**Modul obuke**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Naziv** | Ekonomja deljenja | |
| **Ključne reči** | Ekonomija deljenja, platforme za deljenje | |
| **Pripremio** | IDP | |
| **Jezik** | Srpski | |
| **Ciljevi** | * Uvesti ciljnu grupu u svet ekonomije deljenja; * Podržati žene u pokretanju platforme za deljenje; * Unaprijediti preduzetničke veštine žena za upravljanje poslom u ekonomiji deljenja. | |
| **Ishodi učenja** | * Nakon završene obuke polaznici će biti u stanju da: * Razumeju vrednosti i glavne karakteristike ekonomije deljenja; * Poznaju razlike između tradicionalne i ekonomije deljenja; * Pokrenu i upravljaju poslovanje u ekonomiji deljenja; * Osiguraju i usklade ponudu i potražnju na platformi za deljenje; * Budu konkurentni i inovativni na tržištu ekonomije deljenja. | |
| **Oblasti obuke** | Digitalno preduzetništvo u ruralnim sredinama |  |
| Žensko preduzetništvo |  |
| Pristup finansijama |  |
| Ekonomija deljenja |  |
| **Sadržaj** | **EKONOMIJA DELJENJA**  **Jedinica 1 – Uvod u ekonomiju deljenja**  Odeljak 1: Definicija  Odeljak 2: Glavne karakteristike  Odeljak 3: Istorija ekonomije deljenja  Odeljak 4: Prednosti i nedostaci za pružaoce usluga  Odeljak 5: Vrste platformi  Odeljak 6: Matrica Peren & Kozinesta  **Jedinica 2 – Kako započeti posao u ekonomiji deljenja**  Odeljak 1: Poslovna ideja  Odeljak 2: Kako početi  Odeljak 3: Ponuda i potražnja  Odeljak 4: Crowdsource snabdevanje  Odeljak 5: Saveti i trikovi  Odeljak 6: Kako biti konkurentan | |
| **Opis** | **Nastavna jedinica 1 – Uvod u ekonomiju deljenja**  **Odeljak 1: Definicija**  Ekonomija deljenja može se opisati kao **novi ekonomski model** u kojem se **dobra i resursi razmenjuju ili dele među pojedincima i grupama** na kolaborativni način, tako da **fizička sredstva postaju usluge**.  Ekonomija deljenja je striktno povezana sa razvojem novih informacionih i komunikacionih tehnologija, koje su kombinovane sa večitim komunalnim načinima rada.  Evo nekih od najpoznatijih primera:   |  |  | | --- | --- | | Usluge transporta  Uber  BlaBlaCar | Hrana  Just Eat  Too Good To Go | | Smeštaj  Airbnb | Polovna e-trgovina  Ebay  Vinted  Wallapop |   **Odeljak 2: Glavne karakteristike**  **Kolaborativna potrošnja**   * Korišćenje dobara umesto imovine – privremeni pristup dobrima kroz pozajmljivanje ili iznajmljivanje   **Peer to peer razmena**   * Pružaoci usluga u direktnom kontaktu sa potrošačima * Ljudski odnosi među jednakima   **Usklađenost ponude i potražnje na digitalnim platformama**  (dvostrane platforme)  **Eksploatacija/bolje korišćenje manje korišćenih sredstava**  **Smanjen uticaj na životnu sredinu, održivost**   * (protiv otpada i prekomerne potrošnje)     *Ekonomija deljenja doprinosi zaštiti životne sredine jer:*  1. Razmena dobara između potrošača dovodi do toga da kupuju manje;  2. Kupovati manje znači manje potrebe za proizvodnjom novih proizvoda;  3. Manje proizvoda garantuje manji pritisak na prirodne resurse;  4. Ako prirodni resursi nisu potrebni, dolazi do smanjenja zagađenja i otpada u celom lancu snabdevanja.  **Odeljak 3: Istorija ekonomije deljenja**  Ekonomija deljenja se razvila u Sjedinjenim Državama, počevši od 2008. godine kao reakcija na finansijsku krizu.  Međutim, njegova osnovna ideja je relativno stara; inovativna karakteristika je kako mrežna tehnologija omogućava deljenje na globalnom nivou. Takav model dokazuje kako digitalne tehnologije duboko utiču na društvenu strukturu i društvene interakcije.  Ekonomija deljenja je jedno od tržišta sa najbržim rastom u istoriji.  Od 2010. godine, investitori su doprineli preko 23 milijarde dolara u finansiranju rizičnog kapitala početnicima koristeći poslovni model zasnovan na akcijama.  Ovaj fenomen je stekao veliku popularnost kroz dva start-up preduzeća iz San Franciska: Airbnb i Uber. Ova druga je postala najveća taksi kompanija na svetu za 10 godina. Revolucionirao je transportne usluge stavljajući samozaposlene vozače u direktan kontakt sa drugim ljudima putem digitalne platforme.  **Radoznalost:**  Termin uberizacija se koristi da označi ekonomski fenomen:  - Eliminisanje posrednika  - Usluge digitalizacije  - Administrativna lakoća  **Odeljak 4: Prednosti i nedostaci za pružaoce usluga**  **Prednosti:**  • Nove oblasti zapošljavanja  • Fleksibilno radno vreme  • Mogućnost obavljanja više poslova  • Besplatne i atraktivne naknade  **Nedostaci:**  • Oslanjanje na tehnologiju  • Ograničena bezbednost  • Nedostatak zakonske regulative i nelojalna konkurencija  **Odeljak 5: Vrste platformi**  Perren i Kozinest u svom istraživačkom radu Lateral Ekchange markets (2018) pružili su alat za bolje razumevanje različitih tipova preduzeća koja posluju u ekonomiji deljenja.  Alat ima oblik matrice koja uključuje dve dimenzije:  1. Socijalnost  Stepen u kome su članovi platforme uključeni u društvenu interakciju.  2. Posredovanje platforme  Stepen u kojem transakcije teku do dobavljača platforme.  Na ove dve dimenzije zasnivaju se četiri tipa platformi ekonomije deljenja:  1. Snabdevaci  2. Forumi  3. Posrednici  4. Habovi  **Odeljak 6: Matrica Peren & Kozinesta**  Izvor: Tipologije ekonomije deljenja – Peren i Kozinest (2018)    **Jedinica 2 – Kako započeti posao u ekonomiji deljenja**  **Odeljak 1: Poslovna ideja**  Da biste pokrenuli posao u ekonomiji deljenja, važno je:  „Odvojite vreme da potražite stvarne probleme za koje su potrebna stvarna rešenja, probleme koje najbolje mogu da reše same zajednice.” (Bučinski, 2013).  Da biste dobili inspiraciju, ovo su neke potencijalne poslovne ideje koje se mogu prilagoditi određenoj ciljnoj grupi ili lokalnom kontekstu.     * Kupovina, prodaja i zamena odeće * Platforme za iznajmljivanje parking mesta * Platforme za deljenje obrazovanja * Društvena ishrana * Dostava hrane, ušteda hrane * Peer-to-peer usluga pozajmljivanja tehnologije * Iznajmljivanje nakita * Zajednički prevoz * Centar kreativnih/poslovnih aktivnosti, platforme za saradnju * Freelancing platforma   **Odeljak 2: Kako početi**  1. Pre svega, izvršite obimno istraživanje da biste otkrili „stvarne probleme za koje su potrebna prava rešenja“.  2. Nakon što identifikujete poslovnu ideju, na osnovu vašeg iskustva i rezultata desk istraživanja, testirajte i potvrdite svoju ideju.  **Na primer:**  Osnivač aplikacije za deljenje hrane OLIO (pogledajte dokument Primer dobre prakse koje je dat uz ovaj modul), potvrdio je svoju ideju na WhatsApp grupi, da je ona brzo i jeftino rešenje. OLIO je uključila malu grupu ljudi koji žive blizu jedni drugih i zamolila ih da 2 nedelje dodaju višak hrane koju su imali u grupu. Rezultat i povratne informacije su bili veoma pozitivni i ideja je pokrenuta.  3. Kada bude potvrđeno, potražite investitore koji su spremni da podrže ideju.  Ako nemate tehničke veštine za dizajniranje platforme, angažujte razvojnu agenciju ili profesionalne programere (uzmite u obzir ove troškove kada planirate početni budžet).  4. Pre zvaničnog lansiranja proizvoda, potrebno je pokrenuti minimalnu održivu verziju proizvoda platforme kako bi se prikupile povratne informacije od prvih korisnika.  5. Nakon finog podešavanja na osnovu primljenih inputa, posao je spreman za početak.  **Odeljak 3: Ponuda i potražnja**  Ekonomija deljenja funkcioniše preko dvostranih platformi, hrani i ponudu i potražnju.  **U tradicionalnoj ekonomiji:**  • Firme regrutuju kupce i kreiraju sopstvenu ponudu;  • Pružaoci usluga su zaposleni u kompaniji.  **Naprotiv, u ekonomiji deljenja:**  • Firme zapošljavaju i kupce i dobavljače;  • Provajderi nisu zaposleni.  Kako uravnotežiti ponudu i potražnju u ekonomiji deljenja?  Dok tradicionalne firme mogu otpuštati ili zapošljavati zaposlene, u ekonomiji deljenja postoje alternativne strategije:  • Rast cena u određenoj oblasti kada je potražnja visoka kroz određeni algoritam;  • Smanjenje kupaca koji su spremni da plate za usluge i povećanje provajdera spremnih da pružaju usluge.  **Odeljak 4: Saveti i trikovi**  **1. Foster Trust**  **Transparentnost je suštinski deo peer-to-peer sveta.**  Pozitivne onlajn recenzije i ocene su zaista ključne za sticanje poverenja potrošača.  **Primer:**  Platforma za čuvanje kućnih ljubimaca, koja povezuje vlasnike kućnih ljubimaca kojima su potrebne usluge smeštaja ili sedenja, trebalo bi da podstakne poverenje kroz konsultacije veterinara 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji, premium osiguranje kućnih ljubimaca ili deljenje fotografija i video snimaka čuvara koji komuniciraju sa kućnim ljubimcima (pogledajte Rover).  **2. Neka plaćanja budu jednostavna**  Ceo proces treba da bude bez papira i automatizovan. Korisnici bi trebalo da budu u mogućnosti da plate paušalnu naknadu preko onlajn platforme, dok bi provajderi usluga trebalo da primaju plate preko PaiPal-a, kreditne kartice ili čeka.  **3. Izgradnja brenda, umrežavanje i komunikacija**  Ekonomija deljenja se odnosi na zajednicu i komunikaciju.  Društveni mediji igraju važnu ulogu u izgradnji brenda i potrazi za novim klijentima ili partnerima. Ne izbegavajte negativne povratne informacije ili kritike; uvek sarađujte sa njima.  **Odeljak 5: Kako biti konkurentan**  Danas je na raspolaganju mnogo usluga i platformi za deljenje.  Ljudi biraju te usluge uglavnom zbog nižih cena; da bi ponuda bila atraktivna, stoga je neophodno biti konkurentan u pozicioniranju cena.  Međutim, ako je konačni cilj stvaranje inovativnih rešenja, ima još mnogo toga da se uradi:  Nedostatak regulacije u ekonomiji deljenja često rezultira eksploatacijom dobavljača ili negativno utiče na tradicionalnu ekonomiju.  Postoji sve veća svest o „tamnim stranama“ ekonomije deljenja; iz tog razloga ljudi su sve više u potrazi za pravednijim i održivim načinima potrošnje.  Nova preduzeća bi trebalo da vrate ekonomiju deljenja njenom prvobitnom značenju, stvaranju i razvoju:  • Praksa održive potrošnje;  • Osećaj pripadnosti zajednici.  **Sumiranje**  1. Ekonomija deljenja je nova pojava koja može doneti nekoliko prilika.  2. Ekonomija deljenja zasnovana je na međusobnoj razmeni, korišćenju digitalnih platformi i održivosti.  3. U ekonomiji deljenja moraju se regrutovati ne samo kupci već i dobavljači. Ponuda mora da bude korišćena, dok se ponuda i potražnja podudaraju na digitalnim platformama.  4. Crowdsourcing ponuda može biti rizična, ali postoje različite strategije za ublažavanje potencijalnih rizika.  5. Danas postoji mnogo platformi za deljenje. Pa kako biti inovativan? Praksa održive potrošnje i osećaj pripadnosti zajednici su ključ. | |
| **Rečnik** | **Minimalno održivi proizvod**  Minimalno održivi proizvod (MVP) je proizvod sa dovoljno funkcija da privuče kupce koji su rano usvojili i potvrdi ideju proizvoda u ranoj fazi ciklusa razvoja proizvoda.  MVP je kompletan test u stvarnoj situaciji na tržištu za start-up proizvode; pomaže da se izgradi interakcija sa ciljnom publikom i privuče pažnju potencijalnih kupaca i ispuni njihove potrebe. | |
| **Samo procena (zaokruživanje tačnog odgovora od ponudjenih)** | 1. Koje su karakteristike ekonomije deljenja?  **a) Kolaborativna potrošnja, međusobna razmena i održivost**  b) Hijerarhijski odnosi između proizvođača i potrošača  c) Individualna potrošnja, međusobna razmena i održivost  2. Koja rečenica je istinita?  a) U tradicionalnoj ekonomiji, preduzeća ne stvaraju sopstvenu ponudu  **b) U ekonomiji deljenja, firme angažuju i kupce i dobavljače**  c) U ekonomiji deljenja, firme zapošljavaju zaposlene  3. Kako se obezbeđuje snabdevanje u deljenoj ekonomiji?  a) Angažovanjem zaposlenih  **b) Snabdevanje se vrši preko digitalne platforme**  c) Snabdevanje proizvodi kompanija  4. Kako ublažiti rizike nabavke crowdsourcinga?  a) Angažovati što više dobavljača  b) Izbegavajte provere dobavljača  **c) Usvojiti proveru dobavljača, obuku, ispite i sistem ocenjivanja**  5. Kako biti konkurentan i inovativan na tržištu ekonomije deljenja?  **a) Promovisanje prakse održive potrošnje i osećaja pripadnosti zajednici**  b) Promovisanje individualističkih navika i prakse  c) Održavati niske cene po cenu eksploatacije dobavljača, a ne održive prakse | |
| **Bibliografija** | 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> | |
| **Izvori (videa, referentni link)** | 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> | |