

Додаток Б  
Вінницький національний технічний університет  
Факультет машинобудування і транспорту  
Кафедра автомобілів та транспортного менеджменту

**ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ РОЗВИТКУ АВТОРИЗОВАНОГО СЕРВІСУ  
«LIQUI MOLY» ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ – ПІДПРИЄМЦЯ МАЗУРА ОЛЕКСІЯ  
РОСТИСЛАВОВИЧА МІСТО ВІННИЦЯ**

Графічна частина  
до магістерської кваліфікаційної роботи  
зі спеціальності 274 – Автомобільний транспорт  
08-29.МКР.012.00.000

Розробив студент гр. 1АТ-19м  
Керівник роботи к.т.н., доцент

Кремінський В.С.  
Романюк С.О.

Вінниця – 2020 р

## Мета та задачі дослідження

**Метою роботи** є пошук, вдосконалення і масштабування нової бізнес-моделі автосервісного підприємства, що дасть можливість вийти на новий рівень підприємству порівняно зі своїми конкурентами, а також зайняти нові сегменти ринку.

**Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:**

1. Проаналізувати існуючі бізнес-моделі, методи їх пошуку та апробації.
2. Протестувати та модернізувати бізнес-модель автосервісного підприємства.
3. Розробити інструмент усунення протиріч між клієнтами та автосервісними підприємствами.
4. Скласти альтернативну працюючу бізнес-модель проекту.
5. Розробити ряд заходів з охорони праці на авто сервісному підприємстві.

**Об`єкт дослідження** – підприємства автосервісу.

**Предмет дослідження** – розробка нової бізнес-моделі підприємства автосервісу.

**Наукова новизна одержаних результатів.** В магістерській дипломній роботі запропоновано комплексне вирішення проблеми підвищення ефективності роботи автосервісних підприємств на основі створення, тестування, апробування нової бізнес-моделі, яка сприятиме усунення протиріч між клієнтами та підприємством.

**Практичне значення одержаних результатів** роботи полягає в тому, що завдяки розробленій методиці тестування бізнес-моделей автосервісні підприємства отримують інструмент у вигляді підписної бізнес-моделі для нормалізації структури витрат автосервісу не залежно від сезону, а також новий інструмент по залученню клієнт. Також розроблена методика швидкого тестування, апробації та виявлення проблем майбутніх потенційних клієнтів підприємства.

# Шаблон бізнес-моделі



<p><b>Ключові Партнери</b></p> <p>Хто наші партнери? Хто наші постачальники? Які ключові ресурси ми від них отримуємо? Що цінного вони для нас роблять?</p>	<p><b>Ключові дії. План-графік діяльності.</b> Для каналів збуту? Для налагодження стосунків з споживачами? Для отримання та обліку коштів? Що потрібно зробити, щоб діяв проект?</p>	<p><b>Головна ідея, цінність</b></p> <p>Що пропонуєте? Головна ідея, опис. Які проблеми споживачів вирішуємо? Що цінного в нашій пропозиції? Які послуги ми можемо запропонувати кожному з сегментів споживачів?</p>	<p><b>Взаємодія з споживачами</b></p> <p>Які у нас стосунки з клієнтом? Як вони інтегровані? Наскільки дорогі для нас?</p>	<p><b>Сегменти споживачів</b></p> <p>Для кого ми працюємо? Який споживач для нас найважливіший?</p>
<p><b>Структура витрат</b></p> <p>Які найважливіші витрати, пов'язані з бізнес моделлю? Які ключові ресурси є найдорожчими? Які основні дії є найдорожчими?</p>	<p><b>Отримання коштів. Фандрейзинг</b></p> <p>За що наші грантодавці, спонсори, меценати готові платити? За що вони платять зараз? Як вони платять? Яка доля кожного з потоків, в загальній сумі доходу?</p>			
<p><b>Ключові ресурси</b></p> <p>Які ключові ресурси нам потрібні для реалізації проекту? Люди? Час? Гроші?</p>	<p><b>Канали</b></p> <p>Через які канали клієнти хочуть отримати наші цінності? Через які канали вони їх отримують зараз? Які найбільш ефективні?</p>			

