KRUŽNA EKONOMIJA

Popić, Mila

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:687782

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

KRUŽNA EKONOMIJA

Mentor: **Student:**

prof.dr.sc. Zlatan Reić **Mila Popić**

Split, srpanj, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. ISTRAŽIVANJE PODRIJETLA KONCEPTA KRUŽNOG GOSPODARSTVA 2
2.1. Industrijska ekologija 2
2.2. Gospodarstvo uspješnosti 5
2.3. Prodajna izvedba umjesto proizvoda 6
3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE I MARKETING 7
3.1. Zeleni marketing 8
3.2. Značajke zelenih proizvoda 9
3.3. Zeleni marketinški miks 10
3.3.1. Proizvod 10
3.3.2. Cijena 10
3.3.3. Promocija 10
3.3.4. Mjesto 10
3.4. Zašto je vrijeme da posao krene zeleno 11
3.5. Izazovi u zelenom marketingu 11
3.5.1. Potreba za standardizacijom 11
3.5.2. Novi koncept 11
3.5.3. Strpljenje i ustrajnost 12
3.5.4. Preostali izazovi 12
3.5.5. Prilike 12
3.5.6. Ljudi, planet, dobit 13
4. KRUŽNA EKONOMIJA 13
4.1. Pojmovno određenje kružne ekonomije 14
4.2. Nastanak kružne ekonomije 21
4.3. Kružna ekonomija i kružna industrija 23
4.4. Prednosti i nedostaci kružne ekonomije 24
4.5. Izazovi i problematika cirkularne ekonomije u 21.stoljeću 25
4.6. Značaj kružne ekonomije u budućnosti 27
5. KRUŽNA EKONOMIJA, ODRŽIVO POSLOVANJE I ZELENI MARKETING NA PRIMJEJU PODUZEĆA L'OCCITANE 28
5.1. Održiva proizvodnja ključnih sastojaka 28
5.2. Dobavljači 28
5.3. Zaposlenici 29

5.4. Društvo 29
5.5. Zaštita okoliša 29
5.6. Program pravedne trgovine 29
5.7. Suradnja s lokalnim proizvođačima 30
5.8. Udruga Provansa kroz sva osjetila 30
5.9. Podrška organizacijama za zaštitu životinja 30
6. ZAKLJUČAK 32
LITERATURA 33

1. UVOD

Održivost kao koncept politike potječe iz Brundtlandskog izvješća iz 1987. godine. Taj se dokument bavio napetošću između težnji čovječanstva prema boljem životu s jedne strane i ograničenjima koje priroda nameće s druge strane. S vremenom, koncept je ponovno interpretiran tako da obuhvaća tri dimenzije, odnosno društvenu, ekonomsku i ekološku. Koncept održivosti zagovara povratak izvornom značenju, gdje se održivost bavi dobrobiti budućih generacija, a osobito nezamjenjivim prirodnim resursima, za razliku od zadovoljenja sadašnjih potreba koje nazivamo dobrobiti. Između ta dva nastojanja treba pronaći ravnotežu, a unatoč tomu što koristimo prirodne resurse na račun budućih generacija, generiramo i kapital (uključujući znanje) koji povećava buduće blagostanje. Glavno pitanje je u kojoj mjeri jedna kompenzira drugu. Ova rasprava usredotočuje se na problem zamjenjivosti, koja je uvrštena u razliku između „slabe“ i „jake“ održivosti. Tvrdi se da navedene ne moraju biti u opoziciji, nego da se međusobno nadopunjuju. Temeljna potreba za alternativom tradicionalnom linearnom modelu rasta dovela je do nove rasprave o kružnoj ekonomiji, koja se opisuje kao ekonomija sa zatvorenim materijalnim petljama. Koncept kružne ekonomije ne može se pratiti sve do jednog jedinog datuma ili autora, nego do različitih škola mišljenja. Međutim, zajedničko razumijevanje koncepta ključno je jer je to preduvjet za uspješnu provedbu u poslovanju.

2. ISTRAŽIVANJE PODRIJETLA KONCEPTA KRUŽNOG GOSPODARSTVA

Pojam kružnog gospodarstva ne može se pratiti sve do jednog jedinog datuma ili autora, nego do različitih škola mišljenja. Mnogi su znanstvenici smatrali da su kružni ekonomski sustav primarno uveli ekonomisti okoliša Pearce i Turner, koji su svoj teoretski okvir izgradili na prethodnim studijama ekološkog ekonomiste Kennetha Bouldinga.[1]

Međutim, ti okolišni i ekološki ekonomisti ne smatraju se osnivačima koncepta. Prema tome, opsežan pregled literature iz posljednja dva desetljeća pokazao je da su korijeni kružne ekonomije uglavnom ukorijenjeni u ekološkoj ekonomiji i u industrijskoj ekologiji.[2] Štoviše, prema zakladi Ellen MacArthur, novije teorije kao što su ekonomija uspješnosti, pridonijele su daljnjem usavršavanju i razvoju koncepta cirkularne ekonomije.

2.1. Industrijska ekologija

Pojam kružnog gospodarstva također ima svoje korijene u industrijskoj ekologiji. Industrijska ekologija proizašla je iz percepcije da ljudska ekonomska aktivnost uzrokuje neprihvatljive promjene u okolišu i pojavila se 1970-ih u suprotnosti s razmatranjem industrijskog sustava kao zasebnog od okoliša (npr. tvornice i gradovi s jedne strane i priroda s druge).[3]

Osnovna ideja industrijske ekologije je redizajn postojećeg industrijskog društva kao specifičnog ekosustava unutar biosfere. Sukladno tome, koncept industrijske ekologije oslanja se na sustavnu, sveobuhvatnu i integriranu analizu industrijskog sustava i svih njegovih sastavnica unutar okoline, smatrajući ih zajedničkim ekosustavom.[4]

Ovaj pristup ima za cilj razumjeti na koji način funkcionira industrijski sustav, kako se reguliraju tokovi materijala i energije (koji se nazivaju industrijski metabolizam) i kako ona djeluje s biosferom. Analiza industrijskog metabolizma tada se koristi kao osnova za optimizaciju ukupnog ciklusa industrijskih materijala (od djevičanskog materijala preko

[1] Andersen, M. S. (2007) An introductory note on the environmental economics of the circular economy, Sustainability Science, Vol. 2, No. 1., str. 133.
[2] Ghisellini, P., Cialani, C., Ulgiati, S. (2016) A review on circular economy: The expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems, Journal of Cleaner Production, Vol. 114., str. 15.
[3] Erkman, S. (1997) Industrial ecology: An historical view, Journal of Cleaner Production, Vol. 5, 1-2., str. 1.
[4] Graedel, T. (1995) Industrial Ecology: Definition and Implementation, in Socolow, R., Andrews, C., Berkhout, F., Thomas, V. and Moomaw, W. R. (eds) Industrial Ecology and Global Change, Cambridge, Cambridge University Press., str. 23.

gotovog proizvoda do konačnog odlaganja otpada) kroz transpoziciju prirodnih principa ili barem putem inspiracije iz njih.[5]

Industrijska ekologija ima za cilj elegantniju, manje rasipnu mrežu industrijskih procesa. Koristeći izraz „elegantan“, Jesse Ausubel želi naglasiti društveno-ekonomske i ekološke prednosti industrijske ekologije, koje stvara više bogatstva s manje resursa i manje utjecaja na biosferu. Nadalje, industrijska ekologija ne rješava samo pitanja onečišćenja okoliša proučavanjem energetskih i materijalnih tokova jednog proizvoda i jednog poduzeća. Cilj mu je promatrati industrijski sustav u cjelini. U tom smislu, industrijska ekologija dovodi u pitanje dogmu konkurentnosti promicanjem suradnje između različitih subjekata kako bi se osiguralo učinkovito upravljanje resursima (tj. stvaranje eko-industrijskih mreža). Stoga industrijska ekologija predstavlja način na koji poduzeća mogu optimalnije iskoristiti vlastite proizvode i resurse, uključujući njihov otpad, učinkovitije i samim time profitabilnije.[6]

Kako bi se krenulo prema održivom industrijskom društvu, Erkman[7] definira četiri ključna načela koja upravljaju reorganizacijom našeg industrijskog ekosustava:

Otpad i nusproizvodi moraju se sustavno valorizirati: tradicionalno recikliranje je samo jedna od mnogih drugih strategija oporabe materijala. Erkman poziva na stvaranje eko-industrijskih mreža – pametnih mreža resursa i otpada u kojima ostaci jednog poduzeća mogu postati inputi drugog industrijskog procesa. Industrijska simbioza je vjerojatno najpoznatiji primjer radnog industrijskog ekosustava.

Gubitak uzrokovan disperzijom mora biti sveden na najmanju moguću mjeru: proizvodi i usluge moraju biti osmišljeni na način da minimaliziraju disperziju ili barem uklone štetne učinke na okoliš i zdravlje.

Gospodarstvo se mora dematerijalizirati, pri čemu je cilj minimizirati ukupne materijalne tokove uz istovremenu ili višu razinu usluga. U kontekstu industrijske ekonomije, jedan od najboljih načina dematerijalizacije gospodarstva je razviti se prema društvu orijentiranom na usluge u kojem je uporaba proizvoda prioritetnija od prodaje. Iako su nedavna dostignuća u ICT tehnologijama doprinijela dematerijalizaciji gospodarstva, stvarni učinak na potrošnju resursa mogao bi biti nejasan zbog dobro poznatog „povratnog učinka“. Primjerice, sve veća

[5] Iung, B., Levrat, E. (2014) Advanced Maintenance Services for Promoting Sustainability, Procedia CIRP, Vol. 22., str. 17.
[6] Erkman, S. (2001) Industrial ecology: a new perspective on the future of the industrial system, Swiss medical weekly, Vol. 131, 37-38., str. 532.
[7] Ibid., str. 533-534.

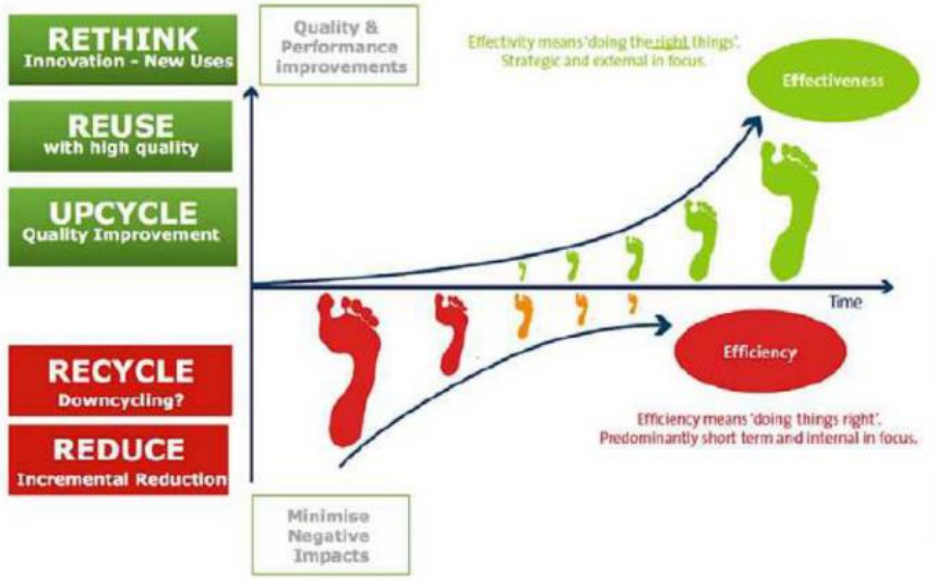
uporaba električnih vozila zahtijeva rastuću količinu električne energije koja se još uvijek uglavnom generira iz izvora na bazi fosila.

