



" Eko inovacije ženskog socijalnog preduzetništva "

Socijalna franšiza & Industrijska simbioza



Priručnik predstavlja vodič za preduzetnice i druge zainteresovane aktere koji žele da doprinesu održivosti, smanjenju otpada i zaštiti životne sredine kroz inovacije i saradnju. Ova publikacija izrađena je i objavljena u okviru projekta „EU za Zelenu agendu u Srbiji“, koji finansira Delegacija Evropske unije u Srbiji, a sprovodi Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u Srbiji u partnerstvu sa Ministarstvom zaštite životne sredine, a u saradnji sa Ambasdom Švedske i Evropskom investicionom bankom. Sadržaj ove publikacije i rezultati prikazani u njoj su odgovornost organizacije BIO IDEA za održivi razvoj Beograd, i ne odražavaju nužno stavove Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP).

BIO IDEA za održivi razvoj 2023.

www.industrijskasimbioza.rs www.odrzivirazvoj.org.rs



Zahvalnost

Priručnik "Eko inovacije ženskog socijalnog preduzetništva: Socijalna Franšiza & Industrijska Simbioza" predstavlja vodič za preduzetnice i druge zainteresovane aktere koji žele da doprinesu održivosti, smanjenju otpada i zaštiti životne sredine kroz inovacije i saradnju. Ova publikacija izrađena je i objavljena u okviru projekta „EU za Zelenu agendu u Srbiji“, koji finansira Delegacija Evropske unije u Srbiji, a sprovodi Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u Srbiji u partnerstvu sa Ministarstvom zaštite životne sredine, a u saradnji sa Ambasadam Švedske i Evropskom investicionom bankom. Sadržaj ove publikacije i rezultati prikazani u njoj su odgovornost organizacije BIO IDEA za održivi razvoj Beograd, i ne odražavaju nužno stavove Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP).

Autorski tim:

Sanida Klarić - Koordinator projekta, igrala je ključnu ulogu u organizaciji i vođenju projekta. Njeno strateško razmišljanje i vođenje bili su ključni za postizanje uspeha ovog priručnika.

Dr. Aleksandar Gračanac - Savetnik i mentor, donio je bogato iskustvo i stručnost u oblasti socijalnog preduzetništva i cirkularne ekonomije. Njegovi saveti i mentorstvo doprineli su dubini i kvalitetu sadržaja ovog priručnika.

Vanja Klarić - Zaslužan je za fotografije koje su oživljavale ovu publikaciju i za dizajn koji je omogućio priručniku da bude vizuelno privlačan i lako razumljiv.

Naš autorski tim je uložio mnogo truda i strasti kako bi stvorio ovu vrednu resursnu knjigu. Njihova posvećenost je odigrala ključnu ulogu u donošenju ovih informacija do vas. Zahvaljujemo svim članovima autorskog tima na njihovom izvanrednom doprinosu, što je rezultiralo ovim priručnikom koji će služiti kao koristan alat za obrazovanje i inspiraciju za mnoge u oblasti socijalnog preduzetništva i industrijske solidarne simbioze.

Hvala vam što ste bili deo ovog autorskog tima i doprineli kreiranju ove vredne publikacije!



Zašto realizujemo projekat „Industrijska simbioza inovativna strategija za održivost poslovanja socijalnih preduzetnica“ ?

U današnjem svetu koji se suočava sa sve većim izazovima vezanim za zaštitu životne sredine i očuvanje prirodnih resursa, ekološka inovacija postaje ključni faktor za održivi razvoj. Tradicionalni poslovni modeli često stvaraju velike količine otpada i negativno utiču na životnu sredinu. Upravo iz tog razloga, saradnja među preduzetnicama postaje esencijalna kako bismo pronašli inovativna i održiva poslovna rešenja koja će doprineti zaštiti prirode i smanjenju ekološkog otiska.

Ekološka inovacija se odnosi na razvoj novih tehnologija, proizvoda, usluga i poslovnih modela koji imaju manji uticaj na životnu sredinu ili čak doprinose njenom poboljšanju. Kroz ovakve inovacije, možemo postići veću efikasnost u korišćenju resursa, smanjiti emisiju štetnih gasova, reciklirati materijale i stvoriti održive poslovne modele.

Saradnja među preduzetnicama, čak i iz različitih delatnosti, je od ključnog značaja za uspeh ekološke inovacije. Preduzetnice su poznate po svojoj kreativnosti, agilnosti i sposobnosti da brzo prilagode svoje poslovne modele. Kroz saradnju sa njima, i velike kompanije mogu dobiti pristup novim idejama, tehnologijama i resursima koji će im pomoći da unaprede svoje procese i proizvode. Takođe, preduzetnice mogu biti ključni partneri u razvoju novih inovativnih održivih proizvoda i rešenja, pružajući svoje iskustvo, znanje i ekspertizu u oblastima svog poslovanja.

Industrijska simbioza, kao koncept koji podstiče saradnju između različitih preduzetničkih delatnosti, može biti posebno korisna za ekološku inovaciju. Kroz industrijsku simbiozu, različiti akteri mogu deliti resurse, otpad i znanje kako bi zajednički razvijali održiva rešenja. Na taj način, možemo iskoristiti sinergiju između različitih sektora i postići veći efekat u smanjenju ekološkog otiska.

Ukupni benefiti ekološke inovacije i saradnje između, preduzetnica su mnogobrojni. Pored direktnih ekoloških dobiti, kao što su smanjenje emisije gasova sa efektom staklene bašte, štednja resursa i smanjenje otpada, ove inovacije takođe mogu doneti i ekonomske koristi. Održive tehnologije i proizvodi imaju potencijal za stvaranje novih tržišta i poslovnih prilika, čime se doprinosi rastu ekonomije i zapošljavanju.

U priručniku "Eko inovacije ženskog socijalnog preduzetništva - Socijalna franšiza & Industrijska simbioza ", ističemo važnost ekološke inovacije i saradnje kao ključnih faktora za održivi razvoj. Kroz konkretne primere i smernice za saradnju, pružamo podršku preduzetnicama u razvoju inovativnih i održivih rešenja koja će doprineti zaštiti životne sredine i stvaranju održivih poslovnih modela.

Kako će priručnik koristiti čitateljka/cima ?

- Pruža praktične informacije, alate i smernice za razvoj inovacija i održivih poslovnih modela.
- Inspirisaće čitaocice da prepoznaju mogućnosti za saradnju i umrežavanje sa drugim akterima.
- Ohrabriće čitaocice da razvijaju proizvode i rešenja koja doprinose očuvanju životne sredine.
- Podstaknuti će čitaocice da postanu deo mreže industrijske simbioze i doprinesu održivom razvoju.



Dozvolite da se predstavimo

Dobrodošli na platformu [Industrijska simbioza MISS](#) - inovativni projekat koji aktivno uključuje žene iz osetljivih ruralnih područja u zelenu tranziciju, doprinoseći ispunjenju obaveza koje je Srbija preuzela potpisivanjem Pariskog sporazuma i Zelene agende za Zapadni Balkan.



Naša platforma okuplja preduzetnice iz različitih delova Srbije u mrežu industrijske solidarne simbioze MISS. Simbiozne članice obuhvataju socijalne preduzetnice iz Mreže Socijalna franšiza BIO IDEA sapuni i žene koje se bave proizvodnjom čuvenog srpskog delikatesa - ajvara. Međutim, zbog ograničenih kapaciteta, male ekonomske snage i slabe umreženosti, žene na seoskim gazdinstvima jugoistočne Srbije postaju generatori oko 21.000 tona bio-otpada koji se odlaže na divlje deponije. Ova situacija iziskuje efikasno rešenje kako bismo smanjili negativan uticaj na životnu sredinu i doprineli održivosti.

Socijalna franšiza BIO IDEA primenjuje strategiju industrijske simbioze, povezujući žene okupljene oko "Zavičaja u Tegli", gde se proizvodi ajvar u opštini Medveđa, sa ženskom mrežom „Socijalna franšiza Bio Idea sapuni“, koja okuplja žene iz cele Srbije u proizvodnji bio sapuna i prirodne kozmetike. Naš cilj je da ponudimo održiva rešenja za bio-otpad od paprike, pretvarajući ga u inovativne proizvode, poput biomaski i sapuna za problematičnu kožu adolescenata.



Kroz našu [platformu MISS](#), pružamo edukaciju i podizanje kapaciteta žena iz cele Srbije i regiona, kako bi uspešno prerađivale bio-otpad od paprike u inovativne simbiotske proizvode. Organizujemo obuke za preradu ostataka ajvarске paprike i njihovu primenu u prirodnoj kozmetici brenda [BIO IDEA sapuni](#) te pružamo podršku preduzetnicama kroz mentorstvo i povezivanje u okviru [Socijalne franšize BIO IDEA](#)

Naša e-učionica sadrži tri modula sa korisnim informacijama:

- Modul 1. Industrijska simbioza
- Modul 2. Cirkularna ekonomija
- Modul 3. Socijalno preduzetništvo



Kroz ove module, želimo da podržimo preduzetnice u njihovom razvoju, stvarajući mrežu industrijske simbioze socijalnih preduzetnica - MISS. Ovaj projekat povećava ekonomski i socijalni kapital ruralnih i ranjivih grupa žena, što direktno utiče na spremnost da se uključe u zelenu tranziciju ka klimatskoj neutralnosti.

Platforma takođe sadrži informativne module o članicama MISS, održivim proizvodima i mapiranju generatora bio-otpada. Prikazujemo i profile facilitatora koji pružaju dragocenu podršku preduzetnicama, kao i biblioteku sa korisnim resursima.

Ova internet stranica izrađena je i objavljena u okviru projekta [„EU za Zelenu agendu u Srbiji“](#), što omogućava da pružimo relevantne informacije i rezultate vezane za održive ekološke inovacije.

Uključite se u našu platformu Industrijska simbioza MISS i zajedno doprinesimo održivosti i zaštiti naše planete!

www.industrijskasimbioza.rs www.odrzivirazvoj.org.rs www.sapuni.rs www.odrzivirazvoj.rs



Sadržaj

Sadržaj.....	vi
Uvod.....	1
Ciljevi.....	2
Deo 1: Osnovni koncepti ekoloških inovacija	3
Zašto su ekološke inovacije ključne za održivost.....	4
Vrste ekoloških inovacija i njihov značaj.....	5
Faze ekoloških inovacija: Od ideje do realizacije	10
Razvijanje održivih poslovnih modela kroz eko inovacije	13
Primeri primene održivih poslovnih modela: Socijalna franšiza i Industrijska simbioza	15
Socijalno preduzeće BIO IDEA	16
Otvorene ekološke inovacije	20
Primeri otvorenih ekoloških inovacija u Evropi	21
Knof Institut za kreativni razvoj – društveno/socijalno preduzeće Slovenija	21
BLUE CITY - Skvotirani cirkularni inkubator Holandija	22
Hydal Coffee & NAFIGATE – Češka	22
MixMatters Španija	23
Otvorene ekološke inovacije u Srbiji	24
MISS Srbija Mreža industrijske solidarne simbioze	24
Krenimo zajedno na put ka održivosti i kreativnosti	25
Deo 2: Prelazak sa teorije na praksu	26
Osnovni koraci	26
Intelektualna svojina	27
Autori	28
Bibliografija	28
Prilog:	
Poslovni plan „Odgovor na izazov za upravljanje bio-otpadom“ BIO IDEA za održivi razvoj, Beograd	



Uvod

Saradnja, solidarnost, umrežavanje, edukacije za održivost poslovanja socijalnih preduzetnica

U sklopu inicijative "Industrijska simbioza inovativna strategija za održivost poslovanja socijalnih preduzetnica", težimo da podržimo žene preduzetnice iz ruralnih područja u Srbiji u primeni ekoloških inovacija. Kroz industrijsku simbiozu i saradnju sa preduzeticama, želimo da pronađemo inovativna rešenja koja će doprineti održivom razvoju, smanjenju otpada i zaštiti životne sredine. Kroz obuke, edukaciju i umrežavanje, želimo da ojačamo kapacitete žena preduzetnica i doprinesemo njihovom ekonomskom osnaživanju.



Ova inicijativa ima za cilj da pokaže kako ekološke inovacije mogu biti ključni faktor u održivom razvoju i kako saradnja sa preduzeticama može doprineti stvaranju održivih rešenja. Kroz primere dobre prakse i edukativne module, želimo da inspirišemo druge da prepoznaju važnost ekoloških inovacija i da ih primene u svojim poslovnim modelima.

U narednim delovima priručnika, detaljnije ćemo objasniti osnovne pojmove i koncepte ekoloških inovacija, industrijske simbioze i druge ključne elemente našeg projekta.

Ciljevi

Priručnik " Eko inovacije ženskog socijalnog preduzetništva - Socijalna franšiza & industrijska simbioza" ima za cilj da pruži čitaocima praktične smernice i alate za razvoj održivih ekoloških inovacija kroz koncept industrijske simbioze. Ovaj priručnik predstavlja vodič za preduzetnice i druge zainteresovane aktere koji žele da doprinesu održivosti, smanjenju otpada i zaštiti životne sredine kroz inovacije i saradnju.

Podsticanje inovativnosti: Priručnik će inspirisati čitateljke da razmišljaju kreativno i inovativno kako bi pronašle rešenja za ekološke izazove. Kroz primere dobre prakse i studije slučaja, čitateljke će biti podstaknute da razvijaju nove ideje i prilagode ih svojim potrebama.

Podrška održivim poslovnim modelima: Priručnik će pružiti informacije o različitim održivim poslovnim strategijama i kako ih implementirati kroz industrijsku simbiozu. Kroz detaljno objašnjenje svake strategije i korake ka njihovoj primeni, čitaoci će biti osposobljeni da razvijaju poslovne modele koji istovremeno stvaraju vrednost za preduzetničku inicijativu i životnu sredinu.

Unapređenje saradnje i umrežavanja: Priručnik će pružiti smernice za uspostavljanje saradnje sa drugim preduzeticama, kompanijama, institucijama i organizacijama u cilju ostvarivanja industrijske simbioze. Čitaoci će saznati kako da razvijaju održive partnerske odnose i kako da iskoriste sinergiju između različitih aktera.

Promocija ženskog zelenog preduzetništva: Priručnik će podržati zelene preduzetnice da razviju svoje poslovne ideje i proizvode koji doprinose održivosti i zaštiti životne sredine. Kroz informacije o održivim proizvodima i upravljanju resursima, čitaoci će biti osnaženi da razvijaju proizvode koji imaju pozitivan uticaj na planetu.

Smanjenje otpada i zaštita životne sredine: Priručnik će pružiti smernice za efikasno upravljanje otpadom i smanjenje negativnog uticaja na životnu sredinu. Kroz strategiju industrijske simbioze, čitateljke će naučiti kako da iskoriste otpad kao resurs i kako da ga pretvore u nove proizvode i rešenja.



Deo 1: Osnovni koncepti ekoloških inovacija

Objašnjenje šta su ekološke inovacije i zašto su važne za održivi razvoj

Ekološke inovacije su ključni koncepti u savremenom svetu, koji se suočava sa sve većim izazovima vezanim za očuvanje prirode i životne sredine. Ove inovacije predstavljaju razvoj novih tehnologija, proizvoda, usluga i poslovnih modela koji imaju manji negativan uticaj na prirodu i smanjuju ekološki otisak.

Važnost ekoloških inovacija je višestruka i odnosi se na sledeće ključne aspekte:

Zaštita životne sredine: Ekološke inovacije omogućavaju smanjenje zagađenja, efikasnije korišćenje resursa i očuvanje prirodnih ekosistema. Kroz ove inovacije, možemo smanjiti emisiju štetnih gasova, smanjiti potrošnju vode i energije, i smanjiti generisanje otpada, što sve zajedno doprinosi zaštiti životne sredine.

Održivost: Ekološke inovacije igraju ključnu ulogu u postizanju održivog razvoja. Razvoj održivih tehnologija i proizvoda omogućava dugoročno zadovoljenje potreba današnjih generacija, bez ugrožavanja potreba budućih generacija.

Ekonomski rast: Ekološke inovacije mogu stvoriti nove tržišne prilike i otvoriti nova radna mesta. Održivi poslovni modeli mogu doneti ekonomske koristi kompanijama, ali i celokupnoj zajednici kroz ekonomski rast.

Društvena odgovornost: Kompanije i preduzetnici imaju odgovornost prema društvu i životnoj sredini. Kroz ekološke inovacije, mogući su pozitivni društveni uticaji, kao što su poboljšanje kvaliteta života, zdravlja stanovništva i smanjenje nejednakosti.

Konkurentska prednost: Kompanije koje se fokusiraju na ekološke inovacije često ostvaruju konkurentске prednosti na tržištu. Održivi proizvodi i usluge mogu privući veći broj kupaca, stvarajući lojalnost i poverenje kod potrošača.



Vrste ekoloških inovacija i njihov značaj

Ekološke inovacije mogu se podeliti u osnovne tri kategorije: **Inovacije proizvoda, usluga i procesa**. Da bismo lakše pojasnili vrste ekoloških inovacija našim čitateljicama, koje nameravaju da pristupe mreži MISS, koristićemo praktičan primer organizacije BIO IDEA za održivi razvoj.

1. **Inovacije proizvoda i tehnoloških procesa:** Ove inovacije se odnose na stvaranje novih proizvoda ili unapređenje postojećih proizvoda sa manjim ekološkim uticajem. Primer : U organizaciji BIO IDEA za održivi razvoj , ovo bi moglo uključivati razvoj novih ekološki prihvatljivih sapuna sa prirodnim i biorazgradivim sastojcima. Da bismo stvorili nove proizvode, često je neophodno prilagoditi i tehnološke procese. Primer za ovo je uvođenje novih tehnologija u proizvodnju sapuna u okviru Socijalne franšize BIO IDEA, koje omogućavaju efikasnije iskorišćenje sirovina i smanjenje količine otpada nastalog tokom proizvodnje. Korišćenjem naprednih tehnologija i inovativnih metoda, organizacija BIO IDEA može unaprediti svoje proizvode i procese kako bi doprinela održivosti poslovanja i ekološkoj održivosti svojih proizvoda.

Sipaj ulje za sapune

Ako sagledamo životni vek jeftinih ulja i sintetičkih sredstava za higijenu, u jednom momentu se stvara odgovornost za preispitanje njihovih ciklusa. Kao odgovorna rešenja ovog sistema otpada upotrebljenog jeftinog ulja u proizvodnji etičkih sredstava za higijenu. Cilj je da se kuhinjska ulja koja pripadaju bio-otpadu iz domaćinstava na našu nacionalnu otpadu upotrebi za izradu novog proizvoda za svakodnevnu upotrebu.

Ne prerađuje ulje od prženja u otpade domaćinstava jer to dovodi do zagađenja i štetnih mirisa u sudoperi.

Nova vrsta ulja se pravi u koncentracionom sistemu zbog stvaranja juthergu, u najveću listu pravimo rekama i životnoj sredini. Na godišnjem nivou 2. domaćinstava upotrebom sapuna koje je napravilo od sed korištenog ulja smanjilo emisiju CO2 za 144,68 kg. Na globalnom nivou možda je to malo doprinos, ali je svak doprinos smanjenje emisije gasova na planetu staklene bašte. Krozom jeftinih vrsta sadimo smanjiti efekt staklene bašte.

Projekat podržali: Sida, UNDP

Jednostavno Inovativno

apornica, cediljka, filter od zeolita
ELAN VITAL

Projektni sadržak tražio je da se nađe jednostavno rešenje za spajanje dve posude, a ujedno da ta bude i spremnik za 100gr zeolita, koji vrši apsorpciju neprijatnih mirisa i ostataka vode iz upotrebljenog ulja nastalih prženjem hrane. Spojnica, cediljka i filter morali su da budu jedna celina.

Nasledni na spojnici su univerzalni za sve tegle širine grla 90 mm.

Posuda za sakupljanje upotrebljenog jeftinog ulja u domaćinstvima sastoji se od dva kontajnera, veći je zapremine od 2l i služi za filtriranje ulja. Kada se prikupi 1l ulja u donjoj posudi štapnim mikserom može se umutiti sapunska masa prema instrukcijama datim na www.sopuni.rs. Kontejneri su izmenjivi a mogu se koristiti i upotrebljene plastične tegle zapremine od 1l i 2l.

Bio-otpad ulje za fensi sapune

Jeftino ulje prilikom prženja dobija tamniju boju i miris hrane. Filtriranjem kroz zeolit, sa posebnom mogućnošću apsorpcije, odstranjuju se mirisi i višak vode. Posebnim tehnološkim postupcima tokom procesa saponifikacije dobijamo svetliju sapunsku masu u koju je moguće dodati prirodne mirise i boje.

