

# עבודה ותיירות בזמן מגפת הקורונה

סיכום מפגש המציג תובנות מסדרת מחקרים חברתיים הנוגעים בהתמודדות עבודה ותיירות עם מגפת הקורונה יחד עם נגזרת המלצות מעניינות וחשובות למקבלי החלטות במשרדי הממשלה, הרשויות המקומיות ולציבור בכלל



## עבודה

### חשיבות העבודה

המחקר בזמן הקורונה הראה שכ 30% מהמשיבים מסכימים מאוד על חשיבות "ההנאה מעבודה גם ללא הצורך הכספי". זה נכון בכל הקבוצות ללא קשר למצב התעסוקתי ולשביעות הרצון מהעבודה ועלה באופן דרמטי בתקופת הקורונה.

- ✓ העבודה היא אספקט מרכזי בחיים ולא רק בגלל תגמול כלכלי, אלא גם (ויותר) בגלל הביטחון התעסוקתי
- ✓ רשת הבטחון של דמי האבטלה אפשרה לאלו שקיבלו אותה להעריך יותר את העבודה
- ✓ כאשר היצע של משרות טובות יגדל, התמיכה הכספית (דמי אבטלה/חל"ת) לא תרתיע אנשים מחיפוש עבודה

### עסקים קטנים

עסקים קטנים שונים מאד מעסקים גדולים

- חסרה ספרות וחסרים מודלים בנושא ניהול של עסקים קטנים ודרכי פעולה להתמודדות שלהם עם משברים
- יש שלוש אסטרטגיות: צמצום העסק (עד סגירה), התאמה של העסק למצב (מתן השרותים בדרכים אחרות וכו') או פיתוח העסק (לתחומים חדשים, ניצול הזדמנויות וכו')
- פרדוקס: עסקים קטנים נפגעים במידה הרבה ביותר ממשברים אך אין להם תכניות חירום להתמודדות איתם
- הגודל קובע: ככל שהעסק קטן יותר (מבחינת מחזור ומבחינת מועסקים) כך הוא נפגע יותר
- הסקטור משפיע: יש סקטורים שנפגעו יותר מאחרים
- נמצא שהפגיעה הכלכלית בפריפריה היתה דומה לזו שבמרכז, אם כי העסקים בפריפריה צמצמו במידה רבה יותר את הפעילות שלהם (לא נמצא לזה הסבר במאפיינים האישיים של היזם או בגודל העסק)
- יתכן שיש השפעה של "נסיון משברי" בהתנהלות של עסק בזמן משבר. כדאי להבין מה כן אפשר ללמוד על התנהלות העסקים מהמשברים הקודמים (בטחוניים או אחרים)
- לא ניתן להתכונן למשבר הבא, הוא יהיה לא צפוי ולכן כדאי לפתח כלים של גמישות מחשבתית וחוסן כללי

## עסקים קטנים - הבדלים מגדריים

- עסקי יזמיות בד"כ קטנים יותר מעסקים של יזמים
- יזמיות דיווחו על קשיים רבים יותר (ללא קשר לגודל העסק)
- החיים האישיים של יזמיות משפיעים יותר על החלטות (גם לפני הקורונה)
- תחושת הדחק גבוהה יותר אצל יזמיות
- לא נמצא הבדל בין נשים וגברים במאפיינים אישיים כמו חוללות יזמית, פרואקטיביות, חוסן כלכלי וחוסן אישי

