



הטכניון - מכון טכנולוגי לישראל
TECHNION - ISRAEL INSTITUTE OF TECHNOLOGY

THE S. NEAMAN INSTITUTE
FOR ADVANCED STUDIES IN SCIENCE & TECHNOLOGY

מוסד שמואל נאמן
למחקר מתקדם במדע ובטכנולוגיה

האחדת השוק האירופי ב-1992:

עמדות והשקפות בתעשית הפלסטיקה והפולימרים

פרופי שלמה מיטל
גבי אירנה ספנגנטל

ינואר 1990



הטכניון - מכון טכנולוגי לישראל
TECHNION - ISRAEL INSTITUTE OF TECHNOLOGY

THE S. NEAMAN INSTITUTE
FOR ADVANCED STUDIES IN SCIENCE & TECHNOLOGY

מוסד שמואל נאמן
למחקר מתקדם במדע ובטכנולוגיה

האחדת השוק האירופי ב-1992:

עמדות והשקפות בתעשיית הפלסטיקה והפולימרים

גב' אירנה ספנגוטל
NIJENRODE - NETHERLANDS
SCHOOL OF BUSINESS

פרופ' שלמה מי-טל
הפקולטה להנדסת תעשייה וניהול
הטכניון

.....

ברצוננו להודות: למר גבי רוזנבליט, יו"ר איגוד יצרני הפלסטיקה, שסייע בידינו בכל שלבי המחקר; לששים המנהלים שהקצו לנו מזמנם וענו על השאלון; לד"ר שושנה אברהמי, ד"ר שמואל קניג, ד"ר ש. פרייריך, אינג'. דוד כהן וירון קורן, עבור ייעוץ והדרכה; ולענר שהם, עבור עזרתו בקליטת הנתונים ועיבודם. סקר זה מהווה חלק מפרויקט מחקר גדול, בהנחיית ד"ר שמואל קניג, על "חלופות לקידום תעשיית הפלסטיקה והפולימרים בישראל", המבוצע במוסד ש. נאמן בשיתוף מכון ירושלים לחקר ישראל, עבור איגוד הפלסטיקה והפולימרים ומתימו"פ.

ינואר 1990

I. רקע

הרעיון להביא להאחדת השוק האירופי נולד בקרב מנהלים בכירים בחברות האירופיות הגדולות בסוף שנות השבעים. באירופה שררה אווירה קשה, לאור הצלחותיה הכלכליות והטכנולוגיות של יפן, לעומת הקפאון באירופה. הוחלט על מהלך בו ייווצר שוק גדול, בעל 340 מליון תושבים ותל"ג של מעל \$4,000 מיליארד, על ידי הורדת כל המכשולים לתנועה חופשית של הון יצרני, הון פיננסי, עבודה, מוצרים, שרותים, ומידע. מהלך זה היה, למעשה, השלמה טבעית לשוק המשותף, שנוצר ע"י הורדת מכסים.

ב"נייר הלבן" של הלורד קוקפילד מ-1985, ניתן פירוט מדוקדק של 285 התקנונים הדרושים כדי ליצור את השוק המאוחד. בקיץ 1985 הדו"ח אומץ והוחלט לבצעו עד 1992. לפי מחקרו של הכלכלן פ. קצ'יני, האיחוד הכלכלי יעניק שני יתרונות כלכליים עיקריים: הורדת עלויות ייצור עקב יתרונות לגודל הנובעים מיצירת השוק המאוחד, וכן עידוד תחרות חופשית ע"פ השוק האירופי כולו והשיפור הרב ביעילות שינבע מתחרות זו.

הארועים הבלתי צפויים בארצות מזרח אירופה נתנו דחיפה חזקה למגמת האיחוד האירופי. קיימת סברה, שאם הארצות הסוציאליסטיות (כולל ברה"מ) ישכילו לבצע את המעבר ממשק מתוכנן למשק חופשי ויצטרפו לאיחוד האירופי, ייווצר גוש סחר ענק בעל אוכלוסייה של 850 מליון נפש, העתיד להגיע להישגים כלכליים עדיפים לעומת מתחריו, ארצות מזרח אסיה וארצות צפון ודרום אמריקה.

ההיבט הישראלי: ישראל חתמה על הסכם סחר חופשי עם השוק המשותף בשנת 1975. הסכם זה קבע שישראל וארצות השוק המשותף יבצעו הורדות הדדיות במכסים על מוצרי יבוא תעשייתיים. ב-1.1.89, הושלם, למעשה, ההסכם, כאשר ישראל בטלה כמעט כליל את מכסיה על מוצרי תעשייה מאירופה. [השוק המשותף, מצידו, ביטל את מכסיו על רוב מוצרי התעשייה מישראל שנים לפני כן.]

סקר זה הינו תרגום חלקי של הדו"ח:
THE IMPLICATIONS OF EUROPEAN ECONOMIC UNIFICATION IN 1992
FOR ISRAEL'S PLASTICS INDUSTRY, S. NEAMAN INSTITUTE, OCTOBER 1989

מבחינתה של ישראל, תוצאותיו של הסכם זה היו מאכזבות, בשנים 87-1980 חל גידול רב בעודף היבוא של ישראל בסחר עם אירופה, ועודף זה מסתכם היום ביותר ממאה אחוז מס"ה עודף היבוא של ישראל עם כל ארצות העולם. זה, למרות הפיחות של הדולר של ארה"ב לעומת מטבעות אירופה בהיקף של כ-40 אחוז מאז אביב 1987, אשר ייקר יחסית את מוצרי אירופה לעומת אלו של ארה"ב.

הגידול הרב בגרעון הכללי של ישראל עם אירופה הועתק גם לתחום הפלסטיקה. לפי נתוני ה-EUROPEAN COMMISSION, בשנת 1980 השתוו היצוא והיבוא של חומרי גלם ומוצרי פלסטיקה ופולימרים, בין ישראל ל-12 ארצות השוק המשותף. עד 1983, נוצר עודף יבוא של \$75 מליון, וב-1988, תפח גרעון זה לסכום העולה על \$100 מליון. (ראה ציוס מס' 1). כמחצית מגרעון זה נובעת מסחר עם גרמניה. לישראל, עודף יצוא בפלסטיקה אך ורק בסחר עם אנגליה.

מדי פעם, חוזרת ממשלת ישראל ומצהירה על עצמאות כלכלית, כיעד לאומי, המעוגנת בצמיחה כלכלית עתירת-ייצוא. השגת יעד זה תחייב נקיטת צעדים לצמצום את הגרעון במאזן התשלומים, ע"י הקטנת עודף היבוא בסחר עם אירופה. ענף הפלסטיקה יצטרך לתרום את חלקו להשגת יעד חשוב זה.

