

ד"ר אילן ביג'אוי

שיווק ועסקים בינלאומיים, חדשנות ופיתוח אזורי



שיווק ועסקים בינלאומיים, חדשנות ופיתוח אזורי

ד"ר אילן ביג'אוי

אוניברסיטת בר-אילן

המכון לעסקים בינלאומיים וחדשנות

שיווק ועסקים בינלאומיים ד"ר אילן ביג'אוי

International Business and International Marketing, Innovation and Regional Development

Ilan Bijaoui

©

כל הזכויות שמורות למחבר, 2013

עריכה: נעם קצב

עימוד: אירית נחום

עיצוב כריכה: אורנה זנדני

אין להעתיק, לשכפל, לצלם, להפיץ, לצטט, לתרגם, לאחסן בבסיסי מידע, לשדר בדרך כלשהי, אלקטרונית או מכנית, או בכל דרך אחרת, או להציג באתר אינטרנט, חלקים כלשהם מספר זה, או את הספר במלואו, ללא אישור מפורש בכתב ממחבר הספר.



רח' אברהם גירון 28, א.ת. חדש יהוד מונוסון 56217

טל: 03-5562677 פקס: 03-5596349

www.ofir.org.il

הודפס באופיר תעשיות דפוס והוצאה לאור בע"מ

תשע"ג 2013

לתמרוש נכדתי

תוכן העניינים

7	הקדמה
9	פרק א': תמורות במרחב הבינלאומי מגמות בסחר הבינלאומי 9 הסחר הבינלאומי של ישראל 16
23	פרק ב': סיבות לפיתוח עסקים בינלאומיים שיקולי תשומות 23 זמינות ידע 26 שוק מקומי רווי 27 שווקים חדשים 28 טכנולוגיה חדשה 28 תמורות בהתפתחות הכלכלית 29 התפתחות חברתית - שינויים בדפוסי הצריכה 43 סבסוד צולב 47
55	פרק ג': מודלים של משטרים כלכליים סוגים קיימים של משטרים כלכליים 55 מאפיינים של משטר כלכלי 57 דירוג המדינות לפי מדד החופש 59
65	פרק ד': גישות ואסטרטגיות עסקיות בינלאומיות גישות בפיתוח עסקים בינלאומיים 65 אסטרטגיה עסקית בינלאומית 69 תצורה ותיאום - Configuration and Coordination 78
83	פרק ה': שיווק בינלאומי שיקולים אסטרטגיים לפעילות שיווקית בינלאומית 83 מאיצים לפעילות עסקית גלובלית 86 אסטרטגיות חדירה 94 מידת מעורבות הפירמה בכל אסטרטגיית חדירה 97 אסטרטגיה בינלאומית - הצגת אירועים 99

- פרק ו': אסטרטגיית חדשנות במרחב הגלובלי**
 113 מודלים לפיתוח חדשנות | 113
 מוקדי החדשנות | 121
 מודל האוקיאנוס הכחול | 124
 מודל Tipping point | 134
 Impact of External Knowledge in the Product Life Cycle
 of Electronic Devices | 144
- פרק ז': הסביבה התרבותית**
 151 סוגי תרבויות | 151
 תרבות צריכה | 153
 תרבות עסקית | 157
- פרק ח': שיווק במרחב הדיגיטלי**
 173 המחשב ודור האינטרנט | 173
 מתווכי האינטרנט, מפעיליו ופעילותם הכלכלית-שיווקית | 179
 תמהיל השיווק במרחב הדיגיטלי | 183
- פרק ט': הסכמי סחר בינלאומיים**
 199 תיאוריית המכסים | 199
 מודלים של הסכמים מסחריים בינלאומיים | 201
- פרק י': מודלים להשתלבות במרחב הכלכלה הגלובלית**
 215 מודל אזור סחר חופשי | 215
 מודל החממה | 221
 מודל הרבעים התעשייתיים – Industrial Districts (ID) | 222
 מודל האשכולות – Clusters Model | 224
- פרק י"א: מודלים היברידיים ויישומם**
 245 תהליך מחולל תעשייה | 246
 מודל החממה הפתוחה כמאיץ להתפתחות רובע תעשייתי | 246
 אזור סחר חופשי – האשכול בבקעת הירדן | 250
 המודל הפרוגרסיבי: מרובע תעשייתי לאשכול בתחום עצי הזית | 257
 תשתיות | 266
 Sub-Saharan African (SSA) countries towards economic
 development: The Snowball model | 269

