

CSR در هیوندای

هیوندای موتور به حمایت از جوامعی که در آن فعالیت و تجارت می‌کند، معتقد است و زمینه را برای آینده‌ای هوشمندتر، تمیزتر، مرتبط‌تر و پایدارتر فراهم می‌کند. هیوندای به عنوان یک شهروند وظیفه شناس فعال، مسئولیت‌های اجتماعی خود را با برآوردن نیازهای ذینفعان خود از جمله گروه‌های به حاشیه رانده، کارمندان، مشتریان، شرکا و جوامع انجام می‌دهد. مسئولیت‌های اجتماعی شرکت هیوندای را می‌توان به مسئولیت‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی تقسیم کرد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی مسئولیت ایجاد تاثیر مثبت بر جامعه و محیط زیست را دارند. این امر فراتر از کسب سود است و شامل اقدامات اخلاقی، پایداری، بشردوستی، گسترش جامعه و مشارکت ذینفعان است. CSR به یک جنبه ضروری از عملیات تجاری تبدیل شده است زیرا مصرف‌کنندگان، سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان از کسب و کارها می‌خواهند که به شیوه‌ای اخلاقی و مسئولانه عمل کنند.

CSR رویکردی است که از این ایده حمایت می‌کند که یک شرکت می‌تواند در جهان خوب عمل کند و برای بهبود نظم اجتماعی تفاوت ایجاد کند. این موضوعی است که می‌تواند هیئت مدیره را در یک سازمان درگیر کند، زیرا CSR فرهنگ شرکت و شیوه‌های تجاری را منعکس می‌کند.

اهمیت CSR

۱- به شرکت‌ها و ذینفعان خود اعتماد و اعتبار می‌بخشد. با نشان دادن تعهد به مسائل اجتماعی و زیست محیطی، شرکت‌ها می‌توانند شهرت خود را افزایش دهند و تصویری مثبت در نگاه مشتریان، سرمایه‌گذاران و جامعه گسترده‌تر ایجاد کنند. این می‌تواند منجر به افزایش فروش، بهبود شناخت برند و نیروی کاری متعهدتر و با انگیزه شود.

۲- CSR ابزار مهمی برای مدیریت ریسک است. با شناسایی و پرداختن به مسائل اجتماعی و زیست محیطی، شرکت‌ها می‌توانند در معرض خطرات اعتباری، قانونی و مالی قرار بگیرند. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که شیوه‌های مدیریت زیست محیطی موثری را اجرا می‌کنند، می‌توانند در معرض جریمه‌ها و مجازات‌های خود برای عدم رعایت مقررات زیست محیطی کاهش دهند.

۳- CSR می‌تواند به هدایت نوآوری و بهبود عملکرد تجاری کمک کند. با تمرکز بر پایداری، شرکت‌ها می‌توانند فرصت‌های تجاری جدید را شناسایی کنند، هزینه‌ها را کاهش و رقابت خود را در بازار افزایش دهند.

