

## איך מושקעים על ידי חברה סינית?

עדי כתב  
Bs.C. ee MAMM  
מנכ"ל כאל טכנולוגיות סיליקון

מעסקת תנובה-ברייטפוד ועד עסקת הפניקס-פוסון, היום כבר די ברור הסינים שמו את ישראל על מפת ההשקעות שלהם. גל הרכישות של חברות סיניות בישראל תוך בניית תשתית על ידי חברות סיניות כדוגמת הרכבת הקלה בת"א. אם כן מה מוצאים הסינים בישראל?

הסינים שמו את ישראל על מפת ההשקעות שלהם ולתהליך אסטרטגי זה יש השפעה רבה על מדינת ישראל. הסינים מחפשים ידע על מנת להעשיר את יכולות הפיתוח בסין עצמה אולם אין זה אומר כי הם יקנו ידע ויסגרו את החברה או הסניף המקומי (ראינו את זה כבר מספר פעמים על ידי השקעות ורכישות של חברות מערביות). הסינים מסתכלים עוד כמה צעדים קדימה.

הסינים מוצאים באומת הסטרטאפים מקור להשראה ופיתוח טכנולוגיה חדשה. הסינים רואים במהנדסים הישראלים מקור לחדשנות ופיתוח ולאחר מכן העברה ליצור ופיתוח בסין. כמו כן הסינים רואים גם את החברה הישראלית כנקודת קפיצה לשם מכירות ופיתוח עסקי עתידי על שוקי המערב. הסינים מחפשים שותף.

למשל רכישת תנובה שהייתה תמוהה להרבה ישראלים היא למעשה התפתחות טבעית של סין. צריכת מוצרי החלב בסין עולה והטכנולוגיה והאיכות חסרים. הסינים מסתכלים עוד כמה צעדים קדימה שלאחר העברת הטכנולוגיה לסין וייצור המוני של מוצרי חלב בסין הסינים מתכננים שייצור עודף אותו אפשר לייצא למערב דרך תנובה הישראלית. לכן בזמן המו"מ על תנובה, התעקשה המדינה כי שטחי תנובה ישארו בידי המדינה אך לסינים לא היתה בעיה כלל לקבל תנאי זה שכן אין כאן קנייה טריטוריאלית אלא רכישת טכנולוגיה.

אומנם הפעילות הסינית בישראל קטנה מאד לעומת הפעילות באפריקה. יזם ישראלי אשר מחפש להשקיע חייב להסתכל לאסיה בכלל ולסין בפרט ולחפש השקעה באזור זה. יקח זמן עד שהגופים הסינים ידעו להשקיע בישראל ולמעשה אנחנו רק בתחילת הדרך.

השינויים שעברה סין בעשורים האחרונים הביאו להרבה יזמויות מסחריות ואין כמעט יזמות טכנולוגית. לפיכך יש המון פוטנציאל לעסקים איתם. באופן טבעי היחסים יתחילו במכירת טכנולוגיה ולאחר מכן מתן שירות. הסינים מאוד מתעניינים בטכנולוגיה הישראלית אבל כשהסינים אומרים טכנולוגיה הם מתכוונים למוצר מוגמר עובד. קשה לסינים לקנות רעיון או מוצר בפיתוח שכן קיים חוסר אמון בהצלחת המוצר. לפיכך על היזם להגיע לשלב בוא הטכנולוגיה עובדת וניתנת להדגמה.

בשל היזמות המסחרית בסין, הראיה של הסיני שונה מזו המערבי. המטרה האסטרטגית בסין היא להגיע לחנות עם המוצר מהר ככל שניתן ולמכור. שיטת עבודה זו מכתובה את הגדרות המוצר ותהליך ההשקעה. הראיה הזו שונה מהמערב שכן במערב תוך זמן קצר ניתן לדעת את תכונות המוצר ואת לוח הזמנים למכירה למשל בתקופת הקריסמיס.

השקעה היא בעיקרון מכירת של קניין רוחני. והדגש המרכזי הוא שלא לחשוף את הקניין הרוחני עד כמה שניתן. בעסקת מכירה של קניין רוחני באופן מלא, נסו להגביל את השימוש לתחומי סין בלבד. לסינים עדיין יש קושי בשיווק גלובלי ולכן הם מתמקדים בשימוש בקניין רוחני בסין עצמה.

חיפוש משקיעים בסין הוא לא תהליך קל בוודאי בפעם הראשונה. למרות זאת יש כנסים רבים במיוחד בהונג קונג, שנגחאי וביג'ינג לחדשנות ויזמות שם תמצאו פלטפורמה מצוינת לחשוף את המיזם שלכם ולחפש משקיעים פוטנציאליים.