EPSON
EXCEED YOUR VISION

# A FENNTARTHATÓSÁG ERŐSÍTI AZ ÖN VÁLLALKOZÁSÁT: NEM CSAK A SAJÁT VÉLEMÉNYÜNKET HANGOZTATJUK

Az, hogy a vállalkozások milyen kapcsolatban állnak a fenntarthatósággal, kulcsfontosságú szerepet játszik az ügyfelek és a munkavállalók bevonzásában és megtartásában. Az élvonalba törekvő vállalatoknak döntéseik meghozatala során figyelembe kell venniük a környezetvédelmi és a társadalmi kérdéseket egyaránt – különösen, ha technológiáról van szó.

## A fenntarthatóság mind a fogyasztók, mind az alkalmazottak oldaláról fontos szempont – a pénzük és a hűségük forog kockán.

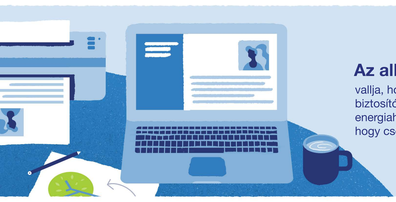
### A környezetvédelmi és a szociális problémák

az emberek **67%**-a számára fontosak mind fogyasztóként, a vásárlási döntések meghozatala során **(36%)**, mind pedig munkaerőként **(30%)**

### Az emberek 71%-a

véli úgy, hogy a munkaadóknak a koronavírus-járvány okán jobban oda kellene figyelniük a társadalmi és környezetvédelmi problémákra.

## Amikor a felszerelések és eszközök beszerzéséről van szó, manapság az otthonról dolgozó alkalmazottak alapos megfontolást várnak el.



### Az alkalmazottak 69%-a

vallja, hogy az otthoni munkakörnyezetet biztosító technológiáknak tartósnak és energiahatékonynak kell lenniük, amellett, hogy csökkentik a hulladék mennyiségét is.

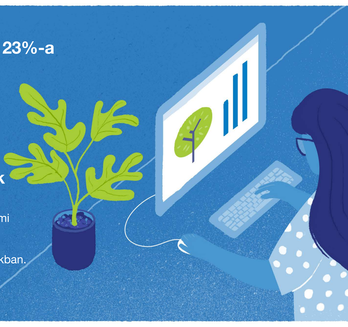
## A vállalkozások nincsenek egy véleményen

### Csupán a döntéshozók 23%-a

véli úgy, hogy a környezetvédelmi és a társadalmi hatásokra vonatkozó megfontolásokat fontos beépíteni a munkába való visszatérést és az üzletmenet helyreállítását célzó tervekbe.

### És az üzleti döntéshozók mindössze 30%-a

gondolja úgy, hogy a környezetvédelmi és a társadalmi célkitűzések elérése jóval nagyobb jelentőséggel fog bírni a koronavírus-járványt követő időszakban.



## Azok számára azonban, akik törődnek a társadalmi és a környezetvédelmi kérdésekkel, a lehetőség adott.

### Azon vállalatok közül, amelyek 5 év alatt várhatóan jelentősen növelni fogják bevételüket, 77% tartja fontosnak a környezetvédelmi és a társadalmi problémák kérdéskörét.

Változások lesznek tapasztalhatók a kevésbé nyilvánvaló területeken is. A jelentős környezetvédelmi és társadalmi ajánlások kiemelt hatással lehetnek egy márka megítélésére.

**40% véli, hogy** a márka megítélésére vannak hatással.

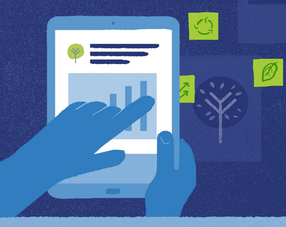
**36% vallja, hogy** a munkavállalói hűségre vannak hatással.

**37% gondolja úgy, hogy** a munkaerő termelékenységére vannak hatással.

## Az életkor olyan tényező, amely a világnézetre és a cselekvésre is befolyásoló erővel bír

### A start-up vállalkozások 80%-a állítja,

hogy a környezetvédelmi és a társadalmi célok elérése elsődleges szempont.



A 10 évnél idősebb

### vállalatok 62%-a gondolkodik ugyanígy.

### És az 54 évnél idősebbek mindössze 63%-a gondolja azt,

hogy a koronavírus-járványt követő időszakban a környezetvédelemmel és a társadalmi kérdésekkel való foglalkozás gondolata fontosabbá fog válni.

Ennek ellenére ez a csoport támasztja a legnagyobb igényeket a termékgyártási minőséggel **(41%)**, az energiahatékonysággal **(50%)** és a csökkenő hulladéktermeléssel **(41%)** szemben.

## A regionális különbségek szintén szerepet játszanak

Piaci rangsor –

**Magyarország besorolása**

**#11**

Research conducted on behalf of Epson by B2B International, 2020