



דוח תוצאות

סקר עסקים קטנים ובינוניים

סקר תקופתי של הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים משנעשה
בקרב עסקים בתאריך: אפריל 2021

יולי 2021

לשאלות והערות על דוח זה ניתן לפנות לד"ר ניר בן אהרון, מנהל תחום מחקר, מדיניות
וקשרים בין לאומיים בסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים
nir.benaharon@economy.gov.il

תקציר מנהלים

סקר העסקים התקופתי של הסוכנות בודק מדי שנה נושאים שונים הקשורים במצבם של העסקים הקטנים והבינוניים בישראל. הסקר הנוכחי נערך באפריל 2021 ונוספו לו שאלות שמתייחסות למשבר הקורונה ולהתמודדות העסקים עם המשבר.

המשבר השפיע באופן שונה על עסקים בגודל שונה, קבוצת הגודל של העסקים הזעירים (0 – 4 מועסקים) צמצמה את התעסוקה בשיעורים הגבוהים ביותר - ירידה של 56% בכמות המועסקים בשכר, קבוצת העסקים הקטנים (5 – 19) צמצמה מועסקים ב-20% וקבוצת העסקים הבינוניים (+20) צמצמה מועסקים ב-8%. בבדיקה לפי ענפים עסקיים, שירותים מקבלי קהל צמצמו את המועסקים בשיעור הגבוה ביותר (24%) ואחריהם עסקים בענף המסחר הקמעונאי (19%).

מבחינת רווחיות, 67% מהעסקים חוו ירידה ברווחיות לעומת המצב לפני המשבר. בקרב 25% מהעסקים הרווחיות לא השתנתה, ואילו ל-8% מהעסקים הרווחיות עלתה. גם בבדיקת הרווחיות נמצא מתאם שלילי, וככל שהעסק קטן יותר ההסתברות לירידה ברווחיות שלו גדולה יותר. שיעור העסקים שחווה ירידה ברווחיות הוא הגבוהה ביותר בענפים של עסקים מקבלי קהל וענפי המסחר הקמעונאי.

סוג הפיצוי שמרבית העסקים דווחו שקיבלו עקב משבר הקורונה הוא פיצוי על ירידה בהכנסות, כאשר 81% מהעסקים שענו על שאלה זו דווחו שקיבלו פיצוי מהמדינה עקב ירידה בהכנסות. שיעורים נמוכים בהרבה של עסקים קיבלו פיצויים על פגיעה בעלויות קבועות (35%), העסקת עובדים למרות ירידה בהכנסות (19%) והנחה בארנונה (15%).

בדיווח של עסקים, האם הם שקלו לסגור את העסק לצמיתות בשנה האחרונה, נמצא כי עצמאים, ועסקים קטנים עם 1-4 מועסקים, שקלו לסגור את העסק לצמיתות בשיעור של 38%. שיעור זה גבוה משמעותית מהשיעור בקרב עסקים עם +20 עובדים בהם 12% שקלו לסגור את העסק לצמיתות. הענפים בהם שיעור העסקים ששקלו לסגור לצמיתות היה הגבוה ביותר הם ענפים של מסחר קמעונאי וענפים של שירותים מקבלי קהל (36% בכל אחד מהענפים). בהשוואה לשנת 2019 בתחילת 2021 עצמאים ללא מועסקים חשבו לסגור את העסק לצמיתות בשיעור גבוה בהרבה (38% לעומת 24% בשנת 2019). לעומת זאת, בעסקים הזעירים (1 – 4 מועסקים), הקטנים (5 – 19 מועסקים) והבינוניים (20 – 100 מועסקים) שיעור העסקים שדיווחו ב-2021 ששקלו לסגור את העסק לצמיתות נמוך משיעור העסקים שדיווחו ב-2019 ששקלו לסגור את העסק לצמיתות.

בתחילת שנת 2021 יותר עסקים דיווחו על חסמים של מציאת לקוחות (42%) וגישה למימון (16%) ביחס לדיווח של עסקים בשנת 2019. מצד שני, עסקים דווחו פחות מאשר בשנת 2019 על חסמים של עומס בירוקרטי, זמינות כוח עבודה או ניהול מיומן ועל חסמים של עלויות ייצור או עבודה. אולם בתחום החסמים קיים הבדל בין עסקים זעירים ועצמאיים, שהחסם השכיח ביותר שלהם הוא מציאת לקוחות, ובין עסקים קטנים ובינוניים (5 – 100 מועסקים) שהחסם השכיח ביותר שלהם הוא זמינות כוח עבודה או ניהול מיומן. החסם השכיח ביותר בקרב עסקים בענפי השירותים מקבלי קהל וענפים של מסחר קמעונאי הוא מציאת לקוחות. בקרב עסקים בענפים של תעשייה ובינוי יש חלוקה של החסם העיקרי בין מציאת לקוחות לבין זמינות כוח עבודה או ניהול מיומן.

בעקבות הקורונה, כ-4% מהעסקים שלא השתמשו עד היום בחשבונית דיגיטלית החלו להשתמש בחשבוניות כאלו. שיעור זה נוסף לשיעור של 43% שכבר השתמש בעבר בחשבוניות דיגיטליות. מי שמרבה להשתמש בחשבוניות דיגיטליות הם ענפים של שירותים ללא קבלת קהל (61% מהמקרים).

כ-10% מהעסקים מתפעלים חנות מקוונת או פלטפורמה של מכירה דיגיטלית. ל-30% מהעסקים הנוספים יש פעילות שיווקית שאינה מכירה, או שיש להם פלטפורמה חיצונית שמדרגת אותם. 60% הנותרים אינם משתמשים בפלטפורמות אינטרנטיות. גם בתחום זה, ככל שהעסק גדול יותר, הסיכוי שהוא משתמש בפלטפורמות אינטרנטיות גדול יותר. שיעור המסחר המקוון בעסק, מסך המחזור, גדל בשנה האחרונה ויש יותר עסקים ב-2021 בהם שיעור המסחר המקוון הוא מעל 50% ביחס לשיעור בשנת 2019.

לגבי ההתמודדות של עסקים קטנים ובינוניים עם השינויים בעקבות משבר הקורונה, עסקים רבים ביצעו שינויים באופן המכירה והשיווק לצורך התאמת העסק לתקופה. 32% מסך השינויים שביצעו עסקים באופן המכירה והשיווק קשורים במעבר ל Take away, 29% במעבר למתן שרותים מקוונים, ו-25% מעבר למסחר מקוון. כמו כן נמצא שיש מתאם בין גודל העסקים לשיעור הביצוע של שינויים וככל שהעסק גדול יותר, הסיכוי שהוא ביצע שינוי להתאמת העסק למשבר גדול יותר. השיעור הגדול ביותר של עסקים שביצעו שינויים בעקבות המשבר הוא בענפי המסחר הקמעונאי (46%) וענפים של שירותים מקבלי קהל (43%). השינויים השכיחים ביותר שהעסקים ביצעו הם מעבר לעבודה מהבית, מעבר לשליחויות או take away והעתקת העסק למקום אחר. מבחינת שינויים בתשתיות שעסקים ביצעו, השינויים העיקריים היו העתקת העסק למקום אחר (36%), שימוש בתשתיות של עסק אחר (17%) ושדרוג תשתיות העסק (16%).

תוכן העניינים

2.....	תקציר מנהלים
4.....	תוכן העניינים
5.....	רקע על הסקר
5.....	שינויים במגזר העסקים הקטנים והבינוניים בעקבות המשבר
5.....	שינוי במצבת כח האדם בעקבות משבר בקורונה
6.....	שינוי ברווחיות של העסקים
9.....	פיצויים בעקבות משבר הקורונה – היקף העסקים שקיבלו פיצויים
11.....	כוונת בעלי העסקים לסגור את העסק
13.....	חסמים עיקריים להצלחת העסק
15.....	שימוש של עסקים בטכנולוגיות דיגיטליות
15.....	שימוש בחשבונות דיגיטלית
16.....	שינוי באופן המכירה והשיווק
17.....	שיעור שימוש בטכנולוגיות דיגיטליות לצורך שיווק ומכירה
20.....	שיעור המסחר המקוון במחזור העסק
20.....	שיעור שינוי במסחר המקוון
21.....	התמודדות של עסקים עם שינויים בעקבות משבר הקורונה
21.....	התאמת העסק למשבר הקורונה
23.....	שינוי בנוגע להעסקת עובדים
24.....	שינוי בתשתיות העסק
25.....	נספחים
25.....	מתודולוגיה
28.....	שאלון – סקר עסקים תקופתי

רקע על הסקר

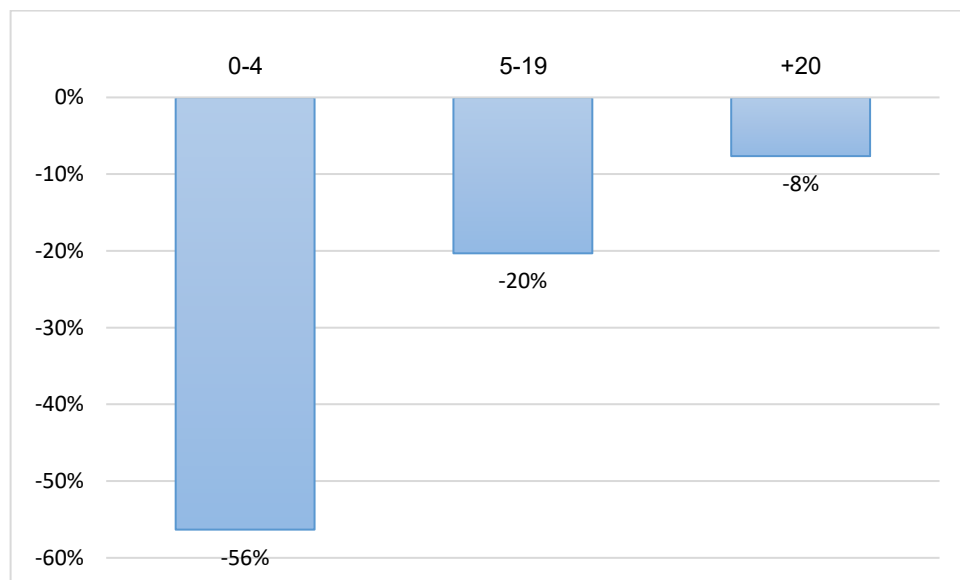
הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים, במשרד הכלכלה, מבצעת בכל שנה סקר בכדי ללמוד מהו מצבם של עסקים קטנים ובינוניים על מנת שהסוכנות תוכל להבין כיצד היא יכולה לסייע לעסקים לשפר את מצבם. בסקר הנוכחי של שנת 2021 נוספו לסקר שאלות שמתייחסות למשבר הקורונה, וזאת במטרה לאתר כיצד העסקים התמודדו עם המשבר ובאילו סוגי סיוע מהמדינה הם נעזרו. הסקר הנו סקר טלפוני שנערך בחודש אפריל 2021 בקרב 900 עסקים.

שינויים במגזר העסקים הקטנים והבינוניים בעקבות המשבר

שינוי במצבת כח האדם בעקבות משבר בקורונה¹

הנשאלים בסקר נשאלו לגבי מספר המועסקים בעסק כיום, כולל בעלים ומנהלים, ומספרם לפי שהחלה מגפת הקורונה, בתחילת שנת 2020. כפי שניתן לראות בתרשים 1, בכל קבוצות הגודל חלה ירידה בכמות המועסקים בעקבות משבר הקורונה, ובחלק מהמקרים גם חלה תזוזה של עסקים בין קבוצות הגודל עצמן. בחלק מהמקרים עסקים שהעסיקו שכירים הפסיקו לגמרי להעסיק שכירים מעבר לבעל העסק עצמו, שנשאר להחזיק את העסק. בבדיקה שנעשתה על עסקים שלא העסיקו שכירים בזמן ביצוע הסקר (תחילת 2021) נמצא שלפני תחילת המשבר הם העסיקו בממוצע 1.4 עובדים בנוסף לבעל העסק.

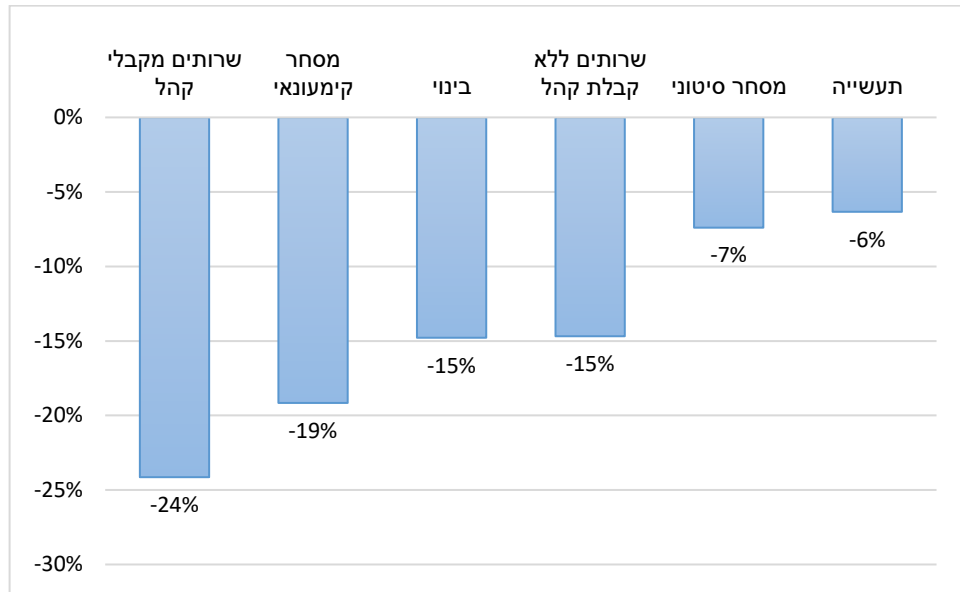
תרשים 1 – שיעור השינוי במספר המועסקים בעקבות מגפת הקורונה (לפי קבוצות גודל²)



בחלוקה לענפי פעילות ניתן לראות כי בענפי המסחר הקמעונאי ובענפי השירותים מקבלי הקהל, חלה הירידה הגדולה ביותר במספר המועסקים הממוצע לעסק (תרשים 2).

