



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Ενότητα 4: Στρατηγική δημιουργίας αξίας από τη σπατάλη τροφίμων στις επιχειρήσεις του τομέα Φιλοξενίας, Εστίασης και Τροφοδοσίας Τροφίμων


Μυρτώ Σκουρουπάθη | Μηχανικός Περιβάλλοντος
Ενεργειακό Γραφείο Κύπρου



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union





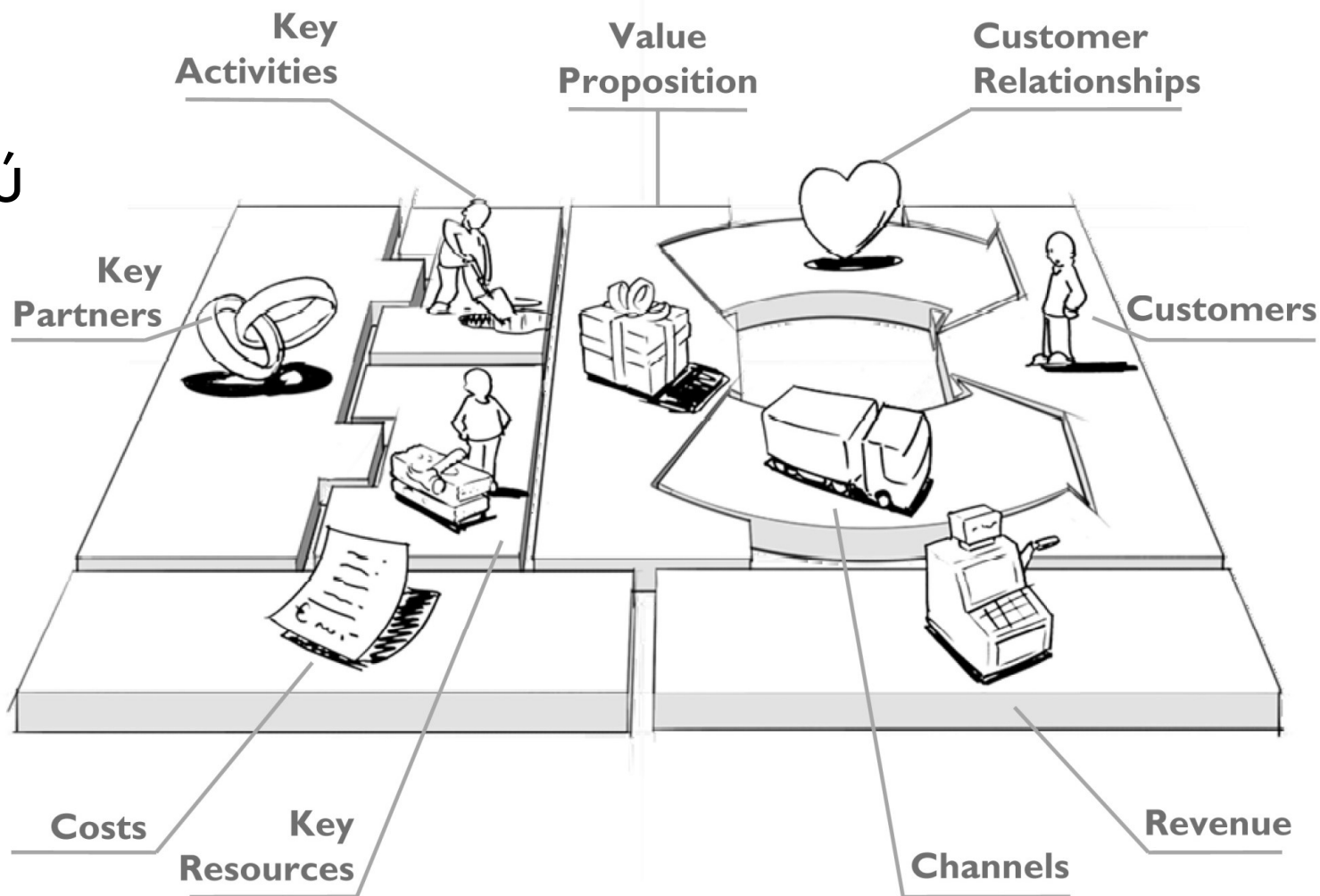
Βήματα για μείωση τροφικών αποβλήτων:

1. Έρευνα για την εφοδιαστική αλυσίδα (από που προέρχονται τα προϊόντα)
2. Καταγραφή τροφίμων που μπαίνουν στην επιχείρηση
3. Καταγραφή τροφικών αποβλήτων (food waste audit)
4. Πλάνο μείωσης αποβλήτων
 - Αλλαγή μενού
 - Αλλαγή προμηθευτών
 - Λύσεις διαχείρισης αποβλήτων βάσει της ιεραρχίας αποβλήτων
 - Άσκηση για δυνατότητες παραγωγής αξίας
5. Παρακολούθηση



Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!



drawings by JAM



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Αξία / Χρησιμότητα (Value propositions)



Τι αξία προσφέρεται στους πελάτες ή χρήστες;

Ποιες είναι οι ανάγκες που θέλει η επιχείρηση να εξυπηρετήσει;

- Τι τους προσφέρετε;

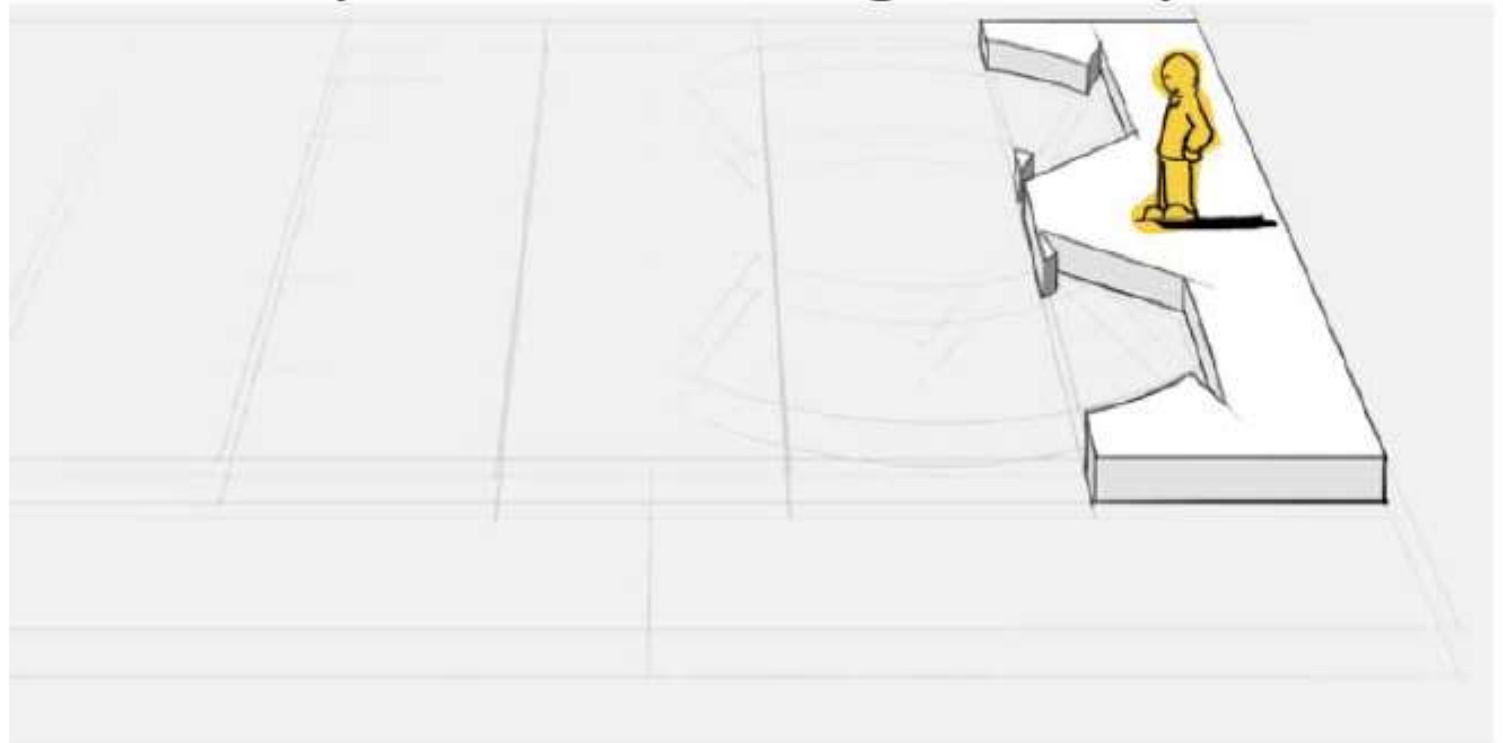
δλδ. Η δέσμη των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγουν αξία για ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.



