

🌸 **שם המחקר:** הקשר בין סוגי ערך חברתי לבין תפיסות לקוחות כלפי עסקים חברתיים לשילוב תעסוקתי של

אנשים עם מוגבלות שכלית התפתחותית

🌸 **שנה:** 2022

🌸 **סוג מחקר:** מחקר

🌸 **מס' קטלוגי:** 890-180-2019

🌸 **שמות החוקרים:** פרופ' עודד לוונגר

🌸 **רשות המחקר:** אוניברסיטת בן גוריון

המלצות למחקרי המשך

ממצאי המחקר מצביעים על הטרוגניות רבה בתהליכי קבלת ההחלטות של הלקוחות. מחקר המשך שיכול לתרום משמעותית לפיתוח רעיון העסק החברתי כארגון בר קיימא, יכול להתמקד באיפיון מדויק יותר של קבוצת הלקוחות שמעריכות ערך חברתי כבעל חשיבות ומשמעות בקבלת החלטותם לרכוש מוצר או שרות מארגונים כאלו.

במקביל, איפיון פלחי שוק בעלי רגישות נמוכה למחיר. קבוצת לקוחות כזו תאפשר ליצור את התחלופה בין ערך חברתי ומחיר באמצעות שיפור איכות השירות או המוצר.

לסיכום, זיהוי המנגנון אשר באמצעותו עסקים חברתיים יכולים לטפח את יחסיהם עם הלקוחות, תוך שהם מדגישים את השיקולים המעורבים בתהליך קבלת החלטות של הלקוחות ומגבירים הכנסות, יכול לסייע ביצירת כלים מעשיים לשיפור ביצועים ולהשאת רווחים, ולאפשר את מימוש המטרה החברתית בבסיס הארגון. בכך מספק המחקר קווים מנחים ליצירת תועלת חברתית, ולקידום שוויון בשוק העבודה, ותובנות לגבי דרכים בהן ניתן לשלב באופן אפקטיבי בין מענה לצרכי עובדים עם מש"ה לבין השאת רווחים. בכוחן של תובנות אלה לתרום להפיכתו של מודל העסקים החברתיים לשילוב תעסוקתי למודל ישים ורווחי לאורך זמן.

• לפריט המלא

• למאגר המחקרים של קרן שלם

• למאגר כלי המחקר של קרן שלם