Energija se mora manje oslanjati na fosilni ugljikovodik. Veliki dio literature o industrijskoj ekologiji bavi se razvojem i primjenom različitih metoda za mjerenje utjecaja industrijske proizvodnje i ljudske potrošnje na okoliš (npr. procjena životnog ciklusa) i opis praktičnih slučajeva proizvoda, materijala i eko-industrijskih regija.[8]

Premda su istaknute ekonomske i ekološke prednosti ekosustavnog pristupa za projektiranje industrijskog sustava, njegova je praktična provedba još uvijek ograničena. Sadašnja tehnologija često je neprikladna za podršku takvom pristupu, a sinergije među poduzećima nisu prirodno stvorene. Stoga se intervencija vanjskog facilitatora (kroz javno utemeljene projekte) često smatra zahtjevom za olakšavanje otkrivanja i provedbe takvih sinergija.

Kružno gospodarstvo gradi se na konceptu industrijske ekologije za analizu i optimizaciju industrijskih sustava na mikro razini, povećavajući ga na sustav u cijeloj ekonomiji u kojem se proizvodi i procesi redizajniraju kako bi maksimizirali vrijednost resursa kroz gospodarstvo. Prema tome, industrijska ekologija promiče prijelaz od otvorenih do zatvorenih ciklusa materijala i energije, što dovodi do manje rasipnih industrijskih procesa.[9]

Slika 1. Put od manje negativnog prema pozitivnijem



[8] Vermeulen, W. J.V. (2006) The social dimension of industrial ecology: On the implications of the inherent nature of social phenomena, Progress in Industrial Ecology, An International Journal, Vol. 3, No. 6., str. 580.
[9] Ehrenfeld, J. and Gertler, N. (1997) Industrial Ecology in Practice: The Evolution of Interdependence at Kalundborg, Journal of Industrial Ecology, Vol. 1, No. 1., str. 67.

Izvor: ansen, K., Mulhall, D. and Zils, M. (2014) LUXEMBOURG AS A KNOWLEDGE CAPITAL AND TESTING GROUND FOR THE CIRCULAR ECONOMY: National Roadmap for Positive Impacts. Tradition, Transition, Transformation, EPEA Internationale Umweltforschung GmbH.

2.2. Gospodarstvo uspješnosti

Walter Stahel, švicarski arhitekt i industrijski analitičar, prvo je skicirao koncept ekonomije uspješnosti u izvješću o istraživanju pod nazivom „Potencijal za zamjenu radne snage za energiju“, koji je naručila Europska komisija 1976. i koautor s Geneviève Reday. Studija se fokusirala na proizvodnju automobila i građevinarstvo te analizirala potencijal za zamjenu radne snage za energiju.

Rezultati su pokazali da se na makroekonomskoj razini tri četvrtine energije koristi u rudarstvu i proizvodnji osnovnih materijala, dok se jedna četvrtina koristi za proizvodnju robe iz osnovnog materijala. Pronađeni su obrnuti razmjeri kada je riječ o ljudskom kapitalu. U tom smislu, proširenje životnog vijeka proizvoda predstavlja najbolju strategiju za zamjenu radne snage za energiju jer su te aktivnosti najintenzivnije u odnosu na proizvodne. U skladu s tim, gospodarstvo sa zatvorenim petljama u korist ponovne uporabe, popravka i prerade robe u odnosu na proizvodnju novih proizvoda ima pozitivan učinak u smislu otvaranja radnih mjesta, gospodarske konkurentnosti, uštede resursa i sprečavanja otpada.

Dok se većina poduzeća u sadašnjoj industrijskoj ekonomiji usredotočila na upravljanje protočnim tokovima tijekom posljednjih 200 godina, kretanje prema ekonomiji uspješnosti zahtijeva promjena fokusa, prebacivanje s upravljanja protoka na optimizaciju zaliha i dodanu vrijednost na očuvanje i održavanje vrijednosti. Ova promjena fokusa otvara mogućnosti u tri petlje različitih karakteristika i geografski različite utjecaje.

Ponovna uporaba uključuje rabljena tržišta (od garažnih prodaja i buvljaka do eBaya), komercijalnu i privatnu ponovnu uporabu robe (npr. dopunjavanje spremnika za piće, preprodaju odjeće). Ove aktivnosti za ponovni marketing proizvoda obično se obavljaju lokalno.

Petlja 1- eng. *Remanufacturing* obuhvaća aktivnosti produženja trajanja proizvoda kao što su popravak, prerada i nadogradnja koje se mogu obavljati lokalno ili putem regionalnih servisnih centara.

Petlja 2 – Recikliranje: uključuje aktivnosti prerade proizvoda koje vraćaju sekundarne materijale koji se koriste u proizvodnji novih proizvoda (npr. recikliranje papira i plastike). Ove aktivnosti mogu se odvijati na regionalnoj razini kao dio globalnog sustava opskrbe.

2.3. Prodajna izvedba umjesto proizvoda

Kako bi krenuo prema ekonomiji uspješnosti, nužan je prelazak s tradicionalnih poslovnih modela proizvodnje na inovativne koji integriraju proizvode i usluge u dobitna rješenja za stvaranje bogatstva i radnih mjesta uz znatno manju potrošnju resursa, te pružaju ekonomske poticaje za internalizaciju troškova rizika i otpad.

Osim ekonomske koristi i poboljšane materijalne učinkovitosti, ekonomija uspješnosti potiče stvaranje radnih mjesta u regionalnom gospodarstvu. Aktivnosti ponovne uporabe, popravaka i prerade u ekonomiji uspješnosti (petlja 1) su niskoenergetske i radno intenzivne, dok su njihove ekonomije razmjera ograničene u geografskim i količinskim terminima. Osim stvaranja lokalnih radnih mjesta, održavanje proizvedenog kapitala znači i održavanje obrta i znanja koji idu uz njega.

3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE I MARKETING

Neovisno o tomu shvaćamo li marketing kao znanost, filozofiju ili aktivnost, marketing uvijek prati društvene promjene i ekonomski razvoj. Reakcija na jačanje pokreta zaštite okoliša i rastuća ekološka svijest pojedinaca, pod nazivom „zeleno“, rezultiralo je pojavom nove marketinške aktivnosti, tj. pojavu zelenog marketinga, koji se pojavio sedamdesetih godina prošlog stoljeća i prema njegovom konceptu pripada društveno odgovornom marketingu i društveno odgovornom poslovanju.[10]

Društveno odgovorno poslovanje je koncept poslovanja u kojem poslovni subjekti u vlastito poslovanje integrira brigu o društvu i okolišu. Biti društveno odgovoran znači i zadovoljenje zakonskih obveza, kao i investiranje u ljudski kapital, okoliš i odnose s dionicima.[11]

Pozitivni poslovni rezultati, odnosno ostvarena dobit, prestaju biti jedino mjerilo za vrednovanje uspješnosti nekog poduzeća. U konceptu društveno odgovornog poslovanja uspješnim se smatra onaj gospodarski subjekt koji uzima u obzir svoj ekonomski, socijalni i okolišni utjecaj. Ulaganje u tehnologije koje ne zagađuju okoliš (voda, zemlja, zrak), ulaganje u obuku zaposlenika, bolje radne uvjete (zdravlje i sigurnost) te izgradnja dobrih odnosa sa zaposlenicima nedvojbeno će pridonijeti postizanju konkurentske prednosti i veće produktivnosti. Nadalje, osim unutarnje dimenzije, društveno odgovorno poslovanje ima svoju vanjsku dimenziju, tj. pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu i druge dionike (dobavljače, poslovne partnere, financijere, dioničare, potrošače, javnu upravu, udruge).

U okviru ovog poslovnog koncepta, konvencionalni marketing se također transformirao i uskladio s novim vrijednostima. U isto vrijeme je riječ o zadovoljavanju novih potreba i želja potrošača i postizanje pozitivnih financijskih rezultata, dugotrajnoj brizi o okolišu i generalnim potrebama zajednice.

Pojava i primjena koncepta društveno odgovornog ponašanja ne može se precizno odrediti jer se polako razvijao kroz povijest. Uz razvoj industrije, koja je koristila okoliš i ljude za postizanje svojih ciljeva ili profita, razvila se svijest ljudi o potrebi zaštite istog okoliša i ljudi koji izravno ili neizravno doprinose uspjehu industrije.[12]

[10] Tolušić, Z., Dumančić, E., Bogdan, K. (2014) Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing, Agroeconomia Croatica 4 (1)., str. 25.
[11] Ibid., str. 25.
[12] Ivić, P., Grubišić, D. (2013) Međuovisnost društveno odgovornog ponašanja i poslovne uspješnosti, Poslovna izvrsnost Zagreb, God. 7., Br. 2., str. 84.

Definicije društvene odgovornosti su različite u različitim zemljama, kao i među različitim autorima. Tako se u Gani društveno odgovorno ponašanje definira kao sposobnost da se razvije održivo okruženje koje poštuje kulturne razlike i pronalazi poslovne mogućnosti u izgradnji vještina zaposlenika, zajednice i vlade.[13]

Na Filipinima je društveno odgovorno ponašanje poslovni koncept koji vraća društvu. U Sjedinjenim Američkim Državama, društveno odgovorno ponašanje tradicionalno se definira više u smislu filantropskog modela gdje poduzeća profitiraju i izvršavaju svoje porezne obveze, a određeni dio profita se daruje u dobrotvorne svrhe. Europski model je mnogo više usmjeren na strategije i operacije, kako bi se osnovna djelatnost odvijala na društveno odgovoran način.[14]

Koncept društveno odgovornog poslovanja Svjetskog poslovnog vijeća za održivi razvoj (WBCSD) opisan je kao predanost gospodarstva održivi razvoj poslovanja, rad s zaposlenicima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i cijelim društvom kako bi se poboljšala kvaliteta života.[15]
Međunarodni forum poslovnih lidera (IBLF) smatra društvenu odgovornost promicanjem odgovorne poslovne prakse u gospodarstvu koju koriste gospodarstvo i društvo i olakšava ostvarivanje društvenog, ekonomskog, ekološki održivog razvoja, maksimizirajući pozitivan utjecaj gospodarstva na društvo, istovremeno svodeći negativne učinke na minimum.[16]

Društveno odgovorno poslovno opredjeljenje znači i poboljšanje i dobrobit zajednice kroz diskretnu poslovnu praksu i pružanje korporativnih resursa. Za korporativne društvene inicijative smatraju da su one glavne aktivnosti koje poduzimaju korporacije kako bi podržale društvene ciljeve i ispunjenje predanost društveno odgovornom poslovanju.[17]

3.1. Zeleni marketing

Promjene u okolišu i društvu, tehnologiji i ekonomskom razvoju nisu pogođene samo promjenama u poslovanju, nego i promjenama potreba i želja potrošača. Svijest potrošača o utjecaju koji mogu imati na onečišćenje ili na očuvanje okoliša, stvorili su segment ekološki odgovornih potrošača. Reakcija na jačanje ekološkog pokreta i rastuća ekološka svijest pojedinaca pojavu novih marketinških aktivnosti, pojavu zelenog marketinga.

