



## Skica poslovnog modela

Naslov aktivnosti	Skica poslovnog modela
<b>Tema</b>	Stvaranje ideja
<b>Odgojno-obrazovni ciljevi / predviđene kompetencije</b>	<p>Skica poslovnog modela (<i>Business Model Canvas</i>) je obrazac strateškog upravljanja koji pomaže u razvijanju novih ili dokumentiranju postojećih poslovnih modela. Ovdje se predlaže korištenje modela kao vizualnog alata sa svim elementima koje treba uzeti u obzir pri razvijanju nekog projekta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ključne aktivnosti koje želimo implementirati</li> <li>• ciljna skupina</li> <li>• željeni ishodi</li> <li>• akteri koji se moraju / ne smiju uključiti</li> <li>• troškovi</li> <li>• resursi</li> <li>• vremenski okvir / rokovi</li> </ul>
<b>Ciljna skupina</b>	Bilo koja skupina
<b>Tip aktivnosti</b>	Vježba
<b>Ključne riječi</b>	vizualno predočavanje, poduzetništvo, projekt, <i>business</i>
<b>Etapa za etapom ...</b>	Osterwalder (2010, 2004) je predložio <i>model s jednom referencom</i> temeljen na sličnostima mnogobrojnih postojećih poslovnih modela. Pomoću <i>obrasca poslovnog modela</i> , poduzeće, organizacija ili skupina ljudi lako može opisati svoj poslovni model.

1. Voditelj traži od sudionika analizu izvedivosti svoga (stvarnog ili zamišljenog) projekta slijedeći skicu modela (organizacija – *company* – ovdje može značiti poduzeće, udrugu, neformalnu skupinu...):

#### *Infrastruktura*

- Ključne aktivnosti: najvažnije aktivnosti u realizaciji Vrijednosti organizacije.
- Ključni resursi: resursi nužni za stvaranje vrijednosti za kupca. To su resursi potrebni za potporu i održavanje posla, a mogu biti ljudski, financijski, materijalni i intelektualni.
- Partnerska mreža: da bi poboljšala djelovanje i smanjila rizike organizacija uglavnom njeguje odnose kupac – opskrbljivač. Na taj se način mogu posvetiti svom osnovnom poslu.

#### *Ponuda*

- Vrijednosti: zbir proizvoda i usluga koje posao nudi da bi zadovoljio potrebe klijenata. Prema Osterwalderu (2004) vrijednosti su ono što razlikuje organizaciju od konkurencije. Vrijednosti su omogućene kroz različite elemente, kao što su novina, izvedba, prilagodljivost, učinkovitost, dizajn, brend / status, cijena, smanjenje troškova, pristupačnost, uporabljivost.
- Vrijednosti mogu biti:
  - Kvantitativne – cijena i učinkovitost
  - Kvalitativne – svekoliko iskustvo klijenta i ishod


#### *Klijenti*

- Kategorije klijenata: da bi izgradila učinkovit model poslovanja, organizacija mora identificirati klijente kojima želi pružiti uslugu. Klijenti se mogu podijeliti na kategorije ovisno o njihovim potrebama i karakteristikama. Na taj se način osigurava strategija koja odgovara određenoj grupi klijenata.

### Financije

- Struktura troškova: opisuje najvažnije financijske posljedice unutar određenog poslovnog modela. Osobine Strukture troškova:
  - Fiksni troškovi – nepromjenjivi elementi, primjerice plaće, rente...
  - Varijabilni troškovi – mijenjaju se ovisno o količini proizvoda ili usluga
  - Ekonomija razmjera – što je više dobara naručeno i proizvedeno, troškovi su manji.
  - Ekonomija područja – smanjivanje troškova zbog inkorporiranja drugih poslova direktno povezanih s originalnim proizvodom.
- Tok prihoda: način na koji organizacija ostvaruje prihode od svake kategorije klijenata. Nekoliko je načina da bi se ostvarili prihodi:
  - Prodaja dobara – najčešći način, primjerice u maloprodaji
  - Naknada za korištenje – prihod od korištenja određene usluge, npr. UPS
  - Pretplatnička naknada – prihod se stvara prodajom kontinuirane usluge, npr. Netflix
  - Posudba / *leasing* / iznajmljivanje – predaja ekskluzivnih prava na određeno dobro na neki vremenski period, npr. leasing za automobil
  - Licenciranje – prihod od zaštićenog intelektualnog vlasništva
  - Naknada za posredništvo – prihod od usluge posredovanja između dviju strana
  - Reklamiranje – prihod od naknade za reklamiranje proizvoda .
- Resursi: ulazne vrijednosti (*inputi*) koje organizacija koristi za proizvodnju svojih vrijednosti i isporuku proizvoda klijentima.

2. Nakon izvršene analize skupine prikazuju svoje rezultate

	i zaključke o izvedivosti projekta. Raspravlja se o eventualnim slabostima i zaprekama te o mogućim rješenjima.
<b>Mjesto događanja</b>	Dvorana
<b>Potreban materijal</b>	Veliki papiri i markeri za voditelja
<b>Trajanje</b>	1 - 4 sata
<b>Reference</b>	<a href="#">Business Model Generation</a> <a href="#">Business Model Canvas for User Experience</a> <a href="#">Business Model Canvas Explained (video)</a>
<b>Kontakt</b> 	<b>AMESCI</b> – Italija <a href="http://www.amesci.org">www.amesci.org</a> Osoba za kontakt: Guido Spaccaferno <a href="mailto:internazionale@amesci.org">internazionale@amesci.org</a>

# The Business Model Canvas

Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_ Version: \_\_\_\_\_

