

БІЗНЕС-МОДЕЛІ

Мета:

Мета вивчення теми «Бізнес-модель» полягає в тому, щоб забезпечити повне розуміння того, як стартапи проектують, розробляють і впроваджують свої стратегії для створення, доставки та захоплення ціннісної на ринку. Важливо зрозуміти, що вивчення бізнес-моделі для стартапу є фундаментальним кроком у підприємницькій подорожі. Він надає стартаперам інструменти та знання, необхідні для навігації в складному середовищі розвитку бізнесу, інновацій та ринкової конкуренції.

Перелік питань до теми:

1. *Що таке бізнес-модель стартапу і навіщо вона потрібна?*
2. *Види бізнес-моделей*
3. *Бізнес-модель Canvas, як ефективний інструмент опису бізнес процесів стартапу*
4. *З якими викликами стикається стартапер при формування власної бізнес моделі?*
5. *Приклади бізнес-моделей та ціннісної пропозиції*

1. Що таке бізнес-модель стартапу і навіщо вона потрібна?

Стартап є унікальним вираження підприємницької активності для вирішення найновіших проблем споживачів, що породжує значні виклики для його успішного запуску та виходу його на ринок. Фактори та складові, які впливають на цей процес висвітлені на сторінках цього посібника, і вони допоможуть зрозуміти процес створення успішного стартапу. Кожний компонент і напрям є дуже вадливим, проте лише якісна робота над ними дає стартаперу отримати синергетичний ефект. Запуск стартапу та утримання частки ринку передбачає чітке розуміння усіх складових бізнесу та бізнес процесів. По суті, бізнес-модель стартапу має вирішальне значення для формування загального напрямку розвитку компанії, спрямування її розвитку та підвищення її шансів на успіх у конкурентному бізнес-середовищі.

Бізнес-модель стартапу - це структурований план, який окреслює, як нова компанія збирається створювати, забезпечувати та реалізовувати ціннісну пропозицію на ринку. Він охоплює різні компоненти, такі як цільові клієнти компанії, ціннісну пропозицію, яку вона пропонує, спосіб, яким вона планує отримати дохід, і як вона розподілятиме ресурси для досягнення своїх цілей. Чітко визначена бізнес-модель стартапу допомагає прояснити фундаментальні аспекти бізнесу та служить стратегічною основою для прийняття рішень і операцій.

Навіщо потрібно бізнес-модель? Отже, необхідність бізнес-модель спричинена такими елементами (рис.1).



Рис. 1. Елементи, які відображають необхідність бізнес-моделі

Звернемо більше уваги на представлені на рисунку 1 елементи, які відображають необхідність бізнес-моделі. Так, чітко визначена бізнес-модель надає покрокову дорожню карту для діяльності стартапу, допомагаючи всім зацікавленим сторонам зрозуміти, як компанія планує створювати та доставляти ціннісну пропозиції споживачам. Узгодження - допомагає скоординувати зусилля команди щодо спільних цілей і стратегій, зменшуючи плутанину та покращуючи співпрацю. Бізнес-модель визначає, як розподіляються та використовуються ресурси, як фінансові, так і людські, для досягнення цілей стартапу. Довіра інвесторів та зацікавлених сторін - узгоджена та життєздатна бізнес-модель підвищує довіру до стартапу в очах інвесторів, партнерів та інших зацікавлених сторін. Через власну адаптивність бізнес-модель стартапу можна коригувати та вдосконалювати, коли компанія отримує інформацію про ринок, що дозволяє їй адаптуватися до мінливих обставин і потреб клієнтів. Прийняття стратегічних рішень: наявність чіткої бізнес-моделі допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо ціноутворення, маркетингу, розробки продукту та розширення.

2. Види бізнес-моделей

Існує кілька різних видів бізнес-моделей, які відображають різні способи, якими компанії створюють, доставляють та захоплюють цінність. Ось декілька основних видів бізнес-моделей:

- Прямий продаж або Роздрібний продаж. Компанія прямо продає товари або послуги споживачам через роздрібні точки продажу або онлайн-магазини (Walmart, Target, Zara).

- Підписка або Сервіс на основі підписки. Споживачі платять регулярні підписні внески, щоб отримувати доступ до продуктів або послуг, наприклад, стрімінгових платформ, журналів, програм тощо (Spotify, Adobe Creative Cloud, Dollar Shave Club).

- Модель вільного використання з можливістю оновлення (Freemium). Компанія надає базовий продукт або послугу безкоштовно, але пропонує платні додаткові функції або розширену версію (Dropbox, LinkedIn, Evernote).

