



תפיסות, עמדות ואופן קבלת החלטות של לקוחות בשוק הסיעוד המעורב

ענבל אבו

עבודת מחקר לקבלת תואר מוסמך
בית הספר לניהול, המחלקה למנהל עסקים

סקירת ספרות - שווקים מעורבים

● שווקים מעורבים מכילים ארגונים ממגזרים שונים המתחרים בניהם הן על קבלת חוזים ממשלתיים להספקת שירותים והן על גיוס לקוחות.

● חוקרים רבים טוענים כי **מלכ"רים** הנתקלים בתחרות גוברת והולכת, בייחוד מארגונים למטרות רווח הפועלים באותן הסביבות עם לקוחות בעלי צרכים דומים, **הולכים ונהיים דומים לארגונים למטרות רווח ומפתחים אסטרטגיות דומות** (Reif, 1980; Salvatore, 1985; Bargthold et al, 1988; Ben-Ner, 2002)

● חוקרים אחרים טוענים כי ישנם מספר **מאפיינים המבדילים** המקנים יתרונות שונים לכל אחד מהארגונים.



תפיסת הלקוחות בשוק הסיעוד המעורב:

א-סימטריה במידע

● שוק הסיעוד כשוק מעורב המכיל א-סימטריה במידע – הלקוח לא יכול להעריך במדויק מה הוא מקבל עבור כספו (Ben-Ner, 2002).

● תפיסת הלקוחות הינה:

- לארגונים עסקיים יש מניע והזדמנות לנצל לקוחות ולספק פחות שירות מזה שמגיע להם.

- למלכ"רים יש פחות מוטיבציה לכך מעצם האילוץ המונע מהם לחלק רווחים ומהמטרות האלטרואיסטיות העומדות

מאחורי המלכ"רים (שמיד 1998; Rose- Ackerman, 1996; Weisbrod, 1989).

● בהתאם לכך, הטענה היא כי הלקוח יבחר לקבל את השירות ממלכ"ר כיוון שהוא מאמין שאיכות השירות המסופק על-ידי ארגון מסוג זה, גבוהה יותר מזו של ארגון עסקי. (שמיד, 1998; לוסקי וגבעון, 2005).



שאלות המחקר

- **תהליך קבלת השירות:** מהו התהליך בעקבותיו הוחל שימוש בשירותי סיעוד?
- **התנהגות:** מהו אופן קבלת ההחלטה לגבי הארגון העתיד לספק לנשאל שירותי סיעוד ומה המניעים להחלטתו?
- **מודעות:** מהי מידת ההכרות של הנשאל עם ארגונים מסוג מלכ"ר וארגונים עסקיים בכלל ובשוק הסיעוד בפרט?
- **עמדות:** מהן עמדותיהם של הנשאלים לגבי מלכ"רים ולגבי ארגונים עסקיים המספקים שירותי סיעוד?
- **בחירה:** איך, אם בכלל, משפיעות עמדות הלקוח על בחירתו בספק שירותי סיעוד מסוג זה או אחר?



שיטה

● מחקר איכותני המתבסס על ניתוח ראיונות אישיים חצי מובנים.

● במחקר רואיינו 13 תומכים בלתי פורמאליים* של 14 קשישים אשר בחרו ארגון המספק שירותי סיעוד בטווח זמן שלא עולה על 3 חודשים מרגע הראיון (הראיונות בוצעו בין החודשים מאי-יולי 2006)

● שיטת הדגימה - מדגם נוחות מתוך כלל המקרים אשר אושרו לגמלת סיעוד בטווח זמן של כשלושה חודשים בסניף ביטוח לאומי בבאר-שבע, זאת בכפוף לקבלת הסכמה להתראיין

* התומך הבלתי פורמאלי הינו הגורם אשר פנה לביטוח לאומי ורשום כאיש הקשר של הקשיש והוא זה אשר מקבל את ההחלטה בהתייחס לספק השירות העתידי.



