



Module 7



INNOVASIE EN GROEN ONTWERP	
Duur:	5 uur
Leerdoelwitte:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volhoubaarheid en produkinnovasie: nuwe tegnieke om op 'n bewuste wyse te ontwerp. 2. Innovasie met 'n volhoubare benadering: hoe om prosesse te verbeter. 3. Omgewingsimpakstudie en eko-ontwerp 4. Verstaan die konsep en belangrikheid van besigheidsmodel-innovasie in die bevordering van volhoubaarheid. 5. Ontwikkel strategiese denkvaardighede vir die integrasie van innovasie in sakebedrywighede.
Submodules:	<ul style="list-style-type: none"> ● 7.1 Produkinnovasie : Ontwikkeling van nuwe produkte met volhoubare praktyke ● 7.2 Prosesinnovasie : Verbetering van besigheidsprosesse vir volhoubaarheid ● 7.3 Besigheidsmodel-innovasie : Skepping van innoverende en volhoubare besigheidsmodelle ● 7.4 Groen Ontwerp : Beginsels van eko-ontwerp vir produkte en dienste
Hulpbronne en toestelle:	<ul style="list-style-type: none"> ● Skyfie-aanbieding ● Gevallestudies ● Groen Besigheidsplan sjabloon
Assesseringsbenadering:	Die assessering is ontwerp om beide begrip van innovasiebeginsels en die vermoë om dit in werklike scenario's toe te pas, te evalueer. Dit kombineer individuele en groepgebaseerde formatiewe instrumente.

Vaardighede/vermoëns ontwikkel:

1. Ontwerpende en tegniese om die algehele impak van produkte te bepaal, hoe om volhoubaar te innoveer.
2. Volhoubare innovasie in prosesse om doeltreffendheid te verbeter.
3. Omgewingsimpakstudie en eko- ontwerp
4. Strategiese beplanning vir die integrasie van volhoubaarheid in besigheidsmodelle.
5. Kritiese analise van bestaande modelle om geleenthede vir innovasie te identifiseer.
6. Toepassing van volhoubaarheidsbeginsels in besigheidskontekste.

Submodule 7.1

Produkinnovasie

→ **Vaardighede:**

1. Produkinnovasie
2. Ontwerpdenke
3. Volhoubaarheid

PRODUKINNOVASIE: ONTWIKKELING VAN NUWE PRODUKTE MET VOLHOUBARE PRAKTYKE
Aktiwiteit 1 - Volhoubare Ontwerp: waar om te begin?
Duur : 1.5 uur
Spesifieke Leerdoelwitte <ol style="list-style-type: none">1. Produkinnovasie2. Ontwerpdenke3. Volhoubaarheid
Metodologie, hulpbronne en toestelle Frontale leer, bespreking. Gereedskap: Skyfies
Beskrywing van die aktiwiteit en sleutelkonsepte Die submodule het ten doel om sleutelvaardighede te lewer wat nodig is om volhoubaarheid in die produkontwerpfase te inkorporeer. Produkinnovasie: definisie en voorbeelde Rekeningkundige volhoubaarheid in die ontwerpfase: ontwerpdenke met die definisie. Volhoubaarheid in produkinnovasie: definisie binne die konteks. Voorbeeld van produkinnovasies, beste praktyke vir volhoubaarheid en lesse wat geleer is. ESG word bekendgestel as 'n voorbeeld van hoe om volhoubaarheid vir maatskappye te meet, te assesser en te kommunikeer.
Assessering Google-vorm: geslote opsievraelys Bv.: V1: Die uitbreiding van 'n produklyn kan as 'n produkinnovasie beskou word? J /N V2: Is evaluering na bekendstelling deel van die produkinnovasieproses? J /N V3: ESG-stamme vir Ekologie, Maatskaplike Regering? J/ N

Vaardighede/Vermoëns ontwikkel

- Produkinnovasië
- Ontwerpende
- Volhoubaarheid

Verdere leeswerk, aktiwiteite, materiaal, beste praktyke

Geen



Co-funded by
the European Union



GKMOV

Ontwikkeling van BOO Entrepreneuriese Groen
Denkwyse en vaardighede vir Kleinsake-
ontwikkeling





PRODUKINNOVASIE: ONTWIKKELING VAN NUWE PRODUKTE MET VOLHOUBARE PRAKTYKE

Submodule 7.1



7.1 Produkinnovasie

WAT IS PRODUKINNOVASIE?

Produkinnovasie is die proses om 'n nuwe produk te skep – of 'n bestaande een te verbeter – om aan kliënte se behoeftes op 'n nuwe manier te voldoen.

3 tipes produkinnovasie:

- **Volhoubare innovasie**, waarin 'n besigheid konsekwent produkte van die hoogste gehalte aan sy beste kliënte verskaf
- **Lae-eind ontwrigting**, waarin 'n opkomende maatskappy aan die onderkant van die mark betree en 'n "goed genoeg" produk met 'n lae-winsmodel bied.
- **Nuwe-mark-ontwrigting**, waarin 'n opkomende maatskappy 'n nuwe segment in 'n bestaande mark skep en opwaarts beweeg, wat die bestaande produkte geleidelik verouderd maak.

7.1 Produkinnowasie

Die verskil tussen die drie tipes innovasie lê in hul verhouding tot die bestaande mark.

Lae-einde en **nuwe-mark Ontwrigting** is beide tipes ontwrigtende innovasie, wat beteken dat hulle deur maatskappye met minder hulpbronne gebruik word om gevestigde besighede uit te daag.

'n Volhoubare innovasie is een wat op die bopunt van die mark gemik is – dit wil sê, die mense wat bereid is om die meeste te betaal – en direk meeding met die gevestigde produkte wat daardie segment besit. Terwyl 'n nuwe toetreders dalk 'n mate van sukses kan behaal om die bopunt van 'n bestaande mark te betree, sal die gevestigde besigheid waarskynlik 'n stryd voer.

Wanneer jy na innovasiegeleenthede vir jou produk soek, oorweeg beide tipes. Volhoubare innovasies sal jou besigheid toelaat om relevant te bly in sy huidige mark en voort te gaan om sy topkliënte te bevredig, terwyl ontwrigtende innovasies jou sal toelaat om ander markte te betree of 'n nuwe marksegment te skep.

Produktinnovasie

7.1 Produktinnovasie






Produkinnowasie

7.1 Produkinnowasie

'n Produkinnowasie is die bekendstelling van 'n goed of diens wat nuut of aansienlik verbeter is met betrekking tot sy eienskappe of beoogde gebruike. Dit sluit beduidende verbeterings in tegniese spesifikasies, komponente en materiale, geïnkorporeerde sagteware, gebruikersvriendelikheid of ander funksionele eienskappe in.

Produkinnowasies kan nuwe kennis of tegnologieë benut, of kan gebaseer wees op nuwe gebruike of kombinasies van bestaande kennis of tegnologieë. Die term 'produk' word gebruik om beide goedere en dienste te dek. Produkinnowasies sluit beide die bekendstelling van nuwe goedere en dienste en beduidende verbeterings in die funksionele of gebruikerseienskappe van bestaande goedere en dienste in.





7.1 Produkinnowasie

Die verskil tussen die drie tipes innovasie lê in hul verhouding tot die bestaande mark.

Lae-einde en **nuwe-mark Ontwrigting** is beide tipes ontwrigtende innovasie, wat beteken dat hulle deur maatskappye met minder hulpbronne gebruik word om gevestigde besighede uit te daag.

'n Volhoubare innovasie is een wat op die bopunt van die mark gemik is – dit wil sê, die mense wat bereid is om die meeste te betaal – en direk meeding met die gevestigde produkte wat daardie segment besit. Terwyl 'n nuwe toetreder dalk 'n mate van sukses kan behaal om die bopunt van 'n bestaande mark te betree, sal die gevestigde besigheid waarskynlik 'n stryd voer.

Wanneer jy na innovasiegeleenthede vir jou produk soek, oorweeg beide tipes. Volhoubare innovasies sal jou besigheid toelaat om relevant te bly in sy huidige mark en voort te gaan om sy topkliënte te bevredig, terwyl ontwrigtende innovasies jou sal toelaat om ander markte te betree of 'n nuwe marksegment te skep.



7.1 Produkinnovasie

PRODUKINNOVASIEPROSES

- **Ideegenerering** : Die proses begin met dinkskrums en navorsing om produkinnovasie-idees te genereer. Hierdie idees kan voortspruit uit kliënteterugvoer, markneigings of tegnologiese vooruitgang.
- **Konseptontwikkeling** : Die mees lewensvatbare konsepte word dan ontwikkel (produkte, merke, ontwerp en markpassing).
- **Prototipering** : Voorlopige weergawe van die produk om uitvoerbaarheid en funksionaliteit te toets.
- **Toetsing en terugvoer** : Dit behels dikwels fokusgroepe of loodskliënte om enige probleme te identifiseer en terugvoer in te samel om die produk te verfyn.
- **Kommersialisering** : Na suksesvolle toetsing is die produk gereed vir bekendstelling. Bemerkingsstrategieë word ontwikkel om die produk aan die mark bekend te stel, en verkoopskanale word voorberei om aan die vraag te voldoen.
- **Na-bekendstelling-evaluering** : Versamel data oor kliëntetevredenheid en produkprestasie, wat maatskappye in staat stel om die nodige aanpassings te maak.



7.1 Ontwerpendenke

DEFINISIE

Ontwerpendenke is 'n nie-lineêre, iteratiewe proses wat spanne gebruik om gebruikers te verstaan, aannames uit te daag, probleme te herdefinieer en innoverende oplossings te skep vir prototipes en toetsing. Dit is baie nuttig om swak gedefinieerde of onbekende probleme aan te pak en dit behels vyf fases: Empatie, Definisie, Ideevorming, Prototipe en Toetsing.