## בכל התמודדות עם משבר והכנה למשבר צריך להתייחס למאפיינים האישיים של היזמים

- המאפיינים האישיים של היזמים משפיעים באופן ברור על ההצלחה שלהם ובעיקר בזמן משבר
- החלטה לפתוח עסק או להסתגל למצב חדש מושפעת ממאפיינים אישיים של מנהלי העסק (אם כי ההחלטה לצמצם את העסק מושפעת בעיקר מגורמי רקע)
- סיוע כספי יסייע בשמירה על הקיים אבל לא בפיתוח העסק
- אם רוצים לסייע בפיתוח העסק צריך להתמקד ביזמים עצמם: תפיסת יזמות, חוללות אישית, "גמישות מחשבתית". צריך לחזק את החוסן של היזמים ויש חשיבות רבה ליחס אישי ולייעוץ ליזמים
- תמיכה חברתית וקהילתית היא משמעותית מאד וחשובה לקיום והרחבת הפעילות
- יזמים פרו-אקטיביים נפגעו פחות מהמשבר ופעלו יותר בכל הערוצים
- בהירות ויצירת ודאות בתוך חוסר ודאות הם מרכיבים חשובים בחוסן שמשפרים יכולות עסקיות. יזמים שיכולים להיערך טוב יותר להתמודדות "יוצאים עם חיוך לקרב"

### המלצה:



להשקיע בחיזוק מפגשים ופורומים של עסקים; לא להתייחס לפורומים ומפגשים אלו כמפתחי מקצועיות של העסקים בלבד, אלא גם להתייחס ולשלב עבודה על הצד הרגשי והאישי של היזמים והיזמיות.



## תיירות

### ענף התיירות

- קרבן של הקורונה: הענף שנפגע במידה הרבה ביותר
- "מקרבן": הענף שגרם להתפשטות הנרחבת של הקורונה

תגובת מדינות להמלצות ארגון התיירות העולמי UNWTO לגבי ניהול המשבר, תמריצים ושיקום:

- רוב המדינות לא אימצו את המלצות הארגון
- ההמלצות שאומצו התייחסו ל"ניהול המשבר" ולא להכנה לעתיד
- איטליה שבה תעשיית התיירות משמעותית ביותר – הייתה זו שאימצה הכי הרבה המלצות
- ישראל שבה התיירות פחות משמעותית לתל"ג – אימצה פחות המלצות

### הביקוש לתיירות בישראל

- ✓ תיירות פנים ותיירות נכנסת אינן חלופיות ואינן מתחרות זו בזו – אלו מוצרים משלימים שעולים יחד ויורדים יחד (חד משמעי בכל הסקרים)
- ✓ הביקוש לתיירות הוא לא רציונלי ותלוי בתפיסות ואמונות. משתנים תפיסתיים (כמו הרצון לטייל, חשיבות התיירות או דיכאון) מנבאים ביקוש לתיירות במידה רבה יותר מאשר משתנים אובייקטיביים (גיל, מצב כלכלי, התחסנות)
- ✓ ניתן לעודד תיירות בקרב אלו שתופסים את התיירות כ"חזרה לחיים נורמליים"
- ✓ צריך לאתחל את ענף התיירות בחשיבה קדימה ולא בניסיון לשחזר את העבר
- ✓ נדרשת חשיבה קדימה על פלחי שוק חדשים ועל יעדים שונים מבעבר (נגב לעומת ירושלים ותל אביב)

### עסקים בתחום התיירות

- המגפה פגעה קשות בענף התיירות בארץ בכלל (כ 20% מובטלים) ובדרום הארץ: אילת, ים המלח מצפה רמון בפרט (84% מובטלים)
- הרבה מדי מכלכלת הפריפריה מושקעת בתיירות (בעיקר אילת)
- בפריפריה הבעיה כפולה: קורונה + כשלים תשתיתיים/ לוגיסטיים
- מורי דרך – קורבן חמור של המגפה, בהקשר של חוסר בפרנסה והצורך בעבודה
- בעלי עסקים חוו תסכול שנובע מהקושי בהגדרת צרכים או מהיכולת לקבל מענה ממקבלי ההחלטות.
- לא היה מענה מובן מסודר ומהיר ולכן היה קושי להבטיח המשכיות עסקית
- הנחיות הקורונה לא ברורות (גם היום). בעלי העסקים עצמם לא יודעים מהם הנהלים ומה צריך לבדוק ואין מקור סמכות ברור בין הרשויות השונות
- בנוסף יש חוסר היענות של קהל המתארחים לפרוטוקולים של קורונה כתוצאה מתחושת "מגיע לי"



