

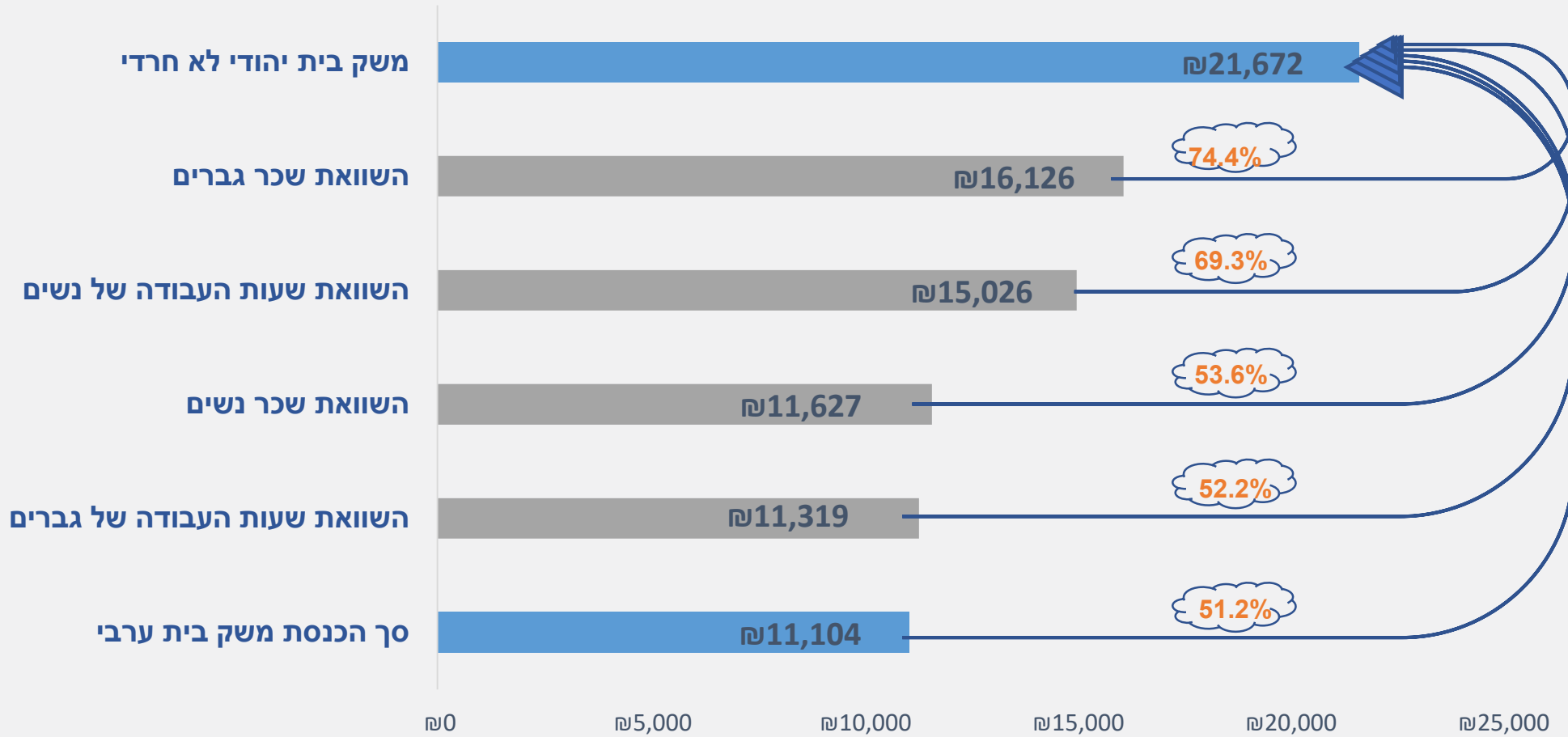
כיצד ניתן ליצור עתיד טוב יותר עבור הדור הבא?



A group of four diverse students are sitting around a table in a library, engaged in a collaborative study session. They are looking at a laptop and some papers. The background is filled with bookshelves. The image has a semi-transparent orange overlay on the left side and a blue banner at the bottom.

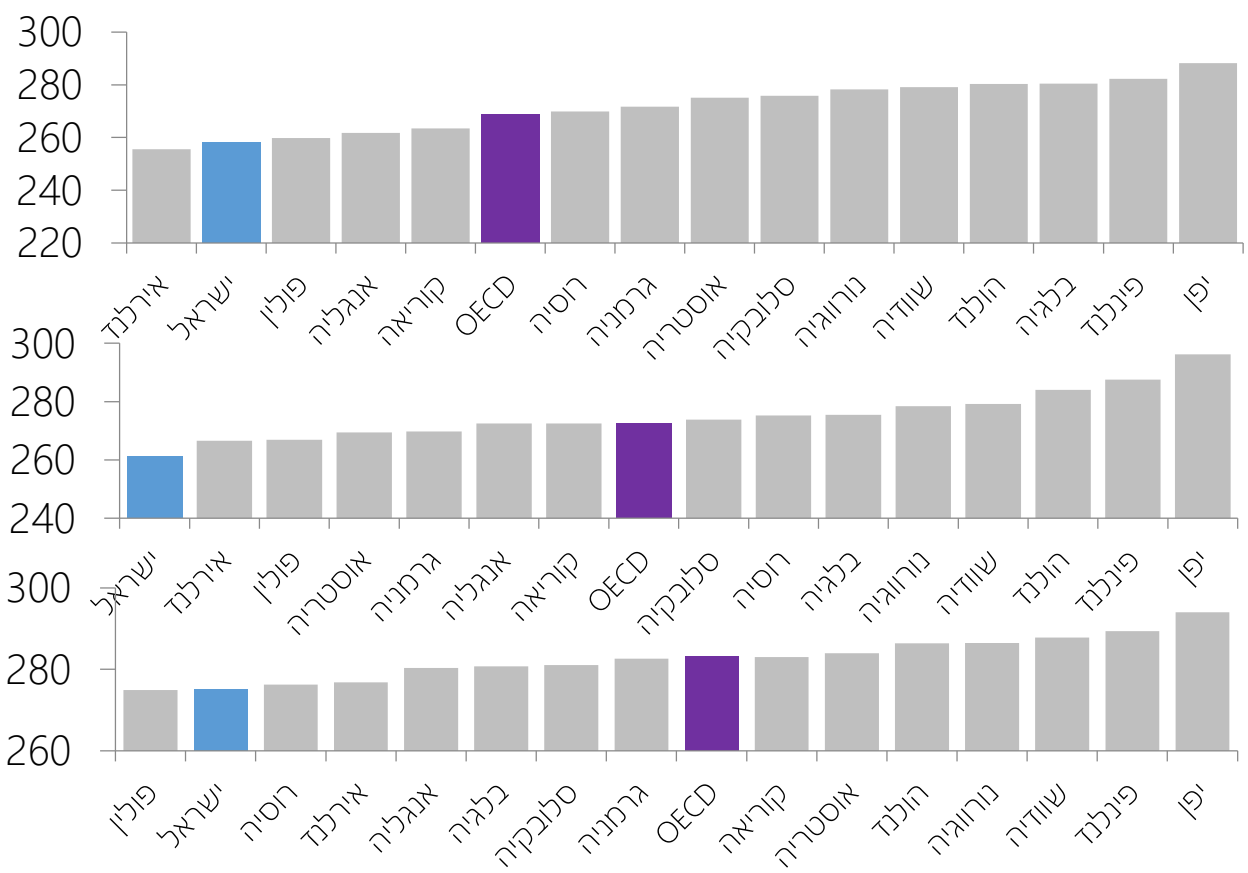
המצב כיום

פערים עצומים בתעסוקה והשתכרות משקי בית ערבים לעומת משקי בית יהודים



מקור:
 עיבודים של אגף הכלכלן
 הראשי לנתוני סקר הוצאות 2016
 פיחוק הפערים בהכנסה הכלכלית של משקי הבית
 כשראש משק הבית בגילאים 30-54





