

תוכן עניינים

תוכן עניינים	1
1. מבוא	2
2. אסטרטגיה ירוקה	4
2.1 רקע כללי	4
2.2 קידום אסטרטגיה ירוקה בעולם העסקי	5
2.3 התועלות המרכזיות משימוש באסטרטגיה ירוקה	6
2.3.1 שיפור בביצועים סביבתיים	7
2.3.2 עמידה בדרישות רגולטוריות	7
2.3.3 ערך נוסף ללקוחות ובעלי עניין אחרים	7
2.3.4 הורדת עלויות	8
2.4 חסמים וקשיים באימוץ אסטרטגיה ירוקה	8
2.4.1 התאמה לחברה	10
2.4.2 היתכנות טכנולוגית ותלות בסביבה	10
2.4.3 השקעות ראשוניות גדולות	11
2.4.4 חסמי ידע	11
2.5 אופן מדידת רמת האימוץ של אסטרטגיה ירוקה	11
3. ביצועי חברות	13
3.1 הגורמים המרכזיים שמשפיעים על ביצועי חברות	13
3.1.1 גורמים פנימיים	13
3.1.2 גורמים חיצוניים	14
3.2 אופן מדידת ביצועי חברות (פיננסיים ואחרים)	15
4. דיון בשאלת המחקר	18
5. סיכום ומסקנות	23
5.1 מסקנות עיקריות מהעבודה	23
5.2 המלצות למנהלים	23
5.3 טבלת 5 מאמרי הליבה של העבודה	24
6. רשימת מקורות	26
6.1 רשימת מאמרים אקדמיים באנגלית	26
6.2 רשימת מקורות אחרים באנגלית	29
6.3 רשימת מקורות בעברית	29

1. מבוא

משבר האקלים, אחריות חברתית, התמוטטות אקולוגית, נקודות אל-חזור, שינויים בלתי-הפיכים במערכות אקולוגיות מרכזיות- מושגים אלו, שהיו עד לא מזמן חלק משיח קיצוני של חסידי איכות הסביבה ורואי שחורות הפכו מכבר ליותר שכיחים וחלק מהשיח הציבורי. אלו כבר לא נבואות עתידניות, אלא הצהרות רשמיות של גורמים כמו האו"ם וגופים מדעיים מכובדים¹. על אף ויכוחים פוליטיים לגבי חומרת הסכנה שניצבת בפני האנושות ומידת האחריות של האנושות על השינויים באקלים², ללא ספק ישנו שינוי אשר משפיע ברמה מסוימת על כל אחד ואחת מאיתנו. אך מעבר להשפעה של שינוי זה על ההתנהלות של כל אדם ברמה האישית, העניין החשוב באמת הוא ההשפעה על חברות וארגונים עסקיים, אשר הפעולות שלהם משפיעות על רבים, וככל שהחברה גדולה ומשפיעה יותר, כך גם כמות האנשים שמושפעת מפעולותיה.

חברות עסקיות מתפקדות בסביבה מורכבת וצריכות להתמודד באופן קבוע עם שינויים ואי וודאות, ושינויי האקלים מוסיפים מורכבות נוספת. ההתמודדות של חברות עסקיות עם מציאות חדשה זו היא מגוונת ומורכבת בעצמה: ישנן חברות המתמודדות עם שינויים רגולטוריים המחייבים שינוי אסטרטגיה או נקיטת אסטרטגיה חדשה כדי לעמוד בדרישות החדשות; חברות אחרות בוחרות לאמץ אסטרטגיה סביבתית כחלק מזיהוי של יתרון תחרותי בהתאם להלך הרוח הציבורי; וישנן חברות הנוקטות באסטרטגיה ירוקה מתוך אידיאולוגיה ואמונה אמיתית במטרה. בנוסף, מדיניות ירוקה אינה מהווה פרקטיקה מסוימת אחת אלא ספקטרום של התנהלות: החל מפעילות אקטיבית לשיפור תנאים סביבתיים, דרך צמצום הפגיעה הסביבתית במסגרת הפעילות העסקית של החברה (בין אם במהלך תהליך הייצור או העבודה או של התוצר עצמו) ועד הפסקת הפגיעה הסביבתית באופן מוחלט. פעולות מעשיות שאסטרטגיה כזו יכולה לכלול הן בין היתר שיפור תהליכי ניצול אנרגיה, צמצום פליטות וזיהום, מחקר ופיתוח של חומרים חדשים, הקטנת טביעת רגל אקולוגית ועוד.

כך או כך, יותר ויותר חברות מיישמות אסטרטגיה סביבתית "ירוקה" במידה כלשהי. מאחר שבסופו של דבר מדובר בארגונים עסקיים שתכליתם עשיית רווח, עולה השאלה: האם אותה אסטרטגיה 'ירוקה' היא נטל כלכלי או בסופו של דבר היא כלי לשיפור ביצועים עסקיים? במילים אחרות, עבודה זו שואלת מהי השפעת רמת האימוץ של אסטרטגיה ירוקה על ביצועי חברות עסקיות. השערת המחקר היא שקיים קשר חיובי בין רמת האימוץ של אסטרטגיה ירוקה לביצועי חברות. כלומר, חברות שאימצו אסטרטגיה ירוקה יפגינו שיפורים במדדים אמפיריים מקובלים המשמשים לבחינת ביצוע חברות: בין היתר הגדלת רווחים, צמיחת נתח שוק, השגת יתרון תחרותי או שיפור

¹ העמדה הרשמית של האו"ם לגבי משבר האקלים, <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/climate-change/>; אשכנזי, ש'. (6.11.2019). "משבר האקלים: 11,000 מדענים מזהירים מפני "סבל בל יתואר", גלובס, <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001306086>; חסון, נ'. (27.1.2020), "משבר האקלים כבר כאן. חייבים לדבר על הסכנות". הארץ. <https://www.haaretz.co.il/nature/climate/premium-MAGAZINE-1.8413068>

² Schinko, T. (2020). Overcoming Political Climate-Change Apathy in the Era of #FridaysForFuture. *One Earth*, 2(1), 20-23.

2. אסטרטגיה ירוקה

2.1 רקע כללי

אסטרטגיה ירוקה היא "הטמעה של גורמים סביבתיים בתחומי פעילות עיקריים של החברה, בין היתר ייצור, שיווק, כספים, רכש משאבי אנוש ומחקר ופיתוח" (Leonidou, 2015: 6). כלומר אסטרטגיה ירוקה היא חזון ארגוני שניתן וצריך להחיל ברמת הארגון כולו ולא רק ברמת המוצר, כלומר גם ברמת העובדים והחינוך שלהם להתנהגות סביבתית בת קיימא (Olson, 2008).

הספרות המחקרית מתייחסת לאסטרטגיה ירוקה באמצעות מספר מושגים. המרכזי מביניהם הוא "ניהול ירוק" (Green Management). הכוונה היא לפיתוח ומימוש אסטרטגיות שמטרתן היא שימוש במשאבים וקיום תהליכים תוך שמירה על אחריות סביבתית (Yang et al, 2015). בילגין (Bilgin, 2009) מציג את המושג של פיתוח בר קיימא (sustainable development) כמושג רב ממדי המכיל בתוכו משמעויות והשלכות חברתיות, אתיות, כלכליות ואקולוגיות המבטא את הצורך לשלב בין יעדים אתיים בנוגע לשמירה על הסביבה וצמצום הפגיעה בה לבין שמירה על רווחיות, יתרון תחרותי וצמיחה. התייחסות דומה מוצעת על ידי ליו ואחרים (Liu et al, 2018) המתארים תהליך של 'עיצוב ירוק' (green design) כהתייחסות שיטתית לאספקטים סביבתיים, חברתיים, ובריאותיים לאורך כל חיי המוצר והתהליך החל משלב תכנון המוצר.

בעוד הצורך בשינוי באופן בו הכלכלה העולמית מתנהלת הוא ברור, על פי הפורום הכלכלי הבינלאומי האחריות לטיפול בסוגיה, באמצעות נקיטת פעולות גם של מניעת פגיעה וגם פעולות יזומות סביבתיות, היא קודם כל של המדינות (World Economic Forum, 2019). על פי העמדה הרשמית של הארגון, מעבר לכלכלה בת קיימא יכול להוביל לצמיחה כלכלית של עד 26 טריליון דולר עד שנת 2030 וליצור עד 65 מיליון משרות חדשות. עם זאת, על פי נתוני הארגון המחויבות של מדינות רבות בעולם היא אינה מספקת: מתוך 197 מדינות שחתומות על אמנת פריס לצמצום פליטת פחמן, רק 67 מדינות אכן פועלות בעניין ומציגות הישגים בתחום. על פי הארגון, חברות עסקיות מזהות את הכשל של המדינות ופועלות בתוך הפער שנוצר בין המצב בפועל לבין המצב המבוקש. יותר ויותר חברות נוקטות בצעדים סביבתיים ואסטרטגיות ירוקות, אולם גם כאן מדובר עדיין במיעוט של חברות ברמה העולמית. אחד הפתרונות שהארגון מקדם הוא קידום של השקעות ירוקות: השקעות במניות וניירות ערך של חברות ופרויקטים בעלי תרומה סביבתית חיובית. הטענה היא שלחץ מכיוון המשקיעים הוא שיכול להביא לשינוי בסופו של דבר.

תרשים מס' 1 מסכם את הנתונים לגבי הפעולות הנעשות על ידי מדינות וארגונים עסקיים הנדרשות על פי הארגון, ואת הנתונים בפועל: