

Побудова бізнес-моделі підприємства



Даний проект отримав фінансування від програми підтримки досліджень та інновацій Горизонт 2020 Європейського Союзу відповідно до грантової угоди N°784966.

Даний проект отримав співфінансування від Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини.



Структура

- бізнес-модель;
- пропозиції цінності;
- внутрішні фактори: діяльність, ресурси, партнери, структура витрат;
- зовнішні фактори: групи споживачів, комунікація зі споживачами, канали та джерела доходів;
- екологічні та соціальні чинники.

Бізнес-модель

Ключові фактори впливу:

- ринкові чинники: попит;
- макроекономічні чинники: розвиток економіки, інфляція, ринок праці;
- секторальні чинники: конкуренція, замінники, технологічні тренди;
- регуляторні тренди: підтримка відновлюваної енергетики, децентралізація енергетики, тощо.

Канва бізнес-моделі

Ключові партнери Хто є основними партнерами? Хто є основними постачальниками? Які основні ресурси надаються партнерами? Яка основна діяльність забезпечується партнерами?	Ключова діяльність Якими є основні види діяльності для забезпечення пропозиції цінності? Ключові ресурси Яких основних ресурсів потребує наша пропозиція цінності? Яких ресурсів потребують канали дистрибуції, комунікація та збір коштів?	Пропозиції цінності Яку цінність ми забезпечуємо для споживачів? Яку проблему ми допомагаємо вирішити? Яку потребу ми забезпечуємо? Які наші продукти і послуги?	Комунікація зі споживачами Який тип комунікації очікує від нас кожна група споживачів? Як працює наша комунікація зараз? Канали Через які канали ми встановлюємо зв'язок зі споживачами? Які є найбільш ефективними? Що є каналами дистрибуції?	Групи споживачів Для кого ми створюємо цінність? Хто є нашими найбільш важливими клієнтами?
Структура витрат Що є найбільшими складовими витрат? Які ресурси та діяльність є найбільш дорогими?		Джерела доходів За яку цінність наші клієнти насправді готові платити? За що вони платять зараз? Яким чином споживачі бажають платити? Яке джерело доходів є найбільш важливим?		
Екологічні та соціальні втрати Які екологічні та соціальні втрати спричиняє наша бізнес-модель? Які ключові ресурси є невідновлюваними?		Екологічні та соціальні вигоди Які екологічні та соціальні вигоди генерує наш бізнес? Хто є отримувачем вигод та чи є вони потенційними клієнтами?		

Пропозиція цінності для споживачів

- цінність полягає у вирішенні проблем або забезпеченні потреб кожної групи споживачів через пропоновані послуги та продукти;
- основна пропозиція цінності теплопостачальних підприємств - забезпечення потреби у теплі;
- кількісні та якісні (надійність, безпечність, тощо) характеристики цінності;

Елементи цінності

Цінність – сукупність вигод, які компанія пропонує клієнтам:

- **зменшення вартості;**
- збільшення надійності роботи;
- мінімізація ризиків (в т.ч. безпека експлуатації);
- відсутність операційних витрат і потреби в обслуговуванні;
- зручність для кінцевого користувача;
- мінімальний вплив на довкілля (забруднення повітря та викиди парникових газів).

Розширення пропозиції цінності

- послуги з гарячого водопостачання;
- обслуговування індивідуальних теплових пунктів;
- обслуговування внутрішньобудинкової системи опалення;
- енергетичні аудити та послуги з підвищення енергетичної ефективності будівель;
- що можна додати?

Блок “Інфраструктура”

**Діяльність,
ресурси та
партнери
для створення
цінності**

Ключові партнери Хто є основними партнерами? Хто є основними постачальниками? Які основні ресурси надаються партнерами?	Ключова діяльність Якими є основні види діяльності для забезпечення пропозиції цінності?
Яка основна діяльність забезпечується партнерами?	Ключові ресурси Яких основних ресурсів потребує наша пропозиція цінності? Яких ресурсів потребують канали дистрибуції, комунікація та збір коштів?