ממצאים – מאפייני השירות

והמרואיינים

6	מלכ"ר	אופי הארגון מספק השירות
8	ארגון עסקי	
2	עדיין לא מקבל שירותי סיעוד	תקופת קבלת "שירותי טרום סיעוד"
9	כשבוע	*בתקופה זו הארגון מספק שירותים לפני קבלת אישור מביטוח לאומי ואינו מקבל תשלום על כך
2	כשבועיים	
1	כחודש	
1	בן זוג	קשר המרואיין לקשיש המטופל
9	צאצא מקרבה ראשונה	
2	אחר (שכן ומתנדבת)	



ממצאים – תהליך קבלת השירות

4	אירוע טראומתי	התהליך שהוביל לשימוש בשירותי סיעוד
5	התדרדרות במצב הבריאות	
5	הפצרה	
9	מסגרת חברתית	חשיפה ראשונית לארגון
2	היכרות מוקדמת	
2	גורם פורמאלי	
1	איש מקצוע שאינו גורם פורמאלי	
6	חברים	גורם שיצר קשר ראשוני עם הארגון
3	מרואיין	
2	גורם פורמאלי	
3	איש מקצוע שאינו גורם פורמאלי	
4	מרואיין	טיפול בטפסים פורמאליים
10	נציג הארגון	



ממצאים – מודעות

2	לא מכיר	היכרות עם המושג מלכ"ר/ עמותה/ חברה לתועלת הציבור / מוסד ללא כוונת רווח
5	מכיר ולא סיפק דוגמא לארגון	
6	מכיר ונתן דוגמא	
11	לא יודע	מודעות לסוג הארגון שנבחר לספק שירותי סיעוד
2	ניחש וטעה	
7	לא מכיר	הכרות עם ארגוני אספקת שירותי סיעוד
2	יודע כי יש נוספים אולם לא מכיר שמות ארגונים	
4	מכיר ארגונים נוספים ונקב בשמותיהם	
13	לא מכיר	היכרות עם מלכ"רים בתחום הסיעוד



ממצאים – עמדות ותפיסות

מהי המשמעות של מלכ"רים ועסקים, איך מתבטא ייחודם (אם קיים כזה) והאם אופי כזה של ארגון מסמל משהו.

7 מרואיינים הציגו עמדה חיובית כלפי מלכ"רים

"... (בעמותה) לא רודפים אחרי רווח וכסף", "עסק נשמע יותר מסחרה", " (בעמותה) כיון שאין תשלום מעיד על כוונות טהורות", "(בארגון עסקי) תכלס כסף, נשמע יותר מסחרי", "מטרות שונות – המטרה לעזור לאחר (במלכ"ר) לעומת המטרה להרוויח (בארגון עסקי)", "עמותה נותנת יותר - בעסק רוצה יותר רווחים"

5 מרואיינים הציגו עמדה שלילית כלפי מלכ"רים

"ארגון עסקי מצפה לרווח, אפשר להתלונן", "(ארגון עסקי) מונע מתועלת רווח, מקצועי, אכפתי, חרוץ", "(ארגון עסקי) צריך להרוויח, חושב לתת ללקוחות שלו מה שצריך אחרת הלקוח הולך", "עסק מקצועי יותר, אכפתי יותר מכיוון שמונע מתועלת רווח", "עסק עובד יותר טוב כי צריך להרוויח,"



ממצאים – עמדות ותפיסות

2 מרואיינות הביעו חוסר אמון בעמותות

**לא מאמינה שהם (עמותות) באמת ללא מטרות רווח",
"לא מאמינה בעמותות, לא מאמינה ברצון הטוב שלהם
האנשים שעובדים שם הינם אנשי קש", "לא מאמינה
בעמותות וביכולתן לשרוד".**



ממצאים –

השפעת העמדות והתפיסות על בחירת הארגון

כמעט כל המרואיינים ציינו כי לא לקחו בחשבון את סוג הארגון, 2 מרואיינים ציינו כי לא ידעו שיש מלכ"רים בתחום.

"לא, אני לא לקחתי בחשבון, זה לא קריטריון מבחינתי".
"לא – לא בחנתי האם מדובר בעסק או מלכ"ר, לא חשבתי שיש מלכ"ר בתחום", "לא הייתה מחשבה מלכתחילה – אלא רק עכשיו", "לא חשבתי על זה",
"הנושא לא עלה – לא ידענו שקיים מלכ"ר מה שחשוב זה הטיפול"



ממצאים – השפעת העמדות והתפיסות על סוג הארגון המתאים לאספקת שירותי סיעוד

● 5 מהמראיינים בחרו בארגון עסקי כמתאים יותר לספק שירותי סיעוד.

