



כלכלה בצל קלקלה

<<< רונן מרטין בהן

שאלות חינוכיות. מענה זה הוא אישי ואין תשובה אחת נכונה, אולם עצם השאלה והתשובה ימקד את מטרותיך וימנע ממך טעויות והונאות בדרך ויחסוך לך כסף רב, זמן ואכזבות: מה התועלת שתפיק? האם ההשקעה מוצדקת? מה איכות המוצר וכיצד הוא משתלב עם מה שכבר קיים בבית? מה ידוע על נותן השירות? כמה זה יעלה בעתיד?

עתה אתה מוכן להתחיל בפרויקט. זכורו, כי פרויקטים משפחתיים יכולים להיות פשוטים והם יכולים להיות מסובכים. כך למשל קנית מקרר היא פרויקט בעל רכיב אחד בלבד. לעומת זאת שיפוץ המטבח או ארגון אירוע משפחתי הינם פרויקטים בעלי מספר רכיבים, ומימושם תלוי בין השאר בהתקשרות עם בעלי-מקצוע. מצד אחד יש לתאם ביניהם, אך מצד שני יש כאן הזדמנות לבצע לפחות חלק מהדברים בעצמנו. יהא הפרויקט המשפחתי פשוט או מורכב, בכל מקרה כדאי לנהל את כל השלבים בנחת, בכתב, תוך כדי שיתוף כל בני ובנות המשפחה. להלן רשימת עשרה שלבים מומלצים:

1. למדו את תחומי הידע הנחוצים לביצוע (בקצב שלכם).
2. פצלו מטרה גדולה למטרות משנה.
3. קבעו לוחות זמנים לביצוע והשאירו מרווחי זמן גמישים.
4. בצעו סקר מחירים לכל רכיב בפרויקט.
5. חלקו ביניכם את האחריות והסמכות באופן חד-משמעי.
6. קיבעו סדרי תשלום, יכולת החזר להלוואות (בהתאם לטבלת חיזוי הוצאות והכנסות עתידית).
7. הכינו מרווחי בטחון כספיים למימון-יתר של הפרויקט.
8. בצעו הסכם התקשרות עם הספקים השונים, תוך שאתם עומדים על זכויותיכם.
9. פקחו על הפרויקט ובקרו את הביצוע.
10. לאחר סיום הפרויקט, גם אם היה מוצלח, בצעו הפקת לקחים.

ובתקשורת והגשמתם העצמית. השוני היה כמובן פרי של הבדלי תרבות, שהקרינו על סדרי-עדיפות והבנת המציאות, אבל התוצאה ברורה – ההשקעה מקדמת בטוח הארוך.

צריכה: מוצר-צריכה הוא מוצר, שברגע קנייתו יורד שוויו פלאים ולעיתים אף מתאפס. אף אחד מאתנו לא ימכור ברווח מים שצרך, דלק שמילא, לחם שקנה. גם חפצים מאריכי חיים כריהוט ומכשירי חשמל מאבדים את רוב ערכם ביום קנייתם.

את מוצרי הצריכה ניתן לאפיין כך: **צריכת סרט:** ברגע התשלום על המוצר אינך נשאר עם דבר ביד, למעט חוויה. מחזור ההנאה ידרוש צריכה נוספת מאותו מוצר (בילוי, מסעדות, טיולים) ואם התמכרת לכך, אף יותר.

צריכת פסל: ברגע קנית המוצר סיימת את התשלום עליו, למעט אם התקלקל והחלטת לתקנו (ריהוט, חפצי חן).

צריכת כלב: החל מרגע קנייתו אתה מתחיל לשלם עליו ולתחזקו (רכב, מזגן, תקשורת, חיית-מחמד). כלומר, אחזקת המוצר היא סעיף נוסף בטבלת חיזוי ההוצאות וההכנסות.

לפני ביצוע כל 'פרויקט משפחתי' צריך לבדוק מהו סוג הפרויקט: השקעה או צריכה. אם מדובר בצריכה יש לבדוק מה ידרש מאיתנו מרגע הקניה.

אם נבחן את 'הפרויקט המשפחתי' בעין ניהולית, נראה כי ניתן לשלוט בו בכל השלבים: במחירו הסופי, במועד התשלום ובאופן התשלום. הכל בר-מיקוח. גם החיזוי הוא מרבי, כיון שההוצאה תלויה ברצונך החופשי בלבד. איך נבדיל בין 'פרויקט משפחתי' לסתם 'הוצאה שוטפת' כמו חלב או חשמל? פשוט מאד: אם ניתן לדחות את הביצוע בחודש ימים מבלי לפגוע ממשית באיכות החיים במשפחה, הרי שמדובר בפרויקט משפחתי. לפני ביצוע ההכנות לפרויקט ענו על מספר

