

**הענף:**

נתוני הענף

המונח "רפואה משלימה" מתייחס למכלול של התמחויות רפואיות, שאינן נכללות בתחום הרפואה המערבית הקונבנציונלית. חלקן התפתח בארצות דרום מזרח אסיה וחלקן התפתח בעולם המערבי.

התמחויות אלו שואבות את עיקריהן ממרכיבים טבעיים, בניגוד לתרופות הקונבנציונליות המכילות כימיקלים. רובן רואות בשילוב של גוף ונפש מכלול שלא ניתן להפרידו. הטיפול הניתן במסגרתן אינו נקודתי (ממוקד בבעיה מסוימת ובסימפטומים שלה בלבד), אלא שואף לרפא את שורשי הבעיה הטמונים באותו מכלול נפשי-גופני.

בישראל מוכרות כיום למעלה מ- 50 תורות הכלולות תחת המטריה של "רפואה משלימה", בהן הן תורות מוכרות ונפוצות, הזוכות להכרת הקהילה המדעית והרפואה הקונבנציונאלית והן תורות אזוטוריות יותר. היות ולא חלה כיום חובת רישום או הכשרה כלשהי, יכול למעשה כל אדם להכריז על עצמו כ"מטפל" בשיטה כלשהי – אם כי בחלק מהתחומים, הדורשים הכשרה מקצועית מעמיקה, קיימים איגודים מקצועיים שהצטרפות אליהם הנה וולונטרית.

אין כיום נתון אמין לגבי מספר המטפלים הפעילים בענפים השונים של הרפואה המשלימה. יחד עם זאת, מספר נתונים עשויים לשפוך אור על היקף הפעילות בתחום:

◀ בישראל פועלים למעלה מ- 50 בתי ספר ומכללות ללימודי רפואה משלימה. מדי שנה משתחררים מאות בוגרים חדשים לשוק התעסוקה.

◀ באחד מאתרי האינטרנט הרלבנטיים מופיעים פרטיהם של למעלה מ- 2,000 מטפלים בתחומים השונים.

כל קופות החולים מפעילות כיום מרפאות לרפואה משלימה: שירותי בריאות כללית מפעילה כ- 38 מרפאות, מכבי – 16 מרפאות ואילו קופת חולים לאומית מפעילה שירותי טיפולי רפואה משלימה בבתי הלקוחות.

חלוקת משנה ענפית

חלוקת המשנה הענפית הנה על פי התורות השונות. כאמור, מוכרות כיום בישראל עשרות תורות המוגדרות כ"רפואה משלימה". בין הבולטות בהן ניתן למנות:

◀ הומיאופתיה – קלאסית ולא-קלאסית.

◀ אקופונקטורה.

◀ שיאצו.

◀ רפלקסולוגיה.

◀ כירופרקטיקה.

- ◀ צמחי מרפא.
- ◀ טווינא.
- ◀ שיטת אלכסנדר.
- ◀ ביו פידבק.
- ◀ פלדנקרייז.
- ◀ שיטת פאולה.

## השוק:

### מאפייני השוק

בשוק פועלות כיום 2 מגמות עיקריות, אשר משפיעות משמעותית על פניו העתידיים:

- ◀ הליכי מיסוד: כיום השוק פועל ללא דרישות רישוי כלשהן. לפני מספר חודשים הוקמה ועדה שתפקידה לבחון את החלופות למיסוד הענף.
- ◀ הכרה ושילוב באורח החיים המודרני – ענפי הרפואה המשלימה נהנים מחדירה לקונצנזוס, מגידול במספר המטפלים והמטופלים – עד לשילוב במרפאות קופות החולים ובבתי החולים.

### מאפיינים עיקריים:

- ◀ השוק בנוי בעיקרו ממספר רב של מטפלים עצמאיים ומספר מועט של גופים גדולים יותר.
- ◀ מטפלים רבים אינם מתמחים רק בתחום אחד בשניים ואף שלושה תחומים במקביל.
- ◀ בשנים האחרונות מתפתחת מגמה של רופאים קונבנציונלים המתמחים ברפואה משלימה, בעיקר בתחומי ההומיאופתיה, האוקופונטורה ופרחי הבך. רופאים המטפלים גם ברפואה אלטרנטיבית מאפשרים להרחיב את קהל הלקוחות לאותו קהל יעד אשר קיימת בו התנגדות לרפואה האלטרנטיבית. קופות חולים רבות מעסיקות רופאים בעלי תואר רשמי המתמחים גם בתחומים שונים ברפואה האלטרנטיבית.
- ◀ לאחרונה מספקים ביטוחים משלימים רבים הטבות למטופלי הרפואה המשלימה. החזרים כספיים מהווים קטליזטור לפנייה לקבלת טיפולים.

### לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

בסקר שנערך בארה"ב ע"י המרכזים האמריקנים למניעת מחלות בתחילת שנת 2004 הצהירו 36% מהנשאלים כי טופלו לפחות פעם אחת בטיפול המשויך לרפואה משלימה.

