

Predavatelj

mag. Marko Savič
avtor knjige Oblikovanje poslovnih modelov—

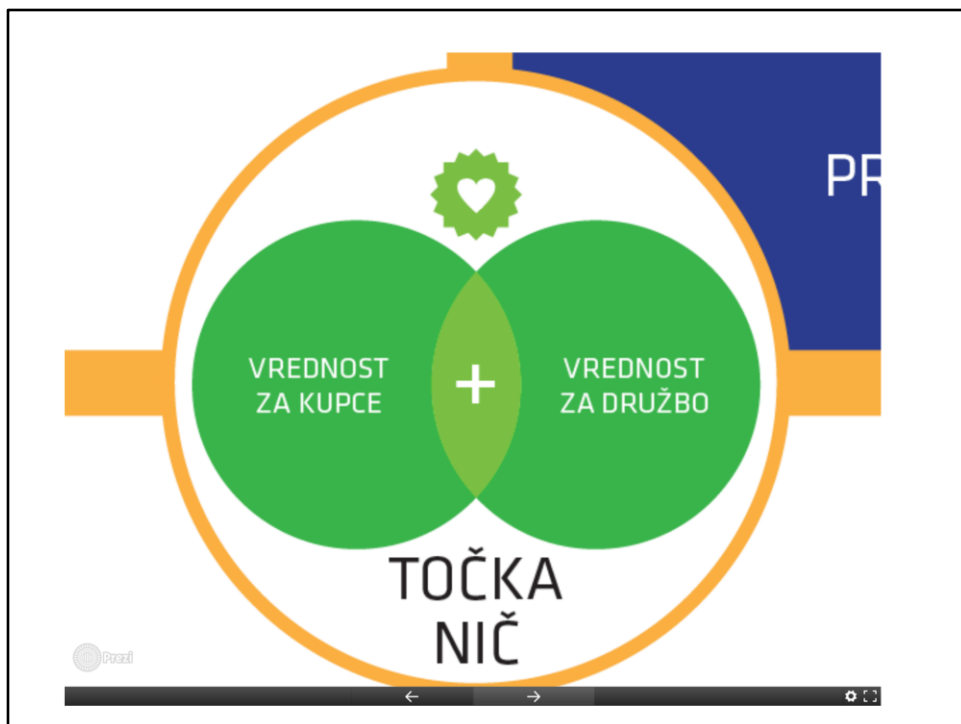
DESIGN
FOR
EUROPE



Hvala Rok za predstavitev in povabilo na današnjo konferenco. Dovolite, da današnji seminar začnemo z eno zgodbo.

Poslovni modeli v energetiki

Predstavljajmo si lokalno pekarno v Veržejju, ki peče izvrsten veržejski kruh. Vrednost se ustvarja tako za uporabnike kot tudi za pekarno samo. To je začetna točka razvoja vsake družbe.



