



דוח "ברכה בעסקים"

דוח מסכם אודות "ברכה בעסקים"
תוכנית לעידוד יזמות עסקית במגזר החרדי

גלעד מלאך



מינהל מחקר וכלכלה
משרד התעשייה, המסחר והתעסוקה

דו"ח "ברכה בעסקים"

"דו"ח מסכם אודות "ברכה בעסקים"
תוכנית לעידוד יזמות עסקית במגזר החרדי

גלעד מלאך

תודות

ברצוני להודות לאנשי מינהל מחקר וכלכלה במשרד התמ"ת: בני פפרמן, מרים גרינשטיין רוני בר-צורי ועידית מרדכי. לאנשי תב"ת: ראובן גורבט, אלי בנטאטה, חיה גרף, רינה לאור וסילבנה אוחנה. ליוסף בשארה ולרובי ציקלובר מטלדור ולמנהלי מט"י: אורי שרף, איריס פלד ושוקי בן-שבת. תודה מיוחדת לאסף מלחי, ראש תחום חרדים במינהל מחקר בתמ"ת על מעורבותו ותרומתו לאורך כל הפרויקט.

על המחבר

גלעד מלאך, חוקר במינהל מחקר וכלכלה במשרד התמ"ת ודוקטורנט בבית הספר למדיניות ציבורית באוניברסיטה העברית בתחום: "אסטרטגיות של מדיניות ציבורית ביחס לחרדים".

תוכן עניינים

רשימת הלוחות והגרפים

תקציר, עיקרי הממצאים וניתוח עיקרי הממצאים

פרק 1 – הרקע לתוכנית "ברכה בעסקים", מטרות ומתודולוגיה

1.1 רקע

1.2 מטרות מחקר ההערכה

1.3 מתודולוגיה: האוכלוסייה ושיטת איסוף הנתונים

1.4 מבנה הדוח

1.5 רקע תיאורטי למחקר

פרק 2 - מאפייני הרקע של המשתתפים בתוכנית

2.1 מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית

2.2 מאפייני רקע של המשתתפים בתחום התעסוקה

2.3 מאפייני רקע של המשתתפים על-פי מגדר

2.4 מאפייני רקע על פי המרכז אליו פנו המשתתפים

2.5 מאפייני רקע כלכליים-חברתיים

פרק 3 - מניעים וחסמים לפתיחת עסק בקרב המשתתפים בתוכנית

3.1 מניעים לפנייה ליזמות בקרב המשתתפים

3.2 התאמה ליזמות על פי מדדים תיאורטיים

3.3 סיבות לאי פתיחת עסק או לסגירתו

3.4 תגובות ויחס הסביבה הקרובה ליזמות עסקית

פרק 4 - שינויים בסטאטוס התעסוקתי של המשתתפים בתוכנית

4.1 סטאטוס תעסוקה ויזמות

4.2 סטאטוס נוכחי של יזמים בעת הפנייה לתוכנית

פרק 5 - מאפייני העבודה של היזמים

- 5.1 תחום העיסוק: יזמים ושכירים
- 5.2 מסגרת העבודה: שותפים, קהל יעד ומועסקים
- 5.3 רמת הכנסה

פרק 6 - שינויים כלכליים ושינויים במעמד משתתפי התוכנית בקהילה בעקבות היזמות

- 6.1 שינויים כלכליים
- 6.2 שינויים במעמד בקהילה

פרק 7 - פעילות מרכזי מט"י ושביעות הרצון של המשתתפים

- 7.1 הפנייה למט"י ומניעה
- 7.2 שביעות הרצון מן התוכנית
- 7.3 מידת הסיוע של התוכנית - היבטים נוספים

פרק 8 - תוכנית העבודה של ברכה בעסקים וקבוצת השוואה

- 8.1 תוכנית העבודה של ברכה בעסקים: תכנון מול ביצוע
- 8.2 הישגי התוכנית מול קבוצת השוואה

פרק 9 - סיכום

נספח

ביבליוגרפיה

רשימת לוחות וגרפים

- לוח 1:** מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים
- לוח 2:** מאפייני רקע בתחום התעסוקה של המשתתפים בתוכנית, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים
- לוח 3:** מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית לפי מרכזי מט"י, באחוזים
- לוח 4:** מאפייני רקע כלכליים וחברתיים, סה"כ, לפי מגדר ומרכז, באחוזים
- לוח 5:** המוטיווציות לפנייה ליזמות עסקית, באחוזים
- לוח 6:** המוטיווציה לפנייה ליזמות עסקית בקרב שכירים, באחוזים
- לוח 7:** מוטיווציות עסקיות-כלכליות בפניה ליזמות עסקית מול מוטיווציות של ביטוי אישי, (סה"כ ובחלוקה למגדר ולפי מרכז באחוזים)
- לוח 8:** המוטיווציה לפנייה ליזמות במסגרת התוכנית "ברכה בעסקים" בקרב שאינם עובדים, באחוזים
- לוח 9:** יחס והתאמה ליזמות (שאלון הולנד ושאלות נוספות), סה"כ ובחלוקה לבעלי עסק, שכירים ולא עובדים, ולפי מגדר ומרכז, באחוזים
- לוח 10:** יחס לעבודה במצב של זכייה בסכום כסף גבוה וביחס ללימוד תורה, סה"כ באחוזים
- לוח 11:** הסיבות לאי פתיחת עסק, באחוזים
- לוח 12:** שיעור ההתייעצות עם גורמים שונים ביחס לפנייה ליזמות עסקית, באחוזים
- לוח 13:** השינוי במצב התעסוקתי בקרב שכירים ולא עובדים, סה"כ, באחוזים
- לוח 14:** השינוי במצבם של עצמאים לאחר התוכנית, סה"כ, באחוזים
- לוח 15:** משלח יד וענף כלכלי – בעלי עסק ושכירים. חלוקה למגדר ומרכז
- לוח 16:** מסגרת העבודה בקרב היזמים המשתתפים בסקר ומידת החרדיות של העסק סה"כ ולפי מגדר, באחוזים
- לוח 17:** שיעור ומספר העובדים בעסק (נוסף למעסיק) סה"כ ולפי מגדר באחוזים/בממוצע
- לוח 18:** שיעור ומספר העובדים בעסק (נוסף למעסיק) לפי סטאטוס במקור
- לוח 19:** רמת השכר של היזמים, סה"כ ולפי מגדר ומרכז, באחוזים
- לוח 20:** רמת הכנסה הרבה מעל הממוצע ומעל הממוצע בחלוקה לבעלי עסק עם שותפים וללא שותפים, ובעלי עסק הפונים לקהל יעד חרדי וכללי באחוזים
- לוח 21:** מידת השינוי במצב הכלכלי בקרב היזמים המשתתפים בסקר, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים
- לוח 22:** שינויים כלכליים נוספים בקרב היזמים המשתתפים בסקר, סה"כ, באחוזים
- לוח 23:** שינויים ביחס למעמד בקהילה בקרב היזמים המשתתפים בסקר, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים

- לוח 24:** שיעור משפרי המעמד בקהילה בקרב היזמים המשתתפים בסקר, לפי מגזר, באחוזים
- לוח 25:** האופן שבו המשתתף שמע על התוכנית, סה"כ, באחוזים
- לוח 26:** המוטיווציות לפנייה למט"י, סה"כ, באחוזים
- לוח 27:** המוטיווציות לפנייה למט"י בחלוקה לבעלי עסק, שכירים ולא עובדים בעת הפנייה, סה"כ באחוזים
- לוח 28:** תחומי הסיוע של התוכנית, סה"כ, באחוזים
- לוח 29:** שיעור בעלי העסק כיום בקרב הפונים שלא היו בעלי עסק בהתייחס לתחום הסיוע, באחוזים
- לוח 30:** מידת שביעות הרצון מן השירות שקיבלו המשתתפים בסקר, סה"כ, באחוזים
- לוח 31 א':** תחומי הסיוע של התוכנית לבעלי עסק, באחוזים
- לוח 31 ב':** תחומי הסיוע של התוכנית לשאינם בעלי עסק, באחוזים
- לוח 32:** תרומות נוספות של התוכנית סה"כ ולפי מגדר, באחוזים
- לוח 33:** מידת החשיבות של המאפיינים המיוחדים לתוכנית "ברכה בעסקים", סה"כ, באחוזים
- לוח 34:** קשר עם מרכזי מט"י של המשתתפים בסקר לאחר סיום ההתקשרות הפורמאלית, סה"כ ולפי מרכז, באחוזים
- לוח 35:** תחום הקשר הרצוי בעיני המשתתפים בסקר, סה"כ, באחוזים
- לוח 36:** תוכנית מקורית ל"ברכה בעסקים" והביצוע בפועל, במספרים מוחלטים ובאחוזים ביחס ליעד המקורי
- לוח נ.1:** ראיונות תקפים וסיבות לאי השתתפות בסקר, סה"כ ובאחוזים
- לוח נ.2:** נתוני יסוד אודות המשתתפים ואלו שלא השתתפו בסקר, באחוזים
- גרף 1:** סטאטוס תעסוקתי של המשתתפים בסקר בעת הפנייה לתוכנית וכיום, סה"כ ולפי מגדר
- גרף 2:** סטאטוס תעסוקתי של המשתתפים בסקר בעת הפנייה לתוכנית וכיום לפי מרכז
- גרף 3:** סיבות לפנייה למט"י בקרב בעלי עסק (ניתן לענות יותר מתשובה אחת), באחוזים
- גרף 4:** הבדלים בנתוני רקע בין קבוצת המשתתפים מט"י בני-ברק לקבוצת ההשוואה מט"י בני-ברק, באחוזים
- גרף 5:** שינויים בסטאטוס תעסוקתי בקבוצת המשתתפים מט"י בני-ברק ובקבוצת ההשוואה מט"י בני-ברק, באחוזים
- גרף 6:** שינויים בהיקף העסק בקבוצת המשתתפים מט"י בני-ברק ובקבוצת ההשוואה מט"י בני-ברק, באחוזים
- גרף 7:** מאפייני העבודה ושיפור במצב הכלכלי בקבוצת המשתתפים מט"י בני-ברק ובקבוצת ההשוואה מט"י בני-ברק, באחוזים

תקציר ועיקרי הממצאים

תוכנית "ברכה בעסקים" נועדה לסייע ליזמים ובעלי עסקים חרדים בפתיחת ובפיתוח עסק עצמאי. התוכנית הינה מיזם משותף של הגיוינט ומשרד התמ"ת הפועל בחסות תב"ת (תנופה בתעסוקה) החל משנת 2006. מקורה של התוכנית הוא בפרויקט של מט"י ירושלים לעידוד יזמות במגזר החרדי שהחלה לפעול בשנת 1997.

התכנית מסייעת ליזמים חרדים בארבעה תחומים עיקריים: ייעוץ עסקי, בניית תוכנית עסקית, קורסים והלוואות. כמו כן היא מאופיינת בהסכמת רבנים וביועץ חרדי, בהפרדה בין המינים במסגרת הקורסים ובסובסידיות כספיות למשתתפים.

הדוח שלהלן מסכם מחקר הערכה לתוכנית בתום שלוש שנות פעילות. ההערכה מתייחסת לכלי העבודה בתוכנית ולמידת האפקטיביות שלה.

שיטת איסוף הנתונים במחקר ההערכה היתה באמצעות סקר טלפוני שנערך באוקטובר 2009 והקיף את מרבית המשתתפים בתוכנית במרכזי מט"י השונים. סך המשתתפים בתוכנית שהשיבו לראיון הטלפוני עמד על 1,028 איש. כמו כן כלל הסקר קבוצת השוואה של 147 איש שפנו למט"י בני-ברק אך בחרו שלא להשתתף בתוכנית. בנוסף, רואיינו לצורך המחקר אנשי מפתח הקשורים לתכנית בתב"ת ובמרכזי מט"י בירושלים, בני ברק ואשדוד שאליהם הגיעו מירב המשתתפים בתוכנית¹.

ממצאים עיקריים

רקע כללי ומקצועי של המשתתפים בתוכנית

- ✓ 49% מן המשתתפים בתוכנית הינם גברים ו-51% נשים.
- ✓ בקרב המשתתפים בתוכנית בולטות במיוחד הקבוצה החסידית (34%) והקבוצה הספרדית (30%). התגלה ייצוג חסר של הזרם הליטאי (18%) מקרב כלל המשתתפים בתוכנית.
- ✓ כרבע מmשתתפי התוכנית (26%) הגדירו עצמם כחוזרים בתשובה, בעוד, שלפי הערכות שונות, חלקם של החוזרים בתשובה בציבור החרדי עומד על 10%-5% בלבד. נתון זה מעיד על כך שחלק ממשתפי התוכנית אינם נמנים על "הליבה התורנית" של האוכלוסייה החרדית. בנוסף לכך, 8% מגדירים את עצמם כחרדים לאומיים.

¹ ראו פירוט אודות המתודולוגיה בפרק 1.

- ✓ אוכלוסיית המשתתפים מבוססת כלכלית וחשופה יותר לטכנולוגיה ביחס למגזר החרדי: 44% מצהירים שבביתם מחשב וחיבור לאינטרנט ול-20% נוספים יש מחשב ללא חיבור לאינטרנט (אצל כלל החרדים שיעור המשתמשים במחשב עומד על 41%). כמו כן, 41% מן המשתתפים הינם בעלי רכב (שיעור גבוה ביחס לכלל האוכלוסייה החרדית).
- ✓ שיעור העובדים בקרב בני הזוג של המשתתפים עומד על 60% (65% בקרב בנות הזוג ו-57% בקרב בני הזוג), לעומת 33% בלבד בכלל האוכלוסייה החרדית.
- ✓ שיעור גבוה של 31% מהאבות של המשיבים עבדו כעצמאים.
- ✓ רק ל-37% מן המשתתפים רקע מוקדם ביזמות עסקית.

המוטיווציה לפנייה ליזמות עסקית וחסמים לפתיחת עסק

- ✓ הסיבה הבולטת ביותר לפנייה ליזמות היא העניין בתחום העסקי והיזמות (46%). קרוב לחמישית (19%) ציינו את ההזדמנות הכלכלית הטמונה בפתיחת עסק.
- ✓ הסיבות הבולטות לפנייה ליזמות בקרב משתתפים שהיו שכירים בעת הכניסה לתוכנית, מתחלקות למוטיווציות עסקיות/כספיות (44%) ולביטוי אישי/תחושת התאמה (44%). בקרב גברים שכירים בולטות המוטיווציות העסקיות/כספיות לעומת נשים שכירות (57% לעומת 30% בהתאמה).
- ✓ בקרב אלו שלא עבדו כלל בעת הכניסה לתוכנית, בולטת המוטיווציה של ההתאמה ליזמות: 48% ציינו את ההתאמה ליזמות בעוד ש-20% התייחסו לצורך הכלכלי.
- ✓ המוטיווציה ליזמות ולעבודה בקרב הפונים לתכנית הינה גבוהה מאוד. שיעורים גבוהים ציינו בוודאות רבה חופש פעולה כמעודד מוטיווציה (85%), נכונות לעבודה קשה לשם מימוש שאיפות (82%), אהבה להיות הבוס של עצמך (77%) וביטחון בהחלטות (67%).
- ✓ המשתתפים הביעו מוטיווציה גבוהה לעבודה בכל מצב. 85% מן הנשאלים היו ממשיכים לעבוד גם אם היו זוכים בסכום כסף גבוה. כמו כן, רק 29% מן המשתתפים הסכימו לקביעה שלימוד התורה פוטר מן העיסוק בפרנסה.
- ✓ הגורם הראשון במעלה איתו התייעצו הפונים ביחס לפתיחת העסק הנו בן הזוג (72%). במרחק רב נמצאים חברים (30%), הורים (25%) ורבנים (25%). המעגל הקרוב ליזמים היווה גורם מדרבן ושיעור תמיכתם היה גבוה מאוד (בין 83% ל-90%).
- ✓ מבין אלו שלא פתחו עסק לאחר קבלת סיוע במסגרת התוכנית, 78% כלל לא ניסו לפתוח עסק בעוד ש-22% ניסו אך ללא הצלחה.

- ✓ הסיבות העיקריות לאי פתיחת עסק בקרב המשתתפים הן: חוסר במימון (47%), העדר ליווי מקצועי (30%) ופחד מקשיים אפשריים (29%).

שינויים תעסוקתיים לאחר הפנייה לתכנית ובעת הראיון

- ✓ בעת ביצוע הסקר, 49% היו בעלי עסק (לעומת 38% בעת הכניסה לתוכנית), 28% שכירים (לעומת 33% בעת הכניסה לתוכנית) ו-23% לא עבדו כלל (לעומת 29%).
- ✓ 42% מבעלי עסקים קיימים בעת כניסתם לתוכנית דיווחו על התרחבות העסק, 36% דיווחו על עסק בהיקף דומה, בקרב 6% העסק הצטמצם ו-13% סגרו את העסק.
- ✓ בקרב מי שהיו שכירים או שלא עבדו כלל בעת הכניסה לתוכנית, 25% כיום הינם בעלי עסקים, 41% הינם שכירים ו-34% אינם עובדים כלל.
- ✓ שינויים תעסוקתיים ניכרים יותר בקרב גברים: יותר גברים שלא היו בעלי עסק הינם כיום בעלי עסק מאשר נשים (30% ו-21% בהתאמה). כמו כן, חלה ירידה גבוהה יותר בשיעור הגברים שלא עבדו מאז הפניה למט"י ועד היום מאשר בקרב הנשים (מ-27% ל-19% ומ-30% ל-26% בהתאמה).

מאפייני העבודה

- ✓ למעלה משליש מבעלי העסק כיום (35%) מעסיקים אנשים נוספים בשכר. יזמים שמעסיקים עובדים, מעסיקים בממוצע 5 עובדים בשכר.
- ✓ שיעור הגברים המעסיקים עובדים בשכר עומד על 40% בעוד שיעור הנשים עומד על 30%.
- ✓ הכנסתם של היזמים העצמאיים בתוכנית גבוהה מן הממוצע לעצמאים במגזר החרדי²: 42% מן היזמים דיווחו על הכנסה גבוהה או גבוהה בהרבה מן הסכום הממוצע, 30% דיווחו על הכנסה סביב סכום זה ו-28% דיווחו על הכנסה נמוכה או נמוכה בהרבה.
- ✓ בקרב הגברים, שיעור בעלי העסק שמדווחים על הכנסה גבוהה או גבוהה בהרבה מן הממוצע עומד על 57% בעוד שבקרב הנשים הוא עומד על 26% בלבד.
- ✓ שיעור בעלי העסק עם שותף עומד על 18% בלבד. שיעור בעלי עסק עם שותף בעלי הכנסה גבוהה עומד על 66% לעומת 38% בלבד בקרב בעלי עסק ללא שותפים.

² בכדי לעקוף התנגדויות, נמנענו מלשאול בסקר את סכום ההכנסה המדויק. הצגנו בפני המשתתפים את ההכנסה המשוערת הממוצעת לעצמאיים במגזר החרדי ואת הכנסתם ביחס לממוצע.

- ✓ קהל היעד של היזמים הוא ברובו חרדי (58%) אולם שיעור ניכר מהם פונה לכלל הציבור (40%). שיעור בעלי הכנסה גבוהה בקרב הפונים לכלל הציבור עומד על 52% בעוד שיעור בעלי הכנסה דומה בקרב הפונים לקהל יעד חרדי עומד על 37% בלבד.
- ✓ 78% מן היזמים מעסיקים עובדים חרדים או שמעסיקים בעיקר עובדים חרדים.

שינויים כלכליים בעקבות היזמות

- ✓ לעבודה כבעל עסק השפעה חיובית ניכרת על המצב הכלכלי. 54% מן הנשאלים דיווחו על שיפור במידה רבה או בינונית כתוצאה מפתחת העסק.
- ✓ השיפור הבולט ביותר הנו ברמת הצריכה היומיומית. 74% מן היזמים "החדשים" ציינו את השיפור ביכולת לקנות יותר מוצרים שוטפים לבית.

פעילות מרכזי מט"

- ✓ כמחצית מהפונים לתוכנית (49%) שמעו עליה באמצעות פרסום ברדיו ובעיתונות. 22% נחשפו לתוכנית באמצעות חברים.
- ✓ הסיבות העיקריות לפנייה לתוכנית הן: המלצות ביחס לכדאיות פתיחת עסק (29%), השתתפות בקורס ספציפי (20%) וליווי וחונכות בהקמת העסק/עסק קיים (19%).
- ✓ הסיבות העיקריות לפנייה לתוכנית בקרב בעלי עסק (מספר תשובות אפשריות) הן: שיפור הניהול (77%) והגדלת הרווח הכספי (70%). סיבות נוספות אותן ציינו כמחצית מהנשאלים היו בניית תוכנית עסקית (52%) ובחינת כדאיות העסק (51%).

תחומי הסיוע של "ברכה בעסקים"

- ✓ התחומים העיקריים בהם סייעה התוכנית לפונים אליה היו הייעוץ העסקי וקורס בתחום היזמות. בתחומים אלו נעזרו כמחצית מן המשתתפים (52% ו-50% בהתאמה). בבניית תוכנית עסקית נעזרו 15% מן המשתתפים ואילו בקבלת הלוואה נעזרו 5% בלבד.
- ✓ נשים השתתפו בקורסים בתחום היזמות בשיעור גבוה לעומת גברים (59% לעומת 40% בהתאמה).
- ✓ התחומים הבולטים בהם סייעה התוכנית למי שפתחו עסק חדש או לבעלי עסק קיים היו: ניהול העסק (19%), החשיבה הכלכלית (18%) וההכשרה הכללית (15%).
- ✓ לתוכנית תרומה ניכרת בהיבטים של העצמה אישית או בהיבטים חברתיים. 45% מן המשתתפים בתוכנית דיווחו על עלייה בביטחון העצמי, 45% דיווחו על הכרות עם אנשים חדשים ו-37% דיווחו על חיזוק ההחלטה לצאת לעבודה.

- ✓ התוכנית גורמת להעצמה מובהקת יותר בקרב נשים; גברים ציינו פחות עלייה בביטחון העצמי מאשר נשים (48% ו 59% בהתאמה).

מרכיבים ייחודיים של התוכנית

- ✓ תמיכה גורפת של המשתתפים בסבסוד כספי, בקורסים נפרדים ובהסכמת רבנים לתוכנית (99%, 93% ו 77% בהתאמה), לעומת תמיכה פחותה בייעוץ חרדי לתוכנית (61%).
- ✓ 26% בלבד מן המשתתפים ציינו שנוצר עמם קשר לאחר סיום התוכנית על-ידי מרכזי מט"י. עבור למעלה משליש מהמשתתפים קשר זה יכול היה לסייע בהדרכה וייעוץ נוספים (38%) בעוד שעבור שליש מן המשתתפים אין כל צורך בקשר נוסף עם מט"י (33%).

הבדלים בין המרכזים השונים

- ✓ המרכז בירושלים הנו הגדול ביותר ואליו פנו 473 משתתפים (46%), אחריו המרכז בבני ברק ובו 288 משתתפים (28%) והמרכז באשדוד שבו 155 משתתפים (15%). שאר המשתתפים בתוכנית (11%) פעלו במרכזי מט"י אחרים.
- ✓ ישנם פערים גדולים בין המרכזים השונים בחלוקה למגדר: שיעור הנשים בירושלים עומד 50%, בבני ברק על 58% ובאשדוד על 32% בלבד.
- ✓ שיעור בעלי העסק בעת הפנייה לתוכנית אשר הרחיבו את פעילות העסק שלהם שונה בין מרכזי המט"י השונים: 41% בירושלים, 40% בבני ברק ו 55% באשדוד.
- ✓ בעלי עסק מן המרכז באשדוד הגיעו להכנסות גבוהות יותר: 51% דיווחו על הכנסה גבוהה או גבוהה בהרבה מן הממוצע לעומת 43% בירושלים ובבני ברק.
- ✓ המרכז באשדוד יצר קשר עם המשתתפים לאחר סיום השלב הפורמאלי באופן מובהק יותר מאשר המרכזים בירושלים ובבני ברק (47%, 20% ו 18% בהתאמה).
- ✓ האוכלוסייה בירושלים מודרנית במאפייניה יותר ביחס לזו של בני-ברק ויותר מכך ביחס לאשדוד. שיעור המשתתפים שאין בביתם מחשב כלל נמוך יחסית בירושלים (33%) וגבוה יותר בבני-ברק (38%) ובאשדוד (48%).

עמידה במדדי ההצלחה של התוכנית

- ✓ התוכנית עמדה באופן חלקי בלבד במדדים שהוגדרו בתוכנית העבודה שלה. שיעור העמידה במספר המשתתפים הכולל עומד על 52% ושיעור העסקים החדשים שהוקמו עומד על 55%. שיעור העסקים שהורחבו עומד לעומת זאת על 79%.

- ✓ שביעות הרצון מן התוכנית על תחומיה השונים הינה גבוהה ועומדת על בין 92% (קורסים) ל-79% (בניית תוכנית עסקית).
- ✓ נמצאו פערים זניחים בלבד בין המשתתפים בתוכנית לבין קבוצת ההשוואה. שיעור בעלי העסקים בקרב שתי הקבוצות עלה באופן זהה ב-8 נקודות האחוז. שיעור מרחיבי העסק בקרב המשתתפים עומד על 42% לעומת 37% בקרב קבוצת ההשוואה.

ניתוח עיקרי הממצאים

כאמור, דוח ברכה בעסקים בוחן את מידת האפקטיביות של התוכנית. מדדי הבחינה הינם מגוונים וכוללים מדדים כמותיים ואיכותיים, בדיקת ההישגים של אוכלוסיית המחקר מול קבוצת ההשוואה ובחינת הפער בין תוכנית העבודה של התוכנית ליישומה בפועל.

