

МОДЕЛІ ВПЛИВУ:

метод, який допомагає некомерційним організаціям, або організаціям, які ціллю своєї діяльності ставлять прибуток, функціонувати стабільно та водночас здійснювати максимальний вплив на спільноту, якій вони служать

- 1. Продукт для послуги/доступу:** продукт, який зменшує вартість доступу до важливих послуг для осіб, громад чи організацій, що протребують допомоги. Часто описується як необхідний перегляд моделі «один за один». Stone + Cloth, re:char, LSTN Headphones.
- 2. Один за один:** модель, що дозволяє користувачу купувати продукт, що одночасно спонсорує повністю або зменшує вартість такого самого продукту для осіб, громад чи організацій, що потребують допомоги. TOMS, One Laptop Per Child, BOGO Bowl.
- 3. Відсоток від продуктів, що виробляє компанія:** модель, в якій організація жертвує частину товарів, що вона виробляє для осіб, громад чи організацій, що потребують допомоги. Microsoft, Kraft Foods, Google, Marriott International, Pfizer.
- 4. Робочі місця для громад, що знаходяться у стані розвитку:** продукт чи сервіс, що виробляється/пропонується таким чином, що дозволяє бізнесові створювати робочі місця для людей з громад, що знаходяться у стані розвитку чи змін. Would-Works, Homeboy Industries.
- 5. Ресайкл/Апсайкл:** Продукти, що виробляються із переробленого матеріалу або продукти, які вираються з продуктів, що вже вважалися непотребом. Також ця модель може включати у себе участь компанії чи індивідуума в адвокації запровадження практик сталого розвитку на робочому місці чи вдома. Terracycle, Hipcycle, KEEN, Atayne.
- 6. Відсоток від доходу/виручки:** за даною моделлю компанії, що надають послуги або виробляють продукт віддають визначений відсоток від їхнього доходу або виручки щороку, щокварталу або частіше. Product Red, Big Wheel Brigade.
- 7. Соціальна обізнаність:** бізнес, що надає сервіси чи виробляє продукти, який присвячує свою діяльність на виготовлення продуктів або надання послуг, що збільшують обізнаність про якусь важливу подію чи явище. Sevenly, Falling Whistles, KONY (Invisible Children), Buena Nota.
- 8. Мікро-кредит:** це форма фінансування, що дозволяє приватним особам або компаніям надавати кредити бідним позичальникам, які, як правило, не мають застави та кредитної історії, які можна перевірити. Kiva, Grameen Bank, MicroEnsure.
- 9. Знижки за виконання певних умов:** це модель, що винагороджує користувачів он-лайн та офф-лайн майданчиків робити хороші вчинки, змінювати свою поведінку на краще, або проявляти геройські вчинки заради ініціації змін у оточуючому середовищі. Hummus Bar.
- 10. Градація цін:** Продукти, які надаються компаніями за рахунок градованих цін, що дозволяє певним ринкам субсидувати тих, хто їх потребує, через їхні покупки. South Central Farmers Organic Cooperative, Clifton's Cafeteria.
- 11. Робочі місця для людей з обмеженими можливостями:** продукт чи послуга, що виробляється/надається таким чином, що це дозволяє бізнесам створити робочі місця для тих, хто стикнувся з проблемами зі здоров'ям і має певні обмеження у здійсненні професійної діяльності. Celebrate Autism, Rising Tide Car Wash.
- 12. Про-Боно Пабліко:** що фактично означає "для добра народу". Вид філантропічної діяльності в якому бізнес виділяє свій час і знання без оплати. Є відомості про те, що в кінці 1800-их така практика вже проваджувалась на офіційному рівні. Дана практика сприяє тому, що до натуральної філантропії залучаються різні дисципліни та індустрії, що надають послуги. verynice, Taproot Foundation, NP.