש השפעה על צמיחת העסקה (כמות עובדים) (Pena, 2004). השכלה גבוהה יותר של בעל החברה נמצא בקשר שלילי עם צמיחה של עובדים (Westhead & Cowling, 1994)	השכלת המשתתף (עממית, תיכונית, על תיכונית, אקדמית תואר ראשון, אקדמית עם תואר שני ומעלה)	השכלה	58
	המצב המשפחתי לפי הקטגוריות: רווק, פרוד/גרוש/אלמן, או בזוגיות קבוע	מצב משפחתי	59
	המצב התעסוקתי של בן/בת הזוג בקטגוריות נומינאליות: עבודה יחד בעסק, עצמאי בעסק אחר, שכיר, או כלל לא עובד	מצב תעסוקתי של בן/בת זוג	60
	ציון מספר הילדים עד גיל 21	מספר ילדים עד גיל 21	61
		ישוב מגורים	62
כאשר בעל העסק מהגר נמצא קשר שלילי עם צמיחה Cooper et al. (1994); Dahlqvist et al. (2002)		ארץ לידה ושנת עלייה	63-64
מחקר בריטי מראה כי לגורם האתני ישנה השפעה על קבלת ההחלטות Scott, Jonathan M., and David Irwin 2009	בחירת הזיקה הדתית של המשתתף (יהודי, מוסלמי, נוצרי, דרוזי)	זיקה דתית	65, 68
	מידת הדתיות על פי סקאלה אורדנאלית (1-דתי אדוק, דתי, מסורתי, חילוני)	מידת דתיות	66
	מוסלמי, נוצרי, דרוזי	המונח אתה	67
	דיווח המשתתפים האם נעזרו בעבר בשירותי מ.ט.י - מענה בינארי (0-לא, 1-כן)	היעזרות בשירותי מ.ט.י	68
יש קשר בין צמיחה בעובדים ומכירות : נגישות לאשראי חיצוני מהחברה מגדיל את שניהם (Brown, Earle, & Lup, 2004). צמיחה באזורים כפריים קשורה לעסקים בענפי ייצור (כמו עץ, מתכת) אך לא ניתן להסתכל על צמיחה באזורים אלו מבלי לקחת בחשבון ארבעה גורמים הכרחיים לתמיכה בכל עסק יזמות: ההון הפיזי של האזור (משאבים טבעיים וכו'), הון כלכלי הזמין לבעלי העסק, הון חברתי (תמיכה חברתית לזים) והון אנושי (השכלה, ניסיון עסקי והכשרה ביזמות). (Fratoe, 1993). צמיחה מתרחשת בקהילות גדולות יותר, עם שירותים טובים יותר ואחוזי עוני נמוכים יותר. מיקום אינו קשור בתכונות הקהילה אמנם כן קשור	דירוג ההכנסה החודשית מ-1 (הרבה מתחת לממוצע) ל-5 (הרבה מעל לממוצע) ביחס להכנסה חודשית ממוצעת של 12,000	הכנסה חודשית ממוצעת	69

<p>למידת הזמינות לשוק המסחר (Goode, 1989). נמצא כי ככל שההון הראשוני בזמן הקמת העסק רב יותר כך גדל הסיכוי לצמיחה העסקית Colombo & Grilli ,Cooper et al. (1994) Preisendorfer (1998) & Bruderl ,(2005) צמיחה באזורים כפריים קשורה לעסקים בענפי ייצור (כמו עץ, מתכת) אך לא ניתן להסתכל על צמיחה באזורים אלו מבלי לקחת בחשבון ארבעה גורמים הכרחיים לתמיכה בכל עסק יזמות: ההון הפיזי של האזור (משאבים טבעיים וכו), הון כלכלי הזמין לבעלי העסק, הון חברתי (תמיכה חברתית ליום) והון אנושי (השכלה, ניסיון עסקי והכשרה ביזמות). (Fratoe, 1993). ככל שבעסק פחות עובדים (יותר קטן) כך הצמיחה שלו מהירה יותר (מבחינת כמות עובדים) – (Storey & Johnson, 1990). הגורם החשוב ביותר לצמיחה של עסק קטן בניגריה הוא סיוע כלכלי. כמו כן, הצמיחה נמנעת גם בשל ניהול לא טוב, היעדר הון, שחיטות, מבנה פנימי חלש של החברה, ומעקב ושימור לא טוב של ניירת. (Okpara & Wynn, 2007).</p>			
<p>המחקרים הקיימים מצאו קשר בין ביצוע בתפקיד – אולם לא קיימים מחקרים שניסו לקשר בין הון פסיכולוגי לבין צמיחה במספר העובדים בעסק.</p>	<p>7 פריטים הלקוחים מתוך ה- Psychological Capital Questionnaire (PCQ; Luthans, Avolio, Avey & Norman, 2007) הפריטים הותאמו לצורך המחקר הנוכחי ועברו תיקוף תוכן (>80% הסכמה בין מומחים מתחומי הפסיכולוגיה, כלכלה ומנהל עסקים). ההון הפסיכולוגי הוא מסוגלות עצמית ("אני מרגיש בטוח להציג את תחום עבודתי/העסק לקבוצת עמיתים עסקיים"), אופטימיות ("אני תמיד מסתכל על "חצי הכוס המלאה בעבודתי"), תקווה ("אני יכול לחשוב על דרכים שונות להשיג את המטרות הנוכחיות של העסק שלי"), וחוסן ("אני יכול לצלוח זמנים קשים בעבודה מפני שהתנסיתי בהתמודדות עם קשיים לפני כן"). שאלות התשובות הותאם לסקאלה של 5 נקודות (1-5 מאוד לא מסכים, 3- מסכים וגם לא מסכים, 5 – מאוד מסכים)</p>	<p>הון פסיכולוגי חיובי</p>	<p>70</p>

