

#womenBOSSproject



Co-funded by
the European Union

BOSS

WOMEN IN FAMILY BUSINESSES

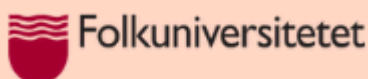


Affärsstrategier för hållbar utveckling med hjälp
av kulturarv

Arbetspaket 3

Utbildningsprogram för kvinnliga ledare i Europa Familjeföretag

2022-1-SE01-KA220-ADU-000087596



Finansieras av Europeiska unionen. De synpunkter och åsikter som uttrycks är endast upphovsmannens [upphovsmännens] och utgör inte Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kulturs (EACEA) officiella ståndpunkt. Varken Europeiska unionen eller EACEA tar något ansvar för dessa. Projektnummer: 2020-1-SE01-KA202-077922





Co-funded by
the European Union

GRÖNT ENTREPRENÖRSKAP

Innehåll:

1. Inledning

2. Tabell över färdigheter/kunskaper

3 Modul 5: Grönt entreprenörskap

3.1. Grön omställning

3.1.1. Hållbarhet

3.1.2. Hållbara företag

3.1.3. Grön ekonomi

3.1.4. Naturkapital

3.2. Gröna kompetenser

3.2.1. Greencomp-ramverket

3.2.2. Hur man länkar Greencomp och Entrecomp: Utveckla entreprenöriella kompetenser inom ramen för Greencomp

3.3. Gröna affärer

3.3.1 Nödvändigheten av innovation

3.3.2 Från linjär till cirkulär ekonomi

3.3.3 Utformning och implementering av nya affärsmodeller baserade på cirkularitetskonceptet

4. Videor

5. Slutsatser

6. Bibliografi

1. Inledning

Denna modul ger ytterligare information med särskilt fokus på gröna aspekter av entreprenörskap. Det är ett faktum att hållbarhetsfrågorna har blivit allt viktigare under de senaste åren. På internationell nivå har många politiska strategier den "gröna frågan" som huvudprioriteringar vid utformning och genomförande av aktiviteter som ska genomföras. Som en följd av detta har uppmärksamheten på grönt och hållbarhet även på entreprenörskapssidan fått ett anmärkningsvärt utrymme: inte bara nya affärsprodukter och tjänster måste ta hänsyn till denna förändring, utan även kunskap och kompetens som ska utvecklas måste anpassas till den "gröna revolution" som vi uppmanas att ta itu med. Med den här sista modulen vill vi fokusera mer på den "gröna sidan" av begreppet entreprenörskap och ge eleverna grundläggande kunskaper om hur de gröna frågorna kan införlivas i entreprenörskapsidéerna och vilka de praktiska fördelarna med det kan vara. Med utgångspunkt i detta utgör det första kapitlet en slags introduktion till de viktigaste termerna, definitionerna och teoretiska kunskaperna kopplade till de gröna ämnena: vad vi menar med "hållbarhet", "hållbar utveckling", "hållbart företagande" och sedan "grön ekonomi" och "naturkapital". I det andra kapitlet introducerar vi GreenComp-ramverket (det europeiska ramverket för hållbarhetskompetens) med dess viktigaste egenskaper i syfte att ge eleverna en tydlig bild av den officiella europeiska förståelsen av gröna kompetenser; som ett andra steg i kapitlet ger vi en jämförd visualisering med EntreComp-ramverket (det europeiska ramverket för entreprenörskapskompetens) när det gäller områden, kompetenser och deskriptorer/indikatorer, för att låta eleverna bättre förstå de två ramverken och hitta potentiella gemensamma grunder för att länka de två kompetensramarna. Det tredje och sista kapitlet är mer affärsorienterat, genom att ge praktisk information om den nödvändiga övergången från linjär till cirkulär ekonomi och sedan stödja eleverna i en steg-för-steg-process för hur man utformar och implementerar nya affärsmodeller baserade på principen om cirkulär ekonomi.

2. Tabell över färdigheter och kunskaper

Innehållet i denna modul är kopplat till BOSS Competences Framework (WP2) och kommer att ge dig inledande information och verktyg för att utveckla följande färdigheter och kunskaper:

INNEHÅLL	LÄRANDERESULTAT	
	KOMPETENS FÖR MÅLGRUPPEN	KUNSKAP FÖR MÅLGRUPPEN
Hållbarhet och hållbara företag	att kunna känna igen de viktigaste hållbarhetsprinciperna i affärsprocesserna	att ha kunskap om grunden för hållbarhet, de tre pelarna för hållbar utveckling och de viktigaste formerna för hållbara företag
Grön ekonomi och naturkapital	att kunna läsa och förstå de framtida ekonomiska trenderna enligt milstolparna i begreppen grön ekonomi och naturkapital	ha kunskap om principerna för och huvudinnehållet i grön ekonomi och naturkapital i framtida ekonomiska trender
GreenComp-ramverket	att kunna känna igen och tillämpa ramverkets kompetenser vid utformning och genomförande av personliga åtgärder som medborgare	att ha kunskap om de fyra områdena i GreenComp när det gäller kompetenser och relativa deskriptorer
Hur man kopplar samman GreenComp och EntreComp	kunna känna igen och effektivt blanda kompetensen i de två ramverken i processen för att utveckla "gröna entreprenörsåtgärder"	ha en omfattande kunskap om både ramverken när det gäller kompetenser och relaterade indikatorer/deskriptorer
Från linjär till cirkulär ekonomi	att kunna identifiera de viktigaste stegen (inklusive de kompetenser som ska utvecklas) för att göra övergången från linjär till cirkulär ekonomi	att ha kunskap om hur man kan ändra tankesättet från linjär till cirkulär ekonomi
Utformning och implementering av nya affärsmodeller baserade på cirkularitetskonceptet	att kunna tänka och utforma affärsprocesser som bygger på principerna för den cirkulära ekonomin	ha kunskap om de viktigaste typerna av och egenskaperna hos affärsmodeller som bygger på begreppet cirkulär ekonomi

3. Grönt entreprenörskap



3.1. Grön omställning

3.1.1. Hållbarhet

En av de första sakerna som måste klargöras från början när vi talar om dessa ämnen är den lilla skillnaden mellan begreppen hållbarhet och hållbar utveckling. Ofta blandas begreppen ihop och används synonymt, trots att de är så olika. En bra förklaring ges av GreenComp, det europeiska kompetensramverket för hållbarhet: "Hållbarhet beskrivs bäst som ett långsiktigt mål, t.ex. att uppnå en mer hållbar värld, medan hållbar utveckling, som ordet antyder, avser de många processer och vägar som används för att stimulera utveckling, eller uppnå framsteg, på hållbara sätt".

Hållbarhet fokuserar på att tillgodose dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov.

Hållbarhet innebär med andra ord att skapa en balans mellan ekonomiska, miljömässiga och sociala hänsyn, så att resurserna används på ett ansvarsfullt och effektivt sätt och så att alla människors behov tillgodoses, både nu och i framtiden.

Hållbarhet innebär att hitta sätt att använda resurser, som energi, vatten och råvaror, på ett sätt som minimerar avfall och föroreningar, minskar utsläppen av växthusgaser och skyddar den biologiska mångfalden och naturliga ekosystem. Det handlar också om att främja social jämlikhet och rättvisa, så att alla har tillgång till de resurser de behöver för att leva ett hälsosamt och tillfredsställande liv, och att det finns en rättvis fördelning av fördelar och kostnader i samhället. I grund och botten handlar hållbarhet om att skapa en värld där människor kan trivas, samtidigt som planeten skyddas för kommande generationer.

Hållbarhetsbegreppet består av tre pelare: ekonomi, miljö och sociala frågor.

Den miljömässiga pelaren

Miljöpelaren får ofta mest uppmärksamhet. Företagen fokuserar på att minska sina koldioxidavtryck, sitt förpackningsavfall, sin vattenanvändning och sin totala påverkan på miljön. Företagen har upptäckt att en positiv inverkan på planeten också kan ha en positiv ekonomisk inverkan. Om man till exempel minskar mängden material som används i förpackningar minskar vanligtvis de totala utgifterna för dessa material.

En av utmaningarna med miljöpelaren är att ett företags påverkan ofta inte beräknas fullt ut, vilket innebär att det finns externa effekter som inte fångas upp. De totala kostnaderna för avloppsvatten, koldioxid, markåtervinning och avfall i allmänhet är inte lätta att beräkna eftersom det inte alltid är företagen som står för det avfall de producerar. Det är här som benchmarking kommer in i bilden för att försöka kvantifiera dessa externa kostnader, så att framstegen med att minska dem kan följas upp och rapporteras på ett meningsfullt sätt.