- Маркетплейс або Платформа з маркетплейсом. Компанія об'єднує покупців і продавців на одній платформі, де вони можуть взаємодіяти та здійснювати угоди (eBay, Airbnb, Etsy).

- Партнерська модель або Афіліат-маркетинг. Компанія пропонує продукти або послуги через партнерські відносини, де партнери рекламують та продають товари або послуги за винагороду (Amazon Associates, Booking.com, ClickBank).

- Оренда або Платіж за користування. Споживачі платять за користування продуктом або послугою на обмежений період, наприклад, оренда автомобіля або облікового програмного забезпечення (Zipcar, Hertz).

- Разом з продажу або Кросс-продаж. Компанія пропонує додаткові товари або послуги покупцям під час оформлення покупки, що сприяє збільшенню середнього чека McDonald's (питання разом з продажем: "Чи бажаєте картоплю до цього?"), Amazon (рекомендації подібних товарів).

- Вартість на основі використання. Компанія розраховує плату за послуги в залежності від обсягу використання, наприклад, хмарних обчислень або спожитої енергії (Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure, Google Cloud).

- Благодійна модель або Соціальна діяльність. Організації спрямовують свою діяльність на досягнення соціальної мети або розв'язання проблеми, зазвичай за підтримки грантів, пожертвувань або філантропічних джерел (Amnesty International, World Wildlife Fund (WWF), Feeding America).

- Модель аукціону. Компанія організовує аукціони, де покупці змагаються за товари або послуги, і виграє той, хто пропонує найвищу ціну (eBay, Christie's, Sotheby's).

Ці типи бізнес-моделей можуть використовуватися окремо або комбінуватися для досягнення певної стратегічної мети компанії. Також приклади допомагають проілюструвати, як різні компанії використовують різні бізнес-моделі для досягнення своїх цілей та створення цінності для своїх клієнтів.

3. Бізнес-модель Canvas, як ефективний інструмент опису бізнес процесів стартапу

Business Model Canvas - це інструмент стратегічного управління, який забезпечує візуальну основу для розробки, опису та аналізу бізнес-моделі. Він був представлений Александром Остервальдером та Івом Піньєром у їхній книзі «Створення бізнес-моделі». Полотно складається з дев'яти ключових будівельних блоків, які відображають основні елементи бізнесу та те, як вони взаємодіють (табл. 1). Детальніше опишемо дев'ять будівельних блоків полотна бізнес-моделі :

- Сегмент клієнтів визначає різні групи людей або організацій, які бізнес має намір обслуговувати.

- Ціннісна пропозиція описує унікальну цінність, яку компанія пропонує своїм клієнтським сегментам, пояснюючи, як вона вирішує їхні проблеми чи задовольняє їхні потреби.

- Канали окреслюють методи, за допомогою яких бізнес надає клієнтам свою ціннісну пропозицію, включаючи канали розподілу та комунікаційні платформи.

- Відносини з клієнтами описують тип відносин, які компанія встановлює та підтримує з кожним сегментом клієнтів. Це може варіюватися від персональної допомоги до самообслуговування.

- Потік доходу описує, як бізнес отримує дохід від своїх сегментів клієнтів, включаючи моделі ціноутворення, стратегії продажів і способи оплати.

- Ключові ресурси включають перелік основних активів, інфраструктури та можливостей, необхідних бізнесу для реалізації своєї ціннісної пропозиції та ефективної роботи.

- Основні види діяльності висвітлюють критичні дії та процеси, які компанія має здійснити, щоб створити цінність для клієнтів і досягти своїх цілей.

- Ключові партнери визначають зовнішні організації, постачальників або співробітників, на яких компанія покладається, щоб покращити свою ціннісну пропозицію або зменшити ризик.

- Структура витрат описує всі витрати та витрати, пов'язані з функціонуванням бізнес-моделі, включаючи постійні та змінні витрати.

Бізнес-модель Canvas

Створено для:

Ким створено:

Дата:

Версія:

Ключові партнери	Основні види діяльності	Ціннісна пропозиція	Відносини з клієнтами	Сегмент клієнтів
Які зовнішні організації, постачальників або партнерів, з якими ваш бізнес буде працювати?	Які найважливіші дії, які ваш бізнес повинен виконати, щоб досягти цінності та успішно працювати?	Які проблеми ви вирішуєте чи потреби задовольняєте?	Це буде персональна допомога, самообслуговування тощо?	Які верстви населення буде обслуговувати ваш бізнес?
	Ключові ресурси Які основні активи, можливості та інфраструктуру, необхідні для роботи вашого бізнесу?		Канали Які методи поширення вашого продукту чи посліги та комунікації ви будете використовувати?	
Структура витрат Які витрати, пов'язані з веденням бізнесу?		Потік доходу Які стратегії ціноутворення ви будете використовувати?		