האזרח הישראלי יודע לבחור עגבניות טוב יותר מאשר לבחור דירה. הסיבות מגוונות, רובן המכריע קשור לתכונות המאפיינות את תת-תרבות העוני: עכשוזים, יאוש, חוסר-תכנון, התפתות למוצר שמייצג תרבות זוהרת ומודרנית, גשמיות, חוסר-רוחניות ועוד. אך יש גם סיבות שמקורן בחוסר-הכשרה: תדירות נמוכה של פרויקטים גדולים, ניהול קלוקל, חוסר-ידע ניהולי פשוט, חוסר הכרת-הסביבה העסקית והגורמים העסקיים המשפיעים עלינו. לא משנה אם הפרויקט המדובר הוא החלפת ספה, חיתון הבן/ת, או טיול לחו"ל: לכל סוגי הפרויקט יש תהליך קבלת-החלטות משותף, זאת ללא קשר לסקר-שווקים, סקר-מחירים ואיכות, יכולת-מיקוח ויכולת-טכנית.

'פרוייקטים משפחתיים' מהסוג שהוזכר כאן מתחלקים לשני סוגים עיקריים: השקעה וצריכה.

השקעה: מוצר-השקעה הוא מוצר, שהשקעת המשאבים בו (כסף, זמן, ידע) תתן בעתיד רווח מסוים. הרווח אינו חייב להיות רווח כספי מיידי, אך אם נכמת אותו בעתיד, נראה שהוא נושא תשואה בכסף ובאיכות חיים. לדוגמא: השכלה, רכישת מיומנות, ספורט, מניעת תחלואה, מוצרי תרבות.

ממחקר שנערך בארה"ב בסוף שנות ה-60, הסתבר כי שחורים ולאטינים בעלי שכר ממוצע הוציאו 90% משכרם על מוצרי צריכה. כעבור 15 שנים לא השתנה נתח האקדמאים בקהילתם. לעומתם יהודים בעלי שכר זהה השקיעו 30% ומעלה משכרם בקרנות נאמנות, המשלמות שכר-לימוד אקדמי (יותר השקעה, פחות צריכה). לאחר 15 שנים הסתבר כי 95% מהיהודים בחוף המזרחי בגילאי 20-50 הם בעלי תואר אקדמי. הדבר הקרין על שכרם, רמת חייהם, נידום והתאמתם לשוק העבודה, בריאותם, מעורבותם בחברה

אצלנו חלק מכישורינו המוטוריים, חלק מכישוריהתקשורת והחינוך שלנו. עם גיוון זה חל פחות בדימויו העצמי של היחיד כאיש עצמאי, והתלות בקבלני-חוץ הפכה ללגיטימית. יש לכם הזדמנות פז להתנסות באחד הרכיבים, שבעבר היה נחלתו של קבלן-משנה מקצועני. ואם לא תבצעו חלק זה בעצמכם, לפחות תלמדו מבעל המקצוע ככל האפשר. כך תגרמו לעצמכם להיות דומיננטיים בפרויקט, להעזיז לנסות ולשפר את מיומנותיכם וגם את הדימוי העצמי שלכם. ולא פחות חשוב: להזיל עלויות.

ביצעתם פרויקט משפחתי? המקרר גדול יותר? בניתם פרגולה בעצמכם? לא משנה מה היתה המטרה ומה היתה התוצאה, בכל מקרה התרחשה עוד תופעה חיובית: הפכתם לבני אדם שקולים, עצמאים, חקרנים, זהירים ומתונים יותר. תכונות אלו תלוונה אותכם גם בשדות אחרים של חייכם.

שיקול-דעת, זמן החלטה, אובייקטיביות ולמידה. תכנון פרויקט לוקח זמן. זו ההזדמנות להתגבר על כל אלה.

תכנון פרויקט מביא בחשבון את מטרתו. כלומר: אם מטרתך בקניית מכונית היא להסיעך מנקודה לנקודה בנוחות יחסית, באמינות, בבטיחות ובמינימום כסף, הרי שאתה תבחר מכונית לפי מדדים אלו. אם הצליחו לשכנע אותך להכניס רכיבים של סטטוס, תדמית, סיפוק נפשי וניפוח אגו – הרי שתצטרך להוסיף לעלויות גם את המענה לרכיבים אלו. כשאתה מתכנן אתה ממוקד במטרתך וחוסך הרבה כסף, זמן וצער.

