

КЕЙС - это описание конкретной ситуации, которая имеет место в той или иной практике, которая содержит в себе некоторую проблему, требующую разрешения.

УМНЫЙ УЧИТСЯ НА ЧУЖИХ ОШИБКАХ, А ОЧЕНЬ УМНЫЙ НА КЕЙСАХ



Вспомогательную
информацию

НАРОДНАЯ МУДРОСТЬ

Проблему, всегда
имеющую несколько
вариантов ее решения

Задание

КЕЙС «ТОЧКИ РОСТА ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА»:

ХМАО-Югра расположен в центральной части Западной Сибири.

Численность постоянного населения на 1.01.16г. - 1625,5 тыс. чел. (на 01.01.15г. – 1612,1 тыс. человек).

Рождаемость в Югре превышает смертность в 2,6 раза.

Количество родившихся – 26 836 чел. (2014г. – 27 676 чел.),

Количество умерших – 10 372 чел. (2014г. – 10 311 чел.).

В ХМАО наблюдается миграционная убыль – 2 306 человека (2014г. – 2 537 чел.). Основная часть перемещений - в пределах Тюменской области. Такой переезд позволяет получить новые перспективы, при этом сохранить привычную среду, поддерживать дружеские и родственные связи.

Численность экономически активного населения (ЭАН) округа составляет 907,3 тыс. чел. или 56 % от численности

Численность населения на 1.01.16г. - 1625,5 тыс. чел. (на 01.01.15г. – 1612,1 тыс. человек).

Миграционная убыль – 2 306 чел. (2014г. – 2 537 чел.).

Доходы в среднем на душу населения – 60 190,6 руб.

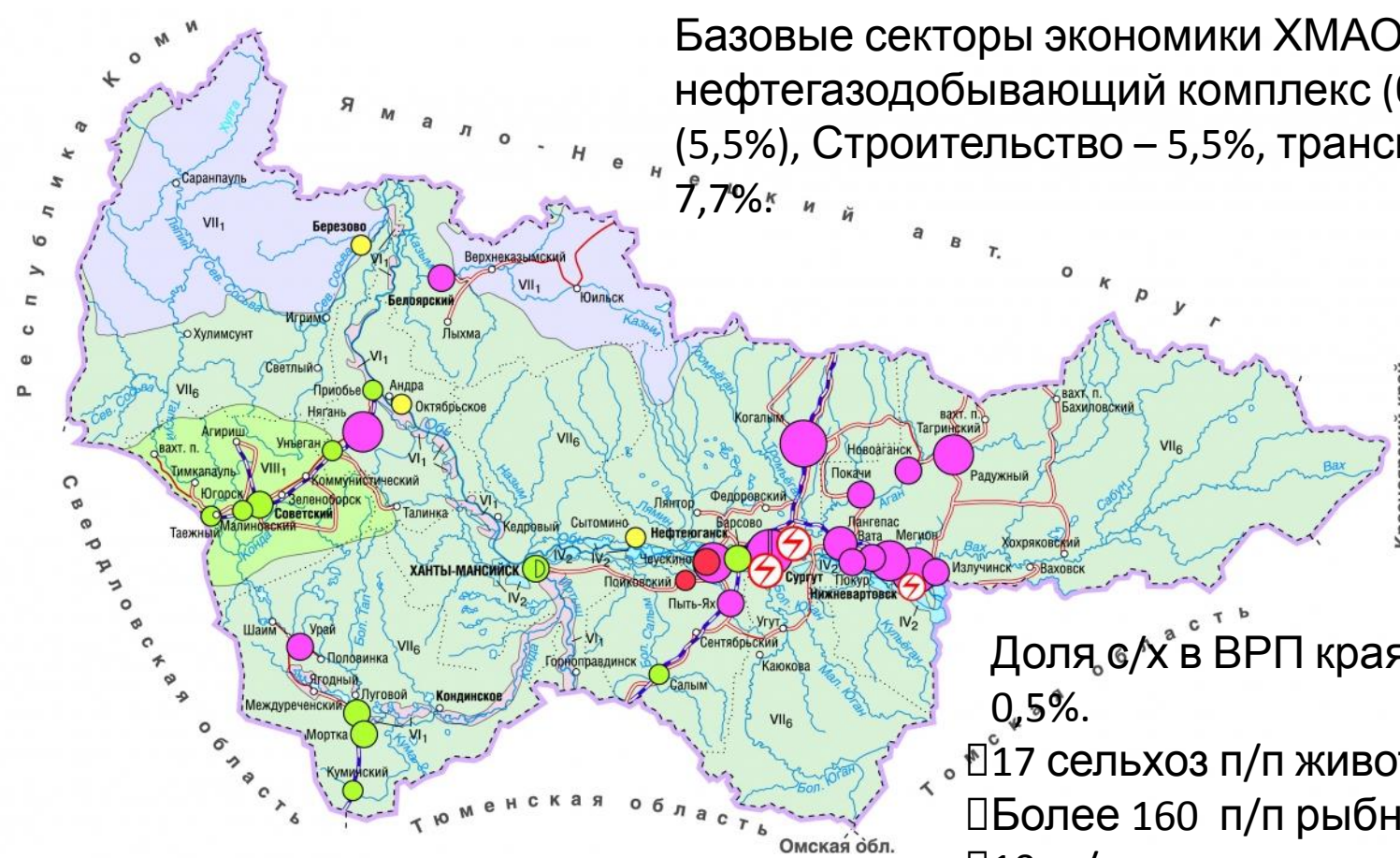
Доля населения с доходами ниже ПМ 12,7% (2011г)