- 1) Bosma, N., Jones, E., Autio., & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, 2007 Executive Report*. Wellesley, Mass., London, UK: Babson College and London Business School.
- 2) Brixy, U. & Kohaut, S. (1999). Employment growth determinants in new firms in eastern Germany. *Small Business Economics*, 13, 155-170.
- 3) Ferreira, J. J. M., Azevedo, S. G., & Cruz, R. P. (2011). SME growth in the service sector: A taxonomy combining life-cycle and resource-based theories. *The Service Industries Journal*, 31(2), 251-271.
- 4) Goode. F.M. (1989). Rural industrial location versus rural industrial growth. *Ann Reg Sci*, 23, 59-68.
- 5) Harvie, C., Narjoko, D., & Oum, S. (2010). Constraints to growth and firm characteristic determinants of SME participation in production networks. *Integrating small and medium enterprises (SMEs) into the more integrated East Asia*, 68.
- 6) Hashi, I., & Krasniqi, B. A. (2011). Entrepreneurship and SME growth: evidence from advanced and laggard transition economies. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(5), 456-487.
- 7) Kaikkonen. V. (2006). Exploring the dilemmas of small business growth: The case of rural food-processing micro firms. *Journal of Enterprising Culture*. 14(2), 87-104.
- 8) Kattuman, P., Johnson, P. & Conway, C. (1999). Small business growth in the short run. *Small Business Economics*, 12, 103-112.
- 9) Kendix, M. (1991). The effects of unions on unemployment and employment growth over the business cycle testing for insider-outsider effects. *Empirica*, 18(1), 17-31.
- 10) Lester, D. L., & Tran, T. T. (2008). Information technology capabilities: suggestions for SME growth. *Institute of Behavioral and Applied Management*, 72-88.
- 11) Levine, S.R. (2013). Focus on satisfied employees to create loyal members. *View Point* pp.10. Guest opinion
- 12) Link, A.N. & Scott, J.T. (2012). Employment growth from the small business innovation research program. *Small Business Economics* 39, 265-87.doi: 10.1007/s11187-010-9303-6.
- 13) Lucy, D.M., Lepage, F.O. & Jayati G. (2011) Going global: U.S.-based SMEs' change imperatives. *Revue Sciences De Gestion*, 80, 21-36.

- 14) McKenna, J.F. & ORITT, P.L. (1981). Growth planning for small business. *American Journal of Small Business* 5(4), 19-29.
- 15) Merz, G.R., Weber, P.G., & Laetz, V.B. (1994). Linking small business management with entrepreneurial growth. *Journal of Small Business Management*, 49-60.
- 16) Nguyen, T. H., Alam, Q., Perry, M., & Prajogo, D. (2009). The Entrepreneurial Role of the State and SME Growth in Vietnam. *Journal of Administration and Governance*, 4(1), 60-71.
- 17) Ohe, M. (2007). Ex-Im bank: A valuable partner. *Economic Development Journal*, 6(3), 49-52.
- 18) Omerzel, D. G. (2010). The impact of knowledge management on SME growth and profitability: a structural equation modelling study. *African Journal of Business Management*, 4(16), 3417-3432.
- 19) Omerzel, D. G., & Antoncic, B. (2008). Critical entrepreneur knowledge dimensions for the SME performance. *Industrial Management & Data Systems*, 108(9), 1182-1199.
- 20) Omri, A. & Ayadi-Frikha, M. (2012). Constructing a mediational model of small business growth. *Int Entrep Manag J*. DOI 10.1007/s11365-012-0223-6.
- 21) Peña. I. (2004). Business incubation centers and new firm growth in the Basque country. *Small Business Economics*, 22, 223-236.
- 22) Racic, D., Aralica, Z., & Redzepagic, D. (2008). Export strategies as a factor of SME growth in Croatia. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 8(3), 286-304.
- 23) Reijonen, H. (2008). Understanding the small business owner: What they really aim at and how this relates to firm performance. *Management Research News*, 31(8), 616-629. doi 10.1108/01409170810892172
- 24) Shaffer, S. (2006). Establishment size and local employment growth. *Small Business Economics*, 26, 439-454.
- 25) Shepherd, D., & Wiklund, J. (2009). Are we comparing apples with apples or apples with oranges? Appropriateness of knowledge accumulation across growth studies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 105-123.
- 26) Storey, D. J. & Johnson, S. G. (1990). A review of small business employment data bases in the united kingdom. *Small Business Economics*, 2, 279-299.
- 27) Szerb, L. (2008). The connection between innovation and business growth in the Hungarian SME sector. *Innovation, Competitiveness, Growth and Tradition in SMEs, Rencontres de St-Gall*.

