

עוצמה נשית

הכוח להפוך חלום לעסק



Jasmine
ياسمين
י ס מ ין

קוראת יקרה

אני גאה להגיש לך את מדריך "העוצמה הנשית", מדריך שימושי ופרקטי ליזמת שרוצה להפוך חלום לעסק.

מדריך זה מסמל את הפרי שמניב תהליך העצמת נשים בעסקים, תהליך שהמרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי מוביל מאז שנות התשעים בהצלחה רבה, באמצעות פעילות יחידת הנשים בעסקים והעומדת בראשה כיראם בלעום.

כולי תקווה שמדריך זה יסגור מעגל ראשון, ויפתח מעגלים חדשים והזדמנויות אטרקטיביות להקמה ולניהול עסק באופן מקצועי ומודרני. המדריך מרכז ידע ומידע רב בנושא, ומהווה צעד נוסף במאמצינו להגביר ולעודד הקמת מאות עסקים נוספים בבעלות נשים יהודיות וערביות כאחת.

אני מאחל לך קריאה מהנה, ובעיקר מועילה ומסייעת בהגשמת חלומותיך.

בכבוד רב

חילמי כתאנה

מנכ"ל

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

תודות

אילנה אביב, פיסול. אנה רזניצקי, "וירטואל סטייל בע"מ". ג'ולינה דוסחא, וילונות הבית. עו"ד גליה פיט, אוברסיטת תל-אביב. ג'מילה מסרי, ביוביט סאבו. דנה חזנאי, שיק שק שוק. חג'ה עיזייה, מערד דוק אלערוס. חגית גיטה, עמותת נ.י.י. יעל ארמון קול האישה. יפית נאור, יעוץ ארגוני בפסיכודרמה. יפעת לשם ארגמן, המקום של יפעת. לוטם חרפק, מחקר שיווקי. מיכל בן ארי, סטודיו מיכל בן ארי. מירב אמור, בצמיחה מתמדת. נאג'ח ח'יר, אין גלוטן יש טעם. נזי גולן, מאמנת אישית ומלווה עסקית מוסמכת. רימון ע'גמי, קול האישה. MEPI – נשות הדסה. הפרציה היהודית בניו יורק, האיחוד האירופי.

תודה לכל הארגונים שיתפו פעולה בהוצאת ספר ההדרכה.

צוות המדריך

מנהלת הפרויקט: כיראם בלעום, המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

פורום החשיבה: חיה גרף, ג'יניט ישראל. ענת רייזמן, הפורום להסכמה אזרחית. לנה גורארי, סביבה תומכת.

ליווי מקצועי: עו"ד רדא ג'אבר, לנה גורארי, אימאן אעלימי רואת חשבון, פייסל מחאג'ה, המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי.

איסוף מידע: אסנת ברכה, המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

כתיבה ועריכה: יפעת שטרנברג

עיצוב גרפי: דוד מוסקוביץ וטל שטרן

צילום: מיה כרמי דרור

תרגום לערבית: זוהיר קעדאן

THE HADASSAH
FOUNDATION

UJA Federation
of New York



הקדמה

אני שמחה לחלוק איתך את התוצר הראשון של יסמין, איגוד נשות העסקים בישראל. כמו לכל תוצר, גם לספר ההדרכה הזה יש סיפור מעניין. הסיפור מתחיל במרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי, ביחידת נשים בעסקים אותה אני מנהלת. במשך השנים האחרונות, בהן היחידה עוסקת בקידום נשים בעסקים ברחבי הארץ, הצטרפו ארגונים מגוונים לקידום מטרה זו. נשים רבות מעוניינות להקים עסק, נוצר מצב שבו הידע והמידע קיימים אבל ישנו צורך ללא מענה. הצורך הוא בגוף אחד שיאגד את כל הגופים המקדמים נשים בעסקים, מצד אחד ישקיע בהם לפיתוחם תוך מתן תשומת לב ליכולות הייחודיות של כל ארגון וארגון, ומצד שני יעניק לנשים המעוניינות להיכנס לעולם העסקי, מידע מסודר ועדכני ויפנה אותן לגופים שיכולו לתת להן מענה לכל אחד מהצרכים שלהן.

כינסנו פורום חשיבה לסייעור מוחות. פורום החשיבה הורכב מנשות עסקים, נציגי הארגונים לקידום הנשים בעסקים ונציגי הגופים הממשלתיים המקדמים נשים בעסקים. במשך חודשים רבים התכנס פורום החשיבה עד שהוגדרו פה אחד: החזון של יסמין, המטרות והשירותים. עשינו סקר שוק, כדי לבדוק מה חושבות הלקוחות הפוטנציאליות של האיגוד החדש, יסמין. הורכב שאלון שמטרתו הייתה לאתר את הצרכים של נשים יזמיות, ונשים בעלות עסקים קטנים. נערך מדגם נוחות בקרב כ-400 בעלות עסקים חברות פורומים עסקיים, חברות קבוצות לימוד ונשים שקיבלו שירות מאחד הארגונים של קידום נשים בעסקים ברחבי הארץ, תוך ייצוג המגזרים השונים, מצב סוציאקונומי וותק של העסק. מניתוח ממצאי הסקר, זיהוי הצרכים והיכולות, פורום החשיבה הגדיר את השירותים שיסמין, איגוד נשות העסקים בישראל, יציע:

- 1.** קרן השקעות ושיווק שתתמוך ותממן מיזמים עסקיים.
- 2.** אתר אינטרנט לקידום הארגונים, עסקי הנשים ופיתוח הזדמנויות עסקיות.
- 3.** הקמת לובי מצומצם בכנסת במטרה לקדם את צרכי העסקים וצרכי ארגוני הנשים.
- 4.** פיתוח שווקים פוטנציאלים בארץ ובחו"ל ליצירת הזדמנויות עסקיות לעסקי הנשים ולשירות ארגוני הנשים.
- 5.** פיתוח וארגון הרישות העסקי הארצי, תוך התמחות בנושאים החשובים לנשים בעולם העסקים: שיווק ויחסי ציבור, מימון, רישות ומידע עסקי וייצוג הולם.

וכך יצאנו לדרך, הגדרנו מטרות להגשמת החזון ותוכנית עבודה מסודרת להשגתן. אחת המטרות שאני מאוד גאה שהשגנו היא הכשרת צוות השטח של יסמין, אני ממשיכה בתוכניות לפיתוח הצוות כדי שימשיך ויפתח את נשות העסקים. בקצב המתוכנן מראש אנו מתקרבים להשגת יתרת המטרות של יסמין. ספר הדרכה זה הוא הגשמת מטרה נוספת, חשובה ביותר עבור יסמין. מצד

אחד איגוד מידע עבור יזמת פוטנציאלית, ומצד שני פרסום הארגונים לקידום נשים בעסקים בספר הדרכה מקצועי שיגיע במדויק לקהל היעד. ספר ההדרכה מאגד בתוכו את המידע לו זקוקה כל אישה החושבת על הקמת עסק, הוא מלווה אותה בתהליך, החל משלב הרעיון ועד הקמת העסק וניהולו, הלכה למעשה. בכל שלב בספר ישנה הפניה לגופים ולשירותים שיכולו לעזור ליזמת המתחילה, בהתאם לצרכיה.

לראשונה בישראל, יוצא ספר הדרכה המותאם במיוחד לצרכי נשים המעוניינות להקים עסק. הייחודיות של הספר מקבלת ביטוי באופן כתיבתו, בנייתו, העברת המסרים, הכלים והסיפורים. השתדלנו לעשות שימוש בכלים נשיים תוך שמירה על רמה עסקית ומקצועית. השתדלנו להתייחס לתרבויות המגוונות בישראל, וכדי להקל על הקריאה, ספר ההדרכה מפורסם בשתי שפות: עברית וערבית. כולי תקווה שספר ההדרכה יגשים את מטרתו, וילווה נאמנה את היזמות בתהליך הקמת העסק יחד עם פרסום יעיל של ארגוני הנשים לקידום הנשים בעסקים.

כיראם בלעום

מנהלת יחידת נשים בעסקים, יסמין איגוד נשות עסקים בישראל
המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

תוכן העניינים

מבוא	8
צעד ראשון חיפוש פנימי של הרעיון לעסק	11
הסיפור של נאג'ח	20
צעד שני חיפוש פנימי לבדיקה ראשונית של הרעיון	21
הסיפור של אנה	35
צעד שלישי הצצה לעולם העסקי באמצעות תוכנית עסקית	37
הסיפור של יפעת	69
צעד רביעי כניסה לעולם העסקי, הקמה הלכה למעשה	70
הסיפור של אילנה	89
צעד חמישי ניהול שוטף של העסק	91
הסיפור של חג'ה עיזייה	96
דוחות שימושיים לדוגמא	99
מילון מושגים עסקיים מקצועיים	105
גופי מענה	115

ישנם מניעים רבים להקמת עסקים, וכמובן דרכים רבות לעשות זאת. ספר זה נכתב מתוך הבנה כי לנשים המבקשות להקים עסקים יש צרכים משלהן, הן רואות את הדברים אחרת, מושפעות ממגמות סביבתיות ומקבלות החלטות בצורה שונה. הספר נכתב מתוך התנסות בעבודה שוטפת פרטנית וקבוצתית עם יזמיות ובעלות עסקים, במסגרות העמותות לקידום נשים בעסקים, ומכאן גם תיאור התנהגויות שזוהו כחוזרות. כמובן שאין בלשון ההכללה להכיל על כל פרט.

מתוך התנסותנו, נראה כי נשים נוטות לפעול מתוך רגש ואינטואיציה וכחות מתוך חישובים לוגיים יבשים, כמובן שזו הכללה וישנן נשים המשלבות בין השניים או נוקטות בגישת הלוגיקה העסקית היבשה. באופן יחסי, לנשים קשה יותר לקחת סיכונים, הן מעדיפות לבחור באלטרנטיבה היותר בטוחה. ישנן השערות המסבירות זאת בכך שנשים נוטות לראות באופן יותר ישיר את ההשלכות של הסיכון בעסק שלהן על משפחתן ומתוך תפיסה אימהית משפחתית מעדיפות לבחור בנתיב הבטוח. לנשים ישנה נטייה יותר לשתף פעולה, לחלוק מידע וחוויות, להתעכב על הפרטים, ומתוך כך לפתח מערכת של יחסי גומלין על בסיס יצירת קשר ואחוזה נשית. לעומת זאת הגברים נוטים להשתמש בעסקים במשא ומתן ככלי לקידום מטרות העסק, לרוב יהיה מפסיד ומנצח. תחושה שפחות נעימה לנשים ששואפות יותר לקדם מטרות מתוך הסכמה הדדית. אפשר לראות זאת בצורה בולטת בפורומים העסקיים, ישנו הבדל בין התנהלות הקבוצה המעורבת של גברים ונשים לבין זו המבוססת על טהרת הנשים. בפורומים הנשיים, חברות הקבוצה מתפתחות מתוך שילוב של שני תהליכים המתרחשים במקביל, תהליך קבוצתי משותף המבוסס על מערכת יחסים בין החברות יחד עם תהליכים אישיים של כל אחת מהן התורמת בסופו של דבר לקבוצה גם מתוך התפתחותה האישית. לשייכות הקבוצתית ישנה חשיבות לנשים, הן משתייכות למשפחה ולקהילה בה הן חיות ולרוב היזמות העסקית תצמח ממקום זה. לכל קהילה מנהגים ומסורות משלה, בחלקן היזמות הנשית מתקבלת יותר בקלות כאשר תחום העיסוק והסביבה העסקית נשית.

במחקר שנערך לפני כשנתיים במרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי, נמצא כי האישה היזמית נדרשת להתמודד עם חלוקת המשאבים העומדים לרשותה בין מגוון התפקידים הרחב שהיא ממלאת: אישה, בת זוג, מאהבת, אמא, בת להורים. אחד הקשיים היותר דומיננטיים המאפיינים את הנשים, הוא הצורך לשלב בין האמהות לבין היזמות העסקית. שלא כגברים המקבלים לגיטימציה מלאה מן החברה להעדר מהבית ימים שלמים למען פרנסת המשפחה, החברה מצפה מהנשים להמשיך ולשאת בנטל האחריות על התפקיד המסורתי המשפחתי יותר מכל. המשותף לכל הנשים הללו בין אם בן זוגן חולק איתן את נטל האחריות המשפחתית ובין אם לא, הם רגשות האשם הכבדים המלווים אותן כאשר הן משקיעות את המשאבים שלהן בהקמת העסק וניהולו. בחברות רבות הנשים לא זוכות לטיפוח היכולות והמיומנויות שיכשירו אותן בבוא העת לניהול עסק. כאשר האשה רוצה לעשות זאת היא נתקלת בקושי רב להשלים את הפערים הנדרשים, ותחושה של חוסר בטחון עולה באופן טבעי.

בספר זה נשתדל לגעת בנושאים אלו ואחרים תוך מתן תשומת לב ודגש רב על מקורות המידע והידע הזמינים לך כאישה במיוחד בשבילך ומותאמים לצרכיך שלך. אבל כדי שתוכלי להפיק את המירב ממנו, את נדרשת בשלושת הצעדים הראשונים של הספר לאקטיביות, שלא תמיד תהיה קלה. את נשאלת לא מעט שאלות על עצמך, סביבתך ושיאפיותך להשתלבותך העסקית במרחב שמתאים לך באופן אישי. בכל שלב תוכלי להיעזר בכל אחד מהגופים המעניקים מידע, ידע וסיוע, ומופיעים בפרק האחרון של הספר.

ככל שתאפשרי את השיח והדיון – גם לעצמך וגם עם סביבתך התומכת, כך תוכלי להפיק את הטוב ביותר מהתהליך של החיפוש שהספר מציע. ככל שתתקדמי בקריאה תוכלי לראות כי הספר מעלה שאלות ונוגע בנושאים חשובים בצורה שיטתית, שמטרתה לבנות את היסודות האישיים שלך בתחילה שיהוו את היסודות לבניית העסק שלך, שיגשים את חלומך. מרגע שבנית את היסודות הספר מתחיל להציג את האופציות ליישום היסודות, תוך ניסיון לגעת בנושאים המהותיים להקמת העסק וניהולו בצעדים ארבע וחמש.

לאורך תהליך יצירת העסק סביר להניח שתעלה דילמה לא פעם, כאשר הצורך בביטוי עצמי של צרכיך יתנגש עם הנורמות המקובלות בסביבה בה את חיה. הרשי לעצמך להתייחס לצרכים שלך, להגדיר אותם, לכבד אותם, ולאחר מכן נסי למצוא את הדרכים בהן תוכלי בכל זאת לתת להם מענה בסביבה בה את חיה. זהו תהליך מורכב, שעלול לעורר קשיים והתנגדויות אצלך ובסביבתך. תהליך מרגש ומרתק שעם הרבה סבלנות תוכלי בסופו ליהנות מתוצאותיו.

כולי תקווה כי הספר ישמש אותך בתהליך של הקמת העסק שאת עומדת בפניו, זהו תהליך מאתגר ומעניין. תהליך שדורש אנרגיה ומיקוד שלך עבורך ולעצמך. בתחילה יכול להיות שתחושי שזה לא קל, אבל ככל שתתמיד ותתקדמי, תקבלי עוד ועוד כלים ומידע שיוכלו לעזור לך להתקדם צעד ועוד צעד. תוכלי גם ליהנות מסיפורי ההצלחה של הנשים שהגשימו את חלומן ופתחו את העסק, ותראי שהכול אפשרי.

אנו חיים במציאות דינאמית, המשתנה ומתפתחת כל הזמן. גם העולם העסקי הנשי נמצא בתהליך התפתחות משמעותי בשנים האחרונות. החשיפה לפעילויות חדשות זמינה לנו, וכדאי להיות קשובים ופתוחים לקראתה. זהו ספר הדרכה ראשוני, המידע בו מתומצת ביותר ונכון לזמן כתיבתו ואינו יכול להיות תחליף ליעוץ. מומלץ להיוועץ בבעלות המקצוע בכל תחום ותחום העולה בו, לפני נקיטת פעולות. בפרק האחרון של ספר ההדרכה מפורסמת תמצית מידע על הגופים הפעילים בתחום, המידע עדכני למועד עריכת ספר זה ויתכן וישתנה. מומלץ בכל מקרה לפנות לגופים באזור מגוריך למידע נוסף.

המלצה אחרונה לפני שיוצאים לדרך, קני לך מחברת שאת אוהבת שתיהני לתכנן בה את העסק שלך, בה תוכלי לתעד לך את התהליך שאת עוברת, אליה תוכלי לחזור ולהתלבט בתכנון שהכנת.

את מזמנת להיות חלק מקבוצת הנשים היזמיות היוצרות את העולם העסקי הנשי החדש.

שיהיה לך בהצלחה!

צעד ראשון



חיפוש פנימי של הרעיון לעסק





רעיון לעסק

האם חשבת על רעיון לעסק? על מה חשבת? האם יש לך חלום שתצביע עליו? האם יש לך חלום שתצביע עליו? זהו הפרק הראשון שבעיקר ישאל אותך שאלות, הרבה שאלות, מאוד חשובות. לא על כולן אפשר לענות מייד, לא על כולן כדאי לענות מייד. הרשי לעצמך לקחת זמן ולהרגיש את הנושאים שעולים באמצעות השאלות. אחת הדרכים היותר אפקטיביות לנשים היא ההתייעצות עם חברות או קולגות. כאשר נשים מדברות על הדברים לפעמים הם נראים אחרת, ולפעמים הן רואות את הדברים מזוויות אחרות שאולי לא חשבת עליהן קודם. את עומדת לקחת את הצעד הראשון בתהליך, תיהני ממנו.

” ואז זה הכה בי - למה לי לחכות ולחפש פתרונות אם הם אינם בנמצא - נמצא אותם יש מאיין. עזבתי את חטלות הבית, נטשתי את המטבח במהומתו ורצתי אל החשב וכך בזהירות ניסחתי רעיון עסקי.”

מתוך יומנה של חירב אהור, יזמת שתיעדה את תחושותיה במהלך הקמת העסק שלה.

א. האם את יזמת?

שאלה טובה. נערכו לא מעט מחקרים, בניסיון לאתר את פרופיל התכונות של היזמת האידיאלית. התמהיל המוצג כאן הוא שילוב של כישורים ומיומנויות, שסביר להניח שלרוב בעלות ובעלי העסקים אין את כולם באותה המידה. נסי לבדוק עם עצמך, אילו כישורים ומיומנויות יש לך. לכל אחת תמהיל שונה, ולכל אחת איזון אחר של כישורים ומיומנויות האופייני לה. בשלב זה רק התרשמי מסקירת הפרופיל, וסמני לך את הדברים. אל תשכחי שתמיד ניתן לרכוש מיומנויות חדשות ולפתח כישורים שאנו לא מודעות אליהם בהכרח.

פרופיל היזמת האידיאלית

- 1. ביטחון עצמי:** במקצועיות שלך, ביכולות שלך, בעסק שלך, בעצמאות שלך. לקבל החלטות באופן עצמאי ולקחת אחריות על התוצאות שלהן. לדעת לבקש עזרה ולקבל אותה.
- 2. משמעת עצמית:** ניהול עצמי שוטף, יכולת תכנון מראש וביצוע בזמן, ירידה לפרטים תוך ראייה כוללת של המטרה, בקרה עצמית, ושיפור תוך כדי התקדמות.
- 3. מיקוד במטרה:** מסירות להגעה למטרה, אמונה ביכולת שלך לממש את חלומך, התמדה בדרך תוך התמודדות עם הקשיים והלחצים.
- 4. התמדה:** יכולת עבודה קשה לאורך זמן, גם אם יש ירידה ברמת החיים, עבודה של שעות רבות במשך השבוע ולעיתים בסופי שבוע וחגים, תלוי באופי העסק. ישנם עסקים הדורשים עבודה פיזית קשה, התמודדות במציאות משתנה כמו אופנות חולפות, תחרות ומתחרים.

- 5. זיהוי הזדמנויות:** יכולת ניתוח של המציאות והזדמנויות המופיעות בדרך, יוזמה ביצירת הזדמנויות, יצירתיות במימושן, התמודדות עם חוסר ודאות.
- 6. יכולת עסקית:** הבנה עסקית של המצב, הערכה עסקית, הפחתת סיכונים, ניהול כלכלי, שיווקי, מכירתי, תפעולי, אנושי, בין אישי, מקצועי של העסק. יכולת למידה, פיתוח מקצועיות בניהול העסק.
- 7. יכולת ניהול משא ומתן:** מתוך הערכה עצמית גבוהה והכרה בכישרונותיך, הגדרת היעד אליו רוצים להגיע, ניתוח ההצעה העסקית והבנת הכדאיות העסקית והאישית עבורך היזמת.
- 8. חיבור עצמי:** חיבור לרגשות, לתחושת הבטן, לאינטואיציות, לרצונות ולפחדים, יכולת הבנת הכוחות הרגשיים המשפיעים עליך כאישה, והפיכתם למקור כוח ייחודי שלך להקמת העסק וניהולו.
- 9. גיוס המשפחה:** הקרובה והרחוקה, החברים, השכנים, הקהילה ושאר הגורמים החיצוניים היכולים להשפיע או להיות מושפעים מפתיחת העסק, לטובת העסק ולתמיכה בך.
- 10. אומץ:** לצאת לדרך.

התרשמת? סימנת? אז בואי נתחיל....

ב. בדיקה עצמית

נשים רבות מרגישות מחוברות לעצמן ולרצונות שלהן, אבל כאשר הן עוצרות לרגע ושואלות שאלות לפעמים הן מגלות גם דברים חדשים. קחי לעצמך רגע של פסק זמן, שחררי את עצמך מכל מגבלה או מחסום, דמייני לעצמך עולם קסום ומדהים ללא מחויבות, ונסי לענות לעצמך על השאלות הבאות. אם את מרגישה שזה לא זורם, אל תהססי לדבר על התלבטויותיך עם חברותיך הטובות. אם את מרגישה שאת רוצה להחליף דעות ורשמים באופן חופשי עם נשים הנמצאות בשלב הדומה לשלך, תוכלי ליצור קשר עם אחד הגופים המופיעים בפרק האחרון של ספר זה. מטרת שלב זה היא ליצוק את היסודות שלך, לבניית עסק שיאפשר לך מימוש עצמי והגשמת חלומותיך, ככל שתאפשרי לעצמך לענות בכנות מלאה, כך תאפשרי לעצמך להגשים את משאלותיך שלך, ובמהירות.

מה החלום שלך?

מה תמיד חלמת לעשות ואילו החיים מנעו ממך לממש? האם יש לך חלום חדש שתצביע לממש אחרי שמימשת את חלומותיך הקודמים? נסי להתחבר לכמיהה הראשונית שלך, לדבר שחלמת תמיד שאת עושה ומרוויחה ממנו כסף.

דוגמא לחלום: לפתוח מספרה מדליקה וצעירה שתמשוך אליה את כל הנשים מהאזור.

מה החזון שלך?

החזון שלך האישי, הוא הדבר שתיהני ממנו אם תגשימי את החלום שלך. נסי לדמיין את המקום שבו יהיה לך טוב, שתהיה לך בו התחושה הכי טובה שאת הכי אוהבת, ותוכלי לממש בו את



החלום. זה יהיה המקום שאלי תשאפי להגיע כל הזמן. ומתוך הבנה שבו את רוצה להיות, תפעלי ותקדמי את עצמך כדי להגיע אליו.

דוגמא לחזון אישי: ליצור. להיות במקום של יצירה.

מניסיונה של יזמת | הסיפור של מיכל

מיכל בן-ארי, בת 35 נשואה ואמא לשני ילדים, מראש העין ילידת ישראל. הרגישה שהיא לא מתקדמת ונמצאת במקום נוח מידיי, ללא קשיים אבל גם ללא אתגר, ולכן חזרה לבדוק את המקורות שלה עם עצמה, היא הבינה שהגיעה לעיצוב הגראפי מתוך עניין באמנות. היא התחילה לחפש את הדבר הבא שיקדם אותה הלאה אחרי שהגיעה לרמה מקצועית שאפשרה לה זאת. בנוסף לכך, הילדים שלה גדלו ופחות הצטרכו אותה. היא התחילה לשאול את עצמה שאלות - אחת האפשרויות הייתה להגדיל את המשרד אבל המחיר לכך הוא להכניס יותר עבודות כדי לכסות את העלויות והיא לא רצתה בכך. בשיחה עם בעלה היא התחברה שוב למקורות שלה, של היצירתיות, הציור שכל כך אהבה. זה גם נתן לה מענה לתחושה לא נעימה שעולה בעבודתה הנוכחית. בה יש לה פחות מקום לכיטוי של היצירתיות שלה בעבודה עם הלקוחות. מיכל חיפשה מה היא הכי אוהבת ליצור, ואיפה היא יוצרת הכי טוב. היא גילתה שהיא יוצרת הכי טוב במדיה דיגיטאלית וקיבלה השראה ליצירתה מהעיר תל אביב שהיא כל כך אוהבת, ולכן משם היא התחילה ליצור. מיכל מאמינה שהדרך להגשמה מקצועית היא לחפש את המקום שאת אוהבת ונהנית ממנו, השילוב בין היכולת העסקית והרגשית הוא שילוב מנצח. היא פיתחה טכניקה דיגיטאלית לעבודות אמנות מאוד מיוחדות ויצרה סדרה על תל אביב, עליה קיבלה תגובות מצוינות מהסביבה. כיום היא משתתפת בתערוכות אמנות ומוכרת את עבודותיה.

← המשך יבוא

טיפ

התייעצי עם הקרובים אליך המכירים אותך

טוב שנים רבות, ועם אלו שאת מעריכה והכירו אותך בזמן האחרון. תופתעי לגלות שכל אחד מהם מכיר צדדים אחרים שלך שלא בהכרח היית מודעת אליהם.

מי את?

את מכירה את עצמך הכי טוב, ויודעת טוב מכולם מה טוב בשבילך. אבל, לפעמים "מה שרואים משם לא רואים מכאן". לכן טוב לעיתים גם להתייעץ ולהקשיב, לנסות ולראות את הדברים מזוויות אחרות, לבחון האם הזוויות המוצעות מתאימות לך, אם כן הרווח כולו שלך. רשמי לעצמך את חמשת הדברים הכי טובים שאת חושבת על עצמך.

מה הכישורים שלך?

לאורך השנים אנו מגלים בעצמנו כישורים שנולדנו איתם, את חלקם פיתחנו במשך הזמן וחלקם הזנחנו לטובת דברים אחרים. הרשי לעצמך להתבונן לרגע מן הצד בכישורים אלו, רשמי לך את כולם במחברת שרכשת לך כפי שהם עולים בראשך, גם את אלו שאולי נראים לך כרגע פחות רלוונטיים, כל אחד ואחד מהם יוכל לתרום לעסק שלך. לפעמים קשה לנו להגדיר לעצמנו את הכישורים שלנו. בפרק האחרון של הספר מצויינים שמות עמותות וקורסים שעוסקים בחיפוש העצמי ובגילוי.

דוגמאות לכישורים: יצירתיות, יכולת למידה, זיהוי הזדמנויות.

מה המיומנויות שלך?

אילו מיומנויות, יכולות, פיתחת לאורך השנים, שאינם בהכרח מולדות, אלא יותר נרכשות במהלך החיים? רשמי לך את כל המיומנויות שעולות לך במחברת תכנון העסק שלך. הן יוכלו לתרום רבות לך בהקמה וניהול העסק שלך. לפעמים קשה לנו להגדיר לעצמנו את המיומנויות שלנו. בפרק האחרון של הספר מצויינים שמות עמותות וקורסים שעוסקים בחיפוש העצמי ובגילוי.

דוגמאות למיומנויות: ניהול משא ומתן,

תקשורת בין אישית, תפעול, ניהול זמן, שיווק.

מה את אוהבת לעשות?

לכל אחת מאיתנו יש את הדברים שהיא באמת אוהבת לעשות, שיש בה את התשוקה הראשונית המהותית, מהבטן או מהלב, ליצור אותם. רשמי לך אותם במחברת תכנון העסק שלך, כפי שעולים בראשך כאשר את שואלת עצמך שאלה זו. אל תשכחי, אהבות רבות שלנו מקבלות ביטוי בתחביבים. מה שהיום תחביב יכול להיות פוטנציאל לעסק משגשג.

מה הייחודיות שלך?

זו אותה המיומנות או הכישרון או השילוב של השניים המבדילים בינך לבין סביבתך, והופכים אותך ליחידה ומיוחדת. רשמי לעצמך במחברת תכנון העסק שלך את אותם הדברים שמייחדים אותך, כמו שהם עולים בראשך, כאשר את שואלת את עצמך שאלה זו.

למשל: בהרבה מספרות נשים בעלות תלתלים יכולות להסתפר, אבל רק את במספרה שלך יודעת להעניק לתלתלים את הטיפול המתאים שגם אחרי חפיפה הם ישמרו על המראה הרצוי.

אילו ערכים חשוב לך שילוו אותך בעסק?

לכל אחת מאיתנו הערכים החשובים לה, היוצרים עבורה סביבה הנעימה לה לפעול בה. דמייני לעצמך את הסביבה שלך, אילו ערכים מאפיינים אותה? אילו ערכים יעזרו לך ללכת בדרכך לעבר מימוש חזוןך וחלומך? רשמי לך אותם במחברת תכנון העסק שלך.

למשל: יושרה, אתיקה מקצועית, ביטחון, יצירתיות, מקצועיות.

העסק שאת חולמת עליו

על איזה עסק את חולמת? מה הוא יעשה? אילו מוצרים או שירותים הוא יציע? מי יהיו הלקוחות שלו? איך את מדמיינת את המראה שלו? איפה הוא יפעל? במה הוא יהיה מיוחד? רשמי במספר שורות את הפרטים החשובים לתיאור עסק חלומותיך במחברת תכנון העסק שלך.

5 הצעדים לזיהוי הכישורים שלי

טיפ

1. רשמי לעצמך את כל הכישורים שלך
2. מה הם הכישורים שבזכותם הצלחת בעבודה עד כה?
3. אילו דברים את עושה בקלות?
4. בזכות אילו כישורים?
5. שאלי את קרוביך, אילו כישורים מאפיינים אותך?
6. בחרי מתוך כל הרשימות את הכישורים שחזרו הכי הרבה.
7. תיראי כמה שאת מוכשרת!

וזי גולן, מאמנת אישית ומלווה עסקית מוסמכת

מניסיונה של יזמת | הסיפור של דנה

דנה רוזנאי, רקדנית בטן מקצועית ומורה למחול מזרחי, בת 34 נולדה בעומר שבנגב ועברה לתל אביב לפני 13 שנה. דנה רוקדת מגיל צעיר, בילדותה למדה בלט והתעמלות אומנותית. למחול המזרחי הגיעה לפני כ-10 שנים בעקבות מפגש מקרי עם סרט תיעודי שעשו על הזמרת זהבה בן, שם זהבה שרה את השירים הקלאסיים בערבית. דנה צפתה בסרט והתאהבה מחדש במוזיקה.

המוצא של דנה בחלקו עיראקי, כאשר הייתה ילדה, נהגה להקשיב לשירים הללו עם סבתה, שהייתה מעריצה גדולה של הסרט הערבי שהוקרן בטלוויזיה בערוץ הראשון ביום שישי.

ההווי של ריקודי הבטן מהסרטים איכשהו הוטמע בדנה והחיבור מחדש לשורשים קרה כאשר צפתה בסרט על זהבה בן.

דנה החליטה ללמוד ריקודי בטן בתור תחביב. מתוך הרצון לחקור איך הגוף שלה "מדבר" את המוזיקה הערבית, היא החלה לפתח את זה יותר. גם המורה אצלה למדה דנה מאוד פרגנה ועודדה אותה. דנה החלה להופיע באירועי חברים חצי שנה אחרי שהתחילה ללמוד ריקודי בטן. זו הייתה טבילת האש הראשונה שלה. היה לה אומץ, היא הלכה והשכיחה חליפה ובשיא ההתלהבות הופיעה. היא כל כך נהנתה עד שהחלה להופיע בכל הזדמנות שהייתה לה. מהר מאוד היא החלה להופיע באירועים של קרובים ששמעו עליה, ואפילו קיבלה תשלום סמלי עבור הופעותיה. ככה צברה אומץ, ניסיון, ביטחון ואף מוניטין. ההזמנות זרמו אליה והיא העלתה את המחיר בהתאם להתפתחות שלה ולידע שצברה. לפני כחמש שנים החלה להופיע בתשלום המקובל בקרב הרקדניות המקצועיות מן המניין, זו הייתה הרגשה נפלאה להרגיש שייכת לרמה של הרקדניות המקצועיות בתחום. דנה התחילה לרכוש חליפות יותר יקרות להופעות יותר מקצועיות ופיתחה סגנון ריקוד ייחודי לה. כאשר דנה רוקדת היא מבטאת את הייחודיות שלה בריקוד בתנועות הידיים ובריקוד שכולו קשת של רגשות: אהבה, שמחה, שובבות, כאב, כעס, געגועים ועוד. דנה יוצרת עם הקהל קשר מאוד חזק של מגע חם ואוהב. ההופעה שלה תיאטרלית ומלאת הומור. היא ממש יוצרת סיפור, תוך שימוש באלמנטים של משחק. אחד הדברים החשובים ביותר לדנה הוא לשמור על קלאסה בריקוד. היא עובדת בצורה מאוד זהירה ומסתורית על הגבול הרק שבין חושניות ונשיות בריקוד, ללא הצורך להפגין פיתוי אלא נטו אומנות.

וכך דנה המשיכה לרקוד ולהופיע, ובמקביל התחילה ללמוד ריקודי בטן במכוני כושר, מרכזי מחול ואפילו פיתחה חוג מיוחד ללימוד ריקודי בטן של אמהות ובנות בגני ילדים.

רגע לפני שאת ממשיכה הלאה, היעזרי במחברת תכנון העסק שלך ובדקי עם עצמך, האם העסק שתיארת זה עתה יאפשר לך להגשים את החלום שלך? האם הוא מקדם אותך לעבר החזון שלך? האם הערכים שלך יוכלו להתקיים בו? כיצד באים לידי ביטוי הכישורים והמיומנויות שלך בעסק? האם הייחודיות שלך תורמות לו? נסי לחוש את העסק שלך יחד עם שאלות אלו, לא בטוח שכל התשובות עולות לך עכשיו, זה בסדר, עוד נגיע לשלב שבו תדרשי להן, עד אז סביר להניח שהן תעלנה.

ג. מה נדרש להקמת העסק שלך וניהולו?

באופן כללי תוכלי להתרשם ולבחון עם עצמך את הכלים הדרושים לעסק חלומותיך. בחלקם את שולטת ביד רמה, אחרים אולי תחליטי לרכוש.

בשלב זה נסי לבחון את צרכי העסק, ולתכנן כיצד תתני להם מענה. הקדישי לשלב התכנון את הזמן הדרוש לו, ככל תקפידי בפרטים בשלב התכנון, כך תגלי כי שלב הביצוע יהיה קצר יותר. אומנם זהו שלב ראשוני, והתכנון בו צריך להיות יותר ברמת המאקרו, ברמת התבוננות כללית על העסק. כדאי להתמקד בפרטים המהותיים לעסק ופחות בפרטים הקטנים הפחות משמעותיים. אך מומלץ להתעכב על תכנון השלבים בהם תשתמשי בכל משאב. למשל: יתכן ובשלב הראשוני של העסק יש לך את כל הידע הדרוש להקמתו, אך כדי לפתחו בשנה השנייה תידרשי ללימודים שעולים סכום לא מבוטל וישנן דרישות קבלה לאותם הלימודים. אם בשלב הקמת העסק תתכנני את צעדיך, ומראש תחסכי כסף ללימודים ותכניני את עצמך כדי לעמוד בדרישות הקבלה, תאפשרי לך ולעסק שלך את ההתפתחות הרצויה לו.

כישורים ומיומנויות

לאחר שתיארת את העסק שלך, בואי נבדוק מה הוא צריך. בשלב הראשון, בחני את הכישורים והמיומנויות שרשמתי לך שאת מודעת אליהם. בשלב השני בדקי אותם ביחס לכישורים והמיומנויות המופיעים בתחילת הפרק המתייחס לפרופיל היזמת האידיאלית. האם את מזהה כישורים ומיומנויות נוספים הדרושים לעסק שלך, שלא עלו עד כה? צרפי גם אותם לרשימותיך במחברת תכנון העסק שלך. סמני לך את כל הכישורים והמיומנויות שאת מרגישה איתם טוב, ויודעת שתוכלי ליישם בעסק שלך. את הכישורים והמיומנויות שנותרו ללא סימון כדאי לך לבחון, את רובם או כולם סביר להניח שתוכלי לרכוש ולפתח בעזרת גופים מקצועיים שיתאימו לצרכיך. פירוט הגופים מופיע בפרק האחרון של הספר. במידה ותבחרי שלא לרכוש את הידע, תוכלי לפנות לבעלי מקצוע שיעשו עבורך את העבודה. פירוט העמותות שבהן תוכלי למצוא את אנשי המקצוע מופיע גם הוא בפרק האחרון של הספר.

ידע

לניהול עסק נדרש ידע רחב במגוון תחומים כפי שראינו עד כה, זאת מעבר לידע המקצועי הנדרש לך כבעלת העסק שלך. בחני את הידע הנדרש לניהול עסק כפי שהזכר בחלק הראשון של פרק זה יחד עם הידע המקצועי המיוחד הנדרש לעסק שלך. סמני לך את כל הידע שאת מרגישה שיש לך. את הידע הדרוש שנותר לא מסומן תוכלי לרכוש באמצעות קורסים המותאמים לצרכי נשים המקימות עסקים. פירוט הקורסים מופיע בפרק האחרון של הספר. ידע עדכני ואיכותי זמין גם באתרי האינטרנט המפורטים בפרק האחרון של ספר זה.

תכונות פיזיות

מתוך אפיון העסק שלך, אילו תכונות פיזיות נדרשות לו? האם העסק יתנהל מהבית או מחוצה לו? האם יש צורך לשכור מקום חיצוני? כיצד הוא צריך להראות? מה הוא צריך להכיל? מהו המיקום האופטימאלי? קיימים מקורות מידע, מחקרים של ניתוח ענפי ואפיון צרכים של סוגי עסקים שונים ברשת האינטרנט. פירוט של אתרים אלו מופיע בפרק האחרון של הספר.



מימון

האם את צריכה עזרה במימון להקמת העסק? קיימות מספר אופציות לגיוס הכסף, עליהן נדון בהרחבה בהמשך בצעד הרביעי. חשוב כרגע שתדעי שישנן עמותות שמטרתן לפעול למען קידום נשים בעסקים. הן מקושרות לקרנות שבאמצעותן לרוב תוכלי לקבל את הכסף כהלוואה להקמת עסק חלומותיך... גם אם בבנק אמרו לך "לא". בפרק האחרון בספר תוכלי למצוא את פירוט הקרנות והעמותות שבאמצעותן תוכלי לפנות, והתנאים לקבלת ההלוואה.

בשלב זה חשוב יותר תכנון המימון שהעסק שלך יצטרך, קל יותר לקבל כסף כאשר מציגים תכנון הגיוני לעסק מאשר לבקש מימון כאשר העסק כבר נמצא במצוקה. מעבר לכך, התחושה הרבה יותר נעימה כאשר את רואה מול עינייך את הדרך בה את רוצה שהעסק שלך ילך, כך תוכלי להציג אותה בצורה ברורה למשקיעים או לכל גורם אליו תפני לגיוס הכסף, תחושי בטחון בדרךך ותדעי מה את רוצה, צריכה ומתי תצטרכי את המימון.

קשרים

אחד הכלים הטובים לקידום החלום שלך הוא יצירת קשרים עסקיים. רבים מהקשרים המקדמים ביותר נוצרים במקרה, אך באפשרותך ליזום וליצור קשרים המתאימים לערכיך ולערכי העסק שאת מקימה. בהמשך נדון בסוגי הקשרים העסקיים שכדאי לפתח לכל עסק. אחד הכלים ליצירת קשרים עסקיים הם הפורומים העסקיים. אלו הם מפגשים של קבוצת בעלות עסקים שמטרתן לקדם אחת את השנייה. חברות הפורום משתפות בידע שהן צוברות, הן יכולות לקשר לקוחות לעסק שלך, וליצור שיתופי פעולה עסקיים ביניהן. קיימים פורומים שחברות בהן רק נשים, הם פועלים למען הצרכים המיוחדים המאפיינים אישה המקימה את העסק שלה, בשלבים השונים מהרעיון ועד הניהול הלכה למעשה. ישנם פורומים שנהוג לשלם בהם דמי השתתפות בדרך כלל לכיסוי עלויות. פירוט הפורומים העסקיים מופיע בפרק האחרון בספר.

טיפ מומלץ להצטרף לפורום עסקי באזור מגוריך, שתרגישי שיש בו תרומה דו כיוונית, שאת יכולה לתרום לחברות הפורום וגם להיעזר בהן.

תמיכה סביבתית

אחד הקשיים היותר גדולים שלנו כנשים הוא ההתמודדות עם מגוון התפקידים שאנו ממלאות כבנות זוג, אמהות לילדים, מטפלות בהורים מבוגרים, מפרנסות. כשאת מחליטה להקים עסק, זהו צעד שישפיע על אופן מילוי תפקידך עד כה, והאופן בו החברה בה את חיה עשויה לתפוש אותך. חשוב שסביבתך תרגיש שהיא חלק מהשינוי, שתבין אותך, תתמוך בך ואף תיקח חלק פעיל ביצירת השינוי והקמת העסק. הקמת עסק הוא צעד גדול, ורתימת המשפחה לטובת הקמתו יכולה להפוך אותו לחוויה גדולה עוד יותר. אם את מרגישה שתמיכה תוכל לעזור לך לעשות את הצעד, ישנם קורסי העצמה ופיתוח שיוכלו לתת לך כלים נוספים להתמודדות זו. פירוט הקורסים מופיע בפרק האחרון בספר.

חניסיונה של יזמת | הסיפור של רחל

רחל (שם בדוי) מאזור המרכז, בת 40, עבדה כגזברית שכירה ברשות המקומית של אחד הישובים באזור המרכז. לאחר 15 שנות עבודתה הגיעה לתקרת הזכויות ברשות המקומית, והחליטה לחפש מקום חדש בו תוכל להתקדם ולהתפתח. היא פרשה בתנאים טובים, קיבלה את כל כספי הפיצויים שהייתה זכאית להם ואפילו מעבר ויצאה לדרכה החדשה. עכשיו שהיא לה זמן לעצמה, התחילה ליצור קשרים, להכיר אנשים חדשים. עלה לה רעיון לעשות יבוא של בגדי נשים מתורכיה, אמרו לה שזה מאוד זול ושאפשר למכור את הבגדים בארץ במחיר סביר ולהרוויח ממש טוב. אז היא לקחה את כל הכסף שקיבלה, עשתה הזמנה ראשונה מתורכיה, פתחה חנות בגדים באזור מגוריה, נתנה לה שם והתחילה למכור. ראתה כי טוב, אחרי כמה חודשים נוספים פתחה חנות שנייה מאוד דומה ובאזור של החנות הראשונה. המחירה כמה חודשים, ופתחה חנות נוספת בישוב סמוך. עכשיו כשנחה לרגע מהפיתוח של החנויות והתחילה לנהל אותן, גילתה שחסר לה ידע לעשות זאת. גילתה קשיים שיכלה להימנע מהם אילו הייתה עושה את הבדיקות המוקדמות. תוך כדי ההתמודדות היומיומית בניהול החנויות, גילתה בעיות בתכנון שכעת היא מתקשה לפתור אותן ללא תשתית עסקית. התחילה לקבל מלפונים מהבנק וכאשר פנתה אליהם לעזרה הם ביקשו לראות תוכנית עסקית, וזו הייתה הפעם הראשונה שהנושא עלה. כדי להתמודד עם המצב הכלכלי החדש היא סגרה את החנות הרחוקה יותר, חשבה גם שיהיה לה קל לנהל את העסקים הקרובים יותר אחד לשני. היא צמצמה חובות, אבל עדיין ההכנסות לא כיסו את ההוצאות, אז היא סגרה גם את החנות השנייה. חלפו מספר חודשים, והיא סגרה גם את החנות הראשונה שפתחה. היא הצליחה לכסות את החובות אבל נותרה ללא הפיצויים שיכלו לפתוח לה דלת חדשה. בימים אלו היא מסיימת קורס יזמות באחת העמותות ממרכז הארץ.

הפרק הראשון של הבדיקה העצמית הסתיים. לפעמים קשה לנו לענות על כל השאלות שעלו בפרק זה, וכדאי לקחת את הזמן הנדרש לכך. לכל אחת יש את הקצב שלה, ואת התשובות שלה. אפשר ומומלץ להתייעץ עם החברות והסביבה הקרובה, אבל חשוב שתשמרי על הרצונות שלך והתחושות שלך שיובילו אותך לאן שתרצי. לאחר שעברת את התהליך וניסחת לעצמך חזון, איך את מרגישה עם החזון שלך? האם כבר יותר קל לך לתאר לסביבתך את העסק שאת חולמת להקים? האם את מרגישה שיש לך מעט יותר מידע לקראת הקמת העסק? נסי לעבד את התהליך שעברת עד כה, הוא לא פשוט, קחי לעצמך זמן, דברי על הדברים, תרגישי אותם, קבלי תגובות מהסביבה שלך ובדקי עם עצמך האם את יכולה לקבל מהן משהו. חשוב שתרגישי נוח עם הדברים שעלו עד כה כדי תוכלי להמשיך בתהליך בצעדים הבאים.

נסחי לעצמך במשפט אחד את הרעיון שלך לעסק, איתו תמשיכי בתהליך בצעד הבא.

בואי ניקח נשימה אחת עמוקה ונצלול לדרך צלחה.



חיפוש פנימי לבדיקה ראשונית של הרעיון

2

הסיפור של נגא'ח

אין גלוטין, יש טעם

י. ת. בת ה-12 מפקיעין חולה בצליאק, ואסור לה לאכול מאכלים שיש בהם חיטה, שעורה ודגנים נוספים. אמה, נגא'ח, החליטה שבתה תאכל מאכלים טעימים בדיוק כמו שאר ילדיה, ובמשך 12 שנה היא מפתחת מאפים ללא גלוטין, טעימים לפחות כמו המקור.

בפקיעין, בשכונת חיילים משוחררים, הוקמה מאפיה ייחודית המייצרת מאפים ללא גלוטין המתאימים לחולי צליאק. סיפור הקמת המאפיה שזור בסיפור של בת המשפחה.

הילדה נולדה ב-1995 לנגא'ח ופאדל חיר. בגיל 7 חודשים התחילה הילדה לסבול מכאבים ולאחר סדרת בדיקות ואשפוז בבית חולים התבשרו ההורים שהיא סובלת ממחלה במערכת העיכול הנקראת צליאק.

לאנשים החולים בצליאק אסור לאכול חלבון הנקרא גלוטן, שנמצא בחיטה, שעורה, שיפון, שיבולת שועל וכנראה גם בקווקר. אכילת מזון המכיל גלוטן גורמת לפגיעה במעי הדק, והתוצאה: החולה סובלת מתת תזונה ללא קשר לכמויות המזון אותן הוא צורך.

הטיפול היחידי במחלה הוא הקפדה על תזונה ללא גלוטן. דיאטה נטולת גלוטן (אצל רוב החולים) מבריאה את המעיים ומאפשרת את ספיגת המזון.

גילוי המחלה אצל הילדה חייב את ההורים לכתת רגליהם למרכז הארץ ולחנאות טבע ולרכוש מוצרי מזון שאינם מכילים גלוטן (לחם נטול גלוטן, פסטה ומוצרים אחרים המיוצרים במיוחד עבור אוכלוסיה זו). עלותם של תחליפי מזון אלה גבוהה, וטעמם שונה ואינו דומה למאכלים המקוריים. העלויות הגבוהות יותר לא הטרירו את ההורים. מה שהציק לאם נגא'ח היה הטעם. נגא'ח לא הייתה מוכנה להשלים שאחד מילדיה לא יוכל לחוות טעם של מזון אמיתי, והחליטה: הילדה תאכל מזון טעים, בדיוק כמו שאר ילדיה.

במשך 10 שנים, בעקביות, מסירות ולא מעט כסף, עשתה נגא'ח ניסיונות בהכנת מוצרי בצק המכילים: קמח תירס, קמח תפוז, אורז וחומוס (שאינם מכילים גלוטן) ושהיו תחליף נאות למאפים. הניסיונות היו ארוכים ולפעמים מתסכלים. היה צריך להגיע לנוסחאות הנכונות בשילוב חומרים שאינם מכילים גלוטן וליצור בצקים שיהיו פריכים, בעלי טעם דומה ושגם ניתן יהיה לשמרם בהקפאה. כל בני הבית היו שותפים בתהליך, אם ברכישות חומרי גלם או בטעימות.

לאחר תקופה ארוכה של ניסיונות, ניתן לומר שנגא'ח הצליחה ובגודל. מגוון המוצרים מרשים וטעמו אף עולה על המקור. ניתן כיום לרכוש סדרה של מוצרים במחירים המתחרים במוצרים הרגילים. בין המוצרים: פיתות, סמבוסק במילויים רבים ומגוונים, עוגיות, בצק לתחתית של פיצה, מנקושה - פיתה ועליה זעתר ו/או פלפל. בדבר אחד, אומרת נגא'ח, עדיין לא הגיעה לתוצאה הרצויה: הכנאפה שלה אמנם טעימה, אבל עדיין לא כמו המקור. אבל היא בטוחה שממש בקרוב הילדה תוכל ליהנות גם מכנאפה טעימה לפחות כמו המקורית. את המוצרים ניתן לרכוש בבית משפחת חיר בשכונת חיילים משוחררים בפקיעין.