הצלחה ניכרת של התוכנית נמצאה בכל הנוגע לעסקים קיימים אשר כמחציתם הרחיבו את פעילות העסק מעת פנייתם לתוכנית ועד עריכת הסקר. כמו כן, כרבע מן השכירים שפנו לתוכנית ומאלו שלא עבדו, פתחו עסקים שהיו בני-קיימא בעת עריכת הסקר. העסקים שנסקרו הגיעו להישגים לא מבוטלים: שיעורם של אלו שסגרו עסק מבין הפונים לתוכנית הינו נמוך. עוד נמצא כי רמת ההכנסה מן העסק הינה גבוהה יותר מן ההכנסה הממוצעת לעצמאים חרדים.

חשוב לציין שפתיחת עסק אינה משפיעה רק על היזם עצמו אלא גם על מועסקים נוספים, על משפחתו של היזם ועל קהילתו. בעל עסק מעסיק בממוצע עובד וחצי נוספים. כמו כן למעלה ממחצית מבעלי העסק דיווחו על שיפור במידה רבה או בינונית במצבם הכלכלי שהעלה גם את רמת הצריכה שלהם. כמחצית מן היזמים ציינו גם שחל שיפור במעמדם בקהילה בעקבות פתיחת העסק.

הצלחת התוכנית מתבטאת גם במידת שביעות הרצון הגבוהה של המשתתפים מהתוכנית. זו נמדדה ביחס לארבעת המרכיבים המרכזיים של התוכנית: ייעוץ עסקי, בניית תוכנית עסקית, קורסים בתחומים היזמות והלוואה כספית. עם זאת, מרכזי מט"י השונים לא שמרו בדרך כלל על קשר עם המשתתפים לאחר סיום ההתקשרות הפורמאלית; למעלה משני שליש מן המשתתפים היו מעוניינים בקשר כזה.

הערכת התוכנית מתייחסת גם למדדי ההצלחה והיישום של תוכנית העבודה של "ברכה בעסקים" שאושרה בשנת 2005. הישגי התוכנית מקרב מי שפנה אליה מרשימים למדי: שיעור פותחי העסקים מקרב הפונים לתוכנית עלה במעט על התחזיות ושיעור מרחיבי העסקים מקרב הפונים עלה במידה רבה על התחזיות. חולשתה של התוכנית מתבטאת במספר המשתתפים שהגיע למחצית בלבד מן התכנון המקורי. גם הממצא לפיו חלק מהמשתתפים משתייך למגזר הדתי לאומי והחרדי-לאומי

קבוצות שלא הוגדרו כקהל היעד המקורי של התוכנית, מצביע על החמצה מסוימת של התכנית לגבי אוכלוסיית היעד המקוריות שלה.

נוסף להערכת האפקטיביות של התוכנית מנתח דוח ברכה בעסקים מספר היבטים של משתתפי התוכנית ואופן פעולתה. הדוח מצביע על הסיבות העיקריות לאי פתיחת עסק, ע"י חלק מהמשתתפים, ובהם: חוסר במימון, העדר ליווי מקצועי ופחד מקשיים אפשריים. ממצאים שונים מלמדים ששיעור נמוך בלבד מקרב הפונים, שלא היו בעלי עסק במועד עריכת הסקר, ניסו, בשלב כלשהו, לפתוח עסק. דוח ברכה בעסקים גם מראה שייעוץ עסקי ובניית תוכנית עסקית היו אפקטיביים לפתיחת עסק במידה רבה יותר מאשר קורסים שונים בתחום היזמות.

היזמים שהשתתפו בתוכנית פועלים בדרך כלל בתוך המגזר החרדי. עם זאת, למעלה משליש מן היזמים פונים לקהלי יעד כלליים (לאו דווקא חרדיים) והללו מגיעים בממוצע להכנסה גבוהה יותר מן הפונים לקהל חרדי בלבד. בדומה לכך, רוב היזמים פועלים לבדם אך אלו העובדים עם שותפים מגיעים בממוצע להכנסה גבוהה יותר.

כיוון שהציבור החרדי מורכב מחוגים וקהילות שונות, כלל הדוח הנוכחי גם בחינה של מאפייני היזמות ובעלי העסקים על-פי ההשתייכות של הפונים לזרמים חרדים מרכזיים. בהתייחס לחלוקה לחוגים החרדים בקרב הפונים לתוכנית, ניתן לראות שיש בה ייצוג יתר לזרם החסידי והספרדי לעומת הזרם הליטאי. יזמים מקרב הקבוצה החסידית והקבוצה הספרדית אף דיווחו על שיפור ניכר יותר במעמדם בקהילה בהשוואה ליזמים מן הקבוצה הליטאית.

שיעור הגברים והנשים שפנו לתוכנית היה דומה. הגברים המשתתפים בתוכנית הגיעו להישגים גבוהים מן הנשים במדדי שיעורי פתיחת עסק, במספר המועסקים וברמת ההכנסה מן העסק. לעומת זאת, נשים המשתתפות בפרויקט דיווחו על עלייה גבוהה יותר בביטחון העצמי וברמת החיים כתוצאה מפתיחת העסק.

הואיל ובחינת פעילות התוכנית התפרסה על-פני מספר מרכזי מט"י שונים, מצאנו גם הבדלים מסוימים בין סניפי המט"י אשר טיפלו באוכלוסייה החרדית. המרכז באשדוד הגיע לתוצאות גבוהות יותר מן המרכזים בירושלים ובבני-ברק הן ביחס לשיעור הפונים שהרחיבו את עסקיהם והן ביחס לרמת ההכנסה מן העסק. הסבר אפשרי לכך נעוץ בעובדה ששיעור הגברים שפנו למרכז זה היה הגבוה ביותר בהשוואה למרכזים האחרים שנבחנו. יש לציין גם את העובדה שהמרכז באשדוד שמר על קשר עם מסיימי התוכנית במידה רבה יותר מן המרכזים האחרים.

ככלל, אוכלוסיית המשתתפים בתוכנית התגלתה כקבוצה ייחודית בקרב הקהילה החרדית. שיעור המועסקים בקרב משק הבית של הפונים הינו גבוה, כמו גם רמת החיים של המשתתפים ומידת החשיפה שלהם לטכנולוגיה מודרנית. הדבר מצביע כנראה על נקודת פתיחה מודרנית יותר של היזמים ביחס לכלל החברה החרדית אך גם על ההשפעה של הפנייה ליזמות על בעלי העסק עצמם. ניתן עם זאת לראות שלמרות ייחודיותם זוכים הפונים לתוכנית לתמיכה רבה מחברתם הקרובה ומן הקהילה הסובבת.

פרק 1 - הרקע לתוכנית "ברכה בעסקים", מטרות ומתודולוגיה

1.1 רקע

חרדים בישראל

האוכלוסייה החרדית מונה בישראל על פי הערכות שונות 650,000 – 730,000 נפש³. לאוכלוסיה זו מאפיינים ייחודיים במגוון תחומים ובהם שיעור פריון גבוה מאוד ושיעור השתתפות נמוך במעגל העבודה. במהלך השנים האחרונות ובעקבות ירידה דרמטית בתשלומי ההעברה השונים התחזקה מגמה של יציאה לעבודה בייחוד בקרב נשים. ע"פ הדו"ח השנתי של בנק ישראל, בין השנים 2001 - 2006 עלה שיעור ההשתתפות במעגל העבודה בקרב החרדים מ 31% ל 43.7%⁴.

הכניסה למעגל העבודה ואתגריה

הכניסה למעגל העבודה מלווה אתגרים רבים⁵: **חסמים אישיים וחברתיים**: תפיסת החברה החרדית את מושג העבודה כוללת בתוכה הנחה שעל הגבר לעסוק בלימודי תורה ועל כן האישה נושאת בנטל הפרנסה וניהול משק הבית. הנכנס למעגל העבודה צריך להתמודד עם אמונותיו, עם היחס של משפחתו ועם היחס של החברה והקהילה. **חסמים בהכשרה**: מערכת ההשכלה החרדית איננה מעניקה השכלה ראויה במקצועות החול בייחוד לבנים. למרבית הגברים החרדים אשר התחנכו במוסדות תורניים חסר ידע בסיסי במתמטיקה ובאנגלית. כמו כן, ההכרות עם עולם התעסוקה הנה מינימאלית ותקופת ההכשרה המקצועית דורשת מחיר כלכלי גבוה בייחוד למשפחות עם ילדים רבים. **חסמים בשוק העבודה**: מקומות עבודה רבים אינם מתאימים לאורח החיים החרדי בייחוד למי שלא הורגל בחשיפה מוקדמת לעולם החילוני.

גורמים ציבוריים מעורבים

המשרד הממשלתי האחראי על שילוב חרדים בתעסוקה הנו **משרד התמ"ת**. מירב הפרויקטים נעשים בשיתוף פעולה עם הגוינט במסגרת **תב"ת** (תנופה בתעסוקה). חלקם קשורים בהשכלה, חלקם בהכשרה מקצועית וחלקם ביעוץ ובהכוון מקצועי. גורמים נוספים שמעורבים בפרויקטים השונים הם הרשויות המקומיות והרשות לעסקים קטנים ובינוניים.

³ ראו הערכות שונות בהורביץ וברודט (2008), ברבחון ומלאך (2008) ובפרס ובן-רפאל (2006).

⁴ מדינת ישראל, בנק ישראל (2008). הנתונים בהמשך אודות שיעורי התעסוקה של חרדים מתבססים אף הם על דוח זה.

⁵ ראו בכרן (2005).

התוכנית "ברכה בעסקים"

החל משנת 2006 מפעיל הגיונט בשיתוף פעולה עם התמ"ת את התוכנית "ברכה בעסקים". התוכנית מבוססת על פעילות בתחום היזמות הנמשכת למעלה מעשור (מ-1997) של מט"י ירושלים המתמקדת ביזמות עסקית חרדית. יזמות זו כוללת עסקים קטנים ובינוניים במגוון תחומים, חלקם פונים לכלל האוכלוסיה ואחרים ממוקדים באוכלוסיה החרדית.

רציונל התוכנית "ברכה בעסקים"

ליזמות עסקית יש פוטנציאל רב באוכלוסיה החרדית. יתרון ראשון שיש ליזמות עסקית במגזר קשור בקהילתיות החרדית. במסגרת קהילתית ישנה נגישות גדולה לקהל מובחן וממוקד. יתרון שני קשור בהשכלה כללית: תחומי היזמות העסקית אינם דורשים בדרך-כלל השכלה כללית רחבה, השכלה החסרה במערכת החינוך התורנית. יתרון שלישי קשור למסגרת העבודה: בעבור חרדים רבים ישנו קושי גדול לעבוד במסגרת עבודה חילונית. יזמות עסקית מאפשרת עבודה במסגרת עצמאית, פעמים רבות אף במסגרת עבודה מן הבית.

הגורם המפעיל

תוכנית "ברכה בעסקים" נשענת על תשתית פיזית וארגונית קיימת. התוכנית פועלת על בסיס המערכת של הרשות לעסקים קטנים ובינוניים באמצעות מרכזי מט"י. ההשענות על מט"י מאפשרת להיעזר בידע המקצועי הקיים במט"י ובתשתית הארגונית הכוללת 26 מרכזים הפרוסים בכל הארץ. הללו התמחו בכל שלבי הקמת העסק ובהם: חונכויות, בדיקת היתכנות, תכניות עסקיות, הלוואות, קורסים, סדנאות, ליווי ומעקב. יחד עם זאת, ייחודיות הפרויקט היא בהתאמתו לאוכלוסיה החרדית. ההתאמה כוללת הפרדה בין נשים לגברים, פיתוח קורסים ייחודיים, סבסוד כספי וייעוץ חרדי לתוכנית.

שיטת ההפעלה

שלב מקדים לפעילות התוכנית הוא שלב ההכשרה, השיווק והפרסום. בשלב זה מכשירה מט"י מנחים, יועצים ומרצים המיועדים להפעלת התוכנית. במקביל, מתנהל מסע להגברת המודעות לתחום היזמות העסקית בחברה החרדית, ופרסום התוכניות הספציפיות של ההכשרה. התוכנית מכוונת לשני קהלי יעד מרכזיים - (א) יזמים חדשים: בחלק מן המקרים מדובר באנשים שאינם בכוח העבודה, ובחלק אחר באנשים שעבדו כשכירים ורוצים לפתוח עסק עצמאי. הפעילות כוללת הדרכה והכשרה, חונכות טרום עסקית, ייעוץ עסקי, גיוס ממון ומעקב. (ב) בעלי עסקים קיימים: עבור קהל יעד זה מהווה התוכנית פלטפורמה ליצירת מקומות עבודה חדשים ולשיפור

אופן התפעול של העסק. הפעילות כוללת הדרכה והכשרה, יעוץ עסקי, גיוס מימון, חונכות עסקית והשתתפות בפורום בעלי עסקים.

אוכלוסיית היעד

התוכנית פונה לגברים ונשים מהמגזר החרדי בגילאי העבודה המרכזיים (25-54). מסיבות הקשורות ללימודים בישיבה נוטים גברים במגזר החרדי להיכנס למעגל העבודה והיזמות בגיל מבוגר יחסית. לעומתם, נשים חרדיות, שאינן משרתות בצבא, עשויות להיכנס למעגל העבודה והיזמות בגיל צעיר אף יותר מן המקובל באוכלוסייה הכללית.

פיזור גיאוגרפי

התוכנית פועלת בכל האזורים בארץ בהם ישנה נוכחות חרדית בולטת. מרכזי מט"י אליהם פנה הרוב המוחלט של המשתתפים היו בירושלים, בבני ברק ובאשדוד. האוכלוסייה החרדית ממנה באו משתתפי התוכנית הייתה בעיקר מירושלים, בני ברק, אשדוד, בית שמש, ביתר עילית, מודיעין עילית ואלעד.

יעדי התוכנית ומדדי יישום והצלחה

בעת אישורה של התוכנית, בשלהי 2005, נקבעו לתוכנית יעדים שונים ומדדים ליישום. מדד יישום מרכזי לתוכנית הוא מספר הפונים. מדדי ההצלחה מתייחסים למדדים כמותיים ובהם מספר העסקים החדשים שיוקמו ומספר העסקים הקיימים שיורחבו. כמו כן מתייחסת התוכנית למדדי הצלחה איכותיים ובהם מידת שביעות הרצון של המשתתפים.

1.2 מטרות מחקר ההערכה

מחקר הערכה זה הנו מחקר מסכם של פעילות התכנית "ברכה בעסקים" לאחר 3 שנות פעילות (2006-2008). המחקר הוזמן על-ידי תב"ת ונערך במינהל מחקר וכלכלה של משרד התמ"ת. למחקר מספר מטרות:

- (1) **אפיון סוציו-דמוגרפי של המשתתפים בתוכנית** באמצעות פילוח נתונים סטטיסטיים אודות המשתתפים בחלוקה למגדר, מרכז מט"י, חלוקה לפי בעלי עסקים קיימים, יזמים חדשים, חסרי ובעלי ניסיון תעסוקתי, רקע דמוגרפי וזרמים חרדים שונים.
- (2) **בחינת כלי העבודה של התוכנית** ובהם איתור המשתתפים, הייעוץ העסקי, בניית התוכנית העסקית וקורסי ההכשרה.

- (3) **בחינת מידת הצלחת התוכנית** באמצעות מדדים כמותיים ואיכותיים ובהם שיעור פתיחת העסקים, שיעור התמדה, מידת השיפור במצב הכלכלי, שביעות הרצון מן התוכנית והשפעות נוספות של התוכנית.
- (4) **בחינת עמידת התוכנית ביעדיה הכמותיים** השוואת מדדי היישום וההצלחה הראשוניים של התוכנית המקורית בתב"ת ביחס למדדים שנבדקו בסקר המעקב.

שיטת וכלי המחקר

המתודולוגיה בה נעשה המחקר הייתה באמצעות ראיונות טלפוניים ואישיים. הראיונות נערכו בקרב הקבוצות הבאות:

1. ראיונות טלפוניים עם משתתפי התוכנית: פנינו בשאלון מובנה לכלל המשתתפים בתוכנית באמצעות חברה מסחרית המתמחה בעריכת סקרים. הראיונות סקרו את כלל בעלי הסטאטוס השונים בתוכנית ובהם משתתפים פעילים, משתתפים שסיימו השתתפות ומשתתפים בהתערבות קצרת מועד⁶.
2. ראיונות טלפוניים עם קבוצת השוואה: בקרב הפונים לתוכנית "ברכה בעסקים" נכללו רבים שלא הצטרפו בסופו של דבר לתוכנית. ביקשנו להבין את מידת ההצלחה בה התמודדו אנשי קבוצת ההשוואה בתחום היזמות ללא הסיוע של מט"י.
3. ראיונות עומק אישיים עם 10 בכירים במרכזי מט"י השונים: ראיונות אלו נערכו לצורך הבנת רצינות התוכנית והאופן בו היא פועלת. עורך המחקר קיים מפגשים אישיים עם בכירים במרכזי מט"י השונים לפני הסקר הטלפוני ולאחריו.

עיקר הנתונים נאספו בראיון הטלפוני שהורכב משאלון מובנה שהתבסס בעיקר על שאלות סגורות. הנושאים שלגביהם נשאלו המרואיינים היו: מרכזי מט"י והתוכנית "ברכה בעסקים", הפנייה והרקע ליזמות עסקית, תעסוקה נוכחית, עמדות של הפרט והקהילה ביחס ליזמות, רמת חיים ושינויים באורח החיים, עיסוק בן הזוג וההורים ונתונים אישיים ודמוגרפיים.

1.3 מתודולוגיה: האוכלוסייה ושיטת איסוף הנתונים

אוכלוסיית הדוח כוללת את כלל המשתתפים בתוכנית ברכה בעסקים שהשיבו לסקר הטלפוני. במסגרת סקר זה, פנינו אל כלל הפונים לתוכנית (להלן: **כלל הפונים**) הכולל את אלה שפנו והשתתפו בתוכנית ואת אלו שבחרו שלא להשתתף בתוכנית. אוכלוסייה זו כוללת 2,122 איש. מתוך אוכלוסייה

⁶ מדובר בקטגוריות של "ברכה בעסקים". ההבדל בין משתתף פעיל למשתתף בהתערבות קצרת מועד מתבטא בסוג השירות שקיבל. כך למשל פונה שקיבץ ייעוץ ראשוני בלבד מוגדר כמשתתף בהתערבות קצרת מועד.

זו מספר המשיבים עמד על 1,189 איש (56%). קבוצה המשיבים מייצגת בתכונותיה את כלל אוכלוסיית המשתתפים בתוכנית. (ראו לוח מספר 1 בנספח).

הסיבה הבולטת לאי-מענה לסקר הטלפוני הייתה קושי באיתור המרואייין שנבע ממכלול גורמים ובהם טלפון שגוי, טענה של המרואייין שהוא לא השתתף בתוכנית, פניות מרובות ללא מענה, חו"ל וכו'. רבע מן המשתתפים (24%) בתוכנית לא ענו בשל סיבה זו. שיעור לא גבוה יחסית של משתתפים סירב להשיב לסקר (14%).

מחקרים וסקרים מסוג זה מעלים לא פעם שאלות אודות מידת הייצוגיות של קבוצת המחקר שנבחרה ביחס לכלל הפונים והמשתתפים בתוכנית הסיוע. שאלת מידת הייצוגיות של אוכלוסיית המחקר נבחנה אפוא באמצעות השוואת שלושה פרמטרים שונים בין קבוצת המשיבים לסקר הטלפוני לבין הקבוצה שלא ענתה⁷: מגדר, גיל והמרכז אליו פנו. התוצאות מלמדות על דמיון רב בין קבוצת המשיבים לבין הקבוצה שלא ענתה. דמיון זה מעיד על מידת ייצוגיות גבוהה באופן יחסי של אוכלוסיית המחקר.

שיעור הגברים בקרב המשיבים עומד על 49% בדומה (48%) לשיעור הגברים בקרב מי שלא השיב לסקר, שיעור המשתתפים בקבוצת הגיל המרכזי של 30-50 עומד על 54% ושיעור בני אותם הגילאים בקרב מי שלא השתתפו בסקר עומד על 55% ושיעור המשתתפים מן המרכז בירושלים עומד על 43% לעומת 40% בקרב אלו שאינם משתתפים בתוכנית. (ראו לוח 39 בנספח).

קבוצה נוספת שאיננה כלולה בסקר הטלפוני, על אף שהשתתפה בתוכנית, הינה הקבוצה הדתית-לאומית. כפי שגילינו, ישנו שיעור לא מבוטל של דתיים לאומיים שהשתלבו בתכנית "ברכה בעסקים" למרות שזו לא הוגדרה מלכתחילה כמיועדת להם. בעת הראיון הטלפוני שאלנו את המשיבים כיצד הם מגדירים את עצמם. מי שהשיב שהוא מגדיר עצמו כ"דתי לאומי" לא נכלל בסקר. אוכלוסייה זו מהווה כ-10% מכל המשתתפים בתוכנית⁸.

⁷ המידע אודות הקבוצה שלא ענתה נשען על נתוני יסוד אודות המשתתפים שיש לתוכנית "ברכה בעסקים" המתבססת על דיווחים של המשתתפים בתוכנית שמועברים לתוכנית באופן שוטף באמצעות הרכזים במרכזי מט"י השונים.

⁸ החישוב הנו שיעורם של 128 הדתיים-לאומיים מתוך כלל המוכנים להשתתף בסקר היינו המשתתפים בפועל פלוס הדתיים הלאומיים (128+1189=1317). שיעור זה הנו 10%.

1.4 מבנה הדוח

הדוח שלהלן מתמקד בנתונים שנאספו בראיונות הטלפוניים והוא מחולק לתשעה פרקים: הרקע לתוכנית, מטרות ומתודולוגיה (פרק 1), מאפייני הרקע של המשתתפים בתוכנית (פרק 2), מניעים וחסמים לפתיחת עסק בקרב המשתתפים בתוכנית (פרק 3), שינויים בסטאטוס התעסוקתי של המשתתפים בתוכנית (פרק 4), מאפייני העבודה של היזמים (פרק 5), שינויים כלכליים ושינויים במעמד משתתפי התוכנית בקהילה בעקבות היזמות (פרק 6), פעילות מרכזי מט"י ושביעות הרצון של המשתתפים (פרק 7), תוכנית העבודה של ברכה בעסקים וקבוצת השוואה (פרק 8) וסיכום (פרק 9).

בפילוח הנתונים התייחסנו למספר מאפיינים חשובים ובהם מגדר, מרכז וקבוצת הביקורת. במידת הצורך התייחסנו לנתונים נוספים ובהם סטאטוס בתוכנית ותחום העיסוק הנוכחי.

מגדר: מקרב כלל המשתתפים בתוכנית היה בקרב המשיבים ייצוג כמעט שווה לגברים ולנשים. מקרב המשתתפים בתוכנית היו 499 גברים (49%) ו-528 נשים (51%). התוצאות מצביעות על כך שבמקרים רבים ישנם פערים מובהקים בין גברים לנשים שיש לשים לב אליהם. הסברים לפערים אלו ניסינו לתת בגוף הטקסט.

מרכזי מט"י: מרכזי מט"י השונים פעלו בסגנון דומה. המרכזים הבולטים ביניהם היו ירושלים, בני ברק ואשדוד. יחד הם היוו 89% מכלל המשתתפים בסקר. מהמרכז בירושלים השתתפו בסקר 474 איש (40%), מהמרכז בבני-ברק 430 איש (36%), ומהמרכז באשדוד 156 איש (13%)⁹. כל המרכזים האחרים כללו יחד 11% בלבד של המשתתפים. מצאנו במספר מקרים פערים לא מבוטלים בין המרכזים הגדולים שיוסברו באופנים שונים בגוף הדוח.

קבוצת השוואה: קבוצת ההשוואה כוללת אנשים שפנו למט"י בני-ברק אך החליטו שלא להשתתף בתוכנית. קבוצה זו הינה קטנה ביחס לקבוצת המשתתפים בתוכנית והיא מונה 147 איש. בפרק 8 בחנו את תשובותיהם של חברי קבוצת ההשוואה והקבלנו אותם לאלו של המשתתפים הפעילים במט"י בני-ברק.

שאלות פתוחות/סגורות: הרוב המכריע של השאלות בסקר היו שאלות סגורות. במקרים בהם המשתתפים נשאלו שאלה פתוחה, פילחנו את תשובותיהם לקבוצות. במקרים אחרים בהם אחת מן התשובות הייתה "אחר" ותשובה פתוחה שמסבירה אותה בחנו את היכולת לשלבה בקטגוריות הקיימות ובמידת הצורך יצרנו קטגוריה חדשה.

⁹ שיעורים אלו שונים מאשר בתמצית הממצאים כיון ששם התייחסנו לאוכלוסיית המשתתפים הפעילים בתוכנית ופה לכלל המשתתפים בסקר כולל קבוצת הביקורת.

1.5) רקע תיאורטי למחקר

המחקר אודות "ברכה בעסקים" הנו מחקר ראשון מסוגו שעניינו: עידוד יזמות עסקית בחברה החרדית¹⁰. ככזה, הוא מתבסס על מגוון מחקרים שנעשו לאורך השנים בתחום היזמות העסקית ובוחן שאלות עיקריות בתחום ובהם המוטיווציה ליזמות, מגדר, יזמות בקהילה ותרומת הייעוץ החיצוני.

