



*Model doradczy
Scenariusz dla Systemów Zarządzania,
Certyfikacji oraz Innowacji Modeli
Biznesowych*



LEAD PARTNER

PARTNERS

Tytuł: Model doradczy, scenariusz dla Systemów Zarządzania, Certyfikacji oraz Innowacji Modeli Biznesowych

Redakcja:

Benaim, A.³ and Kwas M.¹

Autorzy:

Benaim, A.³, Pocyte, S.², Dziadkiewicz A.¹, Dmitrzak, M.¹

Zespół weryfikacyjny i ekspercki

Pocyte S.², Dziadkiewicz A.¹, Dmitrzak, M.¹

Przynależność:

¹ Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Polska

² Klaipeda Chamber of Commerce, Industry and Crafts, Litwa

³ Energy Agency of Southeast Sweden, Szwecja

Opublikowany przez:

The Klaipeda Chamber of Commerce, Industry and Craft

The Energy Agency for Southeast Sweden

Treść niniejszej publikacji jest wyłączną odpowiedzialnością autorów i nie może być w żaden sposób rozumiana jako odzwierciedlenie poglądów Unii Europejskiej, instytucji zarządzającej lub wspólnego sekretariatu programu Interreg South Baltic 2014-2020

Model doradczy, scenariusz dla Systemów Zarządzania, Certyfikacji oraz Innowacji Modeli Biznesowych

Contents

Model doradczy, scenariusz dla Systemów Zarządzania, Certyfikacji oraz Innowacji Modeli Biznesowych	4
1. Obserwuj - Ocena obecnego zrozumienia przepływów w firmie	5
2. Plan – pogłębianie usług doradczych – Wizja i planowanie strategiczne	5
3. Implementacja	10
4. Sprawdzanie i weryfikacja	11
Aneks: Kanwa Modelu Biznesowego	12
Aneks: Kanwa Środowiskowego Cyklu Życia Modelu Biznesowego	13
Aneks: Kanwa Odbiorców Społecznych Modelu Biznesowego	14
Aneks: Plan Działania(wzór) w kierunku rozwiązań gospodarki obiegu zamkniętego	15

Model doradczy, scenariusz dla Systemów Zarządzania, Certyfikacji oraz Innowacji Modeli Biznesowych

**Obserwuj - Ocena obecnego
rozumienia przepływów w firmie**

Plan – Pogłębianie usług doradczych

**Systemy
zarządzania**

Certyfikacja

**Innowacja
modelu
biznesowego**

**Ocena najlepszego dopasowania
i mapowanie strategii do przodu**

**Wspieranie rozwoju i
wdrażania innowacji**

Implementacja

Sprawdzanie i weryfikacja

1. Obserwuj - Ocena obecnego zrozumienia przepływów w firmie

Ten modelowy scenariusz jest poniekąd pogłębieniem budowania zdolności, zapoczątkowanym przez moduły szkoleniowe w ramach projektu Cirtoinno: modułu Rozpoczęcie podróży do gospodarki o obiegu zamkniętym oraz modułu Innowacje w modelu biznesowym dla gospodarki o obiegu zamkniętym (po więcej zajrzyj na <https://cirtoinno.eu/know-how/>). Z tego powodu ten model scenariusza ma tę samą strukturę procesu:

- Obserwuj
- Planuj
- Wdrażaj
- Sprawdzaj i weryfikuj.

W tym momencie doradca będzie potrzebować sprawdzić, czy obecny przegląd firmy jest wystarczający, aby pójść do przodu, zmieniając model biznesowy i powiązany z nim system zarządzania. Jeśli nie, w grę wchodzi etap obserwacji. Ma on na celu zidentyfikowanie zasobu wiedzy potrzebnej do zrozumienia obecnego procesu, który jest już cyrkularny lub można go w tym kierunku zmienić. Należy uzyskać odpowiedzi na pytania badawcze.