בימים אלו קיבלה נגא'ח הצעה מעניינת ביותר להרחבת העסק באמצעות שותפות ואף יצוא מוצריה למכירה בהולנד, מעניין מה ילד יום...



בדיקה ראשונית של רעיון לעסק

בצעד הקודם בדקנו את הרעיון שלך לעסק. בשלב זה נערוך בדיקה ראשונית לעסק והסביבה העסקית המתאימה לו. נעשה זאת כהמשך לתהליך החיפוש העצמי שעברת. הכישרים, המיומנויות והייחודיות שלך יהפכו לכלים לפיתוח ובדיקת הרעיון לעסק. בפרק זה, תהליך הבדיקה מורכב משני שלבים. האחד הוא בחינה של התכנון מראש של כל אחד מהפרטים בפני עצמו. השלב השני יעשה באמצעות הסתכלות כוללת על ההשפעות המשולבות של כל הפרטים יחד. נתחיל מהגדרות העסק, נעבור לעסקים קיימים בתחום, נתקדם לשלב אחד נוסף לבדיקה ענפית כדי לבחון השפעות חיצוניות יותר לעסק, ולבסוף נשקלל את סה"כ הנתונים שנאספו לכדי הערכת כדאיות ראשונית לעסק. הערכה זו תאפשר בדיקה ראשונית של העסק והגדרה ברורה יותר, שתאפשר להעריך את פוטנציאל ההצלחה של העסק יותר במדויק, ואת הכדאיות לכתיבת תוכנית עסקית. בכל מקרה כל המידע שנאסוף בפרק זה ישמש אותך גם בתוכנית העסקית.

יתכן ותגלי כי יש צורך בבדיקה מפורטת יותר של חלק מהמידע שאספת עד כה, ובתכנון מעמיק יותר. הקדישי לכך זמן ואנרגיה כמה שתרגישי שצריך, ככל שתבדקי את הפרטים מראש ואת ההשפעות שלהם בשלב התכנון, שלב הביצוע יהיה לך קל יותר ועם פחות הפתעות.

רשמתי את יומי הראשון כאשת עסקים ואני מסכמת אותו כך:

1. מצוקה יוצרת יוזמה 2. חוסר בהירות אצלי היא נקודת חולשה והאחרים מריחים אותה ביתר קלות 3. אם אני אאמין בעצמי אחרים יאמינו בי.
 עצרתי לשניות ספורות וכמו הקראתי לעצמי את השורות המתנגנות משעות הבוקר, שוב ולאט, לא האמנתי עד כמה הן מתאימות דווקא לי דווקא היום כשהבנתי שיש לי רעיון עסקי - מקור לחירות אותה חיפשתי שנים רבות. היום זה קורה לי משהו טוב אני מרגישה שזה גבוה אבל זה מרגיש כל כך קרוב"

מתוך יומנה של חירב אמור, יזמת שתיעדה את תחושותיה במהלך הקמת העסק שלה.

א. הגדרת העסק

הגדרת העסק מתבססת על הרעיון לעסק שלך שניסחת בצעד הקודם, ממנו נמשיך הלאה. ישנה חשיבות רבה לרצף התהליך, במידה וחלף זמן נסי לרענן את זיכרוןך מעבודתך במחברת תכנון העסק שלך. יכול להיות שתראי את הדברים אחרת, ולכן חשוב שלפני שאת ממשיכה בתהליך, תרגישי שלמה עם הרעיון לעסק שלך.

תחום העיסוק

זהו מעגל ההשתייכות הראשוני של העסק, בו פועלים עסקים שעשויים להיות מתחרים לעסק שלך ועשויים לייצר מוצרים או שירותים שמשלימים את העסק שלך. יש למעגל ההשתייכות כללי משחק מקובלים, לפעמים שפה מקצועית שכדאי להכירה וכמובן נורמות וערכים המקובלים בו. ברגע שתגדירי לעצמך במדויק את תחום העיסוק, יהיה לך קל יותר בבדיקת הרעיון העסקי שלך.

דוגמא להגדרת תחום עיסוק לרעיון עסקי: מטפלת בילדים באמצעות בעלי חיים. תחום העיסוק הוא טיפול, קהל יעד שיקבל את הטיפול הם הילדים (במקרה זה הקהל שירכוש את הטיפול יהיו ההורים), אמצעי הטיפול הוא בעלי חיים. במקרה זה יתכן ובעלי החיים יוסיפו מעגל השתייכות נוסף של זואולוגיה או וטרינריה על מעגל ההשתייכות של הטיפול.

הייחודיות של העסק שלך

מהו הדבר ההופך את העסק שלך לייחודי במוצר או בשירות שהוא מציע ללקוחותיו הפוטנציאליים? יתכן שקיימים כבר לא מעט עסקים כמו זה שאת רוצה להקים, אבל ברגע שתגדירי במה הוא יהיה שונה וייחודי כך שיגרום ללקוחות לרכוש את שירותיך או מוצריך במקום אלו של מתחרייך, תוכלי ליצור אבחנה ברורה בינך לבין סביבתך. גם אם לא קיימים עדיין עסקים דומים שלך, כדאי לך להגדיר את הייחודיות של העסק שלך. זה יהיה מה שהלקוחות שלך יזכרו ויעריכו גם כאשר יפתחו עסקים חדשים באזורך.

קהל היעד

מי הם הלקוחות שאת רוצה שיהיו לעסק שלך? הגדירי פרופיל ראשוני שלהם שיתייחס לגילם, האם נשים או גברים, מקום מגורים שלהם, הכנסה, הרגלי רכישה של המוצרים או השירותים שלך, יכולות הרכישה שלהם, מה הם יאהבו במוצריך או שירותיך, מה יגרום להם לרכוש יותר או פחות אותם.

למשל: עסק לשמלות לאירועים. פרופיל הלקוחות האידיאלי יהיה של נשים עם הכנסה משפחתית בינונית גבוהה, שגרות בשכונת מגורים יוקרתית בקרבת העסק, שהולכות להרבה אירועים ולכן זקוקות לתחלופה גבוהה של שמלות יוקרתיות ויכולות לרכוש בתדירות גבוהה. הן יאהבו את ייחודיות העיצוב שלך בשמלות ולכן יעדיפו להגיע אליך לעסק למדוד לפני שילכו לעסקים אחרים. שירות נעים ומאזן מחיר הגיוני ביחס לתמורה שהן מקבלות בעסק הם הגורמים שישיעו עליהן בתדירות הרכישה החוזרת.

הצורך

הכוונה היא לצורך של הלקוחות שלך, על איזה צורך העסק שלך עונה? על איזה צורך עונים המוצרים או השירותים של העסק שלך? נסי להתבונן בעסק שלך מנקודת המבט של הלקוחות שלך, האם העסק עונה על צורך קיים של הלקוחות? מהו אותו הצורך? מה יגרום ללקוחות שלך לרכוש את מוצרייך או שירותייך כדי לענות על הצורך שלהם? מהו הגבול שבו כבר לא ירכשו? במידה ואינך מזהה צורך קיים בקרב לקוחותייך, זה הזמן להתחיל להרהר בשאלה: כיצד אפשר לעורר צורך חדש בקרב לקוחות העסק? זהו אתגר שיווקי מעניין שעל פי רוב ניתן לפתרון בעזרת כלים שיווקיים יצירתיים. במקרה הצורך תוכלי להיעזר ביועצים השיווקים של העמותות, המופיעות בפרק האחרון של הספר.

רישום פטנט

המטרה של רישום מוצר כפטנט היא להגן על רעיון המוצר ומפני חיקויים לפרק זמן מוגדר ובתנאים מסוימים. הרעיון של רישום הפטנט הוא להעניק בפרק זמן זה ליצרן בלעדיות ביצור ובמכירת המוצר שלו בשוק בו רשום הפטנט, וכך הוא הנהנה הבלעדי מהמכירות של המוצר. רק כאשר תוקף הרישום של הפטנט פג יכולים להיכנס מתחרים לשוק. לרישום הפטנט עלויות לא מבוטלות, והוא מצריך התמודדות עם בירוקרטיה שלעיתים מומלץ לערב בה עו"ד בעל ניסיון בתחום. כדאי לבדוק תחילה את הכדאיות של רישום הפטנט לפני שמתחילים את התהליך. ניתן לקבל פרטים נוספים לכך אצל רשם הפטנטים, או בעמותות המופיעות בפרק האחרון של הספר.

ב. מקום הפעילות של העסק

אחת השאלות המכריעות להצלחת עסק היא מקום הפעילות הפיזי של העסק. עדיין מוקדם לקבל החלטה, אבל כדאי להתחיל בחשיבה ובבדיקה. ישנם מספר גורמים המשפיעים על קבלת ההחלטה.

הנוחיות שלך

הגדירי לעצמך תחילה את המרחב בו לך יהיה נוח לפעול, תוך חשיבה כוללת על יתרת מחויבויותיך לעצמך ולסביבתך. קחי בחשבון את שיקולי ההגעה למקום העסק כזמן נסיעה ותנועה. נשים רבות מגלות כי קל להן ונוח להן לנהל את העסק בקרבת מקום מגוריהן, הן יכולות כך להשקיע את זמןן בעיקר, כמו הבית והעסק ופחות בטפל כמו, זמן הנסיעה.

צרכי העסק

מהם שעות הפעילות המקובלות של העסק והאם ישנן מגבלות עירוניות לפעילות של סוג עסקים כמו זה שאת מבקשת להקים. מה הם הצרכים הפיזיים של העסק שלך (גודל, חלוקה לחללים, מטבח, שירותים, חניה)? האם ישנם חוקים שמגדירים צרכים (**למשל: במסעדה צריכה להיות הפרדה מוגדרת בין השירותים לבין אזור האירוח**)? מומלץ לבדוק במאגרי המידע הענפי המופיעים בפרק האחרון בספר, ובמוקד העירוני של העיר בה תרצי להקים את העסק מהם ההנחיות הקיימות לגבי הקמת העסק.

המפגש עם הלקוחות הפוטנציאליים

לאחר שהגדרת את פרופיל הלקוחות של העסק שלך, בבואך לבחור מקום להקמת העסק, כדאי לקחת בחשבון את התנהגותם והלך מחשבתם. באילו מקומות הם מסתובבים בשגר? לאילו מקומות הם ישמחו להגיע כדי לפגוש את מוצרייך? מה הם השיקולים שיגרמו להם להגיע למקום בו מתנהל העסק שלך? מה הם השיקולים שימנעו מהם להגיע למקום בו מתנהל העסק שלך?

מתחרים

באילו מקומות פועלים המתחרים? האם ישנו מקום גם לעסק שלך במקומות אלו? האם ריכוז העסקים בתחום העיסוק של העסק שלך, יתרום או יפגע בעסק שלך? האם כדאי להיות ראשונה בתחומך באזור אליו מגיעים לקוחותיך הפוטנציאליים? התבונני בעסקים המתחרים ונסי לאסוף מידע לגבי אופי פעילותם, יתרונותיהם, חולשותיהם, התנהגות לקוחותיהם.

למשל: באיזו מידה כדאי להקים חנות נעליים ברחוב שידוע שבאים לקנות בו נעליים, או ברחוב שעדיין אין בו חנות נעליים, אבל הומה בקהל הלקוחות הפוטנציאליים.

הגמות בענף

בהמשך נדון במגמות הענפיות ובהשפעות על העסקים המשתייכים אליהם, חשוב לבדוק האם הן משפיעות על אופי קבלת ההחלטות לגבי מיקום העסק שלך?

למשל: אם הממשלה החליטה על מתן הטבות לעסקים יצרניים שיוקמו באזורי פיתוח, כדאי לבדוק כדאיות כלכלית של שתי החלופות, אחת של ההקמה במקום שתכננת ללא ההטבה, ושנייה באזור פיתוח עם ההטבה.

תכנון עלויות

לאחר שעברת ובדקת את כל הגורמים עד כה, הגדירי לעצמך את האזורים הפוטנציאליים שנתרו להקמת העסק. האם יש אזורים שאת מעדיפה על פני האחרים? אם כן התחילי לבדוק עלויות של השכרת מקום לפי הצרכים שהגדרת עד כה. הכיני לעצמך רשימה ראשונית של עלויות הכרוכות בהקמת העסק במקום בו את בוחרת. בדקי האם העלויות פרופורציונאליות למקובל בענף כפי שמופיעים במחקרים הענפיים. חלקם מופיעים באתרים המפורסמים בפרק האחרון של ספר זה. כאשר את מכינה את תכנון העלויות בדקי במידת האפשר את ההשתנות של המחירים, האם מתוכננת עליית מחירים או ירידת מחירים בתחום? האם ישנה מגמה של עליית / ירידת שכר הדירה באזור בו את מתכננת להקים את העסק? ככל שתטיבי בתכנון העלויות כך תוכלי לקבל החלטה על סמך מידע מציאותי ורלוונטי, ומתוך תחושת בטחון.

מניסיונה של יזמת | הסיפור של עירית

עירית (שם בדוי) בת 38 מאזור חיפה, למדה צורפות באחד מהמוסדות המובילים בתחום, ולפני כשש שנים פתחה עסק ביתי. היא החלה למכור לחברות, הן הביאו את החברות שלהן וכך מעגל הלקוחות שלה התרחב. עם הזמן החלה להשתמש בחומרי גלם יותר יקרים, עברה לעצב בכסף איכותי ובשיבוץ של אבני חן יקרות. היא החלה למכור בחנויות יוקרה והעסק התפתח. באחד הימים הלכה לשירותים בגרנד קניון בחיפה, אחד הקניונים היותר גדולים ומצליחים באזור, היא ראתה חנות ריקה עם שלט "להשכרה". התלהבה מאוד מהרעיון שתוכל למכור ישירות ללקוחות וכך לא תצטרך לשלם עמלה לחנויות, חזרה לביתה התייעצה עם בעלה והחליטה שהיא הולכת לפתוח את החנות הראשונה שלה בקניון הכי מצליח באזור. השקיעה לא מעט כסף בשיפוץ החנות כדי שתוכל לתת במה וביטוי לתכשיטים שלה, פתחה את החנות, וגילתה שאנשים שעוברים במקום הם בדרך לשירותים או בחזרה מהם. אנשים לא מגיעים לשם כדי לקנות, ובוודאי לא כדי לקנות תכשיטי יוקרה. היא ניסתה להפעיל את הכלים השיווקים שהכירה עד כה, אבל הם לא הגדילו את המכירות שלה. הלקוחות שנהגו להגיע אליה לסטודיו הביתי העדיפו להמשיך להגיע לשם, גם בגלל המרחק וגם בגלל התחושה הביתית, הן לא רצו את ההמוניות של הקניון. היא ניסתה להיעזר בכלים השיווקים של הקניון כדי ליהנות מקהל הלקוחות שבמילא מגיע לקניון, אבל גילתה שקהל זה מגיע לשם כדי לראות סרט, לעשות קניות מהירות או לבלות עם הילדים. גם כאשר לקוחות הגיעו לחנות שלה, הם לא קנו, משהו שם לא התחבר להם לחוויית הקניון שחיפשו. עירית הצטרפה לפרום עסקי של נשים מאזור מגוריה, שנרתמו לעזרתה לנסות ולפצח את הסוגיה. הן הזמינו למעגל מרצה שעסקה בנושא של הגדרת העסק וצרכיו, תוך כדי הרצאה נפל לעירית האיסמון: היא לא עשתה בדיקה מקדימה בקניון, לא דיברה עם לקוחותיה הקיימים, לא הגדירה לעצמה את העסק שלה, אילו הייתה עושה זאת הייתה מיד מגלה את הפער הגדול בינו לבין הקניון. היא סגרה את החנות בקניון והחליטה לחפש מקום חדש בו תוכל להעביר את האיכויות של העסק שלה ולשמור על הביתיות והחמימות המעוצבת שלו.

ג. האם עצמאות, שותפות, זכיינות?

אחת השאלות שכדאי לחשוב עליהן בשלב זה, ישנן מספר אופציות להקמת עסק משלך. לכל אחת היתרונות החסרונות, והשיקולים השונים שכדאי לחשוב עליהם. עיקרם מוצגים בחלק זה.

עסק עצמאי

כאשר את מקימה עסק עצמאי משלך, את יכולה באמצעותו להגשים את חלומך וחזונך. את יכולה לבחור את היקף הפעילות המתאים לך, את אופן ההתנהלות של העסק, את הקצב המתאים לך. העסק יכול להיות עולמך שלך, פרי יצירתך. ניהול העסק על רבדיו השונים מוטל עליך כבעלת העסק.

עסק בשותפות

אחד היתרונות של הקמת עסק בשותפות הוא הפוטנציאל לקיום סינרגיה, העבודה המשולבת של שתי השותפות תוביל לתוצרים רבים יותר מעבודתן בנפרד. כאשר הצדדים עובדים בתיאום ובשיתוף פעולה, ישנה הפריה הדדית, שילוב כישורים ומיומנויות שתורמים לפיתוח מואץ של העסק בהתאם לחזונו והתכנון העסקי שלו. כמו בזוגיות גם בשותפות עסקית מומלץ לבחור פרטנרית

מתאימה, בחלומותיה, בחזונה ובערכיה. ישנה אפשרות לחלוק את נטל העסק בין השותפות בהתאם לכישורים והמיומנויות של כל אחת, אך האחריות היא משותפת על העסק כולו.

עסק בזכיינות

אופציה נוספת היא רכישת זכיינות, כלומר: לרכוש את האפשרות להקים עסק כסניף של רשת חנויות קיימת וכך ליהנות מהיתרונות של תשתית מוכנה כמו המוניטין. מצד אחד תוכלי להיות עצמאית ומצד שני ליהנות ממטריה מקצועית שתלמד ותכשיר אותך לפי הצורך. יש לכך גם חסרונות כמו עלויות גבוהות ראשוניות של רכישת הזכיינות, מחויבות לנהלים של הרשת העשויים להגביל אותך בהתנהלותך, תלוי באופי הרשת. מידי פעם מתפרסמות מודעות בעיתונים של רשתות המחפשות זכיינים. אופציה נוספת ליצירת קשר היא להחליט איזו רשת מעניינת אותך לפי תחום העיסוק שבחרת, ולפנות אליה לקבלת פרטים. כדאי לך לבדוק את הצעת הרשת באיזו מידה היא מתאימה לחלומך וחזונך, מה הם ערכי הרשת ובאיזו מידה הם מתאימים לך. במידה וישנה התאמה, בדקי את הצעתם הכלכלית לעומקה. לפעמים נדרשים להשקיע כסף רב כדי לרכוש את הזכיינות ולאחר מכן מגלים כי לא קל להרוויח את הכסף ולהחזיר את ההשקעה.

כל אחת מהאופציות הללו מעניינת, אבל הכי חשוב שהיא תתאים לך ותאפשר לך להגשים את חלומך וחזונך. חשבי עליהן ובדקי עם עצמך, מה האופציה המתאימה ביותר עבורך. בכל אופציה שתבחרי תוכלי למצוא את הדרך והכלים להגשים את חלומך, הבחירה בידיך.

ד. עסקים קיימים

עד כה בדקנו את הרבדים השונים בעסק שלך והתייחסנו בעקיפין לעסקים הקיימים כמתחרים. בשלב זה נבחן מעט יותר את התנהלות העסקים הקיימים בתחום העיסוק שלך עם דגש על מרחב הפעילות בו עתיד לפעול העסק שלך - הסביבה העסקית שלו.

תחום העיסוק

מי הם העסקים הפועלים בתחום העיסוק שלך באזורך? מה הם תחומי ההתמחות של כל אחד מהעסקים? מה היא הייחודיות של כל אחד מהם? מה הם המוצרים או השירותים שהם מציעים? מי הם הלקוחות של כל אחד מהעסקים? האם יש מכנה משותף ביניהם? מהו המקום הפיזי של כל אחד מהעסקים? האם יש מכנה משותף במקום שנבחר? כמה זמן קיימים כל אחד מהעסקים?

מגמה עיקרית

האם את יכולה לזהות שינוי או תהליך המתרחש במשך השנה האחרונה ומשפיע על עסקים אלו? האם את יכולה לזהות תחילתו של שינוי החל בעסקים אלו או באופי התנהלותם?
למשל: האם הם עושים יותר מבצעי מחיר בזמן האחרון, או החלו להעלות מחירים? אלו יכולים להיות סימנים למגמות בתחום, כדאי לשוחח עם בעלות או בעלי עסקים על העסק שלהם והתנהלותו.

שחקנים עיקריים

השחקנים העיקריים באזורך הם בדרך כלל העסקים הגדולים יותר, המוכרים יותר, בעלי ההשפעה. כדאי להקדיש זמן להתבוננות בהתנהלותם, כיצד הפכו למוכרים וגדולים? מה היתרונות שלהם? מה הייחודיות שלהם? מה הלקוחות שלהם חושבים עליהם? האם את רוצה שהעסק שלך יתנהל כדוגמתם? האם ישנו שחקן מוביל אחד מתוך השחקנים העיקריים? ההובלה יכולה לקבל ביטוי במבצעים שהוא עושה, במוצרים החדשניים שהוא מביא, בתפישה של הלקוחות את העסק או בכל פרמטר אחר שמציב אותו כראשון שאחריו יתרת העסקים השחקנים הולכים.

שחקנים משניים

השחקנים המשניים הם העסקים הקטנים יותר או הפחות משפיעים, לרוב בעלי מאגר לקוחות מוגדר ומצומצם, או בעלי לקוחות מזדמנים. גם להם כדאי להקדיש זמן מחשבה, מה הופך אותם למשניים? האם זה יתרון או חסרון? האם הם היו רוצים לגדול, אם כן מה מונע מהם? האם הם מרוצים ממצבם? אם כן מדוע? האם היית רוצה שהעסק שלך יהיה כמותם? באיזה מובן?

שחקנים שנעלמו

האם היו עסקים שפעלו בתחום העיסוק של עסקך ונסגרו בזמן האחרון? מה הם הסיבות לסגירתם? מה יכול למנוע את סגירתם?

רשמי לך במחברת תכנון העסק שלך, את כל הפרטים הרלוונטיים שאת יודעת, סמני לך את אילו שאת פחות מכירה או רוצה לבדוק יותר לעומק. ישנה חשיבות רבה בהכרת העסקים הקיימים בתחום עיסוק העסק שלך, מתוך המידע הזה תוכלי לבדוק את הייחודיות של העסק שלך, האם היא באמת ייחודית? האם ישנן נורמות שכדאי שגם יקבלו ביטוי בעסק שלך? ישנה חשיבות לפיתוח העסק שלך שיגשים את חלומך בצורה הטובה ביותר ויקדם אותך אל חזונך, אך יחד עם זאת ישנה חשיבות ליכולת של העסק שלך לפעול במציאות הקיימת, ולעשות זאת בהצלחה. ערכי בדיקה מקיפה של הנתונים החסרים, והשלימי אותם.

ה. בדיקה ענפית ותת ענפית

זוהי בדיקה שמידת החשיבות שלה משתנה בהתאם למידת האקטיביות של הענף העסקי אליו העסק שלך משתייך. מהו ענף עסקי? זוהי הגדרה של אוסף עסקים שתחום עיסוקם משותף, וההכללה מאפשרת להחיל על כל העסקים תקנות, הגבלים וגם מענקים בהתאם לצרכים והמגמות של העסקים. מומלץ לכל הנשים המתכננות להקים עסק, להכיר את הענף אליו העסק שלהן משתייך. גלומות בו הזדמנויות רבות לצד השפעות שאם תכירי בהן מבעוד מועד תוכלי להיערך ברמה העסקית בצורה הטובה ביותר. רוב המידע זמין לציבור במחקרים הענפיים המפורסמים ברשת האינטרנט.

דוגמא: בעלת עסק הרוצה לייצר עוגות למכירה בחנויות, משתייכת לענף המזון. העסק שלה יצטרך למשל לעמוד בהנחיות משרד הבריאות לענף זה, אך יוכל גם ליהנות מהטבות לענף של משרד המסחר והתעשייה, אם קיימות.

השתייכות לענף

לכל ענף נורמות פעילות משלו, החלטות ממשלתיות המשפיעות על העסקים כהטבות כלכליות, איגודים מקצועיים המקדמים את האינטרסים של בעלי העסקים, מחקרים ענפיים שחלקם מתפרסמים באינטרנט. לכל ענף מגמות שזיהוי מוקדם שלהן יוכל לעזור לך להיערך מראש, אם תזיהי את עסקך כשייך לענף כזה או אחר. ישנם מאגרי מידע רבים, הפניות לחלקם מופיעות בפרק האחרון בספר זה.

השתייכות לתת ענף

במהלך השנים ככל שענפי הפעילות גדלו, החלו לצוץ התאגדויות של תתי ענפים שיש להם מאפיינים מדויקים יותר עם צרכים ייחודיים להם מיתרת הענף אליו הם משתייכים. תתי הענפים פיתחו לעצמם איגודים מקצועיים, כללי התנהגות משלהם, וחלקם הצליחו לפתח משאבים עצמאיים. קיימים ברשת האינטרנט פורומים של האיגודים המקצועיים שהכניסה אליהם מורשת רק לבעלי מקצוע של אותו תת הענף, שם ניתן לקבל מידע רב, עצות ותמיכה מקצועית. כדאי לבדוק האם העסק שלך משתייך לתת ענף מסוים. יתכן שהשתייכות שלו לתת הענף תאפשר לו ליהנות מהטבות הענף מצד אחד, ומהצד השני תשמור עליו מפני המגמות השליליות של הענף כולו.

דוגמא: אם שכרם של העסקים בענף הטיפולי נשחק, יתכן כי העסקים הפועלים בתת ענף של הטיפול בילדים שומר על שכרו ואולי אף בעליה.

צרכים חסרים בענף

זיהוי צרכים חסרים בענף, יכול להוות לך כלי עסקי מהותי לפיתוח ייחודיות של העסק. מתוך המחקרים הענפיים שקראת, האם את יכולה לזהות צרכי לקוחות שאין עסקים שעונים עליהם? או אולי ישנם עסקים הנותנים מענה לצרכים חסרים אבל זה אינו תחום המומחיות שלהם? האם את יכולה להקים עסק שיתמחה במתן מענה לצרכים אלו? במה העסק שלך יהיה ייחודי במענה לצורך? האם ישנה חשיבות למקום בו יוקם העסק שלך במתן מענה זה?



כמה הלקוחות משלמים

מתוך הנתונים המופיעים במחקרים הענפיים, מהו התשלום שהלקוחות משלמים עבור השירותים או המוצרים הקיימים? בדקי זאת גם בעסקים באזור מגוריך, מה הם השיקולים שמינעים אותם לשלם מחיר זה? כמה להערכתך הם ישלמו עבור המוצרים או השירותים של העסק שתפתחי?

האם הוקמו בעבר עסקים כאלו? מדוע לא הצליחו?

האם ישנה התייחסות במחקרים לשאלה זו? האם ישנה התייחסות למגמות בענף שהשפיעו על סגירה או פתיחה של עסקים? האם השפעות אלו רלוונטיות לעסק שאת רוצה להקים? אם כן, כיצד אפשר להתמודד איתן? בדקי גם עם עסקים קיימים ותכנני בהתאם את העסק שלך.

גופי מענה

לרוב הענפים ישנם גופים פעילים המקדמים את האינטרסים של בעלי העסקים, גופים מקצועיים ענפיים היכולים לתת מידע ותמיכה, שאת רובם תוכלי למצוא ברשת האינטרנט. קיימים גופים נוספים היכולים להעניק סיוע בהיבטי ניהול העסק הנשי, רובם מופיעים בפרק האחרון של ספר זה במיונים שונים לנוחותך.

חניסיונה של יזמת | הסיפור של ג'מילה

ג'מילה מסרי, בת 37, נשואה ואם לשני בנים. נולדה בעכו ולאחר נישואיה עברה להתגורר בכפר ג'דידה. למדה במכללת הגליל המערבי לתואר הנדסאית איכות הסביבה. פרויקט הגמר של התואר שלה עסק בבעיית ניקוז מי הביוב בכפרים הערביים. זהו נושא שהעסיק אותה, בגלל המצב הקיים בכפרים, אומנם היה ניקוז של המועצות האזוריות, אך עדיין המענה שהן הציעו לא הספיק לצורך הקיים.

לאחר מספר שנים שג'מילה ניסתה להתקבל לעבוד בתחום עיסוקה, כהנדסאית לאיכות הסביבה, ולא הצליחה, היא החליטה בכל זאת לחזור ולתת פתרון לתחום שכל כך העסיק אותה, הפעם יחד עם בעלה. היא לקחה קורס להקמת עסק של המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי שנפתח בעכו, חזרה לקרוא את העבודה שכתבה לתואר הראשון. היא פנתה למועצות האזוריות שער אז היו היחידות ששאבו ביוב, ונעזרה במהנדסים שלהן, כדי להגדיר את הבעיה הקיימת באזור. היא נעזרה בהם לעשות את הבדיקות בענף ובאזור, לאפיין את הקשיים הקיימים, להכיר את החומרים שאיתם יצטרכו לעבוד ואת הציוד שיצטרכו לרכוש. ג'מילה עשתה בדיקות של שימוש בכפרים, באיזו תדירות שואבים את הביוב, באיזה ימים, כמה פעמים חסר לתושבים שאיבה ובאילו כפרים ועוד. לאחר שאספו את כל המידע מאנשי המקצוע, מהתושבים ומהמועצות האזוריות, הם פנו לבנק לקבלת הלוואה להקמת העסק "הביובית".

← המשך יבוא

1. בחינת כדאיות ראשונית

בדיקת הכדאיות הראשונית לוקחת בחשבון את כל המשתנים שבדקת עד כה, מעניקה להם פרופורציה ריאלית, כדי שבסופה תוכלי להעריך האם כדאי להמשיך בבדיקות להקמת העסק או שבשלב זה כבר נדלקות נורות אדומות שראוי להתייחס אליהן לפני המשך השקעה בתהליך הבדיקה. נורה אדומה יכולה להיות אובייקטיבית כנתון כלכלי ויכולה להיות סובייקטיבית כביטוי של רצונך או שאיפותיך. כך או כך הקדישי לבדיקות זמן ומשאבים עד שתרגישי שמצאת פיתרון שאת מרגישה איתו נוח ובטוח להמשיך בתהליך.

הערכת היקף הענף ותת הענף

הערכת ההיקף יכולה להיעשות בכמה צורות, האחת היקף המכירות של הענף ב-ש בשנה קלנדרית, השנייה בכמות המוצרים או השירותים ביחידות הנמכרות בשנה קלנדרית. מהו הנתח של כל אחד מהשחקנים העיקריים בענף? נתונים אלו מופיעים בדרך כלל במחקרים הענפיים. במקרים בהם אין מחקרים ענפיים מסודרים, ניתן להעריך מתוך המידע הקיים ברשת האינטרנט, ומאסוף נתונים של עסקים הפועלים באזורך.

הערכת היקף הלקוחות

הערכת היקף הלקוחות הפוטנציאליים יכולה להיעשות בכמה רמות, הראשונה מתבססת על הגדרת קהל היעד באזורך. ניתן להסיק זאת מתוך הנתונים המתפרסמים באתר האינטרנט של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה. השנייה – מתוך הנתונים של הלקוחות הקיימים כפי שמופיעים במחקרים הענפיים. השלישית – מתוך הנתונים העולים מהשיחות עם בעלי העסקים באזורך. שילוב הנתונים יחד, יניב בסבירות גבוהה את הערכה הקרובה יותר למציאות.

הערכת היקף הצורך

מתבססת על נוסחה ובה מכפלה פשוטה של שלושה גורמים. מספר הלקוחות הפוטנציאליים, כפול התדירות שכל אחד מהם ירכוש בממוצע בשנה את המוצרים או השירותים, כפול מספר המוצרים או השירותים שהוא ירכוש בכל פעם, האם תוכלי לעמוד בהיקף ייצור כזה בשנה? במידה ולא, מהו היקף הייצור שתוכלי לעמוד בו?

למשל: נניח שמספר הלקוחות הפוטנציאליים של העסק לעיצוב שמלות ערב הוא 30 נשים, שבממוצע מבצעות רכישה כל 3 חודשים, בכל פעם הן רוכשות שמלה אחת, הערכת היקף הצורך היא 120 שמלות בשנה.

הערכת עלות המוצר או השירות

כדי להעריך את העלות, חשבי את כל המשתנים המרכיבים את המוצר בעלותם היחסית למוצר או השירות.

למשל: הערכת עלות של שמלה תכלול את עלות הבדים רק עבור השמלה הבודדת, החוטמים, הכפתורים וחומרי הגלם שמרכיבים את אותה השמלה, עלות זמן התפירה של התופרת או התשלום לתופרת חיצונית, עלות זמן הגיהוץ של השמלה או עלות הגיהוץ אם את מוסרת

אותה לגיחה חיצוני, עלות זמן המדידות והתיקונים אם יש צורך, עלות הקולב והנרתיק בו תימסר השמלה ללקוחה. סכום העלויות של כל משתנים אלו היא העלות של השמלה הבודדת. כדאי לבדוק שהעלות הסופית ריאלית לשוק. יתכן וניתן להקטין אותה על ידי רכישת חומרי גלם זולים יותר, התייעלות בזמן עבודה, רכישת חלק מהשירותים מבעלי מומחיות שיעשו את העבודה טוב יותר, בזריזות רבה יותר ובמחיר זול יותר.

הערכת מחיר המוצר

מהו המחיר שהלקוח ישלם עבור המוצר שלך? בדקי עם עצמך אילו היית הלקוחה, בדקי עם סביבתך כמה היו משלמים עבור המוצר, נסי להעריך מהו המחיר הגבוה ביותר שהלקוחות ישלמו עבור המוצר שלך? מהו המחיר הנמוך ביותר שהלקוחות ישלמו עבורו? האם טווח המחירים שקיבלת הוא המקובל בענף אליו משתייך העסק? האם טווח המחירים שקיבלת מקובל באזור בו את מתכננת להקים את העסק שלך? זכרי, שהלקוחה מצפה ליהנות מתועלת המוצר בתמורה למחיר שהיא משלמת. כל מחיר הוא אפשרי ובלבד שהתועלת תהיה ברורה ללקוחה תהיה מוחשית ותגרום ללקוחה לשלם בעבורה.

מהו הרווח הגולמי של המוצר שלך

הרווח הגולמי הוא המחיר של המוצר ללא מע"מ פחות העלות של המוצר שחישבנו בסעיף הקודם. בדקי במחקרים הענפיים מהו הרווח הגולמי המקובל בענף שלך, אם הרווח הגולמי של המוצר שלך גבוה מזה המקובל והמחיר צרכן של המוצר סביר ביחס למקובל בענף, זהו מוצר בעל פוטנציאל חיובי עבור העסק שלך. אם הרווח הגולמי של המוצר נמוך, כדאי להקטין עלויות עד שתגיעי לרווח הגולמי המקובל בענף. בדקי כך את יתרת המוצרים שאת מתכננת.

בדיקת מחירי השוק

בדקי עם העסקים הקיימים באזור בו את רוצה להקים את העסק את טווחי המחירים של מוצרים דומים לשלך. האם ישנו הפרש בין המחירים? האם לאור בדיקתך הלקוחות ישלמו את ההפרש עבור המוצר שלך? מדוע הם ישלמו כאשר יש להם חלופות זולות יותר? האם המחירים באזור זה דומים לממוצע מחיר הענף כפי שמופיעים במחקרים הענפיים? האם כדאי לך לבחון אזורים אחרים להקמת העסק בו המוצר והמחיר שלו יהיו יותר אטרקטיביים? מה הן העלויות האחרות להשכרת המקום? האם הן גבוהות יותר?

צפי תדירות רכישה

מהי להערכתך תדירות הרכישה של המוצר שלך במחיר שאת מתכננת? אם תשני את המחיר, האם התדירות רכישה תגדל? אם כן, הגדירי לעצמך 3 מדרגות מחיר שונות שבהן עדיין הרווח הגולמי של המוצר לא יהיה נמוך מהממוצע הענפי. בדקי עם עצמך באיזו תדירות היית רוכשת את המוצר בכל אחת מדרגות המחיר, בדקי עם סביבתך. נסי להתייעץ עם בעלי עסקים מהתחום, עם הגופים התומכים המקצועיים, חלקם מופיעים בפרק האחרון בספר זה. האם תוכלי לעמוד בתדירות ייצור זו? במידה ולא, כדאי לשקול מחיר גבוה יותר, כך תיהני מרווח יותר גבוה ומתדירות ייצור שתתאים לך.

הערכת פוטנציאל היקף המכירות של העסק

בדומה לנוסחה לחישוב היקף המכירות בעמוד הקודם, נבצע מכפלה של ארבעה גורמים. מספר הלקוחות הפוטנציאליים, כפול התדירות שכל אחד מהם ירכוש בממוצע בשנה את המוצרים או השירותים, כפול מספר המוצרים או השירותים שהוא ירכוש בכל פעם, כפול המחיר הממוצע של כל אחד מהמוצרים או השירותים בהנחה שיש מבצעי הנחות או עליות מחיר במהלך השנה.

למשל: נניח שמספר הלקוחות הפוטנציאליים של העסק לעיצוב שמלות ערב הוא 30 נשים, שבממוצע מבצעות רכישה כל 3 חודשים, בכל פעם הן רוכשות שמלה אחת, במחיר ממוצע לשמלה של 4,000 ₪. הערכת היקף פוטנציאל המכירות של העסק הוא 480,000 ₪ לשנה.

האם העסק צריך השקעה ראשונית

מתוך הערכת העלויות הכרוכות בהקמת העסק, כמו: השכרת המקום באזור בו את מעדיפה, הערכת העלות של הציוד וחומרי הגלם הראשוניים שתצטרכי לרכוש כדי לייצר את המוצרים הראשוניים, יש לבחון האם יש צורך בכסף להשקעה ראשונית. בהנחה שבחודשים הראשונים של העסק לא יהיו הכנסות, או שההכנסות יהיו נמוכות, מהו הסכום הנדרש לחצי השנה הראשונה? האם יש לך את הכסף למימון העסק? למחיה? מטרת שאלות אלו היא להעריך את המצב הקיים כדי לתכנן ולמצוא את הדרך הטובה ביותר למענך להקמת העסק שלך. בואי ננסה לבחון את האופציות. העדיפות הראשונה היא לקבל הלוואה מהמשפחה, אם אפשר ללא ריבית. עדיפות שנייה היא לפנות לבנק בו יש לך כבר חשבון ולבדוק איתם מה הם יכולים להציע לך. אם הם לא מוכנים לתת לך הלוואה האופציה השלישית היא לפנות לאחת הקרנות הפועלות היום לקידום יזמות של נשים, לכל אחת מהקרנות תנאים משלה. אבל חשוב שתדעי בשלב זה שישנן קרנות הנותנות הלוואה בתנאים מאוד נוחים גם לנשים שהבנק לא הסכים לתת הלוואה, וחלקן אינן דורשות ביטחונות. בפרק האחרון בספר זה מופיעות חלק מקרנות אלו. בהמשך המדריך נדון בשיקולים בבחירת הלוואה. התרשמי מהאופציות הפתוחות בפנייך, ברוב המקרים גם כאשר המצב הכלכלי של היזמת אינו טוב ישנן קרנות שיבואו לקראתה במתן הלוואה בשילוב של ליווי מקצועי, במידה והרעיון העסקי של היזמת מגובש ויש לה תוכנית עסקית טובה. לפעמים כדאי לשקול יעוץ פינונסי מקצועי בשלבי התכנון, שיחסוך סיטואציות בעייתיות בהמשך, שהייעוץ לצאת מהן יעלה הרבה יותר.

מניסיונה של יזמת | הסיפור של ג'מילה - המשך

הרעיון של ה"ביובית" ענה על צורך קיים בכפרים הערביים, הם ערכו את כל הבדיקות הראשוניות, אך לגימילה ולבעלה לא היה כסף להקים את העסק. הם פנו לבנק לקבלת הלוואה למרות שלא היו להם חסכונות. מנהל הבנק ביקש ערבים, אבל לא היו להם ערבים שיחתמו על הסכום שהיו צריכים. מנהל הבנק כל כך האמין בהם שהוא והסגן שלו חתמו להם ערבות על הלוואה, כדי שיתחילו בכתיבת החוכנית העסקית ושיוכלו לפתוח את העסק. אבל אז הסביבה הרימה גבה, איך אישה תעסוק בביוב, או היא ובעלה חילקו ביניהם את העבודה, בעלה יעסוק בפיוז, והיא תנהל את העסק. ג'מילה אומרת שהיא מוכנה לעזור לבעלה היום גם בפיוז, אבל בעלה לא רוצה, מעדיף שתתרכזו בניהול העסק. היום ג'מילה חברת הנהלה של עמותת נבע. היא שותפה בקידום העסקים של כל חברות העמותה, וממשיכה להעביר הלאה את החזון של הקמת עסקים לנשים ערביות.



בהנחה שהכסף להשקעה ראשונית יהיה זמין עבורך, האם הרעיון לעסק שלך נראה כדאי בשלב זה? המשמעות של עסק כדאי, היא תשובה חיובית וריאלית על כל אחד מהסעיפים שעברת עד כה. אם לא, מה הם המשתנים שאת מזהה כבעייתיים? כיצד תוכלי לפתור אותם? תמיד תוכלי להיעזר בכל אחד מהגופים המקצועיים לכך המופיעים בפרק האחרון בספר. מומלץ וכדאי להיוועץ בשלבים אלו של תכנון העסק, בכל נושא או תחום שאת חשה שיש צורך בבדיקה נוספת, עד שתחושי שהנושא פתור עבורך.

במידה והרעיון לעסק נראה לך כדאי בשלב זה, בעמוד הבא מוצעות חמש שאלות להגדרה מדויקת ובשלה של הרעיון לעסק שלך, ממנה נמשיך אל התוכנית העסקית.

ז. הגדרה מדויקת של העסק אותו רוצים להקים

לאור תהליך הבדיקה שערכנו עד כה, יתכן שהמידע הנוסף שאספת מהסביבה ומעמך יאפשר לך לצייר תמונה של העסק. בשלב זה ננסה בעזרת חמש השאלות הבאות לדייק בהגדרת העסק ולתת לו תיאור מדויק של תחום העיסוק.

השאלות

1. מה העסק שלך עושה?
2. אילו שירותים הוא נותן?
3. מי הם הלקוחות שלו?
4. איפה הוא פועל?
5. מה ייחודו?

לאחר שענית על שאלות אלו, נסי לנסח אותן למשפט קצר וקולע.

למשל: עסק לפיתוח אפליקציות באינטרנט, שמוכר הקמת אתרים ללקוחות פרטיים קטנים בכל הארץ, שצריכים אתרים כשוטרים זולים.

בדקי עם עצמך לרגע, איך את מרגישה עם הגדרת העסק שניסחת זה עתה? האם את שלמה איתה? במידה ועדיין לא, נסי לשחק איתה, לנסח אותה מחדש עד שתרגישי בנוח איתה. בדקי את הגדרת העסק עם קרוביך, האם היא ברורה להם? האם מתוך הגדרת העסק הם מבינים במה העסק שלך יעסוק? במידה ולא המשיכי לשחק עם הגדרת העסק עד שתהיה ברורה ושאת תרגישי עימה שלמה.

זהו, הגיע הזמן לעבור לכתיבת התוכנית העסקית לעסק שלך. הנתונים שאספת לבדיקה הראשונית ישמשו אותך בכתיבת התוכנית העסקית, אז בואי נצא לדרך, זה הולך להיות מעניין.

הסיפור של אנה

איך יוצאים לחופשה

בשנת 1990 עליתי לארץ מרוסיה עם בן זוגי, כשאני בת 20. גדלתי בסביבה בוהמית, בתרבות של הנאה, אלכוהול, בילויים, תחושה של חופש וניתוק מוחלט. במציאות בה דיבורים על כסף והצלחה פיננסית נחשבו כמשהו לא מנומס, נמוך מדי לאנשי אמנות.

בגיל 24 מצאתי את עצמי במצב מעניין: שני ילדים קטנים, ללא בעל, ללא כסף, ללא השכלה וללא כל סיכוי להצלחה. נאלצתי לשכוח את הנימוסים ולפרנס את המשפחה הקטנה שלי ע"י תרגומים, עריכת והגשת חרשות ברדיו. במקרה, פגשתי מעצבת תפאורות להצגות והיא שאלה אותי האם אני יודעת לתפור. אמרתי "בטח, הרי אני מרוסיה!" נכון לאותו הזמן ידעתי לתפור רק וילונות עם תפר ישר. הגברת הציעה לי לתפור תלבושות מקצועיות להצגת "דון גיובני" לאקדמיית רובין. תוך חודש התחלנו וסיימנו 11 תלבושות. לאחר חוויה זו יכולתי לתפור כל דבר: שמלות ערב, שמלות כלה וכו'. במקביל עסקתי בעיתונאות. מאחר ולמדתי אומנות בגיל צעיר, ידעתי יסודות של ציור והתחלתי גם לעסוק בעיצוב אתרים באינטרנט.

בשנת 2000 הכרתי את בעלי הנוכחי (הרביעי בעצם) בחברת היי־טק, בה עבדתי כמנהלת פרויקטים ותיקי לקוחות והוא עבד כמנהל רשת. כמו רוב חברות ההיי־טק, גם חברה זו נפלה במשבר הגדול של ההיי־טק ופשטה את הרגל. שנינו נשארנו בלי משכורות, עם חובות עצומים והיינו משוכנעים שאנחנו יודעים טוב מאוד אין לנהל עסק עצמאי. מאחר ושנינו כבר הגענו למסקנה שלעבוד כשכירים זה לא בשבילנו, אז במקום לפנות ללשכת התעסוקה פתחנו את חברת "וירטואל סטייל בע"מ" והמשכנו לעסוק באותם דברים שעשינו בעבודה האחרונה שלנו כשכירים: בנייה, אחסון אתרים וניהול שרתים.

במשך כמה שנים חשבתי שניהול עסק זה לחתום הסכמים ולהפיק חשבונות, וכל הקשיים הפיננסיים הם בעצם אותם קשיים שיש לכל העצמאים. חשבתי גם שעבודה 24 שעות ביממה זה מחיר כבד עבור עצמאות. אך בשלב מסוים התחלתי להגיע למסקנה לא נעימה שלא אני בעלת העסק אלא העסק הוא הבעלים שלי ושלא אני שולטת בעניינים. נהפוך הוא, העסק הוא ששולט בחיים שלי. מסקנה נוספת שהגעתי אליה, שאני ראויה להרבה יותר מאשר לצמצם את ההוצאות ללא אפשרות אפילו לצאת לחופשה לפחות בארץ, שלא נדבר על חו"ל.

בשלב זה פגשתי במקרה את לנה גורארי מעמותת סביבה תומכת. אולי פגשתי אותה במקרה אך הייתי מוכנה ליה, כי אחרת לא הייתי שמה לב בכלל לדברים שאמרה. הייתי מוכנה לעשות שינויים, פתוחה לתפישת עולם שונה ולרכישת כלים חדשים.

התחלתי את הקורס של העמותה "מלוות עסקיות" בלי מטרה מדויקת. לא ידעתי בשביל מה אני צריכה את זה ומה אעשה עם זה אחרי הקורס. גיליתי שבעולם הגדול קיימים לא רק אותם קשיים שאני נתקלתי בהם אלא גם





הצצה לעולם העיסקי באמצעות תוכנית עיסקית

3

כן פתרונות ידועים. גיליתי גם שבמשך זמן רב בלבדתי בין "עצמאות" ולבין "ברידות". למדתי לא להתבייש ולא לפחד מההצלחה. בשבילי הרעיון הכי מהפכני בכל התהליך הזה היה מודעות לכך שכסף זה לא מטרה אלא אמצעי להשגת מטרות. מה היה הדבר הראשון שעשיתי אחרי הקורס? יצאתי לחופשה. לאחר 10 שנים של עבודה קשה. פעם ראשונה בחיים שלי. אין לי מילים לתאר את ההרגשה. אז הבנתי סוף־סוף מה הם הערכים האמיתיים בחיים שלי: משפחה והתפתחות עצמית.

היום העסק שלי הוא לא מקום שמשעבד אותי, אלא מקום לפיתוח רעיונות והגשמת החלומות שלי. בין הלקוחות שלנו: בנק ישראל ומשרדי עורכי דין ופורטלים גדולים בשפות שונות. במקביל אני מנחה ומרצה בעמותת סביבה תומכת, משתדלת להעניק מהניסיון והידע שלי לנשים שעוברות תהליך של הקמה וניהול עסק כמו שאני עברתי.

אני אמא לשלושה ילדים וזה לא פחות חשוב מכל ההישגים שלי בעסקים.

היום, אחרי מה שאני עברתי אני יודעת בוודאות שכל אישה יכולה להשיג כל דבר שהיא רוצה.