- 28) Tether, B. S. & Massini, S. (1998). Employment creation in small technological and design innovators in the U.K. during the 1980s. *Small Business Economics*, 11, 353-370.
- 29) Westhead, P. & Cowling, M. (1995). Employment change in independent owner-managed high-technology firms in great britain. *Small Business Economics*, 7, 111-140.
- 30) Wood, P., Bryson, J.R. & Keeble, D. (1997). The creation and growth of small business service firms in post-industrial britain. *Small Business Economics*, 9 , 345-360.
- 31) Zhuravskaya, K. Slinko, I. & Yakovlev, E. (2005). Laws for sale: Evidence from Russia. *American Law and Economics Review*, 7(1), 284-318.
doi:10.1093/aler/ahi010
- 32) Ziff Davis Enterprise Holdings Inc. *August Employment Index Shows Drop in Hiring: Report*. Ziff Davis, n.d. Web. 03 Sept. 2011.
<<http://www.channelinsider.com/>>.

נספח 3: השאלון הכמותני

שאלון מחקר שלם – גורמי צמיחה בתעסוקה

שלום, אנחנו ממכון _____ דיאלוג העורכים סקר אקדמי בנושא עסקים קטנים ובינוניים בפריפריה ובמרכז הארץ. הסקר הינו אנונימי. החוקרים הם ממכללת תל-חי ובשיתוף מ.ט.י. צפון הגליל. מטרת המחקר הינה המלצות לממשלה לתמיכה בעסקים קטנים. תשובותיך חשובות לגיבוש המלצות אלו.

1. השאלות הבאות הן לגבי העסק אותו אתה מנהל, באיזה עסק מדובר? **במידה ויש יותר משני עסקים, התייחס בשאלות הבאות לעסק שמספק הכי הרבה מקומות עבודה.**

(למראיין- לכתוב בדיוק את התשובה של הנשאל. הסבר: מה הוא ימכור? כיצד ירשם או נרשם לדוגמה

Q1 / b_type (דפי זהב?)

2. היכן פועל העסק? Q2 / b_activity וכן הלאה

1. בבית
2. בסמוך לבית
3. באזור התעשייה \ אזור המשק (במידה והעונה בקיבוץ)
4. באזור תעשייה אזורי
5. באזור מסחרי
6. אחר _____

3. מה הסטטוס הנוכחי של העסק? b_status

1. עוסק פטור
2. עוסק מורשה
3. שותפות
4. חברה בע"מ
5. אחר: _____

4. באיזו שנה הוקם העסק? b_birth_____

5. באיזו שנה החל העסק למכור? b_sell_____

6. באיזה מידה אתה מחשיב את מספר העובדים בעסק כמדד להצלחת העסק שלך?

1. במידה מועטה מאוד או כלל לא
2. במידה מועטה
3. במידה בינונית
4. במידה רבה
5. במידה רבה מאוד
6. אין לי דעה/לא יודע

7. האם בעברך, לפני הקמת העסק, היה לך ניסיון כעצמאי? *entrep_exp*
1. כן
 2. לא (0)
8. האם בנוסף להיותך בעל עסק, הנך מועסק גם כשכיר במקום עבודה אחר? *entr_sakir*
1. כן, עובד במשרה מלאה (2)
 2. כן, עובד במשרה חלקית (1)
 3. לא (0)
9. האם בעברך, לפני הקמת העסק, היה לך ניסיון בניהול? *manag_exp*
1. כן
 2. לא (0)
10. מה היה המצב התעסוקתי שלך לפני הקמת העסק? (למראיין- לא להקריא תשובות)
- prof_stat_before*
1. ניהלתי עסק עצמאי אחר
 2. שכיר במשרה מלאה
 3. כשכיר במשרה חלקית
 4. חסר תעסוקה.
 5. לא הייתי בשוק העבודה עד כניסתי לעסק (סטודנט, חייל בשרות סדיר, שהות בחו"ל)
 6. אחר _____
11. האם הוריך או קרוב משפחה משמעותי היה או עדיין בעל עסק? *family_business*
1. כן
 2. לא (0)
12. באיזה יישוב ממוקם העסק? *business_place* _____
13. האם העסק שלך עבר בשלב מסוים מיקום גיאוגרפי (למשל עבר מעיר אחת לעיר אחרת) *relocation*
1. כן ← עבור לשאלה הבאה- שאלה 14
 2. לא ← דלג לשאלה 17
14. באיזו שנה חל המעבר? *relocation_year* _____
15. מאיפה עבר? *Relocation_from* ? _____
16. לאיפה עבר? *Q22b* *relocation_to*. _____

17. מה היו מקורות המימון בהקמת העסק? (למראיין- לא להקריא תשובות! ניתן לסמן יותר

sources_finance (מתשובה אחת)

1. הלוואות מבנקים
2. מימון עצמי (כסף אישי)
3. גיוס מהמשפחה
4. גיוס מחברים
5. גיוס מבעלי הון/שותפים עסקיים
6. גיוס הלוואות מקרנות
7. מסרב לענות

18. כמה בעלים היו לעסק בזמן הקמתו, כולל אותך, (ציין מספר): b_owners_birth_____

19. כמה בעלים קיימים לעסק כיום, כולל אותך? (ציין מספר): b_owners_now_____

ארבע השאלות הבאות מתייחסות למספר העובדים בעסק, לא כולל הבעלים, כיום ועם תחילת המכירות. במילה עובדים הכוונה ל: שכירים, עובדי קבלן וקבלני משנה המועסקים באופן קבוע בעסק שלך.

