



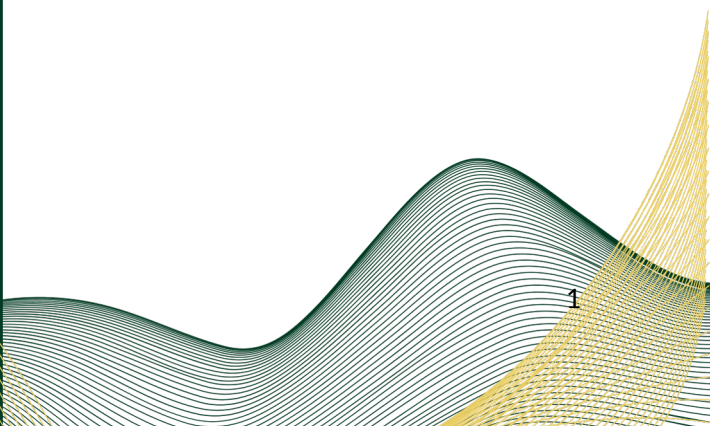
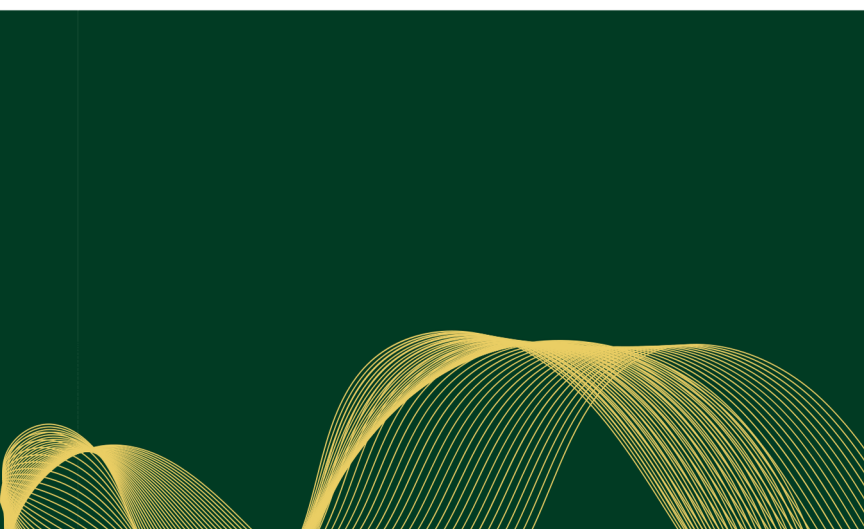
Współfinansowane przez
Unię Europejską

YEE - HUB



YOUTH
ECO-ENTREPRENEURSHIP

NUMER PROJEKTU
2023-2-PL01-KA220-YOU-000178470



PARTNERZY



NICEA
KÜLTÜR VE EĞİTİM
DERNEĞİ



Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



Współfinansowane przez
Unię Europejską



Licencja Creative Commons
Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa



MODUŁ 1: PODSTAWY EKOLOGICZNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



Spis treści

• Cele uczenia się	5
1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekoprzedsiębiorczości	6
1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans.....	12
• Podsumowanie	19
• Bibliografia.....	20
• Quiz.....	21

•

Cele uczenia się

W tym module uczestnicy zrozumieją, jak rozpoznawać ekologiczne szanse w biznesie, jak rozumieć potrzeby i preferencje klientów dotyczące zrównoważonych produktów oraz jak opracowywać innowacyjne rozwiązania biznesowe. Poprzez historie sukcesu, strategię myślenia projektowego i spostrzeżenia na temat pojawiających się trendów, w tym module zdobędą wiedzę i poznają narzędzia do przedsiębiorstw przyszłości, zgodnie z celami zrównoważonego rozwoju.