¹ שאלות 2-3
² קבוצות הגודל הן לפי גודל העסקים בשנת 2021, כך שיכול להיות שעסק שנמצא בקבוצה 0-4 מועסקים, היה בקבוצה של 5-19 מועסקים בשנת 2020.

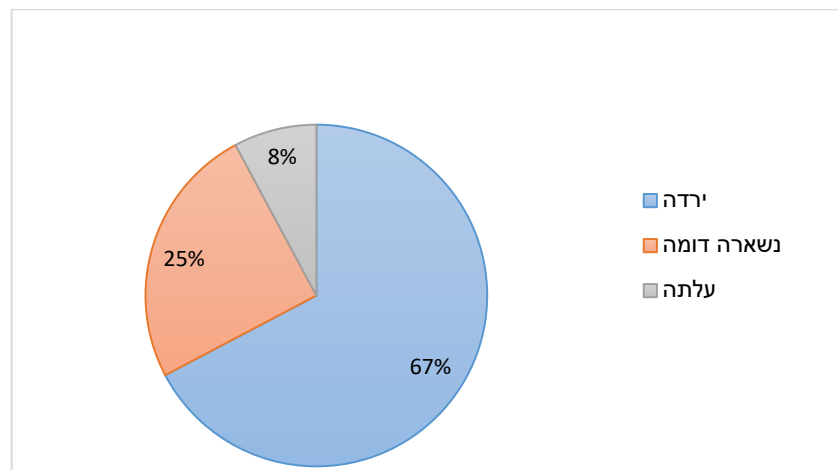
תרשים 2 – שיעור השינוי במספר המועסקים בעקבות מגפת הקורונה (לפי ענף)



שינוי ברווחיות של העסקים³

מבין משיבי הסקר 67% מהעסקים דיווחו על ירידה ברווחיות העסק בעקבות משבר הקורונה, 25% דיווחו שהרווחיות נשארה דומה ו-8% דיווחו שהרווחיות עלתה. מבין אילו שדיווחו על עלייה ברווחיות, קרוב למחצית ציינו שהיא עלתה ב-25%-1, שליש ציינו שהיא עלתה ב-26%-50% והשאר ציינו עלייה של יותר מ-50%.

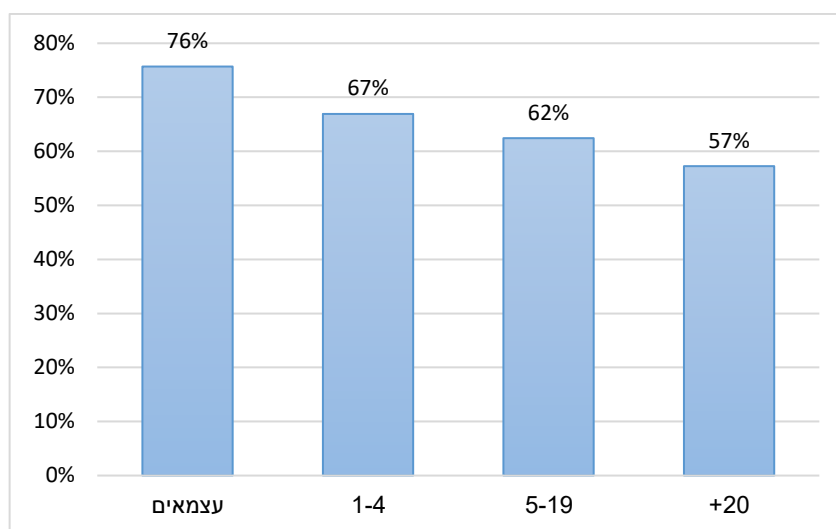
תרשים 3 – השפעת מגפת הקורונה על רווחיות העסק



³ שאלות 5-7

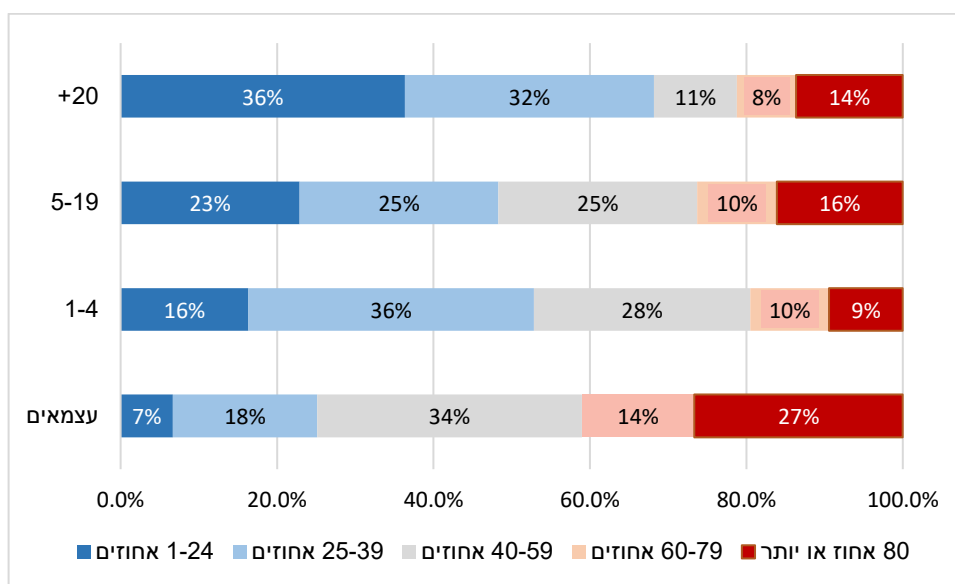
בפילוח לפי גודל העסק, ניתן לראות בתרשים 4 כי יש מתאם הפוך בין גודל העסקים לבין ירידה ברווחיות. ככל שהעסקים גדולים יותר, שיעור הדיווח שלהם על ירידה בהכנסות קטן יותר. 76% מבין העצמאים דיווחו על ירידה ברווחיות, בעוד 57% מבין העסקים הבינוניים בעלי יותר מ-20 מועסקים דיווחו על ירידה ברווחיות.

תרשים 4 – שיעור העסקים שדיווחו על ירידה ברווחיות העסק (לפי קבוצות גודל)



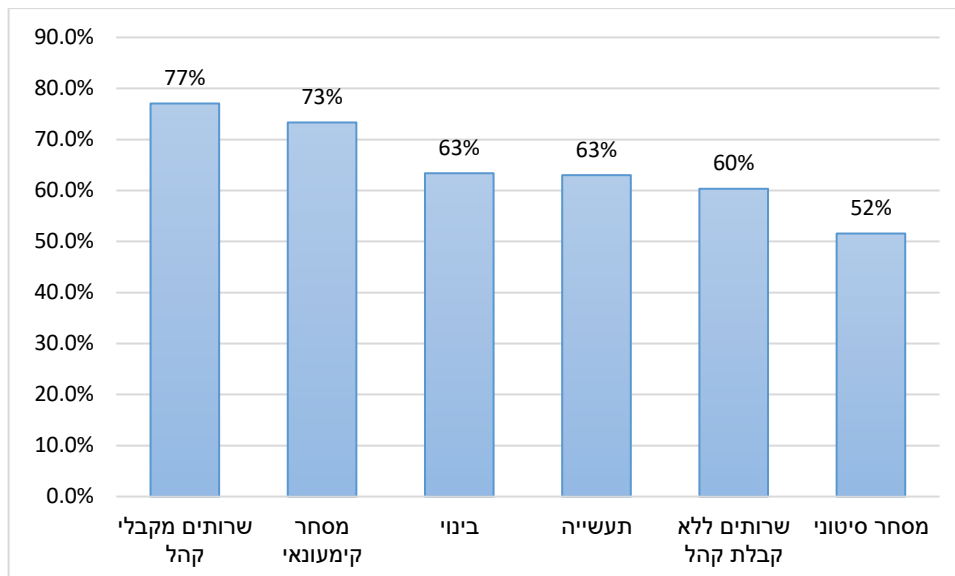
בהתייחס לשיעור הירידה ברווחיות בכל עסק, גם כאן קיים לרוב מתאם שלילי בין גודל העסקים לשיעור הירידה ברווחיות, וככל שהעסק קטן יותר כך קיים סיכון רב יותר שהירידה בהכנסות שלו גדולה. כפי שניתן לראות בתרשים 5, רוב העסקים בעלי +20 מועסקים דיווחו על ירידה של עד 40% ברווחיות (68%) בעוד שבקרב העצמאיים הרוב (74%) דיווחו על ירידה בשיעור הגבוה מ-40%. בקבוצת גודל 1-4 ובקבוצת גודל 5-19 47% ו-40% דיווחו בהתאמה על ירידה של למעלה מ-40%.

תרשים 5 – שיעור הירידה ברווחיות העסק (לפי קבוצות גודל)



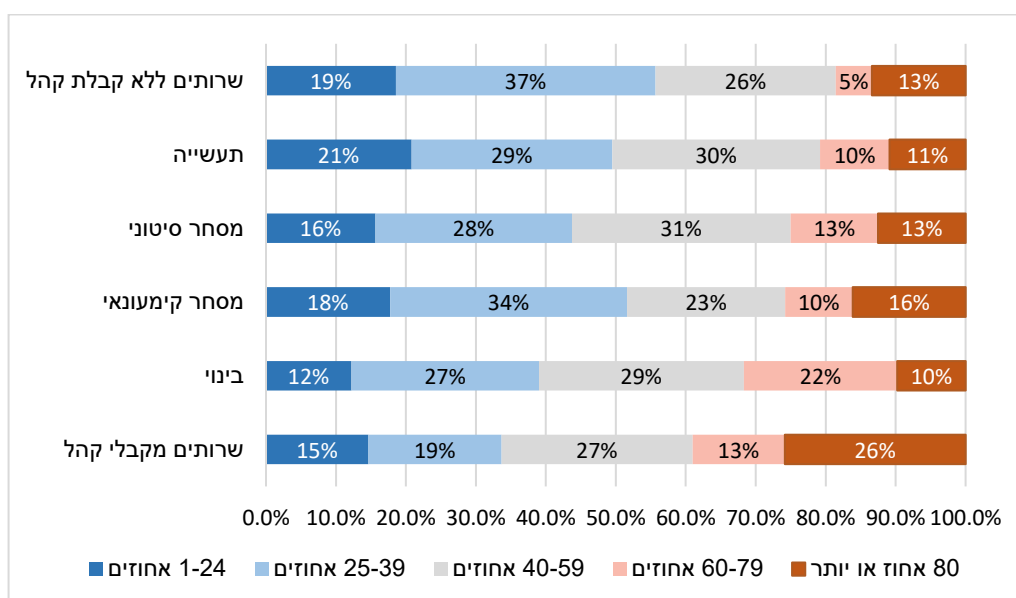
כפי שניתן לראות בתרשים 6, קיים גם פער משמעותי בירידה ברווחיות בין עסקים בענפים שונים, ונראה שהענפים שנפגעו באופן המשמעותי ביותר הם ענפי המסחר הקמעונאי וענפי השירותים מקבלי הקהל. בענפים אלו 73%-ו-77% מהעסקים בהתאמה דיווחו על ירידה ברווחיות.

תרשים 6 – שיעור העסקים שדיווחו על ירידה ברווחיות העסק (לפי ענף)



מפילוח שיעור הירידה ברווחיות בכל עסק, ניתן לראות (תרשים 7) שעסקים בענפי שירותים מקבלי קהל נפגעו בשיעורים הגבוהים ביותר. כאשר ב-66% מהעסקים חלה ירידה ברווחיות בשיעור הגבוה מ-40%.

