

תוכן עניינים

מבוא	3.....
1. תרומה לקהילה כביטוי של אחריות תאגידית	4.....
1.1 אחריות תאגידית – רקע	4.....
1.2 סוגים של תרומה לקהילה והכלכלה הסביבתית	5.....
1.3 יישום של אחריות תאגידית	7.....
2. בחינה של המושג 'ביצועי חברות'	8.....
2.1 התפתחותו וחשיבותו של המושג ביצועי חברות	8.....
2.2 מאפיינים	9.....
2.3 שיפור ופיתוח של ביצועי הארגון וחשיבותו	10.....
3. דיון – השפעת התרומה לקהילה על ביצועי חברות	11.....
4. סיכום המחקר העיוני	13.....
4.1 תרומה אקדמית	13.....
4.2 משמעויות עבור מנהלים	14.....
מקורות	15.....

מבוא

אחת מהתופעות המעניינות והמשמעותיות של המהפכה התעשייתית, ושל הכלכלה הגלובלית אשר התפתחה בהדרגה בעקבותיה, הינה ההפרדה המובנית בין הצרכן ליצרן, וריחוקו של היצרן, שבעת נתפס כארגון, מתוך הקהילה שמתוכה גדל, אשר העניקה לארגון את המרחב, את הכלים ואת כוח האדם אשר אפשר ומאפשר לו להתקיים ולשגשג (Saeidi, Sofian, Saeidi, Saeidi & Saaeidi, 2015). בדיוק בהקשר הזה, בעשורים האחרונים נרשמת מגמה, או תפיסה חדשה-ישנה, הקובעת כי הארגון צריך לראות את עצמו כחלק אינטגרלי מהקהילה בה הוא נמצא ופועל שכן זו הקהילה אשר מהווה את כוח עבודתו, וכי הוא, כמו כל אזור אחר, אחראי (רק בעוצמות משמעותיות הרבה יותר) על האופן שבו כולם גרים יחדיו בקהילה אחת אשר לה מערכת סביבתית שיש לשמור עליה למען בריאות התושבים והעובדים גם יחד (Wang, Chen, Yu & Hsiao, 2015).

עם זאת, התפיסה הקהילתית החדשה אשר הולכת וצוברת תאוצה וחשיבות בשנים האחרונות, הינה רק תופעה סביבתית ומענה לדיון הנועץ באופן שבו ארגונים מפצים את קהילתם (והארגונים הבינלאומיים – את הקהילה האנושית הגלובלית) על הנזק הסביבתי שאלו יוצרים, לטובת התעשרות ושגשוג כלכלי וחברתי, אלא כזה המבקש להחזיר לארגון את ממדיו הראשוניים הקהילתיים, ככזה הצומח מתוך הקהילה, ולכן האינטרס שלה, צריך להתאים לאינטרס הארגוני (Frynas & Yamahaki, 2016).

עבודת מחקר זו תבקש לבחון את האופן שבו התעמקות בראייה כוללת זו מולידה אפשרות למינוף ועיצוב מחדש של 'ביצועי הארגון'. מדד הבוחן לעומק את 'בריאותו' של הארגון, בהקשר ישיר למטרותיו וצרכיו, כדי להמשיך לשרוד ואף לשגשג בתוך השוק בו הוא פועל, אם באמצעות מודעות ופיקוח על הפרטים הקטנים המתרחשים בתוך הארגון, ואם באמצעות קביעת מדדים אשר מסוגלים לגלות תובנות הנוגעות למצבו הכלכלי והיחסי לעומת ארגונים מתחרים (Price & Sun, 2017).

באמצעות מחקר עיוני אשר יבחן תיאורטית את המשתנים (משתנה בלתי תלוי – 'תרומה לקהילה', ומשתנה תלוי – 'ביצועי חברות'), ומחקר עיוני אמפירי אשר יבחן מחקרים אמפיריים עדכניים המקשרים בין המשתנים, יהיה ניתן לבחון את שאלת המחקר: 'מהי ההשפעה של תרומה לקהילה על ביצועי החברה?'.

שאלה זו רלוונטית וחשובה, מכיוון שבשנים האחרונות, מתגבר הלחץ על ארגונים, ובוודאי אלו היוצרים הרס ופגיעה חברתית וסביבתית גם יחד במרחב בו הם פועלים. גישת האחריות התאגידית, באה לשנות משוואה זו, על ידי שילוב בין כדאיות כלכלית לבין אחריות חברתית, המשרתת את כלל הצדדים, מייצרת תרבות ארגונית בריאה יותר, ומשפרת את שביעות הרצון של העובדים (Zhang, Cao, Zhang, Liu & Li, 2017), ולכן, כפי שעבודת מחקר זו תבקש לבחון ולטעון (כהשערת מחקר), מובילה לשיפור מדיד ואמפירי של ביצועי הארגון, ולכן משתלמת במיוחד כחלק מאסטרטגיית הארגון. מחקרים שכאלו, עשויים להמשיך ולשנות בצורה משמעותית את האופן שבו ארגונים מאמצים את התרומה לקהילה לתוך תרבות ארגונם, וכך משנים בפועל את הקשר המסורתי, אם כי המעוות, המפריד בין הארגון לבין קהילת צרכניו.

1. תרומה לקהילה כביטוי של אחריות תאגידית

1.1 אחריות תאגידית – רקע

הרעיון של האחריות התאגידית, הינו ראשית כל, תפיסה וויתור, אשר כבר במחצית המאה ה-20, בוססה כבעיה בלתי פתורה, הנובעת מכך שהארגון כפוף לבעליו, משקיעיו ובעלי המניות שלו, להם אינטרסים מוצקים בנוגע לחתירה לכל פעילות חוקית אשר תצדיק את השקעתם ותביא למקסום רווחם הכלכלי, וזאת לצד מערכת ממשלתית המתקשה לעמוד בקצב של הארגון היעיל ולחוקק חוקים אשר ימנעו ממנו לפגוע בסביבתו וקהילתו (Ferrell, Harrison, Ferrell & Hair, 2019). הגישה החדשה כלפי הארגון והאחריות הסביבתית שלו, התבססה על רקע של מאבקי זכויות אזרח (בעיקר בארצות הברית), דווקא בהקשר של תנאי עבודה והדרה תעסוקתית, אשר הולידה את ההבנה כי הארגון, כפי שהוא פותח והתבסס במערכת הכלכלית המתפתחת, מייצרת ניתוק בין הארגון לקהילה בה הוא פועל, אשר למעשה נוגדת את עצם הרעיון של הארגון או 'החברה', בתור כזו המכילה, בכל הדרגות, חלקים נרחבים מתוך אותה קהילה שבנתה את הארגון (Frynas & Yamahaki, 2016).

הסוציולוגיה של הכלכלה, ביססה את החשיבות והמשמעות של חיבור בין כלכלה לבין חברה, כאשר הארגון, כמו כל אדם (רק בקני מידה מהותיים הרבה יותר), מהווה חבר בקהילה, אשר באחריותו להפיק את המיטב מעצמו ומהעובדים התלויים בו. יותר מכך, גישת האחריות התאגידית, על רקע הסוציולוגיה של הכלכלה גרסה, כי בעצם כוחו והונו החברתי הנצבר (הון חברתי הינו הון מופשט, המתאר את היכולת של אדם לצבור מוניטין ומעמד חברתי, אשר עשויים לשמש אותו ומשמשים אותו לקידום האינטרסים שלו בחברה), בעל אחריות גדולה הרבה יותר מהאזרח הממוצע, שכן שימוש בלתי מוסרי בהון החברתי הזה, מהווה למעשה בגידה באותה קהילה אשר העניקה לארגון מעמד זה (Price & Sun, 2017).

עם זאת, כאשר הארגון הינו פועל באופן שמשרת את האינטרסים החברתיים, הוא משמש כגורם מני רבים, אם של גורמים מוסדיים, רשתות חברתיות ומוקדי כוח, אשר כל אחד מהם משנה את ההתנהגות הכלכלית החברתית, ומעצב את ערכיה. לאורך השנים, הלכה וגברה המודעות הארגונית כלפי אחריות קהילתית והיכולת לשלב בין ניהול אסטרטגי יעיל המוביל