



Funded by  
the European Union

This project is funded by the European Union. Its contents are the sole responsibility of the Adva Center and do not necessarily reflect the views of the European Union.



The Hadassah Foundation has provided generous support for the creation and implementation of the Core Gender Program. The statements made and views expressed herein are solely those of the Adva Center, as the case may be.



## עצמאיות במשבר: נשים עצמאיות בעלות עסקים קטנים בישראל בתקופות של משבר כלכלי

אתי קונור אטיאס, נוגה דגן בוזגלו, ירון הופמן דיסון<sup>1</sup>

### תקציר

מחקר זה בוחן את התמודדותן של נשים בעלות עסקים קטנים בישראל עם משברים כלכליים, תוך התמקדות בשלוש תקופות משבר מרכזיות בשנים האחרונות: משבר הקורונה, מלחמת ה-7 באוקטובר והלחימה בין ישראל לאיראן בחודש יוני 2025. המחקר מתבסס על סקר שנערך בשנת 2025 בקרב נשים שהקימו או מפעילות עסקים קטנים לאחר שהשתתפו בתוכניות הכשרה לזמות עסקית של העמותה להעצמה כלכלית לנשים.

העסקים שבבעלות המשתתפות הם ברובם עסקים קטנים מאוד, ומרביתן אינן מעסיקות עובדים נוספים. עסקים אלה פועלים לרוב בתחומים כגון טיפוח וקוסמטיקה, מזון ובישול, הדרכה ואימון אישי, עיצוב ואמנות, וחינוך והוראה. תחומים אלו נשענים במידה רבה על קשר ישיר עם לקוחות ועל פעילות פרונטלית, ולכן הם פגיעים במיוחד בתקופות של משבר והגבלות פעילות.

ממצאי המחקר מצביעים על כך שבתקופות המשבר חוו מרבית בעלות העסקים פגיעה משמעותית בפעילות העסקית ובהכנסותיהן. בין 60% ל-70% מהמשיבות דיווחו על ירידה בהכנסות העסק בתקופות המשבר שנבחנו, ובמקרים רבים נרשמה גם הפסקה זמנית של פעילות העסק. לצד הפגיעה הכלכלית, תיארו רבות מהנשים תחושות של אי-ודאות מתמשכת, קושי בתכנון קדימה ושחיקה נפשית הנובעת מהצורך לשלב בין ניהול העסק לבין אחריות משפחתית בתקופות חירום.

המחקר מצביע גם על כך שחלק מבעלות העסקים הצליחו לפתח אסטרטגיות הסתגלות שונות במטרה להתמודד עם הפגיעה בפעילות העסקית. בין היתר עלה כי חלק מהנשים עברו לפעילות מקוונת, התאימו את המוצרים או השירותים לצרכים חדשים, או פנו לקהלי יעד נוספים. עם זאת, רק כמחצית מבעלות העסקים הצליחו לבצע התאמות מסוג זה, בין השאר בשל מחסור במשאבים כלכליים, ידע מקצועי או ליווי עסקי מתאים.

<sup>1</sup> אנו מודים לד"ר אלינה רוזנפלד על סיועה בהכנת קובץ הנתונים ועל קריאה והערות לגרסה מוקדמת של הדוח.

ממצא נוסף שעולה מן המחקר הוא כי הנגישות לסיוע ממשלתי בתקופות משבר הייתה מוגבלת עבור חלק ניכר מבעלות העסקים. כ-42%–43% מהנשים שעסקיהן נפגעו במהלך משבר הקורונה או במהלך מלחמת ה-7 באוקטובר לא הגישו בקשה למענק ממשלתי, או רצו להגיש אך לא ידעו כיצד לעשות זאת. בנוסף, חלק מהנשים שהגישו בקשה למענק לא קיבלו את הסיוע בפועל. נתונים אלה מצביעים על פער בין כלי הסיוע הממשלתיים לבין יכולת המיצוי שלהם בקרב בעלות עסקים קטנים מאוד.

המחקר מצביע על כך שעסקים קטנים בבעלות נשים פועלים במסגרת כלכלית פגיעה במיוחד בעתות משבר. שילוב של מאפייני עסקים זעירים, פערים מגדריים מבניים ומדיניות סיוע שאינה מותאמת במלואה לעסקים קטנים מאוד – מגביר את פגיעותן של בעלות עסקים בתקופות חירום.

לנוכח תרומתם של עסקים אלה לפרנסת משקי בית ולחוסן הכלכלי של קהילות, יש חשיבות רבה בפיתוח מדיניות ציבורית המזהה את מאפייניהם הייחודיים ומספקת להם מענים מותאמים. חיזוק מנגנוני הסיוע, הנגשת מידע ושיפור ההתאמה של כלי התמיכה לעסקים קטנים מאוד עשויים לתרום ליכולת ההתמודדות של בעלות עסקים עם משברים עתידיים ולחיזוק החוסן הכלכלי והחברתי בישראל.

על בסיס ממצאי המחקר מוצעות מספר המלצות מרכזיות למדיניות ציבורית:

- איסוף ופרסום נתונים שיטתיים על עסקים קטנים בישראל בפילוח מגדרי;
- הקמת מנגנון פיצוי מהיר ופשוט להפעלה עבור בעלי ובעלות עסקים קטנים בעת משבר;
- התאמת תנאי הזכאות למענקים ממשלתיים לעסקים בעלי מחזור נמוך שאינם מעסיקים עובדים;
- הרחבת מנגנוני הסיוע להכשרה וליווי בתחום המסחר המקוון והשיווק הדיגיטלי;
- פיתוח מסגרות לרישות עסקי ולחיזוק שיתופי פעולה בין בעלות ובעלי עסקים קטנים.

# **"התמודדות אינסופית": נשים עצמאיות בעלות עסקים קטנים בישראל בתקופות של משבר כלכלי**

## **תכן העניינים**

מבוא

- א. עסקים עצמאיים קטנים בבעלות נשים בישראל
- ב. מבט בינלאומי על עצמאיות ועצמאים בזמן שגרה ובזמני משבר
- ג. השפעת משבר הקורונה ומלחמת ה-7 באוקטובר על עסקים קטנים בישראל
- ד. נשים בעלות עסקים קטנים בתקופות משבר: סקר בקרב בוגרות תוכניות 'העמותה להעצמה כלכלית לנשים'
  - ד.1. שאלון המחקר
  - ד.2. מאפיינים דמוגרפיים ומאפייני הפעילות העסקית של משיבות הסקר
  - ד.3. הפגיעה בפעילות העסקית בתקופות משבר
  - ד.4. סיוע ומענקים בתקופות משבר
  - ד.5. סוגי הקשיים שחוו בעלות העסקים
  - ד.6. צרכים שעלו והשלכות למדיניות
- ה. סיכום והמלצות

## **מבוא**

מטרת מחקר זה היא לבחון את האתגרים עמם מתמודדות נשים בעלות עסקים קטנים ואת דרכי ההתמודדות שלהן בתקופות של משבר כלכלי. המחקר מתמקד בשני משברים מרכזיים שפקדו את המשק הישראלי בשנים האחרונות: המשבר הכלכלי שנוצר בעקבות מגפת הקורונה, והמשבר שנוצר בעקבות אירועי ה-7 באוקטובר והמלחמה שפרצה בעקבותיהם.

המחקר נערך על-ידי מרכז אדוה בשיתוף עם העמותה להעצמה כלכלית לנשים, והוא מבוסס על סקר שנערך בקרב נשים עצמאיות המפעילות עסקים קטנים, רובם עסקים זעירים<sup>2</sup>, אשר השתתפו בתוכניות ההכשרה של העמותה להעצמה כלכלית לנשים.

העמותה להעצמה כלכלית לנשים פועלת מאז שנת 2000 לקידום עצמאותן הכלכלית והחברתית של נשים המתמודדות עם פגיעות כלכליות ועם חסמים תעסוקתיים. פעילות העמותה מתמקדת בפיתוח

---

<sup>2</sup> חלק גדול מהעסקים שמפעילות הנשים הם עסקים זעירים, מונח שמוגדר בפקודת מס הכנסה כעסק שמחזור העסקאות השנתי שלו מגיע עד ל-120 אלף ₪ בשנה.

יזמות עסקית כאמצעי לחיזוק עצמאות כלכלית ולהרחבת הזדמנויות תעסוקה עבור נשים מקבוצות אוכלוסייה מגוונות בחברה הישראלית..

תוכנית הדגל של העמותה, "עסק משלך", מיועדת לנשים המעוניינות להקים עסק עצמאי כמקור פרנסה, או לנשים המצויות בתחילת דרכן כעצמאיות, ומכוונת בעיקר לנשים מהפריפריה החברתית והגיאוגרפית. היא מיועדת לנשים המתמודדות עם חסמי תעסוקה והון, ומסייעת להן לבסס מקור הכנסה יציב ולשפר את מצבן הכלכלי ואת חוסן משפחותיהן. חלק מהקורסים מתקיימים במתכונת מותאמת לתרבותן של קבוצות אוכלוסייה שונות כגון: נשים ערביות, נשים חרדיות, נשים אתיופיות, עולות מבריה"מ ואוקראינה. התוכניות מתקיימות בשיתוף פעולה עם הרשות המקומית בה מתקיימת ההכשרה.

"עסק משלך" משלבת הכשרה עסקית מעשית עם תהליך של העצמה אישית וחיזוק מסוגלות כלכלית. המשתתפות מקבלות הכשרה מקיפה הכוללת בניית תוכנית עסקית, ניהול פיננסי ושיווק, לצד ליווי אישי וקבוצתי מתמשך. לאחר סיום ההכשרה, עומדים לרשות הבוגרות קורסי העשרה מקצועיים (התנהלות פיננסית וניהול תזרים, ניהול עסקים בעולם הדיגיטלי, בניית תוכנית עסקית, הכירות עם כלי שיווק דיגיטליים וכלי AI חדשניים וכד'), ליווי אישי, הרצאות, השתתפות בפורומים שמפעילה העמותה ורשת תמיכה של בעלות העסקים, בוגרות העמותה. הפורומים האזוריים של העמותה מאורגנים על בסיס גאוגרפי ומשלבים נשים מכל קבוצות האוכלוסייה.

מאז הקמתה השתתפו בתוכניות העמותה למעלה מ-6,000 נשים בעשרות יישובים ברחבי הארץ, ובסיועה הוקמו והתפתחו כ-1,700 עסקים. מנתונים שמסר צוות העמותה עולה כי רוב מכריע מבין הנשים שהוכשרו במסגרת התוכניות מפעילות עסקים קטנים ולרוב אינן מעסיקות עובדים נוספים.<sup>3</sup> בשנת 2020 ערכה העמותה מחקר הערכה על בוגרות התוכנית "עסק משלך", אשר כלל נשים שהשתתפו בתוכנית בשנים 2013-2020.<sup>4</sup> ממצאי המחקר העלו כי המקור הכספי המרכזי לפתיחת העסק של בוגרות התוכנית הוא מימון עצמי. עוד נמצא כי תחומי העיסוק הנפוצים בקרב בעלות העסקים כוללים: אמנות ועיצוב; הדרכה ואימון אישי; חינוך והוראה; מזון ובישול; קוסמטיקה וטיפוח; אדמיניסטרציה; וכן תחומים הקשורים לרווחה, ספורט, בריאות ורפואה אלטרנטיבית. חלק מתחומים אלה מאפיינים תעסוקת נשים הן כשכירות והן כעצמאיות.

לדברי צוות העמותה, בעוד שבעבר הגיעו לתוכניות העמותה בעיקר נשים במסגרת תוכניות רווחה, בשנים האחרונות פונות לעמותה גם נשים בעלות השכלה אקדמית המעוניינות להקים עסק עצמאי, וכן נשים שכבר מפעילות עסק ומעוניינות לפתח ולהרחיב את פעילותן. עם זאת, מרבית המשתתפות מגיעות לקורסי ההכשרה ללא ידע מוקדם בהקמה ובניהול של עסק.

העמותה פועלת גם בשיתוף עם מרכזי 'מעוף' של הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרד הכלכלה והתעשייה, המציעים קורס בסיסי לפתיחה ולניהול של עסק - "יוזמים עסק", הכולל 14 מפגשים ומתקיים בסבסוד חלקי של הסוכנות. במסגרת שיתוף פעולה זה, מוסיפה העמותה שמונה מפגשים נוספים המתמקדים בהיבטים של העצמה אישית ופיתוח מסוגלות.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.

<sup>4</sup> עסק משלך, 2020. דו"ח מחקר הערכה של העמותה להעצמה כלכלית לנשים' אודות בוגרות תוכניות 'עסק משלך' 2013-2020.

<sup>5</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.

במהלך הסגרים וההגבלות שהוטלו בעקבות מגפת הקורונה, החלה העמותה לפתח פעילות דיגיטלית במסגרתה הועברו קורסים, פורומים, הרצאות וייעוץ עסקי אישי באמצעים מקוונים כגון פלטפורמת זום ורשתות חברתיות. בנוסף, פותח מערך של חבילת ייעוץ אישי ללא עלות, אשר זכה לביקוש גבוה בקרב נשים עצמאיות.

בתקופה שלאחר משבר הקורונה נרשמה עלייה בביקוש להשתתפות בקורסי העמותה. לצד תכנים שעסקו בניהול העסק בתקופות של משבר ואי-ודאות, סיפקה העמותה גם מידע והכוונה בנוגע לסיוע ממשלתי ולקבלת מענקים. פרקטיקה זו הופעלה גם במהלך חלק מחודשי המלחמה. בתקופת המלחמה פתחה העמותה קורסים ייעודיים גם עבור נשים שפוננו מבתיהן וכן עבור נשים שחזרו ליישובים שפוננו במהלך המלחמה.

