



Set alata za procjenu održivosti organizacijskog/poslovnog modela



Projekt br. 2020-1-IS01-KA204-065831

Potpore Europske komisije proizvodnji ove publikacije ne predstavlja potporu sadržaju koji odražava samo stavove autora i Komisija ne može biti odgovorna za uporabu sadržanih informacija.

Uvod.....	3
Kaskada strateških izbora	4
Poslovni model održivosti Canvas.....	5
Manifest održivosti	7
Intrapoduzetnički test vještina	8
Potreba za održivošću	9
Korijeni održive ideje.....	11
Inovacijski predložak.....	12
Prototip evaluacije održivosti.....	14

Uvod

SINTRA set alata ima svrhu objediniti pomoćne alate koji se mogu koristiti za procjenu organizacijske orijentacije intrapoduzetnika i njihove spremnosti za prikupljanje ideja u poslovanju/organizaciji u svrhu održivosti. Ovi alati mogu pomoći u sustavnijem pristupu inovacijama, praćenju napretka i pronalaženju novih pristupa održivosti, kako u ekološkom tako i u gospodarskom kontekstu.

Kao što je već spomenuto, strategija je pronalaženje najboljeg načina za postizanje cilja između nekoliko izvedivih opcija. Kada je u pitanju strategija inovacija, ona vodi prema dugoročnim ciljevima. Općenito, treba se usredotočiti na stvari za koje postoji mogućnost da se postigne cilj. Težnja prema održivosti s inovativnim alatima i mjerama bila bi korisna kako u aktivnostima na razini organizacije tako i u širem kontekstu za održivost okoliša.

Kako bi inovacija i strategija održivosti funkcionirala, treba biti usuglašena s poslovnom strategijom i neprimjetno integrirana u načine rada. Jasna komunikacija kao i nekoliko pratećih metrika na svim nivoima organizacije može pomoći organizaciji da započne s inovacijama usmjerenih na održivost i učini to kontinuiranom praksom.

Predstavljamo nekoliko korisnih alata koji se mogu koristiti za definiranje i usklađivanje strategija održivosti i inovacija, mapiranje strateške odluke i uklanjanje najkritičnijih neizvjesnosti vezanih uz ideju, posao ili koncept.

Vrijeme je da se alati isprobaju u praksi. Ima ih dosta te nisu svi prikladni za svaku priliku. Kao što je već spomenuto, smisao ovog kompleta alata nije koristiti ih sve odjednom, već odabrati one prikladne za slučajeve na kojima trenutno radite.

Kaskada strateških izbora

Kaskada strateških izbora je model koji je izgrađen na poznatoj teoriji “Igrati na pobjedu” Roger L. Martina u knjizi istoimenog naziva. Kaskada strateškog izbora je često korištena kako bi se kreirala diferencirana strategija kroz set pitanja.

Kaskada strateških izbora omogućava da se pristupi strategiji sistematski i strukturirano kako bi se moglo:

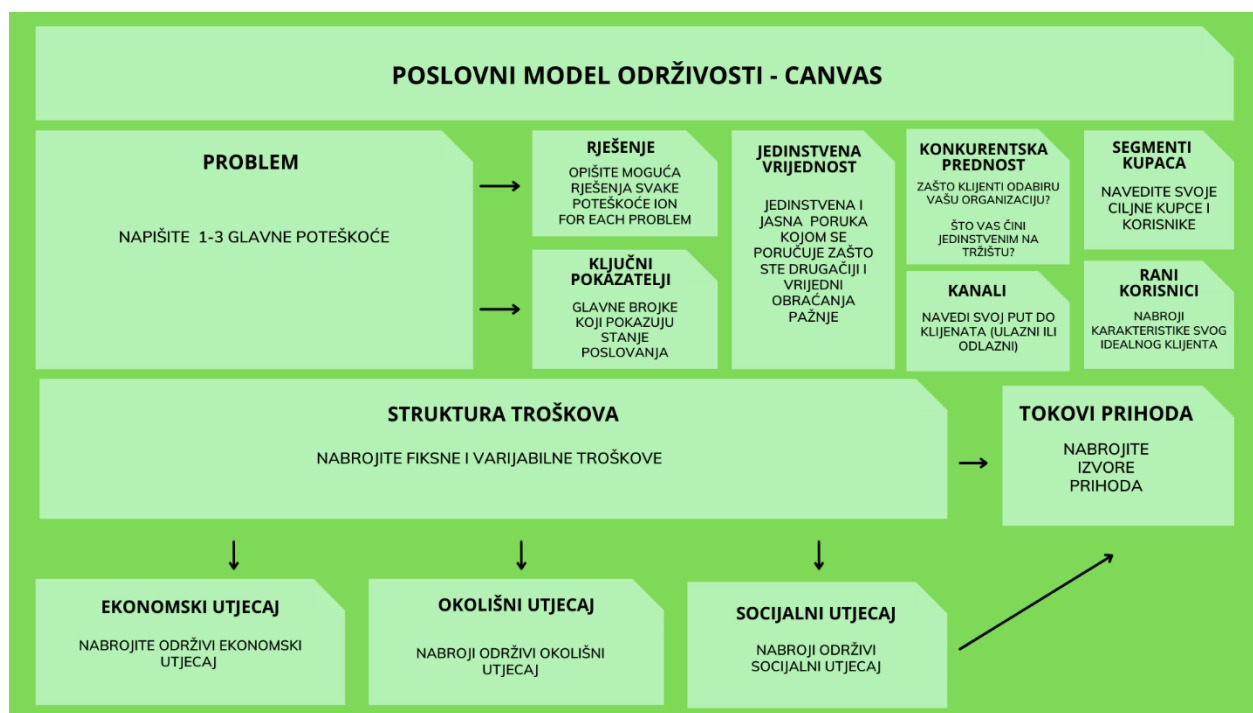
- 1) Odabrati ciljeve održivosti
- 2) Definirati tržište i vrijednost propozicija
- 3) Procijeniti i razviti temeljne sposobnosti
- 4) Uspostaviti inovativne tehnike i sustave



Poslovni model održivosti Canvas

Kada su odgovorena sva pitanja vezana za strategiju, vrijeme je da se mapiraju strateške odluke i ključne pretpostavke vezane za poslovnu ideju ili koncept.

Poslovni model održivosti Canvas (platno) je alat koji pomaže u kreiranju i implementaciji održivih inovativnih projekata. Omogućava opisivanje i povezivanje poslovnih modela koji su ujedno inovativni i održivi. Sve organizacije (startupovi, SMEs, korporacije) kojima je u cilju provesti održive inovativne projekte, mogu koristiti Canvas kako bi definirali i/ili povezali projekte. Shema može biti korištena za kreativno razmišljanja tijekom poslovnih radionica, za intrapoduzetničke startupove ili za preispitivanje poslovnih modela, ali isto tako se može koristiti za predstavljanje projekta vanjskim sudionicima koji su zainteresirani da budu dio projekta. Uključivši poseban dio za opisivanje održivosti, moguće je obrazložiti pozitivne utjecaje na ekonomiju, okoliš i socijalnu notu od samog početka kreiranja projekta. To je bitno za provedbu uistinu održivih projekata i za kvantificiranje učinka povezanog s održivošću.



NASLOV:		Poslovni model održivosti Canvas		
PROBLEM	RJEŠENJE	JEDINSTVENA VRIJEDNOST	KONKURENTSKA PREDNOST	SEGMENT KUPACA RANI KORISNICI
	KLJUČNE METRIKE		KANALI	
STRUKTURA TROŠKOVA		TOK PRIHODA		
EKONOMSKI UTJECAJ	EKOLOŠKI UTJECAJ		SOCIJALNI UTJECAJ	

Manifest održivosti

Manifest održivosti daje strateško obrazloženje plana razvoja za održive i inovativne programe. Prikladan je za efektivno komuniciranje programa inovacija. To je manifest jer daje izjavu o uvjerenju i namjeri o temama usmjerenih na održivost.

