

אלא שזאת לא הבעיה העיקרית. השערורייה המתמשכת באה לידי ביטוי בפערי השכר הקיימים בין שני עובדים באותו משרד ממשלתי ואף באותו חדר - האחד עובד מדינה והשני עובד "כתף אל כתף" או עובד קבלן. נכון שלעתים הפערים נוטים לטובת עובדי הקבלן, אבל בדרך כלל הם לטובת עובד המדינה. הדבר בא לידי ביטוי בעיקר בהטבות סוציאליות, ימי חופשות והפרשות לפנסיה.

בתחילת החודש שעבר קיימה ועדת העבודה והרווחה של הכנסת דיון בנושא עובדי הקבלן במשרדי הממשלה. בדיון השתתף, בין היתר, **אמיר שר**, שמועסק ברשות המסים מזה חמש שנים מטעם טלדור. יחד עמו מועסקים כך עוד 10 עובדים. בתשובה לשאלה, אמר העובד כי הוא משתכר כ-5,000 שקלים לחודש. כלומר לא הרבה יותר משכר מינימום. כמו כן סיפר, כי חלק מהעובדים המועסקים דרך טלדור ותיקים במשרדי הממשלה יותר מאשר חמש השנים שבהן הוא מועסק כך, וציין שמזה שלוש שנים אין לו כלל חוזה העסקה. האמתלה להעסקתו היא "פרויקט מיחשוב".

כך השיב לו, כי עם כל הרצון הטוב, הוועדה לא יכולה לספק לו תשובות, אלא לאשר הצעות חוק, לדון בדברים, להציע הצעות ולפקח על יישומן. זה כמובן לא עוזר לשר ולעוד כמה מאות עובדי "כתף אל כתף" שמועסקים באגפי המיחשוב בממשלה אבל "נהנים" מכתף קרה מאוד מצד המדינה בכל מה שקשור לתנאי העסקתם. ואם משהו מכבד, הקוראים, יגלה במקרה כמה עובדי "כתף אל כתף" יש במשרדי הממשלה באמת, שיספר לה"כ מרב מיכאלי - ולנו, כמובן.

לגבי עובדי "כתף אל כתף" בתחום המיחשוב, אבל עד עכשיו הוא לא הסתיים.

כותבי המחקר פנו למינהל הרכש על מנת לקבל נתונים על מספר עובדי המיחשוב במשרדי הממשלה וביחידות הסמך, וביקשו לדעת איזה גוף מפקח עליהם. גם לאחר בקשות חוזרות לא נמסרה לנו תשובה, כתבו בדו"ח.

הכנסת עצמה מעסיקה לא מעט אנשי מיחשוב באמצעות ספקים, אולם היא עושה זאת בצורה ישירה, ולא דרך מינהל הרכש. עורכי המחקר ביקשו להתחקות בנושא זה גם אחרי הפרלמנט שלנו והתשובה שהם קיבלו מעמיתיהם עובדי הכנסת הייתה: "לכנסת אין מעקב אחרי כוח האדם של חברת המיחשוב. החברה נותנת לכנסת שירות ומקבלת תמורה לפי תפוקה, ללא תלות במספר העובדים".

השורה התחתונה: אף אחד בממשלה לא יודע להגיד כמה עובדי 'כתף אל כתף' עובדים בממשלה בתחום המיחשוב.

תשובות לא מקריות

התשובות שקיבלו עורכי המחקר אינן מקריות והן לא תוצאה של רשלנות של פקיד. מזה שנים מבססת הממשלה את פעילות המיחשוב שלה על עובדי קבלן, מיקור-חוזק ו"כתף אל כתף". חלק מהם מכהנים בתפקידים בכירים, ניהוליים, ויש להם גישה למידע רגיש על האזרחים וסיווג ביטחוני גבוה ביותר. לכאורה, הם מחויבים לציית לכללים הנוגעים לכך, אבל הם לא חותמים על מסמכים שעובדי מדינה מחויבים להם בהקשר זה.

מנמ"ר, זכור: הלקוח הוא המלך

מנכ"לים מבינים שיש כיום ללקוחות השפעה רבה יותר על שורת הרווח של הארגון, ולכן הם יראו שיתוף פעולה בין המנמ"רים לליבה העסקית בעין יפה • מחקר של יבמ מאשש את הטענה ששותפות כזאת יכולה רק להועיל לארגון

רבים ציינו, כי בעקבות שיפור הקשר עם הלקוח, הם מפתחים פתרונות שקרובים יותר ללב, ולכן הסיכוי שיטמיע אותם גדול יותר.

