

תוכן עניינים

1. מבוא.....	1-2.
2. פרק 2 סקירה ספרותית – מיזוג ורכישה.....	3-6.
3. 2.1 הגדרת המושגים מיזוג ורכישה.....	3-4.
4. 2.1.1 המניעים לביצוע תהליך המיזוג/הרכישה.....	4-5.
5. 2.1.2 מורכבות ובעייתיות בביצוע מיזוגים ורכישות.....	5-6.
6. פרק 2.2 סקירה ספרותית – תרבות ותרבות ארגונית הגדרת המושגים.....	7-12.
7. פרק 2.2.2 סקירה ספרותית – הגדרת המושג סינרגיה.....	13-14.
8. פרק 3 פער תרבותי.....	15-18.
9. 3.2 פער תרבותי ארגוני ופער תרבותי לאומי.....	15-17.
10. 3.3 מדידת והערכת הפער התרבותי.....	17-18.
11. פרק 4 , מאפיינים תכונות והשלכות של רכישות מוצלחות ובלתי מוצלחות.....	19.
12. 4.2 הקשר בין הבדלי תרבות לבין הצלחת מיזוגים ורכישות.....	19-20.
13. 4.3 הקשר בין תרבות ארגונית לבין הצלחת מיזוגים ורכישות.....	21-22.
14. פרק 5 דיון בשאלת המחקר.....	23-28.
15. פרק 6 סיכום ומסקנות.....	29-31.
16. בביליוגרפיה.....	32-34.

1. מבוא

ישנה הנחה כי כל קבוצת אנשים הנמצאת ביחד, ומבלה זמן ביחד, ללא קשר לגודלה, יוצרת למעשה תרבות. הגלובליזציה והגיוון התרבותי, הפכו את הניהול הבין תרבותי לדבר חשוב. תרבות ניתנת לניתוח על ידי המדינה, שפה, דת, ערך ואתיקה. יחד עם זאת, קשה להגדיר בדיוק מתי תרבות אחת נגמרת ותרבות שנייה מתחילה ולכן קשה להגיד אם בכלל קיים הבדל בין התרבויות.

כמו שבכל קבוצה קיימת תרבות מסוימת, כך גם בחברה או ארגון, ניתן לראות מגוון תרבויות שמגיעים מהפרטים המרכיבים אותם – העובדים שלהם. לכן אין ספק כי לתרבות יש השפעה חיונית על מה שנעשה בארגון (Hofstede, 2015, p.546).

בשנים האחרונות, עם התעצמות תהליכי הגלובליזציה, הפכו מיזוגים ורכישות (M&A) למנועי צמיחה רבי עוצמה עבור חברות רבות. המיזוגים והרכישות מסייעים בהתמודדות עם שינויים טכנולוגיים, שינויים רגולטוריים ושינויים בהעדפות הצרכנים ואף מהווים קיצור דרך לכניסה לענפים חדשים, משיקים או סינרגטיים, להגדלת נתח שוק, להתגברות על חסמי כניסה לשווקים חדשים, להרחבת ערוצי הפצה וליצירת מוניטין (מורג, 2011). לכן הלך והתפתח מחקר שניסה לעמוד על הגורמים להצלחה או לכישלון של תהליך זה.

על פי המחקרים, אחד המשתנים המשפיעים על תהליכי מיזוג או רכישה היא התרבות. כל קבוצת אנשים שמבלה ביחד, יוצרת למעשה תרבות, תרבות זו פירושה, תפיסות שהן משותפות ואף ניתנות להעברה (Hofstede, 2015, p.546), כל קבוצה יוצרת תרבות וכך גם ארגונים או צוותים בתוך חברות (Hofstede, 2015, p.558). לכן תרבות היא חלק מהארגון ומתוך כך יש לה גם חלק בתהליכי קבלת ההחלטות בארגון. וכאשר שתי חברות מתמזגות ישנו פער בין התרבויות השונות שמהן הן מגיעות.

שאלת המחקר:

עבודה זו בוחנת את שאלת המחקר מהי השפעת הפער התרבותי על הצלחת מיזוגים ורכישות?

מטרת המחקר:

עבודתי תתמקד בגורם התרבותי כגורם מפתח להצלחה או כישלון בהליך המיזוג על שלביו השונים. העבודה תתבסס על מאמרים אקדמיים שנכתבו בשנים האחרונות וחקרו את ההיבט הזה, כאשר לב העבודה יתמקד בדעות וגישות שונות שנחקרו ומנסות לשפוך אור על המאפיין התרבותי כגורם מרכזי אשר יש להבין את השלכותיו בתהליך מורכב זה. יש לומר כי המסקנות אינן חד משמעיות ולכן אציג את הגישות השונות משני צדי המתרגם.

השערת המחקר:

התרבות היא חלק בלתי נפרד מהאנשים, הפרטים המרכיבים את הארגון ועל כן יש לה חשיבות בתהליכים שנעשים בתוך הארגון ובכלל זה גם בתהליכי מיזוג או רכישה. השערת המחקר היא שבין אם ההשפעה של התרבות היא חיובית ובין אם שלילית, היא גורם מכריע וחיוני שצריך להילקח בחשבון ולקבל התייחסות בזמן החשיבה על ביצוע תהליך כמו מיזוג או רכישה.

שיטת המחקר:

שיטת המחקר בעבודה זו תהיה איכותנית, העבודה תתבסס על ניתוח מאמרים אקדמיים, מחקרים וספרים שנכתבו בשנים האחרונות בנושא.

ראשית אציג בפרק הסקירה הספרותית את עולם המיזוגים והרכישות ובכלל זה: מאפיינים, גורמים וסיבות כמו כן אגדיר מהי סינרגיה ומהי תרבות ארגונית. לאחר מכן, בפרקים הבאים, אעבור לבחון את שאלת המחקר: מהי השפעת הפער התרבותי על מיזוגים ורכישות? באמצעות הגדרת והצגת המשתנים בשאלת המחקר על מאפייניהם ואופי מדידתם. את הפרק הבא בעבודתי, פרק הדיון, אבסס על סמך מחקרים אמפיריים שבחנו את שאלת המחקר תוך הצגת שתי צדי המתרגם, כאשר בסופו של הפרק אענה על שאלת המחקר. בפרק האחרון, פרק הסיכום, אציג את המסקנות והתובנות מן העבודה וכן את מגבלות המחקר בתחום ואף המלצות למחקרים עתידיים.