



Co-funded by
the European Union



ERASMUS Jean Monnet

BeSustainAble-101085651

Лектор - Страпчук Світлана





Co-funded by
the European Union



Лекція 8

Моделі економіки спільного споживання (третій тип сталих бізнес- моделей)



Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного
бізнесу, кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-
ресторанної справи (2022-2025pp)





Co-funded by
the European Union



1. Економіка спільного споживання: поняття та принципи

2. Інструменти моделювання економіки спільного споживання для сталого розвитку

3. Огляд бізнес-моделей економіки спільного споживання





Co-funded by
the European Union



1. Економіка спільного споживання: поняття та принципи





Co-funded by
the European Union



Чи є у Вас приклади, які демонструють використання бізнес-моделі шерингової економіки?





ISO 42500:2021 Sharing economy — General principles.

**Поєднання широкого використання Інтернету,
технологічних розробок,
інноваційної економічної моделі та
демографічних зрушень**

призвело до появи нової економічної моделі, яку часто називають «економікою спільного споживання», яка дає змогу особам та/або організаціям, які інакше не мають зв'язку, здійснювати операції.

Перехід від володіння активами до спільного використання їх за допомогою нової моделі забезпечує кращу оптимізацію ресурсів і, як очікується, сприятиме вирішенню екологічних проблем.





Питання безпеки, якості та надійності послуг можуть стати перешкодою для користувачів у використанні послуг, таких як:

- продукти чи активи на платформі ЄСС **не відповідають очікуваній якості або не доставлені вчасно**, як було обіцяно;
- **недотримання правил і норм, які вимагають згоди** споживача від постачальників;
- **відсутність гарантій конфіденційності користувачів** або нечітке та/або несправедливе поводження з персональними даними, а також порушення захисту даних і несанкціонований обмін даними;
- **нанесення фізичної шкоди/ проблеми**, пов'язані з безпекою продукту, шахрайство;
- **труднощі, пов'язані з поданням скарг** і отриманням належного відшкодування.





Co-funded by
the European Union



Сегменти за застосунком

Транспортні засоби
Електроніка
Проживання
Їжа та напої
Туризм
Освіта

Сегментація за типом

Спільний транспорт
Спільний простір
Спільні фінанси
Спільна їжа
Спільна охорона здоров'я
Спільна освіта і знання
Служба спільних завдань
Спільні елементи

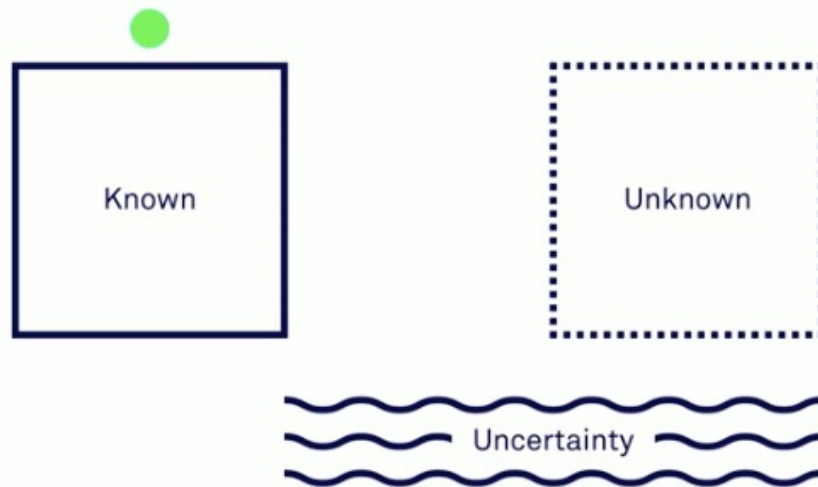




Co-funded by
the European Union

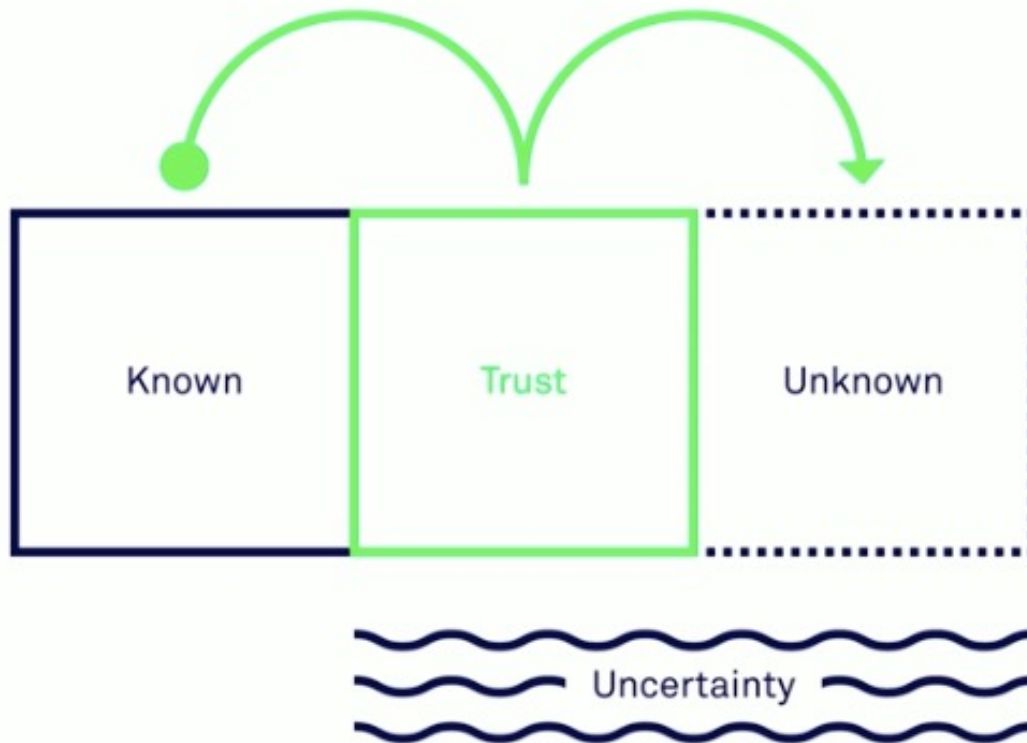


Стрибок довіри (trust leap) відбувається коли ми
йдемо на ризик зробити щось нове або так, як ми
раніше не робили





Довіра – недосяжна концепція, тим не менше, наше життя залежить від неї. Є сотні визначень довіри, та головний принцип – полягає в тому, яка ймовірність того, що справи йдуть добре.