תוכנית עסקית

התוכנית העסקית מאפשרת לך לרכז את כל הנתונים להקמת העסק, באמצעותם תוכלי לתכנן את הדרך בה תבחרי את הנתבי לעסק שלך אל עבר הגשמתו. התוכנית מתחילה ממהות העסק, עוברת לתוכנית השיווק והמכירות, תוכנית התפעול והפיננסים ולבסוף מסכמת באמצעות תוכנית פעולה שמטרתה לפרוט את הפעולות הנדרשות ליישום התוכנית. זהו הכלי עבורך להוצאה לפועל של התוכנית העסקית ולניהול שוטף של העסק. במהלך ביצוע התוכנית תגיעי לצמתים בהם תצטרכי לקבל החלטות, להסיק מסקנות ולעדכן תחזיות באופן שוטף כחלק מתהליך בחינת ההשפעות וקבלת החלטות. השתמשי בדוחות אלו ככלי למהלך ניהול העסק. הם יאפשרו לך התבוננות כוללת וממוקדת על העסק. בנוסף, יתכן ותגלי תוך כדי העשייה נתונים חדשים שישפיעו על התוכנית העסקית. בסיטואציה כזו מומלץ לעדכן אותה, ליצור תחזיות חדשות שישמרו על חזון העסק ומטרותיו, ולהתאים אליהן את תוכניות הפעולה המעשיות. המשמעות של צעדים אלו היא תכנון מתמיד של העסק שלך קדימה, מכל נקודה או שלב בו הוא נמצא. התכנון אף פעם לא נפסק, היתרון בתכנון בהווה הוא החיסכון בעתיד במשאבים ואנרגיות מיותרות. ישנן פעמים בהם למציאות תכנון משלה שלא בהכרח עולה בקנה אחד עם התכנון שלך, אבל המידע והידע שצברת במהלך התכנון הראשוני יקלו עליך בהתמודדות עם המציאות החדשה. בכל שלב או התלבטות תוכלי להתייעץ עם אנשי המקצוע המופיעים בפרק האחרון של ספר זה. סדר חלקי התוכנית העסקית יכול להשתנות מבעלת עסק אחת לשנייה בהתאם לתפישת העסק שלה בעיני רוחה. ישנן נשים שיעדיפו לקדם את העסק בהתאם ליכולת התפעולית או הפיננסית, ואחרות בהתאם לתפישה השיווקית. הובלת התוכנית העסקית מתוך תפישה שיווקית מתבססת על האמונה כי ניתן ליצור מציאות חדשה בהתאם לחלום ולא מתוך מגבלות תפעוליות או פיננסיות, הניתנות לפתרון בכלים המוצעים בספר, ובגופי המענה המופיעים בפרק האחרון בספר זה. חלק ניכר מהמידע הדרוש לבניית התוכנית העסקית אספת למעשה לצורך הבדיקה הראשונית. בהנחה שלא חלף זמן רב או משמעותי בו היו שינויים בשוק, משלב איסוף הנתונים לכתיבת התוכנית, תוכלי לעשות שימוש באותם הנתונים. ישנן מספר דרכים להכין תוכנית עסקית לעסק שלך, תוכלי לעשות זאת בעצמך ולהיעזר בפרק זה. במקרה הצורך תוכלי לפנות לכל אחת מהעמותות המופיעות בפרק האחרון של ספר זה, ולהיעזר בתוכניות וביעוץ שלהן. בכל דרך שתבחרי שמתאימה לך, הקדישי זמן לתכנון מדויק של העסק שלך באמצעות התוכנית העסקית, שתלווה אותך גם בניהול העסק ובתכנונו לאורך חייו.

"חשבתי על העסק שלי כעל בחירת בן זוג. הרי כשבחרתי בן זוג לא יצרתי פשרות באהבה; אני לא נכנסת לשם כי פשוט נוח לי - אני מחש אוהבת - וכאן טמון סוד ההצלחה, חייבים להיות מאוהבים בעסק ובעיסוק."

חתוך יומנה של מירב אמור, יזמת שתיעדה את תחושותיה במהלך הקמת העסק שלה.

א. מהות העסק

זוהי התבוננות יותר ממוקדת בעסק המבשיל בתהליך לקראת הקמתו, בדומה לתהליך שעשית בפרק הראשון בבדיקה העצמית. אנו נשתמש בחלק מהכלים שרכשת כבר לצורך הגדרת מהות העסק.

1. העסק

חזון עסקי

בפרק הראשון בספר זה הגדרנו את החזון האישי שלך, מהו המקום שבו את רוצה להיות, שאליו את שואפת. בפרק זה אנו עוסקות בעסק שאת רוצה להקים ובודקות גם עבורו את החזון שלו. החזון העסקי הוא המקום שבו העסק שלך יפעל ובו תוכלי להגשים את החלום שלך. המושג של חזון עסקי נתפש כמשהו לא מוחשי שקשה לתאר אותו. כל אחת מאיתנו רואה למרחק אחר, אך ברגע שתגדיר לעצמה באופן נקודה אליה העסק שלה ישאף להגיע, תוכל להתקדם אליה בבטחה. הנקודה באופן היא החזון העסקי, זהו המקום הרחוק ביותר שאת יכולה לחזות בו היום כאשר את מתבוננת אל העתיד. אפשר להגדיר את החזון לפרק זמן מוגבל, לשלוש שנים או חמש שנים. החזון העסקי יגדיר את נקודת היעד אליה העסק ישאף להגיע בפרק זמן זה.

תהליך הגדרת החזון מורכב ולוקח זמן. אם תאמיני בעצמך ובחלומך, תדמיני לעצמך את המקום האידיאלי של העסק שלך, תראי את החזון שלו לנגד עיניך. לאחר שאת מגדירה לעצמך את החזון העסקי, בדקי מהי מערכת הגומלין עם החזון האישי. האם החזון העסקי מאפשר לך להגיע לחזון האישי? נסי להרגיש כל אחד מהם, ואת השילוב בין השניים, מה הם מעוררים בך? האם עולה בך רצון להתחיל ולפרוט אותם לצעדים לפעולה? אם כן, כנראה שאת מוכנה לצאת לדרך.

דוגמא: אם נמשיך עם הדוגמא מהפרק הראשון, החלום של היזמת היה לפתוח מספרה מדליקה וצעירה שתמשוך אליה את כל הנשים מהאזור. החזון האישי שלה היה יצירה. החזון העסקי שלה יכול להיות חדשנות. החדשנות שהיא תכניס למספרה תאפשר לה לבטא בצורות רבות יותר את היצירתיות, היא תמשוך יותר לקוחות למספרה ותהפוך ליותר פופולארית, תאפשר לה לגבות יותר כסף עבור שירותיה, שיאפשרו לה להשקיע יותר בפיתוח התספורות והשירותים היצירתיים שהיא תציע ללקוחותיה. וכך החזון העסקי יאפשר ליזמת לממש את חלומה ולהתקדם לעבר מימוש החזון האישי של היצירה.

ערכים

הערכים הם היסודות של העסק עליו הוא יבנה ואותו הם ילוו לאורך חייו. הם מגדירים את האופן בו העסק יפעל להגשמת חזונו בביצוע מטרותיו ויעדיו.

דוגמא: אמינות, שירות, מקצועיות

מטרות

המטרות של העסק הן הצעדים אותם העסק ירצה לעשות כדי להתקדם אל עבר הגשמת החזון. הן מתעדכנות במשך הזמן, בכל פעם שהעסק משיג מטרותיו כדאי להתבונן במצבו ולהציב בפניו מטרות חדשות המתאימות לאותה המציאות.

יעדים

היעדים הם ניסוח כמותי של המטרות, שביצועם תחום בפרק זמן מוגדר מראש, במהלכו העסק יפעל כדי להגיע אליהם. היעדים צריכים להיות ריאליים, ומקדמים אל עבר השגת המטרות.
דוגמא לעסק שמעצב שמלות אירועים מהפרק הקודם: החזון העסקי – עיצוב חווייה. הערכים: עיצוב, יצירתיות, איכות, אמינות, הומור. מטרה – פתיחת חנות קונספט. יעד – פתיחת החנות תוך 3 חודשים מקבלת ההלוואה.

חניסיונה של יזמת | הסיפור של דנה < המשך

דנה בעלת בית הספר לריקודי בטן. כאשר דנה מתבוננת אל העתיד, אל החזון שלה, היא מאמינה שבעוד שלוש שנים יהיה לה את הבית ספר המצליח ביותר לריקודי בטן בישראל. היא תהיה במקום של שפע כלכלי הרבה יותר מהיום, ואפילו תגשים עוד חלום של פרסום הספר שהיא כותבת בימים אלו. היום דנה גאה בצורה מדהימה בעסק שלה, בכל בוקר כאשר היא נכנסת לעסק היא מתרגשת נורא, היא מבינה שזה שלה ושהיא יצרה זאת במו ידיה. היא מתמלאת תחושות של גאווה, סיפוק, התלהבות ושמחה.

2. תיאור העסק

בשלב זה תוכלי לעשות שימוש במידע שאספת בשלב הבדיקה הראשונית, אך שימי לב, זה המקום לרכז רק את הנתונים הרלוונטיים שאספת עד כה, שישמשו אותך לקבלת החלטות בהמשך. אין צורך בכל המידע שנחשפת אליו, אלא רק במידע בעל הערך והמשמעות עבור העסק שלך וקבלת החלטות לגביו בתוכנית העסקית. למשל: התייחסות לנקודות החוזק של העסק בפני עצמו וביחס לסביבתו בענף ובמציאות העסקית הפיזית באזור שאת מתכננת להקים אותו. היבט חשוב ביותר, הוא ההתייחסות לחולשותיו של העסק שלך בכל אחד מהמעגלים: בפני עצמו, ביחס לסביבה העסקית שלו, ביחס לתת הענף ולענף העסקי אליו הוא משתייך. נסי להגדיר מה הן ההזדמנויות העומדות בפניו מתוך הניתוח הענפי שעשית והכרות עם העסקים הקיימים בענף. פרמטר נוסף וחשוב שיקבל ביטוי בחלק זה הם האיזומים העשויים להשפיע על העסק. איום יכול להיות ברמה הענפית כגון: חקיקת חוק חדש שיכול להגביל את העסק וכפועל יוצא איים על ההכנסות המתוכננות. איום גם יכול להיות ברמת העסקים הקיימים כמו התחזקות של אחד מהם בצורה משמעותית שתשפיע על התנהגות הלקוחות.

הגדרת תחום עיסוק

זהו תחום העיסוק שהגדרת בצעד הקודם, הוא מתייחס למה שהעסק עושה, לשירותים או מוצרים שהוא מציע, ללקוחות הפוטנציאליים למרחב הפעולה של העסק ולייחודו.

תחום פעילות ענף

זהו הענף שזיהינו בצעד הקודם אליו משתייך העסק שלך. לענף נורמות התנהלות עסקיות ייחודיות לו, גופים מקצועיים, מגמות ושחקנים שכדאי להכיר ולהבין כיצד הם יכולים להשפיע על העסק שלך.

תחום פעילות תת ענף

זהו תת הענף שזיהינו בצעד הקודם אליו משתייך העסק שלך. לתת הענף מאפיינים עסקיים משלו ויכולות השפעה על העסק שלך שכדאי לקחת בחשבון. ישנם ענפים עסקיים שאין בהם תתי ענפים עסקיים פעילים. באלו שכן, בדרך כלל הם יפעלו למען צרכי העסקים הרלוונטיים לתת הענף ולפעמים יצליחו להשיג הטבות ותנאים מיוחדים שאינם חלים על כלל הענף.

מגמות ענפיות

לכל ענף תהליכים ושינויים המושפעים מגורמים שונים, החל מהממשלה, מהגופים המקצועיים הפועלים בענף, מתנוודות כלכליות המשפיעות על הקניה של המוצרים או השירותים. תופעה מעניינת מתרחשת בענף כאשר עסקים דומיננטיים מניעים תהליכים או מושפעים מהם, והשינויים החלים בהם משפיעים על העסקים הקטנים יותר בענף. לרוב הגופים הגדולים (ממשלה, איגודים מקצועיים, העסקים הדומיננטיים) משפיעים על תהליכים או מהים אותם ראשונים. כדאי לשים לב להתנהגותם, מידע מוקדם יאפשר לך להכין את העסק שלך לשינויים בשוק ואולי אף להקדים אותם. את רוב המידע אספת לצורך הבדיקה הראשונית בצעד הקודם. זה המקום לרכז את המגמות הרלוונטיות להגדרת העסק הנוכחי.

3. השוק

הכוונה היא לשוק העסקים הקיים, הפועל כיום בענף או בתת הענף אליו העסק שלך משתייך. לכל תת ענף יכולים להיות מספר שווקים שונים הפועלים במקביל, ולכל אחד מהם התנהגות אופיינית לו.

שוק היעד

זוהי ההגדרה המדויקת של שוק העסקים עם המאפיינים הייחודיים הדומים ביותר למאפיינים של העסק שלך.
למשל: שוק מעצבי השמלות לאירועים.

גודל השוק

זוהי הערכה כמותית של גודל שוק העסקים הקיים כיום. ניתן להעריך אותו באמצעות כמות העסקים הפועלים כיום והערכת מחזור המכירות ב-ש לשנה של כלל השוק (אלו הם הנתונים שאספת לצורך הבדיקה הראשונית בפרק הקודם).



פוטנציאל הגידול

בכמה להערכתך השוק יכול לגדול בשנה הקרובה? בשלוש השנים הקרובות ללא קשר לעסק שלך? מתוך המחקרים הענפיים תוכלי לראות בכמה הוא גדל בכל שנה בשנים האחרונות, האם ישנן מגמות ענפיות שיכולות להשפיע על הגידול של השוק בשנים הקרובות? מהו פוטנציאל הגידול לשנה הקרובה אם לוקחים אותן בחשבון? לשלוש השנים הקרובות?

עסקים מתחרים

מי הם העסקים הקיימים בשוק שמוצריהם או שירותיהם דומים לאלו של העסק שלך? האם לעסקים אלו מוצרים המתחרים בכל המוצרים שלך? במידה ולא, מהו היתרון של המוצרים או השירותים של המתחרים בשלך? האם היתרון ייחודי להם? מה יגרום ללקוחות המתחרים לבחור במוצרים של המתחרים על פני המוצרים שלך? ולהיפך, מה יגרום ללקוחות לבחור במוצרים שלך על פני המתחרים? ישנה חשיבות רבה להכרת המוצרים או השירותים של העסקים הפועלים בסביבה העסקית שלך. כך תוכלי ליצור בידול בין מוצרייך ושירותייך לבין אלו של המתחרים. כך לקוחותיך יעריכו יותר את מוצריך, הם ידעו להבחין בין האופציות ולהתאים את המוצרים לצרכיהם.

עסקים חובילים

מי הם העסקים המובילים בשוק? מה הן התכונות שהפכו אותם למובילים בשוק? האם תכונות אלו ייחודיות להם? אם לא, מהי הייחודיות שלהם? מהי ההערכתך החלק שלהם בשוק העסקים? החלק שלהם יכול להימדד בכמות הלקוחות, בהערכת מחזור המכירות שלהם ב-שנה. נתונים אלה מתפרסמים במחקרים הענפיים לרוב, בכתבות שנעשות עם העסקים וניתן להשיג אותן בדרך כלל ברשת האינטרנט. הפניות לחלק ממאגרי המידע ניתן למצוא בפרק האחרון בספר.

4. לקוחות

לקוחות פוטנציאליים של העסק

אלו הם אותם הלקוחות שהגדרנו בצעד הקודם, לצורך התוכנית העסקית. נסי לנסח את הגדרתם במשפט אחד.

למשל: נשים ממשפחה עם הכנסות גבוהות, מאזור בקעת אונן, בטווח גילאים 35-55.

חאפיינים

אלו הם המאפיינים של פרופיל הלקוחות הפוטנציאליים שרלוונטיים לעסק שלך ולמוצריך.
למשל: אם הן נוהגות לטפח את גופן, סביר להניח שהן מנויות בחדרי כושר או הולכות למספרה בתדירות יחסית גבוהה או הולכות לקוסמטיקאית לפחות אחת לחודש.
איתור המאפיינים של הלקוחות מאפשר לך להעריך את המקומות בהן תוכלי לפגוש את הלקוחות הפוטנציאליים כדי להציג להן את העסק שלך, מגדיר לך את העסקים שאיתם אולי לך לעשות

שיתופי פעולה שהלקוחות שלך יעריכו, הוא מציג לך את העסקים שאיתם תוכלי להתייעץ לגבי התנהגות אופיינית של הלקוחות הפוטנציאליים, ומעלה שאלה למחשבה האם כדאי לפתוח את העסק שלך בסמוך לעסקים אלו אם במילא הלקוחות הפוטנציאליים כבר מסתובבים באותו האזור.

התנהגות צריכה

זוהי ההתנהגות המוכרת הנורמאלית של הלקוחות הפוטנציאליים כאשר הם רוכשים את המוצרים או השירותים בתחום העיסוק של העסק שלך. התנהגות צריכה מתייחסת לאופן הבחירה במוצר אחד על פני השני: בשיקולים לבחירת המוצרים, לתדירות הרכישה של המוצרים או השירותים, לטווח המחירים בו הלקוחות הפוטנציאליים רוכשים את המוצרים, למקומות בהם נרכשים המוצרים או השירותים, לשיקולי הלקוחות לרכישה במקומות אלו ולגורמים המשפיעים על החלטתם. מידע זה כבר אספת בצעד הקודם. זה המקום להעלות אותו בצורה מסודרת וברורה כדי שתוכלי לקבל החלטות על סמך נתונים אלו.

5. המוצר והצורך

התאמה בין פרופיל המוצר לצורך של הלקוחות יאפשרו לעסק שלך לפעול במסלול אופטימלי לעבר השגת מטרותיו.

תכונות המוצר

מה הן תכונות המוצר העיקריות? מה היתרונות של תכונות אלו ללקוח? מה הן התכונות הייחודיות של המוצר (התכונות שיש לו ואין למוצרים אחרים המתחרים בו)? מה הם החסרונות? כיצד ניתן להפוך אותן לנקודות חוזק ביחס למתחרים?
תיאור השימושים ושימוש עיקרי: מה הם השימושים שהלקוחות יעשו במוצר? באילו הזדמנויות הם ישתמשו במוצר? האם המוצר הוא לשימוש עצמי או שהוא מצריך משתמשים נוספים כדי ליהנות ממנו? באיזו תדירות ישתמשו במוצר בכל אחת מהאופציות? האם יש שימוש עיקרי שהם יעשו במוצר? באיזו תדירות?

יתרון יחסי

מהו יתרון יחסי? הוא נמדד ביחס לסביבה העסקית, יכול להיות כל מאפיין של המוצר הבודד או של העסק כולו, המאפשר לו להיות תמיד צעד אחד קדימה לפני המתחרים. האם אפשר לאורך זמן להמשיך ולפתח את יתרונות המוצר כדי לשמור על יתרון יחסי בשוק? סביר להניח שהמתחרים יזהו את הפוטנציאל ויתחילו לעשות שימוש באותם האמצעים. היתרון היחסי של העסק ישמר אם את כבעלת העסק תזהי את המגמה מבעוד מועד ותתני ערך מוסף למוצר.

למשל: שימוש בבדים שאינם סופגים כתמים לשמלות אירועים. כך כל לקוחה שלובשת את השמלה באירוע אינה מודאגת אם נשפך לה יין על השמלה. במידה והמתחרים עושים אף הם שימוש בבדים שאינם סופגים כתמים, תוכל בעלת העסק להציע שירות שיתן ערך מוסף וישמור על היתרון היחסי. למשל, שירות כביסה יחודי.

יתרון תחרותי

בשלב זה ננסה לבדוק אילו מהיתרונות היחסיים יכולים להיות גם יתרונות תחרותיים. אלו יתרונות שאין אותם לאף עסק אחר בתחום העיסוק של העסק שלך במרחב הפעולה שלו, והם גם בעלי ערך עבור הלקוחות הפוטנציאליים. כלומר, האם היתרון היחסי יגרום ללקוח לקנות את המוצרים שלך על פני המתחרים? האם היתרון היחסי של המוצר שלך הוא שיקול בעיני הלקוח להעדיף את המוצר שלך על פני המתחרים? היתרון התחרותי יכול להיות אותה התכונה או המאפיין של המוצר או העסק, ושהוא מוערך ע"י הלקוחות הפוטנציאליים של העסק במידה כזו, שכל עוד התכונה או המאפיין של העסק יתקיימו, הלקוחות יעדיפו לרכוש את המוצרים או השירותים באותו העסק על פני העסקים המתחרים. זאת גם כאשר מחיר המוצר או השירות יהיה גבוה יותר מאשר אצל המתחרים.

למשל: שמלות הנתפרות מבדים שאינם סופגים כתמים, יקרות יותר משמלות הנתפרות בבדים רגילים, אך הלקוחות מכירות בערך היחודי, מעדיפות אותן, ומוכנות לשלם עבורו יותר.

הגדרת הצורך

מהו צורך? זוהי התחושה המניעה את הלקוח הפוטנציאלי לרכוש את המוצר או השירות מתוך אמונה שהשימוש במוצר או השירות ייתן לו מענה על אותה תחושה של חלל ריק. מהו הצורך הקיים של הלקוחות עליו עונה המוצר שלך? האם המוצר עונה במלואו על הצורך? במידה ואינך מצליחה לנסח צורך ברור, אל דאגה, עומד בפניך אתגר שיווקי חווייתי. אם זה מוצר חדש, נסי לחשוב באילו הזדמנויות הלקוחות הפוטנציאליים ישמחו לעשות שימוש במוצר? אם זה מוצר קיים, בדקי באילו סיטואציות הם רוכשים את המוצרים הקיימים בשוק? מדוע הם רוכשים? האם אפשר להוסיף למוצר אלמנט שרכישתו תהפוך לחוויה? או שהשימוש בו יקושר לעולם חווייתי? בכל מקרה תמיד תוכלי להיעזר בשירותי הייעוץ והליווי השיווקי שכל אחת מהעמותות המפורסמות בפרק האחרון בספר זה מציעות לפתרון ההתלבטות.

מוצרים תחליפיים

אלו הם כל המוצרים העונים על אותו הצורך של הלקוח הפוטנציאלי. המוצרים יכולים להיות מקשת רחבה של אפשרויות ושוקים שונים, אבל לא בהכרח מוצרים מתחרים. יתכן שלקוח יבחר במוצר אחד על פני האחר משיקולי תקציב, נוחות, הרגלי רכישה או מכל סיבה אחרת.

למשל: מספרה אינה מתחרה בקוסמטיקאית, כל אחת מציעה שירותים אחרים, האחת מספרת והשנייה עושה טיפולי פנים. אבל לקוחה פוטנציאלית שיש לה תקציב מוגבל וצורך לטפח את עצמה, עשויה להגיע למצב שהיא תאלץ לבחור באחת מן השתיים בפרק זמן מסוים. זאת בגלל שגם הספרייה וגם הקוסמטיקאית עונות בשירותיהן על הצורך בטיפוח עצמי.

מוצרים משלימים

אלו הם המוצרים ששילוב צריכתם ע"י הלקוחות הפוטנציאליים יכול לתת מענה שלם יותר לצורך שלהם. אם נישאר עם הדוגמא של הצורך בטיפוח, אותה לקוחה פוטנציאלית יכולה ליהנות מתספורת המציעה ברכישתה הנחה ברכישת סידור גבות. בחני את המוצר או העסק שלך: האם

נדרש מוצר משלים כדי לענות על הצורך במלואו? האם לעסק שלך יש את המוצר המשלים? אם לא, לאילו עסקים יש את המוצר המשלים? כדאי לשקול שיתופי פעולה קצרי טווח לקידום המכירות של העסק.

לאחר שעברת על נושאים אלו, נסחי לעצמך במשפט אחד את הגדרת המוצר והצורך עליו הוא עונה. הקדישי התייחסות לתכונות עיקריות של המוצר וליתרון התחרותי. אם נחזור לעסק שמלות האירועים, ננסח זאת כך: שמלות לאירועים ללא כתמים, בהתאמה אישית למראה מקורי.

חניסיונה של יזמת | הסיפור של ג'וליאנה

ג'וליאנה בת 64 נשואה עם ארבעה ילדים, נולדה בכפר קמא, ושם חיה עם משפחה. בשנת 1991 פתחה את העסק, עם מכונת תפירה תעשייתית שהייתה למשפחה שלה מלפני הנישואים. היו לה ילדים קטנים והיא חיפשה מה היא יכולה לעשות מהבית. היא התחילה לתפור כריות ולמכור אותם במבנה שהיה לה מתחת לבית, ראתה שמצליח אז התחילה לעשות גם מפות. ג'וליאנה מאוד רצתה לעשות וילונות אבל לא ידעה איך, אז היא ניסתה ונתנה אותם למשפחה שלה. היו תגובות טובות אז היא התחילה למכור אותם במבנה ליד הבית יחד עם הכריות והמפות. היא לא ישנה לילות כי לא ידעה לעשות את כל הסוגים של הוילונות, היא ישבה ולמדה לעשות אותם לבד. כאשר היה כסף נסעה לתערוכות בחו"ל כדי ללמוד ולראות דוגמאות חדשות. כולם יודעים שהיא עומדת בלוח הזמנים, עושה עבודות מקצועיות, עם גימורים מושלמים, שתמיד יש לה דוגמא מעניינת ועדכנית ובזכות זה הלקוחות מגיעים אליה מפה לאוזן. היום היא עובדת עם החברות המובילות בשוק בתחום הוילונות, תופרת לדקורטורים מקצועיים, עובדת עם מוסדות בכל הארץ, ואפילו פרויקטים שכוללים וילונות, כיסויי מיטה וכריות לבתי-מלון בארץ ובחו"ל. ג'וליאנה אומרת שהעיקר להאמין בעצמך שאפשר לעשות את מה שאת רוצה, ואז תוכלי לעשות זאת הכי טוב שאפשר למרות שהבטן מתהפכת.



ב. תכנית שיווק ומכירות

תכנית השיווק והמכירות היא אחד הכלים החשובים והמשמעותיים להוצאה לפועל של מטרות העסק ולהגשמת החזון העסקי. התכנית בנויה משלושה קווי תכנון בסיסיים של מטרות, יעדים ותקציב המגדירים את מרחב הפעולה הכללי לתוכנית השיווקית של העסק. בהמשך יפורטו האמצעים השיווקים, ערוצי ההפצה והשיווק שיוכלו לעזור לעסק שלך בהשגת המטרות והיעדים שלו.

1. כללי

מטרות שיווקיות

המטרות השיווקיות הן פועל יוצא של מטרות העסק, כך שימקדו את העשייה השיווקית אל עבר קידום מטרות העסק. מצד אחד, ישנה חשיבות רבה לקביעת מטרות ריאליות, ומצד שני שהמטרה תהיה מספיק מאתגרת ומקדמת את העסק.

להשלל: אם המטרה של העסק היא פתיחת חנות, המטרה השיווקית שתקדם אותה יכולה להיות בדיקת פרופיל הלקוחות המגיעים לאזור בו רוצים לפתוח את החנות. כך ניתן יהיה להסיק מה פוטנציאל הצלחת החנות ולהשקעה השיווקית הנדרשת להבאת הלקוחות לאותו האזור.

יעדים

יעדי השיווק הם הגדרה כמותית של המטרות השיווקיות, המתייחסים לפרק זמן מוגדר מראש שבו יש להשיג את המטרות שנקבעו. מטרתם להעניק כלי מדידה לקצב ההתקדמות של העסק אל עבר השגת המטרות השיווקיות, וכלי מיידי להצבת יעדי מכירה. גם כאן חשוב לקבוע יעדים ריאליים, ניתנים להשגה אך מקדמים.

דוגמא ליעד שיווקי: בדיקת מספר הלקוחות המאופיינים כקהל היעד המגיעים לאזור בו רוצים לפתוח את החנות, במשך שבועיים כולל סופי שבוע.

תקציב השיווק

סכום מוגדר להוצאות לפעילות שיווקית להשגת היעדים השיווקים. ישנן מספר שיטות לחישוב התקציב השיווקי שכדאי להתאימן לאופי העסק. לעסק בהקמה כדאי להקציב סכום ראשוני לפעילות שיווקית להשקת העסק, ולאחר מכן בכל חודש להקציב סכום לפעילות המתוכננת. מומלץ לבחון את האופציות הקיימות לשיווק העסק ומידת יעילותן כדי להבטיח שימוש אפקטיבי ביותר בתקציב המוגבל.

2. ערוצי תקשורת

ערוצי התקשורת הם כל אמצעי המאפשר לך, בעלת העסק, להעביר את המסר שלך אל הלקוח הפוטנציאלי ולפרסם כך את מוצריך או שירותיך. כדאי להבחין בין שתי קבוצות עיקריות של ערוצי תקשורת.

תקשורת אחד על אחד

זוהי תקשורת הנוצרת במפגש של הלקוח עם העסק שלך או המסר המייצג אותו במפגש יחסית אינטימי המאפשר להעביר גם מסר מורכב. לפעמים המסר יועבר באמצעות שיח מסביר, ולפעמים באמצעים שיווקים אחרים שיוזכרו בחלק הבא של התוכנית השיווקית. זוהי תקשורת שיכולה להיות מאוד אפקטיבית לעסקים קטנים, וניתנת ליישום במחירים יחסית זולים, תלוי במטרות הפרסום.

דוגמאות: כאשר את פוגשת את הלקוח בחנות, כאשר הלקוח פוגש את המוצר בחנות מוצמד למוצר כרטיס שבאמצעותו את יכולה להעביר את המסרים שלך, במפגש של לקוח עם פוסטר בחלון ראוה, מכתב שתשלחי לבית הלקוח ועוד.

תקשורת המונים

הקבוצה השנייה של ערוצי התקשורת, מאפשרת חשיפת היקף גדול של לקוחות פוטנציאליים עם המוצר או המסר שלך כבעלת עסק. המסר צריך להיות מאוד חד, קצר וקולע, שיהיה ברור ומושך עבור קהל לקוחות פוטנציאלי גדול. זוהי תקשורת שכדי שתהיה אפקטיבית צריך להשקיע בה סכום גבוה יותר של כסף מזה המושקע בתקשורת של אחד על אחד ולזמן ארוך יותר. קיים מגוון גדול של ערוצי תקשורת שאפשר לעשות בהם שימוש לקידום העסק שלך, מגוון הדרכים בו ניתן לעשות שימוש בכל אחד מערוצים אלו גדול עוד יותר. השימוש בערוצי התקשורת צריך להיות מותאם למצב בו העסק נמצא, למטרותיו ויעדיו, וכמובן לתקציב העסק. כדאי לבחון את ההשקעה הפרסומית בהתבוננות לאורך זמן ובניה של חזרת המסר בצורה מבוקרת ואפקטיבית.

דוגמאות: פרסום בעיתון מקומי, ברדיו אזורי, מודעות בלוחות ציבוריים, כתבה במגזין, שלטי פרסום להכוונה לחנות, פרסום באתרי האינטרנט ועוד.

מקובל בדרך כלל לעשות שימוש משולב בשני סוגי התקשורת. זאת בהתאם למטרות של הפרסום, במקומות בהם אפשר לפגוש את קהל הלקוחות כאשר הוא קשוב, מספר הפעמים אליהם ייחשף הלקוח הפוטנציאלי אל המסר או המוצר בפרק הזמן של הפרסום וכמובן התקציב העומד לרשות העסק. לבניית תוכנית פרסום לעסק תוכלי לפנות לעמותות המופיעות בפרק האחרון של ספר זה וליהנות מהקורסים המוצעים ושירותי הייעוץ השיווקי של יעציהן.

3. אמצעים שיווקיים

כבעלת עסק עומדים בפניך אינספור אמצעים לקידומו, שיותאמו לכל ערוץ תקשורת. החל מהמוצר עצמו או השירות, המקום בו הוא נמכר, המקומות בהם הלקוחות הפוטנציאליים חולפים, מקומות הביולוי של הלקוחות הפוטנציאליים, האנשים המשפיעים עליהם, מוצרים אחרים משלימים אותם הם רוכשים ועוד. בואי ניקח את הדוגמא של סלון השמלות המעוצבות, ונראה מה הם האמצעים השיווקיים העומדים לרשות בעלת העסק.

השמלה עצמה

תוכלי לשווק את העסק שלך באמצעות מוצריו. על תוויית השמלה שלא מורידים עם הנחיות הכביסה אפשר לפרסם את המסר השיווקי של העסק, תוויית נוספת גדולה יותר שתוצמד לשמלה, על הקולב שהשמלה תימסר איתו, על השקית אחסון של השמלה, על השקית החיצונית שאם תהיה יפה ואיכותית תשמש את הלקוחה לשימוש חוזר.

בחנות

שלט חנות קבוע ובולט הפונה לרחוב הראשי (אם החנות אינה פונה לרחוב ראשי מומלץ לבחון עלויות לשלט חיצוני שיפרסם ויוביל לחנות), עיצוב בחלון הראוה של החנות, פוסטר או מדבקת חלון מתחלפים המתאימים לרוח החנות, שלט על דלת החנות, מדבקה מדליקה, מגנטים, פליירים, כרטיסי ביקור באזור הקופה או הדלפק.

לקוחות קיימים

אפשר ליצור מועדון לקוחות עם הטבות ייחודיות לו, כמו גיהוץ או ניקוי של השמלות בהנחה משמעותית או שירות משלוחים בחינם. כל הטבה שתוערך ע"י הלקוחות אבל תהיה כלכלית לך כבעלת העסק. יצירת קשר עם כל חברי המועדון פעמיים או שלוש בשנה באמצעות מייל או מכתב, הזמנה לחנות לקולקציה חדשה, מתנות קטנות וסימבוליות אך שימושיות כמו מחזיק מפתחות מעוצב.

לקוחות פוטנציאליים

לאחר שהגדרת את מאפייני הלקוחות של העסק שלך ואת התנהגות הצריכה שלהם, אלו הם הכלים שלך לזהות את המקומות בהם הם נמצאים ואופן צריכתם. למשל: הנשים שקונות את השמלות הללו, סביר להניח שחיות ברמת חיים גבוהה יחסית, ודואגות לטפח את עצמן בתדירות גבוהה. עבודת תחקיר קצרה ביותר תחשוף בפניך את המספרות בהן הנשים מסתפרות, את הקוסמטיקאיות, מכוני הכושר ומכוני השיזוף באזור. צרי קשר עם מקומות אלו ובחני יחד איתם כיצד תוכלו לקדם את העסקים שלכם יחד.

למשל: חשיפת הקולקציה החדשה של העסק לעיצוב השמלות בתצוגת אופנה למנויות חדר הכושר. בסיום התצוגה תיערך מכירה בהנחה לרוכשות במקום. חדר הכושר מעניק חוויה ללקוחותיו והטבה משמעותית ואת בעלת העסק נהנית מחשיפה ממוקדת לקהל לקוחותיך ואופציה למכירה במקום ולהתנסות במוצרים שלך.

4. ערוצי הפצה

אלו הם המקומות בהם את יכולה למכור את המוצרים שלך או השירותים שלך. ישנם מספר שיקולים לבחירת ערוצי הפצה למוצרים. אחד החשובים ביותר הוא קהל הלקוחות הפוטנציאלי המגיע באופן טבעי לחנות. האם הלקוחות המגיעים לחנות מתאימים לפרופיל הקהל הלקוחות לעסק שלך? שיקול נוסף הם המוצרים הנמכרים כבר בחנות, מה הם טווחי המחירים שלהם? כיצד הם מוצגים? מהו המגוון הקיים בחנות? בדקי עם עצמך האם הנתונים מתאימים למוצרים שלך.

ערוצי הפצה קיימים

ברוב הענפים כיום ישנם שלושה סוגים עיקריים של ערוצים. הראשון הוא רשתות ארציות של חנויות. מצד אחד רשתות אלו בדרך כלל יותר מסודרות ובעלות כוח פרסומי למשיכת לקוחות אך מצד שני עבור ספקים קטנים יכולות להיות מאוד בעייתיות ברמת הגמישות שלהן. הסוג השני הוא רשתות של חנויות אזוריות, בדרך כלל בבעלות פרטית ויותר גמישות בניהול המשא ומתן איתן. חשוב להן המוניטין המקומי שלהן ולכן לרוב יהיו יותר מסבירות פנים. הסוג השלישי הוא החנויות הפרטיות, המושפעות מהמקובל בענף אך גם מאמצות לעצמן כללים המתאימים להן. מידת הגמישות תקבע לרוב בהתאם לאופי הבעלים ומידת ההצלחה של החנות. כדאי לבחון את החנויות פרטיות של מוצרים משלימים שאינם מהענף, לעיתים משתלם לנסות ולהכניס לשם את המוצרים, אם בענף של החנות המשלימה תנאי סחר המקובלים יותר נוחים. קיימים מספר פרמטרים לבחינת ערוצי הפצה, בהם נדון.

מספר המכירות המתבצעות ביום

זהו פרמטר מאוד חשוב ליכולת האמיתית של החנות למכור. את יכולה לבדוק את זה די בקלות. הגיעי מוקדם בבוקר לחנות, השתדלי להיות הלקוחה הראשונה שלהם, ורכשי משהו קטן. על חשבונית הקופה מופיע מספר סידורי של פעולת הקופה. הגיעי בסוף היום והחליפי או רכשי עוד מוצר אחד קטן, גם על החשבונית קופה שלו יופיע מספר סידורי של פעולת הקופה. כך תוכלי לראות כמה פעולות קופה היו באותו היום. אם תעשי זאת ביום רגוע יחסית וביום עמוס יחסית, יהיה לך אומדן לכמות המכירות בפועל של החנות המיועדת.

קניה ממוצעת של לקוח

פרמטר נוסף ומאוד חשוב. ישנן חנויות המחזיקות מוצרים יקרים, אך בפועל מוכרות את המוצרים הזולים ביותר. הסתובבי בחנות ובאזור הקופה בשעות שונות של היום ונסי להעריך על סמך המוצרים שנקנים מהו סכום הקניה הממוצעת, וכמה פריטים נקנים בממוצע בקניה. נתונים אלו יתנו לך יכולת להעריך מה הסיכוי של מוצריך להימכר באותה החנות ברמת המחיר שאת רוצה למכור אותם.

עמלת המכירה

הגיע הזמן לבדוק את עמלות המכירה המקובלות בערוצי ההפצה, וכיצד ישפיעו על התמחיר של המוצרים. עמלת המכירה היא המחיר שאת, כספקית של המוצרים שלך לחנות, תשלמי לחנות על הצגת המוצרים והמכירה שלהם. ישנן חנויות שעובדות בשיטה של קונסיגנציה, כלומר הן מציגות את המוצרים בחנות ומשלמות לספק רק כאשר המוצר נמכר בפועל. ישנן חנויות שמשלמות לספק עם הכנסת המוצרים לחנות, ומרגע זה הפכו המוצרים לרכוש החנות.

גובה העמלה

גובה העמלה נקבע בהתאם לענף אליו העסק שלך משתייך וסוג ערוץ ההפצה בו את מבקשת למכור. השאלה שאת צריכה לשאול את עצמך, האם את מרוויחה? כמה? האם זה מתאים לתמחיר של המוצרים שלך?

להשל: יש הבדל בין חנות פרטית לרשת, ובין חנות פרטית שמאוד מצליחה לבין חנות פרטית שפחות מצליחה.

אופן חישוב העמלה

גם הוא משתנה בהתאם לענף בו העסק שלך פועל. קיימות ארבע שיטות עיקריות לחישוב.

1. מכפיל ללא מע"מ: לוקחים את מחיר המוצר לצרכן, מפחיתים ממנו את המע"מ ומחלקים בערך המכפיל. זה המחיר שהחנות תשלם לך עבור המוצר שלך. **להשל: מוצר כולל מע"מ נמכר ב-100 ₪ לצרכן. ללא מע"מ בשיעור 15.5% השווי הוא 86.58 ₪. בחילוק המכפיל 1.8, החנות תשלם לך כספקית 48.10 ₪ על המוצר.**

2. מכפיל כולל מע"מ: באותה השיטה כמו שתיארנו, אך ללא הפחתת המע"מ לפני חישוב המכפיל. **להשל: מוצר כולל מע"מ נמכר במחיר של 100 ₪, בחילוק במכפיל של 1.8, החנות תשלם לך כספקית 55.55 ₪ על המוצר.**

3. עמלת מכירה מלמעלה: מקובל לקבוע אחוז שיחושב מהמחיר לצרכן ללא מע"מ שאותו תקבל החנות.

להשל: אם מחליטים על 20% אז מוצר שמחירו לצרכן כולל מע"מ 100 ₪, ללא מע"מ בשיעור של 15.5% הוא 86.58 ₪. בחילוק אחוז העמלה, החנות תשלם לך כספקית 69.26 ₪ על המוצר.

4. עמלת מכירה מלמטה: בדרך כלל כאשר את מוכרת את המוצר לחנות במעמד מסירת המוצרים לחנות. החנות מוסיפה אחוז שמקובל בענף שילך לכיסה ברגע מכירת המוצר.

להשל: אם את מוכרת את המוצר שלך לחנות ב-62 ₪, ומקובל בענף מרווח של 40%, המחיר לצרכן לפני המע"מ יהיה 86.8 ₪, המחיר לצרכן כולל מע"מ יהיה 100.25 ₪.

בדקי מהי העמלה המקובלת בערוצי ההפצה שאת רוצה להיכנס אליהם, השווי בין האופציות הטובות לעסק שלך ובדקי את התמחיר שלך והאם את תרוויחי בתנאים אלו. חשוב מאוד, אל תתפשרי בהתחלה, בדרך כלל זה לא פשוט לשנות הסכמים במיוחד כאשר זה לרעת הצד השני להסכם. במידה ואת רואה שברוב ערוצי ההפצה ישנה עמלה שלא מאפשרת לך להרוויח זה רמז לבדוק את התמחיר של המוצרים שלך. כנראה שאפשר להתייעל בייצורם. תוכלי להיעזר בבעלי

עסקים קיימים שמוכרים כבר בערוצי הפצה אלו, מהם תוכלי ללמוד על שיטות העבודה שלהם המאפשרות להן להרוויח בצורת מכירה זו.

זכות החזרה

האם את בתור ספקית מחויבת לתת זכות החזרה למוצרים שלא נמכרים בחנויות? בדרך כלל, כשמדובר בקונסיגנציה, זה מגדיל את האחריות שלך לדאוג למכירת המוצרים. כאשר לא מדובר בקונסיגנציה ובמיוחד במוצרים עונתיים מומלץ לסכם עם החנויות שאין זכות החזרה של מוצרים שלא נמכרו, ובתמורה תציעי להם את מעורבותך לעזור להם למכור את המוצרים.

לסיכום, לאחר שעשית את הבדיקות הללו בערוצי ההפצה המעניינים אותך, הכיני טבלה מסודרת עם כל השיקולים ודרגי לעצמך את סדר העדיפויות של הערוצים אליהם את רוצה להכניס את מוצריך. למשל: באילו מהערוצים את מעריכה שתמכרי הכי הרבה? האם העמלות שתשלמי כדאיות? נתונים אלו ואחרים יעזרו לך לנהל את המשא ומתן להכנסת המוצרים לחנות לאחר הבדיקות שעשית, את יודעת מה הוא המצב האמיתי של החנות, מה היתרונות ומה החסרונות, היכן כדאי לך להתפשר והיכן לעמוד על שלך או אפילו לוותר על מכירה באותה החנות.

5. תדמית ומיתוג העסק שלך

כבעלת עסק עם ערכים וחזון תוכלי ליצור את התדמית שתקדם את העסק שלך בצורה הטובה ביותר. בחני את הערכים החשובים לך שיתקיימו בעסק, ועבור כל אחד מהערכים חשבי על שלושה או ארבעה צבעים או סמלים שיזוהו בקלות ע"י קהל הלקוחות הפוטנציאליים של העסק, בצורה כזו שיקשרו באופן מיידי בין הסימנים והצבעים שבחרת לבין הערכים שאת מבקשת לייצג. סמלים אלו יכולים לשמש לבניית הלוגו לעסק שלך. הלוגו והצבעים יהיו האמצעים הגרפיים בהם תשתמשי באופן קבוע על כל הניירות הרשמיים של העסק, כגון: כרטיסי ביקור, ניירות מכתבים, מעטפות, שלט החנות, אתר האינטרנט ועוד. התדמית תקבל ביטוי בכל חשיפה של העסק, בצורת השיח שלך עם הלקוחות והספקים, בפרסום בערוצי השיווק השונים ובאופן בו תבחרי לתת שירות ללקוחותיך. מעת לעת כדאי לך לבחון האם כל פעולותיך עולות בקנה אחד עם התדמית שאת מבקשת ליצור לעסק שלך.

יצירת התדמית היא שלב שיכול להוביל לבניית מיתוג של העסק. אם תדמית נוצרת באמצעות שילוב של יצירת שפה אחידה לעסק המבטאת את ערכיו וחזונו, המיתוג מפתח מהלך זה ויוצר זהות לעסק הכוללת התנהגות, תכונות, רצונות, מאפיינים, ביטוי גרפי ברור שכולם מבטאים את הערכים של העסק וחזונו. אם נשווה זאת לעולם הילדים, תדמית היא ילד מצוייר ואילו מיתוג הוא יצירה של ילד חי ונושם הגדל ומתפתח. לצורך מיתוג איכותי נדרש סכום כסף להשקעה לאורך זמן להתפתחות הילד ואילו לתדמית נדרש סכום כסף ראשוני לבניית השפה הגרפית שתלווה את העסק לאורך חייו.

6. מדיניות תמחיר

קיימות מספר שיטות לתמחיר של מוצרים או שירותים. מקובל לשלב בין שתי שיטות עיקריות שנתייחס אליהן בחלק זה.

תמחיר מלמטה

מסכמים את העלויות של ייצור המוצר, בכל שלבי הייצור כולל עלויות של חומרי גלם ועלויות של שירותי הייצור אם יש כאלה. יש להוסיף את עלות האריזה למוצר ומקום יחסי בקרטון, ממש עד שהוא מוכן למכירה באריזה האספקה שלו ללקוח הסופי. לעלויות אלו מוסיפים את הרווח של העסק שלך, הרווח של החנות בה המוצר יימכר ואת המע"מ. זהו מחיר הצרכן הסופי.

תמחיר מלמעלה

השיטה השנייה היא התמחיר מלמעלה, קובעים את המחיר לצרכן וממנו מחסירים את מרכיבי התמחור עד שמגיעים לעלויות. בדרך כלל כדי להגיע למחיר צרכן מיועד, בודקים מה הם המחירים של מוצרים מתחרים בשוק, בחנויות השונות. בהתחשב בנתונים אלו מחליטים סופית מה יהיה המחיר לצרכן של המוצר של העסק שלך. ממחיר צרכן זה, מפחיתים את המע"מ, את הרווח של ערוץ ההפצה, את הרווח של העסק שלך, ואז נותרות העלויות. בודקים אם ניתן לייצר את המוצר בעלויות אלו. במידה ולא, בודקים כיצד ניתן להפחית בעלויות הייצור הקיימות, כדי לעמוד בתקציב העלויות הנתון. חשוב מאוד שלא למכור מוצר במחיר שלא מאפשר לעסק שלך להרוויח את הכסף שהוא צריך כדי להתפתח ולהתקדם, ומצד שני לא להכניס מוצר לשוק שמראש הוא יקר מאוד והתועלות שהוא מציע ללקוח לא מצדיקות את המחיר עבורו. תוכלי לבדוק עם סביבתך הקרובה האם במחיר שקבעת למוצרים שלך הם יקנו את המוצרים, בקשי מהם להיות כנים ולא להקל ראש בתשובתם.

מקובל לשלב בין שתי שיטות אלו. מומלץ להתחיל מהתמחיר מלמטה, ולאחר שהגעת למחיר צרכן סופי כולל מע"מ לבדוק את המחירים בשוק. בהתאם לנתונים שקיבלת לחזור ולבדוק את התמחיר, כך שבסופו של דבר המחיר של המוצר יצדיק את התועלת של אותו המוצר ללקוח הפוטנציאלי, ויהיה סביר ביחס למוצרי המתחרים והתועלות שהם מציעים ללקוח.

דוגמא לדוח תמחיר

תמחיר מלמעלה		תמחיר מלמטה	
416 ₪	מחיר לקוח כולל מע"מ	40 ₪	חומרי גלם (למשל: בד, חוט, כפתורים, תווית כביסה)
$360 / 1.155 = 415.80$ ₪	מע"מ 15.5%	20 ₪	שירותים חיצוניים (מתפרה, מגהץ)
$180 = 360 / 2$ ₪	רווח החנות (מכפיל 2)	12 ₪	חומרי אריזה (קולב, תיק אחסון, שקית)
$72 = 180 / 2.5$ ₪	רווח העסק שלך (מכפיל 2.5)	72 ₪	סה"כ עלויות
72 ₪	סה"כ עלויות	$180 = 2.5 * 72$ ₪	רווח העסק שלך (מכפיל 2.5)
?	חומרי גלם	$360 = 2 * 180$ ₪	רווח החנות (מכפיל 2)
?	שירותים חיצוניים	415.80 ₪ = $1.155 * 360$	מע"מ 15.5%
?	חומרי אריזה	416 ₪	מחיר לקוח כולל מע"מ

7. שירות ללקוחות ופיתוח נאמנות

לקוח מרוצה הוא השגריר הטוב ביותר שיכול להיות לעסק שלך, הוא יחזור לקנות אצלך בשמחה בכל הזדמנות וישמח להמליץ עליך גם כשלא יבקשו ממנו. חשבי כבר עכשיו:

- < מה יגרום ללקוחותיך להיות מרוצים מהמוצרים או השירותים של העסק שלך?
- < מה יגרום להם לחזור ולקנות בעסק שלך?
- < מה יגרום להם להמליץ על העסק שלך בכל הזדמנות?

האם התשובות משתלבות עם הערכים של העסק שלך? עם החזון שלו? עם התדמית שאת מבקשת ליצור? במידה וכן, הכיני תוכנית לשירות הלקוחות הפוטנציאליים במהלך הקניה בחנות והצעה שאותה תוכלי להציע ללקוח שקונה בחנותך, שתגרום לו לחזור ולקנות בה שוב.