20. כמה עובדים במשרה מלאה כיום: e_full_now _____

21. עובדים במשרה מלאה עם תחילת המכירות e_full_birth _____

22. עובדים במשרה חלקית כיום e_part_now _____

23. עובדים במשרה חלקית עם תחילת המכירות e_part_now _____

למראיין- אם חל שינוי עבור לשאלה הבאה - 24, אחרת דלג לשאלה 25

24. נסה להעריך מתי (כמה שנים מתחילת המכירות) חל השינוי המשמעותי במספר העובדים (למראיין-

להקריא תשובות 1-5)

1. 0-2
2. 3-4
3. 5-6
4. 7-10
5. מעל 10 שנים
6. לא זוכר
7. לא חל שינוי במספר העובדים

25. ציין במילים שלך באילו סוגי עובדים חל השינוי המשמעותי ביותר לאורך השנים

(למראיין: במידת הצורך ניתן להבהיר שבסוג עובד הכוונה ל: עובדי מנהלה-מזכירה, פקידים, מנהלי

חשבונות, בעלי מקצוע- עובדי ייצור, מהנדסים, טכנאים..., לא מקצועיים - לא סיימו הכשרה

אקדמית או מקצועית).

26. בדרך כלל, איזה % מהלקוחות שלך נמצאים ברדיוס של חצי שעה נסיעה מבית העסק- במידה ויש מספר סניפים, התייחס לסניף המרכזי? (למראיין- לא להקריא

תשובות) customers_radius

1. אין קשר גיאוגרפי בין העסק ללקוחות (למראיין- הכוונה לעסקים בטלמרקטינג, מכירה באינטרנט וכד')

2. עד 20%

3. 20%-40%

4. 40%-60%

5. 60%-80%

6. 80%-100%

27. האם כיום ישנם עסקים אחרים, המציעים מוצרים או שירותים דומים ללקוחותיך

הפוטנציאליים? competition_aroud

(למראיין : להקריא תשובות 1-3 . סמן תשובה אחת בלבד)

1. הרבה מתחרים עסקיים

2. מעט מתחרים עסקיים

3. אין מתחרים עסקיים

4. לא יודע

5. מסרב לענות

28. האם הקמת העסק נבעה מתוך רצון לנצל הזדמנות עסקית חדשה, או משום שלא הייתה לך

חלופה תעסוקתית טובה יותר? reason_business

(למראיין : הקרא רשימת תשובות רק אם הכרחי. ניתן לסמן יותר מתשובה אחת. רצוי לעודד בשאלה :

"האם הייתה סיבה נוספת?").

1. כדי לנצל הזדמנות עסקית

2. כי אין לי חלופה תעסוקתית טובה יותר

3. יש לי עבודה, אך אני מחפש הזדמנויות טובות

4. לא יודע

5. מסרב לענות - לא להקריא

6. אחר, פרט : _____

29. מה היה היקף המכירות השנתי של העסק כשהחל למכור? annual_rev_birth

1. לא זוכר

2. מסרב לענות [לא להקריא]

3. אחר, _____ ש"ח

30. מה היקף המכירות השנתי של העסק כיום? annual_rev_now

1. לא זוכר
2. מסרב לענות [לא להקריא]
3. אחר, _____, ש"ח

31. ביחס לציפיות שלך בזמן הקמת העסק האם כיום אתה שבע רצון מהרווח של

העסק? expectation_rev

1. הרבה מתחת מהמצופה
2. מעט מתחת מהמצופה
3. הרווח הוא בערך כמו שציפיתי
4. מעט מעל מהמצופה
5. הרבה מעל המצופה
6. לא יודע – לא להקריא
7. מסרב להשיב – לא להקריא
8. לא רלוונטי אלי – לא להקריא

32. האם העסק מייצא לחו"ל? export

1. אינו מייצא כלל ← דלג לשאלה 34
2. כן

33. איזה אחוז מהיקף המכירות העסק מייצא? export_percent _____

34. בהשוואה לשנה שעברה, האם הציפיות שלך לצמיחה בשנה הקרובה הן

1. נמוכות יותר
2. בערך אותו הדבר
3. גבוהות יותר
4. לא יודע – לא להקריא
5. מסרב להשיב – לא להקריא
6. לא רלוונטי אלי – לא להקריא

35. האם בחצי השנה הקרובה תבצע השקעה בפיתוח ושדרוג העסק?

plan_development

1. כן ← עבור לשאלה הבאה, 36
 2. לא
 3. לא יודע – לא להקריא
- דלג לשאלה 37

36. אנא פרט את סוג ההשקעה (למראיין - לא להקריא תשובות, ניתן לסמן יותר מתשובה

development_type (אחת)

1. רכישת ציוד ומכונות

2. פרסום ושיווק

3. רכישת/הגדלת מלאי

4. שיפוץ העסק

5. העתקת מיקום העסק

6. מחקר ופיתוח (מו"פ)