מיהו יזם והמוטיווציה ליזמות

המונח "יזם" (Entrepreneur) נטבע לראשונה על ידי הכלכלן הצרפתי Cantillon ב-1755 ומשמעותו המילולית היא "לוקח על עצמו". המוקד הוא אפוא העצמאות של היזם. בשפה העברית מקובל לקרוא לבעל עסק בשני אופנים: "יזם" ו"עצמאי". המונח "יזם" מתמקד בחדשנות של בעל העסק ובעובדה שהוא יוצר דבר שלא היה לפני כן ובמונח "עצמאי" לעובדה שהוא איננו "משרתם של אדונים" והוא פועל בשירות עצמו.

החוקרים Herbert & Link (1982) מתייחסים לשלושה היבטים מרכזיים של היזמות:

(א) חדשנות (ב) מחויבות היזם (ג) נטילת סיכון בתנאי אי ודאות.

בנוסף לכישורים העיקריים הנדרשים מן היזם ישנה התייחסות במחקר גם למוטיווציות לפנייה ליזמות כאשר האבחנה הבסיסית במחקר היא בין גורמים פוזיטיביים המהווים גורמי משיכה לגורמים נגטיביים המהווים גורמי דחיפה (Amit & Muller, 1995).

Hisrich (1990) מתייחס במחקרו למוטיווציה להיות ה"בוס של עצמך" כמרכזית מבחינת היזם תוך מוכנות לקחת סיכונים ועבודה קשה. מחקר שנערך בישראל ביחס ליזמות (ארז ואדלדינג, 1991) העלה את הרצון להגשים רעיון פרטי ואת הרצון להיות עצמאי ו"אדון לעצמי" כמניעים המרכזיים לפנייה ליזמות.

מוטיווציה שונה לפנייה ליזמות עשויה להיות דווקא חוסר ברירה או כורח. כאשר היזם הינו מובטל או משתכר באופן שאיננו מספק לכלכלת משפחתו הוא נוטה במקרים רבים לפנות ליזמות (Meager, 1992). הבעיה במקרים אלו הינה העדר משאבים הנדרשים בייחוד בעת פתיחת העסק וביסוסו ולפיכך דווקא במקרים אלו הסיכוי לשרידות העסק פוחת (Kloosterman, 2003).

¹⁰ אודות יזמות עסקית חרדית (ללא סיוע ממשלתי) ראו במחקרה של גולדשטיין (2008).

יזמות גברית ונשית וגיל היזמים

עם התרחבות התופעה של נשים העוסקות ביזמות התרבו המחקרים המנסים לאפיין הבדלים בין יזמים ליזמיות ובין יזמות "גברית" ויזמות "נשית" (Carter & Canon, 1992). ישנם מחקרים שהצביעו על הבדל במוטיווציות לפתיחת עסק בין נשים לגברים. אצל גברים בולטת יותר המוטיווציה להצלחה כלכלית ולרווח כספי בעוד שאצל נשים בולטת יותר המוטיווציה להגשמה עצמית (Buttner & Moore, 1997).

הבדל נוסף המופיע במחקר מתייחס לתחומי היזמות של נשים וגברים: גברים נוטים יותר לעסוק בתחומי יזמות של תעשייה בעוד שנשים נוטות יותר לתחומי השירותים והמסחר (Robb, 2002). ביחס להצלחת העסק, מחקרים הצביעו על כך שזמן השרידות של עסקים בבעלות גברים הנו גבוה יותר (Robb, 2002) ושישנם חסמים בולטים העומדים בפני הצלחת יזמות עסקית לנשים ובהם אחריותן של נשים למשק הבית, בנוסף לניהול העסק (Hisrich & Brush, 1986). הדבר בולט כבר בשלב הבחירה של היזמות בו נשים מעדיפות עסק שיהלום את שאר התפקידים המשפחתיים המיועדים להם. אחד הביטויים לכך עשוי להיות עבודה מן הבית המועדפת על נשים (גלן, 1997). גיל היזם מהווה במחקר מדד בעל השפעות שונות ולעיתים סותרות. בעוד שגיל צעיר יכול להשפיע על נטייה ליוזמה ולחדשנות, גיל מבוגר יכול לסייע בניסיון והכרות עם תחום היזמות. כתוצאה מכך נחלקו החוקרים: חלקם מצאו ראיות לכך שגיל צעיר משפיע לטובה על הצלחת העסק (Cressy, 1994) בעוד שאחרים הצביעו על כך שדווקא גיל מבוגר מסייע להצלחת העסק (Sigh, Reynolds & Muhammad, 2001). בפועל, נוטים יזמים רבים להיות בגילאי ביניים בהם הם נהנים מכל העולמות (Lloyd & Mason, 1984).

יזמות קהילתית

אחד המאפיינים הבולטים של התוכנית "ברכה בעסקים" הינה ייעודה לחרדים ופעילותה במרכזי אוכלוסיה חרדית. ישנה התייחסות במחקר בתחום לנטייתם של מיעוטים אתניים, לאומיים ודתיים להתמקד ביזמות בקרב הקהילה ולא לפרוץ למעגלים נוספים. התמקדות זו נעזרת בידע ובמעגלי ההכרות שיש ליזמים עם קהילתם (Light & Gold, 2000). כמו כן היא מאפשרת להעסיק בני משפחה ולהיות במגע עם אנשים מוכרים (Logan, Alba & Jones, 2003). יזמים רבים יעדיפו בידועין להרוויח פחות אך לא להיות במגע עם אוכלוסיות שמהוות מבחינתם איום או סיכון. בד בבד, השארות במסגרת הקהילה מקטינה מאוד את השוק אליהם פונים היזמים ומאליו את סיכויי ומידת הרווח שלהם (Waldinger & Aldrich, 1990).

אפשרות שלישית ביחס ליזם הקהילתי הינה להתחיל בפעילות עסקית בקרב "קהילת המובלעת" אך לנסות "לפרוץ" לאוכלוסיות רחבות יותר בשלב מאוחר בפעילות העסקית (Bager & Rezaei, 2000).

גורמים נוספים העשויים להשפיע על הצלחת העסק

הפנייה לתחום היזמות עשויה לנבוע מסיבות משפחתיות. מי שגדל במשפחה בה אחד מן ההורים עוסק ביזמות נוטה לקבל כלים וידע בתחום (Marini & Brinton, 1984), או לעבור תהליך סוציאליזציה שמייצר אצלו את הרצון והמוכנות לעסוק בתחום (איילון, 1988). במחקר, ישנה התייחסות גם לתמיכת הסביבה הקרובה באקט היזמות. כאשר בני המשפחה, החברים וגורמים בקהילה תומכים בהקמת העסק, גדלים סיכויי ההצלחה שלו. הדבר בולט עוד יותר כאשר מדובר בקבוצת מיעוט שבה תמיכת הקהילה מאפשרת ויוצרת באמצעות העסק השתחררות מהתלות במסגרת הממלכתית הכוללת (Wilson & Portes, 1980). האמביוולנטיות של החברה החרדית לתחום הפרנסה והיתרונות שיש ליזמות בקבוצת מיעוט (גולדשטיין, 2008) מחייבים לבחון את מידת התמיכה בקהילה לפנייה ליזמות עסקית ולמעמד בקהילה של "בעל עסק".

תרומת הייעוץ החיצוני

החוקרים (Curran & Blackburn, 1993) מעמידים 5 גורמים שעשויים להשפיע על הצלחת הייעוץ אותו מקבל היזם: 1. מודעות לאפשרות הייעוץ 2. מחיר סביר לייעוץ 3. השרות שמקבל היזם 4. מידת האמון בין היזם ליועץ 5. מענה לצרכי היזם.

מדדי ההצלחה

במחקר מוצגים מספר דרכים בהם ניתן למדוד הצלחת עסק: הבחינה הרווחת מתמקדת בהיבט הכספי הכולל את הרווח, החזר ההשקעה וההכנסה של היזם (Schutjens & Wever, 2000). בנוסף לכך, יש המתמקדים ב"ערך המוסף" של העסק המתבטא במספר העובדים הנוספים ובשנות השרידות של העסק (Watson & Robinson, 2003), אחרים בוחנים את המדד הסובייקטיבי של השגת היעדים שהציב היזם ושביעות הרצון שלו מן העסק (Chandler & Hanks, 1993).

מסקירה תיאורטית זו, עולות מספר שאלות מחקר אותם נבחן ביחס ל"ברכה בעסקים":

- האם ישנה זיקה בין משתתפים חדשניים ועצמאיים, בעלי מחויבות ונוטלי סיכון לבין בעלי העסק ופותחי העסק החדשים?
- האם ישנם הבדלים במוטיווציות בין גברים לנשים והאם גברים נוטים "להצליח" יותר בהקמת העסק? האם הייתה לגיל היזמים השפעה על פתיחת העסק והצלחתו?
- האם יזמים שפנו לקהל יעד שמחוץ לקהילה החרדית הגיעו להישגים גבוהים יותר מבחינת ההצלחה של העסק?
- האם ישנו ייצוג גבוה באוכלוסיית המחקר לצאצאים של בעלי עסק ובאיזו מידה זכו היזמים לתמיכה חברתית וקהילתית?
- האם הייעוץ שניתן ליזמים היה אפקטיבי לאור המדדים שהוזכרו לעיל?
- באיזו מידה הצליחו היזמים בעסק על פי מגוון המדדים שהוזכרו לעיל?

פרק 2 - מאפייני הרקע של המשתתפים בתוכנית

בפרק זה נכללים מאפיינים סוציו-דמוגרפיים ותעסוקתיים של המשתתפים בתוכנית. המאפיינים מוצגים בהתייחס למשתתפים פעילים ובחלוקה למגדר ולמרכז בו טופלו המשתתפים.

2.1 מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית

גיל המשתתפים

גילם הממוצע של המשתתפים בתוכנית הינו 36 כאשר לא נמצא הבדל ממשי בגיל בין גברים ונשים (35.6 ו-36.4 בהתאמה). רוב המשתתפים בתוכנית (54%) הנם בקבוצת הגיל 30-50. זוהי קבוצת גיל אשר בה יש איזון נכון בין הרוח היזמית וניסיון חיים או ניסיון בתחום העסקים¹¹. שיעור המשתתפים הצעירים בני פחות מ-30 עומד על 36% ושיעור בני ה-50 ומעלה עומד על 10% בלבד.

מגדר

מתוך המשתתפים בתוכנית אנו מוצאים שיעור דומה של גברים ונשים (49% גברים ו-51% נשים). נתון זה בולט לאור העובדה שיזמות עסקית בישראל רווחת הרבה יותר בקרב גברים מאשר בקרב נשים (17% ו-8% בהתאמה)¹² וכך גם בקרב האוכלוסייה החרדית (15% ו-8% בהתאמה)¹³. ניתן להסביר זאת בכך ששיעור הגברים החרדים הנמוך הנמצא במעגל העבודה יוצר חלל בתחום היזמות וכך פורה לנשים לעסוק בכך. בנוסף לכך, היזמות מאפשרת לנשים גמישות ועבודה במשרה חלקית ובכך לשמור על תפקידם המסורתי בבית. היבט נוסף עשוי להיות קשור בהעצמה הנלווית לפנייה למט"י בייחוד לנשים (ניתן לראות זאת בפרק 6).

סטאטוס משפחתי

רוב מוחלט של המשתתפים בתוכנית הינם נשואים (91%) ורוב גדול עוד יותר הינם הורים לילדים (93%)¹⁴. ניתן לראות בכך הבדל לעומת אוכלוסיית הפונים למרכזי הכשרה מקצועית (מפת"ח) שהינה צעירה יותר ושיעור הנשואים בה וההורים לילדים נמוך משמעותית (70% ו-58% בהתאמה)¹⁵.

¹¹ ראו סעיף 2 ברקע התיאורטי למחקר.

¹² ראו בשנתון הסטטיסטי לישראל 2009

¹³ http://cbs.gov.il/reader/shnaton/templ_shnaton.html?num_tab=st12_12x&CYear=2009. בתחום זה אין הבדלים גדולים בין האוכלוסייה החילונית והחרדית

¹⁴ ראו במדינת ישראל, משרד התמ"ת (2009) בלוח 15.

¹⁵ ישנו שיעור גבוה יותר של בעלי ילדים מאשר של נשואים מפאת הגרושים והאלמנים.

¹⁶ ראו בסופר-פורמן (2008).

ותק הנישואין של המשתתפים עומד בממוצע על 13.6 שנים כאשר ממוצע הילדים בקרב הורים לילדים עומד על 4.7. למרבית ההורים (63%) היו מעל ארבעה ילדים ולחלקם אף ששה ילדים ומעלה (32%).

השתייכות לזרם חרדי

בקרב המשתתפים בתוכנית יש ייצוג לכל הזרמים המרכזים בחברה החרדית. בולטות במיוחד הקבוצה החסידית (33%) והקבוצה הספרדית (30%) כאשר ישנו ייצוג חסר לזרם הליטאי (18%). התופעה בולטת אף יותר כאשר משווים את שיעורי המשתתפים בתוכנית ההכשרה המקצועית מפת"ח שם בולט הזרם הליטאי (32%) לעומת הזרם החסידי (20%)¹⁶. ניתן להסביר זאת בהיבט חברתי הגורם לחסידים ולספרדים לנטות לעסוק בתחומי היזמות בעוד הליטאים מעדיפים לעבוד כשכירים. ישנו ייצוג לא מבוטל גם של חרדים שמגדירים את עצמם כ"חרדי לא מזוהה" (9%). קבוצה נוספת הראויה לציון היא הזרם החרדי לאומי. זרם זה משתתף בתוכנית ברכה בעסקים בהיקף לא מבוטל (8%) על אף שאינו מהווה חלק אינטגרלי מקבוצת היעד של התוכנית. תופעה בולטת נוספת הינה השיעור הגבוה של החוזרים בתשובה המשתתפים בתוכנית (26%). שיעור זה גבוה במידה רבה משיעורה של קבוצה זו בחברה החרדית¹⁷ או משיעורה בתוכנית מפת"ח (16%). אם אנחנו מצרפים את האוכלוסייה החרדית-לאומית ואת האוכלוסייה הדתית-לאומית ומתייחסים גם לשיעור הגבוה של חוזרים בתשובה בתוכנית, נוכל להסיק שחלק ניכר מן המשתתפים איננו מגיע מן "הליבה התורנית" של החברה החרדית. התוכנית "ברכה בעסקים" הינה תוכנית מסובסדת ומסתבר שבשל כך משכה אוכלוסיות שאינן חרדיות לגמרי, זאת על-פי הגדרתם העצמית של המשיבים.

2.2 מאפייני רקע של המשתתפים בתחום התעסוקה

העוסקים ביזמות עסקית לפני הכניסה לתוכנית ומשך העיסוק

המשיבים נתבקשו להשיב האם הם עסקו אי פעם ביזמות או היו בעלי עסקים עצמאיים **טרם פנייתם** למט"י. 37% השיבו שעסקו ביזמות (33% בצורה מסודרת ו4% באופן לא מסודר). ל63% לא היה רקע מוקדם ביזמות עסקית.

¹⁶ על פי הערכה, הגודל היחסי של הזרמים הוא: 33% חסידים, ליטאים 29%, ספרדים 21%, לא מזוהים 10%, חרדים לאומיים 7%. ראו אצל לוי (2009).

¹⁷ ראו הערכות אצל קפלן (2007) שנעות בין 5% ל10% של חוזרים בתשובה מכלל החברה החרדית.

מבין אלו שעסקו בעברם ביזמות אצל הרוב המוחלט העסק פעל במשך למעלה משנתיים (68%). בקרב קבוצה לא מבוטלת הוא פעל במשך של עד שנה (19%) ובקרב קבוצה קטנה בין שנה לשנתיים (13%).

תעסוקה בקרב בני הזוג

שיעור העובדים בקרב בני הזוג של המשתתפים בתוכנית עומד על 60% (47% עובדים ו-13% עובדים ולומדים) ושיעור הלומדים עומד על 21%. אלו שאינם לומדים ואינם עובדים מהווים 19% מקבוצת הנשאלים.

הלומדים בקרב בני הזוג נמצאים בדרך כלל בכולל ולא במוסדות להשכלה גבוהה/הכשרה מקצועית. 91% מן הלומדים הינם אברכי כולל או עוסקים בלימוד תורני בעוד השאר עוסקים בהכשרה מקצועית או בלימוד במוסד אקדמי.

שיעור העובדים בקרב בני הזוג של המשתתפים הנו כמעט פי שניים מן המקובל במגזר החרדי (60% לעומת 33%)¹⁸ והוא אף גבוה מן המקובל בקרב היהודים הלא חרדים בישראל (56%). כאשר מוסיפים לכך את העובדה ש-77% מן הנשאלים עובדים בעצמם, ניתן לראות בכך קבוצה יוצאת דופן במגזר החרדי. ניתן להסביר זאת בהשפעה של יציאת בן הזוג לעבודה, אך הסבר זה נשלל במידה רבה על ידי המשתתפים בסקר¹⁹. הסבר מתקבל יותר על הדעת הוא היחס החיובי מאוד שיש בבתיים חרדיים אלו לעבודה ולפרנסה כפי שהדבר מתבטא בהמשך הסקר. יחס זה שונה מאוד מן המקובל בחלק מן החברה החרדית.

בקרוב בני הזוג שאינם עובדים של המשתתפים בתוכנית 46% עבדו בעבר. כאשר הנשאלים הינם גברים שיעור בנות הזוג שעבדו בעבר עומד על 68%, אך כאשר הנשאלות הן הנשים שיעור בני הזוג שעבדו בעבר עומד על 29% בלבד.

השיעור הנמוך של הגברים שעבדו בעבר מצביע על תופעה מוכרת היטב של אי עבודה "כרונית" אצל גברים במגזר החרדי. בקרב הנשים ניתן לראות תופעה שלעיתים איננה מקבלת תשומת לב. נשים חרדיות עובדות בשיעור גבוה ביחס לגברים אך רבות מהן יוצאות ממעגל העבודה במהלך השנים. הסיבה המרכזית לכך היא נישואין ולידת הילדים (53%) בעוד שאצל הגברים סיבה זו כלל אינה משמעותית.

¹⁸ לעיל הבאנו נתון של 37% אך נתון זה מתייחס לשיעור ההשתתפות בכוח העבודה (כולל מובטלים), כאן נשאלו המשתתפים אודות עבודה ממשית בזמן הסקר.

¹⁹ 9% מן המשתתפים בתוכנית השיבו שהדבר השפיע על יציאת בן הזוג לעבודה.

עיסוקם המרכזי של אבות המשתתפים

מהו עיסוקו של האב והאם עיסוק זה משפיע על הבחירה ביזמות? מבין המשיבים לשאלה זו אשר אביהם עובד כיום, אצל 31% מן המשתתפים בתוכנית האב עובד/עבד כעצמאי, 51% האב הנו שכיר ואצל 18% מן המשיבים האב לומד בכולל. ניתן לראות שמדובר בשיעור גבוה מאוד של אבות העובדים כעצמאים כמקדם שמשפיע לחיוב על הפניה ליזמות. השיעור הנו גבוה בהשוואה לכלל הגברים בישראל (17%) ויותר מכך בהשוואה לכלל העצמאיים ביישובים החרדיים מודיעין עלית וביתר עלית (6% בלבד)²⁰.

82% מן האבות הינם עובדים, שיעור הגבוה בהרבה מן המקובל בחברה החרדית. מסתבר שהיחס החיובי ליציאה לעבודה ולפנייה לעיסוק ביזמות בפרט, נרכש במידה רבה כבר בבית על סמך התבוננות ולמידה פאסיבית מניסיון ההורים כעובדים וכיזמים.

2.3 מאפייני הרקע של המשתתפים על-פי מגדר

נתונים דמוגרפיים

לא נמצא הבדלים משמעותיים בין גיל הגברים המשתתפים בתוכנית לגיל הנשים (35.6 ו-36.4 בהתאמה) ובשיעור הנשואים בקרב המשתתפים בתוכנית (93% ו-89% בהתאמה). להורים לילדים בקרב הגברים יש 4.6 ילדים בממוצע בעוד שבקרב הנשים יש 4.9 ילדים בממוצע.

השתייכות לזרם חרדי

ההשתייכות לזרם חסידי קשורה באופן מובהק למגדר. בקרב הגברים, 40% משתייכים לזרם החסידי, 17% לזרם הליטאי, 27% לזרם הספרדי, 10% הזדהו עם ההגדרה "חרדי לא מזוהה" ו-6% אל הזרם החרדי-לאומי. בקרב הנשים, שיעור המשתייכות לזרם החסידי נמוך במידה רבה ועומד על 28%, בקרב הליטאיות 19%, בקרב הספרדיות 34%, 9% לא מזוהות ו-10% עם הזרם החרדי-לאומי. שיעור החוזרים בתשובה בקרב הגברים והנשים דומה ועומד על 26%. ניתן לראות שקביעתנו אודות נטייתו של הציבור החסידי לעסוק ביזמות, בולטת באופן משמעותי ביחס לגברים בהשוואה לנשים. עם זאת, גם אצל הנשים המשתייכות לקבוצה זו, השיעור היה גבוה מזה שבקרב הליטאיות.

²⁰ ראו בפרסום הלמ"ס אודות הרשויות המקומיות בישראל 2007
http://www.cbs.gov.il/publications/local_authorities2007/tab.htm

ניסיון ביזמות

לגברים יש בדרך כלל ניסיון רב יותר ביזמות מאשר לנשים. כך בטרם הפנייה למט"י ל-41% מן הגברים היה בעברם ניסיון ביזמות לעומת 33% מן הנשים. לעומת זאת, בעת הפנייה למט"י ל-38% מן הגברים היו בעלי עסק ושיעור דומה (39%) בקרב הנשים. יוצא מכך, שאצל נשים רבות יותר פנייתם למט"י הייתה בעת ניסיון ראשון ביזמות עסקית.

תעסוקה בקרב המשפחה

העיסוק אצל בן הזוג שונה במידת מה. הפילוח בקרב נשותיהם של המשתתפים בתוכנית מעלה את התוצאות הבאות: 65% עובדות ו-35% אינן עובדות. לעומת זאת בקרב בני זוגם של המשתתפות 57% עובדים או לומדים ועובדים ו-43% לומדים או אינם לומדים ואינם עובדים.

נתון זה מצביע על שיעור תעסוקה גבוה בקרב הגברים בני זוגם של המשתתפות בתוכנית הרבה מעבר לשיעור המועסקים הגברים בקרב כלל האוכלוסייה החרדית שעומד על 24% בלבד. גם אם בצורה מובהקת פחות, שיעור העובדות בקרב בנות הזוג של המשתתפים גבוה יותר מן המקובל אצל כלל הנשים החרדיות שעומד על 44% בלבד.

ביחס לעיסוק של האב: שיעור האב השכיר גבוה יותר אצל הגברים מאשר אצל הנשים (55% ו-47% בהתאמה), לעומת שיעור האב העצמאי הדומה (33% ו-30% בהתאמה). לעומת זאת שיעור האבות הלומדים בכלל בקרב הגברים נמוך במידה רבה מאצל הנשים (12% לעומת 23% בהתאמה). ניתן להסביר זאת בכך שבמשפחה שבה האב לומד בכולל הבנים מקבלים פחות עידוד ליציאה לעבודה וליזמות לעומת הבנות שמקבלות יותר לגיטימציה לעבודה וליזמות.

לוח 1: מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים

נשים	גברים	סה"כ	
529	499	1028	משתתפים בתוכנית שהשיבו לסקר
51%	49%	100%	משתתפים בתוכנית שהשיבו לסקר, אחוזים
			גיל המשתתפים
36%	36%	36%	מתחת גיל 30
53%	55%	54%	בין גיל 30 ל 50
11%	9%	10%	מעל גיל 50
36.4	35.6	36	גיל ממוצע

המשך - לוח 1: מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים

נשים	גברים	סה"כ	
			מצב משפחתי
89%	93%	91%	נשוי
			מספר ילדים
33%	41%	37%	1-3
67%	59%	63%	+4
33%	32%	32%	+6
4.9	4.6	4.7	מספר ילדים בממוצע
			זרם חרדי
28%	40%	34%	חסידי
19%	17%	18%	ליטאי
34%	27%	30%	ספרדי
9%	10%	10%	חרדי לא מזוהה
10%	6%	8%	חרדי-לאומי
26%	26%	26%	חוזר בתשובה

לוח 2: מאפייני רקע בתחום התעסוקה של המשתתפים בתוכנית, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים

נשים	גברים	סה"כ	
33%	41%	37%	עסקו בעבר ביזמות
39%	38%	38%	שיעור בעלי עסק בעת פנייתם למט"י
57%	65%	60%	שיעור העובדים בקרב בני זוגם של המשתתפים
30%	33%	31%	האב עובד/עבד כעצמאי
47%	55%	51%	האב עובד/עבד כשכיר
23%	12%	18%	האב לומד/למד בכולל

2.4 מאפייני רקע על פי המרכז אליו פנו המשתתפים

נתונים דמוגרפיים

הגיל הממוצע של המשתתפים בכל המרכזים דומה (כ 35). בכל המרכזים שיעור הנשואים גבוה ביותר ועומד על בין 89% בירושלים ובבני-ברק ל-95% באשדוד. מצאנו פערים מובהקים במגדר בין המרכזים: בעוד שבירושלים ישנו שוויון במספר הגברים והנשים (50% ו-50% בהתאמה), בבני-ברק היו פחות גברים מנשים (42% ו-58% בהתאמה), ובאשדוד היו הרבה יותר גברים מנשים (68% ו-32% בהתאמה). באמצעות פער מובהק ניתן להסביר במידה רבה את ההצלחה היחסית של המרכז באשדוד, באשר גברים הצליחו יותר במספר פרמטרים כפי שעוד נראה בהמשך הדוח.

מספר הילדים הממוצע להורים לילדים עומד על שיעורים דומים בירושלים ובאשדוד (4.8 ו-4.9 בהתאמה). בבני ברק לעומת זאת שיעור הילדים הממוצע נמוך יותר ועומד על 4.3 ילדים בלבד. בדומה לכך, במרכז באשדוד שיעור ההורים למשפחות מרובות ילדים (6 ומעלה) הינו הגבוה ביותר (40% לעומת 33% בירושלים ו-25% בבני-ברק).