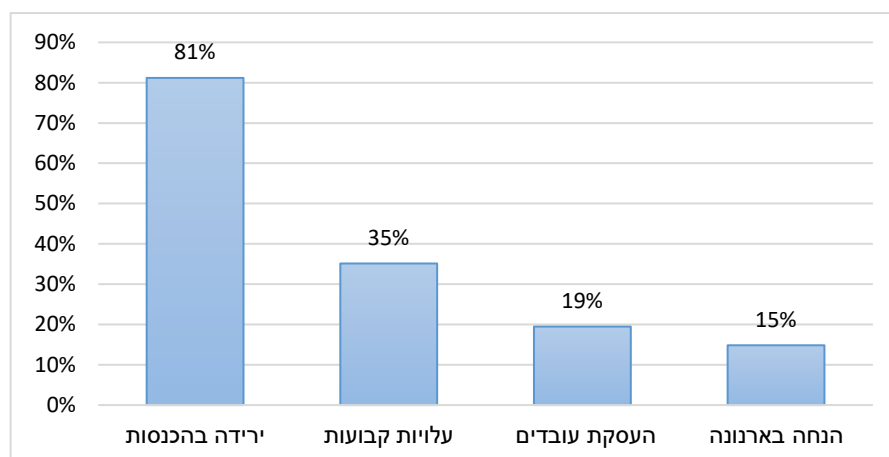
תרשים 7 – שיעור הירידה ברווחיות העסק (לפי ענף)



פיצויים בעקבות משבר הקורונה – היקף העסקים שקיבלו פיצויים⁴

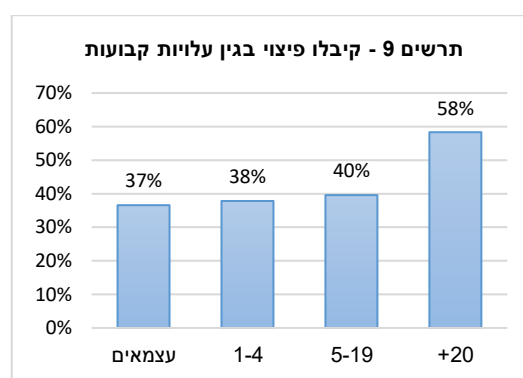
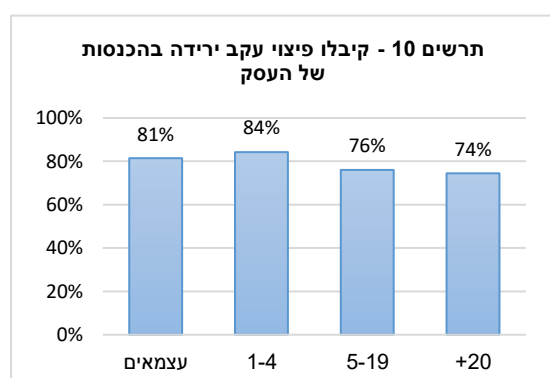
במהלך המשבר ניתנו לעסקים, שחווי ירידה ברווחיות, מגוון של חבילות פיצויים. הפיצויים ניתנו עקב ירידה בהכנסות של העסק, ניתנו לצורך כיסוי עלויות קבועות, ניתנו לפיצוי עסקים על העסקת עובדים למרות ירידה בהכנסות וניתנו לפיצוי על עלויות הארנונה. כפי שניתן לראות בתרשים 8 מבין העסקים שנפגעו 81% קיבלו פיצוי עקב ירידה בהכנסות, 35% בגין עלויות קבועות, 19% קיבלו פיצוי בגין העסקת עובדים⁵ ו-15% קיבלו פיצוי באמצעות הנחה בארנונה העסקית.

תרשים 8 – שיעור העסקים שקיבלו פיצוי עקב הקורונה (לפי סוג פיצוי)



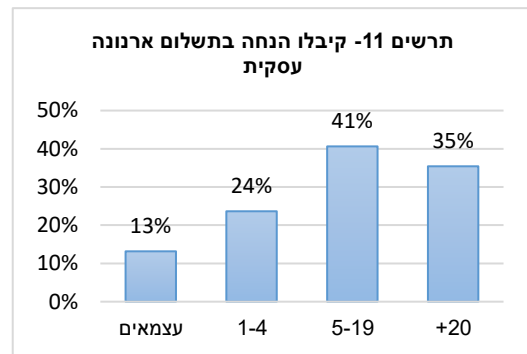
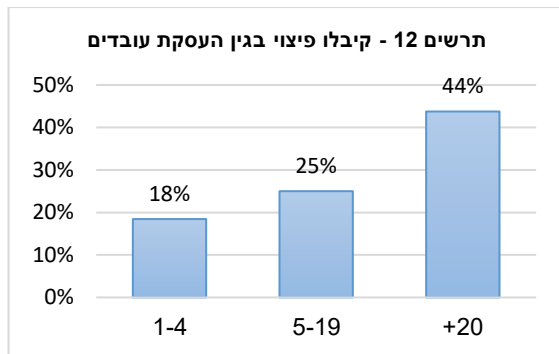
כפי שניתן לראות גם בתרשים 10, בכל קבוצות הגודל של העסקים יש שיעור גבוה של עסקים שקיבלו פיצוי עקב ירידה בהכנסות. כאשר עסקים עם 1-4 עובדים קיבלו פיצוי בשיעור הגבוה ביותר, 84% מהם קיבלו לפחות פיצוי אחד. בתרשים 9 ניתן לראות שהשיעור הגבוה ביותר של עסקים שקיבלו פיצוי בגין עלויות קבועות הם עסקים בינוניים עם 20 עובדים או יותר (58%). העסקים הגבוה ביותר שקיבלו הנחה בארנונה הם עסקים קטנים בגודל 5-19 מועסקים ופיצוי בגין העסקת עובדים למרות ירידה בהכנסות שכיח יותר בקרב עסקים עם מעל 20 מועסקים.

תרשימים 9 – 12: עסקים שקיבלו פיצויים והנחות לפי קבוצות גודל



⁴ שאלות 8-11

⁵ סה"כ איננו כולל עצמאים בחישוב הפיצוי בנוגע להעסקת עובדים



בפילוח של שיעור מקבלי הפיצויים לפי ענף כלכלי ניתן לראות שלמרות שההבדלים בין הענפים, בשיעור הפיצוי עקב ירידה בהכנסות לא גבוהים, (תרשים 13), הרי שבסוגי הפיצויים האחרים לפי הענפים יש שונות גבוהה. עסקים בענף הבינוי קיבלו את הפיצויים בשיעור הנמוך ביותר.

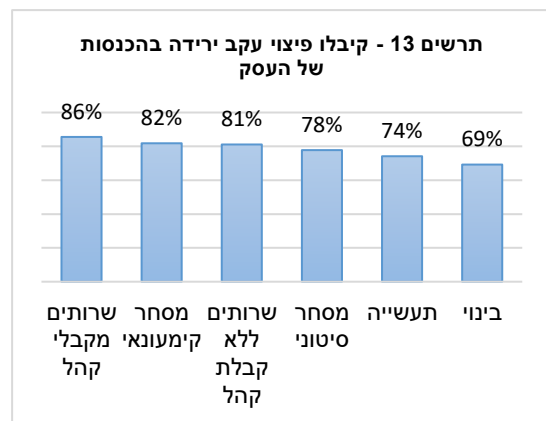
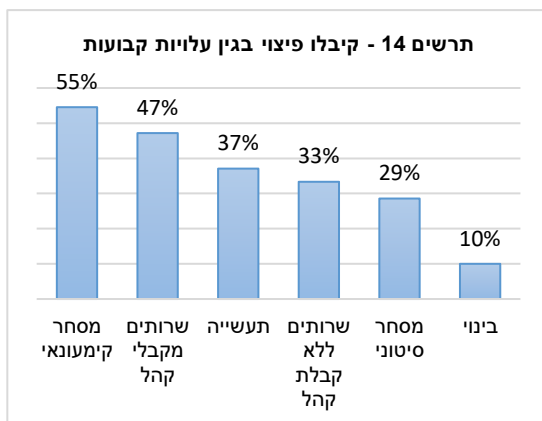
81% מהעסקים קיבלו פיצוי עקב ירידה בהכנסות של העסק, הענפים בהם שיעור העסקים שקיבלו פיצוי הוא הגבוה ביותר הם ענף השירותים וענף המסחר הקמעונאי. הענפים בהם שיעור העסקים שקיבל פיצוי הוא הנמוך ביותר הם: ענף הבינוי וענף התעשייה. הבדלים אילו מלמדים על מגמה אך אינם מובהקים מבחינה סטטיסטית.

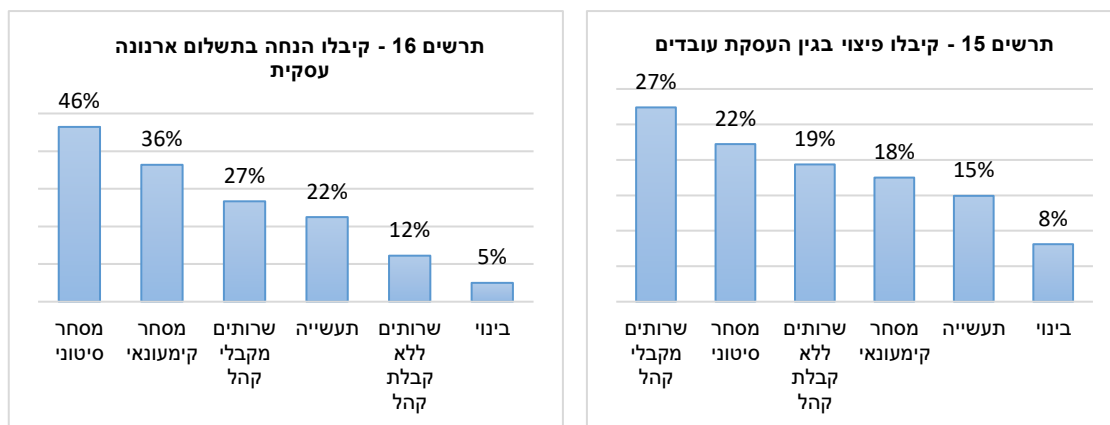
35% מהעסקים קיבלו פיצוי בגין עלויות קבועות, ענף המסחר הקמעונאי הוא הענף בו שיעור העסקים שקיבלו פיצוי הוא הגבוה ביותר (54%), עסקים בענפי שירותים מקבלי קהל קיבלו גם הם בשיעור גבוה (47%), כאמור, הענף בו שיעור העסקים שקיבלו פיצוי הוא הנמוך ביותר הינו ענף הבינוי (10%) הבדלים אילו מובהקים מבחינה סטטיסטית.

19% מהעסקים קיבלו פיצוי בגין העסקת עובדים, ענף שירותים מקבלי קהל הוא הענף שבו השיעור הגבוה ביותר של עסקים מקבלים פיצוי (27%) וענף הבינוי הוא הענף בו שיעור העסקים מקבלי הפיצוי הוא הנמוך ביותר (8%). הבדלים אילו אינם מובהקים סטטיסטית.

15% מהעסקים קיבלו הנחה בתשלום הארנונה העסקית, הענפים בהם שיעור העסקים שקיבלו הנחה בתשלום ארנונה עסקית הוא הגבוה ביותר הם מסחר סיטוני (46%) ומסחר קמעונאי (36%). הענפים בהם שיעור העסקים שקיבלו הנחה בארנונה הנמוך ביותר הם ענף הבינוי (5%) וענף השירותים ללא קבלת קהל (12%). הבדלים אילו מובהקים סטטיסטית.