7. הכשרת עובדים

8. קניית עסק אחר

9. אחר _____

37. האם בשנה האחרונה העסק שלך ערך מחקר ופיתוח טכנולוגי (Research &

rd_lastyear (R&D- Development) למראיין- להשתמש במונח באנגלית רק במידת

הצורך כשהמראיין צריך הבהרה

1. כן

2. לא

38. האם בשנה האחרונה בעסק שלך בוצעה פעילות פיתוח וייזום עסקי כגון פיתוחם של

מוצרים \ שירותים חדשים, כניסה לשווקים חדשים או הקמת יחידת

initiation_lastyear? משנה

1. כן

2. לא

39. מהי העלות הגבוהה ביותר בהפעלת העסק שלך? highest_cost

1. כוח אדם

2. ציוד ומכונות

3. דמי שכירות וארנונה

4. קניית חומרי גלם

5. אחר _____

40. האם לעסק קיימת תוכנית עסקית (Business Plan) או תכנית עבודה כתובה

ומנוסחת ? (למראיין- להשתמש במונח באנגלית רק במידת הצורך) business_plan

1. כן ← עבור לשאלה הבאה, 41
2. לא ← דלג לשאלה 42

41. באיזו תדירות הינך פועל לפי תכנית זו? BP_workby?

1. במידה מועטה
2. במידה בינונית
3. במידה רבה

42. האם **כיום** יש לעסק שלך שיתופי פעולה עם עסקים אחרים/גופים מסחריים נוספים ?

partnerships_now

1. כן
2. לא

43. האם היו לעסק שלך, **עם תחילת המכירות**, שיתופי פעולה עם עסקים אחרים/גופים

מסחריים נוספים ? partnerships_birth

1. כן
2. לא

למראיין – אם ענה "כן" בשאלות 42 וגם 43 עבור לשאלה הבאה, אחרת דלג לשאלה 45

44. האם **כיום**, בהשוואה לעבר, יש לעסק שלך יותר, פחות או מספר דומה של שיתופי

פעולה? partnerships_moreless

1. פחות
2. מספר דומה
3. יותר

45. האם השתתפת בתוכניות ממשלתיות לסיוע עסקים קטנים ובינוניים (למראיין-
להקריא רק במידת הצורך: תוכניות ממשלתיות כגון חונכות עסקית, קורסים, הלוואות

ממשלתיות, הקרן לעידוד השיווק לחו"ל)? gov_prog_partic

1. כן ← עבור לשאלה הבאה, 46
2. לא ← עבור לשאלה 47

46. מתי השתתפת בתכנית זו? partic_when

1. בתקופה שלפני הקמת העסק

2. בתקופה בה הקמת את העסק
3. התקופה שמייד לאחר הקמת העסק ובסמוך לפתיחתו
4. לאחר הקמת העסק- לאורך השנים.
47. האם השתתפת בתוכניות לא ממשלתית לעסקים (קורסים והדרכות ע"י גורמים פרטיים כגון יועצים עסקיים, חברות לייעוץ עסקי) nongov_prog_partic

1. כן ← עבור לשאלה הבאה, 48

2. לא ← עבור לשאלה 49

48. מתי השתתפת בתכנית זו? nongov_prog_when

5. בתקופה שלפני הקמת העסק
6. בתקופה בה הקמת את העסק
7. התקופה שמייד לאחר הקמת העסק ובסמוך לפתיחתו
8. לאחר הקמת העסק- לאורך השנים.

49. בעלי עסקים מקבלים ייעוץ מגורמים שונים. מאילו גורמים אתה מקבל כיום ייעוץ?
(למראיין לא להקריא את התשובות. אפשר לסמן יותר מתשובה אחת)

consult_1 to consult6 .

לא	כן		
2	1	מבן/בת זוגך, משפחה וחברים קרובים	Q49_1
2	1	מקולגות במקום העבודה הנוכחי	Q49_2
2	1	מאנשים אחרים המנהלים עסק ובעלי ניסיון	Q49_3
2	1	מבנק כלשהו	Q49_4
2	1	מחברה המספקת שירותי ייעוץ לעסקים	Q49_5
2	1	תכניות תמיכה ממשלתיות (חונכות תמ"ת, מט"י או רשות ממשלתית אחרת)	Q49_6
2	1	איני מקבל יעוץ	Q49_7
2	1	אחר: consult_other_____	Q49_8

50. ציין אילו גורמים מנעו ממך בעבר להגדיל את מספר העובדים (למראיין - לא להקריא תשובות, אך רצוי לעודד את המראיין ב-2 שאלות נוספות: האם קיימים גורמים נוספים?)

prevent_factors_1 to האם תרצה להוסיף משהו? ניתן לסמן יותר מתשובה אחת

prevent_factors_15

לא מונע	מונע	שם הגורם	
2	1	היעדר לקוחות לעסק שלי	Q50_1
2	1	ביקוש נמוך בשוק	Q50_2
2	1	תחרותיות רבה בשוק	Q50_3
2	1	היעדר שותפויות עסקיות	Q50_4
2	1	היעדר פרסום של העסק	Q50_5
2	1	היעדר תמיכה פיננסית	Q50_6
2	1	היעדר הון עצמי	Q50_7
2	1	קושי להשיג שירותים בנקאיים טובים (חשבונות אשראי, עסקות מט"ח ומכתבי אשראי וכו')	Q50_8
2	1	היעדר ידע כלכלי	Q50_9
2	1	היעדר ידע טכני/מקצועי בתחום העסק	Q50_10
2	1	אי רכישת טכנולוגיות חדשות על ידי העסק	Q50_11
2	1	מחסור בעובדים מיומנים, בעלי ניסיון טכני	Q50_12
2	1	מקום העסק	Q50_13
2	1	חשש מהרחבת העסק	Q50_14
2	1	חשש מכישלון העסק	Q50_15
2	1	עלויות עובדים	Q50_16
2	1	היעדר מוטיבציה	Q50_17
2	1	אחר (פרט) prevent_factors_other	Q50_18