המשמעות העיקרית של האחדת השוק האירופי היא: דווקא בתקופה בה מבקשת ישראל לצמצם את עודף היבוא שלה עם אירופה, נוצרים תנאים שיקשו על השגת יעד זה -- הגברת רמת היעילות של פירמות תעשייתיות שם, תוך יצירת מכשולים כלפי ארצות מחוץ לשוק המאוחד. יחד עם זה, לצד הקשיים יש גם פוטנציאל רב לרווח, הרי יצירת שוק גדול בעל כוח קנייה רב מבטיחה הישגים נאותים לכל חברה המצליחה לכבוש פלח ממנו.

אירופה תהיה הזירה בה יוכרע גורל מאמצי ישראל לצמצם את תלותה הכלכלית בארצות אחרות. בין 1960 ל-1987, גדל חלקו של הייצוא הישראלי המופנה לאירופה מכשליש לכשני שלישי. ישראל מייבאת מעל 50 אחוז מס"ה היבוא מארצות השוק המשותף -- אחוז זה הוא אף גבוה יותר מכמה מדינות השוק המשותף עצמן, כולל גרמניה המערבית.

צ י ו ר מ ס ' 1

ס"ה עודף היבוא (ייבוא פחות ייצוא) של ישראל מארצות השוק האירופי

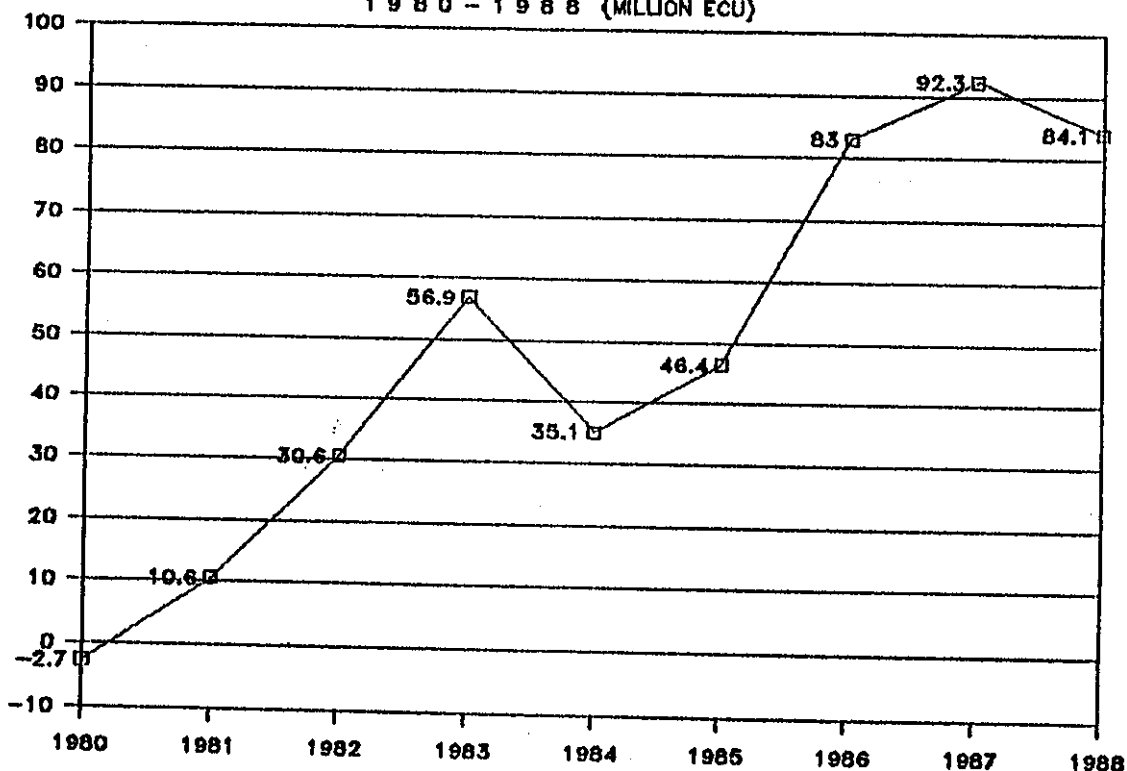
בפלסטיקה ופולימרים (מוצרים וחומרי גלם)

1980 - 1988

(מליוני ECU, 1 ECU שווה כ- US \$ 1.25)

ISRAEL'S IMPORT SURPLUS IN PLASTICS, EC

1980 - 1988 (MILLION ECU)



על רקע זה, הוחלט לבצע סקר עמדות והשקפות בקרב חברות בענף הפלסטיקה והפולימרים, העוסקות בייצוא, לגבי החשלוכות הצפויות מהאחדת השוק האירופי. מטרתנו היתה לבחון את מידת המודעות של הענף להתפתחות זו, להיערכות הנערכת בו, וללמוד על הצעדים הדרושים כדי לזרז היערכות זו ע"י הממשלה, הענף והמפעלים עצמם.

II. הסקר

משתתפים: ביולי-אוגוסט 1989, נשלחו 145 שאלונים לחברות קטנות, בינוניות וגדולות (לפי מושגים מקומיים) בענף הפלסטיקה, אשר ייצאו לפחות חלק מתפוקתן. רשימה זו כללה למעשה את כל היצואנים בענף. (עבור נוסח השאלון, ראה נספח). אחוז ההיענות היה גבוה -- הוחזרו ששים שאלונים. השאלון כלל שאלות על המשיב ומפעלו (מוצרים עיקריים, ייצוא, מספר מועסקים), וביקש חוות דעת על השפעת 1992 לגבי תקינה, אפיקי הפצה ושוק בחו"ל, סיוע ממשלתי, מידת הידע על 1992, והצעדים שיש לנקוט כדי להיערך, ע"י הממשלה, הענף והפירמה הבודדת. כחמישית מס"ה המשיבים היו מפעלים יחסית גדולים, המעסיקים מעל 100 עובדים. שני שלישי מהמפעלים שהשיבו היו מפעלים קיבוציים. היחס החציוני בין היצוא לבין ס"ה הפדיון היה כשליש.

טבלה מס' 1.

