

מכרןקפורט לתל-אביב

שבדי, גרמני וישראלי נפגשו ביריד...



צילומים באדיבות יריד פרנקפורט

לא, זאת לא תחילתה של בדיחה • הירידים המסחריים והעסקיים ברחבי העולם מצויים בתנופה • בעידן האינטרנט זה לא מעט מפתיע • בו בזמן שחברים נפגשים יותר ויותר מול צג המחשב ופחות לקפה זה מול זה - האם עולם המסחר יתעלם מהחידושים וימשיך במסורת הישנה? • האם עולם הירידים והתערוכות לא יהיה בקרוב עולם הולך ונעלם? • בחינתו של נושא שחייב להיות מעניינו של כל סטודנט למינהל עסקים

« גד ליאור

האינטרנט כובש כיום כל חלקה טובה בעולמנו. מיי ליונים לא יכולים לנהל את יומם, בלי המחשב הצמוד, בדיקת האי-מיילים אחת לשעה או שעתיים, כניסה לאתרים שונים ומשונים, בדיקת החדשות והחידושים בתחומים השונים וכמובן התכתבות באתרי החברים, כמו פייסבוק.

האם האינטרנט יכול בעצם להוות תחליף כמעט לכל תחום בחיים ובתוך כך לשמש גם תחליף בענפי המשק השונים?

התשובה לכך כבר ניתנה על-ידי פסיכולוגים, שטענו כי אנשים שהפסיקו לדבר זה עם זה ומתכתבים רק באי-מיילים איבדו, בלי להרגיש כמעט, הרבה מאושרם, משלוות חייהם, מההזדמנות לחייך אל מי שהו היושב מולך, לשתות כוס קפה עם ידיד או חברה ולא רק להתכתב בו זמנית עם ג'ו מאוסטרליה, פאני מבריטניה, לי מסין וצ'י מווייטנאם.

מבט חטוף במוצר חדש

אך האם לא יהיה נכון לומר שהחידוש הפנטסטי הזה, הקרוי אינטרנט, יכול להוות גם תחליף פנטסטי ליצרנים, יצואנים, אנשי עסקים ובעלי חברות? האם אין הם יכולים לחסוך באמצעות האינטרנט אין ספור של נסיעות לכל קצות העולם ולהסתפק במבט חטוף במוצר חדש, באמצעות אתר האינטרנט, במקום - כמו בעבר הלא רחוק - להטריח עצמם עד למפעל, בית העסק או התערוכה המתאימה ולבחון ולמשש מקרוב את המוצר החדש?

התשובה בעניין העסקי-כלכלי הזה היא חד משמעית: עם כל הכבוד לאינטרנט ולסגולותיו הנעלות, הוא לא יכול עדיין לשמש לנו תחליף לחלק משמעותי

»



מתחם היריד בפרנקפורט.
לגני התערוכה ולבניי
האומה יש עוד מה ללמוד



**המבקרים ביריד
פרנקפורט.**
אין כמו "למשש" את
המוצר, אפילו בעידן
האינטרנט

«

**עם כל הכבוד
לאינטרנט
ולסגולותיו
הנעלות, הוא לא
יכול עדיין לשמש
לנו תחליף לחלק
משמעותי מחיינו:
בתחום העסקי-
יצרני. לא יעלה
על הדעת שרשת
סופרמרקטים
בקוריאה תרכוש
מוצר חדש רק
בעקבות בחינת
מעלותיו באמצעות
אתר אינטרנט**

תי מחיינו: בתחום העסקי-יצרני. לא יעלה על הדעת שרשת סופרמרקטים בקוריאה תרכוש מוצר חדש של "אוסם" או "עלית" רק בעקבות בחינת מעלותיו באמצעות אתר אינטרנט. האם החטיף או השוקולד טעים? האם האריזה נוחה? האם החטיף מתאים לכך ידו של ילד בן 4, שיבקש להחזיק בו בדרכו לפיו? הויכוח הזה ניטש לאחרונה בכמה וכמה מפעלים ואצל מנהלי תערוכות וירידים בעולם. האם לא חלף לו העידן שבו מקיימים ירידי ענק באחת מהערים הגדולות בעולם ומצפים שאלפי מציגים וקניינים יגיעו להשתתף בו?

