**Шаблон за обука**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наслов** | Отворена економија | |
| **Клучни зборови** | Отворена економија, Платформи за споделување | |
| **Обезбедено од** | IDP | |
| **Јазик** | Англиски | |
| **Цели** | • Запознавање на целната група со светот на отворената економија;  • Поддршка на жените во отворање платформа за споделување;  • Подобрување на женските претприемачки вештини за управување со бизнис во отворена економија. | |
| **Резултати од учењето** | • Разбирање на вредностите и главните карактеристики на отворената економија;  • Распознавање на разликите помеѓу традиционалната и отворената економија;  • Стартување и управување со бизнис во отворена економија;  • Обезбедување и усогласување на понудата и побарувачката на платформа за споделување;  • Да се биде конкурентен и иновативен на пазарот за отворена економија. | |
| **Област на обука** | Дигитално претприемаштво во рурални средини |  |
| Женско претприемништво |  |
| Пристап до Финансии |  |
| Отворена економија |  |
| **Индекс на содржина** | **ОТВОРЕНА ЕКОНОМИЈА**  Единица 1 - Вовед во отворена економија  Секција 1: Дефиниција  Секција 2: Главни карактеристики  Секција 3: Историја на отворената економија  Секција 4: Предности и недостатоци за давателите на услуги  Секција 5: Видови платформи  Секција 6: Матрицата Перен и Козинест  Единица 2 - Како да започнете бизнис во отворената економија  Секција 1: Бизнис идеја  Секција 2: Како да започнете  Секција 3: Понуда и побарувачка  Секција 4: Снабдување преку Crowdsource  Секција 5: Совети и трикови  Секција 6: Како да се биде конкурентен | |
| **Развој на содржината** | **Единица 1 - Вовед во отворена економија**  Секција 1: Дефиниција  Отворената економија може да се опише како нов економски модел во кој стоките и ресурсите се разменуваат или споделуваат меѓу поединци и групи на заеднички начин, така што физичките средства стануваат услуги.  Отворената економија е тесно поврзана со развојот на нови информатички и комуникациски технологии, кои се комбинирани со традиционалните општи начини на работа.  Еве некои од најпознатите примери:   |  |  | | --- | --- | | Транспортни услуги  Uber  BlaBlaCar | Храна  Just Eat  Too Good To Go | | Сместување  Airbnb | Половна е-трговија  Ebay  Vinted  Wallapop |   Секција 2: Главни карактеристики  • Колаборативна потрошувачка  Употреба на стоки наместо имот - привремен пристап до стоки преку позајмување или изнајмување  • Размена меѓу колеги  Давателите на услуги во директен контакт со потрошувачите  Човечки односи меѓу еднаквите  • Понудата и побарувачката се совпаѓаат на дигиталните платформи  (двострани платформи)  • Експлоатација/подобро искористување на помалку искористените средства  • Намалено влијание врз животната средина, одржливост  (против отпад и прекумерна потрошувачка)    Отворената економија придонесува за заштита на животната средина бидејќи:  1. Размената на стоки меѓу потрошувачите доведува до намалено купување;  2. Намаленото купување значи помала потреба за производство на нови производи;  3. Помалку производи гарантираат помал притисок врз природните ресурси;  4. Доколку не се потребни природни ресурси, има намалување на загадувањето и отпадот низ целиот синџир на снабдување.  Секција 3: Историја на отворената економија  Отворената економија се развила во САД, почнувајќи од 2008 година како реакција на финансиската криза.  Сепак, нејзината основна идеја е релативно стара; иновативната карактеристика е како мрежната технологија го овозможува споделувањето на глобално ниво. Ваквиот модел докажува како дигиталните технологии длабоко влијаат на социјалната структура и социјалните интеракции.  Отворената економија е еден од најбрзо растечките пазари во историјата.  Од 2010 година, инвеститорите придонеле преку 23 милијарди американски долари во финансирање на ризичен капитал за почетни компании кои користат акциски бизнис модел.  Овој феномен добил голема популарност преку две старт-ап претпријатија од Сан Франциско: Airbnb и Uber. Последнава стана најголемата такси компанија во светот за 10 години. Таа направи револуција во транспортните услуги ставајќи ги самовработените возачи директно во контакт со други луѓе преку дигитална платформа.  Љубопитност:  Терминот Uberisation се користи за означување на економскиот феномен на:  - Елиминирање на посредникот  - Услуги за дигитализација  - Административна леснотија  Секција 4: Предности и недостатоци за давателите на услуги  Предности:  • Нови области на вработување  • Флексибилно работно време  • Можност за извршување на повеќе работни места  • Бесплатно и привлечно наградување  Недостатоци:  • Потпирање на технологијата  • Ограничена безбедност  • Недостиг на законска регулатива и нелојална конкуренција  Секција 5: Видови платформи  Перен и Козинест во нивниот истражувачки труд Пазари на латерална размена (2018) дадоа алатка за подобро разбирање на различните типови на бизниси кои работат во отворената економија.  