Bio Ideal od maja do oktobra 2021. organizuje on-line i direktno obuke za izradu bio sapuna. Potrebno je da se prijavite na: bioidea.soap@gmail.com

Sapuni ručne izrade, nastali od upotrebljenog jeftinog ulja, su prirodni bez dodatog konzervansa. Dodatkom specijalnih vrsta ulja u procentu od 5-10% dobijamo visoko kvalitetne i disjuntirane sapune kao što su na slici. Koristimo kalupe koje možemo napraviti sami od kartonske i plastične ambalaze.

www.odrzivirazvoj.org.rs

2. **Inovacije usluga:** Ove inovacije se odnose na pružanje novih ili unapređenih usluga koje doprinose ekološkoj održivosti. U slučaju BIO IDEA, to bi moglo obuhvatiti besplatne edukaciju i obuke za žene proizvođače ajvara kako bi postale deo Socijalne franšize i doprinele održivom razvoju kroz proizvodnju prirodnih sapuna. U ovom slučaju radi se o održivoj diversifikaciji proizvodnje prerade voća i povrća. Socijalna franšiza BIO IDEA predstavlja inovativan model saradnje i podrške ženama iz ruralnih područja. Kroz ovu franšizu, organizacija pruža besplatne direktne i onlajn obuke i mentorstvo ženama za proizvodnju prirodnih sapuna od upotrebljenog jestivog ulja, čime se smanjuje otpad i negativan uticaj na životnu sredinu. Osim toga, socijalna franšiza omogućava ženama da postanu nezavisne preduzetnice, doprinoseći ekonomskom osnaživanju i društvenom razvoju svojih zajednica. Kroz edukaciju i obuke, žene stiču znanja i veštine za proizvodnju ekološki prihvatljivih sapuna, prirodne kozmetike i sveća, čime se unapređuje i razvija proizvodni lanac sa manjim ekološkim uticajem. Ovaj model podržava i održavanje tradicionalnih veština proizvodnje ajvara i slatka, ali takođe otvara nove mogućnosti i perspektive kroz proizvodnju sapuna. Kroz održivu proizvodnju sapuna, žene postaju deo održivog lanca vrednosti i doprinose očuvanju prirodnih resursa i životne sredine. Time se ostvaruje dvostruki efekat inovacija usluga - unapređenje ekološke održivosti i društvenog doprinosa.



Članice mreže Socijalna franšiza BIO IDEA sapuni

Na ovaj način, socijalna franšiza BIO IDEA predstavlja primer efikasne i inovativne ekološke inicijative koja se oslanja na inovacije usluga kako bi postigla održivi razvoj i doprinela ekološkoj održivosti na lokalnom nivou.

3. **Sistemske ekološke inovacije** predstavljaju ključni korak ka postizanju održivog razvoja. Ove inovacije podrazumevaju transformaciju celokupnih sistema i poslovnih modela kako bi se postigao balans između ekonomske efikasnosti, društvene pravičnosti i ekološke održivosti. Jedan od praktičnih primera sistemske ekološke inovacije je industrijska simbioza, koja se ostvaruje kroz saradnju različitih aktera u cilju iskorišćenja resursa na održiv način.

U organizaciji BIO IDEA, ova inovacija se manifestuje kroz stvaranje i razvijanje industrijske solidarne simbioze. Na početku saradnje, organizacija je osnažila žene proizvođače ajvara, okupljanje oko preduzetničke radionice „Zavičaj u tegli“, omogućavajući im, kroz diversifikaciju proizvodnje, da postanu deo lanca vrednosti i doprinesu održivom razvoju kroz proizvodnju prirodnih sapuna. Kako je proizvodnja prirodnih sapuna napredovala, organizacija je uvidela vrednost nastalog otpada, poput ostatka od paprike, koji je mogao biti iskorišćen za novi ekološki sapun, namenjen prevenciji akni. Ovakav korak predstavlja pomak u organizacionom procesu jer se organizacija prešla na nivo industrijske simbioze, povezujući različite aktere unutar lanca vrednosti kako bi se održivo iskoristili resursi.



Mrežu Industrijske Solidarne Simbioze formirao je konzorcijum kojeg čine: BIO IDEA za održivi razvoj, Zavičaj u tegli; Institut za opštu i fizičku hemiju Beograd; Fakultet za preduzetništvo Univerziteta Union Nikola Tesla

Kako bi se unapredio ovaj model i omogućilo da se što više budućih saradnica i kooperanata uključe, organizovana je platforma - Mreža industrijske solidarne

simbioze (MISS) www.industrijskasimbioza.rs . Ova platforma omogućava da se mali biznisi, preduzetnici i proizvođači povežu i ostvare sinergiju kroz razmenu resursa, znanja i veština. Ovo je posebno značajno jer industrijska simbioza između malih biznisa i preduzetnika predstavlja redak slučaj, a kroz MISS omogućeno je da ova vrsta saradnje postane sveprisutna i doprinese održivom razvoju.



4. **Otvorene ekološke inovacije** predstavljaju inovativni pristup koji podrazumeva otvaranje inovacionih procesa ka širem spoljnom okruženju, uključujući preduzetnike, javnost, naučnike i druge relevantne aktere. Ova vrsta inovacija naglašava saradnju i razmenu ideja i resursa između različitih subjekata kako bi se pronašla najbolja rešenja za ekološke izazove.

Bitno je razumeti da otvorene ekološke inovacije prevazilaze granice organizacije i omogućavaju inkluzivni pristup koji podstiče različite strane da rade zajedno u cilju postizanja održivog razvoja. Otvorenost ka spoljnom okruženju donosi nove perspektive, kreativnost i raznolikost u inovacioni proces, što može ubrzati razvoj novih ekoloških rešenja.

Otvorene ekološke inovacije su od ključnog značaja za suočavanje sa ekološkim izazovima i postizanje ciljeva održivog razvoja. Kroz ovaj pristup, organizacije mogu pronaći najefikasnije i najodrživije načine za upravljanje prirodnim resursima, smanjenje otpada, zaštitu životne sredine i doprinos borbi protiv klimatskih promena.

Primer otvorene ekološke inovacije je upravo Socijalna franšiza organizacije BIO IDEA koja se bavi proizvodnjom sapuna od upotrebljenog jestivog ulja i Mreža MISS za industrijsku solidarnu simbiozu između prerađivača voća i povrća i proizvođača prirodne kozmetike, sapuna i sveća.

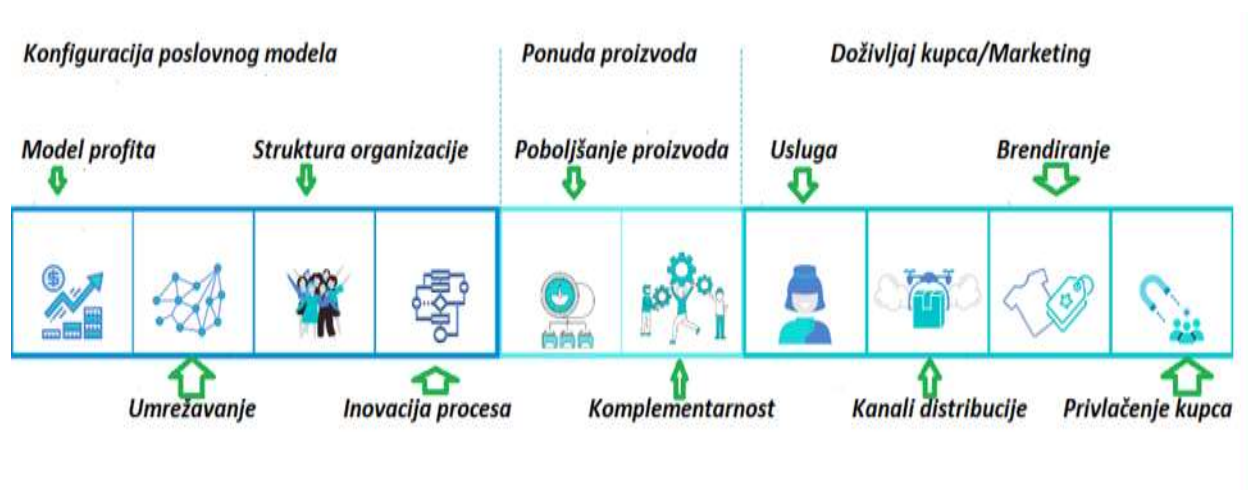


Kroz ovu otvorenu inovaciju, organizacija otvara vrata malim biznisima i preduzetnicima, pružajući im priliku za obuke, mentorstvo i podršku. Na ovaj način, BIO IDEA omogućava inkluzivnost i solidarnost u ekološkom sektoru, te stvara pozitivan društveni i ekološki uticaj. U narednim delovima priručnika, istražićemo kako organizacija BIO IDEA primenjuje otvorene ekološke inovacije i kako ovaj pristup može inspirisati druge organizacije i pojedince da se pridruže globalnom pokretu ka održivijoj i ekološki osvešćenijoj budućnosti.

Faze ekoloških inovacija: Od ideje do realizacije

Ekološke inovacije predstavljaju kreativne i održive pristupe koji rešavaju ekološke izazove, a istovremeno pružaju ekonomske i društvene koristi. To podrazumeva promišljene promene u načinu na koji poslujemo, proizvodimo, konzumiramo i koristimo resurse, kako bismo smanjili negativne uticaje na životnu sredinu i društvo.

Ove inovacije obuhvataju sve, od dizajna održivih proizvoda, primene obnovljivih izvora energije, efikasnog upravljanja otpadom, razvoja zelenih tehnologija, do stvaranja održivih poslovnih modela i strategija. Ključni cilj ekoloških inovacija je postizanje ravnoteže između ekonomskog rasta i zaštite životne sredine, kako bismo osigurali održivost za sadašnje i buduće generacije.



Identifikovali smo tri faze eko-inovacije: Proces „KONFIGURACIJE“ poslovnog modela za eko-inovacije; Proces „PONUDE“ ili eko inovacije za poboljšanja proizvoda/usluge radi bolje ponude tržištu; Proces „ISKUSTAVA“-dvosmerni proces proizvođača i kupca kroz kanal marketinga.

1. Proces „KONFIGURACIJE“ poslovnog modela za eko-inovacije:

Konfiguracija poslovnog modela za eko-inovacije je ključna kako bi organizacija mogla efikasno i održivo sprovesti svoje ekološke inovacije. Evo nekoliko elemenata koji čine ovu konfiguraciju:

- **Stvaranje ekonomske vrednosti:** Održivost ekoloških inovacija zavisi od ekonomske isplativosti. Organizacije koje žele da implementiraju ekološke inovacije moraju voditi računa o stvaranju ekonomske vrednosti kroz ove inovacije. To može uključivati smanjenje troškova kroz efikasnije korišćenje resursa, ali i stvaranje novih tržišta i prilika kroz ekološke proizvode i usluge.

- **Komplementarnost proizvoda**, mesto proizvoda u paleti proizvoda organizacije (koliko je novi poboljšani proizvod komplementaran sa paletom proizvoda) i komplementarnost proizvoda sa potrebama tržišta (koje probleme rešava, koliko je tražen), igra važnu ulogu u ovom procesu. To podrazumeva razmatranje proizvoda kao deo šireg sistema i u kakvoj je on interakciji sa drugim proizvodima i uslugama, čineći celovitu ponudu za potrošače. Ova modularna razmišljanja omogućava bolje razumevanje svrhe proizvoda i kako on doprinosi rešavanju potreba i problema potrošača.

Kroz proces PONUDA, organizacije nastoje ostvariti konkurentske prednosti na tržištu, zadovoljiti potrebe i očekivanja potrošača, te istovremeno doprineti održivosti i zaštiti životne sredine. Stalno unapređenje proizvoda i inovacije ključni su za dugoročni uspeh organizacija u dinamičnom i sve zahtevnijem tržišnom okruženju.

3. Proces „ISKUSTAVA“- interaktivni odnos proizvođača i kupca kroz kanal marketinga.

Treća faza ekoloških inovacija, poznata kao "Iskustva", fokusira se na interakciju sa kupcima i marketing. Ova faza igra ključnu ulogu u osiguravanju uspešne integracije inovacija u tržište i postizanju održive konkurentske prednosti. Ova faza uključuje niz elemenata koji se tiču načina na koji organizacija komunicira sa svojim kupcima, kako predstavlja svoje inovacije i kako pruža pozitivno iskustvo potrošačima. Iskustva uključuju:

- Tačke dodira sa kupcem: Ovo se odnosi na sve interakcije između kupca i organizacije. To može biti putem web stranice, društvenih medija, prodavnica, korisničke podrške i drugih kanala. Integrisanje ekoloških vrednosti u te interakcije doprinosi stvaranju pozitivnog imidža i lojalnosti kupaca.
- Marketinške strategije: Marketing igra ključnu ulogu u komunikaciji inovacija prema ciljnoj grupi. Organizacije treba da razviju marketinške strategije koje ističu ekološke prednosti svojih proizvoda ili usluga. To uključuje isticanje održivosti, efikasnosti resursa, smanjenja ekološkog otiska i drugih aspekata koji doprinose zaštiti životne sredine.
- Kreiranje lojalnosti kupaca: Integracija ekoloških inovacija u iskustva potrošača može stvoriti osećaj povezanosti i lojalnosti. Organizacije mogu koristiti programe nagrađivanja, povratne informacije kupaca i personalizaciju kako bi unapredile osećaj pripadnosti zajednici koja podržava održivost.

- **Obrazovanje potrošača:** Informisanje potrošača o ekološkim prednostima proizvoda ili usluga pomaže im da donesu informisane odluke. Organizacije mogu koristiti edukativne kampanje, vodiče za potrošače i komunikaciju putem različitih kanala kako bi podigli svest o važnosti ekološke održivosti.

U fazi "Iskustva", organizacije teže stvaranju dubljih veza sa svojim kupcima putem efikasnog marketinga, personalizacije i kontinuiranog obrazovanja. Ova faza omogućava organizacijama da komuniciraju svoje ekološke vrednosti, ostvare lojalnost kupaca i doprinesu promociji održivih praksi i vrednosti u široj javnosti.

Ove tri faze predstavljaju progresivno povećanje ekološke vrednosti sa svakim korakom eko-inovacije a promene u poslovnom modelu, kako se organizacija kreće kroz ove faze, ima veći potencijal za stvaranje ekološke, društvene i ekonomske vrednosti.

Razvijanje održivih poslovnih modela kroz eko inovacije

Eko-inovacija predstavlja razvoj i primenu održivog poslovnog modela koji se oblikuje novom poslovnom strategijom zasnovanom na razmišljanju o životnom ciklusu i u saradnji sa partnerima u celom lancu vrednosti tokom poslovanja kompanije. Kroz koordinirani set modifikacija i novih rešenja za proizvode (robe/usluge), procese, pristup tržištu i organizacionu strukturu, mogu se unaprediti performanse i konkurentska sposobnost kompanije.

Održive poslovne strategije zasnivaju se na međuzavisnosti između okoline, društva i ekonomije. Održivo poslovanje pruža održive, inovativne proizvode i usluge koje stvaraju ekološku i društvenu vrednost primenom eko-inovacija, razmišljanja o životnom ciklusu i pristupa eko-dizajnu.

- 1. Kružna ekonomija:** Ova strategija podrazumeva dizajniranje proizvoda i usluga sa fokusom na njihovu dugotrajnost, lakoću popravke, reciklažu i ponovno korišćenje, kako bi se smanjila potrošnja resursa i otpada. U ovoj strategiji, ekološke inovacije usmerene su na dizajniranje proizvoda i usluga na način koji produžava njihov životni vek, olakšava popravke i omogućava reciklažu materijala kako bi se smanjila potrošnja resursa i generisanje otpada.
- 2. Zeleni lanac snabdevanja:** Ova strategija uključuje uspostavljanje održivih praksi u celokupnom lancu snabdevanja, uključujući dobavljače i distributere, kako bi se obezbedilo da proizvodi budu proizvedeni i dostavljeni na ekološki i društveno odgovoran način.
- 3. Proizvodnja sa niskim ugljeničnim otiskom:** Ova strategija se odnosi na primenu ekoloških inovacija u proizvodnom procesu kako bi se smanjila emisija ugljenika i drugih zagađujućih gasova. To uključuje prelazak na korišćenje obnovljive energije,

unapređenje energetske efikasnosti proizvodnog postrojenja, kao i upotrebu ekološki prihvatljivijih sirovina i tehnologija.

4. **Inovacije i inovativne usluge:** Ova strategija se fokusira na pružanje novih i inovativnih usluga koje zadovoljavaju potrebe korisnika na održiv način. Ova strategija se ne fokusira samo na proizvode nego i na pružanje usluga koje mogu zadovoljiti potrebe korisnika bez stvaranja novih proizvoda i time smanjiti negativne ekološke uticaje.
5. **Društvena odgovornost:** Ova strategija se odnosi na integrisanje društvenih i ekoloških ciljeva u poslovne prakse. To uključuje podršku lokalnoj zajednici, obezbeđivanje pravičnih i održivih uslova rada za zaposlene, održavanje etičkih standarda u poslovanju i pružanje doprinosa za društvenu dobrobit.

Razvijanje održivih poslovnih modela na osnovu održivih strategija uz primenu eko inovacija odvija se tako što organizacija primenjuje niz ključnih pristupa koji su usmereni ka postizanju ekološke održivosti, društvene odgovornosti i ekonomske stabilnosti. Ove strategije obuhvataju kružnu ekonomiju, zeleni lanac snabdevanja, proizvodnju sa niskim CO2 otiskom, inovacije i društvenu odgovornost.

U primeni kružne ekonomije, organizacija maksimalno iskorišćava resurse i minimizira otpad kroz recikliranje, ponovnu upotrebu i deljenje resursa sa drugim akterima. Na taj način, stvara se održivi ciklus koji doprinosi smanjenju uticaja na životnu sredinu.

Kroz zeleni lanac snabdevanja, organizacija saraduje sa dobavljačima koji dele iste ekološke vrednosti i standarde. Ovo omogućava transparentnost u lancu snabdevanja, podršku lokalnim proizvođačima i unapređenje ekoloških praksi u celom lancu.

Poslovni model zasnovan na proizvodnji sa niskim CO2 otiskom fokusira se na smanjenje emisija CO2 kroz upotrebu obnovljive energije, efikasnost u proizvodnji i transportu. Na taj način organizacija doprinosi smanjenju negativnog uticaja na klimu.

Inovacije su ključne za razvoj novih proizvoda i tehnologija koji su ekološki prihvatljivi i zadovoljavaju potrebe tržišta. Kroz kontinuirane inovacije, organizacija može unapređivati postojeće proizvode i usluge kako bi odgovorila na promenljive ekološke zahteve.

Društvena odgovornost, kao deo održivih strategija, podrazumeva aktivno uključivanje u društvenu zajednicu, podršku društveno korisnim projektima i rad na ostvarivanju pozitivnog uticaja na društvo i životnu sredinu.

Kombinovanjem ovih održivih strategija, organizacija stvara celovit poslovni model koji doprinosi održivom razvoju, odgovornom poslovanju i postizanju ekonomske, ekološke i društvene dobiti.

Primeri primene održivih poslovnih modela: Socijalna franšiza i Industrijska simbioza

Socijalna franšiza je poseban oblik socijalnog preduzetništva koji kombinuje tradicionalni koncept franšize sa društvenim ciljevima. U ovom modelu, socijalni preduzetnik (franšizer) razvija uspešan poslovni model koji ima pozitivan društveni uticaj i rešava neki društveni problem, a zatim taj model deli sa drugim socijalnim preduzetnicima (franšiznim partnerima) koji žele da pokrenu sličan posao sa istim društvenim ciljevima. Osnovni pojmovi i karakteristike socijalne franšize u okviru socijalnog preduzetništva uključuju:

1. Društveni cilj: Osnovni cilj socijalne franšize je rešavanje nekog društvenog problema, bilo da se radi o smanjenju siromaštva, unapređenju obrazovanja, zaštiti životne sredine ili nekom drugom društvenom izazovu.
2. Poslovni model: Socijalni preduzetnik razvija poslovni model koji je održiv, efikasan i ima pozitivan društveni uticaj. Ovaj model se može uspešno primeniti u drugim sredinama i lokalnim zajednicama kroz franšizni sistem.
3. Franšizni sistem: Socijalni preduzetnik (franšizer) definiše sve ključne elemente svog poslovnog modela i stvara franšizni sistem koji omogućava drugim socijalnim preduzetnicima (franšiznim partnerima) da se pridruže i primene isti model u svojim lokalnim zajednicama.
4. Transfer znanja i podrška: Franšizer pruža franšiznim partnerima obuku, mentorstvo i podršku kako bi im pomogao da uspešno primene poslovni model i ostvare društveni uticaj. Ovo uključuje pružanje znanja o poslovanju, pristup materijalima, marketinšku podršku i kontinuirano savetovanje.
5. Solidarnost i saradnja: Socijalne franšize podstiču solidarnost i saradnju među članovima mreže. Partneri dele znanje, iskustva i resurse kako bi zajednički ostvarili društveni cilj.
6. Merenje društvenog uticaja: Socijalne franšize imaju sistem za merenje društvenog uticaja kako bi pratili i dokazali pozitivne promene koje ostvaruju.

Socijalna franšiza predstavlja snažan model za rešavanje društvenih problema kroz preduzetnički pristup. Kroz ovaj model, socijalni preduzetnici mogu širiti svoj uticaj i rešavati društvene izazove na širem nivou, dok franšizni partneri dobijaju priliku da pokrenu održiv i društveno odgovoran posao uz podršku već uspešnog modela.

Industrijska simbioza je koncept koji se oslanja na saradnju različitih preduzeća i aktera u cilju deljenja resursa, otpada, znanja i veština kako bi se ostvarila održivost i smanjio negativan uticaj na životnu sredinu. Ovaj pristup promoviše cirkularnu ekonomiju u kojoj se resursi koriste na održiv način i minimizira se generisanje otpada.



