



Co-funded by
the European Union

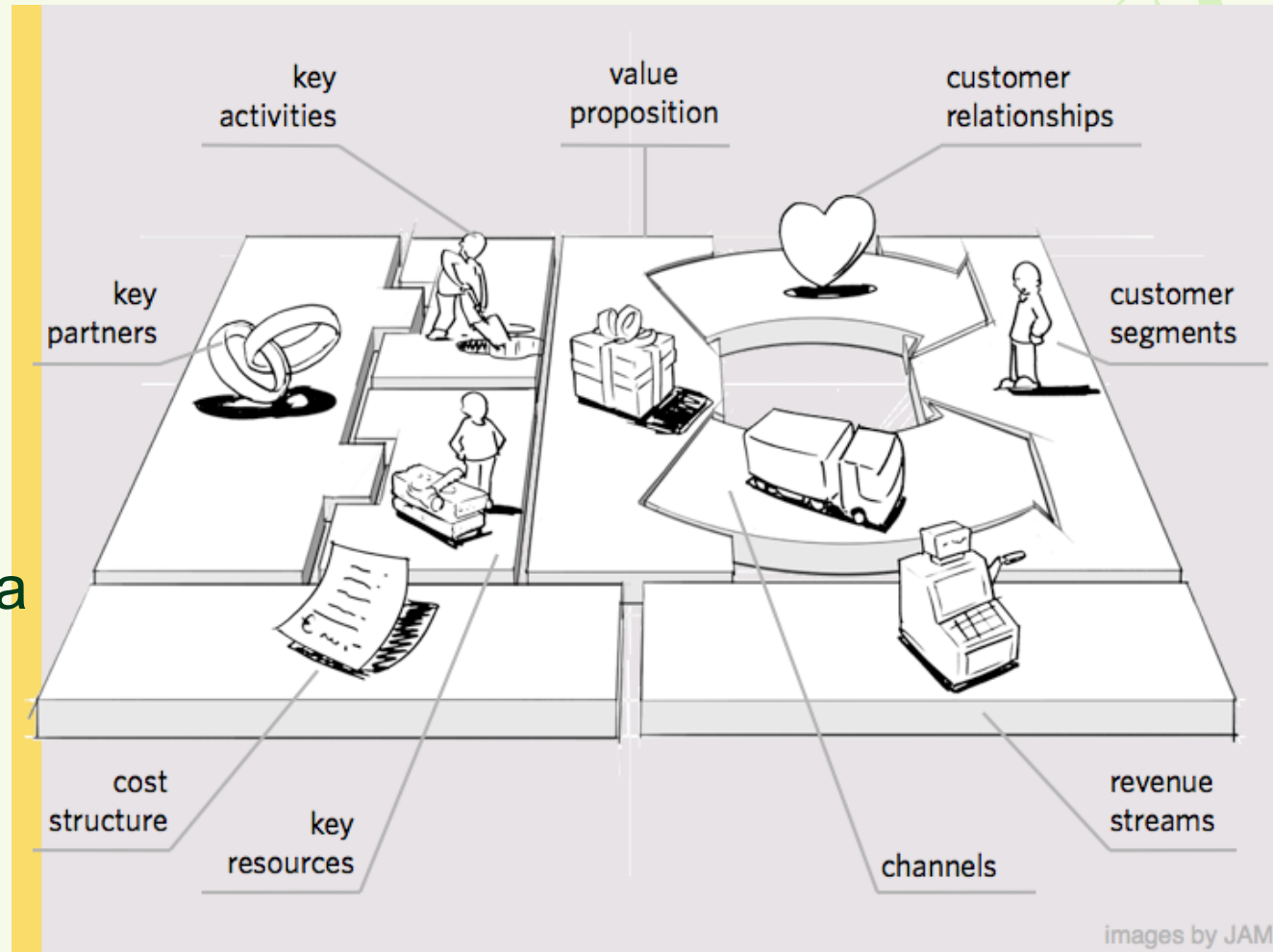


CANVAS як методологія проєктування **на** **засадах сталого** **розвитку** Жан Моне модуль **BeSustainable**

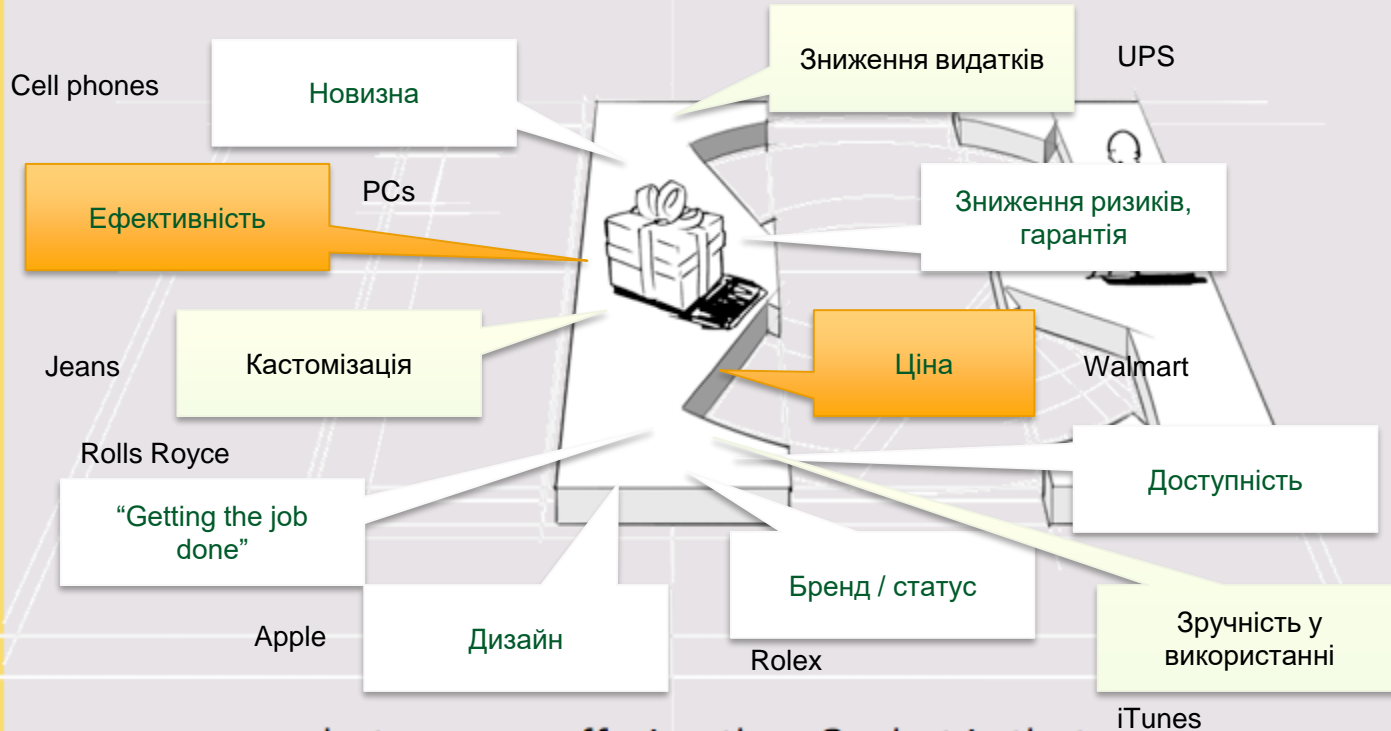
МИКОЛЕНКО О.П.

Структурні блоки бізнес- моделі

О. Остервальдера
та Іва Пінье

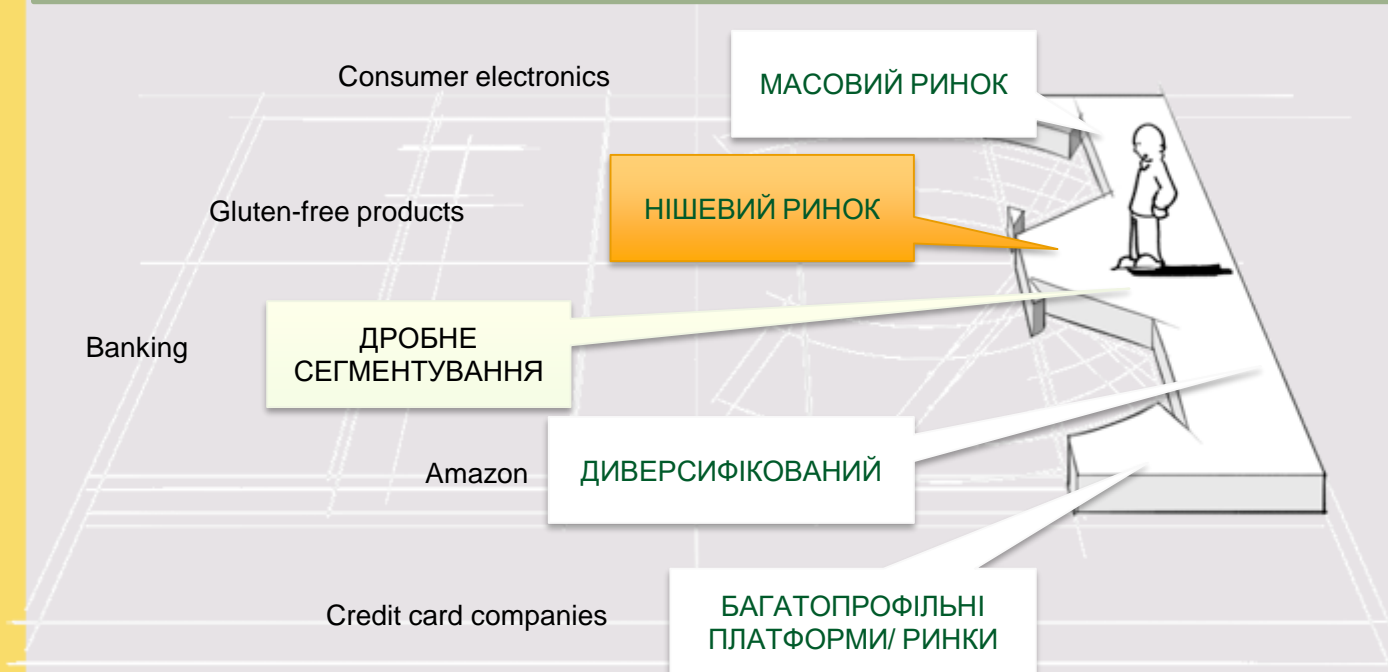


ЦІННІСНА ПРОПОЗИЦІЯ



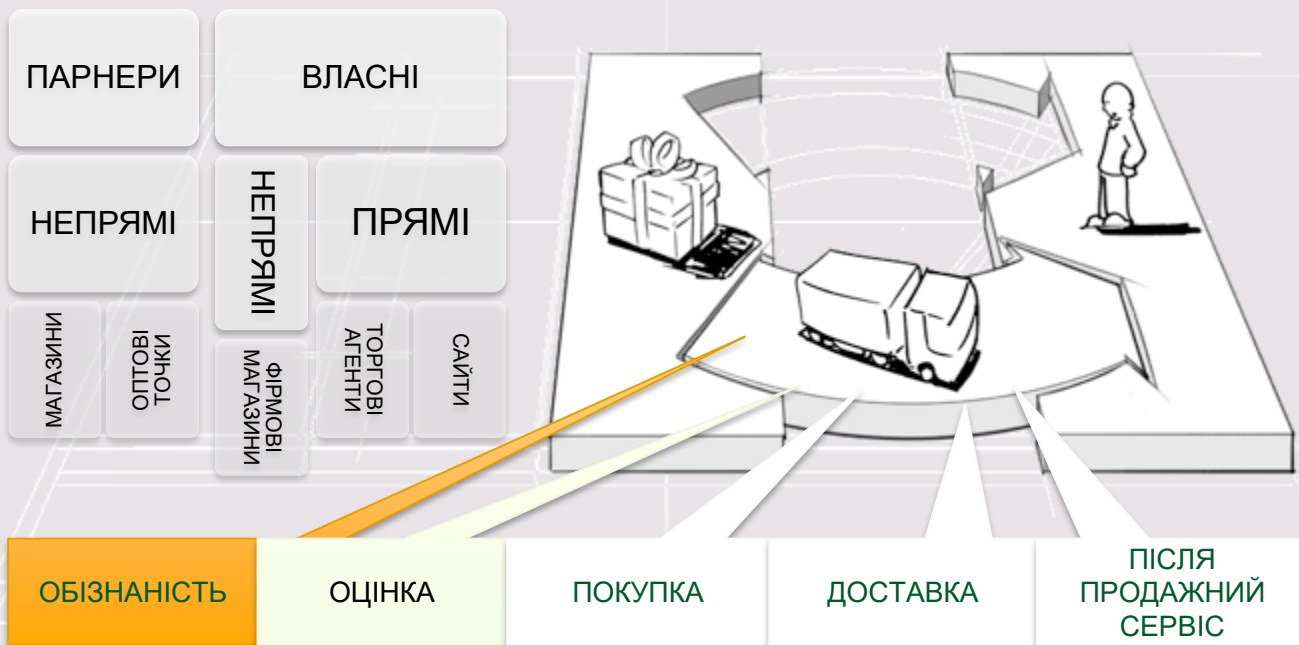
what are you offering them? what is that getting done for them? do they care?

СЕГМЕНТАЦІЯ СПОЖИВАЧІВ



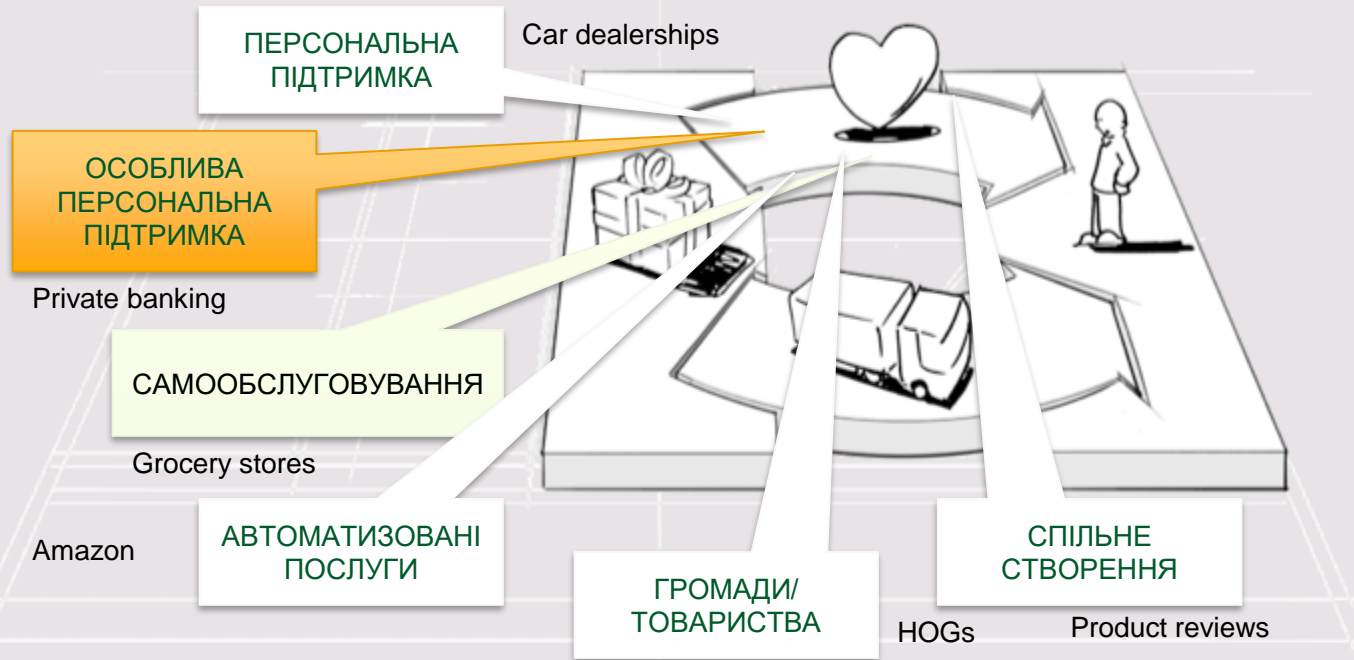
which customers and users are you serving?
which jobs do they really want to get done?

КАНАЛИ ЗБУТУ



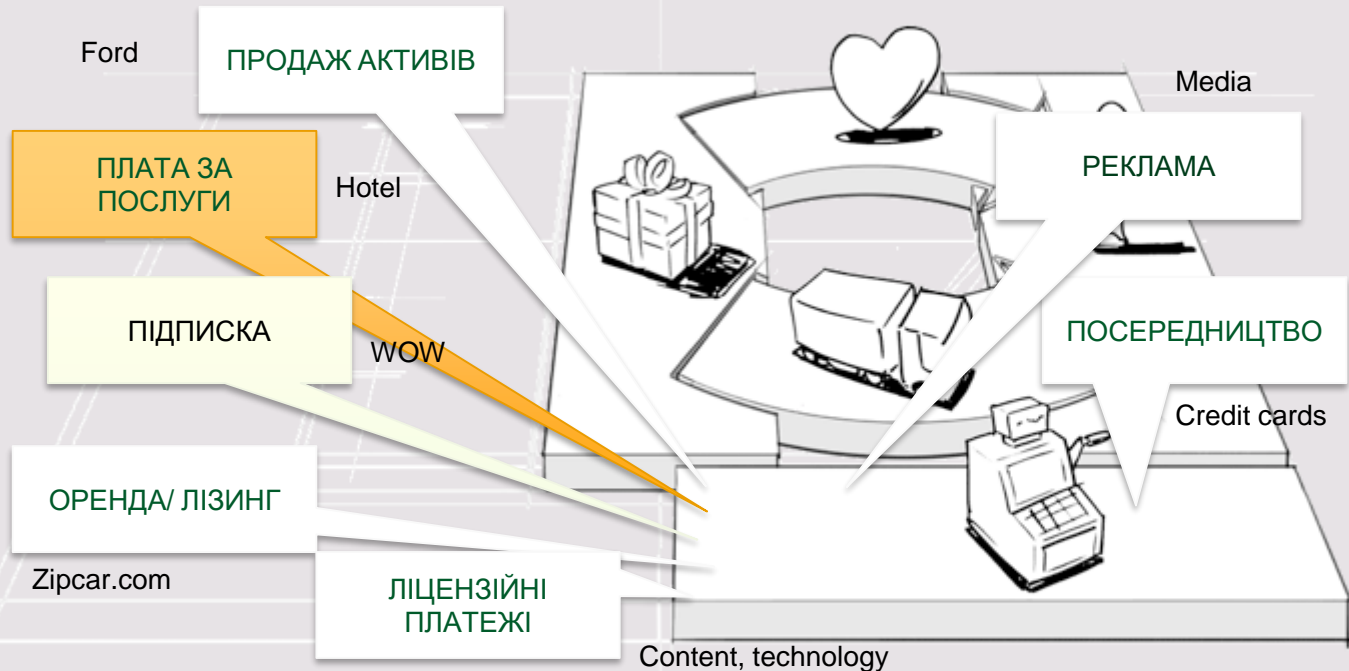
how does each customer segment want to be reached?
through which interaction points?