גם בלימודי מנהל עסקים עוסקים כבר לאחרונה בשאלה עד כמה יכול האינטרנט להוות תחליף לדיון עסקי "כמו שהיה פעם". התשובה ברורה: לקיים ועידת וידאו (וידאו-קונפרנס) בהשתתפות חמישה מנהלים שיושבים בו זמנית באוסטרליה, גואטמלה, יפן, בריטניה וישראל – זה הגיוני ונכון לעשות. עד שכל אלה יתקבצו יחד לאולם ישיבות אחד, יעברו שבועות, העלות תהיה גבוהה ולא ברור עד כמה הדיון יהיה ענייני והישגי יותר בישיבה פנים אל פנים. להפך: בועידת הוידאו, שבה קצוב מראש זמן הידוע לכולם לאותה ישיבה – יש יתרון.

לא כך הוא בעת רצון להציג מוצרים חדשים. אין שום תחליף לבחינת המוצר בעין, מישוש המוצר ביד, בדיקת משקלו והיקפו באמצעות מגע יד ושקף לה במקום. שום צילום של מוצר באינטרנט לא יוכל להוות תחליף להצגתו באחד מדוכניו של יריד בינלאומי רב משתתפים.

כוסות יין לכרטיסי ביקור

הדוגמא הטובה ביותר לכך שהאינטרנט בעצם לא יכול להחליף כל תחום, ובוודאי לא את תחום הייצור

והשיווק של מוצרים, היא בחינת התועלת שתמשך עוד שנים הרבה בירידים הגדולים המתקיימים במדינות קבועים בערים שונות בעולם. לכך מיתוסף גם השיקול שאחד הענפים המכניינים סים ביותר בכל מדינה הוא ענף התיירות. גם במדינות שאינן משופעות באתרים היסטוריים וגיאוגרפיים, כמו ישראל – לא לכל מדינה יש כותל מערבי, מסגד הר הבית, כנסיות הבשורה והקבר, מצדה, ים המלח ואוצרות ים סוף – מנסים לעודד את ענף התיירות, לאו דווקא במשיכת תיירים לאתרים ההיסטוריים. עוד נחזור לפן התיירותי.

בראשית הקיץ התקיימה בפרנקפורט עוד אחת מסדרת תערוכות Decorate Life – "טונדס" שמה. מדובר בתערוכת מוצרי וכלי בית במגוון רחב ביותר, תערוכה שבה השתתפו מאות מציגים מרחבי העולם, ועשרות אלפי קניינים באו לבחון את מוצריהם. האם ניתן היה לבצע הזמנה – שלא באמצעות היריד הזה – כמו שביצע קניין נורבגי, הורסט קלוגק-סן, של אלפי מעמדים דמויי כוסות יין, שגובהם יותר ממטר, והמשמשים להנחת כרטיסי ביקור בתוכם?

"אין ספק שאלמלא הגעתי לכאן, לא הייתי מבצע את הרכישה הזאת. שום צילום או תיאור באתר אינטרנט לא יכול להוות תחליף למה שראיתי בתערוכה הזאת. צילום של המתקן המוזר והחדשני הזה להצגת כרטיסי ביקור – לא היה אומר לי דבר וחצי דבר. כאן ראיתי את המוצר, התלהבתי, וביצעתי הזמנה גדולה מאוד, בהרבה עשרות אלפי יורו. כך, גם אני וגם היצרן יצאנו מרוצים. בלי היריד הזה, לא הייתי פוגש לעולם את היצרן הגרמני", הסביר הורסט קלוגקסן.