למשל: בעסק עיצוב השמלות, החזון העסקי הוא עיצוב חווייה. הערכים הם עיצוב, יצירתיות, איכות, אמינות והומור. את יכולה להחליט איך להפוך את תהליך קניית השמלה לחווייה עבור הלקוחה כאירוח נעים של שתייה חמה ועוגיות, מוזיקת רקע נעימה, חדר מדידה אינטימי ומפנק שבו היא יכולה להתרענן לפני המדידה של השמלה. ומרגע שקנתה את השמלה, להציע לה להצטרף למועדון הלקוחות של החנות, שיאפשר לה ליהנות ממגוון הטבות, כמו: ניקוי מקצועי



ראשון של השמלה בהנחה משמעותית, לאחר מכן ניקוי במחיר מיוחד, הנחות מיוחדות לקניית שמלות מקולקציות חדשות, הנחה לתסרוקות במספרה מובילה באזור ועוד.

המטרה של התוכנית היא לשמר את הלקוחות שכבר רכשו אצלך את אחד המוצרים או השירותים ולגרום להם לחזור לעסק שלך לרכישה חוזרת, תוך חיזוק התדמית שמבטאת את הערכים והחזון של העסק שלך.

למדיניות שירות הלקוחות של העסק שלך השפעה על מספר היבטים. ההיבט הראשון הוא מידת האמון שהלקוחות ירכשו כלפי המוצרים או השירותים. כאשר לקוח פוטנציאלי נפגש עם עסק חדש או מוצר חדש, הוא רוצה לדעת שיש אחריות למוצר ושהיצרן מאמין במוצר במידה כזו שהוא לא יחשוש להתחייב לתת שירות לאחר הקניה. מהי מידת השירות שהעסק שלך ייתן לאחר הקניה, זו החלטה שלך, ולה יש השפעות נוספות. מהו הסיכוי שתצטרכי להחליף את המוצרים? מהי העלות עבורך של כל מוצר? מה אחוז המוצרים שתצטרכי להחליף מתוך סך המוצרים שתמכרי? כדאי לבדוק באיזו מידה הרווחיות של העסק תיפגע ולקחת זאת בחשבון בקבלת החלטה לגבי מידת השירות שניתן לאחר קניה. הגדירי לעצמך את ה"אני מאמין" שלך ברמת השירות שאת מעוניינת לתת ללקוחותיך, המקצועיות באיתור הצרכים שלהם, הייחודיות שלך באופן בו תתני להם מענה. היכולת שלך להעניק רמת שירות אחידה באופן עקבי לכל לקוח לאורך זמן, גם באמצעות העובדים של העסק.

ישנם ענפים שמקובל לתת שירות בתשלום חלקי לאחר קניה, ואחרים בהם מקובל לתת שירות מלא בשנה הראשונה, ללא תשלום. מומלץ לבדוק מה מקובל בענף אליו העסק שלך משתייך, ומה מקובל בעסקים מתחרים לשלך הפועלים באזורך, כך שמדיניות השירות שלך תהיה טובה באופן יחסי. השפעה נוספת היא של החוק, הוא מגדיר את האחריות שיש להעניק לכל מוצר לפי ענפים. מומלץ לבדוק זאת בטרם קבלת החלטה, ובמידת הצורך לקחת זאת בחשבון בתמחיר של המוצרים.

8. מדיניות תקבולים

על פניו נראה שיש להתייחס להיבט זה כחלק מהתוכנית הפיננסית של העסק, אך כדאי לקחת בחשבון את ההשלכות השיווקיות של החלטות אלו. כדאי לבדוק את אמצעי התשלום המקובלים (כרטיס אשראי, צ'קים או מזומן), ובאיזו מידה אמצעי התשלום משפיע על החלטת הלקוח האם לבצע את הרכישה. בדקי כיצד מקובל בענף לגבות את הכסף מהלקוחות, וכיצד העסקים המתחרים באזורך פועלים.

למשל: יכול מאוד להיות שזה פחות נכון כלכלית לעסק שלך לקבל תשלומים בכרטיס אשראי, אבל כך רגילים הלקוחות הפוטנציאליים של העסק שלך לשלם, ובמידה ותאפשרי להם לשלם בכרטיס אשראי תוכלי להגדיל משמעותית את המכירות של העסק. היבט נוסף הוא אופן התשלום, האם רק בקבלת המוצר או בתחילת ייצורו. במוצרים שמוצרים לפי הזמנה כדוגמת שמלות ערב מיוחדות מקובל לגבות תשלום חלקי ראשוני שיכסה את העלויות של חומרי הגלם לשמלה ועלויות השירותים החיצוניים (כמתפרה, גיהוץ), ואת היתרה בעת המסירה של השמלה המוגמרת.

9. שיתופי פעולה

הרעיון של שיתופי הפעולה הוא ליצור מפגש עם עסק שיש לו יכולות או מוצרים או שירותים שיכולים להשלים את אלו של העסק שלך והם פונים לאותו קהל לקוחות פוטנציאליים. באמצעות שילוב הכוחות של שני העסקים הלקוח הוא הנהנה הראשון, כי בעסקה אחת הוא מקבל תמורה כפולה ממה שהיה מקבל אילו היה רוכש בכל אחד מהעסקים בנפרד. לטווח הארוך גם הלקוח יינה מזיכרון החוויה של שיתוף הפעולה, וגם העסקים ייהנו מחשיפה גדולה יותר ללקוחות שזוכרים את החוויה ושיחזרו שוב ליהנות מהעסק שהכירו.

כאשר רוצים ליצור שיתוף פעולה עם עסק נוסף חשוב ששני העסקים ייהנו ממנו ב 100% כל אחד מהם, והלקוח יקבל תחושה שהוא נהנה ב 200%.

דוגמא לשיתוף פעולה של עסק עיצוב השמלות: הסכמה בין העסק למכבסה מקצועית ומתאימה לכיבוס השמלות של העסק. העסק יפנה למכבסה באופן בלעדי את הלקוחות שלו ובתמורה המכבסה תעניק הנחה משמעותית ובלעדית ללקוחות העסק לעיצוב השמלות. כך הלקוחות של המכבסה ייהנו מהטבה כפולה, גם שקט נפשי שהשמלה שלהן מכובסת במקום בטוח וגם מחיר זול ואטרקטיבי. הלקוחות המרוצים יחזרו לרכוש את השמלה הבאה באותו העסק.

מניסיונה של יזמת | הסיפור של מיכל - המשך

מיכל בן-ארי, סיימה לפני כאחת עשרה שנים לימודי עיצוב גרפי ואמנות במכללת ויטל. בסיים הלימודים עבדה כשכירה בסטודיו לעיצוב, ובמקביל התחילה לקבל גם עבודות פרטיות בעיצוב גרפי. היה לה הסכם עם הבוס שאחרי שעות העבודה תוכל להשתמש במחשב שלו לעבודות פרטיות, וכך חסכה עלויות. עם הזמן נוספו עוד לקוחות שראו את עבודותיה מהלימודים ומהלקוחות החדשים, והיא פתחה עוסק פטור. לאחר כשנתיים, הסטודיו שבו עבדה כשכירה נקלע לקשיים, היא צמצמה את ימי העבודה כשכירה, ובשאר הימים פיתחה את העסק שלה, שהצריך גם מעבר לעוסק מורשה עקב הגדלת נפח ההכנסות. מיכל הכינה לעצמה תוכנית עבודה עם מטרות לשנתיים הבאות, הכינה לעצמה אמצעים שיווקיים לפרסום העסק שלה כולגו ופליירים, הפיצה בין חברים ולקוחות, וכך הצטרפו עוד לקוחות לעסק. בשלב הזה החליטה שיש לה מספיק לקוחות והיא יכולה לעזוב את עבודתה כשכירה. בעזרת קשרים של חברים, קשרי עבודה עם בתי דפוס שהכירה, עם משרדי פרסום, התחילה לעבוד עם לקוחות מאוד גדולים, שנהנו אצלה ממענה מהיר וזול הרבה יותר ממה שהיו רגילים עד שפגשו בה. בתחום שמיכל עוסקת בו, ישנה חשיבות רבה למענה מהיר ויעיל, וזה הפך ליתרונה היחסי. היא הכירה עם הזמן בעלי מקצוע שמשלמים את עבודתה, למשל: מאייר, צלם וקופירייטר, קשרה איתם קשרים עסקיים וכך יכלה לתת מענה כולל לצורך של חברות גדולות במשק איתן עבדה.

ג. תכנית תפעולית

התכנית התפעולית היא אחת מהחשובות בעסק שלך. ישנה חשיבות רבה לתהליכי ייצור יעילים, קבלני משנה איכותיים, ניהול זמן אפקטיבי וניהול מלאי מאוזן, כדי שהעסק שלך יוכל להתפתח ולעמוד ביעדים השיווקים.

תהליכי ייצור

הגדירי לעצמך את תהליכי הייצור של המוצר שלך, נסי לייצר בפועל כל מוצר ומוצר, בדקי את העלויות של כל שלב והזמן הנדרש לו. כדאי להשוות זאת לעסקים קיימים, האם הם יעילים יותר? במידה וכן נסי ללמוד מהם כיצד ניתן להתייעל. האם נדרש זמן למידה? נסי להעריך בעזרת ניסיונם כמה זמן ייקח לעסק שלך לייצר ביעילות המרבית האפשרית. האם ככל שתייצרי יותר את אותו המוצר תעשי זאת במהירות רבה יותר? לחילופין, כדאי לשחרר צווארי בקבוק, מומלץ לשקול רכישת שירותים לשלבים מסוימים בתהליך הייצור מבעלי מקצוע שזו ההתמחות שלהם ויכולים לספק לך את השירות במחיר טוב יותר ביחס לזמן שאת תשקיעי בו. בזמן זה את יכולה לעשות דברים אחרים לקידום העסק.

קבלני משנה

הגדירי לעצמך מי הם קבלני המשנה אותם תצטרכי לייצור המוצר ולניהול העסק, מומלץ לברר מה הן הנורמות להתקשרות עם כל אחד מהספקים, כדי להשיג את ההסכמים הטובים ביותר. כדאי לקחת בחשבון בבחירת הספק את איכות השירות שהוא מעניק, היכולת שלו לעמוד בזמנים, המחירים שהוא מבקש ותנאי התשלום שצריכים להסדר עם תזרים המזומנים של העסק שלך. בצעד הבא נעסוק בכך ביתר פירוט. שימי לב, אל תשלמי מראש את כל הסכום עבור השירות שהזמנת.

ניהול איכות

לקוחות הרוכשים מוצר מצפים לאיזון בין האיכות לבין המחיר ששילמו עליו. ככל שהמוצר יהיה יקר יותר הם יצפו לאיכות גבוהה יותר. ממחקרים שנערכו עלה ברור כי פרמטר האיכות הוא שיקול לרכישה חוזרת של לקוחות. הקדישי לכך מחשבה, כיצד את מייצרת מנגנון של בדיקת איכות וניהול האיכות בעסק שלך, במינימום השקעה.

למשל: בדיקת העמידות של התפרים בשמלה מפני לחץ.

ניהול זמן

זהו אחד המנגנונים בעלי החשיבות הרבה בעסק. באופן טבעי יש לנו נטייה לטפל בהרבה מאוד משימות במקביל, להגיב להתרחשויות ספונטאניות שקורות בעסק, ולהעניק עזרה ראשונה לדברים הדחופים שצצים בכל רגע. בעסקים רבים בסופו של יום, הדברים שתוכננו לאותו היום נדחקו על ידי השוטף ונשארו באותה השורה בתוכנית העבודה. תכנני לעצמך כבר בשלב זה את חלוקת המשימות החשובות לניהול העסק וקידומו, חלקי אותם באופן שווה על פני השנה, החודש, השבוע והיום. אלו הן המשימות הראשונות שאת מתחילה איתן את היום. המשימות הדחופות של השגרה יבוצעו במילא מתוך דחיפותן במהלך היום.

ניהול מלאי

לכל עסק ישנו אופי ניהול המלאי המתאים לו, אם העסק שלך מציע שירותים, את מוזמנת לדלג על חלק זה. אם העסק מציע מוצרים, מייבא או מייצר, כדאי לך להישאר. שרשרת ניהול המלאי:



ישנם שלושה שלבים עיקריים בשרשרת ניהול המלאי. השרשרת מתחילה מהספקים של רכיבי המוצרים המתקבלים במחסן רכיבים. כל הרכיבים עוברים לשלב הייצור של המוצר. כאשר המוצר מוכן הוא עובר למחסן מוצרים, ומשם נמכר ללקוחות. תכנון ריאלי של המכירות מאפשר תכנון של המלאי. כדאי לשים לב שלא יהיה מחסור בחלקים של המוצר לייצורו, ומצד שני לא להגיע למלאים גבוהים מדי שיכולים להינזק בזמן ההמתנה לייצור או להפוך ללא רלוונטיים אם מחליטים לשנות את המוצר.

חשוב או דחוף?

טיפ

הבחיני בין השניים, התחילי מהחשוב כי הדחוף בכל מקרה "נדחף" לסדר היום.

נזי גולן, מאמנת אישית ומלווה עסקית מוסמכת

בעסקים המושפעים מעונות השנה, או מאופנות מתחלפות, ישנה חשיבות רבה לתכנון של המוצרים המיוצרים, ולפיו יש להזמין את הרכיבים בכמות המתאימה עם אחוז קטן של תוספת לחלקי חילוף. מומלץ לייצר את המוצרים מבעוד מועד ולהיות הראשונים שמוציאים אותם לחנויות באותה העונה. לחנויות שאת מוכרת בתנאי קונסיגנציה, לא כדאי להכניס כמות גדולה של המוצרים, כדאי לנתב את הכמויות הגדולות לחנויות שמשלמות לך על המלאי בעת האספקה של המוצרים.

לאורך כל העונה מומלץ לשמור על קשר עם החנויות בהן את מוכרת, כך תוכלי לנתב את המלאי בין החנויות ולמנוע החזרות של מוצרים עונתיים. אם את מזהה שיש מוצר מסוים שלא נמכר באופן שיטתי, נסי לאתר את הקושי שלו להימכר, כדאי לתת פתרון במהלך העונה כדי למנוע מצב של החזרת כמות גדולה ממנו אליך לעסק. החשיבה שצריכה להוביל אותך בניהול המלאי, היא להחזיק מינימום מלאי בעסק בכל זמן נתון, אבל לא להימנע מייצור כמות מספיקה שתאפשר לך להגדיל את מכירות העסק בכל עונה. זהו איזון עדין שמצריך למידה והכרת ההתנהגות בסביבה העסקית. הקדישי לו זמן. תוכלי להתייעץ עם בעלות ניסיון, והכי חשוב שתקשיבי לאינטואיציה שלך. פעמים רבות לספקים מהם תקני את הרכיבים יש כמות מינימאלית בהם הם מוכנים לסחור, אל תאפשרי לתנאי זה להפוך את העסק שלך למחסן לכפתורים, למשל. לפעמים כדאי להתפשר מעט על המחיר ליחידה אבל לא להיוותר עם מלאי גבוה מדי במחסן. מצד שני, אם ספק מציע לך הנחה משמעותית לכמות, כדאי לבדוק תוך כמה זמן תוכלי לסיים את המלאי המוצע. במידה והכמות ריאלית כך שהרכיב עצמו לא יפגע ואת יכולה לחזות מאותה נקודת זמן ששינוי אופנה לא ימנע ממך להשתמש ברכיב, כדאי לשקול קניה מרוכזת שתגדיל משמעותית את הרווחיות של המוצר של העסק שלך.

בעסקים שאינם מושפעים מעונות, ישנה חשיבות גדולה יותר לייצור שוטף של המוצרים לפי צפי המכירות של העסק, במצב כזה כדאי לשים לב שניהול המלאי מבוצע בצורה כזו, שקודם כל מוכרים



את המוצרים הוותיקים ביותר במחסן ולאחר מכן את הפחות ותיקים. המטרה היא להימנע ממצב שבו ישנו מלאי ותיק במחסן שנהרס בגלל שהמתין ואילו המוצרים החדשים הנכנסים למחסן לא מספיקים לנוח על המדף במחסן לרגע וכבר יוצאים לחנויות.

חניסיונה של יזמת | הסיפור של דנה < המשך

דנה, בעלת בית הספר לריקודי הבטן, הכירה בשנה האחרונה את לנה מסביבה תומכת, שפתחה בפניה אופציות חדשות שלא הכירה למינוף העסק. בעקבות המפגשים עם לנה, דנה הכניסה מזכירה, מחשב, טלפון לעסק, בנתה אתר אינטרנט מדרגים ומקצועי שמשקף אותה ואת הייחודיות שלה. המזכירה עוסקת היום ברישום התלמידות, ודנה חשה את תרומתה הרבה לעסק, הרישום הרבה יותר יעיל ומספר התלמידות עלה פלאים. כך דנה יכולה לעסוק במה שהיא אוהבת, בריקוד ובהוראה המקצועית, ונותר לה זמן לחיים אישיים.

ד. תכנית פיננסית

לאורך התכנית את בוחנת את האפשרות של הקמת עסק להגשמת חלומך. יחד עם זאת מדובר בעסק שצריך להיות כלכלי כדי שתהיה לו זכות קיום לאורך זמן, ויכולת התפתחות שתאפשר לך להמשיך ולהגשים את חלומך. התכנית הפיננסית מורכבת ממספר כלים שיאפשרו לך לנהל את העסק בצורה טובה ולבדוק את התקדמותו בכל זמן נתון. כמעט לכל החלטה שתקבלי בעסק תהיה השפעה על הצד הפיננסי. מומלץ להכיר את הכלים על מנת שתוכלי לבדוק את ההשפעות של החלטותיך לפני שאת מקבלת אותם, ולהימנע מהפתעות. תוכלי להיעזר בכתיבת התוכנית הפיננסית ובניהולה השוטף בדוחות שמכין רואה החשבון לרשויות המס, ובמרבית העמותות המפורסמות בפרק האחרון של הספר.

תכנית השקעות

התכנית מרכזת בתוכה את כל ההשקעות של העסק, בהווה ובעתיד, ומקורות המימון להשקעות. למשל: רכישת פקס, מחשב, או ציוד לייצור המוצרים. תכנון של ההשקעות הדרושות לעסק בהתאם להתפתחותו ותאפשר תזרים מזומנים שוטף לעסק. על-פי התזרים ניתן לפרוס את התשלומים השונים כולל הספקים והחזרי הלוואות בהתאם ליכולות העסק. לאחר מכן תוכלי לנהל משא ומתן עם הספקים מהם רוכשים את המוצרים בנושא התשלום, בהתאם לתכנון של תזרים המזומנים. במידה וישנן השקעות הנדרשות לעסק לצורך צמיחה שהיא בלתי אפשרית ללא השקעה חיצונית, ישנן קרנות ועמותות המעניקות יעוץ לכך ואף מציעות הלוואות בתנאים נוחים שיאפשרו את ההשקעה לקידום העסק. הן מופיעות בפרק האחרון בספר זה.

דוגמא לדו"ח השקעות להקמת העסק

מקור מימון		השקעה		תאור
להמשך	להקמה	להמשך	להקמה	
הון עצמי	הון עצמי	10,000 ₪	5,000 ₪	ציוד לניהול העסק (פקס, מחשב וכו')
הון זר	הון זר	30,000 ₪	10,000 ₪	ציוד ומכונות להפעלת מהות העסק (מכונות ייצור, מדפי תצוגה לחנות וכו')
הון זר	הון זר	4,000 ₪	4,000 ₪	עלות הרכבת הציוד
הון עצמי	הון עצמי	20,000 ₪	20,000 ₪	שיפוץ ועיצוב המקום
	הון זר		10,000 ₪	רכישת חומרי גלם למלאי ראשוני
	הון זר		10,000 ₪	פרסום ראשוני של פתיחת העסק
	הון עצמי		2,000 ₪	תשלומי מיסים ראשוניים
	הון עצמי		10,000 ₪	תשלומים ראשוניים לספקים
	הון זר		3,000 ₪	מזומנים ראשוניים בקופה
	הון עצמי	64,000 ₪	74,000 ₪	סה"כ

תחזית רו"ח רווח והפסד

התחזית מרכזת בתוכה את הצפי להכנסות, העלות ליצור הכנסות אלו ואת ההוצאות של העסק. לאחר שמפחיתים את כל ההוצאות מההכנסות ניתן לראות את מצב העסק, האם הוא ברווח או בהפסד. תחזית של רו"ח רווח והפסד מומלץ להכין ברמה החודשית, הרבעונית והשנתית של העסק. לצורך ניהול חשבונות תקין יש צורך בהגשת רו"ח שנתי לרשויות מס ההכנסה. להלן דוגמא לתחזית רו"ח רווח והפסד. בפרק "דוחות שימושיים" בספר זה תוכלו למצוא פורמט לשימושך השוטף.

דוגמא לרו"ח רווח והפסד

xxx	מכירות	הכנסות
(x)	הנחות שניתנו ללקוחות	
(x)	החזרות סחורה מלקוחות	
xx	מכירות נטו	עלות המכר
xx	מלאי פתיחה	
xx	קניות נטו	
(x)	מלאי סגירה	
xx	עלות המכר	
xx	רווח גולמי	
x	הוצאות פרסום ושיווק	הוצאות שיווק ומכירה
x	הוצאות הובלה ללקוחות	
x	תגמולים לסוכנים	
(x)	סה"כ הוצאות מכירה	
xx	רווח לפני הוצאות הנהלה וכלליות	
x	הוצאות שכר עבודה	הוצאות הנהלה וכלליות
x	הוצאות משרדיות	
x	הוצאות ביטוח	
(x)	סה"כ הנהלה וכלליות	
xx	רווח לאחר הנהלה וכלליות	
x	הוצאות ריבית בבנק	מימון
x	הוצאות ריבית הלואה	
(x)	סה"כ מימון	
xx	רווח לפני מס	
(x)	הוצאות מיסים	מיסים
xx	רווח נקי לשנה	

תחזית תזרים

זהו דוח המתכנן לשלוש השנים הקרובות את ההכנסות וההוצאות ברמה חודשית, כאשר הוא לוקח בחשבון את יתרת המזומנים מהחודש הקודם כיתרת פתיחה לחודש הנוכחי. מטרת הדו"ח היא לנהל את התקבולים (להבדיל מהכנסות שיכולות להיות בהקפה או בתנאי תשלום דחויים ולא מזומנים) אל מול התשלומים השוטפים (להבדיל מהוצאות, אשר, כאמור יכולות להיות בתנאי תשלום דחויים), כדי להבטיח את התפתחות העסק והתקדמותו. ניתן לעשות זאת באמצעות תכנון ראשוני המבטא את התכנית העסקית, ובשוטף לעדכן אותו לאור המציאות. במידה וישנו פער גדול בין התכנון למצב בפועל, מומלץ לעצור ולחשוב מה גורם לפער זה וכיצד ניתן להיערך מחדש לאור המציאות. המזומנים בסוף החודש צריכים להיות מותאמים למזומנים שיש בבנק. להלן דוגמא לתחזית תזרים. בפרק "דוחות שימושיים" בספר זה תוכלו למצוא פורמט לשימושך השוטף.

דוגמא לרו"ח תחזית תזרים

חודשים	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	תאור
יתרת כסף בבנק בתחילת החודש													שווה לכסף בבנק בסוף חודש קודם
הכנסות													
עלות המכר													
רווח גולמי													הכנסות פחות עלות המכר
הוצאות מכירה													
הוצאות הנהלה וכלליות													
הוצאות מימון													
סה"כ הוצאות													
רווח / הפסד													רווח גולמי פחות סה"כ הוצאות
יתרת כסף בבנק בסוף החודש													

דוח תזרים יומי

הימים חולפים, כסף נכנס וכסף יוצא, האם את יודעת כמה? זהו דוח לניהול שוטף של התקבולים השוטפים בכל יום ויום, אל מול התשלומים השוטפים של העסק. השתמשי בו בכל יום, כך יקל עליך ניהול התזרים החודשי. חשבי בסוף כל יום את מצב העסק, האם הרוויחי או הפסדי. ובסוף כל חודש בטבלה התחתונה המסכמת, תוכלי לראות את מצב העסק. העודף הוא הפרש בין התקבולים לתשלומים.

תאריך	תקבולים			תשלומים					עודף (גרעון)	
	מזומן	צ'קים	כרטיס אשראי	סה"כ תקבולים	עלות המכר	הוצאה מכירה	הוצאה הנהלה וכלליות	הוצאות מימון		תשלומים סה"כ
1.9.07										
2.9.07										
3.9.07										
4.9.07										
5.9.07										
5.9.07										
6.9.07										
7.9.07										
8.9.07										
9.9.07										
10.9.07										
11.9.07										
12.9.07										
13.9.07										
14.9.07										
15.9.07										
16.9.07										
17.9.07										
18.9.07										
19.9.07										
20.9.07										
21.9.07										
22.9.07										
23.9.07										
24.9.07										
25.9.07										
26.9.07										
27.9.07										
28.9.07										
29.9.07										
30.9.07										
סה"כ לחודש ספטמבר	מזומן	צ'קים	כרטיס אשראי	סה"כ תקבולים	עלות המכר	הוצאה מכירה	הוצאה הנהלה וכלליות	הוצאות מימון	תשלומים סה"כ	עודף (גרעון)

נקודת איזון

זוהי אותה הנקודה בה ההוצאות של העסק וההכנסות של העסק משתוות והרווח הוא אפס. זוהי אינדיקציה למגמת העסק וקצב גידולו, המהווה כלי מדידה עבורך לכמות המוצרים שתצטרכי למכור כדי להגיע למצב שבו ההוצאות של העסק שוות להכנסות. נקודת האיזון היא ציון דרך משמעותי לעסק שלך. מנקודה זו העסק צריך לעבור לרווחיות, כלומר שההכנסות יהיו גבוהות מההוצאות. בניהול שוטף של העסק תוכלי לתכנן באמצעות כלי זה את יכולת העסק לספוג הגדלת הוצאות בכל שנה. שימוש נוסף הוא הערכה יחסית לקצב התפתחות העסק, אם בענף מסוים מקובל שעסק חדש מגיע לנקודת האיזון לאחר שלוש שנים, וישנו עסק שהגיע לנקודת האיזון לאחר שנתיים, יתכן וזו אינדיקציה לניהול יעיל של העסק, דבר שיקל על בעליו לגייס כספים נוספים לטובת הרחבת העסק.

כדי לחשב את נקודת האיזון לעסק שלך, בשלב הראשון עלייך לחלק את ההוצאות של העסק לחלוקה משנית: הוצאות קבועות והוצאות משתנות. בשלב השני נחשב את נקודת האיזון.

הוצאות קבועות: אלו כל ההוצאות של העסק בכל חודש, שאת מחויבת להוציא אותן אם העסק פועל. **למשל:** הוצאות הנהלה וכלליות (שכירות, מיסי ערייה, ביטוחים) ובדרך כלל הוצאות המימון (ריבית להלוואה, ריבית בבנק).

הוצאות משתנות: אלו הן כל ההוצאות הלא קבועות של העסק, החל מעלות המכר (חומרי הגלם ליצור המוצרים, השירותים שאת רוכשת לצורך ייצור המוצרים וכו'), הוצאות שיווק ומכירה (פרסום, עמלת סוכנים, הובלות המוצרים ללקוחות וכו') וכל הוצאה לא קבועה של העסק. חשבי את ההוצאה המשתנה הממוצעת המאפיינת את העסק. **למשל:** חשבי מה הן העלויות המשתנות שאת צופה ליצור שמלה ממוצעת.

החישוב לפי נוסחא

$$\text{סך כל ההוצאות הקבועות השנתיות} = \frac{\text{היקף המכירות השנתי}}{\text{בו תגיעי לנקודת האיזון}} \left[1 - \frac{\text{הוצאה משתנה ממוצעת למוצר}}{\text{הכנסה ממוצעת למוצר}} \right]$$

דוגמא: לסלון לעיצוב השמלות הוצאות קבועות שנתיות של 100,00 ₪. מחיר ממוצע של שמלה לפני מע"מ הוא 1,000 ₪. ההוצאה המשתנה הממוצעת ליצור השמלה (עלות המכר + הוצאות מכירה ושיווק) הוא 250 ₪.

$$133,333 \text{ ₪} = \frac{100,000}{0.75} = \frac{100,000}{1 - \frac{1}{4}} = \frac{100,000}{1 - \frac{250}{1,000}}$$



המשמעות היא שבעלת העסק תצטרך למכור באותה השנה בסכום של 133,333 ₪ כדי להגיע לנקודת האיזון. כל 1 ₪ שהיא תמכור מעבר לכך הוא יהיה רווח. מומלץ לבדוק אחת לרבעון את ההוצאות הקבועות והמשתנות, לראות שאין שינוי בהן. ובמידה יש לבדוק כיצד הן משפיעות על נקודת האיזון ועל המכירות הרצויות.

טיפ

ישנה שיטה נוספת לחישוב נקודת האיזון, באדיבותה של אימאן אעלימה, רואת חשבון.

נקודת האיזון יכולה להיות מחושבת בש"ח או ביחידות ולהלן שתי הדרכים: כל יחידה הנמכרת צריכה לכסות את העלויות הישירות ליצירתה ולתרום משהו לכיסוי ההוצאות הקבועות. על כן יש למצוא את תרומת היחידה האחת בכיסוי ההוצאות הקבועות. את התרומה הזו מחשבים לפי ההפרש בין מחיר מכירה לבין עלויות ישירות לייצור אותה יחידה (או עלות הקניה שלה במסחר). לאחר מכן יש למצוא את מספר היחידות הנדרשות על מנת לכסות את כל ההוצאות הקבועות:

$$\begin{aligned} \text{מספר יחידות נדרש לנקודת האיזון} &= \frac{\text{סך כל ההוצאות הקבועות השנתיות}}{\text{מחיר המכירה} - \text{עלויות ישירות}} \\ \text{מספר יחידות} &= \text{מחיר היחידה} \times \text{נקודת האיזון ב-₪} \end{aligned}$$

מניסיונה של יזמת | הסיפור של שירה

שירה (שם בדוי), בת 37 מאזור המרכז. בעלת עסק למחקרים שיווקיים, מתמקדת במחקרים איכותיים, כקבוצות מיקוד, ראיונות עומק ועוד. עובדת בעיקר עם חברות קטנות ובינוניות ועמותות. לאחרונה התחילה לעבוד עם משרדי ממשלה. העסק של שירה קיים כבר קרוב לשש שנים, היא התחילה מעבודות מזדמנות במקביל לעבודתה כשכירה ועם הזמן צברה לקוחות קבועים והחליטה לפתח את העסק שלה במשרה מלאה. היא מספרת שבשנה הראשונה של העסק, לאורך כל השנה עבדה מאוד קשה וויתרה על שעות רבות עם ילדיה, וכאשר הגיעו הדוחות של סוף השנה מרואה החשבון, עיניה חשכו. זה לא שהיא לא הרויחה, היא פשוט לא הרויחה כמו שהרגישה שהיא מרוויחה. היא הייתה בטוחה שיש טעות, בדקה, נפגשה עם הרואה חשבון אך לא היו טעויות. מאוכזבת, המשיכה לעבוד גם בשנה השנייה, ניסתה פחות להתפשר על המחירים ללקוחות חדשים, קצת העלתה מחירים ללקוחות קיימים, והשנה השנייה הסתיימה. שוב הגיעו הדוחות מרואה החשבון ושוב, המציאות רחוקה מהציפיות. מחשבות על סגירת העסק התחילו לבעבע בה, תחושות של חוסר הצלחה, חוסר ביטחון ותחושות שהיא לא מבינה מה שהיא עושה. היא החלה לדבר עם חברות על המצב, ואחת מהן הכירה לה את הבת דודה שלה שגם היא עצמאית. שירה סיפרה לבת הדודה על תחושותיה, הן ניסו להבין מה קורה בעסק. הן נפגשו, ובת הדודה ביקשה משירה לראות את הדוח רווח והפסד החדשי שלה, שירה הוציאה לה את הדוח שרואה החשבון עשה לה לשנה שעברה וזו הייתה נקודת הפתיחה שממנה הם ניתחו את המצב של העסק, ובנו ביחד דוח חודשי לניהול שוטף לעסק של שירה. בת הדודה בנתה עם שירה גם תזרים, היא לימדה אותה איך לעבוד איתו, זה לא היה פשוט בהתחלה, היא הייתה מתקשרת לבת הדודה כל דקה. עם הזמן היא למדה לנהל את העסק באמצעות הדוחות, היום היא יודעת כמה היא צריכה לעבוד בחודש כדי להגיע למטרות וליעדים שלה, ויודעת מתי כדאי לה להפסיק ולהשקיע את הזמן בילדים שלה ובעצמה. שירה ממליצה לכל בעלת עסק לא לוותר על הכלים האלה, כאשר משתמשים בהם אין הפתעות בדוחות של הרואה חשבון, יודעים כמה כסף לבקש עבור כל עבודה ויודעים מתי לא כדאי לקחת עבודה כי פשוט לא מרוויחים עליה, וסתם מבזבזים זמן שיכולים לעשות בו עבודה אחרת שמרוויחים בה כסף טוב. בתור מישהי שתמיד פחדה ממספרים שירה גילתה שזה לא כל כך נורא, בהתחלה זה מאוד מלחיץ אבל עם הזמן מתרגלים, "היום אני לא יודעת מה עשיתי בלי זה", אומרת שירה.

ה. תכנית פעולה

מטרת תכנית הפעולה היא לרכז בתוכה את כל הצעדים שאת בתור בעלת עסק תכנני לעשות כדי להקים את העסק שלך. זהו הכלי לתכנון השוטף של העסק ולניהול הביצוע של התכנית. לכל צעד יש תאריך יעד לסיום ביצוע. את זו שקובעת את הצעדים ואת הקצב המתאים לך, אבל מרגע שקבעת אותם התייחסי אליהם ברצינות ומתוך מחויבות מלאה לביצועם ובצורה הטובה ביותר. טבלה זו תוכל לשמש עבורך כלי גם בניהול העסק השוטף ובניהול משימותיך החדשיות.

תחום	משימה	מועד לסיום ביצוע המשימה	האם בוצע?	הערות
שיווק ומכירות	תמחיר המוצרים			
	איתור ערוצי הפצה			
	בדיקת כדאיות מכירה בערוצי הפצה			
	הכנסת המוצרים לעשר חנויות			
	פיתוח תוכנית תמלוגים למוכרים לעידוד המכירה			
	קבלת דוחות מכר לכל חודש לפי פריט			
טיפעול	הזמנת רכיבים מספקים			
	סידור מחסן			
	לו"ז ייצור			
	הכנת תעודות משלוח			
	ספירת מלאי			
פיננסים	הכנת דוח רווח והפסד			
	הכנת דוח תזרים			
	עדכון דוחות			
	קבלת הצעות מחיר לפקט			
	קבלת הצעות מחיר למכשור לעסק			
	עדכון עלויות טיפעול			
	עדכון עלויות שיווק			
	עדכון מכירות בתזרים			

מניסיונה של יזמת | הסיפור של דנה - המשך

את "שיק שק שוק" - מרכז הלימוד שלה לריקודי בטן, פתחה דנה לפני ארבע שנים. היא החליטה להגשים חלום ולהקים מקום משלה עם החותם והייחודיות שלה, בעיצוב שלה, עם חופש והמון עצמאות בעסק משלה. ההתחלה לא הייתה קלה. דנה גילתה שהיא צריכה להתמודד עם סיטואציות לא פשוטות ורמת מתח שלא הייתה מוכרת לה כשכירה. היא נתקלה בקשיים ראשוניים של ניהול העסק, כמו גיוס לקוחות, רישום, הוצאות גבוהות ובמקביל עברה משבר עם בן הזוג. זו הייתה תקופה לא פשוטה בה הייתה צריכה למצוא את הכוחות החבויים בה. אבל דנה לא איבדה תקווה, עמדה על שתי הרגליים האחוריות שלה והתמודדה עם הקשיים מכל החזיתות. כאשר נפרדה מבן זוגה אחרי שמונה שנות זוגיות, הבינה שהיא יותר סומכת על היכולת שלה ליצור את החיים שלה לבד, התחילה להעזי יותר ולקחת סיכונים, וכך העסק התחיל לקרום עור וגידים. דנה ממליצה לך, שאם יש לך חלום, תקומי ותעשי, תגשימי. היא מאמינה שככל שדוחים יותר ודוגרים יותר על החלום נלחצים יותר ומתרחקים ממנו. מצד שני דנה ממליצה לדעת להנמיך ציפיות כי לא תמיד הדברים קורים כמו שרוצים. זה עדיין לא אומר שמהשו לא בסדר, צריך לראות את הדברים בפרופורציות.

אחד הדברים היותר חשובים שדנה חווה בעסק שלה, הוא לדעת לחלק סמכויות, לדעת להפריד בין הכובע של ניהול עסק לבין הכובע כאישה עצמאית ויוצרת. לדעת לתמרן בין שני התפקידים. לא לפחד לקחת סיכונים, להאמין בעצמך לאורך כל הדרך כי מי שטובה גם מצליחה. דנה מאמינה שהכנסת עובדים תאפשר לה לשמור על רמת מקצועיות גבוהה והיא מתכננת להוסיף מורות נוספות. תלמידות מתקדמות שלה שיוכשרו על ידה בעתיד לאור ההתפתחות של העסק בהתאם לחזון שלה. ההוכחה לכך היא ההצלחה הראשונה, הכנסת המזכירה לעסק שעשתה פלאים.

1. האם את מוכנה?

האם את מוכנה לצאת לדרך? להקים את העסק שלך? זה השלב לעשות הערכת מצב לפני היציאה לדרך. נסי לרגע להתבונן ממרחק בבדיקות שערכת עד כה, איך את מרגישה איתן? האם את מרגישה שאת מסוגלת לקחת את המחויבות הזאת על עצמך ולהקים את העסק שלך ובשבילך? התבונני בתוכנית הפעולה שהכנת זה עתה, יש בה הרבה מאוד משימות, חלקן בטח מעלות בך התרגשות לקראת ביצוען וחלקן אולי פחות, אבל תצטרכי לעשות את כולן לקידום העסק שלך, או לדאוג לשכירת שירותים חיצוניים של אנשי מקצוע. האם הערכת הזמן לביצוע המשימות ריאלי ומתאימה לשגרת חייך? כיצד השינוי של הקמת העסק הולך להשפיע על שגרת חייך הנוכחית? על שגרת משפחתך? מה חושבת משפחתך? האם היא תומכת במהלך? ישנה חשיבות רבה לתמיכה של הסביבה הקרובה לך, ליכולת שלהם לקבל ולהבין שחלוקת זמןך תשתנה, שאת תהיה עסוקה בדאגות חדשות ותצטרכי את עזרתם הפעילה לעיתים, ולפעמים סתם חיבוק תומך ומרגיע יוכל להעלות חיוך על שפתיך. במידה ואת חיה בקהילה עוטפת, חשבי לרגע כיצד חברי הקהילה יגיבו לבשורה שאת הולכת להקים את העסק שלך? כיצד את יכולה לרתום אותם לטובת העסק? כל אחד מהם יכול להיות לקוח פוטנציאלי של העסק שלך. עברי עם משפחתך הקרובה על תכנית הפעולה שלך להקמת העסק. הפכי אותם לשותפים שלך לתכנון, חשבי יחד איתם כיצד תוכלו לקדם את התכנית. גם פינני זמן חופשי עבורך זוהי הקלה שתאפשר לך להשקיע יותר בקידום העסק. במידה והחלטת להקים עסק עם שותפים, שבי יחד איתם עם תוכנית הפעולה להקמת העסק, נסו לדמיין ביחד איך זה הולך להיות, מה כל אחד הולך לעשות ומה ההשלכות שיהיו לך על המשפחות והקהילה. רק לאחר שתרגישי שאת שלמה עם עצמך והעסק שהחלטת להקים, הרשי לעצמך להצטייד בכלי אחד נוסף שישימש אותך במהלך הקמת העסק וניהולו.

המנטרה שלך

מה הן 3 התכונות הכי טובות שלך שאת הכי גאה בהן? כאשר שואלים אותנו את השאלה הזו, אנו בדרך כלל אומרות קודם כל את מה שאנו לא טובות בו. זו לא המטרה, עד עכשיו עברת תהליך מורכב ומאתגר, והגעת עד הלום, רגע לפני שאת מקימה את העסק, אני בטוחה שאת כבר יכולה להגדיר שלוש תכונות שלך שאת מאוד גאה בהן, מה הן?

להשלל: אני אוהבת, יוצרת וחכמה

רשמי לך אותן במקום אחד שאותו תיראי בכל בוקר לפני שאת מתחילה את היום: במכשיר הטלפון הסלולרי, שומר המסך במחשב או על לוח המודעות האישי שלך במקום בו את עובדת. המנטרה הזו תחבר אותך לכוחות המצויים בך ותוסיף לך כוחות גם ברגעים הכי מעצבנים.

סיימנו את התכנית העסקית, ואנו עוברות לשלב ההקמה של העסק.

הסיפור של יפעת

כוחה של תכנית

יפעת לשם-ארגמן בת 40, נשואה לאורי, ואם לשלושה ילדים מקסימים. נולדה וגדלה בירושלים, כיום מתגוררת בעיר מודיעין הסמוכה. אחרי הצבא למדה אומנות במדרשה לאומנויות ברמת השרון.

לאחר הלימודים במדרשה עבדה כמורה לאומנות, בבית ספר בירושלים, שנחשב אז לבית הספר המדגים בירושלים בתחום האומנות. ההצלחה שלה הייתה גדולה והרבה מחמאות לצידה, אבל משהו היה חסר לה. היא הרגישה, בעיקר בשנה האחרונה לעבודתה שם, שהתפקיד לא מאתגר אותה ושיש לה יותר מה לתת ומה לקבל.

יפעת מצאה את עצמה יושבת בלילות, אחרי שכולם ישנים ויוצרת תכשיטים, מצוירת ויוצרת.

ההנאה מהיצירה הייתה עצומה וגדולה עוד יותר כאשר הייתה מגיעה לעבודה עם תכשיט שיצרה, וחוזרת בלעדיו... היה ביקוש לעבודות שלה.

במקביל התסכול מהעבודה במשרד החינוך גבר, ובכל יום חזרה ואמרה שהיא רוצה להתפרנס מהדברים שגורמים לה הנאה, ליצור ולמכור. אז היא עוד לא הייתה מודעת לכוח שבמילים! עדיין לא ידעה שהמציאות החדשה – תחילתה בדמיון!

אחרי שנת שבתון בה למדה צורפות וקרמיקה ונהנתה מכל רגע, החליטה לצאת לשנתיים של חופשה ללא תשלום, בסיומן ביקשה וקיבלה פיצויים, ותם הרוחן עם משרד החינוך. משם הדברים התחילו לזרום, ואפשר לומר שאחרי הריון קשה, זאת הייתה הלידה!

כמו בסרטים – יפעת עשתה מהפך את המרחף, שלא במקרה היה לה, הפכה לסטודיו. צבעה את הקירות, סידרה, קדחה, תלתה וילונות ויצרה תצוגה עם מה שהיה לה: תכשיטים, תמונות ועבודות מעץ. תוך זמן קצר ציירה לעצמה לוגו, ובחרה את השם "המקום של יפעת", פתחה תיק במס הכנסה, פרסמה מודעה בעיתון ופתחה את הדלת. אחרי שנה במקום להתייצב בחדר המורים, כבר היה לה עסק חדש, עם הרבה אמונה, שמחה וידיעה שהיא עושה את

הדבר הנכון! במקביל ליצירה ולמכירה העבירה חוגים, שהיו עבודה עוגן של ביטחון. עם השנים, ככל שההכנסות ממכירת היצירות שלה גדלו, לאט לאט הורידה את החוגים והיום היא מתפרנסת בכבוד מהיצירה.

יפעת מספרת שעם השנים למדה שהאינטואיציה שלה מאוד מדויקת, ואם היא מרגישה שזה הדבר הנכון, שום דבר לא יכול לעמוד בדרכה.

לפני כשנתיים יפעת חשה בירידה במוטיבציה וביצירתיות, היא הייתה על פרשת דרכים. במקרה הזמנה לכנס של BNI. המפגש עם בעלי עסקים נוספים סחף אותה חזרה לאנרגיות הטבעיות שלה. לאחר כחודשיים הצטרפה לקבוצת נשות עסקים באזור מודיעין של עמותת נ.י.ב.

השנה האחרונה של העסק הייתה מדהימה מבחינה עסקית:

יפעת שיפצה את המקום, הרחיבה את התצוגה של התכשיטים והוסיפה לצד תכשיטי הכסף גם קו יוקרתי של





כניסה לעולם העיסקי הקמה הלכה למעשה

4

תכשיטי זהב ומטבעות נישואין. היא מעניקה שירות משלים של חידוש תכשיטים ושדרוגם. התחילה לעבוד עם כרטיסי אשראי, הקימה אתר אינטרנט לעסק, העסק נותן במה לאומנים נוספים היוצרים מחומרים מגוונים כקרמיקה זכוכית ועץ, ועבודותיהם נמכרות בו. ועכשיו על הפרק, קשרים עם עסקים בחו"ל. ממש בימים אלה מתקיים מו"מ עם בעלת חנות בהונדרוס שפנתה אל יפעת דרך אתר האינטרנט שלה.

רמת ההכנסות והרווחים עלו בצורה משמעותית ביותר, ויפעת מציבה לעצמה מטרות גבוהות יותר ויותר ויודעת שתגיע אליהן. כיום תחושת הסיפוק אדירה, יפעת גאה במה שהקימה ומאושרת ממה שעושה, הדרך מאוד בהירה לה והיא צועדת בה בביטחון וללא פחד.

היא רואה את ההערכה גם בעיניהם של הסובבים אותה, הפרגון, האמונה ביכולות שלה והאמון בדרכה. יפעת אומרת:

“אם הסביבה היא ההשתקפות של עצמי – אני מרוצה ממה שאני רואה...”

יפעת ממליצה לכל בעלת עסק למצוא לעצמה קבוצה של נשות עסקים אליה תוכל להשתייך. היא אומרת שזה נותן הרגשה שאת לא לבד עם התחושות, נותן הבנה שכל מי שמנהלת עסק, ובמיוחד מהבית, מתמודדת עם אתגרים דומים, ביניהם הקושי בהצבת הגבולות בין הבית לעבודה. המלצה נוספת היא ללכת בעקבות הלב, להאמין בדרך, וככלל – הדברים שקל לנו לעשות אותם – הם הדברים הנכונים!

הקמה הלכה למעשה

מזל טוב, החלטת להקים את העסק. עד עכשיו ערכת הרבה מאוד בדיקות, אספת מידע, הסקת מסקנות ותכנונת תוכניות. בפרק זה אנחנו עושות את הצעדים המעשיים בהקמת העסק שלך. לצורך הקמת העסק נדרש ידע, הון, רישומים פרוצדוראליים כדי שהעסק שלך יוכר, יצירת קשרים והתקשרויות עם ספקים וכמובן... מוצרים ולקוחות.

"בוקר. לשבריר שנייה שמעת שיר וזהו, הוא ילווה אותך ולאורך כל היום שורה אחת תתנגן, תדביקי בה את כל סביבתך במטרה נואשת להעביר אליהם את השורה המתנגנת. כך בדיוק היה יומי. התנגנו בראשי צמד שורות ולא הרפו "מחר יקרה לי משהו טוב/ אני אדע שזה גבוה/ אבל ארגיש את זה קרוב" (שרון הולצמן)."

מתוך יומנה של חירב אחור, יזמת שתיעדה את תחושותיה במהלך הקמת העסק שלה.

א. ידע

הידע הוא משאב מהותי בעסק שלך. חשוב שיהיה לך את הידע המקצועי ותוכלי לפתח אותו כל הזמן, לצד ידע בניהול העסק על רבדיו השונים.

1. הידע המקצועי

בדקי רגע עם עצמך, עברי על תהליכי התפעול שתכננת בתוכנית העסקית, האם את מרגישה שיש לך את כל הידע המקצועי ליצור המוצרים או למתן השירותים של העסק שלך? יתכן ותחליטי כי יש לך את הידע הבסיסי הנדרש להקמת העסק, ובהמשך תוך כדי הפעלתו תוכלי ללמוד ידע משלים לפיתוח מקצועיותך.

ידע לניהול שוטף של העסק

אלו הם תחומי הידע שעסק צריך לניהול:

- < ניהול מקצועי ופיתוחו בתחום העשייה של העסק שלך.
- < ניהול תפעולי של עבודה עם ספקים, ייצור המוצרים, בקרת איכות, ניהול הזמנים.
- < שירות לקוחות, מתן שירות בעת קניה ולאחר קניה.
- < ניהול כספי כניהול התזרים של העסק, דוחות רווח והפסד, ספר תקבולים ותשלומים, הוצאת חשבוניות / קבלות, גביית תשלומים, התאמת בנק, מאזן שנתי, תשלומים לרשויות כמס הכנסה, ביטוח לאומי ומע"מ.

- < ניהול השיווק, ביצוע התוכנית השיווקית, עדכונה לאור ההזדמנויות, יזום פעילויות חדשות לקידום המכירות, תמחיר מוצרים, מבצעים, שיתופי פעולה.
- < ניהול המכירות, מכירה בפועל של המוצרים, מכירה באמצעות מפיצים, הכרות עם ערוצי ההפצה, ניהול משא ומתן, הצבת יעדי מכירה והשגתם, הנעה לפעולה של המוכרים או המפיצים.
- < תכנון עסקי, בחינה של העסק בהסתכלות כוללת, האם הוא מתקדם בקצב שהוגדר לו בתוכנית העסקית? אם לא, מדוע? אם כן, מה הן המטרות החדשות? היעדים החדשים? האם הם מתאימים לחזון ולערכים של העסק?

האם את רוצה לרכוש את הידע?

