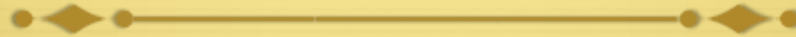


Seminārs
Cēsis, 27.03.15.
Tatjana Volkova

21.gs pastāv izpratne par to, ka Inovācija ir plašs un daudznozīmīgs termins



- ✦ Pastāv tā dažādas nozīmes;
- ✦ Nozīmes atšķiras no izmantošanas mērķa;
- ✦ Inovāciju dažādie apzīmējumi un nozīmes paplašinās mainoties sociāli-ekonomiskajiem apstākļiem un pieejamajām tehnoloģijām



Termins inovācijas nāk no Latīņu
vārda “*innovare*”, kas nozīmē
“atjaunoties vai mainīties”;

in·no·va·tion

Pronunciation: \i-nə-'vā-shən\

Function: *noun*

Date: 15th century

1 : the introduction of something new

2 : a new idea, method, or device : novelty

— **in·no·va·tion·al** \-shnəl, -shə-n^əl\ *adjective*

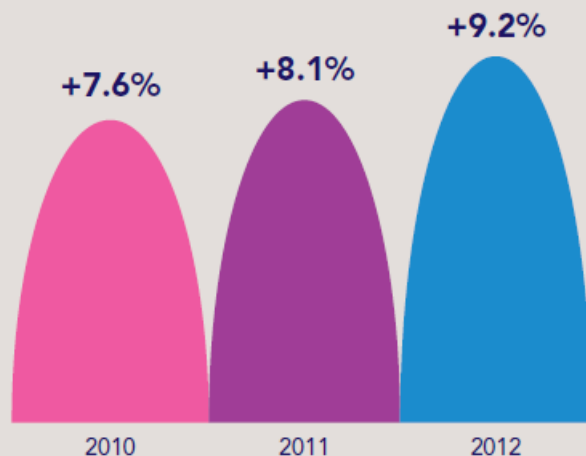
Patents growth hits two-decade record in 2012

Patent applications — Fastest growth in the past 18 years

2.35 million

Number of applications
filed worldwide

Growth rate



Patent applications for selected technologies

Applications worldwide and top 3 countries of origin in 2011, growth rate from 2007-2011

Digital communication

+8.4%



79,726

USA → China → Japan

Computer technology

+2.1%



134,272

USA → Japan → Rep. of Korea

Transport

+0.1%



65,439

Japan → Germany → USA

Basic materials chemistry

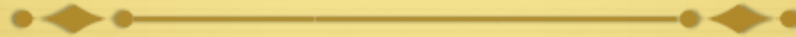
+3.8%



45,115

USA → Japan → Germany

Izgudrojumi nav inovācijas



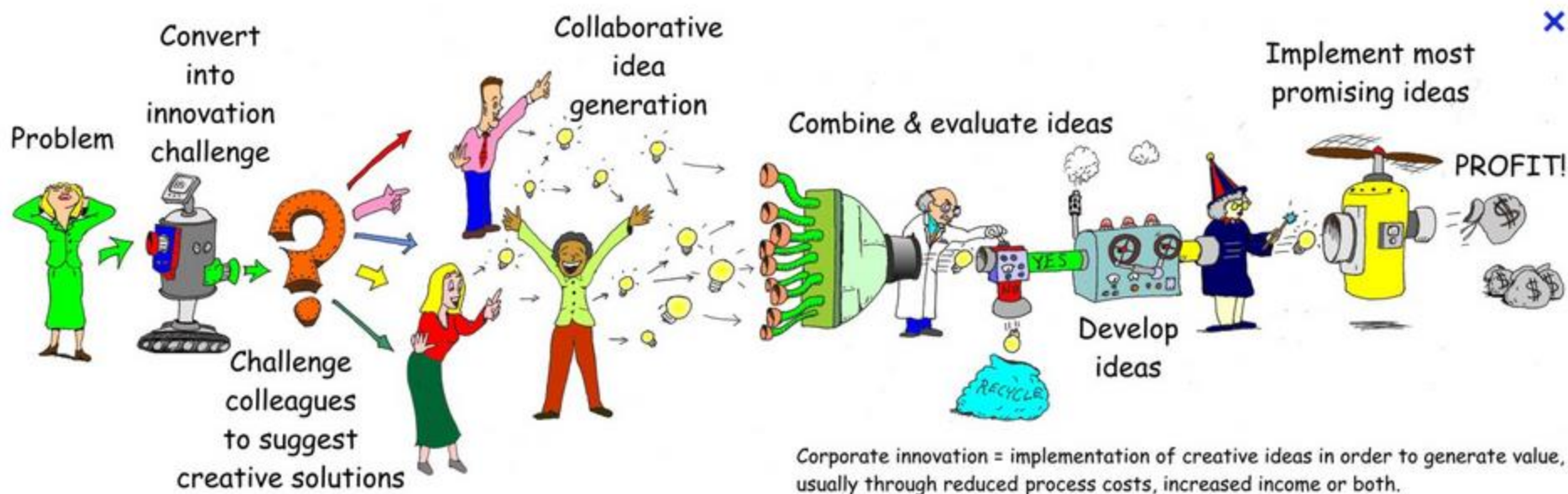
✧ Saskaņā ar Tidd et al. (2001):

“inovācijas ir kaut kas vairāk nekā vienkārša nākšana klajā ar labu ideju; tas ir process tās pārveidošanā praktiskajā izmantošanā.”

Izgudrojums ir tikai “ilgstoša procesa pirmais solis labas idejas pārvēršanā plašā pielietojumā un efektīvā izmantošanā”

21. gs. pastāv vienota izpratne par 2 galvenajiem jautājumiem:

1. Inovācija ir uzņēmuma vērtības paaugstināšanas process ar noteiktu rezultātu;
2. Šī procesa ietekmi NEPIECIEŠAMS vadīt, lai ietekmētu iegūto rezultātu



Oslo rokasgrāmatā (2005. gada izdevums) inovācijas definētas kā

- ✦ “jaunu vai nozīmīgi uzlabotu produktu (preču vai pakalpojumu) vai procesa, jaunas mārketinga metodes vai jaunas organizācijas metodes ieviešana uzņēmējdarbības praksē, darba vietas organizācijā vai ārējās attiecībās” (46. lpp)

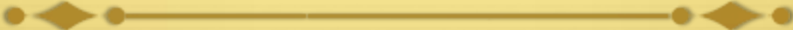
PROPOSED GUIDELINES
FOR COLLECTING
AND
INTERPRETING TECHNOLOGICAL
INNOVATION DATA

OSLO MANUAL

European Commission

Eurostat

Mēs bieži lietojam apzīmējumu “jauns”, kad runājam par inovācijām

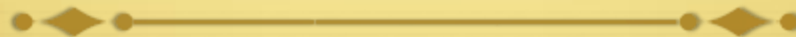


✧ Ko nozīmē “jauns”?

Piem., attiecībā uz produktu ir dažādi līmeņi:

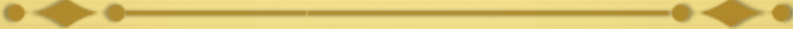
1. **Jauns pasaulē** –piem., pirmā mikroviļņu krāsns; pirmais 3 D printeris;
2. **Jauns uzņēmumā** – ‘jaunas IT programmas izmantošana’;
3. **Produkta līnijas paplašinājums** – ‘ekojogurts’;
4. **Produkta pilnveidošana** – produkti tiek nepārtraukti uzlaboti visā dzīves cikla laikā
5. **Produkta pārpozicionēšana** – jaunu segmentu apgūšana

Salīdzinot dažādas inovāciju definīcijas,
tajās var atrast kopīgus elementus:



1. **Kas tiek mainīts?** (produkts vai process);
2. **Cik lielā mērā tiek mainīts?** (vai tas ir pilnībā jauns vai tikai tiek uztverts kā jauns);
3. **Kas ir pārmaiņu avots?** (dažreiz tehnoloģija, citos gadījumos veiksmē.... gadījums);
4. **Kāda ir pārmaiņu ietekme?** (sociālā vai tirgus vērtība).

Inovāciju vadīšana



- ✧ Tā kā inovācija ir process, tad vēl ne tuvu nav skaidrs kā uzņēmumi vislabākajā veidā var nodrošināt inovatīvo darbību un kas ir svarīgākie inovāciju vadīšanu aspekti;
- ✧ Tie būtiski atšķiras dažādās industrijās;
- ✧ Inovāciju vadīšana ir liels izaicinājums, jo plašs faktoru kopums ietekmē to izdošanos vai neizdošanos, t.sk. pieejamos resursus, darbinieku spējas, ideju radīšanas procesu, attīstības komandu organizēšanas veidu, utt..

Conclusions on Innovation Union for Europe

*3049th COMPETITIVENESS (Internal Market, Industry, Research and Space) Council meeting
Brussels, 26 November 2010*

STRESSES the need for:

- A broad concept of innovation, including technological and non-technological, demand- and user-driven innovation, business model and eco-innovation, innovation in services and design, public sector innovation, open and social innovation in support of creativity and entrepreneurship and for the benefit of smart, sustainable and inclusive growth;

RECOGNIZES the multidisciplinary nature of innovation and the fact that, in addition to manufacturing and services industries, the cultural and creative sectors represents an important source of technological and non-technological innovation, and that this potential must be fully unlocked;

Eiropas Savienības Inovāciju stratēģija ietver sevī pamatvadlīnijas:

“...visas inovācijas formas ir atbalstāmas, un pieaugošs uzsvars ir liekams uz paplašinātu inovācijas stratēģiju veidošanu – no ekskluzīvas tehnoloģijas inovāciju prioritāras pozicionēšanas uz pierasījuma un patērētāja centrētām inovācijām.”

*Eiropas Savienības Komisijas darba dokuments
“Dizains kā lietotāja centrētu inovāciju virzītājs”, (2009) Brisele*

Suomeksi | På svenska | Text version | Page map | Feedback | Contact information Advanced Search


 TWO-MINISTERIALISM
 FINNISH GOVERNMENT
 MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY

current issues | ministry | work | enterprises | consumers and the market | **Innovations** | other

National Innovation Strategy
 International evaluation of Finnish National Innovation System

Research, technology and expertise

Demand and user-driven innovation

> Demand driven innovation policy

> User-driven innovation policy

Service innovations

Growth entrepreneurship

Front page > Innovations > Demand and user-driven innovation > Demand driven innovation policy

Demand driven innovation policy

A broad-based innovation policy pays attention to supply and demand for innovations. Rather than individual enterprises, a demand driven innovation policy examines markets as a whole. Political means are used to promote the emergence and diffusion of innovations, by stimulating demand for them and creating the conditions for their adoption.

Demand driven innovation policy enhances the competitiveness of companies by

- creating markets and demand for innovative solutions
- creating the prerequisites for the emergence of lead markets
- reducing the risk of commercialisation by speeding up the market entry and diffusion of new solutions

LEADING PUBLIC SECTOR INNOVATION

Co-creating for a better society





EUROPE INNOVA

Innovation in Services

GreenConServe



ECO-innovation

WHEN BUSINESS MEETS THE ENVIRONMENT





CHRISTIAN

Business Model Innovation

Proven Strategies That Actually Work





Marketing Innovation

Small budgets, big impact.

Marketing Event Börse, Düsseldorf
17.09.2007



Open Innovation

DESIGN DRIVEN INNOVATION



Inovācijas

```
graph TD; I((Inovācijas)) --> T1(taupošās); I --> T2(biznesa modeļa); I --> T3(papildinošās); I --> T4(Eko); I --> T5(ieinteresēto pušu inovācijas); I --> T6(tirgus pozicionēšanās); I --> T7(Vērtību inovācijas); I --> T8(technoloģiskās); I --> T9(apgrieztās); I --> T10(pakalpojumu); I --> T11(sistēmiskās); I --> T12(integrētās); I --> T13(autonomās); I --> T14(sociālās); I --> T15(atvērtās); I --> T16(mārketinga); I --> T17(organizatoriskās); I --> T18(radikālās); I --> T19(dizaina virzītās); I --> T20(slēgtās);
```

taupošās

biznesa
modeļa

papildinošās

Eko

ieinteresēto
pušu
inovācijas

tirgus
pozicionēšanās

Vērtību
inovācijas

technoloģiskās

apgrieztās

pakalpojumu

sistēmiskās

integrētās

autonomās

produktu

pakalpojumu

sociālās

atvērtās

mārketinga

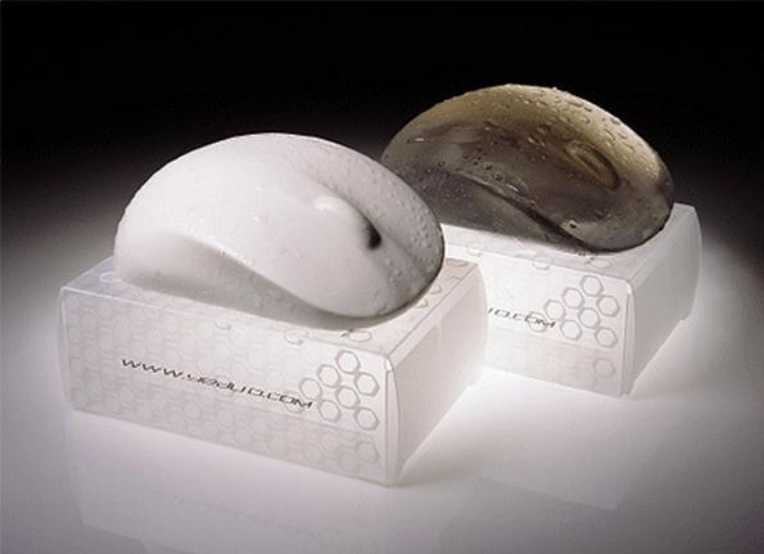
organizatoriskās

radikālās

dizaina
virzītās

slēgtās

netehnoloģiskās



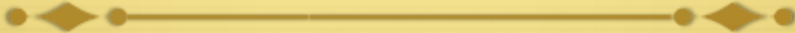


Par produkta un procesu ekoloģiskajām inovācijām tiek uzskatīti

- ✦ jauninājumi, kuri uzlabo produkta īpašības un lietošanu pateicoties tehnoloģiju, detaļu un materiālu uzlabojumiem, kuri ievērojami samazina produktu ražošanas procesa ietekmi uz apkārtējo vidi.



Tehnoloģiskās inovācijas



- ✧ tiek saistītas ar jaunu tehnoloģiju izveidi vai lietošanu, piemēram, jaunas tehniskās zināšanas, jauni tehnoloģiski izgudrojumi u.c.
- ✧ Turpretī netehnoloģisko inovāciju pamatā var būt jaunas biznesa metodes, jaunas organizatoriskās koncepcijas vai citi nemateriāli biznesa aktivitāšu izmaiņu veidi, proti, tām nav jāietver izmaiņas tehnoloģijās.

*Schmidt, T., Rammer, C. Non-technological and technological innovation: Strange Bedfellows? ZEW – Centre for European Economic Research Discussion Paper, No. 07-052, 2007. 4 p.
Pieejams: <ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp07052.pdf>*

Sociālās inovācijas

International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation



Editor in Chief: Dr. John O. Okpara

ISSN online: 2043-8265

ISSN print: 2043-8257

4 issues per year

Subscription price

[Calls for papers](#)

IJSEI provides valuable insights into successful business techniques and strategies in the emerging field of social entrepreneurship, including theoretical perspectives, cutting-edge research, and actionable solutions to identified problems of particular interest to policy makers in government and international agencies, academics and researchers.

Japan Social Innovation Journal, Vol. 2, No. 1, 2012

Social Innovation and Crisis Management

Yoshimasa KATO

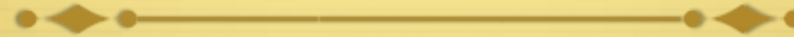
On March 11, 2011, the Great East Japan earthquake occurred registering a magnitude of 9 on the Richter scale. With a death toll of 20,000 people and an estimated economic loss ranging from 16 to 25 trillion yen, this unprecedented natural catastrophe has caused Japan widespread destruction.

There are certain limitations related to the application of standardized rules and systems for handling various problems or issues exposed in the process of reconstruction. It is inevitable that we should be flexible in applying programs, and establishing new rules and mechanisms efficiently for the reconstruction process. Basically, we should use existing systems to flexibly implement restoration and reconstruction measures. However, in considering the scale of damage that transcends beyond our imagination, the diversity within heavily damaged areas, and the variation of restoration methods and reconstruction speed, there is definitely a need to eliminate standardized regulations applicable during ordinary times, and establish flexible regulations, which are suitable for actual situations in each area or region.



Philadelphia Social Innovations Journal is the first online publication to bring a public focus to social innovators and their nonprofit organizations, foundations and social sector businesses in the Greater Philadelphia area, to recognize their successes and encourage others around the country to strive for similar results. As a forum for the region's foremost social innovators, the *Journal* shares their expertise, strategies and ideas about topics such as leadership, human capital and disruptive innovation.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/social-innovation/index_en.htm



Let's work together

European
Commission

Supporting social innovation in the workplace

Workplace innovation as a driver for industrial transformation in Europe



30 May 2012 in Brussels

Soft innovation

Towards a more complete
picture of innovative change

“Soft innovation is innovation in goods and services that primarily impacts upon sensory perception, aesthetic appeal or intellectual appeal rather than functional performance “

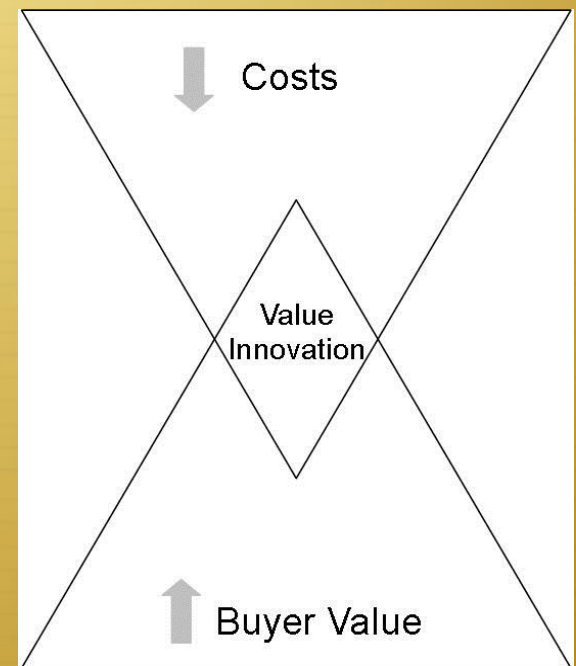
<http://www.nesta.org.uk/library/documents/Report%2022%20-%20Soft%20Innovation%20v9.pdf>

Part 2: Defining soft innovation	18
2.1 Introduction	18
2.2 Product and process innovations	18
2.3 Soft innovation: the definition	20
2.4 The two faces of soft innovation	21
2.5 Soft innovation and product differentiation	23
2.6 Judging the relative significance of soft innovation	23
2.7 Research and Development	25
2.8 Patenting	25
2.9 Summary	26
References	27

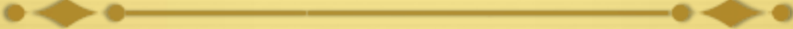
Vērtību inovācijas un avoti

Zilā okeāna stratēģija Kims/Maborna

- ✦ **Vērtību inovācija** - jauns domāšanas veids par stratēģiju īstenošanu, vienlaicīgi cenšoties panākt gan atšķirīgu piedāvājumu, gan izmaksu samazināšanu;
- ✦ **Vērtību inovācijas** – gan vērtības pieaugums klientam, gan jaunievedums, t.sk. tehnoloģisks uzņēmumam;
- ✦ **Vērtības inovācija** parādās tad, kad uzņēmumi savieno jaunievedumu ar lietderību no klientu viedokļa, cenu un izmaksu līmeni;



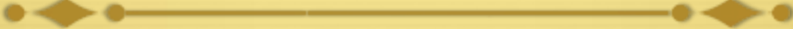
Inovāciju vadīšanas attīstības tendences 2012.g. +



- ✦ Pamatojoties uz 100 CTO un CIO, ekspertu aptauju pasaulē iezīmējas šādas 5 nākotnes savstarpēji saistītas inovāciju koncepcijas*:
 1. Klientu balstītās inovācijas (*customer based innovation*)
 2. Proaktīvo biznesa modeļu inovācijas (*proactive business model innovation*)
 3. Ātrdarbīgas/zema riska inovācijas (*high speed/low risk*)
 4. Taupīgās inovācijas (*frugal innovation*)
 5. Integrētās inovācijas (*integrated innovation*)

* R.Eager, F.van Oene, C.Boulton, D. Ross, C.Dekeyser *The future of Innovation Management:next 10 years*, 2011

1. Klientu balstītās inovācijas (*customer based innovation*)



Investīcijas attiecībās ar klientiem ir uzņēmumu investīciju prioritāte;

✦ To nosaka 3 tendenču saplūšana:

1. **Visaptveroša klientu pieredze**
2. **Emociju dizains**
3. **Sociālo tīklu izplatība**

Visaptveroša klientu pieredze

linkage strategies is now

TOTAL CUSTOMER EXPERIENCE LEADERS SUMMIT

DESIGNING AN INTEGRATED EXPERIENCE WITH MEASUREABLE IMPACT | JUNE 2013

ONE COLLECTIVE VOICE, ONE COLLABORATIVE CONGRESS, ONE HOLISTIC EXPERIENCE.

REGISTER NOW >>

DOWNLOAD BROCHURE ↓

DESIGN

Customer Experience Design:

See how VOC data and design principles can be used to engineer experiences across your organization.

MEASURE

STRATEGIZE

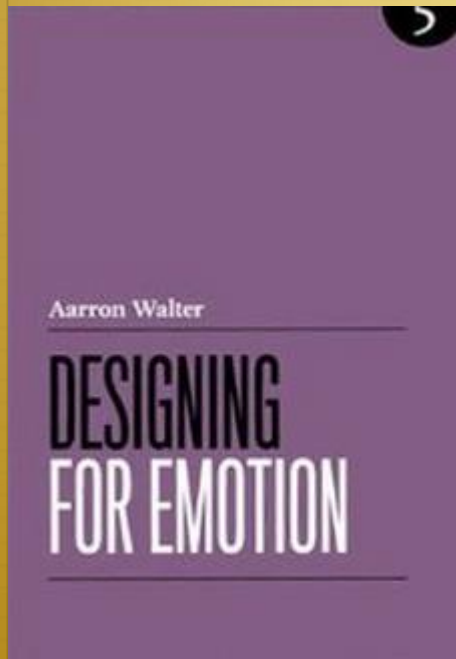
ALIGN

Thank you to all who joined us in Boston at the Total Customer Experience Leaders Summit. Your enthusiasm for exchanging new practices by engaging with industry leaders and your peers made it a success.

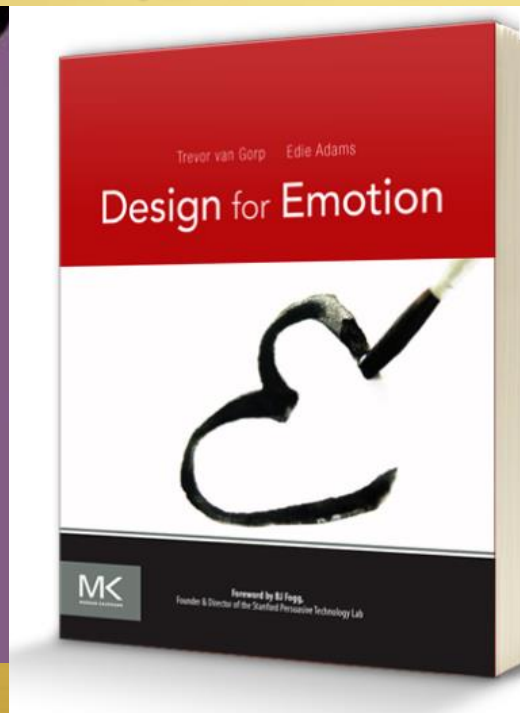
To continue the discussions well into 2013, we encourage everyone to [join the LinkedIn Group](#). This is a global network of professionals from all industries who share a common goal to develop and innovate towards the best customer experience landscape.

[Subscribe to IIR emails](#) to stay up to date on details for the 2013 Total Customer Experience Leaders Summit.

