

טאטא היא גם יגואר

שפריר גודל*

חוסר הביטחון התזונתי לתושבי הודו מהווה הזדמנות עבור חברות ישראליות בתחום התקלאות, המים וקמעונאות המזון *** חברות ישראליות יכולות להגדיל את התפוקה של חקלאי הודו במאות אחוזים ולתרום לסיפוק צרכי האוכלוסייה *** שוק המזון ההודי, במיוחד זה הפונה למעמד הביניים הצומח, מציע גם הוא הזדמנויות רבות ליצואני המזון *** פתיחת השוק ההודי בפני ענקיות הקמעונאות העולמיות, בעקבות רפורמות שהונהגו בשנת 2012, תשפיע מאוד על הקמעונאות המסורתית הנפוצה ותציע הזדמנויות יצוא משמעותיות ליצרני המזון הישראליים *** כ 70% מהתפוחים הנאכלים בהודו הם תפוחים מיובאים. מרבית התמרים הנאכלים בה גם הם מיבוא וכך הלאה הדורים ומזונות אחרים *** חקלאי מדינת ישראל לא מייצאים תוצרת טרייה להודו *** תוצרת אירופאית, אוסטרלית, אמריקאית ואחרת נפוצה בשווקים הסיטונאיים של מומביי, דלהי ושאר ערי הענק (Mega City) של הודו *** זמן ההובלה הימית לנמלי הודו העיקריים התקצר לכדי פחות משבועיים. יחד עם קווי תעופה סדירים הם מאפשרים את הגידול בנפח המסחר בין הודו לישראל *** במומביי לבדה מתגוררים יותר מיליונרים מאשר בקנדה, הונג קונג או סינגפור

הודו שונה!

הודו שונה ולכן קשה לעיתים לעיכול. יחד עם זאת, לא נכון להתעלם משוק שמהווה כחמישית מאוכלוסיית העולם ובו מעמד ביניים צומח המונה למעלה מ 100 מיליון איש. מעמד הביניים בהודו גדול מאוכלוסיית צרפת, או זו של גרמניה.

שווי המטבע ההודי, הרופי, נשחק מ 45 רופי/דולר בשלהי 2011 ל 62 בעת כתיבת שורות אלו. זאת, אחרי שהגיע לפני מספר שבועות לשיא של כמעט 70 רופי לדולר. השקל הישראלי החזק בוודאי לא מקל את חיי היצואנים הישראליים גם בשוק זה.

אחוזי הצמיחה הנוכחיים בהודו גבוהים במקצת מ 3%. זהו גידול זניח בהשוואה למצבה, גודלה ולצרכיה של הודו ונמוך בהשוואה לתחזיות.

יחד עם זאת בהסתכלות רב שנתית כלכלני ה Economist חוזים כי מבין היבואניות הגדולות צפוי היבוא של הודו לצמוח בשיעורים הגבוהים ביותר בשנים הקרובות. הם צופים 18% צמיחה שנתיים עד 2016. כיום הודו היא הכלכלה ה 9 בגודלה בעולם. מאז שנת 2,000 שעורי צמיחת התוצר של הודו הם מהגבוהים בעולם. היא שניה רק לסין. כלכלני ארגון הסחר העולמי (WTO) בו חברה הודו, מעריכים כי בשנת 2050 היא תהיה השלישית בגודלה אחרי סין וארה"ב.

ובמקביל, המשבר הכלכלי העולמי שפגע וצמצם את שווקי היעד המסורתיים של ישראל בצד קשים פוליטיים

מאלצים חברות ישראליות לאתר שווקים חדשים ולפנות מזרחה – בין השאר לפיתוח עסקיהן בהודו.