תרשימים 13 – 16: עסקים שקיבלו פיצויים והנחות לפי ענפים עסקיים

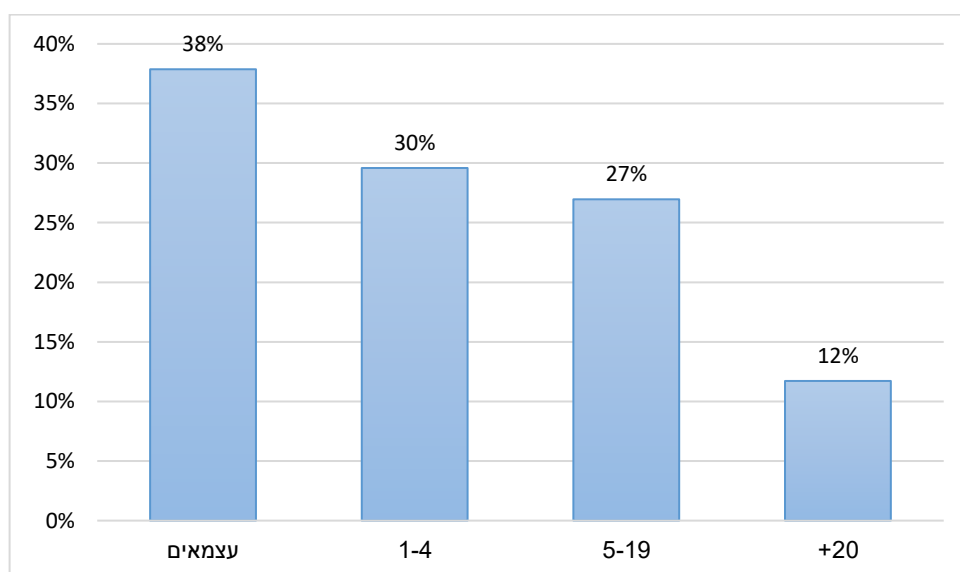




כוונת בעלי העסקים לסגור את העסק

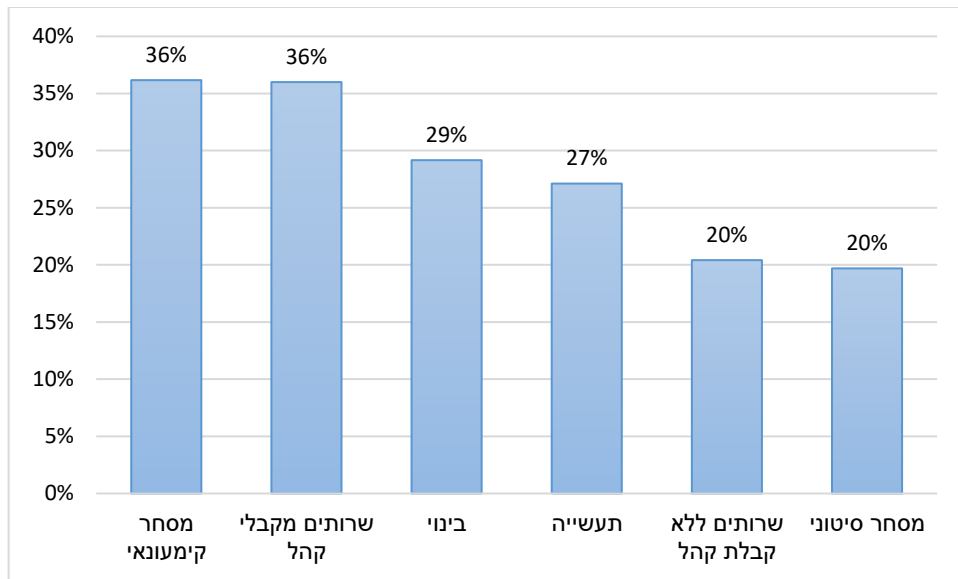
מבין המשיבים על הסקר 31% העידו כי שקלו לסגור את העסק לצמיתות בשנה האחרונה כאשר כ-90% מהם העידו כי השיקול לסגור את העסק הוא בעקבות משבר הקורונה. בתרשים 17 ניתן לראות כי עצמאים, ועסקים קטנים עם 1-4 מועסקים, שקלו לסגור את העסק לצמיתות בשיעור גבוה משמעותית מאשר עסקים עם +20 עובדים.

תרשים 17 - עסקים ששקלו לסגור את העסק לצמיתות בשנה האחרונה (לפי קבוצות גודל)



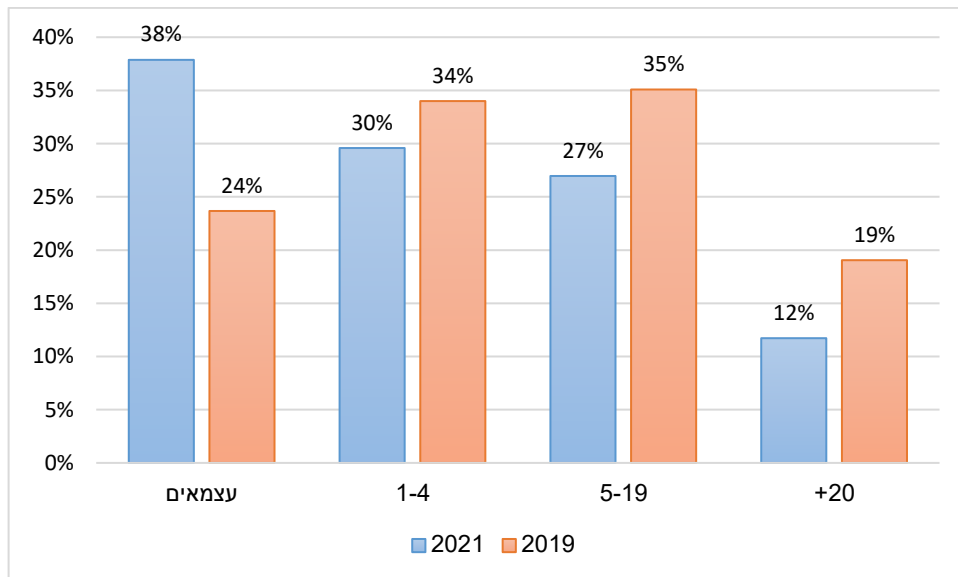
בפילוח לפי ענפים כלכליים ניתן לראות (תרשים 18) שבענפי המסחר הקמעונאי ובענפי השירותים מקבלי הקהל יש את השיעור הגבוה ביותר של בעלי עסקים ששקלו לסגור את העסק בשנה האחרונה - 36%.

תרשים 18 – עסקים ששקלו לסגור את העסק לצמיתות בשנה האחרונה (לפי ענף)



אולם בעלי עסקים רבים שוקלים לסגור את העסקים שלהם גם בשנים רגילות, ללא קורונה ולכן יש חשיבות להשוואת התשובות של העסקים השנה, לתשובות של עסקים לשאלה דומה לפני משבר הקורונה. כפי שניתן לראות בתרשים 19, בהשוואה לשנת 2019, מלבד קבוצת העצמאים בה חלה עליה משמעותית בשיעור בעלי העסקים ששקלו לסגור את העסק לצמיתות, ביתר קבוצות הגודל חלה דווקא ירידה בשיעור בעלי העסקים ששקלו לסגור.

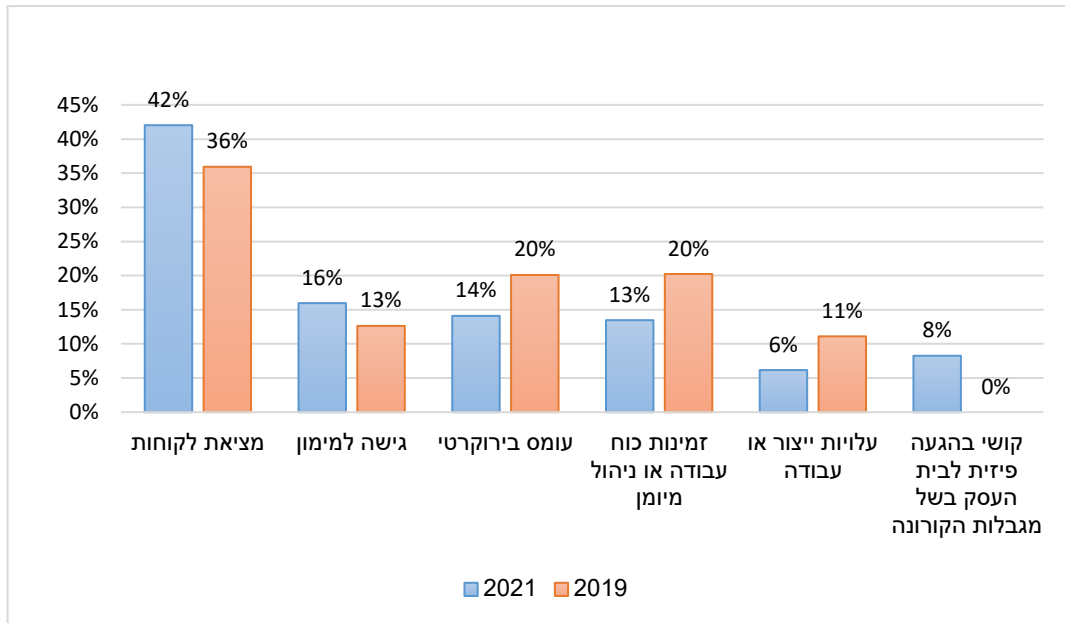
תרשים 19 – בעלי עסקים ששקלו לסגור לצמיתות, השוואה בין 2019 ל-2021 (לפי קבוצות גודל)



חסמים עיקריים להצלחת העסק

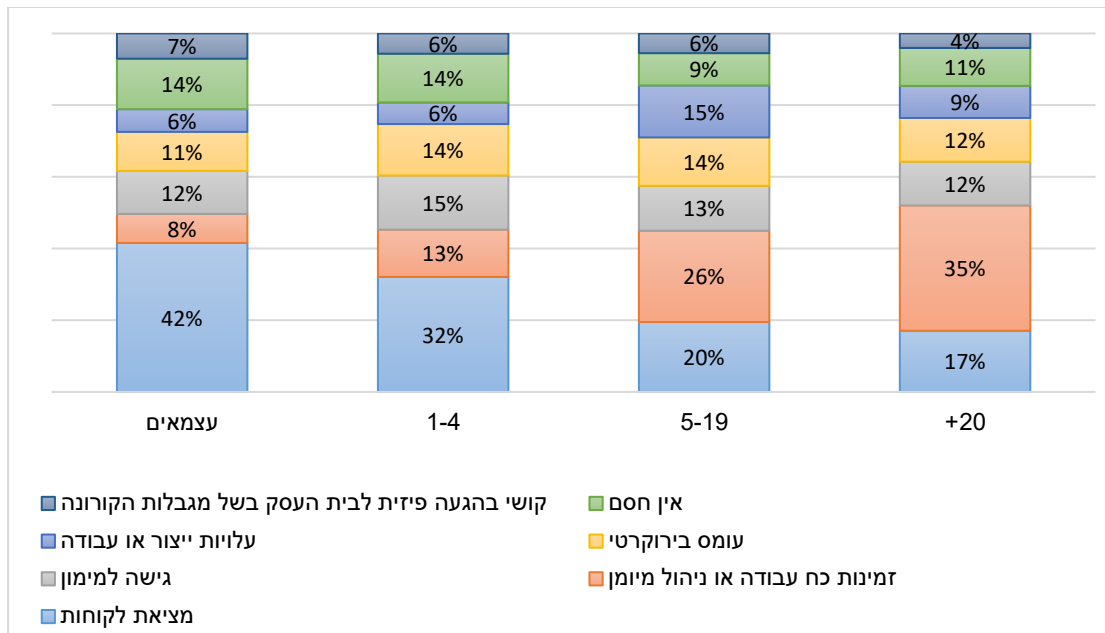
משיבי הסקר נשאלו מהו החסם העיקרי להצלחת העסק בתקופת הקורונה, הם התקשו לציין חסם אחד בלבד וחלקם ציינו מספר חסמים. כאשר חיברנו את כל התשובות מצאנו כי החסם השכיח ביותר, אותו ציינו 42% מהמשיבים, הוא מציאת לקוחות בתקופה זו, חסם זה היה החסם העיקרי גם ב-2019 עם 36%. בהשוואה לשנת 2019 נוספה בסקר של תחילת 2021 קטגוריה נוספת של קושי בהגעה פיזית לבית העסק בשל מגבלות הקורונה. קושי זה מהווה חסם בקרב 8% מהעסקים.

תרשים 20 – השוואת חסם עיקרי להצלחת העסק בין 2019 ל-2021



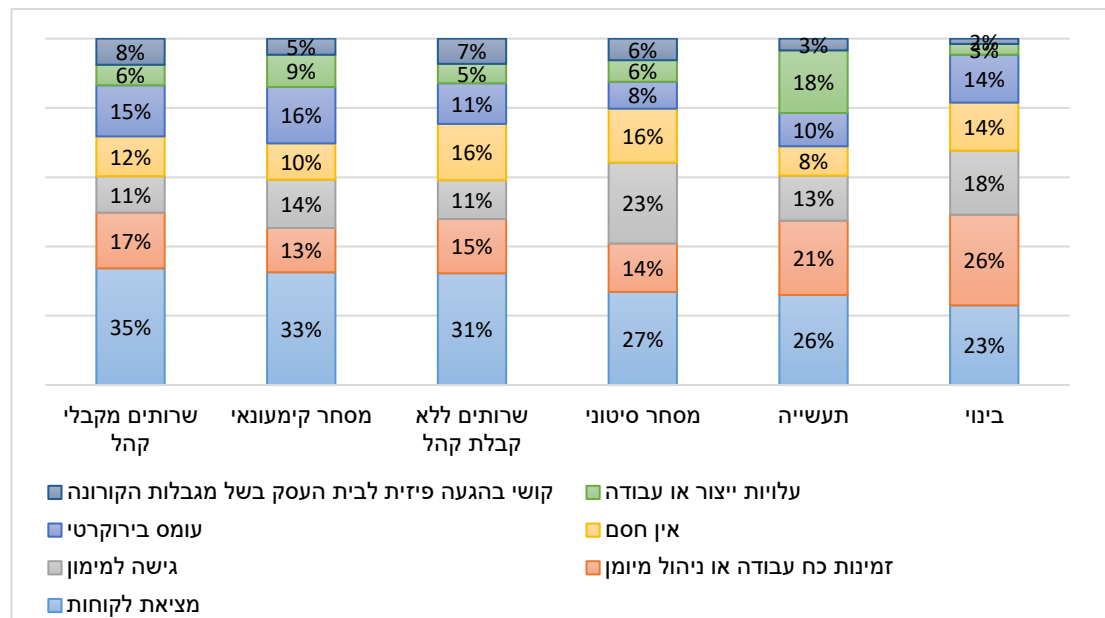
בפילוח החסמים העיקריים לפי קבוצות גודל של עסקים ניתן לראות שתי מגמות עיקריות (תרשים 21). מצד אחד, החסם של מציאת לקוחות הוא משמעותי יותר ככל שהעסק קטן יותר, כך שבקרב 42% מהעצמאיים הוא מהווה חסם העיקרי, והשיעור הולך ויורד עד ל-17% בקרב עסקים עם +20 עובדים או יותר. מהצד השני, החסם של זמינות כח עבודה או ניהול מיומן, מהווה חסם עיקרי בעיקר בקרב העסקים הגדולים יותר. חסם זה מאפיין 35% מקרב העסקים הבינוניים (+20 עובדים) בהשוואה ל-13% בלבד בקרב עסקים עם 1-4 עובדים ו-8% בקרב עצמאים.