# Методологія проведення customer development

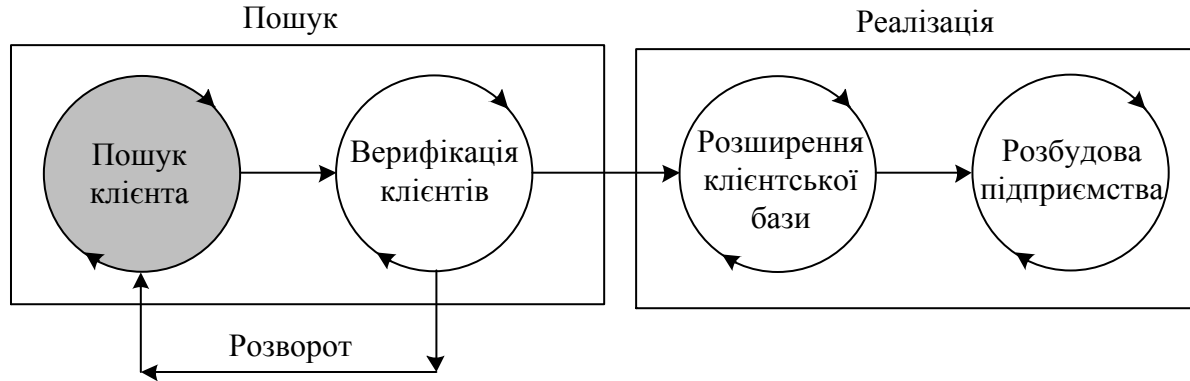


Рис. 5.1. Структура customer development

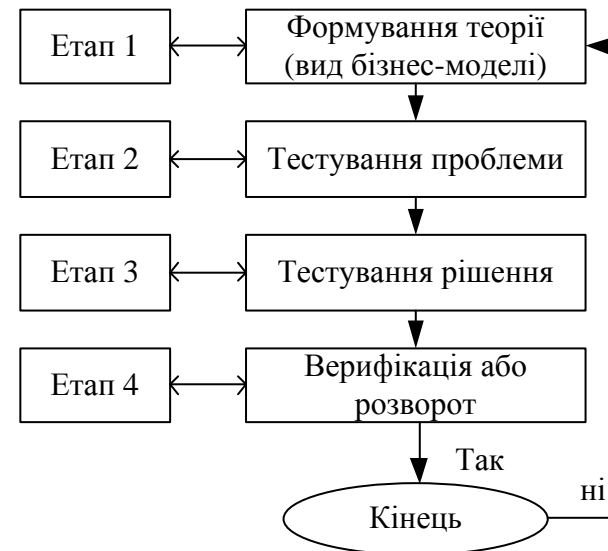


Рисунок 5.2 – Загальний вигляд процесу пошуку клієнта


## Шаблон О. Остервальдера і Ів Пінье


<p><b>Ключові партнери</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Оптові постачальники автозапчастин</li> <li>- СТО</li> </ul>	<p><b>Ключові види діяльності</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Здійснення контролю діяльності СТО.</li> <li>- Продаж підписок.</li> <li>- Збір інформації про стан автомобіля.</li> </ul>	<p><b>Ціннісна пропозиція</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Фіксована ціна без додаткових націнок.</li> <li>- Гарантія проведення якісних робіт.</li> <li>- Економія на ремонті авто і на придбанні запчастин.</li> </ul>	<p><b>Взаємовідносини з споживачами</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Надання якісних послуг по конкурентоспроможній ціні.</li> <li>- Сервісна книжка on-line.</li> </ul>	<p><b>Споживчі сегменти</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Власники авто, післягарантійного обслуговування (3-6 років).</li> <li>- Власники авто з пробігом (6-12 років).</li> <li>- Чоловіки та жінки 20-40 років, які купують б/у автомобіль.</li> </ul>
<p><b>Структура витрат</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Затрати на приваблення клієнтів.</li> <li>- Капіталовкладення в розробку кінцевого продукту з повним набором функцій.</li> </ul>		<p><b>Структура прибутків</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прибутки від підписки на рік обслуговування.</li> </ul>		


