

אחותי למען נשים בישראל  
עמותת איתך-מَعَكَ, משפטניות למען צדק חברתי  
קואליצית שותפות



# חוברת מידע לעצמאיות



3.0  
מסמכים למען צדק חברתי  
معلومات عن عمل النساء الاجتماعيات  
Women Lawyers for Social Justice







## זמנית יקרה,

עבודתך כעצמאית כרוכה בלא מעט אתגרים, ודורשת ממך זמן וכוחות, ולא פחות חשוב, הרבה סבלנות. אך עם הזמן, תוכלי להתגאות בהקמת עסק משלך, אשר לא רק יניב רווחים, אלא יאפשר לך עצמאות כלכלית!

חוברת זו נועדה לסייע לך הן בתכנון והקמת העסק והן בהתנהלות במהלך העסק, והיא מפרטת את עיקר הצעדים שעליך לנקוט לקראת פתיחת העסק, זכויותיך וחובותיך מול הרשויות, לצד טיפים והנחיות מועילות שיוכלו לעזור לך למנף את העסק.

לנוחיותך, ניתן למצוא בכל פרק הפניה לגורמים המקצועיים איתם מומלץ להתייעץ כדי לפעול בהתאם לחוק ובצורה יעילה אשר שתבטיח את הצלחתך.

אנו מאחלות לך הצלחה רבה ומאמינות ביכולותיך.

---

\* האמור בחוברת זה מהווה מידע כללי בלבד, ואינו מחליף ייעוץ מקצועי בכל אחד מהתחומים המפורטים בה.

הכנת חוברת זו התאפשרה תודות לתמיכה הנדיבה של העם האמריקאי באמצעות מחלקת המדינה של ממשלת ארה"ב. התכנים הם באחריות אחותי למען נשים בישראל, איתך - משפטניות למען צדק חברתי וקואליציית שותפות, ואינם בהכרח משקפים את העמדות של מחלקת המדינה האמריקנית או של ממשלת ארה"ב.

<b>5</b>	<b>א. תכנון והקמת העסק</b>
5	גיבוש רעיון עסקי
5	בדיקת היתכנות
6	תכנון עסקי
6	אסטרטגיה עסקית
7	בניית התוכנית העסקית
8	בניית תוכנית שיווק
8	תכנון פיננסי
9	בחירת שם העסק
9	בחירת סוג העסק והרשמה ברשויות
10	פתיחת תיק במס הכנסה
10	פתיחת תיק ניכויים
11	פתיחת תיק ורישום כעצמאית במוסד לביטוח לאומי
11	קבלת רישיון עסק
11	פתיחת חשבון בנק עסקי
<b>12</b>	<b>ב. ניהול וקידום העסק</b>
12	שיווק
12	כיצד מתבצע התכנון השיווקי?
12	פרסום
13	כיצד ניתן לשווק את העסק שלך בחינם
14	מכירות
17	אפשרויות להגיש הצעות למכרזים לרכש ציבורי
19	דיווחים ותשלומים לרשויות
<b>24</b>	<b>ג. זכויות וקצבאות</b>
24	פנסיה חובה
24	זכאות לקצבאות מהביטוח לאומי
<b>25</b>	<b>ד. סגירת עסק</b>
<b>26</b>	<b>ה. רשימת מקורות</b>



# תכנון והקמת העסק

את רוצה לפתוח עסק - איך להתחיל?

## גיבוש רעיון עסקי

על מנת לבחור בין רעיונות עסקיים, עליך לבחון מה את אוהבת, עם איזה רעיון את מתחברת יותר, במה את נהנית לעסוק, מה מתאים ליכולות ולכישרונות שלך, האם הרעיון ניתן לביצוע? אחרי כן יש לבדוק איך אפשר לייצר הכנסה. חשוב שהמוצר או השירות שאת מפתחת יתאימו למערכת הערכים שלך, כך שלא תהיה התנגשות בין ערכים בגלל סדר העדיפויות האישי או העסקי.

## בדיקת היתכנות

אחרי שיש לך רעיון עסקי מגובש חשוב לבדוק את תגובת השוק לגביו - האם זה מוצר או שירות דרוש? האם יהיו לו קונים? האם לקוחות פוטנציאליים יאהבו את המוצר או ייהנו מהשירות? לפני שאת מחליטה על פתיחת עסק חשוב לעשות תכנון והכנה לעסק, ולוודא שיש לך יכולות ניהוליות, תפעוליות ופיננסיות. במסגרת בדיקת ההיתכנות אנו ממליצות לך לבדוק שיש לך:

### ואלה הצעדים המומלצים:

- לערוך מיפוי ומחקר שוק
- לזהות מי יהיו הלקוחות של העסק
- לבדוק פתרונות/עסקים דומים קיימים, מה היתרונות והחסרונות שלהם? מה אני יכולה להציע שהם לא?
- לבנות מודל עסקי בסיסי
- לתכנן את זמן ועלויות פיתוח העסק למצוא מקורות מימון



למידע נוסף על כל שלב תוכלי לפנות לאתר המעוף -  
מערך השטח של הסוכנות לעסקים קטנים, בכתובת: [www.maof.co.il](http://www.maof.co.il)

## תכנון עסקי

התכנון העסקי כולל קביעת חזון, אסטרטגיה עסקית, טקטיקה ונהלים:



### חזון

תכנון על, המגדיר במשפט או שניים את ההגשמה האידאולוגית מבחינה עסקית, ומתווה כיוון-על למיזם שלך.

החזון בנוי משלושה מרכיבים:

**ערכי הליבה של העסק** מגדירים את מהות המוצר/השירות, את מהות הפעילות בעסק ואת התנהגות בעלת העסק, העובדות והלקוחות.

**מטרת העל** של העסק משמעה התועלת שהמוצר/השירות אמורים לתת.

**הגדרת הטקטיקה** למימוש החזון כוללת את האמצעים שתשתמשי בהם להגשמת החזון.



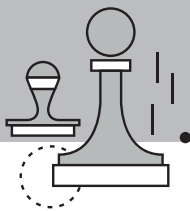
### אסטרטגיה עסקית<sup>1</sup>

הדרך המרכזית להשגת החזון.

**טקטיקה** - פעולה או פרויקט מוגבל בזמן, במסגרת האסטרטגיה הנבחרת.

**נהלים** - הכללים הפנימיים של העסק היוצרים אחידות בפני לקוחות. נוהל צריך להיות:

1 מעוף - מערך השטח של הסוכנות לעסקים קטנים - <http://www.maof.co.il>



## בניית התוכנית העסקית

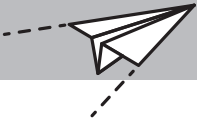
תוכנית עסקית נדרשת לקראת פתיחת עסק, או במהלך פעילות העסק, כאשר צפוי בעסק שינוי משמעותי בפעילות. התוכנית העסקית מהווה עבורך תוכנית עבודה שנתית, ומאפשרת לך לבדוק חלופות שונות, להעריך את התוצאות ולפי כך לבחור את החלופה המתאימה. בנוסף, התוכנית העסקית יכולה לסייע לך בפניה לגורמים שונים לגיוס הון, כגון בנק או משקיעים, ולשותפים פוטנציאליים.

לתוכנית העסקית יש מבנה מקובל שאנו ממליצות לך לשמור עליו, המפרט את הנתונים המהותיים ומאפשר קריאה קלה ומהירה:

- דף שער המכיל פרטים אלה: שם המיזם, שנת ההגשה, שם אשת הקשר ופרטי ההתקשרות. במידה והתוכנית מוגשת לגורם חיצוני, כדאי לעצב את עמוד השער.
- תוכן עניינים.
- "תקציר מנהלים", עמוד אחד, תמציתי מאוד ומעניין, שיכלול פרטים בסיסיים על המיזם. זכרי, זהו החלק הנקרא ביותר על ידי גורמים חיצוניים כגון משקיעים ושותפים פוטנציאליים, בנק וכו'.
- חזון המיזם.
- תיאור העסק, שיכלול פרטים בסיסיים של העסק, כגון שם, כתובת, אישורים מיוחדים וכו'.
- תיאור המוצרים והשירותים.
- לוגיסטיקה, חלק אשר יכול את הרכוש וכוח האדם הנדרש לעסק.
- תיאור השוק: היקפי פעילות בענף - כמה כסף, לקוחות ועסקים ישנם בתחום בו אני רוצה לפתוח עסק? מיהם השחקנים הקיימים בענף ונתח השוק שהם תופסים, מיהם לקוחותיהם, כיצד הם מתמחרים את המוצר/השירות, מה יתרונותיהם וחסרונותיהם? האם יש חסמי כניסה למיזמים חדשים, מידת ואופן התחרות בתחום.
- SWOT: החוזקות, החולשות, ההזדמנויות והאיומים על העסק שלי.

פנימי	חיצוני
<p><b>חוזקות (Strength) S</b></p> <p>יתרונות של המיזם. לדוגמא: כוח אדם, ציוד, טכנולוגיה, ידע.</p>	<p><b>הזדמנויות (Opportunities) O</b></p> <p>האפשרויות וההזדמנויות חדשות בסביבה. לדוגמא: שינוי טכנולוגי, שינוי חקיקה, אירועים פוליטיים/כלכליים.</p>
<p><b>חולשות (Weakness) W</b></p> <p>מגבלות פנימיות של המיזם. לדוגמא: היעדר הון כלכלי.</p>	<p><b>איומים (Threats) T</b></p> <p>הסכנות והאיומים בסביבה. לדוגמא: מתחרים, נתונים כלכליים ותרבותיים של הלקוחות הפוטנציאליים.</p>

- הנהלת המיזם, לרבות מידע קצר על כל מי שמעורב/ת בניהול והובלה.
- תקציב ותחזיות פיננסיות.
- סיכום.
- נספחים- הניירת הנוספת שמצרפים על מנת להבהיר נתונים, להוסיף נקודת מבט וכו'.