[13] Ibid., str. 85.
[14] Ibid., str. 85.
[15] Ibid., str. 85.
[16] Ibid., str. 85.
[17] Ibid., str. 85.

Prvu radionicu o ekološkom marketingu organizirala je Američka udruga za marketing (American Marketing Association - AMA) 1975. Tih je godina zeleni marketing značio označavanje proizvoda ili kompanija kao prijatelja okoliša, no u današnje je vrijeme je ekološka svijest uvelike veća pa etiketa više nije dovoljna.

Zelena pitanja postaju sve važnija za donositelje poslovnih odluka jer se poduzeća suočavaju s nekim pitanjima osjetljivosti. Iako pitanja okoliša utječu na sve ljudske aktivnosti, nekoliko disciplina integrira zelena pitanja u svoju literaturu. Ljudi su sve više zabrinuti za pitanja okoliša, čak i korporativni početak mijenjanja njihovih poslovnih strategija. Prema Američkoj asocijaciji za marketing, *Green Marketing* je marketing proizvoda za koje se pretpostavlja da su ekološki sigurni.

Zeleni marketing uključuje široki spektar aktivnosti, uključujući modifikaciju proizvoda. Pojam Zeleni marketing ili okoliš predmeti su velikih rasprava. Briga o okolišu dobila je zamah kako u poslovnom tako i u javnom životu. Što se tiče razumijevanja koncepta zelenog marketinga, istraživanje koje je u svibnju 2007. proveo Vizu pokazuje da 74% Amerikanaca smatra da je globalno zagrijavanje važno.[18]

3.2. Značajke zelenih proizvoda

Zeleni proizvodi su oni koji se proizvode uporabom zelene tehnologije i koji također nemaju negativan utjecaj na okoliš. Zeleni proizvodi imaju sljedeće karakteristike:

1. Proizvodi koji su organski uzgajani;
2. Proizvodi koji se mogu reciklirati i ponovno koristiti;
3. Proizvodi s prirodnim sastojcima;
4. Proizvodi koji imaju reciklirani sadržaj i netoksične kemijske elemente;
5. Sadržaj proizvoda pod odobrenom kemikalijom;
6. Proizvod koji ne šteti okolišu;
7. Proizvodi koji se neće testirati na životinjama;
8. Proizvodi koji imaju ekološku ambalažu.

[18] Kaur, A. (2015) A research paper on Green Marketing -Challenges and Opportunities, CKD institute of Management and Technology., str. 2.

3.3. Zeleni marketinški miks

Svako poduzeće ima svoj omiljeni marketing mix. Neki imaju 4P, a neki imaju 7P marketinškog miksa. Četiri cilja zelenog marketinga su konvencionalni marketing, ali izazovi prije marketinga su upotreba 4 P na inovativan način.

Zeleni marketing, također poznat kao ekološki marketing i održivi marketing, odnosi se na napore organizacija u dizajniranju, promicanju cijena i distribuciji proizvoda koji neće naškoditi okolišu, uz zadovoljavanje zahtjeva kupaca i društva, na profitabilan i održiv način.

3.3.1. Proizvod

Ekološki ciljevi u planiranju proizvoda su smanjenje potrošnje resursa i onečišćenja i povećanje očuvanja oskudnih resursa.

3.3.2. Cijena

Cijena je kritičan i važan čimbenik zelenog marketing miksa. Većina potrošača će biti spremna platiti dodatnu vrijednost samo ako postoji percepcija dodatne vrijednosti proizvoda. Ta vrijednost može biti poboljšana izvedba, funkcija, dizajn, vizualna privlačnost ili okus. Zeleni marketing treba uzeti u obzir sve te činjenice prilikom naplate premijske cijene.

3.3.3. Promocija

Postoje tri vrste zelenog oglašavanja[19]:

1. Oglasi koji se odnose na odnos između proizvoda / usluge i biofizičkog okruženja;
2. Oglasi koji promiču zeleni način života isticanjem proizvoda ili usluge;
3. Oglasi koji predstavljaju korporativni imidž odgovornosti prema okolišu.

3.3.4. Mjesto

Odabir mjesta i kada će proizvod biti dostupan imat će značajan utjecaj na kupce. Vrlo malo kupaca će ići na specifično mjesto da kupuju zelene proizvode.

Ključni utjecaj zelenih proizvoda:

1. Potrošači traže zelene proizvode, tj. postoji jasan porast potražnje za takvim proizvodima.

[19] Ibid., str. 3.

2. Posao je usmjeren na zeleni proces - generiranje korporativnih profila okoliša, praćenje i ocjenjivanje zelenih performansi i poboljšanje imidža poduzeća kao rezultat toga.
3. Zeleni proizvodi također su povećali konkurenciju među poslovnim subjektima kako bi proizveli više ekološki prihvatljivih proizvoda. Mreže za ekološko označavanje koje prate i ocjenjuju zelene proizvode razvijene su u mnogim zemljama. Te su mreže provele analizu života kako bi razumjele utjecaj proizvoda.
4. Vlada je također poduzela nekoliko mjera koje su podržale i olakšale takve poteze u poslovanju.

3.4. Zašto je vrijeme da posao krene zeleno

Danas većina, ako ne i svi, prepoznaju da su klimatske promjene problem, neke označavaju pokušaje rješavanja problema, što je rezultiralo valom održivosti, klimatskim promjenama i projektima zaštite okoliša. Kako bi detaljno ispitao ovo pitanje, MIT je proveo jednogodišnje istraživanje koje je uključivalo duboki intervju s pedeset globalnih lidera, nakon čega je uslijedila anketa više od 1500 rukovoditelja i menadžera širom svijeta. Ispitanici su naveli utjecaj na imidž i brand poduzeća kao glavne razloge za rješavanje pitanja održivosti.[20]

3.5. Izazovi u zelenom marketingu

3.5.1. Potreba za standardizacijom

Samo 5% marketinških poruka u potpunosti je istinito iz „zelenog“ poduzeća i postoji problem nedostatka standardizacije za autentifikaciju tih zahtjeva. Vrlo je teško certificirati proizvod kao zeleni ili organski proizvod jer ne postoji standardizacija, osim ako su uključena neka regulatorna tijela i oni potvrđuju ili dokazuju. Za takvo označavanje i licenciranje mora postojati standardni odbor za kontrolu kvalitete.[21]

3.5.2. Novi koncept

U Indiji obrazovaniji i urbani potrošači postaju svjesni prednosti zelenih proizvoda. Potrošači moraju biti educirani i svjesni koncepata okoliša. Novi zeleni pokreti moraju doseći mase i to će zahtijevati puno vremena i truda. Prema indijskoj ajurvedskoj baštini, indijski potrošači ne cijene važnost korištenja prirodnih i biljnih proizvoda za ljepotu. Indijski potrošač izložen je

[20] Ibid., str. 5.
[21] Ibid., str. 6.

zdravom načinu života kao što je yoga i prirodna potrošnja hrane. U tim aspektima potrošač je već osviješten i bit će sklon prihvatiti zelene proizvode.

3.5.3. Strpljenje i ustrajnost

Investitori i korporativna potreba da okolinu promatraju kao veliku dugoročnu investicijsku priliku, trgovci trebaju gledati na dugoročne koristi od ovog novog zelenog pokreta. To će zahtijevati puno strpljenja i trenutnih rezultata. Budući da je riječ o novom konceptu i ideji, on će imati svoje razdoblje prihvaćanja.[22]

3.5.4. Preostali izazovi

1. Zeleni proizvodi zahtijevaju obnovljive i reciklirane materijale koji su skupi.
2. Zahtijeva tehnologiju koja zahtijeva velika ulaganja.
3. Tehnologija obrade vode je preskupa.
4. Većina ljudi nije svjesna zelenih proizvoda i njihove uporabe.
5. Većina ljudi nije spremna platiti premiju za zelene proizvode.

3.5.5. Prilike

Čini se da sve vrste potrošača, kako individualnih, tako i industrijskih, postaju sve više zabrinuti i svjesni okoline. U studiji iz 16 zemalja iz 1992. godine, više od 50% potrošača u svakoj zemlji osim Singapura naznačilo je da su zabrinuti za okoliš (Ottman19930. Studija u Australiji pokazala je da 84,6% uzorka vjeruje da su svi pojedinci odgovorni za brigu o Daljnjih 80% ovog uzorka ukazuje na to da su modificirali svoje ponašanje, uključujući ponašanje pri kupnji, zbog ekoloških razloga. Kada se potražnja mijenja, mnoga poduzeća vide te promjene kao priliku za iskorištavanje. Na temelju tih podataka može se pretpostaviti da će tvrtke koje prodaju robu s ekološkim karakteristikama imati konkurentsku prednost nad poduzećima koja oglašavaju alternative koje nisu ekološki odgovorne.[23]

Postoje brojni primjeri poduzeća koje su nastojale postati odgovornije prema okolišu, u pokušaju da bolje zadovolje svoje potrebe potrošača.

1. McDonald's je zamijenio svoje pakiranje hamburgera recikliranim papirom zbog povećane zabrinutosti potrošača u vezi proizvodnje polistirena i oštećenja ozona.
2. Proizvođači tune su modificirali svoje ribolovne tehnike zbog povećane zabrinutosti zbog ribolova na leptire i posljedične smrti dupina.

[22] Ibid., str. 7.
[23] Ibid., str. 8.

3. Xerox je uveo visokokvalitetni reciklirani papir za fotokopiranje u pokušaju da zadovolji zahtjeve poduzeća za proizvodima koji su manje štetni za okoliš.
4. Coca-Cola je ispumpavala sirup izravno iz spremnika umjesto plastike koji je uštedio 68 milijuna funti / godišnje.
5. Termoelektrana Badarpur NTPC u Delhiju osmišljava načine korištenja pepela koji je bio glavni izvor zagađenja zraka i vode.