גם קוטארו נישיו, נשיא ובעלי חברת "קוטורי" מקיוטו שביפן, סבור שאין שום תחליף לירידים כמו זה שנערך בפרנקפורט: "האינטרנט הוא מכשיר נחמד

מאוד. ממש מכשיר טוב. הוא עוזר, הוא מעביר מידע, הוא מאפשר התכתבות מהירה ונוחה, בלא צורך בכתבים ובולי דואר כמו פעם. אבל, איך אני יכול להמחיש באמצעות סרט באינטרנט את המוצר הייחודי שהבאנו ליריד פרנקפורט? המדובר באהיל למנורה, שיכול להפוך גם למטריה, שיכול לשנות צורה וצבע. את זה אי אפשר להמחיש. צריך למשש את המוצר, לנסותו, לבחון אותו. לכן לטענה שירידים מהסוג הזה יהיו בעתיד נחלת העבר אין ולא כלום עם המציאות", כך קוטארו נישיו.

מבט בעיניים - כהסכם חתום

יוהאן ואן-דר-האן, בעל חנויות ל"פנטסים" ברחבי הולנד, מגלה גם הוא עניין במוצרים רבים, משוחח עם היצרנים והמציגים ואף מקבל לידיו דוגמאות של משחק ייחודי לילדים, שגורם לכדור פלסטלינה לטייל בנבכי עיר קטנה. "אין תחליף לא רק לבחינת המוצר, אלא גם להתרשמות ממי שמציג אותו. האם הוא רציני? האם יעמוד בהבטחותיו למועדי האספקה? יש לי ניסיון רב בעניין הזה. לכן, אין כמו מכש פנים אל פנים בין המוכר לקונה. מבט בעיניים גם הוא מהווה מעין הסכם חתום. אני לא מאמין, למשל, שהיצרן הזה, שנתן לי כרגע דוגמא של המשחק הזה, לא יעמוד בדיוורו בעת אספקת ההזמנה שלי", אומר יוהאן ואן-דר-האן.

אלנה מינה, ממרכז התקשורת ביריד פרנקפורט, בטוחה גם היא שהתערוכות והירידים לא רק שלא יוצמצמו בעידן האינטרנט, אלא גם יתרחבו, בשל התרחבות הקשרים בין מדינות העולם בעידן החדש. מי שמשוכנע לחלוטין שירידים יהיו גם בעתיד התחום העיקרי למכש בין היצרן לבעל החנויות שירצה למכור את המוצר הוא היינריך ברומר, מנכ"ל ירידי

פרנקפורט, שעשה לאחרונה בביקור חטוף בישראל. לדבריו, "העובדה היא שמספר המציגים דווקא גדל בשנים האחרונות כל כך, שנאלצנו לחלק יריד אחד לכמה ירידים קטנים יותר. כמו כן התרחבנו ואנחנו מקיימים בשנים האחרונות ירידים מוצלחים ביותר, תחת המותג ירידי פרנקפורט, גם בסינגפור, הונג-קונג ובמדינות נוספות. לאינטרנט אין שום סיכוי להכות בענף הזה. לא הכל אפשר לעשות באמצעות האינטרנט".

עשרות ירידים ותערוכות בשנה

ואכן, הסיסמא הזאת נשמעה מכל מי ששוחחנו עמם בעניין הזה. "אפשר להכין קפה באינטרנט? אפשר להתנשק באינטרנט? כך אי אפשר גם למכור מוצר תעשייתי. והכוונה לא למכור ספה או כיסא מיד שנייה, באמצעות מבט חטוף בצילום. לכן הירידים האלה כל כך חשובים ועתידים עוד לפניהם", הסביר ג'ף אנטפילי, מראשי איגוד המסחר בצפון איטליה. אולם, לפן הזה של קיום ירידים מסחריים, שאליהם מגיעים עשרות אלפי מציגים וקניינים, יש פן נוסף. התיירותי. הנה, חזרנו לפן החשוב הזה. מדינות רבות מצאו בקיום ירידים כאלה פתרון. מדינות רבות אמרנו, ולצערנו ניתן להדגיש כאן – אך לא מדינת ישראל.

את התועלת שבקיום ירידים ותערוכות לעשיית רווח כלכלי – ולא רק מסחרי – גילו כבר מזמן מדינות כמו גרמניה, בריטניה, ספרד, יפן וארה"ב, ובוודאי, לאחרונה, גם סין, הודו, דרום אפריקה ואפילו מדינות ערביות, כמו איחוד האמירויות. ירידי ענק נערכו בהצלחה מרובה בדובאי ובאבו דאבי ואפילו מצרים.