## בניית תכנית שיווק

שיווק הנו כלי מרכזי להשגת מטרותיו העסקיות של עסקך וליצירת הכנסות. תכנית השיווק נבנית במספר צמתים בחיי העסק, ולראשונה לפני הקמת העסק, כחלק משלב התכנון, והיא כוללת:

- הגדרת מטרות ויעדים שיווקיים
- הגדרת סדר העדיפות לביצוע הפעילות השיווקית
- הגדרת משאבים ומלאי ובדיקת התכנית מול גורמי הלוגיסטיקה בעסק
- הגדרת שינויי מחירים במסגרת מבצעים והנחות
- בדיקת מערך ההפצה של אמצעי השיווק השונים
- הגדרת התקשורת השיווקית ופעילות קידום המכירות הנדרשת
- הגדרת תקציב השיווק
- בניית תכנית עבודה הכוללת לוח זמנים, נקודות בקרה ותחומי אחריות לאנשים רלוונטיים
- שיתוף אנשים רלוונטיים בתוכנית והתייעצות מקצועית
- בקרה ועדכונים

## תכנון פיננסי

לפני שאת מקימה עסק, עליך לברר:

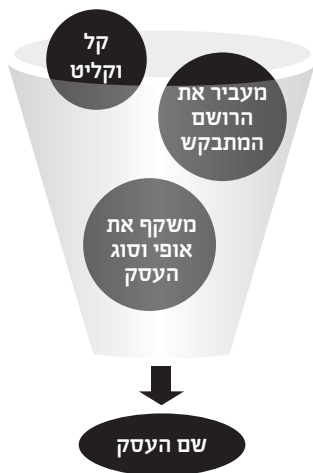
- הסכום הנדרש להקמת עסק (עלויות רכישת ציוד, רישום עסק, השקה, שיווק וכו')
- הסכום הנדרש להרצת העסק
- הסכום הנדרש לגישור על פערי התשלום (הפער בין מועד התשלומים שאת נדרשת לשלם, למועד התשלום על המוצר/השירות מצד הלקוחות)



זכרי, חשוב לשמור על  
"נקודת איזון" -  
הנקודה בה הכנסותיך  
אמורות לפחות לכסות את  
ההוצאות הקבועות.







## בחירת שם העסק

מזל טוב! נולד לך עסק חדש, עכשיו צריך לחשוב כיצד לקרוא לו? לאחר בחירת השם, בדקי בגוגל איזה תוצאות מעלה חיפוש השם, וודאי שזה לא מעלה תוצאות שלא היית רוצה שיהיו קשורות לעסק שלך. כמו-כן, חשוב לבדוק מול רשם החברות שלא קיימת חברה אחרת עם שם זהה - אחרת לא ייתנו לך לרשום את העסק בשם זה. זכרי, השם צריך למתג את העסק שלך, ולאחר שבחרת אותו, יש לעצב אותו גרפית והוא צריך להיות נוכח בכל אמצעי תקשורת והתקשרות עם העסק שלך. למשל, בכרטיס ביקור, בדף פייסבוק ובאתר אינטרנט.

## בחירת סוג העסק והרשמה ברשויות<sup>2</sup>

### < רישום כ"עוסק" במע"מ<sup>3</sup>

ככל שאת עומדת למכור מוצרים/סחורות/נכסים/מקרקעין או לתת שירות כלשהו במסגרת העסק, עליך להירשם כעוסק מורשה/פטור במע"מ. הרישום נעשה במשרד המע"מ הקרוב למקום העסק או הפעילות העסקית, או באמצעות רואה חשבון.

#### מתי?

הרישום חייב להתבצע לא יאוחר מהיום שבו החלה הפעילות העסקית. בתום הליך הרישום תונפק תעודת עוסק זמנית, ובנוסף תשלח אליך תעודת עוסק מקורית מבית הדפוס באמצעות הדואר.

כמו-כן, בתום הליך הרישום תקבלי הסבר אם עליך לדווח פעם בחודש או פעם בחודשיים (לפי גובה מחזור העסקאות הצפוי), וכן טופס לתשלום המע"מ לדיווח הראשון. את יכולה לקבל קוד משתמש וסיסמה אישית לדיווח ותשלום באמצעות האינטרנט.

#### עוסק פטור

אם העסק שלך יסווג כ"עוסק פטור" את תהיי פטורה מתשלומי והחזרי מע"מ.

#### מיהו "עוסק פטור"?

אם מחזור העסקאות השנתי הצפוי לעסק שלך לא יעלה על התקרה הקבועה בחוק, העומדת נכון ליום 1.1.2017 על סך עסקאות של 98,707 ₪ בשנה (להלן: "התקרה"), העסק שלך יסווג כ"עוסק פטור".

2. ניתן להתייעץ/לקבל שירות של רואה חשבון או יועצ/ת מס, בעת ביצוע פעולות אלה.

3. ראי מדרוך מע"מ של רשות המסים בישראל: <https://taxes.gov.il/Vat/Documents/Guides/GuideNewBusiness.pdf>

## חריג:

קיימים מקצועות ועסקים מסוימים שאינם יכולים להיות "עוסק פטור" גם אם מחזור העסקאות שלהם נמוך מהתקרה, כגון: רופאה, אדריכלית, טכנאית, מנהלת חשבונות, כלכלנית, עורכת דין, מתורגמנית, פסיכולוגית, חברה בע"מ, אגודה שיתופית ועוד.

ככל שמחזור העסקאות השנתי הצפוי לעסק שלך נמוך מהתקרה לעיל, תוכלי לפנות לרשות המסים (ניתן באמצעות הטלפון) או לר"ח או ליועצ/ת מס, על מנת לברר אם העסק שלך הנו בגדר החריגים שמונה החוק.

## כעוסק פטור:

- את פטורה מתשלום מע"מ ומהגשת דו"חות חודשיים.
- את נדרשת להגיש פעם בשנה (עד ה-31 בינואר), הצהרה על מחזור העסקאות שלך בשנה שחלפה.
- עליך להוציא קבלות בגין העסקאות שאת מבצעת ולא חשבוניות מס.
- אינך רשאית לנכות מס תשומות הכלול בחשבוניות המס שהוצאו לך.
- שימי לב, אם סווגת כ"עוסק פטור", אך מחזור העסקאות שלך עלה על התקרה לעיל, עליך לגשת למשרד מע"מ האזורי האחראי על העסק שלך, על מנת לשנות את מעמדך ל"עוסק מורשה".

## < פתיחת תיק במס הכנסה

### מי צריכה לפתוח תיק במס הכנסה?

כל אישה או תאגיד אשר התחילו לעסוק בעסק, מקצוע, או משלח יד, המניבים הכנסות בגין מכירת מוצר או מתן שירות, נדרשים לפתוח תיק במס הכנסה.

### כיצד את פותחת תיק במס הכנסה?

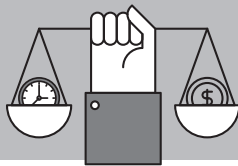
יש להודיע בכתב לפקיד השומה (כלומר פקיד מס הכנסה העוסק בגביית מסים) באזור בו מתנהל העסק. ההודעה תהיה באמצעות מכתב שאת מנסחת, ואשר צריך לכלול פרטים אלה: שם מלא, מספר זהות, כתובת פרטית, מהות העיסוק, כתובת העסק, מספר הטלפון, תאריך פתיחת העסק, שם העסק ומספר עוסק במע"מ. לחילופין, תוכלי להגיע למשרדי מס הכנסה באזור שבו מתנהל העסק שלך, ולמלא טופס מס' 5329 דוח פרטים אישיים והצהרה על מקורות הכנסה, הכולל את הפרטים הדרושים לפתיחת התיק. את פתיחת התיק ניתן גם לבצע באמצעות ר"ח.

## מתי?

לא יאוחר מיום פתיחת העסק או תחילת העיסוק במשלח היד, כלומר תחילת הפעילות המניבה הכנסות.

## < פתיחת תיק ניכויים

במידה ואת מתכוונת להעסיק עובדים או שבעסק שלך משולמים תשלומים אחרים החייבים בניכוי מס במקור (כגון תשלום שכ"ד), עליך לפתוח תיק ניכויים במשרד השומה (התיק נפתח באמצעות טופס פתיחת



תיק עבור עצמאי/תאגיד). רישום תיק ניכויים במוסד לביטוח לאומי יתבצע לאחר מכן באופן אוטומטי על ידי משיכת הנתונים ממש הכנסה. עליך לדווח לפקיד השומה על השכר והתשלומים ולהעביר לפקיד השומה מדי חודש את המס שנוכה במקור, באמצעות הבנק.

## < פתיחת תיק ורישום כעצמאית במוסד לביטוח לאומי

כעצמאית חלה עליך חובה להירשם מיד, אף לפני פתיחת העסק או התחלת העבודה במשלח ידך. לשם כך, את צריכה להגיע לסניף הביטוח הלאומי הקרוב למקום מגוריך ולמלא טופס שנקרא "דין וחשבון רב שנתי".

### \* שימי לב, חברות ותאגידים אינם משלמים עבור ביטוח לאומי.

מיהי עצמאית לעניין חובת התשלום והזכאות לקצבאות?