זוהי שאלה חשובה ומהותית. לכל אחת יש את התחומים שבהם היא יותר חזקה ותחומים בהם היא פחות חזקה. מה הם התחומים שלך? האם ישנם תחומים שאת פחות חזקה אבל תוכלי לעשות אותם? האם ישנם תחומים שאת יודעת שאת לא רוצה לעשות אותם? תחומים אלו תוכלי להוציא לספקי שירות חיצוניים שתמורת תשלום לעמלם ישמחו לעשות למענך.

למשל: בתחום הכספים כדי להזיל את העלויות של רואה החשבון, אפשר לעשות באופן עצמאי את החלקים של ניהול הכספים בעסק, ואת העבודה כלפי חוץ עם הרשויות, להשאיר לרואה החשבון. בדרך זו הוא במילא יהיה בעל עניין שניהול הכספים בעסק יהיה תקין ועל כן ישקיע מזמנו בהסברת החוקים והכללים, יקח אחריות אל מול הרשויות אך לא יצטרך להשקיע מזמנו בניהול הכספים ביומיום, ושניכם תרויחו מההסכם.

איפה אפשר לרכוש את הידע

במידה והחלטת לרכוש את הידע, ישנם מגוון גופים בהם ניתן לעשות זאת.

1. ידע מקצועי

- < **אוניברסיטאות ומכללות:** המעניקות בדרך כלל תארים רשמיים בסיום הלימודים. בחלק מתחומי העיסוק ישנה חשיבות בהצגת תעודה מקצועית ולכן כדאי לשקול זאת.
- < **משרדי הממשלה:** מציגים קורסים בתחומים שונים, מומלץ לבדוק באתרי האינטרנט בהתאם לתחום הידע אותו את מחפשת. משרד המסחר והתעשייה יזום מעת לעת קורסים מקצועיים לבעלי עסקים וליזמים. בסניפי מט"י ברחבי הארץ תוכלי לקבל את המידע לגבי הקורסים הנפתחים.
- < **איגודים מקצועיים:** קיימים ברוב התחומים, חלקם הגדול מקיים פעילויות מקצועיות לחבריהם כקורסים וסדנאות. באיגודים אלו בדרך"כ יש ספריה מקצועית, ובעלי מקצוע עם ניסיון בתחום שיוכלו ליעץ מניסיונם. ישנם איגודים שחבריהם הבוגרים מעניקים תמיכה וליווי מקצועי כחלק מתוכנית החניכה לזמנים צעירים בתחום, כדוגמת אגודת אומני הקרמיקה. מומלץ ליצור עמם קשר עם הקמת העסק, ולהכיר את השירותים שהם מעניקים. יתכן ובהמשך תוכלי לעשות בהם שימוש, אם לא ממש עכשיו.
- < **בעלי מקצוע ותיקים בתחום:** תוכלי ללמוד מניסיונם, להימנע מטעויות שהם כבר עשו, ולבחור בדרך המתאימה לך ולעסק שלך.
- < **רשת האינטרנט:** מכילה מידע רב, אתרים מקצועיים, מגזינים, מאמרים, חוויות של בעלי מקצוע, פורומים מקצועיים להתייעץ בהם ועוד.

2. ניהול העסק

- < **עמותות לקידום נשים**, המשקיעות בפיתוח היזמות העסקית בקרב נשים בישראל באמצעות קורסים המותאמים לצרכים המיוחדים שלך כאישה המקימה עסק. יצירת מפגשים של בעלות עסקים כמון, ליווי של בעלי מקצוע, לרוב במחירים מסובסדים. בפרק האחרון בספר זה תוכלי למצוא את רובן.
- < **חברות ויועצים פרטיים** מציעות מגוון קורסים לניהול העסק, רובן מפרסמות ברשת האינטרנט.
- < **רשת האינטרנט** רלוונטית גם לתחום ידע זה, תוכלי לפגוש שם הרבה מאוד דעות וסגנונות ניהול ולבחור מתוכם את המתאימים לך.
- < **ספרים רבים** נכתבו בתחום ניהול העסק, ניתן לרכוש אותם בכל חנות ספרים או להשיגם בספרייה מרכזיות ולעיתים גם בספריות עירוניות.

3. ספקי שירותים שיעשו זאת עבורך

- במידה והחלטת לרכוש את השירותים מספקים חיצוניים, כדאי לך לעשות את הבדיקות הבאות.
- < **בדיקת שוק:** מומלץ קודם כל לעשות בדיקת שוק קצרה, להכיר את הספקים הפועלים באזור מגוריך או העסק שלך (בסופו של דבר זה מאוד מקל בעבודה השוטפת), אילו סוגי שירותים הם נותנים והאם אילו הם השירותים שהעסק שלך צריך.
- < **המלצות:** התייעצי עם עסקים קיימים שרוכשים שירותים אלו ואספי המלצות למי כדאי לפנות. אם לא הצלחת לקבל המלצות מעסקים, אל דאגה, תמיד תוכלי לפנות לספקי השירותים ולבקש מהם המלצות של מהלקוחות שלהם.
- < **הצעת מחיר:** בחרי לך 3 ספקים שהתרשמת מהם על סמך המידע שבידך כרגע, ובקשי מהם הצעת מחיר לשירות שאת צריכה. חשוב מאוד שהצעת המחיר שאת מקבלת מהספקים, תהיה ברורה ותכיל את כל הפרטים. בהצעת מחיר צריכים להופיע: פירוט השירותים, מחיר + מע"מ, תנאי תשלום (המועד בו תצטרכי לשלם את הכסף), אופן התשלום (האם במספר תשלומים, בצ'קים, כרטיס אשראי), תוקף ההצעה, כמה זמן נדרש לביצוע השירות ע"י הספק. השווי בין הצעות המחיר של הספקים, האם הן מכילות את אותם השירותים? מי מהן הכי זולה ומי מהן הכי מהירה, בחרי בהצעה שהכי מתאימה לעסק שלך לפי הקריטריונים שנראים לך הכי חשובים. למשל: זריזות ביצוע לעומת מחיר.
- < **בדיקת יכולת העסק שלך לשלם:** בדקי האם המחיר מתאים לתקציב אותו הגדרת בתוכנית העסקית. במידה והוא יקר באופן משמעותי מהמתוכנן, כדאי לשקול להוריד רכיבים מהשירות המבוקש. אם ההפרש בין המחיר הרצוי לפי התוכנית העסקית לזה המוצע לא גדול מידי מומלץ לנהל משא ומתן עם הספקים כדי לקבל את המחיר אותו תוכלי לשלם. בכל מקרה כדאי להיפגש עם אחד הספקים כדי לנסות ולהבין כיצד ניתן לגשר על הפער.
- < **פגישה עם הספק:** זה הזמן להיפגש עם ספק השירות ולהכירו, מעבר למקצועיותו אל תתפשרי על רושם אישי. חשוב מאוד שתאבי לעבוד איתו והוא ייהנה לספק לך את שירותיו. אם עדיין אין לך המלצות על שירותיו, תוכלי גם בפגישה לבקש שניים או שלושה לקוחות קיימים שלו לדבר איתם. זה מאוד לגיטימי במיוחד כאשר מדובר בהתקשרויות ארוכות טווח או בעלויות גבוהות או מהותיות לעסק.

- < **למשל:** אם נחזור לדוגמת העסק לעיצוב שמלות אירועים, מתפרה לשמלות, שאינה מספקת בזמן את השמלות התפורות, יכולה להוות מכשלה מהותית לעסק כולו. הלקוחות יבינו עם הזמן שאי אפשר לסמוך על העסק ויעדיפו גם להתפשר על איכות השמלה ובלבד שהיא תהיה מוכנה בזמן לאירוע שלהן, ולא יחלוף זמן רב עד שהן תעבורנה למתחרים.
- < **הסכמי סודיות:** הפרט האחרון שכדאי לקחת בחשבון הוא הסכמי סודיות במידה וההתקשרות שלך עם אותו הספק תחשוף את העסק שלך בפני פגיעה. למשל: חשיפת שיטות תפירה ייחודיות. מומלץ לחתום עם הספק על הסכם סודיות שיגן על העסק וסודותיו. בהמשך נדון בנושא הסכמים וחוזים עם ספקים ותכולתם. בפרק האחרון בספר זה מופיעות העמותות שלרובן שירותי עורכי דין שיוכלו לעזור במקרה זה.

מניסיונה של יזמת | הסיפור של רימון ע'גמי

הצלחתי להגיע להישגים לשוק את האוכל המזרחי הצמחוני בירושלים, תל-אביב והרצליה ולאור הצלחתי, החלום שלי התרחב בשאיפה שבכל הארץ אשווק את האוכל הצמחוני המזרחי (ובמיוחד את הקובה). החזון שלי לפתוח מקום משלי עם צוות שאני מסייעת לו להתפרנס בכבוד ולפתח את כישורי עבודתם להעביר בירושה ולהפיץ את תורת הבישול המזרחי הצמחוני. בשל עברו העסקי של בעלי, לא נתנו לי מנוחה ורשות לפתוח עסק משלי ללא תשלום חובות בעלי בגלל שלבעלי יש 100% נכות. לאחר תלאות רבות ויתור על החובות. פתאום ראיתי שיש אור בקצה מנהרה. ההתמודדות עם הרשויות, במיוחד לאחר מגורים בחוץ לארץ לתקופה משמעותית וארוכה, הייתה קשה ביותר. לשמחתי פגשתי בארגונים העושים עבודת קודש שעזרו וסייעו לי לצאת ממצוקה לתנופה. מאז פגשתי עוד הרבה אנשים טובים באמצע הדרך ביניהם: חנה כהן מקול האשה, יוספה טביב כליף מאחותי, דרורי יהושע ממזרח שמש ומי שמלווה אותי עד היום, בתיה ברם-כנעני. אני ממליצה לנשים אחרות במצב דומה לא לאבד את התקווה ולחפש מישהו שיכול לעזור לנו שלעיתים הוא נמצא ממש מתחת לאפינו ולא לאבד את השמחה, למרות הקושי, כי כאשר בן אדם נמצא במצב כזה הוא מאבד את יכולתו לראות את האנשים שיכולים לעזור לו ולסייע בידו. וכשאת מצליחה לעמוד על רגליך, מחובתך ומשמתך לעזור לאחרים, מעין שלח לחמך על פני המים כי ביום מן הימים תמצאנה....

ב. הון

אחת הבדיקות שעשית בתוכנית העסקית היא בחינת הצורך בהון להשקעה. לרוב הכוונה היא לסכום כסף ראשוני שתצטרכי להשקיע כדי לפתוח את העסק.

אך ישנם מקרים שיש צורך בגיוס הון חיצוני לעסק תוך כדי ניהולו, תכנון נכון של שלבי גיוס ההון לעסק, יקל עליך את גיוסו. יהיה לך מספיק זמן לבחון את כל האופציות לגיוס, ומתוכן לבחור את הכדאית והמתאימה לך ולעסק שלך. ישנן סוגים רבים של הלוואות: הלוואות שקליות, דולריות, אפשר היום לקבל הלוואה בכל מטבע שנסחר. ישנן סוגי ריביות שונות: קבועות מראש, מוצמדות למדד, מוצמדות לדולר. כדי לבדוק כדאיות מקובל להוון את סכומי הלוואה לשפה משותפת של זמן ומטבע משותף. כדאי להכיר את האופציות הקיימות, ובמקרה הצורך להיוועץ ביועץ מקצועי לקבלת החלטה באיזו מההלוואות לבחור. בפרק האחרון בספר זה מופיעות העמותות באמצעותם תוכלי להיעזר.

חטרות לגיוס הכסף

קיימות שלוש סיבות עיקריות לצורך בהשקעה וחשוב להגדירן לפי סוגן, כדי שתוכלי לאתר את הגורמים המתאימים מהם תוכלי לגייס את הכסף.

- 1. השקעה ראשונית:** בדרך כלל לצורך רכישה או השכרת מקום פיזי לעסק, לשיפוץ, לרכישת מכונות או ציוד אחר לצורך יצור המוצר או השירות של העסק, לרכישת מלאי ראשוני ולפרסום ראשוני.
- 2. הון חוזר:** הכוונה היא לכסף לתזרים, שיאפשר הוצאות שוטפות של העסק עד שההכנסות שלו יאפשרו את תפעולו השוטף באופן עצמאי.
- 3. הרחבת העסק:** כאשר העסק כבר קיים ונדרש כסף כדי להגדיל אותו, הן ברמה הפיזית (מעבר למקום פיזי גדול יותר, או רכישת מכונות חדשות) והן ברמת ההוצאות השוטפות (הגדלת מספר אנשי המכירות מתוך ציפייה להגדלת ההכנסות).

המקורות מהם תוכלי לגייס כסף

- 1. חסכוניות שלך**
- 2. הלוואה מהמשפחה או מהסביבה הקרובה**
- 3. הלוואה מהבנק**
- 4. הלוואה מקרנות:** בפרק האחרון בספר מופיעות חלק מהקרנות התומכות ביזמות עסקית לנשים, ומידע ראשוני שיאפשר לך לבחור למי מהן לפנות לפרטים נוספים.

מה צריך לבדוק

- 1. הסכום המוצע:** ישנן קרנות המגדירות סכום מינימום אותו הן מוכנות לתת. במידה והוא גבוה במידה ניכרת מהסכום אותו העסק צריך, מומלץ לחפש קרן אחרת שתוכל לתת לך את הסכום הנדרש לך.
- 2. הריבית אותה תשלמי:** כל גורם המציע את הכסף, דורש לציוד אחוז ריבית מסוים. ישנן דרכים רבות להציג את הריבית. חלקם מציגים כאחוז ברור למשל 2% ואחרים מציגים כפריים + X%. ריבית פריים מוכתבת עליידי בנק ישראל למשק, ומתעדכנת מעת לעת. כדאי לחשב

ולהבין מהו הסכום ב-ש של הריבית אותו את משלמת בסופו של דבר.

- 3. דמי טיפול:** רוב הגופים מבקשים סכום ראשוני לטיפול בפניה לקבלת הלוואה. סכום זה פחות מקובל בהלוואות הנלקחות בבנקים.
 - 4. דמי ביול:** מקובל בעיקר בהלוואות שמקבלים מהבנקים, חשוב לדעת כמה מבקשים, הסכום לעיתים משתנה בהתאם לבנק ולסכום הלוואה המבוקש.
 - 5. דמי בדיקה ראשונית ותוכנית עסקית:** מקובל בגופים המעניקים את הלוואות מטעם הקרנות. הסכום משתנה בדרך כלל בהתאם לסכום הלוואה והגוף המעניק אותה.
 - 6. דמי פתיחת תיק:** במקרים רבים אם לוקחים את הלוואה בבנק, ישנו סכום שאת צריכה לשלם לבנק כדי לקבל את הלוואה. גם הוא משתנה בהתאם להסכמים של סניפי הבנקים עם הגופים המעניקים את הלוואות.
 - 7. משך הלוואה:** מספר החודשים שבמהלכם את תדרשי להחזיר את הכסף.
 - 8. תשלום פדיון מוקדם של הלוואה:** כדאי לבדוק האם תצטרכי לשלם סכום כסף נוסף, כדי לפדות את הלוואה מוקדם ממה שסוכם במעמד קבלת הלוואה.
 - 9. ערבויות ובטחונות:** הבנקים בדרך כלל דורשים ערבויות ובטחונות להלוואות. לעיתים כאשר מדובר ברכישת מקום או ציוד, נדרש שיעבוד של המקום לטובת הבנק עד לתשלום מלא של הלוואה.
 - 10. חודשי גרייס:** רוב הקרנות מאפשרות לבעלת העסק שקיבלה את הלוואה מספר חודשים ראשוניים ללא תשלום ההחזר של הלוואה כדי לאפשר לעסק להתרומם. בדרך כלל ניתנים 3 חודשים ראשוניים מרגע מתן הלוואה ועד המועד בו העסק נדרש להתחיל להחזיר את הלוואה.
 - 11. תנאי סף:** ישנן קרנות המציגות תנאי סף להגשת בקשה לקבלת הלוואה. אם אינך עומדת בתנאי הסף תוכלי להימנע מתשלום הגשת בקשה שבמילא תדחה. למשל, ברוב הקרנות ישנה דרישה שהחשבון של בעלת העסק לא יהיה מוגבל בהווה ושנה אחורה. חשוב מאוד להיות כנים ולהגיד במידה וישנן או היו בעיות בבנק, לחלק מהקרנות יכולת לעזור למרות בעיות של הגבלה.
- לסיכום, אחרי שבדקת את כל הפרמטרים הללו, הכיני לעצמך טבלה של הגופים שמהם תוכלי לקבל את הלוואה. חשבי את כל הסכומים הנלווים לכל הלוואה (דמי טיפול, דמי בדיקה ראשונית ותוכנית עסקית, דמי פתיחת תיק, ביול, תשלום בגין פדיון מוקדם), את סכום ההחזר החודשי של הלוואה, סכום ההחזר החודשי של הריבית. בדקי למי את עשויה לשלם את הסכום הקטן ביותר, אליו כדאי לך לפנות לגיוס ההון.**
- רגע, לפני שאת מגישה בקשה להלוואה, בדקי בתזרים המזומנים של העסק כיצד הלוואה תשפיע עליו. האם היא תעזור למימוש התוכניות? בחני את ההשלכות של הזרמת הכסף הראשוני יחד עם החזרי התשלומים החודשיים של הלוואה.**

ג. חשבון בנק

חשוב לזכור, הבנק הוא עסק מסחרי בפני עצמו. הוא רוצה להרוויח כמה שיותר, הוא מעניק שירותים ללקוחות, ואת אחת מהלקוחות שלו שצריכה להיות מרוצה מהשירותים שלו כל עוד את לקוחה שלו. ישנם מספר בנקים בישראל, ואם אינך מרוצה מאחד תמיד תוכלי לעבור לבנק אחר. לפני שאת מחליטה לפתוח חשבון בבנק מסוים, ערכי בדיקה ביתרת הבנקים באזור מגוריך ובדקי מי מהם מתאים לך יותר. מומלץ וכדאי להציג לבנק את צרכיך ולראות כיצד הוא יכול לענות על צרכיך, ניהול משא ומתן יוכל לחסוך לך כסף רב.

האם את מתלבטת האם לפתוח חשבון בנק נפרד לעסק? זוהי התלבטות חשובה ומעניינת. בכל מקרה כדאי לקחת בחשבון את התכנון העתידי של העסק, באיזו מידה הוא יהפוך לתפקד כיחידה עסקית נפרדת מהיחידה המשפחתית, עם צרכים משלו ויכולות משלו. במידה ומדובר בעסק עצמאי המהווה יחידה עסקית בפני עצמו, מומלץ לפתוח חשבון נפרד עבור העסק. לפני שאת פונה לבנק לפתיחת חשבון, הגדירי לעצמך אילו סוגי פעילויות בנקאיות תנהלי בצורה תדירה יותר מהאחרות. למשל: אם את יודעת שרוב לקוחותיך ישלמו לך בצ'קים דחויים, כאשר את מנהלת משא ומתן עם הבנק על העמלות, תידרשי הנחה משמעותית על השירות של הפקדת צ'קים דחויים.

על מה כדאי לחשוב כאשר מנהלים משא ומתן לפתיחת חשבון עסקי

- 1. עמלה רבעונית:** עבור ניהול חשבון. בדרך כלל סכום קבוע עבור כל שלושה חודשים.
- 2. עמלה על כל פעולה:** נקראת עמלת שורה, לפעמים הבנקים מציעים עמלה רבעונית גבוהה יותר שכוללת מספר פעולות ללא חיוב, כדאי לנסות להעריך את מספר הפעולות לפי הסוג שלהן והאם זה כדאי עבורך.
- 3. מסגרת אשראי:** בהקמת עסק לרוב חולף זמן מסוים עד שהתזרים מתאזן. כדאי להגדיר מסגרת אשראי שתאפשר לעסק לפעול בשוטף בצורה חלקה.
- 4. עמלה על מסגרת אשראי:** הבנקים בדרך כלל מגדירים רמות שונות של עמלות לפי גובה מסגרת האשראי שהם מעמידים לחשבון הבנק. חשוב לשים לב, שהעמלה הנמוכה ביותר תהיה על מסגרת אשראי שתוכל לשרת את העסק.
- 5. הפקדות צ'קים דחויים:** על כל הפקדת צ'ק דחוי ישנה עמלה משמעותית, כדאי להפחיתה אם עיקר הלקוחות שלך ישלמו בצ'קים דחויים.
- 6. כרטיס אשראי:** האם העסק צריך כרטיס אשראי? כדאי לשים לב אילו כרטיסים כל בנק מציע ואילו עמלות נגבות עבור הכרטיסים.
- 7. פנקסי צ'קים לעסק:** אם זו דרך התשלום המקובלת בתחום עיסוקך, זה המקום לדרוש מהבנק להפחית את העמלה להפקת פנקסי צ'קים.

ריביות על חסכונות

זה הזמן להעלות את הנושא. כאשר את פונה לבנק לפתוח חשבון והם רוצים שתפתחי את החשבון אצלם, קיים סיכוי לקבל את התנאים הטובים ביותר לפתיחת חסכון שאותם תתקשי לקבל בהמשך, ולכן לפעמים כדאי לפתוח חשבון חסכון בשלבי המשא ומתן הראשוניים. ככלל, לקוח חוסך נמצא בעמדה בה הוא יוכל לדרוש גם בהמשך שיפור תנאים.

לסיכום, כאשר תגיעי לבנק לפתוח את החשבון הם ישאלו אותך מה מטרת החשבון כדי לדעת לפי איזה סיווג לפתוח אותו. בבנקים בישראל חלק מעמלות השירותים של חשבונות עסקיים גבוהים משל החשבונות הפרטיים. זהו המקום שלך לנהל משא ומתן עם הבנק על גובה העמלות שתשלמי לו, בדרך כלל תוכלי לקבל את התנאים שמתאימים ביותר לצרכי העסק שלך אם תחליטי לפתוח חשבון עסקי, כמו שירות מועדף ותנאי אשראי טובים יותר בהשוואה לחשבון פרטי.

ד. חי צריך לדעת שפתחת עסק

כדי שהעסק שלך יהפוך לאישיות עסקית מוכרת בישראל עליך לפנות למשרדי הממשלה ולרשויות הרלוונטיות ולהצהיר על פתיחת העסק. לא מעט בירוקרטיה מעורבת בהליך של פתיחת התיקים בכל אחד מהמשרדים. היתרון הוא שצריך לעשות את זה רק לצורך הקמת העסק באופן חד פעמי. המידע המוצג בהמשך הוא ראשוני, מומלץ להיוועץ ברואה חשבון.

1. סיווגי העסקים

לפני שמתחילים את הרישום כדאי להכיר את המשמעויות של הסיווגים השונים לעסקים. הסיווג נעשה לפי מספר פרמטרים ויש לבדוק זאת מול הרשויות הרלוונטיות.

< מע"מ - עוסק פטור ועוסק מורשה.

< מס הכנסה - עצמאי וחברה בע"מ.

< ביטוח לאומי - עצמאים, שכירים ומעסיקים.

כל עסק חייב לקבל סיווג במע"מ או פטור או מורשה וגם חייב לקבל סיווג במס הכנסה או עצמאי או חברה, וגם בביטוח לאומי או שכיר או עצמאי או גם וגם.

סיווגי מע"מ

עוסק פטור

עוסק פטור מוגדר לפי מחזור המכירות. במידה ומחזור המכירות הצפוי של העסק שלך נמוך מזה הקבוע בחוק (נכון לשנת 2007 מחזור עסקאותיו אינו עולה על 65,721 ש"ח) ותחום עיסוקו אינו נכלל ברשימת היוצאים מן הכלל הקבועים בחוק (בד"כ בעלי מקצועות חופשיים למשל: רופאים, אדריכלים, מנהלי חשבונות) הוא יוכל להיות עוסק פטור. בעלת עסק של עוסק פטור מחויבת בניהול הכנסות והוצאות בצורה מסודרת, ולהגיש אחת לשנה דיווח על מחזור המכירות של השנה שחלפה. במידה והעסק לא עבר את הסכום הקבוע בחוק הוא יוכל להמשיך



ולהתנהל כעוסק פטור. במידה ועבר נדרש שינוי של סיווג העסק לעוסק מורשה. בעלת עסק פטור לא משלמת מע"מ ואינה יכולה לקזז את המע"מ ששילמה בהוצאותיה לעסק. אך יתכן ותהיה חייבת בתשלום מקדמות של מס הכנסה בשוטף בהתאם למחזור ההכנסות של העסק. בעלת עסק פטור אינה מוציאה חשבוניות מס, אלא רק קבלות. ולכן גם אינה יכולה להגיש חשבוניות לקיזוז הוצאות שוטפות במע"מ. במידה ואת מתכוונת לעבוד עם חברות גדולות, מוסדות או עוסקים מורשים אחרים, ישנה אפשרות במקרים מסוימים שהם יעדיפו לעבוד עם עוסק מורשה שיוכל להוציא להם חשבוניות מס, כדי שיוכלו ליהנות מהקיזוז במע"מ בעצמם. להגדרת מעמדך בביטוח לאומי ישנם מספר פרמטרים, ומומלץ לבדוק את סיווג העסק שלך בסניף הקרוב.

עוסק חורשה

בעלת עסק הרשום כעוסק מורשה מחויבת בהנהלת חשבונות מסודרת. היא מוציאה חשבוניות מס ומקבלת חשבוניות מס עבור כל סכום שהיא מוציאה, ויכולה לקזז הוצאות לצורך חישוב מע"מ (פרט להוצאות ביטוח, ארנונה וכל מסמך אחר המאשר הוצאה אך אינו חשבונית מס כחוק). אחוז הקיזוז משתנה בהתאם להוצאות השונות ומומלץ להיוועץ עם רואה החשבון. אחת לחודש או לחודשיים (לפי מחזור העסקאות) העסק מגיש דוחות למע"מ ומשלם את הנדרש. לתשומת לבך עוסק מורשה יכול להיות עצמאי או חברה או שותפות.

פרטים נוספים ניתן לקבל באתר מע"מ <http://www.mof.gov.il/taxes>

סיווגי מס הכנסה

עצמאי

אין הפרדה בין העסק לבין בעליו, חובות העסק הם חובות הבעלים, ורווחי העסק הם רווחי הבעלים. הן בהיבטי המיסוי והן בהיבטים המשפטיים, חד הם. העסק משלם מקדמות כל חודש, החישוב נעשה לרוב על פי האחוז המקובל בענף. ישנם עסקים המשלמים מקדמות אחת לחודשיים, תלוי במחזור המכירות של העסק. אל דאגה אם יש לך רואה חשבון, הוא יכול להתאים את אחוז המקדמה לנפח הפעילות של העסק שלך. בכל סוף שנה יש להגיש דוח שנתי מסכם למס הכנסה לצורך ההתחשבות הסופית בסכומי התשלום של המיסים.

חברה

עסק הרשום כחברה, מחויב בהנהלת חשבונות כפולה, שהיא מורכבת יותר מזו של העצמאי. אחת לחודש או לחודשיים (לפי מחזור העסקאות) העסק מחויב להגיש דוחות למע"מ ולמס הכנסה. בכל סוף שנה יש להגיש דוח שנתי מסכם למס הכנסה לצורך ההתחשבות הסופית בסכומי התשלום של המיסים. מבחינה משפטית, חברה הינה גוף משפטי בפני עצמו ולכן משלמת מיסים באופן עצמאי בנוסף לבעליה שמשלמים מיסים על משכית דיבידנד ומשלמים מיסים גם כשכירים. כל התקשרות עם ספקים ולקוחות נעשית עם החברה ולא הבעלים, ישנו "מסך" המגן על בעלי החברה, כך שתביעות יכולות להיות מופנות כלפי החברה. ישנם מקרים בהם בית המשפט יכול להחליט להרים את המסך כדי לאפשר ניהול תביעה. במקרה של ערבות

אישית של הבעלים לקיום הסכם, ישנם מקרים בהם ניתן גם לתבוע את הבעלים ישירות ללא צורך בהרמת מסך.

פרטים נוספים ניתן לקבל באתר מס הכנסה: <http://www.mof.gov.il/taxes>

סיווגי ביטוח לאומי

עצמאית

בעלת עסק עצמאית, מחויבת בתשלום חודשי לביטוח לאומי בהתאם להיקף ההכנסות החודשיות. זהו סכום חודשי קבוע הנקבע בהתאם להצהרתה על היקף ההכנסות נטו של העסק. התשלום למוסד לביטוח לאומי כולל מס בריאות. כעצמאית תוכלי ליהנות מניכוי בשיעור של 52% מהתשלומים השנתיים לביטוח לאומי (לא כולל מס בריאות) וכך להקטין את ההכנסה החייבת במס. מומלץ לבדוק באתר האינטרנט של המוסד לביטוח לאומי, האם את עונה על הגדרה זו. לפרטים נוספים מומלץ להיוועץ עם רואה החשבון.

שכירה

כעובדת שכירה, המעסיק מחויב להפריש ממשכורת העובדת את תשלומי הביטוח הלאומי (כולל מס בריאות). אחוזי התשלום של שכיר נמוכים מאחוזי התשלום של עצמאי למוסד לביטוח לאומי.

מעסיקה

חובת תשלום הביטוח הלאומי עבור העובדים מוטלת על המעסיקה, עליה לעשות זאת בכל 15 לחודש עבור החודש הקודם. שיעור דמי הביטוח הלאומי (כולל מס הבריאות) נקבעים בהתאם להיקף משכורת העובדים, וההפרשות ממשכורתם לקרנות השתלמות ולקופת גמל לתגמולים. לפרטים נוספים מומלץ להיוועץ עם רואה החשבון.

פרטים נוספים ניתן לקבל באתר הביטוח הלאומי: <http://www.btl.gov.il>

מתי כדאי לבחון פתיחת חברה ולא תיק עצמאי?

ישנם שיקולים רבים לפתיחת חברה, למשל: אם ישנו תנאי של הלקוחות הפוטנציאליים לעבוד עם חברה או שזו הנורמה בענף. כאשר ישנן השקעות גבוהות מאוד וסיכון גדל. חברה משלמת אחוז מס קבוע, מבחינת מיסוי כאשר עצמאית מגיעה למדרגת מס השווה לזו הקבועה של חברה, וצופה לעסק גידולים משמעותיים בטווח הארוך, כדאי להיוועץ ביועץ מס לבחינת שינוי הרישום לחברה.

החסרונות

לניהול חברה צרכים משלה, הנהלת חשבונות כפולה, רואה חשבון צמוד, תשלום של אגרה שנתית קבועה בנוסף למקדמות החודשיות או הדו חודשיות.

2. הרישום

מע"מ

בפניה למשרדי המע"מ באזור מגורייך, עליך למלא טופס של פרטיך, צפי של מחזור מכירות שנתי, ולהביא העתק של חוזה שכירות או רכישה של המקום בו יתנהל העסק (אם קיים). לפי צפי המכירות יקבע סיווג העסק שלך והתדירות בה תצטרכי לדווח על הכנסות העסק. לפני שאת פונה למע"מ פתחי קודם כל את חשבון הבנק העסקי שבו תעשי שימוש. בעת מילוי הטפסים במע"מ תצטרכי לתת את פרטי החשבון, כדי שיוכלו להעביר אליו במקרה הצורך את ההחזרים (כאשר העסק שילם יותר מע"מ מאשר הכניס, הדוח שתגישי יהיה שילוי, והמשמעות היא שמגיע לעסק שלך החזר כספי ממע"מ).

פרטים נוספים תוכלי לקרוא באתר הרשות למיסים: <http://www.mof.gov.il/taxes>.

חס הכנסה

לאחר הרישום במע"מ תוכלי לפנות למס הכנסה לפתיחת תיק לעסק שלך. לפי השיוך לענף הפעילות של העסק יקבע אחוז המקדמות החודשי שהעסק שלך יצטרך לשלם. לעיתים אם נעזרים ברואה חשבון לפתיחת התיק, הוא יכול להקטין את אחוזי המקדמות החודשיים לאחר שהם נקבעים.

פרטים נוספים תוכלי לקרוא באתר הרשות למיסים: <http://www.mof.gov.il/taxes>.

ביטוח לאומי

לאחר הרישום במס הכנסה, תוכלי לפנות לסניף הביטוח הלאומי באזור מגורייך, ולעדכן את הסטטוס שלך כעצמאית. לפי צפי הכנסות שנתיות של העסק יקבע הסכום החודשי אותו תצטרכי לשלם לביטוח הלאומי. ההערכה ריאלית של ההכנסות שנה חשיבות. משמעות הביטוח הלאומי תורגש ביום בו תצטרכי להפעילו במקרה של אובדן כושר עבודה. אז תקבלי תשלום חודשי בהתאם להכנסות שהצהרת עליהן בפתיחת העסק. ניתן לעדכן את ההכנסות במשך חיי העסק בהתאם להתפתחותו.

פרטים נוספים תוכלי לקרוא באתר <http://www.btl.gov.il>.

עירייה או מועצה מקומית

אם את מתכננת לשכור מקום פיזי לצורך העסק, כדאי לבדוק בעירייה או במועצה שבתחום שיפוטת יוקם העסק לגבי הנהלים וההנחיות המקומיות הקיימות. מומלץ לבדוק האם יש צורך ברישוי עסק כפי שצריך בפתיחת מסעדה, מה ההנחיות לגבי תליית שילוט, האם יש צורך של אישור מהנדס הרשות, וכמה אגרה צריך לשלם לעירייה. הנחיות אלו יכולות להשפיע על קבלת החלטה בבחירת המקום לפתיחת העסק, ועל תזרים המזומנים המתוכנן. במידה ומתקבל מידע חדש, בדקי את השפעותיו עם הדוחות הפיננסיים שהכנת במסגרת התכנית העסקית.

משרד הבריאות

ישנם תחומי עיסוק המצריכים את אישור משרד הבריאות הן לייצור המוצר והן לאופן הובלתו ומכירתו. למשל: במידה והעסק שלך עוסק במזון, תכשירים טיפוליים לגוף האדם או שירותי טיפול מסוימים, ישנן הנחיות של משרד הבריאות שאותן צריך למלא כדי לקבל אישור לייצור המוצרים ומכירתם. פרטים נוספים תוכלי לקרוא באתר משרד הבריאות: <http://www.health.gov.il>.

מכון תקנים

המכון מפקד על איכות המוצרים הנמכרים בארץ. הוא מגדיר את התקנים למוצרים ולתוויות שצריכות להיות מוצמדות אליהם. מבטיח את איכותם באמצעות בדיקות מדגמיות של חלקם ומעניק אישורים למכירת המוצרים לשוק החופשי בארץ העומדים בתקנים שהגדיר. מטרתו העיקרית הן: הגנה על הצרכן מפני מוצרים פגומים והבטחת בטיחות ובריאות, שיפור התקשורת בין אנשים, החלת הייצור והקלה על הסחר הבינלאומי.

כדי לבדוק האם העסק שלך צריך את אחד או יותר מאישורי מכון התקנים ולקבלת פרטים נוספים היכסי לאתר <http://www.sii.org.il>.

יבוא

האם העסק שלך עוסק ביבוא? במידה וכן מומלץ לבדוק את נהלי היבוא והתקינה לפי הענף שבו את מתכוונת לעסוק. ישנם היבטים של מיסוי, רישום מוצרים במשרד הבריאות במידה ונדרש, קבלת אישורים ממכון התקנים להכנסת המוצרים לארץ, אחסון המוצרים בנמל, תנאי אחסון, הובלה עד הארץ ובארץ, תנאי הובלה נדרשים, ניצול נפח קונטיינרים, אופן השילוח (ימי או אווירי). לכל אלו ואחרים ישנן משמעויות של עלויות שצריכות לקבל ביטוי בתמחיר המוצר, שמשפיע באופן ישיר על הרווחיות, על התזרים ודוח הרווח והפסד. אספי את כל הנתונים ובדקי את השפעותיהם על דוחות אלו.

פרטים נוספים תוכלי לקרוא באתר

<http://www.gov.il/FirstGov/TopNav/Subjects/SIndustry/SImport>

הסמכות מקצועיות

ישנם תחומי עיסוק המצריכים קבלת אישורים כדי להתחיל לעסוק בתחום, כלשכת עורכי הדין לעיסוק בעריכת דין, לשכת רואי החשבון לעיסוק כרואה חשבון וכדי לעסוק בתיווך נדל"ן יש צורך להירשם אצל רשם המתווכים במשרד המשפטים. מומלץ לבדוק בענף בו פועל העסק, האם יש צורך להירשם ולעבור בחינות כדי לקבל הסמכה לעסוק במקצוע. ישנם ענפים שאין צורך בהסמכות רשמיות כדי לעסוק בהם, אבל התעודות מעניקות ערך מוסף עבור הלקוח הפוטנציאלי, ולכן כדאי לעשות זאת. מעבר לכך רישום במאגר המידע הוא פרסום שיכול לקדם את העסק.

ביטוח פנסיוני

החוק לביטוח לאומי מחייב הפרשה לחסכון פנסיוני. האחוז משתנה בהתאם למחזור השנתי של העסק. בנוסף לביטוח הלאומי, כדאי לך כבר עכשיו לחשוב על עתידך, ולהקצות סכום כספי חודשי לטובת הביטוח הפנסיוני וביטוח של אובדן כושר העבודה.

חברת ביטוח

לכל עסק בכל תחום עיסוק, כדאי לשקול ביטוח נכס, במיוחד כאשר שוכרים או רוכשים נכס פיזי שישמש רק את העסק. אם מדובר בעסק שגיעו אליו לקוחות וספקים כדאי לבחון ביטוח צד ג' כדי להימנע מתביעות של נזקי גוף לאנשים שהגיעו לעסק. עבורך, שמייצרת את המוצרים, כדאי לבדוק כדאיות של ביטוח מוצר וביטוח מקצועי. במידה והנך נותנת שירותים ולא מייצרת כדאי לבדוק רק ביטוח מקצועי. ישנו מחזור מכירות שנתי מינימלי שממנו מקובל לבטח. מנגד, גם אם מדובר במחזור מכירות שנתי נמוך יותר, כדאי לשקול את הסיכוי לתביעה של לקוחות, העלויות לעסק שלך הכרוכות בהתגוננות מפני התביעה, גובה התביעה ועמלת הביטוח.

חברת אבטחה

האם הביטוח מחייב אבטחה לנכס? במידה והחלטת לא לעשות ביטוח, האם יש צורך באבטחה של הנכס בו פועל העסק?

3. בעלי חקצוע

רואה חשבון

בדקי עם עצמך באיזו מידה את רוצה לנהל את הצד הפיננסי של העסק, והאם כדאי לך להיעזר ברואה חשבון באופן קבוע או רק לצורך הכנת הדוחות השנתיים וההתנהלות מול רשויות המס וביטוח לאומי.

עורך דין

האם את הולכת לנהל עסק המצריך הסכמים (ניהול עובדים, עבודה עם ספקים, עבודה עם לקוחות מוסדיים, שיתופי פעולה המצריכים חתימה על הסכמים)? במידה וכן מומלץ לבדוק אופציה להיעזר בעו"ד שיגן על זכויותיך. לחלק מהעמותות המזכרות בפרק האחרון בספר זה יש עורכי-דין שיוכלו לעזור לעסק שלך.

סוכן ביטוח

במידה והעסק שלך צריך לפחות ביטוח אחד, מומלץ לעשות סקר שוק ולאתר סוכן ביטוח שתרגישי נוח לעבוד איתו, שידאג לפוליסות של העסק שלך, ולא ינטרסים שלו בכל שלבי התפתחותו. סוכני הביטוח מקבלים את העמלה מחברות הביטוח כך שהאינטרס שלהם שהלקוחות יהיו מרוצים וירכזו אצלם את כל הפוליסות.

בית דפוס

האם תצטרכי כרטיסי ביקור או פליירים? זה הזמן לעשות סקר בין בתי הדפוס באזור מגוריך, להכיר את סוגי הניירות, הטקסטיל וההדפסות שיש. מצאי לך אחד שאיתו יהיה לך נעים לעבוד ושמרי על פרטי שני בתי דפוס נוספים, כדי שתוכלי להשוות את הצעות המחיר שאת מקבלת

מזה שאת רוצה לעבוד איתו. כאשר מבקשים הצעת מחיר לכרטיסי ביקור למשל: חשוב להגדיר את עובי הנייר, צבעוניות ההדפסה, סוג הנייר, גודל וכמות. בדרך כלל לבתי הדפוס יש הצעות אטרקטיביות למחיר לפי כמות. כדאי לך לבדוק מה הסיכוי שתצרי לשנות את הכרטיס ולפי זה להעריך את הכמות הראשונית שתצרי לעשות.

עיצוב גרפי

לעיצוב כרטיסי הביקור, הפליירים ושאר החומרים השיווקים של העסק כדאי להיעזר בעיצוב גרפי ליצור שפה ויזואלית אחידה שתתאים לתדמית העסק שאת מבקשת ליצור, לערכים של העסק וכמובן לחזון. ההתחלה של פיתוח השפה יכולה להיות מאתגרת, לאחר מכן כבר העיצוב יזרום. חשוב לבחור מעצבת גרפית שתתחבר לעסק שלך, לחזון ולערכים, כדי שתוכל לתת להם את הביטוי הוויזואלי הטוב ביותר.

אתר אינטרנט

האם העסק שלך צריך אתר אינטרנט? אם כן, לאיזו מטרה? האם לתדמית או למכירה? נסי להגדיר עם עצמך מה את מצפה שיהיה באתר האינטרנט של העסק שלך, בדקי איך נראה אתר האינטרנט של מתחרייך בתחום, ושל אתרים אחרים ברשת שאת מתחברת אליהם. בטוח תוכלי לקבל רעיונות שיתאימו לאתר של העסק שלך.

ספקים לחמות העסק

מה הם הספקים שהעסק שלך יצטרך לצורך מהותו? למשל: לעסק של עיצוב השמלות יש צורך בספק שמוכר בדים ייחודיים, בספקים שמוכרים חוטים ושאר רכיבי השמלות, שעושים את התוויות לשמלות, קולבים, מארזים ששומרים על השמלות, שקיות ועוד. הכיני לך רשימה של כל השלבים שבהם תצטרכי לרכוש רכיבים מספקים חיצוניים והתחילי בסקר שוק, מי יוכל למכור לך את הכמויות שאת צריכה, במחיר הטוב ביותר, ולהתחייב ללוחות זמנים שתקבעו מראש. האם הוא יוכל להביא לך את הרכיבים לעסק, או שתצטרכי להגיע אליו כדי לקבלם. בקשי מהספקים לקוחות ממליצים, ונסי לברר עם עסקים שעובדים איתם כבר, האם אפשר לסמוך על איכות הרכיבים של הספקים, ועל הספקים בכלל.

ספקים לשיפוץ העסק

האם החלטת לרכוש או לשכור מקום פיזי נפרד לעסק ויש צורך לשפצו? בדקי קודם כל עם העירייה או הרשות המקומית האם ישנן הנחיות לגבי סוג העסק שאת מתכננת לפתוח, וקחי אותן בחשבון בשיפוץ המקום. האם ישנן הנחיות ליציאת חירום, למטפי כיבוי אש, הנחיות משטרה שצריך לקיים? כדאי לבדוק מבעוד מועד את ההנחיות הענפיות והספציפיות לסוג העסק שאת מתכננת. זה יכול לחסוך כסף רב.

טיפ

יחד עם בניית אתר תחשבי גם על פרסומי, תיקחי בחשבון שקידום אתר עולה לפעמים פי עשר ממחיר בנייתו.

אנה רזניצקי, חברת "וירטואל סטייל בע"מ" – ניהול שרתים, בניית ואחסון אתרים באינטרנט

הסכמים

בכל התקשרות של העסק שלך עם גורם חיצוני, ספק שממנו את קונוה רכיבים למוצרים, לקוח שמזמין ממך את שירותיך, עסק איתו את עורכת שיתוף פעולה – בצעי איתו תיאום ציפיות, אפייני עמו את מהות הקשר ושיתוף הפעולה (למשל: מכירת מוצר), הגדירו את מועד האספקה של השירות או המוצר, מי מביא את המוצרים לאן, מה עלות המוצרים, האם המחיר כולל מע"מ או שצריך להוסיף אותו למחיר הנקוב בהסכם. פרט חשוב ביותר הוא תנאי התשלום, המגדירים את התאריך בו יבוצע התשלום. אפשר לקבוע תאריך לקבלת החשבונית ולפיה תאריך לתשלום. דרך נוספת המקובלת היא הגדרת טווח תשלום של "שוטף + 30". השוטף מתייחס לחודש בו הוצאה החשבונית, ועוד 30 יום מסיום חודש זה תשלום החשבונית.

להשלל: אם הוסכם על שוטף + 30, הוצאתי את החשבונית ב 17 לאוקטובר, אז 30 היום יתחילו להיספר מה-31 לאוקטובר, והתשלום יבוצע ב-30 לנובמבר. קביעת תנאי התשלום משתנה בהתאם לנומרות המקובלות בענף וליכולות של העסק שלך. לפני שאת מתחייבת לתשלום או לקבלת תשלום, כדאי לך לבדוק בתזרים, מה העסק שלך יכול. כחלק מהתכנון שאת מנהלת בו הכניסי גם את סכום ההסכם לפי תנאי התשלום שנראים לך ובדקי את ההשפעה על תזרים המזומנים. אם את רואה שזה מכביד באותו החודש, בדקי מה קורה כאשר את דוחה את התשלום בחודש נוסף וקובעת תנאי תשלום של "שוטף + 60".

הסכמי סודיות

הסכם סודיות נדרש כאשר את יוצרת התקשרות עם ספק נוסף לשיתוף פעולה, או עובד, כדי להגן על העסק שלך. ישנן התקשרויות שכרוכות בחשיפה של ייחודיות העסק, שיטות עבודה או סודות מסחריים שלו, שאם יתגלו ברבים, העסק עשוי לאבד את יתרונו בשוק. מומלץ להימנע מסיטואציות כאלו על ידי יצירת התקשרויות עסקיות עם גורמים שאת מכירה אותם ומאמינה בהם וביכולותיהם, ושתרצי לעבוד איתם לטווח הרחוק. מצד אחד התקשרות לטווח ארוך מגדילה את הסיכוי לחשיפת העסק, מצד שני לשותף להתקשרות יהיה אינטרס גדול יותר לא לחשוף ברבים את המידע אליו הוא נחשף. ליתר ביטחון, למען הסדר הטוב, וכדי להמחיש את חשיבות הסודיות גם לצד השני איתו את מתקשרת, חתמי איתו על הסכם סודיות. במידה והסודיות תופר על ידו, ויגרם נזק לעסק שלך, הסכם הסודיות יוכל לשמש אותך בבית המשפט. בדרך כלל עדיף שלא להגיע לסיטואציות כאלו, מעבר לאנרגיות הנדרשות לכך, זה כרוך בהרבה כסף לעורכי הדין, לכן כדאי להימנע מחשיפה של פרטים שלא רלוונטיים לצורך ההתקשרות שלך עם ספקים, עסקים אחרים או כל גורם חיצוני לעסק.

טיפ

ככלל, חוזה מחייב את הצדדים לו, אך יחד עם זאת במקרים מסוימים של טעות או הטעייה ניתן לבטל את החוזה באמצעות פניה לבית המשפט. אולם, טעות בכדאיות העסקה איננה ממין הטעויות המאפשרות ביטול ההסכם. אם לאחר עריכת ההסכם מתברר לי שארוויח פחות ממה שחשבתי לא תהיה זאת עילה לביטול ההסכם. לכן, כדאי מאוד לשקול מראש ובכובד ראש, את כדאיות העסקה.

גליה פיט, עו"ד התכנית ליזמות עסקית וצדק כלכלי

4. גופים תומכים

החלטות לפתוח את העסק, יש לך תוכנית עסקית ביד והרבה מאוד כלים שרכשת בתהליך שעברת עד שהגעת לשלב זה. יתכן ונעזרת כבר בגופים הפועלים לקידום היזמות של הנשים בישראל. אם לא, כדאי לך להכיר אותם. גופים אלו יכולים להציע לך מגוון של כלים, אנשי מקצוע להתיעצות, פורומים עסקיים שתוכלי לפגוש בהם נשים יזמיות אחרות הנמצאות במצב דומה שלך, או שהיו בו ויכולו להעניק מניסיונו. הפרטים של רוב הגופים מופיעים בפרק האחרון של ספר זה, התרשמי מהם, וזכרי שתמיד תוכלי לפנות אליהם להעשיר את הידע שלך.

5. לקוחות

הם מרכיב חשוב ביותר בעסק שלך, השקיעי בהם מחשבה ותשומת לב. מרגע שהתחלת בהליכים לפתיחת העסק, התחילי להפיץ את השמועה במשפחתך וסביבתך הקרובה שאת הולכת לפתוח את העסק, ספרי להם בקצרה על הייחודיות שלו ולמה יהיה להם כדאי להגיע רק לעסק שלך.

חפגש אפקטיבי עם קהל היעד

כמו בכל סיטואציה, גם במפגש של לקוח עם העסק שלך, ישנה חשיבות לרושם הראשוני שהעסק עושה. נסחי לעצמך את המסר השיווקי באמצעותו תוכלי להעביר ללקוח מה המוצר שאת מציעה לו ומה הוא יקבל מהמוצר אם הוא ירכוש אותו. צייני את הייחודיות של העסק, ומה המשמעות שלה עבורו. המטרה במפגש ראשוני היא ליצור את הקשר שיהווה בסיס להפיכת הלקוח הפוטנציאלי ללקוח ממשי של העסק. האמצעים השיווקיים שהכנת בתוכנית העסקית, ישמשו אותך כעת להעברת המסר השיווקי של העסק שלך. ערוצי התקשורת מהתוכנית העסקית, יוכלו להעביר את המסרים שלך לקהל היעד המתאים. מחקרים מראים כי לקוח פוטנציאלי צריך להיחשף לאותו המסר בממוצע בין שלוש פעמים לחמש פעמים כדי שהוא ינקוט בצעד של הבעת עניין, תלוי בסוג המוצר ומה נדרש ממנו לעשות. לכן ישנה חשיבות לחזרה על אותו המסר באופן קבוע, שיהיה מסר ברור ללקוחות (את יכולה לנסות אותו קודם בפורום קטן ולחוש את האפקטיביות שלו, ורק אחר כך לעשות בו שימוש פומבי).