## המלצות:

- ✓ טיפוח שת"פ בין מגזר ציבורי ופרטי ברמה מקומית ולאומית
- ✓ קידום מנגנון מזורז להענקת מענקים והלוואות לעסקים קטנים ובינוניים שהיום נראים כ"עדיפות שניה"
- ✓ פיתוח וחדשנות בתחום התיירות הוירטואלית
- ✓ היענות לשמירה על הנחיות באמצעות שימוש במדיה חברתית ופופולרית
- ✓ עידוד התרחבות כלכלית וגיוון תעסוקתי בקרב קהילות מבודדות מבוססות-תיירות (ים המלח, אילת, ערבה, מצפה רמון)

### המחקרים שהוצגו במפגשים:

עתיד העבודה בצל הקורונה: השינוי בעמדות והתנהגות הקשורות לתחום העבודה - פרופ' סיגל אלון, אונ' תל אביב  
"אפקט הדומינו" של מגיפת הקורונה על תעשיית התיירות בישראל: ניתוחים והמלצות - פרופ' נגה קולינס-קריינר, אונ' חיפה, ודר' יעל רם, המכללה האקדמית אשקלון  
דרכי התמודדות של עסקים קטנים וזעירים במצבי משבר. מקרה בוחן: מגפת הקורונה, ישראל 2020 - דר' אוהד שקד, המכללה האקדמית ספיר  
החייאת ענף התיירות בישראל ביום שאחרי מגיפת הקורונה: מבט על אילת וים המלח - דר' יהושע שמידט, האונ' העברית בירושלים

**מגיבים:** ד"ר שחר שילה, תיירות הר הנגב

### **קישורים להקלטות המפגשים:**

<https://youtu.be/80TKmAQ15GI>

# תקצירים

## עתיד העבודה בצל הקורונה: השינוי בעמדות והתנהגות הקשורות לתחום העבודה - פרופ' סיגל אלון, אונ' תל אביב

### תקציר

עולם העבודה נפגע קשות ממגפת ה-19-COVID. דרישות הריחוק החברתי, היבט בלתי נמנע של המגפה, הטילו אילוצים שיצרו שינויים מבניים בשוק העבודה, בעיקר בהיקף העבודה מהבית, התקשורת הווירטואלית והמסחר האלקטרוני, כמו גם השבתה של סקטורים רבים. מדינות ברחבי העולם חוו שינויים דרמטיים בהסדרי התעסוקה, עלייה דרמטית בשיעור האבטלה, תת תעסוקה ואי יציבות תעסוקתית. כדי להתמודד עם עוצמת משבר התעסוקה, תקופת הזכאות לדמי האבטלה הוארכה בישראל עד קיץ 2021.

כלכלנים העלו את השאלה הקלאסית האם תמיכה זו תפחית את המוטיבציה של המובטלים לחפש עבודה. התשובה לדילמה זו נעוצה עמוק בהגות הסוציולוגית על מרכזיות ומשמעות העבודה בחיינו. האם המוטיבציה לעבודה מוגבלת רק להבטחת פרנסה, או שהעבודה היא מקור מרכזי לכבוד, דימוי עצמי, הגשמה ומימוש עצמי?

