



Bio-based revitalisation
of local communities

Suunised säästva ärimudeli lõuendi jaoks



Üleminek jätkusuutlikele ärimudelitele nõuab koostööd ja kaasavat lähenemisviisi, mis integreerib erinevaid vaatenurki, teadmiste süsteeme ja sidusrühmade teadmisi. Ühislooming mängib selles protsessis olulist rolli, edendades kollektiivset innovatsiooni, ühist vastutust ja kohanemisvõimet, tagades, et jätkusuutlikkus on integreeritud äristrateegiatesse, mitte ei käsitleta seda välise kohustusena. Jätkusuutliku ärimudeli lõuend võib olla struktureeritud raamistikuks, mis suunab seda protsessi, võimaldades ettevõtetel visualiseerida ja täiustada oma ärimudeleid terviklikust jätkusuutlikkuse perspektiivist lähtuvalt. Erinevalt traditsioonilistest mudelitest, mis keskenduvad peamiselt finants- ja tegevuskomponentidele, integreerib SBMC majandusliku, keskkonnaalase ja sotsiaalse mõõtme, aidates ettevõtetel viia oma väärtuspakkumised vastavusse jätkusuutlikkuse põhimõtetega ja integreerida jätkusuutlikkus oma põhitegevusse, mitte olla pelgalt lisa. Seda vahendit kasutades saavad ettevõtted süstemaatiliselt uurida jätkusuutliku innovatsiooni võimalusi, hinnata nende korratavust erinevates sarnaste omadustega piirkondades ning viia oma äristrateegiad kooskõlla laiemate sotsiaalsete ja keskkonnaalaste eesmärkidega.

BlueRev SBMC oli peamine osa WP5 raames igas katsepiirkonnas korraldatud koolitustest ja seminaridest. Järgnevad suunised on ettevõtetele suuniseks, kuidas rakendada SBMC-d tõhusalt nende ühisloomise käigus, tagades, et jätkusuutlikkus on ärimudeli arendamise lahutamatu osa.



Kliendisegmendid

Määratleb sihtkliendid, kellele organisatsioon loob väärtust, määratledes esmased ja teiseseid kliente või mis tahes nišše

Suunised, mida tuleb järgida: Määrake kindlaks oma sihtkliendid ja nende omadused. Mõelge erinevatele inim- või organisatsioonirühmadele, keda teie ettevõtte eesmärk on teenindada.

Küsige: Kes on teie kõige olulisemad kliendid? Millised on nende vajadused, eelistused ja käitumisviisid?

Väärtuspakkumine

Sõnastab ettevõtte ainulaadse väärtuse, mis vastab kliendi vajadustele või lahendab konkreetseid probleeme kohandatud lahenduste abil.

Suunised, mida tuleb järgida: Määratlege, mis teeb teie toote või teenuse ainulaadseks ja väärtuslikuks. Täpsustage probleemi, mida te lahendate, või vajadust, mida te täidate oma klientide jaoks. Hinnake konkurentide pakkumist ja positsiooni turul.

Küsige: Kes on teie kõige olulisemad kliendid? Millised on nende vajadused, eelistused ja käitumisviisid?

Kanaliid

Kirjeldatakse vahendeid, mille kaudu kliendile väärtust pakutakse, keskendudes tõhusatele, kulutasuvatele ja integreeritud meetoditele, et jõuda sihtrühmadeni.

Suunised, mida tuleb järgida: Määrake kindlaks, kuidas te oma toodet või teenust klientidele edastate. Kaasa tuleb võtta nii füüsilised kui ka digitaalsed levitamismeetodid (nt jaemüük, e-kaubandus, sotsiaalseadmeedid jne). Hinnake erinevate kommunikatsioonide ja kanalite kulusid ja kasu.

Küsige: kuidas teie kliendid soovivad, et nendega ühendust võetaks?

Kliendisuhted

Kirjeldage üksikasjalikult iga kliendisegmendiga loodud suhete olemust, võttes arvesse kliendipidamisstrateegiaid, omandamiskulusid ja klientide kaasamise meetodeid.

Juhend, mida järgida: Otsustage, kuidas oma klientidega suhteid luua ja säilitada. Kaaluge, kuidas te meelitate, säilitate ja kasvatate oma kliendibaasi.

Küsige: Millist tüüpi suhet ootab iga kliendisegment?

Tuluwood

Tehakse kindlaks, kuidas ja kust ettevõtte tulu teenib, uurides klientide maksesoove, hinnakujundusstrateegiaid ja iga tuluvoo panust üldisesse kasumlikkusse.

Juhend, mida järgida: Tehke kindlaks, kuidas teie ettevõtte teenib raha. Kaaluge erinevaid hinnakujundusmudeleid (nt tellimus, ühekordne müük, litsentsimine).