Переваги Бізнес-модель Canvas полягають у її здатності надавати комплексний огляд ключових елементів бізнесу в єдиному полотні, полегшуючи стратегічне планування та прийняття рішень. Цей інструмент заохочує стартаперів спільно досліджувати, повторювати та ефективно передавати свої бізнес-ідеї.

Розбиваючи бізнес на дев'ять основних будівельних блоків – клієнтський сегмент, ціннісна пропозиція, канали, взаємовідносини з клієнтами, потік доходу, ключові ресурси, ключові види діяльності, ключові партнери та структуру витрат – полотно гарантує, що жоден критичний аспект не буде пропущено. Ця структурована структура допомагає стартапам глибше зрозуміти своїх цільових клієнтів, цінність, яку вони мають намір отримати, і найефективніші способи охоплення та залучення цих клієнтів. Полотно бізнес-моделі добре адаптується та заохочує ітеративний підхід. Стартапи можуть експериментувати з різними гіпотезами, перевіряти припущення та швидко повертати чи вдосконалювати свої моделі на основі зворотного зв'язку з реального світу. Ця гнучкість особливо цінна для стартапів, яким потрібно орієнтуватися в невизначеності та швидко реагувати на зміни ринку.

Крім того, візуальна природа полотна допомагає комунікації. Складні бізнес-ідеї можна звести до єдиної доступної схеми, якою можна поділитися з членами команди, інвесторами, радниками та зацікавленими сторонами. Це не тільки спрощує обговорення, але й гарантує, що всі будуть на одній сторінці щодо фундаментальних концепцій бізнесу.

Полотно бізнес-моделі також є чудовим інструментом для виявлення потенційних розбіжностей у бізнес-моделі. Розташувавши кожен блок поруч, стартапи можуть легко помітити невідповідності або області, які потребують подальшого вдосконалення. Цей проактивний підхід допомагає вирішувати проблеми, перш ніж вони стануть серйозними. У стрімкому середовищі стартапів час і ресурси часто обмежені. Полотно допомагає у розподілі ресурсів, висвітлюючи ключові компоненти, які потребують більше уваги чи інвестицій. Ця оптимізація ресурсів допомагає стартапам зосередитись на найважливіших видах діяльності, які сприяють створенню цінності та прибутку.

Таким чином, бізнес-моделі Canvas служить потужним інструментом, який дає стартапам можливість уявляти, виробляти стратегії та ефективно доносити свої бізнес-моделі. Його цілісний підхід, адаптивність, візуальна чіткість і підтримка ітераційного тестування роблять його безцінним активом на стартап-подорожі, допомагаючи створювати інноваційні та стійкі бізнес-підприємства.

Як створити полотно бізнес-моделі Canvas?

Створення полотна бізнес-моделі передбачає структурований процес, який допомагає визначити та візуалізувати вашу бізнес-модель. Ось покрокова інструкція зі створення полотна бізнес-моделі:

1. Зрозумійте свою ідею чи бізнес-концепцію. Перш ніж почати, переконайтеся, що ви чітко розумієте свою бізнес-ідею чи концепцію. Визначте свою цільову аудиторію, проблему, яку ви вирішуєте, і цінність, яку ви надаєте.

2. Завантажте або намалюйте полотно. Ви можете завантажити шаблон бізнес-моделі Canvas (рис.1) в Інтернеті або намалювати його на великому аркуші паперу чи дошці.

3. Заповніть кожен блок. Опрацюйте кожен блок полотна один за одним, заповнюючи відповідну інформацію. Почніть з блока Сегмент споживачів, а потім перейдіть до опису ціннісної пропозиції і т.д. Використовуйте лаконічну та зрозумілу мову. Для представлення кожного елемента можна використовувати маркери, короткі фрази або прості діаграми.

4. Ітерація та вдосконалення. Створення початкового полотна може бути не одноразовим процесом. Коли ви отримаєте більше розуміння, відгуків та інформації, можливо, вам доведеться переглянути та вдосконалити полотно. Цей ітеративний підхід гарантує, що ваше полотно точно відображає вашу бізнес-модель, що розвивається.