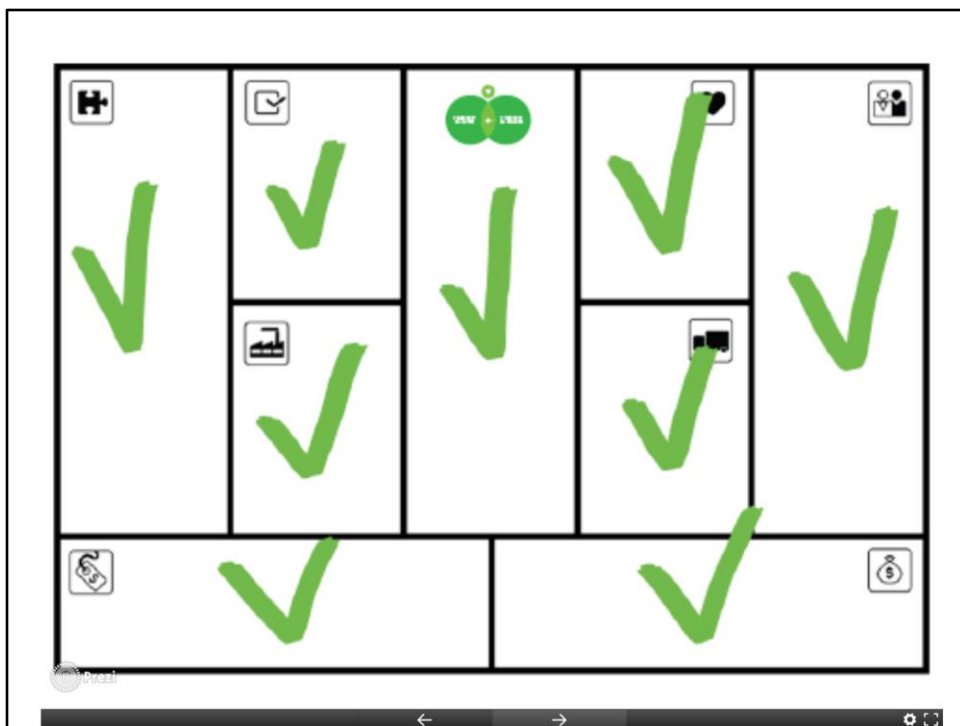
Družbe na začetni ali Nulti točki se NE osredotočajo na oblikovanje poslovnih modelov. Na tej točki je pomembno le, da družba ustvarja vrednosti tako za uporabnike kot tudi za družbo samo. In to iz dneva v dan. Majhna skupina sodelavcev te veržijske pekarnice je vajena trdega dela. Šefica pekarnice se trudi z vsemi svojimi močmi zadovoljiti tako kupce kot tudi pekarno samo. Verjetno vsi, ki smo danes tukaj vemo, da je to pogosto precej težko že izreči, kaj šele narediti. Poglejmo si naslednjo stopnjo razvoja družb.

Na prvi točki razvoja družb so Začetniki.

ZAČETNIKI



Začetniki na prvi točki so družbe, ki ustrezno razrešijo vsak posamezen gradnik na Kanvasu poslovnih modelov. Začetniki znajo ugotoviti, kaj so dejanske vrednosti, ki jih ponujajo. Znajo te vrednosti ne le ustvariti temveč vedno znova tudi ponoviti. In vedo, da morajo najti način, da bodo te vrednosti tudi zadržali. Vsi imamo danes Kanvas poslovnih modelov pred sabo, bomo nekoliko kasneje tudi oblikovali en primer.