Značaj industrijske simbioze u cirkularnoj ekonomiji i njen društveni uticaj na male biznise su:

1. Smanjenje otpada: Kroz industrijsku simbiozu, otpad i nusproizvodi jedne kompanije mogu postati sirovina ili resurs za drugu kompaniju. Na taj način se smanjuje količina otpada koja završava na deponijama, što doprinosi čistijoj i zdravijoj životnoj sredini.
2. Efikasnija upotreba resursa: Deljenje resursa i sirovina između različitih preduzeća omogućava efikasniju upotrebu resursa i smanjenje potrošnje energije, čime se smanjuje ekološki otisak industrije.
3. Ekonomski benefiti za male biznise: Male kompanije, posebno one koje nemaju resurse za velike investicije u ekološke tehnologije, mogu imati koristi od industrijske simbioze. Deljenje resursa i saradnja sa drugim preduzećima može dovesti do smanjenja troškova proizvodnje i povećanja konkurentnosti na tržištu.
4. Društvena odgovornost: Industrijska simbioza promovise društvenu odgovornost preduzeća, jer podstiče saradnju i zajedničko rešavanje ekoloških izazova. Male biznise koji učestvuju u ovom modelu prepoznaje se kao društveno odgovorne organizacije koje doprinose održivom razvoju zajednice.
5. Inovacije i razvoj novih proizvoda: Kroz industrijsku simbiozu, preduzeća mogu razvijati nove proizvode i usluge koji su održiviji i imaju manji ekološki uticaj. Ovo može otvoriti nove poslovne prilike i omogućiti razvoj novih tržišta.

U suštini, industrijska simbioza igra ključnu ulogu u cirkularnoj ekonomiji i društveno odgovornom poslovanju, a posebno je značajna za male biznise koji često imaju izazove u pogledu ekološke održivosti. Kroz saradnju i deljenje resursa, ova inovativna praksa može doprineti održivom razvoju, zaštiti životne sredine i stvaranju pozitivnog društvenog uticaja.

Socijalno preduzeće BIO IDEA

održiv poslovni model nastao primenom strategije industrijske simbioze na socijalnu franšizu



Primer dobre prakse je upravo Mreža industrijske solidarne simbioze MISS koja se razvila na poslovnom modelu Socijalne franšize BIO IDEA sapuni. Poslovni model Socijalne franšize BIO IDEA sapuni predstavlja inovativan i održiv pristup proizvodnji prirodnih sapuna uz naglasak na ekološku odgovornost i društvenu inkluziju. Ova franšiza se zasniva na principima cirkularne ekonomije, zelenog lanca snabdevanja, proizvodnje sa niskim ugljeničnim otiskom, pružanja inovativnih usluga i težnje ka društvenoj odgovornosti.



Kroz primenu cirkularne ekonomije, BIO IDEA se fokusira na maksimalno iskorišćenje resursa i smanjenje stvaranja otpada. Umesto da proizvodi proizvode namenjene jednokratnoj upotrebi, koji nakon upotrebe postaju otpad, BIO IDEA koristi reciklirane sirovine i materijale kako bi proizvela prirodne sapune. Ovakav pristup omogućava organizaciji da smanji negativan uticaj na životnu sredinu i doprinese očuvanju prirodnih resursa. Na ovaj način, BIO IDEA postiže ekološki održiv model proizvodnje koji podstiče ponovnu upotrebu i reciklažu, umesto stvaranja nepotrebne količine otpada. Cirkularna ekonomija postaje osnovni princip koji vodi poslovanje organizacije, ostvarujući održivost i zaštitu okoline.

Industrijska solidarna simbioza predstavlja ključni deo održivog poslovnog modela organizacije BIO IDEA. Kroz ovu strategiju, organizacija postiže sinergiju sa drugim preduzetnicima i proizvođačima, omogućavajući deljenje resursa, znanja i veština. Na primer, kroz saradnju sa ženama proizvođačima ajvara, koje su istovremeno deo socijalne franšize Bio Idea, organizacija pruža obuke i mentorstvo kako bi se ostaci paprike iskoristili za proizvodnju prirodnih sapuna. Ovaj model doprinosi osnaživanju žena kao nezavisnih preduzetnica i ima pozitivan uticaj na održivi razvoj njihovih zajednica. Kroz ovakav pristup, BIO IDEA ostvaruje ekonomsku korist i istovremeno unapređuje zaštitu životne sredine, promovišući održivu proizvodnju i upotrebu resursa. Industrijska simbioza tako postaje ključni mehanizam koji povezuje različite aktere u lancu vrednosti i doprinosi ostvarivanju ekoloških ciljeva organizacije.

Recikliranje i zeleni lanac snabdevanja dodatno doprinose održivosti poslovnog modela BIO IDEA. Kroz recikliranje upotrebljenog jestivog ulja i filtraciju kroz mineral zeolit, organizacija koristi ove sirovine za proizvodnju prirodnih sapuna. Na taj način, smanjuje se zagađenje životne sredine i pruža se ekološki prihvatljiv proizvod potrošačima.

U zelenom lancu snabdevanja BIO IDEA se oslanja na kooperante iz seoskih gazdinstava širom Srbije. Tako organizacija podržava lokalne zajednice i promoviše održivo poljoprivredno gazdovanje.

Inovativnost je jedna od glavnih odlika poslovanja Socijalne franšize. Mnogi alati i oprema su inovativno prilagođeni za ručnu izradu malih zanatskih radionica. Takođe, inovativnost je vidljiva i u organizaciji proizvodnje i tehnološkim postupcima koji su usklađeni sa standardima koje propisuje EU za oblast prirodne kozmetike i dobre proizvođačke prakse. Kroz saradnju sa Institutom za opštu i fizičku hemiju iz Beograda, urađena je inovacija u zbrinjavanju bio-otpada od ajvar paprike, pretvarajući ga u korisnu sirovinu za sapune i maske za lice. Takođe, BIO IDEA razvija inovativne proizvode na bazi sapunske pene, koja bi bila upotrebljiva za gašenje požara u prirodi i u građevinarstvu. Sva pakovanja BIO IDEA sapuna su takođe inovativna jer se mnoga od njih izrađuju od sušenog lista kukuruza i recikliranih kutija i papira.

Društvena odgovornost je posebno izražena kroz odnos prema prirodi i društveno ranjivim grupama. Kroz saradnju sa ženama iz ruralnih područja, BIO IDEA doprinosi njihovom ekonomskom osnaživanju i društvenoj inkluziji. Takođe, kroz svoje održive poslovne



strategije, organizacija pruža ekološki prihvatljive proizvode potrošačima, promovise očuvanje životne sredine i doprinosi boljoj budućnosti za sve.

Održiv poslovni model socijalnog preduzeća BIO IDEA i njihov primer primene industrijske simbioze kroz Mrežu industrijske solidarne simbioze (MISS) predstavljaju inspirativan primer kako organizacije mogu integrisati održivost u svoje poslovanje i doprineti očuvanju životne sredine, društvenoj inkluziji i ekonomskom razvoju.

Promene u ovom poslovnom modelu možemo videti fazno u razvoju Socijalne franšize, od inovativnih proizvoda do industrijske solidarne simbioze:

1. **Proces eko-inovacija:** Unapređenje proizvodnje prirodnih sapuna kroz deljenje znanja i veština u mreži Socijalne franšize BIO IDEA. U ovoj fazi, fokus je na unapređenju proizvodnje prirodnih sapuna kroz deljenje znanja i veština sa ženama koje su deo socijalne franšize Bio Idea. Obuke, mentorstvo i edukacija omogućavaju ženama da steknu znanja o procesima proizvodnje, upotrebi prirodnih sastojaka, tehnikama recikliranja i smanjenja otpada, kao i poslovnim veštinama. Ovakvo deljenje znanja i veština doprinosi unapređenju proizvoda i povećanju efikasnosti resursa.

BESPLATNE OBUKE
ZA IZRADU BIO SAPUNA
od upotrebljenog
jestivog ulja
upcycling ideje za kreativci

+
obuke za preduzetničke
veštine
digitalnu pismenost
traženje posla

prijave: 22 jun-5 jul 2021.

Градски центар за социјално
предузетништво Београда

BIO sapuni na nov način od iskorištenog jestivog ulja,
besplata podela znanja i veština. Prijave na:
<https://www.facebook.com/BIOIDEA/>
bioudea.soap@gmail.com
tel.063 7847610

2. **Proizvod eko-inovacija:** Prirodni sapuni kao održiva alternativa. Ova faza se odnosi na transformaciju glavnih karakteristika proizvoda kroz korišćenje novih procesa i tehnologija. Upotrebljeno jestivo ulje se filtrira kroz mineral zeolit, koji oduzima suvišnu vodu koja je posledica pečenja hrane, u ovom primeru, proizvodnja prirodnih sapuna predstavlja ekološki održivu alternativu konvencionalnim sapunima koji sadrže štetne hemikalije. Ovaj proizvod je rezultat primene novih znanja i veština koje su žene stekle kroz socijalnu franšizu Bio Idea. Prirodni sapuni od upotrebljenog jestivog ulja imaju manji negativan uticaj na životnu sredinu, doprinose očuvanju prirodnih resursa i promovišu zdraviju i ekološki prihvatljivu opciju za potrošače.



3. **Sistem eko-inovacija:** Industrijska solidarna simbioza kao društveni doprinos. Ova faza obuhvata kompleksne promene na nivou sistema u lancu vrednosti i zahteva

radikalnu inovaciju poslovnog modela. Industrijska solidarna simbioza predstavlja sistemsku eko-inovaciju jer promoviše društvenu inkluziju žena iz ruralnih područja i doprinosi njihovom ekonomskom osnaživanju. Ovakav pristup omogućava ženama da postanu nezavisne preduzetnice i doprinesu održivom razvoju svoje zajednice. Kroz industrijsku simbiozu, stvara se mreža socijalnih preduzetnica (MISS), koja povećava ekonomski i socijalni kapital ranjivih grupa žena.



Ovim primerom možemo jasno prikazati kako svaka faza eko-inovacija doprinosi održivosti, ekološkoj održivosti i društvenom doprinosu, sa posebnim naglaskom na ulogu industrijske simbioze u ostvarivanju ekoloških ciljeva i promovisanju održivih proizvoda.

Otvorene ekološke inovacije

Otvorene ekološke inovacije predstavljaju inovativni pristup u kojem organizacije i preduzetnici otvaraju svoje inovacione procese ka spoljnom okruženju, uključujući preduzetnike, javnost, naučnike i druge aktere. Ovaj pristup omogućava deljenje znanja, resursa, tehnologija i ideja, što vodi ka pronalazanju najboljih rešenja za ekološke izazove i ubrjava proces inovacija.

Vrednost otvorenih ekoloških inovacija je višestruka. Prvo, omogućavaju preduzetnicima i organizacijama da pristupe većem broju resursa i ekspertize, što pomaže u rešavanju kompleksnih ekoloških problema. Na taj način, inovacije postaju sveobuhvatnije i efikasnije. Drugo, otvaranje inovacionih procesa ka širem društvu podstiče kreativnost i raznolikost ideja. Različiti akteri iz različitih sektora mogu doneti različite perspektive i rešenja na stol, što dovodi do sveobuhvatnijih i održivijih inovacija.

Otvorenost inovacionih procesa omogućava preduzetnicima i organizacijama da budu transparentniji i odgovorniji prema svojim korisnicima i društvu u celini. To povećava poverenje i podršku zajednice, što je ključno za dugoročni uspeh i održivost poslovanja. Napredak u tehnologiji i digitalizaciji omogućava lakši pristup informacijama i resursima, što čini otvorene ekološke inovacije sve popularnijim i efikasnijim načinom rešavanja ekoloških izazova. Ovaj pristup je posebno važan u kontekstu suočavanja sa sve većim globalnim izazovima kao što su klimatske promene, zagađenje životne sredine i smanjenje prirodnih resursa.

Otvorene ekološke inovacije imaju veliku vrednost jer omogućavaju brže, sveobuhvatnije i održivije rešavanje ekoloških izazova, istovremeno podstičući društvenu saradnju, transparentnost i odgovornost u poslovanju. Kroz ovaj pristup, preduzetnici i organizacije mogu ostvariti pozitivan uticaj na životnu sredinu i društvo, dok istovremeno ostvaruju poslovni uspeh i rast.

Primeri otvorenih ekoloških inovacija u Evropi iz



Knof Institut za kreativni razvoj – društveno/socijalno preduzeće Slovenija



Knof - Pionir u kružnom i održivom poslovanju

Knof je društveno preduzeće sa fokusom na kružnost i održivost. Već 14 godina, Knof aktivno deluje i razvio se u poslovnu organizaciju sa bogatim iskustvom u ekološkim, društvenim i ekonomskim izazovima, usmerenim ka održivom razvoju. Ova inovativna organizacija otvorila je pet butika za ponovnu upotrebu pod nazivom "Stare Šole," koristeći tržišni model koji pozitivno utiče na životnu sredinu, lokalnu ekonomiju i zajednicu.

Sada se Knof okreće novom projektu: osnivanju prvog cirkularnog laboratorijuma u Sloveniji, smeštenog u gradu Krškem. Cirkularni laboratorij predstavlja poligon za razvoj i testiranje cirkularnih poslovnih modela, kao i osmišljavanje proizvoda i usluga sa ciljem smanjenja stvaranja otpada. Osim toga, laboratorij obuhvata cirkularni prostor od preko 3000 m² u centru Mercatora u Krškem, pružajući prostor za butik "Reuse," zajednički radni prostor, stolarsku, šivaću i mašinsku radionicu, kao i prodajni prostor. Knof poseduje osoblje, znanje, tehnologiju i infrastrukturu za proizvodnju različitih prototipova od otpadnih materijala, uključujući tekstil, drvo i plastiku. Knof takođe vodi program namenjen pojedincima i preduzetnicima. Ovaj program pruža podsticajno okruženje za testiranje poslovnih ideja pre nego što se otvore, mentorstvo za razvoj i pokretanje ekološki održivih poslovnih poduhvata.

Blue City - Skvotirani cirkularni inkubator Holandija



BlueCity

BlueCity je 2023. godine je primer grada za cirkularno i plavo privređivanje i dom za 55 preduzetnika. To je mesto susreta pionira i preduzetničkih inicijativa, gde preduzetnici razvijaju okvir za delovanje, bilo da povećaju svoj uticaj, žive život bez otpada ili razviju materijal otporan na budućnost. Misija BlueCity-ja je ubrzati prelazak sa linearnog na cirkularno privređivanje kroz preduzetništvo. Tačnije, cilj BlueCity je plava ekonomija. BlueCity cirkularni inkubator i simbioza omogućavaju novim i rastućim preduzetnicima pristup kružnim resursima, znanju i talentima s ciljem pretvaranja ideja u delo i podrške održivom rastu preduzeća koje teže pozitivnom uticaju. Nekadašnja plivačka oaza, koja je bila poznata kulturna građevina, a nažalost izgubila je svoju funkciju i veličanstvenost, sada je transformisana u cirkularni grad. Inovativni, održivi i kružni preduzetnici smestili su se između tobogana i hidromasažnih kada kako bi dali novo značenje, funkciju i vrednost 12.000 kvadratnih metara napuštenog bazena.

Hydal Coffee & NAFIGATE – kafa i kozmetika Češka



Hydal Coffee & NAFIGATE

U brzom tempu svakodnevnog života, svet često "trči na kafi", a rezultat toga je obilje iskorišćenih taloga kafe. Međutim, Hydal Coffee je pronašao inovativan način da potpuno iskoristi ovaj obilan organski otpad. Korporacija NAFIGATE razvila je sistem kaskadnog recikliranja taloga kafe koji iskorišćava 100% ovog dragocenog biootpada. Hydal Coffee

proizvodi sekundarne materijale koji se koriste u kozmetičkim proizvodima, masterbatchevima (koncentrovanim pigmentima za bojenje plastike) i konačno, plastičnim proizvodima. Hydal Coffee je uspostavio partnerstva s velikim proizvođačima taloga kafe. Njihova matična kompanija, NAFIGATE Corporation, preuzima ove sekundarne materijale i koristi ih za kreiranje sapuna, krema za ruke, ulja za kafu i biomase, kao i komponenti u proizvodnji plastike.

Drugi nivo kaskadnog recikliranja usredsređen je na recikliranje kapsula kafe. Ambalaža se reciklira, dok se iskorišćeni talog kafe koristi kao zamena za prirodni materijal - drvo - u briketima za grejanje. Koncept je temeljno istražen kroz procenu životnog ciklusa (LCA), a finalni proizvodi su sertifikovani i već se nalaze na tržištu. Ovaj koncept se oslanja na principe cirkularne ekonomije i dizajna za recikliranje.

Glavni rezultati ovog inovativnog procesa uključuju proizvodnju sekundarnih sirovina putem primarne i naknadne industrijske prerade kafe. Ključni resurs koji se koristi je talog kafe, bogat vrednim organskim materijama kao što su masne kiseline, antioksidansi, fenoli, smeđe boje, lignin, celuloza, hemiceluloze, drugi polisaharidi, minerali i kofein. Zbog ove bogate hranljive kompozicije, odbacivanje ovog materijala kao otpada bilo bi velika šteta.

Kaskadno recikliranje taloga kafe ima tri nivoa namene: proizvodnja sapuna, kreiranje ulja i kozmetičkih proizvoda koji koriste ulje od kafe, korišćenje u masterbatchevima i finalnim plastičnim proizvodima.

MixMatters bio-otpad Španija



MIX-MATTERS

Mešani biootpad iz sektora poljoprivrede i prehrambene industrije obiluje dragocnim spojevima. Međutim, većina njegovog potencijala ostaje neiskorišćena: čak 75 % završava na deponijama ili se spaljuje, što doprinosi čak 3 % emisije gasova sa efektom staklene bašte u EU. Iskorištavanje ovog otpada otežava tehnološki izazov uklanjanja nečistoća i logistički izazov prikupljanja sezonskih i geografski razasutih sirovina. U toku 15 meseci, na tri lokacije za proizvodnju otpada, MixMatters sistem će demonstrirati tehničku i ekonomsku izvodljivost stvaranja visoko vrednih proizvoda za kozmetičku, hemijsku i prehrambenu industriju iz mešanog biootpada. Dodatno, sledljivost finalnih proizvoda će biti obezbeđena putem izdavanja digitalnih "pasoša" za proizvode. Ovim projektom se teži ne samo iskorištavanju potencijala mešanog biootpada, već i rešavanju ekoloških izazova i ekonomske optimizacije kroz održiv i tehnološki napredan pristup.

Otvorene ekološke inovacije u Srbiji

MISS Srbija [Mreža industrijske solidarne simbioze](#)



U organizaciji BIO IDEA, održivi poslovni model je rezultat uspešnog povezivanja socijalne franšize i industrijske simbioze. Kroz socijalnu franšizu, organizacija je omogućila ženama proizvođačima ajvara, okupljenim oko Zavičaja u tegli, priliku da postanu deo održive proizvodnje prirodnih sapuna od upotrebljenog jestivog ulja. Ova inovativna inicijativa pruža obuke, podršku i mentorstvo tim ženama, omogućavajući im da postanu nezavisne preduzetnice i doprinesu održivom razvoju svoje zajednice.

Paralelno s tim, BIO IDEA je prepoznala vrednost otpada i nusproizvoda koji nastaje tokom proizvodnje sapuna. Umesto da taj otpad postane teret za životnu sredinu, organizacija je prepoznala mogućnost za postizanje industrijske simbioze. Uspostavljanjem partnerstava s drugim malim biznisima, BIO IDEA je omogućila efikasno iskorišćavanje resursa i sirovina, stvarajući cirkularni tok materijala. Na primer, otpad od proizvodnje sapuna koristi se za razvoj novih ekoloških proizvoda, kao što su sapuni za sprečavanje akni.

Ovakav inovativan poslovni model donosi višestruke koristi. Prvo, podržava socijalno preduzetništvo, jača položaj žena u zajednici i doprinosi održivom razvoju lokalne ekonomije. Drugo, smanjuje ekološki otisak i negativan uticaj na životnu sredinu kroz deljenje resursa i korišćenje otpada za nove proizvode. Treće, podstiče inovacije i razvoj novih ekoloških proizvoda koji odgovaraju potrebama tržišta.

Kroz ovaj spoj socijalne franšize i industrijske simbioze, BIO IDEA demonstrira kako otvorene ekološke inovacije mogu biti snažan pokretač održivog razvoja i društvenog uticaja. Njihov primer inspiriše druge preduzetnice da prepoznaju potencijal ekoloških inovacija i da stvaraju pozitivne promene u svom poslovanju i zajednici



Krenimo zajedno na put ka održivosti i kreativnosti

Otvorene ekološke inovacije predstavljaju ključni korak ka održivijoj budućnosti, omogućavajući iskorištavanje dragocenih resursa i potencijala iz otpada, dok istovremeno doprinose zaštiti životne sredine i podržavaju društveno-odgovorno poslovanje. Primeri dobrih praksi u Evropi jasno ukazuju na to kako se ovakve inovacije mogu primeniti u različitim sektorima i industrijskim granama, stvarajući pozitivan uticaj na poslovanje, društvo i prirodne resurse.

