

גיוס נעושים!

עיתון האימייל והאינטרנט לתחום גיוס ושימור עובדים

נא להעביר בין עובדות/עובדי משאבי אנוש בחברה ולתלות על לוחות המודעות. תודה!

עריכה: רענן רוגל, דורן תקשורת, טל. 09-7750775, פקס. 09-7460556, דוא"ל: rani@doran.co.il
מופק עבור "בוקי פלטו - דורן תקשורת" - המומחים לפרסום לגיוס ולתקשורת פנים ארגונית טל. 09-7750789

כמה נשים מנהלות יש בישראל, וכמה הן מרוויחות ביחס לעמיתיהן הגברים?

תכנון מחקר וכלכלה במשרד התמי"ת ניתוח לנתוני סקרי כוח אדם וסקרי הכנסות שכירים של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (למ"ס).

בדיקה זו כללה מספר שאלות:

1. מהו מספרן הכולל של הנשים המנהלות כיום (נתוני 2004) בהשוואה לעשור הקודם (נתוני 1995)?
2. מהו שיעור הנשים המנהלות בישראל מקרב כלל המנהלים?
3. האם ניתן לראות גידול בשיעור הנשים המנהלות בישראל, ובאילו ענפים בולט גידול זה?
4. האם קיים קשר בין שיעור הנשים המועסקות בענף לבין שיעור המנהלות בענף, קרי, האם בענפים עתירי תעסוקת נשים יימצאו יותר נשים מנהלות בהשוואה לגברים?
5. האם כיום, נשים בעמדות ניהול משתכרות שכר דומה לשכרם של גברים מנהלים?

ברב שיח שהתקיים באוניברסיטת ת"א הציגה ד"ר סיגל שלח ממנהל תכנון מחקר וכלכלה במשרד התמי"ת את מגמות ההתפתחות בתעסוקה ובשכר של מנהלות בעשור האחרון. למרות הגידול בשיעור המנהלות בעשור האחרון, הדגישה ד"ר שלח, שיעורן עדיין נמוך כיום.

הנתונים מתבססים, כאמור, על עיבוד מיוחד של סקרי כ"א וסקר הכנסות שכירים של הלמ"ס.

להלן עיקרי הממצאים

בסה"כ, בשנת 2004 בקרב גילאי +30 היו בישראל כ- 134,000 מנהלים בכל דרגי הניהול, שמתוכם רק כ- 34,000 מנהלות. הנשים המנהלות בישראל בשנת 2004 מהוות כרבע בלבד מכלל המנהלים. בבחינת ייצוג הנשים המנהלות לפי ענפי המשק השונים,

מאז החלה כניסתן המסיבית של נשים לשוק העבודה, ועד היום כאשר הן מהוות כ- 40% מכוח העבודה העולמי, הסוגיה המרכזית עוסקת במידת השוויון בהזדמנויות התעסוקה ובשכר של נשים בהשוואה לאלו של הגברים בשוק העבודה המודרני. נשים מהוות כיום בין 30% ל- 60% מכוח העבודה הפרופסיונלי במשק, אם כן, השאלה הנשאלת היא האם נשים משתלבות במקצועות המאפשרים את קידומן המקצועי, וניהול קריירה, וכן שאלות על רמת השכר של נשים ביחס לגברים. שוק עבודה בו תמצאנה נשים בעמדות ניהול בכירות ומשפיעות במשק בשיעור דומה לזה של גברים, ותשתכרנה שכר דומה לשכר גברים, ייחשב כשוק עבודה שעשה כבדת דרך למיצובו כבעל מבנה הזדמנויות מגדרי שוויוני.

זווית מקובלת לבחינת רמת שוויון ההזדמנויות היא בחינת היקף איוש נשים בעמדות ניהול במשק. בפרסום של ארגון העבודה הבינלאומי נמצא כי שיעור הנשים בעמדות ניהול במדינות מפותחות נע בין 20%-10% מקרב כלל המנהלים. שיעור נמוך זה כולל מנהלים בכלל הדרגות, שכן בקרב מנהלים בכירים שיעור הנשים נמוך לאין שיעור.

גם שכרן של נשים מנהלות מוסיף להיות נמוך ביחס לזה של גברים. כך, בארה"ב, שכרן של נשים מנהלות עומד על כ- 70% בלבד משכרם של גברים מנהלים. גם בדנמרק, המהווה דגם מוצלח של הפעלת מדיניות תומכת משפחתה, נמצאו פערי שכר ברמות הגבוהות כך שגם כאן שכר נשים בכירות היווה כ- 77% משכר גברים ברמות מקבילות.

ומה בישראל? על מנת לבחון את המגמות בשיעור הנשים המנהלות ולבדוק את שכרן ביחס לשכר מקביליהן הגברים, ערך מינהל

עומד על כ- 75% משכר הגברים. השכר הממוצע של נשים מנהלות עומד על כ- 11,700 ש"ח ברוטו לחודש, בעוד שכר הגברים עומד על 15,600 ש"ח ברוטו לחודש.

פערי השכר בולטים במיוחד בענף שירותי הבריאות, בתעשייה, ובענף המסחר.

אחת הטענות הנשמעות היא ששכר נשים נמוך משכר הגברים משום ששיעור גבוה מהן עובדות במשרות חלקיות. לצורך בחינת מידת ההשפעה של השונות המגדרית של מספר שעות העבודה על השכר, נבחן שוב שכרם של מנהלים, גברים ונשים העובדים במשרה מלאה בלבד. בחינה זו מעלה, שעדיין נשים מנהלות במשרה מלאה משתכרות רק 78% משכר הגברים המנהלים. במילים אחרות, שעות העבודה השונות מסבירות רק חלק קטן מפערי השכר של מנהלים.

סיבות נוספות לפערי השכר הללו נובעות בחלקן מכך שבחינה זו נערכה עבור כל אוכלוסיית המנהלים, אך נשים נוטות יותר להתרכז בעמדות הניהול בדרגים הזוטרים או דרגי הביניים, לעומת ריכוז גברים גבוה בעמדות ניהול בכירות, בהן השכר גבוה יותר.

מעבר לכך, בשיח האקדמי והציבורי כיום מתגבשת העמדה כי קיומה של אפליית שכר על רקע מגדרי מסביר רק חלק קטן מפערי השכר בין גברים ונשים, ואילו הסיבה העיקרית לפערים בשכר ובשיעורן של נשים בעמדות ניהול בכירות נעוץ בתפיסות מעסיקים את נכונותן של נשים להקדיש זמן ואנרגיה למקום העבודה, כאשר גם נטל הטיפול במשפחה מוטל ברובו עליהן. עמדות אלו, לצד נכונות נמוכה של מעסיקים לשלב נשים בעמדות ליבה אשר מאפשרות קידום מקצועי וקידום בשכר לאורך זמן, מהוות כנראה חסמים לקידומן של נשים לרמות ניהול בכירות.

בנוסף, שוק העבודה הגלובלי התחרותי, הפועל לפי נורמות "גבריות", אכן מקשה בעיקר על נשים לשלב בין משפחה ועבודה, אך שילוב כזה הוא קשה גם לגברים. בהקשר זה מתקיימים דיונים להגמשת שעות העבודה, להפוך את יציאה לחופשות מחלה של ילדים או בני משפחה כדאית גם לגברים ובכך לאפשר לנשים לשמור על רצף תעסוקתי טוב יותר. הצעות אחרות עוסקות בהרחבת הסדרי הטיפול בילדים וסבסודם באופן שיאפשר לנשים עוד בגילאים הצעירים להשתלב באופן רציף בשוק העבודה כך שתהינה להן הזדמנות לבניית קריירה.

עוד קודם לאיתור והסרת חסמים בשוק העבודה, יש לטפל בנושא ההשכלה והחינוך של נשים. בישראל, כמו במרבית המדינות המתועשות בעולם, נשים מהוות 50% ולעיתים אף יותר מכלל הלומדים לתארים, ברם כאשר נבחנים תחומי הלימוד בהן לומדות נשים בהשוואה לגברים, ניתן לראות שבלימודים לקראת מקצועות טכנולוגיים והפיננסיים המובילים כיום ברמות השכר במשק, שיעור הנשים נמוך בהרבה מייצוגן בכלל הלומדים. אי לכך, יש לקדם ולכוון נשים בתחילת דרכן המקצועית לבחירת מקצוע לימוד שיאפשר פיתוח קריירה, קידום מקצועי ושכר שוויוני.

ניתן לראות ייצוג גבוה יחסית של נשים מנהלות בסקטור הציבורי, ובאופן בולט בשירותי הבריאות הרווחה והסעד (65%), כמו גם בחינוך (50%). שיעור נמוך במיוחד ניתן לראות בתעשייה (18%). בהשוואה לכ- 91,000 מנהלים שהיו בשנת 1995, שמתוכם כ- 15,000 נשים, נמצא כי מספרן של כלל הנשים המנהלות גדל במהלך העשור ביותר מפי שניים.

במהלך העשור גדל שיעורן היחסי של הנשים בניהול בקרוב ל- 35% בסה"כ.

גידול משמעותי של קרוב ל- 43% בייצוג נשים מנהלות ניכר בתעשייה, מ- 10% ב- 1995 לכ- 18% ב- 2004. בסקטור השירותים העסקיים, נדליין ושכירות, נצפה גידול משמעותי של כ- 37% במספר המנהלות: מ- 19% בשנת 1995 לקרוב ל- 30% בשנת 2004.

הסקטור הציבורי ממשיך לקדם נשים: נצפה גידול של כ- 30% בין שתי נקודות הזמן. בתקופה זו עלה שיעור הנשים המנהלות מ- 30% בשנת 1995 לכ- 44% בשנת 2004.

במרבית הענפים הכלכליים, ובעיקר בסקטור הציבורי, ניתן לראות שייצוגן של הנשים בניהול קטן מחלקן היחסי בכלל התעסוקה בענף. נשים מנהלות במשרה מלאה משתכרות רק 78% משכר גברים מנהלים. פערי השכר בולטים במיוחד בשירותי הבריאות, בתעשייה ובענף המסחר.

האם קיים קשר בין שיעור הנשים המועסקות בענף לבין שיעור המנהלות בענף, קרי, האם בענפים עתירי תעסוקה "נשית" תמצאנה יותר נשים מנהלות בהשוואה לגברים?