Алатката има форма на матрица која вклучува две димензии:  1. Консоцијалност  Степенот во кој членовите на платформите се вклучени во социјална интеракција.  2. Посредување со платформа  Степенот до кој трансакциите течат до провајдерот на платформата.  На овие две димензии се засноваат четири типа платформи за отворената економија:  1. Овозможувачи  2. Форуми  3. Посредници  4. Хабови  Секција 6: Матрицата Перен и Козинест  Source: Sharing Economy Typologies - Perren and Kozinest (2018)    Единица 2 - Како да започнете бизнис во отворена економија  **Дел 1: Бизнис идеја**  За да започнете бизнис во отворената економија, важно е да:  „Одвојте време да барате вистински проблеми на кои им треба вистински решенија, проблеми кои најдобро можат да ги решат самите заедници“. (Бучински, 2013).  За да се инспирирате, ова се некои потенцијални бизнис идеи кои може да се прилагодат на одредена целна група или на локален контекст.    • Купувајње, продавајње и заменување облека  • Платформи за изнајмување на паркинг простор  • Платформи за споделување образование  • Социјална исхрана  • Испорака на храна, заштеда на храна  • Услуга за заеми за технологија peer-to-peer  • Изнајмување накит  • Делење превоз  • Центар на креативни/деловни активности, платформи за соработка  • Платформа за хонорарци  Секција 2: Како да започнете  1. Пред сè, спроведете истражување меѓу луѓето за да ги откриете „вистински проблеми за кои треба вистински решенија“.  2. Откако ќе ја идентификувате бизнис идејата, врз основа на вашето искуство и резултатите од истражувањето меѓу луѓето, Тестирајте ја и потврдете ја вашата идеја.  Пример:  Основачот на апликацијата за споделување храна OLIO (видете ја најдобрата практика на овој модул), ја потврди својата идеја за група на WhatsApp, која е брзо и евтино решение. Таа вклучила мала група луѓе кои живееле блиску еден до друг и побарале од нив 2 недели да го даваат вишокот храна што ја имаат во групата. Резултатот и повратните информации била многу позитивни и идејата била лансирана.  5. Откако ќе се потврди, дознајте за инвеститорите кои се подготвени да ја поддржат идејата.  Ако не ги поседувате техничките вештини за дизајнирање платформа, ангажирајте агенција за развој или професионални програмери (разгледајте ги овие трошоци кога го планирате почетниот буџет).  4. Пред официјалното лансирање на производот, треба да се лансира минимална одржлива верзија на производот на платформата за да се собираат повратни информации од првите корисници.  5. По нагодувањето врз основа на примените влезови, бизнисот е подготвен да започне.  **Секција 3: Понуда и побарувачка**  Отворената економија функционира преку двострани платформи, хранејќи ја и понудата и побарувачката.  Во традиционалната економија:  • Фирмите регрутираат клиенти и создаваат сопствена понуда;  • Давателите на услуги се вработени во компанијата.  Спротивно на тоа, во отворената економија:  • Фирмите регрутираат и клиенти и даватели на услуги;  • Давателите не се вработени.  Како да се балансираат понудата и побарувачката во отворената економија?  Додека традиционалните фирми можат да отпуштат или вработуваат вработени, во отворената економија постојат алтернативни стратегии:  • Зголемени цени во одредена област кога побарувачката е висока преку специфичен алгоритам;  • Намалување на клиентите кои се подготвени да платат за услугите и зголемување на давателите на услуги кои се подготвени да служат.  Секција 4: Снабдување преку Crowdsource  Во отворената економија, понудата е преку crowdsourcing, а добавувачите не се вработени.  Кои се ризиците?  • Помала контрола врз добавувачите;  • Ризик од неквалитетни услуги.  Како да се ублажат тие ризици?  • Внимателен избор на добавувачи (проверки на позадината)  • Обука и тестови  • Систем за рејтинг (елиминирање на добавувачи со пониски поени)  За да се поттикне понудата и побарувачката треба да се усвојат различни стратегии.  Пример  Услуга што им овозможува на сопствениците на автомобили кои паркираат на аеродромот да ги изнајмуваат своите автомобили на други патници:  • Наоѓа изнајмувачите преку платено рекламирање, како што се рекламирање на екранот или ситем кој ги поврзува со луѓе кои бараат да изнајмат возило;  • Ја зголемува понудата на сопственици на автомобили преку односи со јавноста, печатени примери или од човек на човек.  Секција 5: Совети и трикови  1. Негувајте доверба  Транспарентноста е суштински дел од peer-to-peer светот.  Позитивните прегледи и оценки на интернет се навистина клучни за стекнување на доверба од потрошувачите.  Пример:  Платформата за чување домашни миленичиња, која ги поврзува сопствениците на домашни миленици на кои им е потребна услуга за чување на милениче, треба да ја поттикне довербата преку нудење консултации 24/7 со ветеринар, премиум осигурување за домашни миленици или споделување фотографии и видеа од вработените во интеракција со милениците (види Rover).  