Численность ЭАН - 907,3 тыс. чел. - 56 % от населения Югры, из которых 95,5 % заняты в экономике.



В составе округа - 106 муниципальных образований, в т.ч. 13 городских округов (Когалым, Лангепас, Мегион, Нефтеюганск, Нижнеартовск, Нягань, Покачи, Пыть-Ях, Радужный, Сургут, Урай, Ханты-Мансийск, Югорск), 9 муниципальных районов (Белоярский, Березовский, Кондинский, Нефтеюганский, Нижнеартовский, Октябрьский, Советский, Сургутский, Ханты-Мансийский)

Базовые сектора экономики ХМАО – нефтегазодобывающий комплекс (более 60%), ТЭК (5,5%), Строительство – 5,5%, транспорт и связь – 7,7%.



Доля с/х в ВРП края не превышает 0,5%.

- 17 сельхоз п/п животноводства
- Более 160 п/п рыбной отрасли
- 10 п/п звероводства

В создании добавленной стоимости возрастает доля аграрного сектора, ЛПК, сферы услуг. В связи с низкой рентабельностью деятельности предприятий АПК, ЛПК и рыбопромышленного комплекса, высокой социальной значимостью таких отраслей экономики обеспечиваются меры государственной поддержки.

Югра - экспортно-ориентированный регион Экспорт - 93,7%,
Импорт (зарубежные передовые технологии) - 6,3%.

Источник:

SWOT-АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ХМАО – ЮГРЫ

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Природно-ресурсный потенциал ХМАО–Югры: крупнейшие запасы нефти, газа и газового конденсата; высокий потенциал по добыче : глины, песка, песчано-гравийной смеси; высокая обеспеченность лесосырьевыми ресурсами.</p> <p>Богатые биологические ресурсы.</p> <p>Реки и озера богаты рыбой ценных пород.</p> <p>Квалифицированные трудовые ресурсы.</p> <p>Высокий уровень жизни населения.</p> <p>Конкурентоспособные на глобальном рынке бизнес-структуры в нефтедобыче, транспорте углеводородов, строительстве объектов промысловой и транспортной инфраструктуры.</p> <p>Высокий уровень собственных доходов в консолидированном бюджете.</p> <p>Значительный потенциал развития спортивного, экологического, этнографического туризма.</p>	<p>Удаленность территории от основных рынков.</p> <p>Суровые природно-климатические условия.</p> <p>Высокий уровень техногенного воздействия на окружающую среду.</p> <p>Снижение объемов добычи нефти.</p> <p>Резкие диспропорции в развитии городских и сельских поселений.</p> <p>Низкий уровень диверсификации экономики.</p> <p>Отсутствие устойчивого транспортного сообщения между поселениями, обуславливающее недостаточную интегрированность регионального рынка.</p> <p>Недостаточный уровень развития малого предпринимательства.</p> <p>Плохое техническое состояние жилого фонда.</p> <p>Высокая изношенность основных фондов в отраслях экономики.</p> <p>Низкая экономическая эффективность муниципального хозяйства.</p> <p>Низкий уровень инвестиций в ОФ небазовых секторов экономики.</p>
Возможности	Угрозы
<p>Кластерная отраслевая и межотраслевая кооперация.</p> <p>Региональная поддержка коренных народов Севера.</p> <p>Возможности повышения эффективности энергоемких отраслей экономики.</p> <p>Высокая инвестиционная привлекательность.</p> <p>Создание и выпуск инновационной продукции.</p> <p>Высокий потенциал сектора услуг.</p> <p>Развитие жилищного строительства.</p> <p>Возможность создания малых нефтяных предприятий.</p> <p>Развитие научно-инновационного кластера.</p> <p>Формирование медицинского кластера.</p> <p>Использование природных ресурсов на основе инновационных средств «зеленой» экономики</p>	<p>Низкий уровень рентабельности освоения запасов углеводородов в ХМАО–Югре способствует переориентации компаний к освоению ресурсов за пределами региона.</p> <p>Высокий уровень налоговой нагрузки на недропользователей тормозит освоение трудноизвлекаемых запасов нефти.</p> <p>Значительная степень воздействия колебаний конъюнктуры мирового рынка на состояние нефтегазового сектора.</p> <p>Старение населения.</p> <p>Обострение проблем занятости в моногородах автономного округа.</p> <p>Низкая инвестиционная привлекательность несырьевых секторов экономики.</p> <p>Низкая рентабельность отраслей муниципальной экономики</p>

СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА ПО ОСНОВНЫМ ВЭД

Показатели	2015 (руб.)	Темп, %
Всего по округу:	60 190,6	103,9
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	33 060,0	110,7
рыболовство, рыбоводство	30 241,5	110,7
строительство	50 042,8	106,8
производство и распределение электроэнергии, газа воды	66 808,2	105,7
добыча полезных ископаемых	80 907,0	105,4
обрабатывающие производства	55 234,0	105,3
гостиницы и рестораны	29 967,2	104,4
транспорт и связь	63 012,5	104,0
здравоохранение и предоставление соц. услуг	50 164,9	101,5
образование	47 068,8	101,5
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств	29 296,5	98,8
финансовая деятельность	73 271,8	97,1

МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ:

В 2015 году функционировали 74,4 тыс. субъектов МиСП, в т.ч.:

- 23 343 МП(с учетом микро п/п) (2014г. – 26 796 ед.);
 - 230 средних предприятий (2014г. – 206 ед.);
 - 20146 ИП (2014г. – 50 639 ед.).
- В 2014г количество МП на 100 тыс. жителей составляло 1 249 ед.

Наименование показателя	Югра	УФО	РФ
Количество МП, приходящихся на 100 тыс. жителей, ед.	1 249,0	1 392,2	1 275,9
Доля работников МП в общей занятости, %	12,6	13,9	15,6
Оборот МП на 1-го работника, занятого в малом бизнесе, тыс. руб.	3 512,4	1 964,6	1 875,6

ТОРГОВЛЯ И ОБЩЕПИТ:

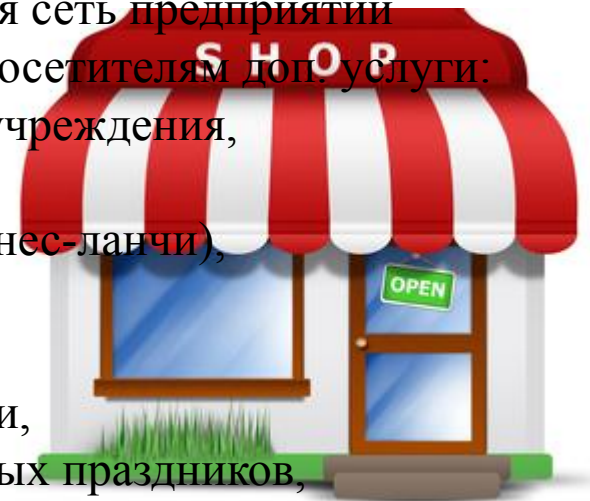
В 2015г. продолжился процесс замещения торговых объектов, испытывающих фин. сложности, предприятиями, имеющими устойчивое финансовое состояние.