5. Візуалізуйте та обговоріть. Коли полотно готове, відступіть і візуалізуйте всю бізнес-модель. Використовуйте його як інструмент для обговорень зі своєю командою, наставниками, радниками та потенційними зацікавленими сторонами. Полотно може допомогти полегшити розмови та вирівняти розуміння всіма бізнесу.

6. Використання та оновлення. Бізнес-модель Canvas - це живий документ. У міру того, як ваш стартап розвивається, продовжуйте використовувати полотно, щоб керувати процесом прийняття рішень, тестувати нові ідеї та повідомляти про свою стратегію. Оновлюйте його щоразу, коли відбуваються значні зміни у вашій бізнес-моделі.

Пам'ятайте, що процес створення бізнес-моделі так само цінний, як і кінцевий результат. Це заохочує вас критично мислити про кожен аспект вашого стартапу та його взаємозв'язки, допомагаючи вам побудувати більш надійну та всебічну бізнес-модель.

4. З якими викликами стикається стартапер при формування власної бізнес моделі?

Розробка бізнес-моделі для стартапу може бути складним процесом, і може виникнути кілька типових проблем. Ці проблеми можуть вплинути на життєздатність і успіх стартапу. Ось деякі з типових проблем, з якими стикаються стартапи під час розробки бізнес-моделі рис. 2:

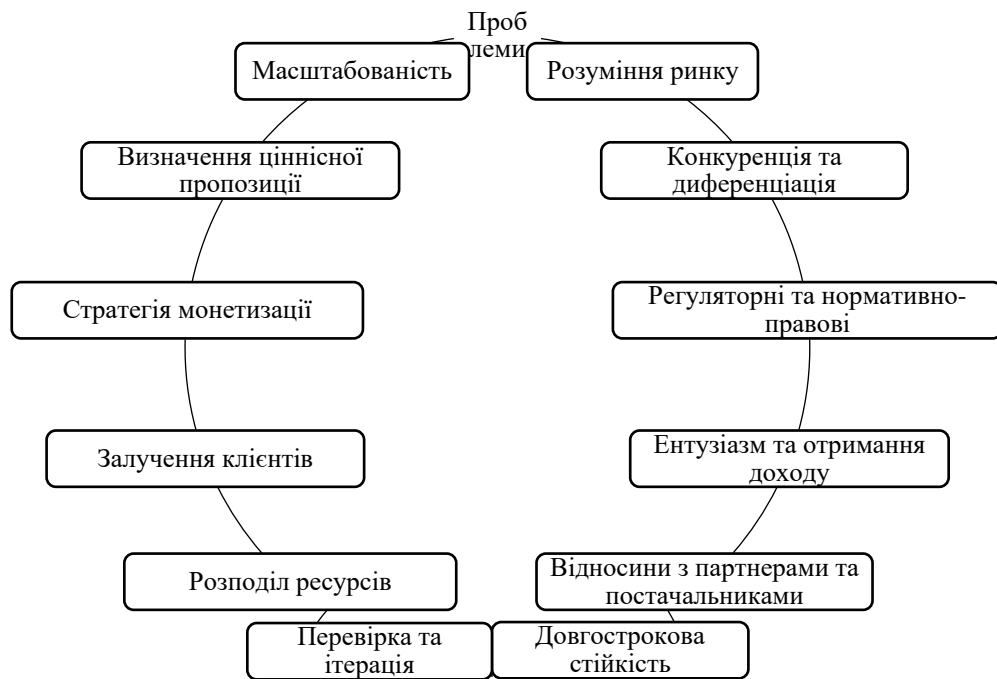


Рис. 2. Типові проблеми, з якими стикаються стартапи під час розробки бізнес-моделі

1. Розуміння ринку. Глибоке розуміння цільового ринку, включно з потребами клієнтів, уподобаннями та проблемними моментами, є важливим. Багато стартапів недостатньо уваги приділяють дослідженню ринку, що призводить до неузгодженості ціннісних пропозицій і неефективних стратегій.

2. Визначення ціннісної пропозиції. Чітко сформулювати унікальну та переконливу ціннісну пропозицію, яка стосується конкретної проблеми чи потреби, може бути складно. Без сильної ціннісної пропозиції стартапам важко виділитися серед конкурентів і завоювати увагу клієнтів.

3. Стратегія монетизації. Визначити, як отримати дохід від продукту чи послуги, може бути важко. Стартапи повинні ретельно розглядати моделі ціноутворення, такі як підписка, безкоштовна плата, одноразові покупки тощо, та бути певними, що вони отримують цінність, не відлякуючи клієнтів.

