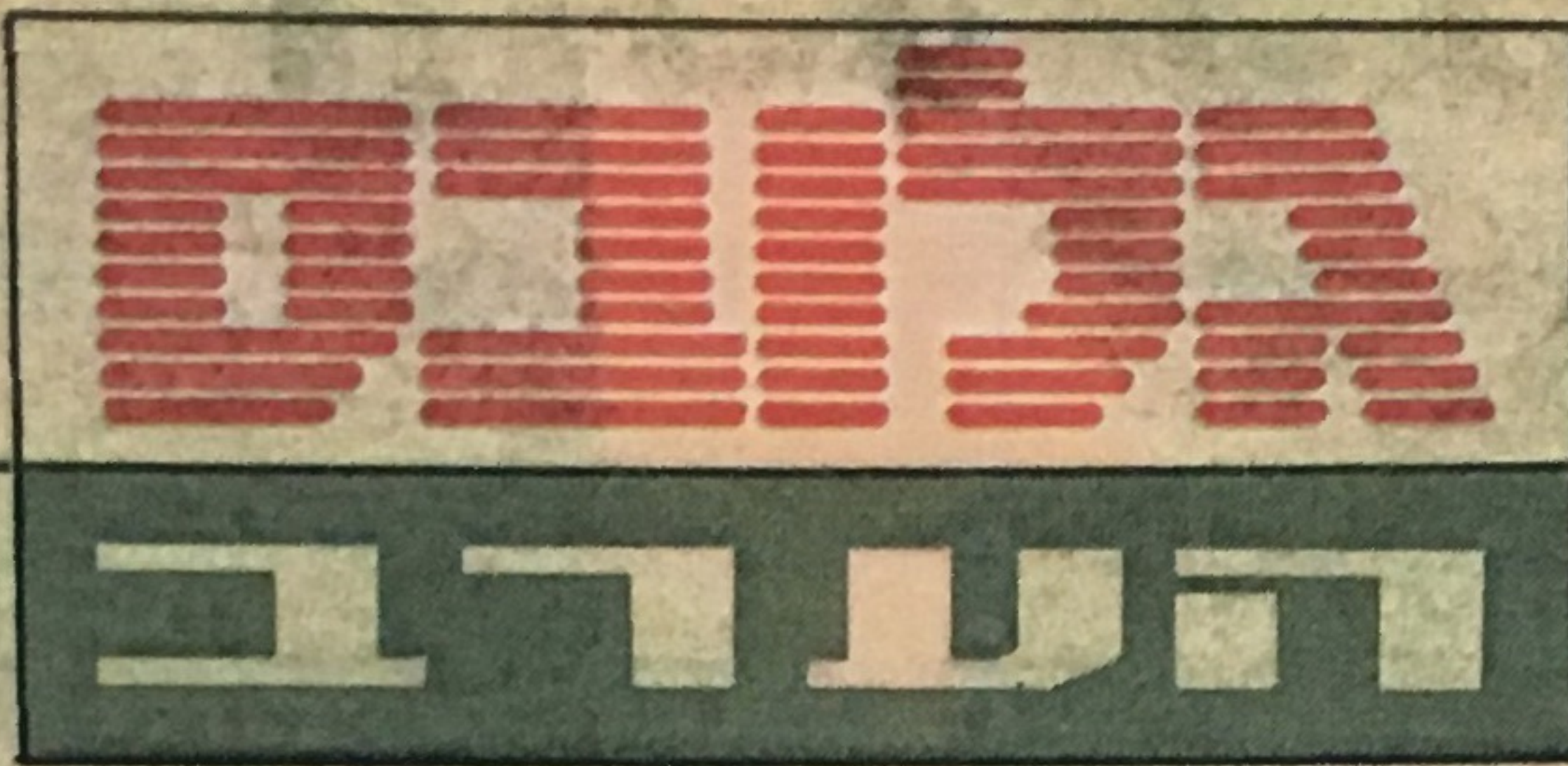


מנהל רכש/קניין

אתה לא יכול בלי קטלוג ומחירון
מוצרי אריזה לשנת 1993
קבלה בדואר ללא תשלום
התקשר לזי.סי.פאק
פקס: 052-580439