Emociju dizains

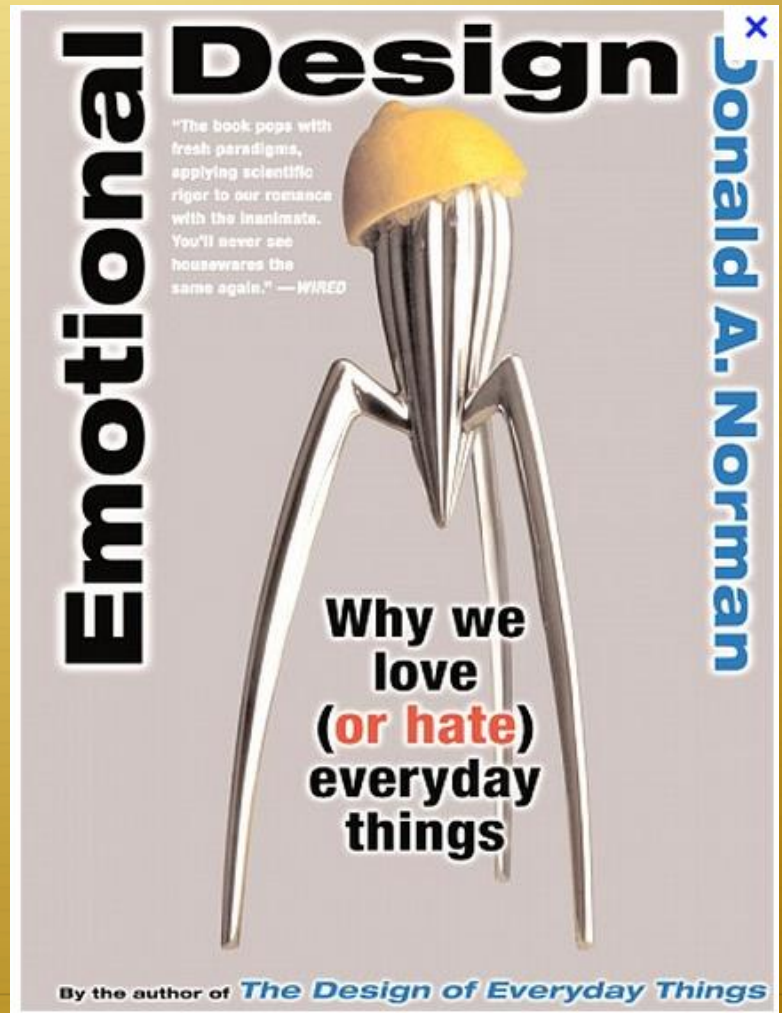


[amazon.com](https://www.amazon.com)



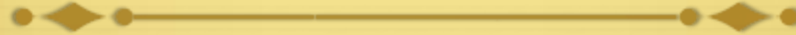
[SUSAGROUP.COM](https://www.susagroup.com)

gohitchhike.wordpress.com



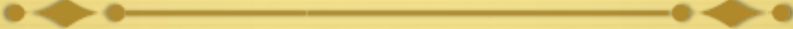
Inovāciju vadīšana. Doktorantūra. prof.
Volkova

design-emotion.com



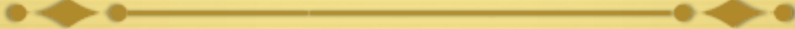
Inovāciju vadīšana. Doktorantūra. prof.
Volkova

Ko tas nozīmē uzņēmumiem?



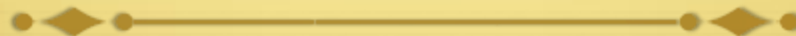
- ✦ jāklūst elastīgākiem un radošākiem, nosakot mijiedarbības veidu ar klientiem;
- ✦ Sociālo tīklu iespaidā konkurence pārvirzās no cenu noteikšanas uz attiecību veidošanu ar klientiem un pielāgošanu;
- ✦ Jāizmanto sarežģītākas atvērto inovāciju pieejas;
- ✦ Notiek pāreja no inovāciju “jebkura avota” uz atvērto inovāciju sasaiti ar stratēģiju un vēlmi veidot attiecības un lojalitāti;

Proaktīvais biznesa modelis



- ✧ Biznesa modelis nosaka kā tie radīta un uzturēta vērtība vērtību radošās ķēdes procesos, gan operatīvā, gan stratēģiskajā līmenī;
- ✧ **Jaunas tendences:**
 - 1 .koncentrēties uz papildus vērtības radīšanu sabiedrībai, ne tikai uz peļņas gūšanu
 2. **izmantot BM inovācijas**
 3. **pielāgot biznesa modeļus jaunajiem tirgiem**

Vienkāršotā (taupošā) inovācija /frugal innovation



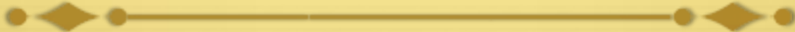
- ✦ Inovāciju veidošana zemāku ienākumu tirgiem;
- ✦ Uzskatīt veidojošos tirgus nevis kā zemāku izmaksu avotus, bet kā produktu noietu tirgu un inovāciju avotu;
- ✦ Inovāciju būtības pārskatīšana – nevis “vairāk”, bet gan “mazāk”