1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekopresiębiorczości

Zrównoważona przedsiębiorczość to podejście, które stawia zasady zrównoważonego rozwoju środowiskowego, społecznego i ekonomicznego w centrum strategii biznesowych. W przeciwieństwie do tradycyjnej przedsiębiorczości, nie tylko dąży do osiągnięcia zysku, ale także stara się zminimalizować wpływ na środowisko, zwiększyć korzyści społeczne i zapewnić długoterminowe efekty działania. Takie nastawienie wskazuje nie tylko na chęć generowania przychodów, ale także wskazuje na odpowiedzialność firmy wobec planety i społeczeństwa.

Początków zrównoważonej przedsiębiorczości można doszukiwać się w latach 70. XX wieku, kiedy to zaczęły powstawać ruchy ekologiczne. W tym okresie rosnąca świadomość wyczerpywania się zasobów naturalnych i pojawiających się problemów środowiskowych ukształtowała drogę do przyjęcia przyjaznych dla środowiska praktyk w świecie biznesu. W latach 90. XX wieku Raport Brundtland ONZ jeszcze bardziej rozszerzył zakres koncepcji, definiując zrównoważony rozwój jako „zaspokajanie potrzeb obecnych pokoleń bez narażania przyszłych pokoleń na zaspokojenie ich własnych potrzeb”. Definicja ta zachęciła przedsiębiorstwa do ponownej oceny swoich obowiązków i położyła podwaliny pod zrównoważoną przedsiębiorczość.

W latach 2000. coraz większe wyzwania związane z globalnym ociepleniem, degradacją środowiska i nierównościami społecznymi wzmocniły znaczenie zrównoważonej przedsiębiorczości. Wraz ze wzrostem świadomości konsumentów w zakresie środowiska, wzrósł również popyt na zielone technologie, co skłoniło firmy do opracowania rozwiązań ukierunkowanych na zrównoważony rozwój. Dokonano znaczących postępów w takich obszarach, jak energia odnawialna, recykling, modele gospodarki o obiegu zamkniętym i produkty przyjazne dla środowiska.

1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekoprzedsiębiorczości



Source: <https://www.iloveit.net/sustainable-entrepreneurship/>

Dziś zrównoważona przedsiębiorczość jest postrzegana nie tylko jako strategia biznesowa, ale jako konieczność. Firmy dążą do wykorzystania zrównoważonego rozwoju jako przewagi konkurencyjnej, zyskując zaufanie zarówno konsumentów, jak i inwestorów. Jednocześnie ponoszą odpowiedzialność za globalny wpływ ich działalności oferując innowacyjne rozwiązania w kwestiach środowiskowych i społecznych. To podejście zajmuje się kompleksowo wzrostem gospodarczym, ochroną środowiska i dobrobytem społecznym, kształtując przyszłość świata biznesu.



1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekopresiębiorczości

naczenie zrównoważonego rozwoju w biznesie

W szybko zmieniającym się krajobrazie rynków globalnych zrównoważony rozwój stał się kamieniem węgielnym dla nowoczesnych przedsiębiorstw. Ponieważ świat stoi w obliczu bezprecedensowych wyzwań środowiskowych, takich jak zmiana klimatu, wyczerpywanie się zasobów i utrata różnorodności biologicznej, rola przedsiębiorstw w rozwiązywaniu tych problemów stała się ważniejsza niż kiedykolwiek. Zrównoważony rozwój firm nie tylko koreluje z odpowiedzialnością etyczną, ale także oferuje strategiczne korzyści, które prowadzą do długoterminowego sukcesu.



Source: <https://www.technologytimesnow.com/benefits-of-sustainability-in-business/>

i. Odpowiedzialność środowiskowa i efektywne wykorzystanie surowców

Jednym z najbardziej przekonujących powodów, dla których firmy powinny wykorzystywać zrównoważony rozwój, jest ich wpływ na środowisko. Firmy, które przyjmują zrównoważone praktyki, aktywnie przyczyniają się do redukcji emisji dwutlenku węgla, oszczędzania zasobów naturalnych i minimalizowania odpadów. Działania te nie tylko chronią planetę, ale także zwiększają wydajność operacyjną. Na przykład energooszczędne technologie i odnawialne źródła energii mogą obniżyć koszty, podczas gdy zrównoważone łańcuchy dostaw zmniejszają zależność od ograniczonych zasobów.

