

## על קולקטיב אימפקט והמגזר העסקי

השתתפות **מגזר עסקי במהלכי 'קולקטיב אימפקט'** מזמנת לו ולמגזרים האחרים מצב חדש – מאתגר ומבטיח מכמה סיבות:

- 'קולקטיב אימפקט', כשמו כן הוא **פעולה קולקטיבית** של ריבוי שחקנים – גם ממגזרים אחרים, וגם מתוך המגזר העסקי עצמו. שותפות רב-מגזרית זו מפגישה בין שפות מגזריות מגוונות: תפיסות עולם, אינטרסים וצרכים, טרמינולוגיות וציפיות, קצב עבודה ומחויבויות. גם 'בתוך המגזר', הפעולה המשותפת מפגישה את העסק האחד עם עסקים נוספים, חלקם דומים, חלקם שונים וחלקם אפילו מתחרים.
- ל'קולקטיב אימפקט' יש מסגרות עבודה ומנגנונים מוגדרים בהם אפשר וצריך לקחת חלק. מדובר במהלך דינמי, אינטנסיבי וחיוני שמכוון לחולל השפעה. המשמעות היא, שכלל המגזרים צריכים לפעול במשותף לטובת מטרת המיזם על אף ובזכות השונות ביניהם, המיזם מחויב לפתח דרכי עבודה מיטביות עם המגזר העסקי.

**ארגז כלים זה נבנה במיוחד על ידי שיתופים וציונות 2000, כדי לסייע בהתמודדות מיטבית עם האתגרים הללו, באופן שיאפשר גם את מינוף ההזדמנויות הכרוכות בהם.**

**'ציונות 2000', עמותה הפועלת למעלה מ-25 שנה להטמעת אחריות חברתית בקרב המגזר העסקי ובקידום מעורבותו במהלכים חברתיים כלכליים לפתרון בעיות חברתיות. פעילותה כוללת ליווי מקצועי למאות עסקים ופיתוח ויישום של תוכניות עם מגוון שותפים ממגזרים שונים. בעשור האחרון, העמותה מתמקדת בגיבוש והטמעת תפיסת ה'אחריות בליבה', דרך יצירת השפעה בתחומי הרכש, התעסוקה, והמוצרים/שירותים, על בסיס הידע, הניסיון, המשאבים והעוצמה של המגזר העסקי.**

**ארגון 'שיתופים', בית לקולקטיב אימפקט בישראל, משמש כארגון השדרה של שלוש יוזמות קולקטיב אימפקט הפועלות בשלוש זירות שונות:**

- **יוזמת TOP15 להרחבת מעגל המצוינות בתחום החינוך המדעי-טכנולוגי**
- **יוזמת 'קווים אדומים – השותפות למניעת אלימות בזוגיות'**
- **היוזמה לצמצום הבדידות ושיפור איכות החיים בזיקנה**

# עסקים בקולקטיב אימפקט מענה לחששות של עסקים מהצטרפות ליוזמה



## מטרת הכלי

**לתאר חששות שעלולים לעלות בקרב עסקים מהצטרפות ליוזמה חברתית, ולהציע מענים אפשריים.**

שלב הקמת המיזם מאופיין בחוסר וודאות רב ותהליך הגיוס יהיה כרוך תמיד בהתמודדות עם חששות והתנגדויות. ככל שיתקיים שיח פתוח, היכרות והבנה הדדית עמוקה לגבי החששות המלווים את ההצטרפות, כך ניתן יהיה להתמודד עם התנגדויות רווחות, להעניק תשומת לב מוקדמת ובעיקר לתכנן ולהצביע על כיווני פתרון אפשריים.

