



ESG چیست؟

سرمایه‌گذاری در محیطی پایدار ذهن سرمایه‌گذار را به خود مشغول کرده است. **گزارش پایداری (SUSTAINABILITY)** پاسخی است به این تقاضا. این در حالی است که اگر دایره ذینفعان شرکت را از سرمایه‌گذاران به جامعه گسترش دهیم گزارش جامع‌تری را می‌طلبند که در ادبیات گزارشگری شرکتی به گزارش **محیطی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG)** معروف شده است. در طول دهه گذشته، تحولی بزرگ در نحوه درک مشاغل از نقش خود در جامعه رخ داده است. سرمایه‌گذاران، مصرف‌کنندگان و حتی کارمندان خواهان شفافیت و پاسخگویی در عملیات شرکت هستند و گزارش ESG به‌عنوان پاسخی به این تقاضا ایجاد شده است. **گزارش (Environmental, Social, and Governance) ESG** به افشای عملکرد یک سازمان مرتبط با عوامل محیطی، اجتماعی و حاکمیتی اشاره دارد. این شامل **گزارش** در مورد تاثیر سازمان بر **محیط زیست (Environmental)**، رفتارهای **اجتماعی و اخلاقی آن** شامل کارمندان با تنوع جنسیتی، حقوق بشر و غیره (Social)، و ساختار **حاکمیتی و سیاستهای آن** که در واقع به گزارش در مورد نحوه مدیریت و کنترل شرکت شامل حقوق سهامداران، نحوه انتخاب هیئت‌مدیره (Governance) می‌پردازد.

Greenwashing یا سبزشویی چیست؟

نخستین بار در ۱۹۸۶ محقق نیویورکی به نام **جی وسترولت (Jay Westervelt)** واژه سبزشویی را به معنای دست‌آویز قراردادن «دوستدار محیط زیست بودن برای کسب منفعت مالی بیشتر» به کار برد. منظور وسترولت از سبزشویی این بود که شرکتها می‌کوشند با ظاهر «سبز بودن» و «حمایت از محیط زیست» رد پای اثرات منفی فعالیتهای خود بر محیط زیست را بشویند و پاک کنند. در واقع گمراه کردن عموم از طریق شعارهایی مثل «ما دوستدار محیط زیست هستیم» برای فروش بیشتر، برای جذب سرمایه بیشتر از سوی دوستداران محیط زیست. سبزشویی به این معناست که در مورد محصول خود این تصور نادرست را منتقل کنیم که مطابق استانداردهای محیط زیستی است. در واقع ادعای ما کاملاً بی‌اساس و صرفاً برای فریب مصرف‌کنندگان است. ایجاد این باور غلط که محصولات ما سازگار با محیط زیست هستند. کارخانه‌ای را در نظر بگیرید که تمام دیوارهای بیرونی و درونی‌اش را به رنگ سبز درآورده اما همچنان حجم دود غلیظی وارد هوا می‌کند.

علاوه بر این موارد، سبزشویی، ممکن است زمانی رخ بدهد که یک شرکت در حال تخریب محیط زیست است اما با ارائه سازگاری و جنبه‌های مثبت یک محصول با محیط زیست، سعی در فریب افکار مردم را دارد.

شرکتها اینکار را با استفاده از تصاویر، برچسبهای حفظ محیط زیستی، مخفی کردن مبادلات انجام می‌دهند. در واقع این کار؛ بازی با اصطلاح **شستشوی سفید "Whitewashing"** است که به معنای استفاده از اطلاعات نادرست برای پنهان کردن عمدی اشتباه، خطایا یک موقعیت ناخوشایند که در تلاش برای کمتر جلوه دادن آن است. ✓