MANIFEST ODRŽIVOSTI

Ime:

Datum:

Tim:

- 1 ZAŠTO ODRŽIVOST?
- 2 KOJI SU NAŠI CILJEVI?
- 3 TKO ĆE OMOGUĆITI DA SE CILJEVI ODRADE?
- 4 GDJE SE VRIJEDNOST STVARA ?
- 5 KAKO ĆEMO OSTVARITI NAŠE CILJEVE?

Dodaj svoje ideje ovdje

Dodaj svoje ideje ovdje


Dodaj svoje ideje ovdje

Intrapoduzetnički test vještina

SINTRA Intrapoduzetnički test vještina procjenjuje intrapoduzetničke vještine u kontekstu tima, organizacije ili partnerstva. Pomaže u otkrivanju prikladnosti sudionika za pojedine uloge, kako međusobno surađuju (isto tako pokazuje za što nisu prikladni) te kako mogu iskoristiti suradnju za širu korist.

SINTRA intrapoduzetnički test vještina

IME: _____
 DATUM: _____

	JAKO SE SLAŽEM (10 bodova)	SLAŽEM SE (5 bodova)	NE SLAŽEM SE (0 bodova)	
Q1 Osoba sam na koju se drugi mogu osloniti da se posao odradi.	•	•	•	 <p>PROIZVOĐAČI Q1+Q2+Q3=.....bodova</p> <p>KULTIVATORI Q4+Q5+Q6=.....bodova</p> <p>INFLUENCERI Q7+Q8+Q9=.....bodova</p> <p>POKRETAČI Q10+Q11+Q12=.....bodova</p> <p>ISTRAŽIVAČI Q13+Q14+Q15=.....bodova</p> <p>POVEZIVAČI Q16+Q17+Q18=.....bodova</p> <p>TI SI.....</p>
Q2 Imam uspjeha u pregovaranju organizacijskih politika.	•	•	•	
Q3 Održavam smisao za humor čak i kad je situacija otežana.	•	•	•	
Q4 Imam osjećaj satisfakcije kad pomažem da drugi postignu uspjeh.	•	•	•	
Q5 Mogu lagano procijeniti što članovi tima trebaju i žele.	•	•	•	
Q6 Lagano procjenjujem ukoliko se netko u timu osjeća neugodno.	•	•	•	
Q7 Nemam problem biti predstavnik za tim.	•	•	•	
Q8 Pomažem drugima da se otvore i podijele svoja razmišljanja.	•	•	•	
Q9 Brzo uočavam važne činjenice i pretačem ih u uvjerljivu priču.	•	•	•	
Q10 Odmah krećem s radom kad se započine novi projekt.	•	•	•	
Q11 Drugi su sklopni slijediti moje vodstvo.	•	•	•	
Q12 Članovi tima me traže za pomoć, savjet i preporuke.	•	•	•	
Q13 Imam sposobnost kreiranja puno potencijalnih rješenja kad se predstavi izazov.	•	•	•	
Q14 Članovi tima me često traže pomoć u kreiranju novih ideja.	•	•	•	
Q15 Uvijek želim saznati koji je glavni uzrok problema.	•	•	•	
Q16 Volim međusobno upoznavati poslovne suradnike.	•	•	•	
Q17 U grupnim diskusijama uvijek tražim zajedničke točke dogovora.	•	•	•	
Q18 Poštujem drugačije načine razmišljanja, čak i ako se s njima ne slažem.	•	•	•	

Potreba za održivošću

Uspješne inovacije zadovoljavaju potrebu – stvarnu i specifičnu potrebu korisnika koja trenutno nije zadovoljena ili bi se mogla poboljšati. Ovaj alat pomaže definirati nezadovoljenu potrebu koja će prirodno dovesti do relevantnih i održivih ideja ili inovacija.