לקוחות פוטנציאליים

יהיו לקוחות שיפגשו את העסק שלך, יתעניינו אבל המוצר או השירות שהוא מציע לא רלוונטי כרגע עבורם. אל תמעיטי בערך מפגשים מסוג זה, זו ההזדמנות שלך לעשות רושם טוב ולהטביע את חותמך. סביר להניח שבשלב כלשהו הלקוח או מישהו ממכריו יזדקק לשירותיך, ואם תעשי זאת את תהיי הראשונה שתעלה במוחו והוא ימליץ בחום על העסק שלך.

חיזור

זהו שלב מתקדם ביותר בניהול הלקוחות של העסק. עד כה התמקדנו בקהל היעד של העסק. על פי הפרופיל המאפיין שהגדרת בתוכנית העסקית, ובמסר השיווקי המיועד לקהל זה. מסר זה

הסיפור של אילנה אביב

רוקמת תחרה מבטון

שמי אילנה אביב, בת 58 פרודה עם שלוש בנות בוגרות, נולדתי בתל אביב. לפני הקמת העסק הייתי מתכנתת מחשבים. אחרי הלידה, היו לי בעיות ביריים, החלטתי ללכת לחוג קרמיקה, כדי לפתור את הבעיות הרפואיות. המפגש עם החומר היה בשבילי מאד משמעותי. אהבתי את החומר, את תחושת הארציות שהוא מעניק. העולם החדש שנחשפתי אליו באופן מקרי, משך אותי. הוא פתח לפני כיוון חדש בחיים. החלטתי לעשות תפנית, לעזוב את המקום הבטון בתכנות מחשבים, ולהתחבר למאויים הפנימיים שלי. ידעתי שהדרך החדשה פחות ברורה מזו שידעתי עד כה, אבל תחושת הבטון הייתה טובה יותר.

משהפכה האומנות לעיסוקי המרכזי, פתחתי סטודיו במרפסת הקטנה שבבית המשפחה. בהמשך, עברתי לסטודיו משלי מצויד היטב והתחלתי להציג בתערוכות. היה בי רצון לפרוק, להתפתח, לחפש גבולות חדשים. ליצור עבודות גדולות יותר. אז גמלה בליבי החלטה לנסות ולפתח תחום שנחשפתי אליו במסגרת לימודי הקרמיקה - יציקות חול בבטון - זו טכניקה המשמשת בעיקר בתעשייה. זה היה מידבר אמיתי, לא היו מקורות מידע כתובים, חיפשתי את דרכי תוך ניסיונות ליצור כמעט את הבלתי אפשרי. חיפשתי דרך ליצור מהבטון דפיפים דקים וחזקים. לקחתי את החומר הכל כך גברי הזה וניסיתי לתת לו טיפול רך, נשי, עם רגישות. חיפשתי דרך להמשיך ולעסוק בנושא של גלוי ונסתר - נושא שהתחלתי לעסוק בו עוד בתחום הפיסול הקרמי. היה לי חשוב להצליח ליצור פסלי קיר תלת ממדיים, נפחיים, שאפשר יהיה להרכיב על קירות, שלא יהיו כבדים, ובעיקר שאוכל להתנהל בסטודיו שלי ללא צורך בגבר שיזיז לי עבודות ממקום למקום. היה לי חשוב להצליח ליצור קירות פיסוליים ענקיים בכוחות עצמי בלבד. חיפשתי דרך להתפרנס מעבודת ידיי, היה לי חשוב להיות מקבלת החלטות יחידה בעסק שלי. לעבוד בשעות נוחות לי. יכולתי לעבוד על פסל בסטודיו שלי ולחוות את השעה הקסומה בה היום נושק ללילה.

החזון היה ליצור משהו שלא היה קיים לפני כן, לחדש ולהיות יחידה ומיוחדת, להיות בביטוי עצמי מלא ושלם, ומתוך כך לשוק את עבודתיי כמותג ייחודי ויוקרתי. בתחילת הדרך הייתי צריכה זמן לפיתוח הטכניקה המיוחדת לי ולחיפוש דרכי האמנותית בחומר החדש שבחרתי לעבוד בו. חיפשתי את דרכי בפיסול, חשוב היה לי להתרגש ולהמציא את עצמי כל בוקר מחדש. בשלב ביניים זה לצורך פרנסתי יצרתי קערות אבן מסוגנות שלשמחתי נמכרו כמו "לחמניות" בחנויות העיצוב. אך כמובן שלא יכולתי להסתפק בזה. אני זוכרת את עצמי עומדת בסטודיו וחרדות מציפות אותי, האם תמיד ימשיך מעיין הרעיונות לנבוע? האם אצליח לצאת עם פסלי הקיר שלי לעולם העסקים? איך אצליח לרגש ולגרום לאדריכלים לנסות דבר חדש ולא מוכר ולהמליץ ללקוחותיהם?

יצרתי פסלי קיר המושפעים מנופי המדבר עוצרי הנשימה ומסלעי הכורכר העדינים שליד חוף הים. בפסל שלי אף פעם לא ניתן לראות "הכל", תמיד יש חלקים נסתרים, כך נוצרת תחושת מסתורין. אני יוצקת את הבטון, בזהירות רבה, כל עבודה מקבלת טיפול רגיש ומיוחד, אין כאן תבניות ואין שתי עבודות דומות. להרכבה של הפסלים

מיועד לשני קהלים עיקריים, הלקוחות והלקוחות פוטנציאלים. שלב החיזור מהווה צעד אחד נוסף של פניה למעגל לקוחות שהעסק שלך יכול להיות רלוונטי עבורו, אבל מסיבות שונות לא נכנס למעגלי הלקוחות שעד כה פנית אליהם.

להשלל: עסק לעיצוב השמלות לאירועים יחליט שהוא פונה לנשים בטווח הגילאים של 28-32 לא מהאזור הקרוב ביותר לעסק, עם הכנסה ממוצעת שסביר להניח שהן חושבות על חתונה. אמנם סביר להניח שתדירות רכישת השמלות של נשים אלו נמוכה יחסית, עדיין כדאי לעסק להציע להן את שמלותיו במחיר מיוחד כדי להגדיל את מעגל הלקוחות של העסק בטווח הארוך, ואת ההכנסות בטווח הקצר.

אם את רק עכשיו פותחת את העסק, אל תשקיעי מאמצים בחיזור, זה מצריך השקעה כלכלית ולוקח זמן עד שרואים את התוצאות, ממש כמו חיזור בין בני זוג.

6. קולגות

כמו שאת מפיצה את השמועה בקרב מכריך על פתיחת העסק, עשי זאת גם בקרב עסקים בסביבתך שישמחו על היוזמה, ויראו בעסק שלך פוטנציאל לשיתוף וגדילה. סביר להניח שפגשת בהם כבר כשאספת את המידע לתוכנית העסקית, זה הזמן לחזור אליהם ולספר להם על החדשות הטובות. התחילי לרקום איתם שיתופי פעולה, כך תוכלי ליהנות בטווח הקצר ובצורה נוחה יחסית מחשיפה ללקוחות העסקיים הקיימים שיוכלו להיות גם הלקוחות שלך.

עשי את שיתופי הפעולה בצורה מדודה, כך שהעסק שלך ייחשף ללקוחות גם בפני עצמו, וגם כעסק מקושר שדואג ללקוחותיו ומעניק להם הטבות. סביר להניח שיש באזור פעילות העסק, עסקים אחרים שיוכלו לרכוש את שירותי העסק שלך. כדאי לך לשקול את שילובם בקהל הלקוחות השוטף של העסק. יתכן ותצטרכי לפתח מוצרים או שירותים שיותאמו במיוחד עבורם. בדקי כלכלית את הכדאיות של פיתוח המוצרים, ייצורם ושיווקם ללקוחות עסקים נוספים. אם קהל הלקוחות העיקרי של העסק שלך הוא לקוחות פרטיים, לא בטוח שכדאי לך בשלב הראשוני של העסק להשקיע משאבים ממשיים לפיתוח מוצרים עבור לקוחות עסקיים. עשי זאת רק לאחר שתייצבי את העסק. יחד עם זאת מאחר ואצל לקוחות עסקיים גדולים לוקח זמן עד שמידע הופך לרכישה, זה הזמן ליידע אותם לגבי העסק שלך, לזרוע את הזרעים כדי שבהמשך תוכלי לקצור את הפירות.

ניהול שופט של העסק

5

הראשונים הגעתי בחששות, איך הם יתקבלו? האם זה באמת יהיה מה שהתכוונתי? בהמשך הדרך כבר היה לי יותר ביטחון. ראיתי איך אנשים מתרגשים, איך העבודות שלי יוצרות אורח נינוחות ושקט. אך אני חייבת לומר שעד היום, כל הרכבת פסל קיר שלי היא בבחינת הצגת בכורה עם כל הפרפרים בבטן שמתלווים אליה. כשהצגתי ממש בתחילת הדרך את עבודתי בתערוכה עיצוב מסחרית, הגיעה אלי לתערוכה אדריכלית פנים המתמחה בעיצוב בתי מלון, שתכננה בכישרון רב את כל עיצוב הפנים באחד ממלונות הילטון בארץ. היא פשוט התאהבה בעבודות שלי. איזה מזל! היא הזמינה שתי עבודות גדולות, ואפשרה לי למעשה להגשים בענק חלומות שעד אז יצרתי במימדים קטנים.

בהמשך יצרתי עוד שמונה עבודות הנמצאות בפואייה ובמבואה לאולם האירועים בהילטון תל אביב. רגעים משמעותיים בשבילי מתהווים כאשר פסל קיר הולך ומוקם לנגד עיני. בעלי המקצוע מרכיבים את החלקים שיצרתי חלק לחלק לכדי שלמות. רק אז אני יכולה לראות את הפסל בשלמותו, לחוות את הגילוי, זו חווית לידה כל פעם מחדש. היום כשאני מביטה לאחור לאחר שבגיל חמישים התנוססתי על מנוף בגובה 11 מ', ועבדתי על נגיעות אחרונות בעבודה בגודל 100 מ"ר במגדל העמק. לאחר שעבודותיי מפארות בתים פרטיים רבים, אוניברסיטה, בנייני הייטק, משרדים, מלונות, כיכרות וגנים ציבוריים, אני מלאת סיפוק.

מעבר לכך אני מרגישה ברת מזל שיכולתי לגייס את האומץ לעזוב מקום עבודה מוכר והכנסה בטוחה, וללכת אחרי חלום חיי, בבטחה ובאמונה שההדרכה הפנימית הזו תוביל אותי להגשמת החזון. לפני ארבע שנים קרו לי שני אירועים חשובים בחיים: אחד - נולדה לי נכדה ראשונה מקסימה, שני - נפרדתי מבעלי. שני אירועים אלה הובילו אותי למקום של קלילות, של שמחה, אז נכנסו הצבעים לחיי ובגדול. יצרתי לעצמי יעד חדש להציב פסלים מחייכים משובבי עין ונפש בכל כנר ופארק בארץ ולעשות קצת שינוי בנוף הקשה שלנו. כך יצרתי את "אישה פרפר" הפורצת לעולם בכל יופייה, יכולותיה ועוצמתה. ערב אחד צלצל הטלפון ומעבר לקו היה ראש עיריית קריית גת, שנכנס לאתר שלי "הציץ ונפגע". שנה לאחר מכן הצבתי את פסל "שלוש דמויות פרפר" בכניר חדשה שהוקמה בעיר. הפסל מורכב משלוש דמויות שכל אחת עומדת בקצה מסלול מפותל, ממש בעמדת זינוק להגשמה. גובה הפסל 5 מ'. בהמשך יצרתי עוד דגמים של פסלי חוץ צבעוניים, ואף נגעתי בעולם הילדים כשיצרתי סדרת פסלים אינטראקטיביים לילדים המבוססת על קוביות המשחק. הצבעוניות שלהם היא כמו של ממתקים. זו חגיגה אמיתית לעין וכיף לילדים.

העסק שלי הוא בתהליך תמידי של התחדשות, מתוך הצורך להמשיך ולהתרגש. מן התשוקה למשהו אחר וחדש עולים רעיונות רבים חדשות לבקרים. אנשים שמבקרים בסטודיו ממשכיים להתרגש ולהתפעל מהעבודות ומדגמי הפסלים הצבעוניים המחכים לתורם להיבנות. אנשים מתים לדעת "איך אני עושה את זה?" "מה זה החומר הזה?" ואיך אני מגיעה ליצור עבודות גדולות כל כך? תגובת הסביבה, הגברית בעיקר, שהייתה סקפטית בהתחלה וביקרה אותי, לא יכלה שלא להתפעל מהתוצאות המרהיבות שיצאו מהסטודיו שלי ומתגובת קהל הלקוחות שהלך והתרחב. אני רואה את העתיד של העסק שלי כשעבודות פסלי הקיר ממשיכות להעניק נופך של נועם וייחודיות במגדלים בארץ, בניו יורק, טוקיו וברחבי העולם. שאנשים רבים יכירו באיכויות המיוחדות של עבודותיי וירצו לחוות אותן בבתיהם. במקביל אני רואה איך כיכרות רבות בארץ ובחו"ל נצבעות בצבעי אישה פרפר ופסלים אחרים, איך הפסלים שלי מביאים שמחה ושובבות לחיי השגר. גם לעתיד היותר רחוק כבר מוכנות אצלי "תוכניות פנסיה" להמשיך ליצור ולהתפתח. לאשת עסקים מתחילה הייתי ממליצה לנסות להגיע לכמה שיותר ידע טכני ומקצועי, תוך הכרות עמוקה של התחום ובעיקר המתחרים. להעשיר עצמה בכל האפשר בידע בנושאי ניהול עסק ושיווק. שחלקים אלה לא יהוו מכללה בקידום לקראת הגשמת החזון, אך מעבר לכל והכי חשוב, ללכת אחרי הקול הפנימי שלה מתוך אמונה מלאה בדרך, ולדבוק בחלום תוך התמסרות מלאה, נחישות ותשוקה אמיתית. כך יתאפשר לה לעמוד מול לקוחות בביטחון מלא עם הרבה כוח פנימי ולהצליח.

ניהול שוטף של העסק

לניהול השוטף של העסק ישנה השפעה רבה על התקדמותו ומידת ההתפתחות שלו בהתאם לתכנון שעמלת עליו כל כך קשה במסגרת התוכנית העסקית. ישנן צורות רבות לניהול העסק. רבות מהנשים נוטות לנהל אותו בצורה אינטואיטיבית, לפי תחושות הבטן. זוהי דרך נהדרת, אבל כדאי לשלב בה כלים מתודיים לניהול העסק, שיאפשרו לך כבעלת העסק לבחון האם הוא מתקדם אל עבר החזון, לפי הערכים שלו ובהתאם לתוכנית העסקית. כמובן שתוך כדי כדאי לעדכן את התוכנית העסקית לאור המציאות המשתנה והמתפתחת.

"הספיקו לי שלוש החילים "יש פה חשהו" כדי להבין שבאמת יש פה עסק וכל השאר לא חשוב - אני מקימה עסקי".

חתוך יומנה של מירב אמור, יזמת שתיעדה את תחושותיה במהלך הקמת העסק שלה.

א. תהליך עבודה

כבעלת עסק, כדאי לך ליצור לעצמך את תהליך העבודה המתאים לך לניהול העסק שלך. סביר להניח שלעסק צרכים משלך, ולך רצונות משלך. חשוב שבתהליך הניהול יהיה מנגנון של ניהול כל אחד מהתחומים שעליהם נפרט בהמשך, אבל שתהיה גם הסתכלות מלמעלה, מהמאקרו, על כל התחומים יחד וההשפעות שלהם אחד על השני. למשל: אם קיבלת החלטה להשקיע סכום בפרסום של מגזין שיוצא באופן חד פעמי, וזו ההזדמנות הכי טובה לקראת החג, כדאי לך לבדוק מה ההשפעה של ההשקעה על התזרים. מה הצפי שלך למכירה? האם יש לך מספיק מוצרים? במידה ולא, האם יש לך מספיק רכיבים לייצור המוצרים? האם תספיקי בזמן הנותר? האם לספקים שלך יש רכיבים שאת צריכה והם יוכלו לספק לך אותם בזמן? איך זה משפיע על שעות העבודה שלך לצורך הפרויקט? איך הסביבה שלך תקבל את זה ואיך תוכלי לרתום אותם לטובת הפרויקט? האם יש צורך בשיחה מיוחדת לצורך הפרויקט עם העובדים, לגיוס שלהם לטובתו? ברגע שבדקת את כל ההשלכות, ואת רואה שתוכלי להתמודד איתן, כדאי לעדכן אותן בדוחות הניהול של העסק שלך, להמשך מעקב ועדכון של התוצאות בפועל. כך תוכלי בפעם הבאה, לדעת אם כדאי לך להשקיע שוב בפרויקט כזה.

טיפ

איך מחלקים את המשימות?

1. הכיני בכל סוף שבוע רשימה של כל המשימות לשבוע הקרוב לבית ולעסק.
2. וודאי כי יש ברשימה לפחות 2 משימות לפיתוח העסק.
3. קבעי מראש את היום בו תבצעי את המשימות העסקיות, זהו היום הכי חשוב בשבוע ודבר לא ימנע את ביצוען.

ני גולן, מאמנת אישית ומלווה עסקית מוסמכת

אם נסכם את תהליך העבודה, הוא צריך להכיל שלב של תכנון ריאלי, בקרה של מה קורה במציאות, עדכון המציאות בדוחות הניהול, הבנת המשמעויות של ההשפעות של כל החלטה פוטנציאלית, מתן פתרונות וקבלת החלטות ועדכון בדוחות הניהול.

ב. ניהול תזרים

בניהול התזרים מזומנים, חשוב לעדכן את מה שקרה בפועל בחודש הקודם, לעשות השוואה והתאמה עם מה שהיה בחשבון בבנק כדי שהוא ישקף את המציאות. לאור המציאות בפועל, לבדוק האם יש צורך לעדכן את התכנון לחודשים הקרובים. להתבונן מה ההשפעות על התזרים והאם העסק נמצא במגמה חיובית של התפתחות. במידה והעסק לא נמצא בכיוון של צמיחה, זה הזמן להקדיש מחשבה כיצד אפשר להחזיר אותו למסלול ואילו צעדים צריך לעשות כדי לגרום לדברים לקרות. הכיני את צפי המכירות שלך לתכנון ובדקי האם התוכניות החדשות משיגות את היעדים. במידה וכן אפשר לצאת לדרך.

ג. ניהול השיווק

השיווק הוא אחד הכלים היותר טובים שיש לעסק לקדם את עצמו אל עבר השגת היעדים. חשוב לעבוד לפי התכנון השיווקי שהכנת, להתמיד בצעדים בצורה מדודה, ולאט לאט תראי שסה"כ הצעדים שעשית יוצרים את התנועה של העסק. ככל שהזמן חולף תשקיעי פחות בשיווק אבל התנועה בעסק תישמר. במהלך כל פעילות שיווקית שאת עושה תהי עם יד על הדופק ותנסי להבין כיצד הפעילות משפיעה על העסק והאם היא אפקטיבית. יתכן שפעילות שהמתחרים שלך עשו ותגלה שאינה מתאימה לעסק שלך. אל דאגה בסופו של דבר את תדעי מה מתאים לעסק שלך ומה הכי אפקטיבי עבורו. בסיום כל פעילות בדקי מה היחס בין ההשקעה לבין המכירות שהיו כתוצאה מהפעילות, חשוב לשים לב שלא תמיד ההשפעה היא מיידית, לפעמים ללקוחות לוקח זמן עד שהם מגיבים לפעילות. תוך כדי העשייה את יכולה לשפר את החומרים השיווקיים שאת עושה בהתאם למשובים שתקבלי מסביבתך, עד שתמצאי את המסר המדויק והברור, את סל האמצעים השיווקיים היעילים ביותר לעסק שלך ואת התדירות שאת צריכה לעשות אותם כדי לשמור על גידול במכירות של העסק.

ד. ניהול לקוחות

לקוחות טובים הם לקוחות מרוצים, והם הופכים להיות השגרירים הכי טובים לעסק שלך. כדי לגייס לקוח חדש צריך להשקיע הרבה יותר מאשר לשמר לקוח קיים, אז כדאי ליצור מנגנון של ניהול לקוחות, לפיו העסק שלך יעבוד. כדאי לחלק את המשאבים ללקוחות פוטנציאליים בהם תצטרכי להשקיע כדי שיכירו את העסק, ירצו לקנות בו ויקנו בפועל. החלק השני של המשאבים יוקצה ללקוחות שכבר קנו פעם אחת בעסק, והצלחת ליצור אצלם חוויה נעימה במהלך הקניה, כך שירצו לחזור גם בגלל המקצועיות וגם בגלל השירות המעולה של העסק שלך. ללקוחות

קיימים תוכלי לנהל את תוכנית נאמנות הלקוחות שהכנת במסגרת התכנית העסקית, וללקוחות הפוטנציאלים תוכלי לנהל את מדיניות השירות שגם אותה תכננת בתוכנית העסקית. מרגע שאת מפעילה את שתי התוכניות תהיי עם יד על הדופק, תחושי את התגובות של הלקוחות, ועדכני את התוכניות בהתאם. לקוח שמשקיע ונותן משוב, ירצה לחוש שמתייחסים למשוב שלו ברצינות. הוא ייחנה מאוד לראות שהתייחסת לדבריו, וכך תהפכי אותו לנאמן עוד יותר לעסק שלך.

ה. ניהול עובדים

האם את מתכננת להעסיק עובדים קבועים בעסק? במידה וכן, ישנה חשיבות להגדרת התפקיד של כל אחד מהם. מה הן הציפיות שלך ממנו? הגדירי תחילה לעצמך, מה התפוקה שתצטרכי מהעובד, שעות עבודה, והיכולת שלך לשלם לו, ובדקי האם זה ריאלי לשוק. כל עובד שתחליטי לגייס, תכנני איך לתת לו תחושה של הערכה ותגמול במהלך עבודתו. תגמול לא חייב להיות רק תוספת במשכורת, הוא יכול להיות גם כרטיס זוגי לסרט או ארוחה. באיזו מידה חשוב לך שהעובד יהיה מחובר לערכי העסק? לחזון שלו? באיזו מידה את רוצה שיהיה שותף לניהול העסק? נסי לדמיין את הפרופיל של העובד הרצוי מבחינתך לעסק, ורק לאחר שבדקת את תזרים המזומנים וראית שהעסק שלך יכול לשלם לעובד נוסף, התחילי בגיוסו.

ו. ניהול מידע בארגון

זהו תחום שמתפתח מאוד השנים האחרונות. ישנה חשיבות רבה לשותפות במידע המצטבר בעסק. נסי לאמץ לך שיטה משלך שתתאים לך לניהול המידע המגיע אליך, כך שיהיה לך זמין בכל עת שתרצי בו. החל מרישומי העסק, האישורים שתקבלי מרשויות הממשלה על פתיחת העסק, פנקסי התשלומים, דוחות ניהול העסק ואפילו מידע מזדמן, למשל: הצעות לפעילויות שהעסק מקבל ושלא בהכרח תרצי לעשותן. תייקי אותן במקום שתדעי למצוא אותם בהמשך כאשר תהיינה רלוונטיות.

ז. גביה מלקוחות

אופן התשלום בדרך כלל מושפע מהנורמות המקובלות בענף, אך גם נורמות אלו ניתן לקיים תוך רצון להגן על העסק שלך ולהימנע מסיטואציות שתצטרכי לגבות את הכסף. השתדלי שלא לספק את המוצר במלואו לפני שקיבלת את התשלום בגינו, אפילו דחוי, אבל שהכסף יהיה אצלך. צרי קשר עם לקוחות אמנים, שתוכלי ליצור עימם קשר אנושי, שירגישו מחויבים לשלם לעסק שלך בזמן. כאשר את רואה שבאופן עקבי ישנו לקוח שלא משלם בזמן, כדאי לבדוק מה הסיבות. אם יש לו קושי כלכלי לשלם, זו נורת אזהרה מבחינתך שלא לספק לו שירותים לפני קבלת הכסף במזומן. נסי להבהיר ללקוחותיך את חשיבות התשלום בזמן לעסק שלך, ותשאפי ליצור לעצמך קהל לקוחות המשלם בזמן.

ח. ניהול חשבון הבנק

בכל תחילת חודש בדקי מה המצב בבנק והאם הוא תואם לתזרים המזומנים של העסק שלך. תכנני מראש את ההוצאות, שירדו מהחשבון לאחר ההכנסות. הבנקים גובים היום עמלות גבוהות על מסגרת אשראי, ולכן כדאי להימנע מהשימוש בה. ישנן דרכים נוספות לגייס הון גם לצורך תזרים (הן מופיעות בצעד הרביעי בספר זה) וכדאי לכל סיטואציה לשקול את טובת העסק. הקצי לעצמך סכום חודשי, אותו תחסכי בכל חודש לטובת הון עצמי של העסק. הוא יוכל לשמש אותך בהמשך לפיתוח העסק.

ט. ערכון תוכנית עסקית וניהול תוכניות שנתיות

אחת המשימות המאתגרות בספר זה הייתה הכנת התוכנית העסקית. לצורך הכנתה השקעת שעות רבות בהכרת הענף ותת הענף אליו העסק שלך משתייך, את העסקים הקיימים, הרגלי הלקוחות, ועוד מידע רב שאפשר לך למקם את העסק שלך במקום הנכון לו. המציאות שאנו חיים בה ובמיוחד בישראל, מאוד דינאמית ומשתנה, מה שנכון להיום לא בהכרח רלוונטי למחר. המידע והידע שצברת הם כוח רב לעסק שלך, המשיכי להתעדכן בנעשה, כל מידע חדש יכול להיות הזדמנות נפלאה לקידום העסק שלך.

המשיכי להשתמש בתוכנית העסקית שהכנת לצורך ניהול העסק, היא יכולה להוות בשבילך כלי מצוין להליכה בנתיב העסק אל עבר החזון והגשמת החלום. עדכני אותה בהתאם למציאות המתפתחת, אפשרי לעצמך זמן איכות עם העסק, ובחני את ההשלכות של השינויים המתרחשים, כיצד תוכלי להפוך אותם לטובת העסק. ככל שתשתמשי בתכנית, תיישמי את התכנון, תעדכני את הביצוע בפועל והמסקנות שלך מהתכנון, תלמדי יותר ויותר על העסק שלך, הצרכים שלו, ועל סביבתו העסקית וכך תוכלי לפתח אותו ביתר קלות.

ישנה חשיבות רבה בתכנון עתידי של פעילויות העסק, ממש כמו שעשית את התכנית העסקית. עכשיו כשיש לך כבר את המידע החשוב, ובהנחה שלאורך השנה את מעודכנת בנעשה בסביבה העסקית של העסק שלך, נותר לך רק לעדכן את התוכנית השיווקית כך שתתאים למטרות החדשות של העסק. כפועל יוצא של התוכנית השיווקית, עדכני גם את התוכנית הפיננסית ובחני מה ההשפעות של התוכנית השיווקית על המצב הכלכלי של העסק. האם הן באמת מקדמות את העסק? האם ההשקעה השיווקית כדאית? במידה וכן, כיצד זה משפיע על התוכנית התפעולית? האם לוחות הזמנים ריאליים לביצוע התפעולי? בחני את ההשפעות של הצעדים בכל אחד מהתחומים, כיצד ניתן לעשות את הדברים בצורה הטובה ביותר עבור העסק? עבורך? האם התוכנית החדשה מקדמת אותך להשגת המטרות של העסק? להגשמת החלום? להשגת החזון? ככל שתשתמשי בכל התכנון תוכלי לבדוק גם את התקדמות העסק תוך כדי העשייה ולהיות עם יד על הדופק, האם התכנון אכן מתקדם בפועל כפי שרצית.

זהו, גם חלק זה הגיע לסיומו, תוכלי להמשיך ולעשות בו שימוש תוך כדי ניהול העסק שלך.

הסיפור של חג'ה עיזייה

יזמת בנשמחה

חג'ה עיזייה, ככה כולם מכירים אותה בכפר קאסם, בו היא נולדה וגדלה. למדה בביה"ס עד כיתה ח', עבדה שנתיים בבית חרושת פרומין והתחתנה בגיל 16.5. שנה לאחר מכן כשהיא בת 17.5 ילדה את בנה הבכור, טיפלה בו ובבית וחלמה כל הזמן ללמוד באוניברסיטה. חג'ה ובעלה חיו בכבוד ממשכורת אחת שבעלה הרוויח כשכיר והצליחו לתת לבן את כל מה שצריך, אבל כסף ללימודים באוניברסיטה לחג'ה לא הספיק. כשהייתה בת עשרים נולד בשמחה רבה בנה השני, עיוור מלידה. היא המשיכה לחלום על הלימודים שלה באוניברסיטה, אבל הבינה שהיא צריכה עכשיו להשקיע את כל מה שהיא יכולה בבנה שנולד כדי שיוכל לגדול ולהיות עצמאי. ולכן החליטה שתעשה הכל כדי שהוא יוכל ללמוד באוניברסיטה וזה יהיה בשבילה כאילו הגשימה את החלום שלה.

באותו הזמן לא ידעה איך מטפלים בילד עיוור, לא הכירה את שיטת הברייל והתחילה להכין בצק שאיתו עשתה את האותיות והמספרים בערבית על הבריסטול, כדי שבנה יוכל למשש אותן ולהכיר את השפה מתוך המגע עם הבצק. בכסף שהיה לה קנתה לו צעצועים שבאמצעות המגע בהם יוכל ללמוד התאמה בין חלק גדול לקטן. שנים לאחר מכן גילתה שזו אחת מהשיטות ללימוד ילדים עיוורים. אבל המצוקה הכלכלית הייתה לא פשוטה ולא איפשרה לה לתת לבנה את כל מה שהרגישה שהוא צריך כדי לקדם אותו שיהיה כמו כל הילדים בשכונה.

הייתה יושבת וחושבת כיצד תוכל להביא עוד פרנסה לביתה. יום אחד חשבה לעצמה שאם הייתה יודעת לתפור הייתה יכולה לתפור שמלות ולמכור אותן. היא התחילה לברר כמה עולה מכונת תפירה ואיפה תוכל ללמוד את המלאכה, ראתה כמה עולה ומאחר ולא רצתה לבקש טובות מאף אחד אחר, החליטה לעשות מעשה.

היא זרעה זרע של ליפה בגינה של ביתה, כאשר הליפה צמחה היא קטפה אותה ונתנה לאחד השכנים למכור לה אותה בשוק, ככה השקיעה בליפה בכל פעם שצמחה

נתנה לשכן למכור לה אותה עד שצברה מספיק כסף לקנות מכונת תפירה יד שנייה ישנה. רק כשהחלה ללמוד תפירה הבינה עד כמה ישנה היא הייתה, כל שנתיים הייתה מפסיקה לעבוד כדי שהמנוע יתקרו והמכונה תחזור לעבוד.

ככה היא אספה עוד כסף והתחילה לברר איפה אפשר ללמוד איך תופרים ומעצבים שמלות הכי מהר שאפשר, כדי שלא תצטרך להשאיר את ילדיה יותר מידי שעות ללא נוכחות בבית. היא מצאה קורס תפירה של 6 חודשים בטול כרם, אבל היא רצתה לסיים את הקורס תוך חודשיים כדי שתוכל לחזור לשגרת הטיפול בילדיה במהירות האפשרית, ולהכניס כמה שיותר מהר כסף לטיפול בהם. אז היא הלכה למדריכה של הקורס ואמרה לה שזה מה שהיא רוצה ומוכנה לוותר על תעודה, ולבסוף המדריכה הסכימה. וככה נהגה חג'ה ליסוע בטרמפים כדי להגיע לקורס. בכל פעם החליפה כמה טרמפים כדי להגיע לטול כרם ובחזרה לכפר קאסם. כאשר היה לה כסף לקחה מונית וכשלא היה לה כסף, הייתה עומדת שעות בצמתים עד שעצר לה טרמפ.

אחרי חודשיים שלמדה, תפרה לעצמה את השמלה הראשונה ולבשה אותה לאירוע משפחתי. הראתה אותה לאחיות שלה והציעה להן שתתפור להם שמלות בתמורה שישלמו לה רק על החומרים שהשמלה עשויה ממנה. הסכימה



אפילו לוותר להן על התשלום ולקבל את השמלות חזרה אם הן לא תאהבנה את התוצאה. חלקן הסכימו והיא התחילה לתפור את השמלות הראשונות בחדר שינה של הילדים שלה. בבוקר הייתה קמה מוקדם, מתפללת ומכינה אוכל לילדים לגן הילדים ולוקחת אותם לשם. לקח לה הרבה מאוד זמן עד שהצליחה להכניס את הבן הקטן לגן הילדים בכפר. לאחר מכן נהגה לשוב הביתה ולפתוח את מכונת התפירה, פורסת את הבדים ותופרת שמלות, בצהריים מהר מהר מקפלת את פס הייצור שלה של השמלות, מנקה את חדר הילדים והבית, מכינה ארוחת צהריים ומחכה לבוא הילדים. את אחה"צ הייתה מבלה עם הילדים ובעלה, בערב הייתה משכיבה אותם לישון ולאחר שבעלה הלך לישון הייתה בשקט חוזרת לעסק שלה לגזור עוד שמלות חדשות שתוכל לתפור אותן בבוקר. אחיותיה לבשו את השמלות לאירועים, וככה פרסמו אותה. נשות הכפר התחילו לבוא אליה ולהזמין שמלות בשבילן, היא היתה מקבלת אותן בשעות מסוימות כאשר לא הייתה צריכה לטפל בילדים וללמד את בנה העיוור. כך איבדה חלק מהלקוחות אבל העדיפה לתת לבנה את כל הכוח שהוא צריך כדי שיוכל לקבל את עצמו ולהשלים פערים כדי שיוכל להשתלב במסגרות של ילדים רגילים. רק כאשר היה בן שלוש וחצי הצליחה לקבל בשבילו מורה מיוחדת שבאה אליו הביתה ולימדה אותו כלים מיוחדים בשבילו. כאשר היא הגיעה בפעם הראשונה לא האמינה שחג'ה לימדה את הילד מתוך אינסטינקטים ולא מתוך ידע.

העסק של חג'ה התפתח מתוך אמונה עצמית, ביטחון ועוצמה פנימית שליוותה אותה גם בהתמודדות עם הקשיים שעלו בגידול בנה השני. היא התעקשה שילמד עם ילדים רגילים וישתמש במכונת הברייל, למרות שהוא לא רצה להיות שונה, היה לו קשה לקבל שהוא לא רואה, הוא רצה להיות כמו כולם. היה לה קשה לגרום לחברה סביבה לקבל את הילד כמו שהוא למרות שהוא עיוור. אבל היא הצליחה עם הרבה מאוד התמדה, רצון וכוח, ממש כמו שהצליחה לפתח את העסק שלה. הגיע יום שכבר חדר הילדים לא הספיק אז היא מצאה את הכסף והכוחות והרוחיבה את הבית, כדי שיהיה לה חדר רק בשביל העסק. במשך השנים היא הפכה להיות מפורסמת בכפר, כולם ידעו שהיא התופרת הכי טובה וכולם באו אליה. כאשר חגגה את השנה השתיים עשרה לעסק שלה, נולד לה בן שלישי, גם הוא עיוור. ושוב את מה שעשתה עם בנה השני, מצאה את הכוחות שבה והחלה את כל המסע מההתחלה. הוא היה עקשן עוד יותר מאחיו הבוגר והתקשה לקבל את העובדה שהוא עיוור. עכשיו כבר הייתה לה עזרה מקצועית אבל זה לא עזר באמת להסביר לילד שהוא צריך להשלים עם מצבו וללמוד כלים שיעזרו לו להיות עצמאי. חג'ה הייתה יושבת איתו ימים שלמים, מדברת איתו ומנסה לשכנע ולהסביר, עושה הפסקה לבכות וחוזרת אליו בכוחות מחודשים. הכול כדי שהוא יבין שהוא יכול להיות עצמאי, עם הערכה עצמית ובטחון עצמי. היום היא מהווה מודל בכפר, כולם מסתכלים עליה ואומרים שהיא דוגמא לאמא שיודעת איך מחנכים ילדים מוצלחים, בלי להתייאש ובלי לקטור.

אחרי 15 שנה מתחילת העבודה, החליטה להרויב את העסק והוסיפה עוד מוצרים משלימים מחברות שעבדה איתם ועשתה חנות של בגדים. במקביל להגדלת העסק המשיכה לטפל בבנים ולחסוך להם כסף ללימודים. כאשר התחילה להכניס בדים לחנות הייתה נוסעת לשווקים בכל הארץ, לקנות בדים וסוחדת בגילים שלמים עליה באוטובוסים, עד הבית.

במהלך השנים עשתה שני ירידי מכירות של מוצרים לבית בכפר קאסם ובאום אל פאחם, התמודדה עם התפיסות של הסביבה כלפי יוזמות של נשים לעסוק בסחר, פרסמה את שמה ברבים, וכולם יודעים היום שחג'ה עיזייה זה שם נרדף לאישה מאמינה שמצליחה בכבוד.

חג'ה מתנדבת בעמותות לקידום כפר קאסם ולקידום דו קיום ערבי יהודי. היא אחת מהיוזמות של מועדון לנשות העסקים המשותף של כפר קאסם וראש העין.

היום אחרי 25 שנה שהעסק קיים, היא מעצבת בגדים, שולחת לירדן, שם תופרים אותם, והיא מייבאת אותם לארץ. בנוסף היא מוכרת בחנות שלה כלי בית לנדוניה של כלה. לאור הצלחתה העסקית הציעו לה לנהל את הסופר הגדול



דוחות שימושיים

6

ביותר בכפר קאסם והיא עושה זאת בהצלחה, למרות שהיא אישה דתייה המתנהלת בעסק של גברים במגזר הערבי, שלא שולטת בשפה העברית. היום אחרי 8 חודשים בתפקיד היא מנהלת את כל השיחות שצריך בעברית ומשיגה את מה שהיא רוצה במשא ומתן. היא זוכה לכבוד על ניהולה המוצלח ויחסה הטוב לספקים וללקוחות.

חגיה רק בת 49, מאמינה באלוהים ובעצמה. אמא גאה לארבעה בנים מיוחדים במינם שהיא השקיעה בהם את כל עוצמתה וניסיון חייה כדי שיגדלו ויצליחו בדרכם. בנה השני סיים תואר שני במנהל ציבורי, ותואר שני נוסף בניהול מלכ"דים והוא בדרכו אל הדוקטורט. באמצעותו הגשימה את חלומה ללימודים באוניברסיטה. יש לה עוד רעיונות רבים לעסקים חדשים שהיא הולכת להוציא אל הפועל, ועם בעל מאפשר כמו שלה כנראה שזו רק ההתחלה.

חגיה מאמינה שכאשר את מרגישה שאת בחושך את צריכה לחפש את האור, ואם את לא מצליחה למצוא אותו בחוץ את יכולה למצוא את האור בתוכך ולהאיר את הדרך לך ולאחרים.



מילון מושגים עסקיים מקצועיים

8

דוח תמחיר מוצר

תמחיר מלמטה		תמחיר מלמעלה	
	מחיר לקוח כולל מע"מ		חומרי גלם
	מע"מ 15.5%		שירותים חיצוניים
	רווח החנות		חומרי אריזה
	רווח העסק שלך		סה"כ עלויות
	סה"כ עלויות		רווח העסק שלך
	חומרי גלם		רווח החנות
	שירותים חיצוניים		מע"מ 15.5%
	חומרי אריזה		מחיר לקוח כולל מע"מ

א

אחריות למוצר או שירות כבעלת עסק המייצרת מוצרים או שירותים, החוק להגנת הצרכן מטיל עליך את האחריות לאיכותם ומגדיר את המידע שבאחריותך לצרף לכל מוצר או שירות שאת מוכרת. המידע משתנה מענף לענף, ומומלץ לבדוק בחוק להגנת הצרכן את ההנחיות הרלוונטיות לעסק שלך. מומלץ לשקול רכישת ביטוח אחריות מוצר מפני פגיעה של צד שלישי.

דוגמא לסוג המידע: שם היצרן, מקום הייצור, מספר זהות של היצרן, תכולת המוצר באריזה, כמות המוצרים שיש בכל אריזה.

אחריות לנזק כבעלת עסק את אחריות לנזקים שעלולים להיגרם לעובדים, לספקים, ללקוחות או לכל אדם אחר שיכנס לעסק שלך או שיעשה שימוש במוצר או שירות של העסק. ישנן דרכים רבות להבטיח את איכות המוצר ברמה המקצועית שלו. לכל תחום עיסוק יש את הדרכים שלו. חוק אחריות מוצרים פגומים מגדיר את אחריותך כבעלת העסק. מומלץ לשקול רכישת ביטוח אחריות מקצועית עבורך וביטוח אחריות למוצרים או השירותים מפני פגיעה של צד שלישי.

אינפלציה מונח מעולם הכלכלה, זהו תהליך של עלייה כללית ומתמשכת במחירים במדינה או בשוק מסוים.

ב

בטחונות כאשר יזמת לוקחת הלוואה מהבנק, לעיתים היא מתבקשת להציג נכסים או כספים אחרים שיועברו לרשות הבנק במקרה ולא תוכל להחזיר את כספי הלוואה, מכל סיבה שהיא.

בידול תהליך שיווקי שמטרתו ליצור אבחנה ברורה בין מוצר אחד לשני בעיני הלקוח. כך תתבצע החלטת הקניה גם על בסיס איכות, ולא רק על בסיס מחיר, למשל.

ביטוח מנהלים מונח משוק ההון, פוליסת ביטוח המורכבת משלושה חלקים עיקריים, תגמולים, פיצויים ואובדן כושר עבודה. מהחלק של התגמולים ניתן ליהנות כאשר מגיעים לגיל הפנסיה. חלק הפיצויים מיועד לעובד שמפוטר, זהו סכום כסף שיוכל לעזור לו עד מציאת מקור הכנסה חלופי. אובדן כושר עבודה הוא ביטוח במקרה של אובדן מכל סיבה שהיא של היכולת להשתכר מתחום העיסוק המוגדר בפוליסת הביטוח. במקרה כזה יינתן תשלום חודשי שיחליף את הכנסתך הנוכחית כפי שהיא מצוינת בפוליסה.

ביטוח פנסיוני מונח משוק ההון, פוליסת ביטוח שעבורה משלמים בכל חודש סכום כסף קבוע המצטבר בחסכון, שבגיל הפנסיה מקבלים. ישנן שתי שיטות, פנסיה תקציבית ופנסיה הונית (שיפורטו בהמשך).

ג

גרייס מונח מעולם ההלוואות, מתייחס למספר חודשי הדחייה בתשלומי ההחזר של הלוואה. כלומר, מספר החודשים מרגע קבלת הלוואה, שבמהלכם העסק לא משלם עבור החזר הלוואה. **למשל: גרייס של שלושה חודשים משמעותו שאם קיבלת את הכסף של הלוואה בחודש יולי, תתחילי לשלם את החזר רק בחודש אוקטובר, לאחר 3 חודשים.**

ד

דוחות כספיים מקבץ של דוחות המתארים את המצב הכלכלי של העסק: דו"ח רווח והפסד, מאזן ותזרים מזומנים כדו"ח נלווה. על פיהם עורכים את ההתחשבויות בסוף השנה עם הרשויות כמע"מ ומס הכנסה.

דו"ח רווח והפסד דו"ח המרכז את כל ההכנסות, ההוצאות, תשלומי המיסים ומטרתו לבדוק את מידת הרווחיות של העסק שלך ואת חלוקת ההוצאות בתקופת זמן מוגדרת (חודש, רבעון, שנה).

דמי ביול מס שהבנק גובה בדרך כלל על הלוואות, ומועבר לתשלום למדינה. מחושב כשיעור מסוים מערך הלוואה. הביול מאפשר למסמך להוות ראייה בבית משפט.

דמי ביטוח בריאות תשלום דמי ביטוח בריאות הינם מכוח חוק ביטוח בריאות ממלכתי. התשלומים מועברים למוסד לביטוח לאומי ביחד עם דמי הביטוח הלאומי. חוק ביטוח בריאות ממלכתי מגדיר את סל השירותים המסופקים למבוטח במסגרת זו, את הזכות לקבלת שירותי בריאות, את המעבר מקופת חולים אחת לאחרת וכד'. כל מרכיבי השכר החייבים בדמי ביטוח לאומי חייבים גם בדמי ביטוח בריאות והתקרות שנקבעו לצורך תשלום דמי ביטוח לאומי ודמי ביטוח בריאות הינן זהות.

דמי ביטוח לאומי תשלום דמי ביטוח לאומי הינו חובה מכוח חוק ביטוח לאומי. שיעורי התשלום מבוססים על ענפי הביטוח בהם מבוטח האדם ע"י המוסד לביטוח לאומי. כגון: ביטוח אמהות, ביטוח ילדים, נפגעי עבודה, נפגעי תאונות, אבטלה, נכות, סיעוד, זקנה ושאירים, זכויות עובדים בפשיטת רגל ועוד. סך ענפי הביטוח בהם מבוטח אדם בהתאם

לגילו ולמצבו האישי מהווה את הבסיס לקביעת שיעור דמי הביטוח בגינו. כל מרכיבי השכר החייבים במס הכנסה חייבים גם בדמי ביטוח לאומי מלבד תשלומים מסוימים כגון תשלומים הקשורים בנייתוק יחסי עובד מעביד. לדוגמא: פדיון חופשה, פיצויי פיטורין וכד'.

דפלציה מונח מעולם הכלכלה, תהליך הפוך לאינפלציה, המתאר ירידה כללית ומתמשכת במחירים במדינה או בשוק מסוים.

ה

הון חוזר מונח מעולם הפיננסי, רלוונטי בהקשר ההלוואות, אחת המטרות של גיוס כסף לתזרים שיאפשר הוצאות שוטפות של העסק עד שההכנסות שלו יאפשרו את תפעולו השוטף של העסק באופן עצמאי.

הון עצמי סכום כסף שאת בתור יזמת יכולה להשקיע בעסק מכספך שלך.

הוצאות הנהלה וכלליות סעיף מדו"ח רווח והפסד, כל ההוצאות השוטפות של העסק עבור ההפעלה של שירותי המעטפת של העסק. למשל: חשבונות חשמל, מים, אינטרנט, טלפון, שכירות של המקום, עלויות כיבוד וכו'.

הוצאות מימון סעיף מדו"ח הרווח וההפסד, כל התשלומים שהעסק משלם עבור ניהול הכספים. למשל: הריבית על מסגרת האשראי בבנק, הריבית על החריגה במסגרת החשבון בבנק, הריבית על הלוואה ועוד.

הוצאות מכירה סעיף מדו"ח רווח והפסד, תחת סעיף זה יופיעו כל הוצאות העסק הקשורות לקידום המכירות של מוצרי העסק. **למשל: הוצאות של פרסום בערוצי תקשורת, עמלות סוכני מכירה, השתתפות בירידים ותערוכות ועוד.**

היוון הון מונח מעולם הפיננסים, רלוונטי לבדיקת תשלומי ההלוואה. זהו חישוב הערך הנוכחי של סכום ההלוואה, שאמור להיות משולם בעתיד במהלך חודשי החזר של ההלוואה. בחישוב נלקחים בחשבון גם תשלומי הריבית בכל החזר חודשי. היוון ההון מאפשר להשוות בין הלוואות שונות בתנאים שונים באמצעות תרגומן לשפה אחידה של זמן ומטבע משותף.

הכנסות סעיף בדו"ח הרווח והפסד, מתייחס לכל ההכנסות הכספיות של העסק מימי העסקים כתוצאה מפעילות שוטפת של העסק. אם העסק עוסק במכירת בגדים באופן שוטף ולעיתים בהשכרת שטחי תצוגה לאמנים אחרים, אז בסעיף ההכנסות יסוכם כל ההכנסות ממכירת הבגדים ועבור השכרת שטחי התצוגה יהיה סעיף נפרד: הכנסות אחרות.

הפסד לפני מיסים סעיף בדו"ח רווח והפסד, לאחר שמפחיתים מכל ההכנסות את ההוצאות השוטפות של העסק כולל הוצאות המימון, מגיעים ליתרת הסכום החייבת במס למדינה. כאשר מגיעים להפסד במקום לשלם מס אפשר לקבל הטבת מס.

השקעה ראשונית סכום הכסף הדרוש ליזמת כדי להקים את העסק שלה.

התחייבויות סכום הכסף שהעסק מחויב להחזיר, בטווח הקצר ובטווח הארוך. כולל הלוואות, משכנתאות וכו'.

וודאות אחת השאיפות של כל בעלת עסק להתנהל במצב של וודאות. לעיתים המציאות מכתובה תנאים המקשים על הוודאות, אבל בעלת העסק יכולה להיעזר במיטב

הכלים ליצירת וודאות עסקית כפי שהוזכרו בספר זה. החל מאיסוף מידע שוטף, בדיקת השפעתו באמצעות הדוחות הפיננסיים המוצגים בפרק התוכנית העסקית, וקבלת החלטות לטובת קידום העסק לאחר שקילת השפעות החלטות אלו.

