

Štedljive inovacije  
Tečaj

**ODRŽIVOST I SOCIJALNA UKLJUČENOST  
U ŠTEDLJIVIM INOVACIJAMA**

**MODUL 5**



*Kako napraviti*

*bolje s manje?*

## SADRŽAJ TEČAJA

### *Jeste li znali...*

Možete koristiti module na način koji želite. Ovaj tečaj je prilagođen individualnim potrebama. Možete čitati čitave module, možete se usredotočiti na glavne pojmove, koji će biti istaknuti u svakom modulu, možete pronaći primjere ili pokušati napraviti test. U svakom slučaju, sigurni smo da ćete pročitati više o tome kako profitirati od štedljivog poslovanja.

1. Business case za štedljive inovacije
2. Tržišne prilike za štedljive inovacije u Poljskoj/ Mađarskoj/Hrvatskoj/ Irskoj/ Ujedinjenom Kraljevstvu
3. Kreativno rješavanje problema
4. Novi razvoji tržišta, dizajniranje i prototipiranje usmjereno na ljude
- 5. Održivost i socijalna uključenost u štedljivim inovacijama**
6. Financijsko planiranje za inovacije
7. Menadžment štedljivih inovacija

Ikone na koje možete naići tijekom tečaja



Primjer



Test



Aktivnost



Video

## ODRŽIVOST I SOCIJALNA UKLJUČENOST U ŠTEDLJIVIM INOVACIJAMA

Ako ste umorni od knjiga i članaka u kojima ne možete pronaći praktično i korisno znanje.

Započnite modul **Održivost i socijalna uključenost u štedljivim inovacijama** koji Vam daje uvid u korisne informacije o:

- činjenicama povezanim sa socijalnim i globalnim ekološkim problemima
- dnu tržišne piramide
- potražnoj matrici proizvoda
- globalnim trendovima povezanim s održivošću
- primjerima štedljivih inovacija orijentiranim na ekološke ili socijalne probleme.

Savjetujemo Vam da se pridružite cijelom modulu.





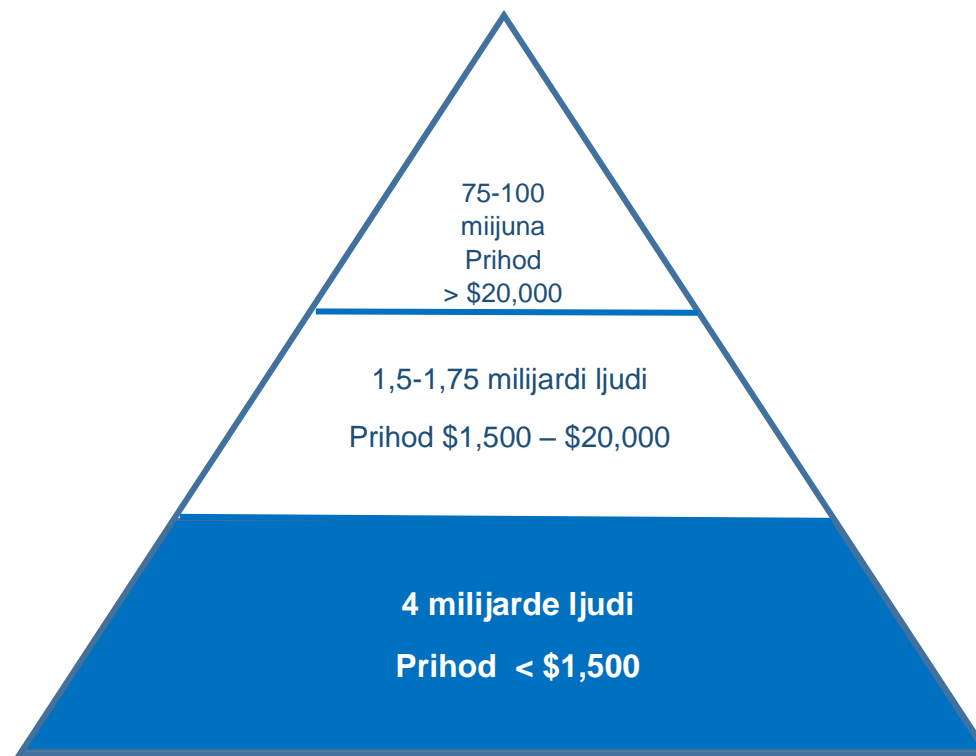
Da li se pitate zasto su održiva rjeser

## ODRŽIVOST

imiju ?

Možda će vam sljedeće činjenice pomoci da to shvatite:

- Svake godine 9 milijuna ljudi umre zbog onečišćenja zraka.
- Obnovljiva energija predstavlja samo 6,3% svih izvora energije koji se koriste u svijetu. Ugljen i prirodni plin ostaju glavni izvor električne energije (preko 60%).
- Ljudi svake godine u svijetu stvaraju 1,12 milijardi tona otpada.
- 99% onoga što ljudi kupuju postaje smeće u roku od 6 mjeseci.
- Pacifički Vortex (nazvan Sjevernopacifičko mjesto za smeće) tri je puta veći od Francuske (ili pet puta veći od Poljske).



Izvor: UN World Economic Reports



## DNO TRŽIŠNE PIRAMIDE

Željeli bismo da razmotrite sljedeće činjenice:

- Prihod preko polovice svjetskog stanovništva manji je od 1.500 USD godišnje (na temelju pariteta kupovne moći u USD).
- Polovina svijeta još uvijek ne dobiva najosnovnije zdravstvene usluge.
- 663 milijuna ljudi nema pristup poboljšanim izvorima pitke vode.
- 1 od 10 ljudi u svijetu iskusi kroničnu glad.
- 98% podhranjenih ljudi na svijetu živi u zemljama u razvoju

U MODULU 2 predstavljeni su različiti primjeri štedljivih inovacija koje pomažu u ostvarenju tzv socijalne uključenosti, kao što je npr. Pick Vision (opis u Modulu 2) - rješenje koje uključuje softver i kameru visoke rezolucije, zahvaljujući kojem pametni telefon može pomoći ljudima koji žive dalje od očnih klinika i ne može si priuštiti liječenje očiju. Drugi zanimljiv primjer je FoodCloud (vidi Modul 2) koji omogućava preraspodjelu viška hrane, što je također objašnjeno u MODULU 2.



Imamo još jedan fantastičan primjer za Vas.

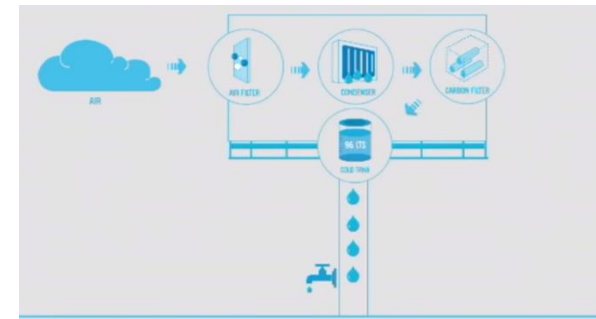
## E

### Ploča koja proizvodi vodu

Jedan od najvećih problema Lima (glavnog grada Perua) je nedostatak vode s obzirom da je Lima drugi najveći pustinjski grad na svijetu (nalazi se na sjevernom djelu Atacame, najsušne pustinje na svijetu). Paradoksnost, zbog lokacije na obali, prosječna vlaga u zraku je 83% a ujutro čak 100%.

Sveučilištu za inženjerstvo i tehnologiju u Peruu (UTEC), izumilo je ploču koja koristi visoku razinu vlažnosti te koja kondenzira vodu iz zraka, osiguravajući pitku vodu

Pogledajte o  
panou



Nevjerojatna ploča uz cestu proizvodi pitku vodu iz zraka

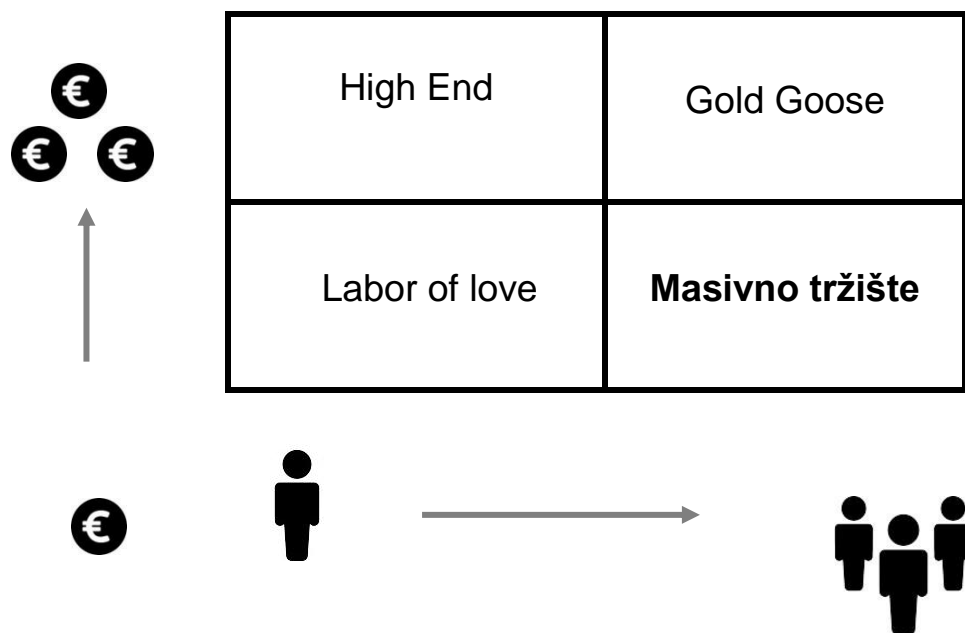
[https://www.youtube.com/watch?v=QT\\_2KABVF9E](https://www.youtube.com/watch?v=QT_2KABVF9E)



## Unosni poslovi i pristupačne cijene

Usredotočenost na siromašne klijente ne mora značiti odustajanje od poslovnog pristupa. Dno tržišne piramide znači prodaju po niskoj cijeni, s niskom maržom, ali u velikim količinama. Paketi s prahom za pranje, sapunom, pastom za zube ili šamponom s jednim dozama koji se prodaju na tržištima u razvoju primjer su takve strategije. Siromašni kupci također su voljni kupiti i koristiti mobilne usluge ako su dostupne po niskoj cijeni. Na primjer, u Indiji bi minuta razgovora bi koštala djelić cent.

### Potražna matrica proizvoda



*Da li znate da je...*

Bill Gates – osnivač Microsofta čitajući knjigu C.K. Prahalada *“The Fortune at the Bottom of the Pyramid”*, rekao:

***“...intrigantni plan kako se boriti protiv siromaštva s profitablinošću.”***

Prahalad C.K. (2006) *Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits*, Dorling Kindersley Pvt Lt

## Štedljive inovacije u potražnoj matrici proizvoda

**High End** - proizvodi se prodaju po visokim cijenama, ali nekolicini kupaca. Primjer: luksuzni automobili poput Rolls Roycea.

**Golden Goose** - proizvodi se prodaju po visokim cijenama za masovno tržište. Primjer: Apple iPhone uređaji

**Masovno tržište** - proizvodi se prodaju po niskim cijenama za masovno tržište. Primjer: McDonald's

**Labor of Love** - proizvodi se prodaju po niskim cijenama malobrojnim kupcima. Primjeri: svi neuspješni proizvodi / usluge

**Masovno tržište je** ciljno tržište **štedljivih inovacija**. Niske cijene proizvoda mogu biti usmjerena na tržišta u razvoju, gdje ljudi imaju male budžete na raspolaganju i isto tako in a napredna gospodarstva, gdje ljudi su sve više i više troškovno svijesni potrošači i cijeni jednostavne, ekološke i dostupne proizvode.



Pogledajte kako uvesti dobra u masovne ili nišne mase

Niše vs Masovni Marketing

<https://www.youtube.com/watch?v=R1wigPubZ5g>



## Štedljivi način razmišljanja vs. Globalni trendovi

Specifičnosti štedljivih inovacija i naglasak na ljudima, ekonomičnosti, okolišu i održivosti, izgrađuje način razmišljanja povezan s štedljivim inovacijama, koji bi trebao biti povezan s sljedećim pojmovima/trendovima:



**Društvene inovacije** su nove ideje koje zadovoljavaju društvene potrebe, stvaraju socijalne odnose i tvore novu suradnju. Ove inovacije mogu biti proizvodi, usluge ili modeli koji učinkovitije zadovoljavaju potrebe.

Izvor: [http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social\\_en](http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en)



**Održivost** je usmjerena na zadovoljavanje potreba sadašnjosti bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Koncept održivosti sastoji se od tri stupa: ekonomskog, okolišnog i socijalnog - koji se također neformalno naziva i profitom, planetom i ljudima.

Izvor: <https://www.investopedia.com/>

ŠTEDLJIVI  
NAČIN  
RAZMIŠLJANJ  
A

**Korporativna društvena odgovornost (KDO)** je poslovni pristup koji doprinosi održivom razvoju pružanjem ekonomskih, socijalnih i okolišnih koristi za sve dionike. KDO je vrlo širok pojam koji se bavi mnogim i raznim temama kao što su ljudska prava, korporativno upravljanje, zdravlje i sigurnost, učinci na okoliš, radni uvjeti i doprinos ekonomskom razvoju.

Izvor: <http://lexicon.ft.com/>



**Ekološki pristup** je vrsta planiranja prirodnim resursima te upravljanja koja osigurava razmatranje odnosa između svih biotskih organizama, uključujući čovjeka, i njihovog abiotičkog okruženja.

Izvor: <https://definedterm.com>

# Štedljivi način razmišljanja vs. Globalni trendovi

Sljedeći trendovi su isto povezani sa štedljivim inovacijama:



**Kružna ekonomija** - - u ovoj vrsti gospodarstva vrijednost proizvoda i materijala se održava što je duže moguće. Korištenje otpada i resursa minimizirano je, a kad proizvod dođe do kraja vijeka upotrebe, ponovo se koristi za stvaranje dodatne vrijednosti. To može donijeti velikoj ekonomskoj koristi, pridonijeti inovacijama, rastu i stvaranju novih radnih mjesta. Izvor: [https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/circular-economy\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/circular-economy_en)



**Ekonomija djeljenja (kolaborativna ekonomija)** je ekonomski model koji se često definira kao peer to peer (P2P) bazirana aktivnost stjecanja, pružanja ili dijeljenja pristupa robu i uslugama putem online platforme

Izvor: [Sharing Economy Definition | Investopedia](https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp#ixzz5QsbtEmYq) <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp#ixzz5QsbtEmYq>

## ŠTEDLJIVI NAČIN RAZMIŠLJANJ A



**Spiralna ekonomija** "u kojem nusproizvodi jedne organizacije ili industrije ne samo da čine komponentu druge, već postaju platforma koja beskrajno rađa mogućnosti pri različitim skalama, poput poznatog Fibonaccijevog niza \*\*".

Izvor: <https://www.100open.com/towards-a-spiral-economy/>

\* Fibonacci brojevi – svaki broj nakon prvih dva je suma sledećih dva.



**Proizvodnja od kolijevke do kolijevke** je proizvodnja u kojoj svi materijalni input i output se vide kao tehničke ili biološke tvari. Tehnički nutirenti mogu biti reciklirani ili ponovno korišteni bez gubitka kvalitete a biološki mogu biti kompostirani ili konzumirani.

Izvor: <https://sustainabilitydictionary.com/2005/12/03/cradle-to-cradle/>



## *Zašto velike kompanije provode štedljivo inovacijsko razmišljanje?*

Ako još uvijek niste uvjereni da je štedljivi inovacijski način razmišljanja i gore navedeni trendovi od presudne važnosti u današnjoj ekonomiji, pročitajte zašto je štedljiv pristup važan za velike korporacije.



***” Nama će ponestati vode puno prije nego što nam ponestane goriva.”***

Peter Brabeck-Letmathe, Nestlé's chairman [in:] A water warning”, *The Economists*, Novembar 19<sup>th</sup> 2008

***“Ne želimo stvarati zasebne, namjenske ” zelene ” linije proizvoda. Umjesto toga, ulažemo u inovativne tehnologije poput Water<Less i procese poput Wellthread-a koji se mogu primijeniti na više linija proizvoda, čineći održivost temeljnim principom dizajna za sve naše proizvode. “***

Michael Kabori, Levis Strauss's podpredsjednik globalne održivosti [in:] Radjou, N., & Prabhu, J. C. (2014). *Frugal innovation: How to do better with less* (1st ed.). New York: PublicAffairs.

***”U redu, očekujemo zagrijavanje šest stupnjeva, tri milijarde dodatnih potrošača na resursima jedne i pol planete - to oblikuje poslovni krajolik. Dakle, održivost je prešla iz ”bilo bi lijepo učiniti” do apsolutno ključne poslovne stvari. ”***

Steve Howard, IKEA's Chief Sustainability Officer, Inhabitat Talks to IKEA's Steve Howard, <https://inhabitat.com/interview-inhabitat-talks-to-ikeas-chief-sustainability-officer-steve-howard/>

### IKEA's Vidja lamp – uspjeh se očituje u smanjenju elemenata, materijala i težine

" „Imamo svjetiljku nazvanu Vidja svjetiljka i dizajn je predstavljao izazov. Dok redizajniramo proizvode, plasiramo ih putem bodovne kartice. Time smo uklonili 24 od 33 elementa. Pametan dizajn smo napravili. Smanjili smo težinu proizvoda za otprilike pola. Također smo smanjili ambalažu za gotovo trećinu u tom proizvodu. Smanjili smo i količinu pamuka - miješajući ga s viskozom. Proizvod je bio bolji, bio je lakši i kupcu smo snizili cijenu za više od trećine. Tako je zapravo promijenio otisak našeg proizvoda. Druga stvar – sada možemo isporučiti 128 svjetiljki na paleti, umjesto 80. Ako to možete zamisliti s gledišta uštede goriva - u jednoj godini mogli biste učinkovito postići 60% -tni porast efikasne potrošnje goriva zbog toga kako dizajnirate stvari i pakirate ih.

Steve Howard, IKEA's Chief Sustainability Officer, Inhabitat Talks to IKEA's Steve Howard, <https://inhabitat.com/interview-inhabitat-talks-to-ikeas-chief-sustainability-officer-steve-howard/>

### Metoda- usvajanje kružnog gospodarstva od strane dobavljača sredstava za čišćenje

*Metoda – : tvrtka koju su osnovala dva cimera usmjerena na proizvodnju sredstava za čišćenje koja su ekološki prihvatljiva zbog:*

- Ne korištenja štetnih sastojaka
- Boce su od reciklirane plastike iz oceana
- 100% prirodnih proizvoda,
- 100% biorazgradivosti.

*2006. godine metoda je ocjenjena kao sedmo najbrže rastuće privatno poduzeće u SAD-u od strane magazina Inc. Iste godine osnivači Metoda imenovani su PETA People of the Year.*

*U 2013. godini metoda postaje jedna od prvih tvrtki koja se bavi proizvodnjom od kolijevke do kolijevke, sa 37 C2C certificiranih proizvoda u pokretanju, više od bilo koje druge tvrtke u svijetu.*

Izvor: <https://methodhome.com/>



**Ekološko sredstvo za pranje rublja Tide Purclean tvrtke Procter & Gamble**

Proizvedeno korištenjem 100% obnovljive energije (100% obnovljive energije vjetra i nula proizvodnog otpada na odlagalištu). P&G ne sadrži boje, klor, fosfate, etanolamin i optička svjetla. Boca Tide Purclean može se 100% reciklirati i napravljena je s najmanje 25% recikliranih materijala.

Tide Purclean je osvojio nagradu Environmental Leader Product & Project Award 2018. Tide Purclean's won Environmental Leader Product & Project Award 2018.

More: <https://www.environmentalleader.com/2018-environmental-leader-product-project-awards/>

**Proizvodi tvrtke Unilever u malim pakiranjima**

**Surf i majoneza** prodaju se u malim paketima kao i u normalnim ili obiteljskim pakiranjima. Naprimjer u Španjolskoj, najmanji paket s deterdženta sadrži dovoljno deterdženta za do pet pranja. Majoneza koja se prodaje u Grčkoj pakirana je u velike staklenke, kao i male pakete tako da si ih svi mogu priuštiti.

Ovo je Unileverov odgovor na krizu u južnoj Europi i rastuću razinu siromaštva. To se može shvatiti kao štedljiva inovacija koja nema značajan utjecaj na proizvodni proces, ali rezultira socijalnom uključenošću.





## Izvori

Želite li naučiti više o održivosti i socijalnoj uključenosti u štedljivim inovacijama?

Predlažemo Vam da koristite sljedeće izvore

### Web stranice:

[http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social\\_en](http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en)  
<http://www.who.int/>  
[https://www.washingtonpost.com/news/energy-environment/wp/2017/10/19/pollution-kills-9-million-people-each-year-new-study-finds/?noredirect=on&utm\\_term=.b050732d2bf9](https://www.washingtonpost.com/news/energy-environment/wp/2017/10/19/pollution-kills-9-million-people-each-year-new-study-finds/?noredirect=on&utm_term=.b050732d2bf9)  
<https://www.worldhunger.org/world-hunger-and-poverty-facts-and-statistics/>  
<https://methodhome.com/>  
<https://inhabitat.com/interview-inhabitat-talks-to-ikeas-chief-sustainability-officer-steve-howard/>

### Ostali izvori:

*The Sustainable Development Goals*, Report 2018, United Nations, <https://www.un.org/>

Avlonas N., Nassos G. P., (2013) *Practical Sustainability Strategies: How to Gain a Competitive Advantage*, 1st Edition, Wiley

Werbach A., (2009) *Strategy for Sustainability: A Business Manifesto*, Harvard Business Press

### Videa



The Sustainable Development Goals (SDGs) Explained  
[https://www.youtube.com/watch?v=NkAv9L1\\_r1M](https://www.youtube.com/watch?v=NkAv9L1_r1M)

Sustainable development goals  
<https://www.youtube.com/watch?v=RpgVmvMCmp0>

A portrait of poverty: Europe's women & children - Real Economy  
<https://www.youtube.com/watch?v=O4JB7r5x0Xs>

Social exclusion (segregation and social isolation) | Social Inequality | MCAT | Khan Academy  
<https://www.youtube.com/watch?v=eejmYz0O3YE>

Sustainable Development Goals: Leaving No One Behind – Examples from Papua New Guinea  
<https://www.youtube.com/watch?v=3VbLlz9SaaY>

## *Spremi za brzi TEST?*

Znanje koje ste stekli nakon pohađanja ovog modula možete brzo potvrditi.

Odaberite točan odgovor (test s višestrukim izborima)

### **1. Dno tržišne piramide**

- a. nije važno, jer se odnosi na loše potrošače
- b. važno je zbog socijalnih i ekonomskih ciljeva
- c. je najveće tržište u smislu globalne populacije

### **2. Ekonomski razvoj treba se usredotočiti na**

- a. ekonomičnost bez obzira na druge faktore
- b. socijalne aspekte
- c. ekološke probleme

### **3. Kružna ekonomija**

- a. je teorijska ideja koja se ne može realno provesti
- b. dovodi do ekoloških katastrofa
- c. neizbježan je trend u budućnosti

Ako niste sigurni koje promjene mogu donijeti održive učinke na Vašem poslu, započnite sa sobom. Pogledajte Vašu najbližu okolinu. Što možete promijeniti u svakodnevnoj rutini kako biste zaštitili okoliš ili pomogli drugim ljudima.

Problem	Što ja mogu učiniti?	Što bi moja obitelj mogla učiniti?	Što bi moji prijatelji mogli učinit?
Smanjiti korištenje plastičnih vrećica	Kupiti vrećice od nekog drugog materijala		
Podržati recikliranje			
Manje voziti	Dijeliti auto s prijateljima		
Korištenje manje električne energije			
Drugo..			

Vaše ideje iz gornje tablice trebali bi Vam dati upute koje korake možete poduzeti u Vašem poslovanju..