На долю магазинов современных форматов торговли (площадью более 400 кв. м) приходится 70% торговой площади. В муниципальных районах этот показатель не превышает 30%, что связано с небольшим размером и территориальной удаленностью населенных пунктов.

Наряду с развитием сетевого принципа организаций торгового обслуживания продолжается открытие продовольственных магазинов «шаговой доступности», магазинов «эконом-класса» на первых этажах жилых домов.

В сегменте общественного питания быстро развивается сеть предприятий быстрого питания и предприятий, предоставляющих посетителям доп. услуги:

- доставки готовой продукции на дом, в организации и учреждения,
- кейтеринговые услуги (выездное обслуживание),
- предоставление скидок на обеды в дневное время (бизнес-ланчи),
- «шведский стол»,
- проведение дней нац.кухонь,
- реализация готовой продукции через отделы кулинарии,
- организация и обслуживание корпоративных и семейных праздников,
- боулинг, бильярд, музыкальные программы, тематические вечера, караоке, видеопрограммы и др.



ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ:

В структуре платных услуг наиболее востребованными были услуги обязательного характера: ЖКУ (31,2 %), услуги связи (23,7 %) и услуги транспорта (15,6 %).

Доля бытовых услуг составила 7,7 % от общего объема платных услуг. Увеличение отмечено на следующие виды: химическая чистка и крашение – 20,1 %, услуги бань, душевых и саун – 11,4%.



Наметилась *тенденция слияния услуг быта и розничной торговли.*

Компании, основным видом деятельности которых является реализация тканей и фурнитуры, одновременно выполняют работы по индивидуальному изготовлению штор, портьер, их установке и дизайну. Салоны красоты предлагают к реализации средства по уходу за волосами и косметические препараты; фирмы, реализующие мебель, осуществляют ее индивидуальное изготовление, установку и ремонт.

Наибольший рост цен наблюдается на услуги: фотоателье на 40,2 %, в том числе печать цветных фотографий – 57,8 %; услуги в сфере зарубежного туризма – 58%; например, поездка на отдых в Испанию подорожала на 65%; услуги в сфере туризма –27,3%, мед. услуги – 30%, ветеринарные услуги – 38%, услуги дошкольного воспитания – 21%.

ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (ДО):

В 2015 г. доступность ДО для детей от 3-х лет составила 100% (2012 год – 84,9 %) На 01.01.16г. контингент ДОО и дошкольных групп – 106,4 тыс. чел. (на 01.01.15г. - 98,3 тыс. чел.).

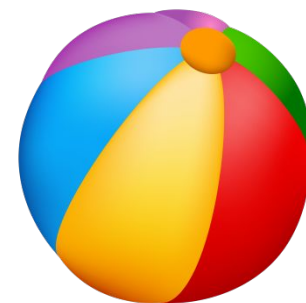
На территории АО функционируют 13 частных ДОО (на 1 271 место) имеющих лицензию. 90 ИП оказывают услуги ДО для 1 993 ребенка до 3х лет.

В группах кратковременного пребывания на 01.01.16г. услугу получают 1602 ребенка, в т.ч. 102 ребенка от 3 до 7 лет; 1 500 детей – до 3х лет.

«Билдинг–сад» - сад, который встроен в жилой дом: в г. Нижневартовске на 35 мест, г. Ханты-Мансийске на 70 мест, в п. Солнечный Сургутского района на 120 мест.

Всего в перечень объектов кап. строительства на 2014-2020гг. включено строительство 13 «Билдинг-садов» на 1 027 мест.

В соответствии с Планом мероприятий («Дорожной карты») «Развитие конкуренции в ХМАО – Югре» разрабатывается механизм муниципального заказа на услуги дошкольного образования у частных образовательных организаций.



Введён «сертификата дошкольника», обеспечивающий равное финансирование деятельности садиков вне зависимости от формы собственности. Владелец сертификата может рассчитывать на гос.финансирование независимо от того, какую он выбрал дошкольную организацию - частную или бюджетную.