ותק ישנו יתרון רב לותק בכל עסק בכל תחום, תלוי כיצד מנתבים אותו. החל מהכרות הלקוחות את העסק, בטחון הבנק במתן הלוואות וקידום העסק, הכרות שלך כבעלת העסק את יכולותיו ומגבלותיו ועוד. אך חשוב לזכור שכדי לצבור ותק צריך להמשיך ולפתח את העסק, להשקיע בתדמית שלו ובמוניטין.

זיהוי צורך מונח מעולם השיווק, הרעיון הוא להתבונן במרחב העסקי בו העסק שלך פועל ולנסות לאתר צרכים של לקוחות. יכול להיות שהמוצרים הקיימים לא מספיק טובים או שעדיין לא קיימים מוצרים או שירותים שיכולים לתת מענה.

זכיינות קבלת אישור לעשות שימוש בזכויות של מישהו אחר לצורך הקמת חנות נוספת ברשת חנויות קיימות בבעלות של אותו האדם.

זיכרון דברים תיעוד של הסכמה ראשונית בין שני צדדים לקראת חתימה על חוזה. מטרתו לרוב היא הצהרת כוונות משותפות של הצדדים. זיכרון דברים יכול לכלול את כל ההסכמות של הצדדים לצד אי ההסכמות שאותן צריך לפתור. חשוב לזכור שגם זיכרון דברים יכול להיות חוזה, ולכן חשוב להבהיר את כוונות הצדדים ובאילו תנאים הוא יוכל להיות חוזה.

ח

חוזה כמעט כל התקשרות בין שני אנשים היא חוזה. המשמעות של חוזה היא הצעה של צד אחד והסכמה להצעה של הצד השני לאותה הצעה. ההסכמה צריכה להתייחס בצורה ברורה להצעה הספציפית. הדבר יכול להיעשות בכתב, בע"פ ואפילו בהתנהגות.

חוזה עסקי הצעה של בעל עסק, בעל מוצר או נותן שירות ללקוח, והסכמת הלקוח לרכישת אותו המוצר או השירות. החוזה צריך להכיל את המוצר או השירות, המחיר והכמות לכל מוצר המוצע, תנאי התשלום, אופן האספקה והאם יש עלות נוספת להובלה. כדאי לכלול גם אפשרות לביטול החוזה ומה קורה אם ישנו איחור באספקת המוצרים או השירותים מעבר לתאריך שסוכם.

פ

טווח קרוב מונח מעולם הפיננסים. מקובל לתכנן את ההשקעות, ההוצאות וההכנסות בשתי רמות, לטווח הקרוב ולטווח הרחוק. יתכן שחלק מההשקעות לא יוחזרו בטווח הקרוב, אך אין זה אומר שאינן כדאיות ולכן כדאי לבדוק את השפעותיהן על העסק בטווח הרחוק.

טווח רחוק מונח מעולם הפיננסים. מקובל לתכנן את ההשקעות, ההוצאות וההכנסות בשתי רמות, לטווח הקרוב ולטווח הרחוק. ישנן השקעות שיהיו כדאיות לטווח הרחוק ולכן יהיה כדאי לעסק שלך להשקיע בהן, רק במידה והעסק יוכל לשאת זאת בטווח הקרוב. השקעות שאינן כדאיות כלכלית גם בטווח הרחוק, כדאי לבחון האם העסק יכול לשאת בהן למען מטרות אחרות, כמו

מטרות שיווקיות של יצירת מוניטין. בשלב קבלת ההחלטה יהיה לך קשה לכמת את ההכנסות שיהיו לעסק בטווח הרחוק כתוצאה מההשקעה במוניטין.

י

ייחודיות יכול להיות כישרון, מיומנות, תכונה של מוצר, ערך שמנחה אותך או את העסק שלך, כל דבר שמבחין בין העסק שלך לבין המתחרים שלו.

כ

כדאיות מונח מעולם הכספים, מתייחס לבדיקה האם ההשקעה של הכסף בפעילות המתוכננת תייצר רווח כספי שיצדיק את הפעילות.

כישורים יכולות מולדות שקיבלו ביטוי בעשייה במהלך החיים.

ל

ליפו (Lost in First Out) שיטה לניהול מלאי, המוצר האחרון שנכנס למחסן הוא הראשון שיוצא ללקוח. שיטה שטובה בעיקר למוצרים בעלי חיי מדף ארוכים, כך העסק מממש באופן מידי את העלויות של המוצר האחרון שנכנס, שהוא בדרך כלל יותר יקר מהמוצרים הקודמים. פחות משתמשים בשיטה זו בעסקים קטנים.

לקוח פוטנציאלי כל לקוח המתאים לפרופיל הלקוח שהגדרת לעסק שלך.

מ

מדד המחירים לצרכן מדד המשקף את השינויים החודשיים של עלויות מחירי מצרכים ושירותים המהווה "סל צריכה" של משפחה ממוצעת. הסעיפים בסל נקבעים ע"י הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה. מידי תקופה נוהגים לעדכן את הסל בהתאם לשינוי הצריכה באוכלוסייה ובהתאם לרמת החיים. מדד המחירים לצרכן מתפרסם כל 15 לחודש בגין החודש הקודם. כאשר מדברים על עליה במדד המחירים לאורך זמן, יתכן שישנה מגמה של עליה ברמת החיים שתוביל לעליה ברכישת מוצרי מותרות, או מוצרים יקרים יותר.

מדיניות תקבולים השיטה בה העסק שלך יחליט לקבל את הכסף כתוצאה ממכירת המוצרים. למשל: קבלת תשלום במזומן, צ'קים וכרטיסי אשראי, בתשלום אחד או בתשלומים.

מדרגות מס הכנסה גובה התשלום למס הכנסה של רווחי העסק, המחושב לפי גובה הרווח. בכל מדרגת מס לרווחי העסק האחוז המשולם משתנה. כך, למשל: על סכום ראשוני משלמים שיעור מסוים ועל סכום המתווסף משלמים שיעור מס גבוה יותר. אחוזי המס הנגבים עשויים להשתנות מדי שנה, ומומלץ לבדוק זאת עם רואה החשבון או פקיד השומה בסניף מס ההכנסה באזור העסק.

מחקר שוק תהליך של איסוף מידע על השוק הרלוונטי לעסק שלך או לקוחותיו, כדי שתוכלי לקבל פרספקטיבה על המרחב בו פועל העסק שלך. מתוך התבוננות כוללת תוכלי לבחון את איכויותיו של העסק שלך.

מיומנות יכולות שלמדת במהלך השנים, מהחשיפה לסביבה.

מיצוב מונח מעולם השיווק, מגדיר את המיקום בהיררכיה של התחום אותו תרצי שהעסק שלך יתפוס. אחד הכלים למיצוב גבוה הוא מוצר במחיר צרכן יחסית גבוה שמעניק תועלת נוספת לצרכן, ביחס למוצר המתחרים.

מלאי הערך והכמות של חומרי הגלם והמוצרים הנמצאים במחסן העסק.

מלאי סוף שנה הערך והכמות של המלאי, כאשר הוא נספר בסוף שנה. יש לו השפעה על הדוחות הכספיים של העסק.

מסר שיווקי משפט אחד המציג את המוצר שלך, התועלת שלו לצרכן והייחודיות שלו.

נ

נטוורקינג (networking) שיטת עבודה, של יצירת רשתות קשרים בין בעלות עסקים לקידום הדדי של העסקים שלהן. בארץ קיימים פורומים עסקיים לנשים בלבד המקדמים שיטה זו.

נכסים קבועים נכסים שבבעלות העסק שלא ניתנים להמרה לכסף מזומן.

נכסים שוטפים נכסים שבבעלות העסק שניתנים להמרה לכסף מזומן תוך שנה.

נקודת איזון המצב בו ההוצאות וההכנסות של העסק משתוות, והרווח הוא אפס. עם הקמת העסק תוכלי לבדוק כמה מוצרים תצטרכי למכור כדי להחזיר את ההוצאות, וכך תוכלי להתכוונן בפעילות העסק להתפתחותו. בכל שלב בניהול העסק תוכלי לעדכן את המכירות של העסק ואת ההוצאות ולבדוק את ההתקדמות אל עבר נקודת האיזון. ברגע שהצלחת להגיע לנקודת האיזון, העסק מתחיל להרוויח.

ס

סמכות מקצועית ישנם ענפים בהם יש צורך באישור של סמכות מקצועית כדי להיכנס לתחום, כמו בחינות הלשכה של עורכי הדין כדי להיות עורך דין. לפני כניסתך לענף מומלץ לבדוק את הנורמות המקצועיות הקיימות בו, ואת מידת יכולתך לעמוד בדרישות אלו.

ספקי משנה כל אותם עסקים איתם תיצרי קשר במסגרת העסק כדי לרכוש מהם מוצרים או שירותים לעסק. מומלץ לחתום עם ספק משנה שאת מתכננת לעבוד עמו בצורה שוטפת, על חוזה שיביר את מהות ההתקשרות. לאיכות שירות של ספקי משנה יכולה להיות השפעה רבה על התנהלות העסק שלך, כדאי לבחור באלו שיהיה לך נוח לעבוד עימם ושתדעי שהם יעמדו מאחורי התחייבויותיהם.

ע

עלות המכר סכום של כל העלויות הישירות הכרוכות בייצור המוצרים השוטפים של העסק, מחומרי הגלם ועד הפיכתם למוצרים באריזתם מוכנים למכירה, כולל עלויות ההובלה של חומרי הגלם.

עמית עצמאי מונח משוק ההון, כאשר תפתחי לעצמך קופת גמל לחסכון עתידי או קרן פנסיה בתור עצמאית, זהו המושג הרלוונטי. המשמעות היא שמשלם קרן הפנסיה או קופת הגמל הוא עמית יחיד, שמשלם ללא תשלום מקביל של המעביד.

עמית שכיר מונח משוק ההון, מתייחס לעובד אשר מעבידו משלם בעדו כספים לקופת גמל לתגמולים, קיצבה, פיצויים, לחופשה או לקרן השתלמות. רלוונטי כאשר תרצי לפתוח

לעובדיך קרן פנסיה או ביטוח מנהלים, למשל: בביטוח המנהלים, התשלומים לתגמולים יתחלקו בין העסק (המעביד) לבין העובד ואת הפיצויים ישלם העסק.

עמלת מכירה הסכום הכספי שתשלמי לערוצי ההפצה עבור כל מכירה של מוצר שלך.

ערביות במקרים בהם יזמיות מבקשות הלוואה מבנקים או קרנות, חלקם מבקשים מהיזמת להציג ערביות. כלומר, הם מבקשים אדם נוסף או יותר המכיר את היזמת ומתחייב לבנק, להחזיר את כספי הלוואה במקומה, במקרה שלא תוכלי מכל סיבה שהיא להחזיר את הכסף.

ערוצי הפצה החנויות אליהן תפיצי את מוצרייך ובהם ימכרו אותם ללקוחות.

ערוצי תקשורת טלוויזיה, רדיו, אינטרנט, פליירים, דיילות, אירועי מכירות, מיילים, מכתבים, שיחת טלפון ועוד. כל אמצעי התקשורת באמצעותם תוכלי להעביר את המסר השיווקי של העסק שלך.

פ

פוטנציאל המכירות היקף המכירות האפשרי של מוצר מסוים לקהל הלקוחות בפרק זמן מוגדר.

פורום עסקי מכגש של נשות עסקים לצורך קידום העסקים שלהן באמצעות יצירת קשרים אחת עם השנייה, ועם מעגלי היכרות חיצוניים. כלי להתפתחות עסקית שתורם רבות לעסקי נשים וליזמיות. מתקיימים בארץ פורומים לנשים בלבד ופורומים מעורבים של גברים ונשים. בסוף ספר זה מופיעים חלק ניכר מהפורומים הקיימים בארץ לנשים.

פיפו (First In First Out) שיטה לניהול מלאי, המוצר הראשון שנכנס למחסן הוא המוצר

הראשון שיימכר ללקוח. השיטה המקובלת ביותר בקרב עסקים קטנים וזעירים.

ר

פנסיה הונית סוג של ביטוח פנסיוני, כאשר תגיעי לגיל הפרישה תוכלי לקבל את מלוא הסכום שהצטבר בקופת הביטוח הפנסיוני. את הסכום שתצרי לפדות תוכלי לתכנן כבר עכשיו עם סוכן הביטוח, כדי שתדעי כמה להפקיד בכל חודש.

פנסיה תקציבית סוג של ביטוח פנסיוני, החל מגיל הפנסיה תקבלי בכל חודש סכום כסף קבוע שאותו תוכלי לתכנן כבר עכשיו עם סוכן ביטוח, כדי שתדעי כמה להפקיד בכל חודש. התשלום החודשי ישולם לך כל עוד את בין החיים.

צ

צורך מונח מעולם השיווק, התחושה שאת מרגישה כאשר את רוצה מוצר מסוים מתוך ציפייה שאם תרכשי אותו הוא ייתן לך מענה על אותה התחושה. למשל: קניית שעון יוקרתי כדי להרגיש שאת אופנתית.

צמוד מדד מונח מעולם הפיננסים, רלוונטי להלוואות. ישנן הלוואות הצמודות למדד, השתנות המדד משפיעה באופן ישיר על גובה הריבית. למשל אם המדד במשק עולה אז הריבית עולה, אם המדד במשק יורד אז הריבית יורדת.

ק

קרנות לקידום נשים בעסקים גופים כלכליים המעניקים הלוואות ויעוץ עסקי לנשים לפתיחת עסקים ולהרחבת עסקים קיימים. בדרך כלל השירותים ניתנים באמצעות עמותות וסניפי המט"י ברחבי הארץ, ובתנאים נוחים ביותר.

רווח גולמי מציג את ההכנסה מהמוצר פחות העלויות שלו למכירה. למשל: אם חולצה נמכרת ב 200 ₪ לפני מע"מ ועלות המכר שלה הם 40 ₪, הרווח הגולמי מהמוצר יהיה 160 ₪.

רווח לפני מיסים סעיף בדו"ח הרווח והפסד, לאחר שמפחיתים מכל ההכנסות את ההוצאות השוטפות של העסק כולל הוצאות המימון, מגיעים ליתרת הסכום החייבת במס למדינה. כאשר מגיעים לרווח, הסכום המתקבל מחויב בתשלום מסים למדינת ישראל, בהתאם למדרגות המס.

רווח תיפעולי סעיף בדו"ח רווח והפסד, הרווח של העסק שלך לאחר שהפחתת מהכנסות העסק את כל ההוצאות של הפעילות השוטפת של העסק לצורך ייצור המוצרים: עלות המכר, הוצאות מכירה, הוצאות הנהלה וכלליות.

ריבית סכום כסף שמשלמת היזמת לבנק או לקרן המלווה לה את הכסף בנוסף להחזר ההלוואה, עבור הזכות לעשות את השימוש בכסף ההלוואה לצרכיה. אחוז הריבית משתנה בין הגופים המעניקים את ההלוואות וסוג ההלוואות.

ריבית פריים ריבית המוכתבת למשק עלידי בנק ישראל, ומשתנה מעת לעת. אליה נוהגים להוסיף אחוזי ריבית במתן הלוואות. למשל: ריבית פריים + 1%, אם הריבית היא 5% הריבית שתשלמי על ההלוואה יהיה 6%.

רישום פטנט תהליך שמטרתו להגן על יצירה מקורית שלך מפני העתקה במדינה בו נעשה הרישום לפרק זמן מוגדר. פרטים נוספים תוכלי לקבל אצל רשם הפטנטים במשרד המשפטים.

ש

שוטף + 30 הגדרה של תנאי תשלום, ראי הסבר בתנאי תשלום.

שחקן עיקרי מונח מעולם השיווק, מתייחס לעסק הדומיננטי בתחום ובאזור בו את מתכננת להקים את העסק שלך.

שחקן משני מונח מעולם השיווק, מתייחס לעסק בעל השפעה מוגבלת בתחום ובאזור שאת מתכננת להקים את העסק.

ת

תגמולים מונח משוק ההון, סכום הכסף המשתלם על ידי קופת גמל, בהתאם לתקנותיה, לעמית שכיר, או לעמית עצמאי, מכספים שנוצרו בקופת הגמל לזכותו או בביטוח המנהלים, או לזכאים לכך לאחר מותו.

תדירות רכישה מונח מעולם השיווק, מספר הפעמים שהלקוח קונה את אותו המוצר בזמן מוגדר. למשל: 5 חבילות מסטיקים בשבוע.

תועלת מונח מעולם השיווק, מתאר את התמורה ממנה יינה הלקוח מהשימוש במוצר או בשירות.

תזרים מזומנים דו"ח המרכז את תזרים הכספים של החברה לתקופה מסוימת כתוצאה מפעילותה, ומהווה אחד הדוחות הבסיסיים שמרכיבים את הדוחות הכספיים. זהו כלי פיננסי המאפשר לך לנהל את העסק תוך עדכון שוטף של המציאות בו.

תכנית השקעות מרכזת בתוכה את כל הרכישות שתצטרכי לעשות לצורך העסק, החל מרכישת הפקס ועד לציוד לצורך ייצור המוצרים כמכונת תפירה.

תמחיר שיטת חישוב של כל העלויות של המוצר, הרווחים והמיסים. התוצר של החישוב הוא מחיר מכירה של המוצר לצרכן כולל מע"מ.

תנאי סף תנאים שלרוב מגדירות הקרנות כאשר הן מציעות הלוואות לזימים, למשל: באופן תיאורטי, קרן לקידום יזמות עולים, יכולה להגדיר שתתן הלוואות רק לעולים שנמצאים פחות מעשר שנים בארץ.

תנאי תשלום מתארים את מספר הימים מעת כתיבת החשבונית ועד מועד התשלום. למשל: שוטף + 30, אם החשבונית נכתבה בתאריך 30.8.07. השוטף מתייחס לחודש כתיבת החשבונית, ומסופו נספרים 30 הימים.

תפוקה מונח מעולם הכלכלה, מתייחס לסך כל התוצרים שנוצרו בתהליך ייצור מסוים בפרק זמן מוגדר.



גופי מענה

8

משרדי מחשלה

המודעות בקרב כלל אזרחי מדינת ישראל לעובדה, שפתיחת עסק היא מקור לפרנסה. בנוסף, פועלת הרשות להשגת ההכרה בעסקים אלה כמחוללי צמיחה במשק וכפתרון לצמצום שיעורי האבטלה הגדולים. פעילות השטח של הסיוע לעסקים קטנים ובינוניים מבוצעת באמצעות מערך המרכזים לטיפול יזמות (מט"י) הפרושים ברחבי הארץ.

הרשות לעסקים קטנים מפעילה מערך של עשרים ושלושה מרכזי טיפוח יזמות (מט"י), בכל רחבי הארץ לצורך מימוש המדיניות מרכזי טיפוח היזמות מהווים כתובת מרכזית לבעל העסק וליזם, בה הוא יכול למצוא סל שירותים העומד לרשותו או לקבל הכוונה ומידע על כלים רלוונטיים נוספים, המופעלים לטובתו ע"י גורמים נוספים. הרשות לעסקים קטנים ובינוניים, בשיתוף עם ג'וינט ישראל, משרד הקליטה, הסוכנות היהודית והרשויות המקומיות, מקדמת פעילויות אלו הכוללות ייעוץ עסקי, חונכות עסקית, קורסים, השתלמויות ופורומים מקצועיים, הפניה למקורות מימון וכיו"ב תוך מתן דגש לאוכלוסיות ייחודיות בעלות צרכים מיוחדים ומגבלות, כגון: נכים, עולים חדשים, המגזר הערבי נשים, חרדים ועוד. שירותי מט"י ניתנים במחירים מסובסדים.

הרשות לעסקים מפעילה אתר אינטרנט המהווה מאגר מידע ידע ונתונים המשרת אלפי יזמים ובעלי עסקים מדי חודש בחודשו. האתר מספק מידע ברמות שונות: החל מחדשות הרשות ואמצעי סיוע של המדינה לקהל היעד, המשך במידע רב אודות השירותים הניתנים במט"י וכלה בספריה עסקית מרשימה ובה הדרכות: כיצד מקימים עסק חדש, כתיבת

לחלק ניכר ממשרדי הממשלה תוכניות שיכולות לתרום לך כזמית להקמה, קידום או פיתוח העסק שלך. מומלץ לבדוק בכל אחד מהמשרדים ושלוחותיהם כדוגמת: משרד התעשייה המסחר והתעסוקה, משרד הקליטה, משרד התיירות, מכון הייצוא ועוד. להלן תמצית המידע של חלק מהמשרדים, בכל מקרה מומלץ לבדוק באתרי האינטרנט המזכירים בהמשך או לפנות אליהם ישירות לקבלת פרטים עדכניים ומפורטים.

משרד התעשייה המסחר והתעסוקה

כתובת: רח' בנק ישראל 5, ירושלים

טלפון: 02-6662582

פקס: 02-6662935

אתר אינטרנט: www.moital.gov.il

אי מייל: zvia.dori@moital.gov.il

סיוע לעסקים קטנים ותעשיות לשרד ולהתמקצע בתחומי פעילותם, באמצעות חונכות לעסקים קטנים ובינוניים, תכניות ניהול איכותי, חדשנות, עיצוב למפעלים עד 500 עובדים. קהל יעד הוא עסקים קטנים ובינוניים עד 100 עובדים ותעשיות עד 500 עובדים. פרטים נוספים באתר האינטרנט של המשרד.

הרשות לעסקים קטנים ובינוניים

הרשות לעסקים קטנים ובינוניים הנה הגוף המרכזי המתווה מדיניות לטיפול ועידוד עסקים ויזמות בישראל. כגוף מטה, הפועל ברמה הארצית ומשמש כזרוע ביצועית של משרד התמ"ת, פועלת הרשות להעצמת

113	משרדי ממשלה
115	עמותות ארציות
119	עמותות מקומיות
121	פורומים עסקיים
126	קורסים
	אימון
	היבטים משפטיים
	הקמת וניהול עסק
	הקמה וניהול עסקים מפולחים
	יבוא
	יישומי מחשב
	יצירת מנהיגות
	ניהול פיננסי לעסק
	ניהול משא ומתן
	שיווק ומכירות
138	ייעוץ וליווי
	הקמה וניהול עסק
	משפטי
	פיננסי
	שיווק ומכירות
	טיפול
142	קרנות והלוואות
147	אתרי אינטרנט
148	מידע ענפי

תכנית עסקית, מאגר של 60 פרופילים עסקיים, מאגר קרנות מימון מאגר חוזים והסכמים ועוד. לקבלת סיוע וייעוץ ניתן לפנות למרכז טיפוח יזמות (מט"י) הקרוב למקום מגוריך ב-700-700-605-1.

כתובתנו באינטרנט: www.asakim.org.il

משרד התיירות

האגף לתיירות כפרית

כתובת: רח' בנק ישראל 5, ירושלים 91009

טלפון: 02-6664387/8/9

פקס: 02-6664446

אתר אינטרנט: www.tourism.gov.il

אי מייל: hanak@tourism.gov.il

מטרת האגף היא פיתוח כלכלי באמצעות הקמת עסקים קטנים תיירותיים בכפרים ובמרכזים כפריים. תחומי פעילות הם ליווי, ייעוץ, וחונכות תיירותית המיועדים לקהל של יזמים מכל המגזרים (כולל מגזרי המיעוטים) במרחב הכפרי בישראל. פרטים נוספים על שירותי המשרד בפרקים ובמשרד.

מכון היצוא

המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה

בין-לאומי

כתובת: רח' המרד 29, תל אביב, 68125

טלפון: 03-5142830

פקס: 03-5142902

אתר אינטרנט: www.export.gov.il

אי מייל: dalit@export.gov.il

מטרת המכון הן קידום היצוא התעשייתי ויצוא השירותים של ישראל, לפתח יחסי סחר ויצירת שיתופי פעולה ובריתות אסטרטגיות

עם חברות זרות.

המכון הישראלי לייצוא ולשיתוף פעולה בין לאומי מקדם את הייצוא התעשייתי וייצוא השירותים באמצעות יוזמות בן לאומיות ותוכניות ייחודיות. המכון פועל במדינות רבות בעולם באמצעות הנציגים הרשמיים של ישראל, הנספחים המסחריים והכלכליים ונציגי פיתוח עסקי מקומיים. המכון מקיים קשרים עסקיים הדוקים עם הנציגים הדיפלומטיים ועם הנספחים המסחריים בישראל, כמו גם עם ארגוני סחר בין-לאומיים ברחבי העולם. המכון מספק מידע מקיף בתחום הסחר הבין לאומי, ייעוץ, קשרים וסיוע בקידום הייצוא לחברות ישראליות וכן שירותים משלימים לעסקים בחו"ל. המכון יוזם ומארגן משלחות נכסות ויוצאות, מארגן מקיפים ומנהל ביתנים לאומיים בתערוכות בין לאומיות בעולם, בהן הוא מציג את היכולות של ישראל בתחומים כגון: תקשורת (טלקומוניקציה) ו-IT, תוכנה וחומרה, תעופה וחלל, בטיחות ואבטחה, מדעי החיים, שירותים למגזר הרפואי, ביטחון וטכנולוגיה, תעשייה, בנייה, רכב, חקלאות, מים וסביבה, מזון, יין ומשקאות, אופנה וטקסטיל, תכשיטים, חפצי חן ויודאיקה, קוסמטיקה וטואלטיקה, קולנוע וטלוויזיה, אופטיקה, צעצועים, ציוד משרדי, ספר ודפוס, חברות סחר ועשה זאת בעצמך – D.I.Y. מכון היצוא מציע בית הספר ללימודי סחר חוץ, בו מגוון אירועי הדרכה, לרבות קורסים, סדנאות, ימי עיון וסמינרים בנושאי שיווק בין לאומי, מימון משפטי ופיננסי, תובלה ולוגיסטיקה, מידע ואינטרנט לקידום הפעילות העסקית. הקורסים מיועדים ליזואנים, תעשיינים, אנשי עסקים, אנשי שילוח, מגזר ציבורי ופרטי. פרטים נוספים תוכלו לקבל במכון לייצוא.

דמי החברות הם בהתאם להיקף היצוא.

עמותות ארציות

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

יחידת נשים בעסקים

כתובת: גלגלי הפלדה 16, אזור התעשייה הרצליה פיתוח

טלפון: 09-9719901; 09-9719906

פקס: 09-9540136

אתר אינטרנט: www.cjaed.org.il

אי מייל: office@cjaed.org.il

פיתוח עצמאות כלכלית בקרב הנשים הערביות, היהודיות ושילובן בצמיחה הכלכלית, בחברה ובמדינה. נשים, העצמה ושוויון זו הגישה המשולבת שלנו הכוללת הכשרה, חונכות, יצירת רשתות עסקיות, קרן הלוואות ופעילות ציבורית על מנת לתמוך בנשים ערביות ויהודיות יזמיות בכל שלבי הפיתוח של העסק. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי.

דמי החברות סמליים ונקבעים לפי הפרויקט.

"יסמין" איגוד נשות עסקים בישראל

הוקם ביוזמתנו, בניהול ובחסותו של המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

כתובת: גלגלי הפלדה 16, ת.ד. 12017, הרצליה פיתוח 46733

טלפון: (כיראם): 09-9719901; 09-9179906

פקס: 054-7737378

אתר אינטרנט: www.cjaed.org.il

אי מייל:

office@cjaed.org.il אִא kiram@cjaed.org.il

יסמין מאגדת תחתיה את הארגונים הקיימים המסייעים לקהל נשים בעסקים. מחזקת את הארגונים בפיתוח מיומנויות וכלים עסקיים חדשים לקהל מנהלות הפורומים והמועדונים העסקיים של נשות העסקים ברחבי הארץ. באמצעות פיתוח "פיילוטים", פרויקטים חדשים וחדשניים, שעונים על הצרכים של העסקים שבבעלות נשים, מימון והשקעות. פועלת למען קידום השיווק והרישות העסקי, יצירת הזדמנויות עסקיות ברמה הארצית והבינלאומית, ייצוג של קהל נשות העסקים מול הממשלה והארגונים.

איגוד לשכות המסחר

כתובת: החשמונאים 84, תל אביב 67132

טלפון: 03-5631028

פקס: 03-5623274

אתר אינטרנט: www.chamber.org.il

אי מייל: osnaty@chamber.org.il

איגוד לשכות המסחר הינו ארגון העסקים הגדול בישראל ומאגד כ-5000 חברים באופן ישיר. האיגוד מספק לאנשי העסקים מסגרת עסקית תומכת ויעילה הכוללת סל שירותים. זאת במטרה לחסוך כסף, זמן ובירוקרטיה וחיפה להזדמנויות עסקיות חדשות בארץ ובעולם.

אלאהאלי

מרכז לפיתוח קהילתי (ע.ר.)

כתובת: ת.ד. 20013 נצרת 16410

טלפון: 04-6081401

פקס: 04-6021217

אתר אינטרנט: www.ahalicenter.org

אי מייל: ahali@ahalicenter.org

מטרות העמותה הן קידום, ארגון, הכשרה ותמיכה בקבוצות הפועלות למען שוויון בין האזרחים ועידוד פעילות קהילתית. קידום המעורבות של האזרחים הערביים בחיים הציבוריים והגברת השתתפותם בתהליכים דמוקרטיים. הגברת מעורבות האנשים בתהליך הפיתוח הקהילתי בכל התחומים לרבות: חברתיים, לאומיים, פוליטיים וכלכליים. המרצת תהליך הצמיחה הכלכלית והחברתית של האוכלוסייה הפלסטינית בישראל. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **אין דמי חברות.**

גולדה

כתובת: פריסה ארצית

טלפון: 052-2907721

פקס: 09-7667964

אתר אינטרנט: www.golda.co.il

אי מייל: info@golda.co.il

מטרת העמותה היא ליצור שירותים, יעילים, חולים, שיסייעו לנשים להצליח בעסקים, באמצעות קבוצות למידה, פרסום אינטרנטי חינוכי, ויעוץ מקצועי online. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **אין דמי חברות.**

העמותה להעצמה כלכלית לנשים

כתובת: רח' העצמאות 102, חיפה 31091

טלפון: 04-8520027

פקס: 04-8524941

אתר אינטרנט: www.womensown.org.il

אי מייל: eew@womensown.org.il

מטרת העמותה היא לסייע לנשים מעוטות הכנסה להגיע לפרנסה ועצמאות כלכלית באמצעות הקמת עסקים זעירים. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **אין דמי חברות.**

הפורום להסכמה אזרחית בין יהודים לערבים בישראל

בית מועצת יח"ד

כתובת: רח' דרך חברון 101 ירושלים

טלפון: 02-6731118

פקס: 02-6731119

אתר אינטרנט: www.caf.org.il

אי מייל: yachad1@netvision.net.il

מטרת העמותה היא צמצום פערים בין יהודים לערבים בישראל באמצעות סינוגר, רישות, תקשורת, חינוך ופיתוח כלכלי וקהילתי. העמותה מפעילה את קורס אפק נשי של נשים הקולטות נשים בעסקים. פרטים נוספים בפרק הקורסים. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **אין דמי חברות.**

התוכנית לזימחות עסקית וצדק כלכלי

הפקולטה למשפטים, אוניברסיטת תל-אביב

כתובת: אוניברסיטת ת"א, רמת אביב

טלפון: 03-6405786

פקס: 03-6407422

אתר אינטרנט:

www.tau.ac.il/law/clinics

אי מייל: gfeit@post.tau.ac.il

מטרת התוכנית להעניק סיוע משפטי לנשים בהקמה ופיתוח של עסק זעיר. הייעוץ המשפטי ניתן בהקשרים של הפעילות העסקית בלבד באמצעות סטודנטים למשפטים בשנה השלישית ללימודים, בהנחיה ובהדרכה של עו"ד.

שירות הייעוץ ניתן ללא דרישת תשלום או תמורה אחרת.

יד טבנקין

המכון המחקרי-רעיוני של התנועה הקיבוצית

כתובת: סמינר אפעל, רח' היסמין 1, רמת

אפעל 52960

טלפון: 03-5348932

פקס: 03-5346376

אתר אינטרנט: www.yadtabenkin.org.il

אי מייל: ilanay-t@bezeqint.net

העמותה עוסקת במחקר היסטורי וחברתי של הקיבוץ וההתיישבות העובדת. במסגרת זו עוסקת גם בנושא הקואופרטיב – בעבר, בהווה ובעתיד. ארגון כנסים, ימי עיון וסדנאות בנושא האגודה השיתופית, התחדשות הקואופרציה, סיוע לקבוצות המעוניינות להתארגן למיזם משותף כקואופרטיב, קשר עם התנועה הקואופרטיבית העולמית, ארגון סיורים להכרת קואופרציה מוצלחת בארצות אחרות. **אין דמי חברות.**

סביבה תומכת

מרכז לקידום נשים בעסקים

כתובת: רח' נחלת בנימין 72, ת"א 61083

טלפון: 03-5106600

פקס: 03-5106601

אתר אינטרנט: www.svivatomehat.org.il

אי מייל: info@svivatomehet.org.il

עמותה (NGO) שהוקמה ב-2003 ע"י קבוצת נשות עסקים, כולן עולות מחבר העמים במטרה לשפר את המצב הכלכלי והחברתי של נשים בישראל. היום העמותה עובדת עם כל המגזרים בעיקר במרכז הארץ. מטרת העמותה היא מתן סיוע לנשים בהקמה ו/או בפיתוח עסקים. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה.

דמי חברות: 240 ₪ + 10 שעות התנדבות (בכל מסגרת לבחירתך).

עוזות נטע

נשים לטובת עתידן

כתובת: שכונת צמרות, הרצליה (על גבול רמת

השרון)

טלפון: 09-9587534

פקס: 09-9587535

אתר אינטרנט: www.netta.org.il

אי מייל: netta@netta.org.il

העמותה קמה במטרה לסייע בקידומן של נשים אקדמאיות בעולם העבודה. נטע פועלת להקנות ידע, כלים ומיומנויות לנשים להצלחה בעבודתן; יוזמת יצירת רשתות חברתיות של נשים, לקידום ומימוש בתחומים המקצועיים; נטע שואפת לקדם שיח ציבורי ולסייע בפיתוח המחקר האקדמי להבנת התהליכים החברתיים,

המעכבים העסקת נשים אקדמאיות וקידומן. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **אין דמי חברות.**

פחיננסי

המכללה הישראלית להעצמת נשים

כתובת: ת.ד. 140, סביון 56530

טלפון: 03-6358993

פקס: 03-5353676

אתר אינטרנט: www.feminanci.co.il

אי מייל: office@feminanci.co.il

מטרת העמותה היא לקיים מערכת המעניקה לנשים רבות ככל האפשר, באופן רציף ובפריסה רחבה, את הכלים לניהול עצמאי של חייהן וכלים יישומיים להתפתחות כלכלית מתמדת. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה.

קול האישה

מרכז נשים בירושלים

כתובת: רח' המלך ג'ורג' 40, ירושלים 91371

טלפון: 02-6222455

פקס: 02-6256187

אתר אינטרנט (בהקמה): www.kolisha.org.il

אי מייל: kolishao@netvision.net.il

kolishaf@netvision.net.il

מטרת העמותה היא לקדם מודל פמיניסטי רב-תרבותי לשינוי חברתי. זהו ארגון השטח היחיד בעיר, בו נשים מקבוצות שונות נפגשות לדיונים, לסדנאות ולפעילויות המעצימות נשים. הגישה של הארגון מעוגנת בתפיסה שלנשים עצמן יש מקורות עוצמה, ושתפקידנו לשמש כסוכנות של שינוי הן ביחס לאי צדק בחלוקת המשאבים החברתיים והכלכליים והן בסיפוק כלים להעצמה אישית וחברתית. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **דמי חברות:** החל מ 20 ש"ח ועד יכולתה של המצטרפת.

עמותות מקומיות

מכון הנגב - אג'יק

מכון הנגב לאסטרטגיות של שלום ופיתוח - אג'יק

כתובת: מלון גולדן טוליפ, רח' הנרייטה סולד 4,

באר שבע 84894

טלפון: 08-6405432

פקס: 08-6405451

אתר: www.nisped.org.il

מנהל המחלקה להעצמה כלכלית: עאטף אבו עג'אג'

דוא"ל: aatef1@nisped.org.il

מכון הנגב לאסטרטגיות של שלום ופיתוח, הינו עמותה, הפועלת לקידום שלום ופיתוח, תוך התמקדות במרכזיותה של החברה האזרחית. אג'יק פועלת מתוך היענות לצרכים כפי שהם נתפסים על ידי הקהילה הערבית-ישראלית ובאופן המשקף את ענייניהם ושאיפותיהם של חבריה, בשל אופי היחסים בין הרוב היהודי למיעוט הערבי בישראל. העמותה פועלת למען דו קיום יהודי ערבי, כך שכל האזרחים ייהנו מזכויות מלאות ושוות, ומתבססת על שלושה עקרונות מרכזיים של שוויון בכל התחומים לכל האזרחים, העצמה של אוכלוסיות מוחלשות להשגת זכויות מלאות ושיתוף בין יהודים וערבים על בסיס הכרה, כבוד הדדי ושוויון. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו לקבל במשרדי העמותה.

עמותת מעלה

נשות רמת השרון (ע"ר)

כתובת: תרפ"ד 18, רמת השרון 47250

טלפון: 03-5492668

פקס: 03-5474440

אתר אינטרנט: www.esheet.org.il

אי מייל: nuritver@bezeqint.net

מטרת העמותה היא לעודד הקמת עסקים זעירים כפתרון לאבטלה ולעוני. ומתן הזדמנות לכל אישה שנמצאת על פרשת דרכים ו/או במצוקה כלכלית. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **אין דמי חברות.**

עמותת נ.ב.ע (מעייין)

לקידום נשים בעלות עסקים, עכו והסביבה

אשת קשר: נוהאד שחבראת מנהלת העמותה
כתובת: מרכז הגיל הרך של העמותה לפיתוח קהילתי עכו

טלפון: 052-4423070

אי מייל: Nohad_sh@walla.co.il

העמותה הוקמה ב-2007 ע"י קבוצת נשים ערביות מעכו, ג'דידה ומכר לאחר שש שנות פעילות כמועדון נשים שהוקם ביזמת העמותה לפיתוח קהילתי, עכו, ובשיתוף המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי. חזון העמותה להביא לשינוי חברתי כלכלי במעמד הנשים הערביות באזור עכו, דרך העצמה אישית, כלכלית וחברתית כדי להגיע לעצמאות וליכולת לנהל עסקים זעירים. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלו למצוא בהמשך או במשרדי העמותה. **דמי חברות:** 400 ש"ח לשנת פעילות.

עמותת נ.י.ב

נשים יזמות בעסקים במודיעין והסביבה
כתובת: רח' הארזים 10, לפיד
טלפון: 052-2349811
פקס: 08-9766731
אתר אינטרנט: www.niv.org.il
אי מייל: hagit@e-m-t.net

קפה שני

מנהל קהילתי רמות ירושלים
כתובת: רח' רקנטי 6, רמות, ירושלים
טלפון: 02-5867662
פקס: 02-5860483
אתר אינטרנט: www.ramotalon.org.il

העמותה שואפת לסייע ולקדם את נשות העסקים בעיר מודיעין ויישובי הסביבה. מטרתה לפתח כל אישה באשר היא לממש את הפוטנציאל הגלום בה ולעזור לה לצמוח. פעילות העמותה הינה מתוך גישה פמיניסטית ואמונה בהעצמה נשית, בכוונה לתרום למהלך של עצמאות כלכלית בקרב נשים. מידע נוסף על תחומי הפעילות וההכשרה העסקית תוכלי למצוא בהמשך או במשרדי העמותה.
דמי חברות: 600 ₪

מטרת העמותה היא לחבר בצורה פורמלית בין נשים חרדיות דתיות וחילוניות, להעצים כלכלית נשים באמצעות מתן הרצאות, מתן במה לנשים יזמיות לספר על העסק שלהן ולמכור את מוצריהן על כוס קפה. **עלות** של 10 שקלים כניסה לבית הקפה.

פורומים עסקיים

צפון

אמונה - תנועת האישה הדתית לאומית
קהל יעד: בעלות עסקים ויזמות דתיות ציוניות.
מטרת הפורום: טיפוח וגיבוש המשאב האנושי בקרב נשים דתיות ציוניות, קידום היזמות העסקית ופיתוח רישות מקצועי ועסקי.
עיר: בבתי החברות ברחבי הארץ.
אשת קשר: לידיה זוהר
אי מייל: lidia@emunah.org.il
טלפון: 052-4239505; 03-6179204/5
עלות: 250 ₪ דמי חברות שנתיים.

גולדה

קהל יעד: נשות עסקים קטנים.
מטרת הפורום: לפתור דילמות עסקיות של המשתתפות, להקנות כלים אמיינים להתמודדות עם בניית ניהול עסק, לתמוך ולרשת.
עיר: כרמיאל.
אשת קשר: חוה ניסנבויים
טלפון: 052-2907721
עלות: 50 ש"ח

גולדה

קהל יעד: נשות עסקים קטנים.
מטרת הפורום: לפתור דילמות עסקיות של המשתתפות, להקנות כלים אמיינים להתמודדות עם בניית ניהול עסק, לתמוך ולרשת.
עיר: פרדס חנה.
אשת קשר: חוה ניסנבויים
טלפון: 052-2907721
עלות: 50 ש"ח

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: בעלות עסקים מכל איזור עכו.
מטרת הפורום: הקמת מסגרת שמאגדת נשות ומנהלות עסקים ערביות, מתן תמיכה וליווי אישה לאישה כחונכת עמיתה. עידוד יצירת פעילות חברתית כלכלית משותפת למען שינוי.
עיר: עכו.
אשת קשר: כיראם בילעום
טלפון: 054-7737376; 09-9719906
עלות: 400 ₪ לשנת פעילות.

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: נשים יהודיות וערביות בעלות ומנהלות עסקים.
מטרת הפורום: העמקת הקשר היהודי ערבי ברמה החברתית עסקית, תוך פיתוח יכולות הניהול והקידום העסקי של חברות הפורום.
עיר: מאזור מנשה, ואדי ערה, כבר קרע, פרדס חנה כרכור ואלונה.
אשת קשר: כיראם בילעום, מטעם המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי
אי מייל: kiram@cjaed.org.il
טלפון: 054-7737376; 09-9719906
עלות: דמי חבר לשנה הוא 400 ₪.

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: נשים יהודיות וערביות בעלות ומנהלות עסקים.

מטרת הפורום: קידום לעצמאות אישית עסקית כלכלית של החברות, להיות מקור עוצמה קבוצתית עסקית כלכלית. ביסוס מעצמה חברתית עסקית כלכלית.

עיר: גליל מרכזי.
אשת קשר: בת'חן שפירא, מנהלת הפורום מטעם המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי
אי מייל: batchens@bemooza.co.il
טלפון: 052-8609990
עלות: 400 ש"ח דמי חבר לשנה.

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: נשים יהודיות וערביות בעלות ומנהלות עסקים.

מטרת הפורום: העצמת יכולות אישיות, גיבוש קבוצה תומכת, יצירת סביבה להפריה הדדית ופיתוח יכולות עסקיות של המשתתפות, תוך מתן כלים פרקטיים להתמודדות.

עיר: חיפה.
אשת קשר: כיראם בלעום
אי מייל: kiram@cjaed.org.il
טלפון: 09-9719906; 054-7737378
עלות: 400 ש"ח דמי חבר לשנה.

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: נשים בעלות ומנהלות עסקים מאזור דליית אלכרמל ועוספייה.

מטרת הפורום: רישות עסקי בין החברות, פיתוח עסקי של כל אחת, יצירת מנהיגות כלכלית ומקצועית לנשות הכרמל.

עיר: אזורי הכרמל, דליית אלכרמל ועוספייה
אשת קשר: כיראם בלעום
אי מייל: kiram@cjaed.org.il
טלפון: 09-9719906; 054-7737736
עלות: 400 ש"ח דמי חבר לשנה.

הפורום להסכמה אזרחית בין יהודים לערבים בישראל

קהל יעד: נשות עסקים מאזור המשולש.

מטרת הפורום: רישות, חיזוק נשות העסקים, ליווי הוליסטי, בניית סולידאריות והעצמה.

עיר: משולש צפוני – כפר קרע ברשות המקומית משולש דרומי – אשכול פיס טירה ו/או בית ברל.
אשת קשר: פטמה סרטור
טלפון: 050-8444334
עלות: כלול בתכנית "אפק נשי".

חטי"י בית שאן, קבוצת ניבה

קהל יעד: נשים.
מטרת הפורום: קידום עסקי לנשים.
עיר: אזור בית שאן, גלבוע, גליל תחתון ועמק יזרעאל.

אשת קשר: אירית ארז
טלפון: 050-7580965
עלות: 800 ש"ח ל 40 שעות.

חטי"י חיפה

קהל יעד:

בעלות עסקים קטנים מחיפה והסביבה.
מטרת הפורום: קידום עסקי הנשים באמצעות הרחבת ההזדמנויות העסקיות, רישות עסקי, הקניית מיומנויות עסקיות וסיוע בשיווק העסק.

עיר: חיפה והסביבה.
אשת קשר: להתקשר לסניף
טלפון: 04-8531439; 04-477-334-800-1
עלות: תשלום סימלי, מפגש אחת לחודש.

חטי"י צפון הגליל

קהל יעד: נשים, אומנים ובעלי עסקים.
מטרת הפורום: משמש כתובת מרכזית לבעל העסק או היזם.

עיר: הגליל העליון.
אשת קשר: רחל איטח
טלפון: 04-6951406
עלות: פרטים בסניף.

קישורי אמהות

קהל יעד: אימהות בעלות עסק עצמאי קיים.
מטרת הפורום: קידום אימהות ומענה לכל אמא באשר היא.

עיר: איזור השרון וצפונה.
טלפון: 04-6780324; 054-8001331
08-8591162
אתר אינטרנט: www.m4m.co.il
אי מייל: info@m4m.co.il
פקס: 04-6780324

עלות: חברות לחצי שנה 250 ש"ח. ובנוסף בכל מפגש אנו משלמות את עלות הארוח בבית הקפה, כ-25 ש"ח למפגש.

מרכז

אחונה - תנועת האישה הדתית לאומית

קהל יעד: בעלות עסקים ויזמיות דתיות ציוניות.
מטרת הפורום: טיפוח וגיבוש המשאב האנושי בקרב נשים דתיות ציוניות, קידום היזמות העסקית ופיתוח רישות מקצועי ועסקי.

עיר: בבתי החברות ברחבי הארץ.
אשת קשר: לידיה זוהר
אי מייל: lidia@emunah.org.il
טלפון: 052-4239505; 03-6179204/5
עלות: 250 ש"ח דמי חברות שנתיים.

גולדה

קהל יעד: נשות עסקים קטנים.
מטרת הפורום: לפתור דילמות עסקיות של המשתתפות, להקנות כלים אמניים להתמודדות עם בניית ניהול עסק, לתמוך ולרשת.

עיר: ירושלים, כפר סבא, תל אביב.
אשת קשר: חוה ניסנבוים
טלפון: 052-2907721
עלות: 50 ש"ח

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: מנהלות ונשות עסקים יהודיות וערביות, בעלות עסק, מאזור כפר סבא וטירה.
מטרת הפורום: פיתוח הנשים ברמת החשיבה העסקית, העצמת היכולות הטמונות בתיפקודן כמנהלות עסקים. גיבוש קבוצת תמיכה שתאפשר מרחב בטוח ללמידה והתפתחות.

יצירת אווירה של קירבה והפרייה הדדית.
עיר: כפר סבא וטירה
אשת קשר: כיראם בלעום; נסיה שטרסבורג
טלפון: 09-9719906; 054-7737378
09-8944951

עלות: פרטים אצל נשות הקשר.

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: נשים יזמיות, בעלות עסקים יהודיות וערביות מאזור ראש העין וכפר קאסם.
מטרת הפורום: העשרה מקצועית, תמיכה ופיתוח עסקי החברות, יצירת הזדמנויות, יצירת דיאלוג יהודי ערבי ומגדרי בין החברות.
עיר: כפר קאסם וראש העין.
אשת קשר: כיראם בלעום
אי מייל: kiram@cjaed.org.il
טלפון: 09-9719906; 054-7737736
עלות: 400 ש"ח שנתית.

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

קהל יעד: נשות עסקים מובילות, נשים בעמדות ניהול, יהודיות וערביות מאזור תל אביב, יפו, רמלה, לוד.
מטרת הפורום: העצמת יכולות אישיות, גיבוש קבוצה תומכת, יצירת סביבה להפריה הדדית ופיתוח יכולות עסקיות של המשתתפות. תמיכת וליווי אישה לאישה כחונכת עמיתה, עידוד יצירת פעילות חברתית משותפת.
עיר: תל אביב יפו.
אשת קשר: כיראם בלעום
 kiram@cjaed.org.il
טלפון: 09-9719906; 054-7737378
עלות: 400 ש"ח דמי חבר שנתיים.

חטיי חולון

קהל יעד: נשות עסקים ויזמות.
מטרת הפורום: "שיח עסקי נשי", יצירת מפגשים בין נשות עסקים ויזמות בעיר והקניית כלים בנייהול עסק.
עיר: חולון
אשת קשר: פיאלה
טלפון: 03-5501128
עלות: כ-35 ש"ח למפגש.

חטיי חולון

קהל יעד: בעלות מסגרות לגיל הרך, עולות מחבר העמים. המועדון מתקיים בשפה רוסית.
מטרת הפורום: הקניית כלים וידע בתחומים הקשורים לניהול מסגרות פרטיות לגיל הרך.
עיר: חולון
אשת קשר: פיאלה
טלפון: 03-5501128
עלות: 35 ש"ח למפגש.

