

הכנס השנתי של המרכז לחקר מיזמים עסקיים חברתיים בישראל

"ערך עסקי במיזמים חברתיים:

השקעות, מבנה ארגוני ויצירת ערך חברתי בעסקים"

# מגזר? רביעי?

פרופ' בני גדרון



המרכז הישראלי לחקר מיזמים עסקיים-חברתיים

בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב

# הקדמה

- ניסיון להציג הקשרים מושגיים של התופעה בה אנו עוסקים - תהליך הכרחי בפיתוח תחום פעילות חדש וזהו בדיוק תפקידו של החוקר
- **הגדרה:** אנחנו עוסקים בתחום הפעילות הקרוי "מיזמים עסקיים-חברתיים" (social enterprises) המוגדר באופן רחב כ"**ארגונים בעלי מטרות חברתיות העושים שימוש באסטרטגיות עסקיות כדי להשיג את מטרותיהם**".
- בפרזנטציה קצרה זו נתמודד עם השאלה: האם ארגונים אלה משתייכים ל"מגזר" (ללא קשר לכינויו).
- השאלה חשובה בהקשר של זהות.
- בכנס זה השואל שאלות, גם אנחנו נציב בעיקר סימני שאלה.
- כדי לקבל פרספקטיבה, ניקח להשוואה תחום פעילות חדש יחסית - המגזר המכונה "שלישי", שהתפתח רק בשני העשורים האחרונים.

המרכז הישראלי לחקר מיזמים עסקיים-חברתיים  
בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב



# המגזרים במשק

- הרבה שנים היה מקובל לזהות שני מגזרים במשק: **העסקי והציבורי**.
- חלוקה זו מבוססת על **תפקידים** חברתיים ייחודיים שיש לכל מגזר, ואלה מקבלים ביטוי **במאפיינים** ייחודיים וכן **בערכים** ייחודיים של הארגונים המרכיבים כל מגזר.
  - עסקי: ייצור ואספקה של מוצרים ושירותים, הנגשה באמצעות מנגנון השוק ועל בסיס ערך התחרות
  - ציבורי: אספקת שירותים ציבוריים באמצעות מנגנון ביורוקרטי הנשלט בידי נציגים שהציבור בחר על בסיס הערך של שמירת האינטרס הציבורי

# הולדת המגזר המכונה "שלישי"

- הרקע להתעניינות בארגונים ללא-כוונות-רווח: מדיניות הפרטת שירותים ציבוריים של שנות ה-80; התפתחות התופעה של התארגנויות אזרחים "מלמטה"; התפרקות בריה"מ.
- כשדובר אז על "מגזר" חדש, היו כבר קיימים עשרות אלפי ארגונים שנקראו בשמות שונים: "ארגונים וולונטריים", "NGOs", "NPOs", "ארגונים חוץ-פרלמנטריים" – מונחים שליליים
- בתפיסה של שני מגזרים במשק, לא מפתיע שהגישה לשלישי הייתה שיורית (רזידואלית)
- המושג "שלישי" משקף את אי היכולת של החוקרים להסכים על מהותו וצביונו

# המגזר השלישי – המשגה של תפקידיו החברתיים

- בשלב הראשון: **אספקת שירותים שאינם מסופקים ע"י המגזרים האחרים** – תיאוריות של וייסברוד, הנזמן, סלמון ואנהייר דיסציפלינות דומיננטיות: כלכלה, משפטים
- בשלב השני: **פיתוח חברה אזרחית**, הכנסת מושגים כגון: הון חברתי, תשתיות אמון – עבודות של פאטנאם, קלדור דיסציפלינות דומיננטיות: מדע המדינה, סוציולוגיה
- המשגת תפקידי המגזר – גורם מרכזי לפיתוח והדגשת זהות ייחודית, קשור לרציונל ל- *raison d'être*
- התפקיד הראשון: חלק הארי של הפעילות הכלכלית של המגזר, אבל אינו תפקיד בלעדי – גם מגזרים אחרים מספקים שירותים
- התפקיד השני: קטן בהיקפו, משמעותי מבחינת ערכית, מדגיש ייחודיות המגזר ומאפשר לו מאפייני זהות

המרכז הישראלי לחקר מיזמים עסקיים-חברתיים  
בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב



# היבטים של "המגזר" התורמות לזהות ייחודית

## • מאפיינים ארגוניים ייחודיים

- כספי תרומות
- פעילות מתנדבים

## • ערכים ייחודיים

- נתינה לזולת, לחברה
- מעורבות חברתית

## • היבטים נוספים

- קיום התארגנויות עצמיות וארגוני-תשתית
- פעילות רגולציה וחקיקה שסייעה להגדרה ולתיחום
- פעילות אקדמית (מחקר והכשרה) סביב המושג

המרכז הישראלי לחקר מיזמים עסקיים-חברתיים

בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב



# מיזמים עסקיים-חברתיים – תמונת מצב

## מפרספקטיבה "מגזרית"

- גורמים שהביאו להתעניינות והתפתחות התופעה:

- ✓ זכיית מוחמד ינוס בפרס נובל לשלום (2006)

- ✓ המשבר הכלכלי ב-2008

- התשתית האינטלקטואלית עליה מבוססת התופעה

- ✓ ידע אודות יזמות חברתית (social entrepreneurship)

- ✓ ידע אודות קואופרטיבים

- ✓ ידע אודות אחריות חברתית של עסקים (CSR)

- ✓ תיאוריות בדבר ארגונים היברידיים

- ✓ דיסציפלינה דומיננטית: מנהל עסקים

- מאפיינים ארגוניים ייחודיים

- ✓ בתחום המשאבים: השקעות חברתיות

- ✓ בתחום הניהול: הצורך להפיק בו-זמנית תשואה עסקית וחברתית

- ✓ מושג מוביל: "Shared Value"

הנוכח הישראלי להקדמת מיזמים עסקיים-חברתיים  
בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב



# מיזמים עסקיים-חברתיים – קשיים בדרך לגיבוש זהות ארגונית ייחודית

- לפני שעוסקים בתפקידים החברתיים הייחודיים יש להגדיר במי מדובר, או מתי עסק יוכל להקרא "חברתי"?
  - האם מדובר בארגונים בהם התפוקה היא חברתית?
  - ארגונים בהם תהליך הפקת המוצר/שירות הוא חברתי?
  - ארגונים בהם תוצאת הפעילות היא חברתית?
- היבט משלים להגדרה: מסגרות ארגוניות המבטאות את ערכי הארגון ומטרותיו החברתיות
  - התייחסות לרווחים
  - מבנה מערך המשילות
- (התייחסות למסגרת יכולה לפתוח את הנושא ליזמות בתחומי פעילות חדשים)



המרכז הישראלי לחקר מיזמים עסקיים-חברתיים  
בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב



# בדרך ל"מגזר": שאלות הדורשות התייחסות

- בהינתן העובדה שיש לארגונים אלה מאפיינים ייחודיים, האם יש להם גם תפקידים חברתיים ייחודיים? מהם?
  - האם יש לארגונים אלה ערכים ייחודיים?
  - איזו רגולציה חיונית להתפתחות התופעה?
  - כיצד יש ליזום הקמת ארגוני-גג וארגוני-תשתית סביב התופעה (שיקבעו למשל **תו תקן**)?
  - כיצד יש ליזום מערכי מחקר והכשרה?
- כיצד יש למשוך **דיסציפלינות אקדמיות נוספות** (מעבר למנהל עסקים) להתעניין ולחקור את התופעה

# האם הגודל קובע?

- ב"מגזר השלישי" הארגונים היו קיימים, החידוש היה בהמשגתם כ"מגזר". בתופעה שבה אנו עוסקים צריך להקים את הארגונים
- חשיבות התופעה שבה אנו עוסקים אינה במספרי הארגונים המרכיבים אותה אלא במסרים שלה, שהם מוסריים במהותם
  - המסר למגזר העסקי: אפשר לעשות עסקים בצורה מצליחה מתוך נקודת מוצא של אחריות כלפי החברה והסביבה בה העסק נמצא, תוך מציאת פתרונות לבעיות שאיתן הן מתמודדות
  - למגזר הציבורי והמגזר השלישי: אפשר לעשות שימוש ביכולות של המגזר העסקי כדי לטפל בצורות חדשות ויצירתיות בחלק מהבעיות החברתיות שהאנושות מתמודדת איתם.
- מסר בהיר וצלול כזה של תנועה מאוגדת, אפילו של כמה מאות מיזמים עסקיים-חברתיים, הפועלים על פי עקרונות מוסכמים - יזכה בתמיכת ציבור הצרכנים וישפיע בסופו של דבר על החברה כולה על כל מגזריה

המרכז הישראלי לחקר מיזמים עסקיים-חברתיים  
בשיתוף

ביה"ס למנהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי באוניברסיטת תל אביב