ТУРИЗМ:

На территории округа осуществляют деятельность 150 тур. п/п, из них 16 туроператоров, находящихся в федеральном реестре



Основные туристско-рекреационные зоны:

Восточная (Сургут, Когалым, Лангепас, Мегион, Нефтеюганск, Нижневартовск, Покачи, Пыть-Ях, Радужный, а также Нижневартовский, Нефтеюганский, Сургутский районы) имеет хорошие возможности для *развития этнографического, культурно-познавательного, экологического и спортивного туризма.*

Западная (Ханты-Мансийск, Нягань, Урай, Югорский, Кондинский, Советский, Ханты-Мансийский районы) *перспективна с точки зрения событийного, культурно-исторического, экстремального, экологического и этнографического туризма.*

Северная (Белоярский, Березовский, Октябрьский и Ханты-Мансийский районы) *располагает возможностями для организации рыболовных, экстремальных и спортивных туров.*

В 2015г. создан туристский паспорт Югры, содержащий информацию об автономном округе, социально-культурных объектах, организациях туристской индустрии, социальных и оздоровительных турах, гос. поддержке предприятий туристской отрасли, международном и межрегиональном сотрудничестве и др.

ТЕНДЕНЦИИ В ЭКОНОМИКЕ:



В числе негативных тенденций:

- уменьшение товарооборота в связи со снижением покупательской способности населения;
- проблема обновления основных фондов;
- рост стоимости кредитных ресурсов и энергоносителей;
- увеличение доли в расходах предпринимателей налоговых и иных обязательных платежей;
- удорожание сырья и материалов из-за снижения курса нац. валюты.

Перспективные направления, включают: пищевое производство, включая переработку овощей и ягод; производство стройматериалов и строительные услуги; сбор и вывоз мусора; мед. услуги; оказание услуг медико-социального ухода на дому за постельными больными; доп. образование детей и частные ДООУ; туризм и рекреационная деятельность; изготовление сувенирной продукции; развитие придорожного сервиса и сферы услуг, СТО, автомоек, бытовых услуг и т.д. Ставка делается на реализацию совместных кооперационных проектов, снижающих транзакционные издержки (связаны с заключением контрактов).

НОВЫЕ ЛОКОМОТИВЫ РОСТА ЭКОНОМИКИ:

- лесопромышленный комплекс;
- горнорудный кластер и минерально-сырьевой комплекс производств пространственно локализованный в Берёзовском районе;
- агропромышленный комплекс;
- транспорт и связь, в т.ч. новые их виды (например, малая авиация);
- туризм, в том числе этнографический, событийный;
- финансовая деятельность, обеспечивающая надлежащий уровень финансовой инфраструктуры;
- логистика высокого уровня - 3PL и 4PL (от доставки и адресного хранения до управления заказами и отслеживания движения товаров)
- услуги населению (финансовый, инжиниринговый, юридический, ИТ консалтинг;
- прочие услуги населению (персональные и социальные).

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ:

Для организаций, применяющих УСН и (или) ЕНВД, предусмотрена необлагаемая налогом величина кадастровой стоимости объектов недвижимого имущества в размере кадастровой стоимости 300 кв. м площади 1-го объекта или 100 кв. м 1-го помещения (по выбору налогоплательщика) при соблюдении следующих условий:

- 1) ведение деятельности не менее 3 лет;
- 2) среднесписочная численность работников не менее 5 чел.;
- 3) среднемесячная начисленная Зпл.- не менее среднемесячной Зпл. работников организаций в Югре по ВЭД, являющемуся основным для налогоплательщика.

«Налоговые каникулы»: для ИП впервые зарегистрированных не ранее 01.01.15г. установлена нулевая ставка налога по УСН и патентной системе налогообложения в течение 2-х лет после регистрации в производственной, социальной и научной сферах, например, животноводство, рыболовство и многие виды бытовых услуг. Всего 24 по упрощенной системе и 32 по патентной системе.

На 2016-2018 гг. снижена ставка налога по УСН (доходы минус расходы) с 15,0 % до 5,0 % для малых и микро предприятий и ИП.

