

המהפך המקוון בשוקי הקמעונאות והמסחר בעולם רונן לוזון

מנוע צמיחה שאין הרבה כמותו יחמוק לנו מבין הידיים

זירת המסחר העולמית משנה את פניה לכלי היכר. לאחר שנים רבות של מסחר "פיזי", שהכריח את הקמעונאים להפעיל חנויות ואת הקונים לצאת מהבית ולהגיע אליהן, נראה כי היום צרכנים רבים בישראל - ובעולם -



זונחים את הרגלי הקנייה המסורתיים שלהם, ועוברים לרכישה מקוונת. בעולם - נסגרים קניונים פיזיים רבים ומוחלפים ב"קניון" אמוזן; וגם קמעונאי ענק, כמו סירס, מייסיס, גאפ, רדיו-שאק ואפילו קיימארט, שנראו כבלתי גגיעים, סוגרים מאות סניפים. וגם אצלנו, בישראל, רשת סופר-פארם הודיעה החודש על פתיחת אתר מסחר מקוון. נוסף לשינוי באורח החיים שלנו, מדובר במשמעות כלכלית אדירה. המציאות החדשה, של "צרכנות ללא גבולות" וללא תלות במיקום פיזי, היא הזדמנות ראויה לממשלת ישראל להוסיף לשוק מקומות עבודה רבים נוספים, להקים מרכזי סחר מקוון בפריפריה, להגדיל את ההכנסות של המדינה ממסים ולהגדיל את התל"ג. אבל נראה כי מקבלי ההחלטות יושבים בחיבוק ידיים ונותנים למדינות אחרות ליהנות מהפירות.

קטר הצמיחה הבא נמצא בפתח, ורק ממתין שנפתח לו את הדלת. כרי להבין את סדרי הגודל - מסחר-אלקטרוני גלובלי (E-commerce) עתיד לצמוח בשנת 2017, ב-16.4%, ולהגיע לסכום מוערך של 2.197 טריליון דולר; ובשנת 2018 המסחר המקוון עתיד להאמיר לסכום של 2.489 טריליון דולר. מדובר בכלל ענפי המסחר, ובשווקים צומחים בעלי פוטנציאל עצום.

לדוגמה, שוק הביגוד העולמי, שחלקים נכבדים ממנו כבר "נכבשו" על-ידי זירות מסחר מקוון, מוערך ב-3 טריליון דולר (3,000 מיליארד דולר), והוא מהווה 2% מהתמ"ג העולמי (תוצר-מקומי-גולמי). גם שוק פחות מוכר וצביבור הרחב, שוק השילוחים (תעשיית משלוחי החבילות), אמור לפי תחזית של Accenture Consulting, אחת מחברות הייעוץ הגדולות בעולם, לגדול ב-9% מדי שנה - ולעלות בשנת 2020 ליותר מ-343 מיליארד דולר.

גם אנחנו בישראל הקטנה יכולים כבר לומר, שמלבד מהיותנו "High-tech nation" אנחנו בדרך להיות גם "e-commerce nation". הישראלים קונים, מוכרים וסוחרים בכל העולם. יש כאן גם נקודה נוספת - אופי מסחר שמדלג על מתווכים ומתגבר על פוליטיקה. בעבר, חרם צרכנים על תוצרת ישראלית כתוצאה מפעילויות של ארגונים כמו ה-BDS ונוספים, פגע קשות בהיקף המסחר. גם מסחר פיזי אמיתי עם מדינות ערב השכנות היה - ועודנו - בעייתי. מנגד, המסחר המקוון, שבו בולטים התנאים של שוק חופשי גלובלי, עם פחות חשיכות ללאומיות, מאפשר ויאפשר לישראלים לבלוט ולהצליח יותר, ורבים כבר מתפרנסים ממנו כיום. מדינות רבות כבר מנצלות בחוכמה את המצב הקיים;

וגם אצלנו, יש מי שכבר הבין את הערך של השקעה במסחר מקוון. למשל, התבטאותה באחרונה של השרה גילה גמליאל, שאמרה: "עסקים קטנים ובינוניים ברגש על מסחר מקוון הם המפתח לחיזוק הפריפריה". גם "הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים" במשרד הכלכלה והתעשייה, ו"מטה ישראל דיגיטלית" במשרד לשוויון חברתי, יצרו תוכנית סיוע ממשלתית לקידום מסחר מקוון ושיווק באינטרנט עבור עסקים קטנים ובינוניים.

אבל כל מה שנאמר ונעשה עד כה הוא בבחינת "טיפה בים". חבל שהממשלה לא מזהה את מלוא הפוטנציאל, ומפספסת הזדמנות פז. ויש מה לעשות. פתרון אפשרי אחד יכול להיות הקמת קרן ייעודית במשרד ממשלתי, שתקצה כספים לפיתוח והקמת עסקים בתחום המסחר המקוון. פתרון נוסף יכול להיות הקמת לשכת סיוע ממשלתית שתתמקד בתחום. אלה רק שניים, וישנם פתרונות נוספים.

השורה התחתונה ברורה: אם מקבלי ההחלטות לא יעשו צעדים מידיים, "מנוע צמיחה" שאין הרבה כמותו יחמוק לנו מבין הידיים. ●