

1. המנהיג שבחתי הוא מרק צוקרברג – מנכ"ל ומייסד הרשת החברתית הגדולה בעולם פייסבוק. את סגנון ניהולו אנתח לפי תיאוריית המנהיגות הכריזמטית ותיאוריית המנהיגות העסקאית (מתגמלת). על אף הסברה כי תיאוריות אלו מנוגדות בתפיסתן, סגנונות ניהול מסוימים עשויים להכיל מרכיבים משתי התיאוריות הללו.

מרק צוקרברג נחשב אחד מהמיליארדרים הצעירים שקיימים בעולם. את פייסבוק, הוא פיתח מחדר המעונות בו התגורר בתקופה בה היה סטודנט עיר ניו יורק. מרק נולד בשנת 1984 בניו יורק. התעניינותו במחשבים החלה בגיל 12. כבר אז הוא השתמש במשחק המחשב שלו "אטארי" לפיתוח תוכנת מסרים, בה השתמשו במרפאת השיניים של אביו. כמו כן פיתח משחקי מחשב יחד עם חבריו. בגיל צעיר מאוד החל לקחת מרק קורסים אקדמיים בקולג'. בתיכון מרק פיתח תוכנת מוסיקה בשם "סינפס" אשר הפכה לגרסה המוקדמת של אפליקציית המוזיקה "פנדורה". כאשר החל את לימודיו בהרווארד נחשב צוקרברג למפתח תוכנות בעל מוניטין. מאוחר יותר, פנו אליו 3 מחבריו לפתח תוכנה של רשת חברתית שתקשר בין כלל הסטודנטים בהרווארד. תוכנה זו היוותה הבסיס ליצירתה של פייסבוק – הרשת החברתית שהפכה את מרק צוקרברג למנהיג, מפורסם, מתווה התנהגות המונים. בהמשך הגדיל צוקרברג את השפעתו ורכש אף את תוכנת המסרים "ווטסאפ" ואת "אינסטגרם". במהלך השנים התפרסם במגזינים כלכליים בעלי מוניטין רבים כדוגמה למנהלים/מנהיגים אשר מהווים מודל לחיקוי, ביניהם בין הנחשבים שבהם כגון פורבס (Forbes.com).

כפי שצוין קודם לכן התיאוריות על פיהן ינותח סגנון הניהול של מרק צוקרברג הן תיאוריית המנהיגות הכריזמטית ותיאוריית המנהיגות העסקאית (מתגמלת). לצורך ניתוח זה אתייחס לסגנון ניהולו של מרק צוקרברג בעיקר סביב הפרשייה המתקשרת עמה התמודד צוקרברג ופייסבוק. בפרשייה זו נציבות הסחר הפדרלית פתחה בחקירה בחשד לפגיעה בזכויות הפרט של אזרחי ארה"ב. בעקבות כך, זומן צוקרברג להעיד בפני ועדת הבחירות הפדרלית. אירוע זה גרר זעם גם באיחוד האירופאי ובבריטניה והחלו חקירות גם באירופה סביב נושא הפרת זכויות הפרט (bizportal.co.il). כנגזרת מכך קשה שלא להכליל בכך את הלקוחות (הצרכנים) כמונהגים. לכן בהיבטים מסוימים של הניתוח אתייחס גם לצרכנים של השירותים אותם צוקרברג פיתח וגם לעובדי פייסבוק כמונהגים.

תיאוריית המנהיגות הכריזמטית

תיאוריית המנהיגות הכריזמטית מכילה 2 גישות: כריזמה על פי תיאוריית ייחוס וכריזמה המבוססת על תפיסת העצמי. בניתוח זה של סגנון מנהיגותו של מרק צוקרברג אתמקד במנהיגות הכריזמטית כתיאוריית ייחוס.

גישה זו פותחה בשנות ה-80 על ידי החוקרים הקנדיים קונגר וקאנונגו (Conger & kannungo, 1987). עיקר התייחסותה של תיאוריה זו הוא לכך שכריזמה היא תכונה של המונהגים ולא של המנהיג. באמצעות תלות רגשית וכן ייחוס של תכונות מיוחדות למנהיג, המונהגים יוצרים את הכריזמה המאפיינת את המנהיג. קונגר וקאנונגו (1987) טענו כי התנהגותו ותוצאותיה של מנהיג הם אלו שקובעים האם מונהגים ייחסו למנהיג תכונות כריזמטיות ולא אישיותו. בנוסף, טענו כי מונהגים מייחסים כריזמה למנהיג בשל: תכונותיו, התנהגויות המסמנות אותו כייחודי ומקור להערצה, מצב של משבר ומונהגים תלתיים. מתמונה כללית העולה מקריאת הביוגרפיה של מרק צוקרברג (biography.com) ניתן לראות כי התנהגותו וסקרנותו של מרק הובילו את דרכיו במהלך חייו, בבחירות שלו את תחום העניין העיקרי שלו. באמצעות התמקצעותו בתחום הוא גרם לאנשים רבים לרבות בו ייחודי ומקור להערצה בשל היוזמות שלו אשר נגעו כמעט בכל אדם. כמו כן, כאשר פייסבוק התפתחה וגדלה, משתמשי הרשת הפכו למונהגים תלתיים, מה שתרם רבות לתפיסה של אנשים את צוקרברג כבעל כריזמה. על פי גישה זו של תיאוריית המנהיגות הכריזמטית הגורמים השכיחים אצל מנהיג כריזמטי נחלקים ל:

א. תכונות – ביטחון עצמי, יכולת זיהוי וניצול הזדמנויות בעיתוי המתאים, רגישות לצרכי ובעיות המונהגים, ניהול רושם והיכולת להתאים אסטרטגיית פעולה לסיטואציה.

לכל אורך משבר מדיניות הפרטיות של פייסבוק (מתואר בהמשך) מרק צוקרברג השתדל להצטייר כבטוח בדרכו וכמאמין גדול בדאגה לכלל לקוחותיו ועובדי החברה. בשל כך נהג לצאת בהצהרות פומביות המצטיירות כמפגינות אחריות מצידו, כגון הקריאה לרגולציה וחזון הפרטיות, כפי שכינה אותו צוקרברג (גלובס, 2019). ברבות המשברים צוקרברג פיתח יכולת לראות במשבר הזדמנות ונהג לנצלה לטובת ביסוס מעמדו כמנהיג. בחלק גדול מאוד של הצהרותיו, נאומיו ומאמריו הוא נוהג לחזור על המילה אחריותיות (accountability) על מנת לשמר את הסטטוס קוו בגישת ההמונים כלפיו