2. Plan – pogłębianie usług doradczych – Wizja i planowanie strategiczne

Wierzymy, że dwie sekcje poniżej opierają się na potrzebie solidnej wizji i rozwijania strategicznego (ale elastycznego) planu, jak to osiągnąć.

Chodzi o dostosowanie wizji i modelu biznesowego w celu promowania efektywnego (i zrównoważonego) zarządzania o obiegu zamkniętym, a także opracowywania innowacji zgodnych z celem firmy.

Należy pamiętać, że firma nie musi zamykać wszystkich pętli zasobów w firmie, aby tworzyć praktyki zarządzania i cyrkularny model biznesowy. Rozwój w obiegu zamkniętym uwzględnia także, że firma działa w ramach większego systemu i łączy się z innymi firmami. W tym sensie różne firmy współpracują w celu stworzenia systemu obiegu zamkniętego.

2.1. System zarządzania i Certyfikacja

Aby stać się bardziej cyrkularną i zrównoważoną, firma może użyć systemu zarządzania, aby uzyskać wśród innych aspektów biznesowych także przegląd przepływów materiałów w ramach swoich procesów.

Ponadto, praca z takim systemem może prowadzić lub do uzyskania lub być spójna z wybranym certyfikatem biznesowym. Przykładem takich narzędzi zarządzania i certyfikacji jest system zarządzania środowiskowego (EMAS), ISO 14000, Green Key itp.

Their main contribution towards a circular business is to support the improvement of environmental performance, and compliance levels to legislation. It can also contribute to marketing and business attractiveness. The different management, audit and certifications schemes also increase transparency and legitimacy.

Ich głównym wkładem w działalność o obiegu zamkniętym jest wspieranie poprawy efektywności środowiskowej i poziomu zgodności z przepisami. Mogą również przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności marketingowej i biznesowej. Różne systemy zarządzania, audytu i certyfikacji zwiększają również przejrzystość i wiarygodność.

2.1.1. Ocena najlepszego dopasowania i mapowanie strategii do przodu

Rozwijanie podejścia obiegu zamkniętego za pomocą systemu zarządzania i certyfikatów może być dobrym rozwiązaniem dla firm, które chcą się zaangażować, ale nie są zainteresowane udziałem w procesie innowacji. W tym sensie praca doradcy polega na określeniu najlepszego narzędzia i kryteriów, biorąc pod uwagę poziom ambicji i dostępnych zasobów.

Takie podejście może również zawierać (i czerpać jednocześnie korzyści) wizję i planowanie strategiczne, wykraczające poza dążenie do standardów i pomiary.

Dlatego eksploracja i zdefiniowanie modelu biznesowego w obiegu zamkniętym (patrz poniżej), a także perspektywa brandingowa (patrz

Scenariusz doradcy dotyczący brandingu i marketingu) może być dobrym pierwszym krokiem w opracowaniu cyrkularnych „nietechnicznych” aspektów firmy.

Kluczem tutaj jest zrozumienie przepływów i punktów kontaktowych, które reprezentują potencjalny punkt interwencji. Te punkty kontaktowe można analizować w wymiarach: nakłady, proces, wynik. (lub przez inne kanały – w załączniku)

- Nakłady
 - Jakie zasoby są wykorzystywane i jak zrównoważone są?
 - Czy istnieją jakieś substytuty takiego zasobu?
- Proces
 - Jaka jest funkcja i jak powstaje wartość?
 - Czy można podnieść lub osiągnąć tę samą wartość w inny sposób?
- Wynik
 - Jaki jest wpływ społeczny i środowiskowy naszego produktu / usługi?
 - Co to jest „produkt” resztkowy i jaki „łańcuch” mógłby go wykorzystać jako zasób?