המפעלים שהשיבו לשאלון, לפי גודל, תלות בייצוא ומגזר (קיבוץ/לא

קיבוץ): ייצוא ממוצע, פדיון ממוצע ומספר המפעלים. *

מ י ד ת ה ת ל ו ת ב י י צ ו א

מייצא שלישי או פחות
מהתפוקה

מייצא יותר
משליש מהתפוקה

\$543 = X
\$4,242 = S
24 = N

\$3,080 = X
\$5,192 = S
19 = N

פחות מ-100
מועסקים

ג ו ד ל

\$1,490 = X
\$10,400 = S
5 = N

* \$19,464 = X
\$30,971 = S
7 = N

יותר מ-100
מועסקים

* מלבד נילית: \$13,208

ק י ב ו ן ל ע ו מ ת מ ג ז ר פ ר ט י

מפעלים קיבוציים

מפעלים פרטיים

\$2,130 = X
\$5,541 = S
32 = N

\$306 = X
\$2,101 = S
11 = N

פחות מ-100
מועסקים

ג ו ד ל

\$10,285 = X
\$21,257 = S
7 = N

* \$14,340 = X
\$24,000 = S
5 = N

יותר מ-100
מועסקים

* לא כולל נילית

* מקראה: X = ייצוא ממוצע שנתי (\$'000); S = פדיון ממוצע שנתי (\$'000)
N = מספר מועסקים

תוצאות כלליות: 60 המפעלים שהשיבו לשאלון מכסים מגוון רחב מאד של מוצרים. החוט המקשר ביניהם הוא, למעשה, שחומר הגלם הוא פלסטיקה. המוצר העיקרי בקרב המשיבים הוא מוצרי אריזה, ואחרי זה מוצרים לענפי האלקטרוניקה והבנייה. מתוך המשיבים, רק ששה לא עסקו בייצוא כלל לשוק האירופי.

באיזו מידה משפיעים התקנים הטכניים באירופה על הייצוא שלך

לשם?

מספר פירמות	% מס"ה המשיבים
19	32
27	45
14	23
60	100

ס"ה: אין השפעה
יש השפעה מסוימת
אינו יודע/
אין תשובה

כיצד ישפיעו השינויים הצפויים בכללי התקינה על הייצוא שלך

בעתיד?

מספר פירמות	% מס"ה המשיבים
11	18 %
17	28
16	27
16	27
60	100

ס"ה: אינו יודע
לא מצפה לשינוי
מצפה לשינוי
אין תשובה

חלק מהתקנונים לאיחוד השוק האירופי קשורים לאיחוד בכללי התקינה -- TECHNICAL STANDARDS -- או דרישות בהן יחוייבו מוצרים שונים לעמוד. אין זה ברור כלל היום מה יהיה אופי הסיכום הסופי בנושא זה. ספק רב אם אירופה תאמץ כללי תקינה אחידים, כפי שהנייר הלבן של 1985 מציע.

סביר יותר שיאומץ הכלל של "הכרה הדדית" -- מדינות החברות בשוק יכירו אחת בכללי התקינה של השנייה. גם בכלל זה, יש אי-בהירות: תיתכן הכרה הדדית:

- אם המוצר מיוצר או משווק באחת מארצות השוק;

- אם המוצר מיוצר וגם משווק באחת מארצות השוק;

אין זה ברור איזה פירוש יתקבל בסוף.

כמיצית המשיבים אמרו שכללי תקינה אכן משפיעים על היצוא שלהם, אולם רק 16 פירמות חשבו ששינויים בתקינה ישפיעו עליהם בעתיד. בתשובות, היתה אי-וודאות לגבי אופי כללי התקינה שיתקבל בסוף, אי-בהירות המשקפת חוסר-וודאות באירופה עצמה.

חשוב מאד שהמשלה או איגוד יצרני הפלסטיקה ימלאו תפקיד באיסוף מידע עדכני על התפתחויות בכללי התקינה הנקבעים באירופה. לדעת משיבים לא מעטים, עלולים כללי התקינה להוות מכשול מסוג NTB (מכשול שאינו בגדר מכס) לייבוא מחו"ל לאירופה.

מהו אפיק השווק שלך בחו"ל?

מספר משיבים	% המשיבים	
17	34	סוכנים:
17	34	מפיצים
5	10	חברות שוק בבעלות עצמית/ JOINT VENTURES
7	14	מכירה ישירה
3	6	אנשי מכירות
1	2	ירידים
50	100	ס"ה:

חלק מהמשיבים עשו הבחנה מרצונם בין ארה"ב לאירופה:

אפיקי שווק לארה"ב לעומת לשוק המשותף:

מספר המשיבים:	לשוק המשותף	לארה"ב	
	5	2	סוכנים:
	8	1	מפיצים
	4	4	חברות שווק בבעלות עצמית/ JOINT VENTURES
	0	2	מכירה ישירה
	0	0	אנשי מכירות
	1	0	ירידים
	—	—	
	18	9	ס"ה:

כשני שלישי מהמשיבים מסתמכים על סוכנים או מפיצים כאפיק שווק עיקרי. קיימת שאלה אם מפיצים או סוכנים, שאינם מועסקים ישירות ע"י החברה המייצאת, יהיו יעילים בשווק במידה מספקת. מומחים רבים התריעו על שווק כנקובת התורפה של הייצוא הישראלי, ויתכן שאחד הקשיים בענף הפלטטיקה נעוץ בהסתמכות על שווק "עקיף". סוג זה של עקיף מקים מחיצה בין היצרן לבין קוניו. זוהי סיבה נוספת מדוע צריכים הממשלה ו/או איגוד הפלטטיקה לספק מידע רב ועדכני על תנאי השוק ליצרנים. היצואנים עצמם צריכים להגביר את דרכי הקשר שלהם עם השוק ועם הקונים באירופה, לאור העובדה שמוצרים חדשניים רבים נולדים מהצעות של קונים, במקום במעבדות ובמפעלים של היצרנים. יש לבחון דרכי שווק חלופיות, כולל, אולי, מערכת שווקית משותפת למספר פירמות, תוך שיתוף פעולה בינן.

האם קיבלת סיוע ממשלת ישראל, למאמצי הייצוא שלך?

מספר המשיבים:

5 לא:

45 כן:

מזה:

24 מפעל מאושר

26 סובסידיה כללית לייצוא

8 סיוע במו"פ

10 סיוע בשוק

3 מענקים מיוחדים או הלוואות מיוחדות

5 אחר

האם אתה מצפה להמשיך לקבל סיוע מהממשלה?

לא: 4 כן: 27 לא יודע: 9

חלק הארי מהמשיבים אמרו שהם מקבלים סיוע מהממשלה למאמצי הייצוא שלהם. רובם הגדול השיבו שהם מצפים להמשיך סיוע זה. עיקר הסיוע: הענקת מעמד של מפעל מאושר, וכן הסובסידיה הכללית לייצוא.