מצוקת המט"ח של הודו מלמדת כי לא לעולם תוכל המדינה לממן את הסבסוד הנרחב ולהמשיך במדיניות הנוכחית. ב-1991 חוותה הודו משבר כלכלי חמור ובעקבותיו התקבלו רפורמות מהותיות הנוגעות למסחר של הודו עם מדינות נוספות, לפתיחת הגבולות ההודים ולחופש הפעולה של משקיעים והון זר במדינה. הערכות והסימנים מראים כי גם הפעם משבר המטבע והקשיים הכלכליים יחייבו את הממשל ההודי ללכת לכיוון רפורמות שיקלו על החברות הזרות, ובכלל זה חברות ישראליות לפעול במדינה. בתוך כל אלו בולט הקושי ההודי לספק מזון ומים לאוכלוסייה. כאן תמונה הזדמנות עסקית משמעותית עבור חברות ישראליות בתחומי החקלאות, המים והמזון.

שוק המזון ההודי רעב

הודו מייצרת כ-220 מיליון טון מזון וצורכת את רובו. יחד עם זאת 43% מילדיה סובלים מתת תזונה. שני מאפיינים רלוונטיים בולטים לשוק המזון ההודי. הראשון, הודו מתקשה לספק מזון בסיסי בריא מזין ומספק לאוכלוסייתה החלשה הצעירה והצומחת. "חוק בטחון המזון" אמר להבטיח את אספקת המזון לכל אוכלוסיית המדינה. באמצעות חוק זה מסבסדת הממשלה ההודית מזון לשני שלישים מתושבי הודו, כ-800,000 מיליון איש. על חוק זה נמתחת ביקורת רבה בקרב האופוזיציה. לא מעטים הם הטוענים כי נזק גדול מתועלתו וכי הוא נעשה משיקולים פוליטיים ומחרדת אינפלציית מחירי המזון של הממשלה הנוכחית בראשות מפלגת הקונגרס. רבים הטוענים כנגד חוק זה המעניק דגים לאזרחי הודו ואינו מלמד אותם לדוג.

בניגוד לאוכלוסייה החלשה הנסמכת על שולחנה של הממשלה, מעמד הביניים ההודי ושכבת המתעשרים החדשים צומחים במהירות ועמם הצריכה של מוצרי מזון מגוונים בסטנדרט גבוה. צרכנים אלו מרוכזים לרוב בעשר Mega Cities המונות למעלה מ-10 מיליון איש כל אחת ובעוד עשרות ערים גדולות המונות מיליוני תושבים כל אחת.

פוטנציאל ליצואני ידע ותשומות חקלאיות

38% מכוח העבודה במשק ההודי מועסק בחקלאות התורמת 18% לתוצר. היא עושה זאת בשערי תפוקה נמוכים מאוד ליחידת תשומה, יהיה זה הון, מים או קרקע. החקלאות ההודית חייבת לעבוד שדרוג של שיטות העבודה, חומרי הגלם ומיומנות כוח האדם כדי לעמוד באתגרים העובדים בפניה.

הסיבות למצוקת האספקה החקלאית הן רבות ומגוונות, קשיי מימון, יחידות עיבוד קטנות, תשתיות שאינן מפותחות, תלות חקלאית גבוהה במזג האוויר, שימוש בחומרי גלם ירודים, זנים נחותים ועוד. אלו הם תחומים בהן מציעות החברות הישראליות פתרונות טובים.

מצבה של הודו דומה במובנים רבים למצב בו עמדה ישראל בשנותיה הראשונות. אתגר הזנת האוכלוסייה הצומחת במהירות בסביבת תשתית לא מפותחת ובמצוקת מים. בישראל של אז עובדה זו היוותה תמריץ להתפתחות חקלאות ההייטק הישראלית המוכרת היטב להודים. המוניטין הישראלי בתחום החקלאות וטכנולוגיות המים מהווים נקודת התחלה טובה ליצואנים המתחילים את דרכם במדינה הענקית שצמאה לקפיצת מדרגה דומה.