4. Залучення клієнтів. Залучення перших клієнтів і створення надійної клієнтської бази є значною проблемою на початку. Розвиток ефективних маркетингових і комунікаційних каналів для охоплення цільової аудиторії може бути проблемою, особливо на переповнених ринках.

5. Масштабованість. Розробити бізнес-модель, яка може масштабуватися в міру зростання стартапу, є складним завданням. Вкрай важливо переконатися, що модель може відповідати підвищеному попиту, виробництву та роботі без серйозних збоїв.

6. Розподіл ресурсів. Ефективний розподіл обмежених ресурсів, таких як фінансування та персонал, між різними компонентами бізнес-моделі може бути складним. Важливо збалансувати інвестиції в розробку продукту, маркетинг і операційну діяльність.

7. Конкуренція та диференціація. Виявлення та розуміння конкурентів є важливим для диференціації. Нездатність диференціюватись від конкурентів або вихід на перенасичені ринки може перешкодити успіху стартапу.

8. Перевірка та ітерація. Початкова бізнес-модель може потребувати коригування на основі відгуків споживачів і даних реального ринку. Стартапи повинні бути відкритими для ітерації та повороту своїх бізнес-моделей, коли вони вивчають свій досвід.

9. Ентузіазм та отримання доходу. Досягти початкової мотивації та генерувати постійний дохід може бути складно. Багатьом стартапам важко перейти від ідеї до життєздатного бізнесу, який приносить стабільний дохід.

10. Регуляторні та нормативно-правові проблеми. Залежно від галузі, стартапи можуть зіткнутися з регуляторними перешкодами та юридичними складнощами, які впливають на їхню бізнес-модель. Навігація в цих питаннях може зайняти багато часу та коштувати.

11. Відносини з партнерами та постачальниками. Для багатьох стартапів важливо налагоджувати та підтримувати відносини з партнерами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами. Збалансувати ці відносини із загальною бізнес-моделлю може бути важко.

12. Довгострокова стійкість. Забезпечення життєздатності та сталості бізнес-моделі після початкових етапів має вирішальне значення. Стартапи повинні планувати, як модель залишатиметься актуальною та прибутковою в довгостроковій перспективі.

Щоб подолати ці виклики, потрібне ретельне планування, здатність до адаптації, безперервне навчання та готовність удосконалювати та розвивати бізнес-модель на основі зворотного зв'язку зі споживачами в реальному ринковому середовищі. Звернення до наставників, менторів, експертів галузі та досвідчених підприємців також може допомогти стартапам ефективніше долати ці перешкоди.

Чому одні бізнес-моделі успішні, а інші ні? На успіх бізнес-моделі впливає сукупність факторів, які стосуються ринку, продукту чи послуги, стратегії виконання та зовнішніх обставин. Це фактори резонують з проблемами, які має вирішити стартап на початку запуску. Розглянемо ключові причини, чому одні бізнес-моделі є успішними, а інші ні. Розпочнемо з пристосування до ринку стартаперів, так успішна бізнес-модель відповідає справжнім потребам або проблемам ринку. Якщо продукт або послуга не резонує з цільовою аудиторією або не здатні вирішити значну проблему, бізнес-модель з меншою ймовірністю буде успішною. Важливо мати переконливу та унікальну цінну пропозицію, яка виділяє успішні

бізнес-моделі. Якщо цінність, пропонована продуктом або послугою, не є зрозумілою, диференційованою або привабливою для клієнтів, бізнес-моделі може бути важко отримати популярність. Також, виконання бізнес-моделі має вирішальне значення. Навіть за наявності сильної концепції погане виконання, операційна неефективність або невиконання обіцянок можуть призвести до провалу. Успішні стартапи ретельно планують і реалізують свої стратегії. Наступна причина це час виходу стартапу на ринок. Вибір часу може значно вплинути на успіх бізнес-моделі. Надто ранній або пізній запуск може перешкодити прийняттю. Успішні стартапи часто виходять на ринок, коли є зріла можливість і попит на їхні пропозиції. Також, не варто забувати, що бізнес-модель повинна мати потенціал для масштабування в міру зростання стартапу. Якщо модель не може задовольнити зростання попиту, виробництва або клієнтської бази без значних перешкод, її успіх може бути обмежений. Успішні бізнес-моделі мають чіткі та життєздатні стратегії отримання прибутку. Якщо обрана модель ціноутворення, стратегія монетизації або потоки доходу не узгоджуються з уподобаннями клієнтів або галузевими нормами, бізнес-модель може мати фінансові труднощі. Бізнес-модель повинна пропонувати унікальну торгову пропозицію, яка відрізнятиме її від конкурентів і захоплюватиме інтерес клієнтів. Бізнес-модель, яка не може адаптуватися до мінливих ринкових умов, уподобань клієнтів або технологічного прогресу, знаходиться під загрозою. Успішні стартапи гнучкі та відкриті до зміни своїх бізнес-моделей, коли це необхідно. Бізнес-модель має бути економічно життєздатною, враховуючи структуру доходів і витрат. Якщо бізнес не може отримати достатній прибуток для покриття витрат і досягнення прибутку, він, швидше за все, зазнає краху. Не забуваємо про лідерство та команду. Здібності команди лідерів та співробітників стартапу відіграють значну роль. Ефективне лідерство, стратегічне мислення та кваліфіковане виконання є важливими компонентами успішної бізнес-моделі. А от зовнішні фактори, які знаходяться поза контролем стартапу, як-от економічні спади, регулятивні зміни або несподівані події (наприклад, пандемія), можуть також вплинути на успіх або провал бізнес-моделі.