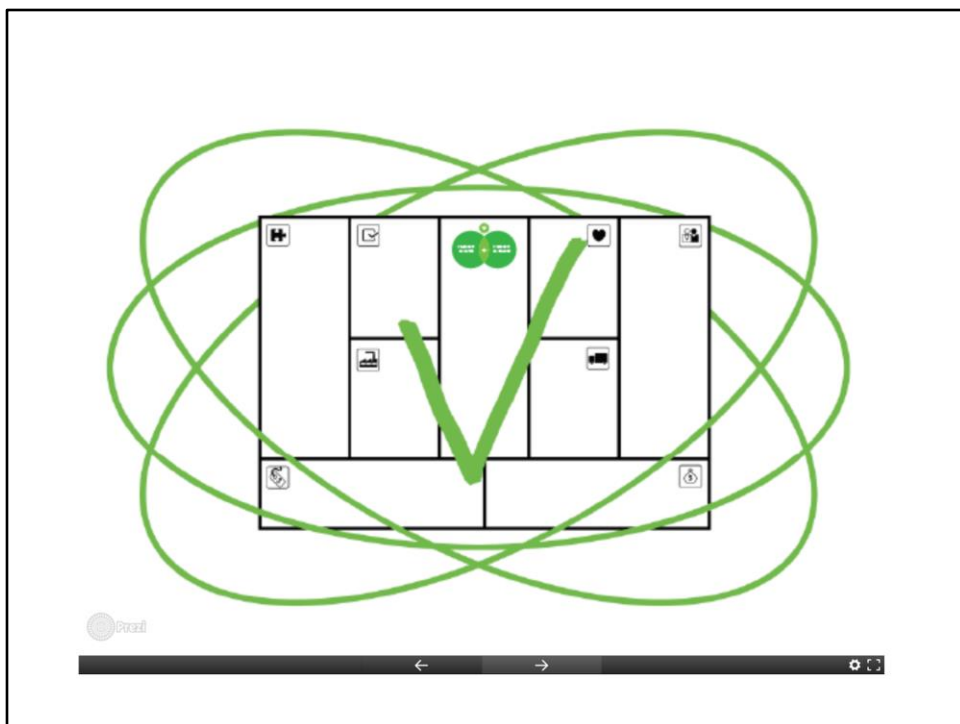


Ampak, kaj to pomeni za našo lokalno pekarno v Veržēju? V pekarni so po več letih morali priznati, da iz te moke enostavno ne bo kruha. Da vrednosti za uporabnike morebiti sicer še ustvarjajo, a da pekarna kot taka pokriva le še stroške. Zato so se odločili, da poskusijo z njihovim paradnim izdelkom, sirovo kvasenico. Kaj so naredili? Tri ključne zadeve:

- + potem, ko je šefica pekarnice uspela dogovoriti dobavo kvasenic ali krapcev kot jim tudi ponekod rečejo, nekaterim večjim trgovskim odjemalcem, so registrirali blagovno znamko: Veržejski krapec.
 - + razvili so distribucijo krapcev po celi državi in jih ponudili v prodajo tako vsem večjim kot tudi manjšim trgovskim odjemalcem.
 - + eden od šoferjev krapcev je celo razvil poseben sistem hlajenja, ki temelji na preprostem a učinkovitem Peltierjevem principu.
- Po novem pekarna slanih sladici je oblikovala uspešen poslovni model. Mi si bomo pogledali še dve stopnji razvoja družb. Na drugi točki razvoja družb so Mojstri.



Mojstri na drugi točki so družbe, ki ustrezno usklajujejo vse gradnike Kanvasa poslovnih modelov v celovito zgodbo. Znajo poiskati ustrezne povezave med posameznimi gradniki in jih potem povezati v nov, inovativen poslovni model.

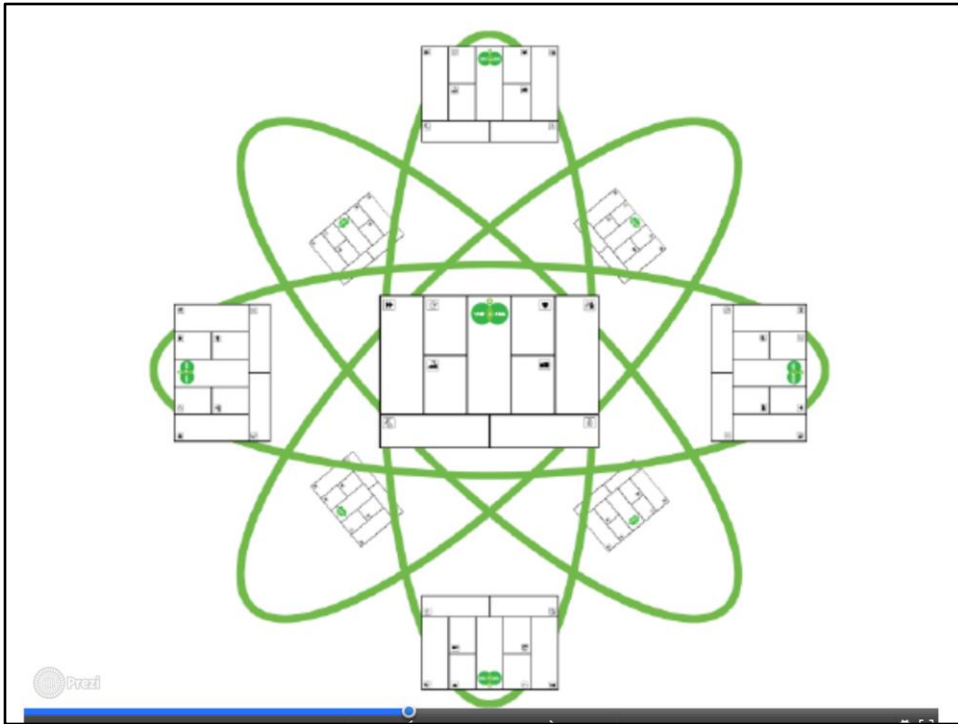


Kaj to pomeni za našo lokalno pekarno? V pekarni so ugotovili, da kupci v modernih časih strogo pazijo na lastno prehrano. Hkrati je sodelovanje z večjimi trgovskimi verigami pod stalnim pritiskom nižanja cen, ne glede na kakovost. Kljub temu so v pekarni, v dobro kupcev, radikalno spremenili način proizvodnje slanih sladici. To so dosegli z uporabo naravnih ekoloških sestavin, pridelanih po načelih pravične trgovine. Potem so, najprej kot prototip, v Termah Banovci postavili prvo zdravo kavarno. Po nekaterih začetnih spodrsaljajih so uspeli postaviti mrežo zdravih kavarn: Zvezdne steze. Model so uspešno in lokalnim navadam prilagojeno prenesli v celotno EU. In potem imamo na tretji najvišji točki razvoja družb: Prodorne družbe.

PRODORNE DRUŽBE

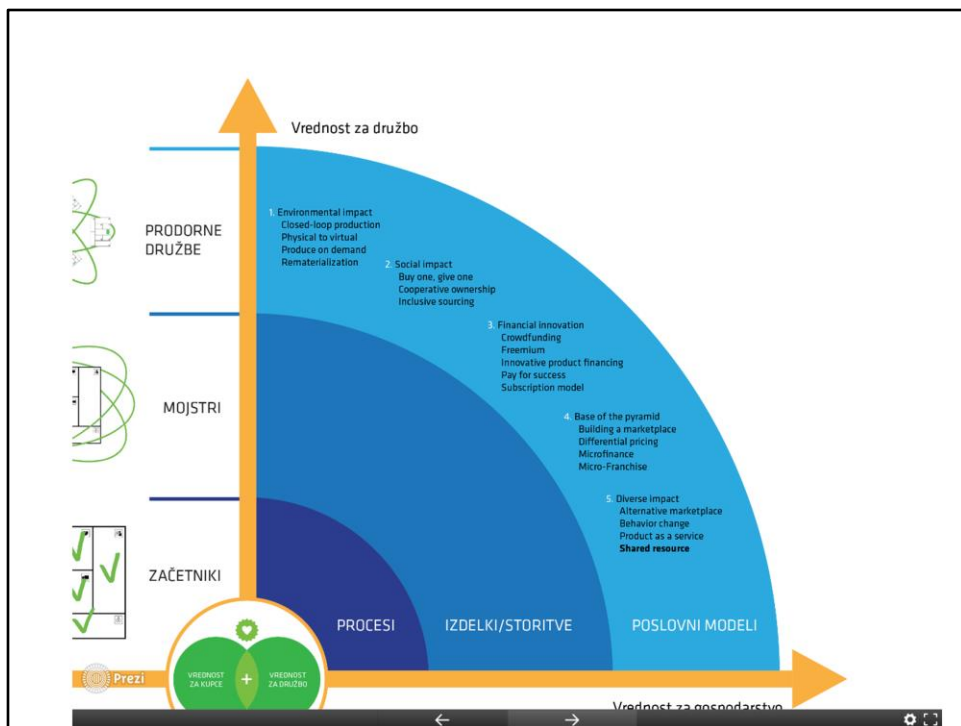


Prodorne družbe oblikujejo nove poslovne modele, medtem ko so njihovi obstoječi poslovni uspešno v teku.

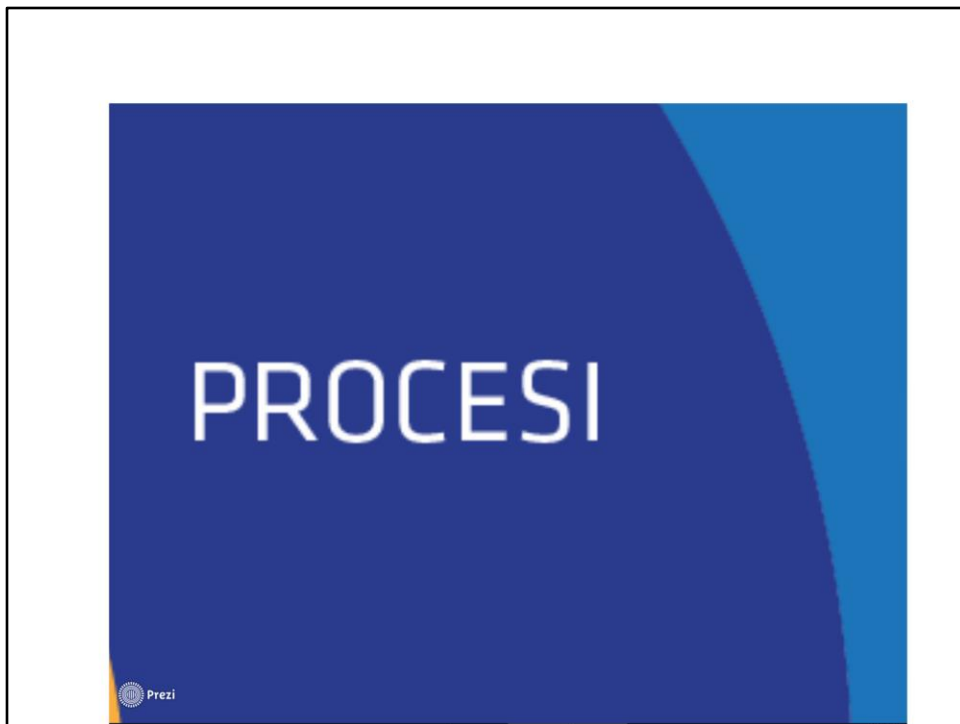


Kaj to pomeni za našo zdaj že mrežo zdravih kavarn Zvezdne steze? Inovacijo hlajenja, ki so jo razvili na drugi stopnji poslovnega modela, so po naključnem, rekli bi tudi turistično-spiritualnem obisku Indije, tudi dobesedno prenesli v Indijo. Zakaj? Ker so ugotovili, da je v Indiji hlajenje za večino, več kot 80 % prebivalstva nepremostljiv problem. Kaj so naredili? Tri ključne zadeve.

Prvo. V Indiji so ustanovili novo lokalno podjetje. Drugo. Razvili so prvi nizkocenovni hladilnik ali bolje rečeno prvo nizkocenovno hladilno torbo na svetu in jo po metodi t. i. Crowdsourcinga poimenovali in registrirali kot Koolcha. In tretje. Povezovali so se s Pošto Indije za poseben sistem distribucije teh nizkocenovnih hladilnih torb, saj v Indiji večina prebivalstva prek klasičnih trgovskih centrov še ni dosegljiva. S Koolcha hladilno torbo zdaj prodirajo iz Indije na razvite trge, tudi na trg ZDA. Nekoč lokalna veržajska pekarna je postala prodorna družba zaradi oblikovanja novih poslovnih modelov. Ta moja uvodna zgodba se presenetljivo dobro sklada z ugotovitvami raziskave možganskega trusta SustainAbility.



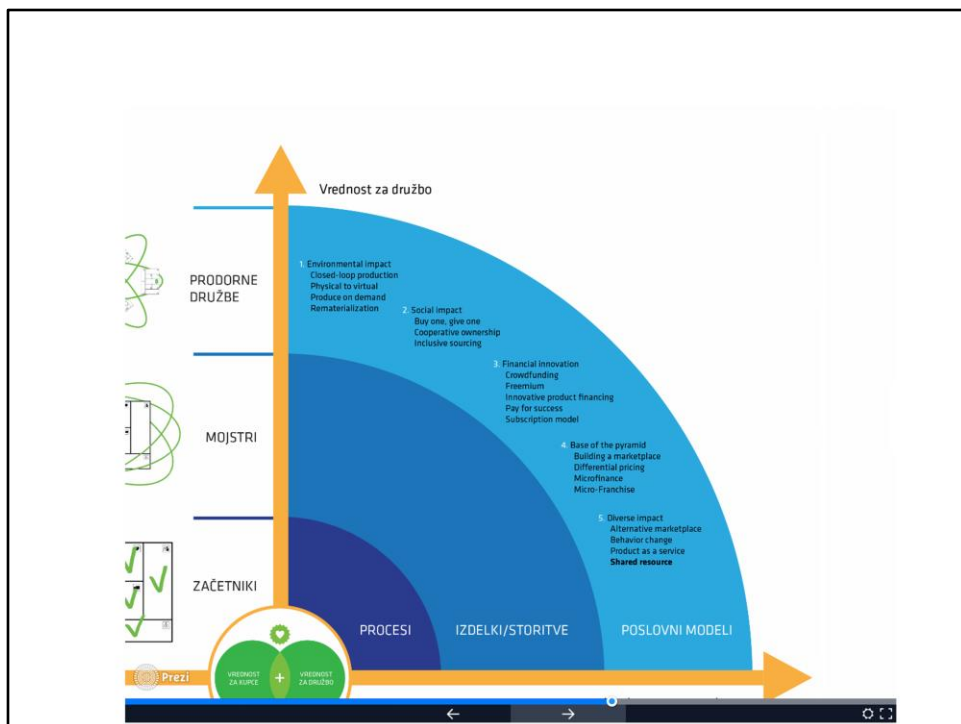
V tej raziskavi so ugotovili, da se vrednosti ustvarjajo sicer tako z ustreznimi poslovnimi procesi



kot tudi z novimi izdelki ali storitvami.



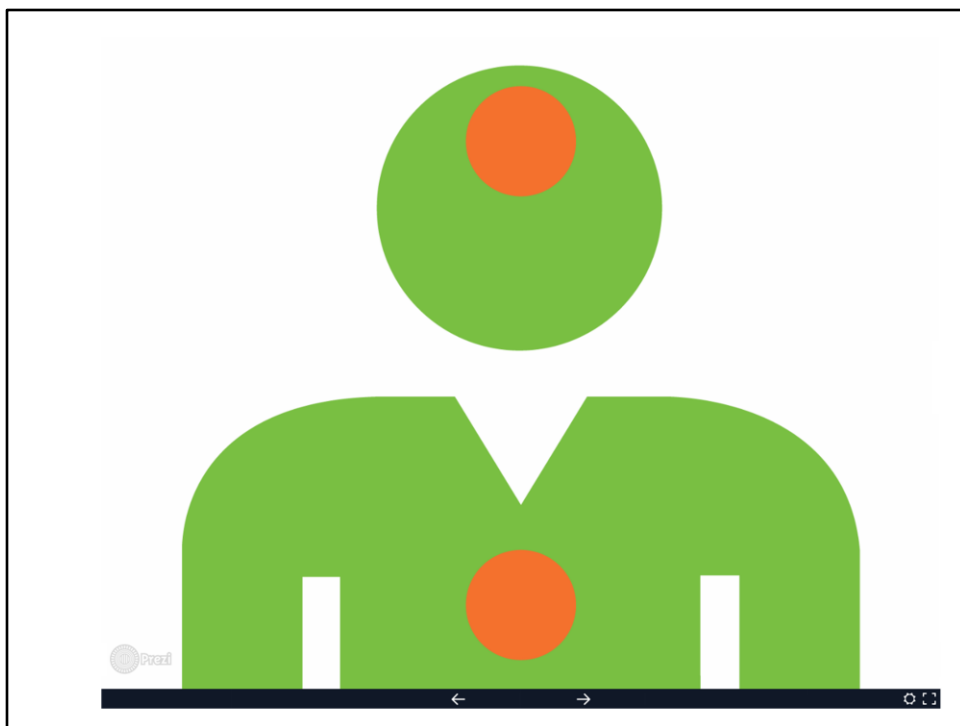
A v največji meri se vrednosti ustvarjajo predvsem z novimi poslovnimi modeli.



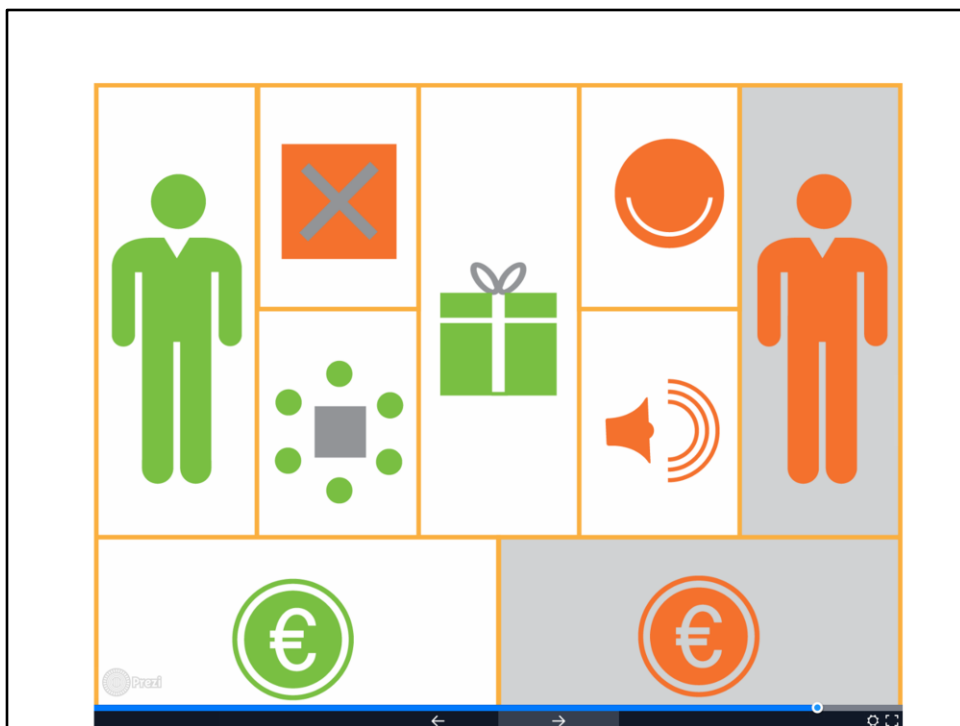
Našteli so kar 20 vzorcev novih poslovnih modelov. Tudi v energetiki so novi poslovni modeli izrazito aktualna tema.

1 Gentailer model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Low Regional supergrid Medium Ultra distributed generation High Local energy systems Low	2 Pure play merchant model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Medium Regional supergrid Medium Ultra distributed generation Medium Local energy systems Low	3 Grid developer model Relevance for transformative market scenarios Green command and control High Regional supergrid High Ultra distributed generation Low Local energy systems Low	4 Network manager model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Low Regional supergrid Medium Ultra distributed generation High Local energy systems Medium
8 Virtual utility model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Low Regional supergrid Low Ultra distributed generation High Local energy systems High	7 Value-added enabler model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Low Regional supergrid Medium Ultra distributed generation High Local energy systems High	6 'Partner of partners' model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Low Regional supergrid Low Ultra distributed generation High Local energy systems High	5 Product innovator model Relevance for transformative market scenarios Green command and control Low Regional supergrid Low Ultra distributed generation High Local energy systems High

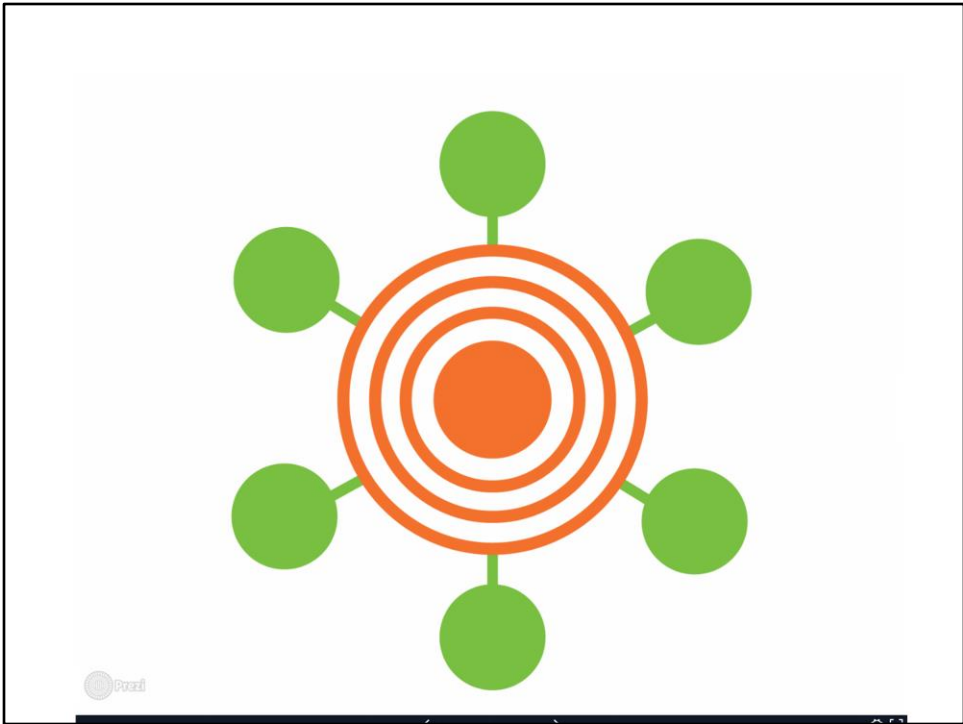
Ampak dajmo se vrnimo čisto na začetek.
Kaj pravzaprav je poslovni model?
Moja, namenoma nekoliko prirejena definicija poslovnega modela se glasi: Poslovni model intuitivno in racionalno razloži, kako neka družba ustvari,



dostavi



in zadrži vrednost.

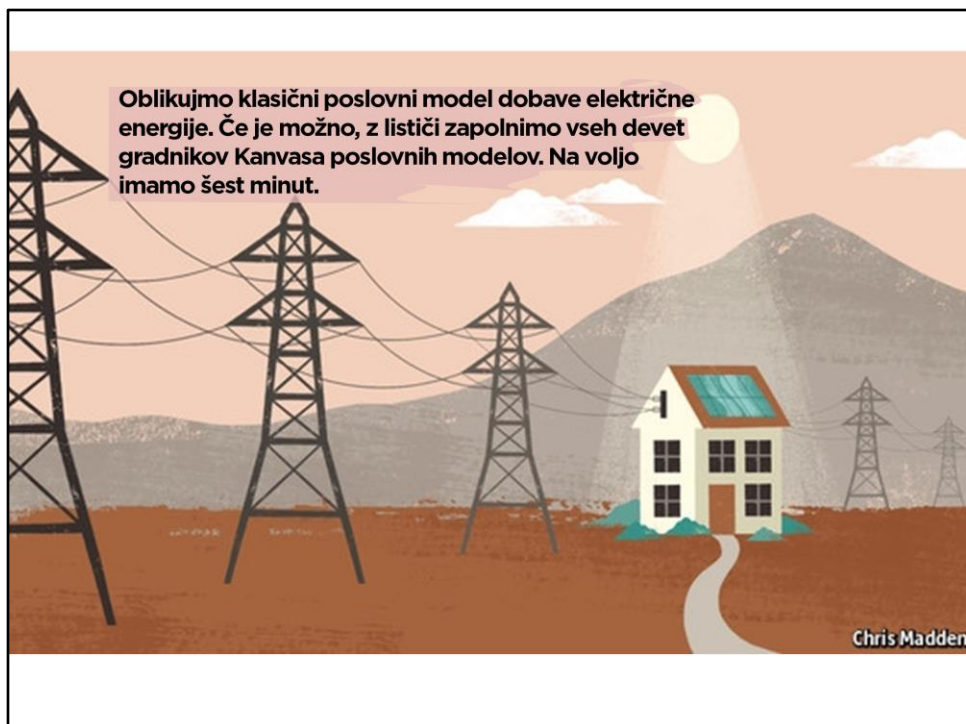


KAJ JE POSLOVNI MODEL?

Poslovni model intuitivno in racionalno razloži,
kako neka družba ustvari, dostavi in zadrži vrednost.



Toliko mojega govorjenja za danes. Prehajamo na prvo nalogo:
Oblikujmo klasični poslovni model dobave električne energije. Če je možno, z lističi zapolnimo vseh devet gradnikov Kanvasa poslovnih modelov. Na voljo imamo šest minut.



Kakšna vprašanja?

Poskusimo skupaj oblikovati obstoječi model.

In še izziv za prihodnost: Kako bi mi ... vodili državo izkjučno na obnovljivih virih, v največji možni meri brez nafte?

Kako bi mi... vodili državo
izključno na obnovljivih virih,
v največji možni meri brez nafte?



-