**מטרת מחקר זה היא לבחון אילו מענים נדרשים לנשים בעלות עסקים קטנים בתקופות של משבר ובתקופות שגרה, ובכך לתרום לגיבוש מדיניות ציבורית המספקת סיוע מותאם ואפקטיבי לבעלות עסקים קטנים. המחקר מבקש להרחיב את בסיס הידע המצומצם הקיים בישראל לגבי עסקים קטנים בבעלות נשים, ולבחון את דפוסי הפגיעה וההתמודדות של קבוצה זו.**

## **א. עסקים עצמאיים קטנים בבעלות נשים בישראל**

לפי נתוני הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרד הכלכלה והתעשייה, בשנת 2022 פעלו בישראל כ-660 אלף עסקים, כאשר כ-99.5% מהם (כ-657 אלף) היו עסקים קטנים ובינוניים המעסיקים עד 100 מועסקים. מתוך כלל העסקים הקטנים והבינוניים, כ-56% (כ-370 אלף) היו עסקים שאינם מעסיקים עובדים, כ-324 אלף יחידים שעבדו כעצמאים. עם זאת, נתוני הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים אינה כוללים פילוח לפי מגדר.<sup>6</sup>

חלק מן העסקים הקטנים בישראל מסווגים על-ידי רשות המיסים כ'עסק זעיר'. מדובר בסיווג לצורכי מס הכנסה החל על עצמאים שאינם מעסיקים עובדים ושמחזור הכנסותיהם נמוך יחסית. על פי ההגדרה העדכנית (נכון לשנת 2025), 'עסק זעיר' הוא עסק שמחזור העסקאות השנתי שלו אינו עולה על 120,000 ₪. סיווג זה מקנה הקלות משמעותיות בהתנהלות מול רשות המיסים, ובהן ניכוי אוטומטי של 30% מן ההכנסות כהוצאה מוכרת, ללא צורך בהצגת קבלות או חשבוניות בפועל. בנוסף, בעלי עסקים אלו לרוב אינם נדרשים להגיש דו"ח שנתי מלא למס הכנסה ויכולים להשתמש במערכת דיווח מקוונת פשוטה. עם זאת, רשות המיסים אינה מפרסמת נתונים לגבי מספר העסקים הפעילים המוגדרים כ'עסק זעיר', ואף אינה מפרסמת נתונים מגדריים לגבי אוכלוסייה זו.

מידע על אוכלוסיית הנשים העצמאיות ניתן ללמוד מנתוני ההתפלגות המגדרית של עצמאים שמפרסמת הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, אם כי נתונים אלו אינם כוללים פילוח לפי גודל העסק. לפי נתוני הלמ"ס, בשנת 2024 עמד שיעור העצמאים על 15.7% מכלל הגברים המועסקים, בעוד ששיעור העצמאיות עמד על 9.6% מכלל הנשים המועסקות. נשים היוו 37% מכלל העצמאים בישראל בשנה זו. מרבית העצמאים בישראל אינם מעסיקים עובדים, אולם התופעה נפוצה יותר

---

<sup>6</sup> משרד הכלכלה והתעשייה, הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים. דצמבר, 2023. [דוח תקופתי: מצב העסקים הקטנים והבינוניים בישראל 2023](#).

בקרב נשים: שיעור העצמאיות שאינן מעסיקות עובדים עמד על 86%, בהשוואה ל-65% מהגברים העצמאים.<sup>7</sup>

הבדלים מגדריים באים לידי ביטוי גם בהתפלגות משלחי היד של עצמאים והעצמאיות שאינם מעסיקים עובדים. בעוד שמרבית העצמאיות שאינן מעסיקות עובדים מרוכזות במשלחי יד אקדמיים (43.7%) ובתחומי מכירות ושירותים (30.1%), שיעורן במשלחי יד מקצועיים בתעשייה ובבינוי נמוך מאוד (ר' לוח 1).<sup>8</sup> בנוסף לכך, קיימים הבדלים משמעותיים גם ברמות ההשכלה: רמת ההשכלה של נשים עצמאיות שאינן מעסיקות עובדים גבוהה במידה ניכרת מזו של הגברים בקבוצה זו (ר' תרשים 1).

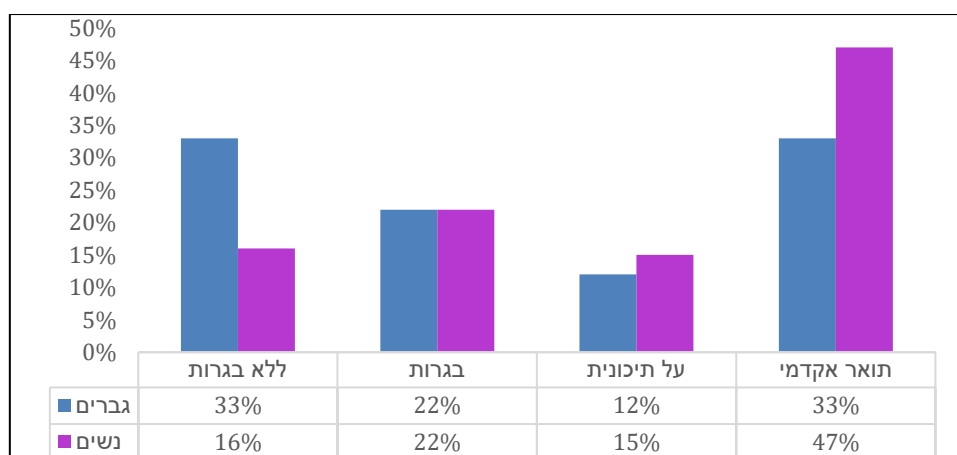
**לוח 1: משלחי יד של עצמאים שאינם מעסיקים עובדים לפי מגדר, 2024**

נשים	גברים	
0.3	1.8	מנהלים
43.1	31.3	בעלי משלח יד אקדמי
18.5	17.5	הנדסאים, טכנאים, סוכנים ובעלי משלח יד נלווה
1.5	0.9	פקידים כלליים ועובדי משרד
31.4	12.3	עובדי מכירות ושירותים
0.1	1.9	עובדים מקצועיים בחקלאות, בייעור ובדיג
3.3	32.9	עובדים מקצועיים בתעשייה ובבינוי ועובדים מקצועיים אחרים
1.8	1.4	עובדים בלתי מקצועיים
100	100	

מקור: עיבוד של מרכז אדוה לסקר כח האדם של הלמ"ס לשנת 2024.

<sup>7</sup> עיבוד של מרכז אדוה לסקר כוח האדם של הלמ"ס לשנת 2024.  
<sup>8</sup> יש לציין כי בקרב שכירות ושכירים קיימת התפלגות מגדרית דומה.

## תרשים 1: התפלגות רמת ההשכלה בקרב עצמאיות ועצמאים שאינם מעסיקים עובדים, 2023



מקור: עיבוד של מרכז אדוה לסקר כח האדם של הלמ"ס לשנת 2024.

למרות היתרון היחסי של נשים ברמת ההשכלה, רמת ההכנסה של נשים עצמאיות נמוכה באופן משמעותי מזו של גברים עצמאים. סקרי כוח האדם של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה אינם כוללים נתוני שכר, אולם מסקר הוצאות והכנסות משקי הבית לשנת 2023 עולה, כי השכר החודשי הממוצע של גברים עצמאים עמד באותה השנה על 14,153 ₪, לעומת 7,474 ₪ בקרב נשים עצמאיות – פער של 47%. גם הפער בהכנסה החציונית משמעותי ועמד על 43%, כאשר שכרם החציוני של גברים היה 9,292 ₪ לעומת 5,251 ₪ בלבד בקרב נשים עצמאיות (ר' לוח 2). יש לציין כי סקר זה אינו מבחין בין עצמאים המעסיקים עובדים לבין עצמאים שאינם מעסיקים עובדים.

## לוח 2: שכר חציוני וממוצע של עצמאים ועצמאיות, 2023

שכר ממוצע	שכר חציוני	
14,153	9,292	גברים
7,474	5,251	נשים
47%	43%	פער השכר המגדרי

מקור: עיבוד של מרכז אדוה לסקר הוצאות והכנסות משקי הבית של הלמ"ס לשנת 2023.

פערי השכר המגדריים בקרב עצמאים גדולים יותר מהפערים בין שכירים ושכירות. מנתוני סקר הוצאות משק הבית של הלמ"ס עולה, כי בשנת 2023 הפער בין ההכנסה החודשית הממוצעת (ברוטו) של עצמאיות לזו של עצמאים עמד על 47%, בעוד הפער המגדרי בהכנסות של שכירים עמד על 36%. יתרה מכך, פערי ההכנסה המגדריים בקרב עצמאים גדלו בשנים האחרונות במידה ניכרת: על פי בדיקה של הלמ"ס, בשנים 2015-2021 פער השכר בין גברים ונשים שכירים. ונתגלה גדל ב-2.2 נקודות האחוז, ואילו הפער בין עצמאים לעצמאיות גדל ב-4.5 נקודות האחוז.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> למ"ס, מרץ 2024. [לקט נתונים ליום האישה הבינלאומי 2024](#).

מלבד ההבדלים במשלח היד, הכנסתן הנמוכה יותר של עצמאיות קשורה גם להבדלים במספר שעות העבודה (בשכר). לפי נתוני סקר כוח אדם של הלמ"ס לשנת 2024, נשים עצמאיות עובדות בממוצע פחות שעות שבועיות בהשוואה לגברים עצמאים, דפוס הדומה לזה הקיים גם בקרב שכירים ושכירות. פער זה עשוי להיות קשור לחלוקה המגדרית של מטלות משק הבית והטיפול בילדים. ובני.ות משפחה, אשר עדיין מוטלות במידה רבה יותר על נשים.<sup>10</sup> כך, לפי נתונים אלו, עצמאיות שאינן מעסיקות עובדים עבדו בממוצע 31 שעות שבועיות, לעומת 40 שעות שבועיות בקרב גברים באותה קטגוריה. בקרב עצמאים המעסיקים עובדים, הפער המגדרי קטן יותר אולם היקף העבודה גבוה יותר: גברים עובדים בממוצע 48 שעות שבועיות ונשים 42 שעות שבועיות.

---

<sup>10</sup> נוגה דגן-בוזגלו, מירי אנדבלד-סבג, תהילה שרעבי, דצמבר 2025. [עוני ואי-שוויון כלכלי במבט מגדרי](#). מרכז אדוה.

## ב. מבט בינלאומי על עצמאיות ועצמאים בזמן שגרה ובזמני משבר

על פי נתוני ה-OECD לשנת 2024, שיעור העצמאים בישראל מתוך כלל המועסקים נמוך בהשוואה לממוצע במדינות החברות בארגון: 12.9% לעומת 16.6% בהתאמה. השוואה בין מדינות הארגון, מבחינת שיעור העצמאים בשנת 2024 מעלה, כי ישראל מדורגת במקום ה-22 מתוך 33 בקרב מדינות ה-OECD, ובמיקום דומה בהשוואה בין שיעורי הנשים העצמאיות.<sup>11</sup>

מחקרים שנערכו באירופה לגבי השפעת משבר הקורונה על שוק העבודה מצביעים על כך שעצמאים נפגעו כלכלית במידה רבה יותר משכירים. פער זה קשור, בין היתר, לריכוז גבוה יחסית של עצמאים בענפים שנפגעו במיוחד בתקופת הסגרים, וכן לרמת הגנה סוציאלית נמוכה יותר בהשוואה לשכירים. אמנם מרבית מדינות אירופה הנהיגו בתקופת המשבר מנגנוני תמיכה סוציאלית לעצמאים, אך התמיכה הייתה לרוב מצומצמת יותר ממערך התמיכה שניתן לשכירים. במדינות רבות, עצמאים לא היו זכאים לדמי אבטלה או לדמי מחלה, שני רכיבי ביטחון סוציאלי מרכזיים שעמדו לרשות השכירים במהלך התקופה.<sup>12</sup>

על אף שמשבר הקורונה פגע בכלל העצמאים, מחקרים מצביעים על כך שהפגיעה בעסקים בבעלות נשים הייתה עמוקה וממושכת יותר. מחקרים בינלאומיים של ארגון ה-OECD ושל הבנק העולמי מצביעים על דפוס חוזר של פגיעות גבוהה יותר של נשים עצמאיות בעתות משבר, הן בתקופת מגפת הקורונה והן בתקופת המשבר הפיננסי העולמי בשנת 2008.<sup>13</sup> הספרות המחקרית מציעה מספר גורמים מרכזיים המסבירים תופעה זו: ראשית, עסקים קטנים בבעלות נשים מרוכזים בענפים פגיעים במיוחד בתקופות משבר כלכלי, בעיקר שירותים אישיים, מסחר קמעונאי, תיירות ואירוח, כתוצאה מכך, הם נוטים להיפגע באופן משמעותי יותר בעת ירידה בפעילות הכלכלית. גם ענף האירוח וההסעדה, שבו פועלות נשים רבות, נפגע במיוחד בתקופת משבר הקורונה. שנית, מרבית העסקים זעירים בבעלות נשים מתבססים על מימון עצמי, עם חסכונות מועטים וגישה מצומצמת לאשראי בנקאי. בשל כך, בעתות משבר הם מתמודדים עם קשיי נזילות משמעותיים יותר. שלישית, בתקופת משבר הקורונה חלה עלייה בנטל הטיפול במשק הבית ובילדים, נטל הנופל במידה רבה יותר על נשים. כתוצאה מכך נשים רבות נאלצו לצמצם את היקף שעות העבודה בעסקיהן יותר מאשר גברים.

