

1. modul

Lehetőség az Ön régiójában az Ízközpont számára

Modul kivonata

- Az Ízközpont úgy definiálható, mint egy adott terület különböző szereplői közötti interakciók dinamikus folyamata. Tekintettel ezekre a jellemzőkre, ennek megvalósítását alaposan át kell gondolni és különböző szempontokból elemezni kell azt.
- Nincs mindenkire érvényes szabály az Ízközpont felállítására, éppen azért, mert minden egyes terület sajátos dinamikával és eltérő gazdasági, -kulturális jellemzőkkel rendelkezik. Ezért alapvető fontosságú annak megértése, hogy a szóban forgó terület befogadhat-e egy Ízközpontot, és milyen potenciállal rendelkezik. Ebben az első modulban különféle eszközöket mutatunk be, amelyek segítenek megérteni, hogy a terület alkalmas-e COT elhelyezésére, és annak lehetőségeit.

Fejezetek

1. A helyi kontextusú területi hivatások elemzése
2. Az elterjedt hivatások diagnózisa
3. A terület demográfiai és vállalkozási kontextusának elemzése
4. A terület vállalatainak pénzügyi teljesítményének elemzése
5. Forgatókönyvek felépítése a helyi térségben rejlő lehetőségek megértéséhez az ízelítő központ aktiválásához

Kulcsszavak: Területi hivatások - SWOT-elemzés - Környezetelemzés - Társadalmi-gazdasági elemzés - Fókuszcsoport - Kérdőívek és meghallgatási eszközök - Környezetvédelmi elemzés - Pénzügyi teljesítmény elemzése - Fanatikus teljesítmény - Vidékfejlesztés.

1. A helyi kontextus területi hivatásának elemzése

1.1 Az erősségek és gyengeségek elemzése

Ebben az első részben megvizsgáljuk, hogyan lehet SWOT-elemzést végezni, és hogyan lehet gyakorlatba ültetni az eredményeket. Egy jól bevált példát és egy sablont is mellékelünk, amelyek segítenek a SWOT-elemzés megkezdésében a saját környezetében.

A SWOT a Strengths, Weaknesses, Opportunities és Threats rövidítése, ezért a SWOT-elemzés a vállalkozás e négy szempontjának felmérésére szolgáló technika.

A SWOT-elemzés mind a belső, mind a külső tényezőket vizsgálja - vagyis azt, hogy mi történik a szervezeten belül és kívül. Tehát ezeknek a tényezőknek egy része az Ön ellenőrzése alatt áll, néhány pedig nem. Mindkét esetben egyértelműbbé válik a válaszként megtehető legbölcsebb lépés, miután a lehető legtöbb tényezőt felfedezte, rögzítette és elemezte.

1.1 Az erősségek és gyengeségek elemzése

A SWOT egyszerűnek tűnik, óvatosan és együttműködve alkalmazva nagyon leleplező lehet.

Például lehet, hogy jól ismeri szervezete egyes erősségeit, de amíg nem rögzíti azokat a gyengeségek és fenyegetések mellett, elképzelhető, hogy nem veszi észre, mennyire megbízhatatlanok ezek az erősségek.

Valószínűleg ésszerű aggodalmai is vannak bizonyos üzleti gyengeségei miatt, de ha szisztematikusan végig nézi az elemzést, találhat egy korábban figyelmen kívül hagyott lehetőséget, amely bőven kompenzálhat.

Hogyan írjunk SWOT-elemzést

Készítsen SWOT-elemzési mátrixot, vagy használja ingyenes sablonunkat.

A SWOT-mátrix egy 2x2-es rács, amelyben a SWOT négy aspektusa mindegyikéhez egy négyzet tartozik. (Az 1. ábra azt mutatja, hogy hogyan kell kinéznie.) Minden egyes szakaszt néhány kérdés vezet, amelyek segítenek a gondolkodásban.

Vidéki üzleti stratégia céljai

Erősségek	Gyengeségek
<ol style="list-style-type: none">1. Innovatív termék/szolgáltatás2. Egyszerűen méretezhető3. Széles jelenlét a területen4. Egyedülálló műszaki vagy szakmai készségek, amelyekkel az Ön vállalkozása rendelkezik5. Közös küldetés	<ol style="list-style-type: none">1. Belső értékelései szerint melyek a gyengeségei?2. Fejlesztési területek, amelyekre összpontosítania kell
Lehetőségek	Veszélyek
<ol style="list-style-type: none">1. Egyedülálló funkciók, amelyeket potenciális ügyfelei/érdekelt felei számára biztosíthat2. Ipari előnyök, politikai előnyök, adókedvezmények stb.3. Változtasd meg az érzékenységedet	<ol style="list-style-type: none">1. A termék/szolgáltatás bármely funkciójának hiánya vagy hiánya.2. A különböző üzleti lehetőségek támogatásához megfelelő pénzügyi források hiánya.

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Ahogy a modul elején említettük, az Ízközpont kialakítása egy speciális tevékenység.

- Tükrözi a szóban forgó terület agrárgazdasági elhivatottságát, és ezért tükrözi a közösség társadalmi-kulturális és gazdasági vonatkozását.
- Ezért alapvető fontosságú a terület fő társadalmi-gazdasági szereplőinek és valamennyi érdekelt félnek a lehető legszélesebb körben bevonása annak érdekében, hogy a COT a lehető legkollektívabb munka legyen, figyelembe véve mindegyikük igényeit és követelményeit, valamint ezek közül a legmegfelelőbb COT-típus elkészítéséhez.
- Ne hagyatkozzon a terület, a közösségek és azok dinamikájának saját részleges megértésére. A feltételezései tévesek lehetnek. Ehelyett állítson össze egy csoportot különböző lehetőségekkel és szinteken dolgozó emberekből, és készítsen egy kiterjedt és átfogó figyelési listát.
- Ezután minden alkalommal, amikor azonosít egy erősséget, gyengeséget, lehetőséget vagy veszélyt, írja be a SWOT-elemzés rácsának megfelelő részébe, hogy mindenki láthassa.
- Nézze meg az egyes területeket részletesebben és gondolja meg, mi hova illik, és milyen kérdéseket tehet fel az adatgyűjtés részeként.

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Erősségek

Az erősségek olyan dolgok, amelyeket szervezete különösen jól teljesít, vagy olyan módon, amely megkülönbözteti a versenytársaitól.

Gondolja át, milyen előnyei vannak az Ön szervezetének más szervezetekkel szemben.

- ✓ Ez lehet az alkalmazottak motivációja, bizonyos anyagokhoz való hozzáférés vagy a gyártási folyamatok erős halmaza.
- ✓ Ebbe beletartozik a helyi minőségi élelmiszertermékek erőssége és piaci vonzereje is, amelyek versenyelőnyre tehetnek szert egy talán egy nagy vállalkozással szemben, amely ugyanazt a tipikus helyi terméket gyártja, de ipari szinten, elvonva a helyi termelés kézműves tudásának minden hozzáadott értékét. . (Erre sok példa van az agrár-élelmiszeripari ágazatban).

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Erősségek

Erősségei szerves részét képezik szervezetének, területének és közösségének, ezért gondolja át, hogy mit „kipipáljni”.

- ✓ Mit csinál jobban, mint bárki más?
- ✓ Milyen értékek vezetik vállalkozását?
- ✓ Milyen egyedi erőforrásokból meríthet, amelyekből mások nem?
- ✓ Azonosítsa és elemezze a szervezete egyedi értékesítési ajánlatát (USP), és adja hozzá az Erősségek szakaszhoz.