# Бізнес-модель проекту шаблону Н. Ферра и Дж. Даера


<b>Ключові партнери</b> - Оптові постачальники автозапчастин. - СТО	<b>Ключові види діяльності</b> - Здійснення контролю діяльності СТО. - Продаж підписок. - Збір інформації про стан автомобіля.	<b>Ціннісна пропозиція</b> - Фіксована ціна без додаткових націнок. - Гарантія проведення якісних робіт. - Економія на ремонті авто і на придбанні запчастин.	<b>Взаємовідносини з споживачами</b> - Надання якісних послуг по конкурентоспроможній ціні. - Сервісна книжка on-line.	<b>Споживчі сегменти</b> - Власники авто, післягарантійного обслуговування (3-6 років). - Власники авто з пробігом (6-12 років). - Чоловіки та жінки 20-40 років, які купують б/у автомобіль.
	<b>Ключові ресурси</b> - Алгоритм прогнозування. - Розробники.	<b>Ціноутворення</b> Ціна базується на алгоритмі калькулятора і залежить від марки автомобіля.	<b>Канали збуту</b> - Контекстна таргетована реклама. - Ретаргетинг. - SEO	
<b>Структура витрат</b> - Затрати на приваблення клієнтів. - Капіталовкладення в розробку кінцевого продукту з повним набором функцій.			<b>Структура прибутків</b> - прибутки від підписки на рік обслуговування.	


# Зміна складових блоку бізнес-моделі

Ціннісна пропозиція		Ціннісна пропозиція
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Фіксована ціна без додаткових націнок.</li> <li>- Гарантія проведення якісних робіт.</li> <li>- Економія на ремонті авто і на придбанні запчастин.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Автомобіль завжди на ходу.</li> <li>- Гарантія проведення якісних робіт.</li> <li>- Економія на ремонті авто і на придбанні запчастин.</li> <li>- Впевненість як в новому автомобілі</li> </ul>

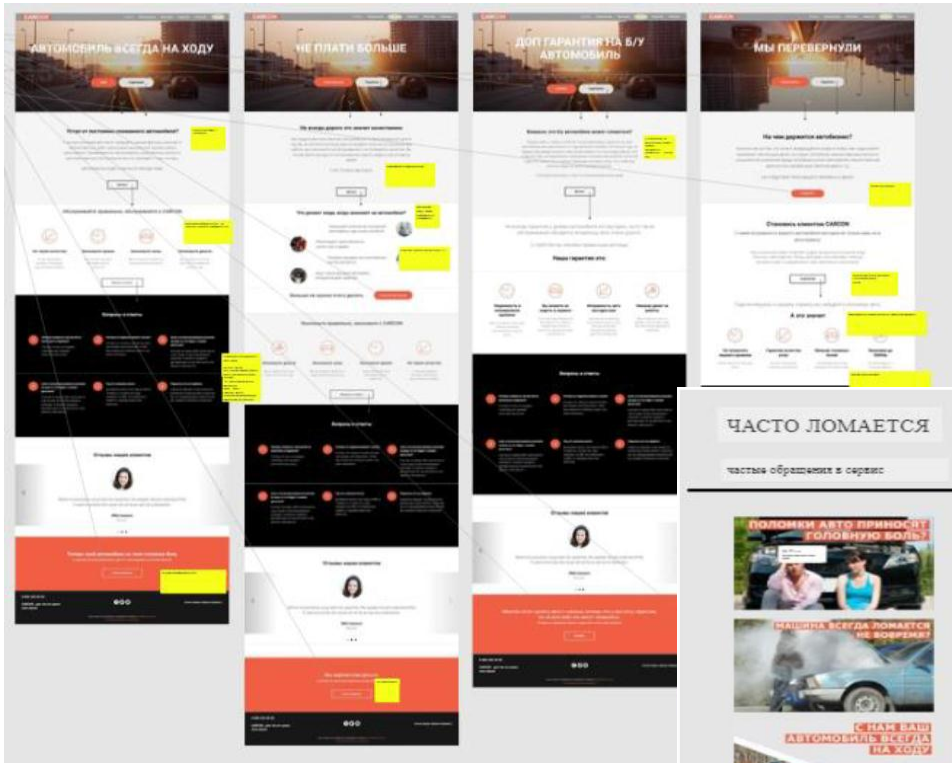
Споживчий сегмент		Споживчий сегмент
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Власники авто, післягарантійного обслуговування (3-6 років).</li> <li>- Власники авто з пробігом (6-12 років).</li> <li>- Чоловіки та жінки 20-40 років, які купують б/у автомобіль.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Юридичні особи, що експлуатують власний автотранспорт</li> </ul>

Канали збуту		Канали збуту
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Контекстна таргетована реклама.</li> <li>- Ретаргетинг.</li> <li>- SEO</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- MyTarget</li> <li>- РМЯ</li> </ul>

Канали збуту		Канали збуту
<ul style="list-style-type: none"> <li>- MyTarget</li> <li>- РМЯ</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- MyTarget</li> <li>- РМЯ</li> <li>- Реклама на YouTube</li> <li>- Instagram</li> <li>- Facebook</li> <li>- СТО</li> </ul>

Ключові партнери		Ключові партнери
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оптові постачальники автозапчастин.</li> <li>- СТО</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Портали по продажу вживаних автомобілів</li> <li>- дилерські станції</li> </ul>



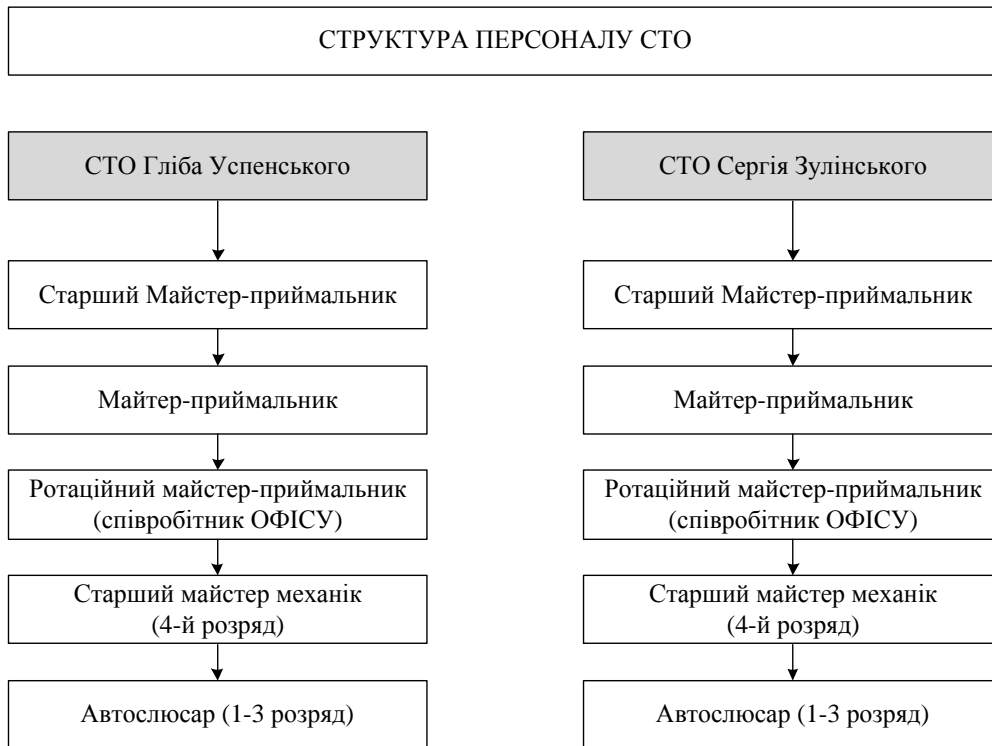


<h3>ЧАСТО ЛОМАЕТСЯ</h3> <p>частые обращения в сервис</p>	<h3>ЭКОНОМИЯ ДЕНЕГ</h3> <p>не переплачивай</p>	<h3>НОВОЕ АВТО ПЕРВОЕ ИЛИ НЕТ</h3> <p>не разбираешься в авто</p>	<h3>КАЧЕСТВО УСЛУГ</h3> <p>автосервису не выгодно повторный визит</p>
<p><b>ПОЛОМКИ АВТО ПРИНОСЯТ ТОЛЬКО ОДНУ ВОЛНУ</b></p> <p><b>МАШИНА ВСЕГДА ЛОМАЕТСЯ НЕ ВОЗВРАЩАЯ</b></p> <p><b>С НАМ ВАШ АВТОМОБИЛЬ ВСЕГДА НА ХОДУ</b></p> <p>это так же?</p> <p>случалось?</p> <p>сделали, чтобы не повторилось</p> <p>она будет тебе служить</p> <p>мы всегда расскажем о ваших обращениях</p>	<p><b>С НАМИ ЛЮБАЯ МАШИНА ЛЮБОМУ ПО КАРМАНУ</b></p> <p><b>С НАМИ ЛЮБАЯ МАШИНА ЛЮБОМУ ПО КАРМАНУ</b></p> <p><b>С НАМИ ЛЮБАЯ МАШИНА ЛЮБОМУ ПО КАРМАНУ</b></p> <p><b>С НАМИ ЛЮБАЯ МАШИНА ЛЮБОМУ ПО КАРМАНУ</b></p> <p>мы воспользовались услугой, гарантия возврата денег</p> <p><b>ХВАТИТ СЖИГАТЬ ДЕНЕГ НА ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТО, ЧТО ЛИ</b></p> <p>платит жить свои деньги на качественном обслуживании</p> <p>а шока от цен в автосервисе?</p> <p>она не знает как сэкономить на ТО</p>	<p><b>НЕ НАДО ГАДАТЬ</b></p> <p><b>ЗАДАЙ НАМ SAGSON.PRB И ПОСЧИТАЙ</b></p> <p><b>КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ УСЛУГАМИ SAGSON ПОСТОЯННО ВСЕГДА ЭКОНОМИЯ В СВОЕЙ МАШИНЕ</b></p> <p>SAGSON уверена, потому что она получает услуги SAGSON</p> <p><b>ЗНАЙТЕСЬ, МАШИНА ТАКОЖЕ МОЖЕТ ЭТО ПОЛНОСТЬЮ ПОЛНОСТЬЮ SAGSON ПОМОЖЕТ</b></p> <p><b>НЕ РАЗБИРАЕШЬСЯ В РЕМОНТЕ</b></p> <p><b>КАК НЕ РАЗБИРАЕШЬСЯ В РЕМОНТЕ</b></p> <p>почему предельные расходы на автомобиль?</p> <p>безопасно за рулем когда ты клиент SAGSON</p>	<p><b>НЕ ДОВЕРЯЕШЬ АВТОСЕРВИСУ?</b></p> <p><b>МЫ ЗНАЕМ КАК ПЛЕТАТЬ ЭТО КТОСЬ СЕРВИС НЕ СЧЕНЫ ОБЪЕЗЖАЕТ</b></p> <p><b>ТОЛЬКО НЕ ВЪЕДИТ НА СЕРВИС</b></p> <p>только бережное отношение к вашей машине</p> <p>мы уважаем своих клиентов</p> <p>автосервис не пускает в ремонт?</p> <p>мы есть что скрывать</p> <p>откровенная забота</p> <p>SAGSON твой надежный друг в автосервисе</p>