Srbija takođe ima inspirativne primere otvorenih ekoloških inovacija, kao što je MISS mreža industrijske simbioze sa svojim poslovnim modelom socijalne franšize. Ovakvi primeri pokazuju da je moguće ostvariti promene i pozitivan uticaj i na lokalnom nivou, pridružujući se globalnom pokretu ka održivijem poslovanju.

Da bismo bolje razumeli kako otvorene ekološke inovacije funkcionišu u praksi, pogledaćemo konkretan primer Poslovnog plana socijalne franšize BIO IDEA. Kroz ovaj primer, približićemo se stvarnom procesu razvoja inovativnih rešenja i poslovnih modela. Putem ovog poslovnog plana, sagledaćemo korake koji su preduzeti kako bi se iskoristio potencijal otpada od upotrebljenog jestivog ulja i paprike da bi se pretvorio u vredne proizvode. Ovi proizvodi uključuju bio maske i sapune, namijenjene problematičnoj koži adolescenata.

Ovaj primer nam omogućava da uvidimo kako se teorijski koncepti i smernice o otvorenim ekološkim inovacijama mogu primeniti u konkretnim situacijama. Prikazuje nam kako su saradnja, kreativnost, inovativnost i održivost postali integralni deo razvoja ovog poslovnog modela. Kroz analizu ovog Poslovnog plana, dobijamo uvid u korake, izazove, benefite i rezultate koji su proizašli iz primene otvorenih ekoloških inovacija u praksi.

Na taj način, zaključujemo naš put od teorije ka praksi, istražujući kako se ideje pretvaraju u delo i kako otvorene ekološke inovacije mogu stvoriti stvarnu vrednost za poslovanje, društvo i životnu sredinu.



Deo 2: Prelazak sa teorije na praksu

U prethodnom delu priručnika, istražili smo različite aspekte otvorenih ekoloških inovacija, istražujući primere i koncepte koji stoje iza ove ključne oblasti. Sada ćemo vas odvesti korak dalje i prikazati kako teorijske koncepte možete pretvoriti u delotvornu akciju, koristeći praktičan primer - poslovni plan Socijalne franšize BIO IDEA.

Naša namera je da vas vodimo kroz proces stvaranja otvorene ekološke inovacije korak po korak, koristeći priču o Socijalnoj franšizi BIO IDEA kao ilustrativni primer. Ova franšiza nije samo primer inovacije, već i inspiracija za sve one koji žele da preduzmu konkretne korake ka održivom poslovanju i doprinesu zaštiti životne sredine.

Pogledaćemo detaljno kako se Socijalna franšiza BIO IDEA razvijala koristeći principe otvorenih ekoloških inovacija. Kroz analizu njenog poslovnog plana, videćemo kako su strategije industrijske simbioze i održivih poslovnih modela primenjene u praksi. Ovo će vam omogućiti da dublje razumete kako se teorija može pretočiti u konkretnu akciju i kako se otvorenim pristupom može stvoriti vrednost za preduzetnice, zajednicu i životnu sredinu.

Kroz ovaj primer, stvorićemo most između teorijskih koncepta i stvarnih koraka ka održivom poslovanju. Uvereni smo da će vam ovaj prikaz pomoći da bolje razumete proces razvijanja otvorenih ekoloških inovacija i da vas inspiriše da krenete putem inovacija koje donose korist i planeti i društvu.

Sa tom namerom, korak po korak, krenimo zajedno a kroz primer Poslovnog plana socijalne franšize BIO IDEA možete videti kako se otvorena ekološka inovacija može pretvoriti u stvarnost.

Osnovni koraci

1. Identifikacija izazova: Prvo ćete morati saznati sve što možete o svom poslovanju, kao i o organizacijama s kojima planirate sarađivati. To uključuje njihove potrebe, ključne ciljeve i kako se mogu prilagoditi spoljnim okolnostima koje ih mogu uticati. Metodologija "Triple Look" je pristup koji će vam pomoći da identifikujete ključne izazove sa kojima se organizacija suočava, kako sada, tako i u budućnosti. To postićete istraživanjem tri perspektive: Unutra - sagledavanje problema, ciljeva i unapređenja unutar poslovnog modela organizacije; Okolo - razumevanje potreba korisnika i trendova u njihovoj industriji; Izvan - istraživanje trendova u drugim industrijama ili regionima sveta, koji mogu biti primenjeni u organizaciji.
2. Kategorizacija izazova: Grupišite ideje prema konceptima, povežite ih međusobno i stvorite mentalne mape. Cilj je da ulazne informacije grupišete u kategorije, kako biste na kraju imali listu različitih kategorija povezanih sa interesima organizacije (izabranih od vas i organizacije). Iza ove kategorizacije je namera da se olakša grupisanje izazova i omogući prioritizacija. Možete kategorizovati izazove prema



strategijama cirkularnog poslovanja i oblicima ekoloških inovacija, kako je objašnjeno u sekciji "Vrste ekoloških inovacija i njihov značaj". Zatim možete početi da prioritetizujete izazove i odlučite koji su najvažniji ili najrelevantniji.

3. Određivanje prioriteta izazova: Nakon što ste kategorizovali izazove u svom poslovanju i potencijalnoj saradnji sa ciljanom organizacijom, trebate odabrati prioritete. Koje izazove treba prioritetizovati za organizaciju? Na kojim izazovima možete početi odmah raditi, a koji zahtevaju dodatne resurse ili alate? Koji od izazova ima najveći uticaj i važnost za rad organizacije?

Ove faze su ključne kako biste uspešno započeli proces otvorenih ekoloških inovacija. Studiozno redefinisavanje izazova i pažljiv pregled omogućiće vam dublje razumevanje situacije i potencijalnih rešenja. To će vam pomoći da pređete sa teorijskih koncepata na praktičnu primenu, pružajući vam čvrstu osnovu za razvoj inovativnih rešenja koja doprinose održivosti i kreativnosti vašeg preduzeća.

Intelektualna svojina

Kada su u pitanju nove ideje, izumi, inovativni dizajn i prototipovi, intelektualna svojina uvek je prisutna. Deljenje znanja, tehnologije i stručnosti između saradnika donosi brojne prednosti, ali istovremeno nosi i rizik od gubitka imovine i nepravedne iskorišćenosti ukoliko se ne upravlja pažljivo. Zbog toga, aktivnosti zajedničkog stvaranja koje se odvijaju u okruženju otvorenih ekoloških inovacija zahtevaju jasno definisano vlasništvo nad predloženim rešenjima i svakom formom intelektualne svojine koja proizilazi iz toga. Ovo je posebno važno gde prethodno nije postojala registracija u relevantnom sektoru.

Kroz ovu fazu, osigurava se da svaka strana ima jasno razumevanje svojih prava i obaveza u vezi sa intelektualnom svojinom. Ovo stvara osnovu za saradnju, osigurava pravednu raspodelu zasluga i doprinosi održivosti inovacija. Pobrinućemo se da se ovaj važan aspekt pažljivo razmotri tokom procesa otvorenih ekoloških inovacija.



Sada ste korak bliže pretvaranju teorijskih koncepta u stvarne akcije. Pomoću detaljnih koraka koje smo predočili, možete preći sa ideja na praktičnu primenu, ostvarujući održive inovacije koje imaju pozitivan uticaj na društvo i okolinu. Da bismo vam dodatno pomogli da shvatite kako se teorijski koncepti mogu pretočiti u konkretnu praksu, sledi primer poslovnog plana Socijalne franšize BIO IDEA. Primer poslovnog plana Socijalne franšize BIO IDEA biće priložen na kraju priručnika kako biste dobili dublji uvid u praktičnu primenu koncepta otvorenih ekoloških inovacija.

Autori

Tim BIO IDEA za održivi razvoj 2023.

Naš priručnik je rezultat predanog timskog rada članova Udruženja BIO IDEA za održivi razvoj. Tim se sastojao od stručnjaka koji su pružili mentorstvo mladim volonterima kako bi njihova istraživanja bila usmerena ka pravim ciljevima. Mladi volonteri su istražili obimnu literaturu, a sledeći izvori su odabrani kao osnova za naše radove:

Bibliografija

1. Matešić, Mirjana. (25.05.2020). "Eko-inovacije za održivi razvoj." Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/351944>
2. United Nations Environment Programme. (2017). "Eco-I Manual: proces implementacije ekoloških inovacija." Dostupno na: http://unep.ecoinnovation.org/wp-content/uploads/2017/07/UN_Environment_Eco%E2%80%9494i_Manual-1.pdf
3. IESE. (July 2020). "Open Innovation: Poboljšanje vaše sposobnosti, tokovi, troškovi i brzina sa korporativnim ekosistemom ulaganja." Dostupno na: <https://media.iese.edu/research/pdfs/74686.pdf>
4. Chanal, V., Caron-Fasan, M. (2010). "Teškoće u razvoju poslovnih modela otvorenih za zajednice inovacija: slučaj platforme za masovno inoviranje." M@n@gement. Dostupno na: <https://pdfs.semanticscholar.org/0c99/e5daf4b9ffa343df2641ab52cd1ce91e5fb9.pdf>
5. MASSCHALLENGE. (November 1st, 2018). "Šta je inovacijski ekosistem i zašto su oni ključni za startape?" Dostupno na: <https://masschallenge.org/article/startup-innovation-ecosystem-explained>
6. Rizos, Vasileios; Tuokko, Katja; Behrens, Arno. "The Circular Economy: A review of definitions, processes and impacts." Dostupno na: https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/rr2017-08_circulareconomy_0.pdf
7. Burand, Deborah; Koch, David; Yang, Katy. "Scaling Social Enterprises Through Franchise Models: Rethinking Social Franchise Agreements." Dostupno na: http://www.socialsectorfranchising.org/uploads/2/1/8/1/21812730/scaling_social_enterprises_through_franchise_models_whitepaper.pdf
8. Rakin, Dina. "Social Entrepreneurship and the Revitalization of the Cooperative Sector: Emergence of Social Cooperatives in Croatia and Serbia." Dostupno na: : [\(PDF\) Social Entrepreneurship and the Revitalization of the Cooperative sector: Emergence of Social Cooperatives in Croatia and Serbia | Dina Rakin - Academia.edu](#)
9. Fric, Urška; Rončević, Borut. "E-SIMBIOZA – VODIČ KA KRUŽNOJ EKONOMIJI KROZ INDUSTRIJSKU SIMBIOZU U SLOVENIJI." Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/307136>

Naš tim je s pažnjom pristupio analizi i sintezi ovih izvora kako bi stvorili priručnik koji obuhvata suštinske koncepte otvorenih ekoloških inovacija. Kroz saradnju i timski rad, uspjeli smo da integrišemo teorijska saznanja sa konkretnim primerima i smernicama, kako bismo pružili korisne informacije i alate socijalnim preduzeticama koje žele da se posvete održivim inovacijama.



Ova publikacija izrađena je i objavljena u okviru projekta „EU za Zelenu agendu u Srbiji“, koji finansira Delegacija Evropske unije u Srbiji, a sprovodi Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u Srbiji u partnerstvu sa Ministarstvom zaštite životne sredine, a u saradnji sa Ambasadom Švedske i Evropskom investicionom bankom. Sadržaj ove publikacije i rezultati prikazani u njoj su odgovornost organizacije BIO IDEA za održivi razvoj Beograd, i ne odražavaju nužno stavove Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP).



sustainable development
social franchising

Poslovni plan „Odgovor na izazov za upravljanje bio otpadom“



sustainable development
social franchising

Udruženje BIO IDEA za održivi razvoj Projekat „Ubrzavanje cirkularne ekonomije“ 2020/2021.



sustainable development
social franchising





Poslovni plan

ACCELERATING THE CIRCULAR ECONOMY

Ubrzavanje cirkularne ekonomije kroz inovacije u poslovnom modelu zelenog/socijalnog preduzetništva

Sjenica /Beograd 2020/2021.

Sadržaj

Rezime poslovnog plana

str.3-4

Informacije o udruženju.....	5
Pravni status, oblast delovanja , članstvo,upravljačka i organizaciona struktura, misija i vizija, ciljevi, programi	
Predmet delovanja udruženja.....	10
Analiza dosadašnjeg upravljanja finansijskim sredstvima	11
BIO IDEA socijalna franšiza.....	12
Analiza i segmentacija tržišta	13
Marketing koncept BIO IDEA sapuni	18
Asortiman BIO IDEA sapuni.....	20
SWOT analiza	22
Marketing strategija za „Ubrzavanje cirkularne ekonomije“	23
Plan ulaganja i program finansiranja.....	25
Budžet projekta.....	29
Održivost projekta	30
Analiza praga rentabilnosti.....	34
Projektni tim.....	37



Rezime poslovnog plana

„Ubrzavanje cirkularne ekonomije“ je odgovor, Udruženja BIO IDEA za održivi razvoj, na izazov za upravljanje bio-otpadom. Izazov je šansa da se 1400 l otpadnog jestivog ulja iz domaćinstava preusmeri iz „pogrešno raspoređenih resursa“ u pravcu pokretanja novih proizvoda i novih tržišta. Problem zakonski „nevidljivog“ otpadnog jestivog ulja iz domaćinstava rešava se kroz partnerstva i saradnju između NVO sektora, naučnih i obrazovnih institucija, privatnih i javnih preduzeća. Građanstvo aktiviramo tako što nudimo saradnju uz jedan lep poklon za 2000 domaćinstava, kutiju za prikupljanje otpadnog jestivog ulja. Zanimljive i korisne obuke, za izradu bio sapuna od otpadnog jestivog ulja, podstiču promenu loših navika i usmeravaju ka novom načinu razmišljanja o ponovnoj upotrebi, reciklaži i smanjenoj potrošnji.

BIO IDEA za održivi razvoj je udruženje, koje na inovativne i jednostavne načine, rešava probleme u oblasti zaštite životne sredine i održivog razvoja. Mi pripadamo neprofitnom sektoru i pomažemo male socijalne preduzetničke radionice da opstanu na tržištu. Zapošljavamo teže upošljive kategorije kroz model socijalne franšize u kome se zanatskom tehnologijom, od biljnih ulja, proizvodi čvrsti sapun. Odabrali smo da proizvodimo sapun jer se na njemu ne razvijaju patogene bakterije, ima dug rok trajanja, može da se proizvodi kampanjski u jednostavnim radionicama za koje nisu potrebna velika ulaganja. Naš uspeh u realizaciji ove ideje meri se sa 7 preduzetničkih radionica širom Srbije od kojih je jedna u instituciji za zbrinjavanje ljudi sa mentalnim poremećajima.

Da bismo opstali na tržištu malih proizvođača u Srbiji, izborili smo se za mesto lidera u dizanim sapunima. Naši sapuni putuju na sve kontinente kao prigodni i lepi pokloni koji štite zdravlje ljudi i prirodu. Na našem stalnom prodajnom mestu u TC Stadion za 9 godina rada nismo imali ni jednu reklamaciju. Radimo i uslugu „private label“ tako da se naši sapuni pojavljuju i u luksuznom pakovanju za poznate naručioce.

Usled pandemije Covida -19 došlo je do poremećaja na tržištu. Dosta ljudi je ostalo, i još mnogo njih će ostati, bez posla. Sa druge strane konvencionalni proizvođači sapuna prijavljuju rast proizvodnje. U ovoj situaciji BIO IDEA vidi svoju šansu za rast i razvoj. Potražnja za sredstvima za higijenu će još rasti i našoj mreži je u interesu da dobijamo nove franšizere kako bismo mogli odgovoriti zahtevima tržišta.

Potrošnja jestivih ulja u 2018. godini u domaćinstvima u Srbiji bila je oko 90.000 t. Pretpostavljamo da ova količina ostaje nevidljiva za javne službe koje su nadležne za zbrinjavanje komunalnog otpada jer Zakon o upravljanju otpadom ne predviđa obavezu odvojenog sakupljanja bio otpada, dok se Pravilnik o uslovima, načinu i postupku upravljanja otpadnim uljima odnosi samo na pravna lica sa preko 50 obroka. Rezultat je da se ovo ulje u obliku „fatberga“ pojavljuje na deponijama i to trostruko uvećano, umešano sa toalet papirom i drugim otpadom. Domaćinstva nisu dovoljno informisana o ovom problemu, koji sama izazivaju, a zbog nedostatka edukacija većina od njih nije upoznata kako da doprinese rešavanju ovog problema.

Pokrećemo jednu široku akciju u opštini Sjenica i gradu Beogradu za 2000 domaćinstava. Ponudili bismo opciju da se ulja ne bacaju u kanalizacione odvođe nego da se sakupljaju u lepoj i funkcionalnoj posudi sa filterom od zeolita. Kroz kreativne i zanimljive obuke, kao i proverene recepture učesnici mogu samostalno napraviti sapune od ovih ulja. U saradnji sa JKP Vrela iz Sjenice organizuje se i preuzimanje viškova sakupljenih ulja. Želimo da jednom širokom akcijom skrenemo pažnju na problem BIO OTPADA i problem „pogrešno raspoređenih sirovina“ koje se mogu iskoristiti za nove proizvode i dodatnu vrednost za lokalnu zajednicu.



U našem poslovnom planu predviđamo proizvodnju 6000 kom sapuna od prikupljenih ulja, koji prodajemo kroz kanale prodaje BIO IDEA socijalne franšize, na našem prodajnom mestu u TC Stadion i preko nove online prodavnice. Sto (100) žena iz Sjenice i Beograda, koje pripadaju ranjivim grupama, prisustvuju obukama za digitalno opismenjavanje i izradu sapuna, direktno ili online. One će biti u prilici da upoznaju poslovni model socijalne franšize kako bi mogle i same da pokrenu svoj biznis u oblasti cirkularne ekonomije. Za godinu dana aktivnosti podelili bismo 2000 posuda domaćinstvima da bi u njima prikupili min 1400l otpadnog ulja, za izradu sapuna ili da ga predaju nadležnim službama. Ovim aktivnostima iniciramo promenu navika i potrošačkog načina razmišljanja. Predstavljamo i svoj poslovni model kao primer održivog poslovanja. Kroz crowdfunding kampanju obezbedićemo sredstva za unapređenje rada JKP Vrela iz Sjenice i animirati širu zajednicu na aktivan odnos prema problemu bio otpada i „pogrešno raspoređenih sirovina“. Promotivne aktivnosti će se odvijati u TC Stadion na Univerzitetu Union Nikola Tesla, na TV radio stanicama i kroz dve panel konferencije.

Doprinos projekta Ubrzavanje cirkularne ekonomije kroz smanjenje bio otpada i smanjenje emisije GHG gasova

- Sakupljeno 1400 l ulja što znači 3x manje fatberga na deponijama
- Na svaki kg ulja koji se uštedi (upotrebi dva puta, jednom kao ulje, jednom kao sapun) količina ugljen-dioksida smanjiće se (tačnije neće se proizvesti) za 2,8kg
- Proizvedeno i prodano 6000 kom spuna ostvarena dobit za prvu godinu dana od 4020 USD

Prevenција kroz ponovnu upotrebu, stvara više novih radnih mesta, nego reciklaža ili odlaganje otpada. Zbog toga je model miksa socijalnog preduzetništva i cirkularne ekonomije, koji smo predložili u ovom projektu, jedno od rešenja koje zaslužuje podsticaje u društvu, koji bi doveli do povećanja broja novih radnih mesta i manjeg štetnog uticaja na životnu sredinu.

Ukupna vrednost predloga projekta je 94.505 USD, partneri na projektu kroz donacije u sirovinama, opremi i radu učestvuju sa iznosom od 17.420 USD. BIO IDEA iz sopstvenih sredstava, osiguranih podrškom osnivača, za projekat će rezervisati 6.134 USD u novcu, 6.000 kao IN KIND doprinosa u materijalnim sredstvima i intelektualnoj svojini. Pokretanjem Crowdfunding kampanje nastojaćemo prikupiti još 15 000 USD. Ukupan doprinos Bio Idee i partnera je 44.554 USD. Od donatora očekujemo odobrenje za 49.951 USD. U procentima je :

100 %.....94.505 USD
44,14%.....44.554 USD (apikant)
52,86%.....49.951.USD (donator)

Ono što smo ostavili za kraj je potencijal posude za sakupljanje ulja. Ovakva posuda trenutno ne postoji u regionu, ni po obliku ni prema nameni. Posuda je modernog dizajna, ne zauzima mnogo prostora, pojednostavljene funkcionalnosti sa inovativnim filterom od zeolita koji otklanja mirise prženja. Urađena je od pet recikliranog granulata i može da se koristi svaki deo zasebno, za druge namene.

