



המחלקה לניהול וכלכלה

עבודה סמינריונית בקורס ניהול אסטרטגי (10908)

נושא: הקשר בין גודל החברה להצלחה עסקית

מגיש:

תעודת זהות:

מוגש עבור:

מועד הגשה: נובמבר 2016

תוכן עניינים

2	1. מבוא
3	2. גודל החברה
5	2.1 הגדרת גודל חברה במונחי מחזור מכירות
7	2.2 הגורמים המשפיעים על גודל חברה
10	2.3 הבדל אסטרטגי בין חברות
13	3. רווחיות חברות
13	3.1 הגדרת רווחיות
15	3.2 הגורמים המשפיעים על רווחיות
17	3.3 רמת רווחיות בחברות ענק אמריקאיות
20	4. דיון
23	5. סיכום
24	5.1 מסקנות עיקריות
24	5.2 המלצות למנהלים
25	5.3 טבלת חמשת מאמרי הליבה של העבודה
26	6. רשימת מקורות

1. מבוא

שאלת המחקר: האם קיים קשר בין גודל החברה להצלחתה העסקית? במחקרי בחנתי את השפעת גודל החברה במונחי מחזור מכירות על רווחיותה של החברה. בכדי לענות על שאלות המחקר נעזרתי בניתוח ספרות תיאורטית ומחקרית בתחום השפעת גודל חברה על רווחיה.

בחרתי בנושא זה בשל החשיבות הרבה הטמונה בהבנת הגורמים המשפיעים על רווחי החברה. באמצעות הממצאים שיתקבלו במחקר אצליח להסיק מסקנות ובכך להמליץ למנהלי חברות על דרכי פעולה. מלבד מחקרי, בשני העשורים האחרונים חוקרים רבים חקרו תחום זה מכיוון, שמומחים רבים טוענים כי גודל החברה הוא המשפיע המרכזי על רווחי החברה (Yadav and Goyari, 2014). עד כה, מגוון מחקרים הציגו ממצאים שונים, כאשר חקרו את השפעת גודל החברה על רווחיה (Kouser, Bano, Azeem and Ul-Hassan, 2012).

המשתנה הבלתי תלוי במחקר הוא: גודל החברה. קיימים ארבעה סוגים של גדלי חברות: מזעריות, קטנות, בינוניות וגדולות (בן אהרון, משרד הכלכלה, 2014). גודל החברה נקבע על ידי מספר גורמים: שיטת יצור, שירות הניתן על ידי החברה, מבנה ארגוני, הוצאות והכנסות, מחזורי מכירות ומספר עובדים בחברה.

המשתנה התלוי במחקר הוא: רווחיות של חברות ענק אמריקאיות. בחברה קפיטליסטית, רווח הוא הפרמטר הקובע את הצלחת החברה. באופן כללי, רווח בחברה תלוי בהכנסות החברה לאחר שכלול כל ההוצאות (Yadav and Goyari, 2014). מנהלי חברות, תעשיינים, מנהלים אסטרטגים וחוקרים מנסים תמיד לבחון ולזהות מה גורם לשוני ברווחיות בין חברות. חוקרים רבים ומנהלי חברות מאמינים כי קיימת קורלציה בין גודל חברה ורווחיה. הדעה הרווחת היא שככל שחברה גדולה יותר כך רווחיה יגדלו (Jonsson, 2007). אך לא ניתן לומר באופן מוחלט כי ככל שחברה גדולה יותר כך רווחיה יגדלו. הוכחה לכך טמונה במספר מחקרים המוכיחים אחרת (Dogan, 2013). למרות זאת, השערת מחקרי שחברות בכלל וחברות אמריקאיות בפרט יהיו רווחיות יותר ככל שגודל החברה יהיה גדול יותר. כלומר, לגודל החברה השפעה חיובית על רווחיותה של החברה.

2. גודל החברה

קיימים ארבעה סוגים של גדלי חברות: מזעריות, קטנות, בינוניות וגדולות (בן אהרון, משרד הכלכלה, 2014). בכדי להבדיל בין חברות קטנות לחברות גדולות ניתן להסתמך על מספר קריטריונים: מספר המועסקים בחברה, מספר מכירות ורווחי החברה (Kouser, Bano, Azeem and UI- Hassan, 2012). בנוסף, ניתן לסווג גודל חברה באמצעות קיבולת החברה לייצר מוצרים ומגוון השירותים אשר החברה יכולה לספק במקביל ללקוחותיה (Nireesh and Velnampy, 2014), וקיימים הבדלים בין חברות גדולות לקטנות בעיקר בשיטות טכנולוגיות ליצור ומכירת מוצרים, מחיר מוצר, מבנה ארגוני, הוצאות והכנסות החברה (Pervan and Visic, 2012). "תיאוריית החברות" מסווגת גודל חברה על פי הקטגוריות: שימוש באמצעים בהליך היצור ומבנה ארגוני בחברה (Becker-Blease, Kaen, Etebari and Baunann, 2010). בדרך כלל, נהוג לסווג גודל חברות על פי מספר העובדים בחברה. דוגמא לכך מוזכרת במאמרם של Hsin and Ching-Fang (2005) כאשר המחבר מסווג חברות קטנות כאשר עובדים בחברה מתחת למאה עובדים, חברות בינוניות כאשר עובדים בחברה מתחת לחמש מאות עובדים וחברות גדולות כאשר עובדים בחברה מעל חמש מאות עובדים (Hsin and Ching-Fang, 2005). "לעלות עסקה" של השוק ובחברה קיימת השפעה על גודל החברה. "עלות עסקה" - מגדיר את כלל הסכומים המושקעים במוצר: יצור, עמלות, תשלומים נלווים וכדומה (Orijali-Zadeh and Eskandari, 2012).

מנהלי חברות, תעשיינים, מנהלים אסטרטגים וחוקרים מנסים תמיד לבחון ולזהות מה גורם לשוני ברווחיות בין חברות. חוקרים רבים ומנהלי חברות מאמינים כי קיימת קורלציה בין גודל חברה ורווחיה. הדעה הרווחת היא שככל שחברה גדולה יותר כך רווחיה יגדלו (Jonsson, 2007, Yadav and Goyari, 2014). השערה זו מתבססת על כך, לחברות גדולות יש הרבה יותר עוצמה בהתמודדות מול חברות קטנות. מספר סיבות לכך, נתח שוק גדול יותר, אפשרויות להרוויח יותר ויותר משאבים להתפתח. כל אלה מאפשרים לחברות גדולות להתרחב ולגדול ללא תחרות גדולה מצד החברות הקטנות (Dogan, 2013). בנוסף, חברות גדולות יכולות לקחת יותר סיכונים ולהשקיע בפרויקטים נוספים ולרכוש חברות קטנות, בכך להגדיל את גודל החברה ורווחיה (Yadav and Goyari, 2014).

החברה גודלת כאשר מנהלי החברה נאבקים בכדי להרוויח יותר (Kouser, Bano, Azeem and UI- Hassan, 2012). משפיע נוסף, היכולת לייבוא מוצרים ולנוע ממקום למקום במהירות רבה משפיעים על התפתחות מהירה של חברה (Mukhopadhyay and Amirkhalkhali, 2010). מספר נוסף של גורמים משפיעים על גדילה של חברות: היקף מכירות החברה, רווחים,