אם אתה מייצא לאירופה: האם אתה עוקב אחרי ההתפתחויות

בשוק האירופי, הרלבנטיות לענף הפלסטיקה?

כן: 45 לא: 11

רובם הגדול של המשיבים עוקבים אחרי ההתפתחויות בשוק האירופי.

כיצד תשפיע יצירת השוק האירופי המאוחד ב-1992 על הייצוא

שלך? כיצד זה ישפיע על ייצוא הפלסטיקה בכלל?

מספר המשיבים*:

11	לא יודע/לא ברור
17	לא מצפה להשפעות
9	יהיו השפעות חיוביות
25	יהיו השפעות שליליות

* שני משיבים השיבו שיהיו גם תוצאות חיוביות וגם תוצאות שליליות, לכן הסך-הכל מסתכם ליותר מ-60.

אי וודאות רבה שוררת בקשר להשפעת האחדת השוק האירופי על יצואני הפלסטיקה. כמעט מחצית המשיבים ענו שלדעתם, לא תהיה השפעה או אין הם יודעים מה היא תהיה. לרוב, היתה או-וודאות רבה יותר לגבי השפעת האיחוד הכלכלי על ענף הפלסטיקה מאשר על הפירמה עצמה, עובדה המשקפת את האופי הטרוגני של יצרני הענף. כמה משיבים העריכו שיצרני פלסטיקה לצריכה ייפגעו יותר מאשר יצרני פלסטיקה לצרכים הנדסיים. מספר משיבים ראו הזדמנות בעבודה כ"קבלן משנה" עבור חברות מאירופה.

כיצד [האיחוד האירופי] ישפיע על ייצוא הפלסטיקה בכלל?

מספר המשיבים:

18	לא יודע:
2	אין השפעה:
6	השפעה חיובית:
16	השפעה שלילית:

ס"ה 42

מה, לדעתך, חייבים לעשות, כדי לעודד ייצוא מוצרי
פלסטיקה לאירופה, לאור האחדת השוק האירופי? -- ע"י הפירמה
שלך? ע"י הממשלה? ע"י ענף הפלסטיקה?

א. הפירמה עצמה:

אינו יודע	2
כלום	4
צעדים פנימיים בתוך הפירמה	34 (הורדת מחירים, מוצרים חדשים, הגברת היעילות, ח"ג זולים יותר)
שיתוף פעולה עם פירמות אחרות בארץ ובחו"ל	19 (מגע עם חברות ב-EC, שיתוף אסטרטגי עם חברות בארץ ובאירופה)
צעדים אחרים:	2

ס"ה: 61

ב. ע"י אגוד הפלסטיקה

אינו יודע	3
לא דרושים צעדים:	7
מידע ויועץ	6
תווך: מציעת קונים, שותפים, מוצרים וכו' 20	(מציאת מוצרים חדשים, שותפים וכן שווקים וקונים)
ייצוג מפני הממשלה (הורדת מחיר ח"ג, סיוע למו"פ, סיוע למו"פ, וכו')	15 (הורדת מחירי ח"ג, סיוע במו"פ, עידוד השוק בחו"ל)

ס"ה: 51

ג. ע"י הממשלה

0	לא יודע
1	אין צעדים
21	סביבה מאקרו-כלכלית נוחה יותר
(הורדת מסים וריבית, כלכלה חופשית יותר, פחות ביורוקרטיה, שער חליפין גבוה יותר).	
21	סיוע כספי
(טבסוד הובלה ימית, סיוע במו"פ, טבסוד ייצוא ומחקר שוק)	
12	צעדים פוליטיים
(הסכמים עם מדינות אחרות (לא רק אירופה), הגנה מפני יבוא, הגנה מפני היצף, עידוד לייזמות)	
7	"תווך"
(סיוע במציאת שותפים אסטרטגיים)	

ס"ה: 62

המשיבים לשאלון מסור לנו רשימה ארוכה ומפורטת מאד של צעדים בהם יש לנקוט כדי להיערך ל-1992. הבחנו בין צעדים שיינקטו ע"י הפירמה, ע"י נציגי ענף הפלסטיקה וכן ע"י הממשלה.

עבור איגוד הפלסטיקה, התפקיד העיקרי המוצע היה של "מתווך" -- מציאת מוצרים חדשים, קונים, שותפים, וארגון קורסי לימוד רבים יותר עבור עובדים המצטרפים לענף ללא בקיאות ספציפית בתחום הפלסטיקה. כן הוצע שהאיגוד יספק מידע רב יותר, כולל מידע משפטי וארגוני.

תשובות המשיבים שקפו תלות רבה בממשלה, בהתאם לתפקיד המרכזי שהממשלה משחקת בחיי המשק. רשימה ארוכה של הצעות לפעילויות ממשלתיות ניתנה, ביניהן: הוזלת האשראי, הוזלת עלות ההובלה הימית, טבסוד חדירה לשווקים חדשים, מציאת אפיקי שוק, סיוע בשווק ומו"פ, מו"מ בדרג הפוליטי הבכיר, וסיוע בהשקעות הדרושות באירופה.

חמישה משיבים, למשל, ביקשו צעדים ליצירת כלכלה חופשית יותר, אולם שלושה מתוכם גם דרשו התערבות להגדלת טבסוד על הובלה ימית. רוב ההצעות לצעדים מצד הממשלה היו קשורות לאמצעי עידוד כלליים לייצוא, ולא דווקא ל-1992 באופן ספציפי -- למשל, החזרת מע"מ תוך פרק זמן קצר יותר, החזרת מס הנמלים (2 אחוז), והבטחת שער חליפין ריאלי גבוה יותר.

יש ענין רב ב-1992 בענף הפלסטיקה, אולם יש מודעות שהאסטרטגיה כלפי 1992 חייבת להיות חלק מתכנית כוללת ומקיפה, לשיפור תחרותיות ישראל בשוקי העולם לטווח הארוך. תכנית זו חייבת לכלול אלמנטים של: הגדלת מו"פ, עידוד שותפויות אסטרטגיות, באירופה ובארצות אחרות, לפני ואחרי 1992.

יש מודעות כללית בענף, שההוצאות על מחקר ופיתוח (פחות מאחוז אחד מהמכירות) הן הרבה מתחת לרמה ההכרחית המינימלית.

האם נחוץ גידול בהוצאות מו"פ?