בעלי קשרים במזרח אירופה

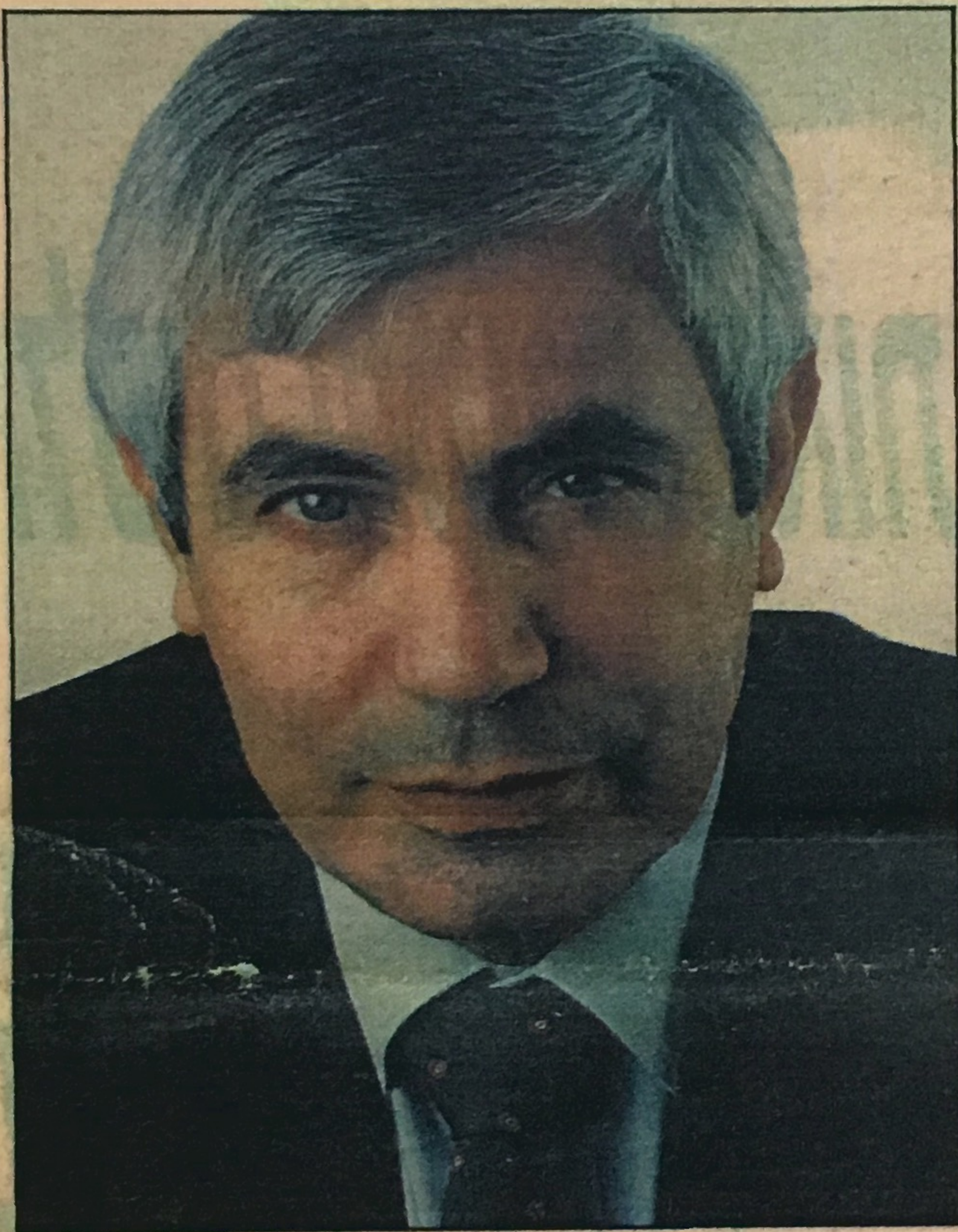
מעוניינים במשקיע רציני
לפיתוח עסק
בתחום המזון
טל' + פקס: 052-431803



יוסי רוזן עובר מאחורי הקלעים

מחר עוזב יוסי רוזן את הקראופ, ועובר לכהן כמנכ"ל "משאב", בעלת "נשר". כרגיל, לא יותר מ-5 שנים במקום אחד

ושפויים - זה בריא. לדברי רוזן, החלה התחרות המסורפת במיתון של '89, עם תחילת העלייה. החלו לצוץ מיני רשתות, שגררו גם את רשתות השיווק הגדולות, שלא רצו לאבד נתח שוק. במקום לנסות ולהתמודד באמצעות איכות גבוהה יותר, נגררנו אחרי הזול על חשבון האיכות. אומר רוזן. "היינו עדים למבצעי התאבדות. במקום שהציבור ייגרר אחרינו, נגררנו אחרי הזולים יותר והטובים פחות. זו היתה טעות גדולה. "בשנות ה-90 המחר הפך להיות הדר מיננטי. אני חושב, שכטוח הארוך נושא זה יפגע ברשתות. לדעתי, צריך להיות ביכול של רשתות השיווק. אי אפשר לתת גם שירות, גם איכות וגם מחיר זול. אי אפשר להחזיק את שני הדגלים. "אני חושב שרשת השקם לא הצליחה לצאת להנפקה, בגלל המאזנים שלה ובגלל המבצעים שלה. המצב הזה לא יכול להימשך. להערכתך, תתחיל בקרוב צמיחה, הרשתות יעשו חשבון נפש ותהיה התפכחות. בסופו של דבר, ייווצר הכי דול: רשתות מתד וחנויות זולות מאידך. הלקוח יחליט מה חשוב לו יותר."