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Erősségek

Ezután fordítsa meg a perspektívát, és tegye fel magának a kérdést, hogy versenytársai mit tekinthetnek az Ön erősségeinek.

Milyen tényezők készítetnek arra, hogy maguk előtt pozícionálják?

- ❖ például. Egyre erősödő tendencia, hogy a fogyasztók a természeti és helyi dolgokat részesítik előnyben, és fel akarják keresni a termőhelyeket, amelyek aztán turisztikai vonzerővé is válnak.

Ne feledje, hogy szervezetének bármely aspektusa csak akkor erős, ha egyértelmű előnyt jelent.

- ❖ Például, ha minden versenytársa kiváló minőségű termékeket szállít, akkor a minőségi gyártási folyamat nem erősség az Ön piacán, hanem szükséglet.

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Lehetőségek

A lehetőségek arra nyitnak, hogy valami pozitív történjen, ezeket Önnek követnie kell!

- Általában a szervezeten kívüli helyzetekből adódnak, és szem előtt kell tartani, hogy mi történhet a jövőben.

Előfordulhat, hogy az Ön által kiszolgált piac vagy az Ön által használt technológia fejlődése.

- Az, hogy képes felismerni és kiaknázni a lehetőségeket, óriási változást hozhat a szervezet versenyképességében és a piac vezető szerepében.

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Lehetőségek

Gondoljon a jó lehetőségekre, amelyeket azonnal ki tud használni: még az apró előnyök is növelhetik szervezete versenyképességét.

- ❖ Milyen érdekes piaci trendekről van tudomása, kicsi vagy nagy, amelyek hatással lehetnek a szervezetre?

Ez összefügg azzal is, hogy milyen típusú ízközpontot szeretne létrehozni, legyen az egy hely a turisták vonzására és a helyi termékek bemutatására, vagy olyan hely, ahol a helyi termelők összefognak, hogy több lehetőséget kapjanak a piacon, vagy esetleg mindkettő...

- ❖ Figyelnie kell a szakterületéhez kapcsolódó kormányzati politika változásaira is. A társadalmi minták, a népességprofil és az életmód változásai pedig érdekes lehetőségeket kínálhatnak.

1.2 Hogyan készítsünk SWOT-elemzést

Veszélyek

A veszélyek közé tartozik minden, ami kívülről negatívan befolyásolhatja vállalkozását, például az ellátási lánc problémái, a piaci követelmények megváltozása vagy a munkaerőhiány. Létfontosságú, hogy előre jelezze a fenyegetéseket, és tegyen lépéseket ellenük, mielőtt áldozatává válna, és a növekedés megtorpanna.

- Gondoljon az akadályokra, amelyekkel szembe kell néznie a termék piacra jutása és értékesítése során. Észreveheti, hogy termékei minőségi szabványai vagy specifikációi változnak, és ha meg akar maradni az élen, módosítania kell ezeket a folyamatokat. A fejlődő technológia állandó veszélyt jelent, és ez egyben lehetőség is!
- Mindig fontolja meg, mit csinálnak versenytársai, és hogy érdemes-e változtatnia szervezete hangsúlyán, hogy megfeleljen a kihívásnak. De ne feledje, hogy amit ők csinálnak, az nem biztos, hogy a megfelelő dolog az Ön számára. Ezért kerülje a másolásukat anélkül, hogy tudná, hogyan javíthatja a pozícióját.
- Feltétlenül vizsgálja meg, hogy szervezete nincs-e különösen kitéve a külső kihívásoknak. Vannak például rossz adósságai vagy pénzforgalmi problémái, amelyek sebezhetővé tehetik a piac kis változásaival szemben is? Ez az a fajta fenyegetés, amely súlyosan károsíthatja vállalkozását, ezért legyen óvatos.

1.3 A SWOT-elemzés használata

- ✓ Végül itt az ideje, hogy kíméletlenül megnyirbálja és rangsorolja az ötleteit, hogy időt és pénzt tudjon a legjelentősebb és leghatásosabb ötletekre összpontosítani. Finomítsa az egyes pontokat, hogy egyértelműbb legyen az összehasonlítás. Például csak olyan pontos és ellenőrizhető állításokat fogadjon el, mint például: „30 USD/tonna költségelőny az x nyersanyag beszerzésénél”, ahelyett, hogy „A legjobb ár-érték arány”.
- ✓ Ne felejtse el tudását a megfelelő szinten alkalmazni a szervezetében. Például a termék vagy termékvonal szintjén, nem pedig az egész vállalat sokkal homályosabb szintjén. És használja a SWOT elemzését más stratégiai eszközökkel (3. és 4. modul), hogy teljes képet kapjon az Ön előtt álló helyzetről.

Főbb szempontok

- ✓ A SWOT-elemzés segít azonosítani szervezete erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit.
- ✓ Rávezeti Önt arra, hogy építsen arra, amit jól csinál, foglalkozzon azzal, ami hiányzik, ragadjon meg új lehetőségeket, és minimalizálja a kockázatokat.
- ✓ Alkalmazzon SWOT-elemzést szervezete helyzetének felmérésére, mielőtt bármilyen új stratégiát választana.
- ✓ Működjön együtt egy olyan csapattal, amely az üzlet minden részéből áll. Ez segít pontosabb és őszintébb képet feltárni.
- ✓ Használjon SWOT-mátrixot a kutatás ösztönzésére és ötletei rögzítésére.
- ✓ Tudja meg, mi működik jól, és mi nem olyan jól. Kérdezze meg magadtól, hová akar eljutni, hogyan juthat el oda – és mi állhat az útban.
- ✓ Legyen reális és szigorú. Vágja le és rangsorolja ötleteit, hogy időt és pénzt a legjelentősebb és leghatásosabb cselekvésekre és megoldásokra összpontosítson

1 gyakorlat: Videón az esettanulmány - CENTER OF TASTE - TROIA (Olaszország)



A Youtube.on megnézhető angol felirattal:
[Troia, apre il Centro del Gusto dei Monti Dauni - YouTube](#)

2. gyakorlat: Mik az ERŐSSÉGEI - GYENGESÉGEI - LEHETŐSÉGEI - VESZÉLYEI? Készítse el SWOT-mátrixát az Önnek biztosított AGATA-sablonból.

Erősségek	Gyengeségek
Lehetőségek	Veszélyek

Amint már említettük, nincs olyan meghatározott mérete az Ízközpontnak, amely minden összefüggésben használható lenne.

- Minden területnek megvannak a sajátos társadalmi-gazdasági jellemzői, és ezeket figyelembe kell venni, ha nem akarunk olyan tevékenységet létrehozni, amelyből a sivatagban székesegyház épül, ezek pedig az érdekelt felek.
- Az „Ízközpont” a helyi termelési rendszerek fejlődésének jelentős példája lehet, amely az egyre szimbolikusabb kereslet irányába haladva nem csak a termelőegységek vagy a vállalkozások szövetkezeti rendszereinek megerősítésével, hanem azáltal is megfelelő válaszokat adhat.

2. Az elterjedt hivatások diagnosztizálása

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

- Sok más, a környezeti kontextusban jelenlévő összetevő fejlesztése, a kulturális örökség értékétől a még nagyrészt újra felfedezésre és fejlesztésre váró történelmi központokig, ami nyilvánvalóan fontos mellékhatása egy adott terület turisztikai kínálatának.
- Az Ízközpont egy területi kontextusban elhelyezkedő fizikai tér, amely egy adott térség számos kiváló étel- és bortermékének turisztikai attrakcióként való megismertetésére és népszerűsítésére szolgál.
- Ez a válasz az élelmiszer, mint kulturális kifejezés új koncepciójára.
- Multiszenzoros utazást kínál a felhasználóknak a hagyományokon, a területeken, a történelmen, a kollektív tudáson és az étkezési oktatáson keresztül.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

Az Ízközpont formái

Az Ízközpont több tényezőre is fókuszálhat, nyilvánvalóan a terület gazdasági-társadalmi elhivatottságához és az általa kifejezett kereslethez köthetően.