כן 47 לא 5

האם לדעתך שיתוף פעולה אסטרטגי עם חברה או חברות אחרות

בענף הוא אפשרי ורצוי? אם כן, איזה סוג של שיתוף פעולה?

לא יודע 1

אין צורך 1

יש צורך 19

מזה:

שותף בארץ 3

שותף מחו"ל 5

שותף בארץ ומחו"ל 2

כל סוג של שיתוף 9

שטח שיתוף הפעולה:

מו"פ 7

ייצור 8

שוק 16

מידע 4

אחר 6

ס"ה: 41 (חלק מהמשיבים ציינו יותר משטח אחד)

שיתוף פעולה אסטרטגי? (המשך)

עם מתחרה?

- 1 לא, עם חברה שאינה מתחרה
- 1 יצרן המייצר מוצר "משלים"
- 1 כל סוג של חברה
- 2 מתחרה
- 9 אחר

ס"ה: 14

האם קיים כבר הסכם לשיתוף פעולה אסטרטגי?

כן: 7

השאלות מעידות על מודעות רבה לצורך בשיתוף פעולה, הן בין חברות ישראליות והן בין חברות מקומיות חברות בחו"ל. עד עכשיו, אופיו התחרותי של הענף הווה מכשול לשיתוף פעולה זה.

התחום העיקרי בו נדרש שיתוף פעולה היה "שווק". שבעה משיבים ענו שיש להם כבר הסכם לשיתוף פעולה עם חברה אחרת. "חברות קטנות חייבות לעבוד ביחד", ציין משיב אחד. מספר משיבים ענו שהם "פתוחים" לכל הצעה -- אולם, לדעתנו, הצעות והזדמנויות לא יתרחשו מעצמם אלא יש ליזום חיפוש יסודי לגלותם.

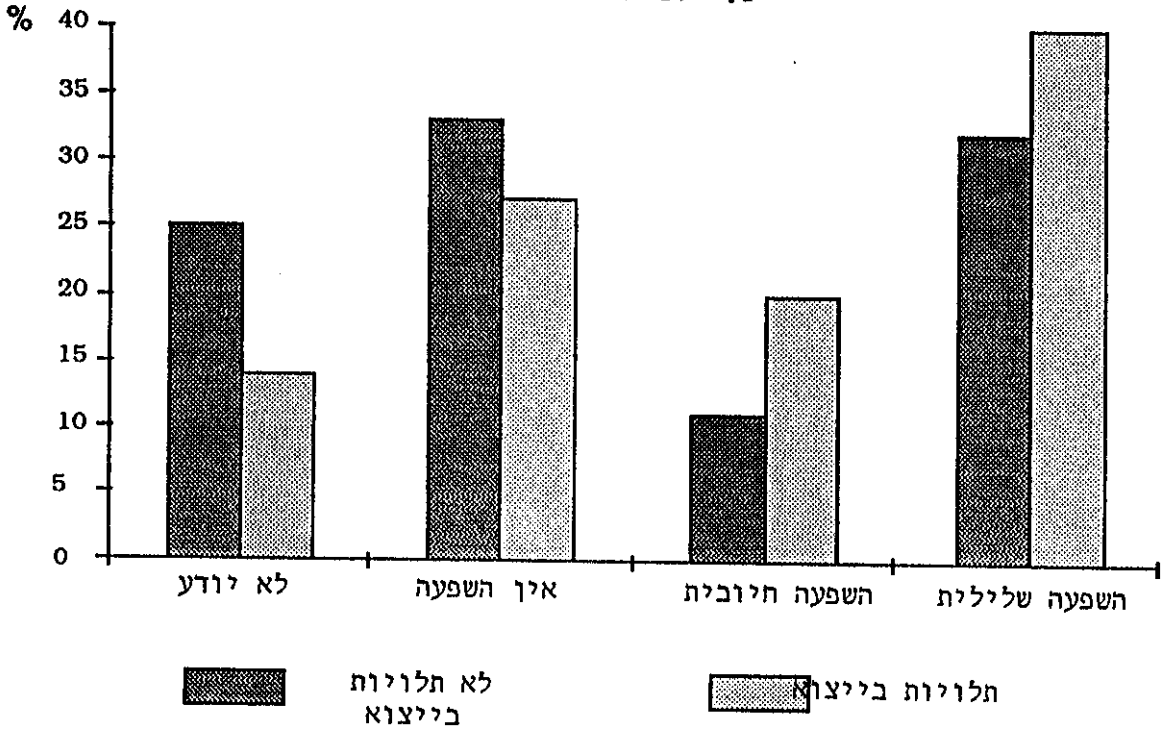
חברות התלויות בייצוא לעומת חברות שאינן תלויות בייצוא:

היו הבדלים משמעותיים, כצפוי, בין חברות המייצאות יותר משליש מתפוקתן לעומת אלו המייצאות פחות משליש. (ראה ציור מס' 2.1)

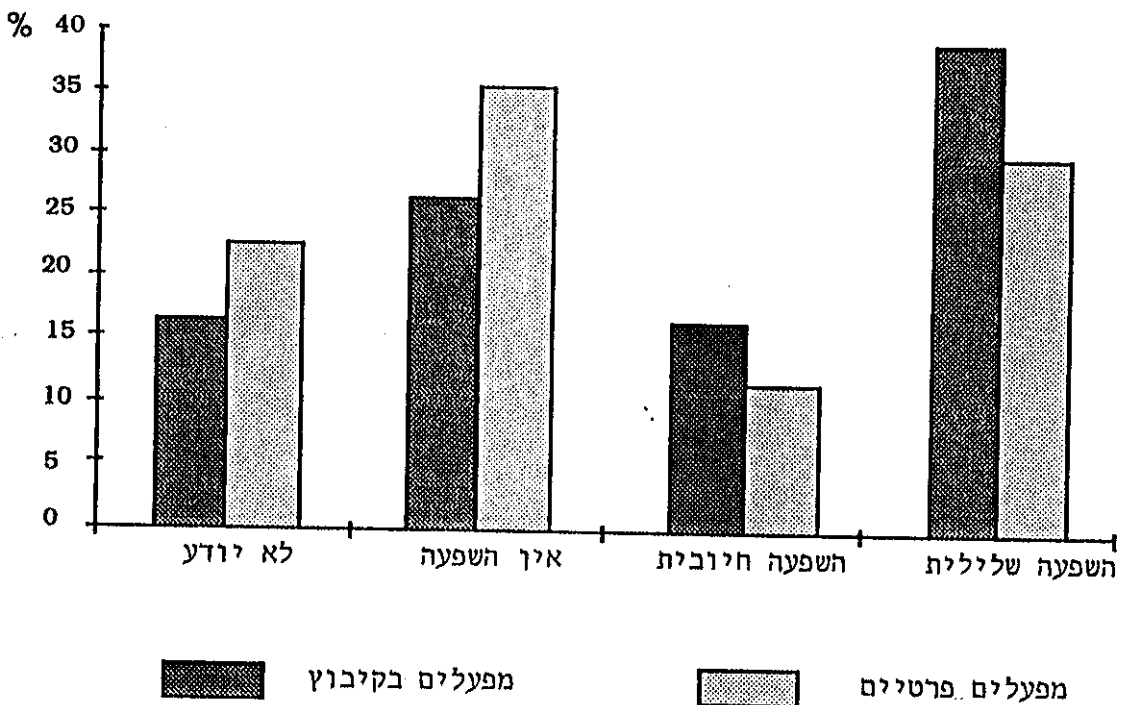
חברות התלויות יותר בייצוא מייצאות יחסית יותר מוצרי ביניים, לעומת מוצרי צריכה מוגמרים. הם מייצרים יותר מוצרי אריזה, ומוצרים לענף החקלאות. מוצרים מושפעים מאד ע"י כללי התקינה, ויש הבדל גדול בציפיותיהם לגבי השפעות שינויים בתקינה בעתיד -- 40 אחוז מהחברות התלויות בייצוא מצפות לשינויים בתקינה, לעומת 15 אחוז בקרב חברות שאינן תלויות.

השפעת האחדת השוק האירופי על הייצוא:

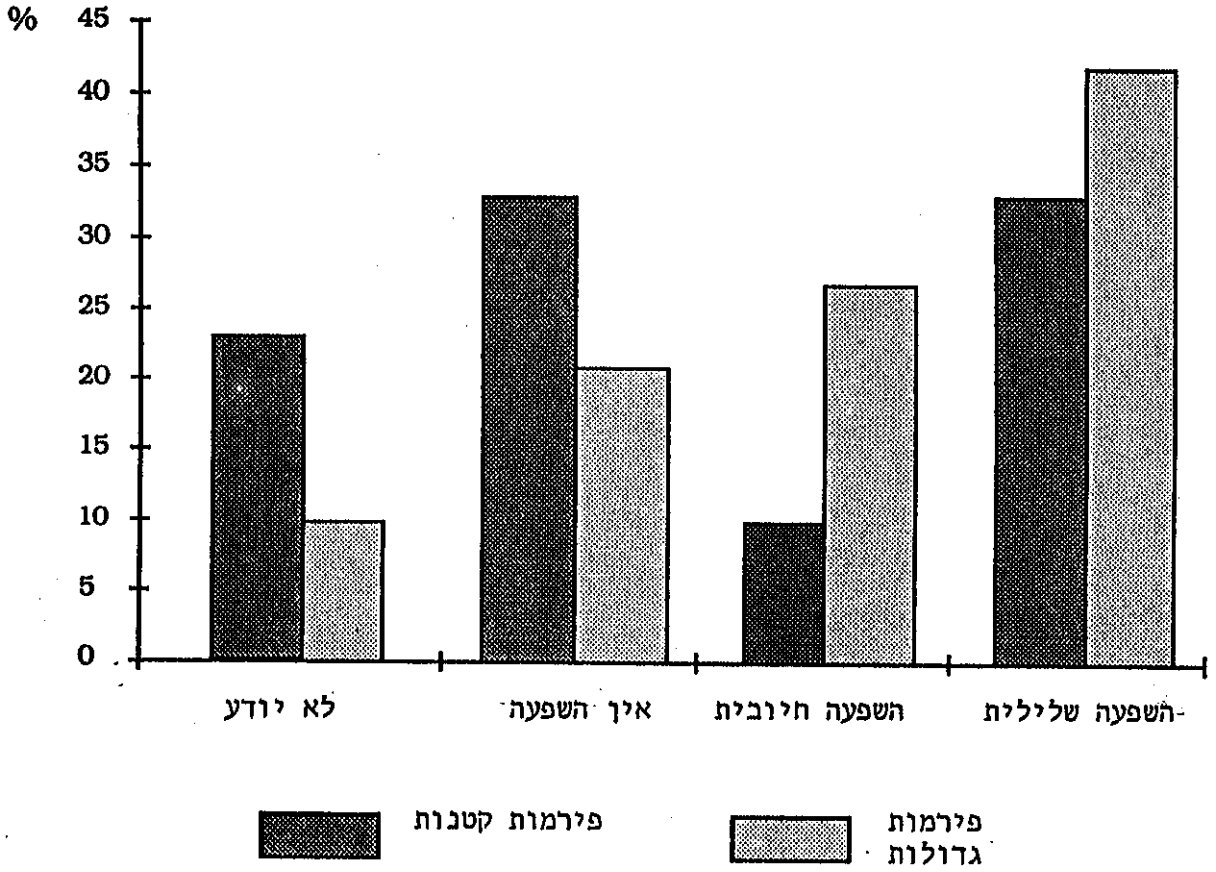
1. לפי תלות או אי-תלות בייצוא



2. קיבוץ לעומת פרטי



3. פירמות קטנות לעומת פירמות גדולות



חברות התלויות בייצוא משתמשות יותר בחברות שווק משותפות או חברות שווק בבעלות עצמית, לעומת סוכנים או מפיצים. הן מקבלות סיוע רב יותר במו"פ מהממשלה. חברות תלויות בייצוא פסימיות יותר לגבל 1992, אולם אחוז גבוה יותר מתוכן ראו ב-1992 גם תוצאות חיוביות (19 אחוז, לעומת 9 אחוז בקרב חברות שאינן לתויות בייצוא).

לגבי צעדים שיש לנקוט: חברות לא תלויות בייצוא הדגישו: שיפור באיכות ויעילות, הוזלת מחיר ח"ג, וניצול ירידים בחו"ל. חברות התלויות בייצוא הדגישו: הרחבת הייצור. מובן מאליו שחברות התלויות בייצוא ביטאו צורך בשיתוף פעולה עם חברות בחו"ל, בזמן שחברות שאינן תלויות בייצוא העדיפו שיתוף פעולה עם חברות מקומיות.

אחוז גבוה יותר מהחברות התלויות בייצוא מאמין שאיגוד הפלסטיקה אינו יכול לסייע בידן להרחיב את הייצוא. הן מעונינות במידע רב יותר על 1992 ומאמינות שאיגוד הפלסטיקה יכול למלא תפקיד בהספקת מידע זה. החברות שאינן לתויות בייצוא חשבו שאיגוד הפלסטיקה יכול למלא תפקיד של "מתווך".

