

محاضرة رقم 13: ثالثا: مرحلة إعداد مخطط نموذج العمل التجاري

للمشروع

Business Model Canevas

مقدمة:

إن ظهور ما يعرف بالشركات الناشئة Startups ظهرت فجوة كبيرة وهي أن علم إدارة الأعمال لم يكن جاهزاً لتقديم أدوات تساعد على تأسيس هذه الشركات على الرغم من أنه يملك خبرة تزيد عن القرن في تطوير وإنماء الشركات القائمة بحد ذاتها، ومن هذا المنطلق كانت أداة مخطط نموذج العمل التجاري Business Model Canvas واحدة من الأدوات التي لبّت حاجة رواد الأعمال في التخطيط لمشاريعهم وشركاتهم الناشئة على الورق قبل إطلاقها.

يعد هذا المخطط أداة لتقييم المشروع ككل، فهو يتيح وضع أسس المشروع وتديبره على الأمد القصير والمتوسط والبعيد. كما يتم اللجوء إليه خلال التعامل مع ممولي المشروع و المستثمرين و البنوك ، وهنا تبرز أهمية مخطط العمل سواء بالنسبة إليك بصفتك حاملا للمشروع أو بالنسبة للمستثمرين الذين سيعتمدون على هذا المخطط لمنحك الثقة اللازمة لمشروعك أو رفضه .

لماذا نحتاج مخطط نموذج العمل التجاري؟

يمكن أن نعرّف هذا المخطط على أنه طريقة بصرية تخطيطية يمكن استخدامها أثناء مرحلة التخطيط للمشروع من أجل تدارك الوقوع بالأخطاء قدر الإمكان.

وهنا يبرز الفارق ما بين التخطيط للمشاريع التقليدية ونقل محل لبيع العصائر والكوكيتل وبين المشاريع الناشئة الابتكارية مثل تطبيقات الهواتف الذكية. حيث أنّ المشاريع التقليدية لا تحتاج لبذل الكثير من الجهد في التخطيط فكل ما تحتاجه هو دراسة سريعة للجوى الاقتصادية، بينما المشاريع الابتكارية فهي تحتاج لمزيد من التخطيط .

إن الدور الهام الذي يلعبه مخطط نموذج العمل التجاري هو أنّ الشركات الناشئة ليست مجرد نسخة بدائية من الشركات القائمة، بل هناك اختلاف جوهري في وظيفة كلّ منهما، حيث أنّ الشركة الناشئة دورها البحث عن نموذج عمل ناجح، بينما المشروع القائم دوره تنفيذ نموذج العمل أو النموذج الربحي ، وهنا يأتي دور مخطط نموذج العمل حيث يسهّل على الشركات الناشئة عملية البحث عن النموذج الربحي المناسب لهم.

أهمية مخطط نموذج العمل التجاري:

يمكن تعداد الفوائد التي تحصل عليها من عرض المكونات الرئيسية لنموذج عملك كالاتي:
-الإيجاز: يوفّر المخطط القدرة على تلخيص أهم العناصر في أي مشروع في ورقة واحدة، والتي قد تحتاج عشرات الصفحات لذكرها في أشكال أخرى من المخططات .
-سهولة التطوير، والتعديل: المرونة العالية التي يوفرها مخطط نموذج العمل من رؤية جميع العناصر مرتبة أمامك، وتعديلها وقت الحاجة.
-الوضوح: قراءة المخطط أسهل وأوضح لفهم رؤية المشروع أو النشاط من قراءة عدد كبير من الصفحات مثلاً من الخطط التقليدية.
-السرعة: القدرة على نقل المخطط إلى خريطة العمل وتصميم المنتج أو الخدمة مثلاً.

-سهولة التطوير، والتعديل: يمكنك التعديل، وإضافة أي أفكار بسهولة أكبر على صفحة واحدة .

مكونات مخطط نموذج العمل التجاري للمشروع:

يتشكّل مخطط نموذج العمل من العناصر الرئيسية التي تحتاجها لتحرك مشروعك من حيث القيمة التي تضيفها للمستخدم إلى القنوات التي تحصل من خلالها على دخل، بدءًا ممّا تقدم للعميل؟ إلى من هم عملاؤك؟ وكيف ستصل لهم؟ ما التكاليف ومصادر التمويل؟ غيرها ، و يتكون مخطط نموذج العمل من تسعة وحدات بنائية يتوجب معرفتها حتى يكتمل نموذج العمل.
هي:

القيمة المقدمة أو المقترحة:

هنا يتم تحديد تلك القيمة التي يوفرها المنتج أو الخدمة ، ويمكن أن نلخصها في سؤال: ماذا تبيع؟ ما الخدمة التي تقدمها؟ المنتج؟ المشكلة التي تحاول حلّها للعملاء؟ إذن، القيمة هي الأساس التجاري للمشروع والإضافة التي تقدمها للعميل مقارنة بالمنافس.

شرائح الجمهور المستهدف (العملاء):

و هو تقسيم العملاء إلى مجموعات متشابهة بناء على معيار ما مثل العمر، الاهتمامات وغيره مما يقترن بمشروعك. مجموعة شرائح العملاء أو الزبائن، تعبر عن الفئة المستهدفة التي سوف يتم توجيه خدماتك أو منتجاتك إليها، والتي من الممكن أن تكون شريحة واحدة فقط أو أكثر من شريحة.

تنقسم شرائح العملاء والزبائن إلى:

شرائح الأفراد (B2C) وهو اختصاراً ل Business to Customer.

وتعني أن تقوم بتوجيه منتجاتك بشكل مباشر إلى الأفراد الذين يستهدفهم نشاطك التجاري. مثلاً إذا كان مشروعك عبارة عن تقديم وجبات جاهزة سوف تقوم بتوصيلها إلى المنازل مباشرة دون وجود مطعم على أرض الواقع (مطعم افتراضي)، وهو بالمناسبة نوع منتشر من الأعمال التجارية في الوقت الحالي.

شرائح الشركات (B2B) وهو اختصاراً ل Business To Business

وتعني أن تقوم شركتك بتقديم منتجاتها وخدماتها إلى شركات أخرى تحتاج لمثل هذه الخدمات. مثلاً في مشروع مطعم الوجبات الجاهزة الذي أشرنا إليه في شرائح الأفراد: يمكن أن يتم توجيه المشروع بشكل مختلف ليتحول من شريحة B2C إلى شريحة B2B، فتقوم باستهداف شركات تحتاج إلى شركات متخصصة في تقديم وجبات جاهزة بكميات كبيرة يومياً إلى موظفيها.

قنوات التوزيع :

هي الطرق والأساليب التسويقية التي سيتعرض بها عملاؤك لمشروعك، و كيف سيتم توفير القيمة المقدمة من المنتج أو الخدمة للعميل المستهدف. هل سيتم ذلك عبر منصة إلكترونية أو تطبيق هاتفي أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو عبر التواصل الشخصي أم من خلال رجال بيع أو محل أو مطعم أو عبر طرف ثالث.

علاقات العملاء

من خلال تحديد الوسائل والأدوات التي سيتم من خلالها بناء العلاقة مع العملاء المستهدفين لتشمل جذبهم والحفاظ عليهم وتنميتهم.

النشاطات الرئيسية:

هنا يتم تحديد تلك النشاطات والإجراءات الواجب القيام بها وانجازها لتوفير القيمة المقدمة من المنتج أو الخدمة للعميل المستهدف. مثل تطوير الموقع أو التطبيق أو التسويق الرقمي أو الشبكي.

الشركاء:

هنا يتم تحديد من سيساعد في انجاز العمل حيث لا يمكن أن يتم أي عمل دون الاستعانة بشركاء يساعدون على إنجازه ، أي من تحتاج أن يكون بجانبك لتنفيذ أنشطتك، وتقدم القيمة التي لديك بفعالية؟ سواء شركات أو مزودين معينين، فمثلاً إن كنت تباع منتجات مادية قد تحتاج للتعاقد مع شركة توصيل، أو ربما تحتاج للتعاقد مع مسوقين .

الأرباح و الإيرادات :