Az Ízközpont által felvehető típusok a következők

- étel- és borpromóció
- az agrár-élelmiszeripari vállalatok támogatása a gazdasági cserekapcsolatok növelése érdekében
- egészséges táplálkozásra nevelés (műhelymunkák iskolákkal)
- turizmus népszerűsítése
- területi és kulturális népszerűsítés (múzeum)

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

Kontextuselemzés - Társadalmi-gazdasági elemzés

A terület kontextuselemzése:

- A referenciaterület leírása
- Rövid történelmi jegyzetek
- A terület leírása statisztikai adatok alapján (demográfiai elemzés, társadalmi-gazdasági elemzés és szociokulturális elemzés)
- A területen jelenleg zajló kezdeményezések felismerése, amelyek összhangban lehetnek a projekt tevékenységeivel.
- A gazdasági rendszer megfelelő elemzése és a releváns gazdasági mutatók konjunkturális tanulmányozása lehetővé teszi a szóban forgó terület erősségeinek és gyengeségeinek azonosítását, valamint

annak közép- és hosszú távú előnyeinek kihasználását.

- A kutatás képes kombinálni az elemzés különböző szintjeit, és számos változóra keresztihatkozni.
- Alapvető fontosságú, hogy tudjuk, milyen a gazdasági helyzet azon a területen, ahol a COT-ot fel akarjuk állítani, ismernünk kell a helyi vállalkozások valóságát, pénzügyi szilárdságát, és hogy van-e valódi szükséglet a COT-nak.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

A társadalmi - gazdasági elemzés KULCSPONTJAI

- A vizsgálat tárgya: élelmiszer- és bortermelők, helyi egységek, vállalkozók
- A területi elemzés szintje: országos, regionális, kerületi, tartományi, önkormányzati
- Az ágazati elemzés szintje: makroszektor (elsődleges, másodlagos, harmadlagos), ágazat (mezőgazdaság, kereskedelem, mechanika stb.),
- Változók: jogállás, nem, állampolgárság, munkaerő-felvételi és felmondási folyamatok, szerződés típusa, konkrét gazdasági mutatók stb.
- Időtartam: az adatbázis elérhetősége alapján
- Kimenet: adattáblák vagy jelentések
- Hivatalos források: EUROSTAT, Kereskedelmi Kamarák, önkormányzati hivatalok, tartományi, regionális és egyesületi adatbázisok.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

- Az AGATA a szekunder kutatások, azaz az adatok és tanulmányok elemzésével végzett kutatások mellett a primer kutatásra helyezi a hangsúlyt annak érdekében, hogy az Ízlésközpontot felépíteni milyen valós területi hivatásokra támaszkodjon. érdekelt felek. Ez fókuszcsoportokon, panelcsoportokon, kérdőívek adminisztrációján keresztül történik.
 - Az első modul e részében látni fogjuk, hogy mik a fókuszcsoport főbb jellemzői, és hogyan kell felállítani, hogy a fő érintettek bevonásával megértsük, mik a területi hivatások.
- Fókuszcsoport
- A fókuszcsoportok széles körben használt kutatási eszköz a marketingkutatásban.
 - Ez a kvalitatív interjú egy sajátos módszere, amelyben a moderátor kötetlen és látszólag strukturálatlan módon egy sor vitatémát terjeszt be alanyok egy kis csoportjának, akik tájékozottak a tényekről és hajlandóak együttműködni, felkérve őket, hogy osszák meg és hasonlítsák össze. véleményüket.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

1. lépés: Válassza ki a kívánt témát

- A fókuszcsoportokat elsősorban megerősítő kutatási technikának tekintik.
- Más szóval, a vitákat kiváltó környezetük a leghasznosabb a már meglévő hiedelmek megerősítésére vagy megcáfolására.
- Emiatt kiválóan alkalmasak magyarázó kutatások lefolytatására, ahol feltárja, miért történik valami, ha korlátozott információ áll rendelkezésre.

Step 2. lépés : Határozza meg kutatási hatókörét és hipotéziseit

- Miután megállapította, hogy a fókuszcsoport a megfelelő választás a témához, elkezdhet gondolkodni azon, hogy mit vár el a csoportos beszélgetéstől.
- Talán már létezik szakirodalom a témában, vagy kellően hasonló témában, amelyet kiindulópontként használhat. Ha a témát nem alaposan tanulmányozták, akkor ösztöneid segítségével határozd meg, mit tartasz a legérdekesebbnek a tanulmányozásra.
- A hatókör meghatározása segít érdekes hipotézisek megfogalmazásában, egyértelmű kérdések felállításában és a megfelelő résztvevők toborzásában.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

3. lépés: Határozza meg a fókuszcsoport kérdéseit

A fókuszcsoportnak feltett kérdések kulcsfontosságúak az elemzéshez. Szánjon időt ezek megfogalmazására, különös figyelmet fordítva a megfogalmazásra. Ügyeljen arra, hogy kerülje a vezető kérdéseket, amelyek befolyásolhatják válaszait.

Összességében a fókuszcsoport kérdései a következők:

- ✓ Nyílt végű és rugalmas
- ✓ Lehetetlen „igen” vagy „nem” választ adni (a „miért” vagy „hogyan” kezdetű kérdések gyakran a legjobbak)
- ✓ Egyértelmű, egyenesen a lényegre tér, miközben vitára készítet
- ✓ Elfogulatlan és semleges

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

4. lépés: Toborozza a résztvevőket

A kutatás témájától függően néhány mintavételi módszer közül választhat, amelyek segítenek a résztvevők toborzásában és kiválasztásában.

- Önkéntes mintavétel, például nyílt felhívás a közösségi médiában és résztvevők keresése a válaszok alapján
- Kényelmes mintavétel az Ön számára legkönnyebben elérhető személyekről, például a meglévő hálózatokban lévő partnerekről
- Rétegzett mintavétel a helyi termelők egy adott kategóriájából
- Ítéletes mintavétel a résztvevők egy meghatározott csoportjáról, amelyekről már tudja, hogy fel kíván venni
- Ügyeljen a mintavételi torzításra, amely akkor fordulhat elő, ha a populáció egyes tagjai nagyobb valószínűséggel kerülnek be, mint mások.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

5. lépés: Alakítsa ki a fókuszcsoportot

Fontolja meg a műszaki ellenőrzés elvégzését a résztvevők érkezése előtt, és jegyezze fel a környezeti vagy külső tényezőket, amelyek befolyásolhatják a csoport hangulatát aznap. Ügyeljen arra, hogy szervezett és készen álljon, mivel a stresszes légkör elvonja a figyelmet és kontraproduktív.

A fókuszcsoport indítása

Üdvözlje az egyéneket a fókuszcsoportban úgy, hogy bemutatja a témát, saját magát és társmoderátorát, tekintsék át a sikeres beszélgetéshez szükséges alapszabályokat vagy javaslatokat. Fontos, hogy a résztvevők jól érezzék magukat.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

5. lépés: Alakítsa ki a fókuszcsoportot

A vita vezetése

Ha elkezdi feltenni a kérdéseket, próbálja meg egyenlőre válaszolni a résztvevők között. Vegye figyelembe a csoport legbeszédesebb és legkevésbé beszédes tagjait, valamint a különösen erős vagy domináns személyiségű résztvevőket.