חברות תלויות בייצוא רבות יותר ראו צורך בהגדלת הסיוע הממשלתי (81 אחוז מהן, לעומת 25 אחוז מחברות שאינן תלויות בייצוא). מתוך שבע החברות בעלות הסכם לשיתוף פעולה אסטרטגי, שש היו תלויות בייצוא.

מפעלים קיבוציים לעומת מפעלים במגזר הפרטי:

כשני שלישי מהמשיבים השתייכו למגזר הקיבוצי. המפעלים הקיבוציים מייצרים יותר מוצרי מתוחכמים, בזמן שהמפעלים הפרטיים מייצרים יותר מוצרי אריזה, צריכה ומכשירים ביתיים. כמחצית מהחברות הפרטיות בטאו אי-וואדות לגבי השפעת 1992 עליהן, לעומת 21 אחוז בלבד מהמפעלים הקיבוציים. ארבעה מתוך 18 חברות פרטיות הציעו צעדים להוזלת מחיר חומרי הגלם, לאומת 5 מתוך 41 המפעלים הקיבוציים. (ראה ציור מס' 2.2).

אחוז גבוה יותר של המפעלים הקיבוציים ציפו להשפעות שליליות מ-1992, אולם אחוז גבוה יותר גם ציפו להשפעות שליליות; תוצאה זו מוסברת ע"י האחוז הנמוך יותר בקרב הקיבוצים, המבטא אי-וודאות לגבי השפעת 1992. רק 5 אחוז מהמפעלים הפרטיים רצו שיתוף פעולה בתחום המו"פ, לעומת 20 אחוז מהמפעלים הקיבוציים. 16 אחוז מהמפעלים הפרטיים הביעו רצון להסכם שיתוף פעולה אסטרטגי, לעומת 39 אחוז מהמפעלים הקיבוציים.

חברות קטנות לעומת גדולות:

לצורך מחקר זה, חולקו המשיבים לשתי קבוצות: חברות המעסיקות מאה עובדים ויותר, וחברות המעסיקות פחות ממאה עובדים. בקרב המשיבים, היו 43 חברות קטנות ו-17 גדולות. כמחצית החברות הקטנות נוסדו לפני פחות מעשר שנים. כל החברות הגדולות חוץ מאחת נוסדו לפני 10 שנים או יותר.

כמחצית החברות הקטנות השיבו ש-1992 לא ישפיע על הייצוא או הביעו אי-וודאות לגבי ההשפעה, בזמן שפחות משליש מהחברות הגדולות השיבו כך. 5 מתוך 17 החברות הגדולות השיבו שיהיו השפעות חיוביות מ-1992, כאשר רק 4 מתוך 43 החברות הקטנות השיבו כך.

הן החברות הקטנות והן החברות הגדולות ראו צורך ה"שיתוף פעולה" כצעד להיערכות לקראת 1992. אחוז גבוה יותר מהחברות הגדולות ראו צורך בצעדים ע"י הממשלה. חברות גדולות, למעשה, מרגישות לא פחות תלויות בסיוע ממשלתי מאשר חברות קטנות. מבחינת הצורך בהגדלת הוצאות מו"פ, חברות גדולות מרגישות יותר בצורך, אולי בגלל שחברות קטנות בלאו הכי מרגישות שאינן מסוגלות לבצע תכניות מו"פ.

מעניין לציין ששבע מתוך החברות הגדולות הביעו אי-וודאות לגבי השפעת

1992 על ענף הפלסטיקה בכלל.

.III המלצות

1. אי-הוודאות בענף הפלסטיקה לגבי השפעת 1992 על המפעל הבודד, ועל הענף כולו, היא ניכרת. אי-הוודאות זו פוגעת בהשקעות ובתכנון. דרושה תכנית אסטרטגית מקיפה לטווח הארוך, המשלבת פעילות של הממשלה, הענף וכן המפעלים עצמם, לשיפור התשתית האנושית והיצרנית, הגדלת המו"פ, שיפור מאמצי השוק, מגדלת השקעות הון בארץ ומחו"ל, ייצוב הסביבה המאקרו-כלכלית, עידוד היזמות, והבטחת שער חליפין ריאלי סביר.
2. קיימת הכרה בענף שהגדלת ההשקעות במו"פ היא חיונית. יש לנקוט בצעדים -- הקלות מס, אולי -- לעידוד השקעות במו"פ. יש לפעול לעודד תכניות מו"פ משותפות, שיתוף שנפגע כתוצאה מופיו התחרותי של הענף.
3. בזמן שמתקדים במדיניות המאקרו-כלכלית של הממשלה לגבי 1992 והיערכותה (או אי-היערכותה), למעשה יהיו אלה צעדי המפעלים עצמם אשר יקבעו אם ההתמודדות עם 1992 תהיה מוצלחת או כושלת. הממשלה צריכה למלא תפקיד חשוב באיסוף מידע, ע"י צוות המתמקם באופן קבוע באירופה. אולם, לבסוף, הצלחת מפעלים לייצור פלסטיקה ופולימרים לנצל את הפוטנציאל הטמון ב-1992 ולהקטין את הנזק הכרוך בו, תלוייה בצעדים שהם ינקטו בעצמם, ובמיקום הנכון שכל מפעל יקבע בשוק האירופי.
4. גילינו מודעות ציבורית ערה ורגישה לנושא האקולוגי באירופה. לדעתנו, יש כאן גומחה למפעלי הפלסטיקה בישראל, בייצור מוצרים הנוחים מבחינה אקולוגית. גם אם לא יחוקקו חוקים מחמירים בנושא זה באירופה, הרי רגישות הקונים תתן עדיפות למוצר "נקי" מבחינה אקולוגית. לישראל, ידע מסויים בתחום זה, שיש לנצלו היטב.
5. עלות חומר הגלם היא חלק ניכר מעלות המוצר הסופי בפלסטיקה, וחשיבותה באה לידי ביטוי בתשובות לשאלונים. מציאת דרכים להוזיל את עלות חומר הגלם תתרום רבות לשיפור מידת התחרותיות של הענף כולו. מאחר ומקור כמחצית מחומר הגלם של הענף הוא מהתעשייה הפטרו-כימית בארץ, יש לבחון ענף זה מחדש ומדיניות התמחיר בו, מהזווית של רווחת המשק הלאומי.