קשה להאמין, אך כפי שאין לישראל מתחרות בעולם בתחום האתרים ההיסטוריים – תראו לנו עוד

«

יום עיון ניהול בינלאומי: היבטים מחקריים ויישומיים

מה הבעיה?

באוניברסיטה הפתוחה הוכח כבר שגורם המרחק איננו מכשול של ממש, כי הסטודנטים פזורים בכל העולם. לעומת זאת קיים אתגר תרבותי - בעייתי יותר - ולכבודו הוקדש יום עיון מיוחד

ה-80) על אשכולות ומקבצים של מדינות. מטרת המחקר לבנות מערכת אשכולות של מדינות המקובצות על פי הדמיון והשוני ביניהן בממדים ובערכים תרבותיים. בצד היישומי, מהווה המחקר כלי למנהלים בחברות רב-לאומיות להבנת הדמיון והשוני בין מדינות ועשוי לסייע להם בתהליכי קבלת החלטות אסטרטגיות כגון: מיקום משימות בין-לאומיות, הקמת יחידות אזוריות מתואמות, ולנבא את התוצאות של מדיניות ופרקטיקה ניהולית חוצה גבולות לאום. ההרצאה הבאה, של ד"ר אורלי יחזקאל, מביה"ס למינהל עסקים ע"ש אריסון, המרכז הבינתחומי הרצליה עסקה בנושא יצירת ערך באמצעות מיזוגים ורכישות: הצלחות, כישלונות ותפקיד האינטגרציה. ד"ר יחזקאל הציגה מקבץ מחקרים והיבטים ישומיים בנושא, וניתן דגש על חשיבות האינטגרציה הניהולית ביצירת הערך המוסף של מיזוגים ורכישות.

שיעור הצלחות והכישלונות

המושב השני של יום העיון נפתח בהרצאה של ד"ר טלי שמעוני, מהמחלקה לניהול ולכלכלה באוניברסיטה הפתוחה, בנושא רבגוניות תרבותית והשלכותיה בקרב צוותי עבודה גלובליים. ד"ר שמעוני הציגה את ההגדרות והמאפיינים של צוותי עבודה גלובליים וסקרה ממצאים ידועים ומורכרים שנמצאו במסגרת מחקרים שנעשו בשנים האחרונות. בנוסף הוצגו פיתוחים ורעיונות למחקרים עתידיים בנושא, ואספקטים ישומיים וניהוליים העורכים על השאלה: מה ניתן לעשות בהקשר של רבגוניות בצוותים גלובליים.

יום העיון נחתם בהרצאה של פרופ' יעקב ובר, מביה"ס למינהל עסקים במכללה למינהל, בנושא מיזוגים ורכישות: תפקיד התרבות ומשאבי האנוש כגורמי הצלחה וכישלון.

ניתן לצפות בהקלטה של יום העיון בקישור:

<http://www.openu.ac.il/Events/110508.html>

"שני אתגרים גדולים הציבה הגלובליזציה בפני עולם העסקים: אתגר המרחק ואתגר השוני התרבותי. לאתגר התרבותי - הבעייתי יותר - מוקדש יום העיון הזה".

כך אמר הד"ר אריה נחמיאס, ראש תכנית ה-MBA באוניברסיטה הפתוחה, בפתח יום עיון בניהול בין לאומי, שהתקיים בראשית הקיץ בקרית האוניברסיטה הפתוחה, בהשתתפות ד"ר זכי שפר, מהמחלקה לניהול ולכלכלה. טלי מנדלסון וד"ר חנה אור-נוי מהמחלקה לניהול ולכלכלה שמשו כיו"ר המושב הראשון והשני.

יום העיון עסק בהיבטי המחקר ובהיבטים הישומיים והפרקטיים של ניהול חברות גלובליות וכלל הרצאות של מיטב החוקרים בתחום הניהול הבינלאומי. יום העיון נפתח בדבריו של ד"ר אריה נחמיאס, ראש תכנית ה-MBA, שעמד על שני האתגרים הגדולים שהציבה הגלובליזציה בפני עולם העסקים: אתגר המרחק ואתגר השוני התרבותי.