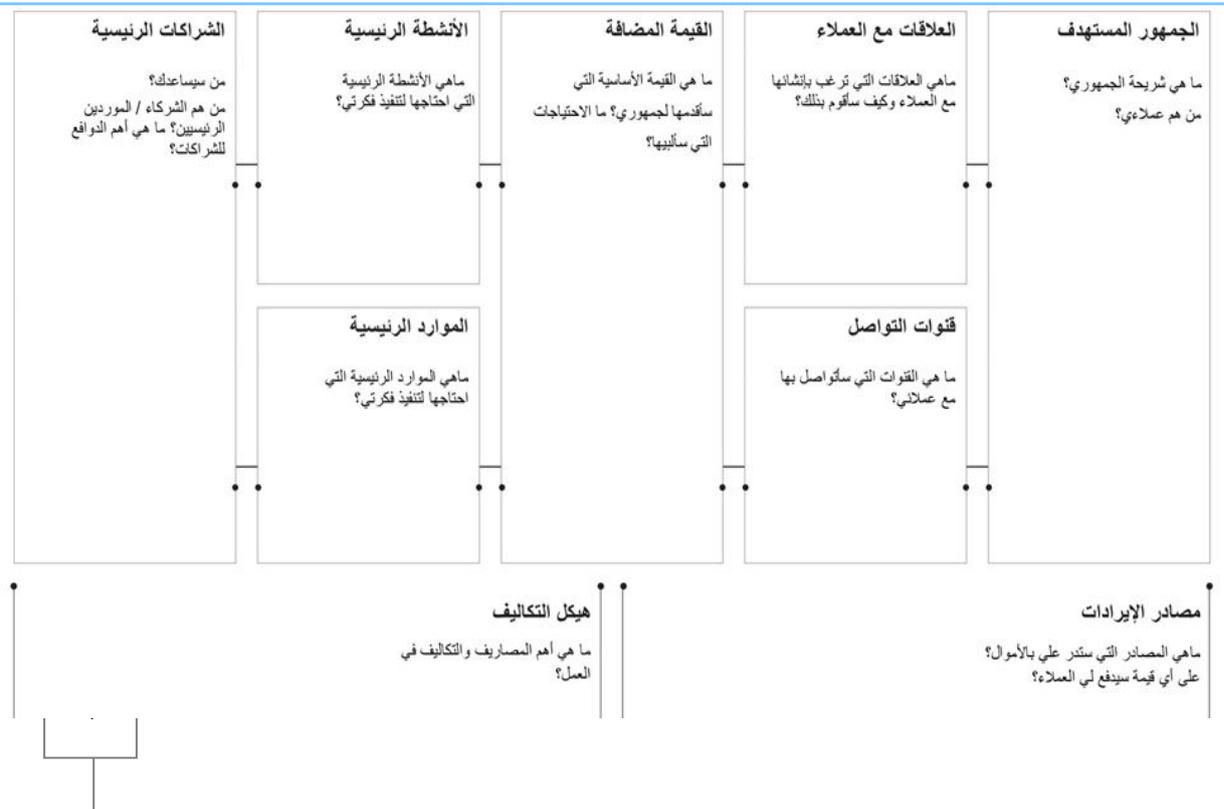
هي تحويل القيمة المقترحة/المضافة التي تقدمها إلى ربح، من أبسط الأشكال لذلك هو أن تدفع مقابل المنتج مثلاً، أو دفع رسوم اشتراك شهري. حيث لا بد لكل عمل مهما كانت طبيعته أن يحقق إيرادا يغطي تكلفته حتى يستمر ويتأتى ذلك من تلك القيمة المالية التي يستطيع العميل أن يدفعها مقابل تلك القيمة التي يحصل عليها.

هيكل التكلفة:

هي كامل التكاليف التي تحتاجها لتنفيذ كل هذا واستدامته، مثل أجور الموظفين، والخدمات التي تعاقدت معها لتقدم القيمة المقترحة بفعالية للعملاء وما إلى ذلك، كما تتضمن تكلفة الموارد المستخدمة والنشاطات التي يتم القيام بها والشراكات التي يتم عقدها مع الآخرين وتكاليف التسويق والبيع والتواصل مع العملاء المستهدفين.

الموارد الرئيسية

ما الذي تحتاجه لتحقيق الأنشطة؟ أمور مثل مساحة مكتبية مثلاً، أو عدد معين من الموظفين .



الخاتمة :

يعد نموذج العمل التجاري "Business Model" من أسهل وأفضل الطرق لدراسة جودة فكرة مشروعك قبل البدء بتنفيذه، وهو نموذج يتكون من صفحة واحدة لها جانبيين و 9 مربعات. الجانب الأول يهتم بدراسة الجانب التسويقي للمشروع ويهتم بـ 5 مربعات، وهي الجمهور المستهدف والقيمة المضافة والعلاقات مع العملاء وقنوات التواصل ومصادر الإيرادات. الجانب الثاني يهتم بدراسة الجانب التنفيذي للمشروع ويتكون من 4 مربعات، وهي الأنشطة الرئيسية والموارد الرئيسية والشركات الرئيسية وهيكل التكاليف. بملء هذه المربعات يتكون لديك صورة واضحة عن مشروعك في ورقة واحدة، ومنها تستطيع الحكم بمدى إمكانية تطبيق المشروع وبالتالي البدء بعمل دراسة جدوى تفصيلية أم لا.

قائمة المراجع:

- 1-خلف السكارنة بلال، الريادة وإدارة منظمات الأعمال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، ط1 2008.
- 2-ستيفن دى شتراوس، المرشد الكامل للمشروعات الصغيرة، مكتبة جرير للنشر، المملكة العربية السعودية، ط1، 2007.
- 3-برحومة عبد الحميد، وب طرفة صورية، دور نظام المعلومات في إعداد و تنفيذ مخطط الأعمال في المؤسسة ، الأيام العلمية الدولية الثالثة حول المقاولاتية : فرص و حدود مخطط الأعمال ، الفكرة الإعداد و التنفيذ ، جامعة بسكرة، 19/18/17 أبريل 2012
- 4-لطرش الطاهر، مخطط الأعمال عناصره الأساسية و حدود أهميته في مسار انشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر ، الأيام الدولية الثالثة حول المقاولاتية : فرص و حدود مخطط الأعمال، الفكرة، الإعداد، التنفيذ، جامعة بسكرة، 19/18/17 أبريل 2012.
- 5-رماني جمال الدين ، دور مخطط الأعمال استمرارية المؤسسات الصغيرة في الجزائر ، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير ، جامعة بسكرة 2012.