

תוכן עניינים

5.....	1 מבוא
5.....	1.1 רקע עסקי חיצוני על הארגון
6.....	1.2 רקע עסקי פנימי על הארגון
7.....	1.3 בעיה עסקית
8.....	1.4 מטרת המחקר
8.....	1.4.1 המטרה העסקית/יישומית
8.....	1.4.2 המטרה המחקרית
9.....	1.5 שאלת המחקר
9.....	2 סקירת ספרות
9.....	2.1 לחץ בעבודה
11.....	2.2 מוטיבציה
13.....	2.3 איכות השירות
14.....	2.4 הקשר בין לחץ בעבודה לבין איכות השירות
14.....	2.5 הקשר בין מוטיבציה לבין איכות השירות
15.....	3 רציונל
15.....	3.1 מודל המחקר
16.....	3.2 הגדרות משתני המחקר
16.....	4 שיטה
16.....	4.1 מערך המחקר
17.....	4.2 כלי המחקר
17.....	4.2.1 שאלון לבחינת הלחץ בעבודה (ראה נספח ב')
18.....	4.2.2 שאלון לבחינת המוטיבציה החיצונית והפנימית (ראה נספח ג')
19.....	4.2.3 שאלון ביצועי שירות של העובד (ראה נספח ד')
20.....	4.2.4 שאלון דמוגרפי

20.....	שיטת הניתוח	4.3
20.....	הליך המחקר	4.4
21.....	מגבלות המחקר	4.5
22.....	ממצאים	5
22.....	סטטיסטיקה תיאורית	5.1
23.....	סטטיסטיקה היסקית	5.2
25.....	דיון	6
27.....	סיכום ומסקנות	7
29.....	בביבליוגרפיה	8
34.....	נספחים	9
34.....	נספח א': הקדמה לשאלון	9.1
34.....	נספח ב': שאלון לבחינת הלחץ בעבודה	9.2
35.....	נספח ג': שאלון לבחינת המוטיבציה החיצונית והפנימית	9.3
36.....	נספח ד': שאלון איכות ביצועי השירות בעבודה	9.4
36.....	נספח ה': שאלון דמוגרפי	9.5
37.....	נספח ו': סך ההכנסות ומספר הלקוחות של פרטנר בשנים 2013 – 2014	9.6

1.1 רקע עסקי חיצוני על הארגון

חברת פרטנר הינה חברה ציבורית. חברה זו פועלת בישראל משנת 1997. כך שבשנת 1997 התקיים מכרז של משרד התקשורת לפתיחת רשת סלולרית נוספת בישראל. חברת פרטנר זכתה במכרז. הרישיון לפתיחת רשת סלולרית נוספת בישראל הוענק לה בשנת 1998. וכך חברת פרטנר הפכה לחברת תקשורת המפעילה רשת סלולרית בישראל (אתר החברה, 2015).

הרשת הסלולרית של חברת פרטנר הושקה תחת מותג "orange" הבינלאומי. בשנת 1998 מותג אורנג' הבינלאומי היה בבעלות חברת האצ'יסון ומפואה שפעלה בהונג קונג. חברת האצ'יסון ומפואה החזיקה בחלק ממניות חברת פרטנר וכך התאפשר השימוש במותג "orange". לאחר מכן, בשנת 2001 חברת האצ'יסון ומפואה מכרו את חברת אורנג' העולמית, לא כולל המותג אורנג' בישראל, לחברה שאינה קשורה עם בעלות של מניות פרטנר (פראנס טלקום). עם זאת, הוחלט לאפשר לחברת פרטנר להשתמש במותג אורנג', כך שחברת פרטנר משלמת תגמולים על השימוש במותג.

לאחר מכן, בשנת 2011 חברת פרטנר קנתה את חברת 012 סמייל. ולכן כיום חברת פרטנר מחזיקה בבעלות מלאה על המותג "012smile". כך נוצר מצב שכיום חברת פרטנר משווקת את מוצריה תחת המותגים אורנג' ו012 סמייל (אתר החברה, 2015).