יוסי רוזן, 53. מעברת עולים, אגרקסקו, ארקיע, קראופ, משאב

רוזן מעריך, שחלקן של רשתות השי- ווק במכירות הקמעונאיות ילך ויגדל, ולו בגלל התוספת הצפורה של כ-25 סניפים חדשים בשנים '93-'94. להערכתך, בש- נים 1995-2000 צפוי גידול בחלקן עד לכ- 40% מהשוק הקמעונאי. הוא מציע להיזהר מאנשים שבאים עם סיסמאות וניסיונות אמריקניים. "אנחנו בסך הכל 5 מיליון איש, 3.5 מיליון לקוחות פוטנצי- אליים. גם רמת ההכנסה שלנו אינה רמת ההכנסה של ארה"ב. חסרים לנו עוד 20 מיליון תושבים לכל התוכניות, הזימים וההשקעות בתחום המזון והקניונים." בין לבין, שימש יוסי רוזן כיו"ר איגוד רשתות השיווק. היה חבר הוועד המנהל של איגוד לישכות המסחר, נבחר לאחרי- נה למועצת המנהלים של קופת חולים, וגם לתפקיד יו"ר דירקטוריון הריבוע הכ- חול. היה חבר באיגוד המפרסמים, ולפני כשבוע התמנה ליו"ר חברת "סונול". כמו כן סיע לבייגה שוחט, כמרכז הוועדה שהכינה את המצע הכלכלי של מפלגת העבודה בבחירות. על תפקידו החדש כמנכ"ל חברת "מש- אב יזום ופיתוח" מטריב רוזן להרחיב את הדיבור. הוא רואה בו תפקיד מעניין, ומצפה לאתגר. מה תהיה התחושה לכהן כמנכ"ל בחברה השומרת על פרופיל נמר ך? לרוזן זה לא מפריע: "אין לי שאיפות פוליטיות. התפקיד שלי בקראופ חייב חשיפה. עכשיו אוכל להתמסר ללא הפר- עות לתפקיד החדש."

הלכתי למשאב אני אוהב אתגרים. לא מעט מנהלים היו מוכנים להתחלף איתי. מספר התפקידים בסדר גודל כזה בארץ מצומצם ביותר. זו הזדמנות בשבילי." "גלובס": לא נשארת זמן רב בתפקיד יו"ר הקורמים. האם זו שיטה אצלך? רוזן: "לא. אני פשוט מתקדם. לדעתי, צריכה להיות קדנציה למנהלים. לא בריא, לא להם ולא לאחרים, אם הם נשארים בתפקיד יותר מ-5-6 שנים. יש מקום לרוטציה. עבודה ברשת שיווק היא עבר דה יומיומית בתחרות. צריך להחליף."

תגדיל את היקף המכירות, תחסוך בכוחות ניהוליים ותפיק תועלת, שכן ממילא רש- מה הרשת את המשביר במאזניה. זו רשת הזקוקה להשקעה, ולדעתי, תוך שנה תר- או משביר לצרכן אחר." "גלובס": בתודעה מתקשרת קראופ לכור, אולי בגלל שבני נאון היה מנכ"ל קראופ. גם דוד ויינשל, מנכ"ל כלל, היה נשיא רשת שופרסל. האם אתה חר- שב, שניהול רשת שיווק משמש מכינה מוצלחת לתפקידים בכירים כמשק? רוזן: "כל מנכ"לות, ובמיוחד זו של רשת שיווק גדולה, היא הכשרה טובה לתפקידים בכירים יותר. ההיקפים העצר- מים של הפעילות ברשת שיווק הם בהח- לט הכשרה מוצלחת לכך." "גלובס": ההכשרה שלך הובילה אר- תך למשאב. מדוע דווקא משאב? רוזן: "אני הולך לחברת השקעות, שתחומי פעילותה שונים לחלוטין. למה

ייע לחברה שנקלעה למשבר. כסמנכ"ל לכספים, ביקשו ממנו הצעות ודרכי טיפול במשבר. כעבור חודשים מספר התבקש להיות מנכ"ל ולבצע הלכה למעשה את התהליך הקשה של ההבראה, אותו הציע. לאחר שחזרה ארקיע לבעלי מניותיה והובראה, הגיעה לרוזן פנייה מבני נאון, להחליף אותו בתפקיד מנכ"ל קראופ. עד היום משמש יוסי רוזן חבר בהנהלת אר- קיע, והוא רואה את פעילותו בחברה כא- חת מגולות הכותרת בחייו העיסוקיים.