מיומנויות כמותיות

מיומנויות קריאה וכתיבה

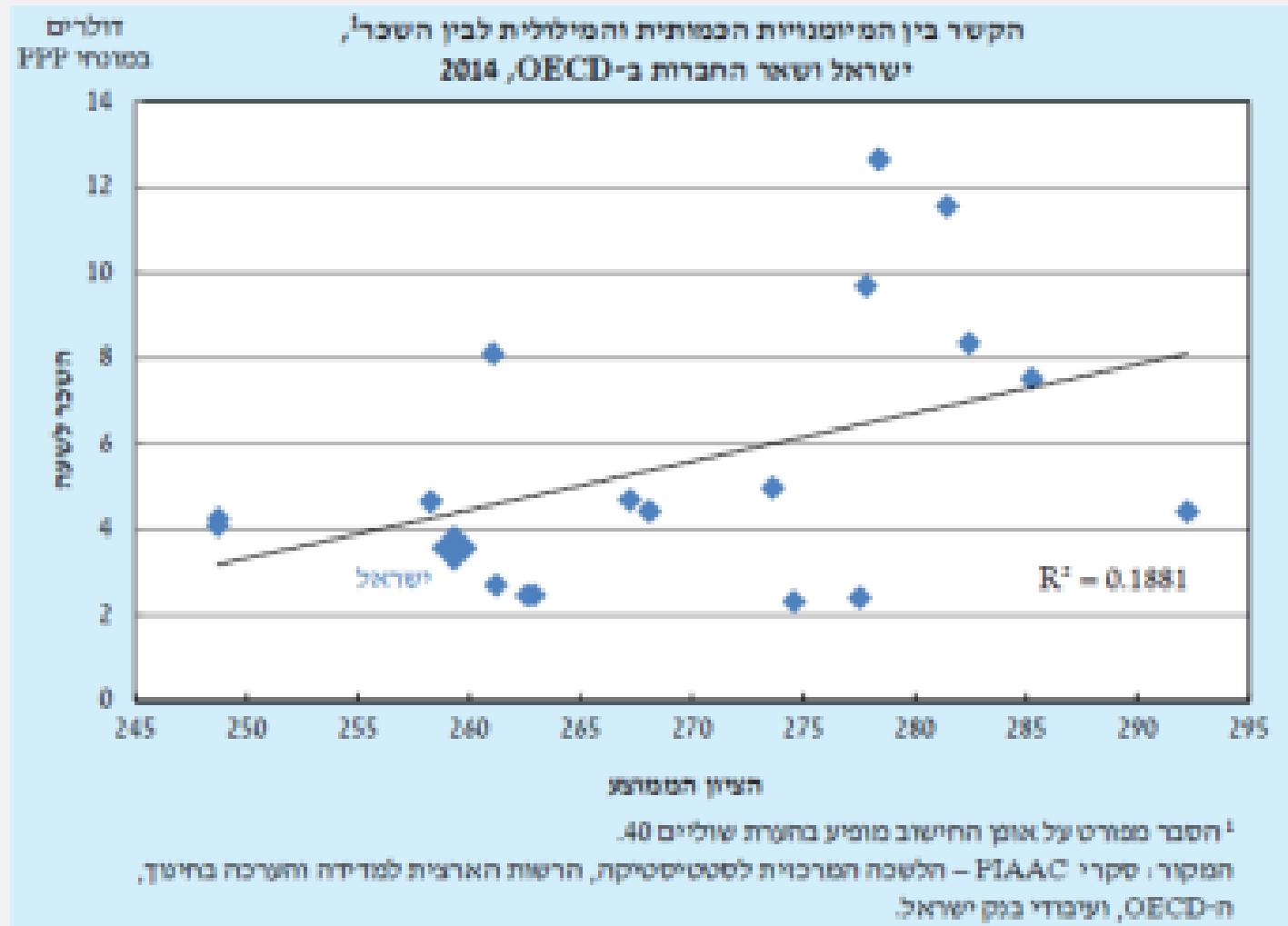
מיומנויות פתרון בעיות בסביבה דיגיטלית

הישגיהם של בני 15-65 בארץ ובמדינות ה-OECD

בסקר המיומנויות הבינלאומי PIAAC

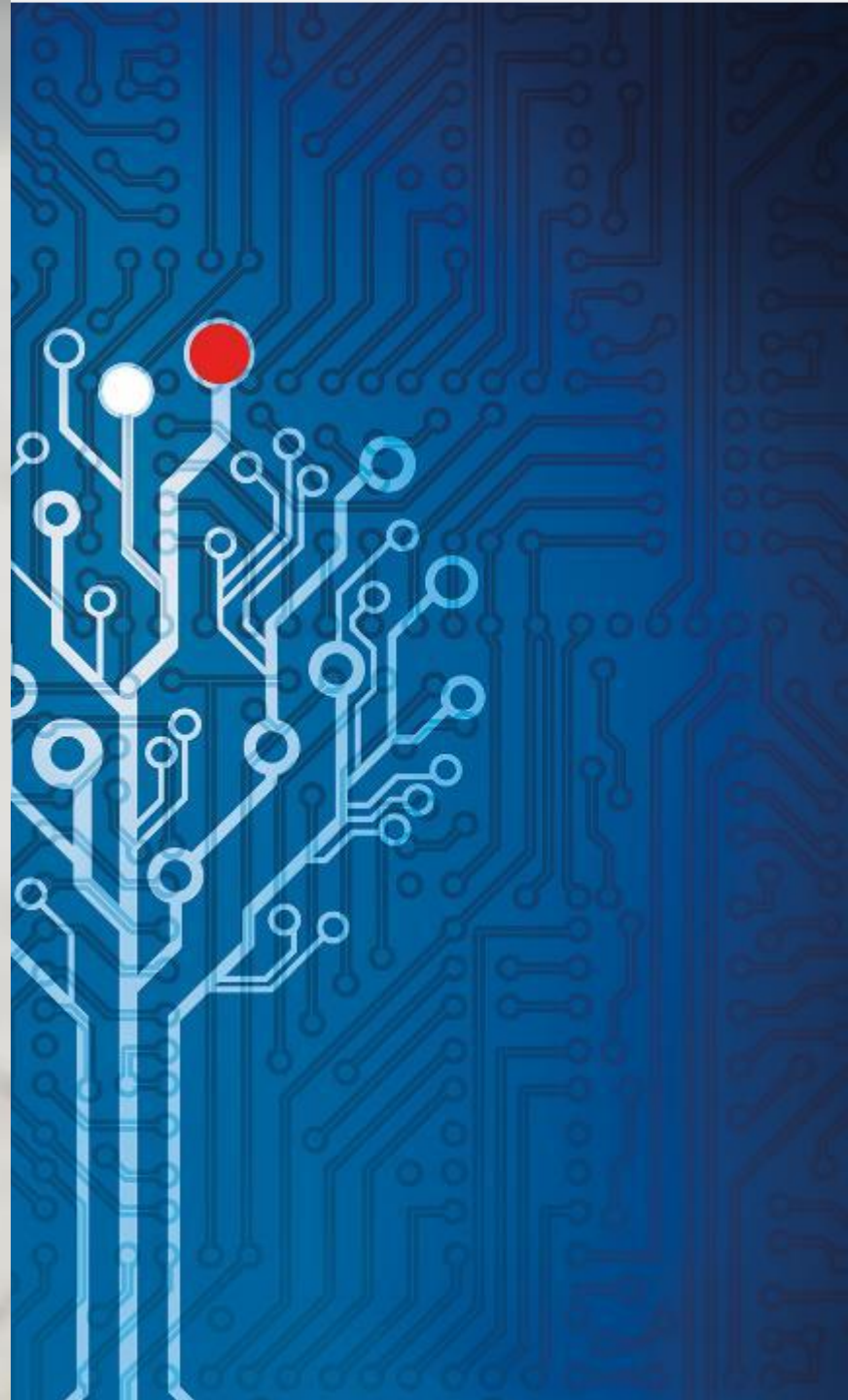


יחס ישיר בין מיומנויות לבין רמת שכר





עולם העבודה המשתנה



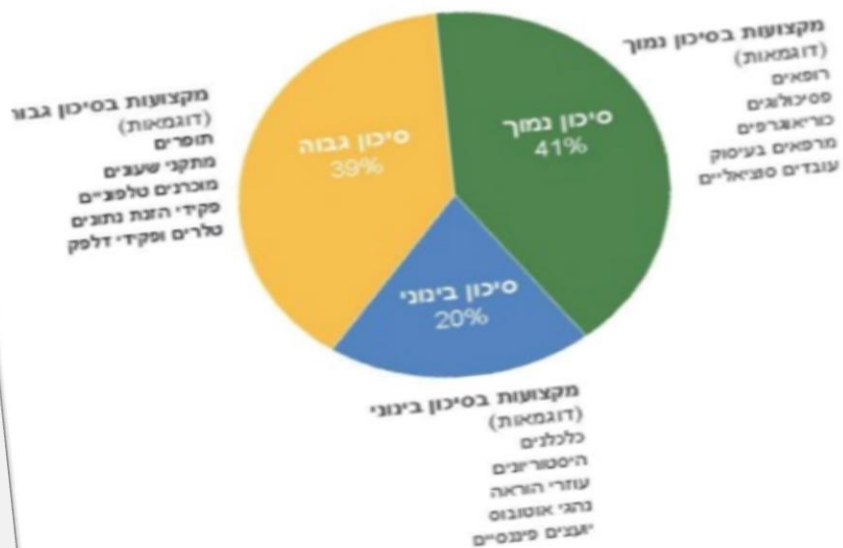
פער בין הון אנושי, ומענים קיימים לבין צרכי עולם העבודה העתידי ואולי העכשווי



עולם העבודה העכשווי

כמיליון ישראלים עובדים במקצועות המצויים בסיכון גבוה למחשוב בשני העשורים הקרובים

התפלגות שעות העבודה לפי רמת סיכון למחשוב*