חברת פרטנר נכנסה לשוק התקשורת בישראל לאחר שהחברות סלקום ופלאפון כבר פעלו בשוק זה כבר מספר שנים. במשך מספר שנים שוק התקשורת היה יציב מבחינת מספר מתחרים קבועים. אך כיום קיימת תחרות קשה בשוק הסלולר. זאת היות בשנים האחרונות התחרות בין רשתות התקשורת התגברה. וזאת עקב כניסת מתחרות חדשות לשוק התקשורת בעקבות רפורמת הסלולר.

רפורמת הסלולר אפשרה כניסת חברות מתחרות חדשות לשוק הסלולר. חברות אלה כוללות את החברות גולן טלקום והוט מובייל. כמו כן, עקב רפורמת הסלולר התאפשרה הכניסה של מפעילי סלולר וירטואליים לשוק התקשורת. מפעילי הסלולר הווירטואליים כוללים את החברות רמי לוי תקשורת, יו פון והום סלולר.

כמו כן, רפורמת הסלולר הטילה רגולציות חדשות על חברות הסלולר שמטרתם הייתה להיטיב את תנאי הצרכנים (משרד התקשורת, 2010). רפורמה זו הובילה להגברת התחרות בשוק הסלולר ולירידה חדה במחירים. ולכן שווי השוק של החברה ירד.

עם זאת, לחברת פרטנר יש יתרון יחסי המאפשר לה להתחרות עם חברות הסלולר הרבות יחסית הקיימות בשוק הישראלי כיום. היתרון היחסי של חברת פרטנר, לפי מה שמפורט בחוברת המכילה את הקוד האתי של החברה, טמון באיכות העבודה של עובדיהם ובהישגי עובדי החברה. כמו גם בהתנהלות האתית של העובדים (הקוד האתי, 2015).

1.2 רקע עסקי פנימי על הארגון

חברת פרטנר מספקת שירותי תקשורת. שירותים אלו כוללים כמה מוצרים. אחד משירותים אלו הינו מכירת טלפונים סלולריים ונייחים. כמו כן, חברת פרטנר מספקת שירותי אינטרנט. זאת היות ובשנת 2008 חברת פרטנר הפכה לספק אינטרנט וכללה בין מוצריה את שירותי הגישה לאינטרנט. בנוסף לכך חברת פרטנר מספקת שירותי מדיה. שירותים אלה כוללים את אתר אינטרנט של החברה, בשם "orange time". באתר זה ניתן לצפות, תמורת תשלום, בסדרות וסרטים באמצעות האינטרנט (אתר החברה, 2015).

שירות התקשורת העיקרי שחברת פרטנר מספקת הינו רשת התקשורת הסלולרית המספקת את הטכנולוגיה להפעלת מכשירים ניידים. רשת התקשורת הינו המוצר העיקרי אותו חברת פרטנר מספקת. מוצר זה הינו מנוי לרשת הסלולר. מנוי זה מאפשר ללקוחות החברה להפעיל את הטלפונים הניידים שלהם. ההכנסה החודשית הממוצעת של פרטנר ממנוי סלולר בשנת 2014 עמדה על 75 שקל. ממוצע זה מבטא ירידה של 10% לעומת 2014 (ניסן, 2015).

חברת פרטנר הינה חברת התקשורת השנייה בגודלה בישראל. היא מחזיקה בכ-29% משוק התקשורת בישראל. את שנת 2014 חברת פרטנר סיימה עם 2.84 מיליון מנויים - צניחה של כ-60 אלף מנויים לעומת הרבעון השלישי ב-2014, אותו היא סיימה עם 2.9 מיליון מנויים. כמו כן, בשנת 2014 כולה איבדה חברת פרטנר 120 אלף מנויים על רקע התחרות הקשה בענף התקשורת (ניסן, 2015).

מחזור ההכנסות של חברת פרטנר עמד על 4.4 מיליארד שקל לשנת 2014. הרווח הגולמי לשנה זו עמד על 981 אלף שקל שהם 22.3% מסך ההכנסות. סך ההכנסות בשנת 2014 ירד ב-3% מסך ההכנסות ב-2013. לדברי מנכ"ל החברה ירידה זו נבעה מהתחרות הקשה הקיימת כיום בשוק הסלולר (ניסן, 2015). ניתן לראות את סך ההכנסות ומספר הלקוחות של פרטנר בשנים 2013 – 2014 בנספח ו'.