- ◀ קהל היעד הפוטנציאלי כולל אוכלוסיה בעלת מודעות לקיומם של טיפולים משלימים – כחברי קופות החולים או על בסיס פרטי. כיום עדיין קיים חוסר מודעות של חלקים נכבדים באוכלוסייה, המבכרים את הרפואה הקונבנציונלית בבלעדיות. עלויות הטיפול מהווים מחסום נוסף לרתיעה מהתחום.
- ◀ קיימת צריכה של תחומים המהווים חלק מהרפואה המשלימה בדרכים עקיפות – כגון קבלת מסאז'ים רפואיים בבתי מלון ובשירותי ספא.
- ◀ לאחרונה ניתן להבחין בהתמקצעות קופות החולים ומרפאים אלטרנטיביים ברפואה משלימה לילדים.

## תחרות

- ◀ התחרות בתחום רבה ומתקיימת בין גורמים פרטיים, עצמאיים, לבין קופות החולים ונותני שירותים זהים במרפאות פרטיות ומרכזי ספא.
- ◀ המטפלים הפרטיים מתבססים בעיקר על מוניטין, מקצועיות, שירות וקהל לקוחות אזורי קבוע. את קהל היעד של קופות החולים ניתן להגדיר, לעומת זאת, בעיקר כמוטה מחיר, אם כי הגדרה זו אינה סוחפת ולעיתים מושפע מוניטין של מרפאה בקופ"ח ממטפלים המועסקים בה, בעיקר אם הם בעלי תואר רשמי ברפואה.

## ספקים

- ◀ ככלל, מספר הספקים מולם עובדים המטפלים ברפואה משלימה מצומצם יחסית, כאשר לכל אחד מהתחומים צרכים אחרים. חלק מהתחומים אינו מצריך אספקה מסוג כלשהו (שיאצו לדוגמא).
- ◀ ספקי תרופות הומיאופתיות – בד"כ בבתי המרקחת ההומיאופתיים אם כי יש מטפלים הרוקחים בעצמם.
- ◀ ספקי אביזרים – בד"כ מיטות מסאז', מחטים לדיקורים, שמנים שונים למסאז'ים וכד'.
- ◀ הספקים הם רבים ומגוונים, בהתאם לתחום.
- ◀ אספקה שוטפת של ציוד למרפאה.

## אמצעי שיווק

- ◀ קיימים מספר אמצעי שיווק אופייניים לענף:
  - ◀ פרסום טיפולים בעיתונות מקומית, אתרי אינטרנט, פורומים וכד'.
  - ◀ פרסום באמצעות פליירים בסביבה הגיאוגרפית הקרובה.
  - ◀ פרסום המתבסס על הצגת מוניטין – אנשים שעברו טיפולים מעידים...
  - ◀ מבצעים דוגמת הנחות על טיפולים, הנחות על סדרות טיפולים, טיפול מתנה – ממגוון טיפולים אשר נדרשים למאמץ שיווקי מיוחד וכד'.
  - ◀ שוברי מתנה – מכירת שוברי מתנה לטיפולים.
  - ◀ השתתפות בירידים של רפואה משלימה.
- ההבדל המרכזי בין המטפלים העצמאיים למרפאות ולקופות הוא בהיקפי הפרסום והשיווק הנובעים מתקציבים שונים לחלוטין.

## **כיווני התפתחות עתידיים:**

במשרד הבריאות פועלת כיום ועדה שתפקידה לבחון דרכים להסדרת הענף – עיסוקים הדורשים רישוי והכשרה. ניתן להניח שבמהלך השנים הקרובות ימוסד הענף, לפחות בחלק מתחומי הטיפול, באמצעות רישוי. המיסוד יקל על המטפלים המורשים המקצועיים ויקשה על כניסה לענף של גורמים לא מקצועיים.

## גורמים משפיעים על הצלחה:

גורמי ההצלחה המרכזיים הנם מוניטין וכנגזרת מכך – היכולת לבנות מאגר לקוחות קבועים לאורך זמן. גורמים משפיעים נוספים הם:

- ◀ תחומי התמחות ייחודיים.
- ◀ רמת מחירים ביחס למתחרים. יחד עם זאת, יש לציין כי מחיר נמוך אינו בהכרח ערובה לביקוש גבוה, היות והמחיר משקף גם את הסטאטוס המקצועי ומעמד המטפל – בעיקר בעיני הלקוחות.

## מחסומי כניסה לענף:

חסמי הכניסה לפעילות כמטפל רפואה משלימה הנם מינימאליים בד"כ:

- ◀ כיום לא נדרש רישוי כלשהו להכרזה על אדם כ"מטפל". יחד עם זאת, בתחומים מסוימים נדרשת הכשרה מקצועית, ולעיתים אף ארוכה ומשמעותית. צפוי כי בעתיד יתוקנו תקנות המגדירות תחומי עיסוק הדורשים רישוי והכשרה.
- ◀ החסמים הכלכליים הנם שוליים. בשלבים הראשונים ניתן להתחיל ולפעול מהבית, עם ציוד מינימאלי, או כפרי-לאנס במרפאות או אצל מטפלים אחרים.