דוחות של ה-OECD ושל גופים בינלאומיים נוספים מצביעים על כך שתוכניות הסיוע הציבוריות שננקטו בתקופת הקורונה פעלו לעיתים באופן שהיטיב בעיקר עם עסקים גדולים ומבוססים יותר. ובעלות עסקים קטנים דיווחו על קושי רב יותר בקבלת פיצויים, מענקים או הלוואות. לדוגמה, תנאים כגון מחזור הכנסות מינימלי לקבלת סיוע פעלו לרעת העסקים הקטנים אשר מחזור הפעולות שלהם נמוך יותר בממוצע. בנוסף, מנגנוני סיוע שהתבססו בעיקר על הלוואות היו פחות רלוונטיים עבור נשים, אשר גם בשגרה נוטות פחות להסתמך על מימון חיצוני. מחקרים מצאו כי עסקים

<sup>11</sup> OECD Data, Self-employment rate.

<sup>12</sup> Eurofound. (2024), [Self-employment in the EU: Job quality and developments in social protection](#), Publications Office of the European Union, Luxembourg.

<sup>13</sup> OECD. 2021. [Entrepreneurship Policy Through a Gender Lens](#); OECD. May 2021. [An in-depth analysis of one year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19](#). Lessons learned for the path to recovery; World Bank Group. 2021. [The Impact of the COVID-19 Pandemic on Women-Led Businesses](#). Policy Research Working Paper 9817 ; World Bank Group. July 2021. [Female-owned Firms during the COVID-19 Crisis](#). Global Indicators Briefs No. 2.

בבעלות נשים נסגרו לפרקי זמן ארוכים יותר במהלך המשבר, חוו ירידה חדה יותר בביקוש ובהכנסות, ונדרשו לתקופות התאוששות ממושכות גם לאחר סיומו. ארגון ה-OECD מציין כי בשנים שלאחר מגפת הקורונה נבלמה המגמה של התרחבות יזמות נשים שנצפתה בשנים שקדמו למגיפה.<sup>14</sup>

הספרות הבינלאומית מצביעה גם על פערים מגדריים במבנה הרשתות העסקיות. רשתות עסקיות של נשים מתוארות כקטנות ומצומצמות יותר ופחות מגוונות בהשוואה לאלה של גברים. בנוסף, נשים נוטות יותר לשלב ברשתות שלהן בני משפחה וחברים בעוד שרשתות של גברים נוטה יותר לכלול ספקי שירותים עסקיים ויזמים אחרים, עם השפעה כלכלית וחברתית רבה יותר. הבדלים אלה עשויים להשפיע על שיתופי פעולה, התקשרויות עסקיות, נגישות למידע עסקי, ועל גישה למשאבים כלכליים – גורמים אשר עשויים להיות קריטיים במיוחד בתקופות משבר. עוד עולה מן הספרות כי דיגיטציה, כלומר מעבר לפעילות עסקית מקוונת ושימוש בכלים דיגיטליים, היוותה אסטרטגיה מרכזית להשרדות ולהסתגלות של עסקים קטנים בתקופת הקורונה. עם זאת, נשים רבות נתקלו בקשיים גדולים יותר מגברים ביישום תהליכים אלו, בין היתר בשל פערים בגישה למשאבים, ידע טכנולוגי או זמן פנוי.<sup>15</sup>

לאור ממצאים אלה, הספרות המחקרית מדגישה את חשיבות ההכשרה ליזמות ופיתוח מיומנויות עסקיות עבור נשים. לצד זאת, מודגשת גם חשיבותן של תשתיות תומכות כמו שירותי טיפול זמינים לילדים והסדרים של חופשות לידה והורות אשר ממלאים תפקיד משמעותי בקידום שוויון מגדרי בקרב עצמאיות ובעלות עסקים - הן בשגרה והן בתקופות משבר. כמו כן, על בסיס לקחי הקורונה, הספרות המחקרית מצביעה על הצורך בגיבוש מנגנוני סיוע רגישים להיבטים מגדריים, ועל חשיבות הבטחת הנגישות של תמיכות ציבוריות לעסקים מקבוצות פגיעות, ביניהם עסקים בבעלות נשים, עסקים חדשים ועסקים בבעלות מיעוטים.

על בסיס הממצאים שתוארו לעיל, המליץ ארגון ה-OECD על הטמעת חשיבה מגדרית בתוכניות ממשלתיות לתמיכה ביזמות, ועל התאמת מנגנוני התמיכה, הן בשגרה והן במצבי חירום, למאפיינים של עסקים בבעלות נשים ולצרכיהן הייחודיים. אולם רק מספר מצומצם של מדינות יישמו בפועל המלצות אלו. בין הבולטות ניתן למנות את קנדה - שגיבשה תוכניות ייעודיות להתאוששות ממשבר הקורונה עבור נשים ומיעוטים, וכן אירלנד, שפעלה לאיסוף נתונים בפילוח מגדרי במטרה לוודא שעסקים בבעלות נשים נהנים מהתמיכה הממשלתית במידה מספקת.

על רקע הממצאים מן הספרות הבינלאומית, הפרק הבא בוחן את השפעת משבר הקורונה ומלחמת ה-7 באוקטובר על עסקים קטנים בישראל.

---

<sup>14</sup> ש.ם.

<sup>15</sup> Gergeli O., Oborni K. and Popovic Pantic S. 2024. "Digitalization as a resilience strategy for women owned SMEs during crises". *Society and Economy* 46 (2024) 4, 386–403.

## ג. השפעת משבר הקורונה ומלחמת ה-7 באוקטובר על עסקים קטנים בישראל

בניגוד למחקרים בינלאומיים המספקים נתונים על עסקים בפילוח מגדרי, בישראל לא נאספו נתונים שיטתיים על עסקים קטנים בבעלות נשים. היעדר נתונים אלה מקשה על בחינת היקף הפגיעה בעסקים בבעלות נשים בתקופות משבר. עם זאת, ניתן להעריך באופן עקיף את היקף הפגיעה באמצעות בחינת הענפים הכלכליים שנפגעו במיוחד וכן באמצעות בחינת מאפייני גודל העסקים.

סקר שנערך עבור משרד המשפטים באפריל 2020 ובחן את השפעת משבר הקורונה על עסקים בישראל אמנם לא כלל פילוח מגדרי, אך הצביע על הענפים שבהם נרשמה הפגיעה המשמעותית ביותר. בין הענפים האלה נמנו ענפי ההוראה והדרכה, אמנות ובידור, אירוח ומזון ומסחר - תחומים המאופיינים בשיעור גבוה של עסקים קטנים בבעלות נשים.<sup>16</sup>

כאמור, גם הסקרים הנערכים על ידי הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים אינם כוללים בדרך כלל פילוח מגדרי. דוח שפרסמה הסוכנות בנוגע להשפעת משבר הקורונה על עסקים בישראל, הצביע על כך שהמשבר יצר קושי משמעותי במיוחד עבור עסקים קטנים וזעירים.<sup>17</sup> סקרים שערכה הסוכנות במהלך תקופת המלחמה מצביעים על כך שבעלות עסקים הביעו רמות גבוהות יותר של חשש ביחס לעתיד העסק בהשוואה לבעלי עסקים. כך למשל, 74% מבעלות העסקים צפו קשיים בעסק בעקבות המלחמה, לעומת 65% מבעלי העסקים. בכל הרכיבים העסקיים בהם דווח על קשיים ייחודיים שעלו בתקופת המלחמה - שיעור בעלות העסקים שהביעו חששות היה גבוה משיעור בעלי העסקים. כך נמצא כי 46% מהנשים חוששות מקשיים בתזרים המזומנים של העסק לעומת 40% מהגברים. כמו כן, 27% מבעלות העסקים דיווחו על חשש מהקושי להחזיר את העסק לפעילות עסקית מלאה, לעומת 23% מהגברים. באשר לחשש מקושי בהחזר הלוואות לא נמצא פער מגדרי משמעותי.

הדוח עוסק גם בפעילות הסוכנות מנקודת מבט מגדרי, וממנו עולה כי שיעור הנשים המשתתפות בפעילות מרכזי 'מעוף', באמצעותם מפעילה הסוכנות את השירותים וההכשרות לעסקים, גבוה משיעור הגברים. כך למשל, 63% מכלל המשתתפים בהדרכות במסגרת פעילות המרכזים היו נשים. במגזר החרדי נמצא פער גדול אף יותר, כאשר 70% מן המשתתפים בהדרכות היו נשים. בקרב האוכלוסייה הערבית התמונה מאוזנת יותר, אך גם שם שיעור הנשים המשתתפות בהדרכות גבוה מעט מזה של הגברים ועומד על 52%.<sup>18</sup>

הנתונים הרשמיים הנוגעים להשפעת מלחמת ה-7 באוקטובר על עסקים בכלל ועסקים קטנים בפרט מצומצמים יחסית, וגם אלה שפורסמו אינם מאפשרים לבחון באופן שיטתי את ההשפעה הייחודית של המלחמה על עסקים קטנים בבעלות נשים.

דוח מבקר המדינה שפורסם ביוני 2025 ועסק ביישום הסיוע הכלכלי לעסקים קטנים בחודשים הראשונים של המלחמה, הצביע על כשל מוסדי מרכזי: היעדרה של הגדרה אחידה לעסק זעיר ויעסק קטן בקרב רשויות המדינה השונות. פער זה מקשה על יצירת מאגר נתונים כולל, עדכני

---

<sup>16</sup> משרד המשפטים ואח', 2020. [השפעות מגיפת הקורונה על העסקים הקטנים סיכום ממצאי סקר – אפריל 2020](#).  
<sup>17</sup> לסקר תקופתי לתקופה 2019-2024 המתייחס גם להשפעת הקורונה והמלחמה ר' הסוכנות לעסקים קטנים, ינואר 2025. [חסמים בעסקים קטנים ובינוניים 2019-2024](#).  
<sup>18</sup> הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים, מרץ 2024. [דוח תקופתי: עידוד ידע עסקי כדרך שילוב נשים בהקמה וניהול של עסק](#).

ורלוונטי של עסקים קטנים, על זיהוי הצרכים שלהם ועל גיבוש תוכניות סיוע מותאמות. עוד צוין בדוח כי רשות המיסים אינה מעבירה לסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים מידע שוטף באשר למחזורי הפעילות של עסקים קטנים, דבר המגביל את יכולתה של הסוכנות לעצב מדיניות סיוע המבוססות על נתונים עדכניים ואמינים.<sup>19</sup>

מידע נוסף על השפעות המלחמה על עסקים ניתן למצוא בסקר של הלמ"ס שפורסם בדצמבר 2023. עם זאת, הסקר מתייחס רק לחודשיים הראשונים בלבד של המלחמה – אוקטובר ונובמבר 2023, ואינו מתמקד בעסקים קטנים ואינו כולל פילוח מגדרי.<sup>20</sup> מלבד דוח ייחודי זה, הלמ"ס מפרסמת מעת לעת סקרים על הדמוגרפיה של עסקים, העוסקים בין היתר בפתירת עסקים, סגירתם ושיעורי השרידות שלהם. הסקר האחרון שפורסם מתייחס לשנים 2021-2023 ולכן אינו מספק תמונה מלאה על השפעת המלחמה על מצבת העסקים בישראל.

פערי מידע אלה מדגישים כי גם לאחר הלקחים שעלו ממשבר הקורונה, למוסדות המדינה אין עדיין תמונת מצב מלאה ומפולחת מגדרית הנדרשת לצורך גיבוש מדיניות ציבורית מבוססת נתונים.<sup>21</sup>

מחקר של מרכז המחקר והמידע של הכנסת שפורסם במרץ 2025 בחן את הפגיעה בעסקים באזור הצפון בעקבות המלחמה. ממצאי המחקר העלו כי ככל שהעסקים ממוקמים בסמיכות גבוהה יותר לגבול, כך גדלה מידת הפגיעה. בנוסף נמצא כי עסקים קטנים היו המגזר שנפגע במידה המשמעותית ביותר. מבחינת ענפים כלכליים נמצא כי הענף שנפגע ביותר הוא ענף האירוח והמזון, תחום שבו פועלות רבות מבעלות העסקים הקטנים – לצד ענפי האמנות והבידור.<sup>22</sup> ממצאים דומים עלו גם מדו"ח של עמותת "יוזמות עתיד" שפורסם בפברואר 2024 ובחן את השפעת המלחמה על בוגרות העמותה המפעילות עסקים קטנים. הדוח מציג את ממצאיהם של שני סבבי סקר שנערכו כחודשיים וכארבעה חודשים לאחר פרוץ המלחמה (494 משיבות במחזור הראשון ו-565 בשני), מהם עולה שיותר ממחצית מהמשיבות במחזור הראשון וכ-40% במחזור השני דיווחו על ירידה של למעלה מ-50% בהכנסות. הדוח מראה כי מעבר לפגיעה בהכנסות, נשים בעלות עסקים קטנים דיווחו על עומס רגשי וחוסר ודאות מקצועי, והדגישו צורך בסיוע ממוקד בפיתוח העסק – בעיקר בשיווק, בהרחבת קהל הלקוחות ובליווי מקצועי.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> מבקר המדינה, יוני 2025. [יישום הסיוע הכלכלי לעסקים קטנים בחודשים הראשונים של מלחמת חרבות ברזל](#).  
<sup>20</sup> הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, דצמבר 2023. [סקר מצב העסקים בזמן מלחמת חרבות ברזל: נתונים מתוך סקר בזק לחודש דצמבר 2023](#).

