

תוכן עניינים

3.....	1. מבוא.....
4.....	2. סקירת ספרות.....
4.....	2.1. מיזוגים ורכישות.....
7.....	2.2. ידע גלוי וסמוי.....
8.....	2.3. העברת ידע סמוי במיזוגים ורכישות.....
10.....	4. דיון בשאלת המחקר.....
12.....	5. ביבליוגרפיה.....

1. מבוא

רכישה היא תהליך של העברת הבעלות על חברה עוברת מהחברה הנרכשת לחברה הרוכשת. מיזוג הינו תהליך בו חברה ממזגת לתוכה חברה אחרת בחלקה או בשלמותה. רכישות ומיזוגים הינם צעדים כלכליים קריטיים בכלכלה המודרנית להתפתחות חברות ברמה האסטרטגית, הכלכלית והחברתית.

בעולם העסקים המודרני אחת הדרכים המרכזיות בהן חברות מנסות להגדיל את רווחיותן ויתרון התחרותי במהלך רכישות ומיזוגים, הינה השאיפה לקבל כמה שיותר ידע מהחברות הנרכשות או הממוזגות. הידע הנרכש מיועד לתרגום ליתרון תחרותי. רכישות ומיזוגים מאפשרות גישה למאגרי ידע ויכולות פוטנציאליים הקיימים בארגון הנרכש.

העברת ידע בהגדרתה הינה שימוש תועלתני בידע, היכולות ו/או במיומנויות הקיימים בארגון א האחר. העברת הידע יכולה להיות יישום או קבלה של ידע מסוים מהחברה הנרכשת לחברה הרוכשת ויכולה להיות גם יישום משותף של יכולות והבנות קיימים סוגי ידע שונים בעלי אלו ערך שונה. ידע גלוי, אותו ניתן לקודד וידע סמוי, שקשה לקודד אותו ולהעתיקו הוא אצור בגוף של מי שיודע אותו ומקנה לרוב ערך תחרותי רב יותר. בשל העובדה שרכישות ומיזוגים הינן הפעילות העסקית הנפוצה בכלכלה המודרנית ואחת ממטרותיה העיקריות הינה העברת ידע סמוי מהחברה הנרכשת לנרכשת, קיימת חשיבות בבדיקת הגורמים המשפיעים על העברת ידע ברכישות ומיזוגים ובמיוחד **כיצד העברה של ידע סמוי משפיעה על הצלחת רכישות ומיזוגים?** הגורם התלוי שייבחן בעבודה הינו רכישות ומיזוגים בעוד הגורם הבלתי-תלוי הינו רמת העברת ידע סמוי.

השערת המחקר הינה שהעברת ידע סמוי בתהליך מיזוג או רכישה תתרום להצלחתו.

מתודולוגיית העבודה הינה של סקירת ספרות אמפירית בנושא. חשיבותה של העבודה הינה באינטגרציה של החומר האקדמי בו נעשה שימוש וביכולתה לשים דגש על רעיונות וסוגיות שיש לקחתם בחשבון בתכנון אסטרטגי של רכישות ומיזוגים. העבודה זו מחולקת למספר חלקים. בחלקה הראשון תעסוק במשתנה התלוי, מיזוגים ורכישות בין חברות, בחלק זה תוסבר התופעה וההיבטים עיקריים בה, כמו גם גורמים שונים התורמים להצלחת המהלך. בחלקה השני יתואר המשתנה הבלתי תלוי ידע סמוי בחלקה השלישי יתואר תהליך העברת הידע בין חברות, כיצד מבוצע ומהם הגורמים המשפיעים עליו כולל הצגת נתונים אמפיריים. בחלקה השלישי תדון העבודה בשאלת המחקר, כלומר השפעת ידע סמוי על רכישות ומיזוגים כולל סיכום ממצאי המחקר מגבלות המחקר וברעיונות למחקרי המשך.