הקדמה



פעילות עסקים בינלאומית של מדינה או פירמה מחייבת תכנון מהלכים לטווח ארוך יחד עם התאמה לסביבה המשתנה. שותפות אינטרסים בין מדינה לפירמה או ניגוד אינטרסים ביניהן מצריכים מצד המדינה ערנות ומעורבות במידת הצורך בהשגת יעדי הפיתוח המתוכננים.

הסביבה הגאופוליטית-כלכלית המשתנה משפיעה על כל מדינה ופירמה. החוב הלאומי בארה"ב הגדל והולך, המשבר הכלכלי באירופה, רעידת האדמה והצונאמי ביפן מצד אחד ושיעורי הצמיחה הגבוהים של סין, הודו, או ברזיל מצד שני, הן תופעות שיוצרות השפעות שרשרת מעלות חומרי הגלם ועד להתנהגות הצרכן, יכולתו לצרוך וציפיותיו. בועת הנדל"ן בסין והשלכות המשבר הכלכלי במערב על סין יוצרים איומים ואתגרים חדשים.

משטרים כלכליים משתנים. ארה"ב תחת שלטון ברק אובמה אינה פועלת יותר לפי המודל הקפיטליסטי הטהור של תחרות חופשית עם מעט מעורבות ממשלתית. הלאמת ג'נרל מוטורס ואישור חוק הביטוח הרפואי הממלכתי בקונגרס ובבית הנבחרים מצביעים על רצון להתערב ולהעדיף את האינטרס של הציבור הרחב על אינטרס הפרט. סין למדה לנצל את המודל הקפיטליסטי לטובתה בלי לוותר על האידיאולוגיה הקומוניסטית. בתווך מדינות אירופה ודרום-אמריקה משלבות בין קפיטליזם למעורבות ממשלתית.

ההסכמים המסחריים הבינלאומיים בין המדינות השונות במסגרת ארגון הסחר העולמי או במסגרת הסכמים אזוריים כגון זה שבאיחוד האירופי או הסכם הסחר הצפון-אמריקאי, מונעים הסתגרות המדינות בפני תחרות מבחוץ.

מנקודת המבט של הפירמה יש במרחב הבינלאומי הזדמנויות עסקיות וגם איומים. היא יכולה להתאים את תכנון פעילותה העסקית למצבים המשתנים (Czinkota, 2004). הצורך בפיתוח יתרונות תחרותיים חדשים המבוססים על אסטרטגיית חדשנות מתאימה, התמודדות עם תרבויות צרכניות ועסקיות שונות והשתלבות במרחב הקיברנטי החדש – הם חלק מהאתגרים העומדים בפני פירמה הרוצה להשתלב במרחב הבינלאומי.



בפרק א' נאפיין את הסחר הבינלאומי בעולם. נציג את יחסי הכוחות החדשים בין המעצמות ובין המדינות בכל הקשור לפעילות עסקית בינלאומית ואת השפעתם על ההתפתחות הכלכלית העולמית ועל אי-השוויון.

בפרק ב' נאפיין את הסיבות להיווצרות הזדמנויות עסקיות ואיומים, מצד התשומות ומצד הביקושים.

בפרק ג' נתייחס למודלים של משטרים כלכליים ולפרמטרים המאפיינים אותם. נבחן את משמעותם לגבי הפעילות העסקית הבינלאומית של הפירמה.