Verwysingsontwerpinstituut

Produkinnovasie

7.1 ONTWERPDE NKE

DESIGN THINKING

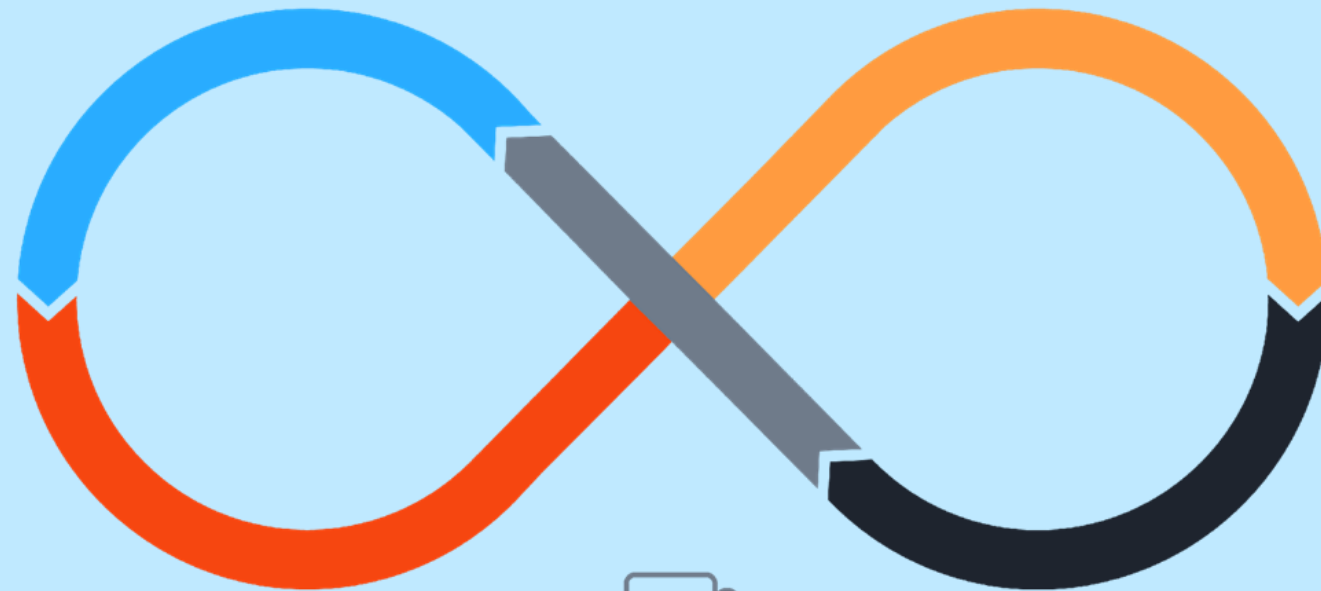

Empathize
Understanding
people


Ideate
Generating
your ideas


Define
Figuring out
the problem


Test
Refining
the product


Prototype
Creation and
experimentation





7.1 Ontwerpende

DEFINISIE

Ontwerpende is 'n nie-lineêre, iteratiewe proses wat spanne gebruik om gebruikers te verstaan, aannames uit te daag, probleme te herdefinieer en innoverende oplossings te skep vir prototipes en toetsing. Dit is die nuttigste om swak gedefinieerde of onbekende probleme aan te pak en behels vyf fases: Empatie, Definisie, Ideevorming, Prototipe en Toetsing.

Verwysingsontwerpinstituut

Voorbeeld van volhoubare innovasie in ou produktipe

As sirkulêre ekonomie het in die EU - konteks gegroei , 'n produkinnowasie onthul :

Produk as 'n diens en verwante sakemodelvoorbeelde

: mobiliteit (motor, fietse , bromponies), huishoudelik Elektrohuishoudelike toestelle (wasmasjiene).

Die innovasie dek die inkomstemodel en sluit 'n betaal- per-gebruik- modaliteit in , met min of geen wysigings aan die ou produkte nie.



7.1 Volhoubaarheid

DEFINISIE deur die VN

Eerste bekendstelling deur die VN in 1987 Brundtland-kommissie

"om in die behoeftes van die hede te voorsien sonder om die vermoë van toekomstige geslagte om in hul eie behoeftes te voorsien, in gevaar te stel."

Verwysing VN

7.1 Volhoubaarheid

3 dimensies van volhoubaarheid

- **Sosiaal**
- **Omgewingsgesondheid**
- **Ekonomiese**

7.1 Volhoubaarheid

GEEN GEDEELDE EN EENSTEMMIGE DEFINISIE VIR VOLHOUBAARHEID NIE

Konteks maak saak: Tans relevante aspekte wat volhoubaarheid vorm as 'n veranderlike wat in sakepraktyke gereken moet word:

klimaatsverandering, klimaatkrisis, oorverbruik, omgewingsagteruitgang, sosiale bewustheid
Konteks skep die behoefte aan:

Besigheidsaktiwiteite en verbruikspatrone moet beter ooreenstem met omgewings- en maatskaplike behoeftes .

Herontwerp van sakemodelle kan 'n sleutel wees om volhoubare prestasie radikaal te verbeter om groter omgewings- en sosiale waarde te skep terwyl ekonomiese volhoubaarheid gelewer word, soos voorgestel deur Stubbs en Cocklin (2008), Porter en Kramer (2011), Yunus et al. (2010), en FORA (2010).

Verwysing : 'n Waardekarteringsinstrument vir volhoubare besigheidsmodellering
Korporatiewe Bestuur, Vol. 13 Uitgawe : 5, pp. 482 – 497 DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/CG-06-2013-0078>
Bocken , Short, Rana, Evans



7.1 Volhoubaarheid

GEEN GEDEELDE EN EENSTEMMIGE DEFINISIE VIR VOLHOUBAARHEID NIE

Konteks maak saak: Volhoubaarheid in Besigheid

Volhoubaarheid in besigheid verwys na 'n maatskappy se strategie en aksies om nadelige omgewings- en sosiale impakte as gevolg van sakebedrywigheede in 'n spesifieke mark te verminder.

Verwysing : IBM



7.1 Volhoubaarheid

GEEN GEDEELDE EN EENSTEMMIGE DEFINISIE VIR VOLHOUBAARHEID NIE

Konteks maak saak: Volhoubaarheid in Besigheid

Voorbeelde van volhoubaarheid in besigheid:

- *Verbetering van energiebestuursdoeltreffendheid deur die gebruik van alternatiewe kragbronne en koolstofrekeningkunde.*
- *Verminder kweekhuisgasvrystellings (KHG), bewaar waterbronne en elimineer afval.*

Verwysing : IBM



7.1 Volhoubaarheid

GEEN GEDEELDE EN EENSTEMMIGE DEFINISIE VIR VOLHOUBAARHEID NIE

Konteks maak saak: Volhoubaarheid in Besigheid

Hoe om dit te meet? OSB

'n Organisasie se volhoubaarheidspraktyke word tipies ontleed teen omgewings-, sosiale en bestuurs- (OSB) statistieke.

Verwysing : IBM

7.1 Volhoubaarheid: OSB



ENVIRONMENTAL

- Climate change
- Pollution
- Water and marine resources
- Biodiversity and ecosystems
- Resource use and circular economy



SOCIAL

- Own workforce
- Workers in the value chain
- Affected communities
- Consumers and end-users



GOVERNANCE

- Governance, risk management, and internal control
- Business conduct



Co-funded by
the European Union



DANKIE

VRYWARING:

GSMESKILL-PROJEK N. 101091883 WORD GEFINANSIER DEUR DIE EUROPESE UNIE. DIE UITGEDRUKTE MENINGS EN MENINGS IS EGTER SLEGS DIE VAN DIE OUTEUR(S) EN WEERSPEEL NIE NOODWENIGEND DIE VAN DIE EUROPESE UNIE OF DIE EUROPESE UITVOERENDE AGENTSAP VIR ONDERWYS EN KULTUUR (EACEA) NIE. NIE DIE EUROPESE UNIE NOG EACEA KAN VIR HULLE VERANTWOORDELIK GEHOU WORD NIE.



Submodule 7.2

Produkinnowasie

→ **Vaardighede:**

1. Prosesinnovasie
2. Doeltreffendheidsverbetering
3. Volhoubaarheid

PROSESINOVASIE: VERBETERING VAN BESIGHEIDSPROSESSE VIR VOLHOUBAARHEID
Aktiwiteit 1 - Volhoubare Prosesinnovasie: Van Doeltreffendheid tot Sirkulariteit
Duur : 1.5 uur
Spesifieke Leerdoelwitte <ol style="list-style-type: none">1. Prosesinnovasie2. Doeltreffendheidsverbetering3. Volhoubaarheid
Metodologie, hulpbronne en toestelle Frontale leer, bespreking. Skyfies
Beskrywing van die aktiwiteit en sleutelkonsepte <p>Die submodule is daarop gemik om sleutelvaardighede te lewer wat nodig is om volhoubaarheid te inkorporeer en besigheidsprosesse te innover.</p> <p>Prosesinnovasie: definisie en voorbeelde</p> <p>In opvolg van die submodule 'Produkinnowasie', kontekstualiseer die opleiding volhoubaarheid in besigheidsprosesse en -praktyke deur:</p> <p>Definisies van: proses, besigheidsprosesse, prosesinnovasie.</p> <p>Die innovasie van prosesse is histories gekoppel aan die behoefte om doeltreffendheid te verhoog in terme van prosesinsette om produksiekoste te verlaag terwyl produktiwiteit verhoog word (beleggings in toerusting het dit moontlik gemaak om die koste van menslike arbeid te verminder).</p> <p>Nuwe veranderlikes het onlangs na vore gekom en word al hoe belangriker, wat die behoefte skep om prosesse op 'n volhoubare wyse te innover, met inagneming van materiaaldoeltreffendheid (afvalvermindering, neweprodukvalorisering), energie-doeltreffendheid en sirkulariteit.</p> <p>Volhoubaarheid: besinning oor die vorige submodule-definisie van volhoubaarheid as 'n modewoord, wat kontekstualisering benodig, volhoubaarheid in verhouding tot besigheidsprosesse word aangebied.</p>

Voorbeeld van prosesinnovasies, beste praktyke vir volhoubaarheid en lesse wat geleer is: LCA (Lewensiklusassessering) word bekendgestel as 'n metodologie om te verseker dat prosesse en produkte deur die volle oorweging van die hele lewensiklus bedink word.