1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekoprzedsiębiorczości

ii. Spełnianie oczekiwań konsumentów

W obecnych czasach konsumenci charakteryzują się większą świadomością społeczną i ekologiczną niż kiedykolwiek wcześniej. Coraz częściej preferują marki, które wykazują zaangażowanie w zrównoważony rozwój. Poprzez zrównoważone praktyki, firmy mogą wzmocnić swoją reputację, pielęgnować lojalność wobec marki i wykorzystać rosnący rynek świadomych ekologicznie konsumentów. Przejrzystość w działaniach buduje zaufanie i wyróżnia markę na konkurencyjnych rynkach.

iii. Korzyści ekonomiczne i zdolność do utrzymania się na rynku

Zrównoważony rozwój nie dotyczy jedynie ochrony środowiska; jest to również strategiczna inwestycja w przyszłość. Wyniki finansowe zrównoważonych przedsiębiorstw często się poprawiają dzięki oszczędnościom kosztów, dostępowi do nowych rynków i zwiększonemu zainteresowaniu inwestorów. Obecnie wielu inwestorów priorytetowo traktuje firmy dbające o środowisko, społeczeństwo i ład korporacyjny, postrzegając je jako bardziej stabilne i odporne na wahania rynku. Ponadto włączenie zrównoważonego rozwoju do modeli biznesowych zapewnia długoterminową rentowność poprzez łagodzenie ryzyka związanego z niedoborem zasobów i zmianami regulacyjnymi.

iv. Wpływ społeczny i odpowiedzialność korporacyjna

Jednym z zadań przedsiębiorcy jest pozytywny wkład w społeczeństwa, w obrębie których firma prowadzi działalność. Zrównoważone praktyki, takie jak uczciwa polityka pracy, zaangażowanie społeczności i inicjatywy na rzecz różnorodności, pokazują zainteresowanie firmy sprawiedliwością społeczną. Te działania nie tylko poprawiają satysfakcję i wydajność pracowników, ale także wzmacniają relacje z interesariuszami, tworząc pozytywny efekt domina w całej społeczności. 9

1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekopresiębiorczości

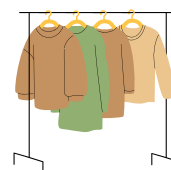
v. Zgodność z przepisami i przewaga konkurencyjna

Aby stawić czoła globalnym wyzwaniom, rządy i organizacje międzynarodowe wdrażają coraz surowsze przepisy dotyczące ochrony środowiska. Firmy, które proaktywnie angażują się w zrównoważone praktyki, są lepiej przygotowane do przestrzegania tych przepisów, unikając kar i zyskując przewagę konkurencyjną. Ponadto firmy, które są liderami czy innowatorami w zakresie zrównoważonego rozwoju, często wpływają na standardy branżowe.

Historie sukcesu eko-przedsiębiorców

Eko-przedsiębiorczość zrewolucjonizowała sposób działania firm, integrując świadomość ekologiczną i społeczną z ich podstawowymi strategiami. Wiele inspirujących historii sukcesu pokazuje, jak eko-przedsiębiorcy nie tylko osiągnęli sukces finansowy, ale także znacząco przyczynili się do dobrobytu planety i społeczności, którym służą. Omówimy kilka niezwykłych przykładów:

- Patagonia: pionier zrównoważonej odzieży



Patagonia, założona przez Yvona Chouinarda, jest światowym liderem w produkcji ekologicznej odzieży wierzchniej. Zaangażowanie firmy w zrównoważony rozwój znajduje odzwierciedlenie w jej inicjatywie „Worn Wear”, która zachęca klientów do naprawy i ponownego wykorzystania starej odzieży zamiast kupowania nowej. Patagonia przekazuje 1% ze sprzedaży na cele związane z ochroną środowiska i opowiada się za polityką walki ze zmianą klimatu. Jej przejrzystość i zaangażowanie w zrównoważony rozwój przyniosły jej lojalną bazę klientów i reputację pioniera w obszarze eko-przedsiębiorczości.