השתייכות לזרם חרדי

המרכזים שונים זה מזה בפרופיל הזרמים החרדיים של הפונים אליהם. בירושלים שיעור החסידים עומד על 34% בעוד שבבני-ברק הם מהווים 23% בלבד. באשדוד שיעור החסידים גבוה ביותר ועומד על 59%. שיעור הספרדים בירושלים עומד על 24% בלבד בעוד שבבני-ברק הם מהווים 38% ובאשדוד 31%. הליטאים מהווים 22% מכלל המשתתפים בירושלים, 21% בבני-ברק ו-6% בלבד מן המשתתפים באשדוד. 11% מכלל המשתתפים בירושלים הגדירו את עצמם כ"חרדי לא מזוהה" לעומת 10% בבני-ברק ו-2% בלבד באשדוד.

במט"י ירושלים בולט אפוא המגזר החסידי, בבני ברק המגזר הספרדי ואילו באשדוד יש לחסידים רוב מובהק²¹.

אוכלוסיה חרדית לאומית מהווה 7% מכלל המשתתפים בירושלים, 8% מכלל המשתתפים בבני-ברק ו-1% בלבד מכלל המשתתפים באשדוד. שיעור החוזרים בתשובה בקרב המרכז הירושלמי גבוה במיוחד והוא עומד על 30%. בבני-ברק הוא עומד על 22% ואילו באשדוד על 17%.

המרכז באשדוד מתאפיין באוכלוסייה חרדית מוגדרת אשר ניתן לשייכה באופן גס לליבה התורנית בציבור זה: שיעור נמוך של "לא מזוהים", שיעור נמוך של חרדים לאומיים ושיעור נמוך של חוזרים בתשובה. לעומת זאת מט"י בבני ברק, ויותר ממנו, מט"י ירושלים מתאפיינים בכך שסיפקו שירותים במסגרת התוכנית גם לאוכלוסייה שאיננה שייכת לליבה החרדית. מסתבר שסינון האוכלוסייה החרדית במרכזים בירושלים ובבני-ברק לא היה מוקפד.

²¹ מרבית האוכלוסיה באשדוד הינה חסידית.

ניסיון ביזמות

ביחס לניסיון מוקדם ביזמות עסקית (כולל ניסיון "לא מסודר") לא נמצא הבדל משמעותי בין מרכזי מט"י בירושלים, בני ברק ואשדוד (39%, 33% ו-37% בהתאמה). בעת הפניה למרכזי מט"י שיעור נמוך יותר היה בעל עסק במרכז בירושלים (35%) מאשר בבני-ברק (41%) ובאשדוד (42%).

תעסוקה בקרב בני משפחתם של המשתתפים

שיעור בני הזוג העובדים או העובדים ולומדים עומד בכל המרכזים על טווח של 60%-64%. בני ברק וירושלים בולטים בשיעור גבוה יחסית של לומדים (23%) לעומת שיעור נמוך יחסית באשדוד (13%). הדבר יכול להיות מוסבר בבולטות החסידית של המשתתפים באשדוד – מגזר שמאופיין פחות כ"חברת לומדים". לעומת זאת באשדוד נמצא השיעור הגבוה ביותר של בני זוג שאינם עובדים ואינם לומדים (23%) לעומת ירושלים (18%) ובני ברק (12%).

לא נמצאו הבדלים משמעותיים ביחס לעיסוק של אבי הנשאל. בכל המרכזים שיעור השכירים עומד על קרוב למחצית (50%-48%). שיעור העצמאיים בירושלים ובני ברק נמוך מעט מאשדוד (30%, 33% ו-37% בהתאמה). בה במידה, שיעור האבות אברכי הכולל גבוה מעט בירושלים ובני ברק (20% ו-19% בהתאמה) מאשר באשדוד (14%).

לוח 3 : מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית לפי מרכזי מט"י, באחוזים

	ירושלים	בני ברק	אשדוד
נשואים	89%	89%	95%
מספר ילדים ממוצע	4.8	4.3	4.9
זרם חרדי			
חסידים	34%	23%	59%
ספרדים	24%	38%	31%
ליטאים	22%	21%	6%
חרדי לא מזוהה	11%	10%	2%
חרדי לאומי	7%	8%	1%
חוזרים בתשובה	30%	22%	17%

המשך - לוח 3 : מאפייני רקע של המשתתפים בתוכנית לפי מרכזי מט"י, באחוזים

אשדוד	בני ברק	ירושלים	רקע תעסוקתי
37%	33%	39%	ניסיון מוקדם ביזמות
42%	41%	35%	בעלי עסק בעת הפניה
64%	61%	60%	בן זוג עובד
13%	26%	23%	בן זוג לומד
23%	13%	17%	בן זוג לא עובד ולא לומד
37%	33%	30%	האב עבד/עובד כעצמאי
14%	19%	20%	האב למד/לומד בכולל

2.5 מאפייני רקע כלכליים-חברתיים**שימוש ביתי במחשב ובאינטרנט**

במסגרת המחקר ביקשנו לבחון באופן מצומצם את רמת החיים של המשתתפים ואת מידת השימוש שלהם באינטרנט בביתם, שימוש במחשב ובעלות על כלי רכב.

מסתבר שהחשיפה והשימוש באינטרנט בקרב המשתתפים בתוכנית היא גבוהה ביחס לשימוש במדיה זו במגזר החרדי: 44% הצהירו שיש בביתם מחשב עם חיבור לאינטרנט. אצל 20% נוספים ישנו מחשב אך ללא חיבור לאינטרנט. מעט מעל לשליש (36%) הצהירו שאין בביתם מחשב כלל. לא נמצאו הבדלים בחלוקה למגדר.

לעומת זאת בחלוקה לפי מרכזים ניתן לראות שהמשתתפים במרכז הירושלמי חשופים יותר לאינטרנט מאשר בבני-ברק ובאשדוד (47%, 39% ו37% בהתאמה) בגלל ההרכב האנושי של המשתתפים בתוכנית אשר חלקם בעלי תשובה וחרדים-לאומים. שיעור המשתתפים שאין בביתם מחשב כלל נמוך יחסית בירושלים (33%) וגבוה יותר בבני-ברק (39%) ובאשדוד (48%). הבדלים אלו מאוששים את הטענה שהאוכלוסייה באשדוד שייכת יותר ל"ליבת" האוכלוסייה החרדית.

שיעור השימוש במחשב הינו גבוה מן המקובל במגזר החרדי. על פי מפקד האוכלוסין 2008 שיעור בעלי מחשב ביתי בערים חרדיות²² עומד על 38% בלבד בהשוואה ל-66% בקרב המשתתפים

²² ראו <http://cbs.gov.il/w/censushtml/UN-SSI953414761.shtml>. גם בהמשך הסקירה, המידע אודות הערים החרדיות מתבסס על מפקד 2008. ההשוואה נעשתה מול הערים ביתר עילית ומודיעין עילית.

בתוכנית. ביחס לשימוש באינטרנט הנתונים הפערים מצומצמים יותר שכן בקרב כלל החרדים שיעור החדירה של האינטרנט עומד על 30% בעוד שבקרב המשתתפים בתוכנית הוא עומד על 44%.

בעלות על רכב

41% מן המשתתפים הינם בעלי רכב פרטי, כמעט פי שניים מהמקובל בערים החרדיות ביתר עילית ומודיעין עילית (22%). ניתן לראות ששיעור הגברים שבבעלותם רכב גבוה מן הנשים (46% לעומת 36%). עם זאת הפער הקטן עשוי להפתיע בהתחשב בכך שהנשים נוהגות במגזר החרדי איננו דבר כה רווח.

ניתן לסכם ולומר שאוכלוסיית המשתתפים בתוכנית מאופיינת בכך שרמת הפתיחות לשימוש במחשבים ובאינטרנט גבוהה באופן יחסי מרמת השימוש בכלים אלו בכלל האוכלוסייה החרדית. כמו כן, אוכלוסייה זו מבוססת יותר כלכלית ובעלת שיעורים גבוהים יחסית של בעלות על כלי רכב²³.

לוח 4 : מאפייני רקע כלכליים וחברתיים, סה"כ, לפי מגדר ומרכז, באחוזים

אשדוד	בני ברק	ירושלים	ס"ה	
37%	39%	47%	44%	בעלי מחשב ביתי כולל חיבור לאינטרנט
15%	22%	20%	20%	בעלי מחשב ביתי ללא חיבור לאינטרנט
48%	39%	33%	36%	ללא מחשב ביתי
30%	41%	41%	41%	בעלי רכב

²³ למעט במרכז באשדוד שם האוכלוסייה חסידיית במובהק ושמרנית יותר.

פרק 3 - מניעים וחסמים לפתיחת עסק בקרב המשתתפים בתוכנית

ישנם מניעים שונים לפנייה ליזמות עסקית, ולעומתם - סיבות רבות העשויות למנוע מיזמים לפתוח עסק או לסגור עסק קיים. בפרק זה ביקשנו לאפיין את הסיבות השונות לפתיחת עסק ובהן ביטוי ונטייה אישית, הזדמנות כלכלית וכורח כלכלי, כמו גם את הסיבות לאי-פתיחת עסק ובהן מחסור במשאבים, רצון והתאמה אישית ליזמות, יחס לעבודה ויחס הסביבה.

3.1 מניעים לפנייה ליזמות בקרב המשתתפים

הסיבה הבולטת ביותר לפנייה ליזמות היא העניין האישי בתחום העסקי. קרוב למחצית מן המשתתפים (46%) הצהירו על עניין בתחום העסקי או על עניין ביזמות כסיבה העיקרית לפנייתם ליזמות. קרוב לחמישית מהמשיבים (19%) ציינו את ההזדמנות הכלכלית הטמונה בפתיחת עסק. לא נמצאו סיבות משמעותיות אחרות במערך המניעים לפנייה ליזמות. 8% מהמשתתפים פנו למסלול בשל היותן עסק משפחתי, בשל האפשרות ללמוד תורה (6%) או בשל שעות העבודה הנוחות (5%). רק 2% הצהירו על הרצון לשמור על הבדלות מהחברה הכללית כסיבה עיקרית לפנייה ליזמות. גם כאשר עימתנו את התשובות של מי שלא היו בעלי עסק בעבר וכיום הם בעלי עסק, לעומת אלו שלא פתחו עסק, לא נתגלו הבדלים משמעותיים במערך המניעים לפנייה לתחום זה. נתון זה מראה שסוג המוטיווציה לפתיחת עסק איננו בהכרח מנבא מובהק לפתיחת עסק.

הסיבה לפנייה ליזמות בקרב שכירים

ניסינו להבין את המניעים של מי שהיו שכירים לפנות ל"ברכה בעסקים" ולהיות לבעלי עסק. המעבר לתחום היזמות בעיקר כאשר יש לך "קרקע בטוחה" כשכיר איננו מובן מאליו. שאלנו אפוא את השכירים לפרש פנייתם ליזמות.

שתי התשובות הבולטות ביותר היו הרצון לביטוי עצמי טוב יותר (26%) וזיהוי הזדמנות עסקית (24%). עוד סיבה שבלטה הינה הרצון להרוויח יותר (20%). סיבות הקשורות בהתייחסות לעבודה הקודמת קיבלו עדיפות משנית: כך הרצון בשיפור סביבת העבודה (12%) וכך חוסר שביעות רצון ממקום העבודה (6%).

ניתוח התשובות מראה שכמחצית מן השכירים היו בעלי מוטיווציות עסקיות/כספיות (זיהוי הזדמנות ורצון להרוויח יותר 44%) והמחצית השנייה מתייחסת לסיבות של ביטוי אישי ותחושה (ביטוי עצמי, שיפור סביבת עבודה ואי שביעות רצון 44%).

הסיבה לפנייה ליזמות בחלוקה למגדר ולמרכז

ישנו פער ברור בין גברים ונשים בתחום זה. אצל הגברים המוטיווציות העסקיות/כלכליות הן הדומיננטיות לעומת המוטיווציות של הביטוי העצמי ותחושת ההתאמה לתחום (57% לעומת 34%). אצל הנשים מדובר בתמונת ראי שבה עולות בעיקר מוטיווציות של ביטוי עצמי ותחושת התאמה לתחום על פני מוטיווציות עסקיות וכלכליות (54% לעומת 30%). ניתן לראות הבדל מובהק גם ביחס למרכזים השונים. בירושלים צוינו המוטיווציות העסקיות/כלכליות על ידי 54% מן הפונים, בבני ברק על ידי 26% בלבד ובאשדוד על ידי 46% מן הפונים.

הסיבה לפנייה ליזמות בקרב מי שלא עבד כלל²⁴ בעת פנייתו לתוכנית

ניסינו להבין את פשר הפנייה ליזמות של אנשים שלא עבדו כלל בעת פנייתם. ההסבר השכיח ביותר שהללו נתנו היה תחושת התאמה לתחום היזמות אותו ציינו כמחצית מן הנשאלים (48%). הסבר נוסף נגע ללחץ הכלכלי (20%), ואילו הסבר שלישי שמתייחס להמלצה שקיבלו על התוכנית ניתן על ידי קבוצה קטנה בלבד (12%). 20% ציינו סיבות נוספות. לא ניכרו הבדל משמעותי בין המינים והמרכזים השונים. יוצא איפה שהמוטיווציה של ביטוי עצמי הייתה חזקה באופן בולט בקרב קבוצה זו מאשר המוטיווציה הכלכלית.

לוח 5: המוטיווציות לפנייה ליזמות עסקית, באחוזים

ענין בתחום העסקי/יזמות	הזדמנות לשכר גבוה	עסק משפחתי	אפשרות ללמוד תורה	שעות עבודה נוחות	הבדלות מהחברה הכללית	אחר
46%	19%	8%	6%	5%	2%	14%

לוח 6: המוטיווציה לפנייה ליזמות עסקית בקרב שכירים, באחוזים

רצון לביטוי עצמי	זיהוי הזדמנות עסקית	רצון להרוויח יותר	שיפור סביבת העבודה	אי שביעות רצון ממקום העבודה	אחר
26%	24%	20%	12%	6%	12%

²⁴ השימוש במונח זה ולא במונח השגור: "אינם שייכים לכוח העבודה" נובע מכך שרציתי לכלול בו הן את אלו שאינם בכוח העבודה והן את המובטלים.

לוח 7: מוטיווציות עסקיות-כלכליות בפניה ליזמות עסקית מול מוטיווציות של ביטוי אישי, (סה"כ ובחלוקה למגדר ולפי מרכז באחוזים)

מוטיווציות עסקיות/כספיות	סה"כ	גברים	נשים	ירושלים	בני ברק	אשדוד
מוטיווציות של ביטוי אישי	44%	34%	54%	32%	63%	47%
אחר	12%	9%	16%	14%	11%	7%

לוח 8: המוטיווציה לפניה ליזמות במסגרת התוכנית "ברכה בעסקים" בקרב שאינם עובדים, באחוזים

תחושת התאמה לתחום	לחץ כלכלי	המלצות על התוכנית	אחר
48%	20%	12%	20%

3.2 התאמה ליזמות על-פי מדדים תיאורטיים

ההתאמה ליזמות על פי שאלון הולנד

קשה לחזות מראש את מידת ההתאמה ליזמות עסקית כיון שאי הוודאות הקשורה לאופן שבו היזם יתפקד במצב "אמיתי" הינה גבוהה. למרות זאת פותחו במהלך השנים דרכים להערכת מידת ההתאמה בין תכונות היזם וכישוריו לעולם העסקי. אחד הכלים המהימנים שבהם הינו שאלון הנטיות של הולנד²⁵. במהלך הסקר השתמשנו בשאלות משאלון זה.

כשני שליש ומעלה ענו בוודאות גבוהה (במידה רבה מאוד ובמידה רבה) על השאלות הבאות: חופש פעולה כמעודד מוטיווציה (85%), נכונות לעבודה קשה לצורך מימוש שאיפות (82%), רצון להיות הבוס של עצמך (77%) וביטחון עצמי ביחס לקבלת החלטות (67%).

שיעורים נמוכים יותר של וודאות קיבלנו ביחס לשאלות הקשות יותר המנבאות לא פחות מוכנות והתאמה ליזמות עסקית: 61% מן הנשאלים אוהבים להתחיל דברים מאפס ו-44% בלבד אוהבים לעבוד לבד.

²⁵ ראו בהרחבה ב Holland (1996)

כאשר פילחנו את התשובות ביחס למי שכיום הינם בעלי עסק לעומת שכירים ושאינם עובדים, גילינו ביחס למספר שאלות התאמה גבוהה יותר ליזמות בקרב בעלי עסק: 65% מבעלי העסקים אוהבים להתחיל דברים מאפס לעומת 56% ו-57% בקרב שכירים ושאינם עובדים (בהתאמה). 49% מבעלי העסק אוהבים לעבוד לבד לעומת 35% ו-42% בקרב שכירים ושאינם עובדים (בהתאמה). 82% מבעלי העסק רוצים להיות הבוס של עצמם לעומת 72% ו-70% בקרב שכירים ושאינם עובדים (בהתאמה).

היחס לעולם העבודה

ביקשנו לבדוק את היחס לעולם התעסוקה אצל המשתתפים בתוכנית וזאת לפי בחינה של "לכתחילה" ו"בדיעבד". המשתתפים נשאלו האם זכייה בסכום כסף גדול הייתה גורמת להם להפסיק לעבוד והאם לדעתם לימוד תורה פוטר מן העיסוק בפרנסה. התוצאות מצביעות על מוטיווציה גבוהה מאוד לעבודה בכל מקרה ועל דחיית התפיסה החרדית הנורמטיבית ביחס ללימוד התורה כערך עליון הפוטר מן העיסוק בפרנסה.

כ-85% מן הנשאלים טענו שבכל מראה היו ממשיכים לעבוד ורק 15% היו מוותרים על עבודה. פילוח של התוצאות מראה ש-88% מן העובדים כיום (88% מן העצמאיים ו-87% מן השכירים) היו ממשיכים לעבוד בכל מקרה בעוד שבקרב אלו שאינם עובדים השיעור עומד על 77% בלבד. נתון מובהק נוסף מראה שרוב מוחלט של הנשאלים (53%) לא הסכימו לקביעה שלימוד התורה פוטר מן העיסוק בפרנסה. רק כשליש מן הנשאלים (36%) הסכימו לקביעה זו²⁶.

היחס לעולם העבודה בחלוקה למגדר

שיעור גבוה יותר מקרב הנשים היה רוצה לעבוד גם אם היה זוכה בסכום כסף גדול (88% לעומת 83% בקרב הגברים). ביחס לשאלת לימוד התורה כפוטר מן העיסוק בפרנסה לא נמצא הבדל מובהק בין גברים ונשים אך נמצא הבדל בטוטאליות של התשובה: בקרב הגברים 42% לא מסכימים עם הפטור מתעסוקה ללומדי תורה בעוד ש-23% לא מסכימים כלל. בקרב הנשים אי ההסכמה הטוטאלית גבוהה הרבה יותר: בעוד ש-28% אינן מסכימות לפטור מתעסוקה 36% אינן מסכימות לכך כלל ועיקר.

²⁶ שיעור גבוה מן הנשאלים (17% שאינם נמנים בחישוב ה-100%) מן הנשאלים היו אלו שלא הצליחו לקבוע עמדה ברורה בסוגיה זו.

נתון זה בולט עוד יותר לאור העובדה שבקרב הגברים הרוב המוחלט איננו לומד תורה לעומת הנשים ששיעור לא מבוטל מבעליהן הינם אברכי כולל. ניתן לראות בכך ביקורת סמויה של המעגל העובד ויותר מכך של הנשים העובדות על הנורמה הרווחת שלימוד התורה דוחה באופן גורף את שאר העיסוקים.

לא נמצא הבדל מובהק בין המרכזים השונים ביחס למשתנה זה.

לוח 9: יחס והתאמה ליזמות (שאלון הולנד ושאלות נוספות), סה"כ ובחלוקה לבעלי עסק, שכירים ולא עובדים, ולפי מגדר ומרכז, באחוזים (ניתן לענות יותר מתשובה אחת)

סה"כ באחוזים	בעלי עסקים	שכירים	לא עובדים	
85%	87%	83%	82%	חופש פעולה מעודד מוטיוציה
82%	85%	83%	73%	נכונות לעבודה קשה לצורך מימוש שאיפות
77%	82%	72%	71%	אוהב להיות הבוס של עצמך
67%	71%	65%	63%	ביטחון ביחס להחלטות
61%	65%	56%	57%	אוהב להתחיל דברים מאפס
44%	49%	35%	42%	אוהב לעבוד לבד

לוח 10: יחס לעבודה לאור זכייה תיאורטית בסכום כסף גבוה וביחס ללימוד תורה, סה"כ באחוזים

מסכים או מסכים במידה רבה	לא מסכים או לא מסכים כלל	
85%	15%	אילו זכיתי בסכום כסף גדול גם אז הייתי רוצה לעבוד
36%	64%	העיסוק בתורה פוטר מן העיסוק בפרנסה

3.3 סיבות לאי פתיחת עסק או לסגירתו

מבין אלו שלא פתחו עסק, 78% כלל לא ניסו בעוד ש22% ניסו ללא הצלחה. הסיבות לאי פתיחת העסק הינן מגוונות (תיתכן יותר מסיבה אחת אצל כל משתתף):
בראש ובראשונה נמצאת שאלת המימון. קרוב למחצית הנשאלים (47%) ציינו את החוסר במימון כסיבה לאי פתיחת העסק. כ-30% ציינו את העדר הליווי המקצועי ושיעור דומה (29%) נתן הסבר נפשי הקשור בחשש מקשיים אפשריים. סיבות זניחות יחסית היו: התקבלות לעבודה אחרת כשכיר (13%), הבנה שיזמות אינה מתאימה לפונה (12%) והעובדה שהעסק לא התרומם (10%). לא נמצאו הבדלים משמעותיים בין המינים והמרכזים.

24% מן הנשאלים רצו לציין סיבה נוספת. 41% מתוכם התייחסו להיעדר רעיון/זמן או כלים מתאימים לפתיחת העסק, 37% התייחסו לבעיות כלכליות מסוגים שונים, 21% התייחס לבעיות משפחתיות ואישיות ו14% הבינו שיזמות אינה בשבילם.

לוח 11: הסיבות לאי פתיחת עסק, באחוזים (ניתן למנות יותר מתשובה אחת)

בעיות מימון	העדר ליווי מקצועי	פחד מקשיים	התקבלות לעבודה כשכיר	הבנה שיזמות אינה מתאימה	העסק לא התרומם
47%	30%	29%	13%	12%	10%

3.4 תגובות ויחס הסביבה הקרובה ליזמות עסקית

התייעצות בעת הפנייה ליזמות ותמיכת הסביבה במהלך

הפנייה ליזמות עסקית קשורה בתהליך ארוך הכולל התייעצות עם אנשים קרובים שעמדתם עושה להשפיע במידה רבה על הפנייה לתחום זה. ביקשנו לבחון באלו גורמים התייעצו הפונים ליזמות ומה הייתה תגובתם. ניתן ללמוד מכך על מנגנון קבלת ההחלטות של המשתתפים, על גורמי מפתח בתחום זה ועל היחס הכללי ליזמות בקרב אלו שסובבים את הפונים לתחום.

הגורם הראשון במעלה איתו התייעצו הפונים הנו בן הזוג. 72% מן הפונים התייעצו עם בני זוגם ביחס לפתיחת העסק. במרחק רב מכך נמצאים חברים (30%), הורים (25%), רבנים (25%), בני משפחה אחרים (20%) והורי בן הזוג (9%). בולט ביותר הנתון אודות השיעור הנמוך של המתייעצים עם רבנים ביחס לפתיחת עסק: כרבע בלבד מן המשתתפים.

סקרים מקבילים שנערכו אל מול דורשי עבודה וחרדים במסגרת לימודים גבוהים ומקצועיים, מחזקים את הממצאים בדוח הנוכחי באשר לגורמים עמם מתייעצים נשים וגברים חרדים בכניסה לשוק העבודה²⁷. בדומה לאוכלוסיות שאינן-חרדיות, ההחלטה על עתידו של הפרט מתקבלת בסופו של דבר במסגרת התא המשפחתי. פעמים רבות, בן הזוג הנו הגורם אשר ללא הסכמתו ותמיכתו הפעילה, לא יפנה דורש העבודה למסלול כזה או אחר. גם במקרה שלפנינו בן הזוג הוא הגורם העיקרי להתייעצות וקבלת תמיכה.

שיעור התמיכה של הגורמים איתם התייעצו הפונים היה גבוה מאוד. התמיכה הגבוהה ביותר הייתה מרבנים (90%) והנמוכה ביותר מחברים (83%). פער מסוים נצפה בשיעור מי שתמך בצורה גורפת.

בקרב בני הזוג נמצא השיעור הגבוה ביותר של תמיכה גורפת (52%) בעוד שבקרב החברים נמצא השיעור הנמוך ביותר לתמיכה (33%). ניתן להסביר הבדל זה בכך שהתמיכה מבן-הזוג יכולה להיות אוטומטית ואילו החברים עשויים להיות ביקורתיים יותר כלפי רעיון חדש של יזמות. בכל מקרה, שיעור המתנגדים באופן חד ליציאה ליזמות עסקית נמוך ביותר ועומד על בין 6%-1% בלבד. ניתן ללמוד מכך על הלגיטימציה הרבה שיש לפונים ליזמות עסקית בקרב המעגלים הקרובים של המשתתפים. מסתבר שהמעגל הקרוב איננו מהווה חסם לפנייה ליזמות והוא אף עשוי במקרים רבים להיות גורם מעודד ומדרבן.