בשיח העוסק בנשים בשוק העבודה מבחינים בין סגרגציה עיסוקית אופקית, המתייחסת לריכוז נשים במקצועות מסוימים המוגדרים "נשיים" ואשר מאופיינים בשכר ובתנאים פחות טובים, לבין סגרגציה עיסוקית אנכית, המתייחסת לשיעור המנהלות ביחס לשיעור הנשים המועסקות באותו ענף, כאשר הטענה היא שגם בענפים או משלחי יד המאופיינים ברוב נשי גדול, שיעור המנהלות, קטן בהשוואה לשיעור היחסי של גברים מנהלים. בבחינת נתוני 2004 עולה כי טענה זו צודקת בעיקר בסקטור הציבורי שבו קיים שיעור גבוה במיוחד של נשים מועסקות (כ- 67% נשים), ואף כי שיעור המנהלות בסקטור הציבורי גבוה יחסית לענפים אחרים (כ- 44%), הוא אינו משתווה לשיעור המועסקות בסקטור זה. במילים אחרות, קיים ייצוג חסר של מנהלות בסקטור הציבורי.

תופעה זו קיימת במרבית הענפים, אם כי בעוצמה פחותה, משום ששיעור המועסקות בענפים אחרים נמוך משעורן בסקטור הציבורי. הענף היחיד בו המצב שונה הנו ענף התחבורה האחסנה והתקשורת, שם אמנם שיעור המועסקות נמוך יחסית (כ- 22%), אך שיעור המנהלות ביחס למועסקות גבוה ועומד על כ- 30%.

האם כיום, נשים בעמדות ניהול משתכרות שכר דומה לשכרם של גברים מנהלים?

לבחינת שאלה זו נבדקו הכנסות מנהלים מתוך סקר הכנסות שכירים לשנת 2004. בדומה לממצאים במדינות מתועשות אחרות, נמצא כי בממוצע על פני כל ענפי המשק, שכר נשים

מחקר חדש: מבנה הפנים והאישיות של עובדים משפיעים על יחס מנהלים

אומר ד"ר הראלי, ומדגיש שברור מכאן כי למנהלים יש ציפיות אחרות מעובדים שאינם בעלי חזות של מנהיגים. המנהלים דיווחו שעובדים שאינם בעלי חזות דומיננטית יתפסו כמי שיטו לקחת אחריות על הכישלון, יחושו אשמה ובושה ויזכו לתגובה אמפטית יותר במקרה של כישלון.

במחקר השתתפו כ- 300 נחקרים שנחשפו לתיאור עובד שנכשל במילוי תפקידו. לצד התיאור הופיעה תמונה של אדם (גבר או אישה) שאופיין מראש כאדם דומיננטי או כנוע. על הנחקרים היה לדווח על תגובתם הרגשית לכישלון כמו גם הציפיות לגבי התגובות הרגשיות של העובד.

"מודעות לממצאי המחקר בקרב מנהלים, יכולה להגדיל את רגישותם להטיות בהתייחסותם לעובדים בהסתמך על מראם. על המנהלים להבין שעליהם לנטרל הטיות אלה בבואם להעריך את עובדיהם. לא תמיד ישנה היכרות אישית בין מנהלים בדרגות ניהוליות שונות בארגון לבין הכפופים להם ובמצב זה לציפיות המבוססות על מידע שטחי כגון מראה, עשוי להיות משקל משמעותי יותר על התגובה", מוסיף ד"ר הראלי.

אם יש לך לסת רבועה, גבות ישרות וכתפיים רחבות, קח בחשבון שכישלון בעבודה לא יזכה אותך ברחמים מצד הבוס. מחקר חדש באוניברסיטת חיפה מצא כי מבנה הפנים קובע כיצד הממונים בעבודה יתייחסו לכישלוננו של עובד.

"מצאנו שמבנה פנים המאפיין אנשים הנתפסים כדומיננטים, דוגמת לסת מרובעת או גבות ישרות, גורם למנהלים שלהם לצפות שבמקרה של כישלון הם יגיבו בפחות פחד, בפחות בושה ופחות אשמה בהשוואה לאנשים שאינם בעלי חזות דומיננטית. דומיננטים שכשלו קרוב לוודאי יזכו לתגובת כעס מוגברת מצד הממונים עליהם", אומר ד"ר שלמה הראלי מביה"ס לניהול באוניברסיטת חיפה, שבדק עם פרופ' אורסולה הס מאוניברסיטת קויבק בקנדה באיזו מידה מאפיינים הקשורים בדומיננטיות בקרב נשים וגברים קובעים את הציפיות של הממונים עליהם ויחסם אליהם במקרה של כישלון.

לדבריו, המנהלים נטו לדווח על כך שיחושו פחות רחמים ויותר כעס כלפי עובדים בעלי חזות דומיננטית. "עובדים בעלי חזות של מנהיג, גם אם בפועל אינם בעלי מעמד כזה, צריכים להיות מודעים לכך שהציפיות של אחרים מהם תושפענה מחזות זאת",

קבוצת נישה מחפשת שותפים להצלחה
 לקבוצת נישה, המובילה בגיוס והשמה לחברות ההייטק והביוטק, דרושים/ות:

מנהלים/ות השמה

- השכלה אקדמאית חובה
- נסיון בגיוס והשמת עובדים בשוק ההייטק/ביוטק - חובה
- יכולת הובלת תהליכים וראיה מערכתית
- אוריינטציה מכירתית ותודעת שירות גבוהה
- אנגלית ברמה גבוהה

למשלוח קו"ח: netanella@nisha-hr.co.il

קבוצת נישה
 השמה איכותית בתחומי-הייטק, ביוטק ובכריזם

מאות משרות חדשות ממתונות באתר
www.nisha-hr.co.il

רק פניות מתאימות תענינה. סודיות מובטחת.



STKI: גיון ברייס הדרכה מובילה בתחום הדרכת IT והטמעה

על סקר שנערך בקרב ספקי ההדרכה השונים וסקר מקיף שנערך בין לקוחות עיקריים בשוק הישראלי. ערן לטר, מנכ"ל משותף בגיון ברייס הדרכה, אומר: "אנו גאים להמשיך ולהוביל את שוק ההדרכה בישראל, גם ברמת האיכות וגם בהיקף העסקים. גיון ברייס הדרכה זכתה בשנים האחרונות למספר רב של פרסים מחברות בני"ל בתחום הדרכת המחשוב, והדירוג של STKI מוכיח שלאיכות יש תרגום מיידי ברמת היקף השוק, וזוהי הצבעת האמון של השוק למקצועיות של גיון ברייס הדרכה".

לטר מוסיף: "אנו מקווים להמשיך ולהוביל את שוק ההדרכה גם בשנים הבאות, תוך יצירת ערך מוסף ללקוחות ברמת הצמיחה העסקית והאישית של כל משתתפי הקורסים של גיון ברייס. בשנה האחרונה ראינו גידול בעסקים עם העלייה במודעות של הארגונים לחזור ולהשקיע בממד האנושי, הן ברמת אנשי המקצוע, והן ברמת משתמשי המחשוב".

חברת המחקר STKI בניהולו של גיימי שוורצקופף, הציגה בכנס השנתי שלה את נתונייה לגבי שוק ה-IT הישראלי, על פיהם גיון ברייס הדרכה, חטיבת ההדרכה של מטריקס, היא המובילה בתחום הדרכת IT והטמעה בקרב משתמשים בארגונים. אחריה מדורגות נס, סלע, א.מ.ת. מיחשוב ו-HP. היקף שוק ההדרכה בישראל בשנת 2005 עמד על 40 מיליון דולר. ב-2006 צפוי שוק ההדרכה לגדול ל-45 מיליון דולר עם קצב גידול של 12.5 אחוז, ובשנת 2007 אמור שוק הדרכת ה-IT לגדול ל-50 מיליון דולר עם קצב גידול של 11.11 אחוז. על פי ממצאי המחקר, השנה צפוי גידול בהדרכות בתחום ניהול פרויקטים, פיתוח בתפיסת Agile, לימודי SOA וטכנולוגיות חדשות. עוד מצוין במחקר, כי ממוצע ימי ההדרכה בשנה לעובד צריך להיות כ-5 ימי לימודים (שבוע קורס). כמו כן, על ארגונים להקצות תקציבים להדרכות המשתמשות באפליקציות חדשות, או הדרכות של עובדים חדשים ועובדים שעברו לתפקיד חדש. דירוג STKI של החברות המספקות שירותי ערך מוסף מבוסס

בחיפוש אחרי המועמד המושלם (חלק 2 מתוך 7): שלושה שינויים שעליכם לעשות כדי למצוא מועמדים טובים יותר

מאת לו אדלר, ERD

שנית: השתמשו בתהליך ראיון ייעודי במקום בראיון אינקוויזיציה - מרבית המנהלים משתמשים בסוג מסוים של ראיון התנהגותי או אינקוויזיציה טכנית כדי להעריך כישורים. מכאן שהם בוחרים מועמדים הנראים כמתאימים לשטנץ. ברגע שנוצרת הרשימה הקצרה, תהליך הגיוס מתחיל. ההנחה הבסיסית היא שכל המועמדים רוצים את המשרה, והם יעמדו ברמה מסוימת של חוסר כבוד כלפיהם כדי לזכות בה. "אם מישהו לא רוצה את התפקיד, אנחנו לא רוצים אותו", היא מסקנת המחדל של המנהל הנאיבי כאשר אומרים לו שיש דרכים טובות יותר לראיון ולגייס מועמדים.

אנו נתאר לעומק טכניקות ספציפיות בחלק 3 של סדרת מאמרים זאת, אך לפניכם מספר רעיונות אותם תוכלו לשקול עכשיו:

- האנשים הטובים ביותר רוצים לזכות בתפקיד, במקום שיוגש להם. לא אכפת להם מתחרות; למעשה, הם מעדיפים אותה. אך אל תחילו את הראיון עם הלך רוח זה. שמרו זאת לשלב מאוחר יותר.

- תחילה הניחו כי המרואיין אינו מחפש אקטיבי, אלא בדק מספר הזדמנויות מגוונות. במקרה זה השתמשו בחלקו הראשון של הראיון כדי להבין טוב יותר מה האדם מחפש בתפקיד חדש, ומה מניע אותו אפילו לשקול בדיקה.