המחקר הנוכחי מבוסס על איחוד סקר שנערך לפני הקורונה על אוריינטציית העבודה של האוכלוסייה בגיל העבודה בישראל (T0, 2016) עם סקר מקביל על אוריינטציית העבודה במהלך מגפת ה-19-COVID כאשר רמת חוסר הוודאות הכלכלית/תעסוקתית הייתה בשיאה (T1, 2020). הממצאים חושפים את החותם המשמעותי שהותירה המגפה בשוק העבודה. לא רק ששיעור התעסוקה ירד, נצפתה גם עלייה באי יציבות תעסוקתית, בתחושה הסובייקטיבית של חוסר ביטחון תעסוקתי, וגידול באי-שוויון בסיכויי התעסוקה בין חתכי אוכלוסייה שונים. יתר על כן, מהמחקר עולה כי ההלם התעסוקתי שגרמה המגפה היה חזק דיו בכדי לזעזע את אוריינטציית העבודה של ישראלים וגרם להם לשקול מחדש את תפקידה של העבודה בחייהם. התוצאות מעידות על זינוק דרמטי בהערכה של המשיבים לגבי מרכזיות העבודה בחיים. עליה זו נצפתה בכל שכבות האוכלוסייה ואינה קשורה למצב התעסוקה האישי של המשיבה, להיסטוריה התעסוקתית שלה, או לתחושה הסובייקטיבית של ביטחון תעסוקתי.

שינויים בערכי העבודה, בעיקר הגידול במשקל שניתן לביטחון תעסוקתי והפיחות בחשיבות של היבטים-תלויי-משרד, כמו גמישות במקום העבודה וקשרים חברתיים, מונעים בעיקר על ידי המועסקים, אך הם אינם קשורים למאפיינים של העבודה הנוכחית שלהם. לפיכך, ניתן להסיק כי השינוי המשמעותי באוריינטציה לעבודה שהתרחש במהלך המגפה משקף טראומה אוניברסאלית שנגרמה בשל הרמה הגבוהה של חוסר הוודאות התעסוקתית בזמן המגפה.

הממצאים לגבי התעצמות מרכזיות העבודה בחיים מספקים תשובה ברורה לדילמה לגבי דמי אבטלה: המוטיבציה לעבודה אינה מוגבלת רק להבטחת פרנסה. אין סיבה להניח שבטווח הארוך עם גידול בהיצע המשרות בשוק העבודה, שמתן דמי אבטלה יפחית את המוטיבציה של המובטלים לחפש עבודה או יגדיל את המוטיבציה של המועסקים להפסיק לעבוד.

### פרטי קשר של החוקרת

סיגל אלון [salon1@post.tau.ac.il](mailto:salon1@post.tau.ac.il)

## **"אפקט הדומינו" של מגיפת הקורונה על תעשיית התיירות בישראל: ניתוחים והמלצות -**

פרופ' נגה קולינס-קריינר, אונ' חיפה, ודר' יעל רם, המכללה האקדמית אשקלון

### **תקציר המלצות**

#### **הנחות מוצא:**

- מבחינה כלכלית ותעסוקתית - התיירות חייבת להתקיים, באופן זה או אחר בגלל אפקט המכפיל ובגלל שממוקמת (גם) בפריפריה
- מבחינה חברתית - התיירות חשובה לחברה בריאה ו"מאווררת" עבור כל קבוצות האוכלוסייה (מושג חשוב בהקשר הזה הוא "תיירות בת השגה").
- מה שהיה לא יהיה - התיירות תשתנה בעקבות המגיפה, וככל הנראה תתכווץ. זה כבר יהיה פחות "בא לי לנסוע" / "בא לי לקפוץ" לחו"ל", לפחות בשנים הקרובות. השינוי נובע משילוב בין שלוש סיבות המשפיעות זו על זו: משבר כלכלי, שינוי תפיסתי לגבי חו"ל ונסיעות והנחיות בריאותיות הכוללות גם מגבלות על תנועה חופשית.