## חששות של עסקים בתהליך הרתימה ליוזמה ותשובות אפשריות מצד ארגון השדרה:



### "התהליך ארוך ולא מעשי מספיק"

להגדיר מה ניתן לעשות! להדגיש היבטים המעשיים בתהליך:

- לתכנן אבני דרך לתקופה קצובה (למשל, לשנה הראשונה);
- הדגמה של פעולות מעשיות (למשל, התנדבות מהנדסים בבתי הספר ביוזמת 5 פי 2)
- לבחון במשותף עם העסק: מה יכול להיות יישומי עבורו בטווח קצר, בינוני וארוך? האם ואיך אפשר ליישם זאת? (**לדוגמה:** ביוזמת 'קווים אדומים', העסק יכול לקחת חלק באירוע קונקרטי: 'שבוע נגד אלימות' או אירועים נקודתיים אחרים. או קידום פעולות בסוגיית רב דוריות בתוך הארגון בהשראת היוזמה של איכות חיים ובדידות בזקנה)



### "אנחנו כבר מושקעים בנושאים אחרים"

לחשוב מודולרי! לבחור את רמת המעורבות המתאימה:

- לחבר את הפעילות במסגרת היוזמה לפעילות חברתית קיימת של העסק המעורבות
- להגביר או למתן את היקף המעורבות בהמשך חיי היוזמה
- לערב נציגים או בעלי תפקידים אחרים חדשים מהעסק



### "אין לנו משאבים פנויים"

להדגיש את הרלוונטיות של מגוון הנכסים והמשאבים הקיימים בעסקים: ידע ארגוני, נגישות לנתונים, פרזנטור ועוד. גם להשקעה יחסית מועטה של העסק שאינה בהכרח כסף עשויה להיות תרומה משמעותית!



### "תהליכים חברתיים וציבוריים הם איטיים מדי"

- להשתמש בשפה תוצאתית: אימפקט ומדידה
- להציג את אופן ניהול השותפות, הקצב שלה, הסטנדרטים ותפקידו של ארגון השדרה בגישור על פערים בין-מגזריים
- להדגיש את הערך של פעולה לטווח ארוך כדי לחולל השפעה ברמה הלאומית



### "אנחנו שלוחה ישראלית בחברה בינלאומית ואין התאמה לאג'נדה העולמית"

- לשאול: האם יש כאן הזדמנות לעסק לתפוס מקום חלוצי וחדשני? להדגיש את היבטים החיוביים הגלומים בהצגת יוזמה חדשה על ידי העסק המקומי כפיילוט עבור החברה בינלאומית
- לבחון מרכיבים ייחודיים אשר יזכו את החברה בישראל בנקודות זכות אצל החברה הבינלאומית – התנדבות, גיוון, חדשנות



### "נשמח להצטרף בשלב היישום"

להצביע על התרומה הייחודית שיכולה להיות לעסק דווקא בשלב ראשוני: השפעה על עיצוב המהלך, הכרות עם גורמי ממשל, השפעה על תקציב ותהליכי מדידה, וגם, לאפשר הצטרפות מודולרית גם בהמשך



### "אנחנו לא יודעים איך לספר את הסיפור הנהלה כדי לרתום אותה"

- להציע מכשש ייעודי משותף עם גורמים מהעסק לבניית 'הסיפור'. הנה מערך שאלות שיסייעו בבניית הנרטיב:
  - לחשוב ולנסח ביחד: מה הבעיה?
  - איך העסק שלי משפיע ומושפע באופן ישיר או עקיף מהבעיה ומהפתרון - המוצר/שירות של החברה, רכש, טכנולוגיה, מתחרים, רגולציה וכדומה
  - כיצד בעלי העניין הפנימיים והחיצוניים של העסק (עובדים, עסקים מתחרים, רגולטור ועוד) ישפיעו לטובה מהצטרפות לקולקטיב?



### "לא נוכל לשתף פעולה עם מתחרים שלנו"

- צמצום חוסר הבהירות – להגדיר את גבולות השיתוף ולקבוע דרכי פעולה מוסכמות על כל השותפים בנוגע לסוגיות עסקיות שיכולות לעלות
- אתיקה! להתחייב לשקיפות בפעולות ובנתונים