Den sociala pelaren

Den sociala pelaren knyter an till ett annat dåligt definierat begrepp: social licens. Ett hållbart företag bör ha stöd och godkännande från sina medarbetare, intressenter och det samhälle där det är verksamt. Det finns olika sätt att säkra och upprätthålla detta stöd, men det handlar om att behandla medarbetarna rättvist och att vara en god granne och samhällsmedlem, både lokalt och globalt.

På medarbetarsidan fokuserar företagen på strategier för att behålla och engagera medarbetare, bland annat genom att erbjuda förmåner som bättre moderskaps- och faderskapsförmåner, flexibel schemaläggning samt möjligheter till lärande och utveckling. När det gäller samhällsengagemang har företagen hittat många sätt att ge tillbaka, bland annat genom insamlingar, sponsring, stipendier och investeringar i lokala offentliga projekt.

Den ekonomiska pelaren

Den ekonomiska pelaren för hållbarhet är den där de flesta företag känner att de står på fast mark. För att vara hållbart måste ett företag vara lönsamt. Med detta sagt får inte vinst trumfa

de andra två pelarna. Faktum är att vinst till vilket pris som helst inte alls är vad den ekonomiska spelaren handlar om. Aktiviteter som passar in under den ekonomiska spelaren är bland annat efterlevnad, god styrning och riskhantering.

Ibland kallas denna pelare för styrningspelaren, med hänvisning till god bolagsstyrning. Det innebär att styrelse och ledning tar hänsyn till såväl aktieägarnas intressen som till bolagets omvärld, värdekedjor och slutkunder. När det gäller bolagsstyrning kan investerare vilja veta att ett bolag använder korrekta och transparenta redovisningsmetoder och att aktieägarna ges möjlighet att rösta i viktiga frågor. De kan också vilja försäkra sig om att företagen undviker intressekonflikter vid valet av styrelseledamöter, inte använder politiska bidrag för att få behandling och, naturligtvis, inte ägnar sig åt olagliga metoder.

Hållbarhetsbegreppet enligt Europa

Ekonomisk tillväxt är inte ett självändamål. En ekonomi måste fungera för människorna och planeten. Klimat- och miljöfrågor, tekniska framsteg och demografiska förändringar kommer att förändra våra samhällen i grunden. Europeiska unionen och dess medlemsstater måste nu reagera på dessa strukturella förändringar med en ny tillväxtmodell som respekterar begränsningarna av våra naturresurser och säkerställer skapandet av arbetstillfällen och ett varaktigt välstånd för framtiden.

Agenda 2030: de 17 målen för hållbar utveckling

Agenda 2030 för hållbar utveckling, som antogs av alla FN:s medlemsstater 2015, utgör en gemensam plan för fred och välstånd för människor och planeten, nu och i framtiden. I centrum står de 17 målen för hållbar utveckling, som är en brådskande uppmaning till alla länder - utvecklade länder och utvecklingsländer - att agera i ett globalt partnerskap.

MÅL 1: Ingen fattigdom

MÅL 2: Ingen hunger

MÅL 3: God hälsa och välbefinnande

MÅL 4: Utbildning av god kvalitet

MÅL 5: Jämställdhet mellan kvinnor och män

MÅL 6: Rent vatten och sanitet

MÅL 7: Prisvärd och ren energi

MÅL 8: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

MÅL 9: Industri, innovation och infrastruktur

MÅL 10: Minskad ojämlikhet

MÅL 11: Hållbara städer och samhällen

MÅL 12: Ansvarsfull konsumtion och produktion

MÅL 13: Klimatåtgärder

MÅL 14: Livet under vattenytan

MÅL 15: Livet på land

MÅL 16: Fred och rättvisa Starka institutioner

MÅL 17: Partnerskap för att uppnå målet



Målen för hållbar utveckling

3.1.2. Hållbara företag

Från och med andra hälften av 1800-talet började de västerländska samhällena upptäcka att deras ekonomiska och industriella aktiviteter hade en betydande inverkan på miljön och den sociala balansen. Flera ekologiska och sociala kriser ägde rum i världen och ökade medvetenheten om att det behövdes en mer hållbar modell.

År 1972 hölls FN:s miljökonferens i Stockholm - det första stora mötet mellan världens ledare - för att diskutera människans påverkan på miljön och hur den var relaterad till ekonomisk utveckling. Ett av huvudmålen med mötet var att hitta en gemensam syn och gemensamma principer för att inspirera och vägleda världens befolkning att bevara den "mänskliga miljön". När tanken på att vår planet har gränser som måste respekteras växte fram, tillsammans med tanken på att framsteg inte bara handlar om ekonomisk tillväxt, började integrerade lösningar att utvecklas. Och år för år började begreppet "hållbar affärsverksamhet" dyka upp. Men vad är det egentligen?

Hållbart företagande är ett sätt att bedriva affärsverksamhet som syftar till att minimera negativ påverkan på miljön, samhället och framtida generationer samtidigt som det främjar långsiktig ekonomisk tillväxt och lönsamhet. Det innebär att miljömässiga, sociala och ekonomiska överväganden integreras i affärsstrategier, verksamhet och beslutsprocesser.

De grundläggande principerna för hållbart företagande är bland annat

1. Förvaltning av miljön: Hållbara företag strävar efter att minimera sitt ekologiska fotavtryck genom att använda resurser effektivt, minska avfallet och använda renare produktionsmetoder. De kan genomföra energibesparande åtgärder, främja återvinning och avfallsminskning och utforska förnybara energikällor.
2. Socialt ansvarstagande: Hållbara företag tar hänsyn till sina anställdas, kunders, samhällets och andra intressenters intressen och välbefinnande. De kan erbjuda rättvisa löner, säkra arbetsförhållanden och möjligheter till professionell utveckling. De ägnar sig också åt filantropiska aktiviteter och bidrar till social utveckling och samhällsutveckling.
3. Ekonomisk bärkraft: Hållbara företag inser vikten av finansiell stabilitet och långsiktig lönsamhet. De strävar efter att skapa värde för sina aktieägare samtidigt som de beaktar de potentiella risker och möjligheter som är förknippade med hållbarhet. Genom att integrera hållbarhet i sina affärsmodeller kan de uppnå kostnadsbesparingar, locka till sig socialt medvetna konsumenter och få konkurrensfördelar.

Hållbara företag använder sig ofta av olika strategier och metoder, t.ex:

1. Hållbar hantering av leverantörskedjan: Detta innebär att man arbetar med leverantörer som följer etiska och miljövänliga metoder. Det kan handla om att köpa in material på ett ansvarsfullt sätt, minska transportutsläppen och säkerställa rättvis handel.
2. Produkt- och tjänsteinnovation: Hållbara företag fokuserar på att utveckla och erbjuda miljövänliga produkter och tjänster som tillgodoser kundernas behov och samtidigt minimerar negativ påverkan. Det kan handla om att använda återvunnet material, minska förpackningsavfallet eller tillhandahålla energieffektiva lösningar.
3. Intressentengagemang och transparens: hållbara företag involverar aktivt intressenter i sina beslutsprocesser och upprätthåller en transparent kommunikation om sitt hållbarhetsarbete. Detta kan öka förtroendet, främja samarbete och säkerställa ansvarsskyldighet.
4. Regelefterlevnad: hållbara företag strävar efter att uppfylla eller överträffa lagkrav som rör miljöskydd, socialt ansvar och etiska affärsmetoder. De håller sig uppdaterade om relevanta bestämmelser och certifieringar och ser till att deras verksamhet överensstämmer med erkända standarder.

Genom att tillämpa hållbara metoder bidrar företagen till att bevara miljön, det sociala välbefinnandet och den ekonomiska motståndskraften. De svarar också på den ökande efterfrågan från konsumenter, investerare och tillsynsmyndigheter på ansvarsfulla och hållbara lösningar, och bygger därigenom upp en positiv varumärkesimage och positionerar sig för långsiktig framgång i en snabbt föränderlig värld.

3.1.3 Grön ekonomi

"En grön ekonomi är en ekonomi som leder till ökat mänskligt välbefinnande och social rättvisa, samtidigt som miljörisker och ekologisk knapphet minskar avsevärt." (UNEP, FN:s miljöprogram, <https://www.unep.org/>).

Grön ekonomi fokuserar på miljön och människors nuvarande välbefinnande och en hållbar framtid.

