EPSON
EXCEED YOUR VISION

ODRŽIVOST JAČA VAŠE POSLOVANJE: NEMOJTE NAM VJEROVATI NA RIJEČ

Način na koji poduzeća reagiraju na održivost ima ključnu ulogu u privlačenju i zadržavanju klijenata i talenata. Pri donošenju odluka organizacije koje žele zadržati prednost, posebno kada je riječ o tehnologiji, trebale bi razmotriti ekološka i socijalna pitanja.

Održivost je na prvom mjestu za potrošače i zaposlenike – u pitanju su novac i odanost.

Ekološka i socijalna pitanja

važna su za **64 %** ljudi, za potrošače, za donošenje odluka o kupnji (**31 %**) i za radnu snagu (**27 %**).

74 % ljudi smatra da bi se

poslodavci trebali više usredotočiti na socijalna i ekološka pitanja nakon pandemije bolesti COVID-19.

Zaposlenici koji danas rade od kuće žele da se pružanju opreme posveti istinska pozornost.

72 % zaposlenika

smatra da bi tehnologija za rad od kuće trebala biti dugotrajna i energetski učinkovita te smanjivati otpad.

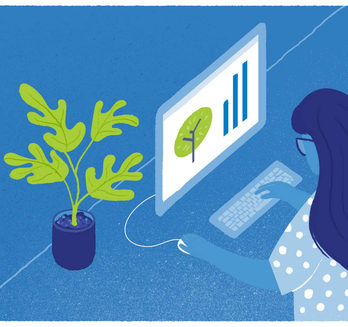
Nisu sva poduzeća usklađena.

Samo 19 % donositelja odluka

smatra da su razmatranja o ekološkom i socijalnom učinku uključena u planove povratka na posao i oporavka poslovanja.

Nadalje, samo 23 % donositelja poslovnih odluka

smatra da će rješavanje ekološkog i socijalnog učinka biti znatno važnije nakon pandemije bolesti COVID-19.



Međutim, postoje prilike za one koji se bave socijalnim i ekološkim pitanjima.

Od tvrtki koje očekuju značajno povećanu dobit u 5 godina, 74 % smatra pitanja ekološkog i socijalnog učinka iznimno važnima.

Učinak će se zamijetiti i na manje vidljivim područjima. Snažna posvećenost ekološkim i socijalnim pitanjima može imati znatan utjecaj.

42 % vjeruje
u percepciju brenda.

42 % vjeruje
u odanost zaposlenika.

38 % vjeruje
u produktivnost radne snage.

Dob je čimbenik koji utječe na stajališta i djelovanja.

83 % novoosnovanih poduzeća

smatra usklađivanje ciljeva ekološkog i socijalnog učinka prioritetom.

To vrijedi za 63 %

tvrtki starijih od 10 godina.

Nadalje, samo 72 % ljudi starijih od 54 godine

smatra da će ekološka i socijalna pitanja postati važnija nakon pandemije bolesti COVID-19.

S druge strane, to je najzastupljenija skupina u pogledu zahtijevanja kvalitete izrade proizvoda (**53 %**), energetske učinkovitosti (**58 %**) i smanjenja otpada (**51 %**).

Regionalne razlike također imaju ulogu

Poredak na tržištu –

rezultati u Hrvatskoj

#13

Research conducted on behalf of Epson by B2B International, 2020