במאמר הקודם ציינתי כי יתכן שלמועמדים מושלמים עבור משרות פתוחות אצלכם, אין בדיוק אותו רקע שצוין בתיאורי המשרות שלכם.

יתר על כן, יכול להתברר כי לגבי חלק מאנשים מעולים אלה, אפילו אם תמצאו אותם, תגלו שאינם מעוניינים או הנם פחות מרשימים במהלך הראשון מכפי שמנהלים היו רוצים. זהו מלכוד 22 גדול - אנו שמים איקס על האנשים הטובים ביותר מפני שכישוריהם לא עונים לסטנדרטים לא-תקפים מסוימים, או מפני שהם לא מציפים התלהבות מתפקיד עליו הם יודעים מעט. זה אידיאלי. אם אתם רוצים למצוא ולגייס מועמדים מושלמים יותר - כולל יותר מועמדים פסיביים ומגוונים - אתם צריכים לעשות שלושה שינויים מבניים. ממה שאני יכול לומר, אלא אם אתם מעסיק נבחר או שוכבים מתדפקים על דלתותיכם, הרי שינויים אלה אינם אופציה אלא הכרח.

תחילה: הגדירו מחדש שלמות - התמקדו במה שהאם צריך לעשות כדי להיחשב למושלם, במקום במה צריך להיות לאדם במחנה כישורים, ניסיון, ורקע אקדמי. הטכניקה לכך תוארה בחלק הראשון של סדרה זו. החלפת תיאור משרה המסורתית בגישה זו הוא רשימה של 6-8 משימות קריטיות, בסדר עדיפות, שהמועמד לקבלת המשרה יידרש לבצע כדי להיחשב מצליח. מסמך זה נקרא פרופיל ביצועים.



המחקה את התהליך בו כוכבים (לא מועמדים ממוצעים) משתמשים למציאת הזדמנויות חדשות. החלק הסופי הוא תהליך ראיון מתוחכם מבוסס ביצועים העונה לצרכים של מנהלים וכוכבים. הוסיפו מעט מנהיגות ומעט אומץ, ויהיה לכם כל הדרוש להצלחה.

עבדו בעבר, ואשר אינם מחפשים עבודה. אז התקשרו וגייסו אנשים אלה. כשאתם עושים זאת, בקשו גם מהם לתת לכם עוד שמות של אנשים מעולים שלא מחפשים עבודה. החיפוש אחרי המועמד המושלם אינו מסע מסובך. הוא מתחיל בהגדרה מחדש של "שלמות" בשימוש בפרופיל ביצועים במקום בתיאור תפקיד. זה דורש שילוב עם תוכנית מקורות גיוס אגרסיבית

סקר של התמי"ת: כלי גיוס העובדים הטובים ביותר הם מודעות דרושים וחבר מביא חבר

היו בעסקים גדולים, המעסיקים 100 עובדים ויותר. לעומתם, קרוב למחצית מהמגויסים באמצעות שירות התעסוקה וחברות ההשמה היו בעסקים גדולים, המעסיקים 100 עובדים ויותר. קרוב למחצית מהמגויסים בעסקים קטנים המעסיקים פחות מ-20 עובדים, גויסו באמצעות קשר ישיר.

גיוס עובדים באמצעות מודעות דרושים מאפיין את אזור תל אביב, עם 55% מכלל ההשמות שהתבצעו באמצעות מודעות דרושים. אזורי הפריפריה, בעיקר במחוז הצפון, נעזרו יותר בשירות התעסוקה, כשמחצית מההשמות של שירות התעסוקה היו במחוזות הצפון והדרום.

בחלוקה לענפים, 32% מהמשרות בענפי התעשייה אוישו באמצעות שימוש בשירות התעסוקה ו-29% באמצעות חברות השמה. בשירותים העסקיים בלט השימוש במודעות דרושים, ואילו ענפי הבנייה והאירוח והאוכל נטו להתבסס על השגת עובדים באמצעות קשר ישיר.

דרכי הגיוס היעילות ביותר עבור מעסיקים הן מודעות דרושים בעיתונות וקשר ישיר שנוצר בין המועמד למקום העבודה. כך עולה מסקר שנערך בקרב מעסיקים על ידי המינהל לתכנון, מחקר וכלכלה במשרד התמי"ת. הסקר, שנערך ברבעון האחרון של 2005, כלל 2,500 מעסיקים, מהם 500 דיווחו כי גייסו עובדים בתקופה הנבדקת.

מהנתונים עולה כי בתקופה הנסקרת גויסו 39.7% מהעובדים באמצעות מודעות דרושים, ו-39.7% דרך קשר ישיר - פנייה אישית או בשיטת "חבר מביא חבר".

עוד עולה מהנתונים כי רק 7.4% מהעובדים גויסו באמצעות חברות השמה, ו-6.2% בלבד באמצעות שירות התעסוקה. התרומה של שירות התעסוקה לגיוס עובדים באזורי פריפריה הייתה משמעותית יותר מאשר באזור המרכז. כמחצית מהמגויסים באמצעות שירות התעסוקה וחברות ההשמה

השכר לפי מקור גיוס העובדים

שכר חודשי ממוצע	
5,889	מודעות דרושים
5,328	חברות השמה
4,642	כל המשרות
4,631	קשר ישיר
3,689	שירות התעסוקה

מקור: סקר משרד התמי"ת

והנה לכם מרשם בטוח להתרסקות

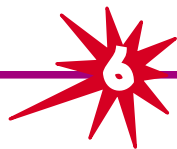
מאת אורנה רודי, יועצת לניהול קריירה

oranrudi@netvision.net.il

ויותר אנשים לקפץ בין תפקידים ובין חברות בקצב של שנה-שנתיים, תוך תקווה שהתפקיד הבא יהיה זה שיקפיץ מנוסים ובשלים מבחינות מקצועיות וניהוליות, בשלות שקשה מאוד לרכוש אותה בתהליכי אינסטנט. דרושות לכך שנים לא מעטות, התנהלות של קריירה נכונה, וגם לא מעט סבלנות. גם אנשים שהצליחו להתברג בראשית דרכם המקצועית לחברות גדולות, ושלכאורה נמצאים בנקודת זינוק טובה, מאבדים תוך

אנשים המאמינים שעולם העבודה מתנהל בקצב של קליפים ב-MTV, עלולים להוביל את הקריירה שלהם למסלול התרסקות כבר בגיל 30. כי רוב המדלגים ה"כרוניים" שעשו עבר טעות אחת, לא עוצרים כדי למזער את הנזק

הקצב המהיר של החיים המערביים גורם לאנשים רבים להתבלבל, ולהאמין כי הם יוכלו להגיע לפסגה מקצועית במהירות מסחררת, בקצב של עולם התקשורת. האמונה המוטעית הזו מובילה יותר



יציבים שמגיעים "לעשות עליו סיבוב". עלויות הגיוס הגבוהות ועלויות הכשרת עובד חדש, מכבידות מאוד על ארגונים, ולכן הם לא מחבבים עובדים שנוטשים אותם ביום - או קצת אחרי - שהם אמורים להניב את התשואה על ההשקעה. אף אחד לא אוהב לקנות מכונית חדשה בעשרות אלפי שקלים, ולגלות שאחרי 10,000 קילומטר המנוע הלך.

מה הם הסיכויים שהמכונית הבאה שירכוש תהיה של אותה חברה? מה הסיכויים שירכוש את המכונית השלישית מאותה החברה, אחרי שגם השנייה "שפכה מנוע" אחרי 10,000 קילומטר? בדיוק עם הבעיה הזאת מתמודד מועמד שצריך להצדיק בראיון עבודה מעברים תכופים בין תפקידים, בין ארגונים ובין תחומי עיסוק. רוב הסיכויים שהוא ייפסל על הסף, כבר בשלב קורות החיים, עוד לפני שתינתן לו ההזדמנות להסביר שזה לא הוא, זה הם. כלומר, שלושת המעסיקים הקודמים.

חוסר היציבות העסקית בעולם העבודה החדש, ממילא מערער את היציבות התעסוקתית, וגורם לאנשים להיפלט בקצב מואץ יותר אל מחוץ לעולם העבודה, לחזור אליו שוב, ואולי להיפלט בשנית שלא מיוזמתם. התוספת של דילוגים יזומים ובלתי מושכלים, לא משפרת את הסיכויים לקריירה מזהירה. אולי בהופעה בטלוויזיה אפשר להפוך לעתים ל"מלך העולם" תוך שעתים, ולזמן קצר. אבל בקריירה התהליך הרבה יותר ארוך ומייגע. לכן, לפני שמאמצים את מודל "כוכב נולד" אל עולם העבודה, אולי כדאי לפחות לחכות ולראות האם הוא באמת עובד? האם "הכוכבים הנולדים" בין-לילה בערוץ 2 באמת ימשיכו לנצח, או שמא הם ייעלמו קצת אחרי שמכבים את המכשיר. (הכתבה פורסמה לראשונה ב"גלובס")

זמן קצר את הסבלנות, ומחפשים קיצורי-דרך אל הצמרת. חלקם מתפתים לתפקידים כאלה או אחרים בחברות עלומות (או בגלל השכר, או בגלל הגדרת התפקיד, או שניהם), ואז מגלים כי התפקיד הוא לא מה שהם חשבו, שהחברה היא לא מה שחשבו, שבעצם זה לא זה. תוך כמה חודשים הם שוב מחפשים את דרכם החוצה, רק שעכשיו כבר ישנו גבנון קטן על קורות החיים שלהם. הם כבר נהנים פחות מהתדמית הטובה שהקנתה להם העבודה בחברה הגדולה, ועיקר ערכם המקצועי נשאב מהתפקיד הנוכחי, התפקיד בחברה העלומה שבה הם עובדים. רובם מתעלמים מהעובדה כי התפקיד האחרון שהאדם ממלא הוא בעל המשקל המכריע על תדמיתו המקצוענית ועל ערך השוק שלו כעבודה, לא משנה כמה החברה הקודמת שבה עבד היא רצינית. לזה תוסיפו את התקופה הקצרה מדי בכל תפקיד, ויש לכם עוד גבנון קטן. במצב כזה, אם לא ברחת תוך כמה שבועות מהתפקיד החדש - או במילים אחרות, העלמת אותו מקורות החיים שלך - עדיף להישאר בתפקיד, בתקווה שתצליח להפיק ממנו נכסים מקצועיים, או שלפחות תצבור את הפז"מ הסביר. המציאות מראה, כי המדלגים הם "כרוניים". אם כבר עשו טעות אחת, הם בדרך-כלל לא יעצרו על מנת למזער את הזנק. הם ימשיכו לדלג ויחמירו את המצב. הם בטוחים שגלום בהם פוטנציאל גדול - והם כל הזמן משווים את עצמם למצליחנים אחרים, ומשוכנעים שהם לא פחות טובים, וכנראה יותר - ושהפוטנציאל הזה בטח יתגלה למעסיק הבא. הם יוסיפו עוד ועוד תפקידים קצרים, הם יזוגו בין חברות ותחומי עיסוק, הם ידלגו ברמות היררכיות שונות, והנה לכם מרשם בטוח להתרסקות. איזו חברה רצינית תסתכן עם עובד כזה? אף מעסיק לא אוהב לגייס עובדים לשנה-שנתיים, אף מעסיק לא אוהב עובדים לא

עושים הכל בשבילכם!

