

Ilmastoliiketoiminnan draiverina asiakkaiden vaatimukset

Uutta ilmastonmuutoksen torjuntaa edesauttavaa liiketoimintaa on syntynyt niin teknologiaratkaisujen, koulutuksen ja konsultoinnin, energiansäästön, uusiutuvan energian, jätehuollon, rakentamisen kuin sähköisten palveluidenkin sektoreilla.



Ilmastonmuutokseen liittyvien liiketoimintamahdollisuuksien uskotaan lisääntyvän tulevaisuudessa entisestään. Sen sijaan kahden eri tutkimuksen tulokset siitä, näkevätkö yritykset ekologisuuden mahdollisena kilpailuetuna liiketaloudellisesti tänä päivänä, eroavat jonkin verran. FiBSin ja Fountain Park Oy:n tekemän verkkokyselytutkimuksen mukaan suomalaisyritykset ovat pääsääntöisesti hyvin tietoisia ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista toimintaansa, ja moni yritys on myös jo onnistunut hyödyntämään globaalin ilmiön tarjoamia liiketoimintamahdollisuuksia. Kun taas Value Clinicin yhteistyössä Mainostoimisto Taskun ja ympäristökonsultointialan yritys Natural Interestin –selvityksen mukaan yrityksissä ei olla vielä havahduttu siihen, että ekologisuus voi olla yrityksen kilpailuetu myös liiketaloudellisesti.

Paraneeko maine

Value Clinicin lokakuun kyselyn vastaajat kuitenkin pitävät tärkeänä sitä, että niiden ekologiset toimenpiteet parantavat yrityksen mainetta sekä tukevat yrityksen sisäistä ja ulkoista viestintää. Luonnollisesti myös ympäristötoimenpiteiden ilmastonmuutosta ehkäisevä vaikutus on tärkeä yrityksille.

Asiakkaiden vaateet korostuvat b-to-be-liiketoiminnassa

Asiakkaiden ekologisista vaatimuksista ei yrityksissä vielä juurikaan oteta painetta, sanoo erikokoisten yritysten edustajien näkemyksiä luotaava Value Clinicin selvitys. Toisaalta toisessa selvityksessä, jossa vastaajat olivat business-to-business -liiketoiminta-alueelta nähdään, että asiakkaiden vaatimukset ovat nousseet ratkaisevaan asemaan ilmastomyönteisen liiketoiminnan kehittämisessä.

63 % FiBSin ja Fountain Parkin kyselyyn vastanneista ilmoitti asiakkaidensa vaativan ilmastonmuutoksen huomioimista liiketoiminnassa ja yhä useammassa yrityksessä joudutaan siksi miettimään keinoja, joiden kautta ne voivat omalta osaltaan torjua ilmastonmuutosta. Toisaalta jopa 80 % vastaajista oli sitä mieltä että yritysten tehtävänä on myös auttaa asiakkaitaan toimimaan ilmastovastuullisesti.

FiBSin ja Fountain Parkin kyselytutkimus ”Ilmastonmuutos ja asiakas – mikä on ratkaisevaa tuloksen aikaansaamiseksi?” tehtiin yrityksille verkossa syys-lokakuussa. Kyselyyn vastasi kaikkiaan 90 yritysten edustajaa, joista valtaosa business-to-business -liiketoiminta-alueelta. Value Clinicin yhteistyössä Mainostoimisto Taskun ja ympäristökonsultointialan yritys Natural Interestin tekemään kyselyyn vastasi yli 520 pörssi-, suur- ja pk-yrityksistä.

OnLine uutiset

toimitus@suomen.yrittajat.fi

Puhelin (09) 2292 2846, Riikka Kovala