



Համատեղ ստեղծման հանգույց I: Բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորում



Translation into Armenian is supported by Հայերեն թարգմանության հնարավորությունը տրամադրել է

Եկեք խոսենք բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորման մասին (ներածություն)

Բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորումը ինչ-որ բանի տեսողական ներկայացումն է, իրականության պատկերումը, ինչպես օրինակ գրաֆիկը, նկարը, առարկան կամ մաթեմատիկական ներկայացումը: Յուրաքանչյուր ձևանմուշ նախատեսված է մի շարք մոդելների մշակման հարցում ձեզ օգնելու համար՝ ձեր բիզնեսի տարբեր ստատիստիկաները ուսուսումնասիրելու համար ավելի լավ հասկանալու, նկարագրելու և կանխատեսելու, թե ինչպես այն կարող է աշխատել: Դուք դրանք կօգտագործեք ձեր գաղափարները ապրանքների և ծառայությունների վերածելու հետ կապված գործողությունների ուսուսումնասիրման համար: Նրանք օգնում են ձեզ ուսուսումնասիրել, թե ինչ էք առաջարկում, ում էք առաջարկում և ինչպես կարող էք ներգրավել այդ մարդկանց և գումար վաստակել ձեր բիզնեսի համար:

Բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորումը կօգնի ձեզ մշակել ավելի մանրամասն գործառնական ծրագիր և հատկորոշել այն ոլորտները, որտեղ արտաքին փորձագետների և ռեսուրսների կարիք ունեք ձեր պրոդուկտը կամ ծառայությունը ձեր հաճախորդներին մատուցելու համար: Յուրաքանչյուր մաս նախատեսված է ձեզ օգնելու ու ձեր բիզնեսը ձևավորելու, սահմանելու, բացատրելու, ներկայացնելու և վերահսկելու համար: Այս գործընթացի միջոցով անցնելը օգնում է ձեզ մշակել հստակ բիզնես ծրագիր, որը կարող էք օգտագործել ձեր գործունեությունը ղեկավարելու և ձեր գաղափարն իրականացնելու համար: Ձեր բիզնեսը հիմնելիս այն օգնում է հասկանալ ձեր շարժառիթները, ինչն է եզակի ձեր առաջարկում, ինչպես նաև ձեր հույսերը և այն ազդեցությունը, որը ցանկանում էք թողնել: Բացի այդ, յուրաքանչյուր մասնակից կարող է այցելել և մեկնաբանել միմյանց մոդելը, ինչը հնարավորություն կտա ստեղծել առցանց նոր ցանցեր և նոր գաղափարներ/հեռանկարներ

Ստեղծեք ձեր բիզնեսի վարման հայեցակարգը

Մեր վարժությունը բաժանված է վեց հիմնական քայլերի:

Առաջին անգամ դուք կհանդիպեք ձեր բիզնես խմբում, այնպես որ առաջին 10 րոպեների ընթացքում կսահմանեք ձեր էլակետը (այն կա մ նոր ձեռնարկություն է/ստարտափ, կա մ բարելավում):

Խմբերի հանդիպումից հետո խնդրում ենք նշել ձեր բիզնեսի անունը, որը կարող է փոխվել առաջին սահիկի եռօրյա քննարկումների ընթացքում:

Երկրորդ սահիկում խնդրում ենք գրել խնդիրը, լուծումը, շուկան և գործարար առաքելությունը, որոնք նիստերի ընթացքում կվերանայվեն/փոփոխվեն:

Քայլ 1. Անձնական արժեքներ

Այս մասում դուք համախմբելու և կազմակերպելու էք ձեր անձնական արժեքները և թվարկելու ձեր ունեցած 5 ընդհանուր արժեքները: Դուք կարող էք դրանք համարել այն բաները, որոնք ձեզ ստիպում են իսկապես կենդանի և նվիրված լինել այն ամենին, ինչ անում էք ձեր բիզնեսում: Այս հատվածը տևում է մոտ 5 րոպե