התייעצות ותמיכה ביזמות על פי מגדר

גברים נוטים להתייעץ בשיעורים גבוהים יותר עם גורמים חוץ משפחתיים כמו חברים ורבנים (35% ו-31% בהתאמה) מאשר נשים (25% ו-18% בהתאמה). לעומת זאת נשים נוטות להתייעץ בשיעורים גבוהים יותר עם גורמים בתוך המשפחה כבן הזוג (75% לעומת 69% בקרב הגברים), ובני משפחה "אחרים" שאינם הורים (25% לעומת 14% בקרב הגברים).

הבדל מגדרי נוסף קשור למידת התמיכה הרבה לפנייה ליזמות. בקרב הגברים תמיכה זו נמוכה בדרך כלל מאשר אצל הנשים. ניתן לראות זאת בתמיכת בן הזוג (41% ו-61% בהתאמה), ההורים (34% ו-53% בהתאמה) והחברים (26% ו-43% בהתאמה). יתכן שיש בכך כדי להצביע על יחס מסווג יותר ליזמות דווקא בקרב החברה המקיפה את הגברים. ההסבר עשוי להיות הנורמה החברתית המחייבת את הגברים להקדיש את זמנם ללימודי קודש. לעומתם, קל יותר לעודד ולתמוך בנשים חרדיות המבקשות לפנות למסלול תעסוקה עצמאי, הואיל וממילא חלה עליהן חובת הפרנסה.

²⁷ ראו בסופר-פורמן (2008).

לוח 12 : שיעור ההתייעצות עם גורמים שונים ביחס לפנייה ליזמות עסקית, באחוזים

הגורם	שיעור המתייעצים (סה"כ)	בקרב גברים	בקרב נשים	שיעור התמיכה הגורפת (סה"כ)	בקרב גברים	בקרב נשים
בן הזוג	72%	69%	75%	52%	41%	61%
חברים	30%	35%	25%	33%	26%	43%
הורים	25%	23%	27%	45%	34%	53%
רבנים	25%	31%	18%	41%	41%	41%
בני משפחה אחרים	20%	14%	25%	42%	25%	51%
הורי בן הזוג	9%	8%	11%	47%	43%	50%

פרק 4 - שינויים בסטאטוס התעסוקתי של המשתתפים בתוכנית

פרק זה מתייחס לממצאים אודות השינוי בסטאטוס התעסוקתי שחל על המשתתפים בתוכנית. מעמדם התעסוקתי של המשתתפים בתוכנית בעת כניסתם אליה מתחלק בין משתתפים שעבדו כבר כזמנים בעת ההצטרפות לתוכנית לבין מי שעבדו בעת הפנייה כשכירים או שלא עבדו כלל. כנגזרת של אבחנה זו נבקש לבחון שלושה היבטים תעסוקתיים מרכזיים : (א) כניסה למעגל העבודה בעקבות התוכנית (ב) מידת העלייה של שיעור היזמים בקרב הפונים ל"ברכה בעסקים". (ג) השינוי במצב העסקי בקרב מי שהיו בעלי עסק בעת הפנייה.

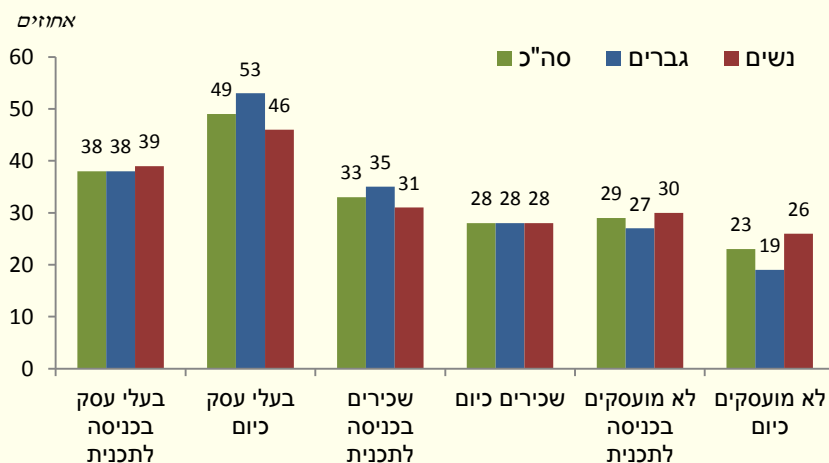
4.1 סטאטוס תעסוקה ויזמות

סטאטוס תעסוקה ויזמות

38% מן המשתתפים היו בעלי עסקים בזמן פנייתם לתוכנית "ברכה בעסקים", 33% היו שכירים ו-29% לא עבדו כלל. לעומת זאת, בעת הסקר הטלפוני 49% מן הפונים היו בעלי עסק, 28% מן הפונים היו שכירים ו-23% לא עבדו כלל. הממצאים מצביעים אפוא על עליה בשיעור בעלי העסק וצמצום מסוים בשיעור העובדים השכירים, כמו גם בשיעור המשתתפים שאינם עובדים. בשיעור היזמים ישנה עלייה של 11 נקודות האחוז ובשיעור כלל העובדים ישנה עלייה של 6 נקודות האחוז. דרך נוספת לבחון את השינוי שחוללה התוכנית היא לראות מהו הסטאטוס התעסוקתי הנוכחי (בעת הסקר) בקרב משתתפים שהיו שכירים או שלא עבדו כלל בעת פנייתם לתוכנית. נמצא כי בקרב מי שהיו שכירים 25% הינם עצמאיים, 57% שכירים ו-18% לא עובדים כלל. בקרב מי שלא עבדו, 23% הינם עצמאיים, 25% שכירים ו-52% לא עובדים כלל. כאשר מצרפים את הנתונים דלעיל ביחס לשכירים ולא עובדים יחדיו מגיעים לשיעורים הבאים: 25% כיום הינם בעלי עסקים, 41% הינם שכירים ו-34% אינם עובדים כלל.

סטאטוס תעסוקה ויזמות לפי מגדר

ניתן למצוא יתרון לגברים בנוגע לשיעורי הכניסה ליזמות ולשיעור היוצאים ממעגל ה"לא עובדים". בקרב הגברים 30% היום הינם בעלי עסק בעוד שבקרב הנשים 21% בלבד בעלות עסק. כמו כן, שיעור הגברים שלא עבדו ירד מאז הפניה מ-27% ל-19% בעוד שאצל הנשים השיעור ירד מ-30% ל-26% בלבד. כיוצא בכך, שיעור בעלי העסק בקרב הגברים עלה באופן דרמטי מאשר בקרב הנשים: מ-38% ל-53% בעוד שאצל הנשים הוא עלה בכמחצית מ-39% ל-46% בלבד.

גרף 1: סטאטוס תעסוקתי של המשתתפים בסקר בעת הפנייה לתוכנית וכיום,**סה"כ ולפי מגדר, באחוזים****סטאטוס תעסוקה ויזמות לפי מרכז**

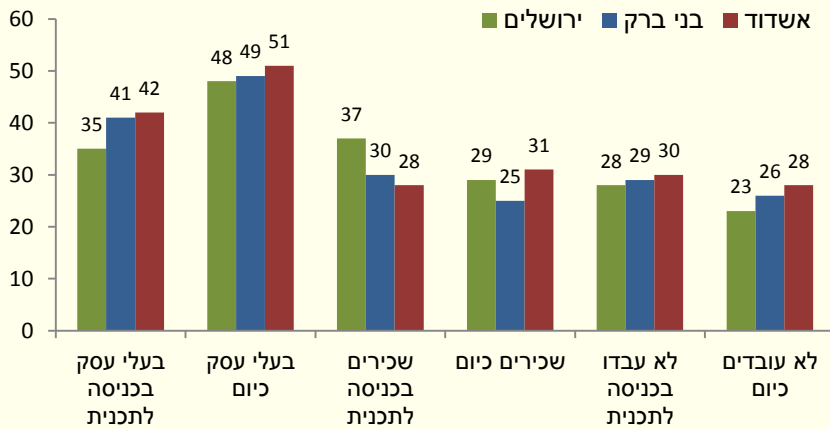
ביחס לפתיחת עסק בקרב מי שלא היה בעל עסק כלל ישנו יתרון מסוים למרכז בירושלים: 27% מן הפונים למט"י ירושלים הינם עצמאיים בעוד בבני ברק ובאשדוד השיעור עומד על 23% ו-21% בהתאמה.

באופן דומה ישנו יתרון למרכז בירושלים באשר לשיעור העוסקים כיום ביזמות: במרכז בירושלים חלה עלייה מ-35% בעת הפניה למט"י ל-48% כיום, בעוד שבבני-ברק ובאשדוד השיעור צנוע יותר (41% ל-49% ומ-42% ל-51% בהתאמה). התוכנית באשדוד הצליחה ליצור את השינוי המובהק ביותר בקרב הלא עובדים ולהוריד את שיעורם מ-30% בעת הפניה ל-18% כיום. השינוי בירושלים ובבני-ברק מתון יותר (מ-28% ל-23% ומ-29% ל-26% בהתאמה).

לוח 13 : השינוי במצב התעסוקתי בקרב שכירים ולא עובדים, סה"כ, באחוזים

לא עבדו לפני התוכנית	שכירים לפני התוכנית	
100%	100%	מצב תעסוקתי בעת הסקר
23%	25%	עצמאים
25%	57%	שכירים
52%	18%	לא עובדים

גרף 2 : סטאטוס תעסוקתי של המשתתפים בסקר בעת הפנייה לתוכנית וכיום
לפי מרכז, באחוזים



4.2 סטאטוס נוכחי של יזמים בעת הפנייה לתוכנית

מה קרה ליזמים בעלי עסק, שפנו למרכזי מט"י, מעת פנייתם ועד לעריכת הסקר? 42% דיווחו על התרחבות העסק, 36% דיווחו על עסק בהיקף דומה, בקרב 6% העסק הצטמצם ועוד 13% סגרו את העסק. ניתן לראות שהשיעור של בעלי עסקים שהרחיבו את עסקיהם (42%) גבוה מאלו שלא היו בעלי עסק ופתחו עסק (25%). עם זאת ברור שהסיטואציה של פתיחת עסק קשה הרבה יותר מהרחבת עסק קיים.

סטאטוס יזמים ע"פ מגדר

אוכלוסיית הגברים דיווחה על הצלחות גדולות יותר במגוון היבטים הקשורים להפעלת העסק: בבחינה לאורך זמן של מי שהיו בעלי עסקים בעת פנייתם למט"י מצאנו שאצל 44% מן הגברים העסק התרחב לעומת 41% בקרב הנשים, ו10% בלבד מן הגברים סגרו את העסק לעומת 16% מן הנשים.

סטאטוס יזמים על פי מרכז

כאשר בוחנים את ההצלחה של מי שהיו בעלי עסק בעת הפניה למט"י לפי המרכז אליו פנו המשתתפים ניתן לראות שבירושלים ובני ברק נמצאו שיעורים דומים של משתתפים שהרחיבו את העסק שלהם (41% ו42% בהתאמה להרחבת העסק, 37% ו32% בהתאמה לעסק בהיקף דומה ו15% ו14% בהתאמה לסגירת העסק). לעומת זאת, באשדוד, התגלו שיעורי ההצלחה גבוהים יותר: בקרב 55% מהמשתתפים העסק התרחב, בקרב 40% העסק שמר על גודלו ורק בקרב 3% העסק נסגר.

לוח 14: השינוי במצבם של עצמאים לאחר התוכנית, סה"כ, באחוזים

באחוזים	
42%	הרחיבו פעילות
36%	ללא שינוי בפעילות
6%	צמצמו פעילות
13%	סגרו עסקים

פרק 5 - מאפייני העבודה של הזמים

פרק זה מתייחס למאפייני העבודה של העוסקים בתחום היזמות: חלוקה למשלח יד ולענף כלכלי, האם ישנם שותפים לניהול העסק, קהל היעד של העסק, האם ישנם מועסקים בשכר בעסק ורמת ההכנסה של הזם. בנוסף, בוחן הפרק גם את תחומי העבודה של מי שהיו שכירים בעת עריכת הסקר.

5.1 תחום העיסוק: יזמים ושכירים

משלח יד – בעלי עסק

שני התחומים הבולטים ביותר כמשלח היד בקרב בעלי העסק הינם: עבודות פקידות, סוכנים ומכירות (43%) וחופשיים וטכניים (35%). תחומים אלו בולטים ביחס לסך אוכלוסיית העצמאים בישראל שבה שיעור העוסקים במשלחי יד אלו פחות במידה רבה (30% ו-21% בהתאמה)²⁸. לעומת זאת ישנו ייצוג חסר למשלחי יד בתחומים של אקדמאים ומנהלים (11%) ועובדים מקצועיים (8%) גם זאת בהשוואה לכלל אוכלוסיית העצמאים (21% ו-26% בהתאמה).

משלח יד – מגדר ומרכז

סך הכל לא נתגלו הבדלים ניכרים בין משלחי היד בקרב גברים ונשים למעט שני תחומים: עבודות פקידות, סוכנים ומכירות ותחום העובדים המקצועיים. בתחום הראשון ישנו יותר ייצוג לנשים מאשר לגברים (37% גברים לעומת 49% נשים) ואילו בתחום העובדים המקצועיים יש יותר ייצוג לגברים מאשר לנשים (14% לעומת 3% בהתאמה).

המרכז בירושלים בלט בשיעור גבוה של אקדמאים ומנהלים (14%) לעומת המרכז בבני-ברק (8%) והמרכז באשדוד (4%). המרכז בבני-ברק בלט בשיעור גבוה של עובדי פקידות, סוכנים ומכירות (54%), לעומת המרכז בירושלים (42%) והמרכז באשדוד (37%). והמרכז באשדוד בלט בשיעור גבוה של עובדים חופשיים וטכניים (44%), לעומת המרכז בירושלים (33%) והמרכז בבני-ברק (31%).

²⁸ ראו בסקר כוח אדם של הלמ"ס משנת 2008. http://cbs.gov.il/www/saka_y/02_23.pdf

תחום העיסוק – שכירים

בקרוב השכירים בולטים שלושה ענפים כלכליים: בנקאות ושירותים עסקיים (27%), מינהל ציבורי, חינוך, בריאות ושירותים קהילתיים (25%) ומסחר (23%). תחומי הבנקאות והמסחר בולטים ביחס לכלל השכירים בישראל²⁹ (17% ו-13% בהתאמה). לעומת זאת, תחום המינהל הציבורי, חינוך, בריאות ושירותים קהילתיים מקבל ייצוג נמוך ביחס לכלל השכירים בישראל (35%).

לוח 15: משלח יד וענף כלכלי – בעלי עסק ושכירים. חלוקה למגדר ומרכז

אשדוד	בני ברק	ירושלים	נשים	גברים	סך הכל	
						בעלי עסק – משלח יד
4%	8%	14%	11%	11%	11%	אקדמאים ומנהלים
44%	31%	33%	36%	33%	35%	חופשיים וטכניים
37%	54%	42%	49%	37%	44%	ע. פקידות, סוכנים ומכירות
11%	6%	9%	3%	14%	8%	ע. מקצועיים
4%	1%	2%	1%	5%	3%	ע. בלתי מקצועיים
						שכירים-ענף כלכלי
--	--	--	--	--	--	חקלאות
21%	9%	19%	12%	18%	15%	תעשייה
5%	5%	5%	1%	8%	5%	חשמל מים ובינוי
27%	29%	21%	19%	26%	23%	מסחר
--	--	1%	--	2%	1%	ש. אוכל ואירוח
5%	--	6%	--	7%	4%	תחבורה
21%	26%	27%	23%	27%	26%	בנקאות וש. עסקיים
21%	31%	22%	45%	10%	25%	מינהל ציבורי, חינוך, בריאות וש. קהילתיים

²⁹ ראו בשנתון הסטטיסטי של 2009.

http://cbs.gov.il/reader/shnaton/templ_shnaton.html?num_tab=st12_12x&CYear=2009

5.2 מסגרת העבודה: שותפים, קהל יעד ומועסקים

מיקום העסק

בחירת מקום העסק משפיעה על סיכויי ההצלחה שלו ומידת השרידות שלו. מעבר למיקום הגיאוגרפי ישנה שאלה האם העסק ממוקם בבית או מחוצה לו, כאשר עסקים בתוך הבית נוטים, לפי הגדרתם, להיות קטנים יותר. עסקים הממוקמים מחוץ לבית יוצרים הפרדה בין המחויבות המשפחתית והעסקית.

53% מהעסקים ממוקמים בביתם של בעלי העסק. היתר ממוקמים במבנים שכורים או בנכס אחר בבעלות היזמים. בעוד שבקרוב הגברים שיעור העסקים הביתיים עומד על 44% בקרב הנשים הוא מגיע ל-62%.

יתרונות שיש לעבודה מן הבית במגזר החרדי עשויים להיות קשורים ליכולתו של הגבר להישאר במעמד של 'אברך' (גם מבחינה חברתית וגם מבחינת מעמדו מול רשויות הצבא בהסדר דחיית השירות במסגרת הסדר "תורתו אומנותו") ולקלות היחסית בהפעלת עסק ללא דיווח לרשויות המס. נשים חרדיות ימצאו יתרונות רבים ושונים בעבודה מן הבית בשל המטלות המשפחתיות הרובצות על היזמת.

קהל היעד של היזמים

קהל היעד המרכזי של היזמים הוא ברובו חרדי (58%) אולם ישנו שיעור ניכר הפונה אל כלל הציבור (42%). בתחום קהל היעד ניתן לראות הבדל מובהק בין נשים לגברים: שיעור הגברים הפונה לקהל חרדי עומד על 52%, בעוד ששיעור הפונים לכלל הציבור עומדים על 48%. אצל הנשים הנטייה לפנות לקהל חרדי בולטת יותר: 65% פונות בעיקר לקהל חרדי בעוד ששיעור הפונות לכלל הציבור עומד על 35% בלבד.

נתונים אלו משקפים אמנם התבדלות ברורה האופיינית לציבור החרדי, אולם הממצאים הנוכחיים מצביעים על כך שבעולמם של יזמים רבים ישנו רצון לחשיפה גם לקהל שאיננו חרדי. לאחרונה, התפרסמה עמדה הגורסת שאחד מחסמי השכר הבולטים במגזר החרדי הנו השוק החרדי הסגור שבה עובדת קהילה זו³⁰ ואכן בסעיף הבא נצביע על כך שקהל היעד משפיע על רמת השכר. ממצאי הסקר מלמדים כי מעל לשליש מהיזמים החרדים בתוכנית מעוניינים לחדור לקהלי יעד נוספים בקרב הציבור הרחב שעשויים להגדיל את רווחיות העסק באופן ניכר.

³⁰ ראו בפפרמן (2009).

מידת הדתיות של העובדים בשכר בעסק

שיעור המועסקים שאינם חרדים גבוה יותר משיעור השותפים שאינם חרדים. אמנם גם במקרה זה 78% מן היזמים מעסיקים עובדים חרדים או שמעסיקים בעיקר עובדים חרדים, אולם שיעור לא מבוטל של 22% מעסיק בעיקר עובדים לא חרדים או לא מעסיק עובדים חרדים כלל. בחלוקה מגדרית ניתן לראות שגברים נוטים יותר להעסיק אוכלוסיה שאינה חרדית (26%), לעומת נשים (17%).

העובדים בשכר בעסק

בכדי להעריך את האפקטיביות של היזמות ושל התוכנית "ברכה בעסקים" יש להתייחס לא רק ליזם עצמו אלא גם לשאלה האם היזמות שלו הכניסה למעגל העבודה מועסקים נוספים. בחינה של סוגיה זו בתוכנית מראה שלמעלה משליש מבעלי העסק כיום (35%) מעסיקים אנשים נוספים בשכר. נתון בולט נוסף נוגע למספר המועסקים לעסק: בממוצע, יזמים שמעסיקים עובדים, מעסיקים 5 עובדים בשכר. פילוח של מספר המועסקים מצביע על 45% שמעסיקים 1-2 עובדים, 37% בין 3-7 עובדים ו-18% שמעסיקים 8 עובדים ומעלה. כדי לקבל את התמונה המלאה יש להתייחס לכלל בעלי העסק (503 איש): בממוצע, כל בעל עסק מכניס איתו למעגל העבודה 1.6 עובדים נוספים. בחלוקה למגדר נמצא שבממוצע גבר בעל עסק מעסיק בממוצע 1.7 עובדים ואשה בעלת עסק מכניסה בממוצע 1.5 עובדים.

עובדים בעסק בשכר בקרב מי שלא היה בעל עסק

ביקשנו לבחון את תחום העסקת עובדים בשכר בקרב מי שלא היו בעלי עסק. בחינה זו נועדה לראות עד כמה כניסה לתחום היזמות משפיעה על אנשים מעבר לבעל העסק. כמו כן, היא נועדה לבחון הבדלים אפשריים בין בעלי עסק שהיו שכירים לבין בעלי עסק שלא עבדו כלל. פילוח של הנתונים מראה שבעלי עסק שהיו שכירים במקור מעסיקים עובדים בשיעור גבוה יותר ממי שלא עבד כלל ומספר העובדים הממוצע לעסק שלהם הנו גבוה יותר. שיעור המעסיקים עובדים בשכר בקרב שכירים במקור עומד על 28% לעומת 18% בקרב אלו שלא עבדו במקור. כמו כן, בעל עסק שהיה שכיר במקור מעסיק בממוצע 6.6 עובדים לעומת 2.3 עובדים בלבד שמעסיק מי שלא עבד כלל.

כאשר אנו בוחנים את כלל המועסקים הממוצע לבעלי עסק (גם בקרב מי שלא מעסיק עובדים) לפי סטאטוס במקור אנו מגלים נתון מפתיע. בעלי עסק שהיו שכירים במקור מעסיקים מעט יותר עובדים בממוצע אף מבעלי עסק במקור. בעל עסק שהיה שכיר במקור מעסיק בממוצע 1.9 עובדים, בעל עסק שהיה בעל עסק במקור מעסיק בממוצע 1.8 עובדים ובעל עסק שלא עבד במקור מעסיק בממוצע 0.4 עובדים בלבד.

לוח 16 : מסגרת העבודה בקרב היזמים המשתתפים בסקר ומידת החרדיות של העסק סה"כ ולפי

מגדר, באחוזים

נשים	גברים	ס"ה	
62%	44%	53%	עסק ביתי
65%	52%	58%	פונים לקהל יעד חרדי
35%	48%	42%	פונים לכלל הציבור
83%	74%	78%	שיעור המעסיקים חרדים או בעיקר חרדים

לוח 17 : שיעור ומספר העובדים בעסק (נוסף למעסיק) סה"כ ולפי מגדר באחוזים/בממוצע

נשים	גברים	ס"ה	
30%	40%	35%	שיעור מעסיקים עובדים בשכר
5.5	4.7	5	מספר עובדים ממוצע למעסיק עובדים בשכר
1.5	1.7	1.6	מספר עובדים ממוצע לכלל היזמים

לוח 18 : שיעור ומספר העובדים בעסק (נוסף למעסיק) לפי סטאטוס במקור

לא עובדים במקור	שכירים במקור	בעלי עסק במקור	
18%	28%	38%	שיעור מעסיקים עובדים בשכר
2.3	6.6	4.6	מספר עובדים ממוצע למעסיק עובדים בשכר
0.4	1.9	1.8	מספר עובדים ממוצע לכלל היזמים

5.3 רמת הכנסה

רמת הכנסה של בעלי העסק

רמת ההכנסה של בעל העסק הינה אחד המדדים החשובים להצלחת העסק. על פי דיווחי הכנסות של עצמאיים חרדים בביתר עלית ובמודיעין עלית הנחנו שהכנסה חודשית ממוצעת (מדווחת) של בעל עסק חרדי עומדת על 4,500 שקלים בחודש. שאלנו את היזמים מהי הכנסתם מן העסק ביחס לסכום זה³¹.

בממוצע, הכנסתם של היזמים גבוהה יותר: 42% מן היזמים דיווחו על הכנסה גבוהה או גבוהה בהרבה מסכום זה (32% ו10% בהתאמה), 30% דיווחו על הכנסה סביב סכום זה ו28% דיווחו על הכנסה נמוכה או נמוכה בהרבה (21% או 7% בהתאמה).

מסתבר שלמרות הנטייה 'להתמסגר' על הנתון המובא בסקר, קרוב למחצית הנשאלים דיווחו על הכנסה גבוהה מן הממוצע. גם אם הסכום אליו התייחסו הנשאלים קרוב לשכר המינימום במשק, בקרב החברה החרדית הוא גבוה מן ההכנסה הממוצעת. מדובר אם כן במדד מובהק להצלחת העסק.

רמת השכר בחלוקה למגדר

למרות ההשכלה הגבוהה יותר בקרב נשים במגזר החרדי שיעור ההכנסה שלהן מן העסק נמוך יותר. בקרב הגברים, שיעור בעלי העסק שמדווחים על הכנסה גבוהה או גבוהה בהרבה מן הממוצע עומד על 57% בעוד שבקרב הנשים הוא עומד על 26% בלבד. שיעור הגברים שדיווחו על הכנסה נמוכה או נמוכה בהרבה מן הממוצע עומד על 19% בלבד בעוד שבקרב הנשים הוא עומד על 37%. ניתן לשער שהגברים נוטים יותר לראות בעסק עבודה מלאה וטוטאלית בעוד שחלק מן הנשים עוסקות ביזמות באופן חלקי בלבד, לצד ביצוע המטלות המשפחתיות והביתיות שלהן.

