



פיתוח עסקי

בדרך לסין

שלוש אבני דרך שחברה צריכה לעבור כדי להצליח בפעילות במדינת הענק במזרח // עויד מיכל שריג-כדורי

האפשרות שהיא יתאים, כשיניים קוסמטיים, גם לשוק הסיני, היא הימור לא קטן. הימור כסות יותר, הוא לחלום "סיף" כבר בשלבים המוקדמים. אם אתם שוקלים או החלטתם שסין הוא שוק יעד, גם אם רק כעתידי, תלמדו את החוויה הסינית עוד בשלב המוקדם, כך שהפיתוח שלכם יהיה מוצלח ומתואם לשוק הסיני מלכתחילה.

לבסוף, אחד האתגרים המשמעותיים ביותר להכרות ישראלית שמבקשות לחדור לשוק הסיני הוא מציאת שותף מתאים. החדשות הטובות הן שאם הנחתם בצד את שתי אבני הדרך הקודמות מקסמתם את האפשרות לצלוח גם את אבן הדרך הזו. מה שטעור הוא למקסם את החשיפה לאין סוף המשלחות הנכנסות, הפורומים, תוכניות מיוחדות, כנסים ועדויות המתמקדים באופן כזה או אחר בסין. הדמנטיות כאלו שמעניקות היכרות וחשיפה לשוק הסיני, הולכות ומתרחבות בישראל ומחוצה לה. תוכלו לקבל לא מעט טיפוס מטרדים רשמיים כמו נספחים מסודרים ומכונן הייצוא אשר במסגרת מדיניות מכוונת סימנו את סין כשוק יעד מרכזי לשנים הקרובות ויעמידו לרשותכם משאבים רבים. אפשרות נוספת היא למצוא שותף משוק נח ומוכר יותר שיהווה שלב ביניים לפני הצלילה למימיה העמוקים של סין. שותף כזה, אשר מכיר ומתמחה בשוק הסיני יוכל להיסצא בהונג-קונג או סינגפור להוביל את השותף, מתפארות בכך שהן יכולות להיות שער כניסה לשוק הסיני אך הן לרוב נחותות גישות לנו, הישראלים, יותר.

הכוחות היא סגוביל פיתוח תוכנית הקציה בסרבו ישראל-אסיה שישנה מניה ענדי ישראל בסגוביל בין תלמי 002-4102

לתחושה של היכרות אישית: אם לא נהיה בממשק מתמיד ומעמיק עם מה שקורה בסין ואם לא נצליח לנער תפיסות כמו "הסינים טובים רק בלהעתיק" ו"הסינים לא עומדים במילתם" ותחליף אותן במידע מבוסס הכרות, נפספס הזדמנויות. שנית, חשוב לחלום "סיף" כבר בשלב המחקר והפיתוח. רובנו היים ישראל, חולמים אמריקה ובסוף, נדריים, שאנחנו בעצם רוצים לעלות על הסיטה לכיכין. סין היא שיאנית עולמית ברשימת 20 הערים הגדולות (מעל ל 10 מיליון תושבים) עם שש "מגה-ערים" אשר בכלן מעל ל 15 מיליון תושבים. אחריה, בפער איד נמצאות ארה"ב, הודו ויפן עם 2 ערים כל אחת. אין לנו, בישראל הקטנה, הכלים להעלות על דעתנו ניצד אוכלוסייה בעיר סינית בת 24 מיליון תושבים חוזה את חייהם עם. לכן, גם האפשרות שלנו לפתח פתרונות מתאימים לצרכים של הציבור בסין, מוגבלת. גם לאלו מאתנו שמאמינים בכל לבנו שיש ראל היא לא רק מיתוג של מדינת סטארט-אפ אלא "הדבר האמיתי" חרד כי קשה להיות איתקובטר של פיתוח ובר יזמות לפתרון אתגרים גלובליים, במדינה קטנה ויחודית כשלנו. תהליכי חשיבה שנקודת מוצאם היא אתגר מחייב בישראל או מהכרותנו עם החיים בארה"ב ובאירופה, יוכלו למציאת פתרון ימי מסוים, ומבריק ככל שיהיה