גילאי 25-64, 2011



עם זאת, אחוז העובדים בסיכון גבוה בישראל קטן במעט משיעורם במדינות מפותחות אחרות. בארצות הברית למשל אחוז העובדים בסיכון גבוה הוא 47%, ובגרמניה – 49%. עובדה זו מעידה כי מדובר בתהליך גלובלי וטבעי, שצפוי להתרחש בכלל המדינות המאמצות טכנולוגיות חדשות.

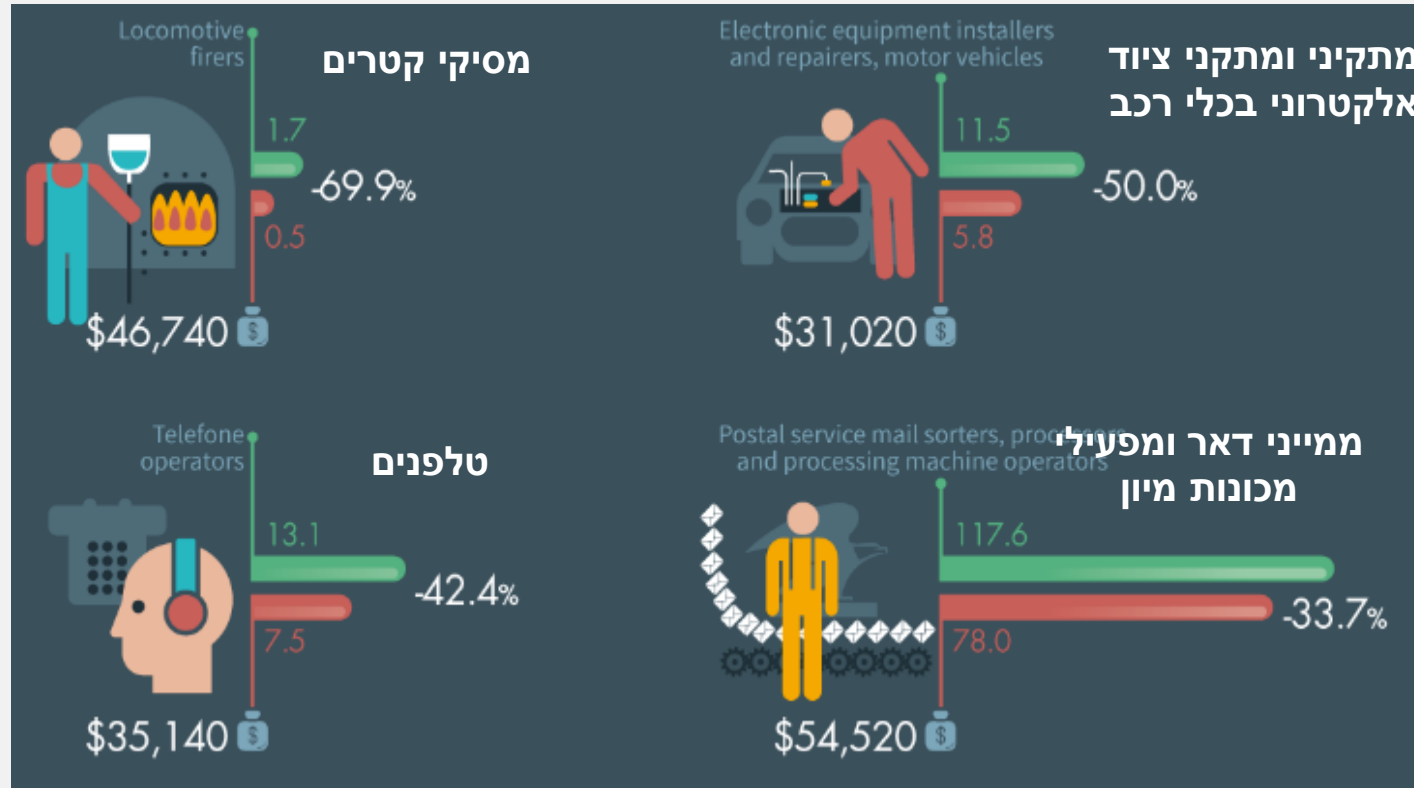
המאפיין המשותף למקצועות בסיכון גבוה למחשוב הוא פעולות קבועות וחוזרות, בעוד המאפיינים של מקצועות בסיכון נמוך הם יצירתיות הצורך במגע אישי. המגמות הללו צריכות להילקח בחשבון כאשר קובעים את כיווני ההכשרה המקצועית של דור העתיד.