51. חשוב על כל אחד מהגורמים הבאים. ציין האם הוא גורם או עשוי לגרום לך בעתיד להגדיל או להקטין את כוח האדם בעסק או שהגורם אינו רלוונטי לעניין כוח האדם

בעסק שלך gfactor_1 to gfactor_14

גורם להקטין	לא רלוונטי	גורם להגדיל	שם הגורם	
1-	0	1	הגדלת חוג הלקוחות הפוטנציאליים	Q51_1
			התחרותיות הקיימת בתחום בו פועל העסק	Q51_2
			שותפויות עסקיות פוטנציאליות	Q51_3
			תמיכה וליווי פיננסי	Q51_4
			הון זמין (עצמי, מחברים, בנקים)	Q51_5

שם הגורם	גורם להגדיל	לא רלוונטי	גורם להקטין
Q51_6			חשש אישי שלי מניהול עסק גדול מדי
Q51_7			זמינות כוח אדם מיומן בסביבת העסק
Q51_8			ידע טכני/מקצועי הקשור לעסק
Q51_9			ידע כלכלי/ניהולי הקשור לעסק
Q51_10			מוטיבציה ורצון אישי שלי להגדיל את העסק
Q51_11			היבטים דמוגרפיים שלי (גיל, מקום מגורים וכו')
Q51_12			מיקום העסק במקום מרכזי יותר באותו ישוב
Q51_13			מיקום העסק במקום מרכזי יותר בארץ
Q51_14			הרחבת תחומי העיסוק של העסק
Q51_15			סיוע והדרכה מגורמים ממשלתיים
Q51_16			אחר (פרט) gfactor_other

52. ציין מהו תחום הסיוע הממשלתי היכול לגרום לך לחשוב על תוספת עובדים

(למראיין – ניתן לסמן יותר מתשובה אחת) gov_assistance

1. תמיכה בניהול העסק.
2. תמיכה בתחום השיווק.
3. פיתוח שווקים חדשים.
4. פיתוח מקצועי
5. תמיכה פיננסית
6. בניית תכניות עבודה.
7. לא רלוונטי / לא זקוק לסיוע [למראיין - לא להקריא תשובה]

53. האם בשנתיים הקרובות אתה מעוניין להרחיב את העסק שלך מבחינת כמות

העובדים: Plan_expant

1. כן ← עבור לשאלה הבאה, 54
2. לא ← דלג לשאלה 55

54. כמה עובדים אתה צופה שיצטרפו expant_est? (ציין מספר) Q53a _____

55. ציין מדוע? noplan_reason Q54b _____

לסיום, מספר שאלות לצרכים סטטיסטיים בלבד

56. מין: 1. גבר 2. אישה gender

57. באיזו שנה נולדת? year_birth _____

58. מהי השכלתך? (למראיין - לא להקריא) education

1. עממית (עד 8 שנות לימוד)
2. תיכונית (עד 12 שנות לימוד)
3. על תיכונית (13-14 שנות לימוד + ישיבה + לימודי תעודה מקצועית)
4. השכלה אקדמית תואר ראשון מלא ממוסד מוכר בישראל
5. השכלה אקדמית מעל תואר ראשון (תואר שני או דוקטורט)

59. מצב משפחתי: family_status

1. רווק ← דלג לשאלה 61
2. פרוד/גרורש/אלמן ← דלג לשאלה 61
3. בזוגיות קבועה ← עבור לשאלה הבאה, 60

60. האם בן/בת הזוג שלך עובדים (למראיין- ניתן לסמן יותר מתשובה אחת)?

partner_work

1. כן, עובדת/איתי בעסק
2. כן, עצמאית- בעלת עסק אחר
3. כן, שכירה
4. כלל לא עובדת

61. האם יש ילדים? כמה ילדים עד גיל 21? (למראיין- אם אין ילדים)

children/0 רשום

62. באיזה ישוב אתה מתגורר? place_living _____

63. ארץ לידה country_birth

1. ישראל ← דלג לשאלה 65
2. אחר _____

64. שנת עליה year_aliyha _____

65. האם אתה? relig

מגזר יהודי Q64a

1. מגזר יהודי ← עבור לשאלה הבאה, 66

2. מגזר לא יהודי ← דלג לשאלה 67

66. האם אתה

1. דתי אדוק (חרדי)
2. דתי
3. מסורתי
4. חילוני

67. האם אתה

1. מוסלמי
2. נוצרי
3. דרוזי
4. אחר _____

68. האם נעזרת בעבר בשירותי מ.ט.י.?

1. כן
2. לא

69. ההכנסה /המשכורת הממוצעת מעסק קטן ובינוני כ- 12000₪ לחודש. האם ההכנסה

החודשית מהעסק שלך: Income

1. הרבה מתחת לממוצע
2. מעט מתחת לממוצע
3. דומה להכנסה הממוצעת
4. מעט מעל הממוצע
5. הרבה מעל הממוצע
6. מסרב להשיב - לא להקריא

70. להלן מופיעות אמירות המתארות כיצד אתה עשוי לחשוב אודות עצמך ברגע זה.