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ



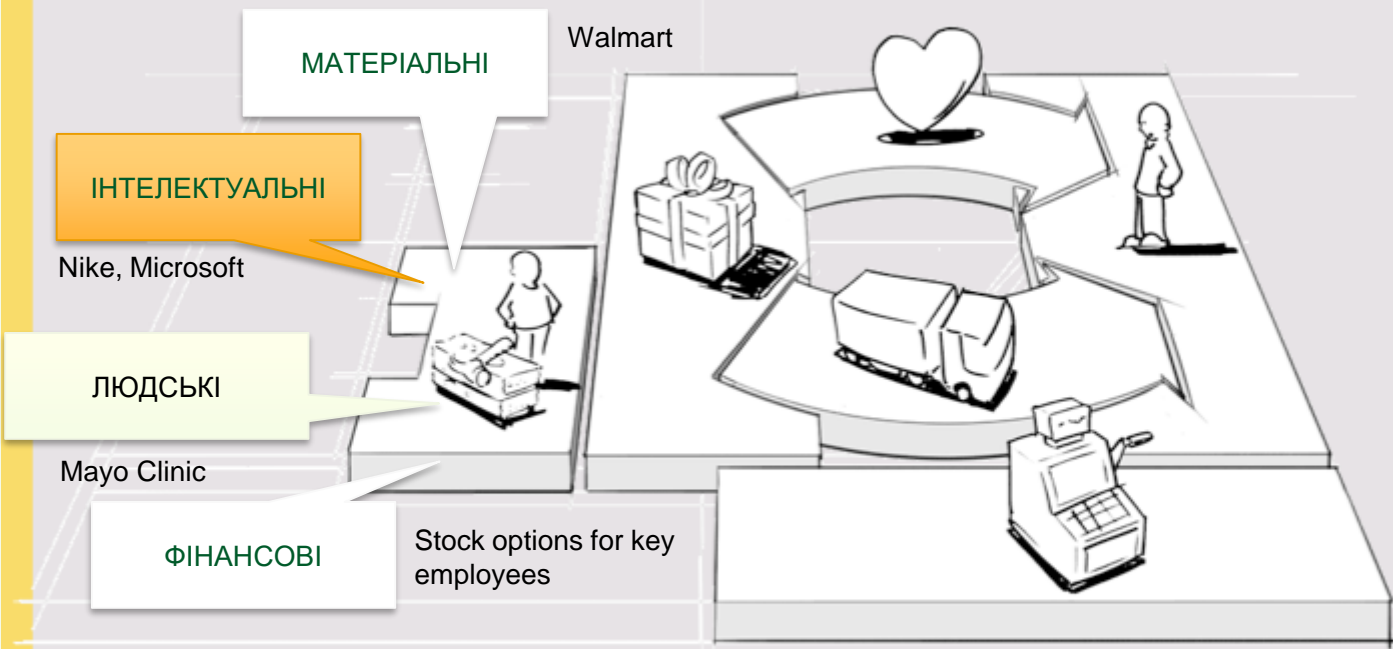
what relationships are you establishing with each segment?
personal? automated? acquisitive? retentive?

ГРОШОВІ ПОТОКИ



what are customers really willing to pay for? how?
are you generating transactional or recurring revenues?

КЛЮЧОВІ РЕСУРСИ



which resources underpin your b.model?
which assets are essential?

КЛЮЧОВІ АКТИВНОСТІ



which activities do you need to perform well in
your b.model? what is crucial?

КЛЮЧОВІ ПАРТНЕРИ

ОПТИМІЗАЦІЯ ТА
ЕКОНОМІЯ НА
МАСШТАБІ

АУТСОРСИНГ ТА ШЕРІНГ



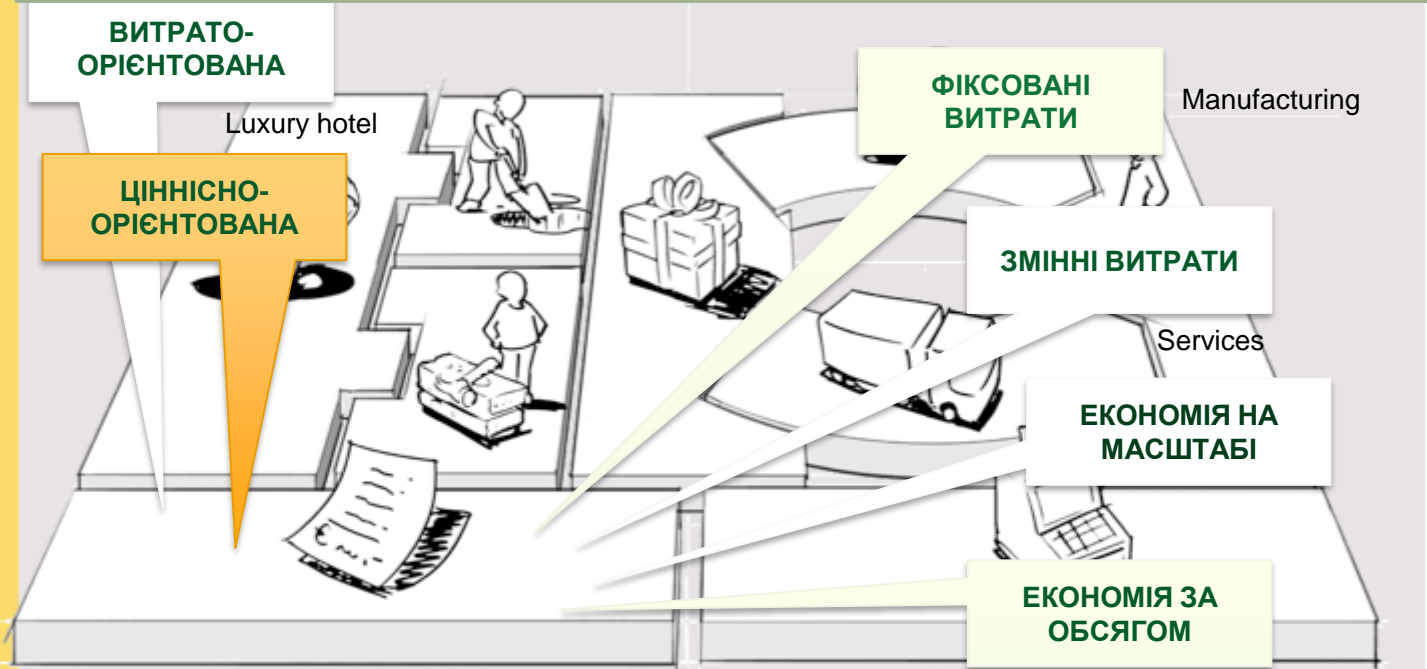
BluRay

СКОРОЧЕННЯ
РИЗИКУ ТА
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

ОТРИМАННЯ
РЕСУРСІВ ТА
АКТИВНОСТЕЙ

which partners and suppliers leverage your model?
who do you need to rely on?

СТРУКТУРА ВИТРАТ



what is the resulting cost structure?
which key elements drive your costs?

The Sustainable Business Model Canvas

Designed for:

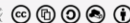
Designed by:

On:

Version:



Based on: www.businessmodelgeneration.com





Окрім економічних критеріїв, **МОДЕЛЬ** зосереджується на ***екологічних та соціальних наслідках діяльності***. Вона спрямована на максимізацію позитивного та уникнення негативного впливу на суспільство та природу. Таким чином, **СТАЛІСТЬ** є частиною **ЯДРА** бізнесу.



The Sustainable Business Model Canvas

Project:

Owner:

Version:

<p>⊕ Positive Impact (Maximise)</p> <p><i>What are positive 2nd and 3rd order effects of your product on planet, society, the economy or your organisation (e.g. brand)? How can these effects be maximised along the complete product life cycle?</i></p> <p><i>You can use the left side of the Threeability Sustainability Impact Canvas to generate the input for this section</i></p>		<p>⊖ Negative Impact (Minimise)</p> <p><i>What are negative 1st, 2nd and 3rd order effects, and how can these be minimised? Is harmful waste generated that requires expensive disposal? Are there rebound effects or new technological risks?</i></p> <p><i>You can use the right side of the Threeability Sustainability Impact Canvas to generate the input for this section</i></p>		
<p>⚙️ Sustainable Partners</p> <p><i>Who are possible partners in becoming more sustainable?</i></p> <p><i>How can we make the whole supply chain sustainable, transparent and circular?</i></p> <p><i>Can we cooperate with partners from other industries to form an industrial symbiosis?</i></p> <p><i>Can we shape anticipated environmental regulations by partnering and cooperating with relevant regulatory bodies?</i></p>	<p>☑️ Sustainable Value Creation</p> <p><i>Which are our key activities? How can we adjust them (e.g. manufacturing) to ensure sustainability?</i></p> <p><i>Which enabling sustainable technologies can be used?</i></p>	<p>🏠 Sustainable Value Proposition</p> <p><i>Which problem do we solve, which value do we create?</i></p> <p><i>What are function & form of our product or service?</i></p> <p><i>Can we solve our customers' problems more sustainably?</i></p> <p><i>Can we transform sustainability into customer value?</i></p> <p><i>Is ownership necessary or is the product as a service model applicable?</i></p> <p><i>Can we extend the product life cycle?</i></p>	<p>♥️ Sustainable Customer Relation</p> <p><i>Which customer relationships satisfy customer expectations and are sustainable?</i></p> <p><i>How can we make current relationships more sustainable?</i></p>	<p>👤 Responsible customers</p> <p><i>Who are our customers? How can we enable them to act sustainably?</i></p> <p><i>Which target customers may help to promote our sustainable solution?</i></p>
	<p>🏭 Sustainable Tech & Resources</p> <p><i>Which 1) natural, 2) energy and 3) technical resources do we need?</i></p> <p><i>Can we substitute any for more sustainable resources?</i></p>		<p>🚚 Sust. Channels</p> <p><i>How can we make our distribution channel more sustainable and circular?</i></p> <p><i>How do we best communicate the sustainable aspect of our product / service?</i></p>	<p>♻️ End of Life</p> <p><i>What happens at the end of the product life cycle?</i></p> <p><i>Can the product be profitably recycled, upcycled, reused, refurbished?</i></p>
<p>👛 Cost Structure & Additional Costs</p> <p><i>What are the required costs and investments for my endeavour?</i></p> <p><i>Which resources / activities are the least sustainable? Do sustainable alternatives exist? Is switching economically reasonable?</i></p>		<p>👉 Subsidisation</p> <p><i>Do tax bonuses & subsidies or 3rd party funding exist for my endeavour?</i></p>	<p>💰 Revenue & Sustainability Premium</p> <p><i>Which are existing and possible revenue sources?</i></p> <p><i>Are customers willing to pay a premium for sustainability?</i></p> <p><i>Can we create a unique advantage due to sustainable proposition elements?</i></p> <p><i>Do price structures exist that incentivize sustainable customer behaviour?</i></p>	

ANT
ORE
RES

Алгоритм гри

01

Використайте
шаблон (SBMC)
для
заповнення

03

Визначте
позитивний та/або
негативний вплив

02

Покращуйте або
спроєктуйте
SBMC за
допомогою
підказок-карток

04

Спрогнозуйте
перспективи
розвитку бізнесу на
засадах сталості

Продукт як сервіс

Клієнти платять за функціональність продукту, без відповідальності за його ремонт, заміну або утилізацію.

КАТЕГОРІЯ ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ

Довший життєвий цикл продукту, припинення «вбудованого старіння», зменшення відходів, покращення диференціації

РИЗИКИ

додаткового споживання, ребаунд-ефект

Sustainable Partners	<input checked="" type="checkbox"/> Sustainable Value Creation	Sustainable Value Proposition	Sustainable Customer Relation	Responsible customers
	Sustainable Tech & Resources	4	5	
			Sust. Channels	End of Life
				8

У своєму бізнесі з освітлення **Philips** використовує модель «Продукт як послуга», коли клієнти платять за світло, тоді як **Philips** встановлює, обслуговує, відновлює та переробляє освітлювальні прилади в кінці терміну служби, створюючи додаткові доходи та знижуючи витрати на ресурси.








