



ProBM 2

PODSUMOWANIE RAPORTU KRAJOWEGO (POLSKA)

**Zrozumienie i opracowanie modeli biznesowych
w erze globalizacji**

ProBM 2

20-04-2020



ProBM 2 to projekt finansowany w ramach programu Erasmus +, który skupia uniwersytety i firmy z Malty, Polski, Włoch, Grecji, Portugalii, Szwajcarii i Rumunii. Projekt ProBM2 jest kontynuacją projektu ProBM „Zrozumienie i rozwój modeli biznesowych”, w którym partnerzy opracowali kompendium modeli biznesowych dla przedsiębiorców.

Głównym celem projektu ProBM 2 jest zwiększenie umiejętności i wiedzy edukatorów dorosłych i dostawców szkoleń w zakresie nauczania modeli biznesowych. Zdobyta wiedza i umiejętności bezpośrednio przyczynią się do zaprojektowania i wykorzystania optymalnego modelu biznesowego przez beneficjentów (przedsiębiorców, przyszłych przedsiębiorców, właścicieli przedsiębiorstw, menedżerów biznesu) w ich obecnych lub przyszłych przedsiębiorstwach.

Pierwsza faza projektu obejmowała kwestionariusz, którego zadaniem było zebranie informacji o wiedzy, zrozumieniu i wykorzystaniu modeli biznesowych w praktyce. Wyniki zostaną wykorzystane do opracowania programu szkoleniowego dotyczącego modeli biznesowych dla przedsiębiorców i edukatorów dorosłych.

W badaniu udział wzięli dyrektorzy, przedsiębiorcy, właściciele firm, menedżerowie biznesowi, szefowie firm lub szefowie zasobów ludzkich, którzy są zaangażowani w zarządzanie MŚP (przedsiębiorstwo zatrudniające od 10 do 250 pracowników), które działa od co najmniej 5 lat. Kwestionariusze w Polsce zostały przesłane e-mailem do 8 wybranych przedsiębiorców.

Kwestionariusz podzielony był na 4 bloki:

- BLOK 1: Ogólna wiedza i opinie na temat modeli biznesowych
- BLOK 2: Model biznesowy w Twojej firmie
- BLOK 3: Elementy modeli biznesowych
- BLOK 4: Profil firmy i respondenta

Na podstawie wyników badań ankietowych można stwierdzić, że polscy przedsiębiorcy posiadają podstawową wiedzę na temat modeli biznesowych (100% ankietowanych odpowiedziało, że wie, czym jest model biznesowy). 75% przedsiębiorców słyszało wcześniej o modelu biznesowym Canvas. Ponadto 100% rozmówców zgadza się lub całkowicie zgadza się ze stwierdzeniami, że: (1) opracowanie modelu biznesowego ma kluczowe znaczenie dla przyczynienia się do sukcesu firmy; (2) zastosowanie dobrego modelu biznesowego poprawia sytuację przedsiębiorstwa / organizacji na rynku; (3) wzrost wiedzy na temat modeli biznesowych zmniejsza bariery w zakładaniu i / lub ulepszaniu własnego biznesu.

Na pytanie o zalety korzystania z modeli biznesowych aż 87,5% respondentów wybrało „Planowanie wzrostu”. Kolejne najczęściej wybierane korzyści to „Zwiększona innowacyjność i konkurencyjność” (62,5%), „Usprawniony proces komunikacji” (62,5%) oraz „Zwiększona kontrola” (50%). Respondenci wskazali „Zrównoważony rozwój finansowy” (12,5%) i „Wejście na rynek międzynarodowy” (12,5%) jako najmniej istotne korzyści.

Tylko 37,5% respondentów stosowało modele biznesowe w swoich firmach. Reszta (62,5%) przyznała, że nie stosowała modeli biznesowych, ponieważ nie wiedziała, jak korzystać z modelu biznesowego (60%), podczas gdy niektórzy respondenci wskazali inny powód (40%), były to: wczesny etap działalności rozwój i jego specyfika oraz brak wiedzy kierownictwa na ten temat.

Strumienie przychodów wykorzystywane w ich firmach to: (1) model afiliacyjny (33,33%), (2) model niskokosztowy (33,33%), (3) model subskrypcji (33,33%).

Respondenci zastosowali w swoich modelach biznesowych następujące elementy: (1) Kluczowe czynności (66,66%), (2) Kluczowe zasoby (33,33%), (3) Propozycje wartości (33,33%), (4) Relacje z klientami (100%), (5) Struktura kosztów (33,33%).

Na pytanie o znaczenie poszczególnych elementów modeli biznesowych zdecydowana większość respondentów wskazała, że wszystkie elementy są ważne lub całkowicie ważne.

Według respondentów najważniejszym elementem są Kluczowi partnerzy (37,5%), a najmniej istotny to Segmentacja klientów (37,5%). Widzą różne elementy modelu biznesowego jako głównie zależne od siebie (75%). Tylko jeden respondent wskazał, że elementy te są głównie niezależne, podczas gdy inny respondent twierdził, że są zależne w niektórych częściach, a niezależne w innych. Na pytanie czy zmiana jednego z elementów prowadzi do zmiany innych, odpowiedzi kształtowały się następująco: (1) często (62,5%), (2) zawsze (25%), (3) rzadko (12,5%).

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, jakie funkcje trenera byłoby najbardziej docenione, gdyby poszukiwali szkolenia na temat modeli biznesowych. Według respondentów najważniejszym elementem jest posiadanie doświadczenia w szkoleniu z modeli biznesowych (87,5%), posiadanie doświadczenia w danej branży (50%), bycie doświadczonym trenerem (37,5%) i możliwość odbycia szkolenia w ich sąsiedztwie (37,5%). Koszt szkolenia uznano za najmniej istotny element (12,5%).