<sup>21</sup> למ"ס, אוגוסט 2024. [דמוגרפיה של עסקים - שרידות ותנועות של עסקים 2021-2023](#).  
<sup>22</sup> מרכז המידע והמחקר של הכנסת, פברואר 2025. [השפעת מלחמת חרבות ברזל על מצב העסקים בצפון](#).  
<sup>23</sup> עמית, רונית. פברואר 2024. [השפעת מלחמת חרבות ברזל על בוגרות העמותה - דו"ח מסכם](#). יוזמות עתיד.

#### **ד. נשים בעלות עסקים קטנים בתקופות משבר: סקר בקרב בוגרות תוכניות 'העמותה להעצמה כלכלית לנשים'**

חלק זה מציג את ממצאי המחקר הנוכחי, שנערך במהלך שנת 2025 בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים.

המחקר החל בשלב איכותני מקדים, אשר כלל ראיונות עומק עם חברות הצוות המנהל של העמותה וכן עם מנחות הפועלות במסגרת תוכניות העמותה בקרב קבוצות אוכלוסייה שונות ובאזורים גאוגרפיים מגוונים ברחבי הארץ. מטרת הראיונות הייתה למפות את הקשיים המרכזיים עמם התמודדו בעלות עסקים קטנים בתקופת משבר הקורונה ובמהלך מלחמת ה-7 באוקטובר. מן הראיונות שנערכו במהלך חודש מרץ 2025, עלו הדפוסים המרכזיים של הפגיעה בעסקים והצרכים של הנשים בשתי תקופות המשבר.<sup>24</sup>

בין הדפוסים המרכזיים שעלו מן הראיונות ניתן לציין תקופות שבהן לא ניתן היה להפעיל את העסק כלל, תקופות של ירידה משמעותית בהכנסות, צורך בביצוע התאמות במודל הפעילות העסקית – לרבות מעבר לפעילות דיגיטלית – וכן קשיים במימוש סיוע ממשלתי. קשיים אלה נבעו, בין היתר, ממורכבות בירוקרטית ומהיעדר התאמה של חלק מכלי הסיוע הממשלתיים למאפייניהם של עסקים זעירים. ממצאי השלב האיכותני שימשו בסיס לפיתוח שאלון מחקר שהופץ בקרב נשים בוגרות תוכניות ההכשרה ליזמות עסקית של העמותה אוכלוסיית המחקר כוללת נשים מגיל 20 ומעלה, בעלות עסק פעיל או עסק שפעל בעבר, אשר חוו את השפעת משבר הקורונה ו/או את השפעת מלחמת ה-7 באוקטובר על פעילות העסק.

השאלון הופץ במהלך החודשים אוקטובר-דצמבר 2025. בנוסף, כלל השאלון גם שאלות הנוגעות להשלכות של ימי הלחימה בין ישראל לאיראן בחודש יוני 2025 (מבצע 'עם כלביא') על נשים בעלות עסקים קטנים.

#### **ד.1. שאלון המחקר**

על בסיס המחקר האיכותני המקדים שתואר לעיל, נוסח שאלון סקר מקוון שנועד לבחון את השפעת משבר הקורונה, מלחמת ה-7 באוקטובר ומלחמת ישראל-איראן ביוני 2025, על פעילותם של עסקים קטנים בבעלות נשים. נוסף על כך, נכללו שאלות שבחנו את דרכי ההתמודדות של בעלות העסקים עם פגיעה בפעילות ובהכנסות.<sup>25</sup>

השאלון כלל 30 שאלות וחולק לשלושה חלקים עיקריים: החלק הראשון עסק במאפייני העסק, ובהם שנת פתיחת העסק, תחום ואופי הפעילות, אופן תפעול העסק (מהבית, מחוץ לבית או באופן היברידי), רמת ההכנסות ושימוש בפלטפורמות דיגיטליות. החלק השני התמקד בהשפעת המשברים ובדרכי ההתמודדות וכלל שאלות נפרדות ביחס לכל אחת מתקופות המשבר.

---

<sup>24</sup> ראיון עם צוות הניהול של העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025; ראיון עם צוות המנחות של העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 23.3.2025.  
<sup>25</sup> הנתונים אינם כוללים את ההשפעות של ההתפתחויות הביטחוניות המאוחרות יותר באזור, לרבות המלחמה בין ישראל לאיראן שפרצה בפברואר 2026.

בכל תקופה נבחנו היקף פעילות העסק, שינויים שבוצעו בפעילות העסקית, שינויי הכנסה, פנייה לסיוע ציבורי, וכן קשיים תפקודיים ואישיים שנלוו לתקופת המשבר. החלק השלישי כלל שאלות על מאפיינים אישיים של המשיבות, ובהם גיל, השכלה, מצב משפחתי, לאום, רמת דתיות ומקום מגורים.

כפי שתואר לעיל, העמותה להעצמה כלכלית לנשים פועלת בקרב קבוצות אוכלוסייה שונות בישראל, ובהן נשים יהודיות, ערביות וחרדיות, ושאלון הופץ בקרב בוגרות התוכניות מכלל קבוצות אלו. טרם הפצת השאלון נערך פיילוט, שהועבר במהלך החודשים יולי-אוגוסט 2025 והשתתפו בו כ-30 נשים. על בסיס ממצאי הפיילוט נוסחו מחדש חלק מן השאלות וחודדו אפשרויות התשובה.<sup>26</sup>

לאחר הפיילוט הופץ שאלון אנונימי מקוון, במהלך החודשים אוקטובר-דצמבר 2025. בסך הכול השתתפו במחקר 267 נשים, וההשתתפות הייתה וולונטרית.<sup>27</sup> היקף המענה השתנה בין השאלות, ולכן מספר התצפיות משתנה בין המשתתפים והניתוחים. הניתוחים מבוססים על הנתונים הזמינים לכל שאלה, וכל ממצא מוצג על בסיס מספר המשיבות הרלוונטי לו.

הניתוח הכמותי שיוצג להלן מבוסס על סטטיסטיקה תיאורית ונועד לתאר דפוסים מרכזיים של פגיעה בפעילות העסקית ודרכי התמודדות בתקופת המשבר.

## **2.ד. מאפיינים דמוגרפיים ומאפייני הפעילות העסקית של משיבות הסקר**

### **מאפיינים דמוגרפיים של משיבות הסקר**

רוב המשיבות הן נשים יהודיות, המהוות 88% מהמדגם, ולצידן נשים ערביות בשיעור של 12%. בהתייחס לסוג היישוב - 73% מהמשיבות מתגוררות ביישובים יהודיים, 12.4% ביישובים ערביים ו-14.6% ביישובים מעורבים (תל אביב-יפו, ירושלים, חיפה ועכו). פיזור זה משקף השתתפות של נשים ממרחבים יישוביים שונים, וכן את פעילות העמותה בקרב קבוצות אוכלוסייה מגוונות.

בהקשר של מלחמת ה-7 באוקטובר, מרבית המשיבות דיווחו כי לא נדרשו לעזוב את ביתן (67.5%). מבין המשיבות שכן חוו שינוי במגורים בתקופת המלחמה, הדפוס השכיח ביותר היה עזיבה בעקבות פינוי על ידי המדינה או הרשות המקומית (13.4%). לאחריה נרשמו עזיבה לפרקי זמן קצרים (13%) ועזיבה ביוזמה אישית לפרק זמן ממושך (6.1%).

מבחינת רמת הדתיות, מרבית המשיבות הגדירו את עצמן כחילוניות (55.8%) או מסורתיות (27.7%), המהוות יחד 83.5% מהמדגם. לצידן, שיעור קטן יותר הגדירו את עצמן כדתיות או כחרדיות (הגדרה המתייחסת לאוכלוסייה היהודית בלבד).

---

<sup>26</sup> נתוני הפיילוט לא נכללו בסקר הסופי.   
<sup>27</sup> חשוב לציין כי אוכלוסיית המחקר אינה מייצגת את כלל הנשים העצמאיות בישראל, אלא מתמקדת בנשים בעלות עסקים זעירים שעברו הכשרה במסגרת העמותה, ועל כן הממצאים משקפים את חוויותיהן ודפוסיהן ההתמודדות של קבוצה זו.

גילן של המשיבות נע בטווח רחב, בין 25-65. הגיל הממוצע עמד על 43 והגיל השכיח הוא 39. בהתייחס למצב המשפחתי, רוב המשיבות, 61.5% - נשואות, אך שיעור ניכר – כ-20% - גרושות או פרודות.

בהיבט ההשכלתי, המדגם מאופיין בשיעור גבוה של השכלה אקדמית והכשרה מקצועית. 43% מהמשיבות הן בעלות השכלה אקדמית ו-44% בעלות הכשרה מקצועית לא אקדמית. שיעור קטן מן המשיבות דיווח על השכלה תיכונית בלבד או על היעדר תעודה. הרכב השכלתי זה עולה בקנה אחד עם דברי צוות העמותה, שלפיהם בשנים האחרונות גדל הביקוש לתוכניות ההכשרה גם מצד נשים בעלות השכלה גבוהה המבקשות לפתוח עסק.<sup>28</sup>

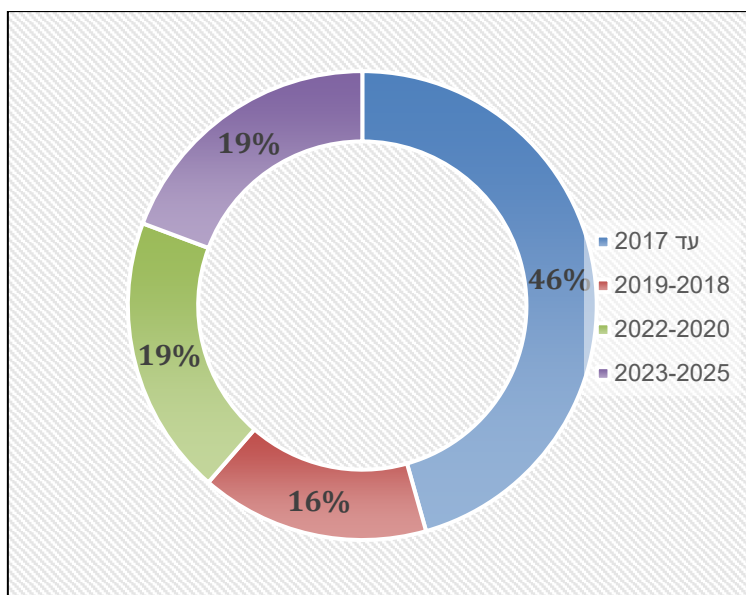
## מאפייני העסקים שבבעלות משיבות הסקר

### שנת פתיחת העסק

מועד ההקמה של העסקים במדגם משתרע על פני קרוב לארבעה עשורים, משנת 1988 ועד שנת 2025. חלוקת מועדי פתיחת העסקים לקבוצות נועדה להבחין בין עסקים ותיקים שנפתחו טרם משבר הקורונה (עד 2017), עסקים שנפתחו בסמיכות לפרוץ משבר הקורונה (2018-2019), עסקים שנפתחו במהלך שנות הקורונה (2020-2022) ועסקים שנפתחו בשנתיים האחרונות (2023-2025), חלקם לאחר פרוץ מלחמת ה-7 באוקטובר.

46% מהעסקים הם עסקים ותיקים יחסית, שהוקמו עד שנת 2017. לצידם, 16% מהעסקים הוקמו בשנים 2018-2019, 19% בשנים 2020-2022 ועוד 19% בשנים 2023-2025.

תרשים 2: שנות ההקמה של העסק שבבעלות משיבות הסקר



מקור: סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

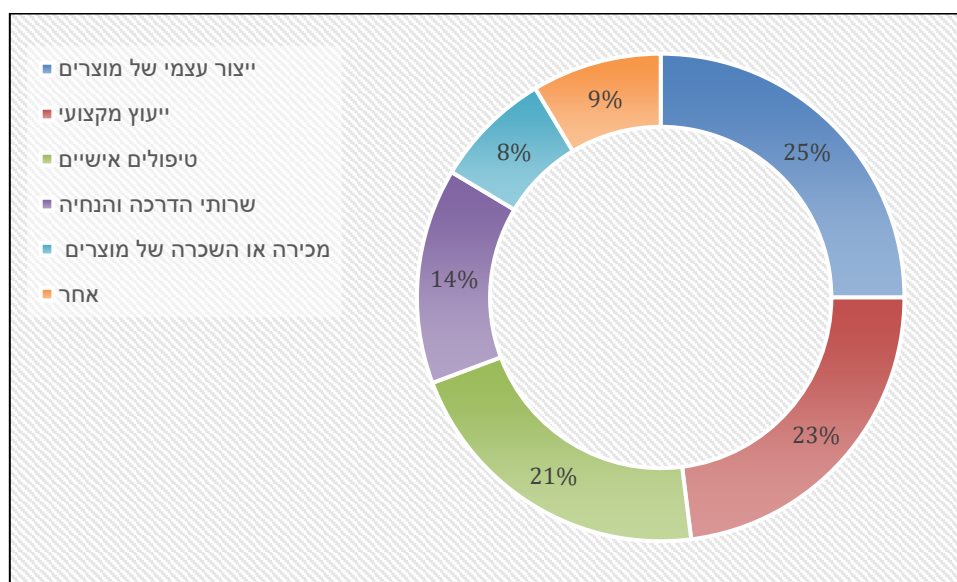
<sup>28</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.

