

Yritysten suhtautuminen vihreään sähköön ja sen hankintaan

Tutkimuksen ohjaaja: Marko Mäki

Tutkimuksen tekijä: Petra Merikanto

Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma

- Tutkimuksen tarkoituksena oli luoda kokonaiskuva yritysten suhtautumisesta ympäristövastuullisuuteen sekä vihreään sähkөөn ja sen hankkimiseen.
- **Tutkimusongelmat**
- Tutkimuksella on yksi pääongelma ja kaksi alaongelmaa:
 - 1) Miten yritykset suhtautuvat ympäristövastuullisuuteen sekä vihreään sähkөөn ja sen hankkimiseen
 - 1.1) Millainen imago vihreällä sähköllä on?
 - 1.2) Kuinka Suomen luonnonsuojeluliiton norppaenergiaan suhtaudutaan?

Tutkimusmenetelmä

- Tutkimuksen kohdejoukkona olivat yritysten ympäristö- ja energiapäätöksiä tekevät ja päätöksentekoon vaikuttavat henkilöt, jotka tuntevat vihreän sähkön ainakin nimeltä.
- Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista kyselyä, joka toteutettiin online- haastatteluina Research International Finlandin kuluttajaneelissa (50.000 kuluttajaa) 9. huhtikuuta – 3. toukokuuta, 2008 välisenä aikana. Kyselylomakkeita lähetettiin 2600 ja vastauksia saatiin 238. Vastausprosentti oli 9,15 %.
- Tutkimuksen tekijä on Haaga-Helia ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelija ja tutkimusaihe on tutkimuksen tekijän opinnäytetyön aiheena. Tutkimus tehtiin toimeksiantona Suomen Luonnonsuojeluliitolle.

Näytteen rakenne

NÄYTTEEN RAKENNE

Vastajan sukupuoli	%	Yrityksen toimiala	%
Nainen	34	Teollisuus	11
Mies	66	Rakentaminen	8
		Palvelut	45
Vastajan ammattinimike	%	Kauppa	13
Yrittäjä	30	Muu	24
Toimitusjohtaja	20		
Päällikkö (esim. markkinointi, myynti, myymälä)	13	Henkilöstön lukumäärä 2007	%
Johtaja	9	0-9	69
Asiantuntija	6	10-49	14
Suunnittelija	6	50-249	8
Työnjohtaja/ esimiesasema	5	250-499	1
Hallintojohtaja/ hallituksen puheenjohtaja	2	500 -	8
Kiinteistönhoitaja/ kiinteistöpäällikkö	2		
Konsultti	2	Yrityksen toimipaikka	%
Muu	5	Pääkaupunkiseutu	36
Eos/ ei vastausta	3	Muu Etelä-Suomen lääni	21
		Länsi-Suomen lääni	26
		Itä-Suomen lääni	8
		Oulun tai Lapin lääni	10

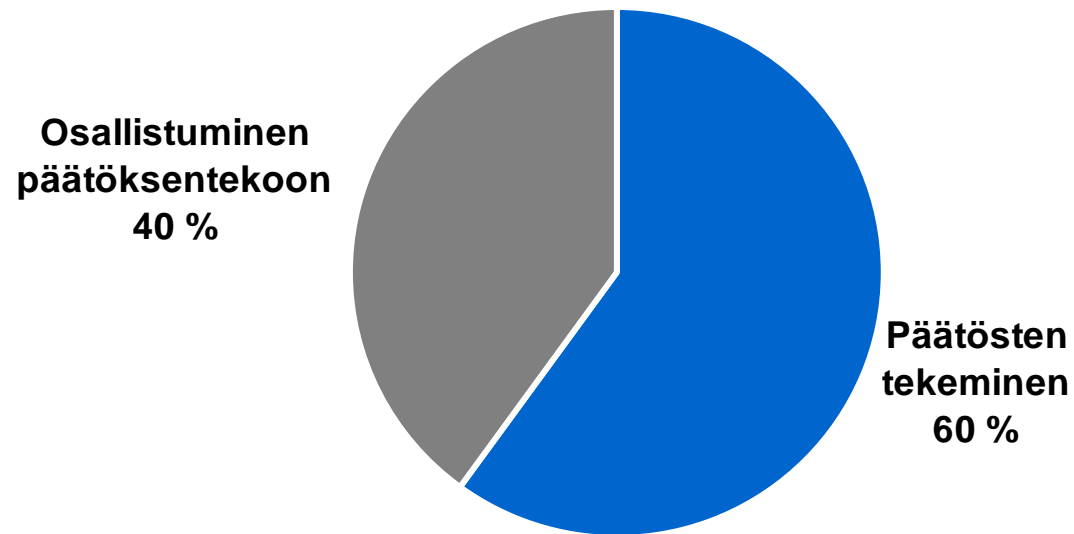
Yrityksen toimiala / muu -vastaukset

'Muu, mikä?' N=56



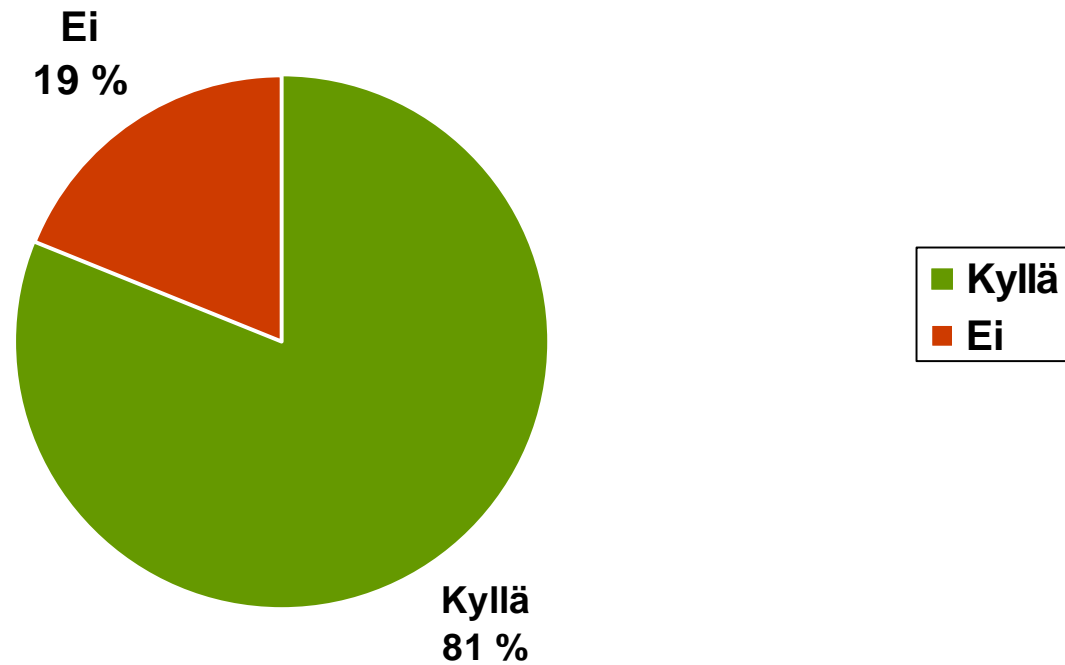
Päätttäminen yrityksen energia-asioista

Haemme ihmisiä, jotka päättävät yrityksen ympäristö- ja energia-asioista tai jotka osallistuvat päätöksentekoon.
Sisältykö teidän työhönne seuraavia tehtäviä?



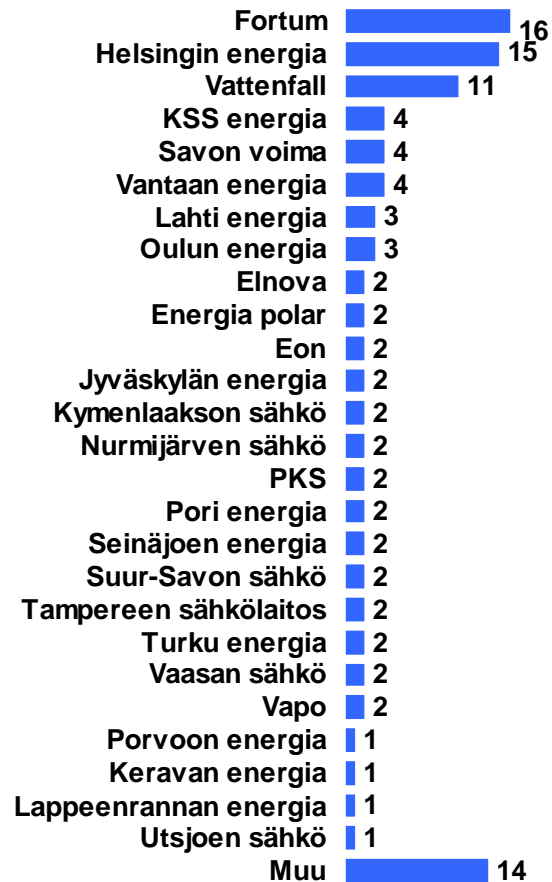
Tämänhetkinen sähkötoimittaja

Tiedätkö mikä sähköyhtiö on tämänhetkinen sähkötoimittajanne?



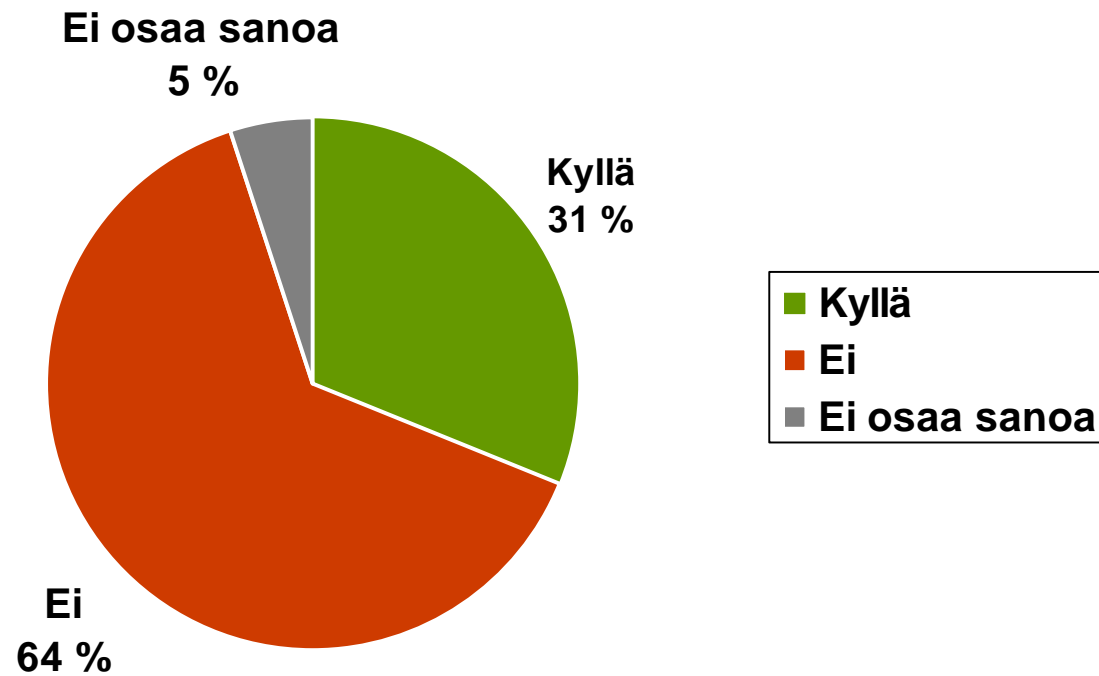
Tämänhetkinen sähköntoimittaja

'Tietää yrityksen tämänhetkisen sähköntoimittajan ' N=190



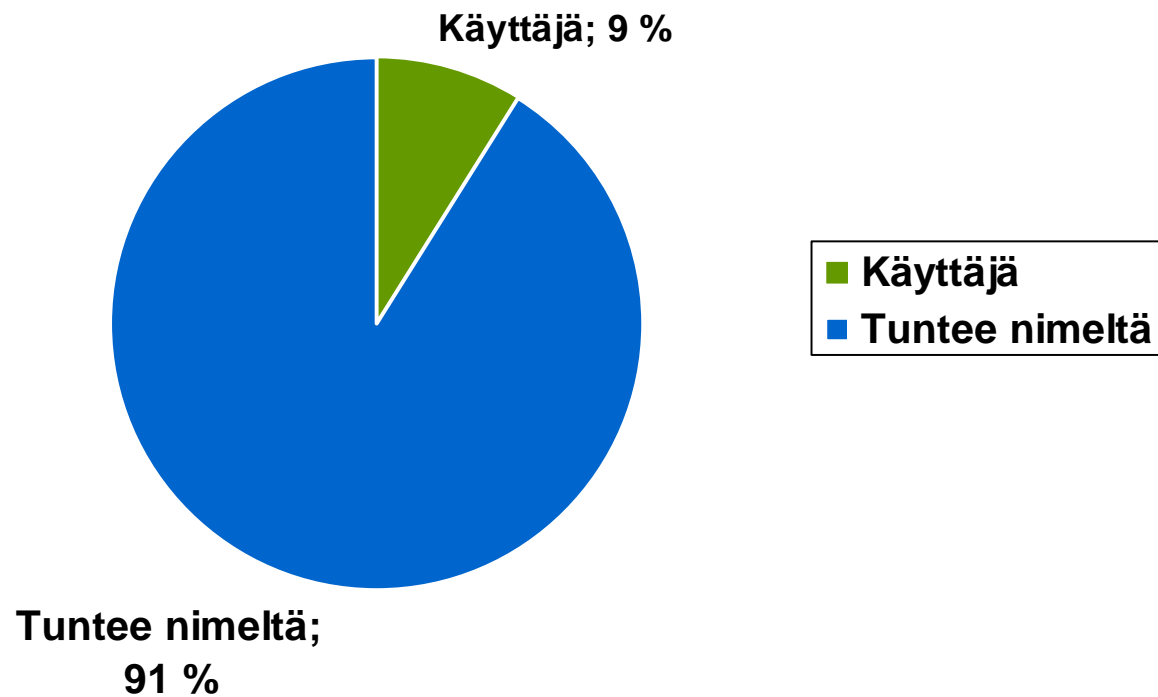
Ympäristöstrategia

Onko yrityksellänne ympäristöohjelma/ympäristöstrategia?



Kuinka hyvin tuntee vihreän sähköön

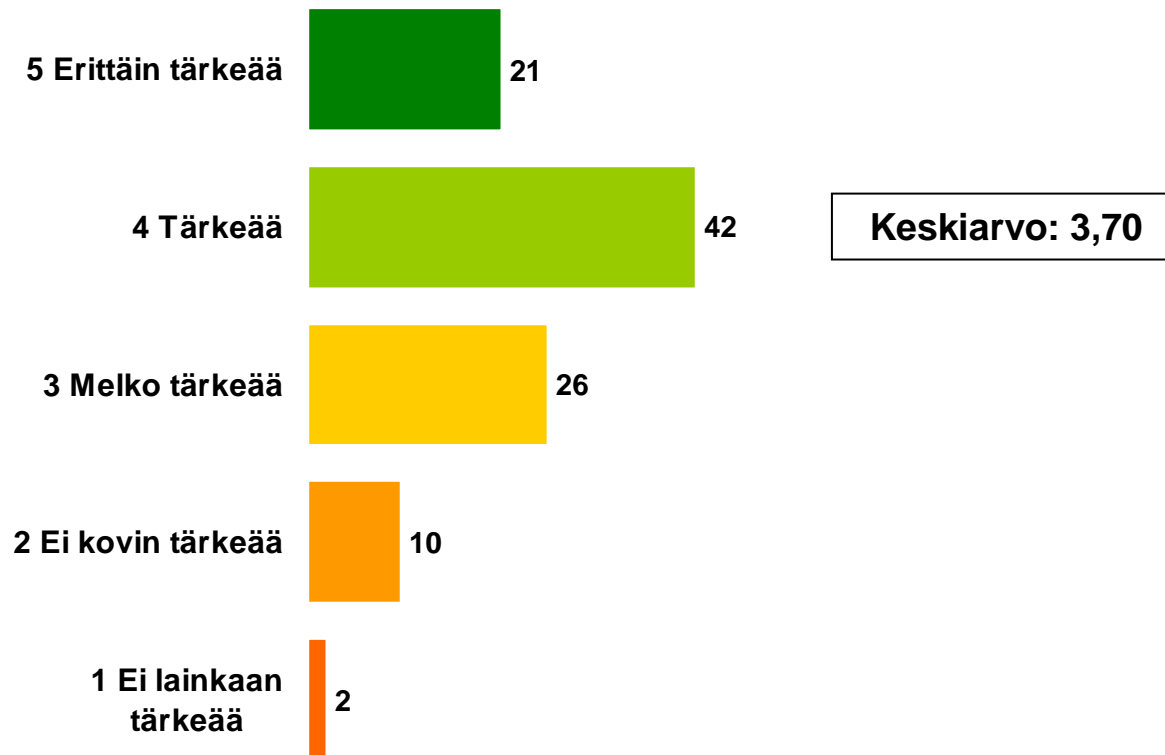
Kuinka hyvin tunnette vihreän sähköön?



Tutkimustulokset – Yritysten ympäristövastuu

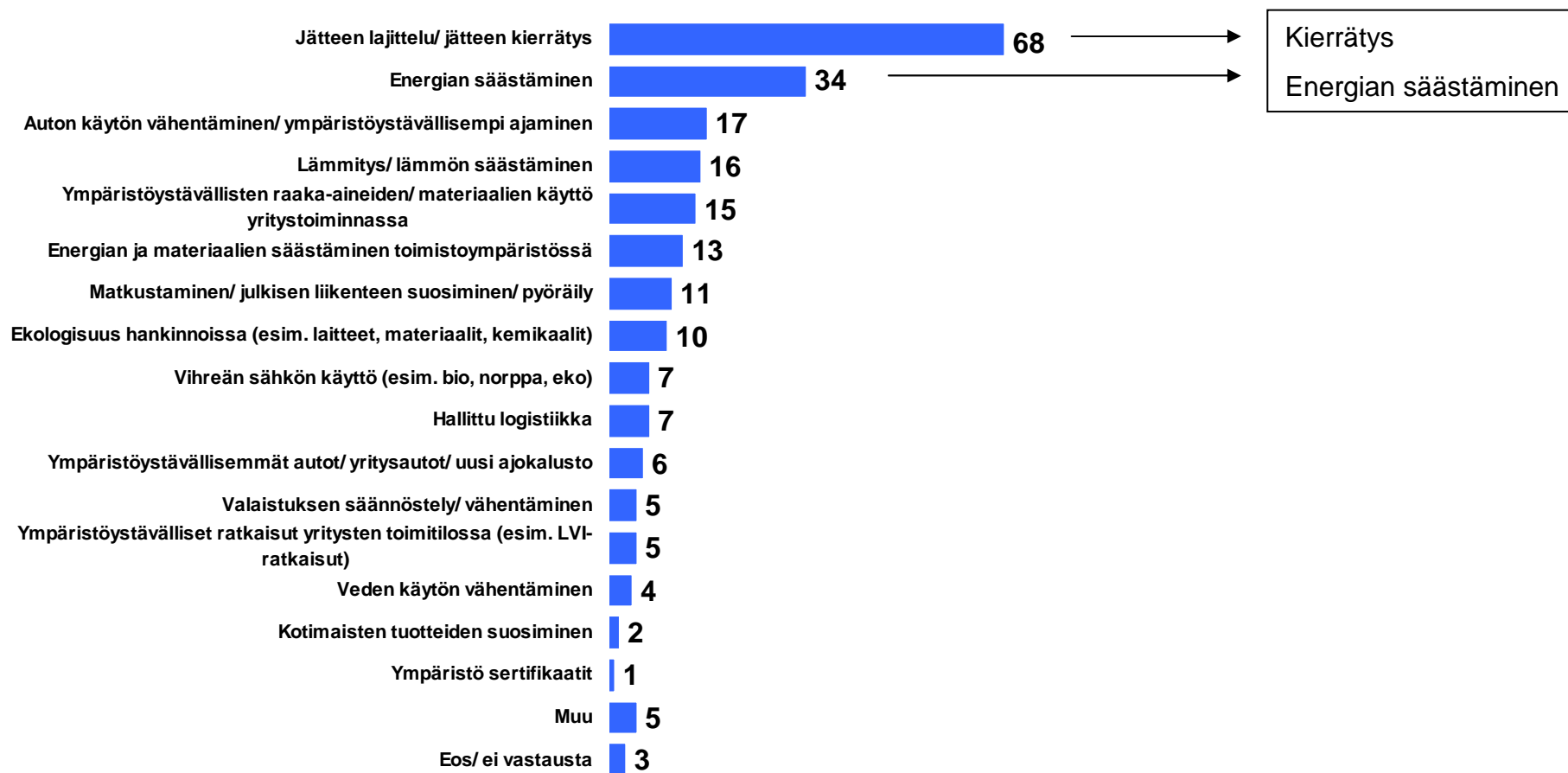
Ympäristöystävällisyyden tärkeys yritykselle

Kuinka tärkeää ympäristöystävällisyys on yrityksellenne?



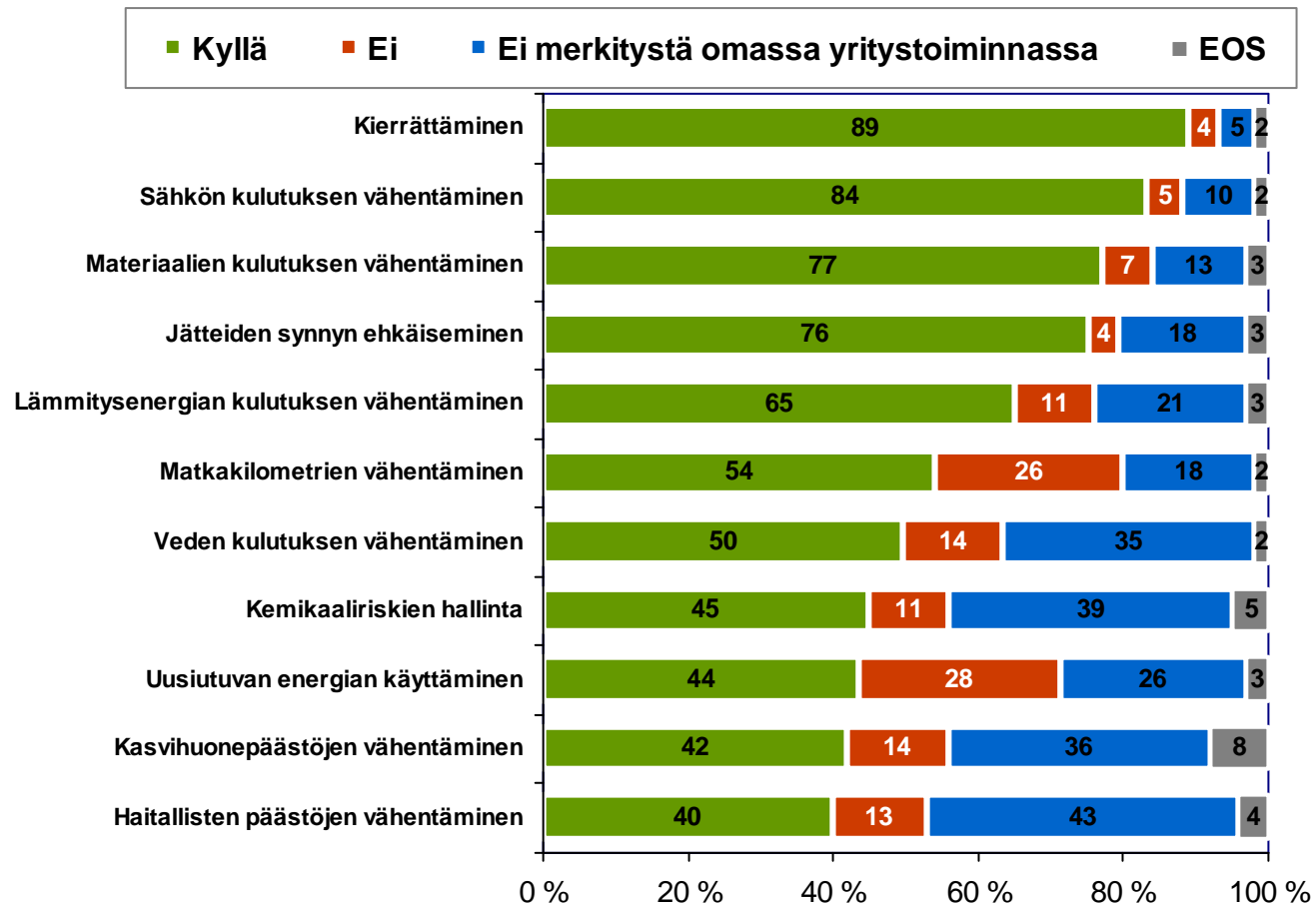
Ympäristöä säästävät toimenpiteet – mieleen tulevat

Luetelkaa tähän kaikki ympäristöä säästävät toimenpiteet, jotka teille tulee mieleen yrityksen kannalta ajateltuna



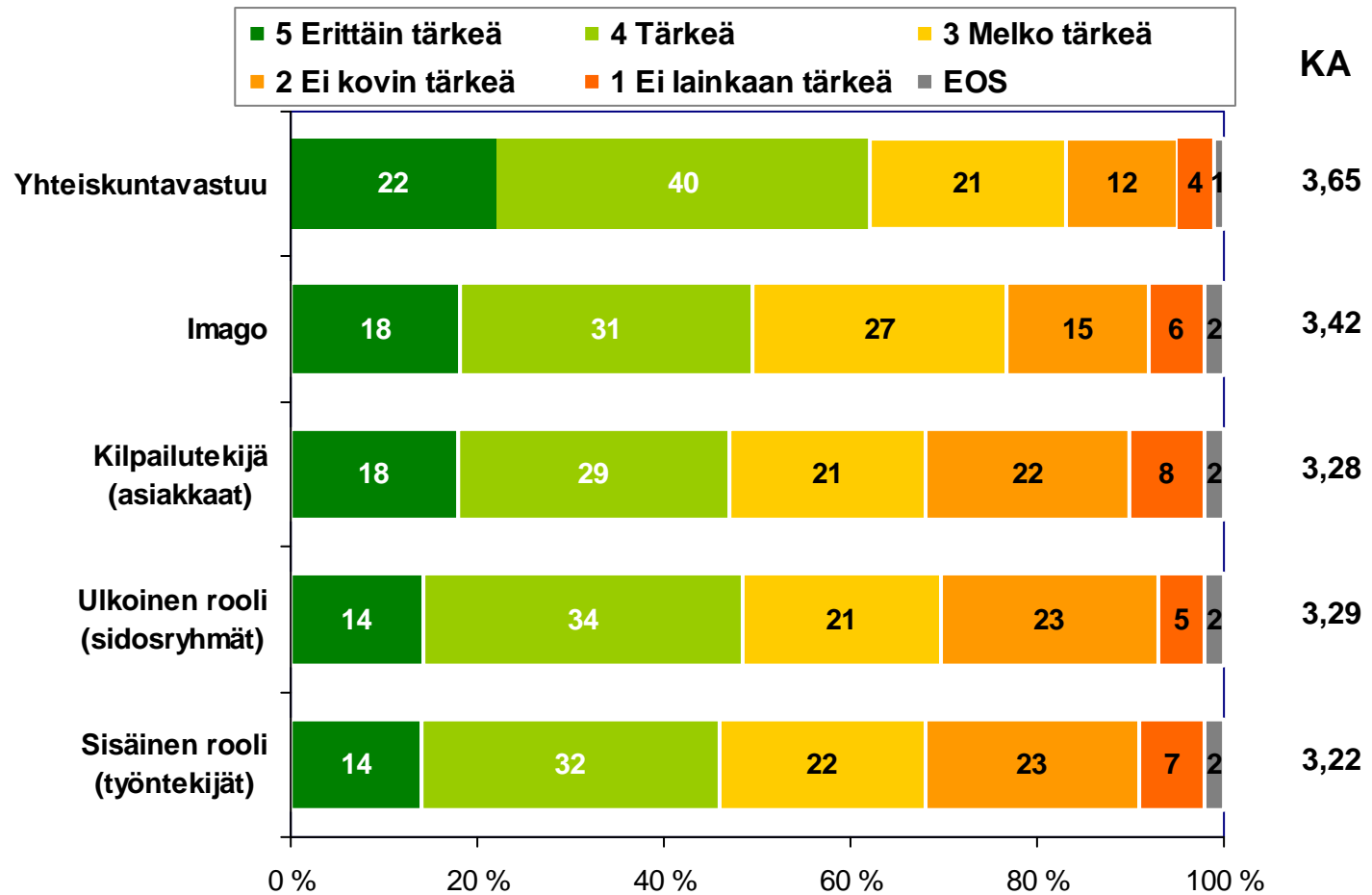
Ympäristöä säästävät toimenpiteet – yritys osallistuu

Mihin seuraavista ympäristöä säästävistä toimista yrityksenne osallistuu?



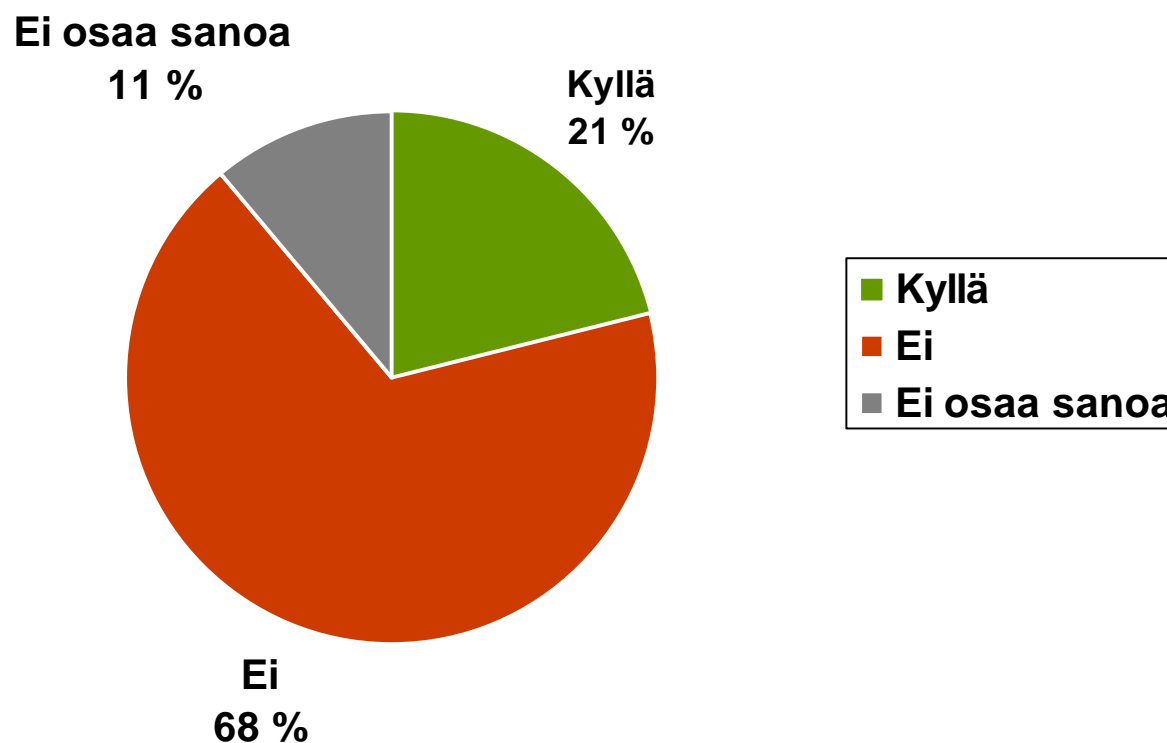
Ympäristöpäätösten vaikuttimet

Kuinka tärkeitä seuraavat tekijät ovat yrityksenne ympäristöpäätöksissä?



Ympäristöasioiden hallinnasta viestiminen

Onko yrityksenne viestinyt sidosryhmilleen ympäristöasioiden hallinnasta yrityksessä?



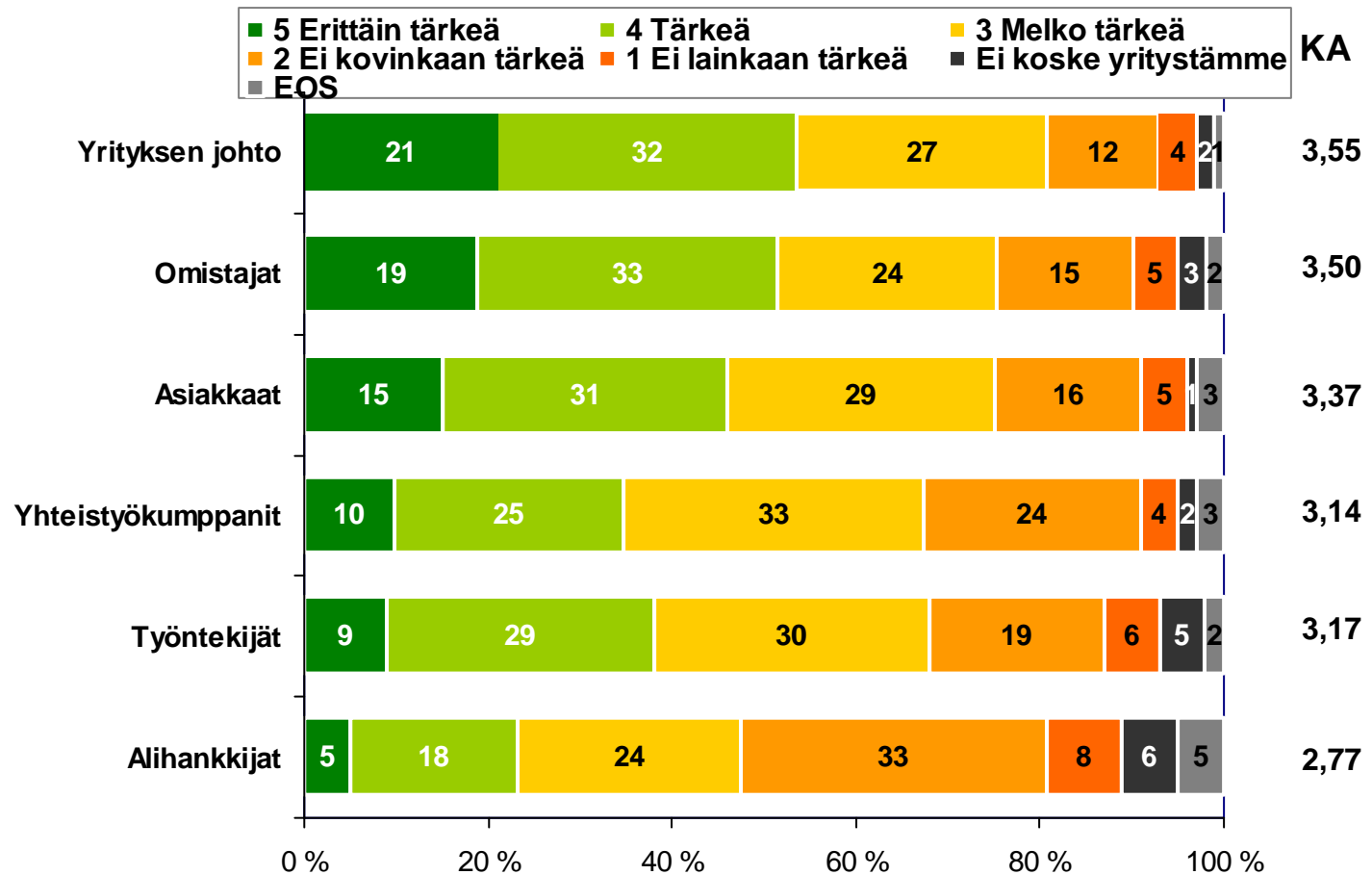
Miten yritys on viestinyt ympäristöasioiden hallinnasta sidosryhmilleen

'Ympäristöasioiden hallinnasta on viestitty yrityksen sidosryhmille' N=50



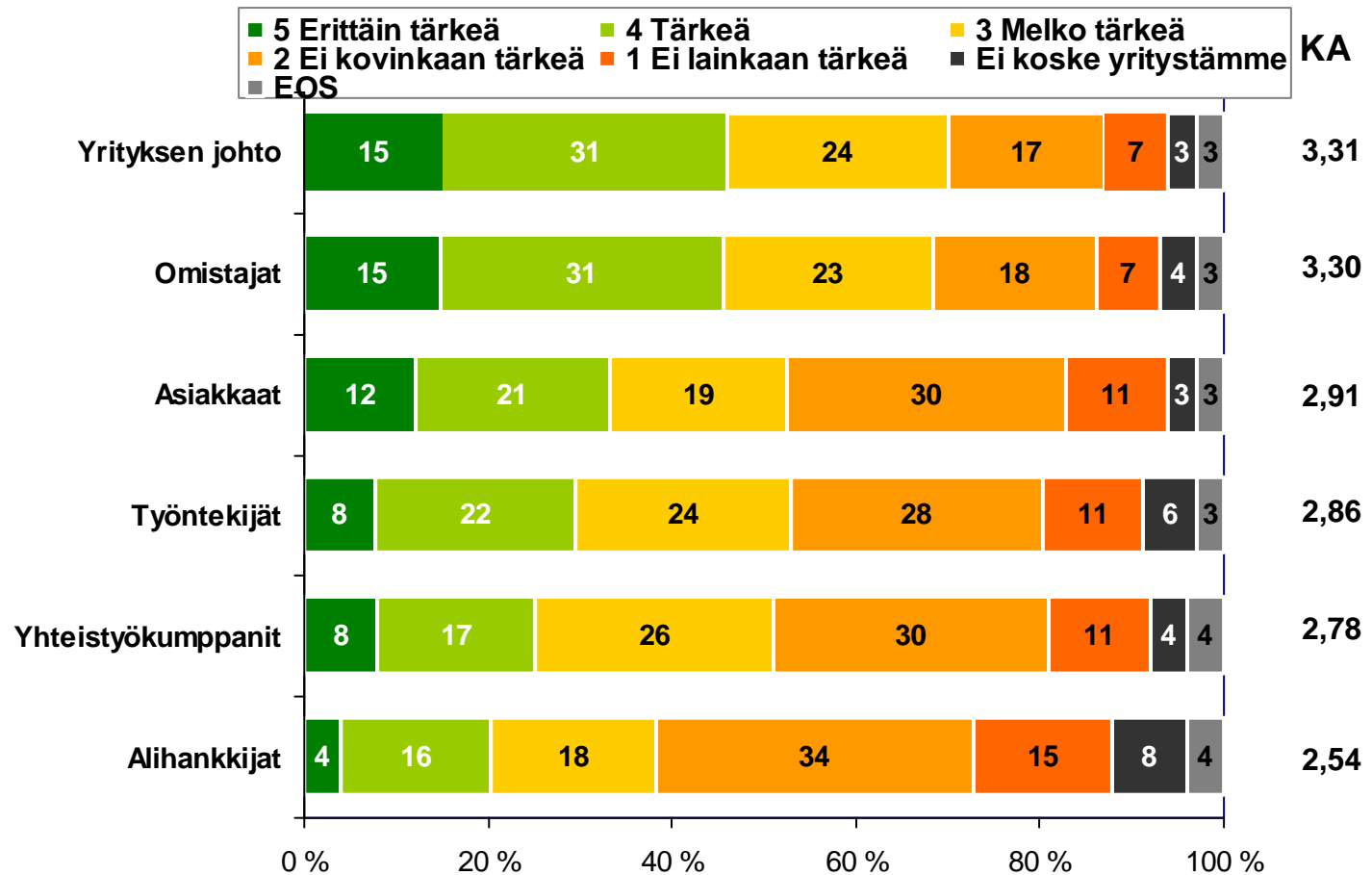
Ympäristökysymysten tärkeys sidosryhmille

Kuinka tärkeitä uskotte ympäristökysymysten olevan seuraaville sidosryhmillenne?



Energiavalintojen tärkeys sidosryhmille

Kuinka tärkeitä uskotte yrityksenne energiavalintojen olevan seuraaville sidosryhmillenne?



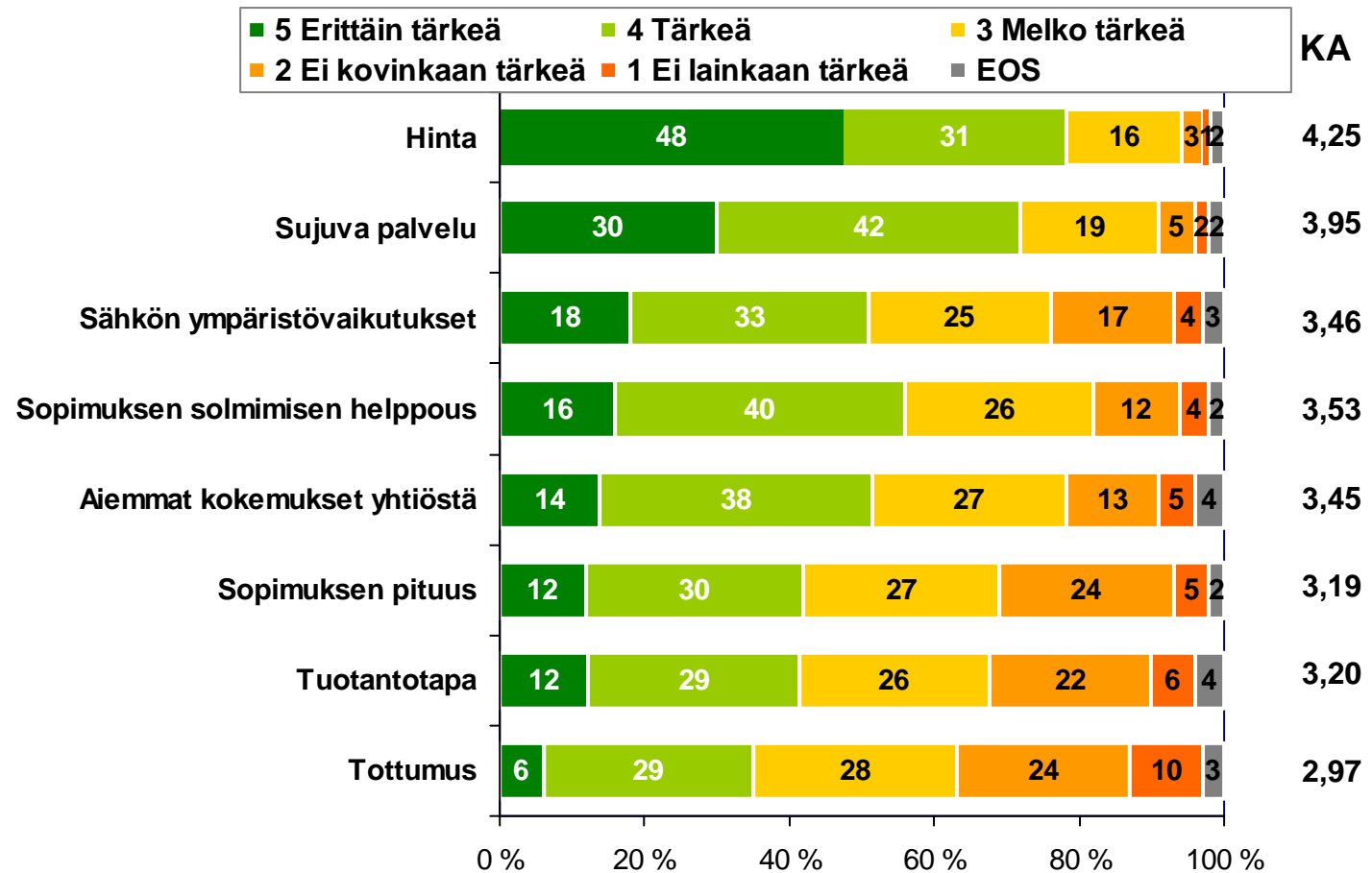
Yritysten ympäristövastuu

- Yritykset mieltävät ympäristöystävällisyyden tärkeäksi.
 - Yhteiskuntavastuu mielletään hieman muita tekijöitä tärkeämmäksi yritysten ympäristöpäätöksissä.
- Kierrätys ja energian säästäminen nousevat vastaajille eniten spontaanisti mieleen ympäristöä säästävistä toimenpiteistä, vihreän sähkön käyttö tulee vastaajille huonosti mieleen.
 - Vastaajille tuli spontaanisti mieleen ympäristöä säästävät toimenpiteet, joihin yritykset eniten myös osallistuvat.
 - Vihreä sähkö saattaa olla käsitteenä uusiutuvaa energiaa vieraampi - alle 10 % vastasi yrityksissään käytettävän vihreää sähköä, kuitenkin 44 % vastasi yrityksen osallistuvan uusiutuvan energian käyttöön.
- Vain viidesosa yrityksistä on viestinyt sidosryhmilleen ympäristöasioiden hallinnasta
 - Ympäristöasioista sidosryhmilleen viestineissä yrityksissä tiedottaminen ja keskustelut tai luennot olivat yleisimpiä viestintäkeinoja.
 - Yritysten ympäristökysymysten sekä energiavalintojen koettiin olevan tärkeimpiä yritysten sidosryhmistä johdolle, omistajille ja asiakkaille.

Tutkimustulokset – Vihreän sähkön kiinnostavuus

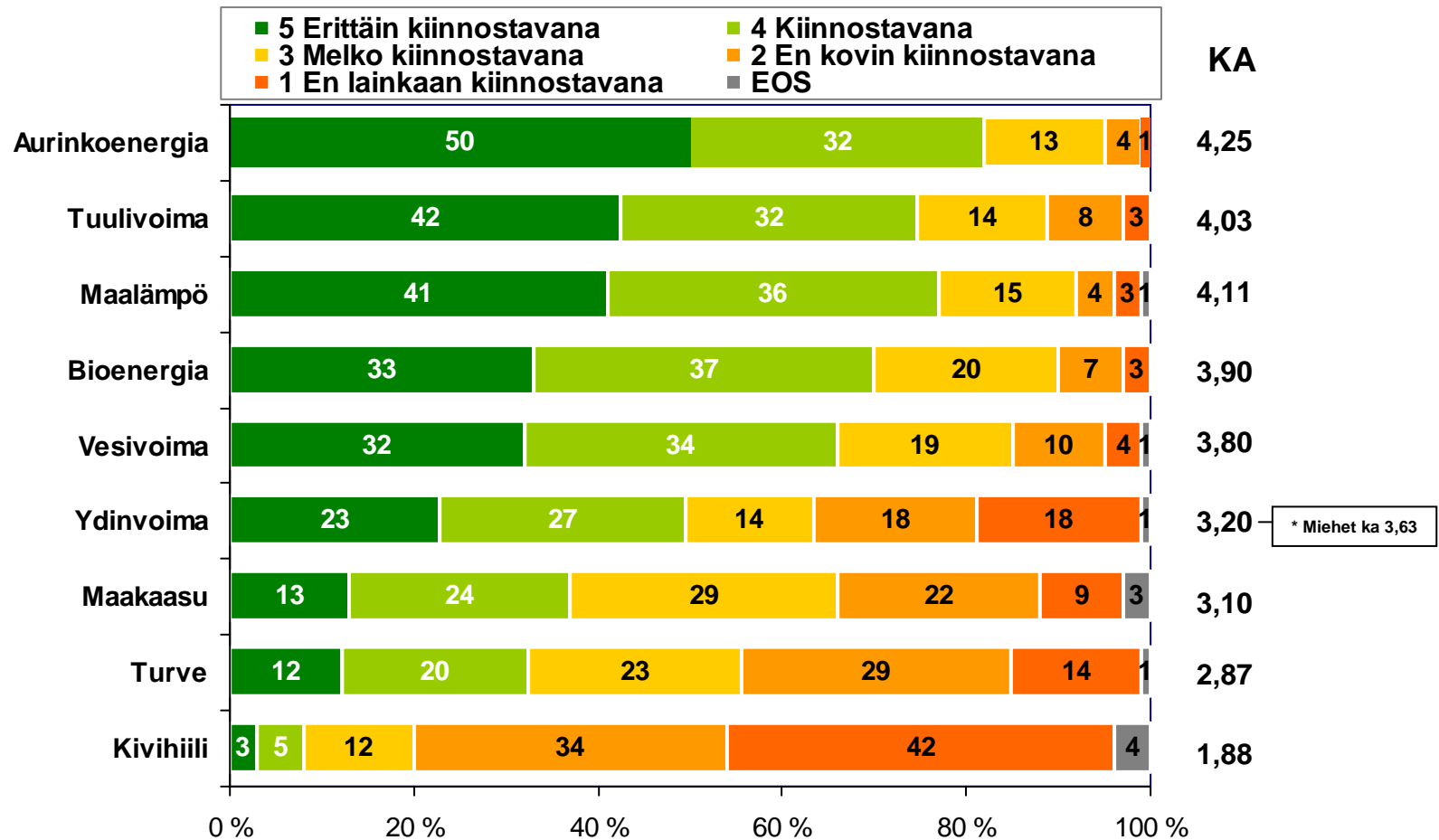
Ominaisuuksien tärkeys sähkötuotteen valinnassa

Kuinka tärkeitä seuraavat ominaisuudet ovat yrityksenne sähkötuotteen valinnassa?



Eri sähköntuotantotapojen kiinnostavuus

Kuinka kiinnostavana pidätte seuraavia sähköntuotantotapoja?



Syyt vihreän sähkön käyttöön

Mitkä asiat vaikuttavat siihen, että yrityksessänne käytetään vihreää sähköä tällä hetkellä?

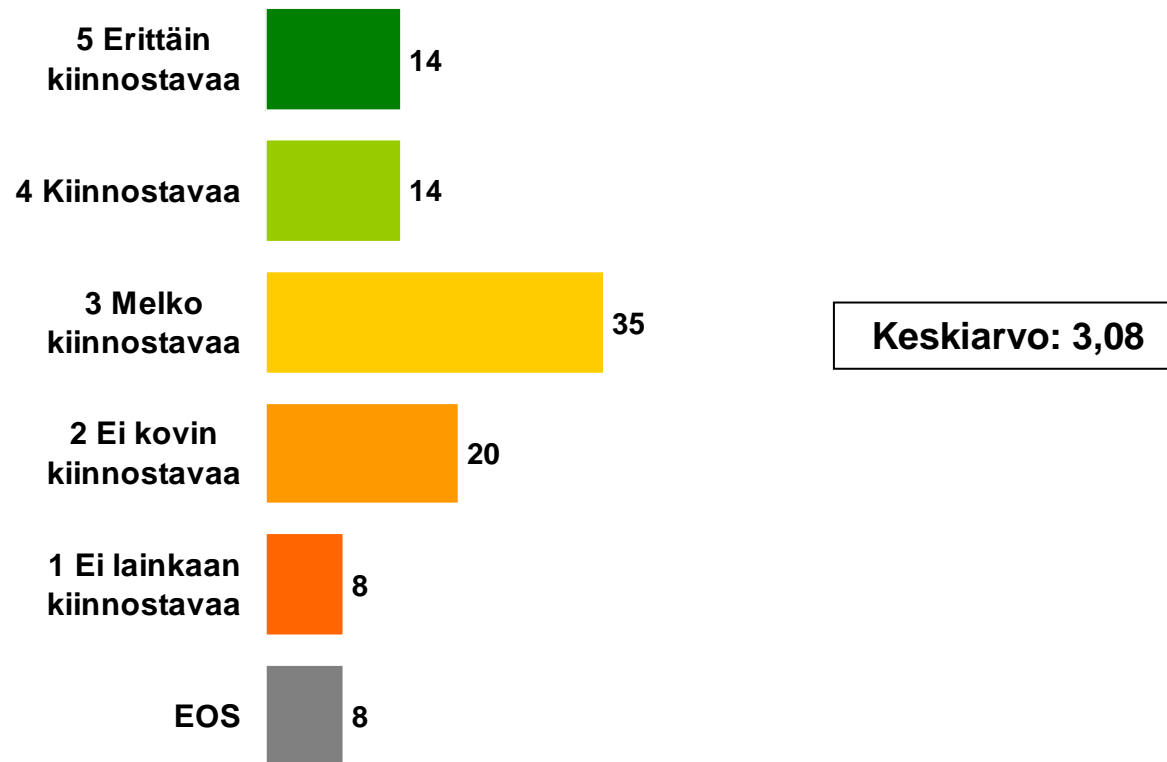
'Yrityksessä käytetään vihreää sähköä' N=22

- Asiakas
- Ei mikään
- Ekologisuus
- Ekologisuus ja ympäristön vaikutukset
- Hyvä tarjous
- Imago
- Jos kohtuu kustannuksin saatavissa, niin tietysti käytetään
- Koska se on ympäristöystävällisempää
- Luonto ja ympäristö
- Olemme valmiit maksamaan enemmän järkevästä sähköstä
- Oli nyky sopimuksessa mukana edullisesti
- Omalla paikkakunnalla oma sähkölaitos
- Periaate ja hyvä tarjous
- Se saatiin halvimmalla
- Sähköyhtiön tarjoama halpahintainen sähkö...
- Säästäväisyys ja energian helppous
- Tarjous
- Vastuu, imagoasia
- Vihreän sähkön kuitenkin kohtuullinen hinta
- Ympäristöasiat
- Ympäristötekijät
- Ympäristöystävällisyys

Kiinnostus siirtyä vihreän sähkön käyttäjäksi

Kuinka kiinnostavaa olisi mielestänne siirtyä vihreää sähköä käyttäväksi yritykseksi?

'Yrityksessä ei käytetä vihreää sähköä' N=216



Kiinnostus siirtyä vihreän sähkön käyttäjäksi taustoittain

Kuinka kiinnostavaa olisi mielestänne siirtyä vihreää sähköä käyttäväksi yritykseksi?

	Koko näyte N=216	Sukupuoli		Tunteeko Norppaenergia -merkin	
		Nainen N=76	Mies N=140	Tuntee merkin N=123	Ei tunne merkkiä N=93
5 Erittäin kiinnostavaa	14	21*	11	17	11
4 Kiinnostavaa	14	17	13	17	11
3 Melko kiinnostavaa	35	36	35	37	33
2 Ei kovin kiinnostavaa	20	9	26*	15	27*
1 Ei lainkaan kiinnostavaa	8	7	9	8	8
EOS	8	11	6	6	11
KA	3,08	3,41*	2,90	3,21	2,89

Miksi ei kiinnostunut vihreän sähkön käytöstä

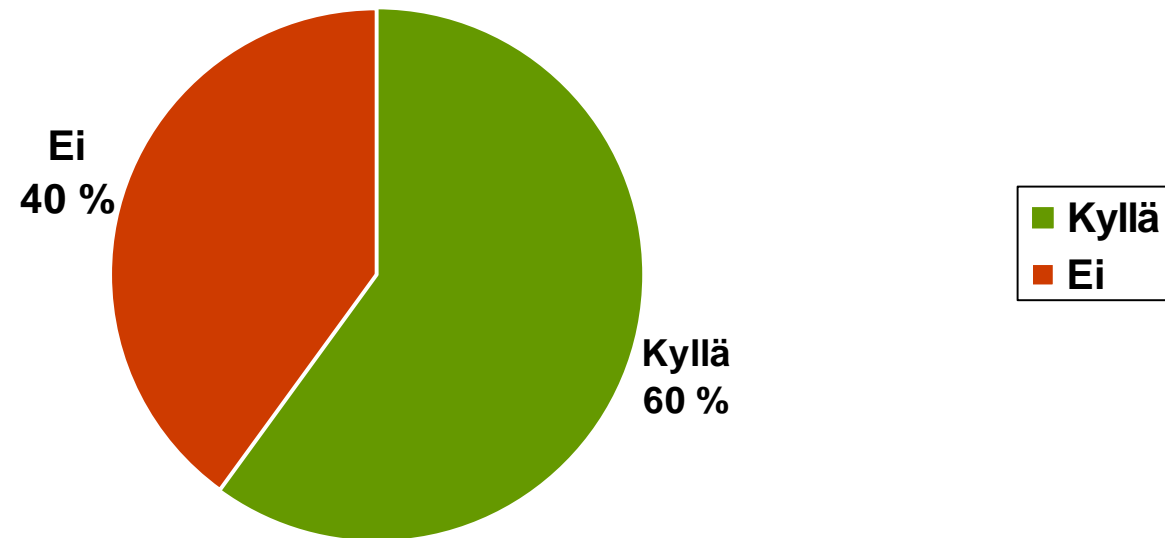
Miksi mielestänne ei olisi kiinnostavaa siirtyä vihreää sähköä käyttäväksi yritykseksi?

'Ei kovin / lainkaan kiinnostavaa' siirtyä vihreää sähköä käyttäväksi yritykseksi N=61



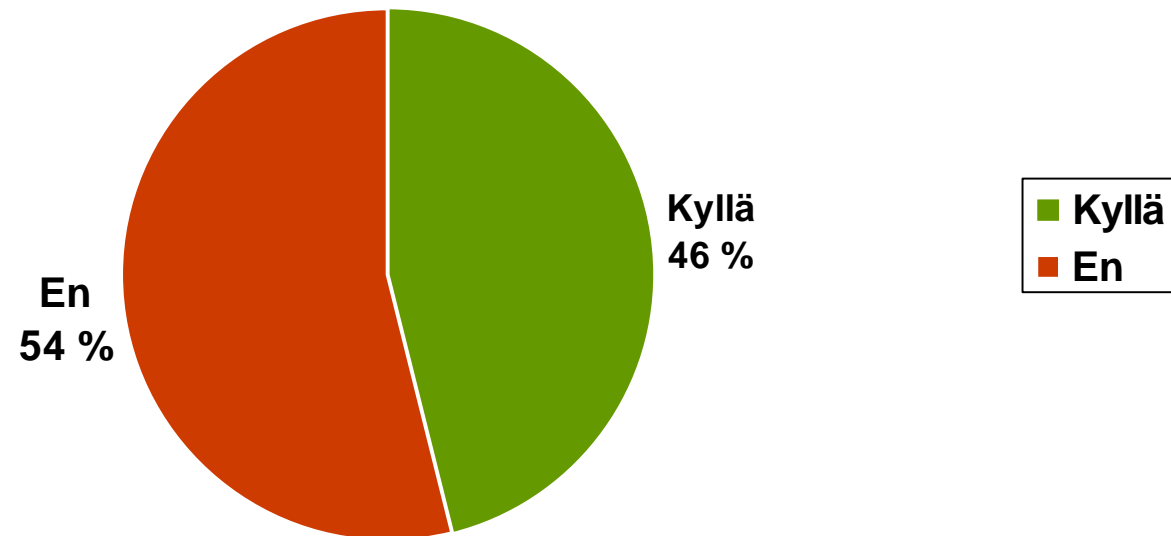
Onko tarpeeksi tietoa sähköyhtiöiden kilpailuttamisesta

Onko teillä mielestänne tarpeeksi tietoa sähköyhtiöiden kilpailuttamisesta?



Kaipaako lisätietoa vihreästä sähköstä

Kaipaatteko lisätietoa vihreästä sähköstä?



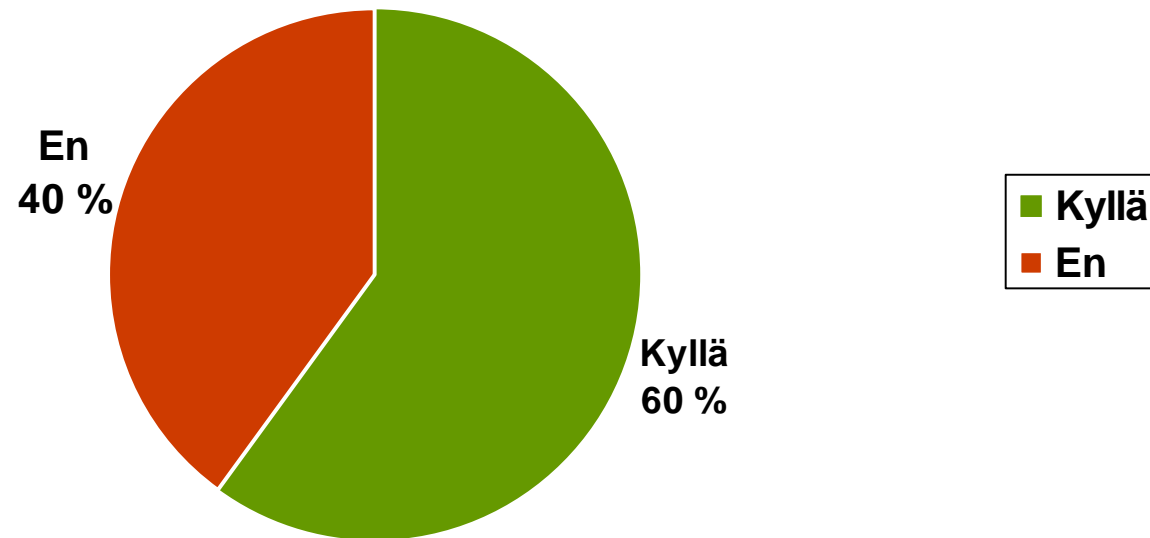
Vihreän sähkön kiinnostavuus

- Hintaa ja sujuvaa palvelua pidetään tärkeimpinä ominaisuuksina sähkötuotteen valinnassa.
 - Sähkön ympäristövaikutuksia pidetään myös melko tärkeänä, joskin tuotantotapaa pidetään vähemmän tärkeänä, vaikka se liittyy kiinteästi sähkön ympäristövaikutuksiin.
 - Ympäristöystävälliset sähköntuotantotavat koetaan kiinnostaviksi. Aurinkoenergia herättää sähköntuotantotavoista eniten kiinnostusta, mutta myös maalämpö ja tuulivoima koetaan muita kiinnostavampina. Uusiutumattomien energialähteiden sähköntuotantotapoja pidettiin vähiten kiinnostavina. Ydinvoima herätti miehissä selvästi enemmän kiinnostusta kuin naisissa; miehet ka 3,63, naiset ka 2,36.
- Vihreän sähkön käyttöön siirtymistä pidetään kohtuullisen kiinnostavana.
 - Naiset pitävät siirtymistä vihreän sähkön käyttöön selkeästi miehiä kiinnostavampana.
 - Hintaa tai mielikuva korkeasta hinnasta oli pääsyy miksi yritykset, eivät ole kiinnostuneita siirtymään vihreän sähkön käyttöön. Toinen keskeinen syy on, ettei vihreää sähköä pidetä uskottavana tai mielletä ympäristöystävälliseksi.
 - Hieman vajaa puolet vastaajista kaipaa lisätietoa vihreästä sähköstä
 - 40 % vastaajista mieltää, ettei heillä ole tarpeeksi tietoa sähköyhtiöiden kilpailuttamisesta.

Tutkimustulokset – Norppaenergia-merkki

Norppaenergia-merkin tunnettuus

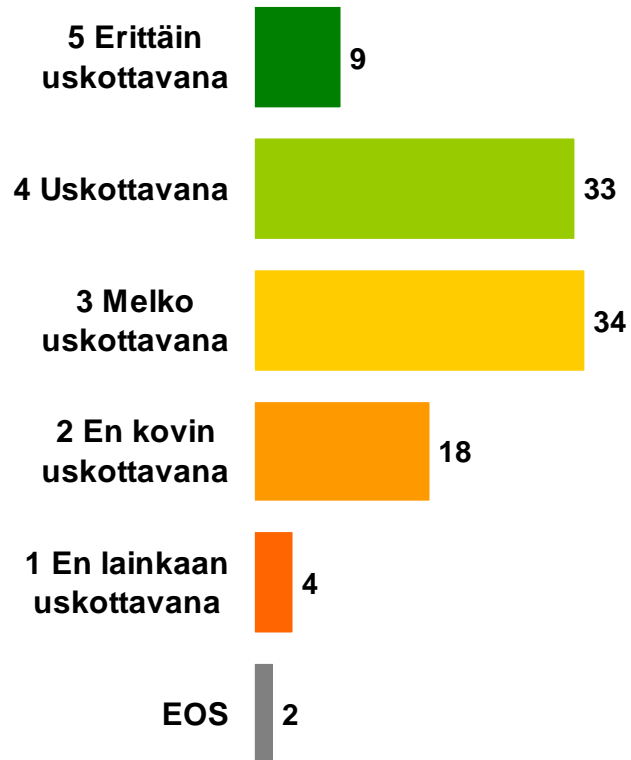
Tunnetteko Norppaenergia-merkin?



Vastaajille kerrottiin, että *'Norppasähkö on uusiutuvista energialähteistä tuotettua sähköä, jolle on myönnetty Suomen luonnonsuojeluliiton energian ympäristömerkki, Norppaenergia-merkki.'*

Norppasähkön uskottavuus

Kuinka uskottavana pidätte Suomen luonnonsuojeluliiton sertifoimaa norppasähköä?



Keskiarvo: 3,25

Norppasähkön uskottavuus taustoittain

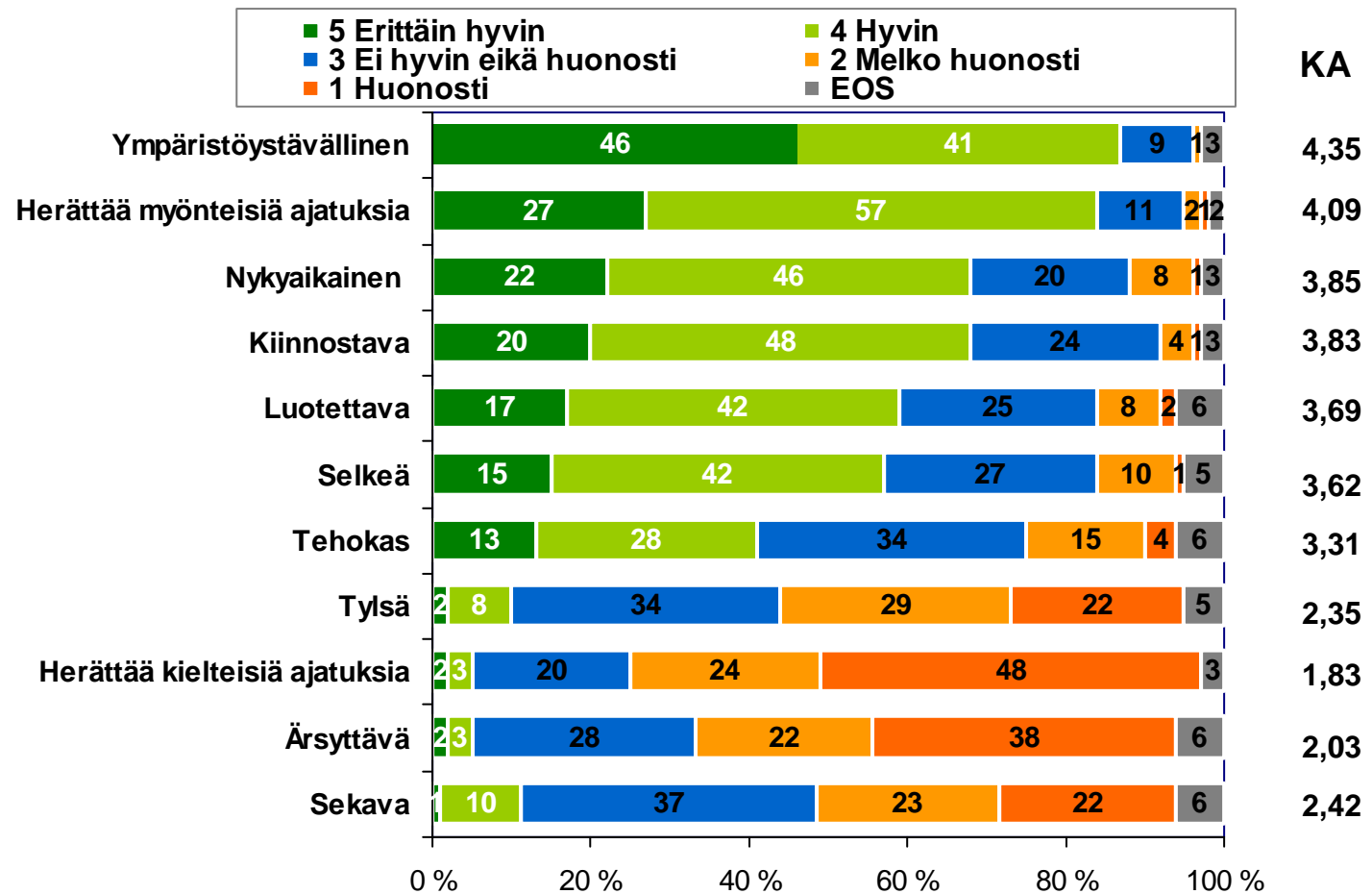
Kuinka uskottavana pidätte Suomen luonnonsuojeluliiton sertifoimaa norppasähköä?

	Sukupuoli			Tunteeko Norppaenergia -merkin	
	Koko näyte N=238	Nainen N=82	Mies N=156	Tuntee merkin N=143	Ei tunne merkkiä N=95
5 Erittäin uskottavana	9	12	8	12	5
4 Uskottavana	33	45*	26	38*	25
3 Melko uskottavana	34	30	35	31	37
2 En kovin uskottavana	18	9	24*	16	22
1 En lainkaan uskottavana	4	2	5	2	7*
EOS	2	1	2	1	3
KA	3,25	3,57*	3,08	3,42*	2,99

Väittämät

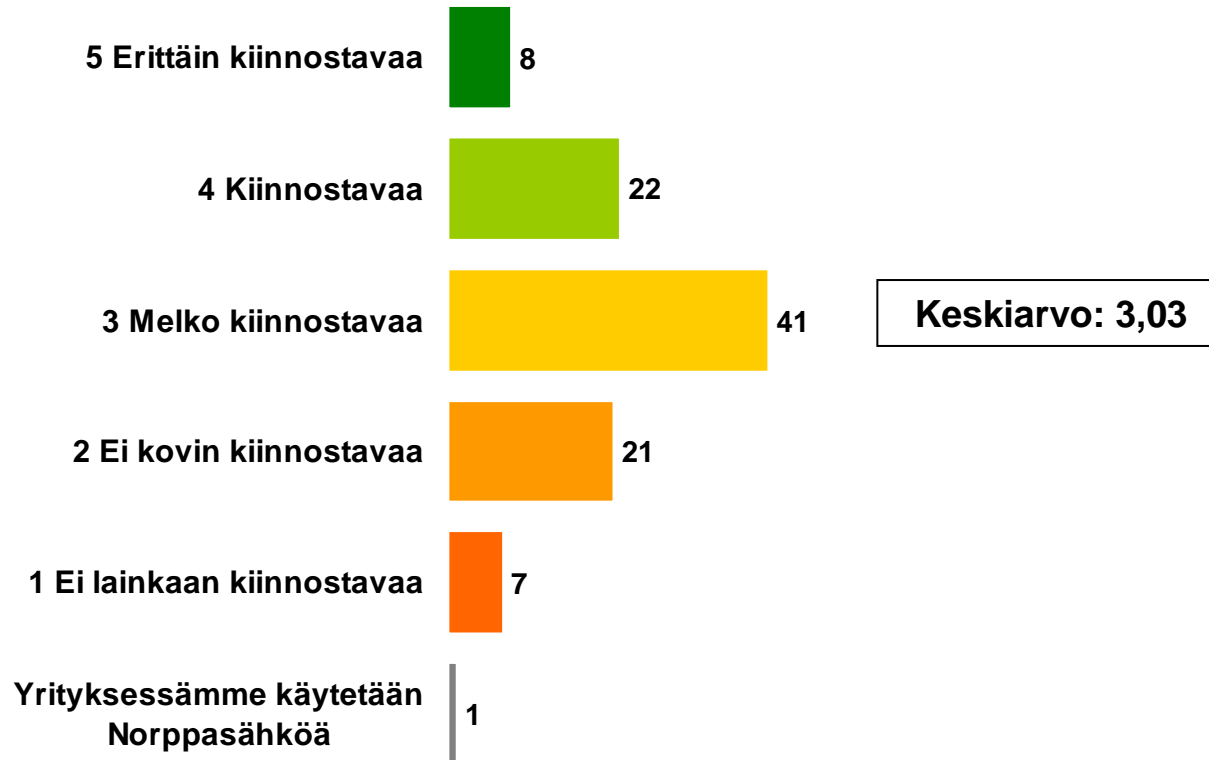
Miten hyvin seuraavat väittämät sopivat mielestänne ympäristömerkittyyn norppasähkөөn?

'Tuntee merkin' N=143



Kiinnostus siirtyä norppasähkön käyttäjäksi

Kuinka kiinnostavaa olisi mielestänne käyttää ympäristömerkittyä norppasähköä yrityksessänne?



Kiinnostus siirtyä norppasähkön käyttäjäksi taustoittain

Kuinka kiinnostavaa olisi mielestänne käyttää ympäristömerkittyä norppasähköä yrityksessänne?

	Koko näyte N=238	Sukupuoli		Tunteeko Norppaenergia-merkin	
		Nainen N=82	Mies N=156	Tuntee merkin N=143	Ei tunne merkkiä N=95
5 Erittäin kiinnostavaa	8	11	6	8	7
4 Kiinnostavaa	22	28	19	27*	15
3 Melko kiinnostavaa	41	44	40	38	45
2 Ei kovin kiinnostavaa	21	13	25*	20	23
1 Ei lainkaan kiinnostavaa	7	2	9	5	9
Yrityksessä käytetään Norppasähköä	1	1	1	2	-
KA	3,03	3,32*	2,88	3,14*	2,87

Norppaenergia-merkki

- Norppaenergia-merkin autettu tunnettuus on melko hyvällä tasolla
- Norppasähköä pidetään uskottavana
 - Vain noin viidesosa vastaajista pitää norppasähköä epäuskottavana.
 - Naiset pitävät norppasähköä selvästi miehiä uskottavampana.
- Norppasähköön liitetään positiivisia mielikuvia
 - 'Ympäristöystävällinen' ja 'herättää myönteisiä ajatuksia' -väittämät sopivat parhaiten norppasähköön. Kaiken kaikkiaan norppasähkö herätti hyvin positiivisia mielleyhtymiä sen tunteneissa vastaajissa.
- Norppasähkön käyttöön siirtymistä pidetään melko kiinnostavana.
 - Naiset ja merkin tuntevat ovat muita kiinnostuneempia siirtymään norppasähkön käyttöön.
 - Norppasähkön käyttöön siirtymistä pidetään suunnilleen yhtä kiinnostavana kuin ylipäänsä vihreän sähkön käyttöön siirtymistä.

Yhteenveto

- Ympäristöystävällisyys yritystoiminnassa mielletään tärkeäksi
 - Asenteet eivät kuitenkaan heijastu täysin käytännön toimenpiteiksi yrityksissä
- Vihreän sähkön ja norppasähkön käytöstä ollaan melko kiinnostuneita
 - Korkea hintamielikuva ja epäily siitä, ettei sähkö, jota myydään vihreänä sähkönä, täytä sen tunnusmerkkejä ovat keskeisimpiä syitä, miksi vihreän sähkön käyttöön ei haluta siirtyä
- Norppasähköä pidetään uskottavana ja se herättää hyvin positiivisia mielikuvia sen tunteneissa vastaajissa
- Naiset ovat vihreän sähkön markkinoinnin kannalta hyvin kiinnostava kohderyhmä

Toimenpidesuosituksset

- Tietoisuuden lisääminen siitä, että vihreän sähkön ostaminen lisää sen tuotantoa
 - Yritysten tietoisuuden lisääminen myös ylipäänsä mahdollisuuksista ostaa vihreää sähköä
- Kuinka tehdä vihreän sähkön käytöstä kiinnostavampaa?
 - Hintamielikuvaan vaikuttaminen vihreän sähkön käytöstä saatavia hyötyjä korostamalla
 - Käytön syinä nousi esiin ekologisuus ja edullisuus, vastauksia käytön motiiveista saatiin kuitenkin vain pieneltä ryhmältä
 - Yritysten kokemia hyötyjä kannattaisi lisätutkia, sillä aihe on tärkeä vihreän sähkön markkinoinnin kehittämisen kannalta
- Naiset ovat erityisen kiinnostava kohderyhmä
 - He suhtautuvat vihreän sähkön ja norppasähkön hankkimiseen hyvin myönteisesti ja pitävät norppasähköä miehiä uskottavampana
 - Norppasähkön markkinoinnissa voisi olla mielekästä kohdentaa päättäjän/vaikuttajan asemassa oleville miehille erityisesti informaatiopohjaista markkinointia uskottavuuden lisäämiseksi tässä kohderyhmässä.