המוסד לביטוח לאומי רואה בך כ"עובדת עצמאית" אם את נמנית על אחד מאלה:

- את עוסקת במשלח ידך כעצמאית, לפחות 20 שעות שבועיות בממוצע.
- הכנסתך החודשית הממוצעת מעובדתך כעצמאית, גבוהה מ-50% מהשכר הממוצע במשק<sup>5</sup>.
- את עוסקת במשלח ידך כעצמאית 12 שעות בשבוע, והכנסתך מעיסוק זה עולה על 15% מהשכר הממוצע במשק.

אם אינך עונה על אחד התנאים האלה, אינך נחשבת עצמאית ואין צורך לשנות מעמדך בביטוח הלאומי.

## < קבלת רישיון עסק

עסקים מסוימים, כגון מספרות, מכוני יופי ועיסוי ועוד, מוגדרים על פי חוק כ"טעוני רישוי". כלומר, הם זקוקים לרישיון לצורך הפעלתם, אותו מקבלים, על פי רוב, מהרשות המקומית (העירייה) בה הם פועלים.

מטרת החובה בקבלת רישיון עסק בהתאם לחוק הרישוי הינה, בין היתר, לשמור על בריאות הציבור, על בטחונו, בטיחות ואיכות החיים של התושב<sup>6</sup>.

**\* אנו ממליצות לך לפנות לאגף רישוי עסקים ברשות המקומית בה מתקיים העסק, לפני פתיחת העסק, על מנת לברר האם מדובר בעסק שדורש רישוי, ולקבל מידע מוקדם ומסמכי בקשה. ניתן להגיע ליחידה לרישוי עסקים או לפנות דרך אתר האינטרנט שקיים בכל רשות.**

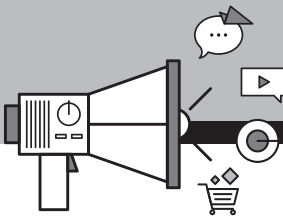
## < פתיחת חשבון בנק עסקי

כדי שתוכלי להתחיל בפעילות, מומלץ לפתוח חשבון בנק עסקי, באמצעותו תנהלי את הפעילות הכספית של העסק, בנפרד מפעילותך הכספית הפרטית. אם העסק שלך רשום כחברה בע"מ, את חייבת לפתוח חשבון בנק עסקי.

<sup>5</sup> השכר הממוצע במשק נכון לינואר, 2017 עומד על 9,543 ש"ח.

<sup>6</sup> ראי חוברת מידע רישוי עסקים של משרד הפנים: [http://www.moin.gov.il/LOCALGOVERNMENT/public/Documents/%D7%A8%D7%99%D7%A9%D7%95%D7%99%D7%A2%D7%A1%D7%A7%D7%99%D7%9D/rishui\\_maida.pdf](http://www.moin.gov.il/LOCALGOVERNMENT/public/Documents/%D7%A8%D7%99%D7%A9%D7%95%D7%99%D7%A2%D7%A1%D7%A7%D7%99%D7%9D/rishui_maida.pdf)

# ניהול וקידום העסק



## שיווק

מטרתו העיקרית של שיווק היא הגדלת הכנסות לעסק שלך, ולכן הוא קודם כל מתמקד בלקוחות, כי הם אלה שצורכים את המוצר, יוצרים ביקוש, וככל שהלקוח יותר מסופק ומרוצה, הוא ימשיך לקנות ויביא לקוחות נוספים.

תמהיל שיווק? כולל את כל הפעילות וההחלטות השיווקיות שנוקט העסק כדי למכור את המוצר, והוא כולל ארבעה מרכיבים שנקראים ארבעת ה-מ"מים:

- **מוצר** - תכונות המוצר והתועלת שהמוצר מעניק ללקוחות;
- **מחיר המוצר** - מהו המחיר ואופן דרכי התשלום;
- **מקום וקהל יעד** - למי את פונה בשיווק ומהם ערוצי ההפצה המתאימים.
- **מכירות** - התקשורת השיווקית והפרסום.



### חשוב שתדעי:

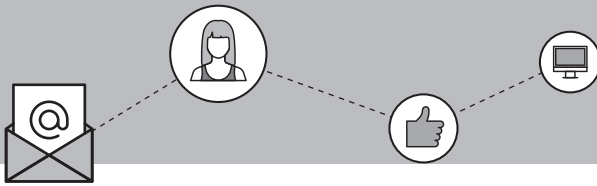
הצלחה שיווקית באה לידי ביטוי בלקוחות מרוצים שיחזרו לקנות ממך!

## פרסום

פרסום נועד להעביר מסרים וגירויים מן המשווקת אל הסביבה, באמצעות אמצעי התקשורת ולרוב תמורת תשלום למדיה.

### < מהם ערוצי הפרסום שיכולים לשמש אותך?

- **מדיה כתובה** - עיתונים (מקומית, אזורית או ארצית), ירחונים, פליירים, עלונים וכו'
- **תקשורת משודרת** - טלוויזיה ורדיו.
- **תקשורת מציגה** - שילוט חוצות או כל שילוט אחר כגון בסופר, על העגלה של הקניות, על אוטובוסים, כדורים פורחים וכו'.
- **תקשורת דיגיטלית** - אינטרנט והפרסומות בתוכו, מדיה חברתית (כגון פייסבוק, יוטיוב, וואטסאפ וכו'). שימי לב: בפייסבוק ישנה מערכת לפרסום עבור עסקים, ולפרסום זה ישנן עלויות. מומלץ לשכור איש/אשת מקצוע המתמחה בשיווק דיגיטלי לפרסום באפיק זה. עם זאת, ניתן גם להשתמש בכלים החינמיים של פייסבוק, בשיטת "חבר'ה מביא/ה חבר/ה" ועל ידי פרסום תכנים מעניינים בעמוד העסק שיביאו קהל רלוונטי לעקוב אחר העמוד.
- **מכירה אישית** - מכירה פנים מול פנים ובניית מערכת יחסים בין נציגת העסק לבין הלקוח/ה במטרה ליצור נאמנות אצל הלקוחות ולייצר עסקאות מיידיות, חוזרות ועתידיות.
- במפגשי מכירות, בטלמרקטינג, במכירה אינטראקטיבית באינטרנט, בירידים ותערוכות.
- **שיווק ישיר** - פניה ממוקדת אישית לפלח שוק מוגדר או מותאם באופן אישי; פנייה בדואר אלקטרוני, בפקס, בפרסום באמצעות אתרי אינטרנט; טלמרקטינג, SMS, דיוור ישיר.



**שימילב:** "חוק הספאם" אוסר עליך לשלוח דברי פרסומת לנמענים במייל, בפקס, בהודעות SMS או במערכת חיוג אוטומטי, ללא הסכמה מפורשת מראש של הנמען. פסיקתם של בתי המשפט בשנים האחרונות הרחיבה את תחולת החוק גם על פרסום באמצעות שיטת הטלמרקטינג.

**חריג:** אם הנמען מסר פרטיו בעת רכישת מוצר או שירות ממך, ואת הודעת לו שפרטים אלה ישמשו לצורך משלוח דברי פרסומת, והנמען לא סרב לכך, במקרה זה אין צורך בהסכמה מראש. חרף זאת, ככל שהנמען סרב להמשיך ולקבל דברי פרסומת, עליך להסירו מיד מרשימות התפוצה ולהימנע ממשלוח דברי פרסום נוספים.

### שיקולים שצריך לקחת בחשבון בבחירת ערוץ הפרסום הרלוונטי:

- האם העסק מקומי, אזורי או ארצי?
- מי קהל היעד שלך? מה תהיה דרך התקשורת הכי מתאימה לאותו קהל?
- האם הנמען אישר מראש קבלת דברי פרסומת?

### < התקשורת השיווקית נועדה ליצור בקרב הצרכנים שלוש תגובות:

תגובה הכרתית	תגובה רגשית	תגובה התנהגותית
<ul style="list-style-type: none"> <li>• לחשוף את המוצר</li> <li>• כלפי חוץ</li> <li>• להעביר ידע - להסביר</li> <li>• מהן תכונות המוצר</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• אהדה - לפתח אהדה אצל</li> <li>• הלקוח למוצר</li> <li>• העדפת המוצר</li> <li>• נכונות לקנות את המוצר</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• רכישת המוצר</li> </ul>

### < כיצד ניתן לשווק את העסק שלך בחינם?

#### מי יכול לסייע לך בשיווק העסק בחינם?

ישנם מספר גופים אליהם ניתן לפנות לקורסים בחינם לבניית אתר. לדוגמא:

- אתר ממון: <http://www.mamon.biz/about-mamon>
- וורדפרס אקדמי (Wordpress Academy): <https://wp-academy.co.il>
- אתר המציע קורס וירטואלי: <https://www.practicu.com>
- ויקס (<http://www.wix.com>)





## מכירות

על אף חשיבות פעילות המכירה האקטיבית, בעלות עסקים רבות נמנעות מהתנהלות מכירתית בגלל שלל סיבות כגון: חוסר ידע, "חוסר אהבה למכירות", וחוסר זמן. זאת, למרות שגם כאשר הלקוח כבר מגיע לעסק על מנת לקנות, צריך עדיין למכור לו ולא להתייחס לעסקה כמובנת מאליה. אמנם, בשלב זה פעולת המכירה קלה יותר, שכן הלקוח יהיה פתוח יותר לספר על הצרכים שלו, על ההתלבטויות אם ישנן ולתאר את הציפיות שלו, אולם עדיין יש להשקיע מאמץ להתאים את העסקה לצרכיו ואף לבחון האם ניתן להציע להרחיב את ההזמנה.