3.5.6. Ljudi, planet, dobit

Brundtlandovo izvješće govori o dvije zabrinutosti koje treba uskladiti: razvoj i okoliš. Također se mogu tumačiti kao potrebe nasuprot resursima, ili kao kratkoročno prema dugoročnom. Međutim, danas se održivost gotovo uvijek promatra u smislu tri dimenzije: društvene, ekonomske i ekološke. To je sadržano u definiciji održivosti koju su Ujedinjeni narodi usvojili u svojoj Agendi za razvoj[24]:

Razvoj je multidimenzionalni poduhvat za postizanje više kvalitete života svih ljudi. Gospodarski razvoj, društveni razvoj i zaštita okoliša su međusobno ovisne i međusobno osnažujuće komponente održivog razvoja.[25]

Ideja održivosti koja ima tri dimenzije proizlazi iz koncepta trostrukog načela, koji je izradio Elkington . Kao što sugerira pojam poslovanja, on potječe iz svijeta znanosti o upravljanju, a Elkington ga je zamislio kao način operacionalizacije društveno odgovornog poslovanja. Na konvencionalnu donju granicu (dobit) treba dodati i brigu za okoliš (planetu), kao i biti dobar prema ljudima, na primjer pružanjem usluga za osobe s invaliditetom i zapošljavanje manjina (socijalna dimenzija).[26]

Ciljevi poslovanja, međutim, vrlo se razlikuju od ciljeva javne politike. Iako je, kao i u poslovanju, prihodi potrebni za pokrivanje vladinih rashoda, maksimiziranje viška prihoda nad rashodima obično se ne smatra odgovarajućim ciljem vladine politike. Vlada ne bi trebala biti profitni pothvat. Stup „profit" stoga se prevodi kao novac koji je zaradila cijela zemlja, izražena kao bruto domaći proizvod (BDP).

4. KRUŽNA EKONOMIJA

[24] Helming, K., Pérez-Soba, M., Tabbush, P., Eds.; Springer (2008) Sustainability Impact Assessment of Land Use Changes, Berlin, Germany
[25] United Nations (1997) Agenda for Development, New York, NY, USA
[26] Elkington, J. (1994) Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. Calif. Manage. Rev., 36, str. 90.

4.1. Pojmovno određenje kružne ekonomije

Pojam kružne ekonomije u literaturi se pojavljuje i kao koncept cirkularne ekonomije ili kružnog gospodarstva, a bez obzira na to koji se koncepti pojavljuju, kružna ekonomija temelje ima u prirodnim procesima te u prirodi u kojoj je kategorija otpada nepoznanica, odnosno ista u prirodi opet postaje resurs. U tom smislu, jasno je da stvaranje kružnog gospodarstva postaje sve više imperativ, jer omogućuje ponovnu upotrebu ili recikliranje proizvoda, stvaranje novih radnih mjesta i očuvanje prirodne obnovljive ekološke osnove, uz stvaranje dodatnih financijskih sredstava.[27]

Kružna ekonomija označava strategiju prijelaza iz postojećeg linearnog gospodarstva u kružno gospodarstvo. To je novi ekonomski model koji osigurava održivo upravljanje resursima, produljenje životnog ciklusa proizvoda s ciljem smanjenja otpada i povećanog korištenja obnovljivih izvora energije.

Ono što kružno gospodarstvo razlikuje od linearnog jest činjenica da je kružno gospodarstvo poslovni koncept u kojem se tokovi resursa i energije održavaju u modelu zatvorene petlje, čija je temeljna odrednica da proizvodi cirkuliraju u kružnom ciklusu sve dok je to moguće. U navedenom modelu naglasak je stavljen na proizvodnju i dizajn proizvoda koji se lako može podijeliti na dijelove i koji ne sadrži opasne tvari, koje će biti dugovječne i lako se mogu popraviti.

Navedeni model zatvorene petlje je proces u kojem se otpad - resurs - prikuplja, reciklira i zatim ponovno koristi kako bi proizveo isti proizvod iz kojeg je nastao otpad. Danas je na raspolaganju čitav niz dostupnih opcija za recikliranje i oporabu kako bi se resursi što je moguće duže zadržali unutar kružnog gospodarstva. Proces recikliranja u sustavu zatvorene petlje ili tzv. niža materijalna oporaba (eng. *downcycling*) jedan je od onih načina na koji se proizvodi i materijali pretvaraju u nove proizvode niže kvalitete i smanjene funkcionalnosti.

[27] Štefanec, S., Freimann, A. (2019) Cirkularna EKOnomija i kako s 4 slova R produljiti život materijalnim stvarima. Dostupno na: http://makemake.eu/cirkularna-ekonomija-i-kako-s-4-slova-r-produljiti-zivot-materijalnim-stvarima/ (3.6.2019.)

Takva rješenja za recikliranje zatvorene petlje mogu biti najbolja opcija za brojna poduzeća kada je riječ o preusmjeravanju otpada s odlagališta ili iz spalionice. No, kako bi se postigla optimalna trajnost resursa, potrebno je pozornost i napore usmjeriti na stroža rješenja za recikliranje u sustavu zatvorene petlje.[28]

Kružno gospodarstvo je okvir koji obuhvaća mnogo više sektora i dijelova društva od samog gospodarenja otpadom i može se smatrati preduvjetom za postizanje pametnog, održivog i uključivog razvoja. U tom smislu, upravljanje otpadom moralo bi se preformulirati kako bi se upravljalo održivim upravljanjem resursima, uzimajući u obzir da bi se proizvodi trebali dulje zadržati u gospodarstvu, a na kraju njihovog životnog ciklusa, trebalo bi ih ponovno upotrijebiti, popraviti, popraviti, nadograditi ili reciklirati. Slijedom navedenog, razvijen je princip „4R“, pri čemu je 4R-a: eng. *Repair* – popravi, eng. *Reuse* – ponovo koristi/upotrijebi, eng. *Remanufacturing* – ponovo preradi/proizvedi, eng. *Recycle* – recikliraj.[29]

Kružno gospodarstvo je gospodarstvo čije su ključne komponente dijeljenje, pozajmljivanje, ponovno korištenje, popravljanje, obnavljanje i recikliranje postojećih proizvoda i materijala što je duže moguće kako bi se stvorili dodatna vrijednost proizvoda. Na taj način produžuje se vijek trajanja proizvoda i istovremeno se smanjuje količina otpada. Za usporedbu, linearni model, karakteriziran time da odbacuje nakon upotrebe, zahtijeva velike količine jeftinih materijala i energije.[30]

Slika 2. Kruženje resursa

[28] Dssmith.com (2019) Proces recikliranja u sustavu zatvorene petlje. Dostupno na: https://www.dssmith.com/hr/recycling/o-nama/proces-recikliranja-u-sustavu-zatvorene-petlje (3.6.2019.)
[29] Štefanec, S., Freimann, A. (2019) Cirkularna EKOnomija i kako s 4 slova R produljiti život materijalnim stvarima. Dostupno na: http://makemake.eu/cirkularna-ekonomija-i-kako-s-4-slova-r-produljiti-zivot-materijalnim-stvarima/ (3.6.2019.)
[30] Europarl.europa.eu (2015) Kružno gospodarstvo: Definicija, vrijednosti i korist. Dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/economy/20151201STO05603/kruzno-gospodarstvo-definicija-vrijednosti-i-korist (3.6.2019.)



Izvor: https://twitter.com/ep_zagreb/status/636825612469014529

Slika 1 ilustrira faze modela na pojednostavljeni način, pri čemu u svakoj fazi omogućuje dodatno smanjenje troškova kao i ovisnost o prirodnim resursima i akumulaciji otpada.

Kružna petlja počinje s optimalnim dizajnom proizvoda na takav način da se takvi proizvodi lako obnavljaju ili demontiraju. Sve faze su međusobno povezane, faza proizvodnje i prerada proizvoda temelji se na konceptu razmjene nusproizvoda, jedan otpadni materijal iz jednog proizvodnog procesa ulazi kao resurs u drugi. U fazi transporta ulažu se napori da se postigne što je moguće više ušteda energije i manje zagađenje okoliša. Završetak kruga označava faze sakupljanja i recikliranja, a osnovni cilj je smanjenje količine resursa koje sustav generira u većoj mjeri i predodređen da se završi na otpadu. Prelazak na poduzeće koja djeluje na principu kružne petlje omogućuje održivo upravljanje resursima.

Primjenom ekonomije kružne petlje ulažu se napori da se omogući održivo upravljanje resursima. Iako je kružno gospodarstvo često prikazano samo kao plan prikupljanja i recikliranja otpada, koncept je zapravo mnogo složeniji i kreće se u smjeru razvoja novih

tehnologija, inovacija, dizajna, modularnih proizvoda koji se na ovaj novi način mogu kontinuirano nadopunjavati i transformirati. Za mnoge spomenute gospodarstvene subjekte često postoji reorganizacija i novi način upravljanja, mijenjajući brojne procese, što rezultira promjenama u organizacijskim strukturama koje se pretvaraju u složene mreže podržane modernim komunikacijskim sustavima i računalnom tehnologijom. Koncept kružnog gospodarstva pretpostavlja uspjeh poduzeća boljih od konkurencije u „dodavanju vrijednosti“, ali i za društvo i okoliš, a ne samo za kupce i investitore.

S obzirom na spomenuti „4R“ pristup, generirani su i umnoženi mnogi pozitivni učinci, pa je razumno pretpostaviti da bi stvaranje kružnog gospodarstva moglo potaknuti 1.800.000.000 eura za europsku ekonomiju, pompoznu količinu koja, na primjer, predstavlja cjelokupno talijansko gospodarstvo. Osim toga, uvažavanje pristupa „4R“ smanjilo bi i otklonilo štetu koja je posljedica vađenja sirovina, poboljšala kvalitetu zraka kako bi se smanjili procesi sagorijevanja i spriječilo curenje otrovnih ostataka u zemljište na odlagalištima.

Osim gore navedenih pozitivnih utjecaja na okoliš, uvažavanje pristupa „4R“ također ima mnoge pozitivne učinke na čovjeka. U tom kontekstu, procjenjuje se da se na svakih 10.000 tona otpada može stvoriti jedno radno mjesto pod uvjetom da se otpad spali, šest radnih mjesta ako se navedeni otpad baca na odlagalište, trideset šest ako se reciklira i fantastičnih 296 ako se reciklira , Ako se ljudi i socijalna poduzeća mogu uključiti u kružno gospodarstvo, svi uživaju društvene, ekološke i financijske koristi, o čemu svjedoče brojni europski primjeri dobre prakse.[31]

Važnost i brojni pozitivni učinci ove vrste gospodarstva prepoznali su i u Razvojnoj strategiji Europa 2020., u kojoj se kao jedan od tri glavna prioriteta razvoja Europske unije navodi promicanje održivog rasta, tj. promicanje učinkovitijeg korištenja resursa gospodarstvo, zelenije i konkurentnije.