En sådan ekonomi är koldioxidsnål, effektiv och ren i produktionen, men också inkluderande i konsumtion och resultat, baserad på delning, cirkularitet, samarbete, solidaritet, motståndskraft, möjligheter och ömsesidigt beroende. Den är inriktad på att utöka alternativen och valmöjligheterna för de nationella ekonomierna, med hjälp av riktade och lämpliga finanspolitiska åtgärder och sociala skyddsåtgärder, och stöds av starka institutioner som är särskilt inriktade på att skydda sociala och ekologiska golv.

Som ekonomisk modell tar den hänsyn till miljömässiga och sociala externa effekter och fokuserar inte på BNP-tillväxt som det yttersta ekonomiska målet. Grön ekonomi är förknippad med en mängd möjligheter, både för människor - att förbättra sin livsmiljö och få anständiga jobb - och för företag - att öka fördelarna genom effektivare produktionsmetoder som genererar besparingar, dra nytta av den växande marknaden för miljövaror och tjänster, förbättra sin image etc...

Övergången till en grön ekonomi för alla förutsätter gemensamma insatser på många nivåer, bland annat för att stimulera hållbara livsstilar, sprida hållbara konsumtions- och produktionsmodeller och uppmuntra grönt entreprenörskap genom att främja miljöinnovationer, underlätta resurseffektivitet och integrera ett grönt konsumentbeteende.



Source: EEA Report No 2/2014: Resource efficient green economy and EU policies

Bildkälla: <https://www.switchtogreen.eu/inclusive-green-economy/>

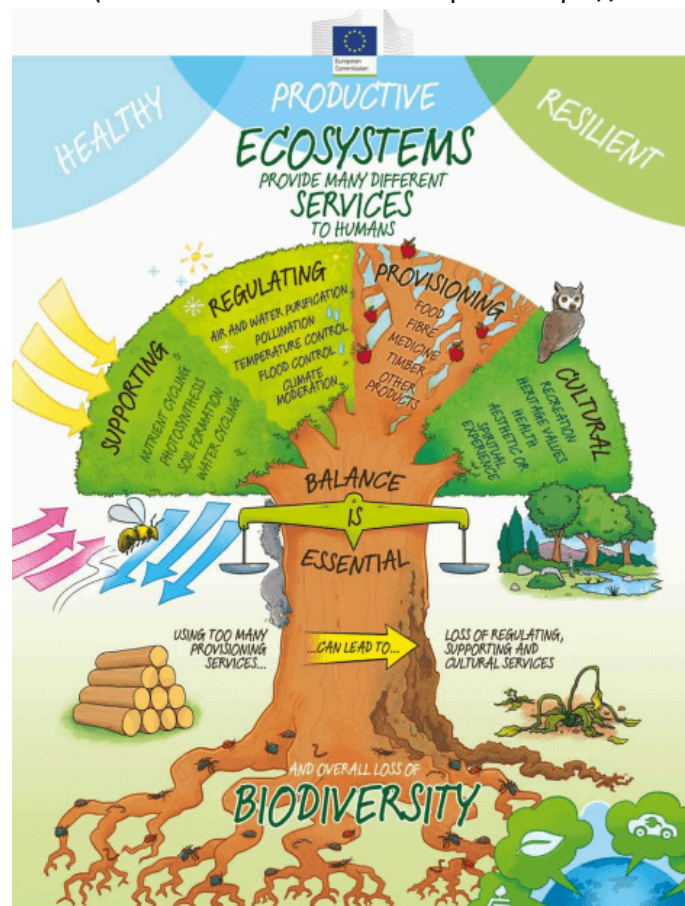
Inclusive Green Economy följer fem viktiga principer som tillsammans kan vägleda ekonomiska reformer i olika sammanhang.

- **Välbefinnande:** en inkluderande grön ekonomi är människocentrerad. Dess syfte är att skapa ett genuint, delat välstånd. Den fokuserar på att öka välståndet så att det främjar välbefinnandet. Den prioriterar investeringar och tillgång till de hållbara naturliga system, infrastruktur, kunskap och utbildning som behövs för att alla människor ska kunna blomstra. Den erbjuder möjligheter till gröna och anständiga försörjningsmöjligheter, företag och jobb.

- **Rättvisa:** En inkluderande grön ekonomi är inkluderande och icke-diskriminerande. Den främjar en rättvis fördelning av möjligheter och resultat.
- **Planetära gränser:** Det är en ekonomi som värnar om, återställer och investerar i naturen.
- **Effektivitet och tillräcklighet:** Det möjliggör ekonomisk tillväxt utan att öka resursförbrukningen. Det måste ske en betydande global förändring för att begränsa förbrukningen av naturresurser till fysiskt hållbara nivåer.
- **God samhällsstyrning:** den bygger på regeringens agerande, öppenhet och en lämplig politik

3.1.4. Naturkapital

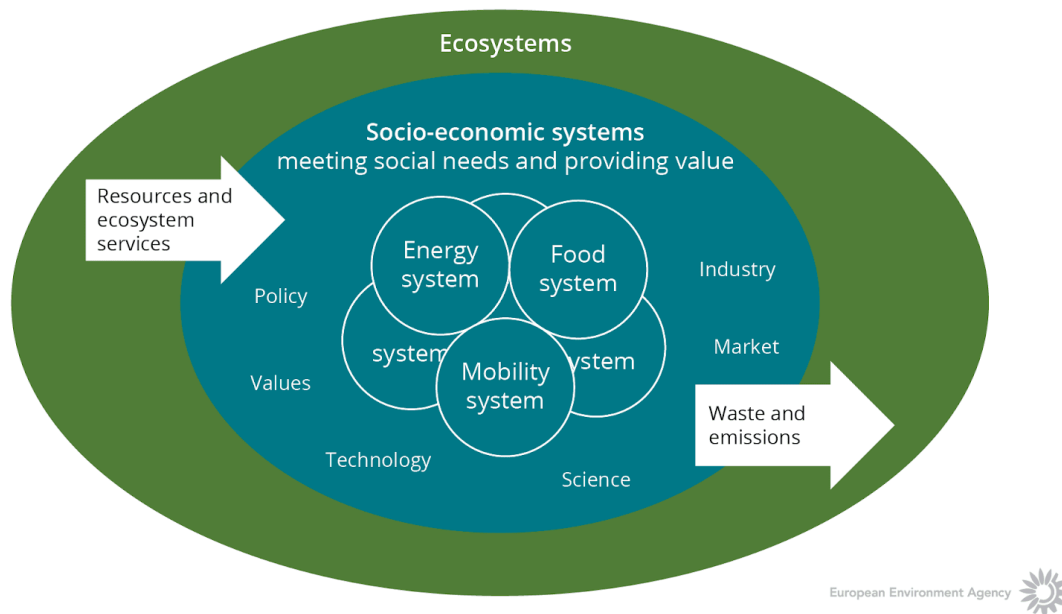
Naturkapital kan definieras som världens samlade naturtillgångar, vilket inkluderar geologi, jord, luft, vatten och allt levande (Word Forum on Natural Capital: <https://naturalcapitalforum.com/>).



Bildkälla: Science for Environment Policy "[Taking stock: progress in natural capital accounting](#)" (2017)

Med finansiellt kapital, när vi spenderar för mycket, drar vi på oss skulder, som om de inte kontrolleras till slut kan leda till konkurs. När vi tar ut för mycket från vår naturliga miljö drar vi också på oss en skuld som måste betalas tillbaka, till exempel genom att återplantera kalhyggen eller låta grundvattenmagasinen fylla på sig själva efter att vi har tagit ut vatten. Om vi fortsätter att tära på naturkapitalet utan att tillåta eller uppmuntra naturen att återhämta sig riskerar vi att ekosystemen kollapsar lokalt, regionalt eller till och med globalt.

Naturkapitalet är den mest grundläggande av kapitalformerna, eftersom det tillhandahåller de grundläggande förutsättningarna för mänsklig existens genom att leverera mat, rent vatten och luft samt viktiga resurser. Det sätter de ekologiska gränserna för våra socioekonomiska system, som kräver kontinuerliga flöden av materiella insatsvaror och ekosystemtjänster (bilden nedan). Ändå redovisas den inte i ländernas system för redovisning av förmögenhet.



Bildkälla: [Konceptuellt ramverk för ekosystemutvärderingar](#) från Europeiska miljöbyrån

Det är från detta naturkapital som människan hämtar en mängd olika tjänster, ofta kallade **ekosystemtjänster**, som gör det möjligt för människan att leva.