השתמש בסולם הבא כדי לציין את מידת ההסכמה או אי ההסכמה עם כל אמירה:

(למראיין- להציג את הסולם בהתחלה: 1- מאוד לא מסכים, 2- לא מסכים... ולבקש מהמראיין לענות על

כל אמירה מ- 1 עד 5) psycap_1 to psycap 6

מאוד מסכים	מסכים	מסכים וגם לא מסכים	לא מסכים	מאוד לא מסכים	
5	4	3	2	1	70.1 אני מרגיש בטוח להציג את תחום עבודתי/העסק לקבוצת עמיתים עסקיים
5	4	3	2	1	70.2 אם יש קשיים בעסק אני יכול לחשוב על

מאוד מסכים	מסכים	מסכים וגם לא מסכים	לא מסכים	מאוד לא מסכים	
					דרכים רבות לצאת מהם
5	4	3	2	1	70.3 אני יכול לחשוב על דרכים שונות להשיג את המטרות הנוכחיות של העסק שלי
5	4	3	2	1	70.4 בדרך כלל אני יודע להתמודד עם קשיים ומשברים בעסק שלי
5	4	3	2	1	70.5 אני יכול לצלוח זמנים קשים בעבודה מפני שהתנסיתי בהתמודדות עם קשיים לפני כן
5	4	3	2	1	70.6 אני תמיד מסתכל על "חצי הכוס המלאה" בעבודתי
5	4	3	2	1	70.7 אני אופטימי לגבי מה שיקרה איתי בעתיד בכל הנוגע לעסק

תודה רבה על שיתוף הפעולה! האם אפשר שנחזור אליך עם מעט שאלות הבהרה??

1. כן 2. לא

אם "כן"

שם המרואיין _____

שם העסק _____

טלפון בעסק _____

נספח 4: שאלות מנחות לראיון מומחים

1. ספר לי כיצד עיסוקך מתחבר עם עסקים קטנים ובינוניים.
2. מתוך ניסיוןך/עבודתך... מהם, לדעתך, הגורמים העשויים להגדיל את מספר העובדים בעסקים קטנים ובינוניים?
3. אילו מתוך הגורמים שצינת עשויים להשפיע בצורה גבוהה יותר במרכז או בפריפריה?
4. מהם לדעתך הגורמים המעכבים?
5. מהם לדעתך האתגרים המאפיינים עסקים קטנים במרכז? מהם האתגרים של עסקים בפריפריה?
6. האם יש שוני באתגרים אלה? מה הסיבה לשוני זה?
7. מהם מאפייני העסק המשפיעים על המוטיבציה של היזם/בעל העסק לפתח את העסק ולהגדיל את מספר העובדים? - משתנים כלליים (ענף, צורת ההתאגדות, מיקום, סביבה מאקרו כלכלית...) או משתנים ספציפיים של העסק (מכירות, מאגר לקוחות קיימים, מאפייני היזם)
8. האם מהיכרותך אתה יכו לומר שיש גם מאפיינים אישיים המשפיעים על החלטה זו?
9. האם מאפיינים כלכליים/ פינאנסיים של העסק יכולים לתרום לכך?
10. עד כמה מאפייני ידע מקצועי ו/או השכלה משפיעים על צמיחה בתעסוקה בעסקים קטנים ובינוניים?
11. עד כמה השתתפות של בעל העסק בקורסים יישומיים לניהול ותפעול העסק עשויים להשפיע על צמיחה בתעסוקה?
12. מהי מידת ההשפעה של משתנים פסיכולוגיים כגון חשש מכישלון, חשש מניהול צוות עובדים עלול למנוע צמיחה בתעסוקה?
13. האם לדעתך הגדלת מצבת עובדים בעסק הינה סמן להצלחה? אם כן, סמן אובייקטיבי או סובייקטיבי (תחושה של בעל העסק כ"סמל סטטוס" מול בעלי עסקים אחרים)?
14. עד כמה מידת השונות של עסקים בסביבה העסקית תשפיע על תוספת עובדים?
15. מה לדעתך יכולה המדינה לעשות כדי לקדם צמיחה של עסקים קטנים קיימים ולקדם התפתחותם? אם היו מבקשים ממך לייעץ בעניין זה מה היית מציע?
16. האם בעסק המייבא או מייצא יש נטייה להעסיק יותר עובדים?

נספח 5: מתאמי פירסון בין משתני צמיחה למשתנים אחרים עבור כלל המדגם (N = 766)