Apgrieztās inovācijas ietekme uz uzņēmumu

- ✧ Inovāciju sistēmas strauji tiek ieviestas visā pasaulē ;
- ✧ Taupība kļūst par inovāciju domāšanas neatņemamu sastāvdaļu; ('simplicity')
- ✧ Pieejamība kā inovāciju domāšanas sastāvdaļa, kas nosaka elastīgākas un atvērtas pieejas nepieciešamību;

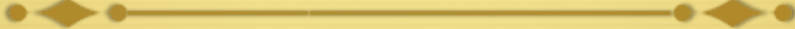


Ātrgaitas/zema riska inovācijas



- ✦ Nepieciešamība samazināt tirgū ieiešanas laiku;
 - ✦ Ātri, bet bez augsta riska:
1. **Pakāpeniska produkta virzība** (sākotnējās produkta versijas nelielā skaitā, pakāpeniski tās uzlabojot);
 2. **Globāla 24/7 produkta attīstība** (globālas inovāciju vadīšanas komandas)
 3. **Izmēģinājumi un eksperimenti** (virtuālā prototipēšana, 3D vizualizācija... Paplašinot patērētāju iesaisti)

Integrētās inovācijas

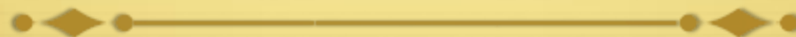


- ✧ **Jaunas inovāciju pieejas** (ideju ģenerēšana, biznesa vienību optimizēšana..) un to konsekventa izmantošana kā neatņemama biznesa stratēģijas sastāvdaļa;
- ✧ “inovāciju integrēšana biznesa stratēģijā”;

To ietekmē:

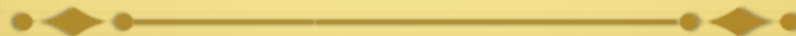
1. Resursu kombinēšanas nepieciešamība dažādu funkciju starpā;
2. Radikālu inovāciju nepieciešamība

Integrēto inovāciju šādi aspekti būs nozīmīgi nākotnē:



1. Sistemātiska formālo inovāciju instrumentu un pieeju izmantošana;
2. Lielāks fokuss uz radikālajām inovācijām;
3. Inovāciju tālāka integrēšana visās uzņēmuma darbības funkcijās;
4. Inovāciju vadīšanas sasaiste ar uzņēmuma darbības stratēģijām;

Citas Inovāciju vadīšanas tendences



1. Biznesa attīstība balstoties uz jaunajām tehnoloģijām; (biotehnoloģijas, nanotehnoloģijas, utt)
2. Inovāciju procesa vadīšana (vadīšanas inovācijas);
3. Kompetenču vadīšana
4. Intelektuālā īpašuma aizsardzība
5. Pamatkompetenču noteikšana un to vadīšana
6. Sarežģītākas P&A sistēmas un to vadīšana
7. Decentralizēto inovāciju centru vadīšana

Bazalta mēbeles



- ✦ Uzņēmuma izgatavotie krēsli izceļas ne vien ar dizainu, bet arī ar to izgatavošanai izmantoto materiālu – tie veidoti no bazalta šķiedras. Sākotnēji tas ir vulkānisks akmens, kas iegūts Krievijā.
- ✦ To kausē augstā temperatūrā un iegūst šķiedru, kas satīta spolēs un atgāgina matus. Ražošanas procesā tos apstrādā ar sveķiem, izveidojot pārklājumu, kas mēbeles pasargā no laika apstākļiem.

Gatis Silenieks, SIA Maffam Freeform



Šobrīd uzņēmuma radītās dārza mēbeles un dizaina priekšmeti nopērkami desmit pasaules valstīs – Lietuvā, Igaunijā, Polijā, Vācijā, Austrijā, Itālijā, Spānijā, Nīderlandē, Krievijā un ASV.



MUNIO Candela

Munio divu gadu laikā
izdevies
nopietni sevi pieteikt
Japānas tirgū un piedāvāt
svēces
mazumtirdzniecībā
Eiropas, Āzijas,
Ziemeļamerikas un
Austrālijas tirgū.





A®

MUNIO CANDELA®



1:05 / 3:44



MUNIO CANDELA feelings of creation

PIPIN

Pipin®

Mobile baby potty

Making life more enjoyable!



[WHAT IS PIPIN!](#)

[WHY IS PIPIN NEEDED?](#)

[WHO IS IT FOR](#)

[HOW TO USE](#)

[PARAMETERS](#)

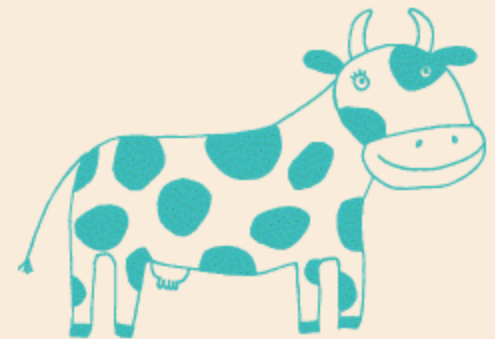
[MEDIA PUBLICATIONS](#)

[WHERE TO BUY?](#)

[CONTACTS](#)

Mobile Baby Potty

- **Compact and small,**
fits into a women's hand-bag, for example
- **Easy to make by folding,**
easy disposable
- **Bio-friendly, made from natural carbon,**
with a supply of bio-plastic bags.