#### **קווים מנחים:**

- התמקדות בתיירות פנים תוך יצירת תמריצים אישיים ומוסדיים (ואוצ'רים, ביטול מע"מ, הארכת סופי השבוע) - עונה על מינוף כלכלי, תעסוקתי וחברתי. מתן דגש ל"תיירות בת השגה".
- פיצוי כלכלי הוגן לבעלי העסקים על אובדן הכנסות. בתכנון הפיצוי יש להתחשב גם באלמנטים של עונתיות, המאפיינים את ענף התיירות.
- התייחסות מיוחדת לתעסוקה והשקעה במשאב האנושי - כיוון שהענף עתיד להתכווץ יש לדאוג למועסקים באופן ישיר ועקיף בתעשיית התיירות. חשוב להבין שמדובר בעובדים שהם משאב לאומי! הם יודעים שפות זרות (דגש על אנגלית), שירותיים, בעלי אוריינות דיגיטלית, בעלי יכולת עמידה מול קהל (מורי דרך), ותעודת יושר (מורי דרך). הסבה נכונה שלהם לתחומים כגון הוראה ו/או מדריכי הכשרה מקצועית תועיל בטווח הקצר והארוך למשק הישראלי כולו.
- חשיבה לטווח ארוך - איך התיירות תיראה ביום שבו ייפתחו השמיים:
  - העדפת תיירות מאורגנת על פני תיירות עצמאית. קל יותר לתחום את התיירות המאורגנת בקפסולות - כאשר ניתן לדעת איפה היה כל תייר, מתי ואפילו עם מי נפגש.
  - עידוד פלחי שוק המאפשרים "תיירות בקפסולה" ופלחי שוק שעבורם התיירות אינה מותרות ובראשם- תיירות צליינית נוצרית ו"תגלית". זאת במקום על פני תיירות VFR Visiting Friends and Relatives ( ותיירות "סוף שבוע").
  - מספר תיירים כיעד משרד התיירות - Out יעד תעסוקה - In: שינוי היעד הנכסף מ"גידול במספר התיירים" למספר המועסקים שכל תייר "מפעיל" (עידוד תעסוקה). גם שינוי זה מתעדף תיירות מאורגנת על פני תיירות עצמאית.
  - יעדי תיירות- תיעדוף תיירות (נכנסת ויוצאת) שאינה תלויה תחבורה אווירית או ימית-מחייב חשיבה "מחוץ לקופסה" לגבי תיירות במרחב הגיאוגרפי הקרוב (ירדן, סיני).
  - השכלה תיירותית - דגש על תיירות בת השגה, הפעלת תיירות מאורגנת נכנסת, תיירות פנים והמרחב הקרוב, ובאופן כללי - מתן דגש ליעדי פיתוח בר-קיימא כפי שנוסחו על פי האו"ם במסמך SDG.

**פלחי שוק נוספים** - חשיבה מחודשת על תיירות עסקית, תיירות מרפא, ובאיזה תנאים אפשר לעודד ולהפעיל מחדש.

**הכנת תוכנית חוסן לתיירות בישראל** – תוכנית מגירה במקרה של משברים (כלכליים, בטחוניים, סביבתיים). אין טעם להכין תוכנית סיוע בכל משבר מחדש, כפי שהיה אחרי מלחמת לבנון השנייה, מבצע צוק איתן וגם כעת. יש להגיע ערוכים למשבר הבא. בהקשר זה, כדאי לכלול מבעוד מועד את תשתיות התיירות (בתי מלון, מרכזי כנסים) בהיערכות למשק לשעת חירום.

[קישור לתקציר מנהלים](#)

[קישור לדוח מסכם](#)

[קישור למאמר משווה בין מדינות](#)

**פרטי קשר של החוקרת**

נגה קולינס-קריינר [nogack@geo.haifa.ac.il](mailto:nogack@geo.haifa.ac.il)

# החייאת ענף התיירות בישראל ביום שאחרי מגיפת הקורונה: מבט על אילת וים המלח -

ד"ר יהושע שמידט, האונ' העברית בירושלים

## תקציר

המחקר עסק בהיערכות הנדרשת לטווח הקצר להנעת ענפי התיירות והמלונאות באילת ובמועצה אזורית תמר בים המלח, כפי שהיא נתפסת בעיני בעלי עניין ומומחים. תיעוד והבנה של צרכיהם המיידיים, כמו גם של הצעותיהם לטווח הקצר, סייעו להתוויה של "אסטרטגיית יציאה" ממשבר הקורונה. על בסיס הגישה של תיירות המבוססת על קיימות מכוונת קהילה, המחקר כיוון לאסטרטגיה שתוביל להעצמה קהילתית מקומית תוך זיהוי הזדמנויות ליזום שיפור ופיתוח בר קיימא שמטרתו להבטיח היערכות ויכולת התמודדות טובה יותר באזורים הללו עם משברים בעתיד.