שוק העבודה משתנה לנגד עינינו. בקרב מועסקים בגילי 25-64 בשנת 2011, 39% משעות העבודה הן במקצועות המתאפיינים ברמת סיכון גבוהה למחשוב (קרי, בסכנת היעלמות מהמשק בצורתם הנוכחית) תוך שני עשורים, 20% נמצאים ברמת סיכון בינונית, ו-41% ברמת סיכון נמוכה. פירוש הנתונים הוא שכמיליון מועסקים בגילים אלו עלולים להיות מוחלפים באמצעים טכנולוגיים.

* דירוג רמת הסיכון מתבסס על (Frey and Osborne (2013, Oxford University publication).
** מוסלמים, נוצרים, דרוזים ואחרים. מקור: שביט מדהלה-ברק, דוח מצב המדינה 2015 ותחנים: סכר סח אדם של הלמ"ס



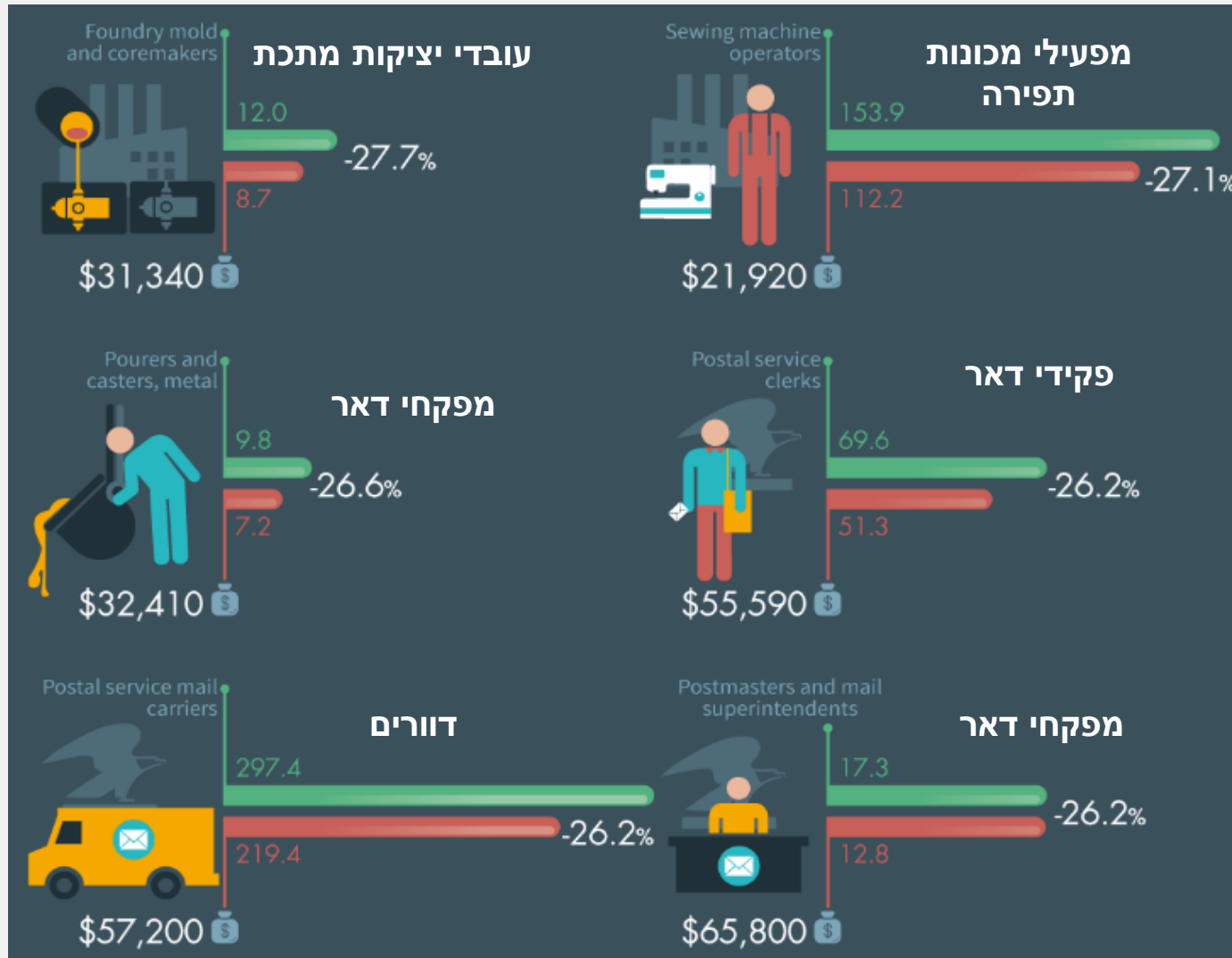
העיסוקים בביקוש פוחת - 2014 והצפי ל- 2024 (באלפים)



● 2014
 ● 2024
  שכר חציוני שנתי 2014



העיסוקים בביקוש פוחת - 2014 והצפי ל- 2024 (באלפים)