מים בהודו

תשתית המים ההודית רעועה ובמקרים מסוימים כלל לא קיימת. הדבר נכון הן במגזר העירוני והן במגזר הפרטי. הן באספקת מים לשתיה, צריכה ביתית ולהשקיה והן בטיפול במי שופכין. שטחים חקלאיים רבים מושקים בהצפה ותלויים באספקת חשמל לא סדירה למשאבות המעלות את המים מהבארות ומהנהרות. גם במערכת המים העירוניות הפערים גדולים. מערכי ההולכה של המים ואיסוף הקולחים מיושנים, מרובי תקלות בזבזניות, מזהמים ומיעוטי מנגנוני בקרה. מצבה של תשתית חשובה זאת מהווה חסם בפני התפתחות חקלאית מודרנית כמו גם בפני העיור המואץ שחווה הודו. יתרה מכך, העדר מערכת מים מוסדרת מהווה בעיה סניטרית הולכת ומחמירה בהודו. בהודו מספר ערי ענק Mega Cities בנות למעלה מ 10 מיליון תושבים ולידן עשרות ערי מטרופולין בנות מיליוני תושבים. העיור המוגבר המלווה בנטישת החקלאות ואזורי הכפר על ידי מיליוני הודים מחייב פתרונות מתקדמים, הן לחקלאות באזור הכפרי והן למשק המים העירוני העמוס לעיפה. חברות הודיות מחפשות טכנולוגיות ובמקרים רבים יש להן הון להשקיע. עיריות, ממשלות אזוריות וסוכנויות שונות מחפשים פתרונות מים כדי לדאוג לאוכלוסייה. במקרים אלו מקורות המימון יכולים להיות ציבוריים ופילנתרופיים מהודו או מחוצה לה. מצב תשתית המים והזמינות הבעייתית של המשאב היקר הזה לחקלאות ולאוכלוסייה יחייב מערכות מודרניות מתקדמות בדומה לאלו הקיימות בישראל.

מערכת קמעונאית מסורתית

מאז היווסדה של הודו המודרנית מתקיימת בה מערכת חוקים ותקנות המגבילה את הבעלות הזרה על עסקים בכלל ועל עסקי קמעונאות בפרט. ההיגיון והחשיבה הסוציאליסטים שעמדו מאחורי הגבלת הבעלות הזרה על חברות הודיות קמעונאיות עבר שינוי בשנים האחרונות ולהבורת זרות תינתן גמישות רבה יותר. ולראיה במהלך 2012 החלו לפחות שתי רשתות קמעונאיות מובילות Walmart האמריקאית ו Metro האירופאית את פעילותן במדינה עם פתיחתן של מספר סניפים. אלו הם סניפים במתכונת המערבית המוכרת ליצואן הישראלי, השונה לרוב ממודל הקמעונאות הקיים במרבית חלקיה של הודו. יצואני המזון הישראלי יוכלו לראות בשינוי זה, הבא במקביל לצמיחה בצריכה של מעמד הביניים ההודי הזדמנות עסקית לפעול בסביבה עסקית המוכרת להם. למהלך הקמעוני הנ"ל יש לצרף את הרחבת פעילותן של חברות המזון המהיר המערביות (MacDonald, KFC, Subway ואחרות) הנתקלות גם הן באתגרי אספקה שהחקלאות ההודית במתכונתה המסורתית מתקשה לספק.

איך מתחילים לעבוד בשוק ההודי מבלי להיפגע ובסיכון מינימלי?