Assessering

Google-vorm: geslote opsievraelys

Bv.:

V1: Die insluiting van GPS in die pakkie-afleweringstelsel kan as 'n prosesinnovasie beskou word? **J /N**

V2: Is Diens as 'n Produk 'n volhoubare besigheidsmodel? **J /N**

V3: Is die enigste doelwit van volhoubare sakemodellering die skep van sosiale waarde? **J /N**

Vaardighede/Vermoëns ontwikkel

- **Verstaan en definieer** kernkonsepte: proses, prosesinnovasie en volhoubaarheid.
- **Analiseer** hoe volhoubaarheid besigheidsprosesse beïnvloed.
- **Identifiseer geleenthede** vir volhoubare prosesinnovasie.
- **Pas basiese Lewensiklusassessering (LCA) toe** om prosesvolhoubaarheid te evalueer.
- **Stel verbeterings** aan besigheidsprosesse voor met volhoubaarheid in gedagte.
- **Reflekteer krities** oor die afwegings tussen doeltreffendheid en volhoubaarheid.
- **Kommunikeer en regverdig** volhoubare prosesveranderinge aan belanghebbendes.

Verdere leeswerk, aktiwiteite, materiaal, beste praktyke

Materiaal hieronder: Aanbieding "Titel van die aanbieding"




Co-funded by
the European Union



GKMOV

Ontwikkeling van BOO Entrepreneuriese Groen
Denkwyse en vaardighede vir Kleinsake-
ontwikkeling





PROSESINNOVASIE: VERBETERING VAN BESIGHEIDSPROSESSE VIR VOLHOUBAARHEID

Submodule 7.2



7.1 Prosesinnovasie

'n **Prosesinnovasie** is die implementering van 'n nuwe of aansienlik verbeterde produksie- of afleweringmetode. Dit sluit beduidende veranderinge in tegnieke, toerusting en/of sagteware in. Prosesinnovasies kan daarop gemik wees om eenheidskoste van produksie of aflewering te verlaag, om gehalte te verhoog, of om nuwe of aansienlik verbeterde produkte te produseer of te lewer. Prosesinnovasies sluit nuwe of aansienlik verbeterde metodes vir die skepping en verskaffing van dienste in. Dit kan beduidende veranderinge in die toerusting en sagteware wat in diensgerigte firmas gebruik word, of in die prosedures of tegnieke wat gebruik word om dienste te lewer, behels. Voorbeelde is die bekendstelling van GPS-opsporingstoestelle vir vervoerdienste, die implementering van 'n nuwe besprekingstelsel in 'n reisagentskap, en die ontwikkeling van nuwe tegnieke vir die bestuur van projekte in 'n konsultasiefirma.

Prosesinnovasies dek ook nuwe of aansienlik verbeterde tegnieke, toerusting en sagteware in aanvullende ondersteuningsaktiwiteite, soos aankope, rekeningkunde, rekenaars en instandhouding. Die implementering van nuwe of aansienlik verbeterde inligting- en kommunikasietegnologie (IKT) is 'n prosesinnovasie as dit bedoel is om die doeltreffendheid en/of kwaliteit van 'n aanvullende ondersteuningsaktiwiteit te verbeter.



7.1 Prosesinnovasie

Prosesinnovasies kan daarop gemik wees om eenheidskoste van produksie of aflewering te verlaag, om gehalte te verhoog, of om nuwe of aansienlik verbeterde produkte te produseer of te lewer.

Prosesinnovasies sluit nuwe of aansienlik verbeterde metodes vir die skeep en verskaffing van dienste in. Dit kan beduidende veranderinge in die toerusting en sagteware wat in diensgerigte firmas gebruik word, of in die prosedures of tegnieke wat gebruik word om dienste te lewer, behels. Voorbeelde is die bekendstelling van GPS-opsporingstoestelle vir vervoerdienste, die implementering van 'n nuwe besprekingstelsel in 'n reisagentskap, en die ontwikkeling van nuwe tegnieke vir die bestuur van projekte in 'n konsultasiefirma.

Prosesinnovasies dek ook nuwe of aansienlik verbeterde tegnieke, toerusting en sagteware in aanvullende ondersteuningsaktiwiteite, soos aankope, rekeningkunde, rekenaars en instandhouding. Die implementering van nuwe of aansienlik verbeterde inligting- en kommunikasietegnologie (IKT) is 'n prosesinnovasie as dit bedoel is om die doeltreffendheid en/of kwaliteit van 'n aanvullende ondersteuningsaktiwiteit te verbeter.

Verwysing Europese Kommissie



7.2 Prosesinnovasie

Volhoubare Besigheidsmodelle

Volhoubare sakemodelle poog om verder te gaan as die lewering van ekonomiese waarde en sluit die oorweging van ander vorme van waarde vir 'n breër reeks belanghebbendes in. Hulle is gedefinieer as sakemodelle wat mededingende voordeel skep deur middel van beter kliëntewaarde terwyl dit bydra tot volhoubare ontwikkeling van die maatskappy en die samelewing (Lüdeke-Freund, 2010). Stubbs en Cocklin (2008) beweer dat volhoubare sakemodelle beide 'n stelsel- en firmavlakperspektief gebruik, voortbou op die driedubbele slotreëlbenadering om die firma se doel te definieer en prestasie te meet, en 'n wye reeks belanghebbendes insluit – veral die omgewing en die samelewing.

Verwysing: 'n Waardekarteringsinstrument vir volhoubare besigheidsmodellering
Korporatiewe Bestuur, Vol. 13 Uitgawe: 5, pp. 482 – 497 DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/CG-06-2013-0078>
Bocken, Short, Rana, Evans



7.2 Prosesinnovasie

Volhoubare Besigheidsmodelle

Schaltegger *et al.* (2011) Die doelwit in volhoubare besigheidsmodellering is dus om oplossings te identifiseer wat firmas in staat stel om ekonomiese waarde te verkry, terwyl omgewings- en sosiale waarde gegenereer word, en sodoende die sake-argument vir volhoubaarheid vestig.



7.2 Prosesinnovasie

Volhoubare Besigheidsmodelle

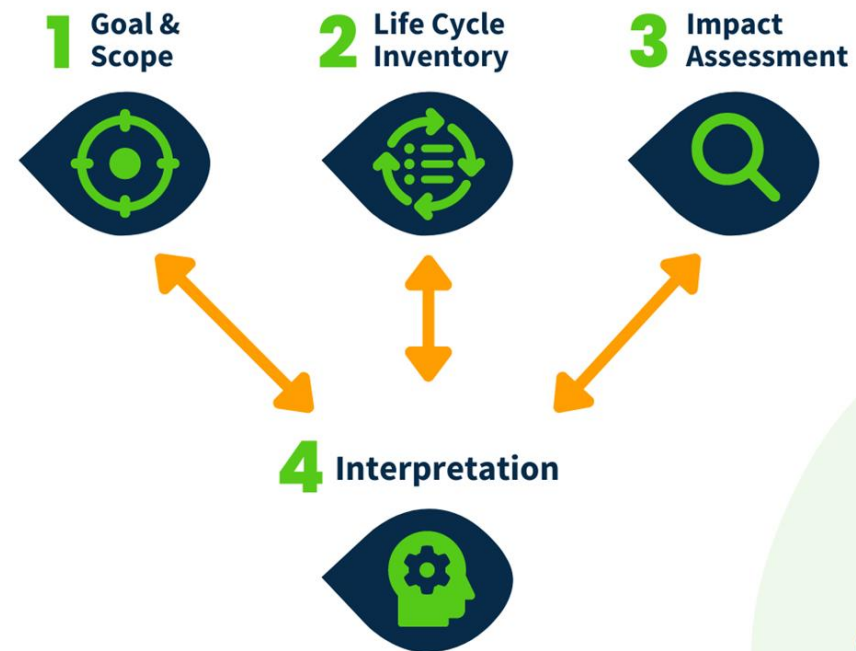
Besigheidsmodelinnovasie bied 'n meer holistiese perspektief wat al drie dimensies van volhoubaarheid (sosiaal, omgewings- en ekonomies) binne besigheidsbeplanning insluit.

7.2 Doeltreffendheidsverbetering en Volhoubaarheid

Doeltreffendheidsverbetering en Volhoubaarheid: LCA
Lewensiklusassessering

Lewensiklusassessering (LCA) meet die omgewingsimpak van 'n produk of diens

4 phases of a Life Cycle Assessment (LCA)



7.2 Doeltreffendheidsverbetering en Volhoubaarheid

Doeltreffendheidsverbetering: LCA

Lewensiklusassessering (LCA) is 'n proses om die uitwerking wat 'n produk op die omgewing het oor die hele lewensduur daarvan te evalueer, waardeur hulpbrongebruiksdoeltreffendheid verhoog word en aanspreeklikhede verminder word. Dit kan gebruik word om die omgewingsimpak van óf 'n produk óf die funksie wat die produk ontwerp is om te verrig, te bestudeer.

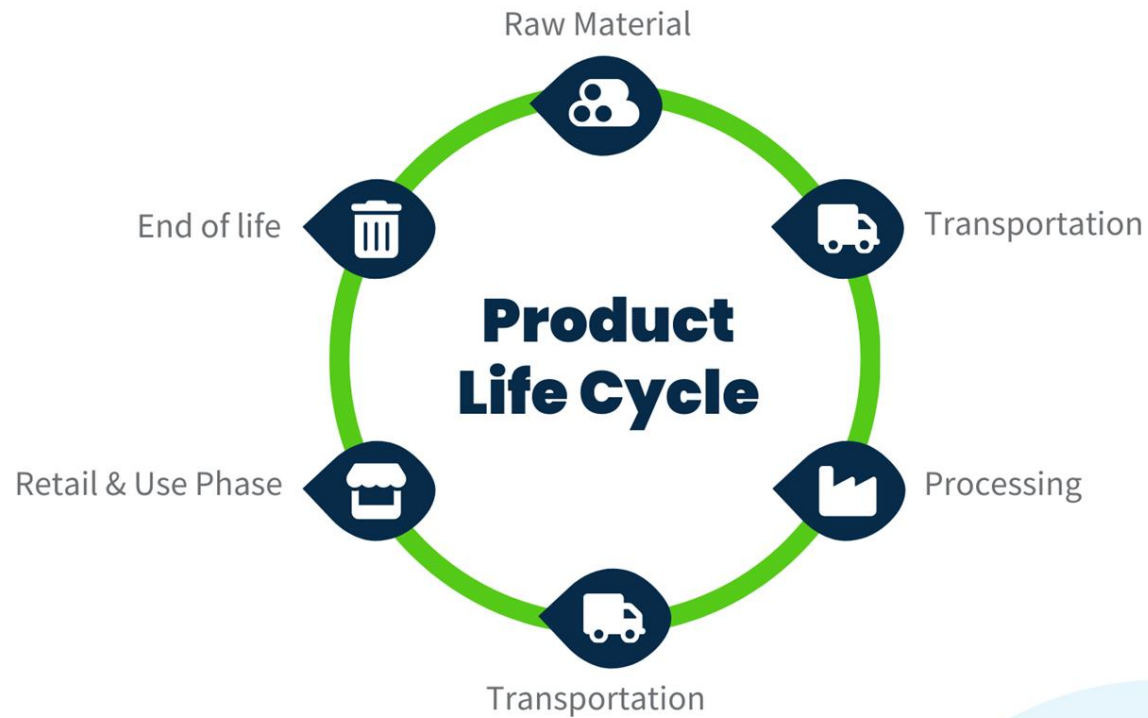
LCA word algemeen na verwys as 'n "wieg-tot-graf"-analise.

LCA se sleutelemente is:

- 1) identifiseer en kwantifiseer die betrokke omgewingslaste; bv. die energie en grondstowwe wat verbruik word, die emissies en afval wat gegenereer word;
- 2) evalueer die potensiële omgewingsimpakte van hierdie ladings;
- 3) evalueer die beskikbare opsies om hierdie omgewingsimpakte te verminder

7.2 Doeltreffendheidsverbetering en Volhoubaarheid

- **Product Life Cycle**





Co-funded by
the European Union



DANKIE

VRYWARING:

GSMESKILL-PROJEK N. 101091883 WORD GEFINANSIER DEUR DIE EUROPESE UNIE. DIE UITGEDRUKTE MENINGS EN MENINGS IS EGTER SLEGS DIE VAN DIE OUTEUR(S) EN WEERSPEEL NIE NOODWENIGEND DIE VAN DIE EUROPESE UNIE OF DIE EUROPESE UITVOERENDE AGENTSAP VIR ONDERWYS EN KULTUUR (EACEA) NIE. NIE DIE EUROPESE UNIE NOG EACEA KAN VIR HULLE VERANTWOORDELIK GEHOU WORD NIE.



Submodule 7.3

Besigheidsmodel-innovasie: Skep innoverende en volhoubare besigheidsmodelle

→ **Vaardighede:**

1. Besigheidsmodel-innovasie
2. Strategiese denke
3. Volhoubaarheid

Besigheidsmodel-innovasie: Skep innoverende en volhoubare besigheidsmodelle
Aktiwiteit 2 - Pad na Besigheidsmodel
Duur : 30'
Spesifieke Leerdoelwitte <ol style="list-style-type: none">1. Verstaan die konsep en belangrikheid van besigheidsmodel-innovasie in die bevordering van volhoubaarheid.2. Leer hoe om besigheidsprosesse te dekonstrueer en te herontwerp om in lyn te kom met omgewingsvriendelike en volhoubare praktyke.3. Ontwikkel strategiese denkvaardighede vir die integrasie van innovasie in sakebedrywighe.4. Verken hoe volhoubaarheidsgefokusde innovasie mededingendheid en winsgewendheid bevorder.
Metodologie, hulpbronne en toestelle <p>Metodologie: aanbieding, groepbesprekings, gevallestudies en interaktiewe dinkskrums.</p> <p>Gereedskap: PowerPoint-aanbieding. Groen sakeplan-sjablone. Voorbeelde van volhoubare sakegevalle.</p>
Beskrywing van die aktiwiteit en sleutelkonsepte <ol style="list-style-type: none">1. Inleiding tot Besigheidsmodelinnovasie: begin met 'n kort aanbieding wat verduidelik wat besigheidsmodelinnovasie is, met die fokus op die rol daarvan in die bereiking van volhoubaarheid en die bevordering van mededingendheid in 'n vinnig veranderende mark.2. Dekonstrueer en herontwerp besigheidsmodelle: gebruik 'n samewerkende oefening waar leerders 'n voorbeeld van 'n tradisionele besigheidsmodel

analiseer en dinkskrams maak oor maniere om dit volhoubaar te maak. Lei deelnemers deur stappe om sleutelgeleenthede vir eko-innovasie en verbeterings in prosesse, insette en waardelewering te identifiseer.

3. **Interaktiewe bespreking:** fasiliteer 'n bespreking oor hoe volhoubaarheidsgerigte innovasie nuwe inkomstestrome kan skep, omgewingsimpak kan verminder en kliënteloyaliteit kan verbeter. Gebruik werklike voorbeelde om konsepte te illustreer.
4. **Strategiese toepassing:** moedig leerders aan om oor hul eie (of hipotetiese) besighede te besin, en te oorweeg hoe hulle volhoubare praktyke in hul bedrywighede kan integreer. Fokus op eko-ontwerp, verbeterings in die voorsieningsketting en kliëntebetrokkenheidstrategieë.

Assessering

Meerkeuse-vasvra om begrip van sakemodel-innovasie en die toepassing daarvan te evalueer.

Groepaanbieding: elke groep bied hul herontwerpte volhoubare besigheidsmodel met uitvoerbare stappe aan.

Vaardighede/Vermoëns ontwikkel

- Leerders verkry die vermoë om bestaande besigheidsmodelle krities te analiseer en areas vir transformasie deur volhoubare innovasie te identifiseer.
- Deelnemers bou strategiese beplanningsvaardighede deur omgewings- en sosiale volhoubaarheid in lyn te bring met langtermyn-besigheidsdoelwitte.
- Leerders verdiep hul begrip van volhoubaarheidsbeginsels en hoe dit in besigheidskontekste van toepassing is, soos eko-ontwerp, sirkulêre ekonomie, volhoubare voorsieningskettings en groen bemarking.

Verdere leeswerk, aktiwiteite, materiaal, beste praktyke

Europese Kommissie. (nd). *Eko-innovasie*. Groen Besigheid. Ontsluit van https://green-business.ec.europa.eu/eco-innovation_en

Monsellato, A. (2015). *Tesla Motors: 'n Besigheidsmodel-innovasie in die motorbedryf*. LUISS Guido Carli Universiteit. Ontsluit van <https://tesi.luiss.it/16605/1/659181.pdf>.

[https://bigbangpartnership.co.uk/sustainable-business-model-innovation/#:~:text=Die%20doel%20van%20innovasie%20en%20wanneer%20besigheidsbesluite geneem word](https://bigbangpartnership.co.uk/sustainable-business-model-innovation/#:~:text=Die%20doel%20van%20innovasie%20en%20wanneer%20besigheidsbesluite%20geneem%20word)



Co-funded by
the European Union

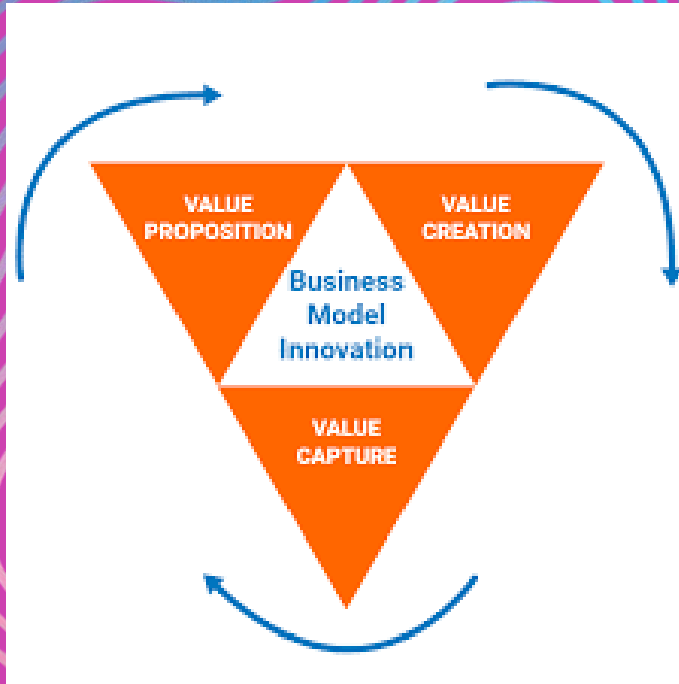


GKMOV

Ontwikkeling van BOO Entrepreneuriese Groen
Denkwyse en vaardighede vir Kleinsake-
ontwikkeling



BESIGHEIDSMODELINNOVASIE



Besigheidsmodel-innovasie behels die heroorweging, aanpassing of herdefiniëring van die struktuur en noodsaaklike komponente van 'n besigheidsmodel om nuwe waardevoorstelle te bied, ontluikende markgeleenthede te benut en 'n mededingende voordeel te behaal. Hierdie proses behels die ontwerp van innoverende benaderings om inkomste te genereer, produkte of dienste te lewer en waardeskepping en waardeskaping vir kliënte te maksimeer.

Tradisionele sakemodelle bestaan oor die algemeen uit verskeie elemente, insluitend teikenkliëntsegmente, waardevoorstelle, verspreidingskanale, inkomstestrome, sleutelaktiwiteite, hulpbronne en kostestruktuur. Sakemodelinnovasie daag die aannames, norme en gevestigde praktyke van die sektor uit en bied nuwe geleenthede om groei te bevorder en winsgewendheid te verbeter.



INNOVERING VIR GROEI EN MEDEDINGING

Besigheidsmodel-innovasie is noodsaaklik in vandag se dinamiese en vinnig ontwikkelende sake-omgewing. Dit stel maatskappye in staat om aan te pas, relevant te bly en nuwe geleenthede aan te gryp, veral in die lig van digitale innovasie, ontwrigtende tegnologieë en veranderende kliëntverwagtinge. 'n Suksesvolle besigheidsmodel-innovasie kan lei tot verbeterde mededingendheid, verhoogde markaandeel, hoër winsgewendheid en volhoubare groei. **STAPPE:**

1. Die bekendstelling van nuwe metodes om inkomste te genereer, soos intekeninggebaseerde modelle, freemium-modelle, lisensiëring of betaal-per-gebruik.
2. Die ontwikkeling van innoverende produkte, dienste of kenmerke wat unieke voordele aan kliënte bied en die maatskappy van mededingers onderskei.
3. Identifisering van geleenthede vir besparings, optimalisering van hulpbrontoewysing, of die benutting van tegnologiese innovasie om koste te verminder en winsgewendheid te verbeter.
4. Die ontdekking van nuwe kanale of die benutting van bestaande kanale op innoverende maniere om kliënte meer effektief en doeltreffend te bereik.
5. Die bou van platforms of ekosisteme wat verskeie belanghebbendes verbind en waarde skep deur netwerkeffekte en samewerking.
6. Die besigheidsmodel word volledig herontwerp om aan te pas by veranderende marktoestande, opkomende tendense of ontwrigtende innovasie.