כוונת התרחבות העסק מבחינת העובדים בשנתיים הקרובות	צפי למספר עובדים שיצטרפו לעסק	האם צמח או לא	צמיחה מוחלטת מדווחת	
-.167** .000 678	-.070 .131 465	.181** .000 766	.063 .082 766	מקור דגימה (1- דיאלוג, Qualtrics -2) r sig. (2-tailed) n
-.199** .000 658	.162** .001 455	.084* .022 744	.082* .025 744	באיזה מידה אתה מחשיב את מספר העובדים בעסק כמדד להצלחת העסק שלך? r sig. (2-tailed) n
.088* .022 678	-.156** .001 465	.055 .130 766	.037 .302 766	האם בעברך לפני הקמת העסק היה לך ניסיון כעצמאי? r sig. (2-tailed) n
.010 .797 678	.005 .907 465	.005 .892 766	.049 .179 766	האם בנוסף להיותך בעל עסק, הנך מועסק גם כשכיר במקום עבודה אחר? להקריא r sig. (2-tailed) n
.087* .023 678	-.127** .006 465	.007 .846 766	.004 .911 766	האם בעברך, לפני הקמת העסק, היה לך ניסיון בניהול? r sig. (2-tailed) n
-.008 .826 678	-.023 .614 465	.041 .258 766	-.037 .304 766	האם הוריד או קרוב משפחה משמעותי היה או עדיין בעל עסק? r sig. (2-tailed) n
.140** .000 678	.039 .396 465	-.001 .982 766	-.042 .245 766	האם העסק שלך עבר בשלב מסוים מיקום גיאוגרפי ולמשל עבר מעיר אחת לעיר אחרת? r sig. (2-tailed) n
-.015 .703 678	.003 .952 465	.044 .224 766	-.044 .228 766	הלוואות מבנקים / אשראי בנקאי r sig. (2-tailed) n
-.022 .571 678	.018 .694 465	.021 .555 766	-.044 .221 766	מימון עצמי (כסף אישי) - גם מכירת עסק, מענק פרישה (פיצויים) r sig. (2-tailed) n
.007 .863 678	-.028 .544 465	.005 .894 766	-.006 .873 766	גיוס מהמשפחה r sig. (2-tailed) n
.010 .792 678	-.048 .301 465	.056 .120 766	-.008 .830 766	גיוס מחברים r sig. (2-tailed) n
.045 .239 678	-.039 .400 465	-.044 .226 766	-.019 .598 766	גיוס מבעלי הון/שותפים עסקיים/משקיעים r sig. (2-tailed) n
-.008 .828 678	.019 .688 465	-.056 .125 766	.114** .002 766	גיוס הלוואות מקרנות (ציבורי) r sig. (2-tailed) n
-.008 .828 678	.019 .688 465	-.056 .125 766	.114** .002 766	אשראי ספקים/ תשלום לקוחות מראש / חסויות r sig. (2-tailed) n
-.029 .456	.057 .222	.015 .673	.063 .085	האם כיום ישנם עסקים אחרים, המציעים r sig. (2-tailed)

662	454	749	749	n	מוצרים או שירותים דומים ללקוחותיך הפוטנציאליים? (1- הרבה מתחרים, 3- מעט מתחרים)
.035	.096*	.135**	.157**	r	ביחס לציפיות שלך בזמן הקמת העסק האם כיום אתה שבע רצון מהרווח של העסק? (1- הרבה מתחת למצופה, 5- הרבה מעל למצופה)
.373	.040	.000	.000	sig. (2-tailed)	
667	457	727	727	n	
-.055	.078	.081*	.147**	r	האם העסק מייצא לחול? (1- לא, 2- כן)
.151	.093	.028	.000	sig. (2-tailed)	
678	465	740	740	n	
-.253**	.049	.075*	.043	r	בהשוואה לשנה שעברה, מהם הציפיות שלך לצמיחה בשנה הקרובה (1- נמוכות, 3- גבוהות יותר)
.000	.296	.042	.245	sig. (2-tailed)	
664	456	725	725	n	
.315**	-.146**	-.072	-.032	r	האם בחצי השנה הקרובה תבצע השקעה בפיתוח ושדרוג העסק? (1- כן, 2- לא)
.000	.002	.055	.387	sig. (2-tailed)	
657	453	714	714	n	
.153**	-.145**	.017	-.105**	r	האם לעסק קיימת תוכנית עסקית או תכנית עבודה כתובה ומנוסחת? (1- כן, 2- לא)
.000	.002	.637	.004	sig. (2-tailed)	
678	465	731	731	n	
.080*	-.095*	-.016	-.093*	r	האם היום יש לעסק שלך שיתופי פעולה עם עסקים אחרים/גופים מסחריים נוספים? (1- כן, 2- לא)
.037	.040	.658	.012	sig. (2-tailed)	
678	465	731	731	n	
.053	-.063	-.025	-.052	r	מגדר (1- גבר, 2- אישה)
.170	.172	.509	.166	sig. (2-tailed)	
678	465	706	706	n	
-.078*	-.026	.110**	.076*	r	השכלה
.043	.579	.003	.044	sig. (2-tailed)	
678	465	706	706	n	
-.067	.030	-.015	-.057	r	ילדים עד גיל 21
.085	.516	.698	.133	sig. (2-tailed)	
664	457	691	691	n	
-.020	.135**	-.091*	-.064	r	האם אתה משתייך למגזר היהודי או למגזר הלא יהודי? (1- יהודי, 2- לא יהודי)
.609	.004	.016	.088	sig. (2-tailed)	
672	462	700	700	n	
.061	-.039	-.002	.049	r	האם נעזרת בעבר בשירותי מטי? (1- כן, 2- לא)
.116	.405	.956	.199	sig. (2-tailed)	
664	456	692	692	n	
-.046	-.003	.221**	.175**	r	ההכנסה החודשית
.255	.951	.000	.000	sig. (2-tailed)	
617	437	634	634	n	
.106**	.027	-.020	.013	r	גיל היזם
.006	.567	.595	.730	sig. (2-tailed)	
670	460	695	695	n	
.203**	-.086	-.015	.080*	r	גיל העסק
.000	.065	.688	.026	sig. (2-tailed)	
678	465	766	766	n	