מהפכה ארגונית של ממש

חוקרי יבמ העירו, כי השינוי הזה הוא מהפכה של ממש. במחקר שנערך לפני חמש שנים דירגו מנמ"רים את הקשר עם השיווק ועם המנהלים האחרים במקום נמוך יותר. **ניק סמיטור**, מנמ"ר פורד, אמר בהקשר זה, כי "ההבדל המהותי הוא שבעבר לא היה לי מקום לשבת ליד מנהלי העסקים. כיום המציאות היא אחרת ושם המשחק הוא קשר ישיר ונגישות".

כמה מגמות טכנולוגיות השפיעו על חיזוק הקשר בין המנמ"ר ללקוחותיו, בהן, כאמור, מובייל ורשתות חברתיות, אך גם Big Data ומיחשוב ענן. 64% מהמשיבים למחקר של יבמ הודו, כי הענן נמצא על סדר היום שלהם וכי עובדה זו מחייבת אינטראקציה הדוקה יותר בינם לבין העובדים בארגון.

הקשר בין המנמ"ר ללקוח אינו מקרי ולא נולד מעצמו. חוקרי יבמ מצאו שמנכ"לים רבים מבינים שהלקוח התחזק וכוחו להשפיע על שורת הרווח רב יותר. לכן, רבים מהם רואים הרמוניה ביחסים בין המנמ"ר ללקוח בעין יפה - וזו סיבה מספיק טובה ללכת לכיוון הזה.

השורה התחתונה: המסקנה העיקרית מהמחקר של הענק הכחול היא, שהמנמ"רים מבינים שעליהם לצאת מארבע האמות של החדר שבו הם יושבים, שבדרך כלל ממוקם בקומה נפרדת ונסתר מן העין. האישוש המחקרי הזה צריך לשכנע את המנמ"רים שעדיין לא עשו זאת לעלות על הגל, רגע לפני שיהיה מאוחר.

אחת הדילמות היותר בולטות על סדר יומו של המנמ"ר היא תשומת הלב שהוא צריך להקדיש ללקוחותיו, הפנימיים והחיצוניים, לעומת השקעת משאבים בתפעול וניהול משרדו. בדרך למנכ"לות נדרש המנמ"ר להיות מעורב יותר בקווי העסקים של הארגון שאותו הוא משרת. מחקר חדש של יבמ מאשש את התיאוריה הזאת וקובע, כי יותר ויותר מנהלי טכנולוגיות בארגון מפנימים שהם צריכים להיות קשובים למסרים שמגיעים מהלקוחות שלהם בארגון, ואם הם שומרים על קשר זה, ההשפעה שלהם בארגון הולכת וגדלה. 60% מהמנמ"רים שנסקרו השיבו שהם ישימו דגש על העצמת חוויית הלקוח ועל עבודה קרובה יותר עמו.

המחקר מבוסס על תשובותיהם של 1,600 מנמ"רים מ-20 מגזרים שונים ב-70 מדינות. הוא תואם מציאות שכבר קיימת בלא מעט ארגונים. מערכת היחסים בין המנמ"ר למנהלים העסקיים הולכת ומתהדקת, בין היתר בגלל טרנד המובייל והרשתות החברתיות. המנמ"ר יודע היטב שאותם מנהלים, לקוחותיו, יכולים לעבוד באופן עצמאי, אבל מבינים שיתוף פעולה איתו חיוני ברמה הארגונית. הדברים מחלחלים גם למטה, אל יתר העובדים, שכבר לא שואלים "מי זה המנמ"ר פה", אלא מרגישים מספיק בטוחים כדי לגשת אליו או אל אנשי

בכל שאלה או בעיה.

עוד עולה מהמחקר, כי 80% מהמנמ"רים מעבירים את מוקד הפעילות שלהם מהבק אופיס לחזית הארגון, לאנשים שמשתמשים בטכנולוגיות שלהם. המשמעות היא קשר חזק יותר עם השיווק, המכירות וניהול השירותים השונים, ולמעשה, עם ליבת העסקים של החברה.

יש לזה יתרונות בולטים גם בשטח הפעילות של המנמ"ר. משיבים