### < יצירת קשר עם לקוחות

במסגרת הליך המכירות יש צורך להגיע לקונה/צורכת השירות הפוטנציאלית, דרך נקיטת פעולות כגון: קניית רשימות מחברות המחזיקות במאגרי מידע; פניה לאנשים שנרשמו לאתר העסק; פורומים וירטואליים ומפגשי רישות עסקי (ברוב הקבוצות, הרעיון העסקי העומד מאחורי המפגש הוא שיווק הדדי ויצירת הפניות בין חברי הקבוצה).

### < טלמרקטינג וטלמיטינג

#### את המכירות הטלפוניות ניתן לעשות בשתי דרכים:

- **טלמיטינג** - קביעת פגישה בין אשת מכירות ללקוחה פוטנציאלית באמצעות הטלפון.
- **טלמרקטינג** - שיחת מכירה טלפונית בין אשת מכירות ללקוחה פוטנציאלית.

על מנת להצליח בפנייה טלפונית כדאי שתוודאי שהגעת לאדם הרלוונטי לקנייה או לפגישה, לעשות הצגה עצמית קצרה, ולעורר ענין באמצעות הצגת פתרון אפשרי לבעיה אישית או עניפת שסביר להניח שגם הלקוח הפוטנציאלי סובל ממנה. לפני שאת נגשת לשיחות, חשוב לבנות תסריט שיחה הלוך בחשבון את שלל התשובות האפשריות, החיוביות והשליליות, שהלקוח יכול לתת, ומה תהיה התגובה על תשובות.

**שימי לב:** חשוב שתהיי רגישה לשעות בהן את מתקשרת לאנשים, לשמור על נימוס אם הלקוח מסרב לדבר באותו זמן, להודות לו ולסיים את השיחה. ניתן להתקשר מספר ימים אחר כך. זכרי, אדם שמבקש להסירו מרשימת התפוצה, יש לעשות זאת מיד. חשוב להדגיש שכיום חוק הספאם אינו חל על פנייה טלפונית אולם ישנם מקרים, בייחוד כאשר לקוח פוטנציאלי ביקש להסירו מהרשימה ובכל זאת נעשתה אליו פנייה חוזרת, בהם בית משפט פסק פיצוי לאותו אדם. לכן רגישות בשיחה ויצירת רשימה מסודרת שלא תאפשר יצירת קשר נוספת במקרים אלה, חשובה במיוחד.



### < מכירה בבית העסק

כאשר הלקוח מגיע לבית העסק לבצע את הקנייה, רצוי לוודא שהמקום אסתטי, מסודר ומאורגן לנוחות. רצוי לפנות זמן ללקוח, לספק לו את הפריטים המתאימים למה שהוא רוצה או מחפש, אבל לוודא שהם גם מתאימים לו. אם הפריט אינו מתאים ללקוח, כדאי להימנע מללחוץ עליו לקנות. גישה שירותית כלפי הלקוח חשובה במיוחד! חיךך ודרישת שלום יכולים להיות ההבדל בין ביקור חד פעמי למכירה חוזרת.



## < פגישת מכירה

ניתן לקיים פגישת מכירה עם לקוחה פוטנציאלית. לקראת הפגישה אנו ממליצות לך לנסות ולקבל מידע אפשרי על הלקוחה הפוטנציאלית. השלב הראשון בפגישה, לאחר לחיצת היד ומסירת כרטיס ביקור, הנו שיחת חולין קצרה על נושאים בטוחים (כגון מזג האוויר או בעיות חניה באזור), אשר תאפשר את תחילת הקשר האישי בין איש המכירות ללקוח.

לאחר שיחת החולין עוברים לזיהוי צרכי הלקוחה, ולאחר מכן להצגת המוצר או השרות ללקוח, במשפטים קצרים, ממוקדים שמציגים את התועלות שהמוצר או השרות מספקים ללקוח.

## < התמודדות עם התנגדויות

במהלך המכירות את נתקלת לא אחת בהתנגדות מצד הלקוחות. התנגדות עלולה לעוררת בך תחושות לא נוחות. לעתים כאשר הלקוח מגלה התנגדות, זה עלול לייאש ולהוביל לסוף המכירה. אולם דווקא ברגעים כאלו חשוב לזכור שמה שהלקוח בעצם אומר הוא שלא השתכנע ולכן רצוי להתמקד בו באופן ישיר ולשכנעו בנקודה הבעייתית.

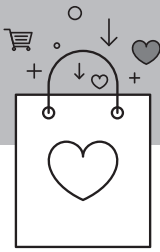
### ישנן מספר התנגדויות שכיחות שאת יכולה להתמודד איתן.

- **יקר מדי** - הלקוח טוען שהמוצר או השרות יקרים מדי. התגובה הראשונה האפשרית היא: יקר ב השוואה למה? כשיועדים מהי השוואה, ניתן לדעת אילו תכונות יש להדגיש ואולי להפנות להשוואה יותר רלוונטית.
- **יקר יותר מהמתחרה** - חשוב לזכור אל לא לבחון מה ההבדל בין המוצר שלך למוצר המתחרה, ולהתמקד בפער במחיר ולא בכל המחיר. חשוב לוודא שהפער במחיר באמת משקף פער בין המוצרים. למשל: המוצר שלי יקר יותר כיוון שנעשה בעבודת יד והאיכות גבוהה יותר.
- **דחיית ההחלטה למועד אחר** - חשוב לשאול מה גורם להתלבטות, האם יש שאלות שלא ענית עליהן ומה צריך לקרות כדי שההחלטה תתקבל כעת ולא תשתהה. מתוך התשובות שהלקוח נותן חשוב לזהות האם מדובר בהתלבטות אמיתית, או בדרך "אדיבה" לומר לא.
- **רצון להתייעץ עם עוד גורם** - להציע להזמין את אותו גורם לפגישה/לחנות. אם אין אפשרות לפגישה, רצוי להיות זמינה לשיחה טלפונית כשהלקוח נפגש עם אותו גורם ומציג לו את המוצר. ישנה אפשרות לתת ללקוח את המוצר תמורת צ'ק בטוחון, עם הבטחה שאם הוא מחזיר את המוצר תוך מספר ימים מוגדר, הוא יקבל את הצ'ק חזרה.

לעיתים, כאשר הלקוח מאד מתנגד בשל הנושא הכספי, פריסה לתשלומים ללא ריבית או מתנה מסוימת, יכולים "לתת דחיפה" ללקוח לכיוון הקנייה.

**איתותי סגירה** הם סימנים שהלקוח נותן לך על מוכנותו לקנות. חלק מהאיתותים גלויים וחלקם סמויים ונעשים בדרך באמצעות שפת הגוף של הלקוח. הסימנים הסמויים מתרחשים בדרך כלל כאשר הלקוח עדיין מתלבט ולא הצהיר על הקנייה, לעיתים אפילו כלפי עצמו, אך הוא נוטה מאד לקנות.

**איתותי הקנייה** חשובים כי אחת הבעיות הקריטיות של בעלות עסק בתהליך המכירה היא מכירת-יתר. לעתים את כל כך רוצה לשכנע, כבר אחרי שהלקוח החליט לקנות. מצב כזה של מכירת-יתר עלול לגרום ללקוח לחשוש שמשוה לא בסדר עם המוצר או לעורר חשדנות אחרת. הדרך להתמודד עם זה היא לזהות את איתותי הסגירה ולבדוק עם הלקוח את מוכנותו לקנייה בשאלות ישירות, ו"לדעת לשחרר".



### **סימני סגירה מילוליים ולא מילוליים הם:**

- לקיחת המוצר ליד ביוזמתו והתעסקות איתו.
  - הלקוח מבודד פריט אחד מתוך הפריטים המונחים לידו, ומתמקד בו.
  - הלקוח שואל שאלות לגבי תכונות של המוצר השונות מהמוצר המוצג: זמינות של צבע שונה, גודל שונה, תאריך אספקת המוצר וכו'.
  - הלקוח שואל לגבי הובלת והתקנת המוצר בביתו.
  - הלקוח שואל לגבי אפשרויות התשלום ואמצעי התשלום.
  - הצהרה של הלקוח על רצון לקנות.
- כאשר הלקוח מאותת על סגירה מבחינתו, חשוב לסכם את הפרטים: תשלום, צורת התשלום והכנת הניירת החשבונאית.
- חשוב שהלקוח יקבל את המוצר כפי שהובטח לו. מומלץ מספר ימים אחרי המכירה (בעיקר של פריטים גדולים ויקרים), ליצור קשר עם הלקוח ולבקש ממנו להשתתף בסקר שביעות רצון. במידה והלקוח שבע רצון, ניתן לבקש ממנו המלצה והפנייה לחבריו.

### **< שימור לקוחות - אחרי המכירה**

אחת השגיאות הנפוצות היא להתייחס ללקוחות שקנו את המוצר או השרות, כמוכנים מאליהם. חשוב לבצע פעילות של שימור לקוחות לאורך זמן על מנת להבטיח שלקוח מרוצה לא יעבור לקנות מעסק אחר. הסיבות שבגללן לקוחות עלולים לעזוב:

- שינוי מיקום גיאוגרפי.
  - חוסר שביעות רצון מדרך הטיפול בהם.
  - עסק אחר עם שירות או מחיר טוב יותר.
  - עסק אחר שמספק להם קנייה מהנה יותר ומרגשת יותר או נוחה יותר.
- על מנת לצמצם את "נשירת הלקוחות", חשוב ששימור הלקוחות יהיה חלק מהאסטרטגיה השיווקית. פעילות השימור חייבת להיות כללית לגבי כל הלקוחות, וניתן ליצור מועדון יוקרתי. פעילות השימור חייבת להתחיל באיסוף נתונים של הלקוחות, על מנת שניתן יהיה לשמור איתם על קשר. ככל שיהיו יותר פרטים על הלקוח, כך יהיה קל יותר לנסות ולתת ללקוח צ'ופרים שיחזירו אותו לקנייה עתידית (למשל: מתנה סמלית/הנחה ליום ההולדת, הנחה ללקוחות מועדון בלבד וכו').