### אופי הפעילות של העסקים

אופי הפעילות של העסקים במדגם מגוון, ומבחין בין ייצור ומכירת מוצרים לבין מתן שירותים מסוגים שונים. השיעור הגבוה ביותר - 25% - נרשם בקרב עסקים המבוססים על ייצור עצמי של מוצרים ומכירתם, ובכלל זאת מלאכת יד, מוצרי מזון, קוסמטיקה, בגדים ותכשיטים. שיעור דומה - 23% - נרשם בקרב עסקים המספקים שירותים מקצועיים, כגון עיצוב, ייעוץ עסקי, הנהלת חשבונות וניהול מדיה חברתית. לצד אלה, 21% מהעסקים מספקים שירותים אישיים, ובהם טיפולי יופי, טיפולים רגשיים וטיפולי גוף-נפש; ועוד 14% עוסקים בהדרכה, ליווי, תיירות ופנאי. יתר העסקים פועלים בתחומים כגון מכירה או השכרה של מוצרים שאינם מיוצרים על ידי בעלת העסק (8%) או תחומים אחרים שלא פורטו בסקר (9%).

התפלגות זו של אופי הפעילות דומה לממצאים שעלו במחקר ההערכה הפנימי של העמותה משנת 2020, ומצביעה על עקביות בין ממצאי הסקר הנוכחי לבין מאפייני אוכלוסיית היעד כפי שתוארו במחקרי העמותה בעבר.

### תרשים 3: התפלגות העסקים הקטנים שבבעלות משיבות הסקר, לפי אופי הפעילות

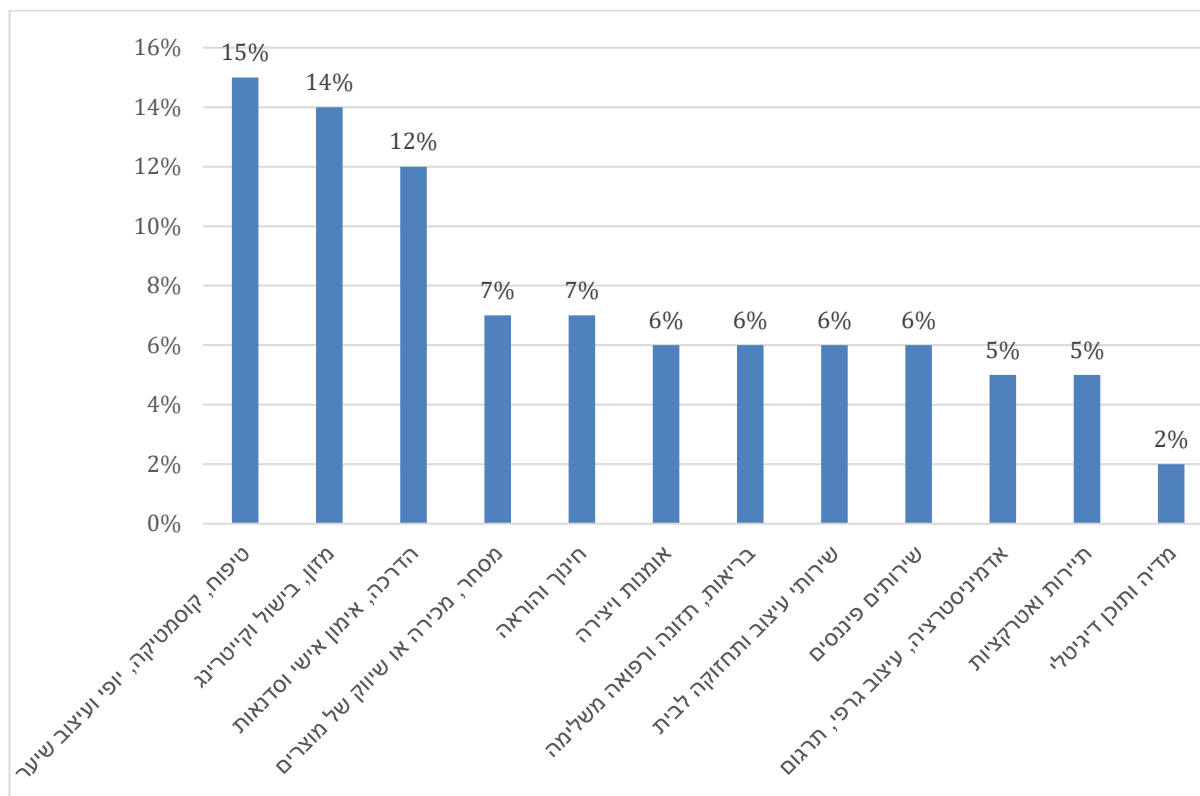


הערה: מספר המשיבות הוא N=244.  
מקור: סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

בחינת אופי הפעילות לפי שנת פתיחת העסק מצביעה על דפוסים שונים בין תקופות ההקמה. בעוד שבקרב עסקים שנפתחו עד שנת 2017 נרשם פיזור רחב יחסית בין סוגי הפעילות, ללא תחום פעילות אחד דומיננטי, בקרב עסקים שנפתחו בשנות מגפת הקורונה (2020-2022) נרשם שיעור גבוה יחסית של עסקים המספקים שירותים מקצועיים (29.5%). בקרב עסקים שנפתחו במהלך המלחמה (2025-2023) בלט שיעור גבוה של עסקים העוסקים בהדרכה והנחיה (25%), לצד שיעור נמוך במיוחד של מכירת מוצרים (2.3%).

לאחר הצגת אופי הפעילות העסקית, נבחנה גם התפלגות העסקים לפי תחומי הפעילות הכלכליים שבהם הם פועלים, כפי שסווגו בשאלון.<sup>29</sup> התחומים הבולטים הם טיפוח, קוסמטיקה ויופי (15%); מזון, בישול וקייטרינג (14%); והדרכה, אימון אישי וסדנאות (12%). לצד תחומים אלה, דיווחו המשיבות בסקר גם על עסקים בתחומי חינוך והוראה; בריאות ורפואה משלימה; אמנות ויצירה; תיירות ופנאי וכן שירותים פיננסיים, אדמיניסטרטיביים ודיגיטליים. התפלגות זו משקפת ריכוז של עסקים בתחומים המבוססים על מתן שירותים וייצור אישי, לצד שיעור נמוך יחסית של עסקים בתחומי מסחר.

#### תרשים 4: תחומי הפעילות הכלכלית של העסקים שבבעלות המשיבות על הסקר



**הערה:** מספר המשיבות הוא 244. קטגוריית "אחר" (9%) לא מוצגת בתרשים.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

#### אופי הפעילות ומרחב העבודה

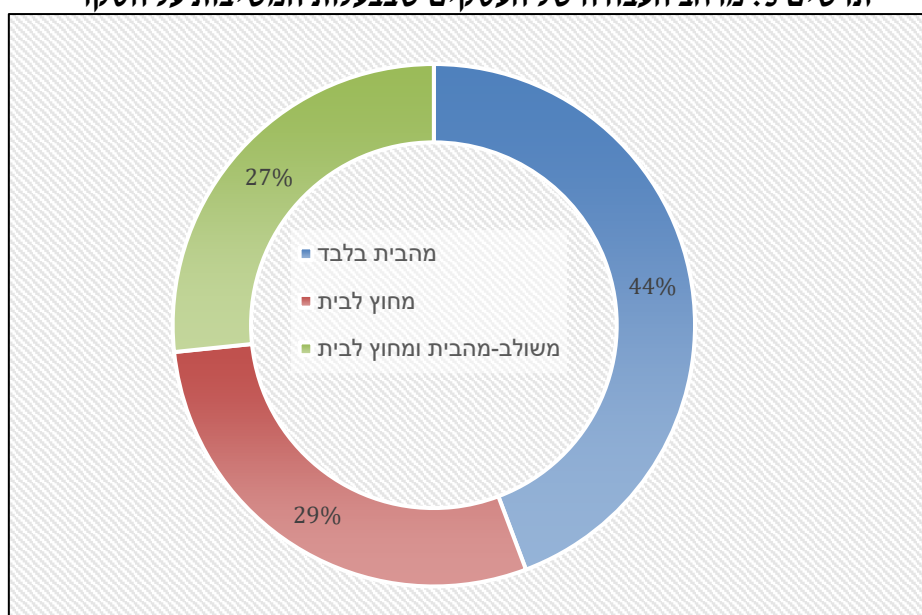
אופי הפעילות ומרחב העבודה של העסקים במדגם מתחלק בין עבודה מהבית, עבודה ממקום קבוע מחוץ לבית ופעילות משולבת. 44% מהעסקים פועלים מהבית בלבד, 29% פועלים ממקום קבוע מחוץ לבית, ו-27% משלבים בין עבודה מהבית לבין פעילות מחוץ לבית.

<sup>29</sup> החלוקה לענפים מבוססת על הגדרת התחום המרכזי של העסק, כפי שדווחה על ידי המשיבות. במקרים של חפיפה בין תחומי פעילות, התבקשו המשיבות לבחור את התחום המייצג בצורה הטובה ביותר את עיקר פעילות העסק.

התפלגות מרחב העבודה לפי שנת פתיחת העסק מצביעה על מגמה ברורה של עלייה הדרגתית בעבודה מהבית בקרב עסקים חדשים.<sup>30</sup> בעוד ש-40% מהעסקים שנפתחו עד שנת 2017 פועלים מהבית בלבד, שיעור זה עולה ל-43% בקרב עסקים שנפתחו בתקופת הקורונה (2020-2022) ומגיע ל-57% בקרב עסקים שנפתחו בשנים 2023-2025.

בחינה לפי אופי הפעילות מעלה הבדלים בדפוסי מרחב העבודה. בקרב עסקים המבוססים על ייצור ומכירת מוצרים שיוצרו על ידי בעלת העסק, מרבית העסקים פועלים מהבית בלבד (73.8%), ואילו שיעור קטן יחסית פועל מחוץ לבית או במתכונת משולבת. לעומת זאת, עסקים המספקים שירותים מקצועיים מתאפיינים בפיזור שונה: למעלה ממחציתם פועלים במתכונת משולבת, מהבית ומחוץ לבית (53.6%) ו-27% פועלים מהבית בלבד.

**תרשים 5: מרחב העבודה של העסקים שבבעלות המשיבות על הסקר**



**הערה:** מספר המשיבות הוא N=244.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

### **שימוש במדיה דיגיטלית**

בקרב העסקים במדגם, שיעור גבוה יחסית של בעלות עסקים (43%) אינן עושות שימוש ברשתות חברתיות במסגרת פעילות העסק, ואילו 57% דיווחו כי הן מפעילות עמוד עסקי במדיה דיגיטלית. ממצא זה בולט בתקופה הנוכחית, שבה השימוש בכלים דיגיטליים בפעילות עסקית כבר התבסס. מבין אלו העושות שימוש במדיה דיגיטלית, מרבית המשיבות (73%) דיווחו כי השימוש במדיה תרם לפעילות העסקית במידה רבה או רבה מאוד.

<sup>30</sup> אפשרויות התשובה לשאלה על מרחב העבודה היו: עבודה מהבית, עבודה מחוץ לבית, ועבודה היברידי (מהבית ומחוץ לבית). הנתונים המוצגים בפסקה זו מתייחסים לשיעור המשיבות שדיווחו על עבודה מהבית בלבד.

## **רמות ההכנסה**

התפלגות ההכנסות החודשיות של העסקים במדגם מתחלקת לשלוש קבוצות עיקריות, ללא ריכוז דומיננטי בקבוצה אחת. 32.6% מהמשיבות דיווחו על הכנסה חודשית של עד 5,000 ₪. 33.5% דיווחו על הכנסה בטווח של 5,000-8,000 ₪ ו-33.9% דיווחו על הכנסה חודשית של מעל 8,000 ₪.

### **3.ד. הפגיעה בפעילות העסקית בתקופות משבר**

פרק זה מציג מאפיינים מרכזיים של הפגיעה בפעילות של העסקים הקטנים שבבעלות משיבות הסקר בשלוש תקופות משבר: משבר הקורונה, מלחמת ה-7 באוקטובר והלחימה עם איראן בחודש יוני 2025. הממצאים מוצגים במאוחד, במטרה להצביע על דפוסים חוזרים, ולא כהשוואה שיטתית בין התקופות.

שלוש תקופות המשבר נבדלות במאפייני ההסדרה הציבורית: משבר הקורונה לווה בסגרים כלליים ובהגבלות נרחבות על פעילות כלכלית. בתקופות המלחמה לא הוטלו סגרים כלליים, וההגבלות על פעילות עסקית היו מצומצמות וממוקדות יותר.