По суті, успіх бізнес-моделі є результатом поєднання факторів, які гармонійно працюють разом. У той час як сильна концепція та інноваційні ідеї важливі, успішна реалізація, адаптація до мінливих умов, розуміння потреб клієнтів і усунення прогалин на ринку є однаково важливими для досягнення довгострокового успіху.

Які стратегії можуть допомогти подолати проблеми з розподілом ресурсів? Проблеми розподілу ресурсів є звичайними для стартапів, але є кілька стратегій, які можуть допомогти подолати ці проблеми та оптимізувати використання обмежених ресурсів. Ось кілька ефективних стратегій:

- Розставте пріоритети для цілей та ініціатив. Чітко визначте цілі та завдання вашого стартапу. Надайте пріоритет ініціативам, які відповідають цим цілям, щоб забезпечити спрямування ресурсів на діяльність, яка має найбільший вплив.

- Створіть бюджет, тобто розробіть детальний бюджет із зазначенням очікуваних витрат і прогнозованих доходів. Наявність бюджету допомагає вам більш ефективно розподіляти ресурси та відстежувати витрати, щоб уникнути перевитрати в певних сферах.

- Використовуйте принципи ощадливого стартапу, а саме дотримуйтесь принципів ощадливого стартапу, які зосереджені на створенні мінімально життєздатного продукту (MVP) і його тестуванні з клієнтами для отримання відгуків. Такий підхід допомагає уникнути надмірних інвестицій у функції, які можуть бути несуттєвими.

- Визначте основні види діяльності, які безпосередньо сприяють створенню цінності та прибутку. Виділіть ресурси в першу чергу на ці види діяльності та розгляньте можливість аутсорсингу або спрощення непрофільних функцій.

- Використовуйте партнерські відносини та співпрацюйте з партнерами, постачальниками чи іншими стартапами для спільного використання ресурсів і витрат. Стратегічне партнерство може допомогти зменшити витрати та отримати доступ до досвіду, якого може бракувати вашому стартапу.

- Інвестуйте в масштабовані технології. Надайте пріоритет інвестуванню в технологічні рішення, які можуть масштабуватися в міру розвитку вашого стартапу. Автоматизовані системи та цифрові інструменти можуть підвищити ефективність і зменшити потребу в надмірній ручній праці.

- Аутсорсинг неосновних функцій. Подумайте про передачу на аутсорсинг завдань, які не є центральними для вашої основної діяльності. Це може включати такі функції, як бухгалтерський облік, ІТ-підтримка або певна маркетингова діяльність.

- Міжфункціональні команди. Створюйте міжфункціональні команди, які можуть працювати над кількома аспектами вашого бізнесу. Такий підхід заохочує співпрацю та дозволяє членам команди керувати декількома напрямками, оптимізуючи використання ресурсів.

- Моніторинг і оцінка. Постійно контролюйте розподіл ресурсів і оцінюйте результати різних ініціатив. Регулярно перевіряйте, чи відповідає розподіл вашим цілям, і за потреби вносьте корективи.

- Прогноз і план зростання дадуть можливість передбачити майбутні потреби в ресурсах, прогножуючи зростання та розширення. Розробіть плани з урахуванням збільшення попиту, нових ринків і додаткових операційних вимог.

- Зосередьтеся на відгуках клієнтів. Прислухайтесь до відгуків клієнтів і регулюйте розподіл ресурсів відповідно до їхніх потреб і вподобань. Цей підхід, орієнтований на клієнта, допоможе вам інвестувати ресурси там, де вони важливіші.