A kevésbé beszédes tagoknak kérdéseket tehet fel közvetlenül, hogy részvételre ösztönözze őket, vagy akár név szerint is feltehet kérdéseket a résztvevőknek, akár a játéktéren is. Nyugodtan kérje meg a résztvevőket, hogy fejtsék ki válaszaikat, vagy mondjanak példát.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

6. lépés: Elemezze adatait, és készítsen eredményjelentést

- A fókuszcsoport befejezése után Önnek és társmoderátorának ki kell számolnia, rögzítenie kell a beszélgetés kezdeti benyomásait, valamint az Ön által levont legfontosabb szempontokat, problémákat vagy azonnali következtetéseket.
- A következő lépés az adatok átírása és tisztítása. Szervezési célból rendeljen minden résztvevőhöz egy számot vagy álnevet. Írja le a felvételeket, és végezzen tartalomelemzést a válaszok témáinak vagy kategóriáinak megkereséséhez. A kiválasztott kategóriák képezhetik az eredmények jelentésének alapját.

2.1 mi a legerősebb hivatás a térségben, melyek történeti, gazdasági, társadalmi és stratégiai elemei?

A fókuszcsoportok előnyei és hátrányai

Hátrányok

Más kutatási módszerekhez hasonlóan a fókuszcsoportoknak is vannak előnyei és hátrányai.

Előnyök

- ✓ Meglehetősen egyszerű a megszerezésük, és az eredmények erősen érvényesek.
- ✓ Általában olcsók, még akkor is, ha kártalanítod a résztvevőt.
- ✓ Egy fókuszcsoport sokkal kevésbé időigényes, mint egy felmérés vagy kísérlet, és azonnali eredményeket kap.
- ✓ A fókuszcsoport eredményei gyakran érthetőbbek és intuitívabbak, mint a nyers adatok.

- Nehéz lehet valóban reprezentatív mintát összeállítani. A fókuszcsoportok általában nem tekinthetők külsőleg érvényesnek kis mintaméretük miatt.
- A kis mintaszám miatt nem tudja biztosítani a válaszadók anonimitását, ami befolyásolhatja a szabad beszéd iránti vágyukat.
- Az elemzés mélysége aggodalomra adhat okot, mivel kihívást jelenthet őszinte véleményt szerezni vitatott témákról.
- Az adatelemzésben sok a hibalehetőség, és nagy a megfigyelői függőség lehetősége a következtetések levonásában. Vigyáznod kell, hogy ne válassz válaszokat egy előzetes következtetéshez.

1. gyakorlat: Tesztelje magát: próbálja meg felépíteni saját fókuszcsoportját lehetséges kérdésekkel, amelyekkel felteheti a terület fő érdekelt feleit.

- 1. lépés: Válassza ki a kívánt témát
- 2. lépés: Határozza meg kutatási hatókörét és hipotéziseit
- 3. lépés: Határozza meg a fókuszcsoport kérdéseit
- 4. lépés: Toborozza a résztvevőket
- 5. lépés: Hozza létre a fókuszcsoportját
- 6. lépés: Elemezze adatait, és jelentse az eredményeket

2. gyakorlat: Ön szerint mi lenne az Ízlésközpont legjobb formája az Ön régiójában?

Az Ízközpont több területre is fókuszálhat, nyilvánvalóan a terület gazdasági-társadalmi elhivatottságához és az általa kifejezett kereslethez köthető.

Az Ízközpont által felvehető típusok a következők

- étel- és borpromóció
- az agrár-élelmiszeripari vállalatok támogatása a gazdasági cserekapcsolatok növelése érdekében
- egészséges táplálkozásra nevelés (műhelymukák iskolákkal)
- turizmus népszerűsítése
- területi és kulturális népszerűsítés (múzeum)
- Egyéb:

3. A terület demográfiai és vállalkozói kontextusának elemzése

3.1 A helyi közösségről és a helyi vállalkozók jelenlegi képe, társadalmi-gazdasági elemzés

A gazdasági rendszer megfelelő elemzése és a vonatkozó gazdasági mutatók konjunkturális vizsgálata lehetővé teszi az adott terület erősségei és gyengeségei azonosítását, közép- és hosszú távú fejlődési lehetőségeinek megragadását. A kutatás képes kombinálni az elemzés különböző szintjeit és számos változó kereszthivatkozását.

a gazdasági helyzet azon a területen, ahol a COT-ot szeretnénk létrehozni, ismernünk kell a helyi vállalkozások valóságát, pénzügyi szilárdságát, van-e valós igény egy olyan központra, mint a COT.

Elengedhetetlen, hogy tudjuk, milyen

3.1 A helyi közösségről és a helyi vállalkozók jelenlegi képe, társadalmi-gazdasági elemzés

A vizsgálat tárgya: élelmiszer- és bortermelők, helyi egységek, vállalkozók

Változók: jogállás, nem, állampolgárság, munkaerő-felvételi és felmondási folyamatok, szerződés típusa, konkrét gazdasági mutatók stb.

A területi elemzés szintje: országos, regionális, kerületi, tartományi, önkormányzati

Időtartam: az adatbázis elérhetősége alapján

Az ágazati elemzés szintje: makroszektor (elsődleges, másodlagos, harmadlagos), ágazat (mezőgazdaság, kereskedelem, mechanika stb.),

Kimenet: adattáblák vagy jelentések

3.2 Eszközök

Figyelőeszközök - kérdőívek

A kérdőívek olyan adatgyűjtési eszközök, amelyek nyitott és zárt kérdések sorozatából állnak. Lehetővé teszik nagyszámú ember gyors bevonását az információgyűjtés, a vélemények, attitűdök és szándékok megismerésére.

A kérdőív elkészítésének lépései:

Határozza meg a célt, tegye egyértelművé az észlelni kívánt tényezőket, fogalmakat

A háttérváltozók meghatározása, beleértve a válaszadó demográfiai és társadalmi-környezeti jellemzőit.

Határozza meg, kinek szól a kérdőív!

Ezután megpróbáljuk kitalálni a kérdőív kérdéseinek legmegfelelőbb nyelvezetét és megfogalmazását.

3.3 Eszközök

Kérdések megfogalmazása:

- Használjon a témának megfelelő nyelvezetet
- olyan kérdéseket fogalmazzon meg, amelyek nem túl bonyolultak
- A kérdéseknek világosnak és konkrétnek kell lenniük
- Kezdje a legfontosabb kérdésekkel: a figyelem nagyobb
- ügyeljen a kérdések hosszára és a választott alternatívák számára
- ne túl sok kérdés: max 20
- Határozzon meg kérdéseket, hogy numerikus és stratégiai adatokkal rendelkezzen
- A kérdőív végén használjon nyitott kérdéseket;
- Kérjen személyes adatokat, ne legyen tolakodó

3.4 Eszközök

Végezzen előzetes kutatást.

A hatékony felmérés elkészítéséhez a lehető legcéltzottabbnak kell lennie

Fogalmazza meg kérdéseit.

A legjobb eredmények elérése érdekében legfeljebb 5-10 kérdést írjon fel felméréseibe. Sok embernek, különösen a felnőtteknek általában rövid a figyelve, így ha több tucat gyorstüzelő kérdéssel bombázza őket, a teljesítési aránya jelentősen csökkenhet.

A felmérés kérdéseinek megírásakor próbálja meg engedni a résztvevőknek, hogy kifejtsék gondolataikat. Az „Igen vagy nem” kérdések nem adnak annyi információt, mint a szabad formájú szöveges válaszok

Hozza létre a felmérését.