Ovaj alat možete koristiti u radionici, nakon što ste analizirali sva istraživanja ili uvide koje imate o tom pitanju.

Važno je odgovoriti na sljedeća pitanja:

1) Čija potreba nije zadovoljena?

Prikupljamo što više informacija o korisniku, koristeći alat Personas ako je potrebno. Što ih motivira? Što ih čini prepoznatljivima? Što ih drži budnima noću? Nacrtajte ili pronađite sliku korisnika i dodijelite pojedincu ime.

2) Koja je njihova nezadovoljena potreba?

Vi to definirate, što konkretnije i s ciljem dolaska do korijena izazova. Jesu li njihove nezadovoljene potrebe nove, koje potiču na razmišljanje, nedvosmislene i napisane jednostavnim jezikom? Jedna od tehnika za definiranje jasne nezadovoljene potrebe je nekoliko puta upitati zašto dok ne otkrijete glavni uzrok.

3) Kako se potreba rješava u ovom trenutku?

Koja rješenja trenutno postoje za ovu neispunjenu potrebu? Zaobilazna rješenja su načini na koje korisnici sami zaobilaze izazov. Oni nam daju naznake o tome kako će naša inovacija morati funkcionirati. Ako korisnici nemaju svoje rješenje, što su prisiljeni učiniti kao alternativu? Ili ne rade ništa?

4) Zašto potreba nije zadovoljena do sada?

Zašto se nije (ili konkurencija) kreirala inovacija koja može zadovoljiti ovu potrebu? Npr., postoji li manjak u tehnologiji ili postoji rješenje koje je trenutno zahtijeva velika sredstva? Da li je potrebna nova?

5) Zašto je važno da se ova potreba riješi?


Navedite svoj argument zašto je ova nezadovoljena potreba važnija od drugih koje se razmatralo. Mora se kvantificirati važnost ove nezadovoljene potrebe za organizaciju, partnere, kupce ili tržište općenito. Dakle, je li ovo značajna prilika za prihod? Hoće li otvoriti nova tržišta? Može li transformirati vaš brend? Kakav utjecaj ima u kontekstu održivosti?

POTREBA ZA ODRŽIVOŠĆU

Ime:

Datum:

Tim:



- 1 DEFINIRAJTE NEZADOVOLJENU POTREBU ODRŽIVOSTI (MAXIMUM DESET RIJEČI)
- 2 KOME PRIPADA TA NEZADOVOLJENA POTREBA?
- 3 ZAŠTO JE VAŽNO DA SE TA POTREBA ZADOVOLJI?
- 4 ZAŠTO SE ODLUČILO PREVLADATI NEZADOVOLJENU POTREBU?
- 5 KAKO SE NEZADOVOLJENA POTREBA PREVLADALA?

Korijeni održive ideje

Postoje razni načini putem kojih možemo opisati ideju. Alat “Korijeni održive ideje” je pregledan način definiranja ideje kako bi se ideja sumirala brzo i precizno. Važno je biti u mogućnosti to učiniti jer će pomoći u prisjećanju ideje, da se bolje prenese drugima i donesu odluke o ideji.

Ideja treba pamtljiv naslov. Ideja s takvim naslovom ima tendenciju razviti svoj vlastiti život unutar organizacije, dok se loše nazvana ideja često zaboravlja i zanemaruje.

Što je ideja ukratko? Napišite kratku rečenicu koja opisuje ideju ukratko i sadrži važne benefite za korisnike.

Koju potrebu ideja zadovoljava? Koja je stvarna i specifična potreba korisnika koju ova ideja ispunjava? Napravite skicu ideje niže. Odvojite trenutak i priložite skicu ideje kako biste joj pomogli da zaživi!