Հարաբերական ձեռնարկատիրություն

- Ձեռնարկատիրությունը դիտվում է որպես տնտեսական աճի ինկուբատոր: Ձեռնարկատիրական պրոֆիլը ամբողջ աշխարհում կարող է ունենալ որոշակի իրար նմանվող առանձնահատկություններ, սակայն փասցածր կրում է մշակույթի ազդեցությունը: Շատ կարևոր է հատկորոշել

մարդկանց կողմից ընկալվող ազգային մշակույթը, և վերլուծել ձեռնարկատիրական մտադրությունները:

- Անձնական ըմբռնումները, ընկալումներն ու գործելակերպը շուկայում սահմանում են ամեն ինչ, իսկ տարածաշրջանային մշակույթները տնտեսական գործունեության համար հիմք են ստեղծում բազմաթիվ գործոնների միջոցով, ինչպիսին է նորարարությունը: Բացի սոցիալ-մշակութային, տնտեսական և անձնական բոլոր տարբերություններից, ձեռնարկատիրության ոլորտում մեր առաջնահերթությունների համար առանցքային դեր ունի գենդերային բաղադրիչը:
- Այս առումով, անձնական արժեքները էական նշանակություն ունեն մասնագիտական ընտրանքների նախընտրությունների, գենդերային տարբերությունների, մարդկանց միջև մշակութային տարբերությունների և ազգային մշակույթի մասին մարդկանց ընկալումների և ձեռնարկատիրական մտադրությունների միջև կապի ուսուսումնասիրման համար:

Ինչպես այն կիրառել

Անձնական արժեքները կազմված են չորս սյունակից բաղկացած աղյուսակից: Դուք կարող էք առաջին չորս սյունակներում գրել բոլոր այն արժեքները, որոնք ձեզ համար կարևոր են: Դուք կարող էք նշել շատ արժեքներ, ավելին, քան կարծում էք, որ օգտակար են: Երբ շատ արժեքներ ունենաք գրած, դրանք տեղադրեք համապատասխան սյունակում՝ ըստ կարևորության կարգի:

Վերջնական նախագծում դուք կորոշեք ձեր ընդհանուր 5 արժեքները՝ յուրաքանչյուր սյունակի համար խմբի տեսքով:

Քայլ 2. Ընկերության արժեքներ

Այս մասում դուք կդիտարկեք ձեր բիզնեսի ռազմավարական դիրքավորումը և կհատկորոշեք հնարավոր թույլ կողմերն ու սպառնալիքները, ինչպես նաև ուժեղ կողմերը և շահագործման հնարավորությունները: Կարող եք նաև հաշվի առնել COVID-19-ի և/կամ այլ ճգնաժամերի ազդեցությունը ձեր բիզնեսի և ապագա դիրքավորման վրա: Այս հատվածը տևում է մոտ 10 րոպե:

SWOT վերլուծություն

- **Ուժեղ կողմեր:** Ի՞նչն էք անում մյուսներից լավ: Ի՞նչն է եզակի ձեր առաջարկի մեջ: Ի՞նչ են հաճախորդները լավը համարում: Ի՞նչն են հաճախորդները նախընտրում ձեր պրոդուկտը կամ ծառայությունները: Ի՞նչ ապացույցներ ունեք դրա համար:
- **Թույլ կողմեր:** Ի՞նչ է ձեր անարկությունը պակաս լավ անում: Ի՞նչ են ուրիշներն ավելի լավ անում: Ի՞նչն է խանգարում մարդկանց գնել ձեզանից: Ի՞նչը պետք է բարելավվի:
- **Հնարավորություն:** Որտե՞ղ կարող է զարգանալ ձեր անարկությունը և ինչու: Ի՞նչ փոփոխություններ են տեղի ունենում, որոնք օգտակար կլինեն:
- **Սպառնալիքներ:** Ի՞նչը կարող է դժվարացնել ձեր անարկության կյանքը: Ի՞նչ են անում մրցակիցները: Որո՞նք են ձեր անարկությանը սպառնացող գործոնները:

SWOT վերլուծության առավելությունները

- Ապահովել, որ դուք շարունակում եք օգուտ բերել հաճախորդներին:
- Պլանավորեք այն, ինչ ձեզ հարկավոր է հաջողություն ապահովելու համար:
- Օգնում է պատրաստվել ցանկացած ռիսկի, որին հնարավոր է բախվել:
- Մտածեք, թե ինչ կաննիք, եթե ամենավատը տեղի ունենար:
- Այն կօգնի ձեր ունեցած գրանցել ամեն ինչ առաջընթացի և ազդեցության սկզբից:
- Թույլ կտա ձեզ ցույց տալ, թե ինչպես են մարդիկ օգուտ քաղում ձեր ձեռնարկությունից:
- Այն կարող է նաև օգնել ձեզ բարելավել ձեր պրոդուկտը կամ ծառայությունը և ներգրավել նոր ներդրումներ, հաճախորդներ կամ անձնակազմ:

Ինչպես այն կիրառել

Ուժեղ և թույլ կողմերը, որոնք հորիզոնական տեղադրված են աղյուսակում, երկուսն էլ ներքին գործոններ են, որոնք վերահսկելի են ձեր ընկերության համար: Մյուս կողմից, ուղղահայաց հնարավորություններն ու սպառնալիքները հիմնականում ազդում են արտաքին գործոնների վրա, որոնք դուք չեք կարող վերահսկել: Գրեք այս նախնական և տեղադրեք դրանք՝ հաշվի առնելով այս գործոնները: Մեջտեղի քառակուսիները այս չորս գործոնների հատման կետերն են, որոնք նպատակ ունեն որոշելու հետևյալ կետերը

- Մեր ուժեղ կողմերի միջոցով հնարավորությունները օգտագործելու ռազմավարություններ,
- Թույլ կողմերը նվազագույնի հասցնելու հնարավորությունները օգտագործելու ռազմավարություններ,
- Մեր ուժեղ կողմերի միջոցով սպառնալիքները կանխելու ռազմավարություններ,
- Հավանական վտանգները նվազագույնի հասցնելու ռազմավարություններ այն հատվածներում, որտեղ թույլ կողմերը հանդիպում են սպառնալիքների:

Քայլ 3. Գաղափարների գեներացում

Այս մասը նախատեսված է ձեզ օգնելու համար դիտարկել, թե հաջողելու դեպքում ինչ ազդեցություն կունենա ձեր բիզնեսը աշխարհի վրա: Դուք կարող եք սա համարել ստեղծագործական, տարաբնույթ մտածողության գործունեություն: Այսպիսով՝ հաշվի առնելով այն փոփոխությունները, որոնք ձեր բիզնեսը կարող է կատարել իր ոլորտում, ավելի լայնորեն դիտարկեք հասարակության, գործունեության այլ ոլորտների, հանրային և մասնավոր կազմակերպությունների վրա ազդեցությունները

- Բիզնես ծրագիրը վճռորոշ նշանակություն ունի ցանկացած նոր ձեռնարկության հաջողության համար, քանի որ այն հանդես է գալիս որպես նշաձող և գնահատման չափանիշ՝ պարզելու համար, թե արդյոք կազմակերպությունը շարժվում է դեպի իր առջև դրված նպատակները:
- Բիզնես գաղափարն, այսպիսով, նախատեսված բիզնեսի հիմնական գործունեության հակիրճ և ճշգրիտ նկարագրությունն է: Լավ բիզնեսը սկսվում է լավ բիզնես գաղափարից: Նախքան լավ բիզնես սկսելը, դուք պետք է հստակ պատկերացում ունենաք բիզնեսի այն տեսակի մասին, որը ցանկանում եք վարել:
- Բիզնես գաղափարները հիմնված են ակնկալվող բիզնես հնարավորությունների վրա, պրոդուկտի և շուկայի համապատասխանության մասին հիմնադրված պատկերացումների վրա: Այն մարդկանց տալիս է այն, ինչ նրանց պետք է կամ նրանք ցանկանում են:

Գաղափարների գեներացումը օգնում է ձեզ բացահայտել

- Իր հաճախորդների ո՞ր կարիքները կբավարարի ձեր բիզնեսը:
- Ի՞նչ ապրանք կամ ծառայություն կվաճառի ձեր բիզնեսը:
- Ու՞մ կվաճառի իր ծառայությունները ձեր բիզնեսը:
- Ինչպես է ձեր բիզնեսը վաճառելու իր պրոդուկտը կամ ծառայությունները:

Պատասխանեք հետևյալ հարցերին՝ համաձայն շուկայում առկա լուծումների: Այս հատվածը տևում է մոտ 10 րոպե

Ինչպես այն կիրառել

Գրեք կենտրոնի սյունակում ձեր բիզնես գաղափարի հակիրճ նկարագրությունը: Գրեք այնքան գաղափար, որքան անհրաժեշտ է հետևյալ չորս հարցերին պատասխանելու համար.