תרשים 21 – פילוח חסם עיקרי (לפי קבוצות גודל)



בפילוח החסמים העיקריים לפי ענף (תרשים 22), ניתן לראות שאחד מהקשיים העיקריים של ענפי השירותים וענפי המסחר הקמעונאי הוא מציאת לקוחות, בעוד שבענפי הבינוי ובענפי התעשייה יש משקל דומה למציאת לקוחות ולזמינות כח עבודה או ניהול מיומן.

תרשים 22 – פילוח חסם עיקרי (לפי ענף)

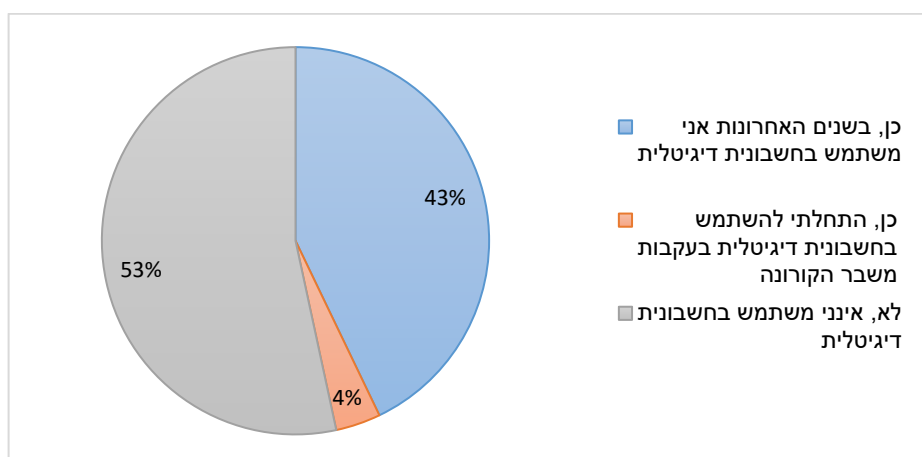


שימוש של עסקים בטכנולוגיות דיגיטליות

שימוש בחשבונית דיגיטלית⁸

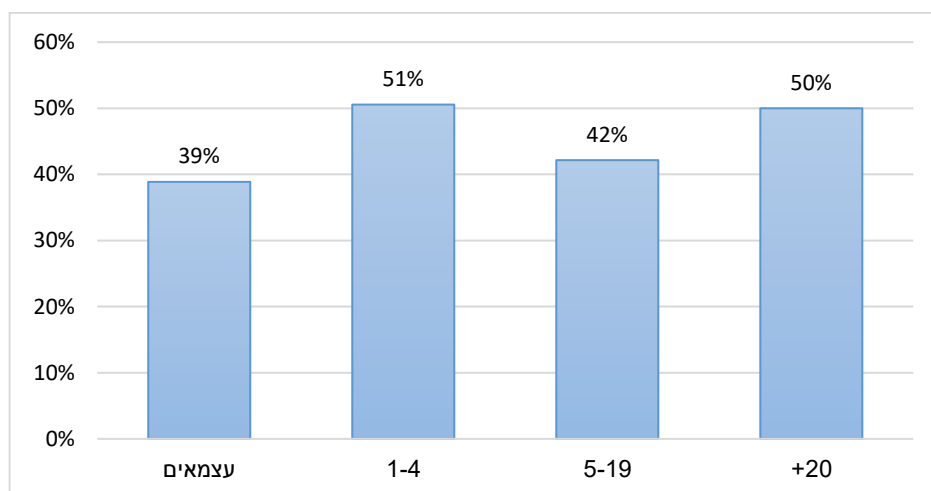
בבדיקת השימוש בטכנולוגיות דיגיטליות, נשאלו משיבי הסקר האם הם משתמשים בחשבונית דיגיטלית, ואם כן האם החלו להשתמש בה בעקבות משבר הקורונה. מניתוח הממצאים עולה כי 47% מהעסקים משתמשים בחשבונית דיגיטלית. עוד עולה כי מבין המשיבים 4% בלבד החלו להשתמש בחשבונית דיגיטלית עקב משבר הקורונה.

תרשים 23 – שימוש בחשבונית דיגיטלית



בבדיקה לפי גודל עסק, ניתן לראות כי שיעור השימוש הנמוך ביותר בחשבונית דיגיטלית הוא בקרב העצמאים שאינם מעסיקים עובדים (39%).

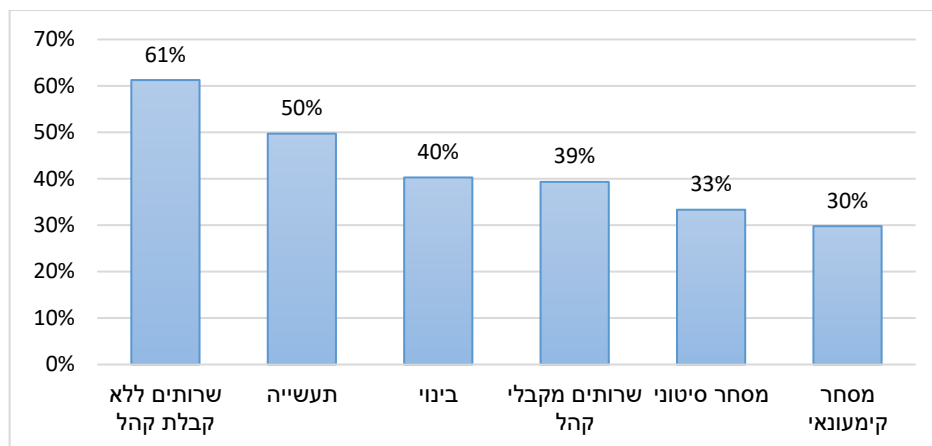
תרשים 24 – שיעור העסקים המשתמשים בחשבונית דיגיטלית (לפי קבוצות גודל)



⁸ שאלה 14

בניתוח השימוש בחשבוניות דיגיטליות לפי ענפים עסקיים, ענפי השרותים ללא קבלת קהל הם הענפים שמתמשים בחשבונית דיגיטלית בשיעורים הגבוהים ביותר (61%). ענפי מסחר קמעונאי ומסחר סיטונאי הם הענפים בהם פחות משליש מהעסקים משתמשים בחשבונית דיגיטלית.

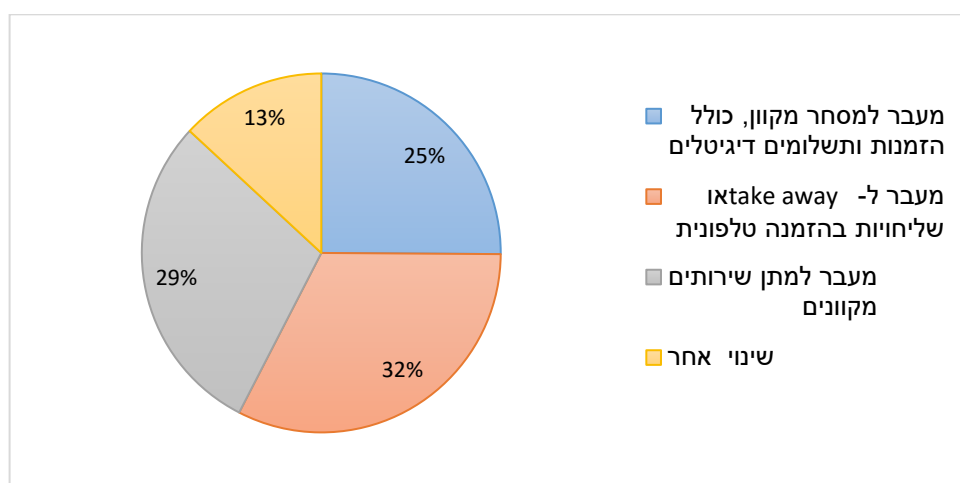
תרשים 25 – שיעור העסקים המשתמשים בחשבונית דיגיטלית (לפי ענף)



שינוי באופן המכירה והשיווק⁹

המשיבים לסקר נשאלו האם בעקבות משבר הקורונה הם ביצעו שינויים באופן המכירה והשיווק לצורך התאמת העסק לתקופה. 32% מסך השינויים באופן המכירה והשיווק קשורים במעבר ל Take away, 29% במעבר למתן שרותים מקוונים, ו-25% מעבר למסחר מקוון.

תרשים 26 – התפלגות השינויים באופן המכירה והשיווק

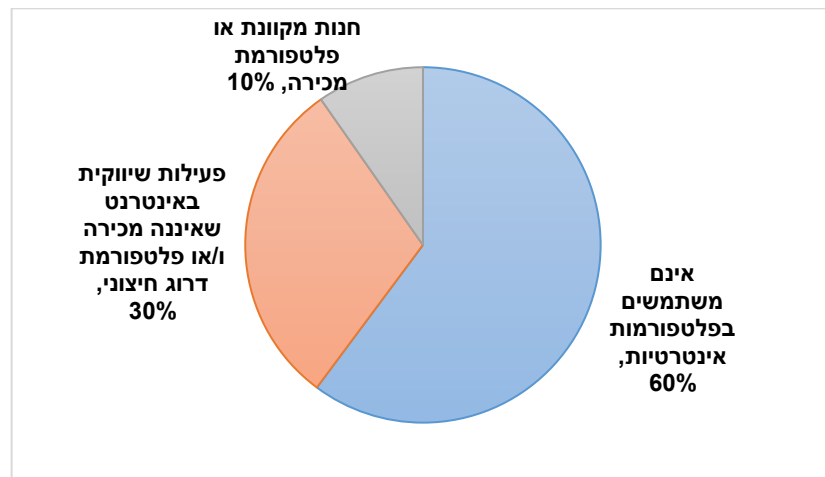


⁹ שאלה מסי 20

שיעור שימוש בטכנולוגיות דיגיטליות לצורך שיווק ומכירה¹⁰

באשר לפעילות העסקים בשיווק ומכירה באמצעות פלטפורמות אינטרנטיות, עסקים שדיווחו על השימוש בפלטפורמות שונות יכלו לדווח על שימוש ביותר מפלטפורמה אחת. כפי שניתן לראות בתרשים 27 60% מהעסקים אינם משתמשים באף פלטפורמה דיגיטלית לשיווק או מכירה, ואילו 10% מהעסקים הם בעלי פלטפורמת מכירה או חנות מקוונת שמאפשרות קבלת הזמנות ותשלום באופן מקוון. ל-30% מהעסקים הנותרים יש פתרונות דיגיטליים שאינם כוללים חנות מקוונת מלאה, פתרונות כגון דירוג חיצוני ופעילות שיווקית באינטרנט.

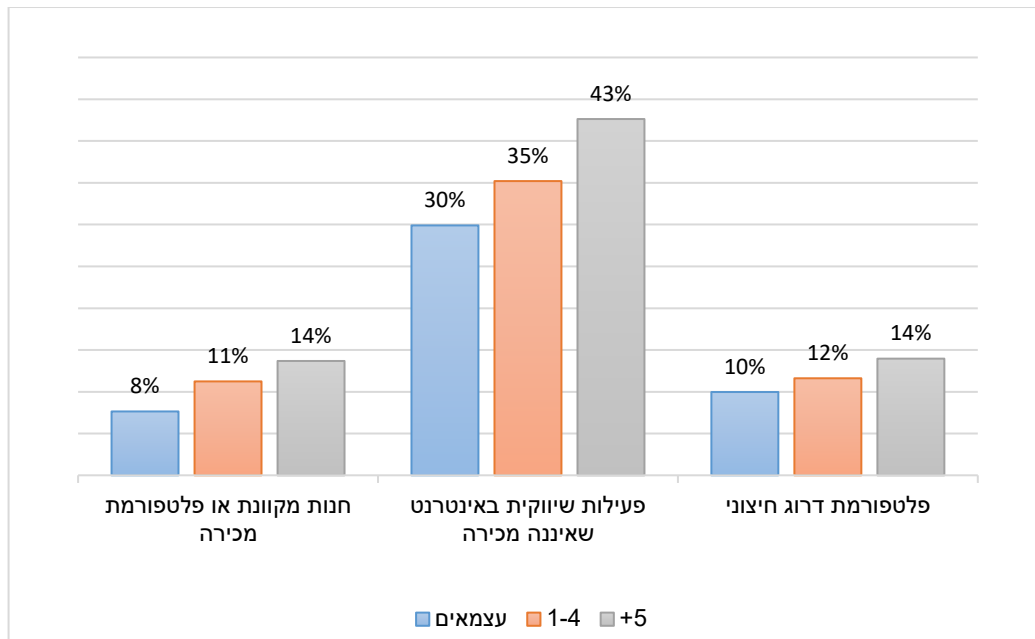
תרשים 27 – פעילות העסקים באמצעות פלטפורמות אינטרנטיות



מניתוח השימוש בפלטפורמות אינטרנטיות לפי קבוצות גודל עסק עולה כי יש קשר חיובי בין גודל העסק לשיעור העסקים שמשתמשים בפלטפורמות אינטרנטיות, עצמאים משתמשים בפלטפורמות אינטרנטיות בשיעורים הנמוכים ביותר וככל שגודל העסק עולה גם שיעור השימוש עולה.

