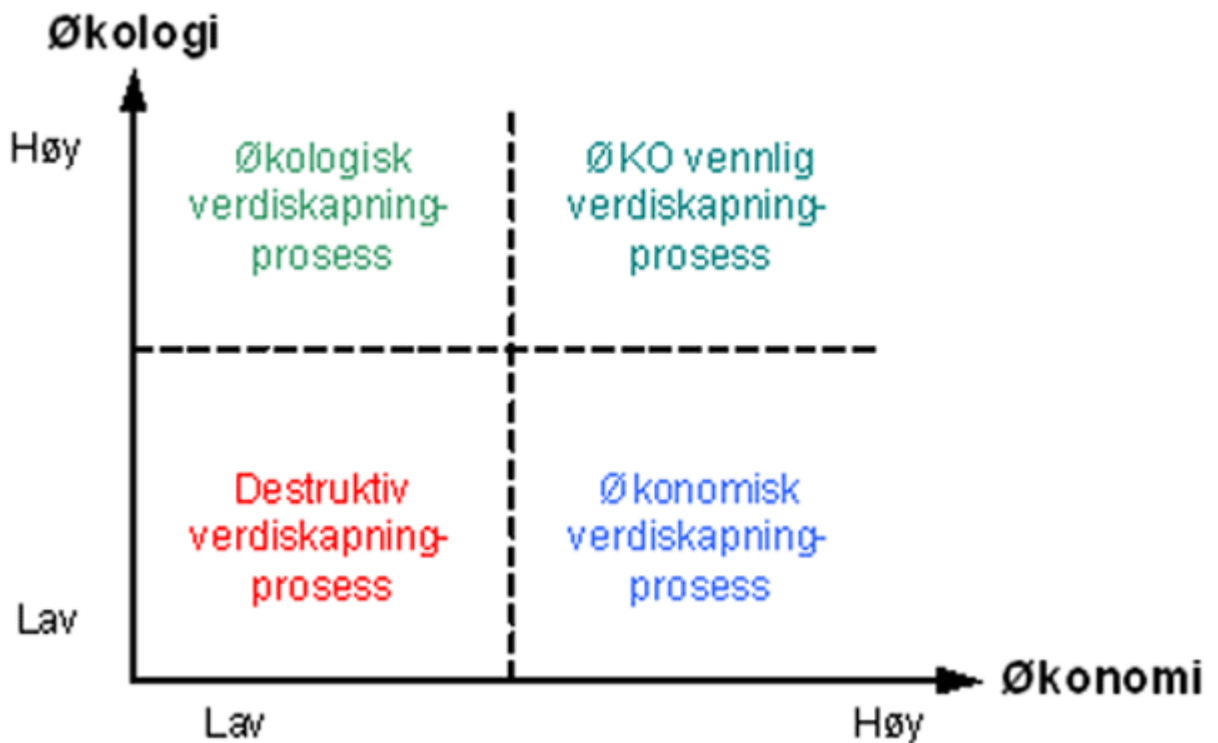


# ØKO-modellen

## Økologi som konkurransefortrinn og forretningsmodell



I denne læreboken lærer du hvordan du kan bruke ØKOLOGI som konkurransefortrinn og forretningsmodell gjennom å ta i bruk ØKO-modellen.

# Innhold

<b>1 ØKO-modellen - fremtidens konkurransefortrinn og forretningsmodell</b> .....	<b>5</b>
1.1 Hva er ØKO-modellen? .....	6
1.2 Målet er å skape bærekraftig utvikling.....	7
1.3 Fra ren økonomisk tenkning til en integrert tenkning .....	8
1.4 Økologien setter rammebetingelsene for økonomien .....	8
1.5 Økologi er et fremtidig konkurransefortrinn .....	9
1.6 Hva er økonomi og økologi, og hvilken sammenheng finnes? .....	10
1.7 Økologiens betydning for økonomien .....	11
1.8 Men hva er økonomi ?.....	11
1.9 Tilgjengelige ressurser .....	11
1.10 Menneskelige behov.....	13
<b>2 Bærekraftig utvikling</b> .....	<b>15</b>
2.1 Definisjon av bærekraftig utvikling .....	15
2.2 Hva inngår i begrepet bærekraftig utvikling? .....	16
2.3 Hvordan oppnå bærekraftig utvikling?.....	16
2.4 Økologi (miljø) .....	17
2.5 Økonomi .....	18
2.6 Sosiale forhold.....	19
2.7 4 nivå for bærekraftig utvikling .....	20
2.8 Internasjonalt nivå.....	20
2.9 Nasjonalt nivå .....	20
2.10 Næringsliv nivå.....	22
2.11 Familien og personlig nivå .....	23
<b>3 ØKO-modellen (ECO-modell)</b> .....	<b>24</b>
3.1 ØKO-modellens mål .....	26
3.2 Bærekraftig utvikling på næringslivs nivå .....	27
3.3 ØKO-modellens grunnpilarer .....	27
3.4 4 mulige forretnings- og verdiskapningmodeller .....	29
3.4.1 Strategi 1: Destruktiv verdiskapningprosess.....	30
3.4.2 Strategi 2: Økonomisk verdiskapningprosess.....	30
3.4.3 Strategi 3: Økologisk verdiskapningprosess .....	31
3.4.4 Strategi 4: Øko-vennlig verdiskapningprosess .....	32
3.5 Organisasjonen og markedssystemets rolle i ØKO-modellen .....	32
3.6 Samspillet avgjør suksessen.....	33
3.7 Utgangspunktet er kundenes behov og forventninger .....	33
3.8 Organisasjonen avgjør suksessen .....	34
<b>4 Hvilke virksomheter passer ØKO-modellen for?</b> .....	<b>34</b>
4.1 Hvem har minst å hente? .....	35
4.2 Hvem har mest å hente? .....	35
4.3 Myndighetenes belønningssystem .....	36
4.4 Markedets modenhet.....	37
4.5 Konkurranseintensitet.....	38
<b>5 ØKO-modellen som et strategisk beslutningsverktøy</b> .....	<b>38</b>
5.1 ØKOLOGI/ØKONOMI .....	40
5.2 VEKST/KONKURRANSEFORTRINN .....	41