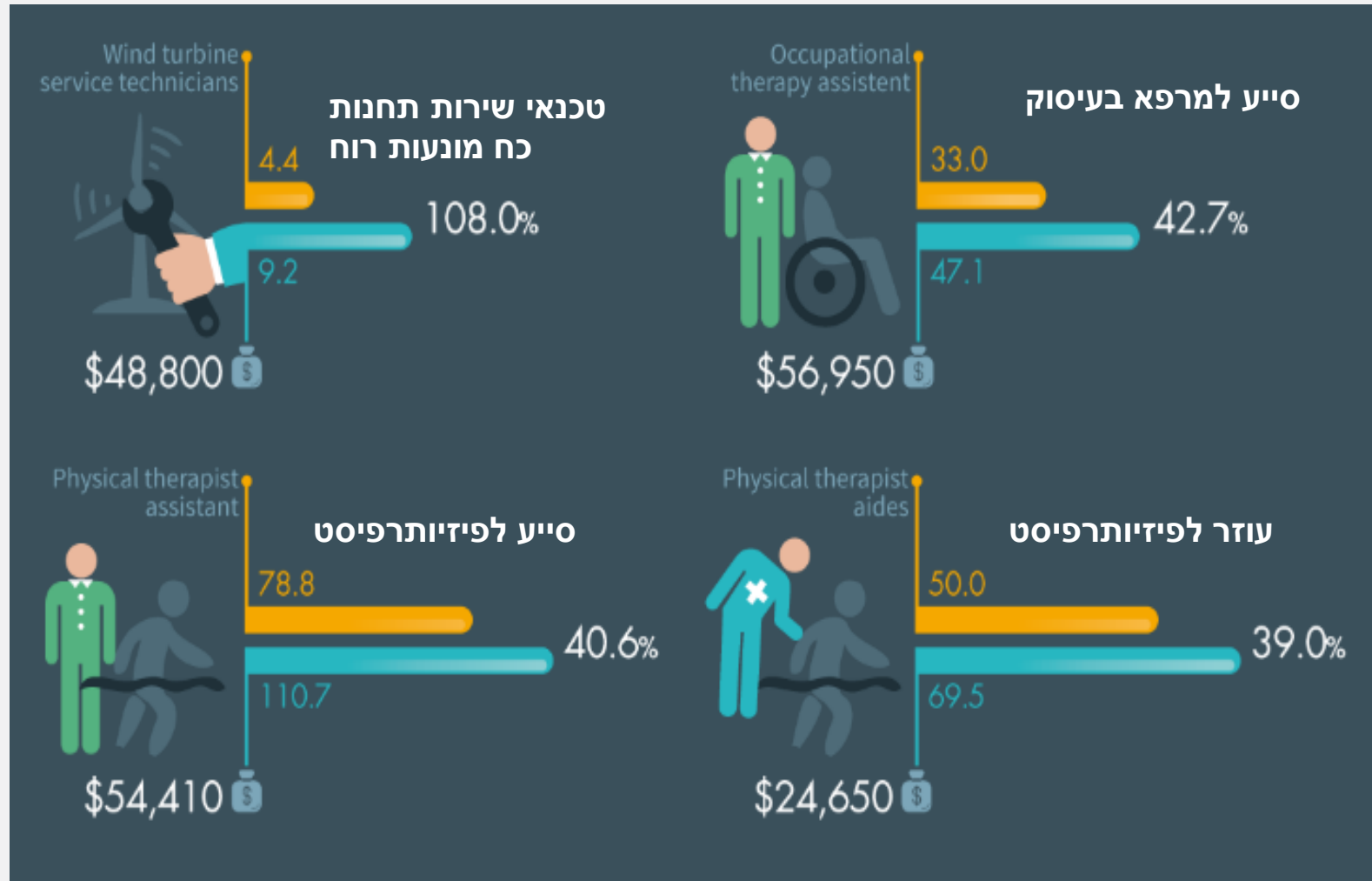


שכר חציוני שנתי 2014

2014 2024



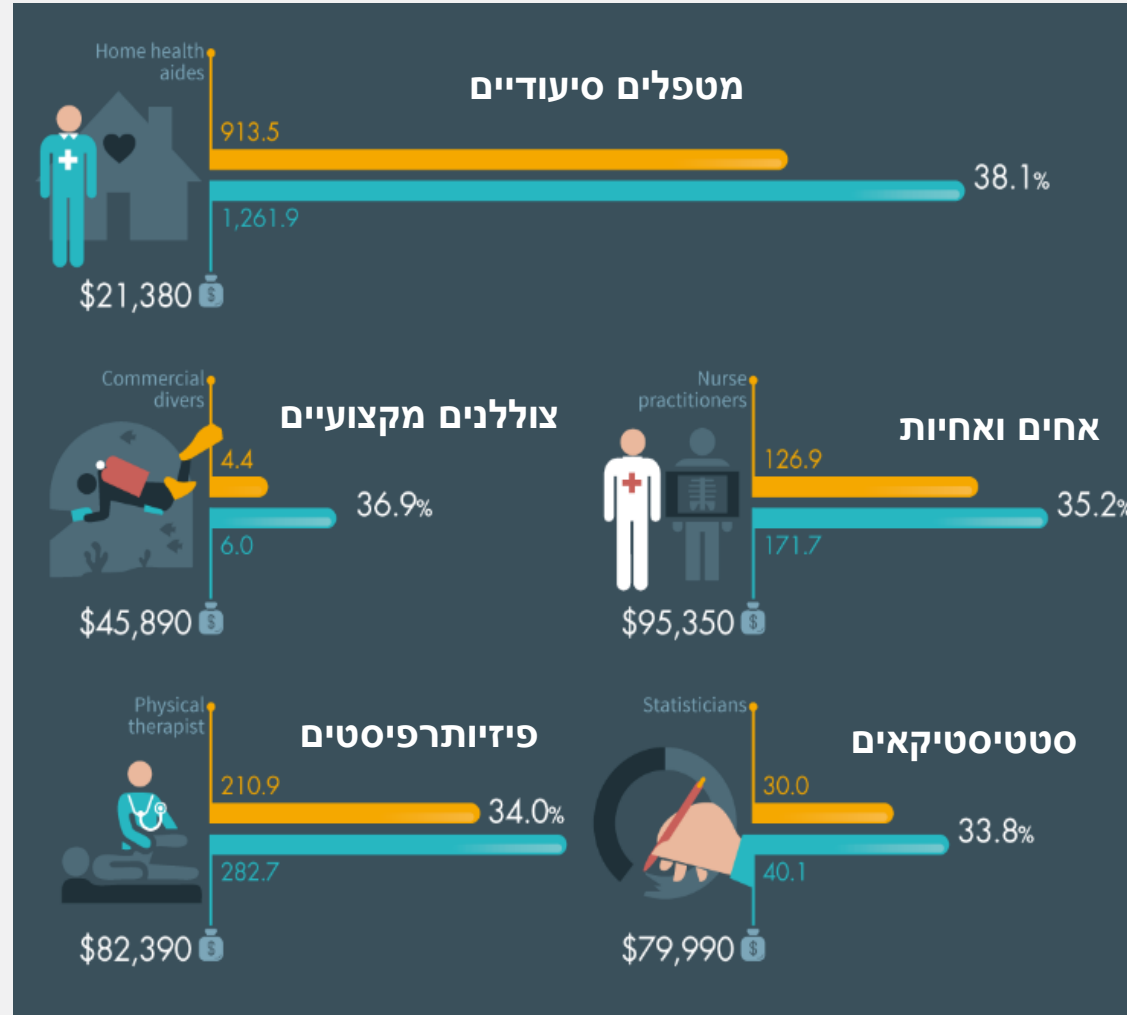
העיסוקים בביקוש עולה - 2014 והצפי ל-2024 (באלפים)