- Вчіться на аналітиці даних, тобто використовуйте аналітику даних для відстеження ефективності різних ініціатив. Статистика на основі даних може керувати рішеннями щодо розподілу ресурсів і висвітлювати області, які потребують покращення.

Поєднуючи ці стратегії та пристосовуючи їх до унікальних обставин вашого стартапу, ви зможете краще вирішувати проблеми розподілу ресурсів і оптимізувати використання своїх обмежених ресурсів. Пам'ятайте, що розподіл ресурсів – це постійний процес, який потребує регулярної оцінки та коригування в міру розвитку вашого стартапу.

5. Приклади успішних бізнес-моделей та ціннісних пропозицій

Вважаємо доцільно розглянути приклади бізнес-моделей, які реальні компанії застосовують у сьогоденні. Ось кілька прикладів успішних бізнес-моделей стартапів, які набули поширення в різних галузях в світі (табл. 2).

Таблиця 2

Прикладів успішних бізнес-моделей стартапів

Тип бізнес-моделі	Назва компанії	Опис бізнес-моделі
Модель підписки	Netflix	Netflix пропонує модель на основі передплати для трансляції фільмів і телешоу. Абоненти сплачують щомісячну плату за доступ до великої бібліотеки вмісту за запитом. Ця модель заохочує лояльність клієнтів, передбачуваний регулярний дохід і дозволяє персоналізувати рекомендації щодо вмісту.
Одноранговий обмін	Airbnb	Бізнес-модель Airbnb дозволяє окремим особам здавати свою нерухомість або вільні кімнати мандрівникам. Платформа з'єднує господарів із гостями, беручи відсоток від комісії за бронювання. Ця однорангова модель спільного використання використовує тенденцію «економіки спільного використання» та дозволяє власникам монетизувати свої невикористану нерухомість.
Модель Freemium	Dropbox	Dropbox пропонує послугу хмарного зберігання даних у моделі фріміум. Базові користувачі отримують обмежений обсяг пам'яті безкоштовно, а преміум-користувачі платять за додатковий обсяг пам'яті та розширені функції. Такий підхід залучає широку базу користувачів і стимулює оновлення для збільшення обсягу пам'яті.
Модель ринку	Etsy	Etsy працює як онлайн-ринок для товарів ручної роботи та унікальних товарів. Продавці розміщують свої товари на платформі, сплачуючи комісію за розміщення товарів і транзакції. Ця модель об'єднує покупців і продавців, а Etsy отримує дохід від комісій і зборів.

Бритва та леза Модель	Gillette	Бізнес-модель Gillette з бритвами та лезами передбачає продаж бритв за відносно низькою ціною та отримання прибутку від продажу змінних лез для гоління, які потрібно часто міняти. Ця модель створює постійний потік доходу від споживаних товарів.
Платформа як послуга (PaaS)	Salesforce	Salesforce надає хмарну платформу для управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та інших бізнес-додатків. Клієнти сплачують абонентську плату за доступ до платформи та її використання без необхідності інсталяції програмного забезпечення на місці.
Модель на вимогу	Uber	Модель Uber на вимогу з'єднує пасажирів із водіями через мобільний додаток. Пасажири замовляють проїзд, а водії надають транспортні послуги. Uber бере відсоток від тарифу як комісію, а водії отримують переваги від гнучких можливостей доходу.
Модель прямого споживання (DTC)	Warby Parker	Уорбі Паркер зруйнував окулярну індустрію, продаючи окуляри за рецептом і сонцезахисні окуляри безпосередньо споживачам онлайн. Оминаючи традиційні роздрібні канали, вони пропонують високоякісні окуляри за нижчими цінами.
Модель афілійованого маркетингу	Amazon Associates	Програма афілійованого маркетингу Amazon дозволяє окремим особам і веб-сайтам рекламувати продукти Amazon і отримувати комісійні від продажів, здійснених за їх реферальними посиланнями. Ця модель використовує мережу афілійованих компаній для збільшення продажів.
Модель віртуальних товарів:	Fortnite	У Fortnite, популярній онлайн-відеогрі, гравці можуть купувати віртуальні предмети, такі як скіни, емоції та інші косметичні покращення. Сама гра безкоштовна, але продаж віртуальних товарів приносить значний дохід.

Ці приклади ілюструють різноманітність успішних бізнес-моделей стартапів, кожна з яких відповідає конкретним ринкам і потребам клієнтів. Успішні стартапи часто впроваджують інновації в рамках цих моделей або поєднують елементи з кількох моделей, щоб створити унікальну ціннісну пропозицію, яка резонує з їхньою цільовою аудиторією.