Рематеріалізація

Отримання матеріалів із відновлених відходів для створення цілком нових продуктів.

КАТЕГОРІЯ **ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА**

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ Додатковий прибуток, зменшення відходів, менше використаних ресурсів

РИЗИКИ відсутні

 Sustainable Partners	<input checked="" type="checkbox"/> Sustainable Value Creation	 Sustainable Value Proposition	 Sustainable Customer Relation	 Responsible customers
	 Sustainable Tech & Resources 3		 Sust. Channels	 End of Life

ResQ Club – цей стартап із Фінляндії розробив додаток для зменшення харчових відходів, надаючи ресторанам спосіб перетворити залишки їжі на дохід. Подібно до програми «Too Good to Go», запущеної у Великій Британії на початку цього року, програма **ResQ Club** дозволяє клієнтам купувати залишки їжі у своєму районі за нижчою ціною.

Індустріальний сімбіоз








Спільне використання послуг, побічних продуктів промисловості для підвищення ефективності використання ресурсів в цілому.

КАТЕГОРІЯ ШЕРІНГОВА ЕКОНОМІКА

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ Зниження витрат, вживаних ресурсів і відходів

РИЗИКИ Вразливість мережі

Місто Калундборг створило справжню «промислову екосистему», де кожна компанія використовує відходи іншої. Симбіоз Kalundborg є промисловою екосистемою, де залишковий продукт одного підприємства використовується як ресурс для іншого підприємства, в замкнутому циклі

 Sustainable Partners 1	<input checked="" type="checkbox"/> Sustainable Value Creation	 Sustainable Value Proposition	 Sustainable Customer Relation	 Responsible customers
	 Sustainable Tech & Resources		 Sust. Channels	 End of Life 8








СМІТТЯ В ГОТІВКУ

Використані продукти збираються та продаються або перетворюються на нові. Ресурсні витрати для компанії практично виключаються.

КАТЕГОРІЯ ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ Переробка, зменшення відходів і споживаних ресурсів, позитивний вплив на бренд

РИЗИКИ Вразливість мережі

 Sustainable Partners	<input checked="" type="checkbox"/> Sustainable Value Creation	 Sustainable Value Proposition	 Sustainable Customer Relation	 Responsible customers
	 Sustainable Tech & Resources 3		 Sust. Channels	 End of Life

Компанія **Adidas** розробила взуття преміум-класу, в основному виготовлену з океанських пластикових відходів, які виловлювали в Індійському океані поблизу Мальдів. Кожна пара взуття містить 11 пластикових пляшок, і більша частина решти кросівок (включно з каблучком, підкладкою та шнурками) також виготовлена з переробленого матеріалу








Усунення «втрат» у виробничій системі, або створення більшої цінності для клієнтів з меншими ресурсами

КАТЕГОРІЯ

LEAN

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ Зниження витрат, споживаних ресурсів і екологічного сліду

РИЗИКИ Ребаунд-ефект

 Sustainable Partners	<input checked="" type="checkbox"/> Sustainable Value Creation	 Sustainable Value Proposition	 Sustainable Customer Relation	 Responsible customers
	 Sustainable Tech & Resources		 Sust. Channels	 End of Life

Ощадливе виробництво – це філософія менеджменту, яка частково походить від виробничої системи **Toyota (TPS)**. **TPS** має на меті снизити стрес (перевантаження), а також усунути «втрати», напр. шляхом запровадження гнучкості. «Втрати» також стосуються часу споживача, який чекає продукту чи допомоги, і марні витрати часу на переміщення.

Спільне використання ресурсів між приватними домогосподарствами для обмеження побутових відходів

КАТЕГОРІЯ **Шерінгова економіка**

ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ Зменшення споживання, зменшення відходів

РИЗИКИ Можливі ефекти індукції та ребаунд-ефекту

Компанія **Restado** створила цифрову платформу, яка підтримує споживчий тренд **DIY**, дозволяючи навіть невеликій кількості матеріалів знаходити покупців. Користувачі можуть купувати та продавати залишки непотрібних матеріалів, а не викидати їх чи зберігати..

🌱 Sustainable Partners	<input checked="" type="checkbox"/> Sustainable Value Creation	🏠 Sustainable Value Proposition	♥ Sustainable Customer Relation	👤 Responsible customers
	<input type="checkbox"/> Sustainable Tech & Resources	4	<input type="checkbox"/> Sust. Channels	7
				🔄 End of Life