¹⁰ שאלה מספר 15

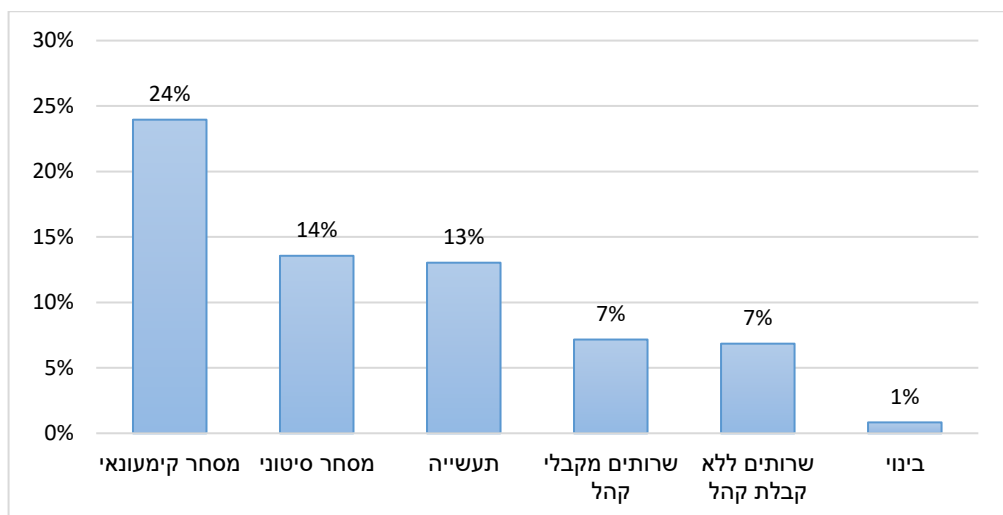
תרשים 28 – שימוש בפלטפורמות אינטרנטיות (לפי קבוצות גודל)



מניתוח השימוש בפלטפורמות לפי קבוצות של ענפים עסקיים עולה כי בקרב ענפי המסחר יש שימוש גדול יחסית בפלטפורמות אינטרנטיות. השיעורים הנמוכים ביותר של שימוש בפלטפורמות אינטרנטיות לשיווק ומכירה הם בקרב ענפי הבינוי בעיקר, אך גם בענפי השירותים.

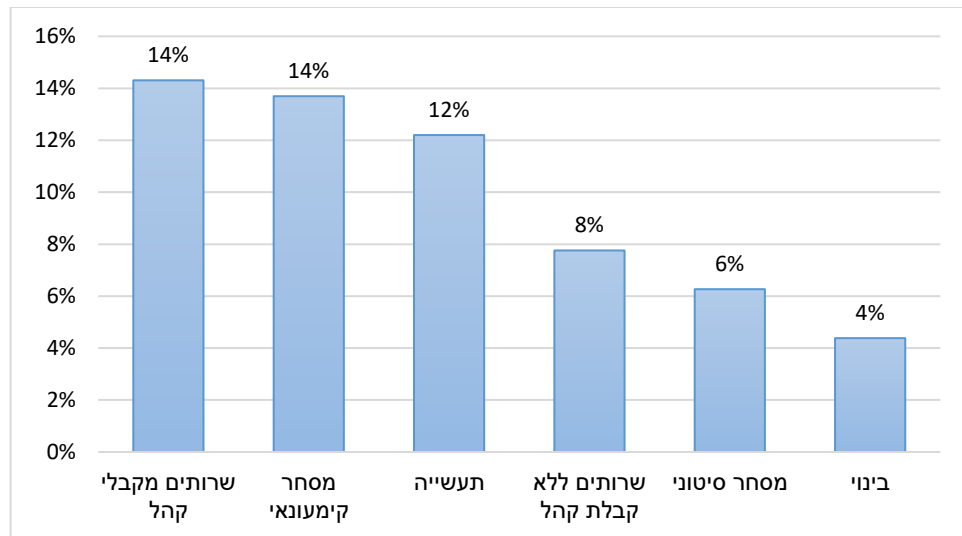
בהסתכלות על שימוש בחנות מקוונת או בפלטפורמת מכירה אינטרנטית ניתן לראות כי השימוש הרב ביותר נעשה בענף המסחר הקמעונאי, שבו 24% מהעסקים משתמשים בפלטפורמות מקוונות.

תרשים 29 – שימוש בחנות מקוונת או פלטפורמת מכירה (לפי ענף)



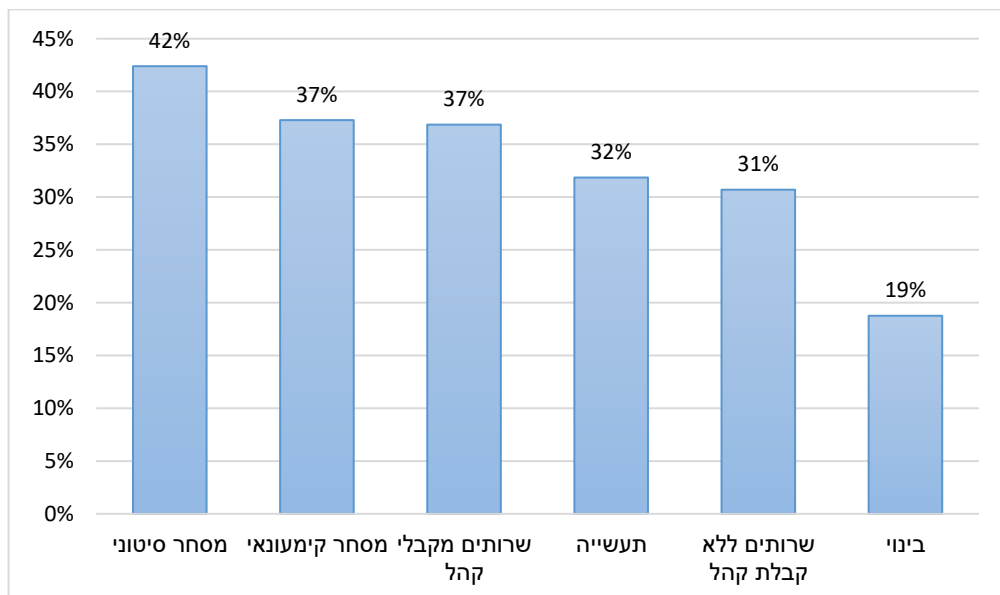
בבחינת השימוש בפלטפורמות דירוג חיצוני, נראה כי שיעור העסקים שעושים שימוש בפלטפורמות כאלו נמוך משיעור העסקים שמפעילים חנויות מקוונות וניתן לראות שימוש רב בפלטפורמות דירוג כאלו בקרב שירותים מקבלי קהל.

תרשים 30 – שימוש בפלטפורמת דירוג חיצוני (לפי ענף)



בבחינת השימוש בפלטפורמת שיווק אינטרנטית שאינן כוללות מכירה מקוונת, ניתן לראות כי מלבד ענף הבינוי, במרבית הענפים נעשה שימוש בשיעורים גבוהים יחסית בפלטפורמות מסוג זה כאשר בענפי המסחר הסיטוני, ובקרב שרותים מקבלי קהל, השימוש הינו בשיעור הגבוה ביותר.

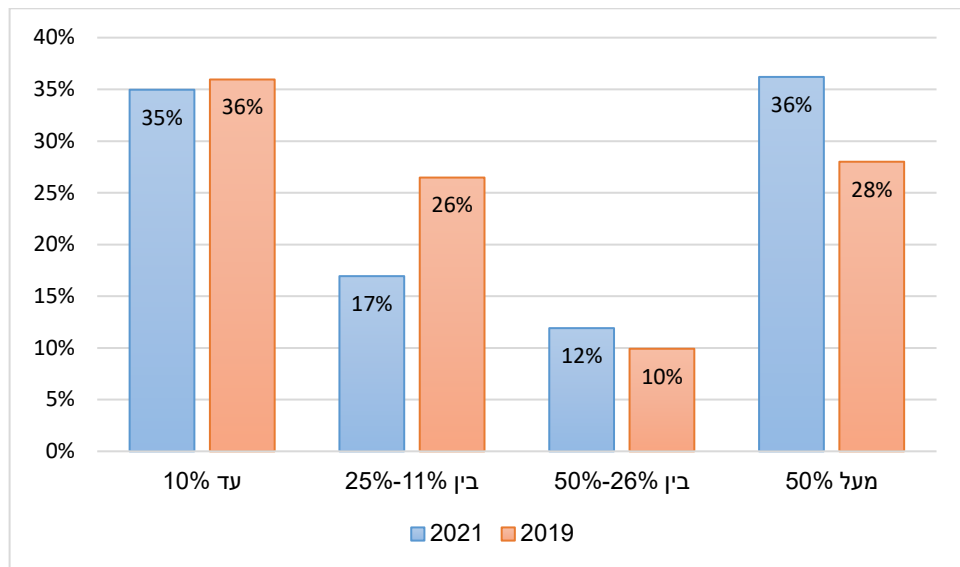
תרשים 31 – שימוש בפלטפורמת שיווק אינטרנטית שאיננה מכירות (לפי ענף)



שיעור המסחר המקוון במחזור העסק¹¹

מסחר מקוון מאפשר הגדלת הפעילות בשווקים מקומיים וחשיפה לשווקים בינלאומיים, מתוך כלל העסקים כ-10% פועלים גם בפלטפורמה של חנות מקוונת או פלטפורמת מכירה. כמחצית מהעסקים שמפעילים מסחר מקוון דיווחו על כך ששיעור המסחר המקוון מסך המחזור שלהם הוא עד 25%, 12% מהעסקים דיווחו על שיעור מסחר מקוון של 26%-50% ו-36% נוספים על שיעור מסחר מקוון של 51%-100% מסך המחזור. בהשוואה לשנת 2019 חלה עליה מ-28% ל-36% בשיעור העסקים בהם המסחר המקוון מהווה מעל ל-50% מסך המחזור.

תרשים 32 – שיעור המסחר המקוון בעסק מסך המחזור, השוואה בין 2019 ל-2021



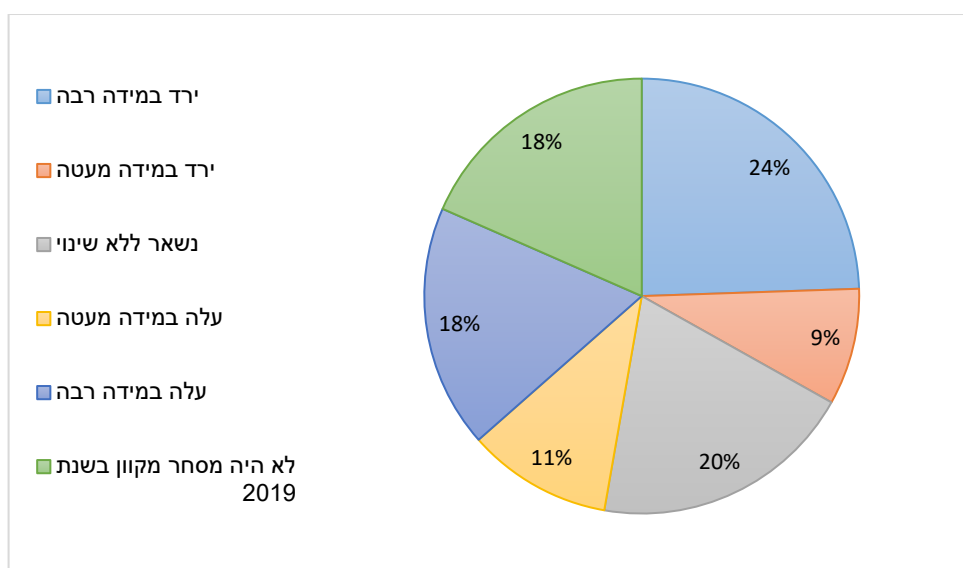
שיעור שינוי במסחר המקוון¹²

עסקים בסקר נשאלו האם היה אצלם שינוי במחזור המסחר המקוון בהשוואה לשנת 2019. בשנה האחרונה, עקב משבר הקורונה, ניתן לצפות לעלייה בשיעור המסחר המקוון בהשוואה לשנה שלפני המשבר. בתחום זה 18% מהעסקים ציינו שהם החלו מסחר מקוון רק אחרי תחילת 2020, ועוד 29% דיווחו על עלייה במסחר המקוון. 35% מהעסקים ציינו שהייתה להם ירידה במסחר המקוון לעומת שנת 2019 ובקרב עסקים אלו נמצא קשר חיובי בין ירידה במסחר המקוון לירידה ברווחיות העסק מפרוץ משבר הקורונה. כך שיכול להיות שעסקים שחוו ירידה במסחר המקוון חוו ירידה אף גדולה יותר במסחר הרגיל.

