

Репутацията на една фирма може да бъде разрушена заради начина, по който обществото възприема обществените ѝ дейности. Особено от по-големите фирми хората очакват по-висока степен на почтеност, спазване на етикет и готовност да се даде обратно на общността.

Днес корпорациите разбират, че не е достатъчно да са отговорни само към акционерите, трябва да се изявяват и като примерни граждани, ако искат да оцелеят и просперираат.

Интересен пример в тази модерна епоха е корпоративната отговорност на LG. Фирмата не само спазва идеята, но я приема като философия на корпорацията и модел за бъдещ растеж.

Разширяване на идеята за корпоративна отговорност: Околната среда

Направени през 70-те и 80-те научни доказателства показват, че климатът на земята е силно засегнат от действията на хората. Нещо повече - всеобщата корпоративна отговорност бива разширена, за да включи и околната среда. Държавите търсят законни начини да принудят фирмите да станат отговорни участници в опазването на околната среда. От национална гледна точка, е проблем, че големите мултинационални корпорации (MNC) действат извън държавната юрисдикция, а проблеми като киселинния дъжд и риболова в международни води също се превърнали в мултинационални.

Голямата картина

Като мултинационална компания, която действа в 117 държави, LG разбира, че начинът по който фирмата се ръководи, има сериозни последици върху живота на хората. Затова е решаващо LG да се отнася към идеята за корпоративната отговорност с изключителна грижа. Нещо повече фирмата смята през 21 век да покрие всички аспекти на корпоративната отговорност.

Продукт за безопасност и опазване на околната среда □

При фирмите за електроника, LG заема челна позиция в надпреварата за лидер в корпоративната отговорност. Компанията притежава и управлява доста апаратура за

проучване и развитие, а тази инфраструктура и индустриални умения дава възможност на LG да използва технологичните нововъведения, за да преодолява продуктите за безопасност и опасенията за опазване на околната среда.

55-инчовият OLED TV на LG е чудесен пример за възможностите, до които технологичните открития могат да стигнат, за да потвърдят придържането на една фирма към стандартите за корпоративна отговорност. OLED TV е революционен в смисъл, че конфигурацията на панела е наистина много тънка. Всъщност крайния продукт е доста по-тънък в сравнение с един обикновен LED телевизор и изисква значително по-малко материал, за да бъде направен. Производството също е доста по-пестеливо, понеже по-малко материали се използват и е нужна по-малко енергия за процеса.

Просторната верига за доставки на LG и познанията им за материали гарантира, че опасни вещества няма да попаднат нито в процеса на производство, нито в самия продукт. И най-накрая забележителната лекота на продукта подпомага да се намали изразходването на енергия за разпространяване.

Да дадеш обратно

И накрая, LG подкрепя проекти по целия свят, които се грижат за благополучието на хората, образованието и културните възможности. Най-важното от тези постижения е поредицата „Надеждата на LG”. „Надеждата на LG” е съвместен проект на LG и Програмата по прехрана на обединените нации, с цел насърчаване към образование и прехрана в области с широко разпространена бедност. Програмата подпомага приблизително 23 000 души, когато през 2009 стартира в Кения и Етиопия.

Вдъхновени от резултата, LG разширяват стремежите си през 2011 като избират 7 000 „Надеждни семейства” в Бангладеш и Камбоджа. Тези семейства биват подпомогнати в местни проекти като строителство на пътища и поддържане на чисти водоизточници. LG много се вълнува от потенциала на тази програма да направи дългосрочни промени във всяка държава, да помогне за увеличаване броя на работните места и възможността за лично развитие.