

## על חדשנות וקיימות

מאת: עדיטל אלה

הנטייה הרווחת בקרב חברות המבקשות לחפש את דרכן ב"מבוך הירוק", היא לחפש פתרונות מידיים בדמות של החלפת חומר ו/או טכנולוגיה.

לעיתים ההתמקדות בפן החומרי בלבד, בניגוד להתייחסות לאימפקט הסביבתי האמיתי של מוצר ממחזור החיים המלא שלו (כריית חומר, עיבוד, שינוע, תהליך ייצור, אריזה, הפצה, שימוש ותסריט סוף חיי המוצר), יכולה לגרום אפילו יותר נזק מתועלת.

דוגמה נפוצה מהעת האחרונה היא מספר חברות שמיהרו לאמץ את תחליף הפלסטיק OXO ולמג שיקויהן כמתכלות כשלמעשה החומר אינו מתכלה אלא מתפרק לחלקיקי פלסטיק קטנים שיש הטוענים שעושים נזק סביבתי רב יותר משקיות הפלסטיק המוכרות. דוגמאות אחרות הן חברות שמייצרות רק את המיתלה של המוצר שלהן מפלסטיק מתכלה ביולוגית ומזניחות את האימפקט המרכזי של הביזנס שלהם.

כדי להגיע לחדשנות אפקטיבית בעולם של ייצור וצריכה, אנחנו נדרשים לחשיבה הרבה יותר רחבה. אנחנו נקראים לבחון את הערכים שמובילים את המוצרים/שירותים שלנו ולאפשר לערכי הקיימות לאתגר אותם. מהיסוד, ולהעשיר אותם.

חדשנות בעולם של קיימות לא תמיד משמעה תכנון מוצר חדש שיישבה את ליבו של הלקוח, הרבה פעמים זאת עבודה עם תרחישים עתידיים של איך תחום המוצרים של הביזנס שלי יכול להשתלב בעולם שמושגת על ערכי הקיימות.

אם לצטט לרגע את ההגדרה החביבה עליי של קיימות מבית - The Natural Step: "תפיסת הקיימות מקדמת יצירת דרכים חדשות לחיות ולשגשג תוך הבטחת עתיד שוויוני ובריא לאנשים ולכדור".

מתוך ניתוח האופן בו תחום העיסוק של החברה מתפקד כחלק מעולם שמושגת על ייצור וצריכה מקיימים, ניתן לחשוב מחדש על הגישה לעיצוב המוצר או השירות.

שאלה נוספת שחשוב להעלות היא כיצד אנו יכולים כחברה עסקית לתמוך בלקוחות שלנו בניסיון שלהם להיפך לצרכנים סביבתיים וליצור עבורם פתרונות שהופכים אותנו למשתפי פעולה בדרך לעולם של ייצור וצריכה מקיימים.

חשיבה כזו תדרוש חברות לפעמים לפיתוח אסטרטגיות עסקיות חדשניות שיתמכו במערך המוצרים המתחדש. דוגמאות לאסטרטגיות כאלה ניתן כבר למצוא בעולם – שירות במקום מוצר, PAY PER USE וכיוב'. יתרונות עסקיים של אסטרטגיות חכמות יכולים להיות בדמות של נאמנות לקוחות, הגעה לקהלי יעד חדשים וכיוב'.

לדוגמה, חברה שנחשפת לביקורת רבה על שימוש עודף באריזות יכולה במקום רק להחליף חומר או להחסיר חלק מסויים באריזה לבחון אופציות של מכירת המוצר בדיספנסר עם אופציה להתאמה אישית לצרכי הלקוח, להקים נקודות מכירה למילוי חוזר, למכור תמצית מרוכזת במקום מוצר מוגמר, לפתח מוצר שאינו דורש אריזה (כמו ה-SolidInk של זירוקס לדוג') וכיוב'.

יש אינסוף הזדמנויות לחדשנות שמקדמת אותנו לעבר עולם שמושגת על 'שגשוג מקיים'. חברות שישכילו להשקיע חשיבה יצירתית וחדשנית ירוויחו מהיותן מובילות דרך גם תדמיתית וגם כלכלית. האחרות יצטרפו להגרר בגמלוניות-מה אחריהן..

### עדיטל אלה – עיצוב חושב סביבה

עיצוב מוצרים ושירותים עפ"י ערכי הקיימות

[www.aditalela.com](http://www.aditalela.com)

[contact@aditalela.com](mailto:contact@aditalela.com)