Središnji aspekt ove strategije je prelazak s trenutno linearnog na kružno gospodarstvo, ekonomski model koji osigurava održivo upravljanje resursima i životni ciklus materijala i proizvoda.

Cilj ovog modela je minimizirati stvaranje otpada, a ne samo onaj koji nastaje u proizvodnim procesima, ali sustavno tijekom životnog ciklusa proizvoda i njegovih sastavnih dijelova.

[31] Loc. cit.

Međutim, promjene u ukupnom lancu vrijednosti preduvjet su za prelazak na kružno gospodarstvo, što je preduvjet za okončanje programa učinkovitog korištenja resursa u okviru strategije Europa 2020. godine. Promjene se odnose na cijeli niz vrijednosti, od dizajna proizvoda do novih poslovnih i tržišnih modela, novih načina pretvaranja otpada u resurse i novih načina ponašanja potrošača.

Politika gospodarenja otpadom u tom smislu pridonosi smanjenju stvaranja otpada kroz razvoj funkcionalnog sustava gospodarenja otpadom, čiji je cilj korištenje otpada kao vrijedan resurs.

U sustavima kružne ekonomije dodana vrijednost se zadržava što je duže moguće i ne stvara se nikakav otpad. U takvim sustavima, resursi ostaju u gospodarstvu nakon završetka korisnog vijeka proizvoda kako bi bili produktivni za korištenje, stvarajući tako novu vrijednost.

Povećanjem međuzavisnosti gospodarskog rasta, korištenje resursa i njegovih učinaka pruža mogućnost održivog rasta. Jačanje napora za povećanje produktivnosti resursa bit će u skladu s trenutnim ciljevima politike EU-a, kao što su politika smanjenja emisija ugljičnog dioksida, politike poboljšanja energetske učinkovitosti, politika pristupa sirovinama, uz minimiziranje emisija u okoliš i emisije stakleničkih plinova.[32]

Nadalje, važno je napomenuti da se, prema Zakonu o održivom gospodarenju otpadom, otpadom smatra svaka tvar ili predmet kojeg posjednik odbacuje, namjerava ili mora odbaciti. Otpad se također smatra bilo kojim pitanjem i tvarima čije je prikupljanje, prijevoz i obrada nužni u svrhu zaštite javnog interesa. Čovjek u svom svakodnevnom životu stvara velike količine različitih vrsta otpada koji su uglavnom, često i nekontrolirano, bačeni na odlagališta, što je tada postalo izvanredno i zahtjevno rješenje.[33]

Zakon o održivom gospodarenju otpadom propisuje mjere za sprečavanje ili smanjenje štetnih učinaka otpada na ljudsko zdravlje i okoliš smanjenjem količine nastalog i / ili proizvedenog otpada, te također definira sustav gospodarenja otpadom koji ne ugrožava ljudsko zdravlje okoliša, korištenjem vrijednih svojstava otpada.

[32] Fzoeu.hr (2019) Kružno gospodarstvo. Dostupno na: http://www.fzoeu.hr/hr/zastita_okolisa/odrzivi_razvoj/kruzno_gospodarstvo/ (3.6.2019.)
[33] Zakon o održivom gospodarenju otpadom, Narodne novine, broj 94/2013

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju ovaj Zakon je usvojio brojne direktive Europske unije o otpadu. U okviru ovoga Zakona je Zakon o komunalnom gospodarstvu, koji određuje načela, način obavljanja i financiranja komunalnog gospodarstva.

Pristupanjem Republike Hrvatske u Europsku uniju ovaj je zakon implementirao mnoge direktive EU o otpadu. U okviru ovog Zakona je Zakon o komunalnom gospodarstvu, koji definira načela, način obavljanja i financiranja komunalne ekonomije.

Otpad je posljedica antropogene transformacije energije pri kojoj se u okoliš tvari koje prije nisu bile u okolišu i koje su slijedom toga strana tijela u okolišu. Biokemijska degradacija određenih umjetno proizvedenih tvari (plastike, stakla, ambalaže, papira, metala ...) na ekološki prihvatljive sastojke traje jako dugo, tako da se ne mogu uključiti u prirodne biokemijske procese već se akumuliraju u okolišu.

Druge razgrađene organske tvari se relativno brzo razgrađuju na sastojke koji imaju negativan utjecaj na okoliš, pa je potrebno spriječiti njihov kontakt s okolišem dok se ne razriješe / stabiliziraju. Međutim, određene tvari koje vlasnik obično odbacuje pod određenim uvjetima imaju vrijednost u ekološkom, materijalnom ili energetskom (sekundarne sirovine). S obzirom na to da urbani sustav i njegovi stanovnici svakodnevno koriste i koriste nove proizvode i sirovine za različite namjene, jasno je da se svakodnevni otpad razlikuje prema sastavu i količini.

Svatko od nas svakodnevno proizvodi otpad (stari papir, ambalažni otpad, ostaci hrane itd.), iz čega proizlazi da je svaki pojedinac također posjednik otpada i dio je njegove odgovornosti u procesu stvaranja i zbrinjavanja otpada.[34]

Gospodarenje otpadom temelji se na poštivanju načela zaštite okoliša propisanih zakonom kojim se uređuje zaštita okoliša i pravnom stečevinom Europske unije, načelima međunarodnog prava o okolišu i znanstvenim saznanjima, najboljim praksama i pravilima struke, a posebno sljedeća načela[35]:

1. „načelo onečišćivač plaća“ – proizvođač otpada, prethodni posjednik otpada, odnosno posjednik otpada snosi troškove mjera gospodarenja otpadom, te je financijski

[34] Lončarić Božić, A., Kušić H. (2012) Upravljanje otpadom, Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije, Zagreb., str. 7.
[35] Zakon o održivom gospodarenju otpadom, Narodne novine, broj 94/2013

odgovoran za provedbu sanacijskih mjera zbog štete koju je prouzročio ili bi je mogao prouzročiti otpad,

2. „načelo blizine“ – obrada otpada mora se obavljati u najbližoj odgovarajućoj građevini ili uređaju u odnosu na mjesto nastanka otpada, uzimajući u obzir gospodarsku učinkovitost i prihvatljivost za okoliš,
3. „načelo samodostatnosti“ – gospodarenje otpadom će se obavljati na samodostatan način omogućavajući neovisno ostvarivanje propisanih ciljeva na razini države, a uzimajući pri tom u obzir zemljopisne okolnosti ili potrebu za posebnim građevinama za posebne kategorije otpada,
4. „načelo sljedivosti“ – utvrđivanje porijekla otpada s obzirom na proizvod, ambalažu i proizvođača tog proizvoda kao i posjed tog otpada uključujući i obradu.

Proizvođač otpada ili proizvođač otpada snosi troškove gospodarenja tim otpadom.

U cilju sprječavanja nastanka otpada i primjene propisa o otpadu i politike upravljanja, prioritet će se odnositi na gospodarenje otpadom, koji obuhvaća:

- sprječavanje stvaranja otpada,
- priprema za ponovnu uporabu (upotreba),
- recikliranje,
- ostali postupci (vrste) oporabe (prerade) otpada,
- odlaganje otpada (npr. odlaganje).

Prema prioritetu gospodarenja otpadom, prioritet je sprječavanje stvaranja otpada, zatim priprema za ponovnu uporabu, recikliranje i drugi postupci oporabe, dok je odlaganje otpada, uključujući odlaganje otpada, najmanje poželjan proces gospodarenja otpadom.

Unatoč svemu navedenom, i unatoč sve većoj javnoj svijesti o važnosti recikliranja, samo se oko 40% otpada koji nastaje u kućanstvima u Europskoj uniji danas reciklira. Prosjek je velika razlika među državama članicama i regijama, budući da u nekim područjima stope recikliranja otpada iznose čak 80%, dok su u drugima manje od 5%. Europska komisija predlaže nove zakonodavne prijedloge o otpadu kako bi osigurala dugoročnu viziju povećanja opsega recikliranja i smanjenja odlaganja komunalnog otpada na odlagalištima, uzimajući u

obzir razlike između pojedinih država članica. Ovi prijedlozi također su ohrabreni češćom primjenom ekonomskih instrumenata kako bi se osigurala usklađenost s hijerarhijom EU-a.

Kako bi se podigla visoka razina visokokvalitetnog recikliranja, potrebno je poboljšati prikupljanje i sortiranje otpada. Sustavi prikupljanja i sortiranja često se djelomično financiraju iz proširenog sustava odgovornosti proizvođača, u kojem proizvođači preuzimaju dio troškova prikupljanja i obrade otpada. Ako se otpad ne može spriječiti ili reciklirati, u većini je slučajeva bolje oporabiti njegovu energiju nego ga odložiti na odlagalište, kako u smislu utjecaja na okoliš i ekonomiju. Stoga proizvodnja energije iz otpada može igrati važnu ulogu u stvaranju sinergija s energetskom i klimatskom politikom EU-a, ali taj proces mora biti vođen načelima EU-a o hijerarhiji otpada.

4.2. Nastanak kružne ekonomije

Pojam kružno gospodarstvo nije vezan samo za jednog autora ili za određeno vremensko razdoblje. Činjenica je da su prvi koraci kružnog gospodarstva nastali krajem 70-ih godina prošlog stoljeća, sinergijom mišljenja znanstvenika i stručnjaka iz različitih područja.

Ideja kružnog materijala predstavljena je 1966. godine kao ekonomski model, a nositelj ideje bio je K. E. Boulding, koji ju je predstavio u svom radu *The Economics of Pearce Coming Spaceship* (Zemlja kao svemirski brod).[36]

Za popularizaciju kružne ekonomije britanski ekonomisti D. W. Pearce i R.K. Turner, koji je 1989. predstavio kružno gospodarstvo temeljeno na istraživanju nelinearnih (nelinearnih) živih sustava u radu ekonomije prirodnih resursa i okoliša.

Nadalje, jedan od osnivača pojma kružnog gospodarstva smatra se WR Stahel, arhitekt i ekonomist, koji je osnovao Institut za održivost, u kojem je temeljni fokus stavljen na istraživanje mogućnosti produženja životnog vijeka proizvoda, rekonstrukcije. i sprečavanje nastajanja otpada. Isti autor naglašava ulogu i značaj pružanja usluga umjesto proizvodnje proizvoda u literaturi koja se naziva ekonomija funkcionalnih usluga, odnosno ekonomija izvedbe.

[36] Boulding, K. E. (1966) The Economics of the Coming Spaceship Earth. Dostupno na: www.zo.utexas.edu/courses/thoc/Boulding_SpaceshipEarth.pdf (3.6.2019.)

Godine 1976. WR Stahel, u suradnji s g. Redayem u izvješću Europske komisije: Potencijal za zamjenu radne snage za energiju, istaknuo je viziju ekonomije zatvorene petlje i njezin utjecaj na stvaranje radnih mjesta, ekonomsku konkurentnost, uštedu ograničenih resursa i sprečavanje nepotrebnog otpada. Izvješće iz 1982. bilo je prethodno izrađeno u Jobs for Tomorrow: Potencijal za zamjenu radne snage za energiju.

U tom kontekstu važno je spomenuti utjecaj S.D. Parkera koji je 1982. istražio i predstavio otpad kao resurs u poljoprivrednom sektoru u Ujedinjenom Kraljevstvu, razvijajući novi proizvodni sustav u obliku zatvorene petlje koja oponaša i integrira prirodni ekosustav.

U daljnjem razvoju discipline, njemački fizičar M. Braungart i američki arhitekt B. McDonough odigrali su ključnu ulogu u daljnjem razvoju koncepta Cradle to Cradle (od kolijevke do kolijevke) i razvili proces certificiranja proizvoda. Isti autori navode da se razlikuju dva tipa metabolizma - biološki, koji su biorazgradivi materijali, kao i tehnološki metabolizam koji su tehnološke tvari. Da bi se dva metabolizma održala zdravima, potrebno je ostati odvojeno kako se ne bi onečistili. Biološke tvari ulaze u prirodne cikluse u kojima će služiti kao hrana mikroorganizama, a tehnološki sastojci se okreću u nekoliko industrijskih ciklusa.

Važno mjesto u razvoju kružnog gospodarstva pripada Zakladi Ellen MacArthur, neovisnoj humanitarnoj organizaciji osnovanoj 2010. godine, s ciljem poticanja prijelaza u kružno gospodarstvo. Zaklada je uspostavila globalnu platformu za informiranje, poučavanje i poticanje primjene kružnog gospodarstva, te surađuje s predstavnicima mnogih zemalja, poslovnog sektora i znanstvenika kako bi osnažila poslovne inovacije koje primjenjuju takav ekonomski koncept. Zaklada surađuje s globalnim partnerima kao što su Danone, Google, H & M, Intesa Sanpaolo, Nike Inc., Philips, Renault, Unilever. Svojim informacijskim sustavom pruža kvantificirane dokaze o potencijalima i koristima kružnog gospodarstva za gospodarstvo, okoliš i društvo u cjelini.[37]

Prva zemlja koja je formalno usvojila koncept kružnog gospodarstva i uključila svoje ideje u nacionalno zakonodavstvo bila je Njemačka, koja je 1996. godine donijela Zakon o neodređenom ciklusu gospodarenja otpadom. Japan je došao na ovaj primjer i već je 2000. godine usvojio Zakon o osnivanju tvrtke za recikliranje. Najveći napredak u tranziciji na kružno gospodarstvo dosad su postigli Republika Kina i Europska unija.

[37] Ellen MacArthur Foundation (2010) Latest circular economy reports and publications, Dostupno na: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications (3.6.2019.)

Kina je 2009. godine usvojila Zakon o promicanju cirkularne ekonomije koji je stvorio pravne i političke osnove i pokrenuo aktivnosti usmjerene na promicanje koncepta kružnog gospodarstva. Nakon promotivnih aktivnosti usmjerenih na podizanje svijesti građana o konceptu kružnog gospodarstva, njegovih koristi, aktivnosti središnje države i rezultata tih aktivnosti, u 2013. godini usvojena je Strategija razvoja i Akcijski plan za kružno gospodarstvo. Cilj ovog dokumenta je uvođenje kružnog poljoprivrednog sustava, industrijskog sustava i sustava usluga, koji će potaknuti razvoj resursa reciklažne industrije.[38]

4.3. Kružna ekonomija i kružna industrija

Osobitost kružne industrije je zadržati istu vrijednost proizvoda i materijala što je duže moguće. U tom smislu, proizvodnja otpada i korištenje resursa su minimizirani, a resursi ostaju u gospodarstvu i onda kada proizvod dosegne svoj kraj i ponovno se koriste, stvarajući dodatnu vrijednost. Ovaj model može osigurati sigurna radna mjesta u Europi poticanjem inovacija, što ujedno predstavlja konkurentsku prednost, te osigurava razinu zaštite za ljude i okoliš na koje se Europa ponosi, a potrošačima se može ponuditi trajnije i inovativnije proizvode koji će dovesti do uštede novca i kvalitetnog optimiziranja života.

S ciljem olakšavanja prijelaza u kružno gospodarstvo, Europska komisija izradila je paket kružnog gospodarstva koji uključuje revidirane zakonodavne prijedloge u području gospodarenja otpadom i sveobuhvatan akcijski plan koji specificira konkretne zadatke tijekom ovog mandata Komisije. Prijedlozi za upravljanje otpadom uspostavljaju jasnu i ambicioznu dugoročnu viziju povećanja recikliranja i smanjenja zbrinjavanja otpada te predlažu konkretne mjere za uklanjanje prepreka na terenu za bolje gospodarenje otpadom uzimajući u obzir različite okolnosti u državama članicama.

Akcijski plan kružnog gospodarstva nadopunjuje ovaj prijedlog uspostavljanjem mjera za „zatvaranje kruga“ kružnog gospodarstva i za sve faze životnog ciklusa proizvoda, od proizvodnje i potrošnje do gospodarenja otpadom i tržišta sekundarnih sirovina. Akcijski plan također uključuje niz mjera usmjerenih na tržišne prepreke u određenim sektorima ili strujama materijala kao što su plastika, otpad od hrane, kritične sirovine, objekti za izgradnju i rušenje, biomasa i biološki proizvodi, kao i horizontalne mjere u područjima kao što su inovacije i ulaganja, Cilj plana je usredotočiti se na pitanja u kojima djelovanje na razini Europske unije donosi stvarnu dodanu vrijednost i može dovesti do napretka na tom području.

[38] Radivojević, A. (2018) Cirkularna ekonomija implementacija i primjena tehnologije u njenoj funkciji, Ekonomske ideje i praksa, broj 28., str. 35-36.

Sprečavanjem stvaranja otpada, ekološkim dizajnom, ponovnim korištenjem otpada i sličnim mjerama u Europskoj uniji, poduzeća imaju neto uštedu od 600 milijardi eura ili 8% godišnjeg prometa, a godišnje emisije stakleničkih plinova također su se smanjile od 2% na 4%. U sektorima ponovne uporabe, ponovnog proizvodnje i popravaka, primjerice, troškovi ponovne proizvodnje mobilnih telefona mogli bi biti pola tako niski kao što bi ih bilo lakše rastaviti. Ako se prikupi 95% mobilnih telefona, više od milijardu eura moglo bi se ostvariti veće od milijarde eura na troškovima materijala u proizvodnji.

Prelaskom s recikliranja na tvorničko obnavljanje lakih komercijalnih vozila, koja su već u velikoj mjeri prikupljena, moglo bi se uštedjeti i do 6,4 milijarde eura godišnje na materijalnom unosu, što odgovara oko 15% planiranih materijalnih troškova i 140 milijuna eura na smanjenje energetskih troškova emisija stakleničkih plinova od 6,3 milijuna tona.[39]

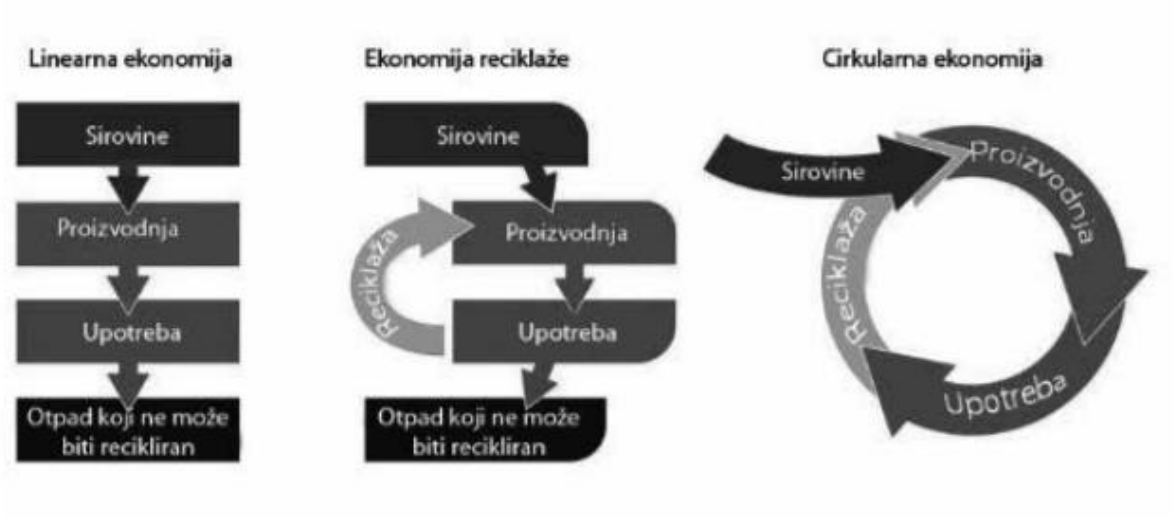
4.4. Prednosti i nedostaci kružne ekonomije

U aktivnostima Akcijskog plana EU-a pozornost je posvećena definiranju optimalnih metoda proizvodnje u različitim industrijskim sektorima i korištenju istih od strane država članica EU-a pri izdavanju dozvola za industrijska postrojenja. Razlog tome leži u činjenici da najbolje metode proizvodnog procesa podrazumijevaju najmanju moguću razinu otpadnog materijala koji se više ne može reciklirati. U praksi, to također znači da svaka aktivnost proizvodnog procesa mora biti takva da proizvodi najmanju moguću količinu takvog otpada za tu djelatnost.

Moguće je sagledati gledište gore spomenute proizvodnje mobilnih uređaja, pri čemu proizvodnja ekrana treba proizvesti najmanju količinu otpadnog materijala i proizvodnju bilo koje druge komponente uređaja, transportnu aktivnost, pakiranje aktivnosti, itd. U ovom slučaju, to je praktična primjena koncepta u današnjim uvjetima. U svojoj biti, pojam podrazumijeva zatvoreni krug, tj. Recikliranje svakog elementa i procesa bez otpadnog materijala koji se ne može vratiti u proces.

Slika 3. Tranzicija iz linearne u cirkularnu ekonomiju

[39] Europa.eu (2019) Paket o kružnom gospodarstvu: Pitanja i odgovori. Dostupno na: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-6204_hr.htm (3.6.2019.)



Izvor: https://www.government.nl/topics/circular-economy/from-a-linear-to-a-circular-economy

Koncept ne utječe na učinkovitost proizvodnih procesa ako je zbroj njihove emisije otpadnog materijala nula. Neki autori smatraju da se opisani proces može nazvati kružnim kretanjem prirodnih resursa umjesto uobičajenog naziva kružnog gospodarstva. Kao eventualni nedostatak koncepta navodi se taj što ne uključuje ljudske resurse koji su osnovni element ekonomskog sustava, pa je stoga uporaba pojma ekonomije u nazivlju koncepta neopravdana.

Drugi nedostatak odnosi se na ljudske resurse, na one koji nisu povezani sa samim konceptom, ali u suštini je da taj koncept, iako je usmjeren na opći cilj dobrobiti cjelokupne populacije, ne posvećuje potrebnu pozornost ljudima kao čimbenicima. proizvodnje. Sa aspekta ovog koncepta ne postoji razlika između korištenja solarne energije za potrebe toplana i zapošljavanja radnika na 10 stupnjeva ispod nule u proizvodnom pogonu bez grijanja. [40]

4.5. Izazovi i problematika cirkularne ekonomije u 21.stoljeću

Jedan od problema s kojima se suočava kružno gospodarstvo je da je mnogo skuplje izrađivati i proizvoditi dugotrajan proizvod od veće količine ekvivalentnih proizvoda namijenjenih jednokratnoj uporabi. To je temeljni problem općeg dobra jer postoji razlika u prednostima proizvodnje manje količine kvalitetnih proizvoda u smislu mnogo kratkog roka, ali manje kvalitete.

[40] Radivojević, A. (2018) Cirkularna ekonomija implementacija i primena tehnologije u njenoj funkciji, Ekonomske ideje i praksa, broj 28., str. 42-43.

Prodajni analitičar Victor LeBow smislio je rješenje koje je poprimilo obilježja norme. Prema njegovim riječima, današnja velika proizvodna ekonomija zahtijeva da konzumerizam postane način života, da kupnja i korištenje stvari postaju ritualom, jer ljudi danas trebaju trošiti stvari i nakon što ih zamijene i odbace.

Primjerice, ekonomski sustav SAD-a ima primarnu zadaću proizvodnje sve više i više potrošačkih dobara gdje se koriste dvije metode:

1. Metoda planirane zastarjelosti koja zapravo implicira da se stvari proizvode na način da se potroše što je brže moguće kako bi kupci bili prisiljeni kupiti nove. Ovaj dizajn je vidljiv u proizvodima kao što su odjeća slabije kvalitete, torbe, elektronički uređaji i slično.
2. Percipirana zastarjelost je još jedna metoda koja suštinski podrazumijeva da su potrošači uvjereni da nam stave potpuno upotrebljive proizvode, a to se postiže promjenom izgleda. Najbolji primjer su starija, velika računala, masivni monitori, za razliku od novijih s tankim monitorima. Stariji su još uvijek u funkciji, to znači da je potrebno imati novije, ljepše, modernije te pratiti trendove. Mediji su takvom utjecaju izloženi ne samo u tehnologiji, nego i u modi, modi i kupovini novih stvari iako imamo više nego dovoljno. Iako su stariji ljudi i dalje upotrebljivi, većina nas se zamjenjuje novijim, boljim i tako stvaramo velike količine otpada.

Mnogi od nas su svjesni da u vlastitim ormarima imamo više nego dovoljno odjevnih predmeta, ali ipak često kupujemo nove. Razmišljanje potrošača pretjerano je usmjereno na neovisnost u smislu posjedovanja vlastite opreme i, nažalost, rezultat je da se mnogi proizvodi koriste samo djelomično. No, kružno gospodarstvo nudi konceptualni okvir koji pruža mogućnost za poravnanje između potrošača i pružatelja proizvoda i usluga. To je model koji kombinira funkcionalnost, vijek trajanja, dijeljenje usluga i eko-dizajn.

Kružno gospodarstvo temelji se na „funkcionalnoj službi“ čiji je motiv ideja o prodaji usluga umjesto proizvoda. Davatelji usluga prodaju proizvod za određeno razdoblje, zadržavajući vlasništvo nad svojim proizvodima. Prednost je što korisnik ne bi trebao biti zabrinut zbog izvedbe, nadogradnje, održavanja ili zamjene robe. Ovaj model inspiriran je zelenim dizajnom i ponovnom upotrebom proizvoda, zajedničkim uslugama, iznajmljivanjem i dijeljenjem. Važne veze koje omogućuju kružno gospodarstvo su eko-dizajn zajedno s analizom životnog

ciklusa. Eko-dizajn koji ima mnogo definicija može se opisati kao pristup u koji su ekološka razmatranja integrirana u razvoj i dizajn proizvoda.[41]

Veoma je važno pri eko-dizajnu da u početnoj fazi proizvodnje brinemo za okoliš no moramo razmotriti kako će to utjecati na iduće faze kroz životni vijek proizvoda. Koristimo li u izradi proizvoda materijale koji emitiraju manje zagađivača zraka to npr. može dovesti do potrebe za kompliciranijim procesima kod ponovne uporabe ili u procesima recikliranja.

4.6. Značaj kružne ekonomije u budućnosti

Prelazak na kružno gospodarstva donosi velike mogućnosti za Europu i njezine građane. To je važan dio napora za modernizaciju i transformaciju europskog gospodarstva kako bi postao održiviji. Ta se tranzicija temelji na čvrstoj poslovnoj logici koja omogućuje tvrtkama da ostvare značajne ekonomske dobitke i povećaju svoju konkurentnost. To donosi značajne uštede energije i koristi za okoliš. Radna mjesta su stvorena na lokalnoj razini i mogućnosti za socijalnu integraciju. Prelazak na takvo gospodarstvo usko je povezan s ključnim prioritetima EU-a u pogledu radnih mjesta i rasta, ulaganja, socijalnih programa i industrijskih inovacija.[42]

[41] Prendeville, S., Niemczyk, M., Sanders,C., Lafond,E., Elgorriaga, A., Mayer, S., Kane, D., (2012) Envisioning Ecodesign-Definitions, Case Studies And Best Practice. ENEC, Cardiff, UK.
[42] Europa.eu (2018) Implementation of the Circular Economy Action Plan. Dostupno na: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm (6.3.2019.)

5. KRUŽNA EKONOMIJA, ODRŽIVO POSLOVANJE I ZELENI MARKETING NA PRIMJEJU PODUZEĆA L'OCCITANE

5.1. Održiva proizvodnja ključnih sastojaka

Prirodni su sastojci samo srce L'occitaneovih formula u proizvodima. Primjenjuju se strogi kriteriji kvalitete i porijekla. Kako bi se osigurala neprestana raspoloživost proizvoda, sudjeluju u projektima očuvanja određenih rijetkih vrsta. Politika održivog razvoja temelji se na načelu neprestanog poboljšanja proizvodnih procesa u svrhu postizanja ravnoteže između okoliša, gospodarstva i društva. Briga za okoliš se posebno odražava u izboru sastojaka i ekološki prihvatljive ambalaže. Aktivni su sastojci biljnog porijekla i kada god je to moguće, organski proizvedeni, a ambalaža izrađena od recikliranog materijala, a upotrebu nepotrebne ambalaže je ograničena. Ta se briga za okoliš odražava i u neprestanoj analizi vlastitog rada, kako bi razvili još viši stupanj ekološke odgovornosti.

Za 95% proizvoda koristi se cestovni ili pomorski prijevoz te se traže novi načini kako bi se smanjili štetni utjecaj vlastitog dobavljačkog lanca. U postrojenjima u Manosqueu poduzeće je razvilo plan putovanja (više putnika u jednom automobilu, autobusne linije za zaposlenike). U tijeku je implementacija plana o štednji energije u svim postrojenjima (senzori pokreta, osvjetljenje niske potrošnje, podizanje energetske svijesti zaposlenika). U L'occitaneu je održivi razvoj ujedno i gospodarska te društvena odgovornost tvrtke.

5.2. Dobavljači

Svi dobavljači potpisuju etički kodeks te s njima ulaze u održivi partnerski odnos. Ponekad to može značiti suradnju na zajedničkim razvojnim projektima, kao što je slučaj sa ženskim udrugama u Burkini Faso, dobavljačima karite maslaca.[43]

[43] Undp.org (20169) "L'Occitane au Burkina Faso":More than just business with shea butter producers. Dostupno na:http://www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/Partnerships/Private%20Sector/AFIMcases/UNDP%20GIM%20Case%20Study%20LOccitane%20Final.pdf (4.6.2019.)

5.3. Zaposlenici

Zaposlenici danas imaju pristup L'occitaneovom kapitalu kroz plan podjele zarade. Društveni je dijalog također važan (sastanci osoblja, istraživanje zadovoljstva zaposlenika). U Manosqueu postoje planovi o osnivanju centra za brigu od djeci.[44]

5.4. Društvo

Kao najveći poslodavac na području Manosquea, L'occitane daje svoj doprinos integraciji hendikepiranih i nedovoljno kvalificiranih osoba. Ta se društvena odgovornost izražava i kroz projekte koje Zaklada L'occitane podržava na području slijepih i slabovidnih osoba, žena u siromašnim zemljama i očuvanju znanja o prirodi.[45]

5.5. Zaštita okoliša

Briga za okoliš dovela je do upotrebe ekološki prihvatljive ambalaže koju je moguće reciklirati (karton, staklo, razgradiva plastika, aluminij) te korištenja minimalne količine nepotrebne ambalaže. Teži se upotrebi papira izrađenog ekološki prihvatljivim pristupom: smeđeg papira proizvedenog od drvenih ostataka dobivenih poslije čišćenja šume u Landesu, papira s oznakom Ecolabel, recikliranog papira proizvedenog uz pomoć morskih trava s područja Venecije te drugog recikliranog papira i kartona. Potiču svoje kupce na recikliranje ambalaže. Na taj se način zajednički čuvaju prirodne izvore, ponovnim korištenjem otpada i smanjivanjem količina u spalionicama. Oznaka "zelene točke" na proizvodima znači da L'occitane sudjeluje u europskim programima zbrinjavanja otpada te recikliranja ambalaže.[46]

5.6. Program pravedne trgovine

Već više od 20 godina karite maslac se nabavlja iz Burkine Faso, države u Africi, upravo kroz poštenu trgovinu. Time je tvrtka uspostavila partnerski odnos s više od 12.000 žena , osigurala kupovinu karite maslaca koji je proizveden na licu mjesta, što je financijski povoljnija varijanta za žene u usporedbi s kupovinom neprocesuiranih plodova .

2007. godine kupili su više od 330 tona karite maslaca - 75% ukupne količine karite maslaca namijenjenog prodaji kozmetičkoj industriji i 75% ukupne količine namijenjene za izvoz.

[44] Loc. cit.
[45] Loc. cit.
[46] Loc. cit.

Osiguravaju čak 80% zarađenih sredstava za nova ulaganja u vlastite narudžbe kako bi spomenute udruge imale priliku nabaviti potrebnu opremu i plodove (poštena trgovina propisuje 30%), a godišnjim posjetima redovito provjeravaju proizvodnju i potrebe svojih suradnika.

5.7. Suradnja s lokalnim proizvođačima

Već 30 godina poduzeće podupire lokalne, tradicionalne metode proizvodnje i nabavlja sastojke izravno od lokalnih proizvođača - od suradnika iz Visoke Provanse nabavljaju eterično ulje lavande te regije, s certifikatom AOC, od uljara u Gardu nabavljaju bademovo ulje, iz Visoke Provanse nabavljaju organsko maslinovo ulje s certifikatom AOC, a od destilatora s Korzike nabavljaju eterično ulje immortelle (smilja). Oznaka kontroliranog porijeka AOC koristi se za proizvode iz pojedinih regija. Njihova kvaliteta i svojstva određena su upravo tim zemljopisnim područjem. Rezultat su kombinacije metoda proizvodnje te znanja i iskustva tamošnjih proizvođača.[47]

5.8. Udruga Provansa kroz sva osjetila

U svrhu pomoći slijepim i slabovidnim osobama proizvodi su označeni i Braillevim pismom još od 1996. godine kako bi se omogućila njihovu dostupnost slijepim i slabovidnim osobama. Ujedno koriste i engleski jezik kako bi ih razumjela većina potrošača.

Zaposlenici L'occitanea osnovali su udrugu *Provence dans tous les sens* (Provansa kroz sva osjetila) koja uvodi slijepu i slabovidnu djecu u svijet proizvodnje mirisa.[48]

5.9. Podrška organizacijama za zaštitu životinja

Proizvodi se ne testiraju na životinjama, aktivne sastojke iz sirovina koje upotrebljavaju nisu testirane na životinjama ni u jednoj fazi razvoja ni proizvodnje proizvoda. U L'occitaneu oduvijek aktivno podupiru organizacije za zaštitu životinja, kao što su One Voice i PETA, te se aktivno zalažu za ukidanje testiranja na životinjama. Također, jedno su od prvih poduzeća koje je Britanski savez za ukidanje vivisekcije (*British Union for the Abolition of Vivisection*

[47] Loc. cit.
[48] Blindflaneur.com (2008) Fashionista Street: Provence Dans Tous Les Sens. Dostupno na: http://blindflaneur.com/2008/03/31/fashionista-street-provence-dans-tous-les-sens/ (4.6.2019.)

– BUAV) 1997. godine uvrstio na listu poduzeća koja svoje proizvode ne testiraju na životinjama.[49]

U prosincu 2011. godine BUAV je uklonio sa svoje liste poduzeća koja posluju s Kinom. Jednako je 2012. postupila i PETA. Unatoč tome što u L'occitaneu nikada nisu provodili takvu vrstu testiranja, BAUV i PETA su ih uklonile sa svojih lista obzirom da nemaju formalnih dokaza da kineske vlasti na našim proizvodima ne provode sporna testiranja. Kineske vlasti još uvijek zahtijevaju dodatna istraživanja kozmetičkih proizvoda namijenjenih prodaji na njihovom tržištu, kako bi time jamčili sigurnost proizvoda kineskim potrošačima. Te dodatne testove provode nezavisne agencije, a odobravaju ih lokalne vlasti. Od Prosinca 2010. godine L'occitane uspostavlja dijalog s predstavnicima kineskih vlasti. U veljači 2011. zajedno s BUAV i kineskim vlastima sudjelovali su na simpoziju u Pekingu s ciljem implementacije alternativnih načina testiranja na kineskom tržištu, sa čime su se složile također i kineske vlasti. L'occitane se snažno zauzima za ukidanje spornog testiranja kozmetičkih proizvoda na životinjama. Aktivna prisutnost na tom tržištu omogućila im je uspostavljanje konstruktivnog dijaloga s tamošnjim vlastima kojim dokazuju da postoje alternativne, jednako pouzdane metode testiranja kozmetičkih proizvoda, koji poštuju i štite prava životinja.[50]

[49] Loccitane.com (2019) Često postavljana pitanja. Dostupno na: http://hr.loccitane.com/%C4%8Desto-postavljana-pitanja,51,2,57790,542826.htm (4.6.2019.)
[50] Loc. cit.

6. ZAKLJUČAK

Unatoč nekim razlikama, različite škole mišljenja imaju istu polaznu točku: naš sadašnji industrijski gospodarski sustav nije održiv i moramo ponovno uspostaviti pozitivnu interakciju s okolišem. U skladu s tim, naš ekosustav, uključujući gospodarstvo i društvo, treba smatrati jednim od drugih ekosustava i kao dio okoliša (tj. biosfere). Suočavajući se s tim izazovima, sve te škole mišljenja su tražile rješenja koja su inspirirana prirodom s ciljem učinkovitijeg iskorištavanja naših resursa uz istodobno smanjenje negativnog utjecaja na okoliš. U tom pogledu, pregled tih škola mišljenja upućuje na to da se mogu primijetiti različite fokuse. Dok se ekonomija uspješnosti i plava ekonomija uglavnom koncentriraju na poslovni model, drugi se više bave utjecajem sustava i proizvoda na okoliš (Industrijska ekologija i Cradle to Cradle) ili napore u dizajnu proizvoda. Nadalje, često citirano rješenje za učinkovitije upravljanje resursima je poslovni model izvedbe (tj. ponuda proizvoda kao usluge). Štoviše, sve škole mišljenja zagovaraju, u određenoj mjeri, važnost sistemskog razmišljanja pri rješavanju pitanja našeg trenutnog linearnog ekonomskog modela. Konačno, koncept kružne ekonomije odnosi se na svaku spomenutu školu misli do određene točke i stoga se može smatrati holističkim okvirom. Kao generički pojam, kružna ekonomija se oslanja na nekoliko specifičnih pristupa koji gravitiraju oko skupa osnovnih načela.

LITERATURA

1. Andersen, M. S. (2007) An introductory note on the environmental economics of the circular economy, Sustainability Science, Vol. 2, No. 1, pp. 133–140.
2. Blindflaneur.com (2008) Fashionista Street: Provence Dans Tous Les Sens. Dostupno na: http://blindflaneur.com/2008/03/31/fashionista-street-provence-dans-tous-les-sens/ (4.6.2019.)
3. Boulding, K. E. (1966) The Economics of the Coming Spaceship Earth. Dostupno na: www.zo.utexas.edu/courses/thoc/Boulding_SpaceshipEarth.pdf (3.6.2019.)
4. Dssmith.com (2019) Proces recikliranja u sustavu zatvorene petlje. Dostupno na: https://www.dssmith.com/hr/recycling/o-nama/proces-recikliranja-u-sustavu-zatvorene-petlje (3.6.2019.)
5. Ehrenfeld, J. and Gertler, N. (1997) Industrial Ecology in Practice: The Evolution of Interdependence at Kalundborg, Journal of Industrial Ecology, Vol. 1, No. 1, pp. 67–79.
6. Elkington, J. (1994) Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. Calif. Manage. Rev., 36, 90-100.
7. Ellen MacArthur Foundation (2010) Latest circular economy reports and publications, Dostupno na: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications (3.6.2019.)
8. Erkman, S. (1997) Industrial ecology: An historical view, Journal of Cleaner Production, Vol. 5, 1-2, pp. 1–10.
9. Erkman, S. (2001) Industrial ecology: a new perspective on the future of the industrial system, Swiss medical weekly, Vol. 131, 37-38, pp. 531–538.
10. Europa.eu (2018) Implementation of the Circular Economy Action Plan. Dostupno na: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm (6.3.2019.)
11. Europa.eu (2019) Paket o kružnom gospodarstvu: Pitanja i odgovori. Dostupno na: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-6204_hr.htm (3.6.2019.)
12. Europarl.europa.eu (2015) Kružno gospodarstvo: Definicija, vrijednosti i korist. Dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/economy/20151201STO05603/kruzno-gospodarstvo-definicija-vrijednosti-i-korist (3.6.2019.)
13. Fzoeu.hr (2019) Kružno gospodarstvo. Dostupno na: http://www.fzoeu.hr/hr/zastita_okolisa/odrzivi_razvoj/kruzno_gospodarstvo/ (3.6.2019.)

14. Ghisellini, P., Cialani, C., Ulgiati, S. (2016) A review on circular economy: The expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems, Journal of Cleaner Production, Vol. 114, pp. 11–32.
15. Graedel, T. (1995) Industrial Ecology: Definition and Implementation, in Socolow, R., Andrews, C., Berkhout, F., Thomas, V. and Moomaw, W. R. (eds) Industrial Ecology and Global Change, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 23–42
16. Helming, K., Pérez-Soba, M., Tabbush, P., Eds.; Springer (2008) Sustainability Impact Assessment of Land Use Changes, Berlin, Germany
17. Iung, B., Levrat, E. (2014) Advanced Maintenance Services for Promoting Sustainability, Procedia CIRP, Vol. 22, pp. 15–22.
18. Ivić, P., Grubišić, D. (2013) Međuovisnost društveno odgovornog ponašanja i poslovne uspješnosti, Poslovna izvrsnost Zagreb, God. 7., Br. 2.
19. Kaur, A. (2015) A research paper on Green Marketing -Challenges and Opportunities, CKD institute of Management and Technology
20. Loccitane.com (2019) Često postavljana pitanja. Dostupno na: http://hr.loccitane.com/%C4%8Desto-postavljana-pitanja,51,2,57790,542826.htm (4.6.2019.)
21. Lončarić Božić, A., Kušić H. (2012) Upravljanje otpadom, Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije, Zagreb.
22. Radivojević, A. (2018) Cirkularna ekonomija implementacija i primena tehnologije u njenoj funkciji, Ekonomske ideje i praksa, broj 28.
23. Radivojević, A. (2018) Cirkularna ekonomija implementacija i primena tehnologije u njenoj funkciji, Ekonomske ideje i praksa, broj 28.
24. Štefanec, S., Freimann, A. (2019) Cirkularna EKOnomija i kako s 4 slova R produljiti život materijalnim stvarima. Dostupno na: http://makemake.eu/cirkularna-ekonomija-i-kako-s-4-slova-r-produljiti-zivot-materijalnim-stvarima/ (3.6.2019.)
25. Tolušić, Z., Dumančić, E., Bogdan, K. (2014) Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing, Agroeconomia Croatica 4 (1) 25-31
26. Undp.org (20169) "L'Occitane au Burkina Faso":More than just business with shea butter producers. Dostupno na:http://www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/Partnerships/Private%20Sector/AFIMcases/UNDP%20GIM%20Case%20Study%20LOccitane%20Final.pdf (4.6.2019.)
27. United Nations (1997) Agenda for Development, New York, NY, USA

28. Vermeulen, W. J.V. (2006) The social dimension of industrial ecology: On the implications of the inherent nature of social phenomena, Progress in Industrial Ecology, An International Journal, Vol. 3, No. 6, p. 574.

POPIS SLIKA

Slika 1. Put od manje negativnog prema pozitivnijem..... 4
Slika 2. Kruženje resursa..... 15
Slika 3. Tranzicija iz linearne u cirkularnu ekonomiju 24