כ מה שהארגון שלך זקוק, כ מה שמשאבי אנוש צריכים:

- תקשורת פנים ארגונית (ליווי תהליכים ופעילות בתוך החברה)
- תקשורת חוץ ארגונית (גיוס כ"א, תדמית)
- Marcom (פרסום, הפקות, יחסי ציבור)

הכל תחת קורת גג אחת, עם כ הידע והנסיון, עם כל הקראטיביות ועם עלויות אטרקטיביות

בוקי פלטו * דורו תקשורת

Call us: 09-7750789

מיהו בעל העניין החשוב ביותר שלכם?

מאת קווין ווילר, ERD

השקפתכם על העסק וצרכיו. אתם עלולים להיתפש כ"רכרוכיים" או "אומרי כן" למחלקה או למנהלים המגייסים אליהם אתם מחוברים.

אם יש לכם יחסים טובים עם המנהלים המגייסים שלכם, זה כנראה כי נתתם להם מה שהם רצו או היו צריכים בנקודה מסוימת. זה מצוין, אך לפניכם מספר רעיונות על מה צריך להיעשות כדי לבנות אמינות גדולה עוד יותר, להרחיב את תחום מומחיותכם, ולהיות מסוגלים לספק שירות בעל ערך רב יותר למנהל המגייס בלי להזיק ליחסים אחרים.

הלקוח אינו תמיד צודק

אנשי מכירות טובים הכירו תמיד בכך שהנחיית וחינוך אנשים הם חלק מרכזי ממה שעליהם לעשות. אתם יכולים להחליט שאתם רוצים מכשיר טלוויזיה 21 אינץ' זול המוצע במחיר חיסול בחנות האלקטרוניקה המקומית שלכם, אך איש המכירות מראה לכם איך מכשיר 36 אינץ', כמעט באותו מחיר, ייתן ערך רב הרבה יותר לכספכם. אתם מרוצים עכשיו, אבל לא הייתם כך בתחילה.

בעוד שזו דוגמא פשוטה, יש פעמים רבות שהמגייס צריך להוביל את המנהל המגייס לאדם שעל פניו אינו מה שהמנהל מצפה לו או חושב שהוא רוצה.

לפעמים, אם מביאים את המנהל המגייס לשיחה עם מנהלים בכירים או אם מקצוענים חיצוניים, הדבר יכול לשנות את השקפתו.

היכולת לעשות זאת דורשת מידה של אומץ, כמו גם הבנה עמוקה של התפקיד והמנהל המגייס. היא גם דורשת את היכולת לזהות את המיומנויות שעושות הבדל בתפקיד, ולמצוא את האנשים להם יש מיומנויות אלה.

צפו צרכים והקדימו את המנהל המגייס

כאשר מנהל מגייס אומר שהוא צריך כישור מיוחד, המגייסים הטובים ביותר - אלה שחשבו לעומק על התפקידים והאסטרטגיה של מחלקת המנהל - עשויים להציע כישור שונה או לדחוף להתנסות מסוימת. חולשה אחת של מגייסים רבים היא הבנתם הרדודה של הצרכים האמיתיים של מנהל מגייס. הבנה זאת יכולה לבוא רק דרך ניסיון עם התפקיד, דיון עם הרבה אנשים על המטלות השונות והתוצאות הדרושות מהתפקיד, ובביצוע ניתוח קריטי של הכישורים של הצוות הנוכחי.

יתכן שתצטרכו להביא דוברים חיצוניים בעלי נקודת השקפה שונה. אתם יכולים לגייס משאבים פנימיים לעזור לכם בטיעון לגישה שונה. גורמים אלה יכולים ליידיע אתכם במה שיקרה בהמשך, כך שתוכלו להתכונן לכך.

מרביתנו לא יודעים מה אנו רוצים

הדוגמא הקלאסית המשמשת בכיתות אוניברסיטה על מחקר שוק, היא סיפור הווקמן של סוני. החברה ניהלה קבוצות מיקוד

מיהו הלקוח החשוב ביותר שלכם? מי צריך להיות מרוצה מהתוצאות של מחלקת הגיוס? אלה שאלות חשובות, וכאלה העשויות לקבוע אם תשמרו על תפקידכם, תקבלו את תקציבכם, או תהיו שבעי רצון ממעשיכם.

בדיוק כפי שפוליטיקאי צריך לספק בעלי עניין רבים ולבלות זמן רב באיזון בין קבוצה אחת ומערך של בעיות עם קבוצה ובעיות אחרות, כך גם אתם.

למגייסים יש בעלי עניין רבים, כולל הבוס הישיר שלהם, ראש משאבי אנוש או הפונקציה אליה המחלקה מדווחת, מנהלים מגייסים, מועמדים, אולי המנכ"ל, צוות ההנהלה, ואפילו מגייסים עמיתים. ואז יש גם ספקי גיוס וקבלנים חיצוניים, המהווים חלק של הרשימה המלאה.

בהתחשב ברשימה ארוכה זאת, נראה בלתי אפשרי להשביע את רצון כולם. אחד רוצה מהירות בעוד השני רוצה בקרת הוצאות. אחד רוצה וזאת בדרכו והאחר רוצה וזאת בדרכו ההפוכה. מגייסים, יותר ממרבית אנשי HR אחרים, מרגישים חוסר ביטחון באשר במי עליהם להתמקד, ומיהו הבוס העליון שלהם. מגייסים רבים איתם דיברתי מתאימים עצמם באופן הדוק ביותר אל המנהל המגייס. הם מתמקדים בלעשות אותו מאושר, מתוך האמונה שאדם זה הוא הלקוח האמיתי, והיחיד שבאמת נחשב ראיתי מגייסים החורגים מעקרונות פעילות ארגונית או מחלקתית כדי להשביע רצון מנהל מגייס. ראיתי אותם נלחמים על רמת שכר אותה רוצה המנהל המגייס לשלם, אך מחלקת השכר אינה תומכת בה.

באותה עת ראיתי מגייסים רבים עפים מהתפקיד מפני שהמנהל הישיר שלהם הרגיש שאינם שחקני צוות או אינם תורמים לעוצמה הכללית של מחלקת הגיוס.

בעוד המנהל המגייס הנו בבירור אחד מלקוחותיכם העיקריים, הרי עשייתו למאושר אינה העדיפות היחידה שלהם. חיבור שגוי שלכם למנהל מגייס אחד או אפילו לאחדים, עלול לגרום לכם להיראות טיפשים למדי, ולהפחית את יעילותכם.

לפניכם חמש סיבות למה התקרבות יתר "ללקוח" עלולה להיות טעות:

1. אתם מאבדים אובייקטיביות ואינכם יכולים לעזור למנהל לחפש מחוץ לקופסה שלו.
2. אתם מאבדים את הכבוד של מקצועני HR אחרים, המרגישים שאתם מסתכלים עליהם מלמעלה ומתואמים קרוב מדי עם היחידה העסקית על חשבונם.
3. בעוד המנהל הישיר שלכם יכול להיות מרוצה, יתכן שהצוות הניהולי שלו אינו מרוצה כל כך.
4. אתם עלולים להחליש או אפילו לאבד את רשת עמיתים והידידות של מנהלים מגייסים אחרים, היכולים להרחיב את

הנכון לעשותו. מגייסים כוכבים מעודדים לקיחת סיכונים, ולוקחים סיכונים בעצמם.

שמרו על רשת חיה מחוץ למחלקה בה אתם תומכים

שמרו על תקשורת טובה. שמרו על קשר עם אנשים רבים ככל האפשר, וידעו אותם על מה שאתם עושים, למה אתם עושים זאת, ומהי האחריות שלכם. תפישו רחבה הנה חיונית לכל הצלחה. תמיכה רחבה תיתן לכם מינוף רב יותר לטווח ארוך מכפי שיכולים לתת לכם כל הקשרים עם מנהלים מגייסים. בסופו של דבר, עליכם להיות כנים מול מחשבותיכם ואמונותיכם. המשמעות של הניסיון להשביע את רצון כולם היא השבעת רצון של אף אחד. עבודה צמודה עם מנהלים מגייסים היא דבר חכם. לעשות כל מה שהם אומרים או רוצים כדי לעשות אותם מאושרים - זה טיפשי.

רבות כדי לקבוע האם יש בכלל עניין במכשיר הקלטה נייד קטן. התוצאות היו ברורות. כולם חשבו שזו תפישו חסרת כל תועלת ותוחלת.

הסיבה היחידה לכך שסוני דחפה קדימה עם הווקמן, הייתה מפני שהמייסד והיורש של סוני היה חסיד נלהב של גיונינג ורצה להקשיב למוזיקה בתנועה.

עם השקתו הפך הווקמן, כמובן, להצלחה עצומה, והשקתו באה במקביל לעליית הפופולריות של גיונינג. דוגמא אחרת היא האינטרנט עצמו. אף אחד לא ידע שהאינטרנט יוכל להיות שימושי, ואף אחד לא שיווק אותו.