Till de mest uppenbara ekosystemtjänsterna hör den mat vi äter, det vatten vi dricker och de växtmaterial vi använder som bränsle, byggnadsmaterial och läkemedel. Det finns också många mindre synliga ekosystemtjänster, t.ex. den klimatreglering och det naturliga översvämningsskydd som skogarna ger, de miljarderna ton kol som lagras i torvmarker eller

insekternas pollinering av grödor. Ännu mindre synliga är de kulturella ekosystemtjänsterna, t.ex. den inspiration vi får från vilda djur och den naturliga miljön.

Naturkapitalet består av två huvudkomponenter:

- **Abiotiskt naturkapital** består av tillgångar i underjorden (t.ex. fossila bränslen, mineraler och metaller) och abiotiska flöden (t.ex. vind- och solenergi).
- **Biotiskt naturkapital** eller ekosystemkapital består av ekosystem som levererar ett brett spektrum av värdefulla tjänster som är nödvändiga för människors välbefinnande (flora, fauna, marina och terrestra ekosystem).

3.2. Gröna kompetenser



3.2.1. Greencomp-ramverket

För några år sedan tillkännagav kommissionen i *European Green Deal*, ett av de viktigaste initiativen för grön politik och gröna strategier i Europa, idén om att utveckla ett europeiskt kompetensramverk för hållbarhet, GreenComp.

Syftet var att tillhandahålla en gemensam kompetensram för hållbarhet på europeisk nivå som en gemensam grund för alla. Att ha en gemensam förståelse kan vara en katalysator för handling och för en gemensam strategi för lärande för miljömässig hållbarhet.

Enligt GreenComp "innebär hållbarhet att prioritera behoven hos alla livsformer och planeten genom att säkerställa att mänsklig aktivitet inte överskrider planetära gränser" medan "**hållbarhetskompetens ger** eleverna möjlighet att förkroppsliga hållbarhetsvärden och omfamna komplexa system för att vidta eller begära åtgärder som återställer och upprätthåller ekosystemhälsan och förbättrar rättvisa och genererar visioner för hållbara framtider.

GreenComp-ramverket består av 12 kompetenser som är indelade i fyra områden.

OMRÅDE 1: *Förkroppsligande av hållbarhetsvärden.* Kompetenserna är:

- ✓ Värdering av hållbarhet
- ✓ Stöd för rättvisa
- ✓ Främja naturen

OMRÅDE 2: *Omfamna komplexitet inom hållbarhet.* Kompetenserna är:

- ✓ Systemtänkande
- ✓ Kritiskt tänkande
- ✓ Problemformulering

OMRÅDE 3: *Föreställningar om en hållbar framtid.* Kompetenserna är:

- ✓ Framtidsinriktad läskunnighet
- ✓ Anpassningsförmåga
- ✓ Utforskande tänkande

OMRÅDE 4: *Agera för hållbarhet.* Kompetenserna är:

- ✓ Politisk byrå
- ✓ Kollektivt agerande
- ✓ Individuella initiativ

För en snabb genomgång av dokumentet: hur är det strukturerat?

- Kapitel 1 är i princip en allmän introduktion
- Kapitel 2 fokuserar på den terminologi och de begrepp som ligger till grund för GreenComp
- I kapitel 3 presenteras de fyra kompetensområdena, de 12 kompetenserna och deras tillhörande deskriptorer
- Kapitel 4 innehåller beskrivningar av kompetensområdena och hållbarhetskompetenserna, följt av hur de tillämpas i praktiken
- I kapitel 5 beskrivs alternativ för vidareutveckling.

Hur man visualiserar GreenComp-ramverket

Ramverket bygger på pollinering av bin som en metafor där bin, blommor, nektar och bikupor representerar de fyra områdena i ramverket. Metaforen belyser samspelet och dynamiken mellan de fyra områdena och de 12 kompetenserna.

- ✓ **Bin** representerar de kompetenser som är kopplade till området "agera för hållbarhet".
- ✓ **Blommor** representerar de kompetenser som är relaterade till området "att föreställa sig hållbara framtider".
- ✓ **Bikupan** representerar de kompetenser som är relaterade till området "förkroppsligande av hållbarhetsvärden". Bikupan skyddar och försörjer bina.
- ✓ **Pollen och nektar** representerar de kompetenser som är relaterade till området "att omfamna komplexitet i hållbarhet".



Visuell framställning av EntreComp. Bildkälla: GreenComp: [GreenComp](#), Europeiska unionen 2022.

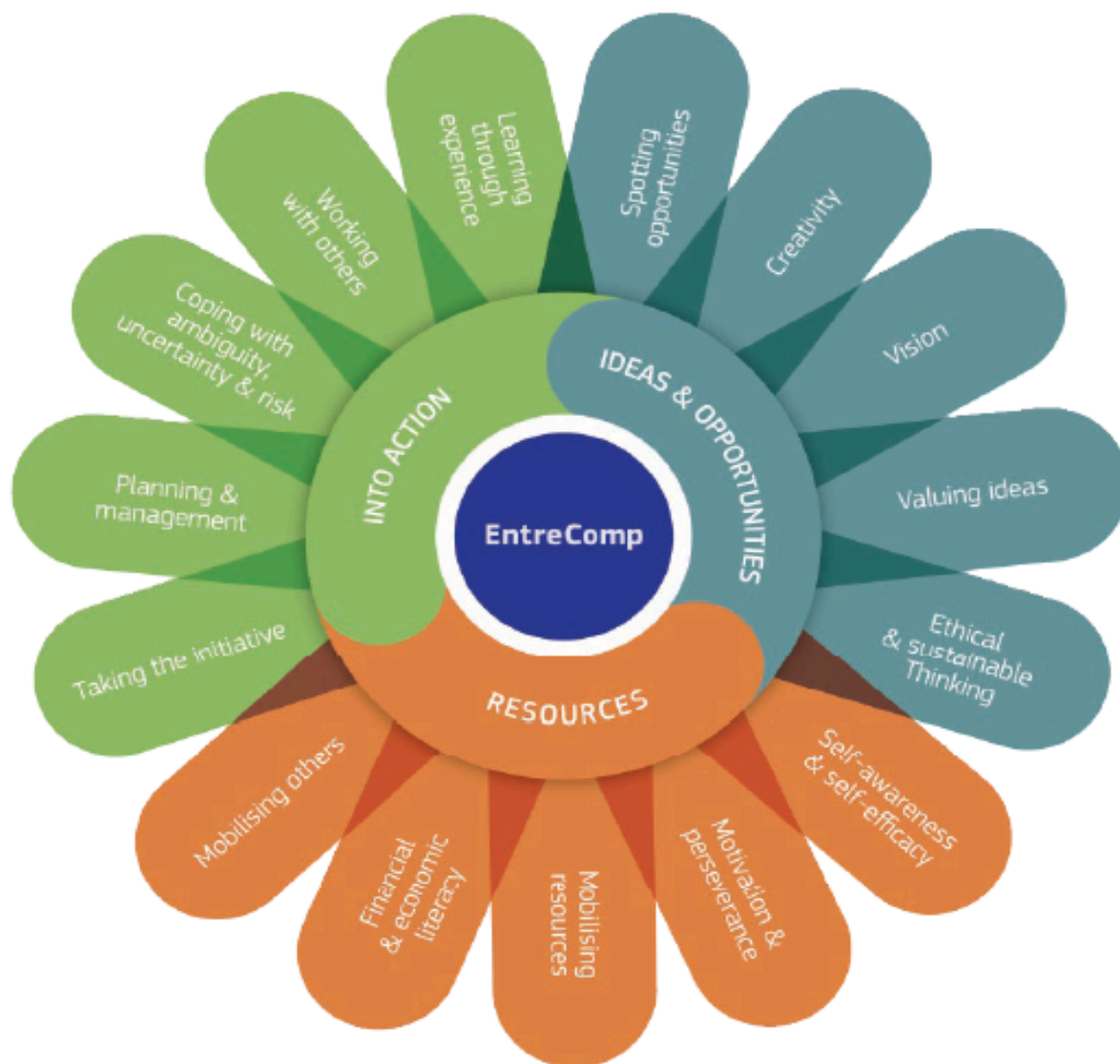
För en fullständig förståelse av ramverket, se [här](#).

3.2.2. Hur man länkar Greencomp och Entrecomp: Utveckla entreprenöriella kompetenser inom ramen för Greencomp

Ett bra sätt att utveckla entreprenöriella kompetenser är att ha en övergripande förståelse för de två europeiska ramverk som Europeiska kommissionen har infört för att bättre definiera de gröna kompetenserna respektive entreprenörskapskompetenserna: GreenComp och EntreComp.