Τμηματοποίηση της αγοράς (Customer segments)

Σε ποιους πελάτες ή
χρήστες απευθύνεται;

Ποιος άλλος μπορεί να
επωφεληθεί ή θα
επωφεληθεί από τα
υλικά / προϊόντα /
υπηρεσίες, πέρα από την
αλυσίδα αξίας της
επιχείρησης;





Save Food. Waste less.

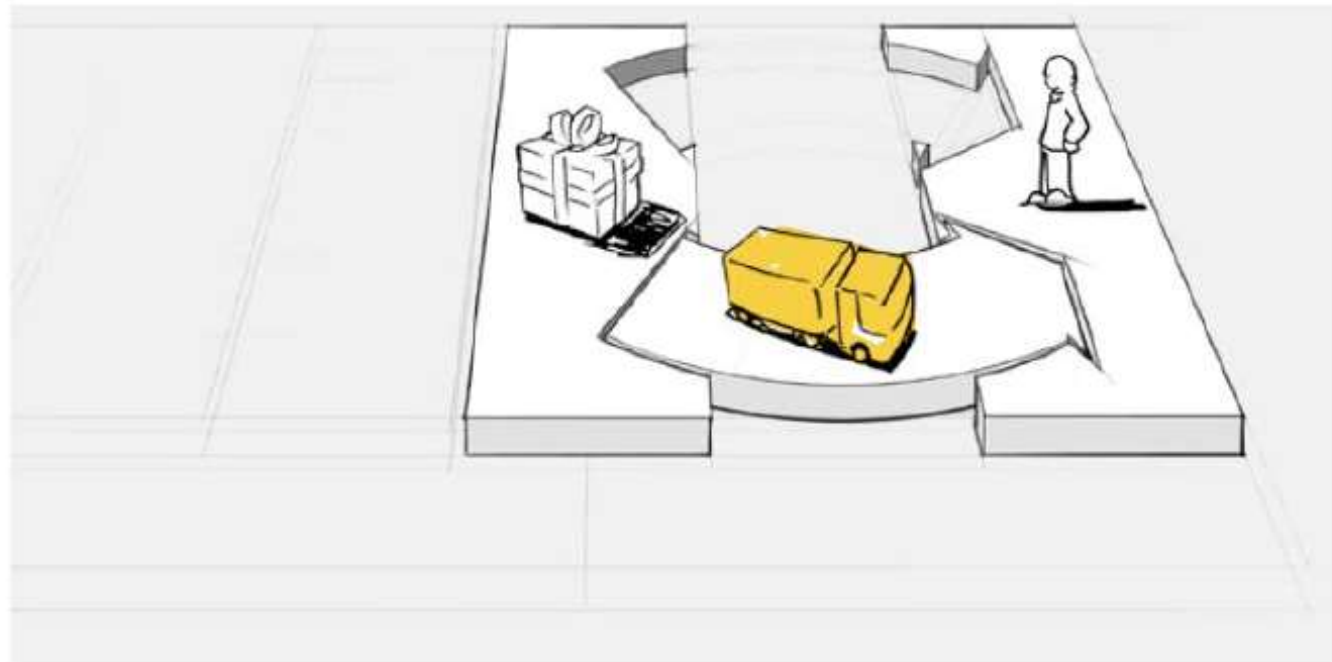
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Κανάλια (Channels)

Πως προσεγγίζεται το κάθε τμήμα αγοράς;

Πώς μπορούν να δημιουργηθούν απευθείας κανάλια ανατροφοδότησης για το προϊόν / την υπηρεσία που επιτρέπουν στην επιχείρηση να εντοπίσει νέες ευκαιρίες;

Τι ρόλο θα μπορούσε να διαδραματίσει η επιχείρηση στις διαδικασίες reverse logistics;



• Πως πρέπει να προσεγγίσετε κάθε τμήμα της αγοράς σας;