זה היה כלי תקשורת צבאית שענה לצורך שאף אחד לא ידע על קיומו. דחיפת רעיונות חדשים ועידוד מנהלים לגייס אנשים עם מערכי כישורים בלתי קונבנציונליים, יכולים להיות בדיוק הדבר

מדוע אנשים לא מקבלים את מה שהם רוצים

מאת עילאי מיכאלי

"אנשים לא מושכים את מה שהם רוצים, אלא את מה שהם"

James Allen

בהנחה ששני המסרים הם באותה עוצמה, אזי בסופו של דבר הם מבטלים אחד את השני ואינכם מתקדמים להשגת יעדכם. אבל זה נעשה גרוע עוד יותר.

כאשר יש לכם שני מסרים מנוגדים שמבטלים אחד את השני, אתם יוצרים, כאמור, רגשות ואנרגיות שליליים, ובתהליך זה אתם מושכים אליכם את אותו דבר שאינכם רוצים. אם יש לכם רגש שלילי, אתם מקבלים מסר פנימי שאומר שתת-המודע והמודע שלכם לא מתואמים - יש מאבק. צריך לתקן את זה לפני שתוכלו להתקדם ולהשיג את היעד. לדוגמא, אם אינכם משיגים את היעד, אתם עלולים להיות מתוסכלים, עצבניים וכד'.

כל אלו סימנים שמה שאתם רוצים ומה שאתם מאמינים לא נמצאים בסנכרון (לא מתואמים) - אלא במאבק. במצב זה, לא משנה מה תעשו, אתם לא תשיגו את היעד ותמשכו אליכם יותר ממה שאתם לא רוצים, מכיוון שאתם מתמקדים במה שאתם לא רוצים במקום במה שאתם כן רוצים. התוצאה היא שחזור העבר.

רצונכם להרוויח עוד כסף (או כל רצון אחר), לא יועיל אם האמונה שלכם נמצאת במאבק עם הרצון הזה.

כדי להתחיל להתקדם לעבר השגת היעד, קודם בחנו והבינו מה בדיוק אתם רוצים.

לאחר מכן בחנו את האמונות שלכם לגבי זה.

אם האמונות שלכם נמצאות במאבק עם הרצונות שלכם - במלים אחרות, אם אינכם מאמינים שתשיגו את היעד או אם יש לכם כל אמונה שלילית אחרת - אתם צריכים לשנות את

נדמה שאנשים מנסים ומנסים ופשוט לא מצליחים לקבל את מה שהם רוצים. הסיבה היחידה שהם לא מקבלים את מה שהם רוצים היא שתת-המודע שלהם לא מתוכנת להצלחה, אלא להישרדות.

מה זה אומר?

אנשים לא שולחים את ההוראות הנכונות לתת-המודע שלהם. בסופו של דבר, המודע ותת-המודע שלהם נמצאים במאבק או בחוסר סנכרון (חוסר תאום).

מה שהם רוצים לא עולה בקנה אחד עם מה שתת-המודע שלהם מתוכנת לעשות. אם הם לא ישנו את זה, הם לעולם לא ישיגו את מה שהם רוצים.

כדי לקבל מה שאתם רוצים, אתם צריכים להבין קודם מדוע אינכם משיגים את היעדים שלכם. (בהנחה שיש לכם כאלו). ברגע שיש מאבק בין המודע לתת-מודע שלכם בנוגע למסרים, אתם מפתחים רגשות ואנרגיות שליליים, וזה מרחיק אתכם מהיעדים שלכם.

מה הכוונה?

בואו נאמר שאתם רוצים להרוויח מיליון דולר.

המודע שלכם רוצה להשיג את זה - אתם רוצים להרוויח מיליון דולר. אתם יודעים שזה יהיה טוב עבורכם, אבל יש לכם אמונה שאומרת שקשה להרוויח הרבה כסף, או שזה לא טוב שיהיה לכם הרבה כסף ("מרבה נכסים - מרבה דאגה..." וכד').

שני המסרים הללו נמצאים במאבק - מצד אחד אתם רוצים להרוויח יותר כסף, אבל מצד שני, האמונה שלכם אומרת שזה קשה.



אתם יכולים להתחיל לשנות את הדברים בכך שתתחילו לחיות את החיים שאתם רוצים - והדבר הראשון הוא לשנות את המחשבות ואת האמונות שלכם.
עילאי מיכאלי הנו מומחה למיקסום הפוטנציאל האישי, מחבר הספר "סוד המכניזם האנושי" ומעביר הרצאות, אימון וסדנהות אפקטיביות. טל. 054-5214142.
 www.TheSecret.co.il

האמונות השליליות הללו. האמונות שלכם, זה הדבר שאתם מרגישים שהוא נכון. זה מה שתת-המודע שלכם קולט ויוצר במציאות שלכם. שנו את הדרך בה אתם רואים דברים, שנו את המסר שאתם שולחים לתת-המודע שלכם, ואז תתחילו להשיג את יעדיכם. אתם צריכים ליצור סנכרון בין המודע לתת-המודע שלכם על מנת שתתחילו לקבל את מה שאתם רוצים.

דוגמאות ומסקנות - השערות אינן דרך טובה לקבלת החלטות גיוס

מאת ד"ר וונדל ויליאמס, ERD

האם המועמד היה דובר לא יעיל? כך חשב מנהל ה-HR המשוכנע שיש לדבר רק באמצע הקבוצה. דעתו האישית (לגמרי לא נתמכת ע"י עובדות) הייתה המציאות שלו.
פוטנציאל לביצוע שגיאת גיוס: עצום!

המגייס המקצועי

המגייס המקצועי פנה לכל מועמד עם שאלות הקסם שלו, כמו "מה היה האתגר הגדול ביותר שלך ומה למדת ממנו?", וכמו כן השאלה "אם היית אוסף 100 מחבר'ך בחדר, מה היו מתארים כחוזקה הגדולה ביותר שלך והחולשה הגדולה ביותר שלך?". נו, באמת!

שאלות כאלה הן, ללא ספק, מעניינות, אך הן מהוות פסיכו-בלהבלה. כלומר, המגייס רוצה ללמוד ממידע שיימסר לו, והוא מאמין שיוכל לנבא מכך את ההצלחה בתפקיד. מצטער, לא זו הדרך.

פוטנציאל לביצוע שגיאת גיוס: עצום!

קריאת עלי תה, קורות חיים, וראיונות

כאשר אנו ניצבים בפני נתונים רבים מדי, כמו תיבת אימייל גדושה בעשרות מועמדים לתפקיד, הטבע האנושי שלנו מעודד אותנו לעתים קרובות לנקוט באסטרטגיה של אלימינציה. כלומר, במקום לאשר ולתמוך בסוגיה האם לאדם יש הכישורים המתאימים למשרה, אנו מחפשים מידע שיאפשר לנו לפסול מועמד על כך שלמד באוניברסיטה הלא נכונה, היה בעל תואר תפקיד לא מתאים, ציין ניסיון לא מתאים, או אפילו שגה בכתיבת מילה.

מנהל השינוי הארגוני, לדוגמא, ראה עצמו כמומחה למנהיגות (שאר הקבוצה עדיין מחפשת דוגמא אישית לכך). הוא הצטמצם להיבט אחד בקורות החיים של המועמד, והגיע למסקנה טיפשית באותה מידה: מועמדים שבאים מתוך העובדים לא יוכלו להיות בעלי כישורי מנהיגות. לא היו לו נתונים לתמיכה בטענתו, אלא רק קורות חיים שציינו היסטוריית תפקידים וניסיון בתפקידים. הוא צמצם את טווח הבחירה דרך השערה שלילית. מנהל ה-HR עשה אותה שגיאה. אחרי שמועמד השיב לשאלה

בשישה החודשים האחרונים עבדתי עם ועדת חיפוש, שסיננה מועמדים עבור תפקיד ניהולי בכיר. חברים בוועדה כללו מנהל מכירות מצליח ביותר, מנהל HR, מנהל מהפכים ארגוניים מנוסה, והבעלים של סניף חברת השמה מוכרת בשוק.

למרות שכולם אנשים מצוינים, ומצליחים מאוד בקריירות שלהם, הם מייצגים את מצב הגיוס האנושי. לפניכם מספר דוגמאות.

מנהל המכירות

פרסומת מוצלחת מאוד למסעדות המזון המהיר וונדיס, הציגה פעם "סבתא" המסתכלת על כריך של מתחרים ושואלת שוב ושוב: "איפה הבשר?". במקרה זה, מנהל המכירות שכח לשאול מועמדים: "איפה הבשר?".

כאשר מועמד אחד התבקש להגיש תוכנית לצמיחה, מנהל המכירות "נדהם" מהשרטוטים, גרפים, ורשימות משאבים מומלצים שהוגשו ע"י המועמד. בחינה מקרוב הראתה כי לתוכנית חסרה מהות. בקיצור, מנהל המכירות התאהב במצגת של תמונה גדולה ומעט מהות. היו לה כל התבלינים, אך לא היה בשר.

פוטנציאל לביצוע שגיאת גיוס: עצום!

מנהל שינויים ארגוניים

מנהל השינויים הארגוניים היה אגדה - לדעתו. הוא בחן בקפידה חלקים של מידע מקורות החיים, וביצע השערות גורפות ללא ביסס של מידע אובייקטיבי.

לדוגמא, מועמד אחד בילה שש שנים בניהול צוות בתפקיד אדמיניסטרטיבי. "לאדם זה יש רק ניסיון משרדי. הוא לא יוכל להצליח בתפקיד שלנו", כך אמר. מנהל השינויים הארגוניים חשב עצמו כשופט טוב של אנשים, אך שוב ושוב הוא חיפש פרטים קטנים לביסוס השערותיו הגדולות.

פוטנציאל לביצוע שגיאת גיוס: עצום!

מנהל ה-HR

מועמד אחד נשאל איך הוא מבצע מצגות קבוצתיות (לדוגמא: מאחורי פודיום או באמצע קבוצה). אחרי שתיאר איך הוא משתמש בפודיום, סיכם מנהל ה-HR: "כל מי שעומד מאחורי פודיום כדי לדבר אינו אפקטיבי. יש לפסול מועמד זהו".

אם מועמד מגדיר את עצמו כ"מאוד קריטי לארגון", יש מעסיק שיראה זאת כדבר טוב ואחר לא. כל אחד הגדיר בראשו את משמעות המשפט. "קריטי מאוד" יכול לבטא יכולת פתרון בעיות, או יכול לבטא נטייה כללית למציאת חסרונות במשהו שמישהו אחר עושה.