בפרק ד' נציג את המודלים הקיימים לאסטרטגיה עסקית בינלאומית, התפתחותם והתאמתם למציאות עסקית בינלאומית. נמחיש זאת בניתוח האסטרטגיה העסקית הבינלאומית של פירמות נבחרות.

בפרק ה' נתמקד באסטרטגיה שיווקית בינלאומית. נבחן את הסיבות המאלצות פירמות לעסוק בפעילות בינלאומית, נציג את הדרכים הקיימות לחזירה לשוק בינלאומי. נמחיש זאת בהתייחס לחברות נבחרות.

בפרק ו' נציג דרכים לפיתוח יתרון תחרותי בשוק הבינלאומי ובמיוחד אסטרטגיית חדשנות, מודל האוקיאנוס הכחול ומודל ה-Tipping Point.

בפרק ז' נדון בתרבות הצרכנים המשפיעה על כל לקוח בצורה שונה בהתאם לתרבות העסקית במדינת היעד אשר מסדירה את אופן קידום עסקים וניהולם.

בפרק ח' נבחן את הסביבה הקיברנטית כמרחב לפיתוח עסקים בינלאומיים.

פרק ט' יוקדש לתיאוריית המכסים ולהסכמי סחר בינלאומיים, השלכותיהם התיאורתיות והעכשוויות. נתייחס במיוחד לאיחוד האירופי, להסכם צפון-אמריקה, למרקוסור בדרום-אמריקה ולארגון הסחר העולמי.

בפרק י' נסתייע במודל היהלום והאשכולות של פורטר כדי לגשר בין האסטרטגיה העסקית הבינלאומית מנקודת המבט של הפירמה לבין אסטרטגיית הפיתוח הכלכלי מנקודת המבט של המדינה. נציג מודלים עיקריים נוספים לפיתוח כלכלי על יתרונותיהם ומגבלותיהם.

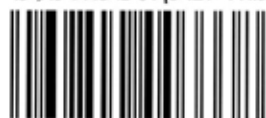
בפרק י"א נבחן את מידת יישומם של המודלים שהוצגו בפרק הקודם ושילובם לצורך מציאת פתרון כלכלי במצבים של כשלים.

פעילות עסקית בינלאומית של מדינה או פירמה מחייבת תכנון מהלכים לטווח ארוך יחד עם התאמה לסביבה המשתנה. הספר מאפיין את הסחר הבינלאומי בעולם ואת הסיבות להיווצרות הזדמנויות עסקיות ואיומים, ומציג מודלים לבניית אסטרטגיה עסקית בינלאומית. כמו כן הוא דן בתרבות הצריכה ובתרבות העסקית, ובוחן את הסביבה הקיברנטית כמרחב לפיתוח עסקים בינלאומיים. ברמת המקרו, הוא עוסק בתיאוריית המכסים ובהסכמי סחר בינלאומיים ומציג מודלים לפיתוח כלכלי אזורי בכלל ובמזרח התיכון בפרט.

הספר מיועד למרצים, סטודנטים, בעלי תפקידים ציבוריים ומנהלים בחברות בינלאומיות או חברות המעוניינות בפעילות עסקית בינלאומית.

ד"ר אילן ביג'אוי, בעל תואר דוקטור מאוניברסיטת סורבון בפריז, הוא מרצה בכיר באוניברסיטת בר-אילן ובמכללה האקדמית אשקלון. לצד פעילותו האקדמית הוא עוסק ביעוץ למיזמים פרטיים ולפירמות שונות בישראל ובחו"ל. כמו כן הוא פועל מטעם המרכז לשיתופי פעולה בינלאומיים של משרד החוץ ומשרד החקלאות במדינות שונות באסיה ובאפריקה, ומקדם חשיבה יזמית ועסקית בקרב עובדי ציבור ואנשי עסקים. הוא מתמחה בשיווק, בעסקים בינלאומיים ובחדשנות.

מחיר לצרכן 84 ₪ כולל מע"מ



0 06980000333 8
דאנאקורד 698-333


אופיר ביכורים