- ראשית, לומדים להכיר. מקצים זמן, משאבי ניהול והרבה סבלנות. מומלץ להיעזר בחברות הודיות ובינלאומיות רבות המלוות חברות ישראליות המבקשות לפעול בהודו עד להתבססותן בשוק זה. החברות הללו מציעות ליזמים ישראלים יעוץ אסטרטגי, מחקרי שוק וסקרים, מודיעין עסקי תחרותי, איתור שותפויות ושיתופי פעולה וליווי צמוד בהקמת הפעילות בהודו. לדוגמא www.netscribes.com
- מצמצמים את האשראי ואת החשיפה הפיננסית ומבטחים את הפעילות ככל האפשר.
- עובדים מול גופים בינלאומיים כגון הבנק העולמי, סוכנויות סיוע או חברות בינלאומיות הפעילים בהודו.
- מקפידים לבצע בדיקות נאותות ובדיקות חוסן של החברות איתן אנו מבקשים להתקשר. חברה ישראלית-הודית www.max-security.com תוכל לסייע. הכלל הזה תמיד נכון אבל הוא נכון שבעתיים במדינה בה מערכת המשפט עמוסה לעייפה והיא מתקשה לספק סעד ראוי.
- מאתרים מישהו לשתף אתו פעולה. בהעדר איש קשר מקומי אמין, יהיה זה סוכן, נציג, יועץ או אחר, סיכויי ההצלחה של מהלכים בשוק זה נמוכים. כדאי להיעזר בהקשר זה בלשכות המסחר הפעילות בהודו, בנציגים המסחריים בשגרירות ובקונסוליות הישראליות.
- זוכרים כי לממשלה הפדרלית, לממשלות המקומיות ולגופים הציבוריים יש תפקיד חשוב מאוד בכלכלה המקומית. מעל 2000 מכרזים מפורסמים על ידם מדי יום בהודו. התפקיד שהם ממלאים בכלכלה ההודית גדול בהשוואה לשווקים רבים אחרים בהן פועלות חברות ישראליות. מומלץ להיעזר בגופים שיכולים לסייע לנו בהגשת הצעותינו למכרזים אלו. לדוגמא www.tendersInfo.com.
- ממקדים את הפעילות העסקית. בשל גודלה, מורכבותה וגיוונה של הודו היא יכולה להציע פוטנציאל עסקי כמעט לכל חברה ישראלית. מצד שני הגודל והמגוון עלולים לגרום לפיזור משאבים וחוסר מיקוד שימנעו הצלחה עסקית. לכן, חשוב למקד את הפעילות העסקית הן מבחינה גאוגרפית והן מבחינת אפיון פלח השוק ולהתאימה ליכולת של היצואן.

"הרחוב" ההודי אוהד את ישראל ורוכש הערכה אליה. הדבר נכון לרבים מבכירי הממשל, למגזר העסקי כמו לאדם הפשוט ברחוב. דוגמא לכך ראינו בביקור של מנכ"ל טאטא תעשיות בישראל לפני מספר שבועות ובדבריו על הצורך ההודי בטכנולוגיות ישראליות.

הודו מהווה יעד עסקי אטרקטיבי וגדול לחברות מכל העולם. מצד שני הודו היא יעד מאתגר, שונה בתרבותו, מגוון וזרוע שבירי ניסיונות חדירה לא מוצלחים. נסיונות שלא השכילו להתאים עצמם לאופיו של השוק ההודי ולאחר את הדרכים ואת השותפים המתאימים לפעילות בשוק זה.

רבים מהיצואנים הישראלים פוסחים על הודו ולא מגדירים אותו כיעד בתוכניות העבודה שלהם. לעיתים מתוך הכרת הקשיים ולעיתים מתוך העדר בדיקה וראיה חסרה של הכלכלה והמשק ההודים. טוב יעשו אלו המבקשים להרחיב את פעולתם מעבר לים אם יעמיקו בבדיקתם את הודו כשוק מטרה.



אסכם משפט ששמעתי מעמית הודי אותו פגשתי לפני מספר שבועות: "הודו צריכה הכל, אם יש לך מוצר ואתה טוב במה שאתה עושה – יש לך שוק בהודו". ואנחנו, אנחנו הישראלים צריכים לזכור זאת על דרך המשל, טאטא זה גם יגואר ולא רק טנדר בינוני שלא נקלט בישראל.

הכותב: שפיר גודל, יועץ עסקי המתמחה בתחומי החקלאות המים והמזון. בשנים האחרונות פעיל מאוד בקידום עסקים של חברות ישראליות בהודו ובקידום היבוא מהודו לישראל. [לתגובות shafir@agriquality.net](mailto:shafir@agriquality.net)



6 Hagoren St. Industrial Park, Omer 84965
Tel. 972-8-690 1 690 Fax. 972-72-2740340
URL: www.agriquality.net