מעסיקים חייבים לתרגם את דברי המועמדים. לשם כך הם צריכים להשתמש בראיונות מובנים (כאלה הדורשים ממועמד להסביר מצב, פעולה, ותוצאה), שהנם טובים יותר מראיונות ה"בוא נכיר", מפני שהמראיין (כך אנו מקווים) יודע בפירוש מה לנתח ואיך לנסח שאלות המצמצמות שגיאות. אך ראיונות עדיין תלויים מאוד בכישורים של המראיין, והיכולת (או הניסיון המקצועי) של המראיין לספק תשובות אמינות וכנות. הצגת מבחן פתרון בעיות למועמד, מספקת דוגמה טובה של יכולתו לעשות זאת. אך גם זה צריך להיעשות בזהירות. הבעיה חייבת להיות מנוסחת בבירור. היא חייבת להיות קשורה לזמן. חייבת להיות לה תשובות ברורות. וציונים חייבים להתייחס ישירות לביצועי תפקיד. זו לא משימה קלה לשליטה. עם זאת, מקרי מבחן וסוגים אחרים של תרגילי נייר ועיפרון מספקים דוגמאות מוצקות על יכולת המועמד.

כישורים בין-אישיים הנם קשים למדידה בשימוש בנייר ועיפרון, וזאת ממגוון סיבות. יש אנשים שהנם חכמים מספיק כדי לעשות זאת. לאחרים יש דעות לא מציאותיות על יכולתם, והתנהגות בין-אישית משתנה לעתים קרובות בהתאם למצב. דוגמאות של יכולת בין-אישית דורשות כמעט תמיד מידה מסוימת של סימולציה אחד-לאחד. מצב מוצג באופן ברור, שחקן תפקידים מוכשר בקפידה, ומערך ברור של תשובות רצויות מפותח. שלא כמו פורמט הנייר והעיפרון, סימולציה מזמינה מועמד להציג דוגמה של כישוריו הבין-אישיים. החלטות על חברות בצוות, ניהול מכירות, שירות לקוחות, קואציונג וכו', משופרות לעתים קרובות בשימוש בסימולציות.

יש שיטות רבות זמינות לזיהוי כישורי מועמד. האמינות והראויות ביותר מודדות דוגמאות של התנהגות קשורה לעבודה. השיטות הפחות אמינות וראויות, מזמינות אנשים לשער השערות על בסיס שברים של מידע חלקי

על העברת מצוות, מנהל ה-HR שמע מילת קסם שהתמקדה בשפע מידע שגוי על טכניקות דיבור בפני ציבור. מצד שני, כאשר אנו מחבבים אישית מועמד, אנו ממלאים את החסר ומבצעים השערות חיוביות על בסיס מעט או ללא כל ראיות מוצקות.

מנהל המכירות, לדוגמה, הסתכל על תוכניתו המוצעת של המועמד, ולמרות שלא היו בה כמעט כל עובדות תומכות על מה המועמד יעשה, מוחו השלים אוטומטית את החסר. האם הייתה דוגמה מההיסטוריה של המועמד על איך לקדם את הארגון? לא. מנהל המכירות חיבב את המועמד כל כך, שבאופן לא מודע הוא סיפק את המידע החיובי אותו הוא חיפש. היה קשה לראות מהיכן הגיע המגייס המקצועי. שאלותיו נשמעו עמוקות וחכמות, אך היו להן רק שתי תשובות אפשריות: חיוביות שחיממו את המראיינים, או שליליות שצמררו אותם מקור. מועמד אחד, לדוגמה, ציין לימוד מכישלון עבר. הוא נפסל. מועמד אחר ציין שהוא חם ואמפטי. הוא התקבל. אף אחד מהמראיינים לא הפסיק אותו כדי לבקש דוגמאות. זה היה רק מקרה של "אמור את מילת הקסם", ואדם יזכה בתפקיד או יפסיד אותו. מה היה משותף לשתי התשובות? לאף אחת מהן לא היה קשר לכישורים לביצוע התפקיד. האם הן היו עמוקות ומלאות תובנות? עבור פסיכולוג, אולי. אך הן היו רדודות וקצרות ראות עבור מגייס.

דוגמאות והשערות

הפחתת שגיאות גיוס למינימום, דורשת הכרת תפישה אחת פשוטה, ועם זאת מעורפלת: השערה נתמכת ע"י עובדות אינה אותו דבר כמו דוגמה של ביצועי תפקיד.

השערה היא קפיצה למסקנה על בסיס "רמז". דוגמה, לעומת זאת, היא הוכחה ברורה של יכולת בתפקיד. דוגמאות הן משמעותיות יותר מדיוקות מאשר השערות, מפני שהן הדגמות ניתנות לצפייה של ביצועי תפקיד. עם זאת, כפי שצינו למעלה, מראיינים ומנהלים מגייסים מוטעים לעתים קרובות ע"י מידע השערתי.

כמובן, עלינו להתחיל בידיעה מדויקת של איזה סוג דוגמאות לחפש.

מעוניינים לקרוא גליונות קודמים של "גיוס נעים" ?

היכנסו לאתר: www.doranc.co.il



לייזי גורדון - מהכדורסל לסדנאות בסגנון אחר

מאת רענן רוגל

לפתוח את האנשים למוזיקה שלו ולמימוניות אותן הוא יכול להעביר.

לייזי מאמין שאם חברה תשקיע כמה שיותר בעובדיה באחד על אחד, היא תגיע להישגים הגדולים ביותר, וכך גם אם האנשים ישקיעו בעצמם ויוכיחו עצמם - כפי שלייזי עצמו עשה ועושה. "זה כמו במוזיקה. כשעושים מיקס לשיר - לוקח שעות לבדד כל צליל וכל כלי, וזה עושה את ההרמוניה המושלמת. אדם צריך לעשות אותו דבר לעצמו", אומר לייזי. "כדי שכל אחד יהיה חבר טוב בצוותו ויתרום לו, הוא צריך להיות שבע רצון ולפתח ולטפח את עצמו. כך הוא יגיע לעבודה יותר מרוצה ומפוקס". לאחרונה הנחה לייזי גורדון מפגש פסגה מיוחד של שלוש ענקיות טכנולוגיה: אינטל, מיקרוסופט, ודל מחשבים.

האירוע התקיים בסינמה סיטי, ובו הוכיח לייזי לא רק את הקסם האישי הבלתי נדלה שלו, כי אם גם יכולות הנחיה והעברת מסרים לקידום יעדים אישיים ועסקיים, בשילוב תחומי הספורט, המוזיקה והתקשורת.

פעילות ארגונית אחרת של לייזי, הייתה הנחיית והדרכת סדנה בת כשעתיים בנושא מנהיגות ועבודת צוות לכ- 45 מנהלים מתחנת הכוח "אורות רבין" של חברת החשמל, ביום שהתקיים במכון וינגייט.

חגי רום מביה"ס לניהול של חברת החשמל, כתב ללייזי גורדון בעקבות הסדנה: "התחלת בהעברת המסר של חשיבות ונחיצות החלום האישי משמעותו והגשמתו וזאת מעולמך העשיר. הובלת אותנו לחווית המושגים לעיל בדרך בלתי אמצעית, מאוד חווייתית, מלאת מוסיקה וקצב, מלאת מאמץ פיזי, יחד עם חיובים רחבים ונכונות אדירה לבצע כל דבר למרות מגבלות הגיל והגוף. באנרגיות האין-סופיות שלך, בהומור מלא החן שלך, בדוגמא האישית ובאווירה שהצלחת ליצור ולבנות בזמן הקצר, הובלת אותנו למקומות שלבד לא היינו מגיעים (וזה בדיוק הגדרת מנהיגות!)".

The Vision - הסדנה של לייזי

סדנה חד פעמית או כסדנת הפתיחה של תוכנית ב- 5 שלבים - "סדנאות החמישייה".

הסדנה צבעונית ויוצאת דופן, על ידי מרצה אמן ומאמן בסגנון בינלאומי יחידי מסוגו בארץ המשלב דינמיות של תקשורת, מוסיקה, Talk show, הומור וספורט.

מטרת הסדנה:

הקניה ופיתוח כלים ומימוניות לקידום יעדי החברה, תוך דגש על עיצוב חשיבה ניהולית ויכולות לעבודת צוות.

מקום ההתכנסות:

אולם כדורסל ובלבוש ספורטיבי אופציה לקיום סדנת ה-vision באולם הרצאות או אודיטוריום.

אז מיהו לייזי גורדון, הכותב את שמו באנגלית כ-Lay Z Gordon? שחקן כדורסל? פרשן כדורסל? זמר? מנחה סדנאות וכנסים? כל התשובות נכונות במקרה זה.

לייזי נולד בניו יורק לפני 41 שנה, ועלה ארצה עם בני משפחתו כשהיה בן חמש - אם כי המבטא והשימוש באנגלית נשאר, נשוי ואב לשני ילדים. יש לו תואר ראשון במנהל עסקים ושיווק, והוא שיחק כדורסל במכבי ת"א ובנבחרת ישראל, הפועל אילת, הפועל חיפה, וקבוצות אחרות בליגת העל.

אל המדיה נכנס לייזי גורדון עם תוכנית בשם "לייזי נייט" בערוץ המזרח התיכון. במקביל היה תמיד פסנתרן ומוזיקאי, שידע כי כשיפרוש מכדורסל המוזיקה תאיר לו פנים. היום לייזי משמש כפרשן של ערוץ 1 למשחקי כדורסל ביורוליג, ומופיע כאורח בתוכניות רבות.

לייזי הוא אדם משפחתי מאוד. הוא משתמש בתבונת ילדיו להרצאות, עם סיפורים על בן וריי בנושאי פחדים, "מה אתה רוצה להיות כשתהיה גדול", ומשאלות.

אשתו של לייזי, מירית, היא הסוכנת שלו בענייני המוזיקה והפעילות המקצועית שלו בתחום הסדנאות, המועברות בארגונים, לבני נוער ובקיבוצים.

הדגש של לייזי עתה הוא על סדנאות ה- This Is It ובראשן סדנת ה-Vision (ראו פירוט בהמשך) שמשלבת שלושה תחומים. מדובר בתוכנית ייחודית לקידום יעדים אישיים ועסקיים, בשילוב תחומי ספורט, מוזיקה ותקשורת. הדגש ניתן לעיצוב חשיבה ניהולית ויכולות לעבודת צוות.

