

Analiza studium przypadku - POLSKA

Nazwa firmy (kraj)	MED-SON	
Typ firmy	Spółka cywilna	
Rodzaj modelu biznesowego stosowanego w firmie	Model zaufania klienta	
Elementy modelu biznesowego kluczowe dla firmy	- Relacje z klientem - Kanały komunikacji - Rodzaj przychodu	
Zalety stosowania modelu biznesowego	Udoskonalenie procesu komunikacji	
Zagrożenia wynikające z braku zastosowania jakiegokolwiek modelu biznesowego	Mała skuteczność komunikacji	
Umiejętności i wiedza	Umiejętności	Wiedza
	- Opracować biznes plan - Dobrze organizować pracę - Skutecznie kontaktować się z personelem	- Specyfikacja rynku - Relacje interpersonalne

Nazwa firmy (kraj)	Anonimowy	
Typ firmy	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	
Rodzaj modelu biznesowego stosowanego w firmie	Brak konkretnego modelu biznesowego	
Elementy modelu biznesowego kluczowe dla firmy	- Relacje z klientem - Kanały komunikacji	
Zalety stosowania modelu biznesowego	- Reputacja na rynku - Trwałość finansowa - Stabilność kadry	
Zagrożenia wynikające z braku zastosowania jakiegokolwiek modelu biznesowego	Mała skuteczność komunikacji	
Umiejętności i wiedza	Umiejętności	Wiedza
	- Zna specyfikację rynku - Zna koszty związane	- Specyfikacja rynku - Koszty związane

Analiza studium przypadku - POLSKA

	z branżą	z branżą
Inne informacje (jeśli konieczne)	Zbyt mała firma (mniej niż 10 osób, większość z nich to osoby w wieku emerytalnym. Wprowadzenie zmian nie jest możliwe lub bardzo trudne).	

Nazwa firmy (kraj)	EUROKREATOR	
Typ firmy	Spółka partnerska	
Rodzaj modelu biznesowego stosowanego w firmie	- Model partnerski - Model sprzedaży bezpośredniej	
Elementy modelu biznesowego kluczowe dla firmy	- Kluczowi partnerzy - Kluczowe źródła - Relacje z klientami - Kanały komunikacji - Propozycja wartości	
Zalety stosowania modelu biznesowego	- Pozycja na rynku - Plan rozwoju - Trwałość finansowa - Udoskonalony proces komunikacji - Wzrost efektywności operacyjnej	
Zagrożenia wynikające z braku zastosowania jakiegokolwiek modelu biznesowego	Nie zidentyfikowano	
Umiejętności i wiedza	Umiejętności	Wiedza
	- Komunikować się - Rozwiązywać problemy - Zarządzać	- Specyfikacja rynku - Zarządzanie

Nazwa firmy (kraj)	Anonimowy	
Typ firmy	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	
Rodzaj modelu biznesowego stosowanego w firmie	Model sprzedaży bezpośredniej	
Elementy modelu biznesowego kluczowe dla firmy	- Kluczowi partnerzy - Rodzaje przychodów	

Analiza studium przypadku - POLSKA

	• Relacje z klientami • Kanały komunikacji	
Zalety stosowania modelu biznesowego	• Trwałość finansowa	
Zagrożenia wynikające z braku zastosowania jakiegokolwiek modelu biznesowego	• Niska skuteczność komunikacji • Brak stabilności finansowej	
Umiejętności i wiedza	Umiejętności	Wiedza
	• Zna specyfikację rynku • Potrafi zarządzać finansami	• Specyfikacja rynku (m.in. aspekty marketingu) • Aspekty finansowe • Aspekty zarządzania

Analiza studium przypadku w Polsce została przeprowadzona dla 4 firm. Instytut Technologii Eksploatacji – PIB przeprowadził wywiady głównie z przedstawicielami spółek z ograniczoną odpowiedzialnością. Dwa kwestionariusze były anonimowe, ponieważ przedsiębiorcy nie życzyli sobie podać nazwy firmy. Typy modeli biznesowych, które zostały wybrane przez firmy, były bardzo różne, między innymi model zaufania klienta, model partnerski i model sprzedaży bezpośredniej. Przedstawiciel jednej z ankietowanych firm stwierdził, że nie korzysta z żadnego konkretnego modelu i jest to bardzo ważna informacja, ponieważ okazuje się, że w Polsce niewielu przedsiębiorców korzysta z określonego modelu biznesowego. Znajomość modeli biznesowych jest bardzo uboga. Z drugiej strony przedsiębiorcy mogli jednak wskazać, które elementy są kluczowe dla istnienia firmy. Większość badanych wskazała, że najważniejsze są relacje z klientami i kanałami komunikacji. Inne kluczowe elementy to: rodzaje dochodów, kluczowi partnerzy, kluczowe zasoby i propozycja wartości. Kolejne pytanie dotyczyło zalet korzystania z modeli biznesowych. Kształtowały się one odmiennie w zależności od ankietowanego przedsiębiorstwa. Okazało się, że stabilność finansowa i unikalna reputacja na rynku były powszechne niemal we wszystkich analizach przypadków. Z drugiej strony, firmy zauważyły te same porażki związane z wprowadzeniem modelu biznesowego – niska efektywność komunikacji i brak stabilności finansowej. Ponieważ kompendium, które ma zostać opracowane w projekcie, zawiera informacje na temat niezbędnych umiejętności i wiedzy na temat modeli biznesowych, kwestionariusz zawierał pytanie związane z tym aspektem. Odpowiedzi były dość zróżnicowane: relacje międzyludzkie, projekt biznesplanu, dobra organizacja pracy, dobry kontakt z personelem, specyfika branży, koszty związane z branżą, komunikacja, rozwiązywanie problemów i zarządzanie. Specyfika oddziały i kierownictwa były czynnikami wiedzy. Tylko jedna firma podzieliła się opinią na temat modelu biznesowego w formie opisowej. Według przedstawiciela

Analiza studium przypadku - POLSKA

tej firmy, w małych firmach, które zatrudniają mniej niż 10 pracowników lub większość pracowników to emeryci, wprowadzenie zmian (np. poprzez opracowanie modelu biznesowego) nie jest możliwe.