**חשוב ליצור מצב שבו מתקיימות פניות קבועות ללקוח, כשחלקן עוסק בפעילות שיווקית של העסק, וחלק מוסר מידע שמעניין את הלקוח, או מציע הטבות.**







**זכרי**, חשוב להשקיע זמן, מאמץ וכסף בשימור לקוחות, כי גיוס לקוח חדש יקר יותר וקשה יותר. בכל מקרה בו הלקוח מבקש משהו או מתלונן על משהו, חייבים לספק תשובה מהירה ומספקת. התחמקות מלקוח לא מרוצה אמנם תמנע את הוויכוח בטווח הקצר, אבל עלולה ליצור מוניטין שלילי.

חשוב לחדש כל הזמן - לנסות לשפר את העסק ואת ההתנהלות בתוך העסק, לקחת אחריות על המוצר והשרות ללקוח.

## מכרזים ורכש ציבורי

### < מהו מכרז?

מכרז הוא הליך של פנייה לקהל לקבל הצעות לאספקת מוצר, שירות מסוים או רכישת נכס. מטרת המכרז היא להעניק לעורך המכרז יתרונות, באמצעות תחרות בין מספר מתמודדים.

מכרז הינו אפשרות עבורך להציע את שירותי העסק שלך בתהליך שקוף, הוגן ושיוויוני. במקרים רבים השתתפות במכרז תאפשר לך למנף את העסק להיקף נרחב יותר של פעילות. מומלץ לפנות לאפיק זה כאשר העסק כבר עומד על הרגליים ובאפשרותך להבטיח ביצוע של העבודה המתוארת במכרז במידה ותזכי בו. עריכת מכרזים מקובלת בעיקר בגופים במגזר הציבורי (למשל, משרדי ממשלה, עיריות), המחויבים בהגיונות, טוהר מידות וניקיון כפיים. מכרזים כאלה יקראו להציע הצעות ל"רכש ציבורי".

### < מהו רכש ציבורי?

מתייחס לרכישה של המדינה או הרשות המקומית של עבודות, שירותים ומוצרים הנדרשים לצורך פעילותם השוטפת של גופי המדינה. למשל, כדי לרכוש שירותי קייטרינג לאירוע שעורך משרד התיירות, משרד התיירות מחויב לפנות לציבור, להציג את הצרכים שלו ולבקש הצעות. לא תמיד הבחירה היא בהצעה הזולה ביותר. עבור עסקים קטנים, בדרך כלל רכש ציבורי מטעם משרדי ממשלה לא מתאפשר בשל היקפים גדולים מדי של פעילות. עם זאת, רכש מטעם רשויות מקומיות יכול להיות הזדמנות טובה להגשת מועמדות למכרזים או לרכש פטור ממכרז. בנוסף, ניתן לבדוק האם יש אפשרות להגיש הצעה כקבוצת עסקים יחדיו, ולמצוא שותפות/ים רלוונטיים להגשת הצעה.

### < כיצד תדעי כשיש מכרז ומהם התנאים להגיש הצעה?

לכל מכרז יש תנאים ייחודיים להגשת הצעה. לכן, יש להקפיד ולקרוא את התנאים. רצוי לשים לב לכל הפרטים שכן לעתים אי הקפדה על תנאי מסוים תפסול את מועמדותך על הסף. כך לדוגמה, אם לא שמת לב לתאריך והמכרז הוגש באיחור, יתכן שהצעתך תיפסל. ישנם מספר אתרים אשר יכולים לסייע באיתור מכרזים רלוונטיים עבורך. בחלק מאתרים אלה, קיימת גם הכוונה על אופן הגשת המכרז. שימי לב, לעתים יש לשלם על קבלת מסמכי המכרז עוד בטרם הגשת ההצעה!

ריכזנו עבורך את האתרים העיקריים בהם תוכלי למצוא מידע על מכרזים, כולל מדריכים להגשת הצעות למכרזים:

- **אתר הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים במשרד הכלכלה** - [www.sba.economy.gov.il](http://www.sba.economy.gov.il) הסוכנות מפעילה מגוון כלים לסייע לעסקים, בין היתר בתחום הגשת הצעות למכרזי רכש. הסייע מבוצע באמצעות סניפי "מעוף" ברחבי הארץ. פירוט הסיניפים מופיע באתר האינטרנט של הסוכנות.
- **אתר מינהל הרכש הממשלתי** - <http://michrazim.lapam.gov.il/purchasing/> - באתר הרבה מידע על מכרזים, מדריכים להגשת מכרז ומענה למכרז ועוד מידע רלוונטי.
- **באתר החברה למשק וכלכלה** ניתן לראות מכרזים שפורסמו על ידי הרשויות המקומיות בעיתונות תחת- "מכרזי הרשויות המקומיות שפורסמו בעיתונות" בכתובת - <http://www.mashcal.co.il/newsandpublications/publications/pages/default.aspx>
- **באתר "גובו"** קיים מידע על כל המכרזים שפורסמו על ידי הרשויות המקומיות בחלוקה לתחומים ולרשויות. המידע המוצג באתר מותנה ברישום ותשלום. כתובת האתר - <http://www.govo.co.il>
- **באתר של מרכז השלטון המקומי בכתובת** - [http://www.masham.org.il/?pg=branches\\_](http://www.masham.org.il/?pg=branches_map&CategoryID=158#centerX) map&CategoryID=158#centerX קיימים מכרזים וקולות קוראים. בנוסף, קיים פירוט של כל הרשויות המקומיות והפניות לכתובות אתרי האינטרנט שלהן. בכל אתר של רשות מקומית יש פרסומי מכרזים.

## ◀ העדפה לעסקים קטנים ומקומיים במקרים בהם המדינה איננה מחויבת במכרז

ישנם מקרים בהם משרדי הממשלה או עירייה אינם מחויבים במכרז כדי להזמין עבודה מעסק. כך למשל עיריות, אשר יכולות להיות מקור טוב עבורן להזמנות עבודה, אינן מחויבות במכרז במקרים הבאים:

- אם הצעת העבודה נמוכה מ- 26,000 ש"ח;
  - אם יש רק עסק אחד שיכול לספק את השירות/המוצר הדרוש;
  - אם הרכש הוא לביצוע עבודה מדעית, אמנותית או ספרותית;
  - במקרים דחופים כשהרכש נוגע להצלת נפש או רכוש;
  - אם מדובר בעבודה מקצועית הדורשת ידע ומומחיות מיוחדים, או יחסי אמון מיוחדים, כגון: עבודת תכנון, פיקוח, מדידה, שמאות, ייעוץ לבעלי תפקידים ועוד.
- סייגים דומים רלוונטיים גם להתקשרויות שמציעים משרדי הממשלה.

היתרון עבורך כאשר אין מכרז הוא שיותר קל לזכות בהזמנת העבודה. מצד שני, יותר קשה לדעת על הצעות אלה ולכן לעתים ההתקשרות תהיה עם עסקים המוכרים לגורם המציע את הרכש, הנמצאים במעגל הקרוב אליו. לכן, על מנת לדעת על הצעות אלה, כדאי לבחור מספר גורמים כמו העירייה בה את מתגוררת או שבשטחה בית העסק שלך, ולחזק את הקשרים עם בעלי תפקידים רלוונטיים. לדוגמא, לפנות לעירייה ולשאול מי אחראית/ על הרכש ולהציג את עצמך ואת העסק שלך.



## דיווחים ותשלומים לרשויות

### < ניהול פנקסי חשבונות

מיד עם תחילת פעילות העסק שלך, את צריכה לנהל פנקסי חשבונות לפי הכללים וההוראות שקבע נציב מס הכנסה ובהתאם לסוג העסק.  
יש לרשום כל תקבול - כלומר כל סכום במזומן, שיק, שיק דחוי, מקדמה על חשבון, כרטיס אשראי, בספרי העסק מיד עם קבלתו.

### < חריגים

במקרים מסוימים, כגון השכרת דירה למגורים או קבלת ריבית מהבנק, אין חובה לנהל פנקסים, אך יש חובה לדווח על כך בסוף השנה עם הגשת הדו"ח השנתי.  
\* לפרטים נוספים על הפנקסים שעליך לנהל והדרכה בנושא פני למשרד מס הכנסה (משרד השומה) האזורי.

**שימי לב: אם העסק שלך מסווג כ"עוסק פטור", אינך פטורה מחובת ניהול פנקסים למס הכנסה, אלא אם קיבלת פטור או הקלה בכתב מפקיד השומה.**



### < תשלום מקדמות

לאחר שנפתח תיק עבורך במשרד השומה, ישלח אליך פקיד השומה פנקס מקדמות (המכיל גם הסברים מפורטים).  
אם עבר חודש מיום הודעתך לפקיד השומה על פתיחת עסק וטרם קיבלת פנקס מקדמות, עליך לפנות למשרד השומה לבירור העניין בהקדם.

### < מתי ומה צריך לדווח למס הכנסה ומע"מ?

בכל 15 לחודש (או פעם בחודשיים, על פי ההנחיות שתקבל) עליך לדווח באמצעות השוברים על מחזור עסקאותיך לאותה תקופה ולשלם מקדמת מס בגובה שכתוב בפנקס.  
ניתן גם לדווח על מחזור העסקאות ולשלם את המקדמות דרך אתר האינטרנט של רשות המיסים.