W takim przypadku doradca może wspierać poprzez:

- Wyjaśnianie różnych dróg zarządzania w kierunku bardziej cyrkularnego biznesu
- Porównywanie różnych schematów audytów i certyfikacji:
 - Koszty
 - Wymagany poziom zaangażowania
 - Korzyści
- Wspieranie zaangażowania interesariuszy (w wybranych przypadkach)

2.2. Innowacja modelu biznesowego

Innowacja modelu biznesowego uwzględnia różne etapy w określonych wymiarach, a doradca może wnieść wartość dodaną, mając je w pamięci i rozwijając firmę poprzez takie aspekty. Są one następujące:

- Typ pożądanej innowacji
- Mapowanie modelu biznesowego
- Kreowanie unikalnej wartości tworzonej dla obecnych i przyszłych odbiorców końcowych.

Mówiąc o innowacjach modeli biznesowych, brane są pod uwagę cztery obszary interwencji:

- Kim jest grupa docelowa klientów?
- Jakie korzyści otrzymują klienci oraz otoczenie biznesu zaangażowane w kreowanie wartości?
- Jak firma utworzyła i jak dostarcza tych korzyści?
- W jaki sposób firma zarabia pieniądze?

Pamiętając o takich obszarach rozwoju, na tym etapie można wdrożyć różne narzędzia mapowania do określenia przepływów zasobów, a także różne punkty kontaktowe do interesariuszy.

2.2.1. Wspieranie rozwoju i wdrażania innowacji

Główne pytanie brzmi: w jaki sposób zasady gospodarki o obiegu zamkniętym mają zastosowanie do elementów modelu biznesowego? Dlatego ważne jest, aby ujednoczyć elementy modelu biznesowego i zasady gospodarki o obiegu zamkniętym

Podstawowe elementy modeli biznesowych o obiegu zamkniętym można wyprowadzić z głównych zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. W podręczniku Cirtoinno takie elementy są rozumiane i definiowane na różne sposoby, np. gospodarka o obiegu zamkniętym przejawia się głównie poprzez trzy główne „działania”, tj. tak zwane zasady 3R: Redukcję, Ponowne Użycie i Recykling. Kolejne „ramy działań biznesowych” zostały opracowane przez Ellen MacArthur Foundation, w oparciu o trzy podstawowe zasady GOZ.

Obejmuje to 6 działań przewodnich - ReSOLVE (regenerację, współdzielenie, optymalizację, zapętlenie, wirtualizację, wymianę), sposoby tworzenia cyrkularnej wartości, normatywne wymagania dotyczące modeli biznesowych i obszary integracji.

Jedną z rzeczy, którą firmy mogą zrobić, aby zbadać swoją cyrkularność, jest wypełnienie poniższej tabeli. Tabela pokazuje komponenty modelu biznesowego, a X wskazuje, że zasady gospodarki o obiegu zamkniętym mają zastosowanie do konkretnego komponentu modelu biznesowego. Zgodnie z X firma może ocenić komponenty, w których należy wprowadzić zmiany.

Komponenty MB	Regeneracja	Współdzielenie	Optymalizacja	Zapętlenie	Wirtualizacja	Wymiana
Partnerzy		X		X		
Działania	X		X	X	X	
Zasoby	X		X	X	X	
Propozycja wartości i segmenty klientów		X		X	X	
Relacje z Klientami						
Kanały					X	
Struktura kosztów	X		X	X		X
Źródła przychodów		X		X		
Potencjał do opracowania ram MB						
System zwrotów				X		
Czynniki adopcyjne	X	X	X	X	X	X

2.3. Planowanie - w kierunku rozwiązań obiegu zamkniętego

Koncentrując się wyłącznie na systemie zarządzania lub innowacjach w modelu biznesowym, firmy prawdopodobnie przechodzą zmiany i ulepszenia, aby być jeszcze lepszymi w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym.

W obu przypadkach kanwa modelu biznesowego i design thinking można również wdrożyć jako proces wspierający biznes w tej powtarzalnej podróży. W ramach projektu Cirtoinno opracowano również materiał szkoleniowy na temat stosowania takiej metody w CE (<https://cirtoinno.eu/pl/wiedza/learning-materials/>).