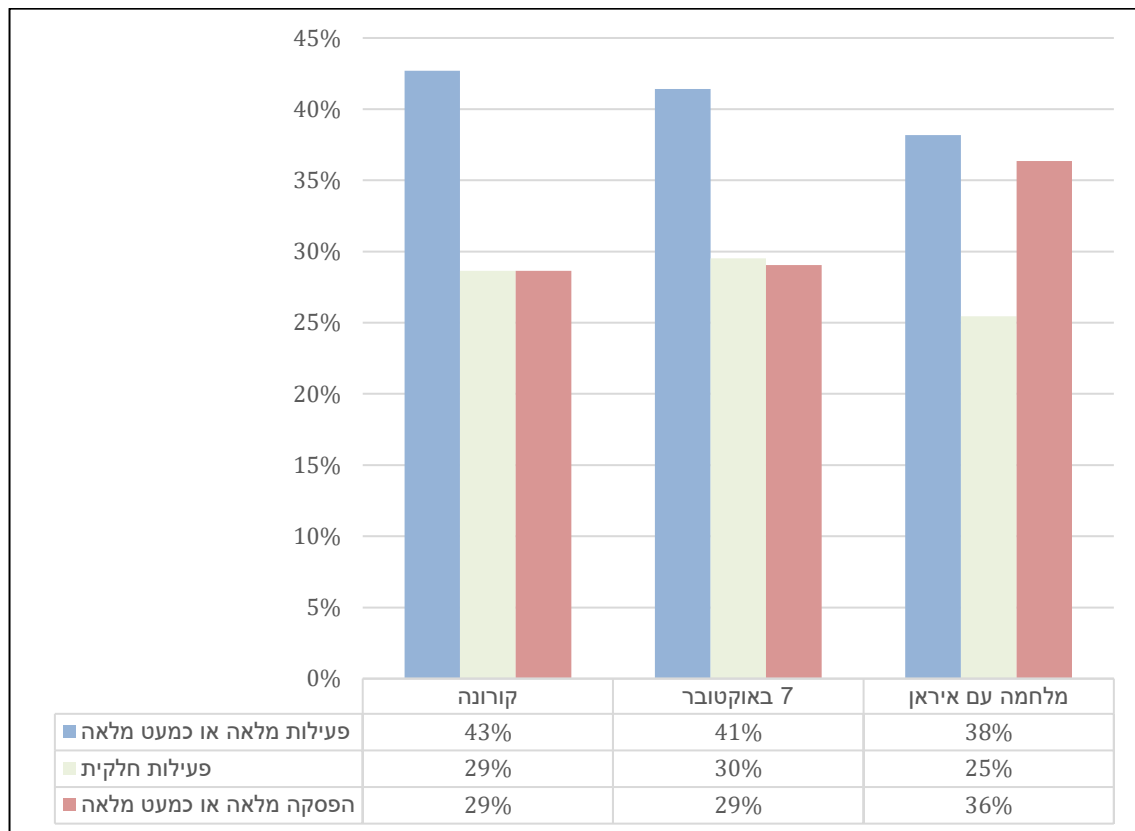
לצורך הצגה תמציתית וברורה, רמות הפעילות סווגו לשלוש קטגוריות רחבות: פעילות מלאה או כמעט מלאה, פעילות חלקית, והפסקה כמעט מלאה או מלאה של הפעילות העסקית.

### **רמת הפעילות העסקית בזמן משבר**

בחינת רמת הפעילות של העסקים בשלוש תקופות המשבר מצביעה על דפוס דומה, חרף הבדלים באופי המשברים ובתנאי הפעילות הציבוריים שבהם התרחשו. בכל אחת מן התקופות, שיעור העסקים שפעלו בהיקף מלא או כמעט מלא היה דומה ונע בטווח של 38%-43%. פעילות חלקית נרשמה בקרב 25%-30% מהעסקים, ושיעור העסקים שדיווחו על הפסקה מלאה או כמעט מלאה של הפעילות העסקית עמד על 29%-36%. כלומר, פעילותם של כ-60% מהעסקים נפגעה במידה כזו או אחרת במהלך כל אחד מהמשברים.

יש לציין כי שיעורים דומים של הפסקת פעילות אינם משקפים את משך ההפסקה ואת פריסתה המרחבית. הלחימה עם איראן נמשכה כשבועיים בלבד, בעוד שמשבר הקורונה התאפיין בתקופות ממושכות של סגרים חוזרים בכלל המדינה. הפגיעה בפעילות העסקית במהלך מלחמת ה-7 באוקטובר הייתה במידה רבה מרחבית ודיפרנציאלית, אולם המדגם הנוכחי אינו כולל ייצוג ייעודי של עסקים מאזורי לחימה ישירים, כגון יישובי עוטף עזה וגבול הצפון.

**תרשים 6: פעילות של העסק בתקופות משבר: משבר הקורונה, מלחמת ה-7 באוקטובר והמלחמה עם איראן באחוזים מתוך כל תקופה**



**הערה:** הנתונים מבוססים על משיבות שדיווחו כי העסק פעל בתקופת המשבר: N=171 בקורונה, N=210 במלחמת ה-7 באוקטובר, ו-N=220 במלחמה עם איראן. משיבות שצינו כי לא היה להן עסק בתקופה הרלוונטית אינן נכללות בחישוב.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

**שינויים בהפעלת העסק**

בחינת השינויים שביצעו בעלות העסקים במהלך תקופת המשבר מצביעה על כך שבכמחצית מהמקרים לא חל שינוי באופן הפעילות העסקית. שיעור המשיבות שדיווחו כי לא שינו את אופן הפעילות עמד על 51% בתקופת משבר הקורונה; 52% במלחמת ה-7 באוקטובר; ו-59% במהלך הלחימה עם איראן.

בקרוב המשיבות שביצעו שינוי, השינויים שננקטו היו דומים בין התקופות והתמקדו בעיקר בהתאמות נקודתיות. מבין השינויים שבוצעו, שינוי במוצרים או בשירותים היה השכיח ביותר – בשיעור של 17%-20%; אחריו מעבר לפעילות דיגיטלית בשיעור של 12%-17%; ושינוי בקהל הלקוחות, שנרשם בשיעור של 11%-13% מסך המשיבות. גם במהלך הלחימה עם איראן דווח על מעבר לפעילות דיגיטלית בקרב חלק מבעלות העסקים, בשיעור דומה לזה שנמצא בתקופת המשבר הקודמות. כאמור, ממצא זה מתייחס לקיום עמוד מדיה של העסק ואינו משקף בהכרח שינוי באופן התפעול הדיגיטלי של הפעילות העסקית.

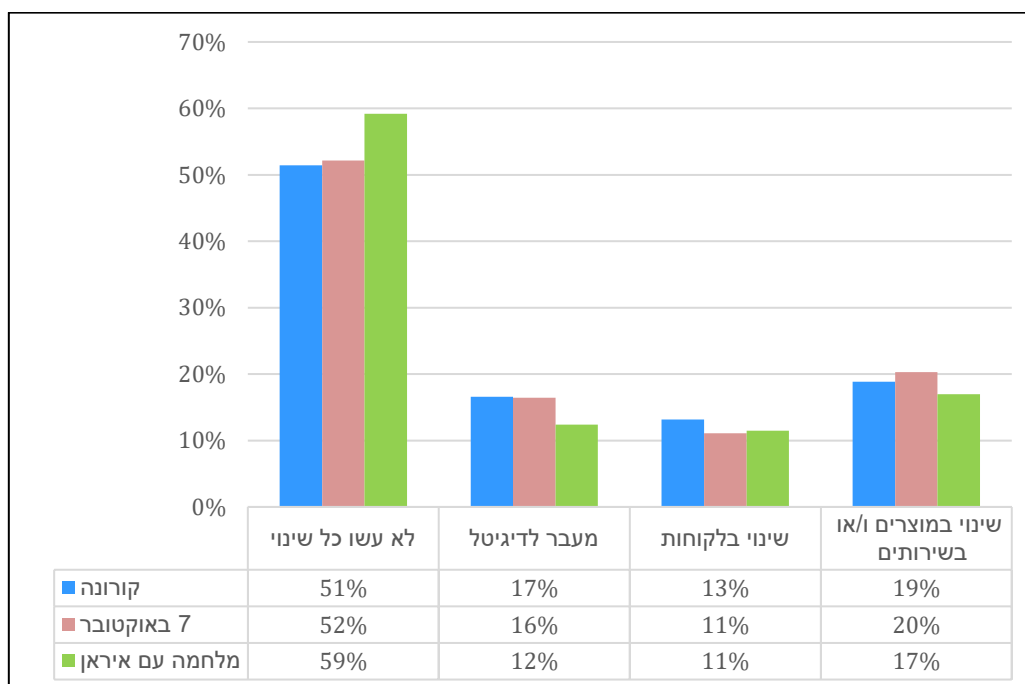
על השינויים שנעשו בתקופת משבר הקורונה התייחסה בראיון אחת מעובדות העמותה להעצמה כלכלית:

*"הרוב עברו למשלוחים, התאימו את העסק למוצר חדש שניתן למכור אונליין או בשליחויות, כל זה גם כדי לעמוד בהוצאות הקבועות. היו עסקים שסגרו את העסק כי לא יכלו לעמוד בהוצאות. בכל מקרה הייתה ירידה במכירות".<sup>31</sup>*

באשר למעבר לפעילות דיגיטלית של העסק בתקופת המשבר, ציינה אחת המנחות של תוכניות העמותה על הקושי במעבר זה, ועמדה גם על האסטרטגיות שנקטו אלו שלא הצליחו בכך:

*"אלו שהיה להם את המשאב האנושי והכלכלי, והאוויר והיכולת להתמודד, אז עזרנו לה לפתח פלטפורמות דיגיטליות של מכירה. אלה שלא הצליחו, אז לא הייתה עבודה. אלא אם כן, את יודעת, אנחנו גרים ביישובים קטנים, אז בתוך היישוב הם עשו את השיווק שלהן. השתנה הקהל יעד, או התרחב, או ניסו להתאים את זה למה שיש, למי שהן יכלו לפגוש".<sup>32</sup>*

**תרשים 7: שינויים בהפעלת העסק בתקופות משבר: משבר הקורונה, מלחמת ה-7 באוקטובר והמלחמה עם איראן באחוזים מתוך כל תקופה**



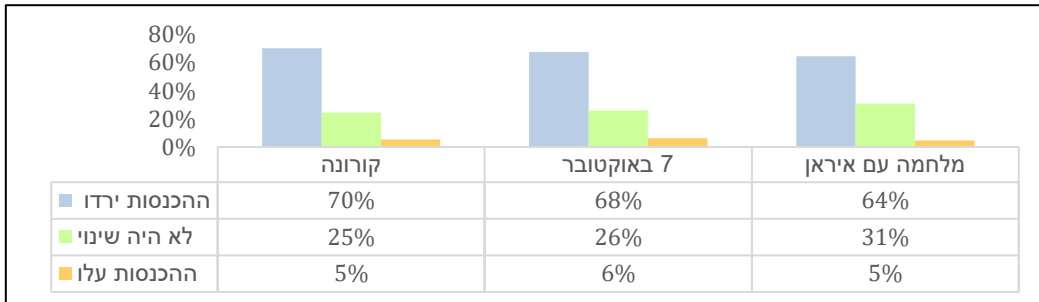
**הערה:** החישוב מבוסס על משיבות שדיווחו כי פעל להן עסק בתקופת המשבר. בקורונה מספר המשיבות עמד על N=175, במלחמה שהחלה ב-7 באוקטובר 2023 על N=207, ובמהלך הלחימה עם איראן על N=218. **מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

<sup>31</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.  
<sup>32</sup> ראיון עם צוות מנחות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 23.3.2025.

## שינויים בהכנסות העסק

בחינת השינויים בהכנסות במהלך תקופות המשבר מצביעה על פגיעה רחבה בהכנסות העסקים. בכל שלוש תקופות המשבר, 64%-70% מבעלות העסקים דיווחו על ירידה בהכנסות. רבע עד כשליש מן המשיבות דיווחו כי ההכנסות נותרו ללא שינוי, ואילו עלייה בהכנסות נרשמה בשיעורים נמוכים בלבד.

**תרשים 8: שינויים בהכנסות העסק בתקופות משבר משבר הקורונה, מלחמת ה-7 באוקטובר והמלחמה עם איראן באחוזים מתוך כל תקופה**



**הערה:** החישוב מבוסס על משיבות שדיווחו כי פעל להן עסק בתקופת המשבר. בקורונה מספר המשיבות עמד על N=171, במלחמת ה-7 באוקטובר על N=207, ובמהלך הלחימה עם איראן על N=214.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

בחינה של שיעור העסקים שדיווחו על ירידה בהכנסות לפי אופי הפעילות העסקית מצביעה על כך שבשלוש תקופות המשבר נרשמה פגיעה בהכנסות בכל תחומי הפעילות. שיעורי הירידה הגבוהים ביותר נרשמו בקרב עסקים בתחומי ההדרכה, הליווי, התיירות והפנאי, וכן בקרב עסקים המספקים טיפולים אישיים, כאשר שיעור המדווחות על ירידה בהכנסות בתחומים אלו עמד על 74%-81%. שיעורי הירידה הנמוכים ביותר נרשמו בקרב עסקים המספקים שירותים מקצועיים, בטווח של 46%-60%. שיעורי הדיווח על ירידה בהכנסות היו דומים, בכל אחת מתקופות המשבר, בין מי שהפעילו עמוד מדיה ובין מי שלא הפעילו עמוד כזה.

**לוח 3: שיעור העסקים שדיווחו על ירידה בהכנסות לפי אופי הפעילות העסקית בכל אחת מתקופות המשבר**

מלחמה עם איראן	מלחמת ה-7 באוקטובר	קורונה	
62%	68%	69%	ייצור עצמי של מוצרים
47%	50%	56%	מכירה או השכרה של מוצרים
75%	74%	80%	טיפולים אישיים
78%	77%	81%	שרותי הדרכה והנחיה
46%	60%	54%	ייעוץ מקצועי

**הערות:** 1. החישוב מבוסס על משיבות שדיווחו כי פעל להן עסק בתקופת המשבר; 2. לא כולל משיבות שצינו את העסק שלהן "כאחר"; 3. אפשרויות התשובה לשאלה על השינוי בהכנסות היו: ירידה חדה, ירידה מתונה, ללא שינוי, עלייה מתונה ועלייה חדה. לצורך הניתוח קובצו התשובות ירידה חדה וירידה מתונה לקטגוריה אחת של ירידה בהכנסות. הטבלה מציגה את שיעור המשיבות שדיווחו על ירידה בהכנסות מתוך כלל המשיבות שפעל להן עסק בכל אחת מתקופות המשבר; 4. בקורונה מספר המשיבות עמד על N=159, במלחמת ה-7 באוקטובר על N=192, ובמהלך הלחימה עם איראן על N=196.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

#### ד.4. סיוע ומענקים בתקופות משבר

##### פנייה לקבלת מענק ממשלתי

השוואה בין תקופת הקורונה ובין תקופת מלחמת ה-7 באוקטובר מצביעה על דמיון בהיקף הפגיעה בפעילות העסקית. בשתי התקופות, כשני שלישים מהעסקים דיווחו על פגיעה (68% בתקופת משבר הקורונה ו-63% במהלך המלחמה). דמיון זה בולט לנוכח ההבדלים בין אופי המשברים, ובעיקר היעדר סגר כללי בתקופת המלחמה. הדמיון בין התקופות עשוי להעיד כי ההתמודדות עם משבר הקורונה לא צמצמה במידה משמעותית את היקף הפגיעה בתקופת המלחמה.

גם בבחינת דפוסי הפנייה לסיוע בקרב עסקים שנפגעו ניכר דמיון בין שתי התקופות. בשתיהן, כמחצית מהעסקים שנפגעו הגישו בקשה וקיבלו מענק (51% בתקופת הקורונה ו-50% בתקופת המלחמה), וזאת לצד 39%-42% שכלל לא פנו בבקשה לסיוע. שיעור המשיבות שדיווחו שפנו אך לא קיבלו מענק, וכן שיעור המשיבות שציינו כי רצו לפנות אך לא ידעו כיצד, נותר נמוך ודומה בין התקופות.

#### לוח 4: אופן הפנייה לשם קבלת מענק בעת משבר הקורונה ומלחמת ה-7 באוקטובר

מלחמת ה-7 באוקטובר	קורונה	
37%	32%	העסק לא נפגע
63%	68%	העסק נפגע
100%	100%	ס"ה
<b>מתוך העסקים שנפגעו:</b>		
50%	51%	הגשתי בקשה וקיבלתי מענק
42%	39%	לא הגשתי בקשה
6%	5%	הגשתי בקשה ולא קיבלתי מענק
2%	4%	רציתי להגיש בקשה אבל לא ידעתי איך או למי לפנות
N=129 100%	N=119 100%	ס"ה

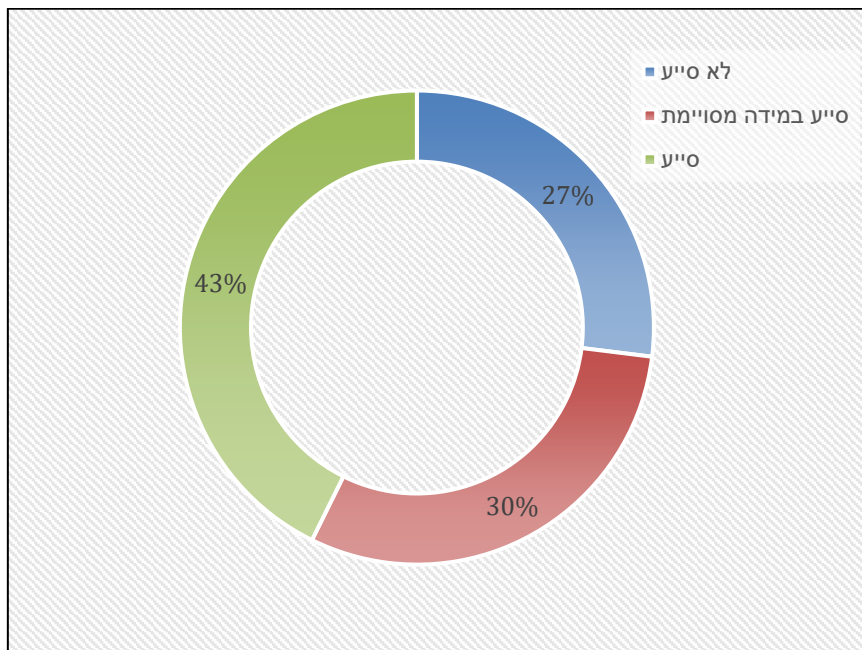
מקור: סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

מבחינת תרומת מענק הסיוע, בקרב המשיבות שקיבלו מענק, 43% דיווחו כי הסיוע תרם לפעילות העסקית במידה רבה או רבה מאוד; 30% דיווחו כי הסיוע תרם במידה מסוימת; ואילו 27% דיווחו כי הסיוע תרם במידה מועטה או לא סיוע כלל.

באשר לקריטריונים לקבלת מענק, אחת ממשיבות הסקר התייחסה לכך בשאלה פתוחה וציינה את הבעייתיות שבחישוב הזכאות למענק על בסיס השינויים בהכנסה ברוטו של העסק בזמן המשבר, להבדיל מבחינת רמת הרווחיות, וזאת בשל עלייה בהוצאות העסק בתקופת המשבר:

”אם הרשויות היו מתייחסות לפקטור הרווחיות ולא רק להכנסה ברוטו, היו מבינים שלמרות שהברוטו עלה, הרווחיות ירדה עקב מכירת מוצרים אונליין, כלומר עלויות תפעול גבוהות יותר”.<sup>33</sup>

**תרשים 9: תרומת המענק בתקופת הקורונה ו/או במלחמת ה-7 באוקטובר לפעילות העסק**



**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

בחינה לפי תקופת פתיחת העסק מצביעה על הבדלים בנגישות למענקים בין עסקים ותיקים לעסקים חדשים. בקרב עסקים שנפתחו עד 2017, כמחצית (49%) מבעלות העסקים קיבלו סיוע, לעומת כרבע בלבד בקרב עסקים שנפתחו בתקופת הקורונה ולאחריה. עם זאת, כאשר התקבל הסיוע, לא נמצא הבדל בדיווח על תרומתו בין בעלות עסקים ותיקים לבין בעלות עסקים חדשים.

**סיוע מהעמותה להעצמה כלכלית לנשים**

המשיבות במחקר הן בוגרות קורסים של העמותה להעצמה כלכלית לנשים, אשר נחשפו לאורך זמן לפעילותה ולשירותיה. אף על פי כן, בתקופת המשבר רק חלק מהמשיבות נעזרו בעמותה בפועל (39% מכלל המשיבות). הקבוצה הגדולה ביותר מתוכן נעזרה בהרצאות או חומרים כתובים (54%) ובפורומים קבוצתיים (33%), ואילו הפנייה לייעוץ אישי דווחה בשיעור נמוך יותר (13%).

<sup>33</sup> תשובה לשאלה פתוחה בסקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

חלק מבעלות העסקים שהשתתפו בתוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים או השתתפו בייעוץ שהציעו מנחות העמותה, ניצלו את תקופות המשבר על מנת להשקיע בפיתוח עסקי ולערוך שינויים קבועים בעסק. כך למשל סיפרה בראיון אחת ממנחות תוכניות העמותה:

*"יש כאלה שראיתי שניצלו את התקופה הזו [הקורונה] לשפר את המקצועיות שלהן, כאלו למדו עוד קורסים ועוד תעודות ובדקו עוד כיוונים, ויש כאלה שדווקא בדקו איך אפשר לצמצם הוצאות. גם בתקופת המלחמה [הנשים] ידעו שזה המציאות החדשה שלנו, ואז התחילו להמציא את הגלגל ולמצוא עוד כיוונים... כך יצאו דברים מאוד טובים, כאשר מתוך המשברים, הן דווקא צמחו".<sup>34</sup>*

אחת מעובדות העמותה ציינה במיוחד את הסיוע שהעניקה העמותה לנשים בעלות העסקים בקבלת המענק שהגיע להן בתקופות המשבר:

*"אתגר נוסף היה איך לקבל מענקים מהמדינה. עשינו הרצאות על זה בזום והמנחות עשו יעוצים פרטיים כדי לעזור בבירוקרטיה".<sup>35</sup>*

#### ד.5. סוגי הקשיים שחוו בעלות העסקים

המשיבות התבקשו לדרג את רמת הקושי שחוו בתחומים שונים של חייהן במהלך תקופות המשבר. רמת הקושי נמדדה בסולם של 1 עד 5, כאשר 1 מסמן נשים שכלל לא חוו קושי ו-5 מסמן חוויית קושי רבה. לצורך ההשוואה בין התקופות, חושבו ממוצעי הדירוגים בכל תחום. מן הנתונים עולה כי בכל התחומים שנבחנו נרשמה עלייה ברמת הקושי הממוצעת בתקופת המלחמה לעומת תקופת הקורונה.

מבין התחומים שנבחנו, הקושי הרגשי הוא הגבוה ביותר בשתי התקופות. בתקופת הקורונה עמד ממוצע הקושי הרגשי על 2.38 והוא עלה ל-2.84 בתקופת המלחמה. ממצא זה משתלב עם ממצאי הראיונות, שבהם עלו קשיים רגשיים וצורך בתמיכה נפשית, ובפרט תחושות של חרדה ואי-ודאות בתקופת המלחמה.

בראיונות עלו גם הבדלים בדפוסי ההתמודדות בין התקופות השונות ובין נשים מקבוצות שונות, לצד עדויות לכך שגם מנחות העמותה עצמן נדרשו להתמודד עם עומסים רגשיים ותפעוליים בתקופה זו. כך ציינה למשל אחת מעובדות צוות העמותה להעצמה כלכלית בראיון עם צוות המחקר:

*"בקורונה היה חוסר ברירה, כולם ידעו שהעסקים נסגרו. במלחמה הייתה תחושה שיש גם בחירה אישית, האם אני באופן אישי מסוגלת להמשיך, האם צריכה לסגור כדי להיות עם הילדים, או מפונה. במלחמה הסיפור של יהודיות וערביות היה שונה. לערביות היה*

<sup>34</sup> ראיון עם צוות מנחות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 23.3.2025.

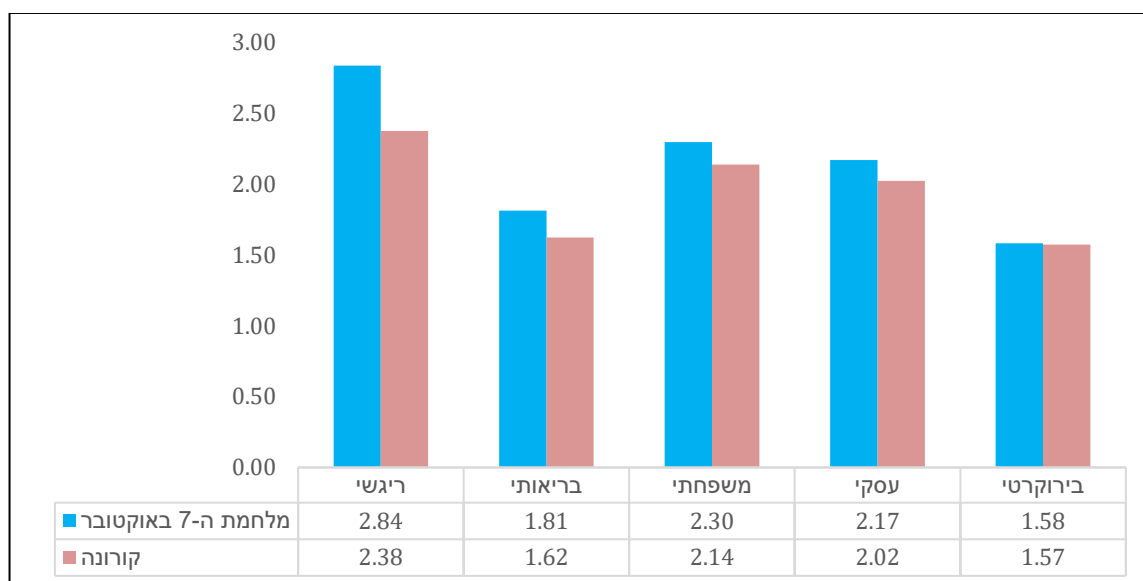
<sup>35</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.

קשה יותר לומר שצריכות עזרה. אצל היהודיות כל שיחה התחילה באמירה על הקושי והצורך בסיוע".<sup>36</sup>

על ההבדלים בין התנהלות בעלות העסקים היהודיות והערביות בתקופת המלחמה, ציינה עובדת אחרת כי:

"אצל הערביות היה סוג של בושה לשדר עסקים כרגיל, כאשר אנשים נהרגים ואין להם אוכל. הרבה נשים לא העלו תוכן לאינסטגרם, לא שיווקו בכלל. אמרו: 'לא נשווק עד שתהיה הפסקת אש'".<sup>37</sup>

**תרשים 10: ממוצע רמת הקושי המדווחת, לפי תחום ותקופת המשבר**



**הערה:** החישוב מבוסס על משיבות שדיווחו כי היה להן עסק פעיל בתקופת המשבר.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

#### ד.6. צרכים שעלו והשלכות למדיניות

בבחינת סוגי הסיוע שהיו עשויים לסייע בתקופת המשבר, למעלה משליש מהמשיבות ציינו כי לא נגרם להן נזק ולא היה להן צורך בסיוע (37.3%). מבין המשיבות שדיווחו על צורך בסיוע, השכיח ביותר שצוין, מעבר לצורך בסיוע כלכלי, היה תמיכה רגשית וקהילתית (22.4%). צרכים נוספים שעלו בשיעורים דומים יחסית כללו ליווי מקצועי בתחום המכירות (13.2%), מידע על הלוואות ומענקים (12.3%), וליווי אישי או מנטורינג (10.1%). לעומת זאת, סיוע בניהול פיננסי צוין בשיעור נמוך יחסית (3.9%).