שכר חציוני שנתי 2014
 2014 2024

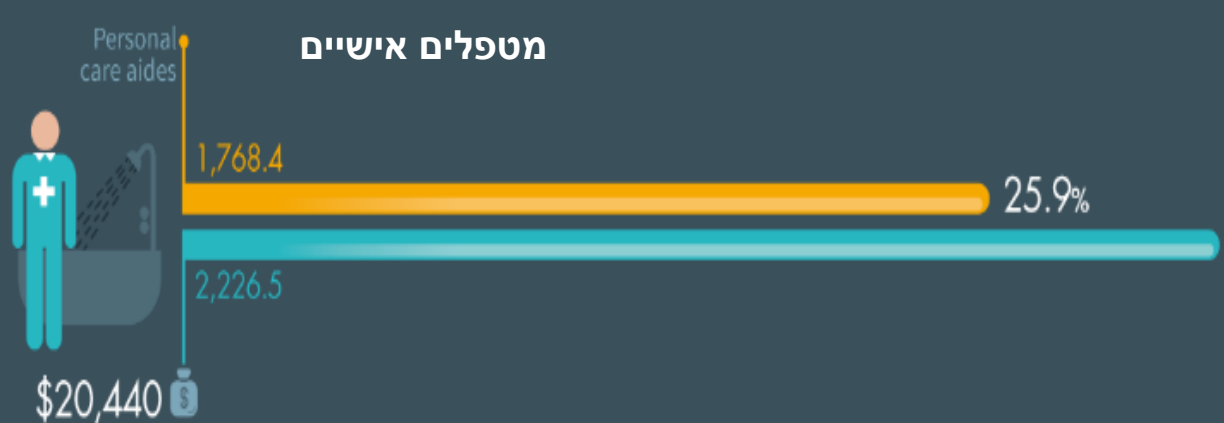
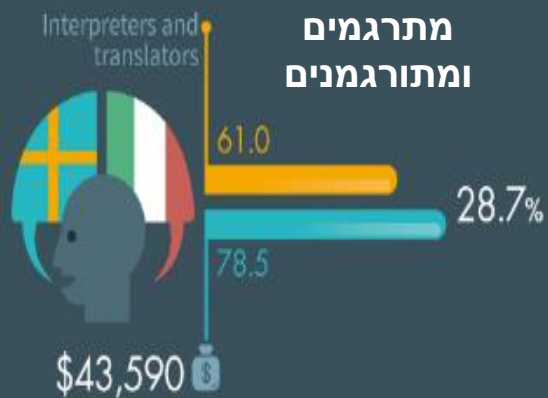
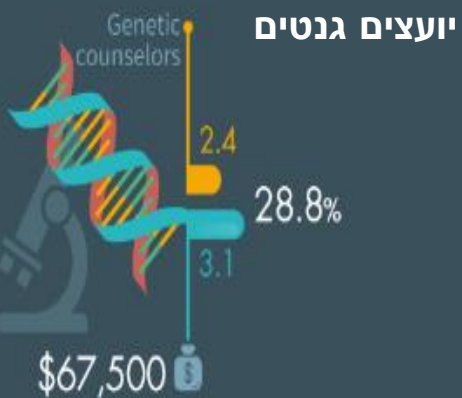
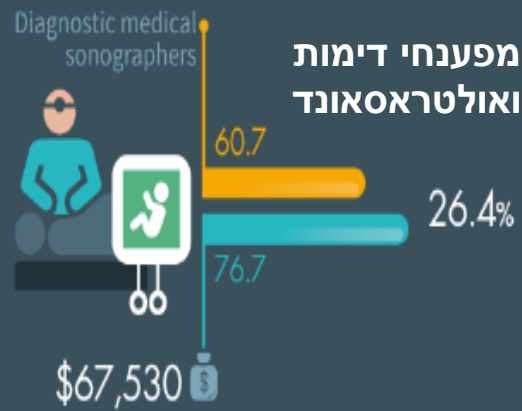
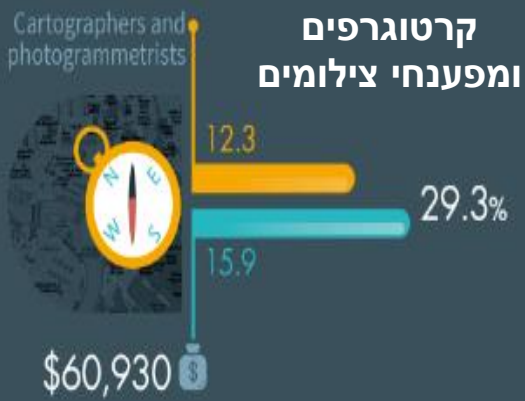
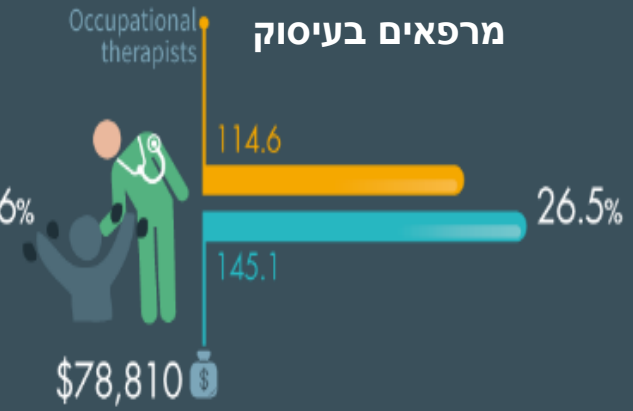
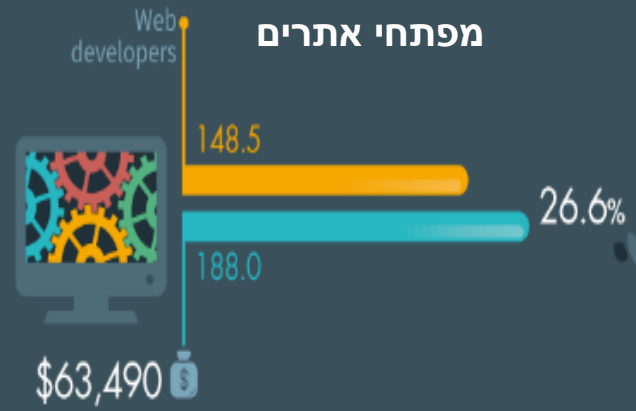
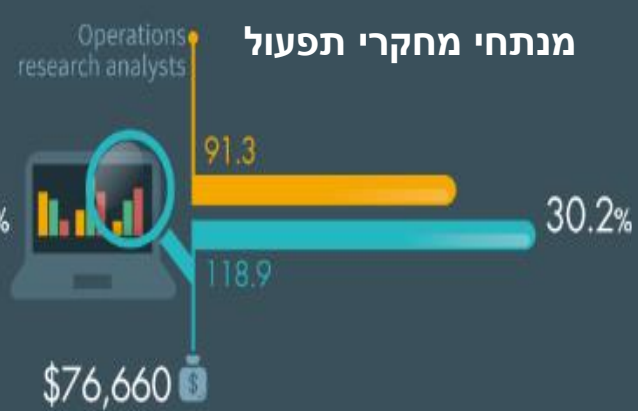
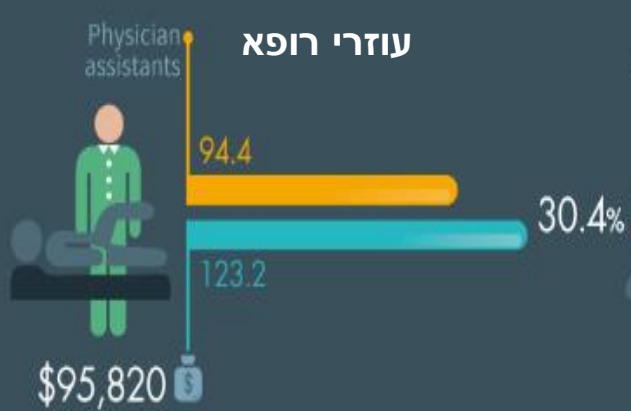


העיסוקים בביקוש עולה - 2014 והצפי ל-2024 (באלפים)



שכר חציוני שנתי 2014
 2014 2024





Product Manager

This role has emerged for two reasons. First, digital products enable, and require, more regular changes and tweaking than any we had prior to mobile gadgets and websites. Constant testing and iteration is key to getting the best digital product, and a product manager focused on that process is the necessary.

Community Manager

The use of the word "community" in the contact of a brand is to invite apathy or engagement. However, this isn't just a person who moderates comments or manages a Facebook page - although that is important activity given the minefield they represent. It's about shaping the way people interact with your content, and encouraging your audience to keep coming back, stay longer and do more.

Head of Digital Strategy

There are no shortages of strategy chiefs in this business... but it's especially valuable to have a plan when it comes to digital, simply because so many publishers are still in the midst of a once-in-a-lifetime transition.

