automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

---

# Az ember mindenekfelett

Egy felelősségteljesen gondolkodó gazdasági szereplő számára soha nem lehetnek másodlagosak működésének társadalmi hatásai. A Toyota ennek szellemében nem csupán tevékenysége minden területén ügyel arra, hogy azok a szűkebb és tágabb értelemben vett közösség javára váljanak, de a vállalat jövőjét meghatározó Beyond Zero-stratégiának is központi elemévé és haszonélvezőjévé tette az embert. Erről szól Beyond Zero-sorozatunk nyolcadik része.

A Beyond Zero-stratégia lényege szó szerint annyi, hogy túl kell tekintenünk a zéró emisszió célján. Hogy nem elegendő, ha minimalizáljuk – végső célként teljesen kiküszöböljük – a tevékenységünk nyomán keletkező káros anyagok mennyiségét, a **nyersanyagok előállításától** kezdve a **gyártáson** át **termékeink használatáig** és **élettartamuk végén** bekövetkező hasznosításáig.

Bár ezek a lépések elengedhetetlenül szükségesek ahhoz, hogy működésünket, létezésünket fenntarthatónak tekinthessük, a környezeti természet több szinten megvalósuló védelme mellett legalább olyan fontos, hogy harmóniában éljünk társadalmi környezetünkkel, egyéni és közösségi szinten egyaránt.

Ennek kardinális eleme az a szemléletváltás, amelynek értelmében autógyártóból mobilitási szolgáltatóvá lényegül át a Toyota, hogy **konkrét termékek helyett átfogó, rugalmas megoldásokat** biztosítson ügyfelei számára. A vállalat azonban nem csak a társadalom kiszolgálójaként, hanem annak felelősségteljes tagjaként is tekint magára. Ez pedig maga után vonja azt a vágyat és kötelezettséget, hogy élhetőbb, értékesebb, szebb világot teremtsünk minden embertársunk számára, legyen szó szabadidőről vagy munkavégzésről, gazdasági vagy szellemi fejlődésről, anyagi vagy erkölcsi támogatásról.

A világ legnagyobb autógyártójaként a Toyota számos síkon lép kapcsolatba a társadalom képviselőivel: beszállítói, munkatársai, szerződött partnerei, ügyfelei és részvényesei mellett azoknak a közösségeknek a rövid és hosszú távú boldogulását is meghatározza, amelyek otthont adnak globális tevékenységeinek, a gyártóüzemektől kezdve a logisztikai, kutatás-fejlesztési és formatervezési központokon át az értékesítési és ügyfélkezelési létesítményekig.

A Toyota és leányvállalatai világszerte a legjobb munkahelyek közé tartoznak. Erről számtalan díj és elismerés tanúskodik, a **Fortune magazin szakmai listájától** kezdve a **márkakereskedők elégedettségét** vizsgáló felmérésekig. A Toyota évek óta vezeti a leginkább befogadó, a **sokszínűséget értékként kezelő autógyártók** észak-amerikai rangsorát, de a vállalat a világ számos pontján, így Európában is példát mutat az esélyegyenlőség, a munkahelyek biztosítása, az emberközpontúság terén. Ehhez kapcsolódnak az oktatás, a képzés és általában a szellemi kiteljesedés általános és

specifikus fejlesztésére, támogatására fordított erőforrások.

Ez éppúgy igaz az olyan, globális léptékkel jelentéktelennek tűnő, de helyi szinten sorsfordítóan fontos kezdeményezésekre, mint egy-egy közkönyvtárprogram támogatása, vagy a világ több száz oktatási intézményét megmozgató kezdeményezésekre. Ez utóbbira egyedülálló példa az immár egy évtizedes múltra visszatekintő **Lexus Design Award** pályázat, amely nevével ellentétben elsősorban nem a formatervezésre helyezi a hangsúlyt, hanem különböző, társadalmi szempontból fontos kérdésekre, problémákra, felvetésekre vár lehetséges választ, megoldást a pályázóktól.

Támogatni persze nem csak pénzzel vagy tárgyadományokkal, hanem tudásátadással, a tanulás lehetőségének a megteremtésével is lehet. A Toyota ezért évekkel ezelőtt példamutató gyakorlatot honosított meg: a cég időről időre önzetlenül közkinccsé teszi értékes szabadalmait, a **robotikához** kapcsolódó szellemi termékektől kezdve a különböző **vegyipari fejlesztéseken** át a közlekedésbiztonsági **szabványrendszerekig**. Ezzel olyan innovációs start-upok számára is lehetővé teszik, hogy hozzájáruljanak a globális környezetvédelmi, mobilitási és balesetmegelőző technológiák fejlesztéséhez, akik nem rendelkeznek a Toyotáéhoz mérhető időbeli és anyagi erőforrásokkal.

A Toyota maga is aktívan keresi az értékes szinergiákat, hogy felgyorsítsa kulcsfontosságú technológiák fejlesztését. Ilyen például az az előremutató **gyermekutas-védelmi megoldás**, amely egy, a NASA által kidolgozott alapelvet adaptált és tökéletesített autóipari felhasználásra. A technológiai átadás a másik irányba is működik: a Toyota mérnökei például kitalálták, hogy tehetnék az autóiparban bevált megoldásokat felhasználva **biztonságosabbá a kerekesszékes közlekedést**. Mivel pedig a tudás nem kizárólagos, a Toyota igyekszik több csatornán megközelíteni ugyanazt a kérdéskört, ezért a vállalat mobilitási alapítványa néhány éve **egymillió dolláros pályázatot** írt ki mozgássérültek életminőségét javító találmányok számára.

Ugyanehhez kapcsolódik az a munka, amelyet a Toyota robotikai részlege végez: kutatásaik során nem csak az autógyártási folyamatok tökéletesítésén fáradoznak, hanem azon is, hogy **háztartási robotjaikkal** visszaadhassák az önmagukról gondoskodni csak korlátozott mértékben képes személyek számára a függetlenség élményét. Ez pedig tökéletesen illusztrálja azt az értékrendet, amely egyszerre kiindulási alapja és végső célja a Beyond Zero-stratégiának: a Toyota jelenében és jövőjében nincs fontosabb tényező, mint az ember.

Fotók: *Toyota*

---

**Forrás:** *https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/az-ember-mindenekfelett*