BELANGRIKHEID van BESIGHEIDSMODEL INNOVERING

1/3





DIE BELANGRIKHEID VAN BESIGHEIDSMODELINNOVASIE

2/3

Besigheidsmodel-innovasie dryf mededingendheid, pas aan by markverskuiwings en bevorder volhoubare groei deur kliëntewaarde te verbeter en bedrywigheede te optimaliseer.

- **Mededingende voordeel:** Dit stel maatskappye in staat om hulself te onderskei, nuwe markte te betree en opkomende tegnologieë te benut om mededingend te bly.
- **Aanpassing aan veranderende omgewing:** sake-omgewings is onderhewig aan voortdurende verandering. Deur hul sake-modelle te innover, kan hulle by hierdie veranderinge aanpas, risiko's verminder en opkomende geleenthede benut.
- **Inkomstegroei:** effektiewe besigheidsmodel-innovasie ontsluit nuwe inkomstestrome, brei markte uit en skep groter kliëntewaarde.
- **Operasionele Doeltreffendheid:** innoverende sakemodelkomponente verhoog doeltreffendheid deur koste te verminder, produktiwiteit te verbeter en prestasie te verbeter deur middel van tegnologie en geoptimaliseerde prosesse.



DIE BELANGRIKHEID VAN BESIGHEIDSMODELINNOVASIE

3/3

- **Verbeterde Kliëntwaarde:** Deur middel van besigheidsmodelinnovasie kan maatskappye die waarde wat hulle aan kliënte lewer, verhoog. Begrip van kliëntebehoefte maak innoverende oplossings moontlik wat lojaliteit dryf.
- **Sakeveerkragtigheid:** innoverende sakemodelle versterk veerkragtigheid teen markontwrigtings en ekonomiese uitdagings deur inkomstestrome te diversifiseer, alternatiewe modelle aan te neem en robuuste ekosisteme te skep, wat langtermynvolhoubaarheid verseker.
- **Organisatoriese Vernuwing:** Besigheidsmodel-innovasie kweek 'n kultuur van kreatiwiteit, aanpasbaarheid en voortdurende verbetering, wat werknemers bemagtig om norme uit te daag en besigheidsevolusie te dryf.
- **Lok van beleggings en vennootskappe:** innoverende sakemodelle lok beleggers en vennote deur groeipotensiaal en 'n vooruitdenkende benadering te toon.

Besigheidsinnovasie gaan nie net oor tegnologie nie. Dit sluit ook nuwe produkontwikkeling, dienservaring, werknemerkultuur, kommunikasie, besigheidsprosesse en nog baie meer in.



**SU VOLHOUBARE
BESIGHEIDSMODELINNOVASIE**

VOLHOUBARE BESIGHEIDSMODELINNOVASIE

Volhoubare sakemodel-innovasie beteken die skep, of herontwerp, van 'n nuwe en verbeterde plan om wins te maak terwyl mense en die omgewing beskerm word. Dit behels uitdagings abd en innovering van die produkte of dienste wat die besigheid verkoop, asook die prosesse, samewerking en insette soos energie, grondstowwe en die opstelling van die voorsieningsketting om beter, meer volhoubare uitkomst te behaal, terwyl wins gemaak word en kliënte tevrede gestel word.

EKO-INNOVASIE ? 'n sake-innovasie wat die doel het om skade aan die omgewing te verminder of uit te skakel, of om te help om positiewe omgewingstoestande te herstel. Volhoubare sakemodel-innovasie sluit die gebruik van eko-innovasiebeginsels in en die beskerming en ondersteuning van mense.



HOE OM 'N VOLHOUBARE BESIGHEIDSMODEL TE BOU

STAP 1: DEKONSTRUEER JOU PRODUKTE EN DIENSTE

- Dekonstrueer jou produkte en dienste om maniere te vind waarop jy hulle vir beter volhoubaarheid kan verbeter.
- Daag jouself uit met die vraag: *“Hoe kan ons hierdie produk of diens van nuuts af herontwerp om gelyke (of beter) prestasie te behaal, en dit heeltemal volhoubaar te maak?”*
- Jy mag dalk nie 'n oplossing bereik wat 100% volhoubaar is nie, maar as die verbetering beduidend is, kan dit steeds die moeite werd wees om die veranderinge aan te bring.
- Indien jy wel veranderinge aanbring vir verbeterde volhoubaarheid, onthou om dit te toets en dit duidelik aan jou teikenkliënte te kommunikeer.
- Natuurlik sal jy ook jou koste- en prysmodelle moet hersien om seker te maak dat jy jou winsgewendheid beskerm.

HOE OM 'N VOLHOUBARE BESIGHEIDSMODEL TE BOU

STAP 2: KYK NA JOU BESIGHEIDSPROSESSE

- Fokus op volhoubare skepping en verspreiding na die optimalisering van produkte of dienste.
- Visualiseer besigheidsprosesse, identifiseer insette en identifiseer onvolhoubare elemente of afvalgenerators vir verbetering.
- Pak groot ondoeltreffendhede aan terwyl jy vinnige oorwinnings nastreef, soos om kilometers te verminder, water te bespaar of groen energie aan te neem.
- Evalueer verskaffers se volhoubaarheidspraktyke, prioritiseer hoë-impak vennootskappe, en werk saam met of vervang verskaffers om in lyn te kom met volhoubaarheidsdoelwitte.



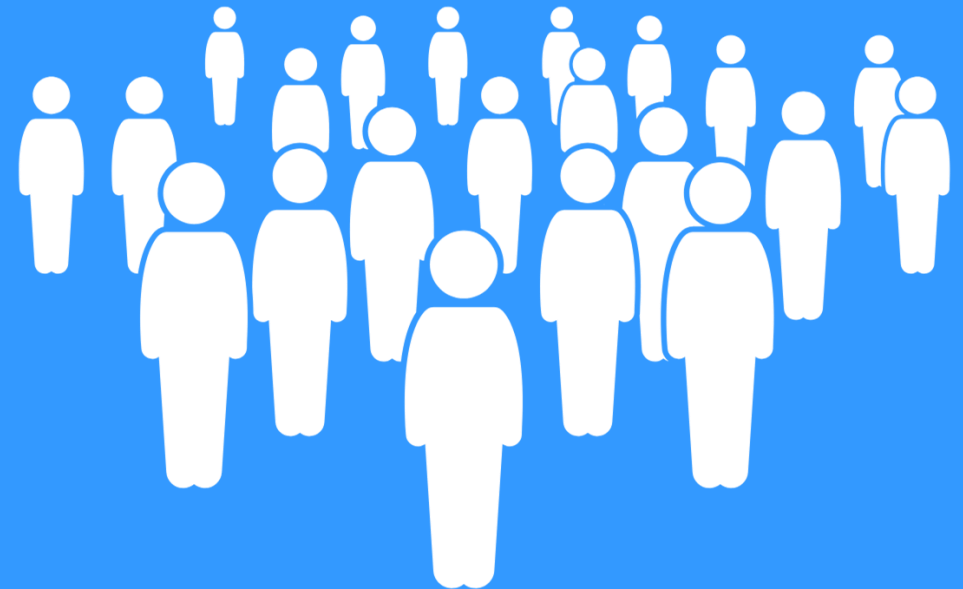
HOE OM 'N VOLHOUBARE BESIGHEIDSMODEL TE BOU

STAP 3: FOKUS OP MENSE

Jy het jou span deur stappe 1 en 2 betrek.

Stap 3 verskuif die fokus direk na mense—die vaardighede, hulpbronne, rolle, opleiding en kulturele elemente word vasgestel wat noodsaaklik is om jou volhoubare sakemodel-innovasie oor tyd in standaardpraktyk te omskep.

Die oorgang vereis individue met die **regte kundigheid** en **motivering** om verandering te dryf en nuwe werkvloeië te vestig. Die verskaffing van **opleiding** sal van kritieke belang wees om te verseker dat hulle die nuwe operasionele prosesse effektief kan bestuur, hul vermoëns kan benut terwyl hulle hul vertrouë en toewyding aan u opgedateerde besigheidsmodel **versterk**.



HOE OM 'N VOLHOUBARE BESIGHEIDSMODEL TE BOU

STAP 4: GEBRUIK DATA VIR DEURLOPENDE VERBETERING

Stel Sleutelprestasie-aanwysers (KPI's) vooraf vas en gebruik data om jou vordering na te spoor. Sodra jy 'n laag van verandering ingebed het, beweeg na die volgende een. Neem die denkwysse aan om voortdurende volhoubaarheidsverbetering te bereik. Rolmodel daardie denkwysse vir jou span.

- Stel SMART KPI's en gebruik gereedskap om vordering effektief na te spoor.
- Hersien en pas KPI's gereeld aan om in lyn te kom met ontwikkelende doelwitte.
- Vier mylpale om die span gemotiveerd te hou.
- Lei deur voorbeeld om toewyding aan volhoubaarheid te inspireer.

S Specific	M Measurable	A Attainable	R Realistic	T Time-bound
<p>Do: Set real numbers with real deadlines.</p> <p>Don't: Say, "I want more visitors."</p>	<p>Do: Make sure your goal is trackable.</p> <p>Don't: Hide behind buzzwords like, "brand engagement," or, "social influence."</p>	<p>Do: Work towards a goal that is challenging, but possible.</p> <p>Don't: Try to take over the world in one night.</p>	<p>Do: Be honest with yourself- you know what you and your team are capable of.</p> <p>Don't: Forget any hurdles you may have to overcome.</p>	<p>Do: Give yourself a deadline.</p> <p>Don't: Keep pushing towards a goal you might hit, "some day."</p>



GROEN BESIGHEIDSPLAN

Deesdae is dit fundamenteel om 'n omgewingsdimensie in gereelde sakeplanskemas in te sluit, om al die aksies en eienskappe wat 'n besigheid omgewingsvriendelik en volhoubaar maak, in ag te neem en te beplan. Daarom wil ons hê jy moet 'n Groen Sakeplan (**GBP**) skep deur 'n noodsaaklike vars nuwe perspektief op die tradisionele Sakeplanmodel aan te neem.

In teenstelling met 'n tradisionele plan, moet 'n GBP die sosiale en omgewingsimpak van die besigheid in ag neem, meer spesifiek moet dit die volgende insluit:

1. oorwegings van die impak van die besigheid op mense;
2. oorwegings van die impak van die besigheid op die planeet;
3. hoe om wins te maak.