Om GreenComp har vi redan presenterat honom i föregående stycke. När det gäller EntreComp kan vi säga att det är en referensram som är utformad för att hjälpa till att förstå vad som menas med entreprenörskap som en nyckelkompetens för livslångt lärande. Den är avsedd att stödja

och inspirera till åtgärder för att förbättra entreprenörskapscapaciteten hos europeiska medborgare och organisationer.



Bildkälla: EntreComp [EntreComp](#) En

Kort video om EntreComp: <https://www.youtube.com/watch?v=ijpVICWGldc>

Låt oss nu se hur de två ramverken är uppbyggda när det gäller områden, kompetenser och deskriptorer/indikatorer.

GREENCOMP

AREA	KOMPETENS	BESKRIVARE
Förverkligande av hållbarhet värden	Värdering av hållbarhet	Att reflektera över personliga värderingar; identifiera och förklara hur värderingar varierar mellan människor och över tid, samt kritiskt utvärdera hur de överensstämmer med hållbarhetsvärderingar.
	Stöd för rättvisa	Att stödja rättvisa och jämlikhet för nuvarande och framtida generationer och lära av tidigare generationer för hållbarhet.
	Främja naturen	Att erkänna att människan är en del av naturen och att respektera andra arters behov och rättigheter och naturen själv för att återställa och regenerera friska och motståndskraftiga ekosystem.
Att ta tillvara komplexitet i Hållbarhet	Systemtänkande	Att närma sig ett hållbarhetsproblem från alla håll; att ta hänsyn till tid, rum och sammanhang för att förstå hur element samverkar inom och mellan system.
	Kritiskt tänkande	Att bedöma information och argument, identifiera antaganden, ifrågasätta status quo och reflektera över hur personliga, sociala och kulturella bakgrunder påverka tänkande och slutsatser.
	Problemformulering	Att formulera aktuella eller potentiella utmaningar som ett hållbarhetsproblem i termer av svårighetsgrad, involverade personer, tid och geografisk omfattning, för att identifiera lämpliga metoder för att förutse och förebygga problem, och för att mildra och anpassa sig till redan existerande problem.
Föreställning om hållbar termer	Framtidsinriktad läskunnighet	Att föreställa sig alternativa hållbara framtider genom att föreställa sig och utveckla alternativa scenarier och identifiera de steg som krävs för att uppnå den önskade framtiden hållbar framtid.
	Anpassningsförmåga	Att hantera övergångar och utmaningar i komplexa hållbarhetssituationer och fatta

		beslut som rör framtiden med hänsyn till osäkerhet, tvetydighet och risk.
	Utforskande tänkande	Att anamma ett relationellt tankesätt genom att utforska och länka samman olika discipliner, använda kreativitet och experimentera med nya idéer eller metoder.
Agera för hållbarhet	Politisk byrå	Att navigera i det politiska systemet, identifiera politiskt ansvar och ansvarsskyldighet för ohållbart beteende och kräva effektiv politik för hållbarhet.
	Kollektivt agerande	Att agera för förändring i samarbete med andra.
	Individuella initiativ	Att identifiera sin egen potential för hållbarhet och att aktivt bidra till att förbättra förutsättningarna för samhället och planeten.

ENTRECOMP

AREA	KOMPETENS	INDIKATOR
idéer och möjligheter	upptäcka möjligheter	använda din fantasi och dina förmågor för att identifiera möjligheter att skapa värde
	kreativitet	utveckla kreativa och ändamålsenliga idéer
	vision	arbeta mot din vision av framtiden
	värdering av idéer	ta tillvara idéer och möjligheter
	etiskt och hållbart tänkande	bedöma konsekvenserna och effekterna av idéer, möjligheter och åtgärder
	resurser	självmotivitet och självförmåga
motivation och uthållighet		håll fokus och ge inte upp

resurser

	mobilisering av resurser	samla in och hantera de resurser du behöver
	finansiell och ekonomisk kompetens	utveckla finansiell och ekonomisk kunskap
	mobilisera andra	inspirera, entusiasmera och få andra med på tåget
till handling	ta initiativ	gå för det
	planering och förvaltning	prioritera, organisera och följa upp
	hantera osäkerhet tvetydighet och risk	fatta beslut som hanterar osäkerhet, tvetydighet och risk
	att arbeta med andra	team up, samarbeta och nätverka
	lärande grundlig erfarenhet	lära genom att göra

3.3. Gröna affärer

3.3.1 Nödvändigheten av innovation



OECD:s definition av innovation

Enligt den officiella definitionen i OECD:s Oslomanual är "en innovation en ny eller förbättrad produkt eller process (eller en kombination av dessa) som skiljer sig väsentligt från enhetens tidigare produkter eller processer och som har gjorts tillgänglig för potentiella användare (produkt) eller tagits i bruk av enheten (process)".

Innovation är mer än en ny idé eller en uppfinning. En innovation kräver implementering, antingen genom att tas i aktivt bruk eller genom att göras tillgänglig för användning av andra parter, företag, individer eller organisationer.

De ekonomiska och sociala effekterna av uppfinningar och idéer är beroende av spridningen och upptagningen av relaterade innovationer. Innovation är dessutom en dynamisk och genomgripande verksamhet som förekommer i alla sektorer av en ekonomi; den är inte enbart förbehållen företagssektorn. Andra typer av organisationer, liksom individer, gör ofta förändringar av produkter eller processer och producerar, samlar in och distribuerar ny kunskap som är relevant för innovation.

Innovation förekommer inom alla de fyra breda sektorerna i en ekonomi, enligt definitionen i Förenta Nationernas (FN) system för nationalräkenskaper (SNA):

- ✓ Företagsverksamhet;
- ✓ Allmän förvaltning;
- ✓ Hushållen;
- ✓ Icke vinstdrivande institutioner som betjänar hushåll;

Innovationsbegreppet och dess viktigaste egenskaper

De konceptuella grunderna för innovationsmätning härrör främst från management- och ekonomidisciplinerna (Smith, 2006). Managementperspektiv på innovation handlar om hur innovation kan förändra ett företags position på marknaden och hur man får fram idéer för innovation. Ekonomiska perspektiv undersöker varför organisationer innoverar, vilka krafter som driver innovation, vilka faktorer som hindrar den och de makroekonomiska effekterna av innovation på en bransch, marknad eller ekonomi.

Innovation är inte en linjär, sekventiell process, utan innefattar många interaktioner och återkopplingar i skapandet och användningen av kunskap. Dessutom bygger innovation på en inlärningsprocess som bygger på flera olika ingångar och som kräver kontinuerlig problemlösning. Systemperspektivet på innovation kräver multidisciplinära och interdisciplinära

metoder för att undersöka det ömsesidiga beroendet mellan aktörer, osäkerheten i utfallet samt de stigberoende och evolutionära egenskaperna hos system som är komplexa och icke-linjära i sina reaktioner på politiska åtgärder.

KUNSKAP

Innovationer härrör från kunskapsbaserade aktiviteter som innebär praktisk tillämpning av befintlig eller nyutvecklad information och kunskap. Information består av organiserade data och kan reproduceras och överförs mellan organisationer till låg kostnad. Kunskap innebär en förståelse för information och förmågan att använda information för olika syften. Kunskap erhålls genom kognitiv ansträngning och följaktligen är ny kunskap svår att överföra eftersom den kräver inläring från mottagarens sida. Både information och kunskap kan inhämtas eller skapas inom eller utanför en relevant organisation.

NYHET MED AVSEENDE PÅ POTENTIELLA ANVÄNDNINGSSOMRÅDEN

Kunskap kan användas för att utveckla nya idéer, modeller, metoder eller prototyper som kan ligga till grund för innovationer. Dessa kan komma från externa källor eller utvecklas inom en organisation. Nyheten i en innovation är relaterad till dess potentiella användningsområden, som bestäms av egenskaperna hos en produkt eller process jämfört med alternativ, och av de tidigare erfarenheterna hos leverantören och de avsedda användarna.

GENOMFÖRANDE OCH FAKTISK ANVÄNDNING

För att en ny idé, modell, metod eller prototyp ska kunna betraktas som en innovation måste den implementeras. Implementering kräver att organisationer gör systematiska ansträngningar för att säkerställa att innovationen är tillgänglig för potentiella användare, antingen för organisationens egna processer och förfaranden eller för externa användare av dess produkter. Kravet på implementering är en definierande egenskap hos innovation som skiljer den från uppfinningar, prototyper, nya idéer etc.