¹¹ שאלה 16

¹² שאלה 17

תרשים 33 – שינוי במסחר המקוון בהשוואה ל-2019



התמודדות של עסקים עם שינויים בעקבות משבר הקורונה

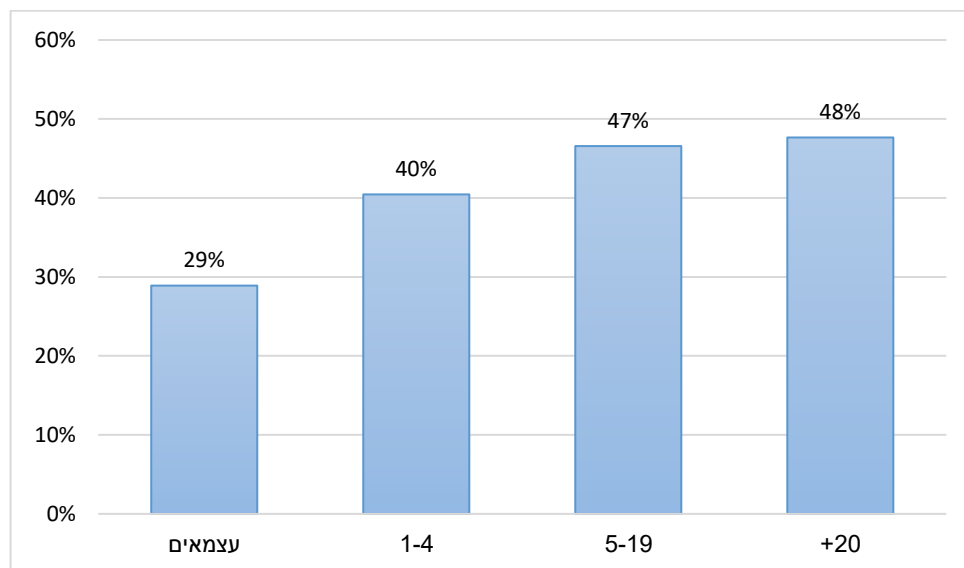
התאמת העסק למשבר הקורונה¹³

המשיבים לסקר נשאלו האם בעקבות משבר הקורונה הם ביצעו שינויים בעסק לצורך התאמתו לתקופה. שיעור העסקים העצמאים, ללא מועסקים, שביצעו שינוי הוא הנמוך ביותר 29% והשיעור הולך ועולה בהתאמה עם גודל העסק עד ל-48% מהעסקים עם 20 עובדים או יותר.

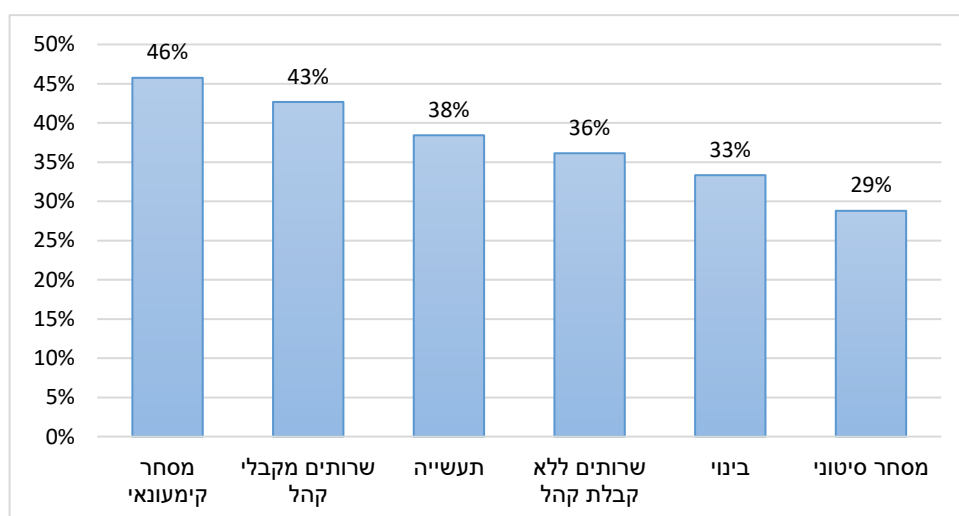
כאשר בוחנים את ביצוע השינויים לפי ענף עסקי (תרשים 35), אין הבדל מובהק סטטיסטית אך ניתן לראות כי הענפים בהם שיעור העסקים שביצע התאמות לקורונה הוא הגבוה ביותר הם: שירותים מקבלי קהל ומסחר סיטונאי.

¹³ שאלה 18

תרשים 34 – שיעור העסקים שביצעו שינויים מהותיים בעסק לצורך התאמה למשבר הקורונה (לפי קבוצות גודל)

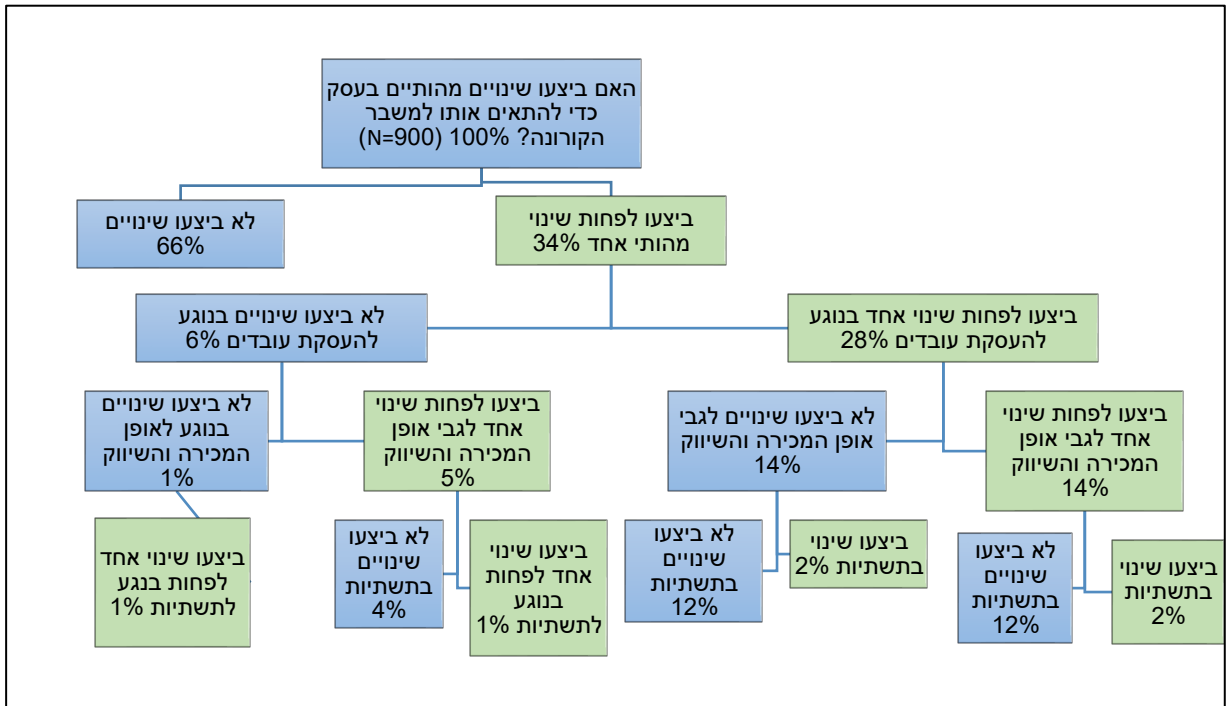


תרשים 35 – שיעור העסקים שביצעו שינויים מהותיים בעסק לצורך התאמה למשבר הקורונה (לפי ענף)



כפי שניתן לראות בתרשים 36, 28% מהעסקים ביצעו שינויים בנוגע לאופן העסקת העובדים, כגון: מעבר לעבודה מהבית, קיצוץ במספר העובדים והוצאת העובדים לחלי"ת. 19% מהעסקים ביצעו שינויים באופן המכירה והשיווק של העסק כגון מעבר לשירותי Take away ושליחויות, מעבר למתן שירותים מקוונים, ומעבר למסחר מקוון הכולל הזמנות ותשלומים דיגיטלים. 6% מהעסקים ביצעו שינויים לצורך התאמת תשתיות העסק.

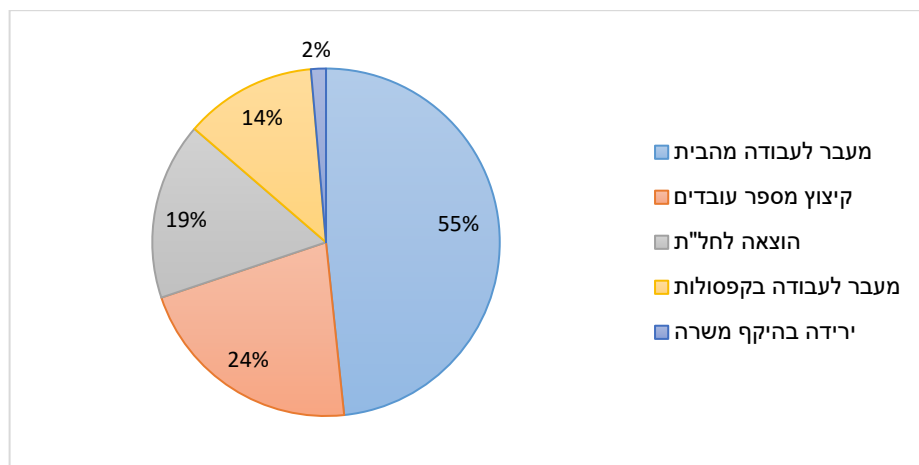
תרשים 36 – התפלגות השינויים בהתאמת העסק לקורונה



שינוי בנוגע להעסקת עובדים¹⁴

עסקים שנשאלו על השינויים שביצעו להתאמה לקורונה יכלו להשיב יותר מתשובה אחת. ההתפלגות בתרשים 37 מציגה את סך התשובות. 55% מסך השינויים בנוגע להעסקת עובדים נוגעים למעבר לעבודה מהבית, 24% מהשינויים שדווחו הם קיצוץ במספר העובדים, 19% הוצאת עובדים לחל"ת, 14% עברו לעבוד בקפסולות ו-2% ירידה בהיקף המשרה.

תרשים 37 – התפלגות השינויים בנוגע להעסקת עובדים

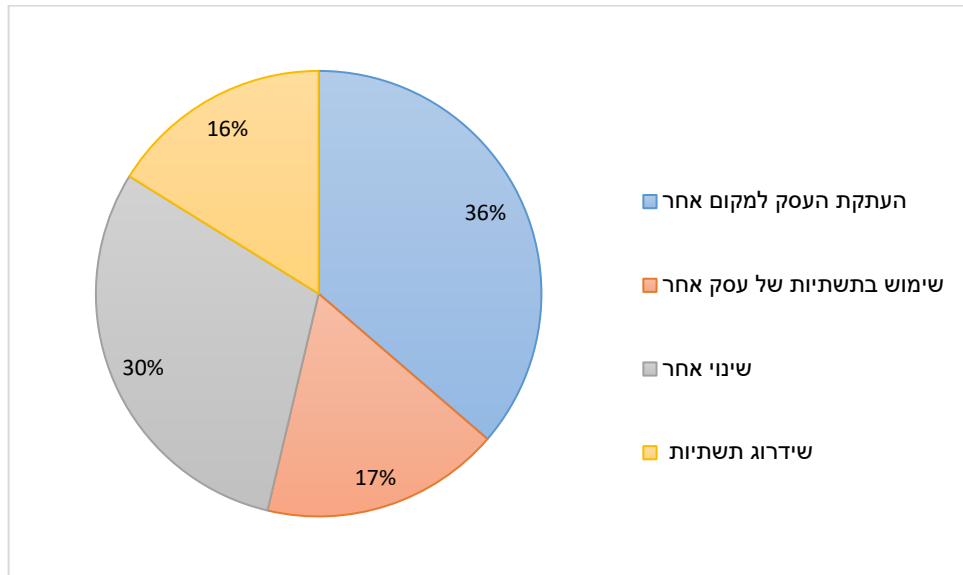


¹⁴ שאלה מס' 19

שינוי בתשתיות העסק¹⁵

תרשים 38 מציג את התפלגות השינויים בתשתיות העסק. השינויים העיקריים בתשתיות העסק היו העתקת העסק למקום אחר (36%), שימוש בתשתיות של עסק אחר (17%) ושדרוג תשתיות (16%).