Digital Ad Manager

This may seem simple, but as Vance Publishing digital ad manager Diana Fitzgerald commented on our original post: "(You) can't do much without the Digital Ad Manager, the one who posts and traffics all the advertising on your

with some humor by one of our readers, but it's important for media brands to have a two-way dialogue with their audience.

Chief revenue officer

Sales are the meat-and-drink of a publisher's commercial operations, but how to maximize those sales and profits from them over the long-term needs a strategic view, which is what a chief revenue officer is all about. The title is more popular in the US, where both Daily Mail and General Trust and The Guardian have installed CROs to drive expansion

Ecommerce Manager

This one won't be for everyone, but given the opportunity ecommerce represents for publishers it's one worth considering.

Head of Partnerships

This can mean a number of things but often describes someone who develops new ways of working with advertisers. Many campaigns are now more sophisticated than a simple buyer-seller transaction and that means far more dialogue between a publisher and the client.

prices. It's a commodity that can be sold on too, but it can also be used to create new packages (as IDG UK has done) to offer advertisers.

Head of Analytics

Every online publisher should be aware of how their content is performing. Even if business goals aren't directly related to page views or unique users keeping track of activity on your site is the only way to link what and how you are publishing to those goals. The Financial Times for instance is a global leader in this area and has a head of data analytics.

Head of user experience

An increasingly vital role as with any media business it's how the consumer of that media reacts that's important. This is a role that covers design, optimization and has a heavy technology focus. In the end though, it's about forcing everyone to remember where the product you are producing ends up. One of the more challenging UX roles is currently up for grabs at News International

Chief content officer

This isn't about overseeing every piece working out how to run your business TO Adrian Barrick is finding out, it's an especially important role when your revenues come from activity indirectly linked to content - such as events.

Head of premium information

Hat-tip to LoveMediaSales for this one, who are recruiting for this very specific role that nevertheless sums up a big challenge for B2Bs. This person is tasked with overseeing a shift from subs/ad model to one based on offering information services.

דוגמאות לתפקידים שנולדו בחמש השנים האחרונות



דרישות המשרות החמות בשוק העבודה

תעשייה

מפעילי מכונות CNC
מחסנאי ממוחשב

- עברית ברמה בסיסית .
- ידע בסיסי במחשבים
- אנגלית טכנית .
- הסתגלות לשינויים ארגונים.
- הכשרה מקצועית תואמת את תחום המשרה.

טכנולוג איכות מזון מנהל מותג

- תואר אקדמי רלוונטי – ביזכימיה
- התמודדות במצבים עמומים.
- אינטלגנציה רגשית.
- יתרון לבעלי ניסיון בתחום המשרה .
- לימודי קורסים והכשרות רלוונטיות לתחום (השתלמיות)



HELPDESK, PPC

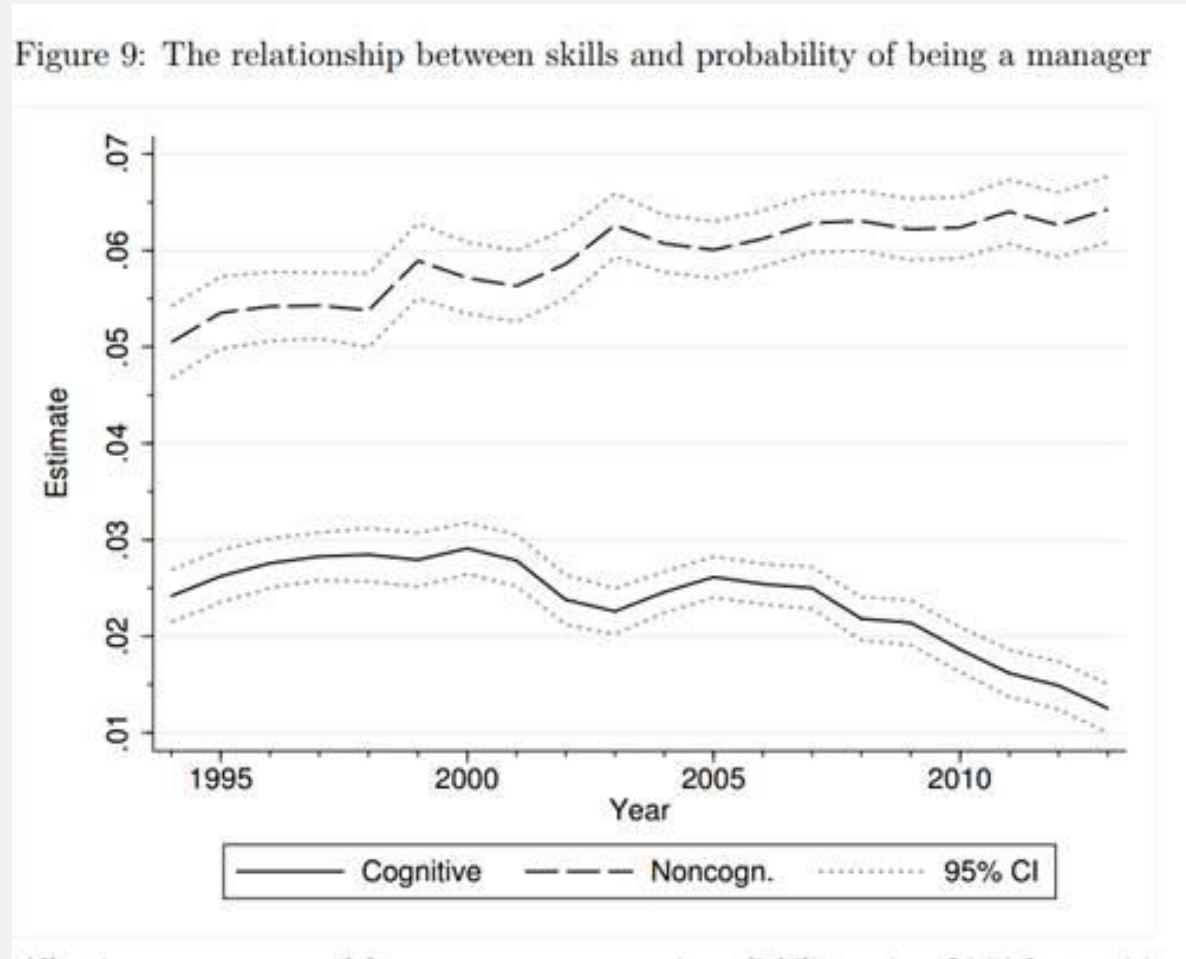
- 12 שנות לימוד
- האנגלית ברמה טובה.
- שירותיות ברמה גבוהה.
- גמישות מחשבית.
- אוריינטציה דיגיטלית.