Nastojaćemo da iskoristimo ovaj potencijal i da brendirane posude ponudimo proizvođačima uljarica i ulja kako bi ih oni koristili u svojim marketinškim kampanjama. Kao odgovorni proizvođači jestivih ulja oni bi uz svoje proizvode kupcima poklanjali posude, sa određenom porukom vezanom za rešavanje ekoloških i socijalnih problema u zajednici. **Iz preliminarnih pregovora sa dir.marketinga Viktorija grup dobili smo usmeni upit za ponudu od 10.000 kom**



Informacije o udruženju

Pravni status

Naziv organizacije: Udruženje građana „BIO IDEA za održivi razvoj“
Poslovna adresa : Poručnika Spasića i Mašere 104 Beograd
Telefon : +381 63 7847610
Vrsta organizacije : Udruženje građana
Datum i rešenje registracije : 07.08.2015. PIB: 109134828 ; Mat.br.28180551 ; Zastupnik/ca Sanida Klarić
Oblast delovanja: Zaštita životne sredine i održivog razvoja
Privredna delatnost: Udruženje pribavlja sredstva prodajom svojih ekoloških proizvoda za pranje, odnosno obavlja privrednu delatnost: 2041 – Proizvodnja deterdženata, sapuna, sredstava za čišćenje i poliranje. Proizvod je ekološki i direktno štiti životnu sredinu i čovekovo zdravlje. Proizvodi su ručne izrade, spadaju u grupu proizvoda ručne radinosti i starih zanata, ograničene produkcije te je delatnost manjeg obima. (Statut čl.20)
Način sticanja sredstava za ostvarivanje ciljeva i raspolaganje sredstvima: Udruženje pribavlja sredstva od članarine, dobrovoljnih priloga, donacija i poklona, zaveštanja fizičkih i pravnih lica, finansijskih subvencija, budžetskih subvencija i sredstava za realizaciju programa od javnog interesa, kao i na drugi zakonom dozvoljen način. Udruženje može pribavljati sredstava i od kotizacije za seminare i druge oblike obrazovanja iz oblasti zaštite životne sredine, zdravijeg života i održivog razvoja kao i prodajom sekundarnih sirovina prikupljenih tokom realizacije akcija za čišćenje životne sredine ili proizvoda nastalih u okviru edukativnih radionica(Statut član19.)
ŽIG: Ж 2015/0869; br.prijave 70621; Klase roba i usluga 3: sapuni; 41: priprema i vođenje radionica, usluge profesionalne prekvalifikacije; objavljivanje knjiga i časopisa, organizovanje i vođenje konferencija.



Predmetni poslovni plan namenjen je Udruženju građana „BIO IDEA za održivi razvoj“ iz Beograda, nevladinoj i neprofitnom organizaciji koja pruža podršku razvoju socijalno –cirkularnog preduzetništva namenjenog za ranjive grupe u zajednici.

Oblast delovanja

Bio Idea deluje u oblasti zaštite životne sredine i održivog razvoja tako što promovise:

- integralni sistem zaštite životne sredine koji čine mere, uslovi i instrumenti za održivo upravljanje i očuvanje prirodne ravnoteže, celovitosti, raznovrsnosti i kvaliteta prirodnih vrednosti i uslova za opstanak svih živih bića;
- sprečavanje, kontrolu, smanjivanje i sanaciju svih oblika zagađivanja životne sredine; upotrebu proizvoda, procesa, tehnologije i prakse koji manje ugrožavaju životnu sredinu;
- unapređenje obrazovanja obukom kadrova i razvijanjem svesti; otvoren pristup informacijama i učešće javnosti u donošenju odluka.
- podstiče promenu ponašanja u upravljanju otpadom od njegovog nastanka do odlaganja, odnosno sprečavanje ili smanjenje nastajanja,
- ponovnu upotrebu i reciklažu otpada.

Bio idea sprovođenjem aktivnosti koje pokreće želi da doprinese smanjenju siromaštva, demokratskom upravljanju, izgradnji mira, smanjenju negativnog uticaja klimatskih promena i ekonomske nejednakosti.

Članstvo u udruženju

Ovisno o nivou angažmana i rada u udruženju, kategorije članova se dele na redovne i pridružene članove (članove korisnike). **Redovnim članom** udruženja može postati bilo koja osoba starija od 16 godina koja je sposobna da samostalno donosi odluke u skladu sa svim zakonima R.Srbije, a koja želi da se aktivno baviti razvijanjem i provođenjem programskih aktivnosti udruženja. Osobe mlađe od 16 godina mogu postati članovi uz pristanak roditelja ili zakonskog zastupnika. **Pridruženim članom odnosno članom korisnikom** mogu postati sve osobe koje žele podržati rad BIO IDEE dok se kategorija počasnog člana udruženja odnosi na osobe koje više nisu aktivne u njenom radu, ali su svojim zalaganjem i trudom doprinele radu i razvoju udruženja. Sudelovanje u radu kroz programe koje sprovodi udruženje nije uvjetovano članstvom.

Udruženje BIO IDEA trenutno broji 21-og redovnog člana, 1050 pridruženih članova (članova korisnika) i 4 počasna člana dok, kontinuirano na osnovu Ugovora ima zaposlene 3 osobe.

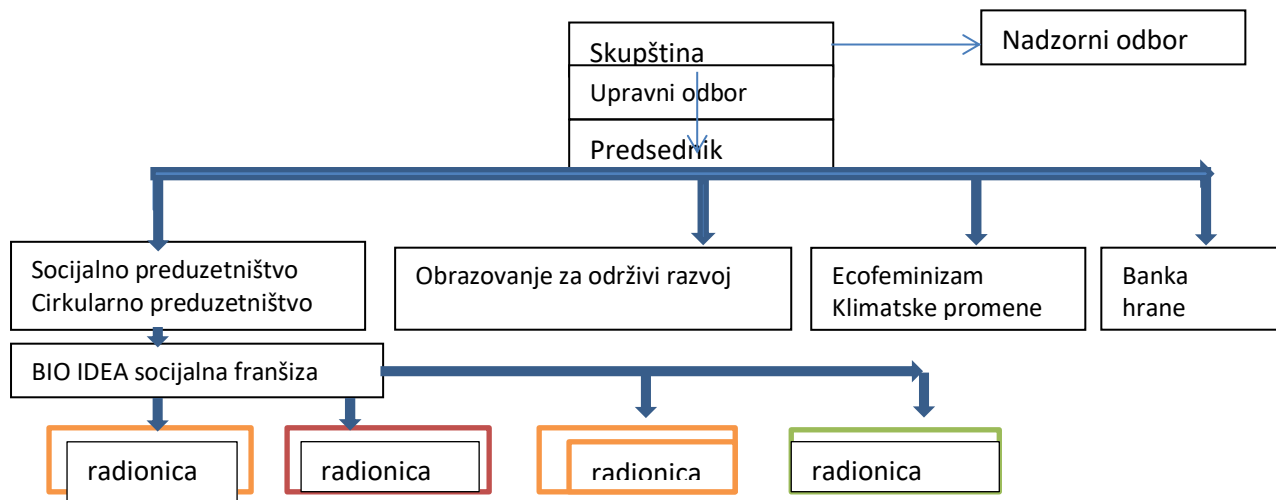
Upravljačka i organizaciona struktura

Udruženjem upravlja Upravni odbor koji čine 4 člana i Predsednik udruženja, a bira se od strane Skupštine redovnih članova, na mandat od četiri godine.

- Skupština,
- Upravni odbor,
- Nadzorni odbor,
- Predsednik



Skupština, kao najviše telo upravljanja, bira i razrešava dužnosti Predsednika, Nadzorni i Upravni odbor, a čine je svi redovni članovi udruženja. Upravni odbor udruženja je volontersko upravno telo Skupštine, koje između dva zasedanja Skupštine upravlja poslovima i aktivnostima udruženja. Upravni odbor bira predsednika koji je i zastupnik udruženja i operativno izvršava odluke prva dva navedena tela. Nadzorni odbor udruženja bira Skupština na predlog članova udruženja dok je Predsednik za svoj rad odgovoran Upravnom odboru i Skupštini.



U radu udruženja učestvuju i 4 organizacione jedinice, odnosno Veća koja su zadužena za realizaciju i razvoj programa udruženja, odnosa s javnošću, metodologiju te za saradnju sa drugim udruženjima. Uz navedene organizacione jedinice posebno je važno istaknuti rad volontera koji rad udruženja pomažu kroz obavljanje brojnih važnih delatnosti poput držanja treninga i radionica za mlade, radionica za nove franšizere, organizaciju raznih aktivnosti za socijalno ranjive grupe ali i kroz razne administrativne poslove. Sve obuke udruženje sprovodi besplatno za krajnje korisnike

Misija i vizija udruženja

BIOS na starogrčkom označava život a IDEA je po Platonu pokretač života. Udruženi želimo da pokrenemo naše živote u pravcu održivog razvoja današnjih i budućih generacija na planeti Zemlji.

Naša misija je razvoj inovativnog poslovnog modela socijanog /ekološkog preduzetništva , koji iz ograničenih resursa stvara društvene i ekološke vrednosti , prvenstveno u korist društveno marginalizovanih grupa, radi uspostavljanja društvene kohezije i boljeg pravednijeg života za sve. Koristimo poslovni model socijalnog/zelenog preduzetništva za postizanje održivosti i umrežavamo ljude na principima solidarnosti, samopomoći i aktivizma.

Naša vizija je da, savijanjem linearnog sistema proizvodnje i potrošnje, ostvarimo brend „BIO IDEA sapuna“. Brend koji je proverljiv, dostupan i od poverenja, koji je alternativa za pojedinca koji želi pozitivne promene u svojim navikama radi zdravijeg i dužeg života u zaštićenoj životnoj sredini.

„BIO IDEA sapuni“ su brend koji koristi "pogrešno raspoređene resurse" i doprinosi održivom i ravnomernom razvoju društva kroz upošljavanje ranjivih grupa u zajednici.

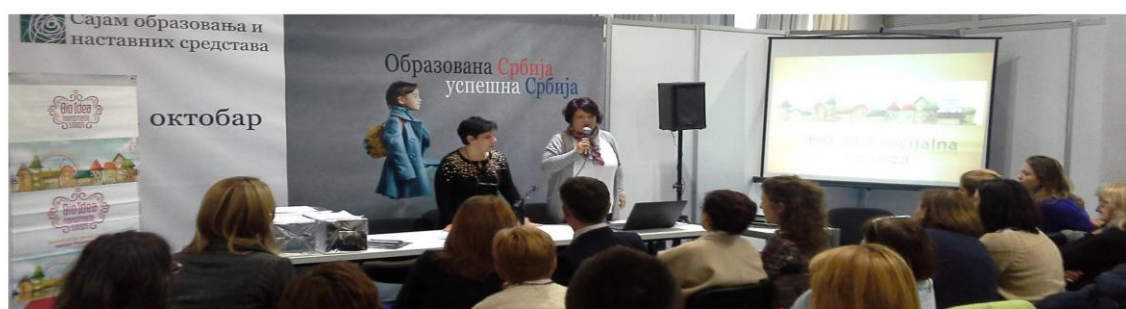


Programi

U skladu sa misijom i vizijom svog delovanja u Srbiji BIO IDEA provodi, sem programa Socijalne franšize, nekoliko programa i projekata koji su usmereni na zaštitu životne sredine, održivi razvoj, rodnu ravnopravnost i obrazovanja za održivi razvoj.

Program obrazovanja za održivi razvoj "Sajam obrazovanja"

BIO IDEA aktivno učestvuje na međunarodnom Sajmu obrazovanja Zvonce. Na ovom sajmu od 2012. do 2019. promovisana je ideja socijalnog preduzetništva, za ljude koji su na ivici egzistencije. Ove godine Sajam je otkazan zbog Pandemije Covid-19.



<https://sajam.rs/bioidea-priroda-je-zenskog-roda/>; <https://www.ekapija.com/news/1275466/veliki-potencijal-za-razvoj-socijalnog-preduzetnistva-u-srbiji/>; <https://sajam.rs/kalendar-2019/sajam-obrazovanja-i-nastavnih-sredstava/>

Program ecofeminizma i promocije rodne ravnopravnosti "Ekonomsko osnaživanje žena žrtava nasilja kroz zeleno socijalno preduzetništvo"





Program zapošljavanja osoba sa invaliditetom kroz zeleno-socijalno preduzetništvo i podrška socijalno ugroženim grupama kroz saradnju sa Bankom hrane.



Mreža radionica socijalne franšize "BIO IDEA handmade soaps"

Za veći opseg za veći rezultat
BIO IDEA
 socijalna franšiza
 proizvodnja

Za ANKAMAT BEOGRAD INDIJANACI
 Anđelija Milićević PR

Alley
 socijalna franšiza

Za Čestita oprema tužnja
 Vero doo PR
PRVAČA STANOVIĆ
 socijalna franšiza

Za EKO SAMPAN ZRENIK
 Sunčig Babić PR
EKO SAMPAN
 socijalna franšiza

Za SLOJA SUNCOKRETI
 Sunčig Babić PR
PRVAČA STANOVIĆ
 socijalna franšiza



Program „BIO IDEA socijalna franšiza“





Predmet delovanja udruženja

Udruženje BIO IDEA za održivi razvoj je nastalo od neformalne grupe žena koje su se angažovale u sferi socijalne ekonomije još 2011. Tokom rada udruženje se postepeno i profilisalo tako da je 2015. prilikom registracije u APR-u prijavljena oblast zaštite životne sredine i održivog razvoja u kojoj pokrećemo aktivnosti, ostvarujemo rezultate i dostižemo ciljeve. Bio Idea u osnovi svojih aktivnosti polazi od ekoloških principa i podstiče pozitivne promene u društvu kroz praktične edukacije, umrežavanje i podizanje svesti na nacionalnom nivou. Na ovim principima, Bio Idea je razvila i svojevrsnu ekološku socijalnu franšizu kao održiv poslovni model koji je namenjen osetljivim grupama koje su u riziku od socijalne isključenosti i siromaštva. Franšiza se sastoji od matične radionice u Beogradu i malih radionica za proizvodnju ekoloških sapuna, od kojih su neke pri seoskim gazdinstvima, zanatskim radionicama ili institucijama socijalne zaštite. Ugovori o mreži su u prilogu. Bio Ideu u ovim aktivnostima podržava SENS/KORPS - mreža socijalnih preduzeća Srbije, Centar za franšizing PKS, Gradski centar za socijalno preduzetništvo Beograd i Institut za opštu i fizičku hemiju Beograd. Sa lokalnim samoupravama (opštinama ili gradovima) u kojima delujemo imamo potpisane ugovore o saradnji (Opština i Centar za socijalni rad Bačka Topola; Centar za socijalni rad, Sigurna kuća, Srednja škola Sveti Sava Sombor; Gradski centar za socijalno preduzetništvo Beograd; PK Srbije). U regionu članica smo Koalicije za razvoj socijalnog preduzetništva Globus (BiH, Srbija, Makedonija). Radi boljeg plasmana proizvoda naših radionica imamo potpisan Ugovor od 2012. do danas sa TC Stadion o stalnom prodajnom mestu, sa kompanijom Delhaize imamo potpisan Ugovor o saradnji i verifikovani smo kao njihovi dobavljači. (Svi Ugovori u prilogu). Kroz ovakav pristup Bio Idea od starta radi na održivosti svojih aktivnosti, koje donose višestruke efekte – i po pitanju životne sredine, i po pitanju ranjivih grupa. Dokaz je i formirana mreža pod nazivom Socijalna franšiza BIO IDEA koju čine devet organizacija - od kojih su neke po formi organizovanja OCD, preduzetničke radionice za proizvodnju bio sapuna i seoska domaćinstava koja rade unutar ili u koridorima ekološke mreže. Na taj način Bio idea ima mogućnost da projekte sprovodi na nacionalnom nivou u više gradova i naselja istovremeno. U saradnji sa poslovnim sektorom Bio Idea plasira višak proizvoda ekoloških radionica OCD koje tako dostižu održivost a samim tim i mogućnost uticaja na donosiocima odluka u svojim lokalnim zajednicama.

U saradnji sa Ministarstvom ZŽS do sada smo uspešno realizovali četiri projekta iz oblasti zelenog socijalnog preduzetništva i cirkularne ekonomije i zbog toga su nam dali pismo podrške za ovaj predlog projekta koje je u prilogu.

Tokom godina delovanja udruženje je uspešno provelo brojne projekte putem kojih su osigurali ulaganja u nove preduzetničke radionice ili socijalne usluge. Kroz projekat Open Arms opremili smo radionicu u Domu OTTHON za lica ometena u mentalnom razvoju Stara Moravica. Dalji rad ove radionice podržan je i donacijama Australijske ambasade. Četiri preduzetničke radionice za proizvodnju bio sapuna, žena koje pripadaju teže upošljivim kategorijama, dobile su podsticaje od NSZ. Sigurnoj kući Sombor poklonili smo dečije igralište sa spravama i uredili dvorišni prostor za rekreaciju i radne terapije korisnicima.

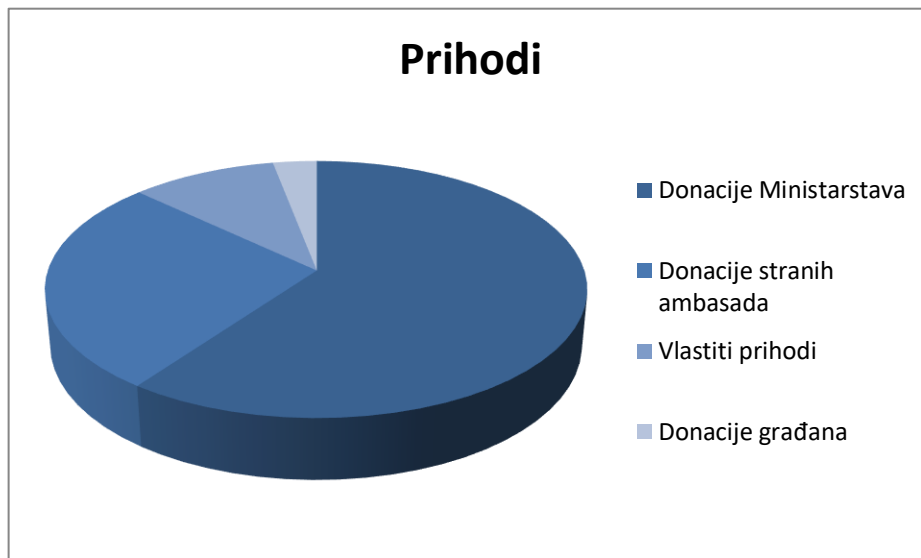




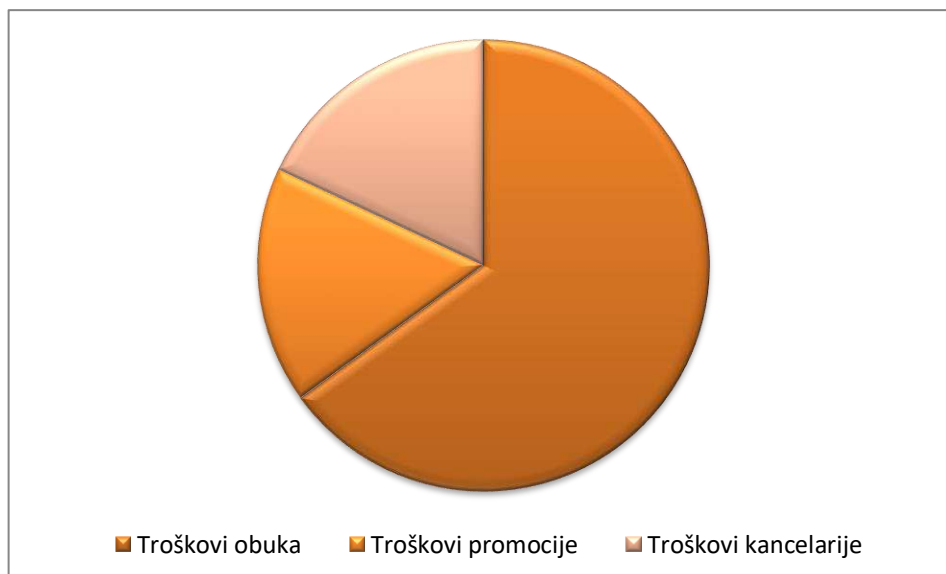
Analiza dosadašnjeg upravljanja finansijskim sredstvima

Donacije i sponzorstva Udruženje BIO IDEA primarno usmerava na sprovođenje programa za zapošljavanje ranjivih kategorija u oblasti zelene socijalne ekonomije. U nastavku su prikazani izvori prihoda i svrha njihovog utroška .

BIO IDEA je prihodovala ukupno 4.450.000,000 iz nekoliko različitih izvora. U strukturi izvora prihoda najznačajniju kategoriju čine **donacije ministarstava RS** sa 2.690.000,000, odnosno 60% ukupnih izvora prihoda. Slede **donacije stranih ambasada** u iznosu od 1.200.000,00 odnosno 27%. Kategorije koje u strukturi čine udio od 13% te iznose oko 560.000,000 su vlastiti prihodi i donacije građana.



U strukturi rashoda udruženja najveći deo zauzimaju **programi obuka za ekonomsko osnaživanje ranjivih grupa u zajednici 65%, troškovi promocije i učestvovanja na sajmovima (zakup štandova)** sa 17%. Troškovi kancelarije i plata iznose oko 800.000,00 što je 18% ukupnih troškova.





Program BIO IDEA socijalna franšiza

Poslovni model

BIO IDEA socijalna franšiza nastala je iz potrebe da se na jednostavan način, održiv posao multiplicira kroz niz obuka posebno prilagođenih novim franšizerima. Cilj je da se pomogne da novi socijalni preduzetnici lako usvoje neophodna znanja i veštine proizvodnje eko sapuna. Proizvod, koji naprave u sklopu franšizne mreže proizvodnih radionica, kanalima unutar zajedničke mreže prodaje, brzo je prisutan na tržištu.