Tegye közzé felmérését az olvasók körében.

Amint a felmérés készen áll, juttassa el olvasóihoz, és hirdetje meg

3.5 Eszközök

Külső elemzés	Belső elemzés
<ul style="list-style-type: none">• Célkitűzés• A külső környezet erőinek, dinamikájának elemzése.	<ul style="list-style-type: none">• Célkitűzés• A belső megkülönböztető képességek és kompetenciák elemzése.
<ul style="list-style-type: none">• Eszközök• Makrokörnyezeti elemzés	<ul style="list-style-type: none">• Eszközök• Ellenőrző listák
<ul style="list-style-type: none">• Azonosítani kell• Lehetőségeket• Fenyegetéseket	<ul style="list-style-type: none">• Azonosítani kell• Erősségeket• Gyengeségeket

3.6 Eszközök

Interjú helyi vállalkozókkal

Ez egy módja annak, hogy jobban megismerje a helyi szereplők egyedi tapasztalatait: mindent megkérdezhet, amire szüksége van annak a kontextusnak a meghatározásához, amelyben aktiválni szeretné a COT-ot. Emellett publikálhatja az interjúkat, bemutathatja a véleményvezért, az érintetteket, a helyi adminisztrátort, a térség valós helyzetét. Itt láthat néhány példát:

<https://www.youtube.com/watch?v=4EtgF8ZG9t8> (Valeria és Ivano, goji bogyós
kivállalkozók)

<https://www.youtube.com/watch?v=YtCfDzyKAPg> (Pasquale és Gaetano, csigás
kivállalkozók)

https://www.youtube.com/watch?v=nA0_OywGC5A (Antonietta és Pasquale testvérek:
borgazdaságuk van)

3.7 Találkozók - Hogyan szervezzünk megbeszélést :



3.8 Környezetelemzési folyamat

FIGYELÉS	<ul style="list-style-type: none">• Figyelje meg" a külső környezetet• Az információk kívánt kategóriákba rendezése• Azonosítsa a problémákat az egyes kategóriákon belül
MONITORING	<ul style="list-style-type: none">• Kövesse a fejleményeket• Határozza meg a változás mértékét
ELŐREJELZÉS	<ul style="list-style-type: none">• A fejlemények változásainak előrejelzése• A problémák közötti összefüggések azonosítása• Alternatív alternatívák kidolgozása
ÉRTÉKELÉS	<ul style="list-style-type: none">• Az előrejelzések értékelése• Határozza meg azokat az erőket, amelyeket figyelembe kell venni• Stratégiák kidolgozása

3.9 Gyakorlat: Próbáljon meg válaszolni a következő kérdésekre, határozza a meg kontextust, amelyben a COT-t létrehozni

DEMOGRÁFIAI: mely demográfiai jelenségek jelenthetnek veszélyeket és lehetőségeket a szervezet számára? Például. Meg kell határozni például a termelők célcsoportját, ha idősek, akkor konkrét kommunikációs típusra lesz szükség. Ugyanez vonatkozik a célközönségre is

GAZDASÁGI: Hogyan befolyásolja a jövedelmek, árak, megtakarítások és hitelek alakulása a COT-ot?

ÖKOLÓGIAI: természeti erőforrások, környezeti károk. Mi a szervezet szerepe a környezeti károk elleni védekezésben? A helyi termelők oldalán is, együttműködve a magas szintű környezetvédelemmel rendelkezőkkel, és folyamatosan növelve bennük a fenntartható termelés tudatosságát

TECHNOLÓGIAI: mely technológiai újítások relevánsak a COT szolgáltatások és folyamatok szempontjából? (e-kereskedelem, közösségi finanszírozási platformok, blokklánc stb.)

POLITIKAI: Melyek az új szabályozások? Melyek a legmegfelelőbb jogi formák gyermekágyunk számára

3.10 Gyakorlat: Próbáljon meg válaszolni a következő kérdésekre, hogy meghatározza a kontextust, amelyben a COT-t létrehozni

TÁRSADALMI-KULTURÁLIS: Melyek azok a társadalmi csoportok vagy intézményi hálózatok, amelyekkel kapcsolódhatunk? Ha léteznek különböző valóságok, amelyek ugyanazzal a céllal működnek, akkor hasznos összefogni, nem pedig megosztott maradni.

Hogyan változnak az életmódok? Hogyan változnak az értékek? Például. Arra számítunk, hogy a járvány után azok, akik megszokták a szombat délutánt a bevásárlóközpontban tölteni, szívesebben fognak kirándulni a szabad vidékre.

NYILVÁNOSSÁG: a nyilvánosság mely szektorai (intézmények, kormányzat és helyi közösségek) jelentenek különleges lehetőségeket vagy problémákat a szervezet számára? Milyen kezdeményezéseket tett a szervezet a lakosság különböző szektoraival kapcsolatban?

4. A térség vállalatai pénzügyi teljesítményének elemzése

Mi a pénzügyi teljesítmény?

A pénzügyi teljesítmény annak szubjektív mérőszáma, hogy egy vállalat mennyire tudja felhasználni az elsődleges üzletviteléből származó eszközöket és bevételt termelni. A kifejezést a vállalat általános pénzügyi állapotának általános mérőszámaként is használják egy adott időszakban*.

A pénzügyi elemzések öt fő csoportra oszthatók:

1. Megoldhatóság
2. Likviditás
3. Jövedelmezőség
4. Adósságszolgálat
5. Hatékonyság

*<https://www.investopedia.com/terms/f/financialperformance.asp>

4. A térség vállalatai pénzügyi teljesítményének elemzése

1. Megoldhatóság

A megoldhatóság azt jelzi, hogy egy vállalkozás vagyona milyen mértékben haladja meg a kötelezettségeket, és ezáltal a vállalkozás azon képességét, hogy a vállalkozás tevékenysége megszűnése esetén kötelezettségeit teljesítse. Így leegyszerűsítve az arány azt jelzi, hogy a vállalkozás fizetőképese vagy fizetéképtelen (csőd). Ennek az aránynak a kiszámításához a mérlegből vett információ, nevezetesen az összes eszköz/kötelezettség összesen.

2. Likviditás

A likviditás azt jelzi, hogy a vállalkozás képes-e folyamatosan teljesíteni az összes jelenlegi vagy rövid lejáratú adósságát, amelyet az Ön vállalkozásának napi szintű működtetéséhez ki kell fizetni. Ennek a képességnek a méréséhez a

kiszámítandó arány a jelenlegi arány. Ennek az aránynak a kiszámításához az adatokat a mérlegből is le kell venni, nevezetesen a forgóeszközöket/forgó kötelezettségeket.

3. Nyereségesség

A gazdaság jövedelmezőségét úgy számítják ki, hogy a gazdaság nettó jövedelmét (NFI) a mezőgazdasági vállalkozásban egy pénzügyi időszakban foglalkoztatott teljes tőke százalékában fejezik ki. Az NFI adatait a bevételkimutatásból, a teljes lefektetett tőkére vonatkozó információkat pedig a mérlegből veszik, és az arányt százalékban fejezik ki. Tény, hogy a mezőgazdasági vállalkozások meglehetősen alacsony jövedelmezőséget realizálnak. A gazdálkodás típusától függően akár 7% is lehet.

