מרגריטה סימקין 323657817

פבל גולצ'ין 317990653

סרגיי סבירידינקוב 323464073

דמיטרי זברסקי 311854004

ולדי קגנר 321779662

נטליה סקברו 321962649

בטר פלייס Better Place-

בטר פלייס (Better Place) היא [חברה](http://he.wikipedia.org/wiki/חברה_(תאגיד)) שמטרתה להקים [תשתיות](http://he.wikipedia.org/wiki/תשתית) תפעול ותמיכה היקפיים עבור [כלי רכב חשמליים](http://he.wikipedia.org/wiki/רכב_חשמלי_מונע_מצבר). מטה החברה ממוקם ב[פאלו אלטו](http://he.wikipedia.org/wiki/פאלו_אלטו)ב[ארצות הברית](http://he.wikipedia.org/wiki/ארצות_הברית) ומרכז [המחקר והפיתוח](http://he.wikipedia.org/wiki/מחקר_ופיתוח) בישראל. החברה פעילה במספר מדינות בעולם.

את החברה הקים יזם ההיי-טק [שי אגסי](http://he.wikipedia.org/wiki/שי_אגסי).

מודל Better Place לתחבורה נקייה מבוסס על מודל מוכר מעולם התקשורת הסלולארית. חברות רכב מייצרות מכוניות חשמליות, המתחברות לרשת הטעינה החשמלית של החברה. רשת זו כוללת נקודות טעינה ותחנות להחלפת סוללות. הסוללות הן בבעלות החברה וכך יכול הצרכן לרכוש ולטעון מכונית חשמלית במחיר נגיש לכל כיס‎. רנו-ניסאן מפתחת את הקו הראשון של המכוניות החשמליות המונעות על ידי סוללה עבור החברה ויצרני רכב אחרים עומדים ללכת בעקבותיה בקרוב. חזון החברה הוא לפטור את כלי התחבורה מהתלות בתוצרי נפט להנעתם .

חברת בטר פלייס פועלת בענף מכוניות חשמליות ותשתיות למכונית האלו .זה ענף חדש בישראל והיא חברה יחידה הפועלת בענף . בגלל שענף זה הוא חדש בישראל קשה לבחון את גודלו וקצב צמיחתו.‬‎

האסטרטגיה של בטר פלייס מבוססת על הקמת תשתית תפעולית לטעינת מכוניות חשמליות בפרישה רחבה, שיתוף פעולה עם יצרני הרכב כדי לקדם את הייצור והשיווק של מכוניות חשמליות, שיתוף פעולה עם ממשלים מקומיים כדי לעודד את הורדת המסים על מכוניות חשמליות במטרה להפחית את זיהום הסביבה ופיתוח מודלים עסקיים שיעודדו מעבר של הצרכנים למכוניות חשמליות.

ניתוח SWOT

1. יתרון ראשוניות

2. מנוף פיננסי

3. שותפים לברית למותג עצמי ויציבות ספק

4. השפעה גלובלית (תמיכה)

5. יתרונות לגודל בשרשרת אספקה

6. תחנות להחלפת טכנולוגיה מוכחות

חולשות:

1. תשתית מורכבת (מכונאות / תוכנה)

2. השקעה ראשונית גדולה

3. תשתית יקרה ועלות תחזוקה

4. חוסר בסיס לקוחות

5. חוסר ודאות של מחירי אספקה

הזדמנויות:

1. מספר יצרני רכבים מתמקדים על רכבים חשמליים

2. תמיכה פוליטית (פטור ממס, תמחור כביש, נתיבים מיוחדים)

3. מודעות צרכניות

4. ביצועי סוללה

5. מחירי בנזין עולים

6. מומנטום של העיתונות

איומים:

1. אי נוחות לקוחות

3. חסמי ידע הלקוח (מוצר מורכב)

4. טכנולוגיות תחרותיות (PHEV, HEV, ICE)

5. ביקוש בשוק לEV

6. מחירי חשמל עולים

7. חוסר ודאות של השקעות עבור לקוחות