Jedną z głównych ról doradcy jest wspieranie biznesu w podejmowaniu decyzji dotyczących rozwoju / innowacji, pomagając zrozumieć, że ćwiczenia te nie polegają na siedzeniu przez kilka godzin i wypełnianiu właściwych odpowiedzi, ale są sposobem na poznanie obecnych praktyki i przyszłe możliwości w taki sposób, że może z niego wyniknąć m.in. prototyp, mały plan działań lub pełny projekt.

2.4. Tworzenie planu działania

Jak wskazano wcześniej, proces ten doprowadzi do praktycznych pomysłów (przynajmniej do dalszego badania możliwości). W tym sensie należy opracować dokumentację w celu przypominania i pomocy w śledzeniu przyszłych działań.

W design thinking sam proces zapewnia wiele chwil na planowanie i rejestrowanie postępów. Dla innych przypadków załączyliśmy szablon działania z różnymi obszarami interwencji.

Załączony szablon działania w załączniku może wskazywać pewien kierunek. Takie wzory nie są wypełniane, ale bardziej przypominają listę kontrolną potencjalnych obszarów działania. Ponieważ firma w naturalny sposób identyfikuje obszary innowacji i działania, zostaną wybrane właściwe wiersze tabeli, tworząc nowy szablon dostosowany do danego biznesu.

Należy również zauważyć, że kolumny, które są obecnie wypełnione w szablonie, są jedynie przykładem tego, jak można je rozwinąć, a nie statyczną sugestią, co należy robić.

3. Implementacja

Jedną rzeczą jest zrozumienie obecnych praktyk zarządzania i modeli biznesowych, ale zupełnie inną jest możliwość zrozumienia, co się dzieje w

niewłaściwy sposób, dlaczego i jakie wyniki może zapewnić inny model biznesowy. Implementacja dostarcza dokładnie takich informacji.

Wdrożenie polega na próbowaniu rozwiązań i testowaniu tak, aby ulepszenia mogły nastąpić, a wnioski zostały wyciągnięte. Niezależnie od tego, czy próbujemy nowej procedury zarządzania lub nowej usługi, nie ma nic więcej do powiedzenia niż: „po prostu zrób to” i podążać za tym.

4. Sprawdzanie i weryfikacja

Firmy mogą nie mieć czasu, personelu lub zasobów, aby nadażyć za krzywą uczenia się, ani kontynuować kontaktów lub sieciowania niezbędnych po procesie doradztwa lub procesie design thinking.

Dlatego działania doradcze i wsparcie są niezbędne, aby zapewnić dynamiczne i organiczne pogłębienie usług doradczych w kierunku wdrażania innowacyjnych rozwiązań. To może także pomóc w popchnięciu MŚP do wdrażania rozwiązań.

Na tym etapie firma identyfikuje procesy, które należy ulepszyć lub zastąpić, poprzez okresowe przeglądy planu działania.

Niektóre pytania kontrolne i weryfikacyjne mogą obejmować sprawdzenie rozwoju wspieranej firmy w ramach wybranych działań i celów, na przykład:

- Czy osiągnęli cel, jaki sobie wyobrażali przed rozpoczęciem procesu biznesowego?
- How far did they stray or how precise did they follow them goals? Jak daleko od celu odeszli lub jak precyzyjnie swoje cele realizowali?
- Czy cele były zbyt trudne? Czy były nierealne?
- Czy ich cele były zbyt proste? Czy oni siebie nie docenili?
- Czy ich cele były zgodne ze standardami branżowymi?

I pamiętaj o:

- Analizuj błędy firmy i upewnij się, że się nie powtarzają.
- Przeanalizuj wygrane firmy i zrób notatki w kierunku powtórzenia sukcesu.