ЛЬГОТЫ:

- ❑ На 2016-2018 гг. снижена ставка налога по УСН (доходы) с 6,0 % до 5,0 % для субъектов предпринимательства осуществляющих 18 видов деятельности (например, животноводство, здравоохранение, досуг);
- ❑ снижена плата за аренду имущества, находящегося в гос. собственности (коэффициент приоритета 0,5 (ранее применялся 0,7) для субъектов предпринимательства, социально ориентированных НО, и коэффициент приоритета 0,1 для субъектов предпринимательства, осуществляющих социально значимые виды деятельности, а также бизнес-инкубирование);
- ❑ снижен размер арендной платы за земельные участки для субъектов социального предпринимательства (коэффициент 0,5);
- ❑ увеличен размер поручительства гарантийного фонда по всем обязательствам субъектов предпринимательства с 50 % до 70 % от общей суммы обязательств;
- ❑ установлены госзакупки у субъектов предпринимательства в размере не менее 35% от совокупного объёма закупок;
- ❑ увеличено с 41 до 56 количество ВЭД, осуществляемых ИП, применяющими патентную систему налогообложения.

ЛЬГОТЫ НА ИНВЕСТПРОЕКТЫ:

Организациям, реализующим инвестпроекты, предоставляется **льгота по налогу на имущество** при условии включения инвестпроекта на основании заявления организации в Реестр инвестиционных проектов ХМАО – Югры.

Льгота предоставляется **на 3 (5) лет** окупаемости проекта (в зависимости от сферы, в которой реализуется инвестпроект).

По окончании срока освобождения от уплаты налога инвестпроект подлежит исключению из Реестра.

По состоянию на 01.01.16г. в Реестр включены 29 проектов (эксплуатационное бурение и обустройство куста скважин Правдинского и других месторождений, завершение строительства первой очереди Нижневартовской ГРЭС, строительство продуктопровода «Южно-Балыкская ГНС-Тобольск-Нефтехим» и другие).

ЗАДАНИЕ К КЕЙСУ:

1. Провести разбор кейса «Точки роста для экономики края».
2. Выбрать идею предпринимательства, соответствующую условиям кейса.
3. Оценить её жизнеспособность в условиях низкого платёжеспособного спроса населения
4. Аргументировать способность идеи привлекать в экономику края на постоянной основе дополнительные финансовые потоки.
5. Указать уровень предполагаемых затрат и рентабельность предполагаемого проекта, возможные сроки окупаемости.
6. Показать заинтересованность в проекте широких слоёв населения.
7. Предполагаемые каналы взаимодействия с клиентами и стратегию продвижения и позиционирования.

ЗАПОЛНИТЬ

ТАБЛИЦЫ:

1. ИДЕЯ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
2. ПРОБЛЕМА – РЕШЕНИЕ. КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ ПРИ ОЦЕНКЕ БИЗНЕС-ВОЗМОЖНОСТИ
3. SWOT-АНАЛИЗА ИДЕЙ (ПО 20 ПОЛОЖЕНИЙ В КАЖДОМ КВАДРАНТЕ)
4. НЕОБХОДИМЫЕ ДЕЙСТВИЯ. РЕСУРСЫ.
5. ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ ЛИЦА. СВОДНАЯ ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ
6. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ (КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

КРИТЕРИИ ЗАЩИТЫ: востребованность (устойчивый спрос); доступность для населения (учёт низкой платёжеспособности); способность привлекать дополнительные финансовые потоки в экономику ; заинтересованность; реализуемость (приемлемые затраты на реализацию, источники финансирования); апробация аналогичных проектов в отечественной и зарубежной практике.

ИДЕЯ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1. Компетенции:

Что я могу, умею, знаю?

Моё хобби, увлечения.

В чем заключаются мои сильные стороны?

Например:

- пишу интересные тексты
 - придумываю истории
 - легко рифмую стихи
 - составляю шарады, загадки
 - организую мероприятия
 - люблю общаться с людьми
- и др.

2. Опыт:

С какими проблемами (для реализации бизнеса) сталкивался? Как решал?

Например:

- имею опыт продаж
 - заключал договора
 - разрабатывал системы мотивации.
 - владею основами ведения бух. учёта
- и др.

3. Потребности/Ценность:

Какие потребности населения, связанные с моими навыками, не удовлетворены? Что хочу изменить?

Например:

- ограниченность форм организации досуга
 - дефицит живого общения
 - дефицит времени
 - потребность в разнообразии
 - потребность в самовыражении
- и др.

4. Возможная сфера деятельности (вид предпринимательства):

Например:

производственное предпринимательство

- написание книг;
 - подготовка научных работ;
 - участие в конкурсах на грант;
 - разработка квестов
- и др.

5. Целевая аудитория: индивид. пользователи или группы пользователей? Возрастные границы?

Выделите группы потребителей с различными потребностями!

Например:

- подростки
- студенческая молодёжь
- издательства
- организаторы праздников, др.

6. Ресурсы:

Какие ресурсы я могу использовать, привлечь? Кто может помочь?

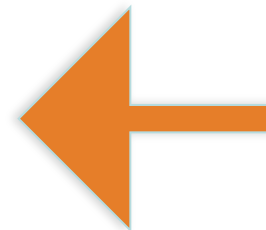
Укажите конкретно!

Например:

- помещение площадью 12 кв.м
 - денежные средства в размере 200 тыс.руб.
 - группа единомышленников в количестве 5 чел.
- и др.

ПРОБЛЕМА:

-
-
-



Решение:

-
-

*Сформулируйте
идею проекта*

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ ПРИ ОЦЕНКЕ БИЗНЕС-ВОЗМОЖНОСТИ:

Могу ли я это сделать? – проект жизнеспособен и может быть реализован, так как не требует значительных временных, кадровых и финансовых вложений, относительно прост и понятен по своему содержанию и этапам реализации. Финансовые риски предполагается снижать за счёт поэтапной реализации проекта.

Смогу ли я продать это? Целевой рынок для нашего бизнеса – широкие слои населения со средними доходами, рассматривающие покупку чая как средство укрепления семейных традиций, поддержания установки на ЗОЖ, получения наслаждения от экспериментов с новыми вкусами и ощущениями.

Каков будет социальный эффект от моей деятельности?
За цену в 10 раз ниже, чем в кафе и ресторанах, потребители смогут получать удовольствие от чая и общения.

Смогу ли я получать прибыль от этой деятельности?

Большинство наших конкурентов, а это чайные лавки и магазины, функционирующие на территории города, реализуют населению свою продукцию без учёта сегментации потребителей, не исследуют их потребности и предпочтения. Тем не менее, их многолетняя работа на рынке подтверждает рентабельность и жизнеспособность чайного бизнеса.

СРАВНЕНИЕ С КОНКУРЕНТАМИ:

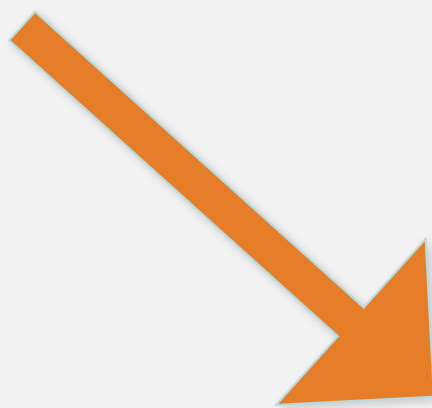


Объекты сравнений	Цены	Плюсы	Минусы
Чайный клуб «Серебро»	Средний	<ul style="list-style-type: none">• Позиционирование в сфере организации досуга• Социальное воздействие	Неизвестность широкому кругу потенциальных покупателей
Конкурент 1 «ДаЧа»	Высокий уровень	<ul style="list-style-type: none">• Проведение дегустаций• Широкий ассортимент	Узкая специализация на китайском чае
Конкурент 2 «Чайная леди»	Средний	<ul style="list-style-type: none">• Широкий ассортимент• Доступный уровень цен	Слабая система продвижения чая
Конкурент 3 «Баолинь»	Высокий уровень	<ul style="list-style-type: none">• Проведение дегустаций• Широкий ассортимент	Неудачное месторасположение

ШАБЛОН ДЛЯ SWOT-АНАЛИЗА ИДЕЙ:

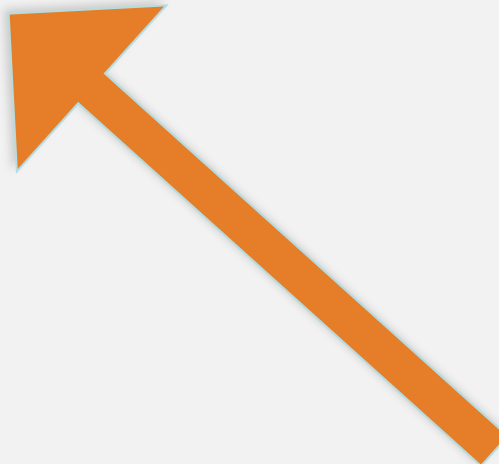
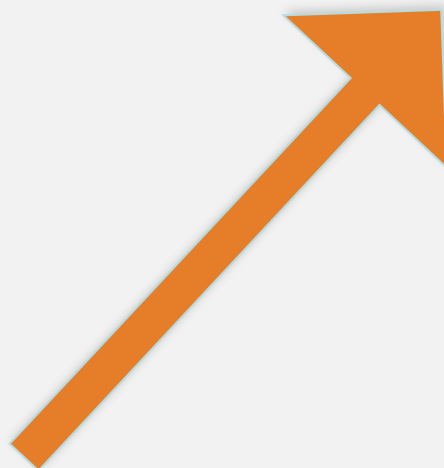
Сильные стороны – S

Слабые стороны – W



Возможности – O

Угрозы – T



НЕОБХОДИМЫЕ ДЕЙСТВИЯ:

№	Действия	Сроки
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

РЕСУРСЫ:

Уже имеется

-
-
-
-

Необходимо

-
-
-

ВЫЯВЛЕНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

*«РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА БОЛЬШЕ ЗАВИСИТ НЕ ОТ КАЧЕСТВА ПРОЕКТА, А ОТ НАЛИЧИЯ СВЯЗЕЙ»
МНЕНИЕ АНАЛИТИКОВ*

№	Заинтересованные стороны проекта
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Бизнес-модель чайного клуба «Серебро»



Каналы: Интернет-сайт, соцсети, форумы, ярмарки, мероприятия, реклама и др.

Ключевые партнеры:

Поставщики
Местная администрация
Анти-кафе

Ключевые действия:

Аренда помещения
Покупка оборудования
Разработка программы встреч
Найм специалистов
Организация встреч
Реализация чая и др.

Ключевые ресурсы:

помещение, оборудование,
Чай и чайная продукция,
Команда единомышленников,
чайные мастера

Клиенты:

Пожилые и одинокие люди
Семейные пары, романтики
Матери с детьми
Спортсмены и др.

Отношения с клиентами:

Быстрое реагирование на запросы и предоставление предложений
Консультирование и информирование клиентов
Индивидуальный подход
Обратная связь

Затраты: з/п и соц. отчисления, аренда, сырье, реклама, транспорт, налоги

Доходы: от реализации чая и сопутствующих товаров, от проведения мероприятий

Создаваемая стоимость для клиентов:

Интересные формы проведения досуга, расширение знаний о мире чая, самореализация

Продукты:

Чай и сопутствующие товары
Тематические встречи с интересными людьми
Уроки чайного мастерства и чайные дегустации

Критерий (методика Д.Кикул и С.Лайонс)	Сильная	Средняя	Слабая
Опыт решения бизнес проблем	X		
Эффективность инвестиций		X	
Поддержка местного сообщества			X
РЫНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ:	---	---	---
Есть неудовлетворенный спрос			X
Временное окно			X
Интерес инвестора(ов)			X
Размер рынка	X		
Достижимая доля рынка для проекта		X	
КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:	---	---	---
Входные барьеры			X
Перспективные партнерства или альянсы	X		
Контроль над расходами	X		
Привлекательность миссии		X	
Управленческая команда		X	
ПОТЕНЦИАЛ УСТОЙЧИВОСТИ:	---	---	---
Обеспеченность (материальными) ресурсами:	X		
Управление предпринимательскими рисками		X	
Достаточность инвестиций		X	
Способность генерировать стабильную прибыль		X	
Наличие устойчиво-высокого потенциального спроса	X		

ЭКСПЕРТИЗА ИДЕИ:

№Критерии оценки	Описание
1 Востребованность	Проект обеспечивает высокий спрос на товар или услугу
2 Доступность	Проект учитывает низкую платёжеспособность населения
3 Убедительность и обоснованность	Проект способен привлечь дополнительные финансовые потоки в экономику края
4 Заинтересованность деловых партнёров	Поддержка различными группами и деловыми сообществами
5 Апробация	Наличие информации об апробации (внедрения) проекта в отечественной и зарубежной практике
6 Реализуемость	Достаточно средств для реализации проекта