# СТРУКТУРА ДОСЛІДЖУВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА АВТОРИЗОВАНОГО СЕРВІСУ «LIQUI MOLY»

10

## СТРУКТУРА ПЕРСОНАЛУ СТО



# Розробка інструменту усунення протиріч між клієнтами та автосервісними підприємствами

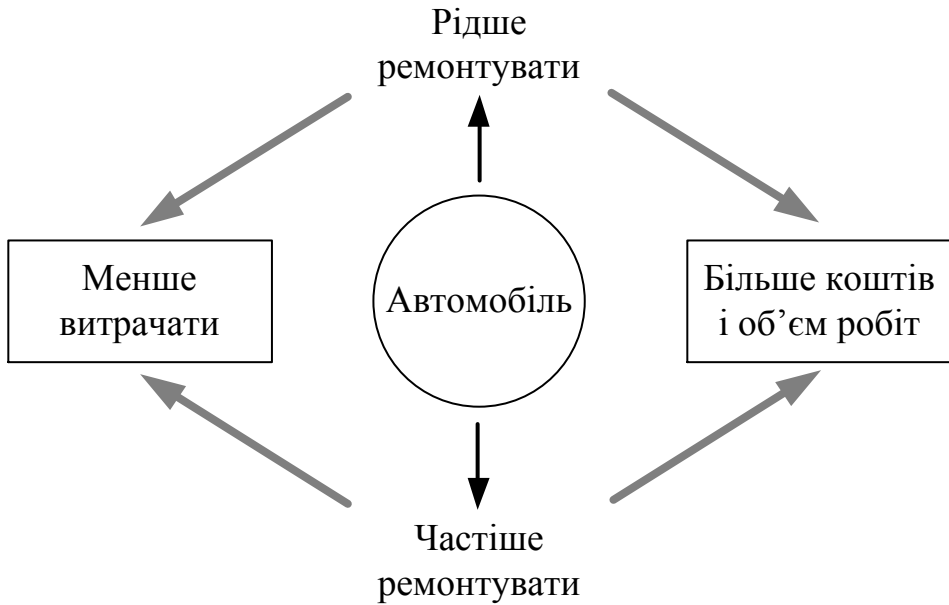