Aneks: Kanwa Modelu Biznesowego

<p>Kluczowi Partnerzy</p> <p>Kim są nasi Kluczowi Partnerzy? Kim są nasi Kluczowi Dostawcy?</p> <p>Czy zapasy mogły pochodzić z wyrzucanych zasobów innej firmy w pobliżu?</p> <p>Jakie kluczowe zasoby pozyskujemy od partnerów?</p> <p>Jakie kluczowe działania wykonują partnerzy?</p>	<p>Kluczowe Działania</p> <p>Jakich kluczowych działań wymagają nasze Propozycje Wartości?</p> <p>Nasze kanały dystrybucji?</p> <p>Relacje z Klientami?</p> <p>Źródła przychodów?</p>	<p>Propozycje Wartości</p> <p>Jaką wartość dostarczamy do Klientów?</p> <p>Jakie z problemów naszych Klientów pomagamy rozwiązać?</p> <p>Jakie pakiety produktów i usług oferujemy dla każdego segmentu klientów?</p> <p>Jakie potrzeby klienta zaspokajamy?</p>	<p>Relacje z Klientami</p> <p>Jakiego rodzaju utrzymywanych relacji oczekuje każdy z naszych segmentów klientów?</p> <p>Które z nich już ustanowiliśmy?</p> <p>W jaki sposób są one zintegrowane z resztą naszego modelu biznesowego?</p> <p>Jak dużo one kosztują?</p>	<p>Segmenty Klientów</p> <p>Dla kogo kreujemy wartość? Kim są nasi najważniejsi Klienci?</p>
<p>Struktura kosztów</p> <p>Jakie są najważniejsze koszty związane z naszym modelem biznesowym? Które kluczowe zasoby są najdroższe? Które kluczowe działania są najdroższe?</p>	<p>Źródła przychodów</p> <p>Za jaką wartość nasi klienci naprawdę są skłonni zapłacić? Za co obecnie płacą? Jak obecnie płacą? Jak woleliby zapłacić? W jakim stopniu każdy strumień przychodów przyczynia się do ogólnych przychodów?</p>		<p>Channels</p> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated?</p> <p>Which ones work best?</p> <p>Which ones are most cost-efficient?</p> <p>How are we integrating them with customer routines?</p>	
<p>Czynniki adaptacyjne</p> <p>Zdolności organizacyjne Czynniki PEST</p>				

Źródło: Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2010. Business Model Generation: Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons

LEAD PARTNER

PARTNERS

Aneks: Kanwa Środowiskowego Cyklu Życia Modelu Biznesowego

Dostawy i outsourcing	Produkcja	Wartość funkcjonalna	Koniec cyklu życia	Faza użytkowania
<p>Dostawy i outsourcing reprezentują wszystkie zróżnicowane działania materiałowe i produkcyjne, które są niezbędne dla wartości funkcjonalnej</p>	<p>Produkcja dla wytwórcy może obejmować przekształcanie surowych lub niedokończonych materiałów w produkty o wyższej wartości</p>	<p>The functional value describes the focal outputs of a service (or product) by the organization under examination. Wartość funkcjonalna opisuje główne walory usługi (lub produktu) badanej organizacji</p>	<p>Koniec cyklu życia ma miejsce, gdy klient decyduje się na zakończenie konsumowania wartości funkcjonalnej i często pociąga za sobą związane z ponownym wykorzystaniem materiału, takie jak regeneracja, ponowne użycie, recykling, demontaż, spalanie lub utylizacja produktu</p>	<p>Faza użytkowania koncentruje się na wpływie działań klienta na wartość funkcjonalną organizacji lub bazową usługę i / lub produkt</p>
	<p>Materiały</p> <p>Materiały odnoszą się do zapasów biofizycznych użytych do uzyskania wartości funkcjonalnej</p>		<p>Dystrybucja</p> <p>W przypadku usługodawcy lub producenta produktu dystrybucja reprezentuje fizyczne środki, za pomocą których organizacja zapewnia dostęp do swojej wartości funkcjonalnej.</p>	
<p>Oddziaływanie na środowisko</p>			<p>Korzyści dla środowiska</p>	
<p>Komponent oddziaływania na środowisko odnosi się do ekologicznych kosztów działań organizacji. Jest to związane z wartościami takimi jak emisja CO₂, zdrowie ludzkie, wpływ na ekosystem, wyczerpywanie zasobów naturalnych, zużycie wody</p>			<p>Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju, ten komponent zapewnia organizacji przestrzeń do eksploracji innowacji w zakresie produktów, usług i modeli biznesowych, które mogą zmniejszyć negatywne i / lub zwiększyć pozytywne oddziaływanie na środowisko poprzez swoje działania.</p>	