1.1 Wprowadzenie do zrównoważonej ekoprzedsiębiorczości

- Tesla: Transformacja przemysłu motoryzacyjnego



Tesla Elona Muska jest doskonałym przykładem tego, jak innowacja może zakłócić tradycyjne gałęzie przemysłu, jednocześnie promując zrównoważony rozwój środowiska. Pojazdy elektryczne Tesli spopularyzowały czysty transport i znacznie zmniejszyły emisję dwutlenku węgla w porównaniu z tradycyjnymi samochodami. Poza pojazdami elektrycznymi Tesla zastosowała rozwiązania z zakresu energii odnawialnej, w tym panele słoneczne i systemy magazynowania energii w akumulatorach. Wizjonerskie podejście firmy sprawiło, że zrównoważona technologia stała się pożądana przez miliony ludzi.

- The Body Shop: Etyczne piękno i pielęgnacja skóry



Założona przez Anitę Roddick w 1976 roku, firma The Body Shop zrewolucjonizowała branżę kosmetyczną, kładąc nacisk na etyczne pozyskiwanie surowców i produkty nie testowane na zwierzętach. Pozyskiwanie składników następuje w sposób zrównoważony wspierając programy handlu społecznościowego w regionach mniej rozwiniętych. Zaangażowanie firmy w ekologię, takie jak kampanie przeciwko wylesianiu i testom na zwierzętach, wyznaczyło nowy standard społecznej odpowiedzialności biznesu w branży kosmetycznej.

- Ecosia: Wyszukiwarka sadząca drzewa



Ecosia to wyszukiwarka internetowa stworzona przez Christiana Krolla, która wykorzystuje zyski do finansowania projektów ponownego zalesiania na całym świecie. Każde wyszukiwanie wiąże z inicjatywą sadzenia drzew na obszarach dotkniętych wylesianiem. Dzięki przejrzystości działań Ecosia przyciągnęła miliony użytkowników na całym świecie i do tej pory pomogła posadzić ponad 150 milionów drzew.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

W erze świadomości środowiskowej, przyjazne dla środowiska przedsiębiorstwa są nie tylko niezbędne dla zrównoważonego rozwoju, ale także stwarzają szanse w zakresie innowacji i rentowności. Identyfikowanie tych szans wymaga strategicznego podejścia, kreatywności i zrozumienia wymagań rynku. Poniżej przedstawiamy kluczowe strategie pozwalające rozpoznać przyjazne dla środowiska szanse biznesowe:

i. Zrozumienie wyzwań środowiskowych

Pierwszym krokiem w identyfikacji przyjaznych dla środowiska szans biznesowych jest analiza naglących problemów środowiskowych, takich jak zmiana klimatu, wylesianie, niedobór wody i zanieczyszczenie plastikiem. Rozumiejąc te wyzwania, firmy mogą opracowywać produkty lub usługi, które rozwiązują konkretne problemy. Na przykład: biodegradowalne opakowania w celu wyeliminowania odpadów z tworzyw sztucznych czy tworzenie wydajnych systemów nawadniających dla rolnictwa.

ii. Przeprowadzanie badań rynku

Identyfikacja potrzeb i preferencji konsumentów ma kluczowe znaczenie dla przyjaznych dla środowiska innowacji. Badania rynku pomagają firmom odkrywać luki, w których występuje zapotrzebowanie na zrównoważone alternatywy. Ankiety, grupy fokusowe i analizy trendów mogą wskazać na: rosnący popyt na rozwiązania w zakresie energii odnawialnej; zainteresowanie zrównoważoną modą i kosmetykami nietestowanymi na zwierzętach.

iii. Wykorzystanie technologii

Technologia odgrywa kluczową rolę w umożliwianiu prowadzenia działalności przyjaznej środowisku. Innowacje takie jak SI, Internet rzeczy czy technologia łańcucha bloków mogą pomóc w wysiłkach na rzecz zrównoważonego rozwoju. Na przykład: wykorzystanie Internetu rzeczy do zarządzania energią w inteligentnych domach czy opracowanie¹² aplikacji do śledzenia osobistego śladu węglowego.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

iv. Badanie modeli gospodarki o obiegu zamkniętym



W gospodarce o obiegu zamkniętym główny nacisk jest położony na ponowne wykorzystanie zasobów, efektywność oraz recykling. Przedsiębiorstwa mogą wykorzystać ten model w:

- budowaniu rynku dla towarów używanych lub odnowionej elektroniki;
- usługach naprawczych w celu wydłużenia cyklu życia produktu.

v. Partnerstwo ze społecznościami lokalnymi



Współpraca ze społecznościami lokalnymi może odblokować wyjątkowe możliwości przyjazne dla środowiska. Poprzez wspieranie zrównoważonych praktyk firmy mogą wywierać pozytywny wpływ na społeczeństwo i środowisko, na przykład:

- współpraca z rolnikami w celu produkcji produktów ekologicznych i zgodnie z założeniami sprawiedliwego handlu.
- inwestowanie w projekty energii odnawialnej oparte na społecznościach.



vi. Wyszukiwanie źródeł finansowania i programów wsparcia

Wiele rządów i organizacji zapewnia dotacje, subsydia i ulgi podatkowe na rzecz zrównoważonych inicjatyw. Odkrycie tych szans może ukierunkować przedsiębiorstwa na opłacalne, przyjazne dla środowiska przedsięwzięcia.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

Zrozumienie potrzeb klientów w zakresie eko-produktów

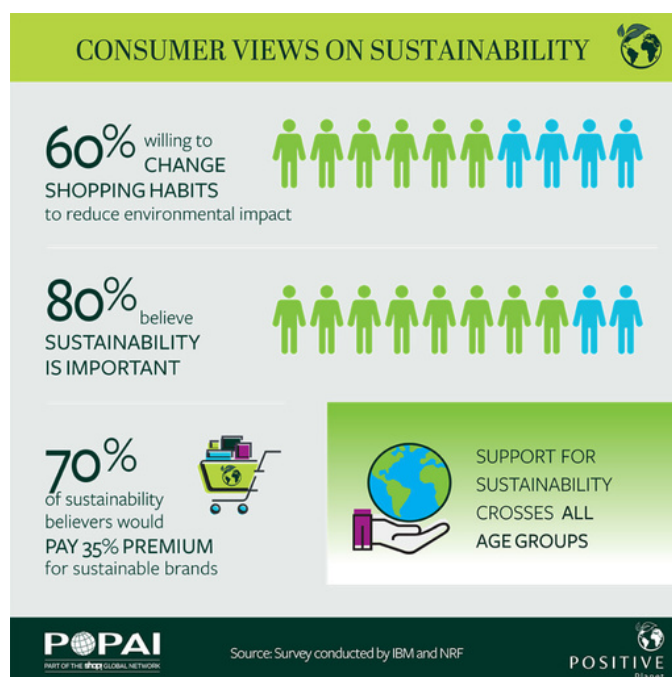
W miarę jak świadomość ekologiczna na całym świecie rośnie, zrozumienie potrzeb i preferencji klientów w zakresie produktów przyjaznych dla środowiska stało się kluczowe dla firm, które chcą funkcjonować na rynku zorientowanym na zrównoważony rozwój. Konsumenci są coraz bardziej zmotywowani troską o środowisko, względami zdrowia i bezpieczeństwa oraz odpowiedzialnością społeczną. Wielu aktywnie poszukuje produktów, które minimalizują szkody dla środowiska, są wykonane z materiałów biodegradowalnych i są wolne od szkodliwych substancji chemicznych. Ponadto klienci cenią marki, które przestrzegają etycznych praktyk, takich jak uczciwy handel i inicjatywy na rzecz rozwoju społeczności.

Nie wszyscy konsumenci priorytetowo traktują produkty przyjazne dla środowiska, dlatego firmy muszą identyfikować i kierować swoje działania do określonych segmentów klientów. Na przykład pokolenie milenialsów i pokolenie Z często stoją na czele ruchów na rzecz zrównoważonego rozwoju, domagając się przejrzystości i praktyk przyjaznych dla środowiska. Rodziny i rodzice priorytetowo traktują nietoksyczne i bezpieczne produkty dla swoich dzieci, podczas gdy nabywcy korporacyjni szukają dostawców, których działania są przyjazne dla środowiska, aby poprawić swoją wiarygodność.