KORIJENI ODRŽIVE IDEJE

Ime:

Datum:

Tim:

1 DEFINIRAJ NEZADOVOLJENU POTREBU ODRŽIVOSTI (MAXIMUM DESET RIJEČI)

2 ŠTO JE UKRATKO NAŠA IDEJA?

3 KOJU NEZADOVOLJENU ODRŽIVU IDEJU POTREBA ZADOVOLJAVA?

4 OVDJE SKICIRAJTE SVOJU IDEJU



Inovacijski predložak

Inovacijski predložak pomaže razjasniti i prenijeti ideju te stvoriti prezentaciju koja opravdava ulaganje vremena i novca kako bi se postigli ciljevi povezani s različitim aspektima održivosti. Pisanje i izvođenje kratkog pitcha pomoći će razjasniti ideju, privući partnere ili investitore i generirati kupnju unutar organizacija.

Sljedeća struktura prikladna je za predstavljanje organizacije ili nove ideje. Idealna duljina za dobro rezultirani pitch je 3 minute. Stoga se treba izbjegavati previše tehnoloških detalja i previše financija te se usredotočiti na entuzijastično predstavljanje dobre priče.

1) Ime, organizacijsko ime ili brand ime za inovativnu ideju.

Pamtljivo ime je iznenađujuće efektivan način izgradnje profila inovacija unutar organizacije.

2) Koji izazov se rješava?

Priču treba započeti iznošenjem jasne i važne nezadovoljene potrebe za određene korisnike. Koristite dramatičnu činjenicu ili osobnu anegdodu u prezentaciji.

3) Kako riješiti izazov?

Ovdje se opisuje kako nova ili prepoznatljiva tehnologija, usluga ili ponašanje zadovoljavaju potrebe korisnika. Točno artikulirate kako naša inovacija funkcionira, koristeći jednostavan i netehnički jezik. Spominjemo sve potencijalne negativne strane i navodimo razloge zašto oni nisu problem.

4) Poslovni model

Kako organizacija ili inovacija može zaraditi novac? Posvetite neko vrijeme razmišljanju o vrhunskim financijskim aspektima inovacije ili organizacije i davanju/dobivanju s potencijalnim partnerima.

5) Zašto različitost?

Opišite organizaciju ili inovaciju u jednoj rečenici koja definira ključnu ideju i objašnjava zašto je bolja od postojećih ideja konkurencije ili proizvoda, ili zašto će postići održivost na poboljšani i efikasniji način.

6) Što se traži?

Završetak bi trebao definirati što se želi od sudionika, da li je to utrošak vremena, da li su to financijska sredstva, partnerstvo, ili neki drugi način obvezivanja.

INOVACIJSKI PREDLOŽAK

Ime:

Datum:

Tim:

- 1 IME, IME ORGANIZACIJE ILI IME BRENDA ZA NAŠU INOVATIVNU IDEJU
- 2 KOJI IZAZOV RJEŠAVAMO?
- 3 KAKO RIJEŠITI IZAZOV?
- 4 POSLOVNI MODEL
- 5 ZAŠTO RAZLIČITOST?
- 6 ŠTO SE TRAŽI

Prototip evaluacije održivosti

Ova tehnika je kreirana za timsku radionicu ili dijeljeno online okruženje. Prototip sadrži četiri različite dodirne komponente: fizičke stvari, informacije, ljudstvo i online resurse. Odabire se jedna ili više komponenta koja je prihvatljiva i osigurava se da radionica ima potrebne materijale i da se održivost uzme u obzir.

PROTOTIP EVALUACIJE ODRŽIVOSTI

Ime:

Datum:

Tim:



- 1 ZA KOJU IDEJU IMAMO PROTOTIP?
- 2 ŠTO ĆEMO PROMIJENITI DA BI SE POSTIGLA ODRŽIVOST?
- 3 ŠTO OSTAJE ISTO?
- 4 OZNAČITE STANJE/POKRET/REINVENCIJA

S P R