חטיי ירושלים

קהל יעד: בעלות עסקים ירושלמיות.
מטרת הפורום: פורום נשות עסקים.
עיר: ירושלים
אשת קשר: קרן פלד
טלפון: 02-6794242
עלות: 35 ש"ח

חטיי ירושלים

קהל יעד: בעלות עסקים ירושלמיות.
מטרת הפורום: פורום לנשות עסקים דוברות רוסית.
עיר: ירושלים
אשת קשר: קרן פלד
טלפון: 02-6794242
עלות: 35 ש"ח

חטיי ירושלים

קהל יעד: בעלות עסקים ירושלמיות.
מטרת הפורום: פורום לנשות עסקים חרדיות.
עיר: ירושלים
אשת קשר: קרן פלד
טלפון: 02-6794242
עלות: 35 ש"ח

פורום נשי עסקי - השרון

קהל יעד: נשים בעלות עסקים בתחילת הדרך או במהלכה.
מטרת הפורום: קידום ופיתוח נשות עסקים באזור השרון.
עיר: פרדסיה
אשת קשר: רחלי איזנבורג שחר
טלפון: 09-8945602; 09-8949498
עלות: 35 ש"ח למפגש.

פורום נשים בעסקים

קהל יעד: בעלות עסקים ויזמיות.
מטרת הפורום: הרצאות עסקיות, רישות עסקי ומפגשים להרחבת קהל היעד.
עיר: תל אביב
אשת קשר: בת שבע שטראוכלר
אי מייל: shevas@netvision.net.il
טלפון: 03-6420151; 052-2440990
עלות: 90 ש"ח למפגש.

קישורי אמהות

קהל יעד: אימהות בעלות עסק עצמאי קיים.
מטרת הפורום: קידום אימהות ומענה לכל אמא באשר היא.
עיר: איזור ת"א.
אתר אינטרנט: www.m4m.co.il
אי מייל: info@m4m.co.il
טלפון: 04-6780324; 054-8001331

08-8591162

פקס: 04-6780324

עלות: חברות לחצי שנה 250 ש"ח. ובנוסף בכל מפגש אנו משלמות את עלות הארוח בבית הקפה, כ-25 ש"ח למפגש.

דרום

אחונה - תנועת האישה הדתית לאומית

קהל יעד: בעלות עסקים ויזמיות דתיות ציוניות.
מטרת הפורום: טיפוח וגיבוש המשאב האנושי בקרב נשים דתיות ציוניות, קידום היזמות העסקית ופיתוח רישות מקצועי ועסקי.
עיר: בבתי החברות ברחבי הארץ.
אשת קשר: לידיה זוהר
אי מייל: lidia@emunah.org.il
טלפון: 03-6179204/5; 052-4239505
עלות: 250 ש"ח דמי חברות שנתיים.

קישורי אמהות

קהל יעד: אימהות בעלות עסק עצמאי קיים.
מטרת הפורום: קידום אימהות ומענה לכל אמא באשר היא.
עיר: מדרום לת"א.

אתר אינטרנט: www.m4m.co.il

אי מייל: info@m4m.co.il

טלפון: 04-6780324; 054-8001331

08-8591162

פקס: 04-6780324

עלות: חברות לחצי שנה 250 ש"ח. ובנוסף בכל מפגש אנו משלמות את עלות הארוח בבית הקפה, כ-25 ש"ח למפגש.

קורסים

אימון

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

העצמה אישית-יזומית

מטרת הקורס: מיועד לקידום נשים שרוצות או צריכות להקים עסק חדש.

קהל היעד: נשים עם נטייה יזמית מהמגזר הערבי.

מס' שעות: 20-30 שעות; 5-7 מפגשים.

עלות: 100 ₪

מיקום: ברחבי הארץ.

טלפון: 09-9719901; 09-9719906

054-7737378

חטי"י ערד

נשים נוגעות בעסקים

מטרת הקורס: העצמה ופיתוח מיומנויות עסקיות.

קהל היעד: נשות מועצה אזורית תמר.

מס' שעות: 16

עלות: 650 ₪

מיקום: מועצה אזורית תמר.

טלפון: 08-995888

עמותת אלאהלי

העצמה אישית ומנהיגות קהילתית מקומית

מס' שעות: 80 שעות

עלות: עלות סמלית למשתתפת

מיקום: במקום מגורי קבוצת הנשים

טלפון: 04-6081401; 054-4240335 (סנאא

זריק)

היבטים משפטיים

חטי"י מודיעין

סנאא בהיבטים משפטיים

מטרת הקורס: מתן ידע רלוונטי בנוגע להיבטים משפטיים בניהול העסק.

קהל היעד: בעלי עסק

מס' שעות: 16 שעות; 4 מפגשים.

עלות: פרטים בסניף.

מיקום: מודיעין ורמלה.

טלפון: 08-9771723

הקמה וניהול עסק

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

יזמות עסקית

מטרת הקורס: הקניית כלים מעשיים לתכנון והקמת עסק חדש.

קהל היעד: נשים יזמות שרוצות להקים עסקים חדשים

מס' שעות: 60-70 שעות; 17 מפגשים.

עלות: 250 ₪

מיקום: ברחבי הארץ.

טלפון: 09-9719901; 09-9719906

054-7737378

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

יזמות עסקית משותפת

מטרת הקורס: הקניית כלים מעשיים לתכנון והקמת עסקים משותפים.

קהל היעד: נשים יהודיות וערביות, יזמיות.

מס' שעות: 96 שעות; 24 מפגשים.

עלות: 300 ₪

מיקום: ברחבי הארץ.

טלפון: 09-9719901; 09-9719906

054-7737378

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

יזמות עסקית-קבוצתית

מטרת הקורס: הכוון עם מתן כלים מעשיים להקמת עסק קבוצתי.

קהל היעד: נשים יזמות, המעוניינות להקים עסק קבוצתי משלהן.

מס' שעות: 150 שעות; 37 מפגשים.

עלות: 600 ₪

מיקום: ברחבי הארץ.

טלפון: 09-9719901; 09-9719906

054-7737378

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

ניהול כלכלי

מטרת הקורס: מתן כלים ומיומנויות בניהול העסק.

קהל היעד: נשים בעלות עסקים מהמגזר הערבי.

מס' שעות: 40 שעות; 10 מפגשים.

עלות: 300 ₪

מיקום: ברחבי הארץ.

טלפון: 09-9719901; 09-9719906

054-7737378

חטי"י אשדוד

הקמה וניהול עסק - יזמות

מטרת הקורס: הקניית ידע בהקמת עסק ופיתוחו, על היבטיו הכלכליים, הפיננסיים, השיווקיים והתיפעוליים.

קהל היעד: יזמים המעוניינים להקים עסק ובעלי עסקים מעוניינים לשפר את מיומנויות הניהול.

מס' שעות: 40 שעות ב10 מפגשים

(קיימות מסגרות בהיקפים גדולים יותר).

עלות: 1,000 ₪ לתושבי אשדוד, 1,100 ₪ לתושבי הסביבה.

מיקום: אשדוד (הקורס קיים בשפות: עברית, רוסית וצרפתית). קיימות גם כיתות נפרדות לנשים וגברים במגזר החרדי.

טלפון: 08-8666445; 08-8666026

חטי"י צפון הגליל

יזמות עסקית

קהל היעד: יזמים בעלי עסקים.

מס' שעות: 40 שעות.

עלות: פרטים בסניף.

מיקום: גליל העליון

טלפון: 04-6951406

עמותת נטע

מסלול אופק עסקי

מטרת הקורס: מסלול לנשים המעוניינות לפתח יזמה עסקית. המסלול מורכב מרצף תכניות לפיתוח יזמות עסקית מראשיתה ועד לבניית תכנית עסקית.

קהל היעד: המסלול מיועד לאקדמאיות עם רעיון יזמי.

עלות: עלות של 1000 ₪ למסלול.

מיקום: הרצליה

טלפון: 09-9587534

עמותת נטע

חבוא ליזמות עסקית

מטרת הקורס: גיבוש הרעיון העסקי, חזון אישי ועסקי, ניהול פיננסי ועוד.

קהל היעד: אקדמאיות עם רעיון יזמי.

מס' שעות: משך הקורס 28 שעות אקדמיות; 7 מפגשים בני 4 שעות אקדמיות כל אחד.

עלות: 250 ₪

מיקום: הרצליה

טלפון: 09-9587534

חטי"י חולון

"להקים עסק - מחלום למציאות"

מטרת הקורס: הקניית כלים מעשיים להקמה

ונייהול עסק עצמאי

קהל היעד: יזמים המעוניינים לפתוח עסק

מס' שעות: 40 שעות אקדמאיות; 10 מפגשים.

עלות: 800-980 ₪

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

חטי"י ירושלים

ניהול והקמת עסק

מטרת הקורס: הקניית ידע וכלים מעשיים

להקמת עסק וניהולו.

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים.

מס' שעות: 36 שעות; 9 מפגשים.

עלות: 960 ש"ח

לעולים חדשים, תושבי מזרח ירושלים, חרדים,

תושבי שכונות, נשים חד הוריות וחיילים

משוחררים - מחירים מיוחדים.

מיקום: ירושלים

טלפון: 02-6794242

חטי"י מודיעין

יזמות וניהול עסק

מטרת הקורס: קבלת כלים ראשוניים להקמה

ונייהול עסק

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים בתחילת דרכם.

מס' שעות: 10 מפגשים.

עלות: פרטים בסניף.

מיקום: מודיעין ורמלה.

טלפון: 08-9771723

סביבה תומכת

קורס הקמה וניהול העסק

מטרת הקורס: העצמה עסקית לנשים ומתן

כלים ראשוניים לפתיחה וניהול העסק.

קהל היעד: נשים יזמיות בתחילת הדרך.

מס' שעות: 24 מפגשים, כ-100 שעות.

עלות: 580 ₪.

מיקום: מרכז הארץ

טלפון: 03-5106600

הפורום להסכחה אזרחית בין יהודים לערבים בישראל

אפק נשי - נשים קולטות נשים בעסקים

מטרת הקורס: הכשרה עסקית, העצמת

נשים במטרה לחזק את העסק וליצור מקורות

תעסוקה לנשים נוספות.

קהל היעד: בעלות עסקים מאזור המשולש.

מס' שעות: שעתיים בחודש במשך 3 שנים.

עלות: 50\$ לשנה.

מיקום: משולש צפוני - כפר קרע, משולש

דרומי - טירה / בית ברל

טלפון: 02-6731118

עמותת מעלה

"עסק משלך" להקמת העסק קטן

קהל היעד: שכירות, מובטלות ויזמיות חדשות.

מס' שעות: 80 שעות; 17 מפגשים

עלות: 1000 ₪

מיקום: רמת השרון

טלפון: 03-5492668

קול האישה

תוכנית יזמות "עסק משלך"

מטרת הקורס: מתן הידע והכלים להקמת

עסק זעיר, תוך ליווי קבוצתי ואישי.

קהל היעד: נשים במצוקה כלכלית המעוניינות

או צריכות להקים עסק.

מס' שעות: 25-35 מפגשים.

עלות: פרטים נוספים במשרדי העמותה.

מיקום: ירושלים

אתר: www.kolisha.org.il

טלפון: 02-6222455

הקמה וניהול עסקים מפולחים

משפחתונים

חטי"י אשדוד

הקמה וניהול מסגרות פרטיות לגיל הרך

מטרת הקורס: הקניית כלים פדגוגיים,

ניהוליים ופיננסים לניהול משפחתונים.

קהל היעד: הקורס מיועד לנשים המעוניינות

לפתוח משפחתון בבית.

מס' שעות: 100 שעות; 25 מפגשים.

עלות: 2,200 ₪

מיקום: אשדוד

טלפון: 08-8666445 ; 08-8666026

חטי"י חולון

"הקמה וניהול מסגרות פרטיות לגיל הרך"

מטרת הקורס: הקניית כלים ומיומנות בתחום

היזמות העסקית עם התמקדות בהקמה וניהול

פעוטונים ומשפחתונים.

קהל היעד: יזמים המעוניינים לפתוח מסגרת

פרטית לגיל הרך.

מס' שעות: 21 מפגשים; 84 שעות אקדמאיות.

עלות: 2180-2380 ₪

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

חטי"י מודיעין

ניהול משפחתונים

מטרת הקורס: קבלת כלים להקמה וניהול

משפחתונים בהיבטים הפדגוגיים.

קהל היעד: למעוניינות להקים משפחתון.

מס' שעות: 24 מפגשים.

עלות: פרטים בסניף.

מיקום: מודיעין ורמלה.

טלפון: 08-9771723

מרפאות שיניים

חטי"י חולון

"ניהול נכון של מרפאות שיניים"

מטרת הקורס: הקניית כלים עסקיים מעשיים

בניהול מרפאות שיניים.

קהל היעד: רופאי שיניים, בעלי ומנהלי

מרפאות, טכנאי שיניים וסייעות.

מס' שעות: 30 שעות אקדמאיות; 6 מפגשים.

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

עיסקי מזון

חטי"י חולון

"הקמה וניהול עסקי מזון"

מטרת הקורס: הקורס ייתן כלים וידע מעשיים

להקמה וניהול עסק בתחום המזון.

קהל היעד: יזמים המעוניינים לפתוח עסק

בתחום המזון.

מס' שעות: 32 שעות אקדמאיות; 8 מפגשים.

עלות: 800 ₪ - 980 ₪

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

קול האישה

תכנית "חבשלות עסק"

מטרת הקורס: מתן כלים להקמה וניהול עסק

תוך פיתוח מקצועיות בתחום הבישול.

קהל היעד: נשים במצוקה כלכלית בעלות

כישורי בישול.

מס' שעות: קורס בן 32-30 מפגשים ולאחריו

תהליך ליווי.

עלות: פרטים נוספים בעמותה.

מיקום: ירושלים

טלפון: 02-6222455

הכשרה חקלאית

עמותת אלאהלי

הכשרה חקלאית ופיתוח תעסוקה חקלאית לנשים
מטרת הקורס: הכשרה חקלאית.
קהל היעד: נשים
מס' שעות: 120 שעות כולל ליווי מקצועי ואישי.
עלות: עלות סמלית למשתתפת.
מיקום: ארצי, בכל הכפרים הפלסטיניים בתוך ישראל במקום מגורי קבוצת הנשים.
טלפון: 04-6081401; 054-4240335 (סנאא זריק)

עמותת אלאהלי

ייצור ועיבוד מוצרי חזון, ייצור ועיבוד מוצרי טיפוח חצמחי מרפא טבעיים, ייצור נרות וסבון, גידול דבורים
מטרת הקורסים: הקניית ידע בגידול זעתר, מלפפונים, צמחי מרפא, בניית משתלות, גידול דבורים ייצור דבש ועוד נושאים חקלאיים אחרים.
עלות: עלות סמלית למשתתפת
מיקום: במקום מגורי קבוצת הנשים
טלפון: 04-6081401; 054-4240335 (סנאא זריק)

יבוא

חטי"י אשדוד

קורס ליבואנים חתחילים
מטרת הקורס: הקניית ידע בייבוא וייצוא, התייחסות למוצר מקור, היבטים כלכליים, ארגוניים, ושיווקים.
קהל היעד: יזמים המעוניינים לעסוק בייבוא וייצוא.
מס' שעות: 30 שעות; 6 מפגשים.
עלות: 900 ₪
מיקום: אשדוד
טלפון: 08-8666445; 08-8666026

חטי"י חולון

"סחר בינלאומי יבוא יצוא"

מטרת הקורס: הקורס ייתן ידע מעשי ותאורטי בנושאים הקשורים ליבוא ולסחר בין לאומי.
קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים, המעוניינים לייבא מוצרים מחו"ל.
מס' שעות: 30 שעות אקדמאיות; 6 מפגשים.
עלות: 800 ₪ - 980 ₪
מיקום: חולון
טלפון: 03-5501128

יישומי מחשב

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

ניהול עסק מחושב

מטרת הקורס: לבעלות עסקים ערביות המעוניינות להרחיב את עסקיהן
קהל היעד: נשים בעלות עסקים, שהן ברמה בינונית בשימוש המחשב.
מס' שעות: 60 שעות; 15 מפגשים.
עלות: 400 ₪
מיקום: ברחבי הארץ.
טלפון: 09-9719901; 09-9719906; 054-7737378

עמותת מעלה

קורס יישומי מחשב

מטרת הקורס: הקניית כלים בסיסיים
מס' שעות: 20 שעות; 10 מפגשים.
עלות: 350 ₪
מיקום: רמת השרון
טלפון: 03-5492668

יצירת מנהיגות

יסמין

האסטרטגיה, הניהול והמנהיגות

קהל היעד: מיועד למנהלות ולמובילות המועדונים העסקיים.
מס' שעות: 4 שעות מרוכזות כל מפגש; 8-10 מפגשים.
מיקום: ארצי
טלפון: 09-9719901; 09-9179906; 054-7737378

יסמין

הלובי והייצוג ההולם בעסקים של נשים

קהל היעד: מיועד למנהלות ולמובילות המועדונים העסקיים.
מס' שעות: 4 שעות מרוכזות כל מפגש; 8-10 מפגשים.
מיקום: ארצי
טלפון: 09-9719901; 09-9179906; 054-7737378

יסמין

networking - בניית רשת קשרים ארצית עולמית

קהל היעד: מיועד למנהלות ולמובילות המועדונים העסקיים.
מס' שעות: 4 שעות מרוכזות כל מפגש; 4-8 מפגשים.
מיקום: ארצי
טלפון: 09-9719901; 09-9179906; 054-7737378

יסמין

התקשורת כצרכן וכשדרן

קהל היעד: מיועד למנהלות ולמובילות המועדונים העסקיים.

מס' שעות: 4 שעות מרוכזות כל מפגש; 8 מפגשים.

מיקום: ארצי

טלפון: 09-9719901; 09-9179906; 054-7737378

יסמין

השותפות העסקית וההשקעות בעסקים

קהל היעד: מיועד למנהלות ולמובילות המועדונים העסקיים.
מס' שעות: 4 שעות מרוכזות כל מפגש; 8 מפגשים.
מיקום: ארצי
טלפון: 09-9719901; 09-9179906; 054-7737378

חטי"י ערד

קורס ניהול פרויקטים

מטרת הקורס: פיתוח האזור ומתן כלים למנהלי פרויקטים.
קהל היעד: תושבי האזור.
מס' שעות: 25-30
עלות: 5000 ₪, לתושבי המועצה הקורס מסובסד.
מיקום: מועצה אזורית תמר.
טלפון: 08-9951871

סביבה תומכת

קורס ליווי עסקי

מטרת הקורס: להכשיר נשים לליווי קבוצות פעילות של נשות עסקים ולליווי פרטני.
קהל היעד: נשים בעלות רקע עסקי.
מס' שעות: תוכנית שנתית מעל 200 שעות לימוד, התנסות ותצפיות.
עלות: 1200 ₪
מיקום: תל אביב
טלפון: 03-5106600

ניהול משא ומתן

עמותת נטע

ניהול משא ומתן

מטרת הקורס: רכישת כלים לניהול מו"מ
קהל היעד: מיועד לאקדמאיות
מס' שעות: משך הקורס 28 שעות אקדמיות;
 7 מפגשים בני 4 שעות אקדמיות
עלות: 250 ₪
מיקום: הרצליה
טלפון: 09-9587534

ניהול פיננסי לעסק

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

ניהול כספי וקידום המכירות בעסק
מטרת הקורס: מתן כלים להרחבת העסק.
קהל היעד: נשים בעלות עסקים, במסגרת הפורומים העסקיים של המרכז.
מס' שעות: 40 שעות; 10 מפגשים.
עלות: 200 ₪
מיקום: ברחבי הארץ
טלפון: 09-9719901; 09-9719906
 054-7737378

חטי"י חולון

"לנהל את הכסף - להרוויח זהב"

מטרת הקורס: מתן כלים מעשיים בניהול פיננסי של עסק קיים.
קהל היעד: בעלי עסקים.
מס' שעות: 24 שעות אקדמאיות; 6 מפגשים.
עלות: 480 ₪
מיקום: חולון
טלפון: 03-5501128

חטי"י חודיעין

ניהול פיננסי

מטרת הקורס: מתן כלים בניהול פיננסי.
קהל היעד: בעלי עסקים.
מס' שעות: 20 שעות; 5 מפגשים.
מיקום: חודיעין, רמלה.
טלפון: 08-9771723

סביבה תומכת

חיסוי

מטרת הקורס: ללמוד איך לשלם מיסים.
קהל היעד: בעלות עסקים.
מס' שעות: מפגש אחד של 5 שעות.
עלות: 70 ₪
מיקום: מרכז הארץ.
טלפון: 03-5106600

סביבה תומכת

ניהול פיננסי

מטרת הקורס: מתן כלים בניהול פיננסי.
קהל היעד: בעלות עסקים.
מס' שעות: מפגש אחד של 5 שעות.
עלות: 70 ₪
מיקום: מרכז הארץ.
טלפון: 03-5106600

עמותת מעלה

קורס "הכסף שלי"

מטרת הקורס: מתן כלים בניהול שוק ההון והתקציב הביתי.
מס' שעות: 24 שעות; 6 מפגשים.
עלות: 400 ₪
מיקום: רמת השרון.
טלפון: 03-5492668

פורום נשי עסקי - השרון

כלים פיננסיים

מטרת הקורס: הקניית ידע בסיסי.
קהל היעד: בעלות עסקים.
מס' שעות: 4 מפגשים של 4 שעות כל אחד.
עלות: 360 ₪ למשתתפת.
מיקום: פרדסיה
טלפון: 09-8945602; 09-8949498

שיווק ומכירות

חטי"י אשדוד

סדנא לקידום מכירות ופיתוח עסקי

מטרת הקורס: הקניית ידע, מיומנויות וכלים מעשיים בשיווק וניהול משא ומתן.
קהל היעד: בעלי עסקים.
מס' שעות: כ"ח 24 שעות; 5 מפגשים.
עלות: 700 ₪
מיקום: אשדוד
טלפון: 08-8666445; 08-8666026

חטי"י חולון

"שיווק ואומנות המכירה"

מטרת הקורס: הקורס ייתן כלים בתחום השיווק, פרסום ומיומנויות המכירה.
קהל היעד: יזמים, בעלי עסקים ואנשי מכירות.
מס' שעות: 24 שעות אקדמאיות; 6 מפגשים.
עלות: 800-980 ₪
מיקום: חולון
טלפון: 03-5501128

סביבה תומכת

תוכנית Cooperation, קבוצות לשיווק משותף
מטרת הקורס: הנשים עובדות יחד עם הנחיה מקצועית, ע"מ לפתח אסטרטגיות חדשות ולקדם את עסקיהן.

קהל היעד: קבוצות קטנות של עסקים מאותו התחום.

מיקום: מרכז הארץ
טלפון: 03-5106600

סביבה תומכת

שיווק באינטרנט

מטרת הקורס: שיווק העסק ברשת האינטרנט.
קהל היעד: בעלות עסקים.
מס' שעות: 5 מפגשים, 3 שעות כל מפגש.
עלות: 720 ₪ כולל דמי הרשמה של 120 ₪.
מיקום: מרכז הארץ.
טלפון: 03-5106600

עמותת מעלה

קורס "ניהול עסקי מתקדם" לשיווק מתקדם

קהל היעד: לבעלי עסקים זעירים.
מס' שעות: 40 שעות; 10 מפגשים.
עלות: 500 ₪
מיקום: רמת השרון
טלפון: 03-5492668

עמותת נטע

סדנת שיווק

מטרת הקורס: מתן כלים ראשוניים לשיווק עצמי ושיווק העסק.
קהל היעד: מיועד לבוגרות תכניות בנטע או אקדמאיות עם עסק או רעיון עסקי.
מס' שעות: מפגש בן 4 שעות אקדמיות.
עלות: עלות הסדנא 50 ₪.
מיקום: הרצליה
טלפון: 09-9587534

עמותת נטע

סדנת מידע שיווקי

מטרת הקורס: הבנת המושג וקבלת כלים לאיסוף מידע שיווקי.

ייעוץ וליווי

הקמה וניהול עסק

גולדה

הקמת עסק

קהל היעד: נשים שמעוניינות לבנות עסק מוביל.

עלות: 200 ש"ח

מיקום: כפר סבא; כרמיאל.

אשת קשר: חוה ניסנובום

טלפון: 0522907721

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

חונכות עסקית

קהל היעד: בוגרות קורס יזמות עסקית של יחידת הנשים במרכז.

עלות: פרטים במרכז.

מיקום: ברחבי הארץ.

אשת קשר: כיראם בלעום או אסנת ברכה.

טלפון: 09-9719906; 09-9719908

הפורום להסכמה אזרחית בין יהודים לערבים בישראל

ייעוץ חירום, ליווי עסקי בכלל היבטים עסקיים

קהל היעד: משתתפות "אופק נשי".

עלות: בשלב זה – לא נגבה כסף.

מיקום: משולש צפוני ודרומי – משתנה.

אשת קשר: פטמה סרסור

טלפון: 050-8444334

מט"י אשדוד

מיקום: אשדוד

אשת קשר: סבריינה סלזניאק.

טלפון: 08-8666445; 08-8666026

ייעוץ ראשוני

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים.

עלות: ללא תשלום (פגישה אחת).

ליווי טרום עסקי

קהל היעד: חרדים.

עלות: כ-25 ש"ח לשעה.

חונכות עסקית

קהל היעד: בעלי עסקים.

עלות: כ-44 ש"ח לשעה.

ליווי טרום עסקי

קהל היעד: עולי אתיופיה.

עלות: ללא תשלום.

ליווי טרום עסקי

קהל היעד: עולי קווקז ובוכרה.

עלות: 25 ש"ח לשעה.

ליווי עסקי

קהל היעד: עולים בעלי עסקים.

עלות: ללא תשלום.

חונכות משולבת

קהל היעד: בוגרי קורסים במט"י אשדוד.

עלות: ללא תשלום.

מט"י חולון

כל תחום הקשור להקמה וניהול עסק עצמאי:

ניהול, כספים, בנקים, שיווק, פרסום, מכירות, סחר

בינ"ל, יעוץ אירגוני וכו'

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים קיימים.

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

מט"י ירושלים

ייעוץ עסקי

קהל היעד: יזמים חדשים ובעלי עסקים.

עלות: 100 ש"ח לפגישה ראשונה.

מיקום: ירושלים

טלפון: 02-6794242

מט"י מודיעין

ייעוץ עסקי

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים.

עלות: 50 ש"ח

מיקום: מודיעין

אשת קשר: עליזה

טלפון: 08-9771723

מט"י ערד

חונכות עסקית

מטרת הקורס: מתן ליווי וחונכות לעסקים

קטנים בתחילת דרכם.

קהל היעד: נשות מועצה אזורית ערבה, תמר,

מגילות וערד.

מס' שעות: 15

עלות: 1500 ש"ח.

מיקום: מועצה איזורית תמר.

טלפון: 08-9951871

השרד התיירות

ליווי ויעוץ תיירותי

קהל היעד: יזמים.

עלות: 25% מעלות הייעוץ.

מיקום: בסניפי המט"י ברחבי הארץ.

איש קשר: קובי מלך, ממנה מיזמים בתיירות.

טלפון: 02-6664386

פקס: 02-6664446

סביבה תומכת

ייעוץ ראשוני

קהל היעד: לחברות סביבה תומכת.

עלות: ללא תשלום.

מיקום: מרכז הארץ.

טלפון: 03-5106600

סביבה תומכת

ליווי עסקי

קהל היעד: לבעלות עסקים.

עלות: 70 ש"ח למפגש; 10 מפגשים של שעה וחצי

מיקום: מרכז הארץ.

טלפון: 03-5106600

חשפטי

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

ליווי עסקי-אישי, חשפטי עסקי

קהל היעד: במסגרת הפורומים העסקיים של

המרכז, ולפי חוות דעת מנהלת הפורום.

עלות: פרטים במרכז.

מיקום: ברחבי הארץ.

אשת קשר: כיראם בלעום או אסנת ברכה

טלפון: 09-9719906 ; 09-9719908

פיננסי

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

ליווי עסקי-אישי פיננסי

קהל היעד: במסגרת הפורומים העסקיים של

המרכז, ולפי חוות דעת מנהלת הפורום.

עלות: פרטים במרכז.

מיקום: ברחבי הארץ.

אשת קשר: כיראם בלעום או אסנת ברכה.

טלפון: 09-9719906 ; 09-9719908

חטי"י חולון

ניהול כספים ובנקים

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים קיימים.

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

חטי"י חודיעין

פיננסי

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים.

עלות: 50 ש"ח

מיקום: מודיעין

אשת קשר: עליזה

טלפון: 08-9771723

חטי"י ערד

כלכלה

קהל היעד: תושבי ערד, תמר ומגילות.

עלות: כחלק מהשירות הכולל.

מיקום: ערד

אנשי קשר: היחידה לפיתוח כלכלי ערד, תמר

מגילות, שמעון גדלבסקי, כוכי אבני.

טלפון: 08-9951888

אי מייל: shimon@arad-tamar.co.il

cochy@arad-tamar.co.il

סביבה תומכת

ייעוץ ראשוני

קהל היעד: לחברות סביבה תומכת.

עלות: ללא תשלום.

מיקום: מרכז הארץ.

טלפון: 03-5106600

סביבה תומכת

חיסוי ופיננסי

קהל היעד: לבעלות עסקים.

עלות: 70 ש"ח למפגש; 10 מפגשים של שעה וחצי.

מיקום: מרכז הארץ.

טלפון: 03-5106600

שיווק ומכירות

המרכז היהודי ערבי לפיתוח כלכלי

ליווי עסקי-אישי שיווקי

קהל היעד: במסגרת הפורומים העסקיים של

המרכז, ולפי חוות דעת מנהלת הפורום.

עלות: פרטים במרכז.

מיקום: ברחבי הארץ.

אשת קשר: כיראם בלעום או אסנת ברכה

טלפון: 09-9719906 ; 09-9719908

חטי"י חולון

שיווק, פרסום, מכירות ושחר בינלאומי

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים קיימים.

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

חטי"י חודיעין

שיווק

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים.

עלות: 50 ש"ח

מיקום: מודיעין

אשת קשר: עליזה

טלפון: 08-9771723

סביבה תומכת

ייעוץ ראשוני

קהל היעד: לחברות סביבה תומכת.

עלות: ללא תשלום.

מיקום: מרכז הארץ.

טלפון: 03-5106600

סביבה תומכת

ליווי שיווקי

קהל היעד: לבעלות עסקים.

עלות: 70 ש"ח למפגש; 10 מפגשים של שעה וחצי.

מיקום: מרכז הארץ.

טלפון: 03-5106600

תפעול

חטי"י חולון

ניהול, יעוץ אירגוני וכו'

קהל היעד: יזמים ובעלי עסקים קיימים.

מיקום: חולון

טלפון: 03-5501128

חטי"י ערד

חשאבי אנוש

קהל היעד: תושבי ערד, תמר ומגילות.

עלות: כחלק מהשירות הכולל.

מיקום: ערד

אנשי קשר: היחידה לפיתוח כלכלי ערד, תמר

מגילות, שמעון גדלבסקי, כוכי אבני.

טלפון: 08-9951888

אי מייל: shimon@arad-tamar.co.il

cochy@arad-tamar.co.il

קרנות והלוואות

האגודה הישראלית להלוואות ללא ריבית

קהל היעד: עסק קטן מוגדר שהכנסתו החודשית היא עד 100 אלף ש"ח. בעל לאום יהודי, בגילאים 22-65.

סכום: לפיתוח עד \$15,000; להון חוזר עד \$10,000.

תנאי סף: מבקש שחשבונו מוגבל או היה מוגבל בעבר יצטרך להמתין שנה מיום הסרת ההגבלה. עסק חדש – פניה דרך יועץ מקצועי מוכר שיכין תוכנית עסקית.

ריבית: ללא ריבית.

מס' חודשי החזר: 30 חודשים.

ערבויות וביטחונות: עד \$10,000 – 3 ערבים; עד \$15,000 – 4 ערבים

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים:

עמלות מדורגות: עד \$6,000 – 150 ש"ח;

עד \$10,000 – 200 ש"ח; עד \$15,000 – 300 ש"ח.

איפה אפשר לקבל? מנהלים: יונה כהן, ג'ון רוזן. 02-5300777; ifla@freeloan.org.il

בוסטון - חיפה

קהל היעד: תושב חיפה והסביבה או בעל עסק הנמצא בחיפה והסביבה.

סכום: עד \$100,000.

ריבית: צמוד לדולר ארה"ב + 1% שנתית.

מס' חודשי החזר: עד 3 שנים.

ערבויות וביטחונות: 2 ערבים.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: אין

איפה אפשר לקבל? מנהלים: מט"י חיפה

mazina@mati.co.il; 04-8531439

גליל מערבי

קהל היעד: לעסקים באזור הגליל המערבי. תרומה מהותית לאזור או שיקום עסקים שנפגעו בעקבות המצב הביטחוני.

סכום: עד \$75,000.

ריבית: 3.3% צמוד מדד (משתנה בהתאם לחישוב החודשי).

מס' חודשי החזר: עד 6 שנים.

ערבויות וביטחונות: בטחונות של 50%-70% ע"י הקרן, היתרה ע"פ סיכום פרטני עם הבנק. עובדים עם בנק אוצר החייל.

גרייס: עד שנה גרייס

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: עמלות ע"פ מדיניות בנק אוצר החייל.

איפה אפשר לקבל? מנהלים: מיכאל אילוז והנהלה ציבורית, סוכנות היהודית, יוסי גבריאלי. 04-9088207; yossi@jafi.org

חולטי אשראי ליזמים

קהל היעד: להקמת עסק ולהרחבת וביטוס עסק קיים.

סכום: 10,000 ש"ח - 70,000 ש"ח.

תנאי סף: במהלך 3 החודשים האחרונים לא חזר צ'ק, קיים כרטיס אשראי כלשהו, תוכנית עסקית המוכיחה פוטנציאל.

ריבית: פריים+3%.

מס' חודשי החזר: 33 חודשים, אשראי מתגלגל באמצעות כרטיס מולטי.

ערבויות וביטחונות: אין בטחונות, חתימה על ערבות אישית.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: אין עמלות **איפה אפשר לקבל?** לאומי קארד.

מנהלים: אבנר צימרמן, שימרית צארום חיימי. shimrit_h@leumi-card.co.il; 03-6177973

המרכז יהודי ערבי לפיתוח כלכלי בשיחוף עם קרן קורת

קהל היעד: להקמת והרחבת עסקים של המגזר הערבי.

סכום: עד 135,000 ש"ח.

תנאי סף: אי קיום מגבלות בנקאיות ומשפטיות. שימוש בכספי הלוואה למטרות שנקבעו. הון עצמי לפחות 20% מתוכנית ההשקעה. הכנת תוכנית עסקית רק ע"י יועצים מורשים של המרכז לפיתוח כלכלי.

ריבית: פריים + 2.5%.

מס' חודשי החזר: עד 5 שנים.

ערבויות וביטחונות: בטחונות ע"י הקרן 50%, היתרה ע"פ סיכום בין היזם הבנק והקרן.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים:

50% הנחה בעריכת מסמכים.

איפה אפשר לקבל? במרכז יהודי ערבי לפיתוח כלכלי. מנהלים: פייסל מחאג'נה. 09-9719900; faisal@cjaed.org.il

ניו יורק

קהל היעד: עולים חדשים מארצות מצוקה, לנשים ולתושבים לא יהודים מערים מעורבות (רמלה, לוד, עכו וכד') המבקשים להקים עסק חדש או להרחיב עסק קיים.

סכום: עד \$120,000.

תנאי סף: מותנה בהשתתפות בקורס יזמות או קורס דומה.

ריבית: 2.8% צמוד מדד (משתנה בהתאם לחישוב חודשי).

מס' חודשי החזר: עד 6 שנים.

ערבויות וביטחונות: ביטחונות של עד 95% ע"י הקרן.

גרייס: אפשרות לגרייס של עד שנה.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים:

פתיחת תיק 900 ש"ח - 1200 ש"ח.

איפה אפשר לקבל? מנהלים: הסוכנות היהודית. 03-7453564; eitanm@jazo.org

קרן אור

קהל היעד: להשקעה ולהחזר הון.

סכום: עד 2 מיליון ש"ח.

תנאי סף: לפי שיקול דעת בנק מרכזתיל דיסקונט.

ריבית: פריים + 1% עד פריים + 1.75%.

מס' חודשי החזר: 60 חודשים.

ערבויות וביטחונות: בטחונות של לפחות 50%. **גרייס:** ללא גרייס.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים:

כמקובל בבנק מרכזתיל דיסקונט.

איפה אפשר לקבל? מנהלים: צבי כהן business@mdb.co.il; 1800-808077

קרן נס

קהל היעד: לעסקים באזור הנגב, תרומה מהותית לאזור או להרחבת עסקים.

סכום: עד \$50,000, במקרים מיוחדים עד \$75,000.

ריבית: 3.4% צמוד מדד (משתנה בהתאם לחישוב החודשי).

מס' חודשי החזר: עד 6 שנים.

ערבויות וביטחונות: בטחונות של 70%-30% ע"י הקרן, היתרה ע"פ סיכום פרטני עם הבנק.

גרייס: שנה גרייס.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: עמלות ע"פ מדיניות בנק אוצר החייל.

איפה אפשר לקבל? מנהלים: הסוכנות היהודית. 08-6295688; ortalsh@jafi.org

קט"י ירושלים - קרן טיפוח יזמות

קהל היעד: יזמים תושבי ירושלים ומטה יהודה המבקשים להקים עסק ובעלי עסקים להקמת עסק חדש או הרחבת עסק קיים.

סכום: עד \$75,000.

תנאי סף: נדרשת השקעת הון עצמי מצד היזם והעמדת בטחונות מספקים.

ריבית: צמודת מדד + 3.4%.

מס' חודשי החזר: עד שש שנים.

ערבוביות וביטחונות: ערבות הסוכנות בממוצע 50%, 5% פיקדון נזיל מצד היזם וכן השלמת בטחונות.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: עמלת טיפול באשראי כנהוג בבנקים, הקרן עובדת עם בנק אוצר החייל.

איפה אפשר לקבל? במט"י ירושלים, מנהלים:

הסוכנות היהודית. 02-6794242; info@mati.org.il, www.mati.org.il

ק.י.פ.

קהל היעד: עולים חדשים עד גיל 60, חיילים משוחררים עד גיל 40.

סכום: עד \$25,000.

ריבית: אין ריבית (1% דמי ניהול).

מס' חודשי החזר: גמיש.

ערבוביות וביטחונות: גמיש.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: 1% מראש על כל התקופה - דמי ניהול של הבנק.

איפה אפשר לקבל? ברוב חלקי הארץ. מנהל: משה ביבי.

02-5264491; kef922001@yahoo.com

קרן הגליל

קהל היעד: מיועד לעסקים מהגליל בלבד.

סכום: עד \$40,000 ההלוואה צמודה לשער היציג של הדולר.

תנאי סף: ההשקעה תיצור מקומות עבודה

חדשים בגליל או תמנע אובדן מקומות עבודה.

תחום פעילות העסק הוא בתעשייה, חקלאות או תיירות. העסק מיצה את יכולתו לגייס הלוואות ממקורות מסחריים. ההלוואה לא תעלה על 80% מההשקעה.

ריבית: 0%.

מס' חודשי החזר: עד 4 שנים.

ערבוביות וביטחונות: ערבים אשר יאושרו מראש ע"י הקרן.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: הגשת בקשה ראשונית לאישור הקרן, הכנת תוכנית עסקית מפורטת ע"י היזם והגשתה לקרן, ראיון עם מנהל הקרן, לאחר אישור ועדת כספי ההלוואה בהתאם להתקדמות ההשקעה בפועל. פרטים מלאים באתר הקרן. דמי טיפול וגביה של 1.5% - 2% לשנה.

איפה אפשר לקבל? מנהל הקרן: זילברקלוג מנחם. 052-2364423;

052-2364423; mzilber@012.net.il, www.galileefond.org

קרן לעולה עצמאי

קהל היעד: מיועד לעולים חדשים עד 10

בארץ, תושבים חוזרים עד שנתיים מיום חזרתם בגילאי 60-21.

סכום: עד 35,000 ש"ח.

תנאי סף: נדרש הון עצמי, תעודת עולה, פרטים נוספים בסניפי מט"י.

ריבית: ריבית מדד + 2%.

מס' חודשי החזר: עד 6 שנים.

ערבוביות וביטחונות: לרוב נדרשים בטחונות וערבים פרטים בסניפי המט"י.

גרייס: שנה ראשונה.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: בדיקת ייתכנות וכתובת בקשה להלוואה בסניפי המט"י.

איפה אפשר לקבל? בסניפי המט"י ברחבי

הארץ. www.mati.org.il

קרנות קורת

קהל היעד: נשים המבקשות להקים עסק חדש או לפתח עסק קיים.

סכום: עד 20,000 ש"ח.

תנאי סף: ההלוואות מיועדות לעסקים זעירים עם השקעה ראשונית של עד 50,000 ש"ח. החזר ההלוואה בתשלום חודשי בהוראת קבע.

ריבית: פריים + 1%.

מס' חודשי החזר: עד 36 תשלומים.

ערבוביות וביטחונות: ההלוואה ניתנת ללא ערבים או דרישה לביטחונות מול הבנק. במקרים מסיימים תידרש ערבות אישית לקרנות קורת של מישוה מקורב ללווה.

גרייס: 3 חודשים.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: שליחת טופס פניה ראשוני, בדיקתו ובדיקת מצב הפונה בבנק. פגישת ייעוץ בעסק והדרכה להגשת הפניה להלוואה, בדיקת הבקשה ודיון בועדת הלוואות.

איפה אפשר לקבל? ירושלים ודרום: 08-6900108; מרכז: 03-5106600; צפון: 04-8520027; גליל עליון ומזרחי: 054-2440263

רמת הנגב

קהל היעד: לעסקים באזור רמת הנגב, תרומה מהותית לאזור או הרחבת עסקים.

סכום: עד \$50,000, במקרים מיוחדים עד \$75,000.

ריבית: 3.4% צמוד מדד, (משתנה בהתאם לחישוב חודשי).

מס' חודשי החזר: עד 6 שנים.

ערבוביות וביטחונות: 30% - 70% ע"י הקרן, היתרה ע"פ סיכום פרטני עם הבנק.

גרייס: שנה גרייס.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: עמלות ע"פ מדיניות בנק אוצר החייל.

איפה אפשר לקבל? בסוכנות היהודית.

ortalsh@jafi.org; 08-6295688

קרן שמש לעידוד יזמים צעירים

קהל היעד: תושבי ישראל, בגיל 20-33 עם תוכנית להקמת עסק או בעלי עסק הקיים עד שנה.

סכום: הלוואה עד 90,000 ש"ח.

תנאי סף: יכולת השקעה עצמית של לפחות 15% ע"י היזם, ועמידה בקריטריונים נוספים המפורטים באתר הקרן.

ריבית: ללא ריבית והצמדה.

מס' חודשי החזר: 3 עד 5 שנים.

ערבוביות וביטחונות: שני ערבים חיצוניים לשביעות רצון הבנק, בעלי עבודה קבועה מעל שנה והכנסות של מעל 5000 ש"ח לטווח.

גרייס: עד שישה חודשים.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: ליווי אישי מקצועי צמוד, על ידי איש עסקים מתנדב. בנוסף, תשלום מסובסד עבור קורס הקמת עסק, בדיקת כדאיות כלכלית, הכנת תוכנית עסקית ויעוץ עסקי מקצועי.

איפה אפשר לקבל? בקרן שמש. www.keren-shemesh.org.il; 1-800-25-00-55

תבור בערבות המדינה

קהל היעד: סיוע לעסקים קטנים קיימים ולהקמת עסקים קטנים חדשים.

סכום: עד 500,000 ש"ח.

תנאי סף: מחזור שנתי של עד 22 מיליון ש"ח, עד 70 מועסקים, העדר חובות לא מוסדרים לרשויות המס, חשבון בנק לא מוגבל או מעוקל.

פרטים נוספים במשרדים.

ריבית: עד פריים + 2.9%.

אתרי אינטרנט

גולדה

www.golda.co.il

אשת קשר: חוה ניסנבוים 052-2907721
תחומי פעילות: באתר גולדה תמצאי ייעוץ מקצועי-עסקי ומקום לפרסם את שירותיך.
קהל יעד: לנשים שרוצות להצליח בעסקים.

אסימון, אתר הנשים של ישראל

www.asimon.co.il

כתובת: ת.ד. 14495, תל-אביב 61143
טלפון: 03-5602043
אי מייל: info@asimon.co.il
מטרת האתר: אתר האינטרנט הגדול לנשים בישראל, מציע מבחר כתבות ופורומים בנושאים מגוונים כולל כתבות בנושא יזמות עסקית ופרופילים של נשות עסקים. באתר תוכלי להצטרף ל"קשרים באסימון", הרשת החברתית לנשים בישראל, שמאפשרת ליצור קשרים עסקיים וחברתיים.
תחומי פעילות: מרחב אינטרנטי שמאפשר לנשים ליצור ביניהן קשרים, במה לביטוי ולהעמיק ידע.
קהל יעד: נשים

הדרך למעלה

www.haderech.co.il

אשת קשר: מירה חנוך
כתובת: ת.ד. 1230 הוד השרון 45111
אי מייל: editors@haderech.co.il
מטרת האתר: העצמת נשים. האתר מקיים קהילה גדולה של נשים משכילות, איכותיות וסקרניות המקבלות יעוץ, הדרכה, פורומים, כתבות אינפורמטיביות ובמה להבעת דעה.
תחומי פעילות: העצמת נשים, בריאות,

מס' חודשי החזר: עד 5 שנים.

ערביות וביטחונות: ערבות מדינה של 70%, 30% בטחונות ע"י הלווים. הבעלים נדרשים לתת ערבות אישית.

גרייס: חצי שנת גרייס על תשלומי הקרן.

תהליך קבלה ותשלומים כרוכים: אגרה בסך 250 ₪, עמלת ערבות מדינה בשיעור של 0.3%, הבנק רשאי לגבות עמלה נוספת של עד 250 ₪ עבור הטיפול הבנקאי.

איפה אפשר לקבל? פניה לבנק הבינלאומי הראשון או בנק אוצר החייל או בנק מרכנתיל דיסקונט, הפניה ל"תבור", מילוי שאלון ייעודי וצירוף מסמכים רלוונטיים, פגישה עם הלקוח בעסק עצמו, בדיקת כדאיות כלכלית ע"י תבור והגשת המלצה לבנק. הבקשה נידונה בועדת אשראי, ההלוואות שאושרו, יועמדו ללווה באמצעות הבנק בו הוגשה הבקשה.
www.tavor.biz; 09-7418560
esek@tavor.biz

משפחה, איכות וסגנון חיים, פיתוח קריירה, ניהול, אמנות, יצירה ועוד.

קהל יעד: נשים משכילות, איכותיות וסקרניות המתעניינות בנושאים מגוונים.

לילה - חקרחת נשים בעסקים

www.lila.co.il

כתובת: ת.ד. 7368, ירושלים 91073
טלפון: 02-7421815
פקס: 02-5619369
מטרת האתר: לעודד ולקדם יזמות נשים על ידי מתן כלים, מידע, מאמרים, שירותים, ייעוץ מקצועי וקורסים.
תחומי פעילות: מדריך של עסקים, מאמרים מקצועיים, פורום, פרסום וקידום עסקים, קורסים, ייעוץ עסקי ושיווקי.
קהל יעד: נשים בעלות עסקים; נשים שחושבות לפתוח עסקים.

נשים נקודה ביז

www.nashim.biz

מנהלת ובעלים: דורית זיני, 054-2276730
מטרת האתר: פרסום דפי תדמית של נשים העושות עסקים, קידום והרחבת הרשת העסקית שלך, מאמרים העוסקים בהעצמת נשים ועסקים, אינטרנט והקמת עסק.
תחומי פעילות: הפורטל מרכז מידע על הקמת העסק במגוון תחומים רחב, מאמרים וכתבות על נשים בעסקים, מלווה בסיפורי הצלחה אישיים, פורום מומחים העונה על שאלות עסקיות, לרשות הגולשות גם בלוג אישי ומערכת עצמית לפרסום מודעות.
קהל יעד: נשים העושות עסקים, נשים המבקשות להקים עסק עצמאי, קהל הגולשים שמסביב - הרשת העסקית והחברתית שלנו.

נשר

www.wol.co.il/default.asp

מנהלות:

אילנה כהן, גליה אלבין ובלהה קלישר-הזז
טלפון: 09-7714721; 050-6411040
מטרת האתר: פורטל נשר משמש חלון ראווה של המגזר העסקי, הפוליטי והקהילתי, של הנשים בישראל. מהווה בית לפעילויות העיסוקיות של נשים תחת קורת גג אחת, מרכז את הכוח הצרכני של נשים בישראל; מרכז את הכח האלקטוראלי של נשים בישראל, מקדם נשים לשימוש בכלים טכנולוגיים מתקדמים פועל לקידום נושאים חברתיים וקהילתיים.
תחומי פעילות: מועדון גולשות, מדריך, עסקים, חדשות נשים, נשים בבריאות, נשים בפוליטיקה.
קהל יעד: כל הנשים בכל מגוון הקש.

מידע ענפי

הרשות לעסקים קטנים ובינוניים - מחקרים

<http://www.asakim.org.il/createbiz.php?pageid=7>

הרשות לעסקים קטנים ובינוניים - פרופילים עסקים

<http://www.asakim.org.il/createbiz.php?pageid=6>

לשכה מרכזית לסטטיסטיקה

<http://www.cbs.gov.il/reader>

דן אנד ברדסטריט - מידע עסקי

<http://www.dunbd.co.il>

ביזנס דאטה ישראל

<http://www.bdi.co.il>

getswot

<http://www.getswot.com>