Küsige: Mille eest on kliendid valmis maksma? Kuidas nad maksavad?

Peamised ressursid

Määratleb olulised ressursid, sealhulgas füüsilised, intellektuaalsed, inim- ja finantsressursid, mis on vajalikud väärtuspakkumise tõhusaks elluviimiseks.

Juhend, mida järgida: Loetlege oma väärtuspakkumise elluviimiseks vajalikud ressursid. Lisage füüsilised, intellektuaalsed, inim- ja finantsressursid.

Küsige: Mida vajate tõhusaks tegutsemiseks?

Peamised tegevused

Tooge välja kriitilised tegevused, mida tuleb teha, et toota, pakkuda ja säilitada väärtuspakkumist ning tagada sujuv suhtlus klientidega.

Juhend, mida järgida: Määratlege kõige olulisemad tegevused, mida teie ettevõtte peab edu saavutamiseks tegema. Lisage sellised tegevused nagu tootmine, probleemide lahendamine, platvormi/võrgu haldamine.

Küsige: Mida nõuab teie väärtuspakkumine?

Peamised partnerid

Nimetage olulised partnerid, tarnijad ja võrgustikud, mis toetavad põhitegevust, pakuvad juurdepääsu ressurssidele ja suurendavad tõhusust.

Juhend, mida järgida: Tehke kindlaks partnerid ja tarnijad, kellest te peate sõltuma. Mõelge strateegilistele liitudele, ühisettevõtetele või välistele tarnijatele.

Küsige: Kes saab aidata teil oma eesmäärke tõhusamalt saavutada?

Kulustruktuur

Jaotab ärimudeliga lahutamatult seotud kulud, määrates kindlaks kõige olulisemad ressursside ja tegevustega seotud kulud.

Juhend, mida tuleb järgida: Mõistke oma ettevõtte juhtimisega seotud kulusid. Tehke vahet püsikuludel (nt rent) ja muutuvkuludel (nt tootmiskulud).

Küsige: Millised on kõige olulisemad kulud ja kuidas saab neid optimeerida?

Ökosotsiaalsed kulud

Selles komponendis hinnatakse äritegevusega seotud ökoloogilisi ja sotsiaalseid kulusid, uurides taastumatute ressursside sõltuvust, keskkonnamõjusid ja ärimudeli võimalikke sotsiaalseid puudusi. Erinevalt traditsioonilisest ärimudeli lõuendist, mis keskendub peamiselt finants- ja tegevuskulude struktuurile, hõlmab SBMC ökosotsiaalseid kaalutlusi, et tagada pikaajaline jätkusuutlikkus ja vastutus.

Juhend, mida tuleb järgida: Tehke kindlaks keskkonnaressursid, millele teie ettevõtte tugineb, ja hinnake nende kasutamise jätkusuutlikkust. Hinnake oma tegevusest tulenevaid saasteaineid või kõrvalsaadusi ja määrake kindlaks, kuidas neid vähendada või neutraliseerida; Uurige, kas teie tegevus võib negatiivselt mõjutada mõne sidusrühma tervist, ohutust või elatusvahendeid.

Võtke arvesse taastumatute ressursside ammendumist, süsiniku jalajälge ning tööjõu ja tarneahela tavadega seotud eetilisi probleeme.

Öko-sotsiaalne kasu

Selles elemendis hinnatakse ärimudelist saadavat ökoloogilist ja sotsiaalset kasu, määratakse kindlaks konkreetseid kasusaajad ja uuritakse, kas neid hüvesid saaks kasutada väärtuspakkumise osana. Erinevalt traditsioonilisest BMC-st, mis keskendub rahalisele kasule ja klientide rahulolule, toob SBMC esile, kuidas ettevõtted saavad anda positiivse panuse ühiskonda ja keskkonda.

Juhend, mida tuleb järgida: Kirjeldage, kuidas teie ettevõtte edendab keskkonnasäästlikkust. Kirjeldage, kuidas teie ettevõtte parandab kogukonna heaolu või sotsiaalset võrdsust. Tooge esile algatused, mis on tehtud sidusrühmade harimiseks ökosotsiaalses küsimustes. Esitage tõendeid mõõdetava mõju kohta, näiteks heitkoguste vähendamine, bioloogilise mitmekesisuse säilitamine või marginaliseerunud kogukondade elatusvahendite parandamine.

