

Лабораторна робота 1

Побудова канви бізнес-моделі

Мета роботи: навчитися будувати канву бізнес-моделі.

Короткі теоретичні відомості

Канва – це інструмент стратегічного планування, який використовується для опису бізнес-моделей. Він підходить для нових та функціонуючих компаній. Це односторінкова схема, що відображає усі бізнес-процеси підприємства. Автори цього інструменту – Олександр Остервальдер та Ів Піньє. На їхньому сайті (<http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>) , присвяченому канві бізнес-моделі, можна знайти перелік компаній, які використовують канву на практиці (General Electrics, Oracle, Adobe, 3M, MasterCard та інші).

Автори концепції вважають, що бізнес-модель найкраще можна описати за допомогою дев'яти основних структурних блоків, які показують, як компанія має намір заробити гроші. Ці дев'ять блоків охоплюють чотири основних компоненти бізнесу: клієнтів, пропозицію, інфраструктуру й фінансову життєздатність. бізнес-модель схожа на стратегічний план, який буде втілено в життя за допомогою організаційних структур, процесів і систем.

Дев'ять структурних блоків:

1. Сегменти клієнтів (Customer Segments) – організація обслуговує один, або кілька клієнтських сегментів;
2. Ціннісна пропозиція (Value Proposition) – вона спрямована на розв'язання проблем клієнта й задоволення його потреб у ціннісних пропозиціях;
3. Канали (Channels) – канали зв'язку, дистрибуції та збуту, за якими ціннісні пропозиції надходять до клієнтів;

4. Відносини з клієнтами (Customer Relationships) – встановлюються та підтримуються для кожного окремого сегмента клієнтів відповідно;

5. Потоки доходів (Revenue Streams)– це результат ціннісної пропозиції, успішно запропонованої клієнтам;

6. Ключові ресурси (Key Resources) – це активи, які допоможуть запропонувати й доставити раніше описані елементи;

7. Ключові види діяльності (Key Activities);

8. Ключові партнерства (Key Partners) – окремі види діяльності передаються на аутсорсінг, а деякі ресурси купуються за межами підприємства;

9. Структура витрат (Cost Structure) – елементи бізнес-моделі формують структуру витрат.

Канву бізнес-моделі найкраще використовувати, роздрукувавши її на великому аркуші, даючи можливість групі людей спільно окреслити й обговорювати елементи відповідної бізнес-моделі з використанням стікерів для приміток або маркерів, щоб писати на навчальній дошці. Це практичний інструмент, що сприяє взаємопорозумінню, дискусії, творчості й аналізу.

Приклад канви бізнес-моделі.

Кампанія Uber орієнтується на два великих сегменти споживачів – водії та пасажери. У службі працюють водії з регіонів, де, як правило, розповсюджене безробіття. Канву бізнес-моделі наведено на рис.1.

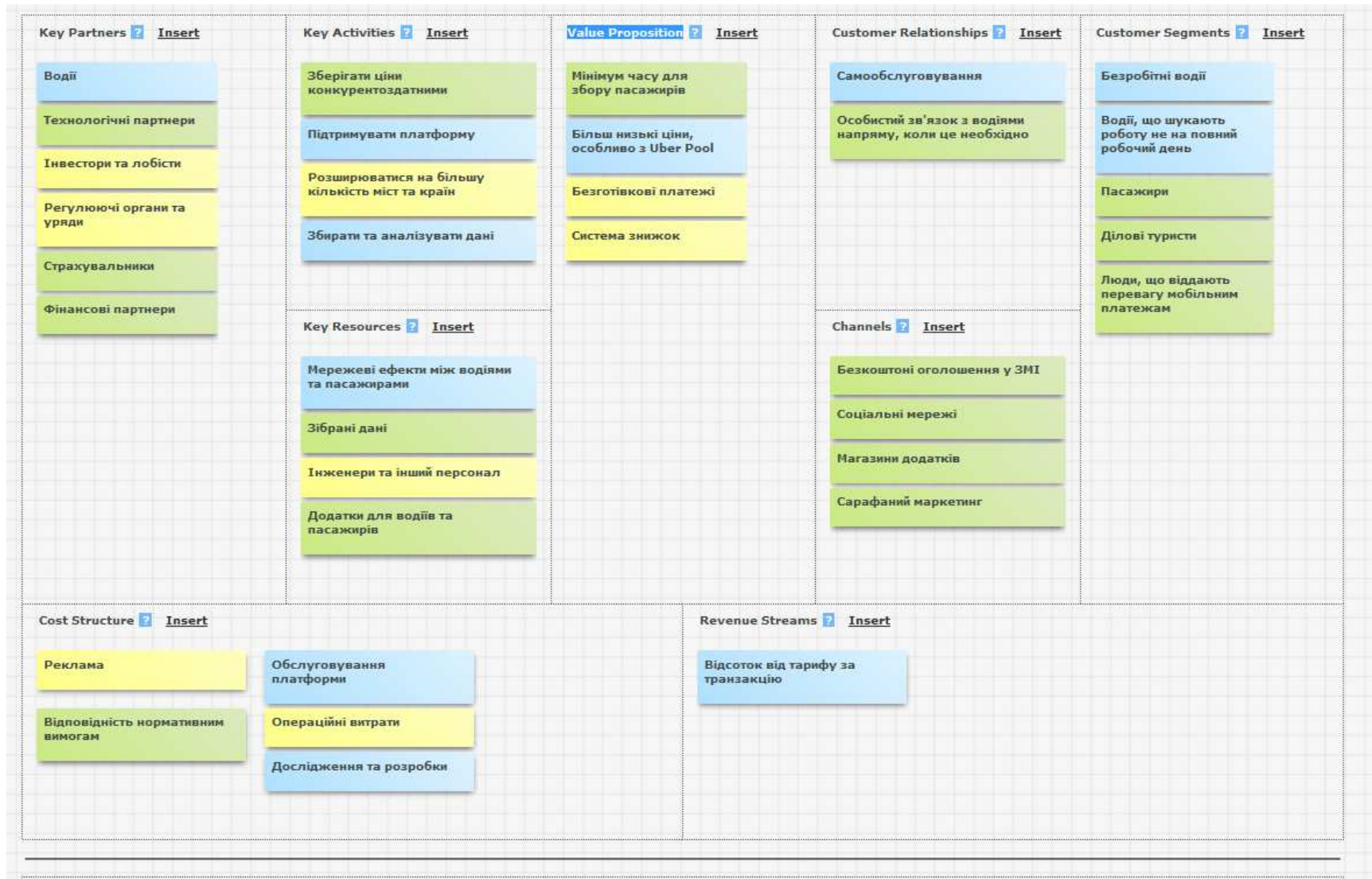


Рис.1 Приклад канви бізнес-моделі компанії Uber

Завдання роботи:

1. Сформулюйте бізнес-модель, пов'язану з просуванням інформації про товар або послугу у соціальних мережах.
2. Зареєструйтесь на сайті <https://canvanizer.com> та після підтвердження за посиланням у електронній пошті увійдіть під своїм логіном та паролем.
3. Натисніть посилання "Create Canvas" та за допомогою кольорових стікерів заповніть канву вашої бізнес-моделі.
4. Після завершення створення канви бізнес-моделі натисніть посилання "Share Canvas" у правому верхньому меню та оберіть у меню "Get Canvas Link". Серед двох видів посилань (тільки для читання (read-only version та editable version) оберіть версію з можливістю редагування (editable version) та скопіюйте посилання.
5. Надішліть це посилання у текстовому полі лабораторної роботи на сторінці дисципліни у Moodle.