"באוניברסיטה הפתוחה כבר הוכחנו שגורם המרחק איננו מכשול של ממש, כי הסטודנטים שלנו פזורים בכל העולם, ובאמצעות מודל פדגוגי עתיר טכנולוגיות אנו מגיעים אל כל אחד ואחד מהם. לאתגר התרבותי - הבעייתי יותר - מוקדש יום העיון הזה". ד"ר נחמיאס ציין שבתכנית ה-MBA של האוניברסיטה הפתוחה פותח אשכול ידע של מקצועות לנושא הניהול הבינלאומי, ושורה של קורסים פותחו במיוחד לצורך לימוד נושא הגלובליזציה.

ניתוח אשכולות של מדינות

ההרצאה של פרופ' שמחה רונן, מביה"ס למוסמכים במנהל עסקים ע"ש רקנאטי, הפקולטה לניהול אוניברסיטת ת"א, עסקה בנושא הגאוגרפיה התרבותית החדשה: ניתוח אשכולות של מדינות.

ההרצאה עסקה במחקר שעורכים פרופ' שמחה רונן ופרופ' עודד שנקר (המבוסס על מחקרים משנות

נכון, עדיין אין לנו עיר ירידים כמו בפרנקפורט. גני התערוכה בתל-אביב אינם מספיקים כיום ליריד ענק בעידן של שנת 2010, למשל. נכון, צריך לבנות תשתיות ולארגן תערוכה כזאת על כל פרטיה במשך שנים, אך לעולם לא מאוחר להתחיל. ומי שצריכה לתת את ברכתה לאירוח יריד ענק היא קודם כל הממשלה. להקצות כמה וכמה מיליוני שקלים לתערוכה כזאת ישתלם פי 100 ואולי גם יותר מכך, כאשר יגיעו הקניינים, המשקיעים ונציגי החברות הגדולות. צריך רק לתכנן ולשווק את היריד בהתאם.

אגב, מנכ"ל ירידי פרנקפורט שביקר כאן לאחרונה, רמז שהם מוכנים לשקול קיום של אחד מירידיהם בישראל. בסינגפור ובפין הרימו כבר מזמן את הכפפה וירידי פרנקפורט מתקיימים בהן בהצלחה רבה.

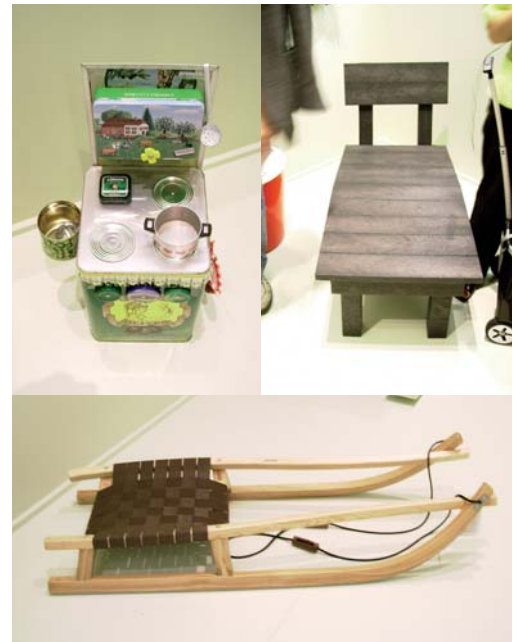
ארץ הטלפונים הסלולאריים והאינטרנט

רק בישראל עסוקים הכל בהשרדות הממשלה ובמחקר כוחות בכנסת. לאיש אין כנראה ממש פנאי ורצון לשקול דרך חדשה להגדלת הכנסות המדינה מתירות וירידים כלכליים. אולי משהו שם למעלה יתעורר ויבין את התועלת הרבה שתצמח לתעשייה ולמסחר בישראל מקיום יריד שנתי, ובהמשך יותר מיריד אחד בשנה, בתל-אביב, בחיפה, בירושלים או אפילו לחופי מפרץ ים סוף. בכל הערים והאתרים הללו יש כבר היום די והותר בתי מלון לאירוח עשרות אלפי מציגים וקניינים.