<p>Peamised partnerid </p> <p>Kes on meie kõige olulisemad partnerid? Kes on meie peamised tarnijad?</p> <p>Milliseid olulisi ressursse saame partneritelt?</p> <p>Milliseid põhitegevusi partnerid teostavad?</p>	<p>Peamised tegevused </p> <p>Millised põhitegevused on meie väärtuspakkumine?</p> <p>Meie turustuskanalid? Meie kliendisuhted? Tuluvood?</p> <p>Peamised ressursid </p> <p>Millised võtmeressursid saavad meie väärtuspakkumise?</p> <p>Meie turustuskanal? Tuluvood?</p>	<p>Väärtuspakkumine </p> <p>Millist väärtust me kliendile anname?</p> <p>Milliseid klientide probleeme me aitame lahendada?</p> <p>Milliseid toote- ja teenustepakette pakume igale kliendisegmendile?</p> <p>Milliseid kliendivajadusi me täidame?</p>
<p>Kliendisuhted </p> <p>Milliseid suhteid ootavad meie kliendisegmendid meilt, et me nendega luua ja säilitada?</p> <p>Millised neist oleme me loonud?</p> <p>Kuidas need sobivad meie ülejäänud ärimudelisse? Kui kallid nad on?</p>		<p>Minu lemmik klient </p> <p>Hvem skaber vi værdi fra?</p> <p>Hvem er vores vigtigste kunder?</p>
<p>Kanalid </p> <p>Millise kanali kaudu soovivad meie kliendisegmendid jõuda? Kuidas me nendega praegu ühendust võtame?</p> <p>Kuidas on meie kanalid integreeritud? Millised on kõige kuluefektiivsemad?</p> <p>Kuidas me integreerime need kliendi rutiini?</p>		
<p>Kulustruktuur </p> <p>Hvad er de vigtigste omkostninger i vores forretningsmodel? Hvad er de dyreste nøgleressourcer?</p> <p>Hvad er de dyreste nøgleaktiviteter?</p>		<p>Tuluvoog </p> <p>Millise väärtuse eest on meie kliendid valmis maksma?</p> <p>Mille eest nad praegu maksavad? Kuidas nad eelistaksid maksta?</p> <p>Kui palju panustab iga tuluvoog kogutulusse?</p>
<p>Ökosotsiaalne </p> <p>Millised on meie ärimudeli ökoloogilised või sotsiaalsed kulud? Millised peamised ressursid on taastumatud?</p> <p>Millised põhitegevused kasutavad palju ressursse?</p>		<p>Ökosotsiaalne kasu </p> <p>Millist ökoloogilist või sotsiaalset kasu on meie ärimudel tekitanud?</p> <p>Kes on kasusaajad? Potentsiaalsed kliendid?</p> <p>Kas me saame kasu muuta väärtuspakkumisteks? Kui jah, siis kellele?</p>

Lõppmärkused

Projekti BlueRev eesmärk on elavdada kohalikke kogukondi kogu Euroopas, võttes kasutusele uuenduslikke biopõhiseid ärimudeleid, juhtimisraamistikke ja sotsiaalseid uuendusi sinise biomajanduse sektoris. Samuti on selle eesmärk tõsta teadlikkust biopõhiste lahenduste kasutuselevõtu laialdastest eelistest, mida biopõhiste lahenduste kasutuselevõtt võib pakkuda.

Nende eesmärkide saavutamiseks analüüsiti projekti raames erinevaid väärtusahelaid, sealhulgas kalade kõrvalsaaduste, mere bioaktiivsete ühendite ja punavetikate biomassi kasutamist. Analüüsis keskenduti nii sotsiaalsete kui ka majanduslike tõkete ja võimaluste tuvastamisele kolmes katsepiirkonnas: Taani/Gröönimaa, Itaalia ja Eesti. Täiustatud seiresüsteeme ja näitajaid kasutades hinnati projektis nende väärtusahelate tõhusust. Saadud teadmisi kasutati seejärel selleks, et teha ettepanekuid juhtimisraamistike ja jätkusuutlike ärimodelite parandamiseks nendes piirkondades, mille üldeesmärk on taaselustada kohalikke kogukondi ja edendada keskkonnasõbralikke tavasid.

Lisateavet leiate veebilehelt aadressil <https://www.blurevproject.eu/>

Käesolev dokument on algselt koostatud inglise keeles. See on väljavõtte dokumendist „D4.4- A best practice guideline including the best practices coming from the 3 pilot regions“, mille on koostanud UIA meeskond.

Tõlge teistesse keeltesse on tehtud tehisintellekti vahendit DeepL kasutades. Pange tähele, et kõiki versioone ei ole topelt kontrollitud, nii et kahtluste korral tuleb alati viidata ingliskeelsele originaalversioonile.



Bio-based revitalisation
of local communities

Consortium



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

www.blurevproject.euinfo@blurevproject.eu

f in t i @BlueRevEU