VOORBEREIDING VAN DIE INHOUD VAN DIE **GBP**

Elke afdeling van die GBP moet verslag doen oor die beleide wat ingestel is om die omgewing te bewaar, te beskerm of te verbeter en om sosiale billikheid te bevorder, veral word dit al hoe meer waardevol wanneer dit na die plaaslike omgewing en gemeenskappe verwys.

Wees versigtig : terwyl jy doelwitte en aktiwiteite stel, moet jy ook metodes en hulpmiddels stel om die vordering wat jy besluit het om te bereik, te registreer. Om dit te doen, is dit ook belangrik om **verantwoordelikhede te definieer** om 'n effektiewe implementering te verseker.

Hierna volg 'n beskrywing van die afdelings wat in u nuwe GBP vervat moet wees:

Dekonstrueer jou produkte en dienste om maniere te vind waarop jy dit vir beter volhoubaarheid kan verbeter



1) UITVOERENDE OPSOMMING – BESIGHEIDSOORSIG

Die uitvoerende opsomming van 'n sakeplan dien as 'n bondige oorsig wat die essensie van jou besigheid en sy belangrikste eienskappe vasvang. Dit moet die sake-idee en -konsep op 'n manier bekendstel wat belangstelling prikkel, en ruimte laat vir verdere uitbreiding in daaropvolgende afdelings. Vir 'n **groen** sakeplan moet besondere klem gelê word op volhoubaarheid en die skep van sosiale en omgewingswaarde.

Sluit 'n duidelike en impakvolle missieverklaring in, gevolg deur jou hoofdoelwitte en -doelstellings. Die primêre doel van hierdie afdeling is om die leser se aandag te trek. Om dit te bereik, oorweeg dit om die volgende vrae te beantwoord:

- **Wat is fundamenteel om oor jou besigheid te weet?**
- **Wat is jou hoofsterkpunte, vaardighede en ervaring?**
- **Wat is jou primêre groen bekommernisse, en hoe vorm dit jou besigheidsvisie?**

➔ **Deur hierdie vrae aan te spreek, skep jy 'n sterk fondament om die gehoor te boei en die unieke waarde van jou groen sakeplan te beklemtoon.**

2) MISSIE

Dis is belangrik om die kernidee van jou besigheid duidelik en konsekwent aan te bied , met die klem op jou verbintenis tot omgewingsbeskerming of die spesifieke kwessie wat jy wil aanspreek. Oorweeg dit om dinkskrumssessies in hierdie stadium te gebruik om idees te genereer en te verfyn. Die organisering en verduideliking van die fundamentele aspekte van jou besigheid versterk nie net jou visie nie, maar bied ook 'n stewige raamwerk om jou deur die implementeringsfase te lei.



Mission Statement

[ˈmiːʃən ˈstɑːtmənt]

A description of a company's culture, values, or purpose for being.

 Investopedia

3) DOELWITTE

1/2

Die eerste belangrike stap om jou besigheid meer volhoubaar te maak, is om **SMBRT-doelwitte te definieer** — **Spesifiek** , **Meetbaar** , **Bereikbaar** , **Relevant** en **Tydsgebonde** . Hierdie doelwitte dien as 'n duidelike padkaart om jou visie met uitvoerbare stappe in lyn te bring. Nie alle doelwitte kan egter gelyktydig aangepak word nie, daarom is dit noodsaaklik om die doelwitte wat die mees realisties en impakvol is, **te kies en te prioritiseer** . Begin deur ten minste **drie hoofdoelwitte te lys** wat jy binne 'n spesifieke tydsbestek wil bereik.

Oorweeg die volgende sleutelvrae:

- **Watter sosiale en omgewingsveranderinge hoop jy om te bereik?**
- **Watter uitdagings het jou gemotiveer om hierdie rigting te volg, en hoe beplan jy om dit op te los?**
- **Watter dringende omgewingskwessies kan u besigheid prakties aanspreek?**
- **Watter omgewingskwesbaarhede kan jou besigheid beïnvloed, en hoe sal jy enige potensiële negatiewe impak verminder?**

Om jou besigheidsprosesse te vergroen, behels verskeie dimensies – van die versekering van die omgewingsvolhoubaarheid van jou grondstowwe tot die optimalisering van hoe jou produk jou kliënte bereik. Dit sluit ook die bevordering van ordentlike werkpraktyke, die skep van gesonde omgewings vir personeel en die bou van verantwoordelike verhoudings met vennote in. Verduidelik in hierdie afdeling hoe hierdie aspekte ooreenstem met jou waardes en waarom dit van kritieke belang is vir jou besigheid.

Laastens, voer 'n **groen SWOT-analise uit**, wat beide konvensionele en volhoubaarheidsgerigte sterkpunte, swakpunte, geleenthede en bedreigings identifiseer. Dit sal 'n omvattende beeld gee van hoe jou besigheid sy positiewe impak kan maksimeer terwyl potensiële risiko's aangespreek word.

Voorbeeld 

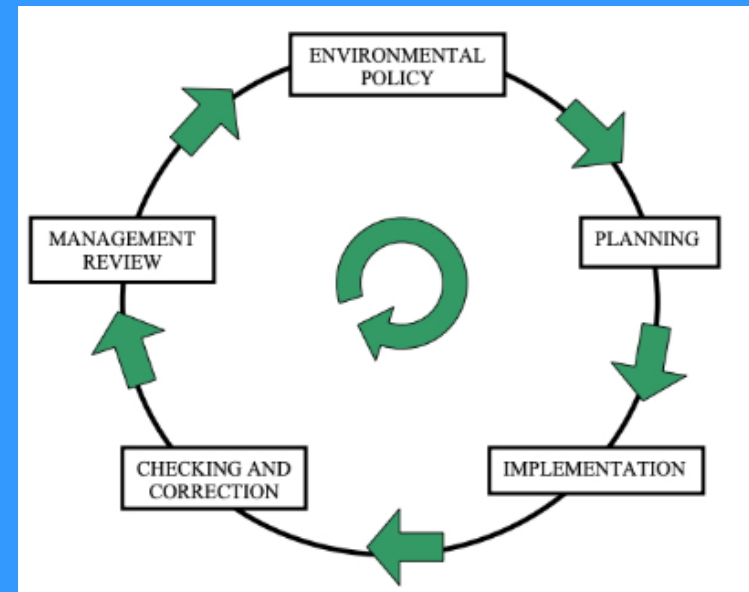
STRENGTHS		WEAKNESSES	
Conventional <ul style="list-style-type: none"> › High profit product › Add text here 	Green <ul style="list-style-type: none"> › Material and energy efficient production process › Add text here 	Conventional <ul style="list-style-type: none"> › Lack of skilled manpower › Add text here 	Green <ul style="list-style-type: none"> › Lack of technical knowhow for producing eco friendly products › Add text here
OPPORTUNITIES		THREATS	
Conventional <ul style="list-style-type: none"> › New market for this product › Add text here 	Green <ul style="list-style-type: none"> › Big customer base for healthy and eco friendly products › Add text here 	Conventional <ul style="list-style-type: none"> › Economical products available in market › Add text here 	Green <ul style="list-style-type: none"> › Government aid for competitive products › Add text here

4) BESKRYWING VAN ONDERNEMINGSSTRUKTUUR, ORGANISASIE, BESTUUR

1/2

Begin deur die **struktuur van jou besigheid te definieer** deur die raamwerk van *Wie, Wat, Waar, Hoekom* en *Hoe te gebruik* . Identifiseer die rolle en verantwoordelikhede binne jou organisasie duidelik, en beklemtoon die omgewingsvriendelike en sosiaal bewuste elemente van jou bedrywigheede.

Skep en bied 'n **organisasiekaart aan** om 'n visuele voorstelling van jou besigheidsstruktuur te verskaf. Om jou verbintenis tot volhoubaarheid te versterk, vestig 'n **Omgewingsbestuurstelsel (OBS)** . Hierdie stelsel sal jou help om jou omgewingsprestasie oor tyd te monitor, te meet en te verbeter.



Beskryf vervolgens die **regstruktuur** van u besigheid, die ligging van u hoofkwartier en die geografiese gebiede waar u besigheid sal bedryf word. Spesifiseer enige digitale ruimtes, soos e-handelsplatforms of sosiale mediamkanale, wat u aktiwiteite sal ondersteun. Erken dat die **plasing van u besigheid** 'n deurslaggewende rol speel in die omgewings- en sosiale impak daarvan.

Oorweeg die volgende vrae om jou strategie te vorm:

- **Waar sal jou sake-aktiwiteite plaasvind, en watter gebiede sal deur produksie, vervoer en verkope beïnvloed word?**
- **Is jou besigheidsligging goed verbind met openbare vervoer om CO2-uitlatings van reise te verminder?**
- **Is jou besigheid in 'n benadeelde gebied geleë om sosiale impak te bevorder deur mense in brose omstandighede in diens te neem en plaaslike ekonomiese ontwikkeling te stimuleer?**
- **Is jou ligging naby jou verskaffers om vervoerkoste en -uitlatings te verminder terwyl jy sterker verbindings en innovasie bevorder?**

5) GEDETAILEERDE BESKRYWING VAN GOEDERE/DIENSTE

1/2

Wanneer jy hierdie beskrywings opstel, fokus op die **groen kenmerke** wat jou produk of diens van mededingers onderskei. Beklemtoon die **volhoubare voordele** wat jou aanbiedinge bied, met die klem op die omgewingsvriendelike aspekte van hul produksie of sleutelkenmerke.

Beskryf die **eko-ontwerpproses** wat onderliggend is aan u produkte, en verduidelik hoe volhoubaarheid in hul lewensiklus geïntegreer is.

Dit kan insluit:

- Die potensiaal vir **herbruikbaarheid** of verlengde produklewe.
- Gebruik van **herwinde of herwinbare materiale** in produksie en verpakking.
- Die gebruik van **bioafbreekbare of komposteerbare materiale** om afval te verminder.
- Klem op **plaaslike verspreiding** om vervoervrystellings te verminder.
- Implementering van 'n **wieg-tot-wieg-benadering**, wat verseker dat produkte hergebruik of veilig na gebruik in die omgewing terugbesorg kan word.