- Ինչի՞ն է սա նոր արժեք հաղորդում: (Ընդլայնել)
- Ի՞նչն է այն պակաս ցանկալի դարձնում: (Փոխարինել)
- Ի՞նչն է այն կրկին օգտագործում կամ ինչի վրա է հիմնվում: (Վերակենդանացնել)
- Ո՞րը կարող է լինել բացասական կամ սահմանափակող ազդեցությունը ծայրահեղ վիճակի հասցվելու դեպքում: (հակադարձ տեսլացիա)

Քայլ 4. Հաճախորդի պրոֆիլներ

Այս մասում դուք կառուցելու եք ձեր հնարավոր հաճախորդների և հաճախորդների խմբերի պատկերը: Մտածելու եք, թե ովքեր կարող են լինել ձեր հաճախորդները: Իդեալական տարբերակում դուք պետք է խոսեք ձեր պոտենցիալ հաճախորդների հետ, որոնք գնելու են ձեր արտադրանքը կամ ծառայությունը: Մտածեք այն մասին, թե ինչպես կարող եք նրանց ներգրավել իմաստալից կերպով՝ օգնելու ձեր անվտանգ ձեր առաջարկը:

Շուկայական հատվածը կամ հաճախորդների նպատակային խումբը այն մարդկանց խումբն է, որոնք ունեն մեկ կամ մի քանի ընդհանուր հատկանիշներ, ինչը նրանց մոտ ձևավորում է նմանատիպ արտադրանքի կարիքները: Շուկայի հատվածավորումը կամ թիրախային շուկայավարումը շուկան առանձին հատվածների բաժանելու գործընթացն է, որոնք նույն վարքագիծն ունեն կամ ունեն նմանատիպ կարիքներ: Քանի որ յուրաքանչյուր հատված որոշ չափով նման է կարիքներով և վերաբերմունքով, նրանք, ամենայն հավանականությամբ, նույն կերպ կարձագանքեն շուկայավարման կոնկրետ ռազմավարությանը: Սա կարևոր կետ է, և մենք ավելի ուշ այս դասընթացի ընթացքում կքննարկենք թիրախավորված խմբերի շուկայավարումը: Այնուամենայնիվ, շատ կարևոր է, որ դուք հասկանաք ձեր շուկայի սահմանման արժեքը: Շուկայի հատվածավորումը կարևոր է շուկա մուտք գործելու ռազմավարությունը սահմանելու համար՝ շուկայի առաջին սկզբնական հատվածը, որը նախատեսվում է գրավել: Այս հատվածը տևում է մոտ 10 րոպե:

Ինչպես այն կիրառել

Գրեք բոլոր տարրերը՝ ուղղված 5րդ աղյուսակի հետևյալ հարցերին .

- <աճախորդների խմբի անվանումը. սահմանեք ձեր հաճախորդներին, որոշեք, թե ով է գնում ձեր արտադրանքը:
- Որո՞նք են նրանց կարիքները. Պատասխանեք, թե ձեր հաճախորդներն իրականում ինչի կարիք ունեն և ինչու:
- Ի՞նչ էք առաջարկում. Մանրամասնեք, թե ինչպես է ձեր բիզնեսը բավարարելու նրանց կարիքները, գրեք ճանաչելու և զարգացնելու տարբեր ասոցիացիաներ, որպեսզի ձեր պրոդուկտը կամ ծառայությունը հասնի ձեր հաճախորդներին:
- Քանի՞ն են, քանիսի՞ն կներգրավեք, ինչ հաճախականությամբ. մանրամասն ներկայացրեք, թե ինչպես է ձեր բիզնեսը աշխատելու ձեր արտադրանքը կամ ծառայությունները մատուցելու համար՝ ձեր բիզնեսը կազմող տարբեր տարրեր:
- Որքա՞ն կվճարեն, ո՞րքան է ընդհանուր եկամուտը. Փորձեք ֆինանսավորել բոլոր տարբերակները, որոնք կօգնեն ձեզ սկսել ձեր բիզն