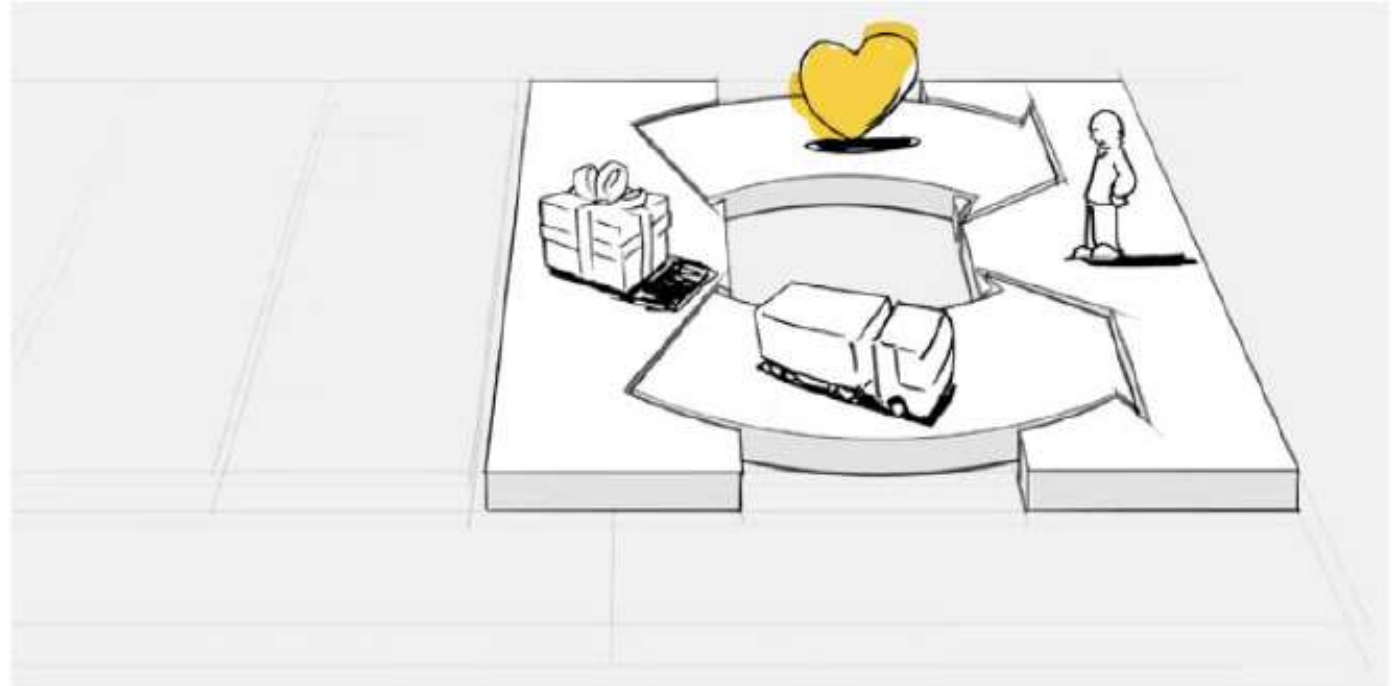
δλδ. πως η εταιρεία επικοινωνεί με και προσεγγίζει τα τμήμα της αγοράς της για να αποδώσει αξία.



Πελατειακές σχέσεις (Customer relationships)

Τι σχέσεις δημιουργεί η επιχείρηση με κάθε τμήμα αγοράς;

Τι κανάλια ανατροφοδότησης πρέπει να δημιουργήσει η επιχείρηση για να είναι πιο ευέλικτη και προσαρμόσιμη στην ανατροφοδότηση των πελατών της;



•Τι σχέσεις δημιουργείτε με κάθε τμήμα της αγοράς σας; (προσωπική; αυτοματοποιημένη;..)

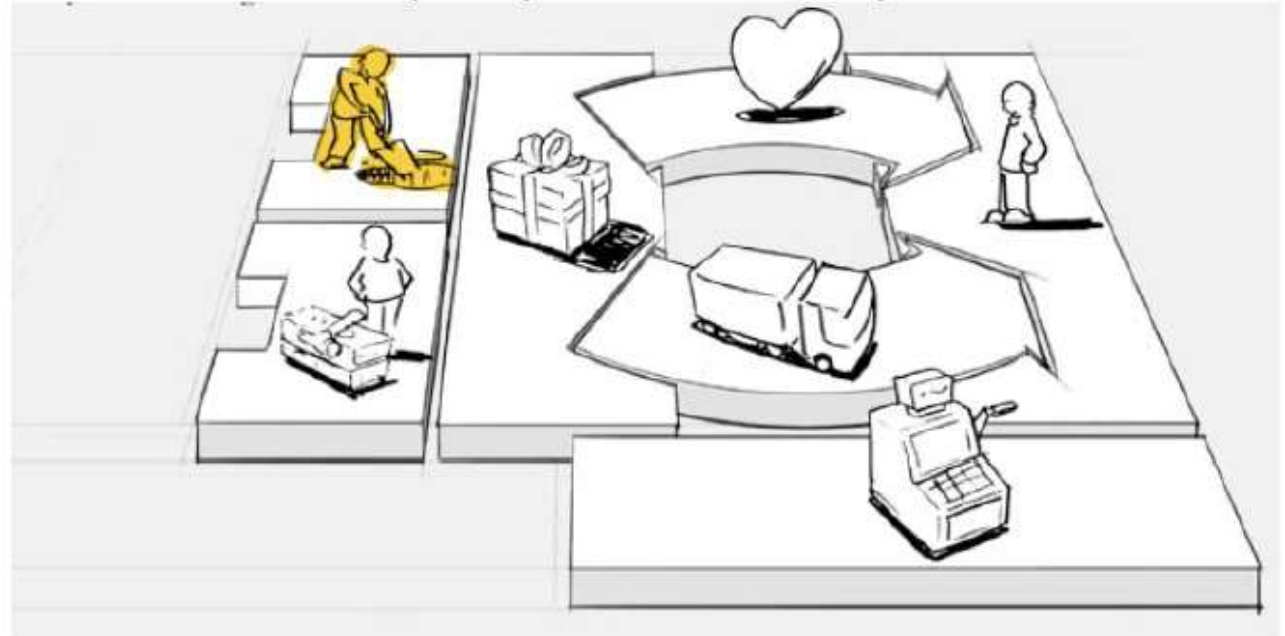


Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Κύριες δραστηριότητες (Key activities)

Ποιες δραστηριότητες εκτελεί η επιχείρηση για τη δημιουργία αξίας;

Πώς μπορεί η επιχείρηση να δημιουργήσει νέες μορφές ανθρώπινου, φυσικού ή οικονομικού κεφαλαίου;



- Ποιες δραστηριότητες πρέπει να εκτελέσετε πολύ καλά στο επιχειρηματικό σας σχέδιο; Τι είναι σημαντικό;