ובינתיים, נאלצים דווקא בארץ ההיי-טק ישראל להסתפק בהצגת מוצרים וחידושים באמצעות האירנט, במקום להיעזר בו להבאת עשרות אלפי קניינים-תיירים לארץ הקודש, ליריד גדול.

האינטרנט, גם בישראל - שאפשר לכוונה "ארץ הטלפונים הסלולאריים והאינטרנט" - איננו התחילוף להצגת מוצרים ביריד. יהיה אפשר להציג בו את נפלאות התעשייה הישראלית, בכל התחומים. בוגרי מינהל עסקים כבר לומדים איך לנצל את האינטרנט לקידום עסקים, אך בוודאי לא להפיכתו לכלי הבלעדי למכירת מוצרים.

מי יודע, אולי הממשלה הבאה, או זאת שלאחריה, תיזום הקמת עיר ירידים, שתקדם את עולם העסקים בישראל הרבה יותר ממתן סיוע ומענקים לכל מיני משקיעים, שיאילו בטובם להקים איזה שהוא מפעל קטן בישראל. העניין הזה יסתדר מעצמו, אם רק יגיעו לכאן אלפי קניינים מכל רחבי העולם. ואולי, יריד כזה יוכל אפילו לתרום מעט לתהליך השלום ולנורמליזציה באזור ולהגדלת שיעורי העלייה לארץ, אפילו של כמה מהקניינים שיבואו לראותה בראשונה ולא ירצו לחזור למקום שממנו באו. מי יודע, אולי אין זה חזון אחרית הימים, אלא עניין מוחשי ומעשי הרבה יותר. ☞



כותל, עוד אגם שעליו צעד ישו, עוד מצדה - גם יש ראל יכולה להעשיר את מספר תייריה והכנסותיה מתירות, אם רק תחשוב מעט על המשק המפותח שלה ועל כלכלתה, כיוון שתתיר מכוניסים מדי שנה לאוצר המדינה מיליארדי דולרים, וממש אפשר להכפיל את הסכום הזה אם רק חושבים איך לשדך בין מרחצאות ים המלח ונפלאות העיר העתיקה בירושלים לבין המשק הישראלי המשגשג. ישראל מובילה בעולם בתחומי היי-טק רבים, יש בה תעשיית תרופות שאין דוגמתה כמעט בשום מדינה אחרת ופיתוחיה החקלאיים נודעו כבר ברחבי תבל. אך התיירות הנובעת מכל אלה שואפת לאפס. ממש אפס.

בדובאי, במצרים, בסין ובפין

וכאן אנחנו חוזרים למדינות שהזכרנו. בפרנקפורט שבגרמניה מתקיימים מדי שנה עשרות ירידים ותערוכות. רק לאחרונה התקיימה בה תערוכה מסדרת "דקורייט לייף", תצוגה מכל תחומי חיי האזרחים ביום-יום. אלפי מציגים וקניינים ממלאים בימי תערוכה כזאת את העיר ושופכים בה כסף. הרבה כסף. ולא רק זאת - העסקאות הנרקמות בתערוכה כזאת מסתכמות למאות מיליוני יורו. ולפעמים גם יותר מכך.

גם בדובאי, במצרים, בסין, בפין ובסינגפור כבר גילו את הפוטנציאל. מארגנים יריד ענק, בתחום הרפואה, התעופה, המחשבים ומה לא - ומושכים אלפי תיירים עשירים, מנהלי חברות מובילות בעולם, לשהות בת שבוע במדינה המארחת.

»

"אפשר להכין קפה באינטרנט? אפשר להתנשק באינטרנט? כך אי אפשר גם למכור מוצר תעשייתי. והכוונה לא למכור ספה או כיסא מיד שנייה, באמצעות מבט חסוף בצילום באינטרנט. לכן הירידים האלה כל כך חשובים ועתידם עוד לפנינו"