4. A térség vállalatai pénzügyi teljesítményének elemzése

4. Adósságszolgálat

Az adósságszolgálatot általában a cash-flow kimutatásban szereplő információk alapján ítélik meg. Nagyon fontos kérdés, és a hiteligényléskor a finanszírozó alaposan átnézi az Ön pénzforgalmi kimutatását. Kiszámíthatja a Cash-flow hányadost is a pénzbevétel/pénzkiáramlás értékben a cash flow kimutatásból származó információk alapján, százalékban kifejezve. Általában úgy tekintik, hogy ennek az aránynak 120%-nak vagy magasabbnak kell lennie, ami azt jelzi, hogy elegendő készpénzzel kell rendelkeznie az összes adósság és az összes egyéb gazdálkodási költség kifizetéséhez.

5. Hatékonyság

A pénzügyi hatékonyság felméri, hogyan hatékonyan használja egy gazdaság termelési kapacitását (például ráfordításokat, általános költségeket, finanszírozást és gépeket) a bevételszerzésre. A gazdaságok pénzügyi és hatékonyságának kulcsmutatója a működési költség/bevétel arány. Ez az arány megadja a választ arra a kérdésre, hogy „mennyibe kerül egy gazdaságnak 1,00 USD bevétele?” A teljes működési költség (a kamatköltségek és az amortizáció nélkül) elosztása a bruttó bevétellel.

4. A térség vállalatai pénzügyi teljesítményének elemzése

A mezőgazdasági vállalkozások pénzügyi teljesítménye meghatározó tényezői eltérő hatással lehetnek a mezőgazdasági üzemek pénzügyi helyzetére és teljesítményére.

Az agrárszektorban leggyakrabban a gazdaságit (jövedelmezőség, likviditás, működési hatékonyság), de a nem-gazdasággal (vezetési tervezés és döntéshozatal) is figyelembe kell vennünk.

A gazdaság kudarca vagy sikere lehet a makrogazdasági környezet és annak tényezői, vagy a vezetők sikertelen és helytelen döntései, de természeti és éghajlati tényezők eredménye is.

A pénzügyi nehézségek különböző

ESETTANULMÁNY

[Evaluating the Financial Health of Agricultural Enterprises in the Conditions of the Slovak Republic Using Bankruptcy Models](#)

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

A területi tőkébe és a regionális kapacitásépítésbe történő beruházásokat a helyalapúság fő sarokköveinek tekintették vidékfejlesztési megközelítés (OECD, 2006).

Az 1. modul ezen részében a „területi tőke” és a „kapacitásépítés” felosztását javasoljuk.

A területi tőke „a tőke (vagy különböző erőforrások) különböző formáinak mennyiségét és összefonódását jelenti, amelyet a regionális gazdaság és társadalom magában foglal, mozgósít és aktívan használ (és reprodukál)” (van der Ploeg et al., 2009, 13. o.).).

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

A kapacitásépítés a helyi erőforrások, például a természeti adottságok, a kulturális örökség vagy az infrastrukturális berendezések valorizálásának képessége. A tényező adottságok hatékony és eredményes kihasználásának képessége meghatározó a régiók versenyelőnyeinek megteremtésében.

Különösen a regionális vidékfejlesztés bizonyos területeinek kölcsönhatása és mozgósítása tekinthető befolyásosnak, beleértve az innovációt (új gyakorlatok és termékek), a piacirányítást (az intézményi kapacitás a piacokkal való interakcióhoz) és az új intézményi megállapodásokat (az érdekelt felek együttműködését támogató intézményi kapacitás). vidéki változás az új vidéki paradigmában (van der Ploeg és Marsden, 2009; Hurlings és Marsden, 2012).

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

A területi főváros magában foglalja

1. fizikai tőke
2. emberi Erőforrások
3. természeti tőke a (vidéki vagy regionális) fejlesztés és versenyképesség érdekében.

FIZIKAI TŐKE

fizikai tőkének nevezzük az ember által létrehozott infrastruktúrát, amely elsősorban ingatlanokba és tartós termelési ingatlanokba vagy beépített építményekbe, például vidéki lakásokba, közlekedési és kommunikációs infrastruktúrába történő beruházásokat foglal magában, de kiterjed az árvízi vagy egyéb természeti katasztrófák elleni védekezésre szolgáló műszaki létesítményekre is (Vargas, 2010).).

A fizikai infrastruktúrába való befektetés különböző módon segíti elő a vidék és a regionális fejlődést. Javíthatja a vidéki közösségek és a mezőgazdaság alapvető infrastruktúráját. Hozzájárul a foglalkoztatáshoz és a vidéki gazdaság termelékenységéhez, valamint a regionális konvergenciához. A fizikai tőke csökkenti a gazdasági szereplők költségeit a városi piacokhoz, tudáshoz (Lakshmanan, 2011) és a globális gazdasági hálózathoz (Anderson, 2000) való hozzáféréshez. Növeli az egyes gazdasági szereplők összekapcsolódását, és méretgazdaságosságot eredményez.

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

EMBERI ERŐFORRÁSOK

A munkaerő készségei és oktatása, a kulturális és társadalmi tőke. Ha szűken a szakképzett munkaerő rendelkezésre állásaként határozták meg (Gennaioli et al., 2013), a humán tőke a regionális fejlődés lényeges tényezője, mivel hozzájárul a regionális tudásbázishoz és támogatja az innovációs folyamatokat (Krugman, 1991). vállalkozói szellem és termelékenység (Gennaioli et al., 2013), és ezáltal a jövedelemtermelés (Becker, 1964). Tekintettel a periférikus vidéki területek elvándorlására és elöregedésére, fontos figyelembe venni a humán tőke demográfiai dimenzióját is.

A kulturális javak a humán tőke második dimenzióját jelentik, amelyek elengedhetetlenek a helyi hagyományok és identitás szerepének figyelembevételéhez. A helyi környezettel együtt a kulturális javak, mint egyedi értékesítési pontok fontosak (Dwyer és Findeis, 2008). A társadalmi tőke serkentheti a fejlődést és a gazdasági növekedést a vidéki területeken azáltal, hogy csökkenti az információs és tranzakciós költségeket, valamint elősegíti a tudástranszfert (Fukuyama, 1995; Woolcock és Narayan, 2000).



4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

EMBERI ERŐFORRÁSOK

Az EU vidékfejlesztési programjában a humán és kulturális tőkébe történő befektetések támogatása sokféle intézkedést foglal magában a gazdálkodó közösségben a kiegyensúlyozott korstruktúra fenntartására, a vidéki területekre irányuló és onnan érkező bevándorlási egyensúly stabilizálására, valamint képzési, tanácsadói és információs szolgáltatásokra. a kulturális örökség és a hálózatok fejlesztése a vidéki területeken.

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

TERMÉSZETI TŐKE

Döntő szerepe van az élelmiszer-, bioenergia-termelésben és a nyersanyag kitermelésében, de egyre inkább az ökoszisztéma-szolgáltatások biztosításában is, mint például a szénmegkötés, az élőhelyek megőrzése vagy rekreációja (MA, 2005; TEEB, 2010). Az adományozás, a fenntartás és a természeti tőkebefektetések a „vidékfejlesztési politikák helyalapú politikájának kulcsfontosságú pillérei” (OECD, 2006, 14).

Segítenek „a másik két tőketípusnak egy adott földrajzi környezethez való csatlakoztatásában és az emberek közötti kapcsolat elősegítésében” (Vargas, 2010, 69).

A tájak és a természeti örökség vonzereje a vidéki gazdaság szerkezetátalakításának fő hajtóereje a mezőgazdasági tevékenységek diverzifikációja, a helymarketing és a turizmus révén (Marcouiller et al., 2004; Courtney et al., 2006; Pfeifer et al., 2009; Lange et al., 2013).