Źródło: Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2010. Business Model Generation: Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons

LEAD PARTNER

PARTNERS

Aneks: Kanwa Odbiorców Społecznych Modelu Biznesowego

Lokalne społeczności	Zarządzanie	Wartość społeczna	Kultura społeczna	Użytkownik końcowy
Istnieją relacje społeczne zbudowane z dostawcami i ich lokalnymi społecznościami.	Organizacje mogą się bardzo różnić w zależności od kilku aspektów zarządzania, w tym wewnętrznych struktur organizacyjnych własności i polityk decyzyjnych.	Wartość społeczna odnosi się do aspektu misji organizacji, która koncentruje się na generowaniu korzyści dla interesariuszy i społeczeństwa w szerszym kontekście.	Komponent kultury społecznej uznaje potencjalny wpływ organizacji na społeczeństwo jako całość.	Użytkownicy o podobnych potrzebach są zazwyczaj segmentowani według odpowiednich danych demograficznych, np. wiek, dochód, pochodzenie etniczne, poziom wykształcenia itp.
	Pracownicy Można tu uwzględnić szereg elementów, takich jak liczba i rodzaj pracowników, istotne dane demograficzne, takie jak zróżnicowanie wynagrodzenia, płeć, pochodzenie etniczne i edukacja (by wymienić tylko kilka) w organizacji.		Skala zasięgu Skala zasięgu opisuje głębię i zasięg relacji, które buduje organizacja z interesariuszami.	
Oddziaływanie na społeczeństwo Komponent oddziaływania na społeczeństwo odnosi się do kosztów społecznych organizacji. Uzupełnia i zwiększa koszty finansowe na poziomie ekonomicznym oraz biofizyczne oddziaływanie na poziomie środowiska.			Korzyści dla społeczeństwa Korzyści społeczne to pozytywne wartości społeczne tworzące aspekty działania organizacji.	

Źródło: Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2010. Business Model Generation: Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons

LEAD PARTNER

PARTNERS

Aneks: Plan Działania(wzór) w kierunku rozwiązań gospodarki obiegu zamkniętego

Praktyki oparte na zasadach gospodarki obiegu zamkniętego	Cel	Propozycja wartości	Zadania / kroki potrzebne do osiągnięcia celu?	Kto jest odpowiedzialny?	Punkt początkowy i termin końcowy	Koszt / możliwe oszczędności	Komentarze / uwagi
Efektywność energetyczna	<ul style="list-style-type: none"> osiągnięcie przynajmniej 15% spadek zużycia energii zapewnienie, co najmniej 75% wszystkich żarówek w obiekcie - energooszczędnych 	<ul style="list-style-type: none"> pracownicy potrafią wspierać działania firmy w kierunku ochrony środowiska redukcja emisji CO² oszczędności dla firmy turyści dla których zmiany klimatu są ważne mogą odprężyć się w obiekcie/otoczeniu które dba o wartości im bliskie 	<ul style="list-style-type: none"> instalacja czujników ruchu lub innych automatycznych systemów w przestrzeniach wspólnych dla energooszczędnego oświetlenia wymiana oświetlenia zapewnienie, co najmniej 75% wszystkich żarówek w obiekcie - energooszczędnych nowo zakupiony sprzęt musi być najwyższej klasy efektywności energetycznej 	<p><i>np. właściciel, firma zewnętrzna, zarządca nieruchomości, dział zamówień</i></p>	<p><i>Określone daty lub „przy następnej niezbędnej wymianie sprzętu”</i></p>	<p><i>Tutaj możesz wprowadzić planowane wydatki niezbędne do osiągnięcia celu (np. Cena dołączenia do systemu rezerwacji lub różnica w cenie dotychczasowego papieru w porównaniu do papieru ekologicznie certyfikowanego)</i></p>	<p><i>To miejsce na dodatkowe komentarze, które pomogą Ci w przyszłości wdrożyć plan np. wartość bazowa umożliwiająca osiągnięcie <15%</i></p>