Oorweeg dit, waar moontlik, om hierdie inligting **numeries aan te bied** om meetbare impak te demonstreer, soos die persentasie herwonne inhoud, vermindering in emissies of energiebesparings wat bereik is.



Skep 'n duidelike en oortuigende boodskap vir jou kliënte wat verduidelik hoe hul aankoop die planeet se welstand ondersteun.

Spreek aan waarom jou produk of diens **meer volhoubaar is** in vergelyking met mededingers, en hoe die keuse van jou besigheid bydra tot 'n groener toekoms.

Deur jou produk se kenmerke aan sy omgewings- en sosiale voordele te koppel, kan jy vertroue en lojaliteit onder omgewingsbewuste verbruikers bou.



6) TEIKENMARK & MARKONTLEDING

1/2

Om jou besigheid effektief te posisioneer, begin deur deeglike navorsing te doen oor die prestasie en tendense van jou bedryf. Ondersoek die tradisionele maatstawwe binne jou sektor, die innovasies wat nuwe ondernemings bekendstel, en die impak van relevante plaaslike, nasionale en internasionale beleide.

Om jou teikenkliënte te verstaan is belangrik. Versamel gedetailleerde demografiese en psigografiese data, soos geslag, ouderdom, stokperdjies, opvoedingsvlak en of hulle in stedelike of landelike gebiede woon. Neem hul houdings, waardes en aankoopprioriteite in ag.

Vrae om jou navorsing te lei, sluit in:

- **Wat is die grootte van jou teikenkliëntegroep?**
- **Hoeveel spandeer hierdie groep gewoonlik aan goedere of dienste soortgelyk aan joune?**

Beide **kwantitatiewe en kwalitatiewe marknavorsing** is noodsaaklik om die mark wat jy betree, te verstaan. Analiseer jou mededingers deur markneigings en die prestasie van produkte soortgelyk aan joune te bestudeer. Bepaal byvoorbeeld hoeveel eenhede in 'n spesifieke tydperk binne nasionale of internasionale markte verkoop is om realistiese verwagtinge vir jou besigheid te stel.

Vul dit aan met **kwalitatiewe navorsing**, met die fokus op die stand van die groen ekonomie binne jou sektor. Verken vrae soos:

- Waarom kies ondernemings om hierdie mark te betree of te verlaat?
- Watter persentasie van besighede in jou sektor is groen ondernemings?



7) BEMARKINGSTRATEGIE

1/2

Kliënte is toenemend bewus van die omgewings- en sosiale impak van hul aankope. Die aanbod van volhoubare produkte of dienste stem nie net ooreen met hul waardes nie, maar verbeter ook hul koopervaring, wat hulle dikwels bereid maak om 'n premie te betaal vir outentieke groen pogings.

Om hiermee voordeel te trek moet besighede **volhoubaarheid werklik aanneem** en 'n **duidelike bemarkingstrategie ontwikkel**. Dit behels die deursigtige kommunikasie van groen inisiatiewe, soos die vermindering van afval, herwinning, die gebruik van omgewingsvriendelike verskaffers en die belegging in volhoubaarheidsbeleide. Beklemtoon ook u etiese verbintenis tot beide die omgewing en die welstand van werkers en gemeenskappe wat deur u bedrywigheide geraak word.

Jou bemarkingsbenadering moet verder gaan as tradisionele advertensies. Fokus op die skep van veldtogte wat ook as **omgewingsbewustheidsinisiatiewe dien**, kliënte opvoed en waarde tot hul ervaring toevoeg. Deur jou toewyding aan volhoubaarheid te demonstreer, kan vertroue, lojaliteit en betrokkenheid bevorder word.

In jou **Groen** Besigheidsplan hoe jy **jou teikenkliënte** deur middel van innoverende en diverse metodes sal bereik:

- Sluit aan by **groen netwerke** om met eendersdenkende besighede en verbruikers te skakel.
- Bou 'n aantreklike, gebruikersvriendelike **webwerf** wat "groen promosies" of omgewingsvriendelike aansporings bied.
- Begin geteikende **bemarkingsveldtogte** en borg **volhoubaarheidseleenthede** om sigbaarheid te verbeter.
- Neem aktief deel aan **plaaslike markte, skoue of uitstallings** en stel jou produkte direk aan kliënte ten toon.
- Werk saam met **omgewings- en sosiale verenigings** in jou omgewing om jou geloofwaardigheid en impak te versterk.
- Ondersteun groen inisiatiewe deur **skenkings te maak**, **fondsinsamelingspogings te organiseer** of saam te werk aan gemeenskapsgebaseerde projekte.



8) VERSKAFFERS

Dit is noodsaaklik om getrou te bly aan jou omgewingsetiek, en konsekwentheid met jou missie behoort elke aspek van jou besigheid te lei – insluitend die keuse van verskaffers. **Groen verkryging** is die sleutel: prioritiseer regverdige handelsvennote wat etiese praktyke handhaaf, soos om billike en leefbare lone aan hul werknemers te betaal. Jou verskaffers moet by jou missie aansluit deur omgewings- en sosiaal verantwoordelik te wees.

Om hierdie belyning te verseker, stel duidelike kriteria vas vir die evaluering van verskaffers:

- Verkies plaaslike verskaffers om jou gemeenskap te ondersteun en vervoervrystellings te verminder.
- Kies verskaffers wat aktief en deursigtig werk om hul omgewingsimpak te verminder, soos die vermindering van afval, CO₂- en kweekhuisgasvrystellings, en die bewaring van natuurlike hulpbronne.
- Kies waar moontlik vir bio-gesertifiseerde verskaffers en produkte.

Analiseer jou hele voorsieningsketting en vennootskappe om areas vir verbetering te identifiseer, hetsy in **doeltreffendheid** of **koolstofvrystellings**, en neem aksieplanne om volhoubaarheid in jou bedrywighede te verbeter.

9) FINANSIËLE ANALISE

1/2

Hierdie afdeling is noodsaaklik in enige sakeplan en dien as 'n belangrike verwysing vir beide stigters en potensiële beleggers. Dit skets die finansiële aspekte van jou besigheid, insluitend verkope, inkomste, koste en uitgawes, terwyl dit demonstreer hoe jou besigheid winsgewendheid op 'n ekonomies en omgewingsvolhoubare manier kan behaal.

Identifiseer die **belangrikste hulpbronne** en **duurste aktiwiteite** vir jou besigheid en toon aan hoe jy koste en winste kan balanseer. In 'n Groen Besigheidsplan (GBP), rekenskap gee van die **unieke koste en inkomste** wat met volhoubaarheid verband hou, soos aanvanklike beleggings in toerusting, persele of vaardighede. Terwyl hierdie groen keuses aanvanklike koste kan verhoog, bied hulle ook toegang tot nuwe markte en regverdig hulle premiepryse vir volhoubare en etiese produkte of dienste.

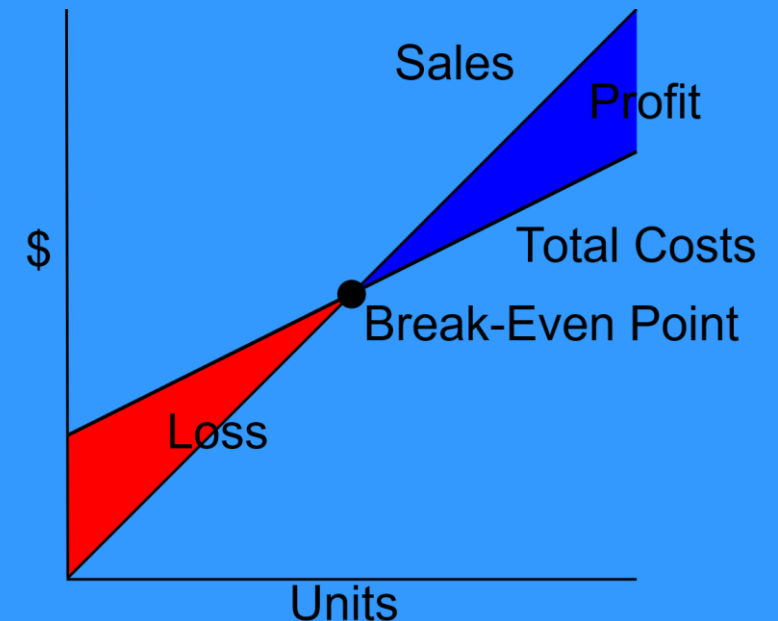
Wanneer jy vir inkomste beplan, ondersoek **skoon energiebelastingkrediete en groen aansporings** wat plaaslik, regionaal, nasionaal of deur EU-programme beskikbaar is wat groen en digitale oorgange ondersteun. *Moenie vergeet om die koste van kompensasiemaatreëls vir omgewingsimpakte in te sluit nie, indien van toepassing.*

Jou finansiële plan moet die toekomstige finansiële gesondheid van jou onderneming projekteer. Begin met 'n **verkoopvoorspelling** vir die volgende drie jaar en skep 'n **uitgawebegroting** om te bepaal wat jou verkope sal kos.

Ondersteun dit met visuele data, soos:

- Groeiprojeksiëgrafieke.
- Kontantvloei-, inkomste- en balansstaatstate.
- BEP-analise* om te wys wanneer jou besigheid winsgewend sal word.

Hierdie elemente sal 'n duidelike, oortuigende beeld van jou besigheid se finansiële lewensvatbaarheid en toewyding aan volhoubaarheid.



*BEP = Gelykbreekpunt

- **Besigheidsmodel-innovasie** is die fondament vir die integrasie van volhoubaarheid in jou besigheid, wat aanpassing by markaanvraag moontlik maak en in lyn kom met omgewings- en sosiale waardes.
- 'n **Groen Besigheidsplan** brei hierdie innovasie uit deur eko-ontwerp, groen verkryging en etiese praktyke in elke aspek van u bedrywigheede in te sluit.
- Deur strategiese **marknavorsing** , duidelike **finansiële beplanning** en impakvolle **kommunikasie van jou groen waardes** , kan jy winsgewendheid met volhoubaarheid balanseer.
- Jou besigheid word 'n dryfveer van verandering—dit voldoen aan kliënte se eise vir groen oplossings, dra by tot omgewingsdoelwitte en bou 'n veerkragtige, toekomstigereed onderneming.
- Hierdie plan is meer as net 'n dokument; dit is jou pad na volhoubare sukses deur innoverende en verantwoordelike sakepraktyke.