Aby lepiej zrozumieć te preferencje i sprostać oczekiwaniom, firmy powinny wykorzystać opinie klientów i pozyskane dane. Ankiety, sondaże w mediach społecznościowych i recenzje dostarczają cennych informacji na temat pożądanых cech, chęci płacenia wyższych stawek za zrównoważone opcje i potencjalnych luk na rynku. Przejrzystość jest kolejnym kluczowym czynnikiem, ponieważ klienci coraz częściej domagają się jasnego znakowania produktów z certyfikatami, takimi jak „naturalny” lub „neutralny pod względem emisji dwutlenku węgla”. Podzielenie się swoimi doświadczeniami na rzecz zrównoważonego rozwoju poprzez historie, raporty i przedstawienie cyklu życia produktu pomaga budować zaufanie i lojalność.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

Pojawiające się trendy w stylu życia również odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu preferencji. Minimalistyczny styl życia i zero waste zachęca do popytu na produkty wielokrotnego użytku, ograniczając opakowanie do minimum podczas gdy rosnąca popularność diet opartych na roślinach stwarza możliwości dla ekologicznych opcji żywieniowych. Firmy mogą również wykorzystać narzędzia cyfrowe, pozwalające konsumentom śledzić wpływ ich zakupów na środowisko, co jeszcze bardziej zwiększa zaangażowanie i satysfakcję.



Source: <https://wearepositive.com/customer-views-on-sustainability/>

Podsumowując, zrozumienie potrzeb i preferencji klientów w zakresie ekologicznych produktów wymaga kompleksowego podejścia, które obejmuje analizę motywacji, segmentację rynku, wykorzystanie informacji zwrotnych i dostosowanie się do trendów w stylu życia. Poprzez dostosowanie produktów do wartości konsumenckiej oraz przejrzystość, firmy mogą nie tylko sprostać rosnącemu popytowi na zrównoważony rozwój, ale także osiągnąć długoterminowy sukces na konkurencyjnym rynku.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

Opracowywanie innowacyjnych rozwiązań dla wyzwań biznesowych.

Innowacja jest siłą napędową wzrostu i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw na ciągle ewoluującym globalnym rynku. Opracowywanie innowacyjnych rozwiązań w celu sprostania wyzwaniom biznesowym wymaga połączenia kreatywności, myślenia strategicznego i zdolności adaptacji. Dzięki przyjęciu innowacji firmy mogą pokonywać przeszkody, wykorzystywać okazje i utrzymywać konkurencyjność.



Source: <https://gcsconsultant.com/blog/10-powerful-business-strategies-for-skyrocketing-success.html>

i. Identyfikacja głównych wyzwań

Pierwszym krokiem w opracowaniu innowacyjnych rozwiązań jest identyfikacja konkretnych wyzwań, przed którymi stoi firma. Wyzwania te mogą obejmować:

- konkurencję rynkową: utrzymywanie pozycji na nasyconym rynku;
- postęp technologiczny: dostosowywanie się do szybkich zmian technologicznych;
- nieskuteczność operacyjną: usprawnianie procesów w celu obniżenia kosztów i zwiększenia produktywności;
- oczekiwania klientów: spełnianie zmieniających się wymagań konsumentów;
- cele zrównoważonego rozwoju: zmniejszanie wpływu na środowisko przy jednoczesnym zachowaniu rentowności.

Dokładne zrozumienie tych wyzwań pozwala przedsiębiorstwom skoncentrować wysiłki i zasoby na poszukiwaniu skutecznych rozwiązań.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

ii. Wykorzystanie technologii

Postęp technologiczny dostarcza przedsiębiorstwom narzędzia do rozwiązywania złożonych problemów, na przykład:

- sztuczną inteligencję (SI): SI może optymalizować procesy, ulepszać doświadczenie klienta i usprawniać podejmowanie decyzji;
- Internet rzeczy (IoT): umożliwia śledzenie procesów w czasie rzeczywistym i inteligentniejsze zarządzanie zasobami;
- technologię łańcucha bloków: zapewnia przejrzystość i bezpieczeństwo transakcji oraz łańcuchów dostaw.