● מבין החמישה שני מראיינים משתמשים בפועל במלכ"ר לאספקת שירותי סיעוד.

" (בארגון עסקי) יש יותר אינטרס, רוצה לשמור על הלקוח כי חייב להרוויח ולהציג רווח לבעלים", " (בארגון עסקי) המטפלות חוששות מפיטורין, מתנדבים לא ירצו לשפר עצמם כיון שלא ניתן לפטרם", "הגופים העסקיים מקצועיים, חרוצים ואכפתיים יותר, מלכ"ר לא יעיל", "עסק, חשוב לו לא להפסיד את הלקוחות אז ייתן מטפלת עד שתתאים"



ממצאים – השפעת העמדות והתפיסות על סוג הארגון המתאים לאספקת שירותי סיעוד

7 מהמרווינים בחרו במלכ"ר כמתאים יותר לספק שירותי סיעוד.

מבין השבעה ארבעה משתמשים בפועל בארגון עסקי לאספקת שירותי סיעוד.

"(במלכ"ר) גובים פחות - בעסק המשכורות נמוכות יותר ואין סיבה למטפלת לעבוד", "לזקנים אין הרבה כסף אז אולי עמותה שלא ישלמו הרבה", "(עמותה) נותנת יותר מהלב, יותר סוציאלי, קטן, מצומצם, רגשי", "מתעלת את כל ההכנסות חזרה ללקוח"



דיון

תהליך קבלת השירות – מסגרות תומכות

בספרות

● הסתמכות על ייעוץ של איש מקצוע בבחירת שירותים
בשווקים המכילים א-סימטריה במידע (Billis & Glennerster;)
1998, שמיד 1998)

במחקר

● בחירת ספק נשענת על היכרות אישית של
המסגרות החברתיות עם הארגון

משמעות

● לשביעות רצון הלקוח חשיבות גבוהה ביותר בהגדלת
מאגר הלקוחות הקיים.



דיון

תהליך קבלת השירות – שירותי טרום סיעוד

במחקר

● כל הקשישים המקבלים כבר שירותי סיעוד נהנו משירותי "טרום סיעוד" עוד לפני קבלת אישורי הזכאות מביטוח לאומי.

משמעות

- משמעות ממצא זה הינה כי הארגונים מספקי השירות פיתחו אמצעי שיווק אשר הופך את הלקוח למעין "לקוח שבוי".
- ממצא זה מחזק את הדמיון ההולך וגובר בין שני סוגי הארגונים הקיימים בשוק שירותי הסיעוד



דיון

תפיסות ועמדות

בספרות

- כיוון שלמלכ"ר אין מניע להעלות את הרווח על חשבון האיכות, הוא נתפס כאמין יותר ולכן יבחרו במלכ"ר כמתאים לאספקת השירות. (Rose-Ackerman, 1990).

במחקר

- דווקא חתירה לרווח פורשה על ידי חלק מהמרואיינים כסיגנל למקצועיות, יעילות ומחויבות לשביעות רצון הלקוח, ולכן יבחרו בעסק כמתאים לאספקת השירות.
- עבור חלק מהמרואיינים מלכ"ר שידר דווקא סיגנל לחוסר אמון ושחיתות ולכן לא יבחרו במלכ"ר כמתאים לאספקת השירות.

משמעות

- יש פער בין הטענה שעלתה בספרות המחקרית לבין תפיסת הלקוחות, בשווקים מעורבים כפי שעלתה במחקר הנוכחי.



דיון

מודעות עמדות ובחירה

בספרות

● הלקוח יבחר לקבל את השירות ממלכ"ר מכיוון שהוא מאמין שאיכות השירות המסופק על-ידי ארגון מסוג זה גבוהה יותר. (שמיד, 1998; לוסקי וגבעון, 2005).

במחקר

● כולם הכירו את המושג מלכ"ר אולם אף לא אחד מהמראיינים ידע לאפיין את סוג הארגון ממנו הוא מקבל שירות.

● כמחצית הביעו עמדות חיוביות למלכ"ר והשאר עמדות חיוביות לעסק

משמעות

● מודעות ועמדות הלקוחות לא משפיעות למעשה על בחירת הארגון בפועל.



תודה על ההקשבה