VÄRDESKAPANDE

Som ekonomisk verksamhet betraktad kräver innovation resurser som skulle kunna användas för andra ändamål. Förekomsten av alternativkostnader innebär att de aktörer som ansvarar för en innovationsverksamhet sannolikt har för avsikt att sträva efter någon form av värdeskapande (eller värdebevarande). Värde är därför ett implicit mål för innovation, men kan inte garanteras på förhand eftersom innovationsresultaten är osäkra och heterogena.

Användarnas behov och relevansen av statistiska belägg för innovation

Användarnas behov styr uppbyggnaden av ett system för att mäta och rapportera innovation och den efterföljande produktionen av innovationsdata, statistik, indikatorer och djupgående analyser av innovationsaktiviteter. Det finns ett utbrett intresse för att förstå vad som driver företag, samhällen och individer till innovation och vilka faktorer som påverkar deras innovationsverksamhet. Relevansen av innovationsdata för att förstå innovationsprocesser och drivkrafter kan variera mellan olika länder, branscher och institutionella miljöer.

Användbarheten av innovationsdata beror också på förmågan att koppla dem till andra typer av data.

Det finns tre huvudsakliga nuvarande eller potentiella användare av innovationsdata:

- Akademiska studier;
- Chefer;
- beslutsfattare eller policyanalytiker.

Databehoven för alla tre typerna av användare är likartade, med ett intresse för:

- ✓ erhålla jämförbara data över branscher, regioner och tid;
- ✓ hålla jämna steg med förändringar i innovationens natur, t.ex. öppen innovation eller användning av principer för designtänkande;
- ✓ möjliggöra analyser av innovationens inverkan på innovativa organisationer, andra parter och regionala eller nationella ekonomier;
- ✓ tillhandahålla uppgifter om de faktorer som möjliggör eller hindrar innovation;

länka innovationsdata till andra relevanta data, t.ex. administrativa register eller data om enskilda användare av innovationer

Sektor för affärsverksamhet

Här kommer vi att fokusera på **företagssektorns** innovationsbegrepp.

Termen "innovation" kan användas i olika sammanhang för att hänvisa till antingen en process eller ett resultat. För att undvika förvirring använder Oslo-manualen termen "innovationsaktiviteter" för att hänvisa till processen medan termen "innovation" är begränsad till resultat.

Definition av INNOVATIONSVERKSAMHET (process): Innovationsverksamhet omfattar alla utvecklingsmässiga, finansiella och kommersiella aktiviteter som ett företag genomför och som är avsedda att resultera i en innovation för företaget.

Definition av INNOVATION: En innovation är en ny eller förbättrad *produkt* eller *affärsprocess* (eller kombination av dessa) som skiljer sig väsentligt från företagets tidigare produkter eller affärsprocesser och som har introducerats på marknaden eller tagits i bruk av företaget.

- ✓ En produkt är en vara eller tjänst (eller en kombination av dessa). En produkt introduceras när den görs tillgänglig för användning av de avsedda användarna.
- ✓ Affärsprocesser omfattar alla kärnaktiviteter som företaget utför för att producera produkter och alla tillhörande eller stödjande aktiviteter. en affärsprocess införs när den tas i faktisk användning i företagets verksamhet.

Introduktionen definieras som *implementering och är den tidpunkt då en* väsentligt annorlunda produkt eller affärsprocess för första gången görs tillgänglig för användning. Företag kommer ofta att göra ytterligare justeringar av en innovation efter att den har implementerats.

Minimikravet för en innovation är att produkten eller affärsprocessen måste ha en eller flera *egenskaper som* skiljer sig väsentligt från de egenskaper som ingår i de produkter eller affärsprocesser som tidigare erbjudits eller använts av företaget. *Dessa egenskaper måste vara relevanta för företaget eller för externa användare.* Företaget kan t.ex. förvänta sig att de nya eller förbättrade egenskaperna hos en produkt (eller affärsprocess) ska öka användbarheten för användarna eller förbättra dess egen konkurrensposition på marknaden.

Innovationstyper per objekt: Produkt- och affärsprocessinnovationer

Det finns två huvudtyper av innovation genom objekt:

- ✓ innovationer som förändrar företagets produkter (produktinnovationer)
- ✓ innovationer som förändrar företagets affärsprocesser (affärsprocessinnovationer).

PRODUKTINNOVATION

En produktinnovation är en ny eller förbättrad vara eller tjänst som skiljer sig väsentligt från företagets tidigare varor eller tjänster och som har introducerats på marknaden.

Begreppet "produkt" definieras i nationalräkenskapssystemet och omfattar både varor och tjänster. Produkter är det ekonomiska utfallet av produktionsaktiviteter. De kan bytas ut och användas som insatsvaror i produktionen av andra varor och tjänster, som slutlig konsumtion av hushåll eller offentliga myndigheter, eller för investeringar, som i fallet med finansiella produkter.

Produktinnovationer måste ge betydande förbättringar av en eller flera egenskaper eller prestandaspecifikationer. Detta inkluderar tillägg av nya funktioner eller förbättringar av befintliga funktioner eller användarnytta. Relevanta funktionella egenskaper omfattar kvalitet, tekniska specifikationer, tillförlitlighet, hållbarhet, ekonomisk effektivitet under användning, överkomlighet, bekvämlighet, användbarhet och användarvänlighet.

Produktinnovationer kan omfatta två generiska typer av produkter: varor och tjänster.

- ✓ VAROR omfattar materiella föremål och vissa kunskapsinhämtande produkter över vilka äganderätt kan fastställas och vars ägande kan överföras genom marknadstransaktioner.
- ✓ TJÄNSTER är immateriella aktiviteter som produceras och konsumeras samtidigt och som förändrar användarnas villkor (t.ex. fysiska, psykologiska etc.). Användarnas engagemang i form av tid, tillgänglighet, uppmärksamhet, informationsöverföring eller ansträngning är ofta en nödvändig förutsättning för att användarna och företaget ska kunna samproducera tjänster. Egenskaperna eller upplevelsen av en tjänst kan därför bero på användarnas insatser.

Gränsen mellan varor och tjänster kan ibland vara svår att fastställa och vissa produkter kan ha egenskaper från båda. Ett företag kan sälja varor till sina kunder eller hyra ut dem som en tjänst, vilket ofta är fallet för varaktiga konsumtionsvaror och för tillgångar för företagsproduktion.

INNOVATION AV AFFÄRSPROCESSER

En affärsprocessinnovation är en ny eller förbättrad affärsprocess för en eller flera affärsfunktioner som skiljer sig väsentligt från företagets tidigare affärsprocesser och som har tagits i bruk i företaget.

Begreppet affärsprocess omfattar den centrala affärsfunktionen att producera varor och tjänster och stödfunktioner som distribution och logistik, marknadsföring, försäljning och eftermarknadstjänster, informations- och kommunikationstekniktjänster (ICT) till företaget, administrativa och ledningsfunktioner, ingenjörstjänster och relaterade tekniska tjänster till företaget samt produkt- och affärsprocessutveckling. Affärsprocesser kan levereras internt eller upphandlas från externa källor.

Affärsprocessinnovationer delas in i sex olika typer:

- ✓ Produktion av varor eller tjänster
- ✓ Distribution och logistik
- ✓ Marknadsföring och försäljning
- ✓ Informations- och kommunikationssystem
- ✓ Administration och ledning
- ✓ Produkt- och affärsprocessutveckling

3.3.2 Från linjär till cirkulär ekonomi

Vad är cirkulär ekonomi? "Cirkulär ekonomi är en produktions- och konsumtionsmodell som innebär att man delar, hyr, återanvänder, reparerar, renoverar och återvinner befintliga material och produkter så länge som möjligt. På så sätt förlängs produkternas livscykel." (Europaparlamentets nyheter).

Världens befolkning växer och med den efterfrågan på råvaror. Tillgången på viktiga råvaror är dock begränsad. Europeiska unionen producerar mer än 2,5 miljarder ton avfall varje år. För närvarande uppdateras lagstiftningen om avfallshantering för att främja en övergång till en mer hållbar modell som kallas den cirkulära ekonomin. I praktiken innebär det att avfallet reduceras till ett minimum. När en produkt når slutet av sin livslängd behålls dess material inom ekonomin när så är möjligt. Dessa kan användas produktivt om och om igen och därigenom skapa ytterligare värde. Detta är en övergång från den traditionella, linjära ekonomiska modellen, som bygger på ett mönster av att ta, göra, konsumera och kasta bort, till en cirkulär modell.