2. Претпочитувајте едноставни плаќања  Целиот процес треба да биде без хартија и автоматизиран. Клиентите треба да можат да плаќаат ист надоместок преку онлајн платформата, додека давателите на услуги треба да добиваат плати преку PayPal, кредитна картичка или чек.  3. Градење бренд, вмрежување и комуникација  Отворената економија се однесува на заедницата и комуникацијата.  Социјалните медиуми играат интегрална улога во градењето на брендот и потрагата по нови клиенти или партнери. Не избегнувајте негативен фидбек или критики; секогаш разгледувајте ги истите.  Секција 6: Како да се биде конкурентен  Денес, има многу достапни услуги и платформи за споделување.  Луѓето ги избираат тие услуги главно поради пониските цени; за да се задржи понудата привлечна, затоа е неопходно да се биде конкурентен во позиционирањето на цените.  Меѓутоа, ако крајната цел е да се создадат иновативни решенија, има уште многу што треба да се направи:  Недостигот од регулација во отворената економија често резултира со експлоатација на добавувачите или негативно влијае на традиционалната економија.    Постои зголемена свест за „мрачните страни“ на отворената економија; поради оваа причина, луѓето се повеќе и повеќе бараат поправедни и одржливи начини на потрошувачка.    Новите бизниси треба да ја вратат отворената економија во нејзиното првобитно значење, преку создавање и развој на:  • Практики за одржлива потрошувачка;  • Чувство на припадност кон заедница.  Клучни наоди  1. Отворената економија е нов феномен кој може да донесе неколку можности.  2. Отворената економија се заснова на размена меѓу луѓе, употреба на дигитални платформи и одржливост.  3. Во отворената економија не мора да се регрутираат само клиенти туку и даватели на услуги. Понудата мора да биде преку групно финансирање, додека понудата и побарувачката се совпаѓаат на дигиталните платформи.  4. Финансирањето преку краудсорсинг може да биде ризично, но постојат различни стратегии за ублажување на потенцијалните ризици.  5. Денес има многу платформи за споделување. Па, како да се биде иновативен? Одржливите практики на потрошувачка и чувството на припадност кон заедницата се клучните. | |
| **Речник** | Минимален остварлив производ  Минимален остварлив производ (MVP) е производ со доволни карактеристики за да привлече клиенти кои брзо ќе го сакаат и да ја потврди идејата за тој производ на почетокот на развојниот циклус на производот.  MVP е тест со целосен обем во реалната состојба на пазарот за почетни производи; помага да се изгради интеракција со целната публика и да се привлече вниманието на потенцијалните клиенти и да се исполнат нивните потреби. | |
| **Само-евалуација (прашања и одговори со заокружување)** | 1. Кои се карактеристиките на отворената економија?  а) Колаборативна потрошувачка, размена меѓу колеги и одржливост  б) Хиерархиски односи помеѓу производителот и потрошувачот  в) Индивидуална потрошувачка, размена меѓу колегите и одржливоста  2. Која реченица е точна?  а) Во традиционалната економија, фирмите не создаваат сопствена понуда  б) Во отворената екомонија, фирмите регрутираат и клиенти и даватели на услуги  в) Во отворената економија, фирмите вработуваат вработени  3. Како се обезбедува понудата во отворената економија?  а) Преку ангажирање на вработени  б) Снабдувањето се набавува преку дигитална платформа  в) Набавката ја произведува компанијата  4. Како да се ублажат ризиците од групното финасирање?  а) Регрутирајте што е можно повеќе добавувачи  б) Избегнувајте проверки на добавувачите  в) Спроведување проверки на добавувачи, обука, испити и систем за оценување  5. Како да се биде конкурентен и иновативен на пазарот на отворена економија?  а) Промовирање на практики за одржлива потрошувачка и чувство на припадност во заедница  б) Промовирање на индивидуалистички навики и практики  в) Одржувајте ги цените ниски по цена на експлоатација на давателите на услуги, а не на одржливи практики | |
| **Библиографија** | Perren & Kozinets (2018), *Lateral Exchange Markets*  <https://www.semanticscholar.org/paper/Lateral-Exchange-Markets%3A-How-Social-Platforms-in-a-Perren-Kozinets/62b266886e146ec22fbe3e30d95c498a3c1307c3>  Buczynski B. (2013), *Sharing is good. How to Save Money, Time and Resources through Collaborative Consumption,* New society Publishers.  <https://www.amazon.com/Sharing-Good-Resources-Collaborative-Consumption/dp/086571746X?asin=086571746X&revisionId=&format=4&depth=1>  Heinonen S. & Poutanen W. (2019), *Communal sharing helps the environment in rural areas,* Circblog (consulted on 2022/11/20)  <https://www.circwaste.fi/en-US/Current/Circblog/Communal_sharing_helps_the_environment_i(53663)>  Collin P. (2021), *The sharing economy: Definition, examples and advantages,* Selectrta (consulted on 2022/11/20)  <https://climate.selectra.com/en/environment/sharing-economy> | |
|  | Women in Sharing Economy  <https://www.benitamatofska.com/single-post/2018/03/06/the-best-place-for-women-is-in-the-sharing-economy>    Women Forum for Economy & Society – *A sharing economy?*  <https://www.youtube.com/watch?v=MSGwgBLqUDo&t=797s> | |