LEAD PARTNER

PARTNERS

			<ul style="list-style-type: none"> • szkolenie personelu na temat „Jak oszczędzać energię w danym miejscu pracy” 				
Zarządzanie wodą i ściekami							
Ograniczenie użycia toksycznych i szkodliwych produktów							
Zarządzanie odpadami – ODMAWIAJ							
Zarządzanie odpadami – REDUKCJA							
Zarządzanie odpadami /ochrona zasobów naturalnych – PONOWNE UŻYCIE							

LEAD PARTNER

PARTNERS

Zarządzanie odpadami /ochrona zasobów naturalnych – REPEROWANIE							
Zarządzanie odpadami – RECYKLING							
Odpad = zasób (coś, co uważamy za odpad, może być surowcem dla kogoś innego)							
Produkt jako usługa							
Zmiany w łańcuchu dostaw (skrócenie łańcucha dostaw poprzez współpracę z lokalnymi producentami i dostawcami, przejście do dostawców oferujących produkty o							

LEAD PARTNER

PARTNERS

zmniejszonym wpływie na środowisko)							
Zrównoważony/ wolny od paliw kopalnych transport							
Redukcja marnowania żywności – dostawy i magazynowanie							
Redukcja marnowania żywności - kuchnia							
Redukcja marnowania żywności – restauracja / buffet śniadaniowy lub obiadowy							
Eliminacja plastiku							
Marketing i komunikacja rozwiązań							

LEAD PARTNER

PARTNERS

ekologicznych i obiegu zamkniętego							
Zachowanie przyrody oraz bioróżnorodność (np. Właściwy dobór roślin w budynku, zwiększanie zielonych powierzchni wokół budynku)							
Edukacja i podnoszenie świadomości - zespół							
Edukacja i podnoszenie świadomości - goście/turyści							
Edukacja i podnoszenie świadomości – społeczność lokalna/inni partnerzy biznesowi							

LEAD PARTNER



PARTNERS

Aspekt / obszar do ulepszeń*	Cel	Jak cel jest powiązany z gospodarką obiegu zamkniętego?	Zadania / kroki potrzebne do osiągnięcia celu?	Kto jest odpowiedzialny?	Punkt początkowy i termin końcowy	Koszt / możliwe oszczędności
Zakupy/dostawy	<ul style="list-style-type: none"> • Redukcja śladu węglowego produktów • Eliminacja opakowań jednorazowych • Redukcja odpadów plastikowych 					
Utrzymanie obiektu						
Usługi zewnętrzne (np. usługi pralni, gdy są podzlecone)						
Utrzymanie i zagadnienia techniczne						
Marketing						
Księgowość						
Zarządzanie						
.....						

LEAD PARTNER

PARTNERS

* Tabela może być dostosowana do konkretnych obszarów obiektu zakwaterowania / restauracji / ośrodka SPA.

