

לימור אלון
יועצת חשיבה אקולוגית



תוכן זה הוא חלק מרב-שית. לחצו כאן לדיון המלא 

אחריות תאגידית – אוקסימורון?

אחריות תאגידית (CSR) היא מושג אופנתי, עמום, שזכה לגלגלים רבים. מליציו הראשונים באו מקרב הקהילה החובבת עשייה נדבנית בעלת ערך יחצני, וכזוה הוא נדחק בסוף שנות ה-80 לשולי סדר היום העסקי. בשנים האחרונות, כאשר תאגידים מובילים אימצו את המושג ללכם והפכו את דו"ח האחריות התאגידית למושא גאוותם, הוא טיפס ועלה בחשיבותו. הפופולריות הרבה של הנושא בצד העמימות והאימוץ הסלקטיבי שרווחו בקרב תאגידים בישראל, הולידו אי נוחות וצורך להגדיר ולהעמיד תקנים גבוהים דוגמת התקן הבין-לאומי שהעמיד הארגון הלא ממשלתי (GRI) לאחריות התאגידית. סנונית ראשונה למגמה מבורכת זו היא ההצעה לתיקון חוק החברות הממשלתיות – חובת דיווח חברתי וסביבתי, הנדונה בימים אלה בכנסת.

במצב דברים זה, שבו החקיקה המוצעת מכוונת רק לחברות ממשלתיות, יש להביט בחומרה על הניסיון לשמר את המתכונת לדיווח סביבתי חברתי מרצון, הקיימת כיום לכלל החברות במשק. כיוון שהאחריות התאגידית נעדרת הגדרה מחייבת, וחובת הדיווח הסביבתי מצומצמת, התאגיד הוא זה שמחליט להעמיד יעדים שנתיים לצמצום השפעותיו, לשיפור ביצועים ולשילוב שיקולים סביבתיים בהחלטותיו. הדבר נתון ברובו לשיקול דעתו ולסדר עדיפותיו של התאגיד. הוא המחליט: מה השפעותיו על האדם והסביבה? במה הוא בוחר לטפל? באיזה אופן? מתי? על פני כמה זמן? מהי מתכונת השקיפות הנכונה לו? במרחב נוחות זה, ולנוכח רפיסות החוק הקיים, רק מעטים מהתאגידים הופכים את ההיגיונות הסביבתיים למכווני האסטרטגיה העסקית, וגוזרים על עצמם מרחב פעילות מרוסן ואחראי מעל ומעבר לגבולות התקינה. התופעה השכיחה יותר, והמקוממת, היא התמקדות בהשפעות שוליות של הפעילות בדו"חות אחריות תאגידית של חברות עסקיות, תוך התעלמות מנושאים חשובים המשפיעים על הבריאות ועל הסביבה. התעלמות גורפת למשל, מוצאים בדו"חות אחריות תאגידית של בנקים. הם מעדיפים לטפל במדרך המים, האנרגיה והנייר של הסניפים, ולא בנתיב הכסף. שאלות כמו: מה הבנק מממן? האם הבנק מספק חמץ ליזומות התורמות לסביבה ולחברה או לתעשיות שפעילותן מדלדלת, מזהמת ופוגעת בסביבה? – לא נשאלות. כאלה הם גם דו"חות של חברות קוסמטיקה יוקרתיות. הן מדלגות בזהירות מעל משוכת ההשפעות הבעייתיות של ממשמים, מרככים וחומרים משמרים, למשל, המצויים במוצריהן. העובדה שחברה מתהדרת בדו"ח אחריות תאגידית אינה אומרת בהכרח כי החברה מטפלת באופן אסטרטגי ומעמיק בהשפעות המרכזיות של פעילותה על הבריאות ועל הסביבה. מסיבה זו, דו"חות אחריות תאגידית אינם זוכים לסיקור גבוה. הם אינם נתפסים בציבור כהבטחה של התאגיד לעשייה מתקדמת ולמחויבות למוצרים בריאים ואחראיים סביבתיים וחברתיים, אלא יותר כמעשה שבא להכשיר את הקיים ולעגן אותו בהקשר אקולוגי עדכני.

העמימות של מושג האחריות התאגידית בצירוף בורות בציבור לגבי השפעות של תהליכים, מוצרים ושירותים על הבריאות והסביבה, השאירו בידי התאגיד את החירות לבחור את מרחב השקיפות והפעולה הנכון לו. אולם אל מול ממצאים חדשים על תרומתם של תאגידים להתחממות העולמית, לזיהום האוויר, המים והאדמה, להרס פיזי, להצטברות מזהמים ברקמות הגוף, ולקשת פגיעות נוירולוגיות, הורמונליות וגנטיות, יש מקום לשקול מחדש חירות זו של התאגיד. ממצאים אלה מחייבים שידוד מערכות קיצוני. יצירת מרחב פעילות כלכלי מרוסן, מוגדר ומפוקח. גבולות מרחב זה – לא נכון שייקבעו על-ידי הנהלת התאגיד על פי תקציבה וסולם עדיפותיה, אלא על-ידי המחוקק, וייגזרו מאימוץ עקרון הזהירות המונעת ומהבנת מגבלות הסביבה.

הפיכת האחריות התאגידית לנורמה מחייבת היא מהלך מחויב המציאות, שאינו חוטא למטרות החברה העסקית. אם התאגיד אחראי למוצר או לשירות היוצרים תנאים שיפגעו באופן ישיר או עקיף בבריאות או באיכות חייו של המשתמש או של ילדיו, הוא בעצם פוגע בצרכן. הנסיבות שאפשרו מצב זה לאורך שנים הן רפיסות החוק, היעדר שקיפות, בורות צרכנית וחוסר נגישות למידע. אולם המהפכה הטכנולוגית מחוללת שינוי. היא הופכת את המידע לנגיש, זמין ובהיר. מה שבעבר היה עולם מינוחים מקצועי שהוסתר מן העין ונחלתו של מעגל מצומצם של אנשי מקצוע, מגיע כיום לציבור מתוחכם ותובעני.

התעלמות מסיכונים פוטנציאליים וסדר עדיפותיות המתעלם מהאתגרים האקולוגיים העולמיים אינם מקובלים יותר. על המחוקק להפוך את חובת הדיווח הסביבתי-חברתי למחייבת את החברות הגדולות במשק. לנגד עיני המחוקק צריכה לעמוד הגדרה רחבה לאחריות תאגידית, כזו שכוללת השפעות בריאותיות, סביבתיות וחברתיות, המתעדכנות על פי ממצאי המדע וברוח עקרון הזהירות המונעת. בכך תתרום החקיקה לגלגול האחריות לנזק פוטנציאלי מהחברה והעתיד, חזרה למי שיצר אותו. מהלך כזה יקטין את הסיכון הציבורי, יבטיח חתירה נמרצת לפריצות דרך, וייצור בסיס למערכת יחסים חדשה, המבוססת על אמון ועל שותפות דרך, בין המגזר העסקי לציבור.