**שימי לב, קיימת דרך נוספת לתשלום המס המגיע ממך, וזאת באמצעות ניכוי המס במקור מתשלומים שמשלמים לך לקוחות העסק.**



\* להסבר נוסף, מומלץ לפנות לרואה חשבון או יועצ/ת מס



## ◀ הגשת דו"ח שנתי על הכנסות

מדי שנה עליך למלא ולהגיש דו"ח שנתי על הכנסותיך והוצאותיך לשנת המס שהסתיימה, וזאת לכל המאוחר עד 30 בחודש אפריל בשנה שלאחר תום שנת המס.

**שימי לב, שנת מס מתחילה ביום 1 בינואר ומסתיימת ביום 31 בדצמבר.**

## ◀ בקשת אורכה

אם לא הצלחת להגיש את הדו"ח במועד הקבוע, עליך לפנות מראש בבקשה עם הסברים בכתב לפקיד השומה בבקשת ארכה להגשת הדו"ח.

## ◀ חשבוניות:

### חשבונית עסקה

עם ביצוע עסקה ולפני התשלום מצד הלקוח, עליך להוציא ללקוח חשבונית עסקה על כל מכירה או מתן שירות, שהיא מעין דרישת תשלום. החשבונית תכלול את הפרטים הבאים:  
שם העוסק; מספר העוסק; תאריך הוצאת החשבונית; שם הלקוח וכתובתו; תיאור השירות או המוצר שנמכר; הכמות והיחידה לפיה נמדדת הכמות; מחיר היחידה; סכום החשבונית; מס' תעודת המשלוח (במידה ונדרשת תעודה).

### חשבונית מס

אם העסק שלך הוא "עוסק מורשה", את רשאית להוציא חשבונית מס במקום חשבונית עסקה, ותהיי חייבת להוציא חשבונית מס במידה והלקוח דורש זאת.  
חשבונית מס מודפסת מראש ומהווה אסמכתא למקבל אותה, לצורך ניכוי מס שומה. החשבונית תכלול את הפרטים הבאים:  
שם העסק וכתובתו; המילים "עוסק מורשה" ו-"חשבונית מס"; מספר "עוסק מורשה"; מספר החשבונית; תאריך הוצאת החשבונית; המילה "מקור" אשר תצוין על גבי מקור החשבונית בלבד.  
בנוסף, עליך לציין בחשבונית את הפרטים המנויים להלן:  
שם הלקוח וכתובתו; פירוט העסקה; מספר ותאריך תעודת המשלוח (במידה ונדרשת תעודה); המחיר ללא מס, סכום המס והמחיר הכולל; חתימת העוסק או עורך החשבונית מטעמה.  
שימי לב, חשבונית אשר חסרים בה אחד או יותר מהפרטים לעיל, או שהפרטים בה אינם מדויקים או מלאים, לא תיחשב כחשבונית שהוצאה כדיון.  
כיום יש אפשרות לבצע את הפעולות החשבוניות באתרי אינטרנט ייעודיים, בהם עבור תשלום חודשי סמלי, תוכלי להפיק את כל המסמכים, החשבוניות, ולנהל מעקב אחר הכנסות העסק והלקוחות, לדוגמא: אתר חשבונית ירוקה, אתר easy data וכו'.

## < מהו מועד החיוב במס?

- בעסקאות מכר מועד החיוב במס הוא בדרך כלל עם מסירת המוצר שנקנה.
- בעסקאות של מתן שירות, מועד החיוב הוא בדרך כלל עם קבלת התשלום על השירות.
- יש להוציא חשבונית מס בתוך שבועיים ממועד קבלת התשלום.

## < ניכוי מס תשומות:

במידה וביצעת רכישות לצורכי העסק, כמו ציוד וחומרי גלם, ציוד משרדי וכו', את רשאית לנכות מס תשומות - כלומר להפחית את גובה ההוצאות שהן לצרכי העסק, מגובה ההכנסות לאותה תקופה. זאת רק אם ברשותך חשבוניות מס מקוריות שהוצאו על שמך/שם העסק על כל אחת מההוצאות שתרצי לנכות, או רישומי ייבוא מקוריים על שמך. מומלץ לשמור חשבוניות מס מקוריות על הוצאות לצרכי העסק באופן מסודר לפי תאריכים, לצרכים חשבונאיים עתידיים.

הנך זכאית לניכוי מס תשומות בגין רכישות שביצעת אך ורק לאחר שנרשמת כעוסק, אלא אם הוכחת שהרכישות בוצעו בשלבי הקמת העסק ולצורך הקמתו בלבד, וקיבלת על כך אישור של פקיד השומה.

## קיימים שני סוגי תשומות:

- תשומות על ציוד ונכסים קבועים, הנוגעות לרכישת מבנה וציוד הקבע של העסק ואשר אינם מיועדים למכירה במסגרת פעילותו הרגילה של העסק, כמו למשל קרקע למבנה ורכישת מכונות לעסק.
- תשומות על רכישות שוטפות לצורכי העסק, כגון חומרים המשמשים למתן שירות בעסק; הוצאות על שירותים הניתנים לצורכי העסק כמו טלפון, חשמל ומים; קניית מלאי סחורות למכירתן בעסק.

## < דו"ח תקופתי על פעילות עסקית:

עם הרישום שלך כעוסק מורשה במשרדי מע"מ, תקבלי מהפקיד טופס דו"ח תקופתי לביצוע הדיווח לתקופה הקרובה, ותקבלי סיסמת כניסה ראשונית לביצוע דיווח באמצעות אתר האינטרנט של רשות המסים. בהמשך תקבלי בדואר פנקס דו"חות שימשש אותך עד סוף שנת המס (הפנקס מכיל גם הסבר מפורט).

**מתי יש להגיש את הדו"ח התקופתי?** את הדו"ח התקופתי יש להגיש בתוך 15 יום מתום תקופת הדיווח. חשוב לציין, כי גם במקרה שלא הייתה לך פעילות עסקית בתקופת הדיווח, עדיין תהיי חייבת לדווח ולציין "אפס" במחזור העסקאות. אם לא הייתה לך פעילות עסקית בשתי תקופות דיווח רציפות, או שהפעילות שלך עונתית או לא רציפה, תוכלי לפנות למשרד מע"מ ולברר את האפשרות להקפאת הדיווח.

## < איחור בהגשת דו"ח תקופתי:

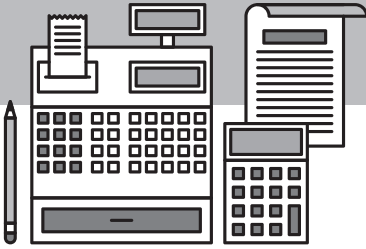
איחור בהגשת דו"ח תקופתי יגרור נקיטת אמצעים כנגדך, למשל:

- הטלת קנס פיגורים
- הטלת קנס חוב
- הוספת הפרשי הצמדה וריבית
- הטלת קנס מנהלי
- קביעת מס



### חשוב לדעת:

במקרה של איחורים חוזרים ונשנים, תיתכן הגשת כתב אישום נגדך.



## < דו"ח החזר:

במקרה שסכום מס התשומות (כלומר המס ששילמת על ההוצאות למען העסק) גבוה מסכום מס העסקאות (המס ששולם כחלק מתשלומי הלקוחות שקיבלת לאותה תקופה),

מגיע לך החזר- ולשם כך עליך להגיש דו"ח החזר למע"מ. אם סכום החזר לו את זכאית אינו עולה על סך 18,636 ₪, את הדו"ח יש להגיש באחד מסניפי בנק הדואר, הבנקים המסחריים או בדיווח מקוון באתר האינטרנט של הרשות המסים. ככל שסכום החזר גבוה יותר, את צריכה להגיש את הדו"ח במשרדי מע"מ או באתר האינטרנט של רשות המסים.

## < שינוי בעסק:

יש להודיע למע"מ על כל שינוי שחל בפרטי טופס הרישום או בעסק שלך, כגון שינוי סוג פעילות, פרטי התקשרות, הפסקת פעילות מוחלטת או זמנית, שינוי בהרכב השותפים וכו', וזאת לכל המאוחר בתוך 15 ימים ממועד השינוי.

## < תשלום לביטוח לאומי:

### כיצד נעשה חישוב התשלום?

אם שינית מעמדך ל"עצמאית" (על פי התנאים המפורטים בתחילת החוברת), הביטוח הלאומי מחשב את דמי הביטוח על-פי ההכנסות שהיו לך כעצמאית בשנת המס שבעדה את משלמת את דמי הביטוח. עלייך להצהיר בטופס דין וחשבון רב שנתי על הכנסה משוערת (להלן: "הצהרה בדבר הכנסות"). סכום המקדמות החודשיות של דמי הביטוח נקבע על פי הכנסה זו או על פי הפעם האחרונה שבוצעה שומה (חישוב הכנסותיך בפועל), שנמצאת בידי המוסד. עם קבלת השומה הסופית שלך ממס הכנסה, מחשב המוסד מחדש את דמי הביטוח השנתיים שבהם את חייבת כעצמאית ומיידיע אותך בדבר הפרשים, אם יש כאלה. כלומר, לאחר שומה סופית על שנה מסוימת, אם הכנסותיך היו גבוהות מהצפוי, ייתכן שתאלצי לשלם דמי ביטוח נוספים על אותה שנה, ואם ההכנסות היו נמוכות מהצפוי, ייתכן שתהיי זכאית להחזר.

### עובדת כשכירה וכעצמאית?

אם את עובדת גם כשכירה וגם כעצמאית, התשלום עבור הביטוח הלאומי יהיה כלהלן:

כשכירה תחויבי לתשלום ביטוח לאומי על שכרך עד לגובה מקסימום ההכנסה (ההכנסה המרבית) לתשלום דמי ביטוח, שעומדת כיום על סך 43,240 ₪.

כעצמאית, תחויבי בתשלום ביטוח לאומי על הכנסתך עד להכנסה המרבית לאחר שנלקחה בחשבון הכנסתך כעובדת שכירה.

## שיעור דמי הביטוח:

אחוז מחלק ההכנסה שלך שעד 60% מהשכר הממוצע (כיום בסך 5,678 ₪) - "שיעור מופחת"	אחוז מיתרת ההכנסה שלך שמעל 60% מהשכר הממוצע ועד ההכנסה המרבית החייבת בדמי ביטוח (כיום 43,240 ₪) - "שיעור מלא"	
2.87%	12.83%	דמי ביטוח לאומי
3.10%	5%	דמי ביטוח בריאות

אם את עצמאית וגם שכירה את תשלמי את "השיעור המלא" מהכנסתך כעצמאית, ללא קשר לגובה ההכנסה, מכיון שאת נהנית מהשיעור המופחת המנוכה מהכנסתך כשכירה<sup>7</sup>.

### הכנסה מינימלית

אם את עצמאית ללא הכנסה או שהכנסתך נמוכה מסכום ההכנסה המינימאלית (כלומר 25% מהשכר הממוצע במשק), את תשלמי דמי ביטוח כאילו היתה הכנסתך הסכום המינימאלי.

### תשלום דמי הביטוח הלאומי על ידי בני זוג עצמאיים העובדים בעסק משותף:

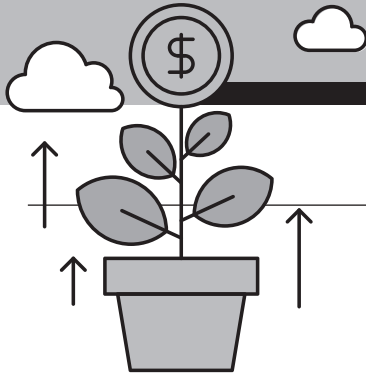
אם את מנהלת עסק משותף עם בן/ת זוגך, כל אחד משני בני הזוג צריכים להיות רשומים במוסד לביטוח לאומי ולשלם את דמי הביטוח בעד עצמו.

כבני זוג עצמאיים עליכם להצהיר על חלקו של כל אחד מכם בהכנסות מהעסק, ולשלם את דמי הביטוח כל אחד לפי חלקו. חלקו של כל אחד לא יפחת מ 1/3 ולא יעלה על 2/3 מן ההכנסה הכוללת המשותפת.

שימי לב, אם לא תצהירו על חלוקת ההכנסה, יחלק המוסד לביטוח לאומי את ההכנסה באופן הבא: 2/3 (67%) מההכנסה לגבר, 1/3 (33%) מההכנסה לאישה.



7 למידע נוסף ו/או שאלות בנוגע למעמדך כשכירה וכעצמאית ולתשלום הביטוח הלאומי, ניתן להתייעץ עם רואה חשבון או לפנות לסניף של הביטוח הלאומי הקרוב לאזור מגורך.



## פנסיה חובה

### 1.1.2017 פנסיה חובה חלה על עצמאים מיום

#### < מי חייבת לחסוך לפנסיה כעצמאית?

- מי שעברה את גיל 21
- מי שעוד לא הגיעה לגיל 60
- מי שעוד לא הייתה בת 55 לפני כניסת החוק לתוקף ב-1 בינואר 2017

#### < כמה עלייך להפקיד?

את צריכה להפקיד 4.55% מהכנסתך, אם הכנסתך היא עד חצי מהשכר הממוצע במשק, לקרן פנסיה לבחירתך. אם הכנסתך עולה על מחצית מהשכר הממוצע במשק, עלייך להפקיד 4.55% ממחצית השכר הממוצע, ובנוסף 12.55% מהחלק שגבוה ממחצית השכר הממוצע במשק.

**\* מומלץ להתייעץ בנוגע לגובה ההפקדות לפנסיה עם רואה חשבון, סוכני ביטוח ונציגים של קרנות הפנסיה. ניתן לקרוא פרטים נוספים על הפקדות לפנסיה באתר "כל זכות"**

## זכאות לקצבאות מהביטוח לאומי

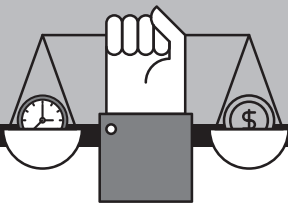
עובדת עצמאית עשויה להיות זכאית לקצבאות מהמוסד לביטוח לאומי. הקצבאות הן:

- אמהות
- ילדים, מזונות
- שאירים
- בני משפחה של נפטר מתאונת עבודה/התנדבות
- בני משפחה של נפטר בפעולות איבה
- פגיעה בעבודה
- נפגעות גזזת
- נפגעות עירוי דם (איידס)
- נפגעות תאונות
- נכות
- שירותים מיוחדים לנכות קשות
- ניידות
- קצבת זקנה
- הבטחת הכנסה
- נפגעות פעולות איבה.



**\* אם את חושבת שאת זכאית לקצבה ואינך מקבלת אותה, מומלץ להתייעץ עם עו"ד המתמחה בביטוח לאומי או עם ארגונים המסייעים במיצוי זכויות.**





## הודעה למע"מ

במקרה של סגירת עסק יש להודיע למע"מ בתוך 15 יום מהפסקת הפעילות, ולמלא טופס מס' 18 "הודעה על סגירת עסק/הצהרה".

כמו כן, יש לבצע את הפעולות הבאות:

- לדווח על חשבונות המס הריקות, כלומר החשבונות שנותרו בפקס שבידיך ולא עשית בהם שימוש, לרבות מספריהן הסידוריים
- לשלם מע"מ בגין כל מכירה של נכסי העסק
- לפרט את הציוד, הנכסים והמלאי, שעוד לא נמכרו ונשארו אצלך
- להחזיר תעודת עוסק מורשה מקורית שברשותך

## הודעה למס הכנסה

על מנת להודיע על הפסקת פעילות העסק עליך למלא את טופס מס' 2550 "דרישת פרטים בדבר סגירת עסק/משלח יד" ולהגיש אותו לפקיד השומה אצלו מתנהל התיק שלך. עם קבלת ההודעה, יודיע לך פקיד השומה על כל ההליכים שעליך לבצע על מנת לאפשר את סגירת תיקך במס הכנסה.

## הודעה לביטוח לאומי

לאחר סגירת התיק במס הכנסה, עליך לפנות למחלקת הביטוח והגבייה בסניף הביטוח הלאומי הקרוב למקום מגוריך ולהודיע, בכתב או באמצעות טופס דין וחשבון רב שנתי, על סגירת העסק.

להודעה עליך לצרף אישורים המוכיחים את דבריך, כגון אישור סגירת תיק במס הכנסה או במע"מ, תום חוזה שכירות של העסק וכו'.



## רשימת מקורות

עו"ד לנא ורוור, עידוד רכש מקומי לאור הדין הקיים - חוות דעת משפטית, (מאי 2015) האוניברסיטה העברית <https://openscholar.huji.ac.il/sites/default/files/clinicallec/files/mergedheb.pdf>

ד"ר גילי ברוך ועירית פורת, "רכש מקומי ציבורי - צעדים ראשונים לעידוד רכש מקומי על ידי הרשויות המקומיות" שתיל באר שבע, אפריל, 2013 ראי באתר כמ"מ (כלכלה מקומיות מקיימת) - [http://www.kamam.org.il/media/sal/pages\\_media/1289/f5\\_rechesh%20mekomy%20\(5\)%20%D7%A1%D7%95%D7%A4%D7%99%20%D7%A1%D7%95%D7%A4%D7%99.pdf](http://www.kamam.org.il/media/sal/pages_media/1289/f5_rechesh%20mekomy%20(5)%20%D7%A1%D7%95%D7%A4%D7%99%20%D7%A1%D7%95%D7%A4%D7%99.pdf)

הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים, מעוף. <http://sba.economy.gov.il/Initiators/Pages/default.aspx>

מדריך מע"מ (מס ערך מוסף) לעוסק החדש <https://taxes.gov.il/Vat/Documents/Guides/GuideNewBusiness.pdf>

המוסד לביטוח לאומי [https://www.btl.gov.il/Insurance/National%20Insurance/type\\_list/Self\\_Employed/Pages/default.aspx](https://www.btl.gov.il/Insurance/National%20Insurance/type_list/Self_Employed/Pages/default.aspx)

## פרויקט קידום נשים בעסקים

תנועת אחותי למען נשים בישראל, בשיתוף עם קואליציית שותפות ובתמיכת MEPI מטעם מחלקת המדינה של ממשלת ארה"ב, מובילה במהלך שנת 2017 פרויקט לקידום יזמות ועסקי נשים. הפרויקט כולל התמודדות רב-מישורית עם האתגרים העומדים בפני השוק והחברה הישראלית לקידום השוויון המגדרי והמעמדי במגזר העסקים הקטנים והזעירים. במסגרת הפרויקט נערך מחקר בנושא חקיקה ומדיניות בישראל ובעולם לקידום עסקי נשים, נערכים קורסים לנשים בכל הארץ להקמת עסק, ניהול והצמחת, מתנהלת עבודת קידום מדיניות וחקיקה מול הכנסת והממשלה ומול הרשויות המקומיות, ליצירת תשתית שמסייעת ומעודדת נשים יזמות, התקיים סמינר בין יומיים לנשים מנהיגות ביזמות עסקית וחברתית, מתקיימת פעילות תקשורתית וציבורית להעלאת הנושא על סדר היום הציבורי, מוקם אתר לקידום עסקי נשים הפועלים בשיטת הסחר ההוגן, במסגרת אחותי - חנות סחר הוגן, וכן במסגרת הפרויקט נכתבה חוברת זו, שמטרתה לסייע לנשים הבוחרות באפיק היזמי להיות מוכנות ומידועות יותר לקראת הקמת העסק והמעבר לעצמאות.