## ציוד נדרש:

הציוד הנדרש, על פי רוב, הנו מינימאלי, בהתאם לתחום ההתמחות:

- ◀ הכשרת חדר מתאים – בבית או בקליניקה. בתחום הרפואה המשלימה מקובל לחלוק קליניקה עם מטפלים נוספים, בד"כ בתחומים אחרים.
- ◀ מיטת טיפולים.
- ◀ קרמים, שמנים אתריים, סדינים, מחטים וציוד מתכלה נוסף.
- ◀ ציוד משרדי.
- ◀ מטפל המבקר בבתי לקוחותיו או העובד במספר אתרים, ומשתמש במיטת טיפולים, נזקק בדרך כלל לרכב.

## מימון:

### השקעה נדרשת

- ◀ ההשקעה הראשונית הנדרשת להקמת עסק עצמאי נמוכה מאוד – מאות עד אלפי ₪ בודדים.
- ◀ מטפל עצמאי מתחיל יכול לעבוד בהתחלה בקליניקה קיימת על בסיס שעות, או להשקיע בהתאמת חדר בביתו או חדר שכור, לטובת הקליניקה. למעט ריהוט בסיסי, מיטת טיפולים אם נדרשת, קרמים, שמנים, מחטי טיפול (הכל בהתאם לתחום ההתמחות) וציוד משרדי בסיסי, לא קיימות הוצאות מיוחדות.
- ◀ להקמת מרפאה – בנוסף לאמור לעיל נדרשת גם השקעה בשכירת מקום מתאים, והכשרתו כמרפאה העסקת עובדים – בהתאם להיקף הפעילות המתוכנן.

## פדיון ורווחיות בענף

הפדיון למטפל נגזר ממספר הטיפולים אותם הוא מבצע, מתחום העיסוק ומהאזור בו הוא פועל. ככלל, קיימת שונות רבה בפדיון בין התחומים השונים, ואף בין המטפלים באותו תחום. להלן יוצגו מספר תעריפים מייצגים:

- ◀ הומאופתיה קלאסית – 400-600 ₪ לפגישה ראשונה, פגישות המשך בחצי מחיר.
- ◀ נטורופתיה – 250-300 ₪ לפגישה ראשונה. טיפולי מעקב – 150-200 ₪.
- ◀ אקופונקטורה, טווינא – כ- 150 ₪ לטיפול.
- ◀ הילינג – 200-300 ₪ לטיפול.
- ◀ פלדנקרייז – כ- 150 ₪ לטיפול אישי, כ- 50 ₪ לטיפול קבוצתי.
- ◀ שיאצו – כ- 180 ₪ לטיפול.
- ◀ רפלקסולוגיה – כ- 150 ₪ לטיפול.
- ◀ אירידולוגיה – כ- 350 ₪ לאיבחון.

רווחיות גולמית – היות וההוצאות הישירות במרבית תחומית הרפואה המשלימה הנן נמוכות (עד אפסיות), הרווח הגולמי יהיה דומה, בדרך כלל, לפדיון.

## תנאי תשלום מקובלים

תשלומים מקובלים – אשראי, צ'קים או מזומן.

## רמת הסיכון:

- ◀ רמת הסיכון למטפל חדש אינה גבוהה. הסיכונים העיקריים שלו הנם באובדן ההשקעה הראשונית ובמחיר האלטרנטיבי שהוא משלם על תהליך הלימוד ועל השלבים הראשונים ברכישת חוג לקוחות. כלומר: אובדן השתכרות ממקור אחר ותשלום עבור הלימודים.
- ◀ עיקר הסיכון נובע מקשיי שיווק, בעיקר למטפלים חסרי ניסיון או מוניטין בתחילת דרכם.

## רישיונות ואישורים:

- ◀ לא נדרש רישיון עסק.
- ◀ כיום אין צורך ברישוי לעסוק בטיפולים. צפוי כי מצב זה ישתנה בעתיד, לפחות בחלק מהתחומים.

## ביטוחים:

- ◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.
  - ◀ ביטוח אחריות מקצועית.
  - ◀ ביטוח חבות מעבידים.
  - ◀ ביטוח אובדן הכנסות.
- בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

## כתובות רלבנטיות:

באינטרנט קיימים אתרים רבים העוסקים ברפואה משלימה. להלן כמה מהם:

www.alternativli.co.il ◀

www.dryang.co.il ◀

www.starmed.co.il/alternative ◀

www.ima-adama.co.il ◀

## טיפים:

- ◀ לפני הקמת עסק מומלץ לבצע בדיקה של השוק – לקוחות פוטנציאליים ומתחרים בסביבה הגיאוגרפית הרלוונטית – במעגל רחב. ריבוי מטפלים או הימצאותן של מרפאות קופ"ח המעניקות טיפולים זהים במחירים נמוכים תקשה על העסק.
- ◀ הענף מאפשר כניסה מדורגת, תוך הימנעות מהשקעות כספיות גבוהות בשלבים הראשונים. מוצע לשקול את האפשרות לנצל אפשרות זו ולהיכנס לפעילות כמטפל במדורג, על מנת לבחון התאמה ועניין לעיסוק בתחום.
- ◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מר"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מר"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא בפרופיל זה אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה נערך בינואר 2005 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.