בפועל, נראה שאת המושג "אסטרטגיית יציאה" יש צורך להחליף בטווח הארוך עם המושג "לפעול לצד בעיה". החוקרים תיעדו את מסלול ההתמודדות של יעדי תיירות עם המציאות המתהווה תוך ניסיון לאפיין את השלבים בו. המחקר הניח שאת הדגש שיינתן להחייאת תיירות הפנים בשלב הראשון תחליף ההתמקדות בהחייאת התיירות הנכנסת והיוצאת בשלב השני. האתגר של המחקר היה יישומי במונחים של הבניית דרכי יציאה מהמשבר, ואקדמי במונחים של תיעוד שלבי יציאה ממשברים מסוג זה. המחקר נערך ע"י ד"ר יהושע שמידט, אנתרופולוג ותושב הדרום וחוקר אורח במחלקה לגיאוגרפיה באוניברסיטה העברית בירושלים, בעל ניסיון ורקע בתחום ממחקרים קודמים שערך על היערכות למשברים בתעשיית התיירות ותחום העסקים ומכיר ממקור ראשון את שדה המחקר.

ממצאי המחקר מצביעים על כך שענף התיירות, ובתוכו העיר אילת ואזור ים המלח, ספגו את המכה הכלכלית הקשה ביותר בישראל. למרות זאת, למעט כמה מקרים נקודתיים, הסיוע הייעודי לענף מצד המדינה היה חלקי עד חסר והועבר במה שהצטייר כאקראי, כאשר תהליך קבלת ההחלטות של המדינה נתפס כריכוזי ונותר ברובו חסוי מעיני התיירנים עצמם. בעקבות כך, הפגיעה הכלכלית הקיצונית בענף התיירות ותעשיית האירוח יצרה חוסר-וודאות מתמשך והקשתה על יכולות החיזוי של בעלי עסקים בתחום. בנוסף נראה שלאורך המשבר (מעל לשנה שלמה), למעט מקרים יוצאי דופן, בעלי תפקיד ובעלי עניין עסקו רק במענה לטווח הקצר. אחת הנקודות החשובות העולות ממחקר השדה היא שיש נתק דו-כיווני בין "השטח" לבין מקבלי ההחלטות הציבוריות. חלק מבעלי העסקים הרגישו צורך להיאבק על מנת לקבל סיוע או על מנת לדרוש מהמדינה שינוי במדיניות כלפיהם (כדוגמת פתיחת השמיים והפעלת הצימרים). יתר על כך, מערכת היחסים בין הרמה הלאומית, הרמה המוניציפלית והמגזר הפרטי אינה ברורה או מוסדרת באופן מובן לתיירן. מערכת יחסים זו דורשת הסדרה, שקיפות ותיאום ציפיות הן בשגרה והן בחירום.