2. סקירת ספרות

2.1. מיזוגים ורכישות

תהליכי המיזוג והרכישה מיועדים בעיקר להשיג סינרגיה באמצעות שילוב של שני הצדדים המשתתפים. כאשר המטרה המשותפת הינה ליישם תועלת כלכלית במונחים של הורדת עלויות או הקטנת הכנסות. ביצוע תהליכים אלו משלב מספר מרכיבים משמעותיים וביניהם: עיצוב מחדש של המדרג הניהולי כולל איוש מחדש של משרות או שילוב בין משרות, עיצוב מחדש של המבנה האירגוני, הגדרת תחומי אחריות ומשימות של המשתתפים בתהליך מטעם שני הארגונים, ניהול ושיתוף ידע, שיתוף טכנולוגיות, עיצוב מחדש או התאמה של התרבות האירגונית ולבסוף ביצוע ניהול של כלל התהליך, ביצוע בקרה והערכה לאורך התהליך וגם בסיומו.

רכישה (Acquisition) הינה תהליך בו הבעלות על חברה עוברת מהחברה הנרכשת לרוכשת. מצב של התאמה והכללה של ארגון אחד אל תוך ארגון אחר. הארגון הרוכש הוא בדרך כלל הארגון הגדול יותר. במהלך ולאחר הרכישה. החברה הרוכשת נוקטת לרוב צעדים אקטיביים כדי להפוך את התהליך לרווחי. סוגי רכישות: רכישה ידידותית/עוינת - במידה ולא קיימת התנגדות למהלך הרכישה מצד החברה הנרכשת הרכישה תקרא ידידותית, במקרה של התנגדות למהלך מצד החברה הנרכשת זאת תוגדר כרכישה עוינת. רכישה בינ"ל – ארצות המוצא של החברה הרוכשת והנרכשת שונות. רכישה אופקית – רכישת חברה מתחרה באותו ענף. רכישה אנכית – רכישת מפיץ או ספק אחד או יותר מהמוצרים או השירותים של החברה. רכישה מקושרת/לא מקושרת – רכישה של חברה בענף מקושר או לא מקושר. מיזוג (merger) – הינו עסקת שיתוף בין שתי ישויות אירגוניות, לרוב בעלות מעמד דומה. המטרה הינה לנצל את החוזקות והיתרונות מכל ארגון לצורך הקמת ארגון חדש. סוגי מיזוגים: מיזוג אנכי לאחור - רכישת חברה המספקת את חומרי גלם, מכונות לייצור, יצרנית ומספקת רכיבים וחלקי חילוף, חברת מחקר ופיתוח, חברת מימון. מיזוג אנכי לפנים - רכישת ספק, לקוח, חברת הובלה ולוגיסטיקה, הפצה ומכירות, חברה לשירות ותיקוני מוצרי החברה הממזגת.

תהליכי מיזוג ורכישה מהווים פעילות עסקית נפוצה. לרוב חברה תרכוש חברה אחרת כשמטרתה העיקרית הינה הרחבת הפעילות הכלכלית של החברה, הגדלת מאגר הידע והעצמת היכולות שלה. הצלחת הרכישה על כל שלביה תלויה בגורמים שונים. לדוגמא בשלבים לפני הרכישה ההצלחה תלויה במידה רבה בהתאמה ארגונית ואסטרטגית של החברות לתהליך, בגודל דומה בין החברות, במחיר קניה מתאים, בניסיון הקודם של החברות בתהליכים דומים ובהצלחה של למידת החברות אחת את השנייה ואחת מהשנייה (Gomes, 2013).

אחת הטענות הנפוצות בהקשר זה היא שבעולם העסקים חל מעבר מעידן תעשייתי בו המשאב העיקרי היה ההון לעידן בו הידע הוא המרכיב החשוב ביותר בכדי להפיק רווחים. לכן, לחברות קשה יותר ליצור ולשמור על יתרון תחרותי כתלות במשאבים הכלכליים שלהן, והן צריכות להמציא דרכים חדשניות לצבור יתרונות באמצעות שילובי ידע ייחודיים