EPSON
EXCEED YOUR VISION

UDRŽITELNOST PŘINÁŠÍ VAŠÍ ORGANIZACI VÝHODY: PŘESVĚDČTE SE SAMI.

To, jakým způsobem společnosti dokážou reagovat na otázku udržitelnosti, hraje s ohledem na získávání a retenci zákazníků zásadní roli. Organizace, které touží být o krok vpřed, by v rámci svých rozhodovacích procesů měly zvažovat otázky společenské odpovědnosti a dopadu na životní prostředí – zejména jedná-li se o technologie.

Udržitelnost je pro spotřebitele i zaměstnance prioritou – jsou v sázce peníze a loajalita.

Ekologické a sociální problémy

jsou důležité pro **67 %** lidí, ať už v roli spotřebitele při rozhodování o koupi produktu (**36 %**) nebo v roli zaměstnance (**30 %**).

71 % lidí

si myslí, že by se zaměstnavatelé měli v důsledku pandemie onemocnění COVID-19 více zaměřit na sociální a ekologické problémy.

Zaměstnancům, kteří v současnosti pracují z domova, opravdu záleží na tom, jaké zařízení jim jejich zaměstnavatel poskytne.

69 % zaměstnanců

věří, že technologie používaná pro práci z domova by měla dlouho vydržet, měla by šetřit energii a snižovat množství odpadu.

Ne všechny společnosti však na tyto otázky nahlížejí stejně.

Pouze 23 % výkonného vedení společností

věří, že jsou environmentální a sociální dopady činnosti společnosti zahrnuty v plánech pro návrat zaměstnanců na pracoviště a plánech obnovení obchodní činnosti.

A pouze 30 % výkonného vedení společností

se domnívá, že otázka environmentálního a sociálního dopadu bude mnohem důležitější po pandemii koronaviru.

Pro ty, kteří se snaží na obavy týkající se sociálních a environmentálních témat reagovat, však existuje příležitost s tím něco udělat.

Ze společností, které během následujících 5 let očekávají zvýšení ziskovosti, považuje 77 % dopad na životní prostředí a sociální otázky za důležitá témata.

Dopad se projeví i v méně zjevných oblastech. Dobrá reputace v oblasti ekologických a sociálních otázek může mít významný pozitivní dopad.

40 % věří,
že to ovlivňuje, jak ostatní značku vnímají.

36 % věří,
že to ovlivňuje loajalitu zaměstnanců.

37 % věří,
že to má dopad na produktivitu pracovních sil.

Názory i činy ovlivňuje věk.

80 % začínajících společností

považují plnění cílů v oblasti společenské odpovědnosti a dopadu na životní prostředí za svou prioritu.

V případě společností starších 10 let jsou to **62 %.**

Pouze 63 % lidí ve věku nad 54 let

si myslí, že ekologické a sociální otázky získají po pandemii koronaviru na větší důležitosti.

Naopak, tato skupina za nejdůležitější považuje kvalitu produktů (**41 %**), úsporu energie (**50 %**) a snížení množství odpadu (**41 %**).

Regionální rozdíly také hrají svou roli.

Hodnocení na trhu –
Česká republika se umístila na
11. místě.

Na základě průzkumu zadaného společností Epson a realizovaného společností B2B International, 2020