Рис. 11.1 – Схема протиріччя між суб'єктами ринку автосервісних послуг

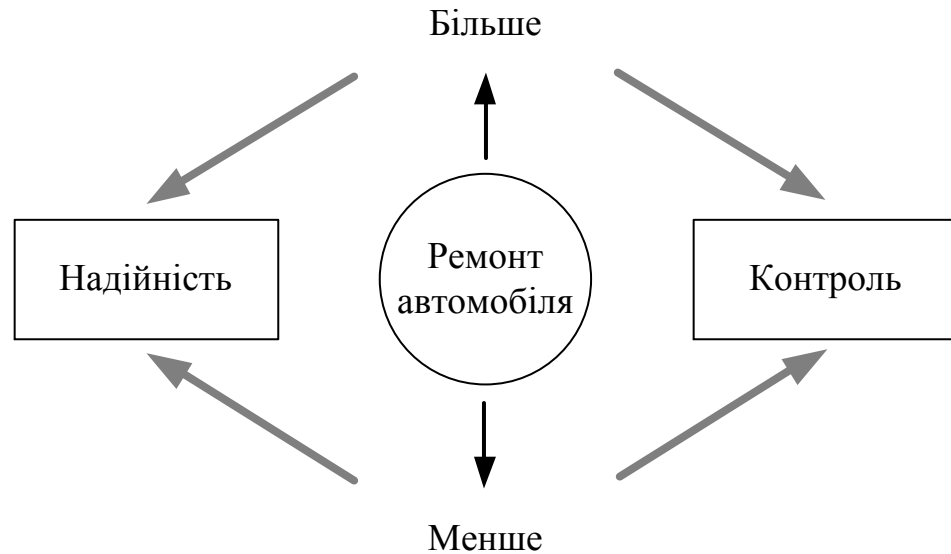
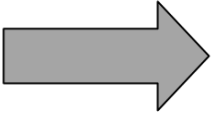
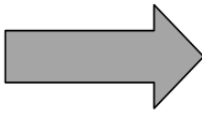
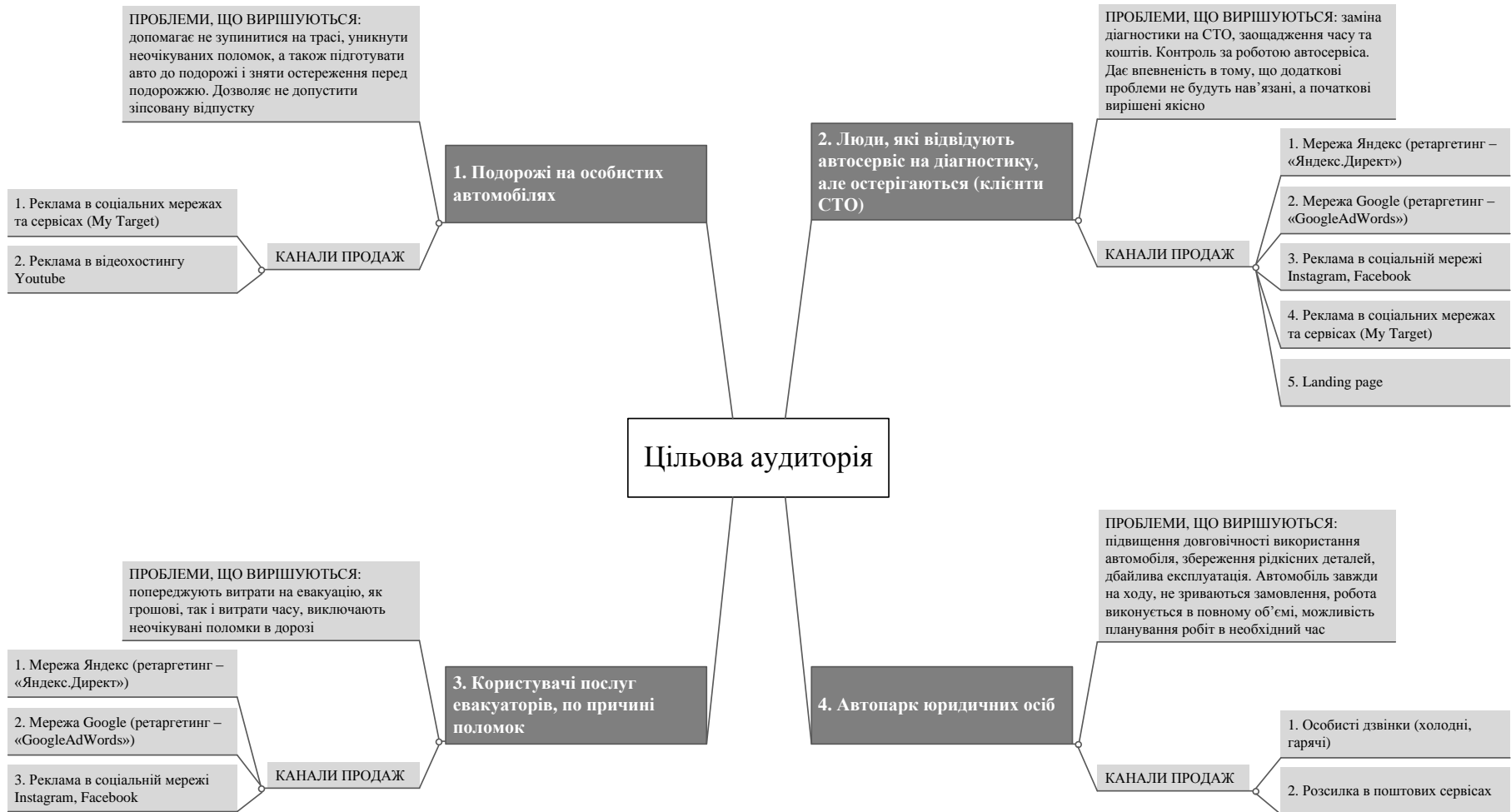