<b>5.3 MARKEDSANDEL/KUNDEVERDI .....</b>	<b>43</b>
<b>5.4 SKALERBARHET/KUNDEVERDI .....</b>	<b>46</b>
<b>5.5 ØKO-modellen må skape konkurransefortrinn .....</b>	<b>49</b>
5.5.1 Ressurstilgang.....	50
5.5.2 Omdømme og evoked set .....	51
5.5.3 Innovasjon og kunnskap.....	51
5.5.4 Større vekstpotensiale basert på en bærekraftig utvikling .....	51
5.5.5 Subsidier og økonomiske stimuli .....	52
5.5.6 Høyere betalingsvillighet.....	52
5.5.7 Samfunnsansvar .....	53
<b>5.6 ØKO-modellens 10 forutsetninger .....</b>	<b>53</b>
5.6.1 Helhetlig tenkning .....	53
5.6.2 10 forutsetninger .....	53
<b>5.7 ØKO-modellens ressursbruk.....</b>	<b>56</b>
5.7.1 Ressurskrav.....	57
5.7.2 Ressursanalyser .....	57
5.7.3 Strategiske ressurser.....	57
5.7.4 Kjerne- og støtteressurser .....	58
5.7.5 Kundeverdianalyse .....	60
5.7.6 Leverandørkrav.....	60
5.7.7 Ressursforvaltning.....	61
<b>5.8 ØKO-modellens omdømme .....</b>	<b>61</b>
5.8.1 Kundens betalingvillighet.....	61
5.8.2 Dagens omdømme .....	62
5.8.3 Mulige strategier.....	62
5.8.4 Omdømme strategi.....	63
5.8.5 Merkevarerstrategi.....	63
<b>5.9 ØKO-modellens forretningside .....</b>	<b>64</b>
5.9.1 Må starte med strategisk tenking.....	64
5.9.2 Forretningside .....	64
5.9.3 Historien/ideen en må angi virksomhetens konkurransefortrinn ...	67
5.9.4 Misjonen må angi hvilken ØKO-modell som er valgt.....	67
5.9.5 Visjonen må angi det overordnede målet .....	68
5.9.6 Hvorfor er forretningsideen viktig? .....	69
<b>5.10 ØKO-modellens forretnings- og inntektmodell .....</b>	<b>70</b>
5.10.1 Hva er en forretningsmodell? .....	70
<b>5.11 Hva inngår i forretningsmodellen? .....</b>	<b>71</b>
<b>5.12 Inntektmodell .....</b>	<b>72</b>
<b>5.13 ØKO-modellens verdigrunnlag.....</b>	<b>73</b>
<b>5.14 ØKO-modellens forretningsmål og –strategi .....</b>	<b>75</b>
<b>5.15 ØKO-modellens verdiskapningmodell.....</b>	<b>75</b>
5.15.1 Må omfatte hele verdikjedesystemet.....	75
5.15.2 Må omfatte alt og alle i organisasjonen.....	76
5.15.3 Radikale og inkrementelle endringer.....	77
<b>5.16 ØKO-modellen krever en lærende organisasjon .....</b>	<b>78</b>
5.16.1 Endringsledelse .....	78
5.16.2 Lærende organisasjon.....	78
<b>5.17 ØKO-modellens opplæring og belønningssystem .....</b>	<b>79</b>
5.17.1 Opplæring .....	79
5.17.2 Rekruttering.....	80

5.17.3	Belønningssystemet.....	81
<b>5.18</b>	<b>ØKO-modellens arbeidsmodell .....</b>	<b>81</b>
5.18.1	Situasjonsanalyse.....	81
5.18.2	Endringsledelse .....	82
5.18.3	Grunnleggende endringsstrategier.....	83
5.18.4	Radikal endring strategi .....	83
5.18.5	Inkrementell endring strategi .....	83
5.18.6	Endring strategier og modeller .....	83
5.18.7	Top-down strategi.....	84
5.18.8	Arbeidsprosess.....	84
5.18.9	Troverdighet .....	84

# **1 ØKO-modellen - fremtidens konkurransefortrinn og forretningsmodell**

ØKO-modellen som presenteres i denne artikkelserien er fremtiden forretnings- og verdiskapningmodell. Dette fordi:

*”verken samfunnet, næringslivet eller enkeltindividene i verden kan oppnå varig økonomisk vekst hvis den ikke er basert på en [bærekraftig utvikling](#). ”*

Med **bærekraftig utvikling** menes:

*”en fremtid hvor vi eliminerer mesteparten av bruken av ikke-fornybare ressurser til fordel for fornybare ressurser i verdiskapningen og hvor oppmerksomheten er rettet mot hvordan vi kan redusere ressursbruken totalt sett gjennom verdiskapningprosessen, uten at dette går utover kundeverdiene”.*

Ettersom dette er et så sentralt begrep, tar jeg for meg begrepet [bærekraftig utvikling](#) i en egen artikkel i denne artikkelserien.