תרשים 38: שינויים של עסקים בתשתיות



¹⁵ שאלה מס' 21

נספחים

נספח 1

מתודולוגיה

בכדי שאפשר יהיה לבחון הבדלים בין עסקים בגדלים שונים, ובין ענפי כלכלה שונים, ניתן ייצוג יתר לענפי מסחר, ייצור ובנייה, וזאת על חשבון ענף השרותים. כמו כן בסקר ניתן ייצוג יתר לעסקים הקטנים (5-19) ולעסקים הבינוניים (20 – 100 מועסקים) על חשבון העסקים הזעירים (0 – 4). כך שהמדגם בסקר לא היה מייצג וכדי שאפשר יהיה להסיק ממנו בוצע תיקון לייצוגיות העסקים (בחישובים משוקללים בלבד) לפי קבוצות גודל העסק (מספר מועסקים כפי שמדווח ע"י בעלי העסקים עצמם) באופן הבא:¹⁶

התפלגות המדגם ותיקון לקבלת תשובות מייצגות

תעשייה ויצור	שירותים ומקבלי קהל	שירותים שאינם מקבלי קהל	מסחר סיטונאי	מסחר קמעונאי	בינוי	סה"כ	
45	113	78	15	32	18	301	מספר משיבים במדגם
45	96	57	16	25	28	267	עצמאים
43	65	34	22	24	16	204	1-4
44	26	22	13	13	10	128	5-19
177	300	191	66	94	72	900	20+
							סה"כ
							התפלגות במדגם
0.050	0.126	0.087	0.017	0.036	0.020	0.334	עצמאים
0.050	0.107	0.063	0.018	0.028	0.031	0.297	1-4
0.048	0.072	0.038	0.024	0.027	0.018	0.227	5-19
0.049	0.029	0.024	0.014	0.014	0.011	0.142	20+
0.197	0.333	0.212	0.073	0.104	0.080	1.000	סה"כ

¹⁶ במקרים בהם הנסקר לא השיב על מספר מועסקים, המידע הושלם ממאגר הנתונים של הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים.

התפלגות באוכלוסייה							
0.575	0.053	0.045	0.022	0.286	0.152	0.017	עצמאים
0.307	0.052	0.041	0.027	0.137	0.034	0.017	1-4
0.095	0.017	0.013	0.011	0.032	0.014	0.008	5-19
0.023	0.002	0.002	0.003	0.008	0.005	0.003	20-99
1.000	0.124	0.102	0.062	0.463	0.204	0.044	סה"כ
							מקדם תיקון
							עצמאים
1.7194	2.6748	1.2661	1.2993	3.3005	1.2093	0.3397	
1.0361	1.6620	1.4734	1.5078	2.1699	0.3174	0.3330	1-4
0.4187	0.9509	0.5026	0.4517	0.8472	0.1885	0.1659	5-19
0.1596	0.1941	0.1628	0.1768	0.3173	0.1733	0.0587	20-99
1.0000	1.5533	0.9737	0.8462	2.1828	0.6129	0.2259	סה"כ

הסקר היה סקר טלפוני, שנערך בחודש אפריל 2021 בקרב 900 עסקים, ושיעורי ההשבה על הסקר עמדו על 11% ראיונות שהסתיימו בהצלחה. התפלגות הסטטוסים העיקריים לאי השבה: ב- 42% מהמקרים לא הייתה תשובה או היה תפוס, 20% סרבו להשיב על הסקר, ב-16% מהמקרים המספר היה שגוי או הגיעו לנתב שיחות או שהעסק נסגר, ב-9% לא נוצר קשר ו-2% סרבו להשיב על הסקר.

סיכום ההשבה לסקר

%	רשומות	
100%	7956	סה"כ
11%	900	השלים סקר
9%	692	לא נוצר קשר
42%	3363	תפוס / אין מענה
2%	140	ביקש להתקשר בזמן אחר
20%	1557	סירב
16%	1304	מספר שגוי/ נתב שיחות. עסק נסגר וכדומה

שאלון – סקר עסקים תקופתי

פתיח:

שלום, שמי [202] \$ ואני מתקשר/ת מטעם הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרד הכלכלה, האחראית על סיוע לעסקים בישראל.

אפשר לדבר בבקשה עם אחד המנהלים בעסק או בעליו?

- אם העסק ולא אחד מהמנהלים או בעל העסק, יש לבקש אותו ולהקריא מחדש את הפתיח.

- אם זה לא העסק או שלא ניתן להשיג את בעל העסק או המנהל שלו > יש לסיים את השיחה ולציין זאת בנסגר/ אחר.

אנו עורכים מדי פעם סקר קצר ללמידת מצב העסקים על מנת לעזור ולשפר את מצב העסקים.

חשוב לציין כי השאלון חסוי ולא יעשה שום שימוש בכל פרט מזהה שלך או של העסק.

תודה על שיתוף הפעולה.

כללי

1. כמה שנים העסק קיים? _____ (לסוקר: לענות בשנים).

א. אם העסק קיים עד שנה (סינון – יוצא מהסקר)

2. כמה מועסקים עובדים היום בעסק, כולל בעלים ומנהלים? (לסוקר - יש להדגיש שהמספר כולל בעלים / מנהלים, יש לקבל תשובה מספרית בלבד (ניתן להסתפק באומדן) _____.

א. לא יודע (סינון – יוצא מהסקר).

ב. מסרב להשיב (סינון – יוצא מהסקר).

אם מעל 100 עובדים, יש להודות ולסיים את הסקר.

3. כמה מועסקים עבדו בעסק בתחילת שנת 2020 לפני שהחלה מגפת הקורונה, כולל מנהלים

א. מספר המועסקים _____ (עובר לשאלה 4)

ב. מסרב (עובר לשאלה 3)

4. האם מצבת העובדים היום בהשוואה למצבת העובדים לפני משבר הקורונה?

א. נמוכה יותר

ב. דומה

ג. גבוהה יותר

5. מפרוץ משבר הקורונה האם רווחיות העסק:

א. עלתה.

ב. ירדה (עובר לשאלה 6).

ג. נשארה דומה (עובר לשאלה 11).

ד. לא ניתן לדעת (לא להקריא עובר לשאלה 11).

ה. מסרב (לא להקריא עובר לשאלה 11).

6. בכמה עלתה רווחיות העסק?

א. 1-25 אחוזים (עובר לשאלה 11).

ב. 26-50 אחוזים (עובר לשאלה 11).

ג. 50-100 אחוזים (עובר לשאלה 11).

ד. מעל 100 אחוזים (עובר לשאלה 11).

ה. מסרב (לא להקריא עובר לשאלה 11).

7. בכמה ירדה רווחיות העסק?

א. 1-24 אחוזים (עובר לשאלה 11)

ב. 25-39 אחוזים

ג. 40-59 אחוזים

ד. 60-79 אחוזים

ה. 80 אחוז או יותר

המדינה הכינה חבילות פיצויים עקב ירידה בהכנסות של העסק, לכיסוי עלויות קבועות, לפיצוי על העסקת עובדים, ולפיצוי על עלויות הארנונה. כעת אשאל אותך לגבי הפיצויים השונים.

7. האם קיבלת פיצוי עקב ירידה בהכנסות של העסק? (לסוקר -יש להקריא את כל התשובות למרואיין)

- א. כן
- ב. לא
- ג. אינני מכיר את הפיצוי הזה

8. האם קיבלת פיצוי על עלויות קבועות של העסק? (לדוגמא : שכירות, ארנונה, חשמל – לפרט במידה והשאלה איננה ברורה למרואיין) (לסוקר -יש להקריא את כל התשובות למרואיין)

- א. כן
- ב. לא
- ג. אינני מכיר את הפיצוי הזה

9. האם קיבלת פיצוי על העסקת עובדים? (לסוקר -יש להקריא את כל התשובות למרואיין)

- א. כן
- ב. לא
- ג. אינני מכיר את הפיצוי הזה
- ד. עסק עצמאי עם עובד אחד בלבד

10. האם קיבלת הנחה מתשלום ארנונה עסקית? (לסוקר -יש להקריא את כל התשובות למרואיין)

- א. כן
- ב. לא
- ג. אינני מכיר את הפיצוי הזה

11. האם שקלת לסגור את העסק לצמיתות בשנה האחרונה ? (ללא הקראת האפשרויות- אבל אם אומר כן לברר האם קשור או לא קשור למשבר)

- א. כן.
- ב. לא.
- ג. כן, אך ללא קשר למשבר

12. מהו החסם העיקרי לדעתך להצלחת העסק שלך? (לסוקר -יש להדגיש שמדובר בחסם העיקרי - תשובה אחת. יש להקריא תשובות א-ו). **תכנות: סדר התשובות משתנה רנדומלי.**

- א. גישה למימון
- ב. מציאת לקוחות
- ג. זמינות כוח עבודה או ניהול מיומן
- ד. עומס בירוקרטי (דוגמה לסוקרים: מילוי טפסים, בקשת אישורים)
- ה. עלויות ייצור או עבודה
- ו. קושי בהגעה פיזית לבית העסק בשל מגבלות קורונה.
- ז. אין חסם להצלחת העסק <לא להקריא>
- ח. אחר <לא להקריא> _____.
- ו. מסרב <לא להקריא>.

דיגיטציה

13. האם אתה משתמש בחשבונית דיגיטלית המועברת ישירות לפורטל, למייל או טלפון הלקוח? (לסוקר – להקריא את כל התשובות, פורטל משמעותו העלאת חשבונית לאתר הלקוח)

- א. כן, בשנים האחרונות אני משתמש בחשבונית דיגיטלית.
- ב. כן, התחלתי להשתמש בחשבונית דיגיטלית בעקבות משבר הקורונה.
- ג. לא, אינני משתמש בחשבונית דיגיטלית.

מסחר מקוון

14. האם העסק שלך פועל כיום בפלטפורמות הבאות? (להקריא תשובות 1-4. ניתן לענות יותר מתשובה אחת) חשוב להקריא את כל התשובות גם אם עונה לא על הראשונה וחושב שלא רלוונטי עבורו:

- א. חנות מקוונת או פלטפורמת מכירה (למשל, אמזון).
- ב. פעילות שיווקית באינטרנט שאינה מכירה (אתר לצורך מיתוג, דף עסקי, אינסטגרם וכו') (דלג לשאלה 17).
- ג. פלטפורמת דרוג חיצונית שמפנה אלייך (דוגמת: איזי, זאפ, אתר מדרג) (דלג לשאלה 17).
- ד. אחר _____ (דלג לשאלה 17).
- ה. לא (דלג לשאלה 17).

15. מהו שיעור המסחר המקוון בעסק כיום, מסך המחזור הכללי? (לסוקר: שיעור הכוונה לאחוז, המחזור הכללי הכוונה להכנסה הכוללת) לסוקר ללא הקראת תשובות

- א. עד 10%
- ב. בין 11%-25%
- ג. בין 26%-50%
- ד. 51%-75%
- ה. מעל ל 75%
- ו. לא יודע (לא להקריא)

16. שיעור המסחר המקוון של העסק כיום בהשוואה לשנת 2019 (לפני המשבר).

- א. עלה במידה רבה.
- ב. עלה במידה מועטה.
- ג. נשאר ללא שינוי.
- ד. ירד במידה מועטה.
- ה. ירד במידה רבה.
- ו. לא היה מסחר מקוון בשנת 2019
- ז. לא יודע (לא להקריא)

ועכשיו מספר שאלות בנושא משבר הקורונה
לחשוב האם אני רוצה לסגן עסקים שהוקמו בשנה האחרונה

17. האם ביצעת שינויים מהותיים בעסק כדי להתאים אותו למשבר הקורונה? (לדוגמא: מעבר למכירות באינטרנט, מעבר למשלוחים, שינויים מהותיים בהעסקת העובדים)

- א. כן.
- ב. לא (עבור לשאלה 22).

18. מהו השינויים העיקריים בנוגע להעסקת עובדים בזמן קורונה (ניתן להשיב יותר מתשובה אחת):

- א. עברנו לעבודה בקפסולות.
- ב. עברנו לעבודה מהבית.
- ג. עברנו לעבוד במשמרות.
- ד. אין שינוי.
- ה. עסק עצמאי עם עובד אחד בלבד
- ו. אחר: _____

19. האם בעקבות משבר הקורונה ביצעת שינוי באופן המכירה והשיווק ? (ניתן להשיב יותר מתשובה אחת):
- א. עברנו למסחר מקוון, כולל הזמנות ותשלומים דיגיטלים (לדוגמא: חנות דיגיטלית)
 - ב. עברנו ל take away או שליחויות בהזמנה טלפונית (תשלום יכול להיות מזומן, טלפוני, או כרטיס אשראי)
 - ג. עברנו למתן שירותים מקוונים (למשל: הרצאות מקוונות, תיקון מחשב על ידי השתלטות מרחוק, שיעורים פרטיים)
 - ד. אחר _____
 - ה. לא.

20. האם בעקבות משבר הקורונה ביצעת שינוי בתשתיות?
- א. העתקנו את העסק למקום אחר
 - ב. אנחנו משתמשים בתשתיות של עסק אחר
 - ג. אחר _____
 - ד. לא.

21. אנא פרט, האם יש שינוי אחר שביצעת שלא תואר עד כה? _____.

לצורך ניתוח סטטיסטי בלבד:

22. אופי פעילות העסק מבוסס בעיקר על:
- א. קבלת קהל במקום סגור.
 - ב. קבלת קהל במקום פתוח.
 - ג. עבודה משרדית.
 - ד. תעשייה או עבודה בכלים ומכונות כבדות.
 - ה. פעילות אחרת _____

23. מהו תחום עיסוקו העיקרי של העסק? (להקריא תשובות- אם מציין יותר מסוג אחד לכתוב באחר)

- א. תעשייה ויצור.
- ב. שירותים מקבלי קהל.
- ג. שירותים שאינם מקבלי קהל.
- ד. מסחר קמעונאי.
- ה. מסחר סיטונאי
- ו. בינוי.
- ז. אחר _____

תודה רבה על שיתוף הפעולה!

לסוקר: למלא את מין המשיב _____