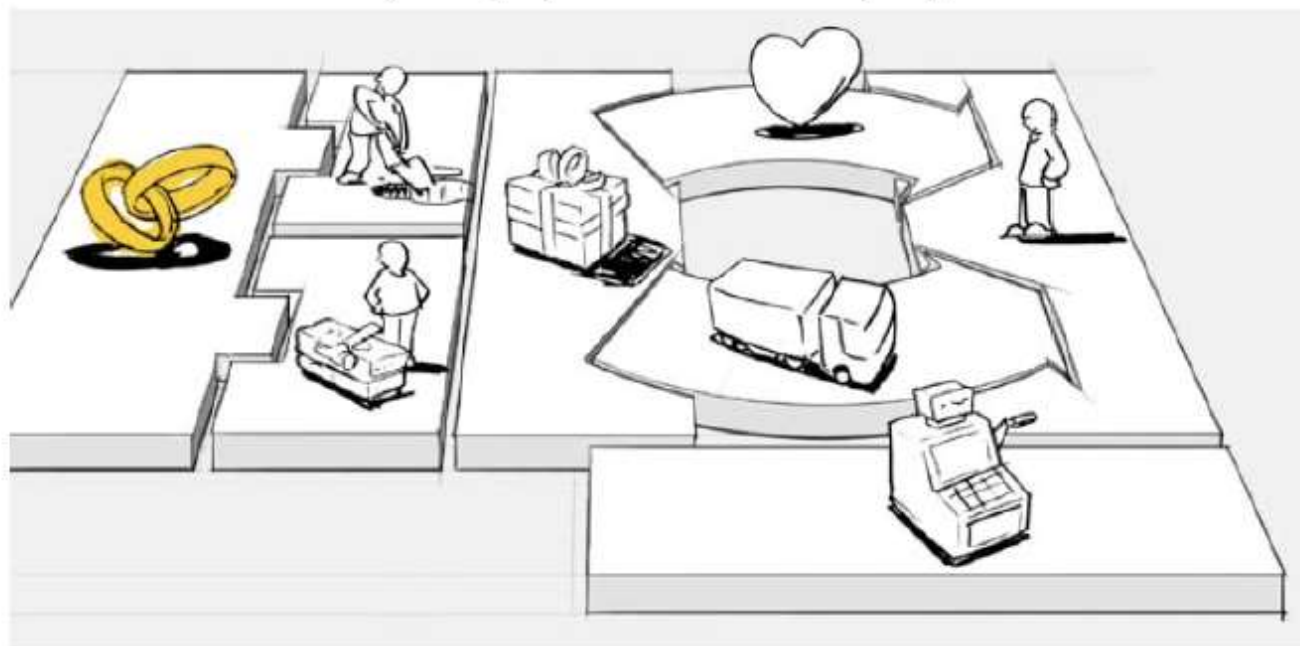


Συνεργασίες (Key partnerships)

Ποιοι είναι οι κύριοι συνεργάτες και προμηθευτές της επιχείρησης; Σε ποιους στηρίζεται;

Πώς μπορεί η επιχείρηση να ενισχύσει τις συνεργασίες της με οργανισμούς σε όλη την αλυσίδα αξίας για να επωφεληθεί από την κυκλικότητα (ροές υλικών, πληροφορίες και κεφάλαια) στο σύστημα;

Ποιες νέες συνεργασίες μπορούν να σχηματίσουν οι επιχειρήσεις για να αυξηθεί η κυκλικότητα εσωτερικά και στο σύστημα;



- Ποιοι συνεργάτες και προμηθευτές ασκούν επιρροή στο επιχειρηματικό σχέδιο;
- Σε ποιους πρέπει να στηρίζεσαι;

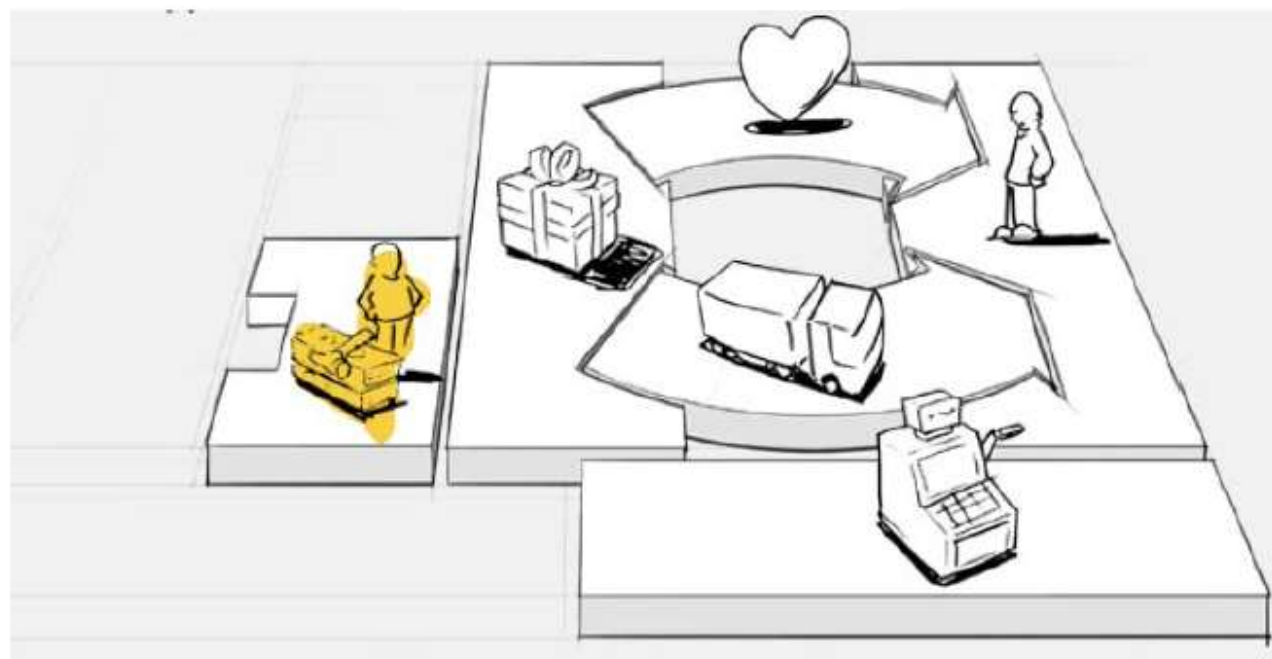


Πόροι (Key resources)

Ποιοι πόροι στηρίζουν το επιχειρηματικό σχέδιο της επιχείρησης;

Από που προέρχονται (πηγές ανανεώσιμες ή μη) και τι γίνεται μετά τη χρήση τους;

Υπάρχουν οι απαραίτητες δεξιότητες, γνώσεις και ικανότητες στο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης;



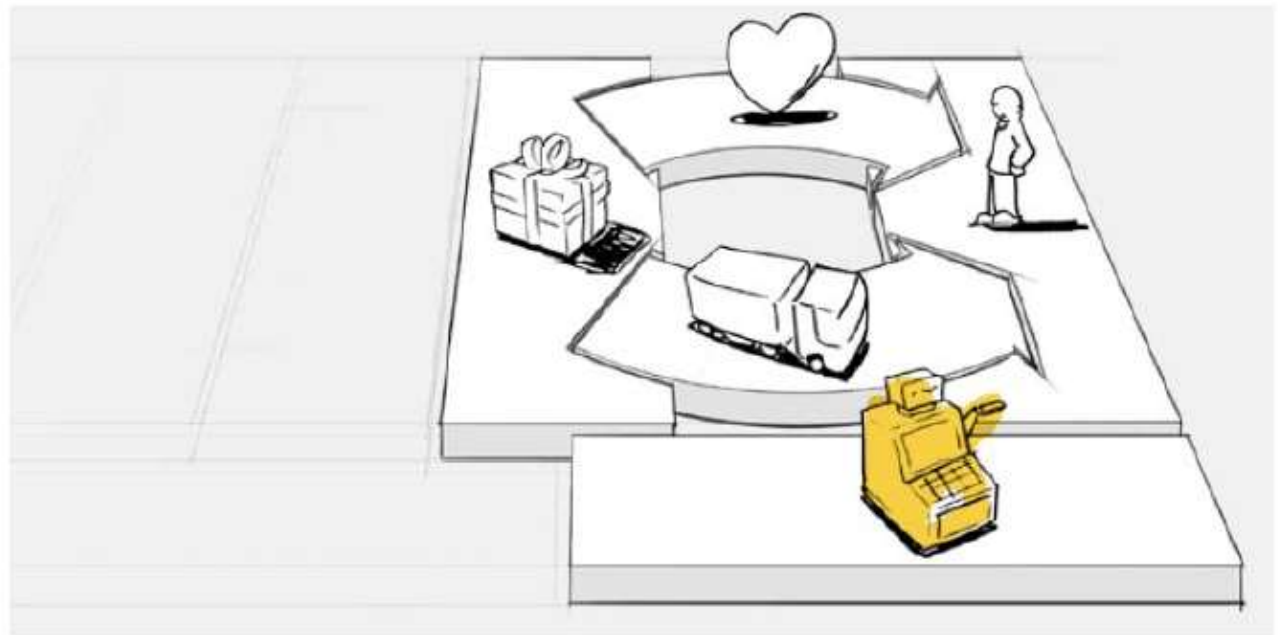
- Ποιοι πόροι στηρίζουν το επιχειρηματικό σας σχέδιο;
- Ποια περιουσιακά σας στοιχεία είναι ουσιώδη;



Ροές εσόδων (revenue streams)

Τι είναι διαθέσιμοι να πληρώσουν και με ποιο τρόπο;

Ποιες καινούριες υπηρεσίες μπορούν να αυξήσουν τα έσοδα από τα υφιστάμενα προϊόντα, περιουσιακά στοιχεία ή το σύστημα διανομής;



- Τι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες σας; Πως;
- Τα έσοδα σας προέρχονται μέσω περιοδικών συναλλαγών ή είναι επαναλαμβανόμενα;



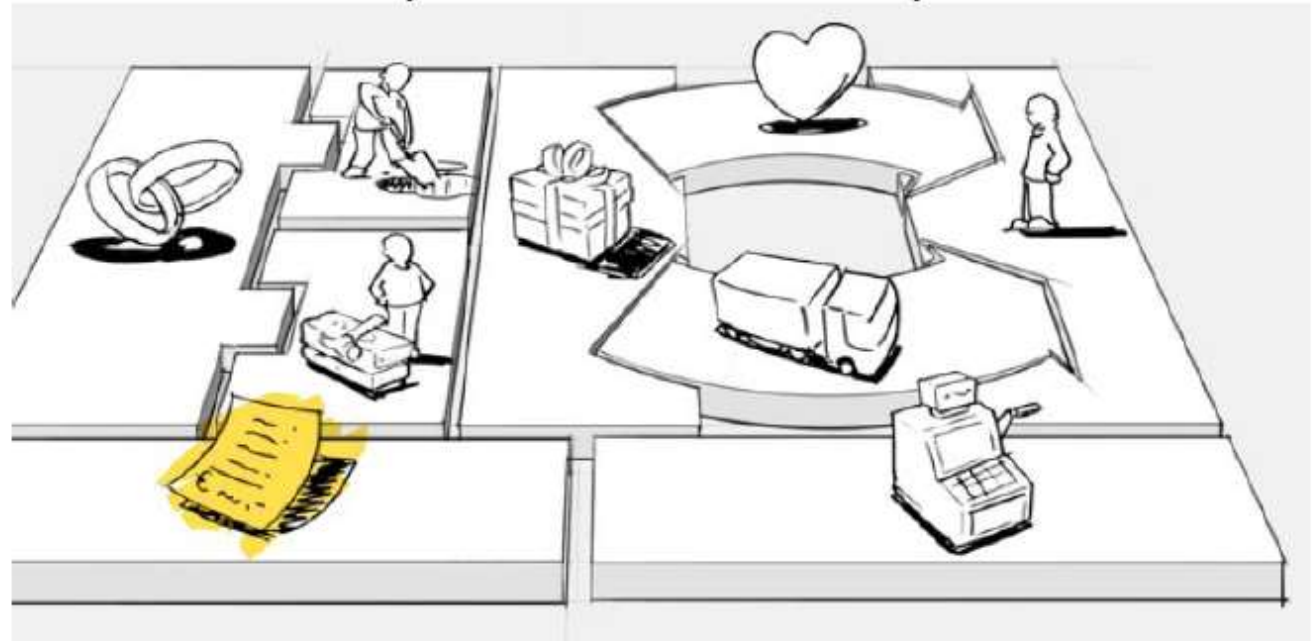
Διάρθρωση του κόστους (Cost structure)

Ποια είναι η δομή του κόστους της επιχείρησης;

Ποιο κόστος θα μπορούσε να μοιραστεί ή να μειωθεί μέσω άλλων χρηστών και συνεργατών;

Θα μπορούσε η επιχείρηση να μεταβεί από ένα μοντέλο ιδιοκτησίας μη χρησιμοποιημένων στοιχείων σε πληρωμή για πρόσβαση και χρήση;

Πώς μπορεί η επιχείρηση να μειώσει την αστάθεια του κόστους και την εξάρτηση από τη χρήση πεπερασμένων πόρων;



- Ποια είναι η δομή του κόστους;
- Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τα κόστη σας;



Εσύ πως θα μπορούσες να δημιουργήσεις αξία στην επιχείρησή σου;

1. Μπαίνουμε σε ομάδες των 4-5 ατόμων
2. Παίρνουμε ένα τροφικό απόβλητο της επιχείρησής μας
3. Σκεφτόμαστε μαζί μια ιδέα για να δημιουργήσουμε αξία με αυτό το υλικό
4. Συμπληρώνουμε τον καρβιά: <https://jamboard.google.com/d/1264HrcZ02-QUvhBtBnA4c0dkiYGviQxDOnhpimlzTwM/edit?usp=sharing>

Έχετε 20 λεπτά