חשיבות המיומנויות הרכות



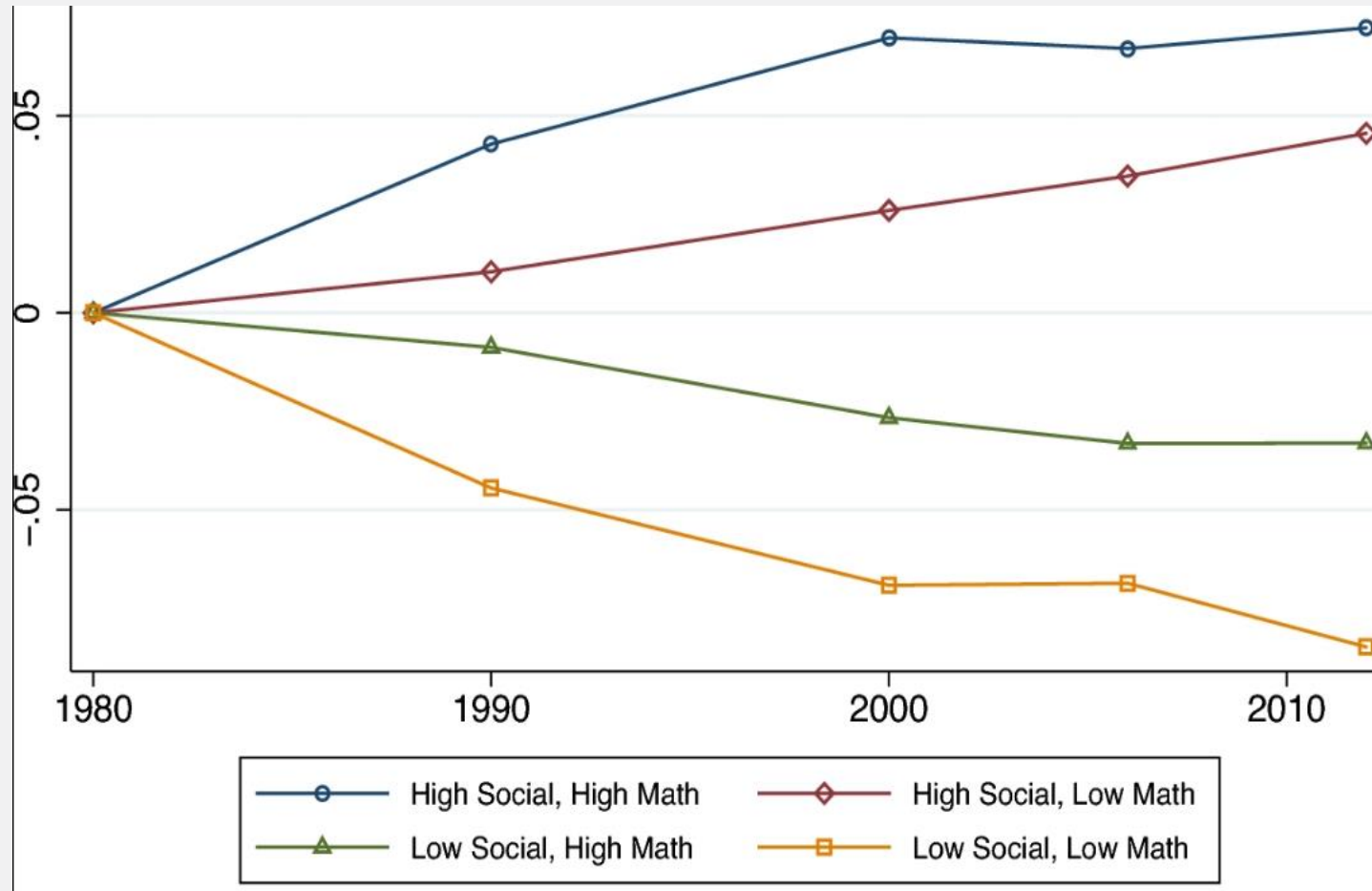
השפעת כישורים רכים על שכר וקידום לתפקידי ניהול



מקור: "The Rising Return to Non-Cognitive Skill", Per-Anders Edin, Peter Fredriksson, Martin Nybom, Björn Öckert, IZA Institute of Labor Economics



גידול בהיקף ובשכר תעסוקה הדורשת כישורים רכים



שינויים בהתפלגות היקף ענפי התעסוקה בארה"ב לפי דרישה לכישורים, 2012-1980



נקודת הפתיחה של בני הנוער בחברה הערבית



- ✓ 62% מכלל הערבים – מועסקים במשלחי יד ובענפים המאפיינים במיומנות בסיסיות
- ✓ 35% אחוז הנשים הערביות המועסקות
- ✓ מחסור בידע לגבי הרלוונטיות והחשיבות של מיומנות ושיפור כישורים, בדגש על כישורים לעולם העבודה
- ✓ השתתפות בפעילות חינוכית של בני נוער בחינוך הערבי 16% (לעומת 37% בחינוך היהודי)



מטרות התוכנית

חיזוק ושיפור ההון האנושי של בני הנוער באמצעות הקניית הכישורים הרלוונטיים לעולם העבודה העתידי.

פיתוח מיומנויות רכות בקרב בני נוער במטרה להגדיל את סיכוייהם להשתלב, להתקדם ולהוביל בשוק העבודה העתידי וליצור עבורם ועבור החברה הערבית כולה עתיד טוב יותר.



איך אפשר להכין את הנוער לשוק עבודה בעולם שלא מפסיק להשתנות?



לא מעט מיומנויות קריטיות לשוק העבודה

יכולת הפקת לקחים	גמישות מחשבתית
יכולת לימוד עצמי	אינטליגנציה רגשית גבוהה
הרחבת ארגז הכלים	יכולת להציע מגוון פתרונות לכל בעיה
התעדכנות	איתור מקורות
ניהול עצמי	התמודדות עם מצבים עמומים
הפקת לקחים	יכולת סינון מידע
זיהוי חלקו של הפרט בקידום	יכולת תיעדוף משימות
כתיבה וניסוח ברשתות	יכולת עבודה על כמה פרויקטים
נוכחות ברשת	משמעת עצמית
יכולת תגובה	יכולת ניהול עצמי
הסתגלות לשינויים טכנולוגיים	חשיבה מקורית
הסתגלות לשינויים ארגוניים	היכולת לסחוף אנשים אחריו
מיתוג אישי	יכולת עבודה עצמאית
יכולת מכירה	יכולת ביטוי עצמי גבוהה
יכולת פרזנטציה והצגה	יכולת לדבר מול קהל
מיומנות בעבודת צוות	יצירתיות



מודל PRO SKILLS I

מודל תיאורטי החושף את הכישורים הנדרשים בעולם העבודה המשתנה





קהלי היעד לתוכנית

מוסדות ומערכות | צוותים ואנשי מקצוע חינוך/ עמותות

יחידות הנוער ברשות המקומית/ ועוד ..

ברמת הפרט | בני נוער בגילאי 14-18 שנים

ברמת הפרט | הורים של בני הנוער





ברמת המערכת והמוסדות

- ימי למידה וחשיפה לתכנית להכנסת נושא המסוגלות התעסוקתית בקרב אנשי מקצוע
- מפגשי חשיפה לאנשי מקצוע ממשרד החינוך בשטח (מפקחים, מנהלי יחידות נוער וכו')
- ימי עיון לאנשי מקצוע (מתחומי החינוך הבלתי פורמאלי, מל"ג, אגפי חינוך עמותות וגופים עסקיים וכד')
- הטמעת רכיבי המסוגלות התעסוקתית בתוך תכניות/פעולות קיימות

ברמת המערכת

ריכוז והפצת ידע
אודות טיפוח מסוגלות
תעסוקתית

העלאת המודעות
לגבי עולם העבודה
ופיתוח קריירה

ברמת הפרט

היכרות עם עולם
העבודה העתידי

רכישת המיומנויות
הרלוונטיות
להשתלבות בשוק
העבודה העתידי

שיפור המיומנות
הדיגיטליות
והטכנולוגיות
בתחום הנלמד

מחקר מלווה

תוצאות מחקריות
למחקר שילווה
התוכנית



شكرًا .. تודה