Bildkälla: [Europaparlamentets forskningstjänst](#)

Övergången från en linjär ekonomi till en cirkulär ekonomi innebär ett skifte i hur vi producerar, konsumerar och hanterar resurser. I en linjär ekonomi utvinns resurser, omvandlas till produkter, används och kasseras sedan som avfall. I en cirkulär ekonomi däremot strävar man efter att hålla resurserna i bruk så länge som möjligt, utvinna maximalt värde ur dem och minimera avfallet.

Här följer några viktiga principer och strategier för övergången från en linjär till en cirkulär ekonomi:

- Design för hållbarhet och återvinningsbarhet: Produkter bör utformas så att de håller längre, är lätta att reparera och har komponenter som kan återvinnas eller återanvändas i slutet av livscykeln. Detta innebär att man redan på designstadiet måste ta hänsyn till produktens hela livscykel.
- Resurseffektivitet och optimering: En effektiv resursanvändning är avgörande i en cirkulär ekonomi. Det handlar om att minska avfallet och optimera resursförbrukningen genom hela produktions- och konsumtionsprocessen. Det inkluderar strategier som lean manufacturing, energieffektivitet och minimering av materialinsatser.
- Återanvändning och återbruk: Genom att betona återanvändning och återbruk av produkter och material kan man förlänga deras livslängd och minska avfallet. Det kan handla om metoder som att reovera och sälja produkter vidare, dela eller hyra ut föremål eller återanvända material för alternativa användningsområden.
- Återvinning och återanvändning: Återvinning spelar en viktig roll i en cirkulär ekonomi. Material som inte kan återanvändas återvinns för att skapa nya produkter eller råvaror.

Effektiva system för avfallshantering och infrastruktur för återvinning är nödvändiga för att möjliggöra en effektiv återvinning av värdefulla material.

- Biomimik och förnybara resurser: Genom att hämta inspiration från naturen syftar biomimik till att utforma produkter och processer som efterliknar naturliga system. Genom att använda förnybara resurser och tillämpa hållbara metoder kan man minska beroendet av ändliga resurser och minimera miljöpåverkan.
- Samarbetsnätverk och affärsmodeller: Samarbete mellan företag, myndigheter och intressenter är avgörande för övergången till en cirkulär ekonomi. Det handlar bland annat om att bilda nätverk, dela kunskap och implementera innovativa affärsmodeller som produkt-som-tjänst, där produkter leasas eller hyrs ut istället för att säljas.
- Konsumentmedvetenhet och beteendeförändring: Att förändra konsumenternas beteende är avgörande för en cirkulär ekonomi. Att utbilda konsumenterna om vikten av hållbar konsumtion, främja medvetna köpbeslut och främja en kultur av delning och återanvändning är viktiga aspekter av denna övergång.
- Politik och reglering: Regeringarna spelar en avgörande roll när det gäller att driva på övergången till en cirkulär ekonomi. Att utveckla stödjande policyer och regleringar, ge incitament för hållbara metoder och fastställa mål för återvinning och avfallshantering är viktiga steg för att underlätta övergången.

Att gå mot en mer cirkulär ekonomi kan ge fördelar som t.ex:

- minska trycket på miljön,
- Förbättra försörjningstryggheten för råvaror,
- Ökad konkurrenskraft,
- stimulera innovation,
- öka den ekonomiska tillväxten,
- skapa arbetstillfällen

Konsumenterna kommer också att få tillgång till mer hållbara och innovativa produkter som ökar livskvaliteten och sparar pengar på lång sikt. Ytterligare information för en bättre förståelse av skiftet från linjär till cirkulär finns [här](#).

3.3.3 Utformning och implementering av nya affärsmodeller baserade på cirkularitetskonceptet

Företagen har under de senaste åren i allt högre grad inriktat sig på hållbarhet i takt med att allmänheten blivit mer miljömedveten.

Det här är några av de saker man bör tänka på om ett företag är grönt:

- Uppdraget och principerna för hållbarhet och miljöhänsyn är en integrerad del av alla steg i verksamheten, från planering till leverans.
- Utveckling av miljövänliga produkter eller tjänster som kan gynna slutanvändaren och naturen. Det gröna fotavtrycket kan beräknas och ger en inblick i verksamhetens påverkan på miljön i form av resor, konsumtion och avfall.
- Den är grönare än andra produkter eller tjänster. Att återanvända, minska och återvinna är enkelt och viktigt - om man lär sig att göra det på rätt sätt kan företaget spara kostnader, bli grönare och undvika avfall.
- Det ger ett hållbart långsiktigt alternativ och bryr sig om produktens livscykel (hur länge produkten håller, vilka resurser som används, vilket avfall som skapas med den ...)

Grönt företagande omfattar alla (eller åtminstone de flesta) av nedanstående områden:

- Miljöhänsyn - ingen eller liten förorening, användning av lokala resurser, ingen skada på miljön
- Energieffektivitet - bra användning av värmesystem, bra isolering i byggnader, stängda fönster ...
- Hållbara transporter - elfordon, användning av cyklar eller promenader, transporter utan eller med låga utsläpp etc.
- Skörd av grön energi - vind, sol, vågor, geotermisk energi ...
- Klokt resursutnyttjande - undvika pappersutskrifter, arbeta så mycket som möjligt online, använda lokala produkter och personalresurser, avsätta tillräckligt med resurser för att uppnå de slutliga resultaten etc.
- Mänsklig omtanke - orsakar god påverkan i lokalsamhället, bryr sig om sina anställda, involverar samhället, socialt ansvar.

Att vara helt grön kan vara svårt, men det går att uppnå med engagemang.

Första steget

För att komma igång med att utforma en ny, återanvänd, återvunnen, anpassad cirkulär produkt, tjänst eller process är **designtänkandeprocessen** ett bra verktyg. 5-stegsmodellen utvecklades av Hasso-Plattner Institute of Design vid Stanford University och har använts av många organisationer.

Se <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf> för en översikt och <https://dschool.stanford.edu/resources/getting-started-with-design-thinking> för att hitta resurser och en handledarguide för att genomföra processen.

Processen består av fem steg. Andra modeller har lagt till steg, t.ex. att inspirera för att identifiera en utmaning och aktivera/motivera team och ett sista steg för att implementera.

I "**emphasize**"-fasen utvecklas en djup förståelse för utmaningen och för behoven hos de målgrupper och målgrupper som vår produkt riktar sig till.

I **definitionsfasen** beskriver vi tydligt det problem som vi vill lösa och de behov som vi vill tillgodose.

Idéstadiet är den mest kreativa fasen där vi brainstormar för alla möjliga galna, kreativa och hållbara idéer, samlar och strukturerar dessa idéer.

Sedan utformar vi **prototypen**, skapar ett grovt utkast eller en modell av våra idéer och **testar** sedan detta med kamrater, andra studenter, lärare och representanter för de målgrupper vi har identifierat.

För att stödja digitaliseringsprocessen kan plattformar som Miro, Mural, Padlet, Mentimeter, Canva och andra nya applikationer användas för idéskapande processer. Dessa plattformar erbjuder en mängd olika mallar för att underlätta designtänkande processer. Dessutom kan dessa digitala plattformar användas för att främja samarbete och samdesign av produkter, tjänster och lösningar.

I stället för att skriva en linjär affärsplan med många ord är ett mer intelligent sätt att utforma en affärsplan Business Canvas-modellen, som utvecklats av Alex Osterwalder (se <https://www.alexosterwalder.com>) och anpassats på många sätt. Canvas-modellen är gratis att ladda ner från många webbplatser eller kan användas online via [strategyzer.com](https://www.strategyzer.com).

Business Canvas är ett kraftfullt verktyg eftersom det visar hur tankarna hänger ihop och därmed utvecklar ett systemiskt tänkande. Det är bäst att arbeta i små grupper och börja fylla i luckorna på Canvas. I början kanske det inte är så lätt, men i gruppdiskussioner upptäcker eleverna snabbt sambanden mellan de olika frågorna i Canvas.

Andra steget

I stället för att skriva en linjär affärsplan med många ord är ett mer intelligent sätt att utforma en affärsplan Business Canvas-modellen, som utvecklats av Alex Osterwalder (se <https://www.alexosterwalder.com>) och anpassats på många sätt. Canvas-modellen är gratis att ladda ner från många webbplatser eller kan användas online via [strategyzer.com](https://www.strategyzer.com). Business

Canvas är ett kraftfullt verktyg eftersom det visar hur tankarna hänger ihop och därmed utvecklar ett systemiskt tänkande.