Franšiza je namenjena marginalizovanim grupama stanovništva koje su po pravilu i socijalno ugrožene kategorije. Umrežavanje putem franšize je način da se postigne održivost i da se tako postigne cilj socijalnog preduzetništva – definitivno poboljšanje stanja ugroženih kategorija i dovođenja u stabilnu ravnotežu.

Socijalna franšiza je strategija poslovanja koja se zasniva na replikaciji održivog poslovnog koncepta koji se deli besplatno na jedan fleksibilan ali kontrolisan način preko licenciranja i partnerstva od strane matične organizacije radi postizanja društveno korisnih ciljeva.

Franšizer BIO IDEA uči svoje franšize celokupnom poslovnom formatu, pruža im podršku kroz obuku i komunikaciju za sve vreme trajanja njihovog poslovnog odnosa.

Matična radionica daje kompletan franšizni paket primaocu franšize :

- zaštićeni znak (brend) - žig;
- know-how (dokazano znanje);
- operativni priručnik;
- uslugu podrške

Socijalna franšiza nema ulaznu franšiznu naknadu, ali se zahteva iskazivanje solidarnosti i saradnje među članicama na već započetim projektima ili zajednički rad na projektima kojima se obezbeđuju inicijalna donatorska sredstva za opremu i obuke pilot radionice novopridošlih franšizera.

Glavni razlozi za pokretanje ovakvog biznis modela :

1. Odgovor na društveni izazov nezaposlenosti, koja je prouzrokovana globalnim ekološkim, društvenim, ekonomskim i političkim promenama na koje pojedinac, koji pripada ranjivim grupama, teško da može uticati.
2. Sa druge strane siromaštvo koje je uzrokovano nezaposlenošću, dovodi do devijantnih pojava u društvu i jedan je od uzroka nasilja nad ranjivim grupama. Ekonomskim osnaživanjem ranjivih grupa, gde pojedinac ostaje umrežen, preventivno delujemo na socijalnu isključenost i situacije gde se može javiti nasilničko ponašanje.
3. Smatramo da širenjem mreže Socijalne franšize BIO IDEA i povećanjem konkurentnosti ovog inovativnog zelenog preduzetničkog poslovnog modela, koji iz ograničenih resursa stvara materijalne i društvene vrednosti prvenstveno na korist ugroženih marginalizovanih grupa, doprinosimo promociji socijalne kohezije i boljeg pravednijeg života za sve.
4. Našu šansu umreženih radionica pod zajedničkim prepoznatljivim brendom, vidimo u relativno slobodnoj prodajnoj niši, koja je rezultat razjedinjene konkurencije u vidu radionica sa malim kapacitetima.

Glavni razlozi za odabir delatnosti proizvodnje ručno rađenih ekološki sapuna:

1. U savremenom svetu postoji sve veća potreba za rešavanjem problema dermatoloških alergija ali i trend ekološke osvešćenosti i želje ljudi da koriste ekološka sredstva za održavanje higijene koja ne



zagađuju životnu sredinu, prvenstveno tekuće vode.

2. Brzim ekonomskim razvojem, nestašica resursa i zagađenje životne sredine, postaju usko grlo u stalnom razvoju društva. Koncept "cirkularne ekonomije" predložen je za izgradnju društva koje štedi resurse i omogućava ravnomeran i održiv rast. U našem primeru saponifikacijom otpadnih jestivih ulja dobija se sapun koji može biti baza za druga ekološka sredstva za higijenu ili dodatkom visokovrednih ulja i masnoća, kvalitetan toaletni sapun. Ovaj proizvod je rezultat linearnog savijanja dva životna ciklusa proizvoda koji zagađuju životnu sredinu, u jedan nov ekološki proizvod. Ova paleta proizvoda može da bude u budućem razvoju organizacije mogućnost za skaliranje poslovnog modela.
3. Bitan razlog za odabir ove delatnosti je taj što je investicija za pokretanje ovog posla prihvatljiva za ranjive grupe. Tehnologija je jednostavna i zasniva se većim delom na ljudskom radu. Sapun je predmet opšte upotrebe, čiji je rok trajanja relativno dug 2-3 godine, uz pravilno skladištenje. Čvrsti sapun ne podleže mikrobiološkom ispitivanju te se može izrađivati i u radionicama koje su na nivou opremljenosti zanatskih radionica.
4. Sapun je uvek tražen proizvod, a posebno danas u doba Corona virusa. Svetska zdravstvena organizacija, UNESCO, FDA, za borbu protiv virusa preporučuju prvenstveno pranje ruku. Pokrenute su mnoge kampanje za čiste ruke u kojima se promovise sapun i pojašnjava kako micela sapuna uništava viruse i bakterije. (<https://www.cdc.gov/handwashing/faqs.html> ; <https://en.unesco.org/news/how-soap-kills-covid-19-hands> ; <https://www.fda.gov/drugs/information-drug-class/qa-consumers-hand-sanitizers-and-covid-19>

Analiza i segmentacija tržišta

Svetsko tržište

[Fortune Business Insights](#) je objavila da je globalna veličina tržišta sapuna bila je 34,09 milijardi USD u 2019. i predviđa se da će dostići 55,39 milijardi do 2027. U izveštaju pod nazivom „Veličina tržišta sapuna, udeo i analiza tržišta prema:

- tipu proizvoda : Kupke, sapuni za lice i telo , deterdženti za posuđe, deterdženti za veš;
- po agregatnom stanju i obliku : čvrsti tečni, okrugli, pravougaoni, sapuni za decu u obliku insekata i životinja, dizajnirani i dekorativni sapuni
- prema primeni : za domaćinstva ili komercijalnu upotrebu;
- prema kanalima distribucije (hipermarketi/supermarketi, apoteke, mrežni kanali isl

objavljeni su i nalazi o pokretačima tržišta; ograničenjima tržišta; segmentaciji; regionalnoj analizi; ključnim igračima na tržištu.

Upoređujući ovaj izveštaj sa istraživanjima tržišta koje smo samostalno radili periodično od 2011. do 2019. utvrdili smo niz poklapanja. Zbog toga ćemo delove ovog izveštaja uzeti kao premise koje potvrđujemo strategijom poslovanja i nastupa koji je BIO IDEA sprovodi na teritoriji republike Srbije.

Pokretači na tržištu sapuna

Povećanje svesti o ličnoj higijeni i higijeni domaćinstava

Početakom 2020., usled pandemije izazvane CORONA virusom potreba za čestim pranjem ruku, radi osnovne preventive i otklanjanja virusa, postala je neophodna i životno važna potreba. Pandemija COVID 19 je u mnogim oblastima ekonomije usporila rast, dok **se proizvodnja sredstava za higijenu povećala** ali sada sa rizikom da svim ljudima ta sredstva neće biti dostupna zbog njihovog socijalnog položaja usled



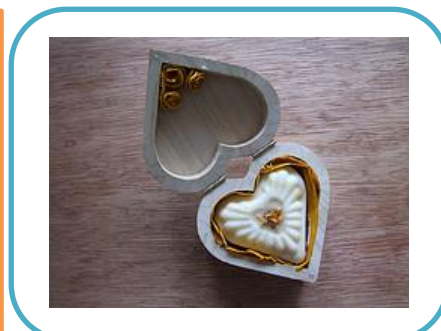
nezaposlenosti izazvane pandemijom.

Brzi prenos infekcije COVID-19 igraće centralnu ulogu u podsticanju rasta tržišta sapuna navodi [Fortune Business Insights](#) . Prema Svetskoj zdravstvenoj organizaciji koronavirus se širi respiratornim kapljicama i fizičkim kontaktom. SZO, zajedno sa mnogim drugim telima, kao što su Centri za kontrolu i prevenciju bolesti, preporučuju redovno pranje ruku vodom i sapunom. Stoga će proizvodnja sapuna u svim oblicima doživeti meteorski porast kako se pandemija Covid-19 intezivira.

Inovacije koje podstiču rast tržišta

Utvrđeno je da čvrsti sapun u šipkama, koji mogu da se režu, kao i razni oblici sa atraktivnim bojama i mirisima (handmade) za koje se tvrdi da imaju hidratantne, izbeljujuće, anti-age efekte dobijaju sve veću popularnost kod krajnjih korisnika.

Bitna karakteristika BIO SAPUNA je **atraktivan, prirodan izgled**, te razni negujući omekšavajući, stimulirajući, opuštajući, protiv upalni i regenerišući efekti na kožu. Potražnja za ovako osmišljenim ekološkim proizvodom sve je izraženija. BIO IDEA je ovaj trend identifikovala i od samog starta izgradila prepoznatljiv dizajn, koji oblikom bojom i mirisom definiše prepoznatljiv brend „BIO IDEA handmade soaps“



[Fortune Business Insights](#) u svom izveštaju za 2020. kaže i ovo „Pored toga trend biljnih i ručno rađenih proizvoda može potencijalno da poveća veličinu tržišta. **Razne organizacije kao što su udruženja ručno izrađenih sapuna i prirodne kozmetike javljaju se kako bi održavale obuku za proizvodnju ručno rađenih proizvoda za pranje i kupanje, što je zauzvrat stvorilo jake poslovne mogućnosti za žene preduzetnice.**“
<https://www.fortunebusinessinsights.com/soap-market-102841>

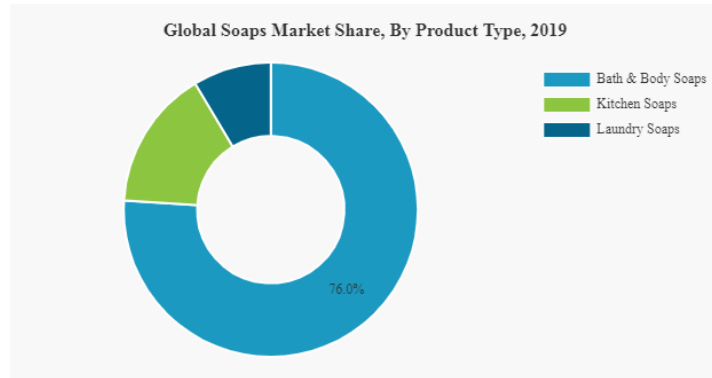
BIO IDEA je od 2011. do danas održala preko 40 besplatnih radionica za izradu ekoloških sapuna što je i rezultiralo da se 2015. formira BIO IDEA socijalna franšiza sa mrežom registrovanih ili radionica koje su u fazi registracije. [Fortune Business Insights](#) govori i o fokusiranju velikih proizvođača kao što je Unilevel koji za svoj brend sapuna Dove najavljuje da će do 2020. ovaj brend biti bez ambalaže od plastike. Pored toga veliki igrači se kreću ka održivim proizvodima, zalažući se za upotrebu organskih i veganskih sastojaka.

BIO IDEA je kao jednu od svojih prepoznatljivih osobina isticala zanimljiva i inovativna pakovanja, tako da proizvode pakujemo i u list kukuruzovine, a naši proizvodi su od prirodnih sirovina i bez konzervansa.





Segmentacija tržišta



U katalogu proizvoda BIO IDEA sapuni <https://fliphtml5.com/iqtn/wmzz> predstavljena je paleta proizvoda za lice i telo koja je dominantna u našoj ponudi što se podudara sa dominantnim segmentom od 76% u istraživanju.

Analiza oblika

U ovom istraživanju se pored klasičnih oblika čvrstih sapuna poseban naglasak daje potencijalu za prodaju oblicima koja su namenjena deci, kao što su leptirići, mace, kuce, patkice, kao i dizajniranim sapunima.

BIO IDEA u svom asortimanu ima posebnu liniju proizvoda namenjenu za decu, kako za bebe tako i za starije uzraste upravo sa zanimljivim oblicima leptirića, pčelica, kuca, maca i sl.



Analiza prema mestu upotrebe

I ovi podaci iz istraživanja slažu se sa našim istraživanjem, domaćinstva su naši najveći i najčešći kupci a žene prepoznajemo kao najlojalnije kupce.

Analiza distributivnih kanala

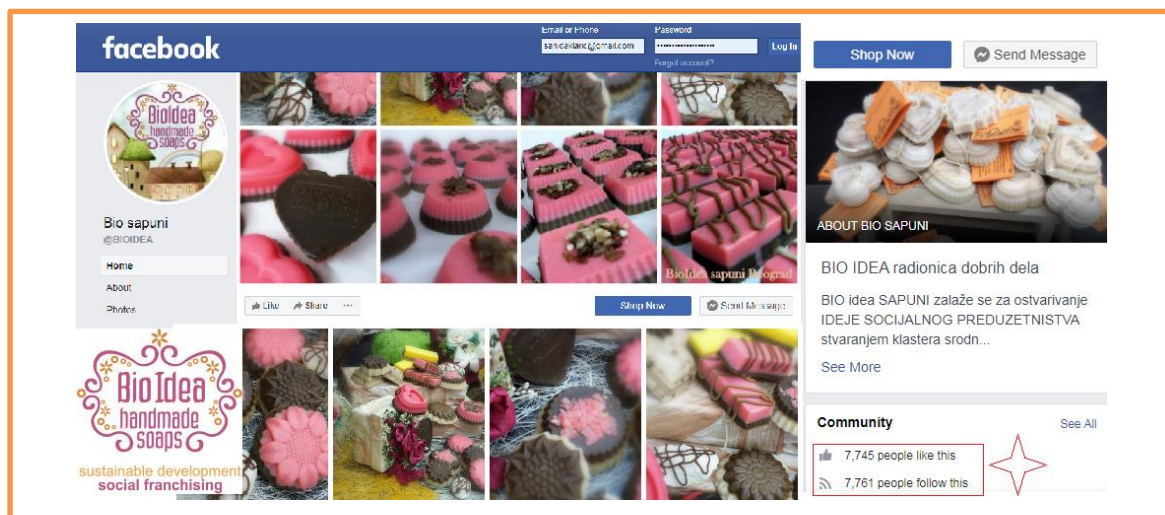
Kanali distribucije su segmentirani na hipermarkete/supermarkete, apoteke, specijalizovane prodavnice, mrežne kanale. Hipermarketi i supermarketi drže primat za konvencionalne sapune (industrijske) dok su specijalizovane prodavnice najzastupljenije za prodaju handmade sapuna. BIO IDEA je, u sklopu Private label usluge, svoje proizvode plasirala u dva prodajna lanca: LILY drogerijama i Delhaizu. Sa Delhaizom imamo i komercijalni ugovor i otvoren nalog dobavljača.



Bio Idea ima sopstveno ostrvo prodaje u TC Stadion od 2012. do danas, gde smo se pozicionirali kao handmade proizvođač sapuna od prirodnih sirovina bez konzervansa koji je prepoznatljiv po dizajniranim sapunima malih i unikatnih serija.



U narednom periodu želimo da ostvarimo online prodaju preko sopstvene online prodavnice koristeći potencijal koji imamo na društvenim mrežama.



Regionalna analiza

Tržište u Evropi karakteriše prisustvo svesne i više senzibilirane populacije prema higijeni, koja je spremna da plati više za održavanje lične i higijene prostora. Prema podacima koje je objavilo Međunarodno udruženje za sapune, deterdžente i proizvode za održavanje higijene prostora <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-bath-shower-products-market>, objavilo je 2019. godine podatke za potrošnju u Evropi. Evropski kupci su u 2017. godini potrošili oko 30,07 milijardi USD na proizvode za ličnu higijenu, uključujući i proizvode za pranje rublja i posuđa. Ova potrošnja je porasla na 34,85 milijardi u 2018. god. U 2019. godini Njemačka je ostala glavno tržište sapuna u Evropi s 15% udela u ukupnom evropskom uvozu, zatim Francuska sa 11%, Ujedinjeno Kraljevstvo sa 12% i Holandija s 11%. Zajedno su činili 42% evropskog ukupnog uvoza. Najzastupljeniji proizvođači konvencionalnog sapuna su: Colgate-Palmolive; Henkel Ag; Procter&Gamble; Unilever; Johnson&Johnson. U Bosni i Hercegovini prepoznatljiv je brend Dr. Paša a u Hrvatskoj to su: Sapuni Rustika, Sapunoteka, koji nemaju direktan uticaj na naše tržište.



Analiza tržišta Srbije

Potrošnja

Istraživanjem tržišta uz korištenje statističkih podataka Republičkog zavoda za statistiku RS došli smo do sledećih informacija o potrošnji za čvrste sapune :

Prosečna potrošnja čvrstih sapuna u Srbiji je 7,2 kom po glavi stanovnika. U Srbiji živi 7. 186 862, prema popisu iz 2011., pa je ukupna predviđena potrošnja je oko 51,8 mil komada. Ako uzmemo da jedan sapun ima u proseku 100 grama ukupna **očekivana potrošnja iznosi 5.050 t.**

Prosečna maloprodajna cena industrijskog toaletnog **sapuna /kg je 615,26,00** (SZS Statistički godišnjak 2019.) U Srbiji je proizvedeno u 2018. god. **2.539 t** sapuna, prema Statističkom godišnjaku kojeg je izdao SZS RS , a uvezeno je **6.445,5 t.** Ova cifra veća od očekivane potrošnje, a pošto su uvoznici iskusni distributeri, možemo zaključiti da je potrošnja veća od očekivane. Uvoze se najviše brendovi koji su zastupljeni kao top 5 u Evropi: Colgate-Palmolive; Henkel Ag; Procter&Gamble; Unilever; Johnson & Johnson; Beiersdorf Nivea. Od brendova iz niže cenovne kategorije treba pomenuti turski Kimby Co d.o.o(Fresh, Cool, Floral) i Fax i Duru iz asortimana turske fabrike Evyap. Henkel Ag zauzima i značajno mesto kao domaći proizvođač (Merima Kruševac), tu je i Albus Novi Sad sa glicerinskim sapunom i u tragovima Brixol Vršac. Srbija izvozi najviše u zemlje regiona (BiH). Ako uzmemo u obzir da je očekivana potrošnja veoma bliska uvozu možemo izračunati da je **vrednost tržišta čvrstih sapuna u Srbiji 33,8 mil Eura.** (6445t x 1000kg x 615,00).

		Период	Земља		Врста податка					
Индикатор	Производ	Период	2016		2017		2018		2019	
		Земља	Све земље		Све земље		Све земље		Све земље	
		Врста податка	Количина, у тонама	Вредност у хиљадама УСД	Количина, у тонама	Вредност у хиљадама УСД	Количина, у тонама	Вредност у хиљадама УСД	Количина, у тонама	Вредност у хиљадама УСД
Извоз, по производима НССТ	554 - Сапуни, препарати за чишћење		90288.8	124631.0	93290.8	139566.1	106744.3	195393.6	113848.4	224467.8
	5541100 - Сапун у облику комада за тоалетну употребу		2472.3	4004.3	3220.0	4679.8	4006.7	5799.7	6412.0	8989.6
	5541500 - Сапун у облику комада за остале употребе		229.4	414.4	151.4	337.8	213.2	785.3	365.1	1148.2
	5541900 - Сапуни у осталим облицима		510.8	444.0	515.8	406.9	624.1	513.5	577.4	500.0
Увоз, по производима НССТ	554 - Сапуни, препарати за чишћење		104177.4	137988.9	105239.9	148545.6	112885.4	180726.1	113900.0	178825.8
	5541100 - Сапун у облику комада за тоалетну употребу		5911.7	12184.4	5713.5	12885.6	6414.6	15094.8	6445.5	14610.8
	5541500 - Сапун у облику комада за остале употребе		628.3	1402.9	712.9	1680.8	1251.7	3092.2	1372.1	2967.8
	5541900 - Сапуни у осталим облицима		1399.7	2690.6	1496.8	2797.3	1745.2	3072.8	1947.2	2498.5

Tržište handmade i organskih sapuna

U prethodnoj deceniji 21.veka ideja o sredstvima za higijenu, koja su ručno rađena od biljnih ulja bez sintetičkih dodataka i konzervansa, bila je veoma popularna i u jednom momentu je izgledalo da će se uspešno realizovati . Prelomna tačka, u kojoj je hemijska industrija ostala kao vodeći proizvođač sredstava



za higijenu je usitnjenost malih proizvođača, visoka cena, nedovoljna produkcija i nedostupnost eko proizvoda za prosečnog kupca. Tako su **ekološka sredstva za higijenu** postala **elitistička**. Dr. Bronner's Magic Soaps, Forest Essentials; L'Occitane International S.A.; Pangea Organics Inc.; Sundial Brands; The Body Shop International Limited; Lush Uk povremeno se pojavljuju na našem tržištu, ali zbog visoke cene proizvoda ne ostvaruju očekivanu dobit te su ispraćeni sa skromnom marketinškom aktivnošću. Lush Uk i L'Occitane International S.A već su dva puta dolazili i napuštali naše tržište. Povremeno se pojavljuju i handmade proizvođači iz Rusije i Turske.