בני נאון ויוסי רוזן התוודעו זה לזה מתברותם המשותפת באיגוד המפרסמים. נאון היה יו"ר האיגוד, ורוזן חבר הנה- לה. נאון הזמין לתפקיד, אותו רואה רוזן היום כאחד החשובים והמסובכים במשק הישראלי. ניהול רשת שיווק, הוא אומר, גורם להכרת השוק הישראלי וסביבתו. נכונות לראות את הצרכן והשוק כגורמים מכתיבים, ולא כגורמים מסתגלים, הינה היסוד להצלחה בתפקיד כזה. "מנהל רשת שיווק צריך להיות מוכן לתיכנון ארוך טווח, כמו הקמת סניף, ובמקביל צריך לה- גיב על כל מצב חדש תוך זמן קצר. לא להיתקע לשבולנות." משך 4 שנות כהונתו כמנכ"ל קראופ הריבוע הכחול ביסס רוזן והעמיק את המבנה הפיננסי והעיסוקי של הרשת, רכש נכסים חדשים והקים את המרכז הלוגיס-

זהבה דברת

מתאים ליוסי רוזן, צנוע, מתרחק מה- תקשורת, לעבור מקראופ, חברה חשופה תקשורתית, רגישה ונתונה לביקורת צי- בורית יומיומית, לחברה שאינה מוכרת, אחת החשובות במשק, הנמצאת מאחורי הקלעים. בעוד יומיים, 31 בדצמבר, פורש רוזן מתפקידו כמנכ"ל קראופ הריבוע הכחול, ועובר למלא את תפקיד המנכ"ל בחברת "משאב יזום ופיתוח", בעלת "נשר". מקסימום מרחק פעולה, מינימום של חשיפה. רוזן עשה את דרך התחתית, שיכולה להצטייר כקלאסית במציאות העיסוקית הי- שראלית. מגידול ירקות במשק המשפח- תי, דרך תפקיד כלכלן ותקציבן במשרד החקלאות, אגרקסקו והמועצה לשיווק פרי הדר, ועד לתפקיד מנכ"ל ארקיע ומ- נכ"ל רשת קראופ הריבוע הכחול. רוזן רואה בדרך זו מסלול עלייה הדרגתי טבעי בהיררכיה הניהולית. יוסי רוזן, יליד '39 (ג' 3), עלה ב-'48 מעיראק היישר למעברת פרדיסה. משם עבר עם משפחתו למושב עין שריד, עור בטיפוח משק עזר חקלאי. למד בחיכון החקלאי בנהלל. את לימודי הכלכלה באר- ניברסיטה מימן באמצעות גידול ירקות. במשרד החקלאות שימש ככלכלן עוזר כפרוייקט מפעל נחל שיקמה, ובי-1966 מר-

"בטווח הארוך, תחרות המחירים תפגע ברשתות. אני חושב שהשקם לא הצליחה לצאת בהנפקה, בגלל המאזנים שלה ובגלל המבצעים שלה"

נה לקצין תקציבים במשרד. ב-'68-'72 היה מנהל המחלקה לתיכנון ותיקצוב. מנכ"ל משרד החקלאות דאן, אברהם ברום, היה גם יו"ר אגרקסקו, והחליט לג- ייס את רוזן לתפקיד מנהל סניף החברה באנגליה. החלק הארי של היצוא החקלאי של ישראל שוק במדינה זו. רוזן יצר מצב, בו כתחליף למכירה בשווקים סיטור- נאיים, הנתונים לתנודות עצומות, החלה פעילות שיווקית מול הסופרמרקטים. בשנים '80-'83 כיהן רוזן כסמנכ"ל לענייני שיווק של אגרקסקו. הוא עזב על רקע חילוקי דעות עם המנכ"ל דאן, ישר- אל ארקין. לאחר מכן פוטר ארקין. לו היה רוזן מחזיק מעמד, היה אולי מתמנה לתפ- קיד מנכ"ל אגרקסקו. לאחר פרויקט קצר עבור המועצה לשיווק פרי הדר, הוזמן יוסי רוזן לכהן כמנכ"ל חברת התעופה ארקיע. שלמה יוי, אז מנהל זמני של ארקיע, קרא לו לס-