För att anpassa Canvas till affärsutveckling inom cirkulär ekonomi kan du använda Circulab. De tillhandahåller bra presentationer och många verktyg för att stödja utformningen av hållbara och cirkulära företag.

THE
CIRCULAR
DESIGN
GUIDE

WORKSHEET

Business Model Canvas

A3 or bigger

The business model canvas has been developed by Osterwalder & Pigneur (strategyzer.com). You might have filled one of these in before - here we have added some prompts and questions that you might find helpful in the context of the circular economy.

If you need more space, create your own canvas using post-its.

<p>KEY PARTNERSHIPS</p> <p>How might you strengthen your partnerships with organizations across the value chain to benefit from circularity (flow of materials, information and capital) in the system?</p> <p>What new or unexpected partnerships can you form to grow circularly within your organization and the system?</p>	<p>KEY ACTIVITIES</p> <p>What activities might best help you achieve your value proposition?</p> <p>What might be the positive externalities (i.e. the consequences of your actions on others) of your activities? And how might you monitor and design out any negative externalities?</p> <p>How might you create new forms of human, natural or financial capital?</p> <hr/> <p>KEY RESOURCES</p> <p>How might you build a multi-stakeholder network or across organizations to create value in a circular economy? How might you enhance connectivity?</p> <p>What capabilities do you need to enable circular flow and feedback mechanisms and/or your organization extensively in the short and long term?</p> <p>Where will your resources come from (renewable or finite natural) and what will happen to them after use?</p>	<p>VALUE PROPOSITION</p> <p>Start by asking yourself: what are the needs you are aiming to meet? Is it a product or is a service required to fulfil these needs?</p> <p>Is there anything associated with your product/service that has positive value to others?</p> <p>How will you create a compelling story about your value proposition?</p> <p>How might you enhance your value proposition from the outset by designing for adaptability and continuous evolution?</p>	<p>CUSTOMER RELATIONSHIPS</p> <p>What feedback loops will you build in with your customers to become more agile and adaptable to their feedback?</p> <p>How might you connect customers with other parts of the journey of your product/service or materials?</p> <hr/> <p>CHANNELS</p> <p>How might you redesign your relationships with your supply chain?</p> <p>How might you build feedback loops directly into your product/service that allow you to identify new opportunities?</p> <p>What role could you play in the reverse logistics chain?</p>	<p>CUSTOMER SEGMENTS</p> <p>Who will be the main customers or users of your product/service?</p> <p>Who else might benefit from or be affected by your materials/product/service? How could benefits be tracked your immediate value chain and industry?</p>
<p>COSTS</p> <p>Which costs could be shared or lowered through other users and partners?</p> <p>Could you shift from an ownership model of under-utilized assets to payment for access and usage?</p> <p>How might you reduce cost volatility and dependence on the use of finite resources? What can you do to mitigate risk?</p>		<p>REVENUES</p> <p>How might you identify opportunities to increase revenues, growth and investment?</p> <p>How might "growing the pie" (through value creation elsewhere in the system) impact revenues on your own future success?</p> <p>How might your business model help create other types of value? (Human, natural or financial capital)?</p> <p>How might new services increase revenue from existing products, assets or your delivery system?</p>		

Bildkälla: Circulab

Sedan är det dags att fylla i Canvas. Du kan börja var som helst, men det är bra att börja med värdeerbjudandet för kunderna och för jorden. En bra idéprocess gör det enkelt att skapa detta värdeerbjudande, eftersom du redan har tittat på behoven hos din målgrupp. Tänk alltid cirkulärt och grönt och fundera på hur dina värderingar kan anpassas för att möta behoven. Fundera också på hur ert värdeerbjudande kommer att uppfylla FN:s hållbarhetsmål. Ni skulle också kunna tillhandahålla information om det miljö- och koldioxidavtryck som ni gör med era erbjudanden eller den minskning av påverkan på jordens resurser som ni gör.

Efter värdeerbjudandet blir det lätt att definiera kundsegmenten, kanalsegmenten, hur man når kunderna och sedan gå vidare till nyckelaktiviteter och nyckelresurser (personal, kompetens, finansiering, egendom etc.) som behövs för att producera produkten eller leverera tjänsterna.

Intressenter, beslutsfattare och vänner kan vara viktiga för ditt nya företag: Identifiera dem under Key Partnerships. En viktig del av övningen är sedan att identifiera alla de inkomster du förväntar dig, intäkterna och kostnaderna.

Tänk alltid på cirkularitet och hållbarhet, vilket innebär att ditt företag måste vara ekonomiskt och socialt livskraftigt, inkluderande och bra för jorden.

4. Videor

Ytterligare videomaterial för modulen

1. Hållbar utveckling: Varför vi måste skapa gröna ekonomier: Från OECD:
<https://www.youtube.com/watch?v=m9AS6KT7a5Y>
2. Introduktion till redovisning av naturkapital. Från projektet INCASE "Irish Natural Capital Accounting for Sustainable Environments" som finansieras av Irish Environmental Protection Agency: <https://www.youtube.com/watch?v=ykzFmT4rhmM>
3. Ekosystemtjänster: Från EU Environment:
<https://www.youtube.com/watch?v=wMIUglBligI>
4. Cirkulär ekonomi: Från: Europeiska miljöbyrån:
<https://www.youtube.com/watch?v=9mHi93n2AI>

5. Slutsatser

Det så kallade "gröna entreprenörskapet" utgör en av de mest innovativa aspekterna inom entreprenörskap. Behovet av innovation och utveckling av nya entreprenöriella idéer blir alltmer kopplat till den miljömässiga nödvändigheten att respektera vår planet och att hitta alternativa, hållbara sätt att producera och konsumera. Som en följd av detta utgör behovet av att utveckla "gröna kompetenser" inom entreprenörsvärlden en tillgång för den praktiska utformningen och genomförandet av nya företag.

För att utveckla grön kompetens krävs ett holistiskt synsätt som kombinerar flera faktorer som miljömedvetenhet, utbildning, praktisk erfarenhet, innovation, samarbete och stödjande policyer. I den här utbildningsmodulen finns det inte utrymme för en uttömmande och integrerad förklaring av alla dessa faktorer. Men den syftar till att ge deltagarna en första, inledande introduktion till detta arbetssätt genom att visa de viktigaste teoretiska bakgrundsfaktorerna och de viktigaste praktiska stegen. Ur ett utbildningsperspektiv ger

utbildningsmodulen en sammanfattande översikt över de viktigaste termerna kopplade till de gröna ämnena och leder sedan eleverna till att få kunskap om hur man integrerar gröna kompetenser i entreprenörsvägarna.

6. Bibliografi

- ✓ EntreComp: Ramverket för entreprenörskapskompetens - 2016 JRC Europeiska kommissionen
- ✓ GreenComp: Den europeiska kompetensramen för hållbarhet - 2022 JRC Europeiska kommissionen
- ✓ UNEP FN:s miljöprogram, <https://www.unep.org/>
- ✓ Science for Environment Policy "[Taking stock: progress in natural capital accounting](#)" (2017)
- ✓ EntreComp-ramverket: EntreComp till handling. Bli inspirerad. Få det att hända. GFC Europeiska kommissionen
- ✓ Årlig strategi för hållbar tillväxt 2020 - MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET, EUROPEISKA CENTRALBANKEN, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN, REGIONKOMMITTÉN OCH EUROPEISKA INVESTERINGSBANKEN
- ✓ Den europeiska gröna given - MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, EUROPEISKA RÅDET, RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN SAMT REGIONKOMMITTÉN - 2019
- ✓ En ny handlingsplan för den cirkulära ekonomin För ett renare och mer konkurrenskraftigt Europa - MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN SAMT REGIONKOMMITTÉN
- ✓ <https://www.sustain.ucla.edu/about-us/what-is-sustainability/>
- ✓ <https://youmatter.world/en/definition/definitions-sustainability-definition-examples-principles/>
- ✓ <https://www.investopedia.com/terms/s/sustainability.asp>
- ✓ <https://sdgs.un.org/goals>
- ✓ <https://www.alexosterwalder.com/>
- ✓ <https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/circulareconomy/public/index.html>



Co-funded by
the European Union

BOSS

WOMEN IN FAMILY BUSINESSES

**AFFÄRSSTRATEGIER FÖR
HÅLLBAR UTVECKLING MED
HJÄLP AV KULTURARV**



<https://bossproject.eu/>