

שלחו להדפסה

גודל פונט

דעות |

בארץ

## החינוך מתחיל בגיל 30

"לעבוד על פי הספר" הינו תנאי הכרחי לניהול עסק לטווח ארוך. רק שיטות שכאלו יאפשרו לצמוח ולא להימכר. כשנפנים זאת נוכל להתבשר ש"חברה ישראלית רכשה ענק טייזואני", ולא להיפך

לבנת קיזנר

13:43, 23.07.09

6 תגובות

למרות שרכישת **שליש מחברת SAFESKY** לתאגיד ענק טייזואני התגלתה כפלופ, לא ניתן להתעלם מהחגיגה התקשורתית לה אנו עדים בכל פעם שחברה ישראלית נמכרת לחברה מחו"ל. גם סדרת הטלוויזיה עתירת הרייטינג "מסודרים" תורמת רבות לקידוש האקזיט כמשאת נפשו של איש העסקים הישראלי. למרות שדי ברור כי לטובת כלכלת ישראל, והחברות הפועלות בה, ישראל צריכה לבסס עצמה כמדינה של תעשיות וחברות ברות קיימא ולא רק של אקזיטים מהירים, נשאלת השאלה מדוע מדינות קטנות כמו פינלנד מסוגלות להקים תאגידי ענק בינלאומיים כמו נוקיה ואצלנו בארץ, למעט חברות בודדות כמו שטראוס עלית, טבע ומכתשים שהפכו לתאגידיים חובקי עולם הדבר אינו קיים?

כלל אצבע בעולם השיווק אומר כי כמחצית מנתח השוק של כל מוצר מוחזק ע"י 3-4 מותגי על בינלאומיים כאשר שאר ההכנסות ממכירת אותו מוצר מתחלקות בין מאות ואלפי יצרנים בכל רחבי העולם. המצב בישראל הוא אבסורדי. ישראל כמדינה נחשבת למותג מוביל בעולם בתחומי התעשיות עתירות הידע, ביטחון, מדע, הייטק ו-IT למרות שאם נעצור לרגע לחשוב נראה שאין כמעט חברות ישראליות המהוות מותג בינלאומי מוביל לא בתחומים בהם ישראל מצטיינת ולא בתחומים אחרים. מדוע זה כך?

נראה לי כי התשובה טמונה בעקרון המקדש את המנהל הישראלי - עקרון האילתור והאי קבעון. כבר בצבא מקודש הביטוי "מפקד טוב הוא מפקד שידוע לאלתר". תפיסה זו ממשיכה גם בעולם העסקי כשמשבחים את יכולת האלתור ואי הקבעון של המנהל הישראלי. מי מאיתנו לא מכיר סיפורי גבורה של יום שישי בערב בו איש העסקים הישראלי מתפאר כיצד תימרן את "היורמים" שעמדו מולו בעסקה בחו"ל. ובכן, נראה כי ימים אלה מתחילים לעבור מהעולם (העסקי...).

המנהל הישראלי מתחיל להבין כי בכדי להפוך למנהל מוצלח בעולם גלובאלי ובכדי להקים ולנהל חברה שתהפוך למותג בינלאומי, יש צורך ברכישת ידע וכלים מהמקורות הטובים בעולם ולא להסתמך על יכולת האלתור בלבד. סקר שערך לאחרונה איגוד לשכות המסחר בקרב כ-150 מנהלים מאשש את התחושה כי המנהל הישראלי מתחיל להסתגל לעובדה כי ללא הכשרה אקדמית מתאימה, הוא יוכל להישאר, במקרה הטוב, מנהל מוצלח ברמה המקומית, אבל לעולם לא יצליח לפרוץ את הרמה הגלובלית. מהסקר שנערך לרגל השקת שיתוף הפעולה בין איגוד לשכות המסחר ו-IBR, התוכנית לתואר שני במנהל עסקים למנהלים של אוניברסיטת Steinbeis ברלין עולה כי למרבית המנהלים הישראליים (כ-70%) אין תואר שני במנהל עסקים. דהיינו, מרביתם הצביעו ברגליים לכך שלדעתם אין הכרח בהכשרה אקדמית מתקדמת בכדי להתקדם בעולם העסקי. אולם, נראה זו מתחילה להשתנות. גם אלו שחשבו שאינם זקוקים לתואר שכזה בעולם העסקי, מבינים את חשיבותו לפיתוח חברתם: למעלה מ-60% מהמנהלים ובעלי החברות מוכנים להשתתף במימון לימודים מתקדמים בתחום לעובדים בכירים ולמנהלים בחברתם, למרות המצב הכלכלי הקשה.

המשמעות ברורה. עידן האילתור נגמר והמנהלים הישראליים הצעירים צמאים ללמוד מתודולוגיות מסודרות. כמי שעומדת בראש מכללה, שבין השאר, מכשירה מנהלים בכל התחומים, נראה כי יותר ויותר אנשי עסקים ישראלים החלו להפנים את העובדה כי

מפקד טוב, כמו מנהל טוב, הוא אחד שיודע לתכנן, להכניס נהלים מוסדרים לחברה, לאמץ שיטות ניהול בינלאומיות מתקדמות ואפילו, עד כמה שזה ישמע מוזר לאוזן הישראלית, "לעבוד על פי הספר". שיטות אלה הן הכרחיות לניהול עסק לטווח ארוך והן, ורק הן, אלו שיאפשרו לו לצמוח ולא להימכר בהקדם האפשרי. כשנפנים את השיטות הללו נוכל להתבשר בתדירות גבוהה יותר ש"חברה ישראלית רכשה ענק טייוואני", ולא להיפך.

**הכותבת היא מנהלת המכללה העסקית של איגוד לשכות המסחר**