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

A kapacitásépítés magában foglalja

1. az elmaradott régiók stabilizálása és támogatása
2. a mezőgazdasági árutermelés korszerűsítése és az értéklánc vertikális integrációja
3. a gazdasági tevékenységek átalakítása és diverzifikálása a vidéki területek egészében a helyi környezettel együtt

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

STABILIZÁCIÓ

A stabilizációs intézkedések a mezőgazdasági és erdészeti tevékenységek folytatását, a mezőgazdasági üzemek túlélését és a népesség fenntartását célozzák a vidéki közösségekben, amelyek gyakran nagymértékben függenek a mezőgazdasági tevékenységektől.

A stabilizációs intézkedések főként olyan támogatási rendszereket foglalnak magukban, amelyek lehetővé teszik az e területeken székhellyel rendelkező gazdasági szereplők számára, hogy megbirkózzanak a hátrányos helyzetekkel, mint például a hegyvidéki régiókban, a sajátos hátrányokkal küzdő területeken vagy más, az 1257/1999/EK tanácsi rendeletben meghatározott hátrányos helyzetű térségekben.

A stabilizálás kiterjed az erőforrások gazdasági tevékenységek révén történő kiaknázását korlátozó környezetvédelmi jogszabályok hatálya alá tartozó, vagy a közösségi normák betartásával és a félig önellátó gazdálkodók támogatásával kapcsolatos támogatási rendszerekre is.

4.1 Beruházási kapacitás a vidéki területeken

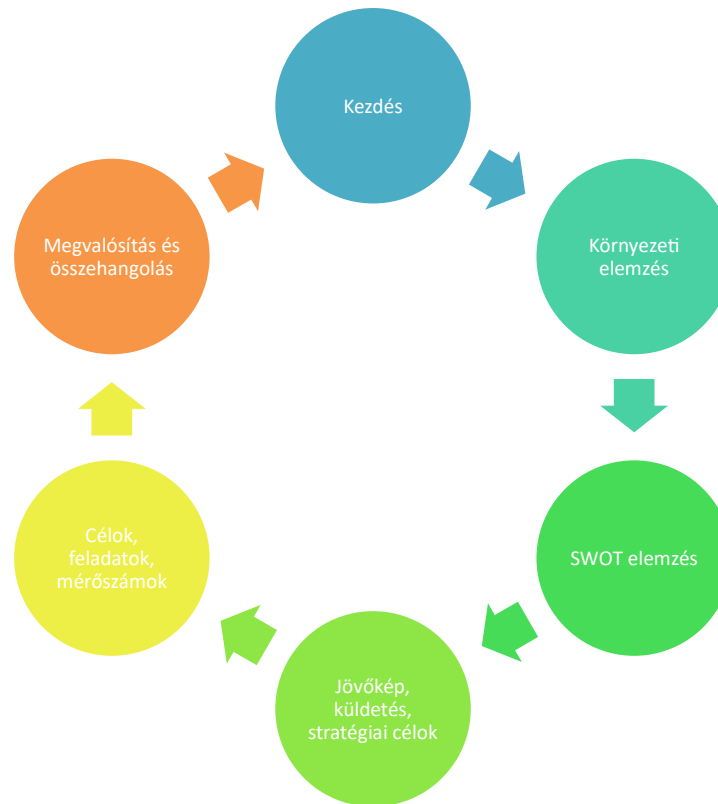
KORSZERŰSÍTÉS

A modernizációt a területi tőke valorizációjának javításának második módjának tekintik. A RD intézkedések a

A mezőgazdasági termelés korszerűsítése lehetővé teszi a vidéki gazdasági szereplők számára a természeti erőforrások jobb kihasználását (például a termelékenység növelését lehetővé tevő gépekbe történő beruházások révén) új eljárások vagy termékek, például ökológiai vagy integrált termelés, minőségi termékek vagy oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel ellátott termékek létrehozására.

Hozzájárul a mezőgazdasági tevékenységek vertikális integrációjának javításához és az értéklánc újraterületésítéséhez. A modernizáció célja a termelékenység és az egyes gazdasági egység jövedelmének növelése, de az együttműködés javítása is.

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

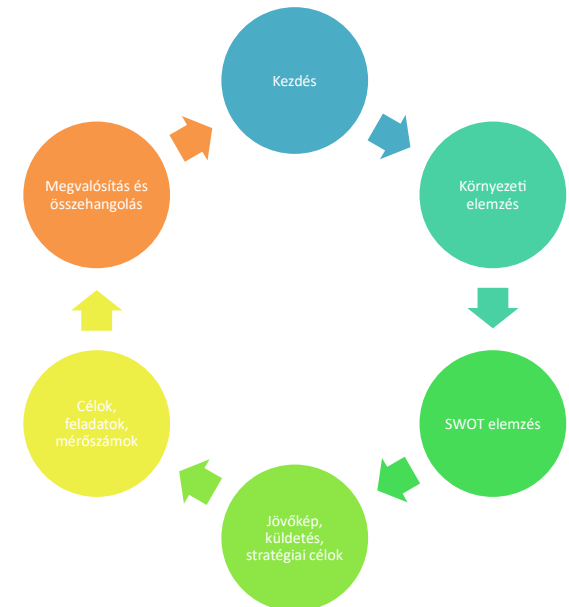


5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

Lépések a környezet megértéséhez és az Ízközpont megvalósításához.

Elérkeztünk ennek az első képzési modulnak a végére.

Ez az utolsó rész egy befejező fejezetként fog szolgálni, hogy összefoglalja az összes szükséges lépést annak a területnek a pontos és gondos megértéséhez, ahol az Ízlésközpontot fel kell állítani.



5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

1. Kezdő lépések

Az Ízközpont létrehozásának ütemtervének első pontja a célterület társadalmi-kulturális sajátosságainak megfigyelése és megértése. Ez a pont a főbb helyi érdekelt felek és szereplők bevonásával valósul meg.

- **Ettől kezdve az összes többi lépés a következő:**

1. Környezeti szkennelés
2. SWOT analízis
3. Jövőkép, küldetés és stratégiai célok
4. Célok, feladatok és mutatók
5. Megvalósítás és összehangolás



5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához



5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

Jövőkép, küldetés és stratégiai célok

- Minden szervezetnek világos jövőképre, küldetésre, célokra és hosszú távú stratégiákra van szüksége ahhoz, hogy tevékenysége mozgássá váljon. Ezek a kijelentések segítenek felvázolni a szervezet jövőjét. Továbbá mentális képet alkotnak a szervezetről azon belül és kívül egyaránt. ezeket a kifejezéseket gyakran felcserélhetően használják, összekeverve a jelentéseket és zavart keltve.
- Jövőkép, Küldetés, Célok, Stratégiák és Taktika - olyan alapvető paraméterek, amelyek a vállalat hosszú távú tevékenységét jellemzik.

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

Jövőkép, küldetés és stratégiai célok

1. Mit akarnak elérni a szervezetek - tükrözi a vállalatok jövőképe, küldetése és céljai.
2. És hogyan kell elérni a „mit” - ezt tükrözik a stratégiák és a taktikák. Ezek hosszú távú, illetve rövid távú megvalósítási tervek.
3. A szervezetek akkor nyernek igazán erőt, ha ezek az állítások azt mutatják:
4. Egyértelműség,
5. Teljessége és összhangban vannak egymással.

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

1. JÖVŐKÉP

A jövőkép egy nagy kép arról, hogy „mit” akar a szervezet elérni a jövőben. Inspirálnia kell az embereket a szervezetben. Izgatja az embereket, hogy részesei legyenek a „What”-nak. És motiváljanak arra is, hogy energiájukat és idejüket a jövő elérésére fordítsák.