"הכל התחיל כשרונות תירוש, מנכ"לית משרד החינוך לשעבר, כתבה לי מכתב, ומזה נולדו מפגשים חינוכיים ספורטיביים לכל בתי הספר בארץ", מספר לייזי. "קיימתי עשרות מפגשים כאלה לאורך שנת 2005, ממשיג עם וכפר בלום בצפון עד רביבים וקדש ברנע בדרום. אז הגיעו פניות של מורים, והתחלתי להעביר סדנה ייחודית הנקראת "משחיקה להצלחה - אני הילד שהעפתם מהכיתה".

מה המיוחד אצל לייזי לעומת מעבירי סדנאות אחרים? הייחוד הנו באדם עצמו: קומיקאי ומרצה ברמה גבוהה בעברית ובאנגלית; שחקן שהגיע למימוש שיא יכולותיו בכדורסל; כתיבת שירים לאחיועם ניני לדיסק הבא שלה; ושועל תקשורת, שבלי גוף יחסי ציבור השיג נפח חשיפה שכל אחד היה רוצה.

מה המכנה המשותף שלך לעבודה עם כל קבוצות האוכלוסיה ומה מייחד אותך?; אני שואל את לייזי, ותשובתו: "המכנה המשותף הוא שאי אפשר ללכת על החלום אם אתה לא ילד. המיוחד בפעילות הוא שמול המשתתפים עומד כדורסלן בכושר, שהוא גם מאמן כדורסל וגם מוזיקאי - כך שהסיפורים האישיים שלי שאני מציג מופיעים בדיסקים שלי".

מהיכרות אישית, ללייזי יש היכולת כקומיקאי ואיש תקשורת

המהות:

פיתוח והעצמת היכולות האישיות, מובילים להישגים קבוצתיים ולתוצאות טובות יותר.

יישום:

- דינמיקה קבוצתית (Talk Show) - תוכנית מקורית וייחודית
- האימון: הפעלה ספורטיבית תוך שימוש במוסיקה המקורית של לייזי גורדון: Boogie twist ו- Lay it on the line (הד ארצי)
- The vision practice (3

הדגמה והסברים מתחת לסל ופיזור המשתתפים ל- 6 הסלים לתרגול תוכנית ה- vision: החזון: קביעת מטרות, הצבת

יעדים, קריאת מצבים, וקבלת החלטות מהירות בשטח. ראייה פריפריאלית: היכולת לזהות עזרים, מוקשים, קומבינציות, ושיתופים קבוצתיים. פרספקטיבה: תפישת עולם יצירתית וכושר ריכוז. קורלציה לחיים: השילוב בין החזון והראיה הפריפריאלית האישית והקבוצתית.

לפרטים נוספים ולתיאום: לייזי גורדון

052-3485808

layzgordon@yahoo.com

מכללת הי-טק פותחת קורס ייחודי לניהול בכיר בחברות סטארט-אפ

היא אתגר ניהולי מתמשך. "מתוך אלפי רעיונות לחברות סטארט-אפ בשנה, רק מעטים יצליחו לגייס הון ראשוני ולהקים חברה. חלקן יגיעו לסבב גיוס שני, להנפקה או למכירה. על מנת לצלוח בשלום את מסלול המשוכות הארוך, במעבר מרעיון טכנולוגי או שיווקי להצלחה עסקית - נדרשות יכולות ניהוליות גבוהות המשתנות לאורך חיי החברה", אומר לחמיש.

לחמיש מוסיף כי בשלבים הראשונים של הקמת החברה נדרשים היזמים להבנה במגוון רחב מאוד של תחומים החל מניהול טכנולוגי, הבנה עסקית ושיווקית, היבטים משפטיים וחוזיים, גיוס כספים, ניהול המשאב האנושי, ניהול גלובאלי ועבודה מול מועצת מנהלים. "בשלבים מתקדמים יותר, המנהלים נדרשים לבצע את התהליך המורכב של צמיחה מסטארט-אפ למעבר לארגון בוגר, עם כל השינויים הכרוכים בו. ניהול בכיר בארגון סטארט-אפ שונה לחלוטין מניהול בכיר בארגון גדול ומבוסס, ועל בסיס הצורך הזה, פותח הקורס הייחודי".

בין נושאי הקורס: תחומי האחריות של מנהל סטארט-אפ, המעבר משלב הרעיון לשלב התוכנית העסקית, תהליך גיוס הכסף הראשוני, ניהול משקיעים, הסביבה הפיננסית, אסטרטגיית השיווק והמכירה, ניהול המשאב האנושי ועוד.

לפרטים נוספים ולהרשמה: 09-9591010.

מכללת הי-טק, מרכז הדרכה ללימודי מקצועות מערכות המידע והאלקטרוניקה, פותחת קורס ניהול בכיר בארגוני סטארט-אפ. הקורס, שיועבד במלון שרתון סיטי טאוור ר"ג, ייפתח ב- 26 ביוני 2006, וכולל 100 שעות לימוד.

הקורס מיועד למנהלים בכירים בארגוני סטארט-אפ או למנהלים בכירים בארגונים טכנולוגיים וביו-טכנולוגיים, המעוניינים לרכוש ידע וכלים שיסייעו להם להשתלב בעולם הסטארט-אפ. מטרת הקורס הן הקניית ידע למנהלים בכירים בארגוני סטארט-אפ, הקניית כלים למנהלים בכירים בארגונים צומחים ויצירת מסגרת מייעצת ותומכת למנהלים בארגונים צומחים על ידי מפגשים עם עמיתים ועם מנהלים שהצליחו.

המנהלים המקצועיים של הקורס והמרצים הראשיים הם מיקי קמין - מומחה לניהול משאבי אנוש-גלובליזציה, מיוזגים ורכישות, ולשעבר סמנכ"ל משאבי-אנוש אמדוקס; ותמר חושן - יועצת לניהול ומתמחה בליווי תהליכי צמיחה של ארגוני סטארט-אפ. בין המרצים האורחים בקורס: דרור פוקרד - מנכ"ל ונשיא טלרד תעשיות, הראל קודש - סמנכ"ל מחקר ופיתוח וחבר בהנהלת אמדוקס, ארז מלצר - מנכ"ל נטפים, ינקי מרגלית - מייסד ומנכ"ל אלדין מערכות, אלון אגינסקי - נמנה על הצוות המוביל בחברת "סיבידה מערכות", זאב זילבר - דירקטור בפורמולה ויזון, ניר ארז - יזם ושותף בחברת הסטארט-אפ Optimaltest, זיו מנדל - מנכ"ל גיון ברייס הדרכה, ועוד.

לדברי יוסי לחמיש, מנכ"ל מכללת הי-טק, הקמת חברת סטארט-אפ

מכללת הי-טק מגייסת עשרות מרצים חדשים

הי-טק בתחומי ההסמכות והקורסים. "אנו מגייסים עשרות מרצים חדשים, בשל ביקוש נרחב לקורסים בתחומי המחשבים והאלקטרוניקה. במקביל להתאוששות הכללית שהחלה בענף ההייטק, מגמת הצמיחה ושיפור הרווחיות של חברות הטכנולוגיה, גם שוק ההדרכה מתעורר ומצביע על כיוון זה". לחמיש מוסיף כי לצורך הגיוס, הוחלט לציפר את העובדים הקיימים ואת תלמידי המכללה, ולהעניק פרס של 1,500? למי שיביא מרצה שיעבוד במכללת הי-טק למשך 3 חודשים לפחות".

מכללת הי-טק, מרכז ההדרכה ללימודי מקצועות מערכות המידע והאלקטרוניקה, מגייסת בימים אלו יותר מ- 50 מרצים חדשים בעקבות הרחבת פעילות המכללה.

לצורך הגיוס, החברה יצאה בקמפיין דרושים, הכולל גם מבצע "חבר-מביא-חבר", לגיוס של מרצים בתחומי לינוקס, אבטחת מידע והצפנה, גרפיקה ומולטימדיה, גיאווה, טכנולוגיות מיקרוסופט, נובל ועוד.

יוסי לחמיש, מנכ"ל מכללת הי-טק, אומר כי הגיוסים הנם במסגרת הרחבת פעילות מכללת

מטריקס מחפשת לגייס 100 עובדות נוספות למרכז הפיתוח "תלפיות"

וכלכלית לרמות הגבוהות ביותר בתפקידים של ראשי צוותים, מנהלות פרויקטים ומנהלות בכירות בתחום. במטרה להגביר את קצב הגיוס של עובדות חדשות לחטיבת תלפיות, יצאה מטריקס במבצע "חבר מביא חבר" המתגמל כל עובד שמביא עובדת ראשונה שנקלטת ב- 1,000 שקל. עבור עובדת שניה הנקלטת מקבל העובד שהביא את העובדת 2,000 שקל. פעם ברבעון נערכת הגרלה בין כל העובדים שהביאו עובדות והזוכה בהגרלה מקבל סוף שבוע במלון. מרכז הפיתוח "תלפיות" מספק לחברות היי טק המובילות וללקוחות במגזר העסקי שירותי פיתוח תוכנה ובדיקות איכות בשיטת Off Shore Outsourcing ומהווה אלטרנטיבה קרובה וזמינה באיכויות גבוהות ותחרותיות לשירותי ה- off shore המוצעים מעבר לים.