Рис.11.2 – Схема протиріччя

<p><b>Ціннісна пропозиція</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Автомобіль завжди на ходу.</li> <li>- Гарантія проведення якісних робіт.</li> <li>- Економія на ремонті авто і на придбанні запчастин.</li> <li>- Впевненість як в новому автомобілі</li> </ul>		<p><b>Ціннісна пропозиція</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Безкоштовна діагностика автомобіля.</li> <li>- Гнучкий графік.</li> <li>- Економія на ремонті авто і на придбанні запчастин.</li> <li>- Впевненість як в новому автомобілі</li> </ul>
--	---	--

<p><b>Сегмент клієнтів</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Юридичні особи, що експлуатують власний автотранспорт</li> </ul>		<p><b>Сегмент клієнтів</b></p> <p>Люди, які їздять на діагностику автомобіля на СТО, але не довіряють автосервісу.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Власники автомобілів, які використовували евакуатор для транспортування автомобіля в автосервіс.</li> <li>- Власники автомобілів, які подорожують на сьомому автомобілі.</li> </ul> <p>Юридичні особи, що експлуатують власний автотранспорт</p>
--	---	--

# Карта цільового сегменту проекту



<p><b>Ключові партнери</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- СТО</li> <li>Постачальники запасних частин</li> </ul>	<p><b>Ключові види діяльності</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробка і підтримка платформи для аналізу.</li> <li>- Робота з партнерами.</li> <li>- Маркетинг і продажі.</li> </ul>	<p><b>Ціннісна пропозиція</b></p> <p>Підписка на ТО</p> <p>Безкоштовна діагностика ходової частини автомобіля в зручний графік.</p>	<p><b>Взаємовідносини з споживачами</b></p> <p>Підписка на послуги сервісу</p>	<p><b>Сегмент клієнтів</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Люди, які їздять на діагностику автомобіля на СТО, але не довіряють автосервісу.</li> <li>- Власники автомобілів, які використовували евакуатор для транспортування автомобіля в автосервіс.</li> <li>- Власники автомобілів, які подорожують на славному автомобілі.</li> <li>Юридичні особи, що експлуатують власний автотранспорт</li> </ul>
	<p><b>Ключові ресурси</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Розробники.</li> <li>- Платформа.</li> <li>- Обладнання.</li> </ul>	<p><b>Ціноутворення</b></p> <p>Собівартість + норма прибуток + річна підписка</p>	<p><b>Канали збуту</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- РСЯ</li> <li>- My Target</li> <li>- Релама на YouTube</li> <li>- Google Ad Words</li> <li>- СТО</li> </ul>	
<p><b>Структура витрат</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Затрати на приваблення клієнтів.</li> <li>- Капіталовкладення в розробку кінцевого продукту з повним набором функцій.</li> </ul>			<p><b>Структура прибутків</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Продаж пристроїв.</li> <li>- Підписка на сервіс.</li> </ul>	

**Дякую за увагу!**