Jövőkép
Amivé
szeretnénk válni

Hogyan írj egy jó jövőképet? Mit tartalmaz a látásporzó? Vegyünk egy példát egy mezőgazdasági vállalkozásra:

„Az élénk gazdaságot a hozzáadott értékű mezőgazdaság vezérli”
Itt a vibráló gazdaság képes arra, hogy inspirálja a mezőgazdasági vállalkozásban érintett embereket. A jó látásmód mozgalom létrehozására ösztönöz. Leírja a kívánt eredményt a szervezet mentális képének előidézéséhez.

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

2. KÜLDETÉS

**Küldetés:
Kik vagyunk
Amit értékelünk**

A küldetés arról szól, hogy a szervezet mit tesz a jövőkép elérése érdekében. A küldetés egy cselekvési nyilatkozat a vízió megvalósítására. Világosan összpontosít arra, hogy egy szervezet mit csinál és mit nem.

Mit kell tartalmaznia a küldetésnyilatkozatnak? Ön szerint hogyan illeszkedne egy jó küldetésnyilatkozat a fenti jövőkép-nyilatkozathoz?

Folytassuk a mezőgazdasági projekt példájával:

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

2. Küldetés

**Küldetés:
Kik vagyunk
Amit értékelünk**

"A hozzáadott értékű mezőgazdaság létrehozása és fejlesztésének elősegítése".

Ebben az esetben a „Létrehozás és megkönnyítés” két egyértelmű fókuszterület. A szervezet ebbe a két területbe fektette energiáját. A szervezet a mezőgazdasági tevékenység fejlesztésére (teremtésére) és elősegítésére (könnyítésére) törekszik. És mindenben, ami itt nem szerepel, a szervezet nem vesz részt. Ez egyértelműen jelzi, hogy a szervezet mit csinál és mit nem.

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

2. Küldetés

**Küldetés:
Kik vagyunk
Amit értékelünk**

Lássuk a jó küldetésnyilatkozat alábbi jellemzőit:

- Röviden: A küldetésnyilatkozatnak könnyen megjegyezhetőnek kell lennie. A szervezetekben minden személynek tisztában kell lennie azzal a küldetésnyilatkozattal, amelyet az általa végzett munkával összefüggésben alkalmazni kell.
- Egyszerű: A küldetésnyilatkozat nyelvezetének a mindennapi életben kell lennie. A mindennapi életben nem használunk olyan szavakat, mint az érdekelt felek értékei, pénzügyi célok és legjobb gyakorlatok. Például egy küldetésnyilatkozat - „Segíts az embereknek a munkavégzésben a legjobb gyakorlatok használatával”. Hány ember álmodik a legjobb gyakorlatokról? A válasz nagyon kevés; hiszed, az emberek ilyen nyelven beszélnek. A válasz nem.'
- Operatív: A küldetésnyilatkozatnak egyértelmű iránymutatást kell adnia. Arra kell összpontosítania, amit egy szervezet csinál. Világos utat ad a kezdeményezéshez és az erőforrások elosztásához is.

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

2. Küldetés

Tehát milyen erőforrásokra van szükség a mezőgazdasági üzletág fent említett küldetésnyilatkozatához?

- Valószínűleg kkv, akik a mezőgazdasági üzletág fejlesztésére, elősegítésére tudják nyújtani szolgáltatásaikat.
- És a gazdálkodók részt vesznek a vállalkozás pénzügyi támogatásában.

**Küldetés:
Kik vagyunk
Amit értékelünk**

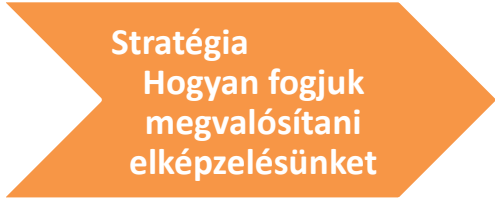
5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

1. Stratégia

A stratégiák hosszú távú megvalósítási tervek a célok és célkitűzések elérése érdekében. Ezek a kijelentések meghatározzák, hogyan érheti el küldetését, és hogyan maradhat végig a befejezésben. A stratégiákat valószínűleg SWOT-elemzést követően határozzák meg, mivel mind a külső, mind a belső környezetértékelésre szükség van a stratégiák kidolgozásához.

Hogyan írjunk szervezeti stratégiát? A stratégiai lehetőségek a következők lehetnek:

- A piac vagy termék fejlődése ill
- Bizonyos szerteágazó esetekben mind a piac, mind a termékfejlesztés.



Stratégia
Hogyan fogjuk
megvalósítani
elképzelésünket

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

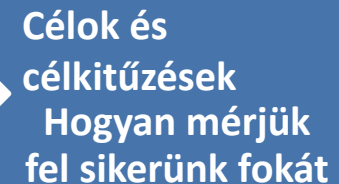
1. Célok és célkitűzések:

A célok a vízió eléréséhez szükséges lépések kijelentései. A célok leírják, hogy erőfeszítéseiddel mit szeretnél elérni.

A célkitűzés ezzel szemben annak megállapítása, hogy mennyi ideig tart a célok elérése. Ezeket mérhető feltételekkel határoztuk meg.

Az Ízközpont jövőkép fenti célkitűzései, de nem kizárólagosan, a következők:

- A jövedelmezőség javítása
- Hangerő növelése
- Stabilitás biztosítása



Célok és
célkitűzések
Hogyan mérjük
fel sikerünk fokát

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

1. Célok és célkitűzések :

Az egyik cél egy tág definíció, azaz „javítani a jövedelmezőséget”. Hiányzik belőle a specifikusság, és tág, általános fogalmakkal határozzák meg. A célok viszont meglehetősen konkrétak, és tovább határozzák meg a célt. A „jövedelmezőség” példájával folytatva a célokat kulcsfontosságú teljesítménymutatók - KPI-k sorozataként határozhatjuk meg:

15.000 € nettó nyereség az árbevétel százalékában egy évben

10.000 € nettó nyereség a befektetés %-ában egy évben.

Célok és
célkitűzések
Hogyan mérjük
fel sikerünk fokát

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

1. Célok és célkitűzések :

Hogyan tűzz ki egy jó célt. Mire használják az intelligens célokat? Nos, a célok magyarázata közben egy SMART betűszót szoktak használni:

- Konkrétan: Teljes mértékben munkához kapcsolódik. A fenti példában az „értékesítés” és a „befektetés” a munkához kapcsolódik.
- Mérhető: A célokat mindig mérhető feltételekkel határozzuk meg. A fenti célokat 10.000 € és 15.000 € nyereséggel tudjuk mérni.

Célok és
célkitűzések
Hogyan mérjük
fel sikerünk fokát

5. Szcenáriók készítése a helyi terület lehetőségeinek megértéséhez az Ízközpont aktiválásához

1. Célok és célkitűzések :

- **Elérhető:** A céloknak elérhetőnek kell lenniük a biztosított környezeten és erőforrásokon belül. A szervezeteknek elemezniük kell, hogy mire van szükség a meghatározott célok eléréséhez, és ezt folyamatosan biztosítaniuk kell.
- **Releváns:** A céloknak összhangban kell lenniük a célokkal. Ezek a célok még jobban illeszkednek a szervezet küldetéséhez és jövőképehez.
- **Időhöz kötött:** A céloknak elérhetőnek kell lenniük a megadott időtartamon belül, és példánkban az „év” időpontot azonosítottuk.

Célok és
célkitűzések
Hogyan mérjük
fel sikerünk fokát

5. 11 Gyakorlat

Próbálja meg vázlatos változatot készíteni az ideális Ízközpont küldetéséről és jövőképéről

Küldetés:

Jövőkép: