Gniewomir Pieńkowski

INTERNATIONAL BUSINESS AND POLITICS: ISRAEL

VOLUME II

LANGUAGES:
JĘZYKI:




Gniewomir Pieńkowski

INTERNATIONAL BUSINESS AND POLITICS ISRAEL

VOLUME II

Łódź 2015r.

Skład, redakcja i korekta techniczna: Wydawnicto Locuples
Projekt okładki: Wydawnictwo Locuples

Niniejsza publikacja jest objęta ochroną prawa autorskiego. Uzyskany dostęp upoważnia wyłącznie do prywatnego użytku. Książka ani żadna jej część nie mogą być publikowane w całości ani w jakikolwiek inny sposób powielane bez zgody autora.

Copyright©: International Business and Politics; Gniewomir Pieńkowski

ISBN: 978-83-65297-48-8

Łódź 2015r.

Spis treści

Wstęp……6

Alija Russit. Rosyjska rewolucja w Izraelu…….....9

Służba wojskowa w Izraelu – zaszczyt czy smutna konieczność?!.....17

Dobrzy przyjaciele. Amerykańsko - izraelska współpraca gospodarcza……..23

Dwa oblicza. Konflikt arabsko - żydowski w pierwszej połowie XX wieku…….....31

Burzliwa historia. Relacje rosyjsko – żydowskie w okresie międzywojennym……45

Izrael państwem start – upów?!.....53

Wstęp

XXI wiek zmienił świadomość zarówno zwykłych ludzi jak i menedżerów biznesu i polityków na całym świecie. Postępująca globalizacja, rozwój Internetu i sieci komórkowych doprowadziły do zatarcia pojęć „daleki" i „bliski". Obecnie to co kiedyś wydawało się „dalekie" jest na „wyciągnięcie" dłoni – możemy na takim samym poziomie współpracować z partnerami naukowymi i biznesowymi, zarówno ze swojego miasta, województwa, jak i z całego kraju oraz kontynentu, czy też nawet świata. Człowiek przestał być ograniczony w rozwoju, obecnie tylko od niego zależy, czy coraz to bardziej postępującą globalizację wykorzysta z korzyścią dla siebie i kraju, czy też „zamknie się szczelnie w skorupie" i będzie się przyglądał temu procesowi obojętnie z zewnątrz.

Utrzymywanie bliskich kontaktów z przedstawicielami innych państw, często też innych kultur może być pożyteczne dla obydwu stron relacji, konieczne jest jednak poznanie warunków, w których taka osoba lub organizacja funkcjonuje m.in. kultury kraju, systemu: społecznego, politycznego, prawnego i zasad funkcjonowania krajowej gospodarki. Dzięki posiadaniu wiedzy z tego zakresu, możliwa stanie się efektywna współpraca, zarówno biznesowa, naukowa jak i pomiędzy jednostkami.

W celu ułatwienia nawiązywania interakcji z partnerami z innych państw oddajemy w ręce Czytelników drugi tom serii monograficznej: International Business and Politics. Celem każdego tomu będzie przybliżenie Czytelnikom społeczno – kulturowych, politycznych, ekonomicznych i prawnych uwarunkowań funkcjonowania wybranych państw. Ukazane zostaną interakcje pomiędzy strategicznymi decyzjami podejmowanymi przez rządzących, wydarzeniami politycznymi na arenie krajowej jak i międzynarodowej a rozwojem gospodarki. Dzięki takiemu spojrzeniu na problemy polityki i biznesu Czytelnik będzie mógł zrozumieć znaczenie myślenia interdyscyplinarnego i globalnego w tworzeniu dobrobytu narodów oraz wykorzystać wiedzę w tworzeniu efektywnej współpracy międzynarodowej.

Praktycy biznesu dzięki lekturze monografii będą mogli zadać sobie pytania ułatwiające rozwój: „Jakie czynniki pozaekonomiczne doprowadziły do osiągnięcia takich wskaźników ekonomicznych przez wybrane kraje i zagraniczne przedsiębiorstwa"; „Czy czynniki pozaekonomiczne wpłyną na wskaźniki ekonomiczne działań naszych jak i partnerów biznesowych krótkotrwale, czy też długotrwale"; „Jak mocno państwo oddziaływuje na gospodarkę w wybranych państwach" „Jak duże ryzyko w działalności gospodarczej przedsiębiorstwa poza granicami kraju niosą ze sobą potencjalne kryzysy wewnętrzne"; „Czy w przypadku wystąpienia kryzysu na terenie państwa, do którego wchodzimy z naszą ofertą możemy liczyć na pomoc państwa"; „Jak do tej pory takie państwo radziło sobie z przezwyciężaniem kryzysów, czy było zupełnie niezaradne i niewydolne i pozwalało na jego eskalację, czy też potrafiło zatrzymać jego rozwój i stworzyć pewnego rodzaju bufor bezpieczeństwa dla biznesu – zarówno lokalnego jak i zagranicznego"; „W jaki sposób prowadzić negocjacje biznesowe w innych państwach"; „W jaki sposób pozyskiwać zasoby siły robaczej w innym państwie"; „Czy współpracując z przedsiębiorstwami z wybranego państwa będziemy mogli nie tylko pozyskać innowacyjne produkty, ale także innowacyjną technologię i patenty"; „Co pozwoliło osiągnąć sukces zagranicznym firmom – jakie działania organizacyjne zastosowane przez nie można byłoby wdrożyć także w naszych przedsiębiorstwach". Wymienione pytania to tylko ułamek tych, które przedstawiciele polskiego biznesu powinni zadawać wchodząc na rynki zagraniczne. Docenienie czynników pozaekonomicznych: społeczno – kulturowych, politycznych i prawnych oraz ich wpływu na funkcjonowanie przedsiębiorstwa stanie się podstawą przetrwania organizacji w XXI wieku.

Z kolei wchodzenie na wiele różnych rynków zagranicznych umożliwi rozwój takiej organizacji w perspektywie długofalowej – wiele polskich przedsiębiorstw przez lata wchodziło tylko i wyłącznie na znane (w swoim mniemaniu) rynki państw byłego bloku wschodniego nie biorąc pod uwagę relacji pomiędzy nimi, mogących powstać na ich terytorium sytuacji kryzysowych (np. Ukraina, Gruzja) oraz ich relacji z mocarstwem regionalnym (Rosja) i jego stosunkiem do polskich przedsiębiorstw. Obecnie takie przedsiębiorstwa funkcjonują na granicy opłacalności – polski rynek jest zbyt mały, aby w całości wchłonąć ich produkty a