Ключова діяльність

- операційна діяльність:
 - виробництво та транспортування теплової енергії;
 - обслуговування обладнання та мереж;
 - комунікація зі споживачами та партнерами;
- інвестиційна діяльність - планування та реалізація інвестиційних проектів для модернізації систем тепlopостачання;

Ключові партнери

- органи місцевого самоврядування – фінансова підтримка, встановлення тарифів, місцева політика;
- центральні органи виконавчої влади та національні регуляторні органи – державна політика, загальні вимоги;
- об'єднання співвласників багатоквартирних будинків та асоціації;
- медіа та неурядові організації – комунікація зі споживачами та іншими партнерами;

Ключові ресурси

- основне обладнання для виробництва та транспортування теплової енергії;
- енергетичні ресурси – природний газ та місцеві відновлювані джерела енергії;
- людські ресурси – висококваліфіковані експерти та операційний персонал;
- фінансові ресурси – кошти для інвестицій у модернізацію та підтримку роботи системи тепlopостачання;

Блок “Споживачі”

**Для кого
створюється і
як надається
цінність?**

Комунікація зі споживачами

Який тип комунікації
очікує від нас кожна
група споживачів?

Як працює наша
комунікація зараз?

Канали

Через які канали ми
встановлюємо зв'язок зі
споживачами?
Які є найбільш
ефективними?
Що є каналами
дистриб'юції?

Групи споживачів

Для кого ми створюємо
цінність?

Хто є нашими найбільш
важливими клієнтами?

Групи споживачів

- Споживачі: домогосподарства та ОСББ, бюджетні установи, комерційні організації, промислові підприємства;
- Яка категорія споживачів є найбільш привабливою для теплопостачальних підприємств?
- В якій категорії можливе найбільше розширення споживання послуг?

Канали

- надання послуги теплопостачання – інфраструктура централізованої система постачання теплової енергії;
- продажі – служби підключень;
- комунікація – поширення інформації про послуги та продукти:
 - абонентські служби;
 - рахунки про надані послуги;
 - веб-сайт, соціальні мережі, тощо;

Зв'язок зі споживачами

- прямі контакти із потенційними новими споживачами (наприклад, забудовниками), найбільшими існуючими споживачами та проблемними споживачами;
- автоматизоване інформування для більшості існуючих споживачів;
- форма зв'язку має бути адаптована для кожної групи споживачів.

Блок “Фінанси”

Структура витрат

Що є найбільшими складовими витрат?
Які ресурси та діяльність є найбільш дорогими?

Джерела доходів

За яку цінність наші клієнти насправді готові платити?
За що вони платять зараз?
Яким чином споживачі бажають платити?
Яке джерело доходів є найбільш важливим?

- описує фінансові наслідки роботи підприємства за різними бізнес-моделлями:
 - вплив на структуру та розміри постійних і змінних витрат;
 - вплив на структуру та обсяги доходів.

Структура витрат

- капітальні інвестиції у розвиток системи теплопостачання;
- операційні витрати:
 - паливо;
 - фонд оплати праці;
 - електроенергія;
 - вода та водопідготовка;

Джерела доходів

- основне джерело - олата за спожиту теплову енергію;
- інші можливості:
 - виробництво і продаж електричної енергії;
 - плата за встановлену потужність;
 - енергетичні послуги;
 - здача в оренду об'єктів;
 - державна допомога.

Блок “Сталий розвиток”

Екологічні та соціальні втрати

Які екологічні та соціальні втрати спричиняє наша бізнес-модель?

Які ключові ресурси є невідновлюваними?

Екологічні та соціальні вигоди

Які екологічні та соціальні вигоди генерує наш бізнес?

Хто є отримувачем вигод та чи є вони потенційними клієнтами?

- доповнення до класичної канви бізнес-моделі (Sustainable Business Model Canvas);
- враховує вплив роботи підприємства на екологічне та соціальне середовище:
 - негативний вплив;
 - позитивний вплив.

Екологічні та соціальні втрати

- забруднення атмосферного повітря в місцях розташування котелень;
- ризик скорочення площі лісів та інших зелених насаджень внаслідок недотримання критеріїв сталості використання біомаси;

Екологічні та соціальні ВИГОДИ

- скорочення викидів парникових газів внаслідок заходів з енергоефективності та використання відновлюваних джерел енергії;
- зменшення забруднення атмосферного повітря в безпосередній близькості до житлових будівель;
- уникнення ризику вибухів у житлових будівлях та отруєння чадним газом;



Дякуємо за увагу!

Микола Шлапак
mshlapak@kt-energy.com.ua

Більше інформації про проект представлено на сайті:

www.KeepWarmEurope.eu

та

<http://kt-energy.com.ua/projects/keep-warm/>



This project is funded by the EU's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement N°784966, and lasts from April 2018 – September 2020.

This project receives co-funding from the German Federal Ministry of Economic Cooperation and Development.