Dzięki wykorzystaniu i połączeniu tych technologii przedsiębiorstwa mogą tworzyć innowacyjne rozwiązania dostosowane do swoich unikalnych potrzeb.

iii. Zachęcanie do współpracy i różnorodności

Innowacje rozwijają się w środowiskach, w których wykorzystuje się spojrzenie z różnorodnych perspektyw. Podejścia oparte na współpracy, takiej jak zespoły wielofunkcyjne i partnerstwa z innymi organizacjami, sprzyjają kreatywności i nieszablonowemu myśleniu. Łączenie osób o różnych umiejętnościach, doświadczeniach i punktach widzenia często prowadzi do przełomowych pomysłów.

iv. Przyjęcie myślenia projektowego

Myślenie projektowe to podejście do rozwiązywania problemów, które stawia na pierwszym miejscu potrzeby i doświadczenia klientów. Obejmuje ono między innymi:

- empatię wobec użytkowników: zrozumienie ich problemów i potrzeb;
- pomysłowość: burza mózgów prowadząca do kreatywnych rozwiązań;
- prototypowanie i testowanie: rozwijanie i doskonalenie pomysłów na podstawie opinii użytkowników.

Ten iteracyjny proces zapewnia, że rozwiązania są zorientowane na użytkownika, praktyczne i skuteczne.

1.2 Ekologiczne innowacje i rozpoznawanie szans

v. Inwestowanie w badania i rozwój (R&D)

Badania i rozwój są niezbędne do napędzania innowacji.

Przeznaczając środki na badania, firmy mogą:

- odkrywać nowe możliwości na rynkach wschodzących;
- opracowywać najnowocześniejsze produkty i usługi;
- wyprzedzać konkurencję, przewidując przyszłe trendy.



vi. Kultywowanie innowacyjnej kultury

Stworzenie kultury ceniącej innowację, jest kluczowe. Można to osiągnąć poprzez:

- zachęcanie pracowników do dzielenia się pomysłami i podejmowania skalkulowanego ryzyka;
- rozpoznawanie i nagradzanie innowacyjnych rozwiązań;
- zapewnianie szkoleń i środków na rozwijanie kreatywnych umiejętności rozwiązywania problemów.



Podsumowanie

Podsumowując, opracowywanie innowacyjnych rozwiązań dla wyzwań biznesowych to nie tylko konieczność, ale droga do trwałego sukcesu. Poprzez identyfikowanie wyzwań, wykorzystywanie technologii, wspieranie współpracy i inwestowanie w strategie oparte na innowacjach, firmy mogą pokonywać przeszkody i dostosowywać się do zmieniającego się krajobrazu. W świecie, w którym innowacja jest istotna, firmy stawiające kreatywność i zdolność adaptacji na pierwszym miejscu, będą dominować.



Bibliografia

- Camilleri, M. A. (2017). Corporate sustainability and responsibility: creating value for business, society and the environment. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 2(1), 59–74.
- Chouinard, Y., Ellison, J., & Ridgeway, R. (2011). The sustainable economy. *Harvard Business Review*, 89(10), 52–62. <https://hbr.org/2011/10/the-sustainable-economy>.
- Hall, J. K., Daneke, G. A., & Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 439–448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.002>
- Ioannou, I., & Hawn, O. (2019). Corporate sustainability: A strategy? Harvard Business School Working Paper, No. 19-065.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Trabattoni, A. (2019). Sustainable entrepreneurship: Definition and types. In Leal Filho, W. (Ed.), *Encyclopedia of Sustainability in Higher Education* (pp. 1–8). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71059-4_51-1

Quiz

1. Jaki jest główny cel zrównoważonej przedsiębiorczości?

- A) Maksymalizacja krótkoterminowych zysków
- B) Zmniejszenie wpływu na środowisko przy jednoczesnym zapewnieniu długoterminowego sukcesu
- C) Skupienie się wyłącznie na postępie technologicznym
- D) Ignorowanie odpowiedzialności społecznej