## תנועת אחותי למען נשים בישראל

תנועת אחותי שמה דגש על התעצמות כלכלית, חברתית ותרבותית של נשים מודרות ועל יצירת שותפות ערכית ומעשית ביניהן; פועלת לבניית חברה פמיניסטית לא אלימה, שאין בה דיכוי ואפליה של פרטים וקבוצות ואשר משתלבת בסביבה הגיאוגרפית של המזרח התיכון.

תנועת אחותי פועלת מתוך שלושה מרכזים ברחבי הארץ, המהווים מקום מפגש פוליטי ורב-תרבותי לנשים, ואלו הם: בית אחותי בדרום תל אביב, מרכז האטה (אחותי באמהרית) בקרית גת ואחותי חנות סחר הוגן בתל אביב. מלבד מגוון הפעילויות המתקיימות במרכזים אלה, מפעילה תנועת "אחותי" פרויקטים כלכליים, חברתיים ותרבותיים בכל רחבי הארץ.

### פעילות תנועת אחותי נעה בשלושה צירים מרכזיים:

- **יצירת חלופות כלכליות-חברתיות לנשים מאוכלוסיות מודרות וקידום שיח כלכלי חברתי** - במטרה להניח את הצדק הכלכלי-חברתי כתשתית הכרחית ליצירת חברה צודקת, רב-תרבותית ושוויונית. בין הפרוייקטים בתחום זה:
  - א. פיתוח אלטרנטיבות כלכליות תעסוקתיות לנשים אתיופיות מדרום הארץ - מרכז האטה (אחותי באמהרית).
  - ב. פרויקט 'אחותי - סחר הוגן', במסגרתו מושם דגש משמעותי לשיווק מוצרים ועסקים זעירים של נשים, וכן מפגשים משותפים ללימוד הדדי בין קבוצות הנשים השונות.
  - ג. עבודת לובי לקידום כלכלי וחברתי של נשים מודרות.
  - ד. קורסי הכשרה להקמת עסקים לנשים.
- **תביעת נראות רב תרבותית, העלאת מודעות ופיתוח תודעה ביקורתית** - בין הפעילויות העיקריות בתחום זה:

- א. בית אחותי - מרכז תרבות וקהילה פמיניסטי המקיים שיתופי פעולה בין-קהילתיים ורב-תרבותיים בתחומי האמנות, התרבות, החברה, כמו גם בנושאים של מגדר, זכויות, תקציב רשויות מקומיות ועוד.
- ב. קורסים וסדנאות במסגרת המדרסה הפמיניסטית המזרחית.
- ג. פעילות לצדק חלוקתי בתרבות ובחינוך במסגרת קואליציית לבי במזרח - להקצאה שיוויונית של משאבי התרבות והחינוך בישראל.
- ד. הוצאה לאור של ספרים, דוחות וקטלוגים.

• **קידום אקטיביזם ושיח ציבורי נגד אפליה וגזענות כלפי מיעוטים מגדריים ואתניים בישראל -**

- הפעילות בתחום זה מתמקדת בכמה פרויקטים. ביניהם:
  - א. שחור על לבן - מאבק בגזענות ובסקסיזם - במטרה למפות ולתעד תופעות של גזענות וסקסיזם בישראל, מתוך נקודת מבט פמיניסטית רב-אתנית ורב-לאומית ומתוך חיבור רב-מגזרי.
  - ב. מאבק באלימות משטרתית.
  - ג. דיור ציבורי, קורת גג ורווחה.



## ליצירת קשר:

**אתר אחותי חנות סחר הוגן**

[www.achoti.com](http://www.achoti.com)

**אתר מרכז האטה**

[www.achoti.com/ehete](http://www.achoti.com/ehete)

**אתר אחותי למען נשים בישראל**

[www.ahoti.org.il](http://www.ahoti.org.il)

**להצטרפות לפרויקט**

**אחותי סחר הוגן**

077-4011271

[achoti.shop@gmail.com](mailto:achoti.shop@gmail.com)

**להרשמה ולהצטרפות**

**לקורסי הכשרה להקמה**

**ולניהול עסק**

טלפון: 03-6870545

פקס: 03-5379601

[achoti@zahav.net.il](mailto:achoti@zahav.net.il)



## קואליציית שותפות

קואליציית שותפות - ארגוני נשים לשוויון כלכלי ותעסוקתי, היא שיתוף פעולה בין 15 ארגוני הנשים המובילים והמגוונים בישראל, אשר חברו יחדיו כדי לקדם שוויון וצדק לנשים בכל תחומי החיים, בדגש על עולם העבודה והעצמאות הכלכלית. הקואליציה פועלת בזירה הציבורית, החקיקתית והתקשורתית לחיקון האפליה המגדרית בכלכלה ובתעסוקה, מקדמת מאבקים לצמצום פערים מגדריים בישראל, ומובילה פעילות לקידום מרחב אישי וציבורי מכבד ושוויוני לנשים. הארגונים החברים בשותפות, פועלים יחדיו לפיתוח מדיניות כלכלית ותעסוקתית שתאפשר הזדמנויות שוות וטובות לנשים ממגוון קבוצות באוכלוסיה, כדי לבנות חברה דמוקרטית, בטוחה וצודקת לכל. ארגוני שותפות: מרכז אדוה, מרכז האטה - אמנות נשים אתיופיות, תנועת אחותי- למען נשים בישראל, איתך מעכ (מעכי) משפטניות למען צדק חברתי, החצר הנשית, כאן, הליגה, המכללה, נסיכת המדבר, נעים - נשים ערביות במרכז, העמותה להעצמה כלכלית לנשים, ערוס אלבחר לאישה ביפו, קול האישה, רוח נשית ושוויון הנשים בישראל.

## עמותת "איתך-מַעַק", משפטניות למען צדק חברתי

עמותת "איתך-מַעַק", משפטניות למען צדק חברתי הוקמה בשנת 2001 על מנת לקדם את השפעתן של נשים ממגוון הקבוצות לשינוי השיח הציבורי. העמותה מדגישה ומוחזקת בייחוד את קולן של הנשים מהקבוצות המודרות והמוחלשות בחברה בישראל.

תחומי פעילות עיקריים של העמותה:

סיוע משפטי- "קו חם" - במסגרת הקו החם המופעל על ידי העמותה, העמותה מעניקה סיוע, ליווי וייצוג משפטי לכ-1000 נשים בשנה בנושאים של תעסוקה לעובדות בשכר נמוך, ביטוח לאומי (בעיקר הבטחת הכנסה), שירות התעסוקה וסיוע משפטי לנשים עצמאיות. באמצעות הקו החם, אנו מבקשות לסייע לנשים ממגוון קבוצות לממש את זכויותיהן באופן מהיר ומקצועי, מתוך תפיסה כי כל אישה שפנתה אלינו היא המרכז בניהול תיקה ועל כן הטיפול בה נעשה בשיתוף מלא והתייעצות בכל שלב. הסיוע והייצוג משפטי המוענק על ידי עורכות הדין של העמותה אינו כרוך בתשלום.

קבוצות מנהיגות ואקטיביזם - "שום שינוי עבורנו לא יקרה בלעדינו" מהווה את תפיסת העולם של העמותה לאופן בו שינוי חברתי צריך להיות מקודם. במהלכים משמעותיים של שינוי מדיניות שהעמותה מקדמת, אנו רותמות קבוצות של אקטיביזם ומנהיגות, אשר מלוות ומובילות אתנו את המאבק. קבוצות אלה מונחות על ידי צוות העמותה.

מדיניות וחקיקה -במשך השנים פועלת העמותה לקידום מדיניות ברמה הארצית על יסוד נושאים העולים מתוך הסיוע המשפטי הפרטני וקבוצות האקטיביזם שלנו. במסגרת זאת העמותה מגישה עתירות לבג"צ כנגד הגופים הממשלתיים השונים וכן הצעות חקיקה ועיצוב מדיניות פמיניסטית בנושאים שונים, יחד עם הגורמים הממשלתיים הרלוונטיים. רבים מהנושאים רחבי ההיקף אותם מקדמת העמותה ברמת מדיניות ארצית, נעשים בשיתוף פעולה עם ארגונים מתוך החברה האזרחית. קראו על דוגמאות בולטות להישגים של העמותה בנושאי מדיניות וחקיקה בשנים האחרונות ועל הקבוצות והפעילויות העדכניות באתר שלנו



### ליצירת קשר:

#### "קו חם" חיפה

ארלוזורוב 118 בתוך  
קואליציית נשים חיפה.  
טל: 04-8525128  
פקס: 04-8510721

#### "קו חם" באר שבע

הדסה 43 באר שבע.  
טל: 08-6270718  
פקס: 08-6652658

#### "קו חם" תל אביב

בית יהלום, אחוזת בית 3  
תל אביב.  
טל: 03-5163936  
פקס: 03-5163940





כתיבה: עו"ד מהא שחאדה סויטאת  
יוזמה והפקה: שולה קשת  
עריכה: קרן גרינבלט, גבי הרדן, שולה קשת  
עיצוב: זוהר נווה