<sup>36</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.  
<sup>37</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.

הצורך בתמיכה רגשית וקהילתית בלט במיוחד בתקופת המלחמה. בראיונות עם צוות העמותה בלטה ההשפעה של המלחמה על היכולת הרגשית והאישית לתפעל עסק, ועל תרומתו של סיוע רגשי וקהילתי להמשך הפעילות העסקית:

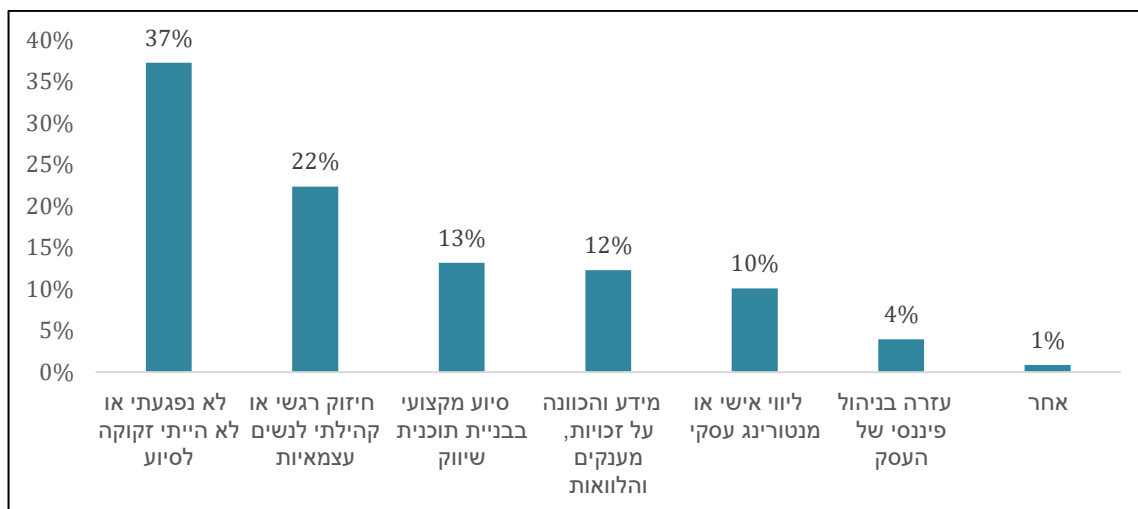
*"להבדיל מהקורונה, [בתקופת המלחמה] הרבה נשים ביקשו העצמה כי המורל האישי היה נמוך. המצב הנפשי היה על הפנים, פוליטית ומורלית. הן היו צריכות להיאחז במשהו כדי לעשות למען עצמן. זה הביא אותן לקורסים [של העמותה], שם הנשים ביקשו עזרה לעמוד על הרגליים ולתפעל את העסק שלהן".<sup>38</sup>*

על הצורך בתמיכה קהילתית ביצירת רישות עסקי (נטוורקינג) בין בעלות עסקים, כמו גם בסיוע עסקי בפיתוח פלטפורמות דיגיטליות, עמדה אחת ממשיבות הסקר בשאלה הפתוחה, וציינה כי:

*"הייתי שמחה בסיוע בהקמת אתר אינטרנט וגם אני חושבת שחיזוק של נטוורקינג אמיתי טוב ומושקע בין בעלי עסקים".<sup>39</sup>*

משיבה נוספת ציינה גם היא את הצורך בקידום מפגשי רישות (נטוורקינג), בדגש על יצירת מפגשים בקרב נשים בקרב אותה קבוצת אוכלוסייה – ובמקרה זה, בקרב נשים חרדיות.<sup>40</sup>

#### תרשים 11: סוגי סיוע רצויים



**הערה:** מספר המשיבות הוא N=228.  
**מקור:** סקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

<sup>38</sup> ראיון עם צוות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 6.3.2025.  
<sup>39</sup> תשובה לשאלה פתוחה בסקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.  
<sup>40</sup> תשובה לשאלה פתוחה בסקר של מרכז אדוה בקרב בוגרות תוכניות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, 2025.

## ה. סיכום והמלצות

מחקר זה בחן את התמודדותן של נשים בעלות עסקים קטנים בישראל עם משברים כלכליים, תוך התמקדות במשבר הקורונה ובמלחמת ה-7 באוקטובר.

המחקר מבוסס על סקר שנערך בקרב נשים שהקימו או מפעילות עסקים קטנים ועברו הכשרה במסגרת תוכניות של העמותה להעצמה כלכלית לנשים. מרבית העסקים שבבעלות המשתתפות בסקר הם עסקים עצמאיים קטנים שאינם מעסיקים עובדים, ונשענים בעיקר על מימון עצמי. התחומים הבולטים שבהם פועלים עסקים אלו הם טיפוח, קוסמטיקה ויופי; מזון, בישול וקייטרינג; וכן הדרכה, אימון אישי וסדנאות – תחומים הנוטים להיפגע במיוחד בתקופות של משבר.

הספרות הבינלאומית מצביעה על פגיעות גבוהה במיוחד של עסקים בבעלות נשים בעתות משבר. בין הגורמים המרכזיים לכך ניתן למנות ריכוז בענפים פגיעים, גישה מוגבלת לאשראי, הסתמכות רבה על חסכוניות אישיים, עומס מוגבר של אחריות משפחתית בתקופות חירום, וכן רשתות עסקיות מצומצמות יחסית. עם זאת, בניגוד למחקרים בינלאומיים המספקים נתונים על עסקים בפילוח מגדרי, בישראל לא נאספים נתונים שיטתיים על עסקים קטנים בבעלות נשים, דבר המקשה על בחינת היקף הפגיעה בעסקים בבעלות נשים ועל עיצוב מדיניות סיוע מבוססת נתונים.

ממצאי הסקר שבוצע במסגרת מחקר זה מלמדים כי בתקופות המשברים כלכליים שהתרחשו בישראל בעקבות הקורונה ומלחמת ה-7 באוקטובר, חוו מרבית בעלות העסקים פגיעה ניכרת בהכנסות, ובחלק מהמקרים אף הפסקה מוחלטת של פעילות העסק. רבות מהמשתתפות נאלצו לצמצם את פעילות העסק, בעיקר כאשר הפעילות התבססה על מפגש ישיר עם לקוחות. לצד הפגיעה הכלכלית, תיארו הנשים גם תחושת אי-ודאות מתמשכת, קושי בתכנון עתידי ושחיקה נפשית הנובעת מהשילוב בין אחריות עסקית לאחריות משפחתית בתקופות חירום.

הסקר עמד גם על אסטרטגיות הסתגלות שאימצו חלק מבעלות העסקים במטרה לשמור על פעילות העסק. בין האסטרטגיות הבולטות שעלו: מעבר לפעילות מקוונת, התאמת מוצרים ושירותים לצרכים חדשים, וגיוון קהלי יעד. עם זאת, מהמחקר עולה כי רק כמחצית מבעלות העסקים הצליחו לבצע התאמות מסוג זה, בין היתר משום שמדובר במהלכים הדורשים משאבים כלכליים וכן ידע מקצועי, ייעוץ ותמיכה- משאבים שלא תמיד עמדו לרשותן.

הממצאים מצביעים גם על כך שהנגישות לסיוע ממשלתי הייתה מוגבלת עבור חלק ניכר מן המשתתפות, זאת בין היתר בשל בירוקרטיה מורכבת, קריטריונים שאינם מותאמים לעסקים זעירים, או מחוסר מידע. מהסקר שבוצע במסגרת מחקר זה עולה כי כ-42%-43% מהנשים שעסקיהן נפגעו במהלך משבר הקורונה או בתקופת מלחמת ה-7 באוקטובר לא הגישו בקשה למענק או שרצו להגיש אך לא ידעו כיצד, ועוד 5%-6% הגישו בקשה אך לא קיבלו את המענק. לדברי מנחות העמותה להעצמה כלכלית לנשים, היה ביקוש רב לסיוע שהציעה העמותה בתהליך הגשת הבקשות למענקים, אך מהסקר עולה כי נשים רבות לא היו מודעות לאפשרות זו.

תרומתו המרכזית של מחקר זה היא בהצגת חוויית ההתמודדות של נשים בעלות עסקים קטנים בתקופות משבר. הממצאים מצביעים על כך שהיכולת של נשים אלו להתמודד עם תקופות משבר

אינה תלויה רק בגורמים כלכליים, אלא גם במשאבים חברתיים ובתמיכה מוסדית. בכך מרחיב המחקר את ההבנה של פגיעותן הייחודית של בעלות עסקים קטנים ומדגיש את חשיבותם של מנגנוני תמיכה מותאמים מגדרית.

בסיכומו של דבר, ממצאי המחקר מצביעים על כך שנשים בעלות עסקים קטנים בישראל פועלות במסגרת עסקית הפגיעה במיוחד בעת משבר. שילוב של פערים מגדריים מבניים, מאפייניהם של עסקים זעירים ומדיניות סיוע שאינה מותאמת במלואה לצרכים – מעצימים את פגיעותן. כפי שכתבה אחת ממשבות הסקר בשאלה הפתוחה המסכמת שעסקה בקשיים של נשים בניהול עסק קטן בתקופות של משבר: "לצערי, ההתמודדויות הן אינסופיות".

**לאור ממצאי המחקר, ועל מנת לסייע לנשים בעלות עסקים קטנים להתמודד עם תקופות משבר, מומלץ לפעול בכיוונים הבאים:**

### **1. שיפור מערך הנתונים של עסקים קטנים בפילוח מגדרי**

יש לאסוף ולפרסם נתונים שיטתיים על עסקים קטנים בפילוח מגדרי, לרבות לפי גודל העסק, ענף פעילות והכנסות. בתוך כך, ובהתאם להמלצות שנכללו בדוח מבקר המדינה מיוני 2025, על רשויות המדינה לשפר את העברת המידע השוטף על מצבם של עסקים קטנים מרשות המיסים לסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים. בנוסף, יש ליצור מאגר מידע מאוחד שיאפשר לסוכנות לגבש צעדי מדיניות מבוססי נתונים לסיוע לעסקים קטנים, במיוחד בתקופות משבר.

### **2. פיתוח מנגנון פיצוי מהיר למצבי חירום**

יש לקדם מנגנון פיצוי מהיר למצבי חירום, המבוסס על נתוני הכנסות ורווחים, על מנת להבטיח העברת סיוע מספק ומהיר לבעלי ובעלות עסקים קטנים שנפגעו, וכן להפחית את אי-הוודאות הרבה המאפיינת תקופות אלו.

### **3. התאמת תנאי הזכאות למענקים לעסקים קטנים**

יש להתאים את תנאי זכאות למענקים ממשלתיים הניתנים בתקופות של משבר כך שיתאימו לעסקים בעלי מחזור נמוך שאינם מעסיקים עובדים. בפרט, יש לבחון אפשרות למתן פיצוי גם על בסיס רווחים ולא רק על בסיס מחזור הכנסות, וזאת מתוך הבנה כי תקופות המשבר חל לעיתים גידול בהוצאות הנדרשות לשם המשך הפעילות העסקית, כגון מעבר לפעילות דיגיטלית או מערכי משלוחים. בנוסף, יש להבטיח כי מנגנוני הסיוע ייבחנו גם בהיבט מגדרי, תוך קביעת מדדים לבחינת שיעור מיצוי הסיוע בקרב עסקים בבעלות נשים.

### **4. הרחבת הסיוע למסחר מקוון ושיווק דיגיטלי**

כדי לעודד פיתוח עסקי של נשים בעלות עסקים קטנים, ובמיוחד בתקופות משבר, יש לפעול להרחבת מנגנוני סיוע, סבסוד והכשרה בתחומי המסחר המקוון, השיווק הדיגיטלי וניהול פלטפורמות מכירה מקוונות. סיוע זה צריך להינתן באופן רחב באמצעות גורם מדינתי – כגון הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים. בנוסף, יש להפנות סיוע זה במיוחד לנשים בעלות עסקים

קטנים אשר נפגעו כלכלית בתקופות משבר, באמצעות קמפיין ציבורי ופנייה יזומה שתבטיח שיעורי מיצוי גבוהים.

#### **5. חיזוק רשתות מקצועיות ושיתופי פעולה עסקיים**

על מנת לחזק את היכולות העסקיות של נשים בעלות עסקים קטנים, יש לפעול לפיתוח מסגרות רישות עסקי (Networking) בין בעלות ובעלי עסקים קטנים הפועלים באותו תחום פעילות או באותו אזור גיאוגרפי. מסגרות אלו יכולות לתרום להרחבת הזדמנויות עסקיות, לשיתופי פעולה מקצועיים ולהנגשת ידע ומשאבים.

ממצאי המחקר מצביעים על כך שעסקים קטנים בבעלות נשים מהווים חלק משמעותי מן המארג הכלכלי והחברתי בישראל, אך הם פגיעים יותר בעיתות של משבר. לנוכח תרומתם של עסקים אלה לתעסוקה, לפרנסה ולחיזוק חוסן הכלכלי של משפחות וקהילות, יש חשיבות רבה בפיתוח מדיניות ציבורית המזהה את מאפייניהם הייחודיים ומספקת להם מענים מותאמים. חיזוק מנגנוני התמיכה בעסקים קטנים בבעלות נשים – באמצעות הנגשת מידע, התאמת כלי הסיוע והרחבת תשתיות ההכשרה והליווי העסקי – עשוי לא רק לסייע בהתמודדות עם משברים עתידיים, אלא גם לתרום לחיזוק הכלכלה המקומית ולקידום שוויון הזדמנויות בשוק העבודה.