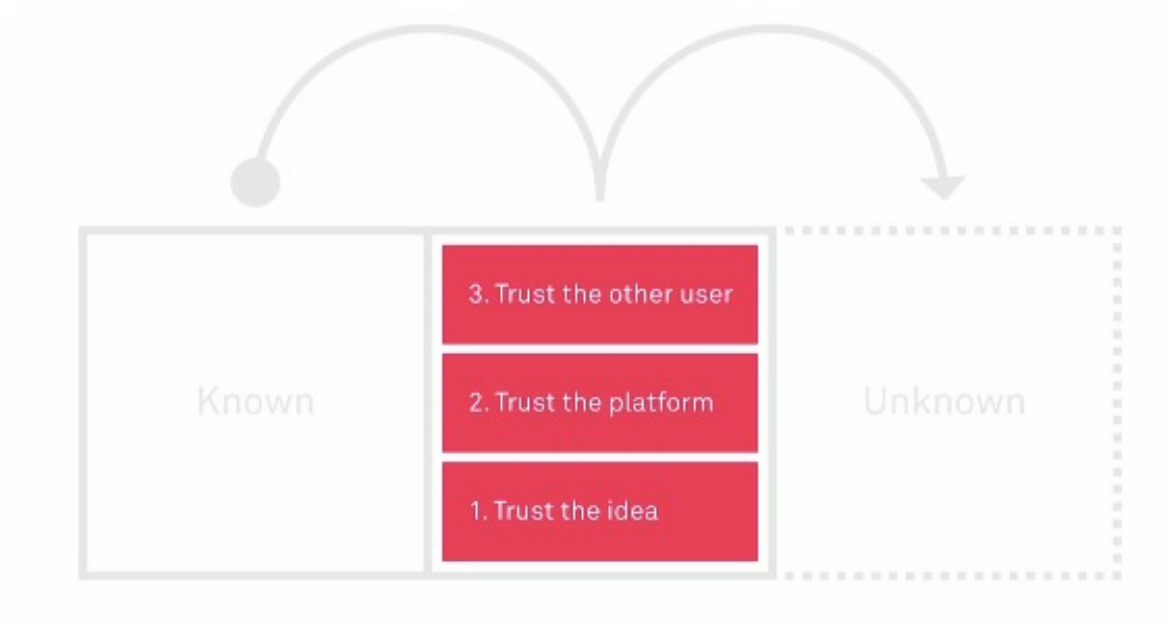


Довіра – це
конфіденційне
ставлення до
невідомого





Як ми будемо довіру в мережі?
Це схоже на сходинки довіри
Довіра призводить до змін та інновацій





Co-funded by
the European Union



Еволюція довіри (від локальної до фрагментарної)

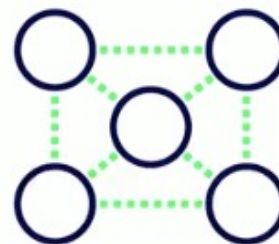
EVOLUTION OF TRUST



LOCAL



INSTITUTIONAL



DISTRIBUTED





Co-funded by
the European Union



Гучні випадки обману

Прослуховування телефонів New Corp (137 млн дол)

Скандал щодо викидів автомобілів Volkswagen (830 млн євро)

Поширені порушення в католицькій церкві





Co-funded by
the European Union



Найкращі гравці на ринку шерингової економіки на 2024 рік

- Silvernest
- Couchsurfing
- Didi Global
- BlaBlaCar
- Lyft
- Eatwith
- Hubble
- Fiverr
- Uber
- Lime
- Steam
- VaShar
- Stashbee
- JustPark
- E-stronger
- BHU Technology
- Airbnb
- Zipcar
- Omni
- Prosper
- Snap
- Fon





Co-funded by
the European Union



Silvernest — це онлайн-платформа для спільного використання житла, яка об'єднує власників будинків із сумісними сусідами та дає їм усе необхідне для створення спільного дому Home Sweet Shared Home. Сервіс Silvernest містить базу літніх орендодавців, яким потрібне спілкування та допомога по дому.

Стартап Silvernest допомагає пенсіонерам знайти сусіда по будинку або квартирі, з якими можна розділити оплату рахунків, отримати орендну плату, а зарозом поспілкуватися. За даними Silvernest, домовласники, які користуються послугою, можуть заробляти близько \$10 000 на рік.





Co-funded by
the European Union



CouchSurfing (США) — одна з найбільших всесвітніх мереж гостинності, реалізованих у вигляді онлайн-сервісу. Об'єднує більше 2 мільйонів людей у 238 країнах



Подорожувати світом Відкрийте заново своє місто

За допомогою Couchsurfing ви можете **зупинитися у місцевих жителів у будь-якій країні світу.** Подорожуйте як місцевий житель, залишайтеся в чиемусь домі та відчуйте світ так, як не купите за гроші.



Поруч з вами є **спільнота каучсерферів.** У багатьох містах проводяться щотижневі мовні обміни, уроки танців, походи та вечері. Завести нових друзів.



Стати господарем

Поверніть і відкрийте свій дім для мандрівників. Дізнайтеся про нову культуру з перших рук або практикуйте мову. Зробіть світ трохи меншим; трохи дружніший.





Co-funded by
the European Union



Didi (Китай) – 11 млн користувачів на добу, це 127 поїздок в секунду

Коли користувачі бачать ім'я та фотографію – то почувуються безпечніше.

Яскравий приклад того, як технології створюють довіру між людьми такими способами та в масштабах, які важко уявити.

Місія створити кращу подорож
Бачення стати найбільшою у світі універсальною транспортною платформою, найбільшим у світі оператором транспортних мереж, світовим лідером інтелектуальних транспортних технологій

DiDi навколо світу

Ми об'єднуємо понад 550 мільйонів користувачів у всьому світі за допомогою нашої платформи мобільності, задовольняючи їхні потреби в доставці їжі, мобільності, фінансових послугах тощо.

Аргентина
Чилі
DiDi Global
Мексика
Перу

Австралія
Колумбія
Еквадор
Нова Зеландія
Домініканська
республіка

Бразилія
Коста-Ріка
Єгипет
Панама





Co-funded by
the European Union



BlaBlaCar (Франція) – провідна світова спільнота мандрівників, завдяки якій понад 90 мільйонів її учасників у 22 країнах можуть подорожувати разом. Технологічні рішення дають змогу BlaBlaCar об'єднувати людей, які шукають попутників, подорожуючи автомобілем або автобусом, і таким чином заповнювати порожні місця в транспорті. BlaBlaCar робить поїздки доступнішими, зручнішими та веселішими. Щорічно транспортна мережа BlaBlaCar знижує викиди вуглекислого газу на 1,6 мільйона тонн і об'єднує 120 мільйонів людей.

- 90 млн попутників
- 22 країни
- 25 млн людей подорожують з нами кожні 3 місяці
- Більше 1,4 млрд євро заощадили попутники за весь час існування BlaBlaCar
- 263 км в середньому проїжджають попутники за поїздки
- 30 млрд км проїхали попутники сумарно за весь час існування BlaBlaCar





Co-funded by
the European Union



Lyft, Inc. бере участь у наданні та управлінні онлайн-платформою соціальної спільноти для спільного використання поїздок. Він пропонує доступ до мережі спільних велосипедів і скутерів для коротших поїздок і етапів першої та останньої милі мультимодальних поїздок, інформацію про громадський транспорт поблизу...

185 Berry Street
San Francisco California 94107
United States

[Електронна пошта](#) | [Веб-сайт](#) | [Карта](#)

Працівників
2945

Сектор
нових технологій

Продажі або дохід
4.40 В

Технологія промисловості

Зміна продажів за 1 рік
7,53%

Фінансовий рік закінчується
31 грудня





Co-funded by
the European Union



Компанія представлена у 191 країні



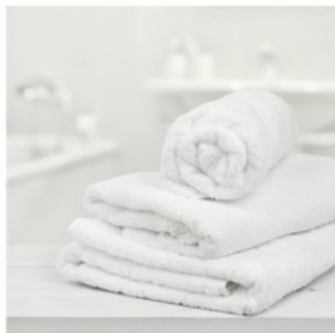
Airbnb, Inc. бере участь в управлінні та експлуатації онлайн-ринку. Його модель ринку з'єднує господарів і гостей онлайн або через мобільні пристрої для бронювання місць. Компанію заснували Браян Ческі, Натан Блечарчик і Джозеф Геббіа в 2007 році і...

888 Brannan Street
San Francisco California 94103
United States

[Електронна пошта](#) | [Веб-сайт](#) | [Карта](#)



Hotel



Airbnb

Співробітників
6907

Продажі або дохід
9,92 В

Зміна продажів за 1 рік
18,07%

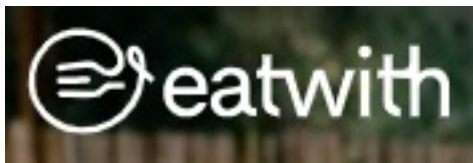
Сектор
Готелі

Індустрія
Дозвілля/Мистецтво/
Гостинність

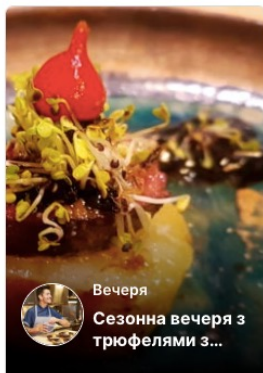
Фінансовий рік закінчується
31 грудня



Co-funded by
the European Union

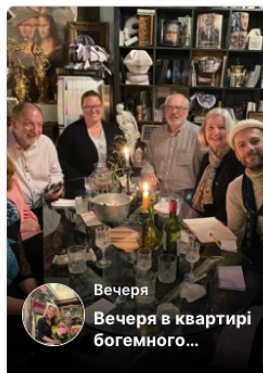


Перша глобальна спільнота для спільного кухарського досвіду, що об'єднує людей за обідніми столами та їжею, де б вони не були. Використовуючи взаємозв'язок між їжею, людьми, містами та світом – платформа поширює щастя через силу обміну їжею у повсякденному житті та подорожах.



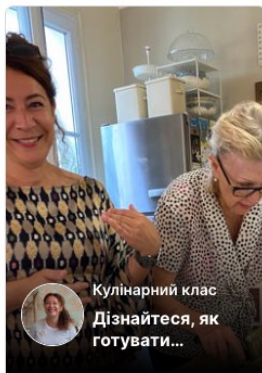
Вечеря
Сезонна вечеря з
трюфелями з...

★ 4.9 (385)
267
євро / гість



Вечеря
Вечеря в квартирі
богемного...

★ 5 (48)
65 євро /гість



Кулінарний клас
Дізнайтеся, як
готувати...

★ 5 (162)
142 євро /гість

Місія полягає в тому, щоб заохочувати людей брати участь у значущих моментах - саморефлексії, зануренні в природу, культурних відкриттях, святкуваннях з сім'єю та друзями - тому що ми віримо, що зв'язок зі світом зараз цінніший, ніж будь-коли.





Co-funded by
the European Union



Хаббл єдине місце, де можна налаштувати, поставити та керувати всім своїм простором в одному місці. Незалежно від того, чи це штаб-квартира, чи вдома, чи на вимогу.

місяця — покращити трудове життя мільйона людей до 2025 року.

Люди є найціннішим активом. Дозвольте нам допомогти вам створити робоче місце, де вони зможуть справді процвітати.

Будь-який тип робочого простору для будь-якого виду роботи

Від простору на вимогу до довгострокових офісів - Хаббл є провідним ринком робочих просторів



УМОВИ 1-24 МІСЯЦІВ

Постійні офіси
Оренда цілих офісів

Шукайте зараз >



БРОНЬОЙТЕ ЩОДЕННО

Приватні денні кабінети
Окремий офіс вашої команди, тільки на день

Шукайте зараз >



БРОНЬОЙТЕ ПОГОДИННО АБО ЩОДЕННО

Кімнати для нарад
Кімнати для зустрічей,
планування та презентації

Шукайте зараз >



БРОНЬОЙТЕ ЩОДЕННО

Столи для коворкінгу
Столи на спільному
робочому місці

Шукайте зараз >



БРОНЬОЙТЕ ЩОДЕННО

Простір подій
Приміщення для
проведення заходів і
корпоративних зустрічей

Шукайте зараз >



ГІБРИДНІ РІШЕННЯ

Потрібен мікс?
Поєднайте постійний
робочий простір і робочий
простір на вимогу

Шукайте зараз >





Co-funded by
the European Union



fiverr.

fiverr.

Яку послугу ви шукаєте сьогодні



Fiverr Pro

Досліджуйте

англійська

Станьте продавцем

Увійти

Присъднитесь

Графіка та дизайн Програмування та техн Цифровий маркетинг Відео та анімація Написання та переклад Музика та аудіо Бізнес Консультації Дані Послуги >

Отримайте найкращі служби обміну

Знайдіть найкращі служби обміну, які допоможуть вам успішно досягти цілей планування проекту та термінів

Присъднитесь до Fiverr

Доступно 2423 послуги



Терра Дж

Рівень 1

Я поділюся вашим продуктом зі своїми понад 1 мільйоном підписників

★ 5.0 (15)

Від €488



Олексійкр

Рівень 1

Я поділюся вашим посиланням у своїй групі Facebook 240k

★ 4.6 (87)

Від €5



Стефано

Рівень 2

Я поділюся вашою публікацією в соціальній мережі LinkedIn, де я маю 2...

★ 4.9 (353)

Від €15



Надін

Рівень 2

Я поділюся шаблонами ppt-консалтингу як колишній Маккінсі

★ 4.8 (10)

Від €15



Co-funded by
the European Union



Наші транспортні засоби

Відкрийте для себе Gen4



Електронний скутер



Електричний велосипед



Сидячий електросамокат Gen4





Co-funded by
the European Union



ВЖЕ ДОСТУПНО

Steam Family Sharing

Поділіться своєю бібліотекою ігор в Steam з рідними та гостями

**У вас є спільний комп'ютер?
Тепер ви можете ділитися та іграми.**

Family Library Sharing дозволяє членам сім'ї та їхнім гостям грати в ігри один одного, заробляючи свої власні досягнення і маючи окремі збереження, доступні через Steam Cloud. Все це стає доступним після авторизації спільних комп'ютерів та користувачів.

All Games (256)

All Games (256)

Recent (110)

Installed (21)

Favorites (8)

Controller Supported (114)

My Games (83)

MartinO's Games (173)

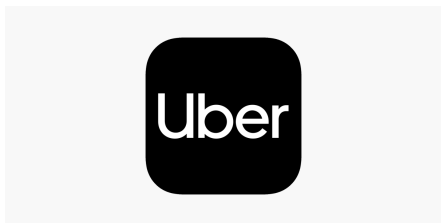
ДІЛІТЬСЯ
СВОЇМИ
ГРАМИ!



Co-funded by
the European Union



Uber – 5 млн користувачів на добу
Вартість компанії оцінюється в 70 млрд дол



Uber Technologies, Inc. – це технологічна платформа, яка займається розробкою та експлуатацією технологічних додатків, мереж і продуктів для переміщення з точки А в точку Б. Фірма пропонує послуги перевезення та постачальників послуг доставки їжі...

1725 3rd Street
San Francisco California 94158
United States

[Електронна пошта](#) | [Веб-сайт](#) | [Карта](#)

Співробітників
30400

Сектор
нових технологій

Продажі або дохід
37,28 В

Технологія промисловості

Зміна продажів за 1 рік
16,95%

Фінансовий рік закінчується
31 грудня

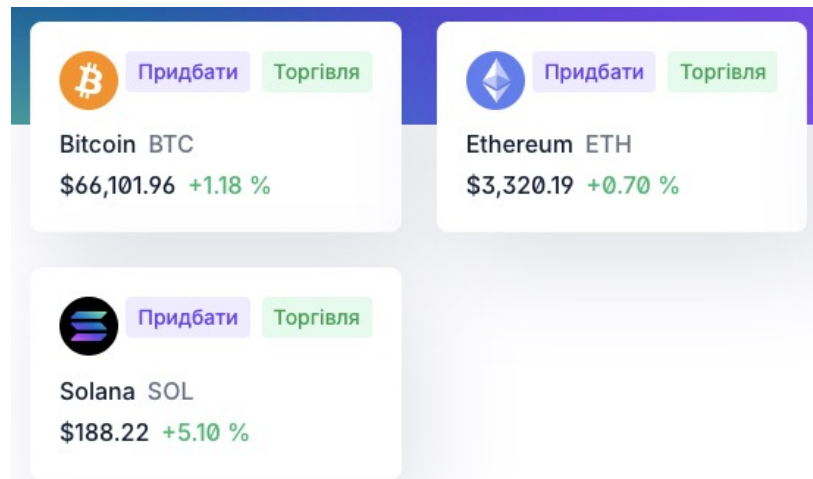




Co-funded by
the European Union



Блокчейн технології – складні криптографічні алгоритми та хеш-функції, які покладаються на третю особу. це, складний «стрибок довіри», що не відбувся





Co-funded by
the European Union



2. Інструменти моделювання економіки спільного споживання для сталого розвитку





Co-funded by
the European Union



КЛЮЧОВІ ПАРТНЕРИ

Хто ваші ключові партнери?
Хто ваші ключові постачальники?
Які ключові ресурси ми отримуємо від партнерів?
Якими ключовими **активностями** займаються партнери?

МОТИВАЦІЯ ДЛЯ ПАРТЕРСТВА

Оптимізація та економія
Зменшення ризиків та невизначеності
Отримання конкретних ресурсів та дій

КЛЮЧОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Які ключові дії потрібні для нашої ціннісної пропозиції?
Наші канали продажів?
Зв'язки з покупцями?
Отримання прибутку?

КАТЕГОРІЇ

Виробництво / Створення послуг
Розв'язання проблем
Планування/Встановлення зв'язків

КЛЮЧОВІ РЕСУРСИ

Які ключові ресурси вимагає Ваша Ціннісна пропозиція?
Для каналів постачання?
Зв'язки з користувачами/покупцями?
Отримання прибутку?

ТИПИ РЕСУРСІВ

Фізичні /Інтелектуальні (патент на бренд, дані) /Люди /Фінансові

ЦІННІСНА ПРОДОЗИЦІЯ

В чому цінність продукту для покупця?
Яку проблему нашого покупця ми допомагаємо розв'язати?
Які групи продуктів та сервісів ми надаємо для кожного сегменту покупців?
Які потреби покупця ми задовольняємо?

ХАРАКТЕРИСТИКИ

Новизна
Продуктивність
Підприємство під клієнта
Завершення роботи
Дизайн
Бренд/Статус
Ціна
Зменшення вартості
Зменшення ризиків
Доступність
Зручність

СТОСУНКИ З КЛІЄНТАМИ

Який тип стосунків кожен із сегментів клієнтів очікує, що ми розпочнемо та будемо підтримувати?
Які з них ми встановили?
Як вони поєднуються із рештою нашої бізнес-моделі?
Наскільки вони затратні?

ПРИКЛАДИ

Персональна підтримка /Преміум персональна підтримка /Самообслуговування
Автоматичне обслуговування/
Спільнота /Співстворення

КАНАЛИ

Через які канали ваш сегмент користувачів хоче, щоб ви з ними контактували? Як ми зараз з ними контактуємо?
Які наші Канали інтегровані? Який канал працює найкраще? Який канал найбільш економічно ефективний? Як цими каналами користуються користувачі/покупці?

КАТЕГОРІЇ

1. **Удільняваність:** Як ми підвищуємо **удільняваність** нашої компанії?
2. **Оцінка:** Як ми допомагаємо користувачам оцінити нашу Ціннісну пропозицію?
3. **Купівля:** Як ми дозволяємо покупцям купувати специфічні продукти та сервіси?
4. **Доставка:** Як ми доносимо нашу ціннісну пропозицію до покупців/користувачів?
5. **Після продаж:** Як ми надаємо покупцям підтримку після продажу?

СЕГМЕНТИ КОРИСТУВАЧІВ

Для кого ми створюємо цінність?
Хто наші найважливіші клієнти?

Масовий ринок
Нішевий ринок
Сегментований
Різноманітний
Багатоцільовий

СТРУКТУРА ВИТРАТ

Які найбільш значні затрати в нашій бізнес-моделі?
Які ключові ресурси найбільш затратні?
Яка ключова діяльність найбільш затратна?

Залежить від витрат (пропозиція найменшої ціни, максимум автоматизації, активний **аутсорс**)
Залежить від цінностей (сфокусований на створенні цінності, унікальність ціннісної пропозиції)

ПРИКЛАДИ ХАРАКТЕРИСТИК

Фіксовані витрати (зарплата, оренда, комунальні послуги)
Змінні витрати
Економія на масштабі
Економія на кількості

ДЖЕРЕЛА ДОХОДІВ

За яку цінність наші покупці справді хочуть платити?
За що вони платять зараз?
Як вони зараз платять?
Як вони б хотіли платити?
Скільки кожне із джерел доходів приносить в загальний прибуток?

ТИПИ

Продаж активів
Плата за використання
Плата за підписку
Позика/Оренда
Ліцензування
Бронерська оплата
Реклама

ФІКСОВАНА ЦІНА

Ціна по прейскуранту
Залежність від властивостей продукту
Залежність від сегменту клієнтів
Ціна в залежності від об'єм

ДИНАМІЧНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Переговори (торг)
Управління цінами
Створення ціни в режимі реального часу





Co-funded by
the European Union



STEINBEIS UNIVERSITY
SCHOOL OF MANAGEMENT
AND INNOVATION





Стала бізнес-модель Canvas (S-BMC)

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> + Позитивний вплив (максимізація) Який позитивний вплив вашого продукту 2-го та 3-го порядку на планету, суспільство, економіку чи вашу організацію (наприклад, бренд)? Як можна максимізувати ці ефекти протягом повного життєвого циклу продукту? </div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> - Негативний вплив (мінімізація) Що таке негативні ефекти 1-го, 2-го та 3-го порядку, і як їх можна мінімізувати? Чи утворюються шкідливі відходи, які потребують дорогої утилізації? Чи існують ефекти відскоку та індукції чи нові технологічні ризики? </div>		
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> * Стале партнерство Хто є можливими партнерами в становленні більш сталими? Як ми можемо створити весь ланцюжок поставок сталий, прозорий і циркулярний? Чи можемо ми співпрацювати з партнерами інших форм та галузей для формування індустріального симбіозу? Чи можемо ми сформувати очікуване середовище регулювання шляхом партнерства та співпраці з відповідними контролюючими органами? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> ✓ Сталі ключові дії Які наші ключові види діяльності? Як можна їх налаштувати (наприклад, виробництво), щоб забезпечити сталість? Що забезпечує сталість технології, яку можна використовувати? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> ii Стала ціннісна пропозиція Яку проблему вирішуємо, яку цінність ми створюємо? Які функції та форма нашого продукту чи послуга? Чи можемо ми вирішити проблеми наших клієнтів більш сталими? Чи можемо ми перетворити сталість на цінність клієнта? Чи потрібна власність, чи це продукт як застосовна модель обслуговування? Чи можемо ми продовжити життєвий цикл продукту? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> ♥ Сталі взаємовідносини з покупцями Які стосунки з клієнтами задовольняють очікування клієнтів і є сталими? Як ми можемо налагодити поточні відносини більш сталими? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 👤 Відповідальні і споживачі Хто наші клієнти? Як ми можемо дозволити їм діяти стабільно? Які цільові клієнти можуть допомогти просуванню наше стале рішення? </div>
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 🏢 Сталі технології та ресурси Які 1) природні, 2) енергетичні та 3) технічні ресурси, що нам потрібні? Чи можемо ми замінити будь-який інший сталі ресурси? </div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 🚚 Сталі канали Як ми можемо зробити наш розподіл каналів більш сталими і круговими? Як нам найкраще повідомити сталий аспект нашого продукту/послуги? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> ♻️ Кінець життя Що відбувається в кінці життєвого циклу продукту? Чи можна вигідно переробити продукт, перероблений, повторно використаний, відремонтований? </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 📄 Структура витрат та додаткові витрати Які витрати та інвестиції потрібні для мого починання? Які ресурси/діяльність є найменш сталими? Чи використовуються сталі альтернативи? Чи економічно доцільним є перехід? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 👤 Субсидування Робіть податкові бонуси та субсидії або чи існує інше фінансування моїх починань? </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 💰 Доходи та сталі винагороди Які існуючі та можливі джерела доходу? Чи готові клієнти платити премію за сталість? Чи можемо ми створити унікальну перевагу завдяки сталим елементам пропозиції? Чи існують структури цін, які стимулюють стабільну поведінку клієнтів? </div>		





Co-funded by
the European Union



Шаблон S-BMC з нумерацією полів

<p>+ Позитивний вплив (максимізація)</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 impacts be maximised along the complete product life cycle?</i></p>		<p>- Негативний вплив (мінімізація)</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 & induction effects or new technological risks?</i></p>			
<p>+ Стале партнерство</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 credible?</i></p> <p><i>Can we collaborate with partners from other industries to find industrial symbiosis?</i></p> <p><i>Can we adapt to environmental regulations by joint and cooperating with relevant regulatory bodies?</i></p> <p>1</p>	<p>✓ Сталі ключові дії</p> <p><i>What are our core activities? How can we adjust the business model to ensure sustainability?</i></p> <p><i>Which enabling technologies exist?</i></p> <p>2</p>	<p>ii Стала ціннісна пропозиція</p> <p><i>What are our value drivers?</i></p> <p><i>What are functions & forms of our product or service?</i></p> <p><i>Can we solve our customers' problems more sustainably?</i></p> <p><i>Can we benefit our customers' quality of life?</i></p> <p><i>Is our product or service a carbon footprint?</i></p> <p><i>Can we extend the product life cycle?</i></p> <p>4</p>	<p>♥ Сталі взаємовідносини з покупцями</p> <p><i>Which customer segments are most sustainable?</i></p> <p><i>How can we tailor our relationships more sustainably?</i></p> <p>5</p>	<p>👤 Відповідальні споживачі</p> <p><i>Who are our customers? How can we enable them to be more sustainable?</i></p> <p><i>Which target customers can help to promote our sustainable solutions?</i></p> <p>7</p>	
	<p>🏢 Сталі технології та ресурси</p> <p><i>Which IT and digital technologies are needed?</i></p> <p><i>Can we substitute our current sustainable resources?</i></p> <p>3</p>		<p>♥ Сталі канали</p> <p><i>How do we reach our customers? Which channels are most sustainable?</i></p> <p><i>How do we distribute our products sustainably or in a carbon footprint?</i></p> <p>6</p>	<p>♻️ Кінець життя</p> <p><i>What happens to our products at the end of their life cycle?</i></p> <p><i>Can the products be recycled, repaired, reused or repurposed?</i></p> <p>8</p>	
<p>🔧 Структура витрат</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>💰 Субсидування</p> <p><i>Do tax bonuses & subsidies or 3rd party funding exist for my endeavour?</i></p>		<p>💰 Доходи та сталі винагороди</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>	





Impact Canvas





Co-funded by
the European Union



Завершіть Impact Canvas і передайте результати

Positive Impact (Maximise)		Negative Impact (Minimise)	
Technology / Product (direct 1st order effects)			
Capture by design or process		Reduce risk or complexity Design / Process or materials being used New processes or structures	
Application of Technology / Product (indirect 2nd order effects)			
Sustainability by design (Product Application) Optimisation by design (Design & Process)		Inclusion of more stakeholders (e.g. digital) Resilience by design (Resilient products)	
Societal & Structural Change (systemic 3rd order effects)			
Resilience by design (Resilient products) Design enabling (e.g. no open flame motor)		Resilient/Robust by design (Resilient products) New skills by design (Resilient products)	

Sustainability
Impact Canvas



Positive Impact (Maximise) <small>What are expected 3rd and 4th order effects of our solution on stakeholders, the economy or our organisation (e.g. jobs)? How can these impacts be maximised along the complete product life cycle?</small>		Negative Impact (Minimise) <small>What are expected 3rd and 4th order effects, and how can these be minimised? Is there a core purpose? What risks to customer success? Are there relevant 3rd order effects in the technology of value?</small>	
Sustainable Partners <small>What are possible partners in creating more customer value? How can we create the whole supply chain sustainable, transparent and resilient? Can we assemble our customers from other initiatives to form an industrial platform? Can we share responsibility and environmental responsibility by partnering and negotiating with relevant regulatory bodies?</small>	Sustainable Value Creation <small>What is our key differentiator? How can we capture more (e.g. monetising) in which customer segments? How is enabling sustainable technologies can be used? Can we create a sustainable business model?</small>	Sustainable Value Proposition <small>What is our value proposition, which value do we create? What are benefits & losses of our product/service? Can we reduce our customer's emissions from technology? Can we transform value-chain into customer value? Is our business model an in any product or service model applicable? Can we extend the product life cycle?</small>	Sustainable Customer Relation <small>What customer relationship model customer experiences and are to be used? How can we create shared value/relationships, that is sustainable? How can we create our differentiated product, made sustainable and resilient? How do we best communicate the sustainable aspects of our products/services?</small>
Sustainable Tech & Resources <small>What is our natural, financial and IT resources available to us? Can we sustainably use the most sustainable resources?</small>	Responsible customers <small>How can our customers take steps to enable them to be sustainable? What are our customers' top 3 ways to promote our sustainability goals?</small>	Sust. Channels <small>How can we make our distribution channels more sustainable and resilient? How do we best communicate the sustainable aspects of our products/services?</small>	End of Life <small>What happens at the end of the product life cycle? Can the product be profitably recycled, repaired, reused, refurbished?</small>
Cost Structure & Additional Costs <small>What are the required assets and investments for my business? What resources / activities are the most sustainable? Use sustainable alternatives where it is making environmental sense.</small>	Subsidisation <small>Do we receive R&D subsidies or IP grant funding and for by whom?</small>	Revenue & Sustainability Premium <small>What is the existing and possible revenue sources? Are customers willing to pay a premium for sustainability? Can we create a unique advantage due to sustainability (e.g. IP or other)? Can you also receive other third sustainable customer premium activities?</small>	

Sustainable
Business Model
Canvas





Завершити Canvas доцільно з допомогою SWOT-аналізу

Discuss and challenge the S-BMC with your team, using the Sustainability SWOT Analysis. Do not just complete the S-BMC in order to 'tick all the boxes'. **Critically question your assumptions.**

Positive Impact (Maximise) <small>What are positive impacts of your product or service, for society or your organisation (e.g. trends)? How can these trends be maximised using the services you offer?</small>		Negative Impact (Minimise) <small>What are negative impacts of your product or service, and how can these be minimised? Is harmful waste generated that requires special disposal? Or more advanced & sustainable efforts in your technological effort?</small>		
Sustainable Partners <small>What are possible partners in business more sustainable? How can we make the value supply chain sustainable, transparent and credible? Can we responsibly collaborate with other industries as part of industrial symbiosis? Can we shape our digital services to meet requirements to privacy and engineering and relevant regulatory bodies?</small>	Sustainable Value Creation <small>What are our key activities? How can we align them to economic, legal, ethical & environmental requirements? Which enabling technologies or knowledge can we use? Can we solve our customers' problems more sustainably? Can we transform our business into a customer value?</small>	Sustainable Value Proposition <small>What problems do we solve, which value do we create? What are the benefits & pains of our product or service? Can we solve our customers' problems more sustainably? Can we transform our business into a customer value?</small>	Sustainable Customer Relation <small>What customer relations are critical to customer expectations and our reputation? How can we build a robust relationship more sustainably?</small>	Responsible Customers <small>Who are our customers? How can we enable them to act sustainably? Which target customers may help to provide our sustainable value?</small>
	Sustainable Tech & Resources <small>What resources do we need to create our value? Can we sustainably use the most sustainable resources?</small>		Sust. Channels <small>How can we make our distribution channels more sustainable or desirable? How can we best communicate the customer value of our product / service?</small>	End of Life <small>What happens at the end of the product life cycle? Can the product be possibly recycled, repaired, refurbished?</small>
Cost Structure & Additional Costs <small>What are the resources and activities for its activities? Which resources / activities are the least sustainable? Or sustainable for other reasons (e.g. marketing, sustainability, reputation)?</small>		Subsidisation <small>Can we leverage activities or get other funding for our activities?</small>	Revenue & Sustainability Premium <small>What are our existing and possible revenue sources? Are customers willing to pay a premium for sustainability? Can we create a unique advantage from sustainability proposition elements? Do price structures exist that incentivise sustainable customer behaviour?</small>	



	Environmental Challenges & Trends <small>What do you need and how do you change? Is that for the sustainability relevant for you?</small>	Opportunities & Threats <small>Where are environmental challenges or emerging future business value, and how can you address these trends?</small>	Strengths & weaknesses <small>How can our strengths address environmental challenges? What has similar environmental faces similar risks?</small>	Action
Challenges <ul style="list-style-type: none"> Material resource scarcity Water availability Waste & emissions Initial sourcing Climate variability and extremes 	T Threats <ul style="list-style-type: none"> Consider both direct threats as well as threats to participants in the value chain Track customer and shareholder sentiment and identify opportunities for joint action 	S Strengths <ul style="list-style-type: none"> Start with a collection of your competitors' strengths, ranked the best in the sector in your value chain Consider core & enablers strengths (e.g. R&D, mg.) 	Priorities <ul style="list-style-type: none"> Prioritize according to company identity and strategy Identify strong managers Establish a linkage that would connect with CEO and senior management 	
Trends <ul style="list-style-type: none"> Innovation & technology adoption Demographic & social shifts Global economic, business model & regulatory requirements 	O Opportunities <ul style="list-style-type: none"> Look at disrupted contexts as an opportunity Consider the business value that can be created with new products, services, and business practices 	W Weaknesses <ul style="list-style-type: none"> Start with a collection of your competitors' weaknesses, ranked the best in the sector in your value chain Consider core & enablers weaknesses (e.g. R&D, mg.) 	Act <ul style="list-style-type: none"> Generate generated insights according to where and when you can act If needed, consider gathering more insights before planning action 	





Co-funded by
the European Union



3. Огляд бізнес-моделей економіки спільного споживання





Co-funded by
the European Union



Індустріальний симбіоз

Спільне використання послуг, комунальних послуг і ресурсів побічної продукції між галузями для підвищення ефективності використання ресурсів.

Category: Економіка спільного
споживання



Positive Impact

Зниження витрат,
споживаних
ресурсів і відходів



Risks

Підвищена вразливість мережі

In the spotlight:



Місто Калуннборг (Данія) створило справжню «промислову екосистему», де кожна компанія використовує відходи іншої компанії. The Kalundborg Symbiosis є промисловою екосистемою, де залишковий продукт від одного підприємства використовується як ресурс в іншому підприємстві, в замкнутому циклі.

Sustainable Partners	Sustainable Value Creation	Sustainable Value Proposition	Sustainable Customer Relation	Responsible customers
1	Sustainable Tech & Resources		Sust. Channels	End of Life
				8





Co-funded by
the European Union



Обмін споживчими товарами

Споживачі, як правило, діляться продуктом одного власника з багатьма іншими споживачами

Category: Економіка спільного споживання



Positive Impact

Знижена потреба в продукті, право власності, користування доступом місткість



Risks

Потенційно сильний ефект відскоку додаткового споживання

У центрі уваги:

Mercedes пропонує послугу спільного використання автомобілів Car2Go, де переважно міські клієнти можуть отримати доступ до спільних автомобілів на вимогу.

Sustainable Partners	Sustainable Value Creation	Sustainable Value Proposition	Sustainable Customer Relation	Responsible customers
	Sustainable Tech & Resources	4	5	
			Sust. Channels	End of Life





Co-funded by
the European Union



Часткова власність

Спільне використання певного класу активів групою власників

Category: Економіка спільного споживання



Positive Impact

Збільшення частки ринку,
зменшення вуглецевого сліду
для індивідуального споживача



Risks

Можливі сильні ефекти відскоку
за рахунок додаткового
споживання

Sustainable Partners	Sustainable Value Creation	Sustainable Value Proposition	Sustainable Customer Relation 5	Responsible customers
	Sustainable Tech & Resources		Sust. Channels	End of Life

У центрі уваги:

NetJets пропонує своїм клієнтам придбати «Акції NetJets», що дає змогу клієнту володіти «часткою» літака флоту NetJets. Акція NetJets коштує незначну частину ціни володіння цілим літаком і забезпечує більшу гнучкість, ніж володіння одним літаком.



-





Co-funded by
the European Union



restado

Спільне використання ресурсів споживача

Спільне використання ресурсів між приватними домогосподарствами
для обмеження побутових відходів



Category: Економіка спільного
споживання



Positive Impact

Зменшення споживання,
зменшення відходів



Risks

Можливі ефекти індукції та
відскоку

У центрі уваги:

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	Sustainable Value Creation	Sustainable Value Proposition	Sustainable Customer Relation	Responsible customers
	Sustainable Tech & Resources	4	Sust. Channels	End of Life
				7





Co-funded by
the European Union



Споживчий розширений ланцюжок власності

Покладання на споживача для оптимізації процесу створення
вартості

Category: Економіка спільного
споживання

У центрі уваги:



Positive Impact

Ефективніша логістика,
покращений доступ до клієнтів



Risks

Можливі ефекти відскоку

DHL вирішила включити громадян до останніх миль доставки посилок, увімкнувши їх через Додаток для прийому посилок для сусідів і отримати за це бали. Замість того, щоб використовувати більше транспортні засоби доставки в дорозі, додаток узгоджує пропозицію з попитом і покращує ефективність логістики.

Sustainable Partners	Sustainable Value Creation	Sustainable Value Proposition	Sustainable Customer Relation	Responsible customers
		4	5	7
	Sustainable Tech & Resources		Sust. Channels	End of Life
			6	





Co-funded by
the European Union



cargomatic

Перепрофілювання надлишкових потужностей

Надлишкові потужності мобілізуються новими способами або з новими клієнтами



Category:

Економіка спільного споживання



Positive Impact

Оптимізація використання потужностей і продуктивність системи



Risks

Ефекти відскоку, мережа вразливість

У центрі уваги:

Безпроблемно з'єднуючи вантажовідправників і перевізників через веб і мобільні додатки, Cargomatic допомагає далекобійникам розблокувати недостатньо завантажені потужності та вантажовідправники, яких потрібно відстежувати їхні вантажі в режимі реального часу.

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