Uwaga: zachęcamy osoby, które będą pracować z tym szablonem, do wprowadzenia dodatkowej kolumny, która dotyczy **wartości generowanych** przez wprowadzoną zmianę. Aby wypełnić tę kolumnę, należy wziąć pod uwagę następujące problemy:

- Jaką wartość dostarczamy klientom/naszemu pracownikom?
- Co frustruje nasz zespół i co jest dla nich kluczowe?
- Jakie produkty i usługi oferujemy?
- Jakie problemy klientów rozwiązujemy? Które potrzeby klientów zaspokajamy?
- Jaką wartość dostarczymy lokalnej społeczności/partnerowi biznesowemu poprzez wprowadzenie do naszych działań – rozwiązań gospodarki obiegu zamkniętego?
- What environmental issues/challenges will we try to solve with the change to more circular business practices?

Wynika to z segmentacji klientów: Kim jest nasz klient? Dla kogo tworzymy produkt / usługę? Czy to rynek niszowy czy masowy?

LEAD PARTNER

PARTNERS

Aspekt / obszar do ulepszeń*	Cel	Jak cel jest powiązany z gospodarką obiegu zamkniętego ?	Zadania / kroki potrzebne do osiągnięcia celu?	Kto jest odpowiedzialny?	Punkt początkowy i końcowy	Koszt / możliwe oszczędności
Recepcja	Zredukować zużycie papieru	Redukcja Ponowne użycie	<ul style="list-style-type: none"> Drukuj dokumenty tylko gdy jest to absolutnie potrzebne Zwiększ ilość działań realizowanych elektronicznie (digitizacja / wirtualizacja) W miarę możliwości sugeruj swoim partnerom biznesowym i gościom faktury elektroniczne Kupuj i używaj papieru pochodzącego z recyklingu / oznaczonego FSC 	<ul style="list-style-type: none"> Pracownicy recepcji Menadżer ze wsparciem działu IT Dział zamówień 	<p>Natychmiast Od następnego miesiąca Od następnego zamówienia</p> <p>Ciągłe zadanie Do końca... (miesiąc / rok)</p>	Tutaj możesz wprowadzić planowane wydatki niezbędne do osiągnięcia celu (np. Cena dołączenia do systemu rezerwacji lub różnica w cenie dotychczasowego papieru w porównaniu do papieru ekologicznie certyfikowanego)
Pokój gościnny – typ						
Pokój gościnny – typ						

LEAD PARTNER

PARTNERS

Kuchnia						
Restauracja /Bar						
SPA						
Sala konferencyjna						
Przestrzeń publiczną /wspólną						
Budynek - konstrukcja i utrzymanie						
Ogród i tereny zielone wokół obiektu						
.....						

LEAD PARTNER

PARTNERS

UWAGA Wypełnione kolumny to tylko przykłady tego, jak można wypełnić tabelę

* Tabela może być dostosowana do konkretnych obszarów obiektu zakwaterowania / restauracji / ośrodka SPA.

Uwaga: zachęcamy osoby, które będą pracować z tym szablonem, do wprowadzenia dodatkowej kolumny, która dotyczy **wartości generowanych** przez wprowadzoną zmianę. Aby wypełnić tę kolumnę, należy wziąć pod uwagę następujące problemy:

- Jaką wartość dostarczamy klientom/naszemu pracownikom?
- Co frustruje nasz zespół i co jest dla nich kluczowe?
- Jakie produkty i usługi oferujemy?
- Jakie problemy klientów rozwiązujemy? Które potrzeby klientów zaspokajamy?
- Jaką wartość dostarczymy lokalnej społeczności/partnerowi biznesowemu poprzez wprowadzenie do naszych działań – rozwiązań gospodarki obiegu zamkniętego?
- What environmental issues/challenges will we try to solve with the change to more circular business practices?

Wynika to z segmentacji klientów: Kim jest nasz klient? Dla kogo tworzymy produkt / usługę? Czy to rynek niszowy czy masowy?

LEAD PARTNER

PARTNERS

LEAD PARTNER

PARTNERS