עוד מלמד המחקר כי יש צורך במציאת פתרונות מגוונים ומותאמי מקום שיתנו מענה להיבטים השונים של כלכלת התיירות באילת ותמר. נראה שהיכרות ויכולת טיפול יעיל באסון מסוג מסוים הן יכולות שלא מיתרגמות באופן אוטומטי למוכנות ויכולת תגובה בסוגי אסונות אחרים. כך, לדוגמא, אסטרטגיות מוכחות ובדוקות להגנה על אזרחים אשר נעשה בהן שימוש להבטיח בטיחות הציבור במקרה של התקפת טילים אינן עונות על הצורך – קונספטואלית ואמפירית – באימוצן והחלתן בהקשר של מגיפות באופן כללי ובמשבר הקורונה בפרט. בשל כך, חשיבה מקדימה אודות אסטרטגיית ניהול סיכונים ובעקבותיה, מציאת פתרונות וגישת הפעילות של מערך ההיערכות צריכה להיות גמישה, מגוונת, מותאמת ומחוברת לשטח בזמן אמת. מערך כזה מותנה במגעים ופיתוח מערכי תקשורת בין הגורמים עוד טרם המשבר. קיים גם הצורך בהגברת מידת היענות הציבורית לשמירה על כללים, הנחיות והגבלות, על ידי שימוש בערוצי תקשורת חברתית. זאת ועוד, מאמצי יחסי הציבור המיושמים על ידי הממשלה והמסרים המועברים על ידי צריכים לכלול מידה של רגישות תרבותית, זאת על מנת להבטיח שאלה יגיעו לציבור אליו הם מיועדים.

## פרטי קשר של החוקר

יהושע שמידט [joshua.schmidt@mail.huji.ac.il](mailto:joshua.schmidt@mail.huji.ac.il)



# דרכי התמודדות של עסקים קטנים וזעירים במצבי משבר. מקרה בוחן: מגפת הקורונה, ישראל 2020 - דר' אוהד שקד, המכללה האקדמית ספיר

## תקציר

מחקר זה הוא מחקר מקדים לפרויקט שמטרתו גיבוש מודל אופרטיבי להתמודדות של עסקים קטנים עם משברים. מטרת המחקר לייצר תשתית ראשונית של מידע אודות הפעולות של עסקים קטנים בזמן משבר הקורונה, על מנת למפות את המשתנים העיקריים המשפיעים על ההתמודדות של עסקים קטנים עם משברים בכלל. זהו מחקר ייחודי מסוגו, שמתמקד בשוני ובייחודיות של ההתמודדות של עסקים קטנים לעומת עסקים גדולים, ומאפשר התבוננות רחבה גם על המאפיינים האישיים של היזמים, ולא רק על מאפייני העסק כפי שנהוג היה עד כה במחקרים דומים.

המחקר התקיים לאורך תקופת משבר הקורונה (יוני 2020 עד ינואר 2021), וכלל היקף רחב של משתתפים, 100 ראיונות עומק בשני גלים, סקר של 452 יזמים ויזמיות, וקבוצות מומחים מתחום העסקים הקטנים.

במסמך זה הבאנו את הממצאים המשמעותיים לצורך הבנת תופעת ההתמודדות של עסקים קטנים עם משברים וגיבוש פעולות מבוססות ממצאים. התובנות העיקריות במסמך זה יכללו אספקטים אישיותיים, אישיים, התנהגותיים ואופרטיביים לצד אספקטים עסקיים, קהילתיים, משקיים ולאומיים. על מנת לבחון תופעה רגישה ומורכבת זו של התמודדות עם משברים, בחרו החוקרים פרדיגמה משולבת (MM). המסמך מציג את המתודולוגיה, ממצאי המחקר, תובנות החוקרים, מסקנות והמלצות.

מעבר להמלצות והמסקנות הפרטניות המפורטות בכל אחד מפרקי המסמך, עולה ממחקר זה כי הפתרון האופרטיבי לבעיות והאתגרים של העסקים הקטנים בשעת משבר חייב להיות פתרון הוליסטי. מומלץ שממצאי מחקר זה ישמשו כבסיס לתכנון פתרון המשלב בתוכו לא רק אספקטים של מימון ואספקטים ניהוליים מקצועיים, אלא גם אספקטים פסיכולוגיים-אישיותיים וקהילתיים-חברתיים. בנוסף, כל פיתרון להתמודדות העסקים הקטנים עם משברים צריך לשלב גורמים מקומיים, משפחתיים ולאומיים.

קישור [לדוח מסכם](#)

**פרטי קשר של החוקר**

אוהד שקד [shakohad@gmail.com](mailto:shakohad@gmail.com)