BELANGRIKE INSIGTE



Co-funded by
the European Union



DANKIE

VRYWARING:

GSMESKILL-PROJEK N. 101091883 WORD GEFINANSIER DEUR DIE EUROPESE UNIE. DIE UITGEDRUKTE MENINGS EN MENINGS IS EGTER SLEGS DIE VAN DIE OUTEUR(S) EN WEERSPEEL NIE NOODWENIGEND DIE VAN DIE EUROPESE UNIE OF DIE EUROPESE UITVOERENDE AGENTSAP VIR ONDERWYS EN KULTUUR (EACEA) NIE. NIE DIE EUROPESE UNIE NOG EACEA KAN VIR HULLE VERANTWOORDELIK GEHOU WORD NIE.



Submodule 7.4

Groen Ontwerp: Beginsels van eko-ontwerp vir produkte en dienste

→ **Vaardighede:**

1. Eko-ontwerp
2. Omgewingsimpakstudie
3. Volhoubare ontwerp

GROEN ONTWERP: Beginsels van eko-ontwerp vir produkte en dienste
Aktiwiteit 1 - Volhoubaar deur Ontwerp: Gereedskap en Beginsels vir Groen Innovasie
Duur : 1.5 uur
Spesifieke Leerdoelwitte <ol style="list-style-type: none">1. Definieer groen ontwerp en volhoubare ontwerpbeginsels.2. Verduidelik die relevansie van groen ontwerp in die konteks van omgewings- en klimaatsuitdagings.3. Verstaan hoe omgewingsimpakstudies volhoubare besluitneming ondersteun.4. Pas basiese konsepte van groen ontwerp toe om verantwoordelik te innoveer.5. Erken die rol van ontwerp in die vermindering van omgewingsimpakte oor produklewensiklusse.
Metodologie, hulpbronne en toestelle Frontale leer, bespreking. Skyfies
Beskrywing van die aktiwiteit en sleutelkonsepte Die submodule is daarop gemik om sleutelvaardighede te lewer om te innoveer via groen ontwerp; namate die samelewing al hoe meer bekommerd raak oor ongunstige klimaatsverskynsels, kry groen ontwerp momentum om die verhouding tussen verbruik en omgewing te herstel; Groen Ontwerp word bekendgestel met sy beginsels. Omgewingsimpakstudie word as 'n besluitnemingsinstrument aangebied. Volhoubare ontwerp word beskryf en gedefinieer.
Assessering Google-vorm: geslote opsievraelys V1: Die 3R-stam vir Reflect + Reuse + Remanufacture? J/ N V2: Is LCA in lyn met Groen Ontwerp? J /N

V3: Behels Omgewingsimpakstudie die proses om potensiële omgewingsimpakte van ontwikkelingsvoorstelle te identifiseer, te voorspel en te evalueer? J /N

V4: Minimaliseer volhoubare ontwerp die negatiewe impak op die omgewing, samelewing en ekonomie? J /N

Vaardighede/Vermoëns ontwikkel

- Konseptuele duidelikheid oor groen en volhoubare ontwerp.
- Vermoë om omgewingsimpakte in ontwerpkeuses te assesser.
- Bevoegdheid om volhoubaarheid in innovasieprosesse te integreer.
- Kritiese denke oor verbruik, produksie en omgewingsimpak.
- Besluitnemingsvaardighede met behulp van omgewingsimpakstudie as 'n instrument.

Verdere leeswerk, aktiwiteite, materiaal, beste praktyke

Referaat: Groen Innovasie-ontwerp van Produkte onder die Perspektief van Volhoubare Ontwikkeling - : Guo yi-fei 2017

<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/51/1/012011/pdf>

Materiaal hieronder: Aanbieding “..”



Co-funded by
the European Union



GKMOV

Ontwikkeling van BOO Entrepreneuriese Groen
Denkwyse en vaardighede vir Kleinsake-
ontwikkeling





GROEN ONTWERP: Beginsels van eko-ontwerp vir produkte en dienste

Submodule 7.4



7.4 Innovasie en Groen Ontwerp

Groeiende maatskaplike bekommernisse:

- besoedeling,
- omgewingsagteruitgang,
- oorbenuiting van hulpbronne,
- onvolhoubare verbruiks- en produksiepatrone

Ontwerp en omgewingsbeskerming: Groen Ontwerp en Innovasie



7.4 Innovasie en Groen Ontwerp

Groen ontwerp en innovasie spreek die groeiende maatskaplike bekommernisse aan deur n verbindig van:

OMGEWINGSBESKERMING EN -ONTWERP

Groen Ontwerp: die ontwerp van produkte wat omgewingsvriendelik, ekologies vriendelik is en geen sosiale of morele kwessies het nie.



7.4 Groen Ontwerp

GROEN PRODUKONTWERP:

In terme van produkontwerp, is groen ontwerp nie net die beginsel van "3R" (verminder, herwin en hergebruik) nie, maar ook om aan groen en gesonde standaarde in baie aspekte van die produk te voldoen en die omgewingsvernietiging en hulpbronvermorsing te voorkom, soos produkmateriale, funksies, tegnologie, kwaliteit. Benewens hierdie aspekte, gee die groen ontwerp ook meer aandag aan die fisiese en sielkundige impak van produkte op die gebruikers.

Verwysing Guo yi-fei

7.4 Groen Ontwerp

Green Design Objectives

- 1) increasing efficiency in the use of materials, energy and other resources
- 2) minimizing damage or pollution from the chosen materials
- 3) reducing to a minimum any long-term harm caused by use of the product
- 4) ensuring that the planned life of the product is most appropriate in environmental terms and that the product functions efficiently for its full life

12/08/09

Green Design

6



Groen Ontwerpbeginnsels

- **Ten volle gebruik maak van hulpbronne** (hernubare hulpbron, vermy afvalgenerering, dink aan die einde van lewensduur: pas LCA toe)
- **Energiebesparing** (verbruik die minste energiebronne in die lewensiklus en vir die produksieproses)
- **Nul Besoedeling** (oorweeg hoe om te vermy besoedeling , hoe om te regeer besoedeling : einde van lewensduur en remediëring maaatreëls)



Groen Ontwerpbeginnels

- **Gevorderde Tegnologie** (benut die beste volhoubare tegnologie beskikbaar)
- **Beste ekologiese en ekonomiese voordeel** (ekonomiese voordele wat deur die produk geskep word, volhoubare ontwikkeling en impak op die omgewing, samelewing en verbruikersgedrag, assessering en rekeningkunde van voordele en koste vir die omgewing, ekologie en samelewing)

7.4 Omgewingsimpakstudie





7.4 Omgewingsimpakstudie

Omgewingsimpakstudie

is 'n studie van die gevolge (positief en negatief) van 'n voorgestelde aksie op die gebied waarin die ontwikkeling uitgevoer moet word. Dit beskryf ook versagtingsmaatreëls wat nodig is om enige negatiewe impakte wat die aktiwiteit mag veroorsaak, te verminder.



7.4 Omgewingsimpakstudie

Die omgewingsimpakstudie (OIB) behels die proses om potensiële omgewingsimpakte van ontwikkelingsvoorstelle te identifiseer, te voorspel en te evalueer.

'n OIB is 'n tegniek en 'n proses waardeur inligting oor die interaksie tussen 'n voorgestelde ontwikkelingsprojek en die omgewing versamel, geanaliseer en geïnterpreteer word om 'n verslag oor potensiële impakte op te stel en die basis vir goeie besluitneming te verskaf.

7.4 Omgewingsimpakstudie

STAGES OF AN EIA

- 🔍 Screening
- 📏 Scoping
- 📊 Baseline Data
- 🎯 Impact Identification
- 🔍 Assessment
- 📄 Mitigation
- 🔍 EIA Review

*Are the assessment and
the environmental
statement*

7.4 Omgewingsimpakstudie



7.4 Volhoubare Ontwerp



Sustainable Design

[sə-'stā-nə-bəl di-'zīn]

A design approach that seeks to minimize negative environmental, social, and economic impacts.

7.4 Volhoubare Ontwerp





7.4 Volhoubare Ontwerp

Volhoubare ontwerp skep langtermynoplossings en help samelewings om die welstand van hul mense en harmonie met die omgewing te verseker.

'n Volhoubaar ontwerpte produk of diens is een wat die hele lewensiklus van die produk tydens ontwikkeling in ag neem, van vervaardiging tot wegdoening. 'n Werklik volhoubare ontwerp is geoptimaliseer vir hergebruik.

Verwysing: Interaction Design Foundation - IxDF . (2023, 16 Maart). Wat is volhoubare ontwerp?. Interaction Design Foundation - IxDF . <https://www.interaction-design.org/literature/topics/sustainable-design>



7.4 Volhoubare Ontwerp

Volhoubare ontwerp is die idee dat volhoubaarheid in die ontwerpfase van produkte, dienste en geboue ingebou moet word. Die doelwit is om afval te verminder en die gesondheid en welstand van die samelewing te verbeter.

Volhoubare ontwerp, ook genoem groen ontwerp, omgewingsbewuste ontwerp of eko-ontwerp, is bedoel om langtermyn-ontwerpoplossings te lewer wat negatiewe sosiale en omgewingsimpakte verminder. 'n Sleuteldryfveer van volhoubare ontwerp is die gevoel van dringendheid in die samelewing om aksie te neem teen versnelde klimaatsverandering en die natuurlike omgewing vir toekomstige geslagte te beskerm.

Verwysing: IBM



7.4 Volhoubare Ontwerp

Volhoubare ontwerp is die benadering tot die skep van produkte en dienste wat die omgewings-, sosiale en ekonomiese impakte van die aanvanklike fase tot die einde van die lewensiklus in ag neem.

Verwysing: [MEDIUM.COM](https://www.medium.com)



Co-funded by
the European Union



DANKIE

VRYWARING:

GSMESKILL-PROJEK N. 101091883 WORD GEFINANSIER DEUR DIE EUROPESE UNIE. DIE UITGEDRUKTE MENINGS EN MENINGS IS EGTER SLEGS DIE VAN DIE OUTEUR(S) EN WEERSPEEL NIE NOODWENIGEND DIE VAN DIE EUROPESE UNIE OF DIE EUROPESE UITVOERENDE AGENTSAP VIR ONDERWYS EN KULTUUR (EACEA) NIE. NIE DIE EUROPESE UNIE NOG EACEA KAN VIR HULLE VERANTWOORDELIK GEHOU WORD NIE.