רמת השכר בחלוקה למרכז

בבחינה על פי מרכזים ניתן לראות שבמרכז באשדוד 51% דיווחו על הכנסה גבוהה או גבוהה בהרבה מן הממוצע לעומת 43% בירושלים ו38% בבני ברק. כאשר בוחנים הכנסות מתחת לממוצע או הרבה מתחת לממוצע ניצבת בני ברק בראש (34%), לעומת ירושלים (23%) ואשדוד (20%).

³¹ בחרנו בניסוח עקיף של השאלה בשל הרתיעה הרווחת מלציין את סכום ההכנסה המדויק ואכן שיעור גבוה של הנשאלים (83%) השיבו לשאלה זו.

רמת הכנסה בחלוקה לעסק עם שותפים וללא שותפים

מיעוט מקרב בעלי העסקים חולק את העסק עם שותפים (18%). כאשר ביקשנו לבחון את הפערים בהכנסות בין בעלי עסק עם שותף וללא שותף גילינו פערים דרמטיים לטובת בעלי העסק עם שותף. קרוב לפי שתיים מן העסקים עם שותף מרוויחים הרבה מעל הממוצע ומעל הממוצע לעומת עסקים ללא שותף (66% לעומת 38%).

ישנם מקרים בהם ישנה רתיעה לבעל עסק להכניס שותפים נוספים בשל חוסר רצון בחלוקת הרווחים של העסק. ניתן לראות שחשש זה איננו מבוסס ביחס לבעלי העסקים שהשתתפו בסקר. אדרבה, ההכנסה של בעלי העסקים עם שותפים גבוהה במידה רבה מאוד מבעלי עסק ללא שותף.

רמת הכנסה בחלוקה לפניה לקהל יעד חרדי או לכלל הציבור

רוב המשתתפים בתוכנית פונים לקהל יעד חרדי אולם יש מיעוט ניכר הבוחר לפנות לקהל יעד של כלל הציבור. בחינה של רמת ההכנסה מן העסק בחלוקה לקהל היעד מעלה שרמת ההכנסה של בעלי עסקים הפונים לקהל יעד של כלל הציבור גבוהה מזו של הפונים לקהל יעד חרדי בלבד. שיעור בעלי הכנסה גבוהה במידה רבה וגבוהה מן הממוצע בקרב הפונים לכלל הציבור עומד על 52% בעוד שיעור בעלי הכנסה דומה בקרב הפונים לקהל יעד חרדי עומד על 37% בלבד.

ניתן לראות בכך החמצת הזדמנות של בעלי עסקים חרדיים בפנייתם לקהל יעד מוגבל ולעודדם לפנות לקהל יעד רחב יותר. מאידך, וכפי שראינו בסקירה התיאורטית למחקר, נטייה זו עשויה להיות מודעת. חלק מן היזמים החרדיים מעדיפים להרוויח פחות אך להישאר בתחומי האוטונומיה של החברה החרדית; המחיר שהם משלמים על עבודה מול קהל יעד של הקהילה החרדית נמוך מן "המחיר" שהם סבורים שישלמו על עבודה מול קהל יעד של כלל הציבור.

לוח 19: רמת השכר של היזמים, סה"כ ולפי מגדר ומרכז, באחוזים

ס"ה	גברים	נשים	ירושלים	בני ברק	אשדוד
מעל הממוצע או הרבה מעל הממוצע לעצמאיים חרדים	57%	26%	43%	38%	51%
סביב הממוצע לעצמאיים חרדים	24%	37%	34%	28%	29%
מתחת לממוצע או הרבה מתחת לממוצע לעצמאיים חרדים	19%	37%	23%	34%	20%

לוח 20 : רמת הכנסה הרבה מעל הממוצע ומעל הממוצע בחלוקה לבעלי עסק עם שותפים וללא שותפים, ובעלי עסק הפונים לקהל יעד חרדי וכללי באחוזים

	ללא שותפים	עם שותפים	פניה לקהל יעד חרדי	פניה לקהל יעד של כלל הציבור
רמת הכנסה הרבה מעל הממוצע ומעל הממוצע	38%	66%	37%	52%

פרק 6 - שינויים כלכליים ושינויים במעמד משתתפי התכנית בקהילה בעקבות היזמות

בכדי לעמוד על מלוא המשמעות של הכניסה לתחום היזמות יש להתייחס מעבר להיבט הבינארי של פתיחת או אי-פתיחת עסק. במחקר ישנה התייחסות ענפה להיבטים נוספים שדרכם ניתן לבחון את מידת התועלת של פתיחת העסק. שני ההיבטים המרכזיים שבהם בחרנו להתעסק הינם ההיבט הכלכלי וההיבט של המעמד בקהילה.

הבחירה בהיבט הכלכלי הינה ברורה. כפי שראינו לעיל קיימת מגבלה מסוימת לשאול את הנסקרים אודות ההכנסה החודשית שלהם אולם ניתן לברר האם מצבם הכלכלי השתפר בעקבות פתיחת העסק באמצעות שאלה כללית ובאמצעות בחינה של סוגיות ספציפיות.

את סוגיית המעמד בקהילה מצאנו גם כן כחשובה לבחינה. ביחס לאוכלוסיית הגברים יש לכך חשיבות בשל מעמד העל שניתן ללומדי תורה. חלק מן היזמים הפסיקו להיות אברכים במטרה לפתוח עסק ולפיכך ישנו חשש שמעמדם ייפגע. ביחס לנשים, סברנו שחשוב לבדוק באיזו מידה מקבלת החברה החרדית היותן של נשים "בעלות עסק" בניגוד לדימוי מסורתי שלהן כיושבות בית.

6.1 שינויים כלכליים

שיפור במצב הכלכלי של כלל היזמים

לעבודה כבעל עסק יש השפעה חיובית ובמידה ניכרת על המצב הכלכלי של המשתתפים בתוכנית. 54% מן הנשאלים דיווחו על שיפור במידה רבה או בינונית כתוצאה מן העסק (21% ו33% בהתאמה). קבוצה לא מבוטלת דיווחה על שיפור מועט במצב הכלכלי (12%) וכשליש דיווחו על חוסר שינוי או הידרדרות במצב הכלכלי (31% ו3% בהתאמה).

שיפור במצב הכלכלי בחלוקה למגדר

השאלה אודות השיפור במצב הכלכלי מעלה תשובות מעניינות כאשר ניגשים לפילוח התוצאות על פי מגדר. לעיל, ראינו שגברים מרוויחים יותר מנשים. למרות זאת כאשר מפלחים את התוצאות ניתן לראות שהנשים מדווחות על השיפור הכלכלי הרב ביותר. 57% מן הנשים מדווחות על שיפור במידה רבה או בינונית של המצב הכלכלי לעומת 51% מן הגברים.

תחומי השיפור הכלכלי

שאלנו את המדווחים על שיפור במצב הכלכלי אודות התחומים בהם בא לידי ביטוי שיפור זה. ניתן ללמוד מן התשובות שהשינוי הבולט ביותר הנו ביכולת לקנות יותר מוצרים שוטפים לבית. 74% מן המדווחים על שיפור בעסקיהם טענו לשיפור בתחום זה. תחומים נוספים שזכו לציון של סביבות מחצית הנשאלים הם חוסר צורך בסיוע (50%), יכולת סיוע לבני משפחה נזקקים (50%) ויכולת לחסוך כסף למטרות שונות (47%). קצת למעלה משליש מהנשאלים (37%) ציינו את היכולת לסגור את האוברדראפט כנגזרת של השיפור הכלכלי. התחום שזכה להתייחסות המינימאלית הנו היכולת של בן הזוג שלא לצאת לעבודה כתוצאה מפתחת העסק (19%).

ניתן ללמוד מכך שהשינוי הבולט ביותר שעבר על מי שעסקיו השתפרו התבטא במישור תפקודי יומיומי. בעל העסק נתקל בו ביכולת לצרוך מוצרים שבשלב מוקדם יותר הוא לא יכול היה לרכוש. זו גם עשויה להיות הסיבה לכך שנשים, האחראיות במקרים רבים על הצריכה הביתית, דיווחו לעיל על שיפור ניכר יותר במצב הכלכלי. רמה שנייה של שינוי הינה במצב של עצמאות כלכלית. אצל מחצית מן הנשאלים הדבר התבטא בהיחלצות מהצורך בתמיכה או ביכולת לתמוך באחרים או לחסוך כסף. שיעור לא מבוטל של נשאלים ציין את העובדה שההצלחה בעסקים גרמה לבן זוגו לא יצטרך לעבוד מה שמלמד שההצלחה בעסקים יכולה לגרום דווקא לירידה בשיעור העובדים בתוך התא המשפחתי.

תחומי השיפור הכלכלי בחלוקה למגדר

בחינה של התשובות בפילוח מגדרי לא מצביעה על הבדלים ניכרים בין גברים ונשים. הדמיון בולט במיוחד ביחס לשאלה בדבר אי עבודת בן הזוג. צפינו כאפשרות מוקדמת שיתכן שיותר נשים יעידו על היכולת של בן הזוג שלא לצאת לעבודה לצורך לימודים ב"כולל". בפועל, גברים ציינו לא פחות את חוסר הצורך של בנות זוגם לצאת לעבודה (21% לעומת 19% בהתאמה). יתכן שהסיבה לאיזון טמונה בכך ששיעור לא מבוטל של הנשים מתמסר לגידול הילדים כפי שראינו בפרק 2.2.

לוח 21: מידת השינוי במצב הכלכלי בקרב היזמים המשתתפים בסקר, סה"כ ולפי מגדר, באחוזים

נשים	גברים	סה"כ	
57%	51%	54%	שיפור במידה רבה או בינונית
12%	12%	12%	שיפור במידה מועטה
28%	33%	31%	ללא שינוי
3%	4%	3%	התדרדרות

לוח 22: שינויים כלכליים נוספים בקרב היזמים המשתתפים בסקר, סה"כ, באחוזים

יכולת לקנות מוצרים שותפים לבית	חוסר צורך בסיוע	יכולת סיוע לבני משפחה	יכולת לחסוך כסף	אפשרות לסגירת האובדראפט	יכולת בן להימנע לעבודה	הזוג מיציאה
74%	50%	50%	47%	37%	19%	

6.2 שינויים במעמד בקהילה

ביקשנו לבחון כיצד משפיעה העבודה כעצמאי על המעמד בתוך הקהילה. כמחצית מן הנשאלים (50%) ציינו שעבודה זו משפרת את המעמד בעוד שהמחצית האחרת (49%) ציינה שהדבר לא משפיע. יש לציין שלא נמצאו הבדלים משמעותיים בין נשים וגברים.

ניתן להסיק שבאופן כללי יש למשיבים תחושה חיובית ביחס לאופן שבו הקהילה תופסת את העיסוק שלהם בתחום היזמות למרות סטיגמות מסוימות שניתן היה לחשוב עליהן ביחס ליזמות במגזר החרדי.

פילוח לפי זרם חרדי

בחנית השיפור במעמד על פי הזרם אליו משתייכים המשיבים מעלה פערים ניכרים. שיעור משפרי המעמד בקרב הספרדים עומד על 58%, בקרב החסידים על 50% ואילו בקרב הליטאים על 34% בלבד. לא ניכר הבדל מגדרי משמעותי למעט בין גברים ספרדים ונשים ספרדיות (53% ו-65% בהתאמה).

הבדלים אלו מצביעים על יחס שונה שקיים בקרב הזרמים השונים ביחס ליזמות עסקית ואולי גם ביחס ליציאה לעבודה. המגזר הספרדי ובמידה רבה המגזר החסידי מעודד יציאה לעבודה ורואה ביזמות עסקית דרך מכובדת לפרנסה. הממצאים מצביעים על כך שלמרות האופי השמרני של החברה החסידית לא נמצא הבדל במידת השיפור בין יזמים ויזמיות חסידים. בחברה הליטאית לעומת זאת, היחס ליזמות ולעבודה בכלל עשוי להיות ביקורתי. אפילו בקרב הנשים, להן יש את לגיטימציה רחבה לצאת לעבודה, לא נרשם שיפור רב במעמד בקהילה בעקבות היזמות.

לוח 23: שינויים ביחס למעמד בקהילה בקרב היזמים המשתתפים בסקר, סה"כ ולפי מגדר.

באחוזים

נשים	גברים	ס"ה	
53%	48%	50%	שיפר את מעמדו
47%	51%	49%	לא השפיע על מעמדו
0%	1%	1%	פגע במעמדו

לוח 24: שיעור משפרי המעמד בקהילה בקרב היזמים המשתתפים בסקר, לפי מגדר, באחוזים

ספרדי	ליטאי	חסידי	
58%	34%	50%	שיעור משפרי המעמד

פרק 7 - פעילות מרכזי מט"י ושביעות הרצון של המשתתפים

חלק מן המרכיבים החשובים בהערכת התוכנית "ברכה בעסקים" נוגעים לתהליך המתרחש במרכזי מט"י השונים ולאופן בו מטפלים המרכזים בפניות השונות. בנוסף לכך, יש צורך להבין את המניעים לפניה למט"י הכרוכה כמובן בתשלום ושרבים מן היזמים החרדים לא מוצאים בה צורך. האם נענו צרכים אלו של הפונים למט"י?

ביקשנו לבחון את תפקוד המרכזים גם באמצעות הבנת הדרך בה שמעו הפונים על התוכנית וכמו כן את התחומים בהם נעזרו בפועל במרכזי מט"י השונים.

היבט קריטי נוסף לבחינת האפקטיביות של תוכנית "ברכה בעסקים" מתייחס לאופן שבו רואים המשתתפים את תפקודם של מרכזי מט"י ואת מידת תרומתם ליכולת לפתוח או לקדם עסק. לצורך כך יש לבחון את התחומים השונים בהם עוסקים המרכזים השונים ואת מידת שביעות הרצון מכל אחד מהם.

היבט אחרון שנבחן בפרק הנו השפעות נוספות שיש להשתתפות בתוכנית בהיבטים אישיים וחברתיים ואת האופן שבו נציגי מט"י השונים במסגרת התוכנית שומרים על קשר לאורך זמן עם המשתתפים בה.

7.1 הפניה למט"י ומניעה

החשיפה לתוכנית

כיצד נודע למשתתפים על קיומה של התוכנית "ברכה בעסקים"? שני האפיקים המרכזיים הם תקשורת מסורתית וחברים. כמחצית מהמשתתפים הגיעו דרך פרסום ברדיו ובעיתונות (49%) וקבוצה גדולה נוספת שמעה מחברים (22%). דרכים נוספות היו שוליות למדי. בתוכם ניתן למצוא מודעות רחוב (8%), משפחה (5%), כנסי הסברה (4%) ואינטרנט (3%). סיבה נוספת שצוינה על ידי 9% מהמשתתפים הינה באמצעות מוסדות או ארגונים דוגמת העירייה או מכון "לומדה" להכשרה מקצועית לחרדים.

לא נמצאו הבדלים משמעותיים בחלוקה למגדר או למרכז.

הסיבה לפנייה לתוכנית – כלל המשתתפים

המשתתפים התבקשו להצביע על גורם מרכזי אחד שהניע אותם לפנות ל"ברכה בעסקים". התשובה הרווחת ביותר הייתה קבלת המלצות ביחס לכדאיות פתיחת עסק (29%). בנוסף, בלטו הסיבות של השתתפות בקורס ספציפי (20%), ליווי וחונכות בהקמת העסק/עסק קיים (19%) ורכישת כלי ניהול (17%). סיבות משניות יחסית היוו "סיבות אחרות" (7%), קבלת הלוואה (6%) ובניית תוכנית עסקית (2%).

למרות שהנימוק הרווח ביותר מתייחס להמלצות בדבר פתיחת או אי פתיחת עסק ניתן לראות שרוב המשתתפים ביקשו טיפול שאיננו נקודתי. לקבוצה זו שייכים הפונים לצורך השתתפות בקורס, ליווי וחונכות ורכישת כלי ניהול (ס"ה 56%). לפניית לצרכים נקודתיים ניתן לשייך את הפונים להמלצות בדבר פתיחת עסק, הלוואה ובניית תוכנית עסקית (ס"ה 38% והשאר מסיבות "אחרות"). המשאבים שנדרשו בשל כך מצד מרכזי מט"י השונים הינם מגוונים ורבים.

המוטיווציה לפנייה לתוכנית בחלוקה לסטאטוס תעסוקתי

פילוח הפונים לפי מצבם התעסוקתי בעת הפניה למט"י מגלה הבדלים בין מי שהיו בעלי עסק בעת הפניה, מי שהיו שכירים ומי שלא עבדו כלל. בעלי עסק נדרשים בעיקר לחונכות וליווי (29%) ולרכישת כלי ניהול (22%) ופחות להמלצות בדבר כדאיות פתיחת עסק (18%). שכירים ביקשו בעיקר המלצות ביחס לפתיחת עסק (34%) ופחות מכך להשתתפות בקורס (21%) ולרכישת כלי ניהול (19%). אלו שלא עבדו ביקשו בעיקר המלצות לפתיחת עסק (34%) והשתתפות בקורס (29%) ופחות מכך לרכישת כלי ניהול (11%).

בעוד שההבדל בין בעלי עסק לבין האחרים ביחס להמלצות אודות כדאיות פתיחת עסק הינו מתבקש, יש לשים לב להבדל בין השכירים לאלו שאינם עובדים. לשכירים שרגילים לעבוד חשוב לרכוש כלי ניהול. לקבוצת ה"לא עובדים" לעומתם חשוב להשתתף בקורס שבוחן מבחינתם את הרלוונטיות של יזמות בתחום. יחד עם זאת, ניתן לראות שהרצון לרכישת כלי ניהול לא עומד במוקד הסיבה לפנייה לתוכנית אצל אף אחת מן הקבוצות.

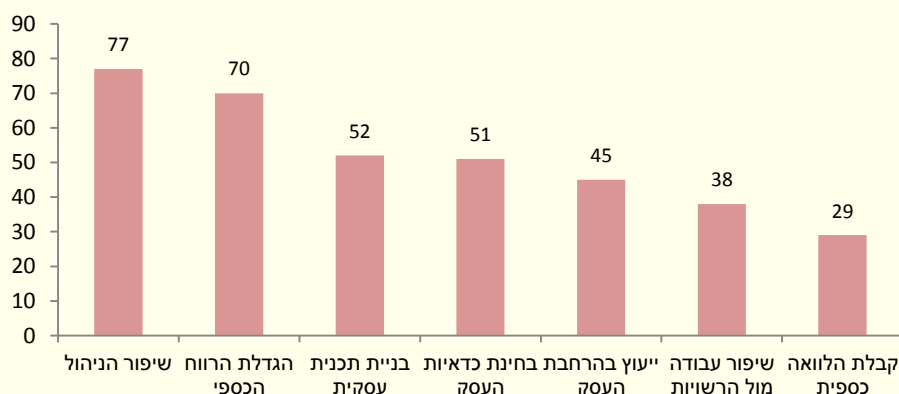
הסיבה לפנייה לתוכנית בקרב בעלי עסק

שאלנו באופן מפורט את בעלי העסק אודות המוטיווציות שלהם לפנות למט"י. בשלב זה הם קיבלו יותר אפשרויות מענה ויכלו לענות בחיוב על יותר מאפשרות אחת.

המוטיווציות הבולטות ביותר היו לצורך שיפור הניהול (77%) ולהגדלת הרווח הכספי (70%). סיבות נוספות אותן ציינו כמחצית מהנשאלים היו לצורך בניית תוכנית עסקית (52%), בחינת כדאיות העסק (51%) ולצורך ייעוץ בהרחבת העסק (45%). סיבות שזכו לאזכור נמוך יותר היו שיפור העבודה מול הרשויות (38%) וקבלת הלוואה כספית (29%).

ניתן לראות אם כן מגוון רחב של מוטיווציות לפניה לתוכנית. הדבר מצביע על כך שהפונים היו בסיטואציה משברית מסוימת שבה הם לא דווקא נזקקים לתמיכה ספציפית אלא יש להם צורך בעזרה כללית במגוון היבטים. ניתן ללמוד מכך גם על האופן שבו התוכנית צריכה להציג את עצמה כמסוגלת לטפל במכלול של נושאים.

**גרף 3: הסיבות לפניה למט"י בקרב בעלי עסק
(ניתן לענות על יותר מתשובה אחת), באחוזים**



תחומי הסיוע של התוכנית

התוכנית ברכה בעסקים סייעה לפונים אליה בארבעה תחומים: ייעוץ עסקי, בניית תכנית עסקית, קורסים בתחומים שונים והלוואה כספית. ביקשנו לבחון את הפילוח של הנעזרים בכל אחד מן התחומים³².

שני התחומים העיקריים בהם סייעה התוכנית לפונים אליה היו הייעוץ העסקי וקורס בתחום היזמות. בכל אחד מן התחומים הללו נעזרו כמחצית מן המשתתפים (52% ו-50% בהתאמה). בבניית תוכנית עסקית נעזרו 15% מן המשתתפים ואילו בקבלת הלוואה נעזרו 5% בלבד.

³² השיעור עובר את ה-100% בשל העובדה שחלק מן המשתתפים בתוכנית נעזרו ביותר מתחום אחד.

ניתן לראות שרוב הפונים קיבלו תמיכה שקשורה באופן ישיר לעסק שלהם או לעסק שרצו לפתוח (ייעוץ עסקי, תכנית עסקית והלוואה 72%). עם זאת קבוצה גדולה מאוד קיבלה סיוע שקשור לפיתוח כישורים כלליים או ספציפיים בתחום היזמות (50%).

תחומי הסיוע של התוכנית בחלוקה למגדר ולמרכז

הבדל שראוי לציון בין גברים ונשים הנו הפער בין הנעזרים בקורס בתחום היזמות. בקרב הגברים השיעור עומד על 40% בעוד שבקרב הנשים הוא עומד על 59%. הפער עשוי להיות מוסבר בכך שנשים פונות לתוכנית גם בשל רצון להעצמה כללית (ועל כך בהמשך הפרק). בקרב המרכזים השונים לא נמצאו הבדלים ניכרים ברוב התחומים. התחום בו מצאנו הבדל משמעותי הנו הקורסים בהם בלט המרכז בבני-ברק. בירושלים, עמד שיעור המשתתפים בקורסים על 43%, באשדוד על 49% בעוד שבבני-ברק הוא הגיע ל-59%.

שיעור פותחי עסק בחלוקה לתחומי הסיוע של התוכנית

ביקשנו לבחון את שיעור פותחי העסק בקרב אלו שלא היו בעלי עסקים ביחס לתחום הסיוע שבו נעזרו. התייחסנו לשלושת תחומי הסיוע המרכזיים: ייעוץ עסקי, תוכנית עסקית וקורס בתחום היזמות. התוצאות מצביעות שהתחום האפקטיבי ביותר היה תוכנית עסקית והפחות אפקטיבי היה קורס בתחום היזמות. שיעור בעלי העסקים כיום בקרב הנעזרים בתוכנית עסקית הינו 33% ובקרב הנעזרים בייעוץ עסקי שיעור דומה של 31%. לעומת זאת בקרב הנעזרים בקורס בתחום היזמות השיעור עומד על 22% בלבד.

לוח 25: האופן שבו המשתתף שמע על התוכנית, סה"כ, באחוזים

פרסום ברדיו ובעיתונות	חברים	הכוונה מוסדית	מודעות רחוב	משפחה	כנסי הסברה	אינטרנט
49%	22%	9%	8%	5%	4%	3%

לוח 26: המוטיווציות לפנייה למט"י, סה"כ, באחוזים

המלצות לכדאיות פתיחת עסק	השתתפות בקורס ספציפי	ליווי וחונכות	רכישת כלי ניהול	אחר	קבלת הלוואה	בניית תוכנית עסקית
29%	20%	19%	17%	7%	6%	2%

לוח 27: המוטיווציות לפנייה למט"י בחלוקה לבעלי עסק, שכירים ולא עובדים בעת הפנייה, סה"כ

באחוזים

לא עובדים	שכירים	בעלי עסק	
34%	35%	18%	המלצה לכדאיות פתיחת העסק
11%	19%	22%	רכישת כלי ניהול
29%	21%	13%	השתתפות בקורס בתחום ספציפי
13%	12%	29%	ליווי וחונכות בעת הקמת העסק/עסק קיים
13%	13%	18%	סיבות אחרות

לוח 28: תחומי הסיוע של התוכנית, סה"כ, באחוזים

נשים	גברים	ס"ה	
50%	53%	52%	יעוץ עסקי
59%	40%	50%	קורס
14%	15%	15%	בניית תוכנית עסקית
5%	5%	5%	הלוואה

לוח 29: שיעור בעלי העסק כיום בקרב הפונים שלא היו בעלי עסק בהתייחס לתחום הסיוע.

באחוזים

קורס בתחום היזמות	ייעוץ עסקי	בניית תוכנית עסקית	
22%	31%	33%	בעלי עסק כיום

7.2 שביעות הרצון מן התוכנית

בנוסף לנתונים האובייקטיביים אודות התכנית יש צורך להעריך את מידת שביעות הרצון של המשתתפים בה. הזכרנו לעיל את ארבעת התחומים בהם קיבלו המשתתפים תמיכה: ייעוץ עסקי, תכנית עסקית, קורס בתחום היזמות והלוואה כללית והתוצאות מצביעות על שביעות רצון ברמה גבוהה.

מידת שביעות הרצון מן התוכנית לפי תחום

80% מן הנעזרים בשרות³³ הייעוץ העסקי היו מרוצים מאוד או מרוצים לעומת 20% שלא כל-כך היו מרוצים או כלל לא היו מרוצים. 79% מן הנעזרים בבניית תוכנית עסקית היו מרוצים מאוד או מרוצים לעומת 21% שלא כל-כך היו מרוצים או כלל לא היו מרוצים. 92% מן המשתתפים בקורס בתחום היזמות היו מרוצים מאוד או מרוצים לעומת 8% בלבד שלא כל-כך היו מרוצים או כלל לא היו מרוצים. 82% מן הנעזרים בהלוואה כספית היו מרוצים מאוד או מרוצים מן השירות לעומת 18% שלא כל-כך היו מרוצים או כלל לא היו מרוצים.