Дуже важливо описати ціннісну пропозиції стартапу і зрозуміти її. Для допомоги у цій проблемі придуть приклади наявних ціннісних пропозицій на ринку. Ціннісні пропозиції – це унікальні переваги або рішення, які компанія пропонує своїм клієнтам. Ось кілька прикладів ціннісних пропозицій у різних галузях табл. 3:

Таблиця 3

Прикладів ціннісних пропозицій у різних галузях

Назва компанії	Гасло компанії	Опис ціннісної пропозиції
Apple iPhone	"Дотримуйтесь свого стилю"	«iPhone пропонує ідеальне поєднання елегантного дизайну, інтуїтивно зрозумілого користувацького досвіду та надійної екосистеми додатків, що дозволяє користувачам залишатися на зв'язку, продуктивно працювати та розважатися в дорозі».

Uber	"Зручності в кожен момент"	«Uber забезпечує зручні та доступні поїздки одним натисканням кнопки, пропонуючи надійну альтернативу традиційним таксі та громадському транспорту».
Slack	"Елегантна класика для кожного дня"	«Slack спрощує командне спілкування, об'єднуючи інструменти обміну повідомленнями, файлами та співпраці на одній платформі, підвищуючи продуктивність і сприяючи ефективній командній роботі».
Nike	"Перевищуй себе"	«Спортивне взуття та одяг Nike надихають спортсменів усіх рівнів інноваційним дизайном, передовими технологіями та прагненням допомогти людям досягти своїх цілей».
Amazon Prime	"Швидка доставка, безмежні можливості"	«Amazon Prime пропонує швидку та безкоштовну доставку, ексклюзивний доступ до фільмів, музики та книг, а також безперебійний досвід покупок, забезпечуючи неперевершену зручність для своїх учасників».
Netflix	"Ваш світ розваг у одному місці"	«Netflix надає величезну бібліотеку фільмів і телешоу на замовлення, дозволяючи передплатникам насолоджуватися розвагами у власному темпі, будь-коли та будь-де».
Tesla	"Електрика майбутнього"	«Електромобілі Tesla поєднують у собі високопродуктивні можливості з екологічно чистими технологіями, пропонуючи екологічні та розкішні враження від водіння».
Airbnb	"Знайди свій дім подорожуючи"	«Airbnb з'єднує мандрівників з унікальним і доступним житлом, яке пропонують місцеві жителі, створюючи автентичні враження від подорожей, які виходять за межі традиційних готелів».
Toms	"Кожна пара - це допомога одному з тих, хто потребує"	«За кожен куплений пару взуття Toms дарує пару потребуючій дитині, що полегшує клієнтам позитивний соціальний вплив своїми покупками».
Zoom	"Максимізуйте свій потенціал"	«Zoom надає прості у користуванні інструменти для відеоконференцій і спілкування, що дозволяє безперебійно проводити віртуальні зустрічі, співпрацю та віддалену роботу».
Starbucks	"Моменти смаку та спільноти"	«Starbucks пропонує першокласну каву з різноманітними високоякісними напоями та гостинною атмосферою, сприяючи спільноті та моменту відпочинку».
Calm (додаток для медитації)	"Знайдіть спокій у сучасному світі"	«Calm пропонує медитаційні сеанси, історії сну та методи релаксації, щоб допомогти користувачам зменшити стрес, покращити сон і досягти уважності».

Ці приклади показують, як ціннісні пропозиції можуть задовольнити різні потреби клієнтів, від зручності та розваг до стійкості та соціального впливу. Ефективна ціннісна пропозиція має резонувати з цільовою аудиторією та чітко повідомляти про унікальні переваги, які відрізняють ваш продукт чи послугу стартапу від конкурентів.

Контрольні запитання:

1. Як ви визначаєте поняття "бізнес-модель стартапу"?
2. Чому бізнес-модель є важливою частиною стратегічного планування стартапу?

3. Які основні види бізнес-моделей ви знаєте?
4. В чому полягає відмінність між різними видами бізнес-моделей?
5. Як ви оцінюєте ефективність інструмента Business Model Canvas для опису бізнес-процесів стартапу?
6. Які переваги має використання Business Model Canvas порівняно з іншими методами?
7. Які основні виклики можуть виникнути під час створення бізнес-моделі для стартапу?
8. Як ви можете подолати перешкоди, пов'язані з розробкою і реалізацією бізнес-моделі?
9. Наведіть приклади компаній, які працюють за різними бізнес-моделями.
10. Які основні елементи включає в себе ціннісна пропозиція в бізнес-моделі?