כשנתיים לאחר פתיחת מרכז הפיתוח "תלפיות", המעסיק כיום 200 עובדים, הכריזה מטריקס כי פועלת לגיוס כ- 100 עובדות נוספות למרכז הפיתוח וה- QA בתקופה הקרובה. מטריקס פועלת לאיתור נשים חרדיות בעלות רקע לימודי טכנולוגי שישתלבו בתפקידי פיתוח תוכנה ו- QA. מטריקס מציעה לנשים אשר תשלבנה במרכז הפיתוח "תלפיות" קורסי הסבה ללימוד הטכנולוגיות המתקדמות ביותר כיום במסלולים שונים, ביניהן: דוט.נט, ג'אווה, אורקל אפליקיישנס, שימוש בכלי מרקורי ועוד. במשך מספר חודשי ההכשרה מקבלות הנשים שכר ולאחר תום הקורס מבטיחה מטריקס מסלול תעסוקתי ארוך טווח עם אתגר רב והשתלבות בפרוייקטים עבור חברות סטארט-אפ, חברות היי-טק, טלקום ובנקאות וכן ביצוע עבודות עבור גופים מחו"ל. בהמשך צפויות העובדות להתקדמות מקצועית

ליגד מידע טכני צפויה להגדיל את מצבת כוח האדם בחברה ב- 40 אחוז עד סוף שנת 2006

דעון דוד, מנכ"ל משותף בליגד מידע טכני, אומר כי שוק ה- IT נמצא בגידול מתמיד הצפוי להמשך גם בשנת 2006. בהתאם לביקושים הגוברים לפתרונות מחשוב ארגוניים, גדלה גם מצבת כוח האדם בליגד, והצפי הוא כי בסוף השנה נגיע ל- 110 עובדים. אנו מגייסים כעת אנשי מכירות, אנשי לוגיסטיקה, התקנות וטכנאי שטח, למטה החברה בראש העין ולסניף החדש שלנו בחיפה, שבא לספק מענה מהיר ויעיל ללקוחותינו באזור הצפון.

חברת ליגד מידע טכני, המתמחה בפתרונות מחשוב ארגוניים, ממשיכה להתרחב ולקלוט עובדים חדשים לחברה. ליגד צופה כי בכפוף לתוכנית העבודה השנתית ולקצב הגידול המהיר בצבר ההזמנות החדשות, היא צפויה להגדיל בכ- 40 אחוז את מצבת כוח האדם בחברה עד סוף שנת 2006. ליגד גייסה כבר 10 עובדים חדשים מתחילת השנה, וצפויה לגייס לפחות עוד 20 עובדים חדשים עד סוף השנה. כיום עובדים בליגד 80 עובדים.

משה איבגי ודרור קרן הדריכו 80 מדריכי מיקרוסופט כיצד לעמוד לפני קהל לפי שיטת ה- Stage & Business

וסדנאות ZOA, בבעלותו של איש העסקים אליטהרי ובניהולה של אשת התיאטרון והעסקים שולי זיו, עבר שדרוג כמרכז תיאטרון וכנסים על פי תפיסת ה- Stage & Business. גישה זו מציעה לאנשי עסקים לקיים כנסים או אירועים עסקיים בשילוב סדנה או הרצאה חווייתיים מתחום המשחק, תנועה, שירה, סטנד-אפ, תיפוף וכיו המונחות על ידי אמנים מהשורה הראשונה כגון: משה אבגי, דויד ברוזה, אלון אבוטבול, מוני מושונוב, דני סנדרסון ואחרים. אירועים אלה נערכים בליבו של תיאטרון חי ונושם ומטרתם לסייע במימון בהפקת הצגות ותערוכות חדשות במקום, ובכך לקדם אמנות ותרבות בישראל.

לקראת הכנס השנתי tech.ed 2006 של חברת מיקרוסופט, שלחה החברה 80 מדריכים ל- ZOA בית ציוני אמריקה המחודש, על מנת ללמוד כיצד לעמוד בפני הקהל. את הסדנה על פי שיטת ה- Stage & Business העבירו השחקנים משה איבגי ודרור קרן. הסדנה "טיפים למרצה" שאורכה כשעתיים, כוללת: כיצד להעביר את המסר הכי ברור והכי נגיש שאפשר, שפת גוף, בניית מבנה ההרצאה, שמירה על קשר עם הקהל ועוד. שיטת ה- Stage & Business היא מודל חדש בעולם העסקים והתיאטרון המייצג חזון של בית אמנים שוקק המציע לעסקים דרך יצירתית ללקיחת אחריות חברתית ולקדם אמנות ותרבות ישראלית ובו זמנית ליהנות מרמה גבוהה של כנסים, אירועים

יהודית גרונצוויג-אפרימי - סמנכ"ל משאבי אנוש בקבוצת בינת

ניסיון אותו רכשה במסגרת תפקידה כראש תחום פיתוח ארגוני ומשאבי אנוש בקבוצת נירס גיתן. יהודית בוגרת תואר שני בלימודי עבודה באוניברסיטת תל-אביב. אלון בן צור, מנכ"ל בינת תקשורת, אמר: "הפיתוח הארגוני חשוב לנו בהיותנו חברה גדולה, מבוססת הון אנושי. ברור לנו כי העובד הוא הנכס המרכזי שלנו ומושא להשקעה מתמדת. יהודית מביאה עמה חשיבה, מקצוענות ומתודולוגיה ואנו מאמינים ביכולתה לקדם את מטרותינו".

יהודית גרונצוויג - אפרימי מונתה לסמנכ"ל משאבי אנוש בקבוצת בינת. במסגרת תפקידה תנהל יהודית את פעילות משאבי האנוש ותתרום מניסיונה הרב לפיתוח ההון האנושי ובהטמעת תהליכי עבודה. בתפקידה האחרון במוטורולה ישראל כיהנה יהודית בתפקיד Talent Lead (ניהול גיוס ופיתוח ארגוני). לפני כן מילאה מספר תפקידי ניהול משאבי אנוש בחטיבות פיתוח ויחידות עסקיות בחברה. ליהודית ניסיון רב בהובלת תהליכים ארגוניים וביעוץ למנהלים.

סדנת הרזייה בהיבט הכלכלי: המשקל יורד - פריון העבודה עולה

נמצא כי קסניקל מסייעת באיזון ואף במניעת סוכרת מסוג 2, הורדת ערכי לחץ דם ושומנים בדם, ומשפרת את המצב הבריאותי של המטופל.

"ישראל נמצאת במקום השלישי באירופה בשיעור הסובלים מהשמנת יתר", מציין ד"ר פייגנבאום. "כמו בשאר העולם, גם ישראלים הולכים ומשמינים, עובדה הפוגעת בבריאותם מחד, ובהיעדרויות עקב מחלות ובפגיעה בפריון העבודה בסופו של דבר, מאידך".

"הטיפולים הקיימים היום לירידה במשקל מתבססים על דיאטה ופעילות גופנית, והדרכה לשינוי באורח החיים, אך 97% מהדיאטות מסתיימות בכישלון", אומר ד"ר פייגנבאום. "50% מהמתחילים בטיפולים לשינוי התנהגותי, נושרים במהלך הטיפול, מכיוון שרוב התוכניות האלה מתבססות על שכוניע, הסבר והכתבת משטר טיפולי, אך לשיטות אלה יש אפקט מזערי".

שיטת BEST מבוססת על הזדרכת המטופל בתכנון עצמי של התפריט והפעילות הגופנית בהתאם להעדפותיו ומצבו הבריאותי, תוך לימוד ביצוע ניטור וויסות מתמיד. המטופל לומד להפעיל שיטה של הכוונה עצמית, הצבת יעדים הניתנים להשגה והפעלת אסטרטגיות יעילות להגעה ליעד, ניטור הביצוע והערכת ההצלחה, וכן יוצר המטופל לעצמו הנחיות ותמריצים.

בסדנה לומדים להתגבר על קשיים, אמונות וגירוים שונים, ולהפוך אותם לגירויים

מועילים. המשתתפים לומדים באמצעות פסיכודרמה, דרכי התמודדות שונות עם מצבים הגורמים לאכילת יתר, תוך סימולציות ומשחקי תפקידים. הסדנה משמשת כמפת דרכים לאנשים הרוצים לעשות שינוי יסודי בחייהם.

לפרטים והזמנות: ד"ר עמיאל פייגנבאום, טל: 03-6023031

המודעות הגוברת בציבור לסכנה הבריאותית של ההשמנה המכונה "מגפת המאה", הביאה חברות גדולות לכת צעד אחד קדימה מסבסוד מנויי לחדרי כושר עבור העובדים, ולהיות שותפות אקטיביות בכל הנוגע לבריאות עובדי החברה, ולהביא סדנת הרזייה רפואית למקום העבודה.

כך למשל, מדווח לאחרונה אתר האינטרנט של מיקרוסופט בארה"ב, השילו 800 עובדי חברת מיקרוסופט מעצמם 13,000 ק"ג לאחר שעברו סדנת הרזייה בפיקוח רפואי, שיטה יחודית לירידה במשקל המשלבת שינוי קוגניטיבי והתנהגותי עם תזונה נכונה וטיפול תרופתי. כל זאת בפיקוח רופא ודיאטנית קלינית. הנתונים הכלכליים פורסמו בתום 5 שנות תוכנית הרזייה ניסיונית.

לסדנה הצטרפו בנות הזוג של העובדים משתתפי הסדנה. בעקבות הסדנה נצפה שיפור של 50% בערכי הכולסטרול, ושיפור של 30% בלחץ דם. המטרות היו לגרום לעובדים שביעות רצון, להשיג ירידה במשקל של 5% ממשקל הגוף לכל משתתף, ולחברה - לקבל החזר חיובי על ההשקעה בתוכנית (החברה מימנה 80% מהוצאות הסדנה לכל משתתף). החזר ההשקעה היה של 250% במשך 5 שנים של התכנית כתוצאה מעליית הפריון בעבודה. 100 משתתפי התכנית הורידו 8.5% ממשקלם.

לישראל הובאה ומיושמת שיטה זו בלעדית ע"י ד"ר עמיאל פייגנבאום, מומחה ברפואת משפחה ובהרזיה רפואית, אשר למד את השיטה באוניברסיטת הרווארד ארה"ב.

בשיטת BEST המופעלת בישראל, משלב ד"ר פייגנבאום את הטיפול התרופתי בקסניקל, התרופה הנחקרת ביותר בתחום ירידה במשקל, המצטיינת במנגנון ייחודי ומונעת ספיגת שומנים במעינים. בהתאם להודעה לעיתונות שהתקבלה במערכת "גיוס נעים", הרי על פי מחקרים רבים במרכזים המובילים בעולם,

ומילה אישית אחרונה לקוראות וקוראי "גיוס נעים":

עשיתי הכל כדי שתיהנו גם מגיליון זה של "גיוס נעים".

אני מקווה שתמהיל הכתבות מעניין, ואף שימושי במידה מסוימת.

אם נהניתם, אשמח אם תקישו על Forward ותשלחו גיליון זה לנמענים נוספים רבים ככל האפשר.

ואם יש לכם השגות, או אפילו כתבות מפרי מקלדתכם, אל תהססו ושגרו אלי

ל: rani@doran.co.il

תודה, רענן (רני) רוגל