ניתן לראות ששביעות הרצון מן התוכניות גבוהה מאוד. בולטת במיוחד שביעות הרצון מן הקורסים ביזמות שעולה על 90%. מסתבר שהקורסים, בהם יש קשר מתמשך עם המשתתף הכולל גם מסגרת חברתית מספקים את התחושות האוהדות ביותר.

ביקורת על התוכנית לפי תחום

ביקשנו מן המשתתפים לציין בעיות וקשיים במתן השירות או הצעות לשיפור בכל אחד מן התחומים. בתחום הייעוץ העסקי קיבלנו 85 תשובות. הבולטות שבהן היו היות הייעוץ לא מספיק קונקרטי או "תכלס" או שהיועץ לא הכיר את הנעשה ב"שטח" (45%), טענה כללית שהייעוץ לא עזר (21%), שהייעוץ "ריפה את ידם" (13%) ושהייעוץ היה קצר מדי (13%).

בתחום הקורסים קיבלנו 113 תשובות. 25% מהן רצו שהקורסים יהיו ארוכים יותר או שיהיה ליווי במהלך הקורס או אחריו. 20% טענו שהידע שקיבלו בקורס היה בסיסי מדי או לא רלוונטי. 16% טענו שהמרצים לא היו טובים או שהאווירה/גודל הכיתה היו בעייתיים ו 15% רצו שהקורס יהיה מעשי יותר³⁴.

מידת שביעות הרצון בחלוקה למגדר ומרכז

באף אחד מן התחומים לא נמצאו הבדלים משמעותיים בין נשים לגברים. כמו כן, לא נרשמו פערים גדולים בין המרכזים הגדולים בירושלים ובבני ברק אולם באשדוד נרשמה רמה גבוהה יותר של שביעות רצון בתחום הייעוץ ובבניית התוכנית העסקית. אנו מוצאים בתחום הייעוץ בירושלים ובבני ברק שביעות רצון של 77% ו 75% בהתאמה בעוד שבאשדוד השיעור עומד על 86%. בדומה לכך בבניית התוכנית העסקית שביעות הרצון בירושלים ובבני ברק עומדת על 77% ו 72% בהתאמה לעומת 87% באשדוד.

³³ המשתתפים נשאלו אודות השירות שקיבלו בכל אחד מן התחומים.

³⁴ בתחום בניית התוכנית העסקית ובתחום מתן ההלוואות קיבלנו מעט מדי תשובות (21 ו 13 בהתאמה). שני שליש מן התשובות בתחום בניית התוכנית העסקית טענו שלא קיבלו את הכלים המתאימים או שהתוכנית היתה באיכות נמוכה. רוב מוחלט של הבעיות/הצעות בתחום מתן ההלוואות נגע בתנאי ההלוואה ובבירוקרטיה הקשורה בקבלתה.

המלצה על התוכנית לבני משפחה או חברים

דרך נוספת לבחון את שביעות הרצון של המשתתפים נענתה באמצעות השאלה האם המליצו או עשויים להמליץ על התוכנית לבני משפחה או חברים.

במענה לשאלה זו ישנן תוצאות חיוביות מאוד. 76% מן הנשאלים השיבו שהמליצו או יש בכוונתם להמליץ על תוכנית זו, 17% השיבו שאולי ורק 7% השיבו שלא.

ניתן להסיק מתשובות אלו שהתוכנית יכולה בהחלט להישען על משתתפיה לשם גיוס אנשים נוספים. הדבר תלוי גם במודעות ובדברון של משתתפי התוכנית להיות שגרירים שלה בחוץ.

בקרב מי שלא ימליצו קיבלנו 75 תשובות שמסבירות זאת. 61% מתוכן טוענים שהתוכנית לא עמדה בציפיות שלהם או שעזרה באופן חלקי בלבד, 13% התלוננו על היחס במרכזי מט"י ועל אי שמירה על קשר. שיעור דומה (13%) טען שהתמורה לא הייתה שווה את העלות הכספית או שתחום ההלוואה הכספית היה מסובך ו-13% ציינו סיבות נוספות.

לוח 30 : מידת שביעות הרצון מן השירות שקיבלו המשתתפים בסקר, סה"כ, באחוזים

מרוצה מאוד	מרוצה	לא כ"כ מרוצה	לא מרוצה כלל	
40%	40%	15%	5%	יעוץ עסקי
39%	40%	15%	6%	קורס
50%	42%	6%	2%	תוכנית עסקית
48%	33%	6%	12%	הלוואה

7.3 מידת הסיוע של התוכנית - היבטים נוספים

מידת הסיוע של התוכנית לבעלי עסק

ביקשנו לברר את ההיבט בו סיעה מט"י יותר מכל לפותחי עסק ולבעלי עסק קיים. התחומים הבולטים הנם ניהול העסק (19%), החשיבה הכלכלית (18%), השיווק, התכנון והתמחור (16%) וההכשרה הכללית (15%). התשובות מצביעות על מגוון של תרומות שיש לתוכנית בלא שניתן להצביע על תרומה ספציפית הבולטת באופן ניכר.

ניתן לראות שבעלי העסק נטו בדרך כלל לראות בתרומה של "ברכה בעסקים" כתרומה כללית ולא מוגדרת בתחום ממוקד.

מידת הסיוע של התוכנית בקרב מי שלא פתח עסק

ביקשנו לסכם את אופי התרומה של מט"י למשתתפים בתוכנית. חילקנו את השאלה בין מי שפתח עסק לבין מי שלא פתח עסק. המשתתפים נתבקשו לציין במה הועיל הסיוע של מט"י? בקרב אלו שלא פתחו עסק התשובות התחלקו באופן הבא:

התחום הראשון אותו ציינו המשתתפים הנו ידע. 44% מן המשתתפים ציינו שהם נחשפו למידע בעל ערך. התחום החשוב השני קשור בכישורי ניהול עסק. 32% מן המשתתפים ציינו שהם למדו איך לנהל עסק גם אם עכשיו הם אינם משתמשים בכישורים אלו. הרחק מאחור נמצאת הטענה שהפניה למט"י הייתה חסרת תועלת (12%) וסיבות נוספות (7%).

לא נמצאו הבדלים משמעותיים בין גברים ונשים ובהתייחס למרכזים השונים.

ניתן לראות אפוא שגם בקרב אנשים שלא פתחו עסק ישנה תחושה שהפנייה למט"י הייתה מועילה במידה רבה. מט"י נתפסה על ידיהם בראש ובראשונה כספקית מידע אך גם כמקנה כישורי ניהול שאולי ישתמשו בהם ביום מן הימים.

תרומות נוספות של התוכנית

התוכנית "ברכה בעסקים" נמדדת בראש ובראשונה במידת ההצלחה שלה להכניס ולסייע לאנשים במעגל היזמות. בנוסף לכך ביקשנו לבדוק גם תועלות או השפעות נלוות של התוכנית בתחומים שונים. שאלנו את המשתתפים לגבי תרומת התוכנית להיכרות עם אנשים חדשים, לחיזוק ההחלטה לצאת לעבודה, ליציאת בן הזוג או אי יציאתו לעבודה, ולעלייה בביטחון העצמי.

התחום הבולט ביותר אותו ציינו אנשים הנו הביטחון העצמי: 54% מן המשתתפים בתוכנית דיווחו על עלייה בביטחון העצמי בעקבות ההשתתפות בתוכנית. 45% דיווחו על הכרות עם אנשים חדשים כתרומה של ההשתתפות בתוכנית. 37% דיווחו על חיזוק ההחלטה לצאת לעבודה כתוצאה של ההשתתפות בתוכנית. לעומת זאת רק 9% ציינו שההשתתפות בתוכנית תרמה ליציאת בן הזוג לעבודה ו-2% בלבד על כך שהשתתפות בתוכנית תרמה לאי יציאתו לעבודה.

ניתן לראות שיש לתוכנית תרומה ניכרת בהיבטים של העצמה אישית או בהיבטים חברתיים. מנגד, ההשפעה על בני הזוג בהקשר של יציאה או אי יציאה לעבודה הינה שולית.

תרומות נוספות של התוכנית בחלוקה למגזר ומרכז

ברוב התחומים לא נצפו הבדלים ניכרים בין גברים לנשים. התחומים בהם בלטו הבדלים הינם ביחס להכרות עם אנשים חדשים ועלייה בביטחון העצמי. שיעור הגברים שציין את התוכנית כתורמת להכרות עם אנשים חדשים עומד על 38% בעוד שאצל הנשים השיעור עומד על 52%. באופן דומה אצל הגברים דיווחו 48% על עלייה בביטחון העצמי בעוד שאצל הנשים ציינו זאת 59% מן המשתתפות.

ראינו לעיל שבמישורים של פתיחת עסק ורמת הכנסה, התוכנית אפקטיבית יותר בקרב גברים, אולם כאשר מתייחסים להיבטים נלווים, התוכנית נחוות אצל נשים כאפקטיבית יותר. יתכן שגברים הפונים לתוכנית ממוקדים יותר בתכל'ס של פתיחת עסק בעוד שנשים פתוחות יותר להיבטים של העצמה אישית בנוסף לשאלה של פתיחת או אי פתיחת עסק. לא נמצאו הבדלים בין המרכזים השונים ביחס לתחומים אלו.

המאפיינים המיוחדים ל"ברכה בעסקים"

לתוכנית "ברכה בעסקים" ישנם מאפיינים המבדילים אותה מתוכניות שאינן פונות למגזר החרדי. ביקשנו לבחון את היקף התמיכה ומידת החיוניות שהמשתתפים רואים במאפיינים הללו. חילקנו את השאלות לשני היבטים: דתי וכלכלי. בהיבט הדתי ביקשנו לשמוע את דעתם של המשתתפים ביחס ליעוץ חרדי לתוכנית, קורסים נפרדים לנשים ולגברים והסכמת רבנים לתוכנית. בהיבט הכלכלי ביקשנו לשמוע את דעתם על הסבסוד המיוחד שיש לתוכנית.

סבסוד כספי וקורסים נפרדים

את חשיבות הסבסוד הכספי, המשתתפים כלל לא העמידו בספק. **כל המשתתפים (99%)** תמכו בכך במידה רבה או בינונית. התחום הנוסף שבו מצינו תמיכה גורפת היה עניין הקורסים הנפרדים: 93% מן המשתתפים תמכו בקורסים נפרדים לנשים ולגברים במידה רבה או בינונית.

הסכמת רבנים

תחום נוסף שקיבל גם הוא תמיכה מרובה היה הסכמת רבנים. 77% מן המשתתפים טענו שבעיניהם הסכמת רבנים לתוכנית חשובה במידה רבה או בינונית (58% ו19% בהתאמה). בתחום זה נגלה פער מסוים בין גברים ונשים בייחוד בקצוות של מידת התמיכה. בעוד ששיעור הגברים שחשובה להם מאוד תמיכת רבנים עומד על 52% אצל הנשים הוא עומד על 64%. נמצא גם הבדל בתחום זה בין המרכזים: בעוד שבירושלים ובבני ברק שיעור אלו שתמיכת רבנים חשובה להם במידה רבה עומד על 56% באשדוד הוא גבוה יותר ועומד על 68%.

יועץ חרדי לתכנית

התחום שזכה לתמיכה הנמוכה ביותר באופן יחסי היה נוכחותו של יועץ חרדי לתכנית. 61% מן המשתתפים סברו שקיומו של יועץ כזה חשוב במידה רבה או בינונית (43% ו18% בהתאמה). שיעור אלו שסבורים שהדבר לא כ"כ חשוב או כלל לא חשוב עומד על 39% (16% ו23% בהתאמה).

גם כאן נתגלו הבדלים בין גברים ונשים. בעוד ששיעור הגברים שחשוב להם מאוד יועץ חרדי לתכנית עומד על 36% בלבד, אצל הנשים הוא עומד על 50%. בעוד שבירושלים ובבני ברק שיעור אלו שיועץ חרדי חשוב להם מאוד עומד על 40% ו-42% בהתאמה, באשדוד השיעור עומד על 50%.

ניתן להסיק מן הנתונים הללו שכל התחומים המייחדים את "ברכה בעסקים" כתוכנית המותאמת לצרכי הציבור החרדי, חשובים במידה רבה בעיני משתתפיה. יחד עם זאת יש הבדל בגובה התמיכה. על הצורך בסבסוד כספי כמעט ולא נמצא מי שערער בעוד שעל הצורך ביועץ חרדי לתוכנית ערערו קרוב ל-40% מן המשתתפים.

ההבדל המסוים שנצפה בין ירושלים ובני ברק מחד גיסא ואשדוד מאידך גיסא מבטא פער שראינו כבר בהקשרים אחרים: האוכלוסייה באשדוד נוטה להיות שמרנית יותר ואדוקה יותר מהקבוצות הגדולות והמגוונות במאפייניהן בירושלים ובבני ברק.

קשר עם מרכזי מט"י לאחר סיום ההשתתפות הפעילה

הקשר עם מט"י מסתיים בדרך כלל לאחר הייעוץ העסקי או הקורס. ביקשנו מן המשתתפים להשיב האם היה למרכזי מט"י השונים קשר עימם לאחר שנסתיים השלב הפעיל. 26% מן המשתתפים ציינו שהיה איתם קשר בעוד ש-74% ציינו שלא היה קשר שכזה. לא נמצא הבדל משמעותי בין גברים ונשים.

ביחס למרכזים לעומת זאת נמצא הבדל ניכר. במט"י ירושלים 20% ציינו שמט"י יצרו איתם קשר ובמט"י בני ברק 21% ציינו קשר שכזה. במט"י אשדוד לעומת זאת, 47% מן המשתתפים דיווחו על קשר גם לאחר סיום השלב הפורמאלי.

ניתן לראות שבמרכזי מט"י הגדולים אין מדיניות של שמירה על קשר לאחר תום המועד הפורמאלי. לעומתם, המרכז באשדוד הצליח לשמור על קשר עם קרוב למחצית מן המשתתפים. אמנם מספר המשתתפים הוא קטן יותר אך למדיניות זו עשויה להיות השפעה רבה על המשתתפים.

סוג הקשר הרצוי בעיני המשתתפים

ניסינו לברר עם המשתתפים איזה תחום ליווי וקשר כזה יכול היה לסייע, או לחלופין אם התקיים, באיזה תחום הוא סייע?

התשובה הבולטת ביותר הייתה הדרכה וייעוץ נוספים (38%). כשליש מן המשתתפים אמרו שאין להם כל צורך בקשר נוסף עם מט"י (33%). קבוצות קטנות ביחס דיברו על סיוע "אחר" (15%), על בחינת העסק לאחר זמן (9%) ועל מפגש עם משתתפי הקורס (5%). לא נתגלו הבדלים בולטים בין גברים לנשים או במרכזים השונים. פילוח של התשובות שדיברו על סיוע אחר (105 משתתפים)

מלמד שרובם היו מעוניינים בייעוץ אם ביחס להקמת עסק או ביסוסו ואם לחיזוק הביטחון (69%). 24% היו מעוניינים בסיוע כספי או בהלוואה ו-7% היו מעוניינים להשתתף בקורסים נוספים³⁵. מסתבר אפוא ששמירת הקשר המוגבלת של מרכזי מט"י לא מספקת בעיני רוב המשתתפים. כשני שליש מהם היו רוצים לשמור על קשר עם מט"י בצורה כזו או אחרת. מבין אלו רוב מוחלט היו רוצים הדרכה וייעוץ נוספים. יתכן שהצבת אלטרנטיבה כזו ואפילו באופן לא מסובסד הייתה נענית בחיוב על ידי חלק ניכר מן המשתתפים.

לוח 31א': תחומי הסיוע של התוכנית לבעלי עסק, באחוזים

	ניהול העסק	חשיבה כלכלית	שיווק תכנון ותמחור	הכשרה כללית	הכשרה עסקית	הכל	לא תרם כלל
בעלי עסק	19%	18%	16%	15%	9%	8%	11%

לוח 31ב': תחומי הסיוע של התוכנית למי שלא פתח עסק, באחוזים

	ידע	כישורי ניהול עסק	אחר	בירור מידת ההתאמה ליזמות	לא תרם כלל
מי שלא פתח עסק	44%	32%	7%	5%	12%

לוח 32: תרומות נוספות של התוכנית סה"כ ולפי מגדר, באחוזים

	ס"ה	גברים	נשים
עלייה בביטחון העצמי	54%	48%	59%
הכרות עם אנשים חדשים	45%	38%	52%
חיזוק ההחלטה לצאת לעבודה	37%	33%	40%
חיזוק החלטת בן הזוג לצאת לעבודה	9%	9%	8%
חיזוק החלטת בן הזוג שלא לצאת לעבודה	2%	2%	2%

³⁵ יש לציין ששיעור גבוה יחסית של 17% לא ידע או לא ענה.

לוח 33 : מידת החשיבות של המאפיינים המיוחדים לתוכנית "ברכה בעסקים", סה"כ, באחוזים

חשוב במידה רבה	חשוב במידה בינונית	לא כ"כ חשוב	כלל לא חשוב	
94%	5%	0%	1%	סבסוד כספי
87%	6%	3%	4%	קורסים נפרדים
58%	19%	11%	12%	הסכמת רבנים
43%	18%	16%	23%	יעוץ חרדי

לוח 34 : קשר עם מרכזי מט"י של המשתתפים בסקר לאחר סיום ההתקשרות הפורמאלית, סה"כ

ולפי מרכז, באחוזים

ס"ה	ירושלים	בני ברק	אשדוד	
26%	20%	21%	47%	היה קשר עם מט"י
74%	80%	79%	53%	לא היה קשר עם מט"י

לוח 35 : תחום הקשר הרצוי בעיני המשתתפים בסקר, סה"כ, באחוזים

הדרכה ויעוץ נוספים	אין צורך בקשר	בחינת העסק לאחר זמן	מפגש עם משתתפי הקורס	סיוע כספי/קורסים נוספים
48%	33%	9%	5%	5%

פרק 8 - תוכנית העבודה של ברכה בעסקים וקבוצת השוואה

8.1 תוכנית העבודה של ברכה בעסקים: תכנון מול ביצוע

תוכנית העבודה של ברכה בעסקים נכתבה בתב"ת בסוף שנת 2005. תוכנית העבודה כוללת סקירת רקע של החברה החרדית בישראל, תיאור השיטה של תוכנית ברכה בעסקים, מטרות התוכנית, מדדי יישום והצלחה ועלות התוכנית. סך העלויות של התוכנית אמור להגיע לכדי 11,443,057 שקל. מדדי היישום וההצלחה של התוכנית מתחלקים למדדי יישום, מדדי הצלחה כמותיים ומדדי הצלחה איכותיים.

במהלך בחינת תכנון מול ביצוע נבקש לבדוק מספר מדדים של התוכנית. בחינת התוכנית על סמך המשתתפים בסקר תיעשה באופן פרופורציונאלי להיותם 56% מכלל המשתתפים בתוכנית "ברכה בעסקים".

מדדי יישום

מדד יישום מרכזי של התוכנית הוא מתן סיוע ל-3,600 פונים. מנתוני "ברכה בעסקים" ניתן לראות שבפועל ניתן סיוע ל-1,867 פונים שהצטרפו לתוכנית. מידת העמידה ביעדי התוכנית בתחום זה עומדת על 52% בלבד³⁶.

מדדי הצלחה כמותיים

מדדי ההצלחה הכמותיים מתייחסים ל-570 עסקים חדשים שיוקמו ו-360 עסקים קיימים שיורחבו. על פי הסקר הוקמו 175 עסקים חדשים והורחבו 159 עסקים קיימים. כאשר משקללים את העובדה שמדובר ב-56% מן המשתתפים עולה שהוקמו 313 עסקים חדשים שהם 55% מיעדי התוכנית. לאחר שקלול עולה שהורחבו 284 עסקים שהם 79% מן היעד של התוכנית.

מדדי הצלחה איכותיים

מדדי ההצלחה האיכותיים מתייחסים לשביעות רצון גבוהה ולשרידות גבוהה של עסקים חדשים וקיימים.

לפי הסקר ניתן לראות ששיעור שביעות הרצון במגוון תחומים הינו גבוה מאוד: שיעור המרוצים מאוד או המרוצים מ-4 האפיקים המרכזיים של התוכנית: ייעוץ עסקי, קורסים, בניית תוכנית עסקית והלוואה כספית עומד על בין 79% ל-92%. כמו כן, שיעור השרידות של העסקים הנו גבוה

³⁶ אחת הסיבות שניתנו לכך הינה העובדה שתוכנית "ברכה בעסקים" הוקפאה למשך מספר חודשים במהלך 2008. בלי קשר להקפאה, ניתן לראות שבתחום גיוס המשתתפים החדשים הגיעה התוכנית לשיעור הנמוך ביותר של עמידה ביעדים.

יחסית. בקרב מי שהיו בעלי עסקים רק 13% סגרו את העסק מאז פנייתם לתוכנית. מבין אלו שלא היו בעלי עסקים, 67% אחוז ממי שניסה לפתוח עסק הצליחו להעמיד עסק שהתקיים בעת עריכת הסקר.

לוח 36: תוכנית מקורית ל"ברכה בעסקים" והביצוע בפועל, (במספרים מוחלטים ובאחוזים ביחס ליעד המקורי)

מספר משתתפים כולל	יעדי התוכנית המקורית	מדדי ביצוע בפועל	עמידה ביעדים
3,600	1,867	52%	
570	313	55%	
360	284	79%	

8.2 הישגי התוכנית מול קבוצת השוואה

איתור וגיבוש קבוצת ההשוואה

מבין הפונים הרבים לתוכנית "ברכה בעסקים" היה מספר לא מבוטל של אנשים שבחרו שלא להשתתף בתוכנית. במרכז מט"י בני-ברק נשמרו פרטיהם במאגר הנתונים הממוחשב ואנו בחרנו לשתפם בסקר כקבוצת השוואה (להלן "קבוצת ההשוואה") ולבחון אותם ביחס לקבוצת המשתתפים בפועל במרכז זה (להלן, "קבוצת המשתתפים") שהצטרפו לתוכנית. גודל קבוצת ההשוואה הינו 142 איש וגודלה של קבוצת המשתתפים מבני-ברק הוא 288 נפש היינו יחס של כאחד לשניים.

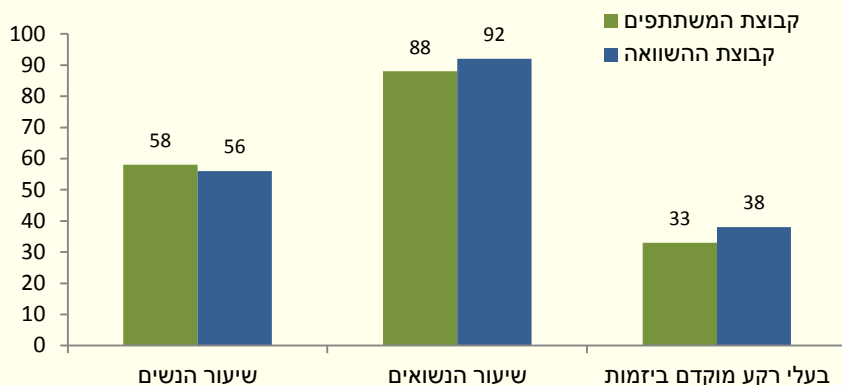
נתוני רקע

נתוני הרקע של קבוצת המשתתפים מבני ברק וקבוצת ההשוואה דומים מאוד: 58% מקבוצת המשתתפים הינם נשים ו- 56% מקבוצת ההשוואה הינם נשים. 88% מקבוצת המשתתפים הינם נשואים ו-92% מקבוצת ההשוואה נשואים אף הם.

ביחס לרקע המוקדם ביזמות ישנו פער מסוים ל"טובת" קבוצת ההשוואה: 33% מקבוצת המשתתפים היה רקע מוקדם ביזמות בעוד שבקבוצת ההשוואה 38% מן המשתתפים היה רקע מוקדם ביזמות.

גרף 4: הבדלים בנתוני רקע בין קבוצת המשתתפים מט"י בני - ברק לקבוצת

ההשוואה מט"י בני - ברק, באחוזים



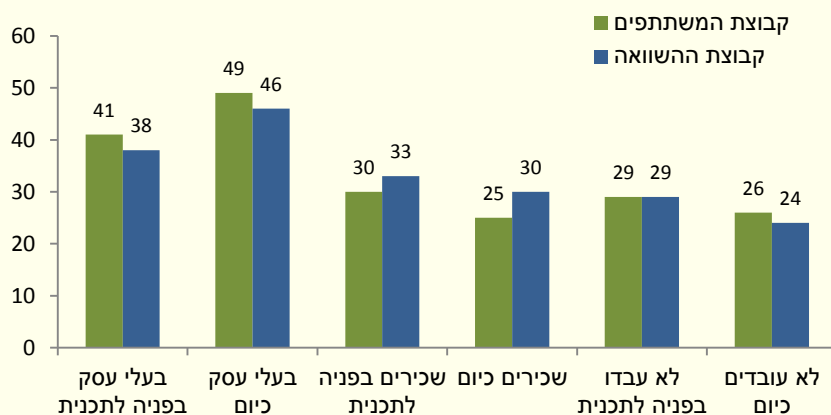
שינויים תעסוקתיים

הסטאטוס התעסוקתי של קבוצת המשתתפים וקבוצת ההשוואה השתנה כמעט באותה מידה: בשתי הקבוצות שיעור בעלי העסקים עלה ב 8 נקודות האחוז. בקרב קבוצת המשתתפים הוא עלה מ 41% ל 49% ובקרב קבוצת ההשוואה מ 38% ל 46%. שיעור השכירים וה"לא עובדים" ירד במעט בשתי הקבוצות: בקבוצת המשתתפים ירד שיעור השכירים מ 30% ל 25% בעוד שבקבוצת ההשוואה הוא ירד מ 33% ל 30%. בקרב קבוצת המשתתפים ירד שיעור ה"לא עובדים" מ 29% ל 26% בעוד שבקרב קבוצת ההשוואה הוא ירד מ 29% ל 24%.