החברה המודרנית הפכה את משק-הבית מארגון כמעט אוטוארקי (המספק צרכיו בעצמו) לתלותי, המחויב להעסיק קבלני-משנה באופן תמידי. העיור, התיעוש והרחבת תחומי-הידע חייבו את היחיד להתמחות בתחום ידע אחד, לעסוק בו שעות רבות ביום ולהשאיר את מרב התפקודים האחרים במשפחה לקבלני משנה חיצוניים, שלרוב אינם תומכים באינטרס שלך אלא של עצמם. רובם לא שיכים לקהילה, כך שאין להם כל חשש מהמשוב שיקבלו: המדינה מחנכת את הילדים, מקצוענים בונים את הבית ומתחזקים אותו, רשתות שיווק חיצוניות אחריות על המזון, תאגידי-תקשורת מביאים לנו מידע. לפיכך, התנוונה

מדוע כל-כך חשוב לתכנן פרויקט לאט ובכתב? המטרה המרכזית היא להתנגד לשיטת העבודה ואופן קבלת החלטות הקלוקלים, שהאליטה הכלכלית, המפרסמים, רשתות-השיווק והפוליטיקאים מנסים "לחנך" אותנו לאורך. אנו מחונכים להיות אזרחים וצרכנים המתנהגים לפי אמות-מידה רגשיות, ילדותיות, יצריות, חסרות שיקול-דעת, ללא חקרנות, ללא סבלנות, ללא העמקה וללא למידה. לבחור פוליטיקאי, רסק עגבניות, דירה ומכונית לפי העטיפה, לפי התדמית ולפי הסיפוק הרגשי, שמבטיחים לנו עם הבחירה.

תכנון פרויקט הוא הזדמנות לרסן את יצר הקניה. עוד מתקופת היותנו אדם קדמון נטוע בנו היצר לצאת מהמערה ולא לחזור אליה בידיים ריקות. חזרה בידיים ריקות משולה למוות ברעב. בחברת השובע המדומה יש פחות מקרי רעב, ובכל מקרה אין צורך לספקו כל-כך מיידית. היצר נשאר גם כיום, רק הכלים התחלפו: במקום שדות ציד ולקט יש שדות קניונים, במקום חץ וקשת יש ארנק, במקום לסחוב אילה מתה על הגב אנו סוחבים בשר קפוא ועטוף. הסיפוק הנפשי נשאר כבעבר. זמן החשיבה אמור להתנגד ליצר מזיק זה. בהצצה טפופה על הפרסומות בטלוויזיה והעיתונות הכללית, ניתן להבחין כי המפרסמים מבצעים עלינו מניפולציה רגשית, שמטרתה למנוע מאיתנו חשיבה,

חונך-מרטין כהן הוא מרצה ויועץ לניהול כלכלי במשקי-בית. מחבר הספר 'כלכלה בצל קלקלה'

קצה הקרחון

ליצור כדור-הכדור הכלכלה, רבות המניע אך מצד הפרויקט הורו

מפי הסוס - או תיזת ביכלר וניצן: מבט מבפנים
 "יש אנשים", משיח לוני הרציקוביץ לתומו (הארץ, 29.12.05 עמ' 1), "ש-100 מליון בשבילם זה ריבית של שנתיים ויש כאלה שאותו סכום עבורם הוא סוף העולם". ולמי שלא מצוי בחומר: לוני הוא הבעלים של קבוצת הכדורגל של מכבי ת"א. על רקע הגאידימקיציה שעובר ענף הכדורגל, החלו מתרוצצות שמועות על מכירתה של "קבוצת הפאר" הזו למולטי-מיליארדר כזה או אחר. הראיון עם לוני הוא חלק מתהליך קביעת תג מחיר לקבוצת הכדורגל.
 דבריו של לוני, איש עסקים "מצליח", נחמד, אדיב, שלא לומר לפלף וחנון, פותחים צוהר נקי ושקוף למהותו של מה ששמעון ביכלר ויהונתן ניצן הגדירו בספרם החשוב - מרווחי מלחמה לדיבידנדים של שלום - "ההון הדומיננטי". מהראיון אפשר ללמוד לא רק כיצד נצברת עוצמה כלכלית (שהיא חברתית - עמותות מורחות לחם, תרבותית - קבוצות כדורגל ומוזיאונים, ופוליטית - הון ושלטון כבר אמרו?), אלא כיצד נקבעים מחירים של מוצרים. האדם הישר לא רוצה לפעמים לתפוס, שמחירים של מוצרים - במקרה הזה של קבוצת כדורגל - הוא פונקציה של נחמה. במאמר ב'הארץ' כל אחד זורק מחיר ומסביר אותו בסיבות כאלה ואחרות. המחירים שונים בעשרות אחוזים. למה דווקא המחיר הזה? כי אצל בעלי הון מתקיים הכלל הידוע שאם אפשר, אז למה לא? אז איך קובעים מחיר? אסתר אלכסנדר הסבירה את זה, גם מארקס, וגם וובלן, ועוד כלכלנים-פוליטיים, וכמובן ביכלר וניצן. זה נורא מורכב, ומשעמם, ובעיקר לא מסתדר עם השכל הישר. כלומר עם השכל הישר של האדם הישר, זה שרגיל לראות, מאז רגע לידתו, קשר בין בין מאמץ לתפוקה, בין תרומה לתמורה, אבל כנראה שככה זה.