Քայլ 5. Բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորում

Այս վարժությունը կօգնի ձեզ պատկերացնել, թե ինչպես է գործելու ձեր բիզնեսը և նկարագրել, թե ինչպես էք վարելու բիզնեսը: Յուրաքանչյուր բիզնես ունի 3 փուլ , և դուք պետք է դիտարկեք այս քայլերը՝ ձեր բիզնեսը լայնորեն սահմանելու համար.

- Ներգրավման փուլ. Այն ժամանակը, որն անհրաժեշտ է պլանավորելու համար, թե ովքեր են ձեր ապագա հաճախորդները և ինչպես համոզել նրանց գնել ձեր բիզն:
- Զարգացման փուլ. Ձեր առաջարկը նախագծելու և ստեղծելու համար անհրաժեշտ ժամանակը:
- Առաքման փուլ. Ձեր արտադրանքը կամ ծառայությունը ձեր հաճախորդին հասցնելու ժամանակը:

Ինչպես այն կիրառել

ՄԱՍ 1.Գործառնական փուլեր

Այս մասում բոլոր գործողությունները տեղի են ունենում կամ հաճախորդի դիմաց՝ «Բեմում», կամ «Ետնաբեմում», որը հաճախորդի աչքից հեռու է: Այս հատվածը տևում է մոտ 10 րոպե:

Գրեք ձեր բիզնեսի գործունեության սյունակներում և տեղադրեք դրանք ետնաբեմի համապատասխան արկղերում՝ հետևյալը բացատրելու համար.

- տարրեր, ինչպիսին են հաճախորդների և շուկայի հետազոտությունները,
- համառոտագրերի և գաղափարների մշակում,
- դիզայնի վերանայումներ և որոշումներ կայացնելը

Բեմի համար դուք կբերեք օրինակներ, որոնք շատ տեսանելի են հաճախորդների համար.

- այնպիսի տարրեր, ինչպիսիք են ցանցերի ստեղծումը կամ առևտրային ցուցահանդեսներին մասնակցելը,
- այնպիսի տարրեր, ինչպիսիք են հաճախորդներին վաղ նախատիպերը ցույց տալը,
- հաճախորդի համար պրեզենտացիաները

ՄԱՍ Բ. Բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորում. Նախագծային մոդելավորում

Այս մասում դուք կնախանջեք բոլոր այն քայլերը, որոնք դուք պետք է կատարեք ձեր արտադրանքը կամ ծառայությունը մատուցելու համար՝ գծային գծապատկերում: Ամբողջ գործընթացը շատ փոքր քայլերով քարտեզագրելու համար գրի առեք բոլոր գաղափարները, որոնք յուրաքանչյուր քայլը հերթականությամբ բացատրում են: Այս հատվածը տևում է մոտ 10 րոպե: Գրեք գործընթացը քայլ առ քայլ՝ սկսած սկսած ելման կետից և ավարտած այն կետով, որին ցանկանում եք հասնել:

Այս գործընթացից դուք կարող եք տեսնել, թե որտեղ են գտնվում կարևորագույն փուլերը, որտեղ կարող են առաջանալ խոչընդոտներ և որտեղ գործընթացը կարող է փլուզվել, քանի որ դուք չունեք անհրաժեշտ մասնագիտական կարողություններ կամ ռեսուրսներ: Սա թույլ կտա տեսնել, թե որքանով է անհրաժեշտ զարգացնել և ղեկավարել բիզնեսը:

Իմացեք ավելին՝ լրացուցիչ ռեսուրսներ

Ռեսուրս:

Ստեղծագործական ձեռնարկությունների գործիքակազմի և բիզնեսի վարման հայեցակարգի մոդելավորման վերաբերյալ ավելի մանրամասն տեղեկություններ համար կարող եք ընթերցել

<https://www.nesta.org.uk/toolkit/creative-enterprise-toolkit/>