ניים במדיניות וחקיקה, שחקנים מקומיים חדשים וחדשניים ותהליכי אורבניזציה מואצים, יוצרים סין דינאמית שהסכיכה העסקית, המי-שפטית והרגולטורית שלה משתנה בקצב מסחרר עד כי אפילו אלו מאיתנו שמתמחים בסין מתקשים לעיתים לעקוב אחריהם. אם לא נתחיל תהליך עמוק של פיתוח דור בישראל, שלא רק חולם סין אלא גם לומד, מכיר, מוקיר ונושם סין כמו (או לפחות כמעט כמו) שהוא נושם אירופה או ארה"ב, נמשיך להרגיש שהרלת לשוק הסיני פתור זה רק עד כדי סדק, ומאוד מאוד קשה להיכנס דרכה. הרחבת הצהר מתחילה בשלש אבני דרך. הראשונה היא להכיר את סין מעבר לסטריאוטיפים. אנחנו הישראלים, לא אוהבים להרגיש "פראיירים". לזה, נסיף קורטוב של דעות קדומות וכף דרושה של מחסום שפה, והרי לנו המתכון המושלם לתחושה כטן קשה מעצם המחשבה לקדם מהלך עסקי מול סין. במקרה של סין הדבר נכון אף יותר שכן החיפה היים יזמית שלנו למרחב האסייתי מצומצמת יחסית וכדרך כלל נעשית דרך מיסוך של תרגום. במציאות, הסינים, כעם, לא משי-קרים או מרמשים יותר (או פחות) מעמים אחרים. עם זאת, דעות קדומות לא יכולות להעלים ולה- שאיר ויק. הן צריכות לפנות מקום

ל א במקרה תוכנית הבי-קוד של רה"מ נתינו בסין כחודש מרץ האחרון כללה פורום עסקי, ועידת הדשנות וחתימה על הסכמים כלכליים. ישראל זיהתה בעשור האחרון כי מרכז הכובד הכלכלי עבר למזרח ומאז היא מנסה להתאים את מדיניותה הכלכלית לשינוי; הוקמה ועדה משולטת בין משרדית להידוק הקשרים הכלכליים עם סין, נחתמו שלל הסכמים בתחומי המדע, הטכנולוגיה והכלכלה נתפתחו ציגויות רשמיות ברחבי סין, המתמקדות בחיזוק קשרי הכלכלה. הממטר הישראלי, ממניעי השונים, הת-גיים ועושה מאמץ כנה לפתוח לחד-ברות ישראליות את הדלת לשוק הסיני או לכל הפחות לשמן את ציגי הדלתות ככל יכולתו.

הקולות הבוקעים מחרי הישיבות של החברות הישראליות והחלומות של היזמים וחברות ההנזק משקפים אף הם עניין רב בעני-קית האסייתית. אך למרות הרצון הישראלי לחדור לשוק הסיני התי-צאות בפועל חלקיות ולא מתקר-בות למימוש הפוטנציאל העצום, גם בהתחשב במגבלות המדיניות והאוו-פוליסיות. הפלטפורמות הממשלתיות שהוקמו הן צעד לכיוון הנכון, אך אינן אפקטיביות דיין כדי ליצור את ההכרות, ההבנה והמומחיות שחס-רים בישראל ביחס למרחב האסייתי בכלל ולסין בפרט. לכן, אין די במי-טף של פעילות עסקית, זו חייבת להיתמך בתהליכי פיתוח של עתודה יהולית במרחב סין-ישראל משני ציגי המתרם. עליש לדאוג להתהוות קאדר מנהיגים כלכליים ישראלים, שמבינים ומרגישים סין ובמקביל, קאדר מנהיגים כלכליים סינים שמ-בינים ומרגישים ישראל. המרחב הסיני עצום ומגוון. שי-

מרכז ישראל אסיה (ע"ד) הוקם בשנת 2009 והנו ארגון לא פוליטי וללא כוונות רווח. מטרתו לקדם את הקשרים בין ישראל ומדינות מזרח אסיה בהיבטים שונים ביניהם כלכלה, תרבות ואקדמיה. זאת, ע"י פיתוח מנהיגים בתחומיהם, ביחסי ישראל ואסיה. המרכז מפעיל תוכניות מנהיגות והכשרות במרחב ישראל-אסיה ופעיל בקידום והובלה של אירועים, כנסים, פאנלים ועיצוב שיח בישראל ובאסיה.