Odpowiedź: B) Zmniejszenie wpływu na środowisko przy jednoczesnym zapewnieniu długoterminowego sukcesu

2. Która firma jest znana ze swojej inicjatywy „Worn Wear”, która promuje naprawę i ponowne używanie odzieży?

- A) Tesla
- B) The Body Shop
- C) Patagonia
- D) Ecosia

Odpowiedź: C) Patagonia

3. Jaka jest główna korzyść ze zrozumienia preferencji klientów w zakresie produktów przyjaznych dla środowiska?

- A) Obniżenie kosztów produkcji
- B) Poprawa przejrzystości finansowej
- C) Dostosowanie produktów do wartości konsumentów i zwiększenie lojalności wobec marki
- D) Skupienie się wyłącznie na marketingu

Odpowiedź: C) Dostosowanie produktów do wartości konsumentów i zwiększenie lojalności wobec marki

4. Która z poniższych opcji NIE jest czynnikiem decydującym o tym, czy klienci wybierają produkty przyjazne dla środowiska?

- A) Kwestie środowiskowe
- B) Kwestie zdrowia i bezpieczeństwa
- C) Obniżone ceny bez zapewnienia jakości
- D) Odpowiedzialność społeczna

Odpowiedź: C) Obniżone ceny bez zapewnienia jakości

Quiz

5. Jaki jest główny cel segmentacji rynku w przyjaznych dla środowiska praktykach biznesowych?

- A) Kierowanie działań do określonych grup konsumentów na podstawie ich potrzeb
- B) Zmniejszanie konkurencji na rynku
- C) Eliminowanie skarg klientów
- D) Zwiększanie cen produktów

Odpowiedź: A) Kierowanie działań do określonych grup konsumentów na podstawie ich potrzeb

6. Która technologia jest powszechnie stosowana w celu zwiększenia zrównoważonego rozwoju w firmach?

- A) Łańcuch bloków
- B) Wirtualna rzeczywistość
- C) Faksy
- D) Drukowanie 3D

Odpowiedź: A) Łańcuch bloków

7. Na co położony jest nacisk gospodarce o obiegu zamkniętym?

- A) Zwiększanie produkcji bez zmniejszania ilości odpadów
- B) Ponowne wykorzystanie, recykling i efektywne wykorzystanie zasobów
- C) Rozbudowanie globalnych sieci handlowych
- D) Zmniejszanie innowacji w produkcji

Odpowiedź: B) Ponowne wykorzystanie, recykling i efektywne wykorzystanie zasobów

Quiz

8. Jaka jest kluczowa zasada myślenia projektowego w opracowywaniu innowacyjnych rozwiązań? A) Ignorowanie opinii klientów
B) Skupianie się wyłącznie na rentowności
C) Wczuwanie się w potrzeby użytkowników i tworzenie prototypów
D) Skracanie czasu poświęcanego na rozwój produktu
Odpowiedź: C) Wczuwanie się w potrzeby użytkowników i tworzenie prototypów

9. Jaka jest jedna z korzyści inwestowania w badania i rozwój (B+R) dla firm? A) Zmniejszenie potrzeby szkoleń pracowników
B) Zapewnienie krótkoterminowych zysków finansowych
C) Odkrywanie możliwości na rynkach wschodzących
D) Ograniczenie ekspansji rynkowej
Odpowiedź: C) Odkrywanie możliwości na rynkach wschodzących

10. W jaki sposób firmy mogą budować zaufanie wśród świadomych ekologicznie konsumentów? A) Unikając przejrzystości w praktykach zrównoważonego rozwoju
B) Zapewniając jasne etykiety i certyfikaty dla swoich produktów
C) Skupiając się wyłącznie na strategiach obniżania cen
D) Ograniczając zaangażowanie klientów
Odpowiedź: B) Zapewniając jasne etykiety i certyfikaty dla swoich produktów



**Współfinansowane przez
Unię Europejską**

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.