כאשר בוחנים את השינוי בקרב מי שהיו בעלי עסק אנו מוצאים יתרון קל לקבוצת המשתתפים בסוגיית הרחבת העסק: 42% מקבוצה זו הרחיבה את העסק לעומת 37% בקרב קבוצת ההשוואה. לעומת זאת ישנה נחיתות קלה של קבוצת המשתתפים ביחס לצמצום ולסגירת העסק: בקרב קבוצת המשתתפים צמצמו את העסק 9% וסגרו את העסק 16% בעוד שבקרב קבוצת ההשוואה צמצמו את העסק 2% בלבד וסגרו את העסק 14%.

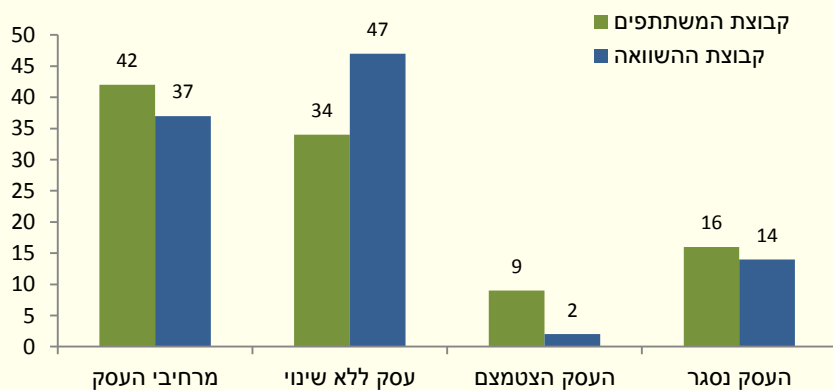
גרף 5: שינויים בסטאטוס תעסוקתי בקבוצת המשתתפים מט"י בני - ברק

ובקבוצת ההשוואה מט"י בני - ברק, באחוזים



גרף 6: שינויים בהיקף העסק בקבוצת המשתתפים מט"י בני - ברק

ובקבוצת ההשוואה מט"י בני - ברק, באחוזים

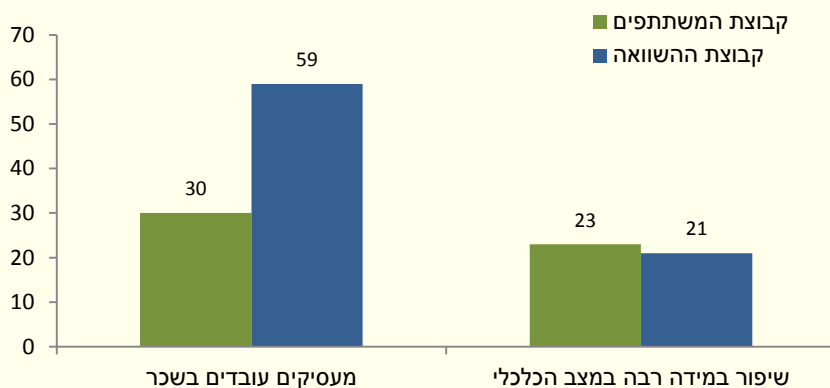


מאפייני העבודה ושיפור במצב הכלכלי

באופן יחסי, העסקים של קבוצת המשתתפים קטנים יותר ומעסיקים בממוצע פחות עובדים בשכר לעומת קבוצת ההשוואה. שיעור המעסיקים עובדים בשכר בקרב קבוצת המשתתפים עומד על 30% כאשר בעל עסק מעסיק בממוצע 1.1 עובדים נוספים. לעומת זאת, בקרב קבוצת ההשוואה שיעור המעסיקים עובדים בשכר עומד על 59% ומספר העובדים הנוספים לעסק עומד על 2.8 בממוצע. עם זאת, ביחס למידת השינוי הכלכלי בעקבות פתיחת העסק לא נמצא הבדל ניכר בין הקבוצות: בקרב קבוצת המשתתפים דיווחו 23% על שיפור במידה רבה ובקרב קבוצת ההשוואה דיווחו על שיפור כזה 21%.

גרף 7: מאפייני העבודה ושיפור במצב הכלכלי בקבוצת המשתתפים מט"י בני

- ברק ובקבוצת ההשוואה מט"י בני ברק, באחוזים



ניתוח והסבר הממצאים ההשוואתיים

ניתן לראות שנתוני הרקע של הקבוצות הינם דומים, השינויים בסטאטוס התעסוקתי דומים אף הם וכמו כן אין הבדלים בולטים ביחס למתחולל בקרב מי שהיו בעלי עסק. תוצאות אלו עשויות להפתיע שכן קבוצת המשתתפים קבלה סיוע מיוחד במסגרת תוכנית "ברכה בעסקים" על מרכיביה השונים וצפויה הייתה להגיע לתוצאות גבוהות יותר. יתירה מזאת, אנו מוצאים יתרון משמעותי לקבוצת ההשוואה ביחס לשיעור מעסיקי עובדים בשכר וביחס לשיעור העובדים בשכר בממוצע לעסק.

ניתן להסביר תוצאות אלו בשני אופנים המשלימים זה את זה. ראינו לעיל שהניסיון ביזמות בקרב קבוצת המשתתפים נמוך ב-5 נקודות האחוז מקבוצת ההשוואה. פער זה עשוי לבטא ביטחון עצמי רב מעט יותר בקרב קבוצת ההשוואה והעדר צורך שלהם בסיוע של התוכנית ברכה בעסקים. הצורך בתוכנית בולט דווקא בקרב מחוסרי הניסיון שזקוקים יותר לסיוע חיצוני.

כיוצא בכך ניתן לראות פער בין הקבוצות בסיבות לפנייה לתוכנית: בקרב קבוצת המשתתפים 66% פנו לצורך טיפול ממושך (השתתפות בקורס, ליווי וחונכות ורכישת כלי ניהול), בעוד ש-34% פנו לטיפול ממוקד (המלצות ביחס לכדאיות פתיחת עסק, רצון בהלוואה ובניית תוכנית עסקית).

הסיבות לפנייה לתוכנית בקרב קבוצת ההשוואה הינן הפוכות: 58% פנו לצורך טיפול נקודתי בעוד ש-42% פנו לשם טיפול ממושך.

פערים אלו משתלבים היטב בתחום הביטחון העצמי והמוכנות לפתיחת עסק. הפונים לטיפול לטווח ארוך חשים בדרך כלל פחות מוכנים לפתיחת עסק או להחזקתו ואילו הפונים לטיפול נקודתי עשויים להיות בשלים יותר להקמת ולהחזקת עסק.

פערים אלו בניסיון ובמוטיווציות עשויים להצביע על כך שקבוצת ההשוואה הייתה מוכנה יותר לפתיחת או ניהול עסק ולפיכך הצורך של קבוצת המשתתפים בתוכנית "ברכה בעסקים" היה גבוה יותר. עם זאת, יש לקחת בחשבון את העובדה שקבוצה מקבילה למשתתפי התוכנית אף אם תנאי הפתיחה שלה היו טובים יותר למשתתפי התוכנית, הגיע להישגים דומים בלא כל סיוע חיצוני.

פרק 9 - סיכום

הדוח אודות התוכנית "ברכה בעסקים" ביקש לעמוד בראש ובראשונה על השינוי התעסוקתי שחל בקרב הפונים לתוכנית: יזמים, שכירים ושאינם עובדים. בהקשר לכך נבחנו גם המוטיווציות לפתיחת עסק וחסמים שונים לפתיחתו. בקרב בעלי העסק המחקר מיפה את תחומי העיסוק, את פרופיל העסק ואת השפעתו על חיי המרואייין. בנוסף לכך ביקש המחקר לבחון את פרופיל המשתתפים בתוכנית ואת פעילות מרכזי מט"י השונים.

להלן הממצאים הבולטים שעלו מן הדוח:

ביחס לשינוי התעסוקתי, מצאנו עלייה משמעותית בשיעור בעלי העסקים מעת הפנייה ועד עת עריכת הסקר. כמו כן, כרבע מן השכירים וממי שלא עבד כלל בעת הפניה לתוכנית הינם כיום בעלי עסק. בקרב הפונים שהיו מלכתחילה בעלי עסק השינוי התעסוקתי ניכר עוד יותר באשר קרוב למחצית הרחיבו את העסק.

הסיבות העיקריות לאי פתיחת עסק בקרב המשתתפים היו חוסר במימון, העדר ליווי מקצועי ופחד מקשיים אפשריים. ככלל, רק כחמישית מן המשתתפים שלא פתחו עסק, ניסו לעשות זאת.

הערכת הצלחת העסק מתבטאת גם במספר המועסקים בשכר בעסק; בעלי העסקים שהשיבו לסקר מעסיקים בממוצע עובד וחצי בשכר כאשר בעלי עסק שהיו שכירים מעסיקים יותר עובדים בשכר מאלו שלא עבדו כלל. ההכנסה של כלל בעלי העסק שהשתתפו בתוכנית גבוהה מן השכר הממוצע לעצמאיים במגזר החרדי.

למעלה ממחצית מן המשתתפים דיווחו על שיפור כלכלי במידה רבה או בינונית כתוצאה מפתיחת העסק כאשר הביטוי הבולט לכך הינו היכולת לקנות יותר מוצרים שוטפים לבית.

קהל היעד של רוב בעלי העסק הנו קהל יעד חרדי אולם מעל לשליש פונים לקהל יעד של "כלל הציבור". רמת ההכנסה של בעלי עסקים אלו הינה גבוהה מרמת ההכנסה של הפונים לקהל יעד חרדי בלבד. רוב העסקים הינם ללא שותפים אולם ההכנסה של עסקים עם שותפים גבוהה הרבה יותר מאלו הפועלים ללא שותף.

ניתן לראות הבדל בין המגזרים החרדים השונים ביחס לפתיחת העסק. במגזר הספרדי והחסידי נטו המשתתפים לדווח על שיפור במעמדם בעקבות היזמות ואילו במגזר הליטאי שיעור משפרי המעמד נמוך באופן ניכר.

גברים המשתתפים בתוכנית הגיעו להצלחה גבוהה יותר בפתיחת עסקים ובתפועולם במספר פרמטרים שונים: שיעור פתיחת עסק והתמדתו, גובה ההכנסה מן העסק, מספר המועסקים בעסק בשכר, ושיעור היוצאים ממעגל ה"לא עובדים". נשים לעומת זאת נוטות ליהנות בשיעורים גבוהים

מן הגברים מן ההעצמה האישית הנלווית לתוכנית כמו עלייה בביטחון העצמי ורכישת חברים חדשים. כמו כן, הן מדווחות בשיעור גבוה מן הגברים על עלייה ברמת החיים בעקבות פתיחת העסק. מספר הגברים והנשים שהשתתפו בתוכנית היה דומה, אולם בהתחשב בעובדה ששיעור היזמים בישראל בקרב הגברים הנו גבוה מן הנשים, שיעור הגברים שהשתתפו בתוכנית היה נמוך יחסית.

המשתתפים בתוכנית ברכה בעסקים הינם קבוצה ייחודית השונה במספר היבטים מכלל הציבור החרדי בישראל. החלוקה לזרמים חרדיים כוללת ייצוג יתר לאוכלוסייה חרדית חסידית וספרדית ותת-ייצוג לקבוצה הליטאית. בנוסף כללה התוכנית קבוצות לא-חרדיות כמו ציבור דתי-לאומי וחרדי-לאומי.

קבוצת המשתתפים מבוססת כלכלית וחשופה יותר לטכנולוגיה מכלל החרדים. הדבר מתבטא בין השאר בשיעור גבוה יחסית של בעלי גישה לאינטרנט ושל בעלי רכב. תופעה בולטת נוספת בקרב המשתתפים היא שיעור התעסוקה של המשתתפים (כולל בן הזוג) שהוא גבוה לא רק ביחס לחרדים בישראל אלא אף בהשוואה לכלל האוכלוסייה. שיעור המשתתפים שהוריהם עבדו כעצמאיים גבוה מאוד אך לעומת זאת שיעור בעלי רקע מוקדם בעת הפנייה לתוכנית עמד על כשליש בלבד. המוטיווציה לעבודה בקרב הפונים הינה גבוהה: שיעורים גבוהים מאוד הביעו נכונות לעבודה קשה וביטחון ובהחלטות. כמו כן רוב מוחלט של המשיבים טען שהיה עובד גם אם לא היה צריך זאת למחייתו ובמקביל, הצהירו רבים מהמשתתפים שהעיסוק בתורה איננו פוטר מן העיסוק בפרנסה.

המוטיווציה ליזמות שונה בין פונים שהיו שכירים בעת הכניסה לתוכנית לפונים שלא עבדו כלל באותה עת: המוטיווציה בקרב אלו שהיו שכירים מתחלקת בין פונים מסיבות כלכליות ופונים בשל התאמה אישית/ביטוי אישי. לעומת זאת בקרב מי שלא עבדו כלל בולטת המוטיווציה של התאמה ליזמות על פני המוטיווציה של הצורך הכלכלי.

התחומים הבולטים בהם נעזרו הפונים לתוכנית היו: ייעוץ עסקי והשתתפות בקורס, לעומת בניית התוכנית העסקית וההלוואה הכספית. שיעור פותחי העסק שקיבלו סיוע בייעוץ או בבניית תכנית עסקית היה גבוה בהרבה מאלו שהשתתפו בקורס. עם זאת, שביעות הרצון בקרב כלל המשתתפים מכלל תחומי הסיוע הינה גבוהה כאשר את הציון הגבוה ביותר במדד שביעות הרצון מקבלים דווקא הקורסים (שהתגלו כפחות אפקטיביים לפתיחת עסק).

רק עם רבע מן המשתתפים נוצר קשר לאחר סיום התוכנית כאשר כשני שליש מן המשתתפים סבורים שקשר כזה יכול היה לסייע בייחוד בהדרכה ובייעוץ נוספים.

מצאנו הבדלים בשיעור ההצלחה של המרכזים השונים. המרכז באשדוד הגיע להישגים גבוהים יותר מן המרכזים בירושלים ובבני-ברק במגוון מדדים: שיעור מרחיבי העסק, שיעור בעלי ההכנסה מעל

הממוצע והירידה הבולטת ביותר בשיעור ה"לא עובדים". כמו כן, שביעות הרצון בקרב הפונים למרכז באשדוד היתה הגבוהה ביותר. לעומת זאת המרכז בירושלים הצליח להשיג את השיעור הגבוה ביותר של פותחי עסקים בקרב הפונים.

ההסבר העיקרי לפערים בשיעורי ההצלחה עשוי להיות מוסבר בשיעור הגברים בכל מרכז. כפי שראינו במהלך הדוח, הגברים הגיעו להישגים גבוהים יותר ובמרכז מט"י באשדוד היו בעיקר גברים לעומת המרכז בבני-ברק בו היו בעיקר נשים (כשבירושלים היה מספר שווה של נשים וגברים). בנוסף, יש לציין שהמרכז באשדוד גם יצר קשר עם המשתתפים לאחר סיום התוכנית יותר מאשר המרכזים האחרים.

את הנתונים אודות השינויים שיצרה "ברכה בעסקים" יש לבחון **ביחס למדדי ההצלחה והיישום שהוגדרו במסגרת התוכנית המקורית של תב"ת**. במסגרת זו, מספר הפונים למט"י היה אמור להיות גבוה יותר (52% עמידה ביעד) ומספר העסקים החדשים אמור היה להיות גבוה יותר (55% עמידה ביעד) משיעור פתיחת העסקים שנמדדו בסקר הנוכחי. בתחום הרחבת עסקים קיימים היתה התוכנית קרובה יותר לעמידה ביעדים המקוריים (79%). מניתוח הנתונים הללו ניתן ללמוד ש"צוואר הבקבוק" של התוכנית היה ככל הנראה מספר המשתתפים ולא שיעור פותחי העסק בקרבם. לו מספר הפונים לתוכנית היה דומה לתוכנית העבודה המקורית, מספר העסקים החדשים היה עשוי לעלות אף מעל ל 100% מן התוכנית המקורית.

המסקנה המתבקשת היא שמרכזי מט"י השונים עבדו בצורה מיטבית עם האנשים שהגיעו אליהם. השקעה גדולה יותר בשיווק התוכנית והרחבת מספר הפונים אליה והקצאת משאבים שונה בין המרכיבים השונים של התוכנית (פחות קורסים ויותר ייעוץ/בניית תוכנית עסקית) היתה עשויה להוביל לעמידה מלאה ביעדים.

לסיכום,

- בעלי עסקים שהשתתפו בתוכנית הגיעו להישגים רבים יותר מאשר משתתפים שלא היו בעלי עסקים בעת כניסתם לתוכנית.
- נמצא כי ייעוץ עסקי ובניית תוכנית עסקית הנם כלים יעילים ומוצלחים לפתיחת עסק בהשוואה לכלים אחרים בתוכנית, כגון קורסים לפתיחת וניהול עסקים.
- ההשפעה של פתיחת עסק חורגת מן ההיבט הכלכלי ומתבטאת גם במגוון היבטים חברתיים ואישיים, כגון שיפור המעמד החברתי ועלייה בביטחון העצמי.
- חסמים בולטים להצלחת העסקים ושרידותם קשורים למאפייני המגזר של המשתתפים (מידת הצלחתן של נשים בתוכנית הייתה נמוכה משל גברים חרדים) ולקהל יעד (פניה לקהל חרדי מצמצמת את סיכויי ההצלחה והשרידות של העסק).
- שיווק נרחב יותר של התוכנית ושמירה על קשר עם משתתפי התוכנית לאחר תום התוכנית היה עשוי להגביר את האפקטיביות של התוכנית והצלחת בעלי העסקים הקיימים והחדשים
- שביעות הרצון של המשתתפים מן התוכנית ותחושת ההעצמה שלהם כתוצאה מן התוכנית גבוהה ביחס לכל תחומי הסיוע גם במקרים בהם היא איננה מתבטאת בפתיחת עסק.

נספח

לוח נ.1: ראיונות תקפים וסיבות לאי השתתפות בסקר, סה"כ ובאחוזים

באחוזים	סה"כ משתתפים	
100%	2122	סה"כ משתתפים בתוכנית עד מועד עריכת הסקר
56%	1189	משתתפים שהשיבו לסקר
24%	509	לא אותרו (טלפון שגוי, לא שייך לאוכלוסיה, פניות מרובות ללא מענה ואחרים)
14%	296	סירבו להשיב
6%	128	דתי לאומי

לוח נ.2: נתוני יסוד אודות המשתתפים ואלו שלא השתתפו בסקר, באחוזים

לא משתתפים בסקר	משתתפים בסקר	
48%	49%	גברים
55%	54%	בין הגילאים 30-50
40%	43%	פנו למרכז בירושלים

ביבליוגרפיה

- איילון, ח. (1988). "בבואה של העתיד: היבטים כלכליים של שאיפות בנים ובנות בתחום התעסוקה". **מגמות** ל"א (2), 133-151.
- ארז, מ., אדלדינג, ר. (1991). **פרופיל היזם הישראלי: מאפיינים ביוגרפיים, מניעים וגורמים קוגניטיביים**. מכון גולדה מאיר לחקרי עבודה וחברה, אוניברסיטת תל-אביב: ת"א
- גולדשטיין, ת. (2008). **דפוסים חדשים ביזמות עסקית חרדית בירושלים**, חיבור לשם קבלת תואר דוקטור לפילוסופיה. ירושלים: האוניברסיטה העברית.
- גליון, א. (1997). "השלכות דפוסי עבודה גמישים על עבודת נשים בישראל", מאור, ע. (עורכת). **נשים הכח העולה**. ת"א: ספריית פועלים. עמ' 76-89.
- הורביץ, א., ברודט, ד. (2008). **ישראל 2028: חזון ואסטרטגיה חברתית-כלכלית בעולם גלובלי**. תל-אביב: מוסד נאמן.
- כהן, ב. (2005). **מצוקה ותעסוקה בחברה החרדית: מבט מבפנים**. ירושלים: מכון פלורסהיימר למחקרי מדיניות.
- לוי, ח. (2009). **המגזר החרדי בישראל: העצמה תוך שילוב בתעסוקה**. ירושלים: המועצה הלאומית לכלכלה, משרד ראש הממשלה.
- ://www.pmo.gov.il/NR/rdonlyres/1A80BB40-DB3E-40C4-8B4D-(2009)
A0E9A2796988/0/UltraOrthodox_Employment_NEC_final.pdf
- מדינת ישראל. בנק ישראל (2008). **הדוח השנתי של בנק ישראל**.
<http://www.bankisrael.gov.il/deptdata/mehkar/doch07/heb/p8.pdf>

מדינת ישראל. משרד התמ"ת, מינהל מחקר וכלכלה. (2009). **החרדים בישראל: דיוקן האוכלוסייה ומאפייני תעסוקה 2002-2007**. ירושלים: משרד התמ"ת.

סופר-פורמן, ח. (2008). **דוח מספר 2 של מפת"ח**. ירושלים: מינהל מחקר וכלכלה, משרד התמ"ת
<http://www.tamas.gov.il/NR/rdonlyres/FE6F89B7-AA4C-42BD-95C2-FE6E69D05B7D/0/X8757.pdf>

פפרמן, ב. (2009). "חרדים עובדים אצל חרדים ולכן הם חרדים", **הארץ**, 6.10.09.

פרס, י., בן-רפאל, א. (2006). **קירבה ומריבה: שסעים בחברה הישראלית**. עם עובד: ת"א.

קפלן, ק. (2007). **בסוד השיח החרדי**. ירושלים: מרכז שזר לתולדות ישראל.

רבהון, ע., מלאך, ג. (2008). **מגמות דמוגרפיות בישראל**. ירושלים: מציל"ה.

Amit, R., Muller, E. (1995), "Push and pull entrepreneurship (two types based on motivation)", **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, Vol. 12 No.4, pp.64-80.

Bager, T., Rezaei, R. (2000) "Immigrant Businesses in Denmark: Captured in Marginal business Fields?" **Paper presented in the Nordic conference on Small Business Research**, Aarhus, Denmark, June, 18–20.

Buttner, E., Moore, D., (1997). 'Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Selfreported Motivations and Correlates with Success', **Journal of Small Business Management** 35(1), 34–46.

- Carter, S., Cannon, T., (1992). **Women as Entrepreneurs**, London: Academic Press.
- Chandler, G.N., Hanks, S.H. (1993). "Measuring the performance of emerging businesses: a validation study". **Journal of Business Venturing** 8, pp. 391–408.
- Cressy R. (1994). The importance of human resources skills in the creation and survival of enterprises. **Paper presented at EUROPMI Conference**. September 1994.
- Curran, J., Blackburn, R. (2000), **Researching the Small Firm**, Sage: London.
- Herbert, R. F., Link, A. N. (1982). **The Entrepreneur**, Preager, New York,
- Hisrich, R. D., Brush, C. G. (1986). **The woman entrepreneur: Starting, financing, and managing a successful new business**. Lexington, MA: Lexington Books.
- Hisrich, R. D. (1990). "Entrepreneurship/Intrapreneurship." **American Psychologist** 45 (2), 209–222.
- Kloosterman R C, 2003, "Creating opportunities. Policies aimed at increasing openings for immigrant entrepreneurs in the Netherlands" **Entrepreneurship and Regional Development** 15 167 – 181
- Light, I., Gold, S.J. (2000), **Ethnic Economies**, Academic Press, San Diego, CA, .
- Lloyd, P, E. Mason, C, M. (1984) ["variations in new firm formation in the United Kingdom: Comparative evidence from Merseyside, Greater Manchester and South Hampshire"](#). **Regional Studies**, Volume 18, Issue 3, PP 207– 220.
- Holland, John. L. (1996). **Dictionary of Holland Occupational Codes**. Psychological Assessment Resources Inc.

Logan, J, R. Alba, R. Jones, B, J. (2003), "Enclaves and entrepreneurs. Assessing the payoff for immigrants and minorities", **International Migration Review**, Vol. 37 pp.344 - 388.

Marini, M. M., & Brinton, M. C. (1984). "Sex typing in occupational socialization" In B. F. Reskin (Ed.), **Sex segregation in the workplace: Trends, explanations, remedies**. Washington, DC: National Academy Press.

Meager, N (1992). 'Does Unemployment Lead to Self-Employment?', **Small Business Economics**. Vol. 4.

Robb, A. (2000). Entrepreneurship: A path for economic advancement for women and minorities? **Journal of Developmental Entrepreneurship** 7, no. 4:383–397.

Schutjens, V. A., Wever, E. (2000). 'Determinants of New Firm Success', **Papers in Regional Science** 79, 135-153.

Sigh. S., Reynolds R., and Muhammad S. (2001). A gender-based performance analysis of micro and small enterprises in Java, Indonesia. **Journal of Small Business Management**, 39 (2), 174-182.

Waldinger, R., Aldrich, R., Ward, R. and Associates (1990). **Ethnic entrepreneurs. immigrant business in industrial societies**. Newbury Park: Sage.

Watson, J., Robinson, S. (2003), 'Adjusting for risk in comparing the performances of male- and female-controlled SMEs', **Journal of Business Venturing**, 18, 6, pp. 773-788.

Wilson, K. L., Portes, A. (1985) "Ethnic Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami," in Norman R. Yetman (ed). **Majority and Minority: the Dynamics of Race and Ethnicity in American Life**. Allyn and Bacon.