Domaći proizvođači

U domaćoj konkurenciji, uprkos pojavi mnogobrojnih malih radionica, još se nije definisao lider u proizvodnji eko sapuna. Tako da je tržišna niša za proizvodnju ovog proizvoda još uvek nepopunjena. Najverovatnije da su u pitanju faktori koji limitiraju povećanje produktivnosti a to su : ručna izrada, proizvodni kapaciteti, nedovoljna tehnološka znanja, nedovoljna obučenost uz odsustvo želje za umrežavanjem, visoki ulazni autputi. Zbog svega ovoga u ponudi velikih tržišnih sistema nalaze se, i to sporadično, samo dva ozbiljnija domaća proizvođača . Njihova ponuda nije ispraćena skoro nikakvim marketinškim aktivnostima te je proizvod prepušten sam sebi u borbi sa svetskim brendovima. Najznačajniji domaći proizvođači visoke i srednje klase su :

- Sofi sapuni 380,00/130gr.(trenutno su u tranziciji i prelaze u kozmetiku);
- Althea i All me 375,000/75gr relativno mlade firme, pred kojima je još otvoren izazov opstanka,
- kao i dve firme koje su formirale nižu cenovnu kategoriju handmade sapuna Eco produkt iz Mionice 99,00/100gr i
- sapuni Zeljković iz Kikinde 110,00/100gr., koji su sada u tranziciji vlasništva sa oca na kćerke. Postoje tu još mnogo malih proizvođača od kojih su neki ozbiljni i odgovorni ali ne mogu zadovoljiti potrebe tržišta kao i oni koji se ponašaju populistički i neodgovorno prema branši i kupcima.

Ovi nedostaci domaćih proizvođača eko sapuna idu u korist našoj zamisli za stvaranje mreže socijalne franšize BIO IDEA. Ujednačenim tehnološkim procesima, centralizovanom nabavkom sirovina, uvođenjem reciklažne proizvodnje, kontrolisanim kvalitetom, zanimljivim dizajnom i povoljnom cenom uz promociju FER TRADE proizvoda velike su šanse da preuzmemo mesto lidera u proizvodnji eko sapuna. Naravno da ćemo u svojoj marketinškoj strategiji promovisati društveno odgovorno poslovanje velikih korporacija koje će nam pomagati u pozicioniranju naših proizvoda u njihovim prodajnim objektima radi opšteg cilja kojeg želimo postići: održivog i ravnomernog razvoja.

Marketing mix i brend BIO IDEA handmade soap

Zašto smo odabrali BIO SAPUNE

IDENTIFIKOVANJE PROBLEMA (ekološki, ekonomski, socijalni, zakonodavni aspekt): Sintetička sredstva za ličnu i higijenu prostora često sadrže konzervanse, veštačke mirise kao i ftalate, parabene, triclosan isl. koji izazivaju alergije na koži, a dugotrajnim taloženjem u organizmu kod nekih ljudi izazivaju bolesti. Ova sredstva putem otpadnih voda dospevaju i do reka gde narušavaju biodiverzitet voda i izazivaju „cvetanje „ reka i jezera. Povećanom potrošnjom ovih proizvoda pospešuje se i proizvodnja hemijske industrije koja se zasniva na ograničenim prirodnim resursima, transportu proizvoda do kupca, velikoj količini ambalaže,što sve dovodi do povećane emisije gasova sa efektom staklene bašte i zagušenja deponija.



BIO IDEA se zalaže za racionalno korištenje prirodnih resursa, za smanjenje emisije gasova koji uzrokuju klimatske promene, za čistu i dostupnu vodu, za zdravlje ljudi i zaštićenu životnu sredinu koju možemo ostaviti narednim generacijama. **Želimo aktivirati pojedince u lokalnim zajednicama da svojim delovanjem i pozitivnim promenama u načinu života doprinesu smanjenju količina štetnih materija koje narušavaju biodiverzitet voda, GHG gasova i prekomerne potrošnje koja stvara gomile otpada i zagušuje deponije.**

Problem koji smo identifikovali rešavamo u skladu sa načelima našeg delovanja, društvenim aktivizmom i jednostavnim i dostupnim metodama. Krenuli smo da besplatno obučavamo nezaposlene žene a zatim i druge ranjive grupe da **proizvode ekološke sapune hladnim postupkom**, umrežavanjem stvorili smo jednu održivu poslovnu zajednicu.

BIO IDEA kao neprofitna organizacija pomaže mreži Socijalne franšize da se razvija i opstane na tržištu, jer proizvodnjom ekoloških sredstava za higijenu štitimo zdravlje ljudi i doprinosimo očuvanju životne sredine.

Ostvarujemo postavljene ciljeve:

- Socijalne (da omogućimo posao za teže upošljive kategorije stanovništva; da stvorimo socijalnog preduzetnika, da organizujemo samoodrživu i stabilnu socijalni frašizu zasnovanu na solidarnosti, jednakosti i uvažavanju različitosti; da javno zastupamo i uspostavljamo dijalog sa donosiocima odluka radi trajnog poboljšanja i kvalitetnih promena u životu ranjivih grupa stanovništva
- Ekološke (proizvodnja koja ne zagađuje okolinu niti doprinosi povećanju globalnog zagrevanja; ekološki proizvod koji je bio razgradljiv , ekološki proizvod koji ne narušava zdravlje čoveka, mogućnost upotrebe sirovina iz reciklaže ; mogućnost korištenja neiskorištenih resursa (divlje lekovito bilje područja gde je radionica i sl)
- Ekonomske (Količinu, Kvalitet, Kontinuitet, Konkurentnost,Prepoznatljiv brend, Održivost)

Uspeli smo animirati ljude u lokalnim zajednicama jer smo im ponudili jedno lepo, korisno i ekološko rešenje BIO SAPUNE.





Naš finalni proizvod je eko sapun u čvrstom stanju, koga smo zamislili kao podsticaj za ekološku osvešćenost korisnika sapuna. Karakteristika sapuna je atraktivan, prirodan izgled, te razni negujuć, omekšavajuć, stimulirajuć, opuštajuć, protuupalni i regenerišući efekti na na kožu.

Asortiman proizvoda prilagodili smo tržišnim zahtjevima. Istaživanjem tržišta, koje smo stalno dopunjavali tokom 9 godina koliko samo na tržištu, definisali smo paletu proizvoda koja se sastoji od :

Palete proizvoda namenjenih ličnoj potrošnji

- BIO SAPUNA sa kozijim mlekom
- BIO SAPUNA sa shea butterom
- BIO SAPUN sa lekovitim biljem
- BIO SAPUN dizajniran za lične poklone

Palete proizvoda namenjenih veleprodaji

- BIO SAPUNI za velike distributivne sisteme
- BIO SAPUNI za poznate naručioce /Privatne marke
- BIO SAPUNI za hotele, korporacije, poklone

Ova ponuda je fleksibilna tj. ona se prilagođava u skladu sa veštinama određene franšizne radionice i potreba kupaca jer kupci najčešće traže potpunu paletu proizvoda, želeći svesti nabavku ekoloških sredstava za higijenu na nekoliko proverenih proizvođača. U prilogu 1. KATALOG PROIZVODA prikazana je paleta proizvoda BIO IDEA sapuna, koja se naravno proširuje u skladu sa potrebama tržišta.



Proizvod koji je najviše zastupljen u prodaji je BIO SAPUN sa kozijim mlekom Bebi njegova cena je usklađena sa cenama konkurencije na tržištu i iznosi 99,00/60gr i BIO SAPUN sa kozijim mlekom piling 155,00/70gr. Međutim naš proizvod je višeg nivoa kvaliteta i morali smo smanjiti gramažu da bismo postigli prag isplativosti. Kupci su prihvatili ovaj odnos i proizvod se nalazi na tržištu – bez i jedne reklamacije 8 godina.

Sapuni sa shea buterom i lekovitim biljem pripadaju višoj cenovnoj klasi i njihova cena je 300,00/70gr. Ovi sapuni su najprodavaniji na našem prodajnom mestu u TC Stadion gde se prodaju u rifuznom pakovanju te tako i mi i mušterije štedimo na pakovanju i ne stvaramo nepotreban otpad.





BIO SAPUN dizajniran za lične poklone je proizvod koji donosi najveću dobit jer je rađen za posebne namene, pakovan je sa pažnjom i nastojimo da ima što više ličnih elemenata. Serije ovih sapuna su male i često imaju potpuno nov dizaj. BIO IDEA se upravo po ovim proizvodima razlikuje od konkurencije. Ovu liniju proizvoda nameravamo razvijati sa posebnom pažnjom jer je u Evropi primetan porast prodaje sapuna za poklone. Njegova cena ide od 300-700,00//100-150grkom u zavisnosti od pakovanja. Nekada se može cena odrediti i prema dizajnu, jer često je kupcu to okidač za kupovinu.



BIO SAPUNI za korporativne poklone su stalni i redovni izvor prihoda za mrežu jer društveno odgovorne kompanije svoje marketinške rezerve na kraju godina potroše upravo na ovakve poklone. Ove godine se nadamo da će upravo sapun biti pravi novogodišnji poklon. Cena ovih sapuna je od 250-300,00 za sapun sa brendiranom kutijom.



Jedan od razloga zašto možemo raditi ovako široku paletu proizvoda je i uspostavljen **dobar poslovni odnos sa nekoliko dobavljača sirovina i repromaterijala**. Izdvajamo : Interalis doo Beograd; RavagoChemicals doo Beograd; Comcen doo; Pharmanais doo; Aroma Kruševac doo i mnoge druge.

Naš najvažniji **kanal distribucije** su specijalizovane prodavnice kao i naše ostrvo prodaje u TC Stadion, drugi kanal koji želimo razvijati je internet prodavnica jer se do sada ova vrsta prodaje odvijala preko društvenih mreža. Saradnja sa velikim sistemima nije uvek povoljna pa je zato koristimo samo onda kada imamo posebne komercijalne ugovore koji nam omogućavaju povoljniju poziciju što se tiče naplate proizvoda.

Segmentaciju tržišta napravili smo na osnovu potreba naših targetiranih kupaca. **Naši kupci su 80% žene** u dobi od 17-80 godina, koje odlučuju u porodici o nabavci proizvoda za higijenu i koje, kao bake, majke, sestre, prijateljice, brinu o svom i zdravlju svojih najdražih. Čak i kada su u pitanju donosioci odluka u korporacijama naša ciljna grupa su žene, jer one sa više razumevanja shvataju naš koncept organizovanja i rada.. Prema njima se usmerava i kompletna marketing strategija. Ponudili smo im:



- Sapune od prirodnih sirovina koji rešavaju probleme osetljive, problematične i kože sklone alergijama
- Sapune od prirodnih sirovina, izuzetnog dizajna, kao prigodne poklone
- Brendirane sapune za korporativne poklone, koji odražavaju društveno odgovorno poslovanje

Na osnovu ovih grupa određujemo i bihejvioralnu segmentaciju koja nam pomaže da lakše odredimo plan proizvodnje tokom godine.

Swot analiza

Naš proizvod ima dodatnu vrednost, koja omogućava dugoročnu saradnju i zadovoljstvo svih aktera u procesima : nabavke, proizvodnje, prodaje i upotrebe.

SWOT analiza BIO IDEA sapuni

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • patentirani recepti i procesi • poznavanje sapuna; isprobane odlične ideje • inovativni proizvodi i procesi • spremnost za isprobavanje novih stvari- sapuni sa "lekovitim" svojstvima; sapuni od recikliranog jestivog ulja • prepoznatljiv dizajn kojeg je teško kopirati • veliki izbor i širok asortiman • kupac kupuje više-vezana prodaja • impresivno-kvaliteta proizvoda je visoka i cijenjena • ekološka ambalaža • rifuzna prodaja • dugoročna saradnja sa stejkolderima • mreža radionica solidarno pomaganje 	<ul style="list-style-type: none"> • previše kontrole nad distribucijom • previše ideja-pokušaja • previše stvari-bez strateškog plana / fokusa-adhoc akcija / - • nestalne narudžbe / serije / veličine-struktura troškova • udaljenost radionica /prostorna razjedinjenost • izvor materijala-novaca / • Kvalitet proizvoda – nema kompromisnih troškova • Zahtevna estetika sapuna i etiketiranje
Mogućnosti	Pretnje
<ul style="list-style-type: none"> • Mogućnost/prilika-ušteda troškova kroz implementaciju sistema reciklažnog ulja poboljšanje procesa (do 30%) • povećati maržu smanjenjem proizvodnje zahtevnih oblika • fokus poslovne strategije, tj. proizvodnja +outsourc marketing • Promocija kroz projekat Izazov bio othead • izvozne mogućnosti / inostrano postrojenje BiH • potencijal za prodaju radi Corona virusa /neophodnosti pranja ruku • lekovita svojstva lekovitog bilja koji se dodaju u sapune • kupovina za određenu svrhu • za tu svrhu-stvoriti novi asortiman proizvoda • objediniti postojeći asortiman proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> • Visoko konkurentno okruženje konvencionalnih sapuna- hiperprodukcija • Cene sličnih proizvoda • Nelojalna konkurencija /Povreda intelektualnog prava • Mora se brže rasti brzo rasti, inače zaostajemo • Povećanja cena - nadnice, troškovi materijala, gorivo / vozarina, struja, osiguranja • Kontrola franšiznih radionica, dobro delegirajte • Cene su fiksne i male marže,

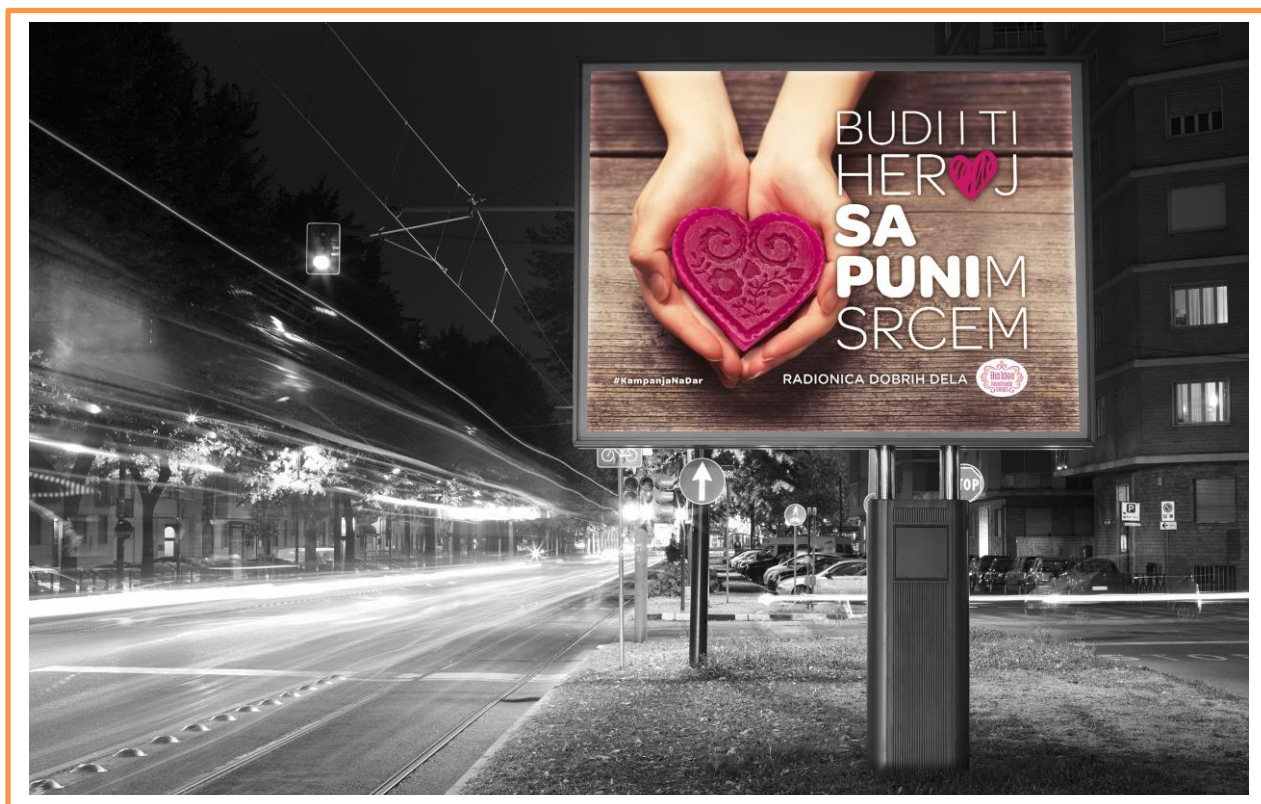


Naši organizacioni ciljevi su da :

- Imamo dobar i kvalitetan proizvod koji je lako dostupan kupcima;
- Uspostavljanjem saradnje sa svim stakeholderima u zajednici i adekvatnom promocijom nastojimo da prodamo ono što napravimo;
- Fokusiranjem na kupce i njihove potrebe nastojimo da uspostavimo povratnu vezu koja nam omogućava korekcije u marketinškom nastupu kada je to potrebno
- Svi akteri ovog procesa su svesni doprinosa koji daju zaštiti životne sredine i održivog razvoja
- Omogućimo održivost mreže BIO IDEA socijalne franšize i njeno skaliranje

OVAKO postavljena poslovna filozofija pomaže ostvarivanju ciljeva naše organizacije i iz nje proizilazi i *MARKETING STRATEGIJA* koju smo pripremili za period oktobar 2020/oktobar2021.

Poruka za marketing kampanju:



Marketing strategija za poslovnu ideju „***Ubrzavanje cirkularne ekonomije***“

BIO IDEA za održivi razvoj je neprofitna NVO organizacija. Za opstanak rast i razvoj naše organizacije neophodno je da imamo mogućnost za ostvarivanje svrhe našeg delovanja, kojom nastojimo da doprinesemo ostvarivanju ciljeva održivog razvoja :

- smanjenju siromaštva,
- demokratskom upravljanju,
- izgradnji mira,
- smanjenju negativnog uticaja klimatskih promena i
- ekonomske nejednakosti.

Održivost našoj organizaciji i članicama mreže, omogućava privredna delatnost ručne izrade BIO SAPUNA.



Nastojimo da kroz razvoj ove delatnosti rešavamo izazove koje pred nas postavlja vreme u kome živimo, izazove u oblasti zaštite životne sredine i održivog razvoja.

Za „Izazov za upravljanje bio-otpadom“ imamo veoma jednostavan odgovor: pružiti mogućnost domaćinstvima da pre namere ili donošenja odluke o bacanju bio-otpada imaju izbor i rešenje za kreativnu ponovnu upotrebu otpadnih jestivih ulja. Okvirna direktiva o otpadu kao i Zakon o upravljanju otpadom RS u hijerarhiji upravljanja otpadom na prvo mesto stavlja prevenciju, a zatim i pripremu za ponovnu upotrebu i reciklažu.

Projekat predstavlja inovativno i kreativno rešenje posude za odlaganje upotrebljenog jestivog ulja u domaćinstvima, koja omogućava sakupljanje i ponovnu upotrebu ulja za izradu novog ekološkog proizvoda, domaćeg sapuna. Posebna vrednost projekta je da se realizuje na baznoj platformi upravljanja otpadom (prevenciji i ponovnoj upotrebi za drugu namenu) unapređujući sistem upravljanja otpadom novim načinom razmišljanja i delovanja proisteklim iz shvatanja cirkularne ekonomije. Ljudima treba dati mogućnost da razmišljaju na cirkularan način.

Povezivanjem rešenja projektnog zadatka sa našom delatnošću, omogućavamo zajednicama u kojim provodimo projekat da plastičnije, na konkretan način, vide jednostavna rešenja koja sami mogu primeniti. Ujedno, podižemo svest o veličini problema BIO OTPADA, kojeg generišemo više nesvesnim i donekle neodgovornim ponašanjem. Ako damo ljudima gotova rešenja koja mogu primeniti u dva poteza, sakupljanjem i upotrebom za novi proizvod ili predajom nadležnim za komunalni otpad, u 70% slučajeva možemo očekivati promenu loših navika i doprinos smanjenu bio-otpada od jestivih ulja iz domaćinstava.

Kao rešenja dajemo lepu i funkcionalnu posudu i predstavljamo lepe i mirisne, u doba Corona virusa veoma korisne, BIO SAPUNE. Kompletno rešenje izazova bio-otpada je postavljeno na platformi društvenog aktivizma i podizanja svesti o održivom razvoju svih u zajednici sa posebnim naglaskom na podršku za ranjive grupe.



Ovako postavljeno rešenje projektnog zadatka sa afirmativnim, lepim i pozitivističkim stavom prema životnoj sredini i zdravlju ljudi je **MARKETING strategija sa kojom želimo povećati vidljivost naše poslovne delatnosti, rada našeg udruženja i nastojanja da Srbija u ovoj oblasti što pre da konkretan doprinos ostvarivanju ciljeva Agende 2030.**

Ova marketing strategija u sebi sadrži:

- **targetirano tržište**

Projekat „Ubrzavanje cirkularne ekonomije“ se odvija na dve lokacije u Opštini Sjenica i Gradu Beogradu u periodu od druge polovine oktobra 2020. do septembra 2021



- **prilagođen marketing mix**

Uključivanjem stanovnika lokalnih zajednica u rešavanje ekoloških problema, pružanjem usluge obuka i edukacije, promoviramo ekološki sapun koji je neophodan u borbi protiv širenja pandemije Covid 19, veoma povoljne cene jer nastaje reciklažom u lokalnoj zajednici.