6. יש מודעות רבה בענף לחשיבות של STRATEGIC ALLIANCES ו-

JOINT VENTURES. נושא זה הוא סבוך הרבה יותר ממה שלדעתנו מובן בענף. יש סוגים רבים מאד של שיתוף אסטרטגי. יצירת גוף או מוסד שיעסוק, מתוך בקיאות ומומחיות, בעידוד שיתוף אסטרטגי -- בארץ ובחו"ל -- תביא תועלת לענף. יש לחקור היטב את נושא שיתוף אסטרטגי מזווית צרכי הענף ואופיו. יש לנצל מומחיות חברות זרות, המתמחות ב"שידוך" בין חברות ואשר צברו נסיון רב והצלחות בתחום זה בעבר.

7. תחרות עסקית היא בריאה, מבחינת השוק המקומי, אולם לעתים מזיקה מבחינת מאמצי שוק בחו"ל. יש למצוא דרכים לעודד שיתוף פעולה בין חברות בענף הפלסטיקה להגדלת הייצוא. צורך זה ידוע מזה שנים, לאנשי הענף, אולם מעט נעשה בנידון. יצירת יחידות גדולות יותר לצורך מו"פ וייצוא היא חיונית, ומהווה אולי הצעד החשוב ביותר שענף הפלסטיקה יכול לנקוט כהכנה להאחדת השוק האירופי.

8. לרוב, יש לתפח אסטרטגיה המבוססת על איתור וניצול "גומחות". את המגרעות הקיימות בארץ בתחום העלות -- מגרעת שתגדל עקב 1992 -- יש לקזז ע"י גמישות ומהירות בהבאת מוצרים חדשים לשוק, תוך דגש על מערכות המלוות בשירות ללקוחות, הנותנות יתרון תחרותי לקונים, ואשר קשורות היטב למוצרים בהם הן תומכות. בתשובות לשאלון, התגלתה התלות באפיקי שוק עקיפים. פירוש הדבר: חוסר קשר ישיר עם הקונים, מהם בא הדחף העיקרי לשיפור מוצרים קיימים ולפיתוח מוצרים חדשים. יש למצוא דרכים להדק את הקשר עם השוק, ולמסד הקשר בין גישת הלקוח למוצר לבין התהליך בו הוא משופר ומותאם.

השאלון

נא לענות על השאלות הבאות בדף התשובות המצורף.

1. מהו מוצרך העיקרי? אילו מוצרים אחרים הינך מייצר?
2. מהם מוצרי הייצוא העיקריים שלך?
3. מהו ס"ה הפדיון השנתי? ס"ה הייצוא השנתי?
4. לאילו מדינות הינך מייצאת? איזה אחוז מהייצוא נמכר לכל מדינה? מדוע אתה מייצא למדינות אלו, ולא לאחרות?
5. באיזו מידה משפיעים התקנים הטכניים באירופה על הייצוא שלך לשם? כיצד ישפיעו השינויים הצפויים בכללי התקינה על הייצוא שלך בעתיד?
6. מהו אפיק השוק שלך בחו"ל?
7. מהו שיעור הגידול השנתי הריאלי בייצוא, במשך עשר השנים האחרונות?
8. האם קיבלת סיוע מממשלת ישראל, למאמצי הייצוא שלך? האם אתה מצפה שסיוע זה יימשך?
9. אם אתה מייצא לאירופה: האם אתה עוקב אחרי ההתפתחויות בשוק האירופי, הרלבנטיות לענף הפלסטיקה? כיצד תשפיע יצירת השוק האירופי המאוחד ב-1992 על הייצוא שלך? כיצד זה ישפיע על ייצוא הפלסטיקה בכלל?
10. מה, לדעתך, חייבים לעשות, כדי לעודד ייצוא מוצרי פלסטיקה לאירופה, לאור האחדת השוק האירופי? -- ע"י הפירמה שלך? ע"י הממשלה? ע"י ענף הפלסטיקה?
11. האם לדעתך נחוץ לענף גידול בהוצאות מחקר ופיתוח? אם כן, על ידי מי? (החברה שלך בלבד? בשיתוף חברות אחרות?)
12. האם לדעתך שיתוף פעולה אסטרטגי עם חברה או חברות אחרות בענף הוא אפשרי ורצוי? אם כן, איזה סוג של שיתוף פעולה?

שם החברה: _____ שם ותפקיד המשיב: _____
מס' טלפון: _____ כתובת: _____

ד ן ת ש ו ב ת

1. מוצר עיקרי: _____
מוצרים אחרים: _____
2. מוצר ייצוא עיקרי: _____
3. ס"ה פדיון שנתי (1988): _____ ס"ה ייצוא (1988): _____
4. מדינות אליהן אתה ממיצא: _____

מדינה	% מס"ה הייצוא	סיבה לייצוא למדינה זו
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

5. השפעת תקנים טכניים באירופה על הייצוא?

השפעת שינויים צפויים בתקינה על הייצוא בעתיד?

6. אפיק השוק בחו"ל:

7. שיעור גידול שנתי ריאלי של הייצוא, בעשר השנים האחרונות:

8. קבלת סיוע ממשלתי?

_____ סוג:

_____ האם זה יימשך בעתיד?

9. האם אתה עוקב אחרי התפתחויות באירופה?

כיצד תשפיע האחדת השוק האירופי: על הייצוא שלך?

על הייצוא של ענף הפלסטיקה:

10. צעדים לעודד ייצוא מוצרי פלסטיקה לאירופה:

ע"י הפירמה שלך: _____

ע"י ענף הפלסטיקה: _____

11. האם נחוץ גידול בהוצאות מו"פ? _____

באיזו צורה? _____

12. האם רצוי שיתוף פעולה עם פירמה אחרת בענף? _____

אם כן, איזה סוג של שיתוף פעולה? _____

רשימה ביבליוגרפית

P. CECCHINI. THE EUROPEAN CHALLENGE 1992. WILWOOD HOUSE: LONDON 1988

J PELKMANS AND A. WINTERS. EUROPE'S DOMESTIC MARKET. ROUTLEDGE,
LONDON 1988.

M. CALLINGAERT. THE 1992 CHALLENGE FROM EUROPE. NATIONAL PLANNING
ASSOCIATION, WASHINGTON 1988

השוק האירופאי המשותף: 1992. כור תעשיות: אגף בקרה וכלכלה, אפריל
1989.

איחוד הקהילה האירופאית לקראת 1992: לקט מאמרים. א. ביז'אוי,
MARTOP STRATEGY & MARKETING, תל אביב יוני 1989.