ZNAK tapetes



Znak tapetes aizsākušas jaunāko tendenci tapešu materiālu jomā

Gunta Kursiša, 2012. gada 23. marts 07:03

Mūsu pirmais produkts bija inovatīvs, jo tad, kad to radījām, bijām pirmie, kas tapešu dizainā iekļāva mākslu, pašlaik tā ir kļuvusi par vispārīgu tendenci....



<http://spoki.tvnet.lv/foto-izlases/Znak-tapetes/292738>



<http://spoki.tvnet.lv/foto-izlases/Znak-tapetes/292738>



<http://spoki.tvnet.lv/foto-izlases/Znak-tapetes/292738>

Latvijā radītā velo zeķe – pagaidām vienīgā pasaulē



<http://nekrize.lv/latvija-radita-velo-zeke-pagaidam-vieniga-pasaule/>



Šī zeķe ir funkcionāls dizaina izstrādājums, kas paredzēts, lai izvairītos no smilšu, dubļu un citu netīrumu ienešanas telpā pēc brauciena. Tā izgatavota no elastīga, viegli kopjama materiāla (traipus, ja nepieciešams, var izmazgāt veļasmašīnā 30 – 40 grādu temperatūrā, bet sakrājušās smiltis vienkārši izbērt). Velo zeķi var viegli uzvilkt uz velosipēda, paceļot priekšējo riteni un uzvelkot to visā garumā

Kāpēc šīs ķemmes ir īpašas?

- ✦ Mežacūkas saru labo īpašību dēļ, vienkārši ikdienā ķemmējot mati atveseļojas un ir jālieto mazāk ķīmisku līdzekļu matu veselības un laba izskata uzlabošanai. Tā mēs saudzēsim dabu un ietaupīsim naudu!
- ✦ Pārdošanā pastāvīgi ir 5 veidu ķemmes: Slaidā brunete, Elegantā brunete, Slaidā blondīne, Elegantā blondīne un Elegantā šķipsna.



SIA "Daba Laba"

Ar prieku darinātas eko ķemmes

- Kāpēc mežacūkas sari
- Kā tas strādā?
- Kura man derēs?
- Kolekcija
- Atsauksmes
- Par mums presē
- Kur nopirkt?
- Veikals
 - Ķemmes Lēdijām
 - Ķemmes Bērniem
 - Ķemmes Kungiem
 - Ādas Lietas
- Kontakti
- Partneri

Grozis (0)



Mežacūkas sariem piemīt īpašības, kas atveseļo matus un padara tos mirdzoši skaistus.

<http://www.wildgood.lv/kapec-mezacukas-sari/>

MUMS IR JAUNAS IDEJAS IZPĒTES UN INOVĀCIJU INKUBATORS IDEABITS

Tās rodas katru dienu katram mūsu darbiniekam. Mēs nebaidāmies izmēģināt un mums sanāk. Jā, mēs arī kļūdāmies, bet tas neattiecināms no mēģināšanas.



Ķiršu kauliņi - siltuma/aukstuma kompresēm

Ķiršu kauliņi ir mūžsena līdzeklis mājas aptieciņā. Pirmie tos izmantoja kādas fabrikas strādnieki, kuri pēc smagas darba dienas piepildīja maisiņus ar ķiršu kauliņiem, uzsildīja tos un izmantoja kā atslābinošu kompresi.

Apvienojot mūsu priekšteču zināšanas ar mūsdienu tehnoloģiskajām un dizaina iespējām, uzņēmums SIA "ECotex" ražo zīmola CherryBerry ķiršu kauliņu spilvenus bērniem un pieaugušajiem, čības, plecu spilvenus, muguras sildītājus, masāžas maisiņus, acu maskas, aukstuma kompreses.

CherryBerry spilvenus var ērti uzsildīt cepeškrāsnī vai mikroviļņu krāsnī. To iedarbība notiek, sausiem ķiršu kauliņiem „uzlādējoties” ar karstumu (cepeškrāsnī vai mikroviļņu krāsnī), un mērķtiecīgi atdodot siltumu noteiktai ķermeņa daļai, kurai tas ir uzlikts. Tāpat tos atdzesē ledusskapī vai saldētavā un lieto kā aukstuma kompresi.

Produkcija ir izgatavota no 100% dabiskiem, apstrādātiem ķiršu kauliņiem un augstas kvalitātes auduma.



Antons Stepanovs Brīļu zīmols»Mara»

<http://www.acim.lv/2013/03/koka-brilles-mara-razotas-latvija/>



- ✦ Bieži vien, diskutējot ar potenciālajiem klientiem par optikas lietām, nākas dzirdēt izbrīnu: "Koka brilles? Kā no koka var uztaisīt brilles?" Bet var! To ir pierādījis šis uzņēmīgais jauniets, kura ideja no maza sapņa jau sāk kļūt par realitāti, jo šīs brilles patiešām jau tiek izgatavotas. Antonam ir klienti ne tikai no Latvijas, bet arī no ārzemēm.