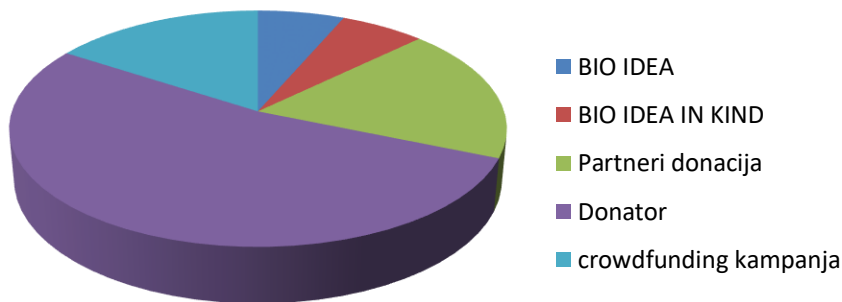
- **strategiju pozicioniranja**

Osnovni element pozicioniranja je odnos potrošača prema proizvodu, odnosno njihov utisak i motivacija prilikom kupovine proizvoda. Mi verujemo da ćemo u direktnoj komunikaciji sa 2000 korisnika projekta, i viralnim širenjem među njihovim prijateljima i poznanicima brend BIO SAPUNA pozicionirati kao brend od poverenja koji na jednostavan i prirodan način rešava probleme.

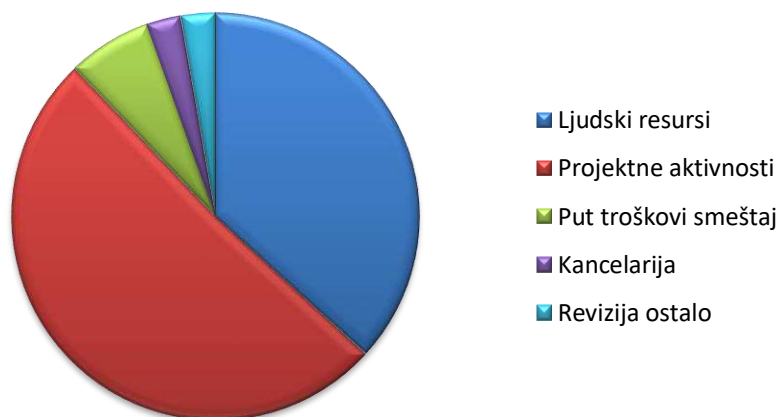
Plan ulaganja i program finansiranja

Ukupna vrednost budžeta za finansiranje projektnih aktivnosti iznosi 94.505 USD. Aplikant iz sopstvenih izvora finansira deo aktivnosti novčanim iznosom od 6.134 USD a delom IN KIND doprinosom u iznosu od 6.000 USD. Partneri na projektu doniraju 17.420 USD, a putem crowdfunding kampanje i podrške zajednice finansiraju se aktivnosti do 15.000 USD.

PLAN ULAGANJA



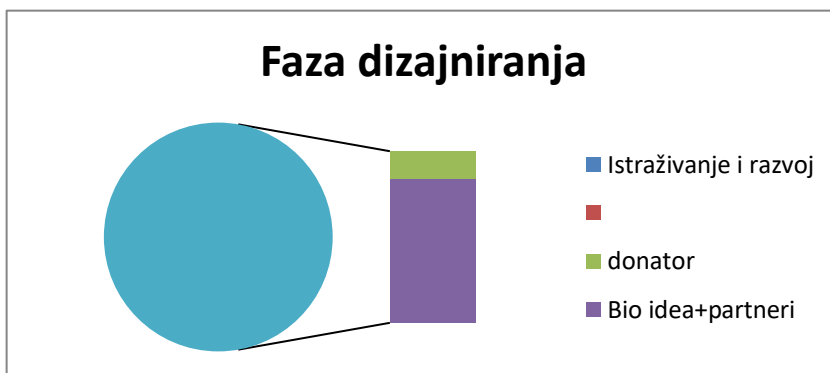
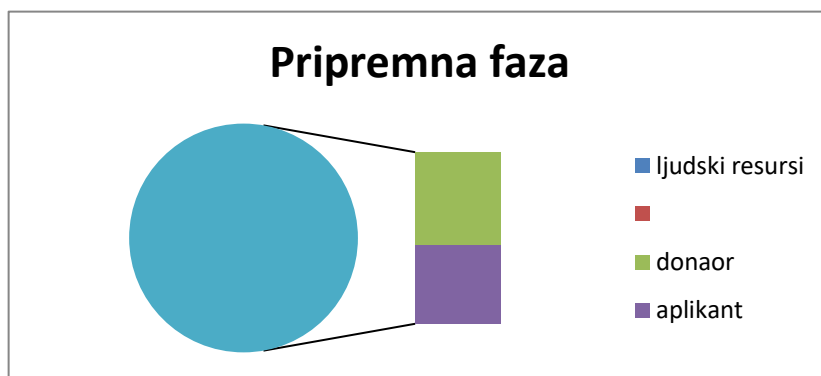
PROGRAM FINANSIRANJA





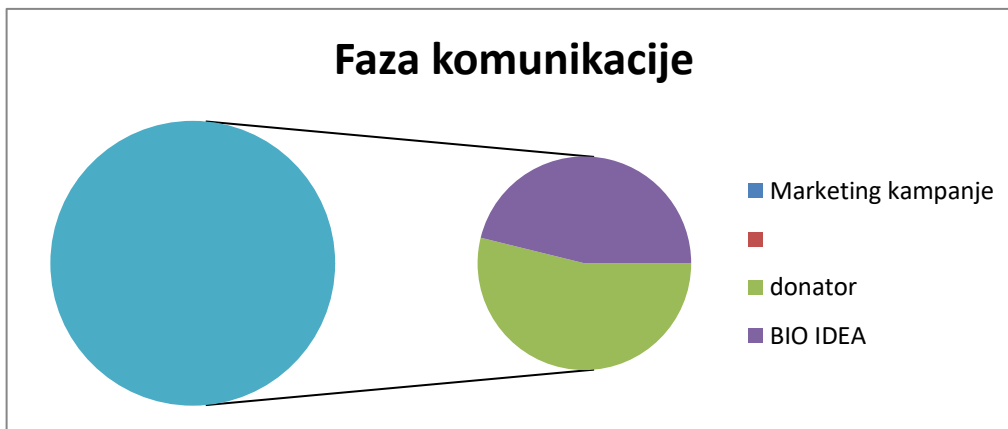
Budžet koji nam je potreban za finansiranje poslovne ideje „Ubrzavanje cirkularne ekonomije“ usmerava se na glavne aktivnosti projekta koje su podeljene na 4 faze :

1. Faza pripremnih aktivnosti (Pripreme aktivnosti na nivou projektnog tima, plan komunikacije i plan realizacije);
2. Faza dizajniranja (Istraživanje i razvoj);
3. Faza produkcije (Izrada posude, realizacija radioničkih obuka, izrada internet platforme, realizacija marketing kampanje;
4. Faza komunikacije sa A) korisnicima, javnošću, stejkholderima , B) donatorima Faza izveštavanja finansijskog i narativnog





Faza komunikacije



Komunikacione aktivnosti:

BIO IDEA odabrala je nekoliko strategija promocije projekta „Ubrzavanje cirkularne ekonomije“ 2020/2021. Uz društvene mreže kao najvažniji kanal promocije projekta i dešavanja vezanih za podelu posuda za prikupljanje otpadnih jestivih ulja , udruženje planira saradnju sa štampanim medijima i radio i TV stanicama u Sjenici i Beogradu. Putem web stranice projekta povezaćemo sve učesnike kojima ćemo dati mogućnost da ostavljaju i kratke komentare, kako bismo imali interaktivan odnos sa svim učesnicima projekta u Sjenici i u Beogradu. Prenosićemo uživo neke od radionica ili snimati praktične odgovore na postavljena pitanja u vezi tehnologije izrade sapuna od otpadnog jestivog ulja.



Osim službenih kanala promocije udruženje će nastojati da putem saradničkih udruženja, koja deluju širom Srbije, proširi informacije o samom projektu. Naravno da su u prvom planu Grad Beograd i region Sandžaka, ali putem online obuka možemo dopreti i do daleko većeg broja zainteresovanih i samim tim povećati vidljivost projekta i poslovne delatnosti mreže BIO IDEA sapuna. Naša stranica na Facebook-u broji oko 7000 prijatelja/ica.

Ankete, kao jedna od komunikacionih aktivnosti, se sprovode tokom celog trajanja projekta. Kako bismo mogli uraditi procenu stanja o nivou informisanosti stanovništva u vezi sa pravilnim odlaganjem otpada i primarnom selekcijom otpada. Ove ankete istovremeno predstavljaju aktivnost podizanja svesti o važnosti reciklaže, pravilnog tretiranja čvrstog otpada i zaštite životne sredine u celini. Takođe, na ovaj način se promoviše i pomoć UNDP-a u oblasti zaštite životne sredine, proizvodi BIO IDEA socijalne franšize i rad udruženja BIO IDEA za održivi razvoj.



Održivost projekta „Minimizacija stvaranja gasova staklene bašte“

U zajednici u kojoj živimo i radimo nastojimo da doprinesemo održivosti. Često se stvari pojednostavljuju preko svake mere pa se održivost tumači kao opstanak ili širenje, a ne kao balans između rasta i razvoja. Mi smatramo da je neophodno sprovesti aktivnosti na podizanju svesti građanstva o posledicama promene klime u narednom periodu i važnosti preventivnog delovanja. Analitičar zaštite životne sredine, koji sudeluje u pripremi predloga projekta, utvrdio je da prosečno domaćinstvo u Srbiji može da za svoje higijenske potrebe od svog otpadnog ulja napravi 40,19 kg sapuna što je ekvivalent uštedi od 144,68 kg CO₂. Ako podelimo cenu koštanja posude za prikupljanje ulja sa količinom koju je uštedela dobijamo da smanjenje 1 kg CO₂ sa našom inovacijom košta 4,08 din.

Otpadna ulja iz kuhinje najčešće se bacaju u kanalizaciju gde se odvija jedan proces veoma sličan procesu saponifikacije u kojem sem ulja učestvuju i drugi otpaci kao što su papiri, pelene isl. Na ovaj način nastaju veliki bregovi otpada koji postaju jedna celina u svetu poznati pod nazivom „Fatberg“. On zapušava kanalizacione otvore te mora biti izvađen i otpremljen na deponije. Svaki deo fatberga u jednom trenutku će biti razgrađen, biološkim putem, sagorevanjem, kombinacijom biološke razgradnje i tihe oksidacije. Na svaki kg ulja koji se uštedi (upotrebi dva puta, jednom kao ulje, jednom kao sapun) količina ugljen-dioksida smanjiće se (tačnije neće se proizvesti) za 2,8kg, aproksimacije su bile neophodne jer hemijski sastav ulja nije fiksiran.

Pored toga treba napomenuti da međuproizvodi nisu uzeti u obzir, pa je tako nemoguće odrediti koji će deo ugljenika preći u metan pre nego što postanje ugljen-dioksid, a metan izaziva veći efekat staklene bašte od ugljen-dioksida. Metan takođe može nastati i iz materija koje nisu uljanog porekla, a mogu se naći u fatbergu.

Industrijski proces proizvodnje sapuna i deterdženata i njihov štetan efekat pošto nije fiksiran takođe je zanemaren u računici. Dužina puta koji se prelazi zbog transporta i način nastanka međuproizvoda nisu uvek isti.

Na kraju može se zaključiti da je 2,8kg ušteda na proizvodnji ugljen-dioksida prevencija otpada od jednog kg ulja, samo osnova za nadogradnju.

Istraživački rad „Carbon and water footprint analysis of a soap bar produced in Brazil by Natura Cosmetics“ napominje da je ugljenični otisak za sapun od 450 grama, 750g CO₂e. Proporcijom to je ekvivalent 1666g ugljen dioksida po kg sapuna. Najveći deo tog otiska poreklom je iz poljoprivrede i industrijske proizvodnje (84%, 1399.4g CO₂e), te deo odsustva tog otiska mogao da se pridoda onim 2800g CO₂e čije se ispuštanje iz ulja nije desilo. Što znači (prema podacima iz istraživačkog rada i proračuna) da je ukupna ušteda GHG nije manja od oko 3600g CO₂e posle saponifikacije po kg sapuna, može se menjati zavisno



od toga da li je sapun glicerinski, ili nije i da li se koristi natrijum, ili kalijum koji ima veću masu (podaci o saponifikaciji se nalaze u samom istraživačkom radu, 611g CO₂e po kg sapuna proporcijom).

Ako se glicerol ostavi u sapunu masa sapuna će se povećati 1,14 puta u odnosu na masu ulja (ako se radi natrijumski sapun). Prosečno domaćinstvo troši 38,5 litara ulja godišnje, što je 35,37 u kilogramima, kada se pomnoži sa gustinom ulja suncokreta. To daje 40,19 kg sapuna. 144,68kg je godišnja ušteda CO₂e./domaćinstvo Posuda košta 590 dinara i pod pesimističnom prognozom da će se odložiti kada se projekat završi daje da GHG ušteda od 1kg CO₂e košta 4,08 dinara. tj. 590RSD/144,68kg. Treba napomenuti da se taj poduhvat isplati zato što se štedi i na sirovinama za proizvodnju sapuna.

Uštede i održivost u domaćinstvima koje projekat inicira vezane su i za korist koje će domaćinstva imati ako otpadna ulja ne baca u odvođe sudopera, tako što će sprečiti zagušenja i popravke čija cena ide i do 70 USD.

Finansijska održivost projekta zasniva se na prodaji sapunima koji će biti proizvedeni u prostorijama JKP Vrela iz Sjenice tokom trajanja projekta. Planiramo da prikupimo 1400l ulja, što bi značilo da smo animirali za period trajanja projekta 1400 domaćinstava koja su prikupila po jedan litar ulja. Planirali smo da od ove količine ulja napravimo 6000 kom sapuna koji bi, nakon dobijanja potvrde o zdravstvenoj ispravnosti, bili distribuirani kroz kanale prodaje BIO IDEA sapuna do krajnjeg kupca. Preporučena cena ovog sapuna je od 1,5 USD / 100gr do 2 USD/100gr u zavisnosti od dodataka za piling i sl.

Analiza praga rentabilnosti za BIO SAPUN od recikliranog ulja (suncokretovo) za 1000kom/mesec	
BIO IDEA za održivi razvoj 2020/2021	
Prodaja izraženo USD	
Prodajna cijena po jedinici	1,50
Obim prodaje po periodu (mesec/jedinica)	1.000
Ukupna prodaja:	1500 USD
Varijabilni troškovi	
Direktni materijal po jedinici (ovo je otpadno jestivo ulje i cena je određena na osnovu utroška NaOH koji pokreće proces saponifikacije)	0,05
Isporuka po jedinici (troškovi transporta do mesta prodaje u TC Stadion+ troškovi dostave za online prodavnicu)	0,03



Ostali varijabilni troškovi po jedinici (pakovanje isl.)	0,1	
Varijabilni troškovi po jedinici	0,18	
Ukupni varijabilni troškovi		180 USD
Marža po jedinici	1.32	
Bruto marža		1320 USD
Fiksni troškovi po periodu		
Deo za troškove plata u prodaji	500	
Zakup (Ugovor o zakupu sa TC stadion 60 USD +on line prodavnica 40USD)	100	
Ostali fiksni troškovi knjigovođa	50	
Ukupni fiksni troškovi po periodu		650 USD
Neto profit		670 USD



Analiza obima prodaje, određivanje praga rentabilnosti

1.	0	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000
2.	1,50	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
3.	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650
4.	0	18	36	54	72	90	108	126	144	162	180
5.	650	668	686	704	722	740	758	776	794	812	830
6.	0	150	300	450	600	750	900	1050	1200	1350	1500
7.	650	518	386	254	122	10	142	274	406	538	670

1. Obim prodaje po periodu (jedinica)
2. Prodajna cijena po jedinici
3. Fiksni troškovi po periodu
4. Varijabilni troškovi
5. Ukupni troškovi
6. Ukupna prodaja
7. Neto profit (gubitak)

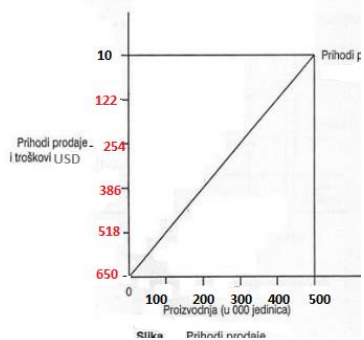
MTR = mrtva tačka rentabiliteta (prag rentabilnosti)
 UFT = ukupni fiksni troškovi
 UVT = ukupni varijabilni troškovi
 OUP = odgovarajući nivo ukupnog prihoda

$$MTR = \frac{UFT}{1 - \frac{UVT}{OUP}}$$



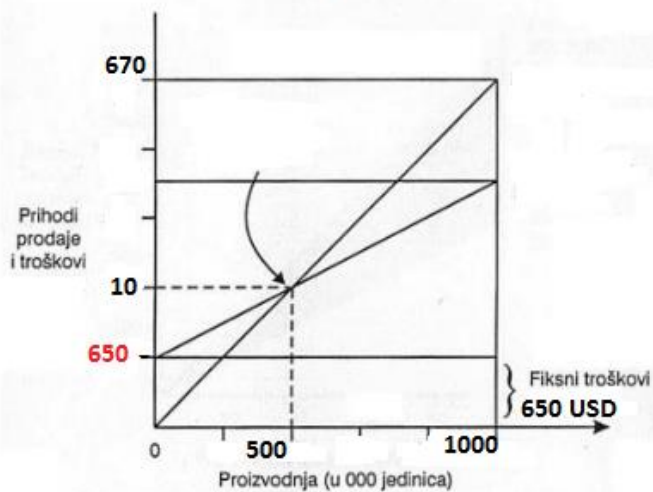
PRIHODI PRODAJE

BIO SAPUN reciklirano ulje



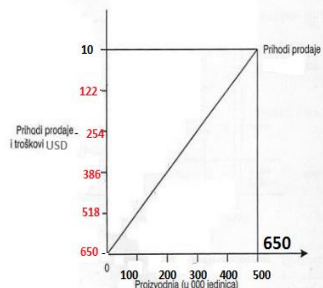
BIO SAPUN reciklirano ulje

Prag rentabilnosti



Fiksni troškovi

BIO SAPUN reciklirano ulje





Na osnovu urađene analize praga rentabilnosti za prodaju sapuna od recikliranog ulja, urađenih u prostorijama JKP Vrela Sjenica, utvrdili smo da je prag rentabilnosti prodaja 500 kom mesečno što je na našem prodajnom mestu u TC Stadion i online prodaji na društvenim mrežama gde imamo oko 7000 vernih pratilaca, veoma izvesno. Zbog toga smo se odlučili da planirana mesečna prodaja bude 1000 kom. Održivost projekta je zasnovana na prodaji 6000 kom sapuna i obezbeđivanju sredstava u iznosu **od 4020 USD**. Ova sredstva omogućavaju nastavak projekta uz dodatnu mogućnost da se posuda za prikupljanje otpadnih ulja u sledećoj godini plasira kao proizvod. Posude bi bile ponuđene kompanijama koje gaje uljarice i proizvode jestiva ulja, kako bi ih mogli u svojim marketinškim kampanjama koristiti za promociju svojih brendova uz potpuno iskazivanje društveno odgovornog ponašanja.

Projektni tim.

Članovi projektnog tima (sem administratora) imaju zajedničko iskustvo na sprovođenju projekata iz oblasti socijalnog preduzetništva i cirkularne ekonomije. Najmlađi član je analitičar zaštite životne sredine sa kojim saradjujemo u zadnje dve godine, ostali imaju saradnju od 7-10 godina.

Funkcija u timu	Ime i prezime	Radno iskustvo
Koordinator tima	Sanida Klarić dipl. Filolog; dipl bibliotekar master; Filozofski fakultet Sarajevo	Institut za metalurgiju RMK Zenica; PR i Brend Menadžer Dahlia AD; dir. Komercijalnog sektora Kemobrixoil Vršac; dir Kutjevo&Brič; osnivač i CEO BIO IDEA
Koordinator za istraživanje i razvoj	dr. Fiz.hemije Stevan Blagojević ; Fakultet fizičke hemije Beograd	Institut za fizičku hemiju, istraživač; rukovodilac laboratorije za deterđente; direktor IOFH Beograd
Anaitičar za ZŽS	Dino Muhović ; analitičar zaštite životne sredine master; Univerzitet Union Nikola tesla Fakultet za zaštitu životne sredine	ECO ERA doo vlasnik i direktor
Stručni saradnik socijalno/cirkularno preduzetništvo	dr. Aleksandar Gračanac; Ekonomski fakultet u Beogradu	Razvojna agencija Srbije; PKS; dekan Fakulteta za preduzetništvo Univerzitet Union Nikola Tesla
Osoba za finansije	Neven Zoraja ; dipl ekonomista turizma; Fakultet za turizam politehničke akademije	Meridijan banka; Agricol banka; 12 Points doo
Asistent koordinatora za teren Sjenice	Željko Vranić; dipl. ekonomista ; Ekonomski fakultet Beograd	JP za uređivanje građ zemljišta Sjenica; TO Sjenica
Administrator	student/kinja sa OZ	Viša SS