

# מפספים את הסטארט-אפ ניישן

מהן שתי הבעיות שחוסמות את תעשיית ההיי טק הישראלית?

24.08.2014

מאת: חיות יוגב

בהמשך [למאמר](#) של אמיר טייג על שקר אומת הסטארטאפ, נראה שיש שתי עובדות נוספות שהופכות את התמונה לחמורה ואולי למטרידה עוד יותר. יש לנו כיום פספוס גדול מאוד באופן הטיפול בחברות הסטארטאפ וההייטק החדשות. אולם בעצם הפספוס הזה יושבת גם הזדמנות גדולה מאוד. ואם מישהו (השר לכלכלה - אתה הוא האיש בעיניי) ירים את הכפפה הזו, לא רק פערי השכר יצטמצמו, אלא שיווצר כגון מנוע צמיחה גדול ביותר למשק הישראלי.

קבוצת עובדי ה-ICT החשובה כל כך למשק הישראלי אליה מתייחס המאמר, ניזונה ומזינה ברובה את חברות ההיי טק הוותיקות כמו **אמדוקס**, **טלדור**, **נייס**, אינטל ישראל, IBM ישראל, אלביט ועוד. אולם עובדי ה-ICT של המחר תלויים בחברות הסטארטאפ העכשוויות. היום אולי יותר מאי פעם, קיימים בישראל יזמים רבים מאוד, חולמי ומקימי הסטארטאפים החדשים שמחליטים ומנסים לפתח, להשיק ולמכור מוצרים ושירותים חדשים לעולם. אלא שהסטארטאפיסטים הללו שמביאים יצירתיות טכנולוגית, מוצאים עצמם במקרים רבים תקועים וחסרי יכולת להתקדם ולהצליח, ורבים מדי נאלצים לסגור טרם סיום העבודה על הסטארטאפ או שאפילו לא מצליחים להיבנות כחברה ראויה.

שתי בעיות עיקריות מהוות את החסם הפוגע ומונע מאומת ההיי טק להתפתח ולהצליח הלאה.

## 1. מחסור קשה במהנדסים ישראלים

במספר מחקרים שנעשו ופורסמו בשנה האחרונה עולה במלוא העוצמה בעיית המחסור בכוח טכנולוגי. האסטרטג זאב רותם מציין כי על כל מהנדס ואיש מחשבים יש כיום שתי משרות פנויות והמצב רק הולך ומחמיר. מי שרואה את היזמים הרבים שמחפשים שותף טכנולוגי ולא מוצאים אותו, יודע שהבעיה כבר מורגשת היטב. דו"ח מיוחד שחיברה פרופ' רות ארנון, נשיאת האקדמיה למדעים, ואשר בדק את מצב המדע בישראל בהשוואה לחו"ל קובע כי הצפי הוא שכעוד כעשר שנים יחסרו לנו כ-7,000 מהנדסים רק על מנת לקיים את תעשיית ההייטק בארץ. מחסור זה העלול לפגוע קשות בהצלחה הישראלית. פרופ' ארנון מוסיפה ואומרת כי "הדבר עשוי למוטט את תעשיית ההיי טק בישראל".

במחקר שערך מכון שמואל נאמן בטכניון עולה גם כן בעיית המחסור הגובר במהנדסים. פרופ' שלמה מיטל מצביע על אינדיקציות מדאיגות שמתקבלות מדירוג תלמידי ישראל במבחני ההשוואה הבינלאומיים (PISA) במתמטיקה (38). "קיבלנו בשנות ה-90 מהנדסים שעלו מרוסיה, זה הוץ אנשי יקר ערך שהתחיל להזדקן ולפרוש. מי יירש אותם? מספר הבוגרים באוניברסיטאות המחקר ומספר החוקרים והמהנדסים שמסיימים את לימודיהם אינו מספיק". פתרון בעיית המחסור במהנדסים הכרחי ודורש תכנית ארוכת טווח המבוססת על השקעה בחינוך טכנולוגי, יצירת אווירה תומכת ומימן. רבים ומומחים ממני בתחום מתייחסים לאחרונה לסוגיה זו.

אולם, הבעיה השנייה היא זו שמהווה בעיניי אתגר גדול יותר, אך כזה שהפיתרון אליו זמין יחסית:

## 2. היעדר שיווק

בעיה זו מקוממת אולי יותר מהראשונה ויחד עם זאת ניתנת להערכתי לפתרון מהיר יחסית. היא נעוצה בחוסר ההיכרות הכמעט טוטאלי של היזמים ומקימי הסטארטאפ, עם הכלים השיווקיים האפקטיביים להגעה לשווקים הבינלאומיים והיעדר התמיכה הנדרשת לכך. שני גורמים עיקריים נמצאים בבסיס מיעוט ההצלחה העסקית של חברות הסטארטאפ וההיי טק הצעירות: היעדר הדרכה וליווי מתאימים, ומחסור במימן הפעילות השיווקית בחו"ל.

האבסורד הגדול - במוסדות שאמורים לתמוך בחברות בתחום זה קיימת אפליה לרעה לחברות הסטארטאפ לעומת התעשייה המסורתית. הליווי וההדרכה שניתנים כיום ליזמים בחברות הסטארטאפ אינם מתאימים לצרכיהם, ופעמים רבות אינם מכילים את המידע והרמה הנדרשת ליזמים על מנת להצליח בשוק הבינלאומי. בנוסף ולמרבה הצער, סבלו חברות הסטארטאפ מאפליה לרעה בהקצאת כספי השיווק

ליצואנים. חברות הסטארטאפ הישראליות יכולות לקבל תמיכה במגוון תכניות וצורות מהמדען הראשי. אלא שסיוע זה מתמקד בטכנולוגיה, במוצר וב-IP, ואינו מספק הדרכה ותמיכה בפן השיווקי והעסקי, שמהווים את נקודות החולשה והאתגר הגדול ביותר. בימים אלה מתגבשת תכנית "כסף חכם" באגף לסחר חוץ. תכנית שאמורה לסייע ליצואנים בשיווק, וכולי תקווה שתושקע מחשבה רבה יותר, וינתן דגש רב יותר, בסיוע לסטארטאפיסטים בשיווק לחו"ל.

ונקודה חשובה למלעזים: ידוע לי שיש והיו מי שאמרו שאנו הישראלים איננו יודעים ואיננו מתאימים לבצע שיווק. זוהי אמירה פשטנית ומרוחקת מהאמת. שיווק (ומכירות כתוצאה של שיווק נכון) הינה תורה בעלת עקרונות ברורים ויכולת נרכשת. ובהדרכה נכונה והיעזרות בספקים מקצועיים טובים שקיימים בארץ ובחו"ל, יכולה כל חברת סטארטאפ לזהות את ההזדמנויות בשווקים הבינלאומיים ולהגיע אליהן. החברות הישראליות שהצליחו ומצליחות לעשות זאת, דוגמת WIX, Tvinci, Onavo, Matomy, GetTaxi ונוספות הן ההוכחה שזה אפשרי. בהחלט.

הכותבת היא מנכ"ל ובעלים של חברת Gaia, המתמחה באסטרטגיות שוק ושיווק לחברות סטארטאפ טכנולוגיות.