BUSINESS MODEL CANVAS

Smart City · perspektiva města

Viktor Beneš

1 · Klíčoví partneři

– Dodavatelé technologií a řešení
– Akademická pracoviště, NGO
– Financující instituce (EU, národní fondy)

Klíčovými partnery jsou vedle dodavatelů i akademická pracoviště, občanské iniciativy a další města v evropských programech typu Horizon Europe.

Smart City optika: Role města se mění ze zákazníka na "orchestrátora" sítě aktérů.

2 · Klíčové aktivity

– Plánování a strategie rozvoje
– Správa infrastruktury a služeb
– Legislativní a regulační činnost

Klíčovou aktivitou je "orchestrace" spolupráce mezi aktéry – inovační výzvy, regulatorní sandboxy, sledování dopadu pomocí KPI.

Smart City optika: Nastavuj kombinované financování, ne vše realizuj vlastními silami.

7 · Klíčové zdroje

– Městská infrastruktura (síť, doprava, budovy)
– Rozpočet a lidské zdroje úřadu

Vedle fyzické infrastruktury patří mezi klíčové zdroje i politická vůle, kontinuita vedení a kapacita úředníků.

Smart City optika: „Měkké" faktory jsou stejně rozhodující jako fyzická infrastruktura.

3 · Hodnotová nabídka

– Kvalita života obyvatel
– Konkurenceschopnost a atraktivita pro investory
– Environmentální a sociální odolnost

Hodnota města je trojrozměrná – ekonomická konkurenceschopnost, kvalita života a environmentální i sociální odolnost současně.

Smart City optika: Nejde o prodej produktu, ale o spoluvytvářenou veřejnou hodnotu.

4 · Vztahy s obyvateli

– Informování a komunikace
– Participativní procesy
– Občanské panely a living labs

Vztah s občany se posouvá od jednosměrného poskytování služeb k participativnímu spoluvytváření řešení.

Smart City optika: Living labs, participativní rozpočty a vzájemná oboustranná komunikace zvyšují legitimitu i adopci.

6 · Distribuční kanály

– Úřední komunikace
– Digitální portály a aplikace
– Veřejné workshopy a hackathony

Vedle technického doručení služby hraje zásadní roli komunikační kanál k veřejnosti: média, portály, workshopy.

Smart City optika: Komunikace je sama o sobě klíčovým faktorem adopce a důvěry.

5 · Beneficienti

– Obyvatelé a občané
– Místní podniky a investoři
– Zranitelné skupiny, návštěvníci

Beneficienti zahrnují obyvatele, místní podniky, zranitelné skupiny i samotné město formou provozních úspor.

Smart City optika: Rozliš potřeby jednotlivých skupin explicitně.

8 · Nákladová struktura / rozpočet

– Investiční náklady (CAPEX)
– Provozní náklady (OPEX)

Rozpočet by měl kombinovat přímé náklady s hodnotou zachycenou v celé síti aktérů, ne jen vlastní výdaje.

Smart City optika: Hledej kombinované financování (dotace EU, PPP, daňové pobídky).

9 · Zdroje hodnoty (příjmů)

– Daně a poplatky
– Provozní úspory
– Dotace a granty

„Příjem" města je širší pojem než peníze, protože zahrnuje i nemonetární hodnotu: úspory, růst daňové základny, vyhnuté náklady, nové občany, kvalitnější ovzduší apod.

Smart City optika: Hodnota není jen finanční! Kvalita života se skládá z mnoha aspektů, které je třeba definovat a měřit.

Zdroje: Giourka et al. (2019), Energies · Shetty et al. (2020), BAM Conference · viktorbenes.org