



# WELFARE

# Atviras švietimo išteklis

## Modulis 6: Socialinis verslo planas - finansavimas, biudžeto sudarymas, rinkodara

## “Rinkos analizės planas”





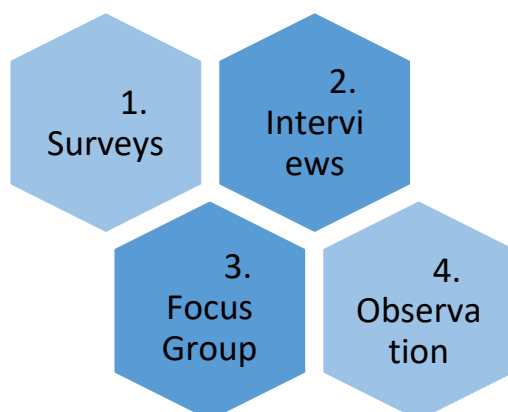
# 1. Teorija

Socialinės įmonės paprastai steigiamos siekiant pagrindinio tikslo - daryti teigiamą socialinį poveikį. Tačiau būtina pripažinti, kad šios įmonės veikia platesnėje rinkoje, kuri susijusi su konkurencija, pajamomis ir išlaidomis. Rinkos analizės atlikimas gali padėti socialiniams verslininkams suvokti rinką, klientus ar naudos gavėjus, jų poreikius, potencialias galimybes ir grėsmes (Propel Nonprofits). Be to, ji gali padėti sukurti veiksmingesnes žinutes ir platinimo kanalus verslui reklamuoti, užtikrinant, kad socialinis poveikis išliktų svarbiausiu visos vykdomos veiklos aspektu.

Socialinio verslo plano pagrindas - rinkos analizė, kuri leidžia nustatyti trūkumus ir rinkos poreikius. Ypač ankstyvaisiais socialinio verslo etapais finansiniai ištekliai gali būti riboti. Todėl labai svarbu parengti strategiją, kuri leistų pasiekti tikslus ir kartu sumažinti išlaidas (Ađáμ, 2014, p. 55-57). Norint tai pasiekti, būtina atlikti tokius veiksmus - tikslinės grupės, jos poreikių ir pageidavimų nustatymas, ar konkurentų, jų stipriųjų ir silpnųjų pusių supratimas ir pagrindinių konkurentų nustatymas.

Be to, įvertinus veiksmingiausius platinimo kanalus, kuriais galima pasiekti šiuos klientus ir patenkinti jų poreikius, galima susidaryti aiškų vaizdą apie pagrindinius sėkmės veiksnius pradiniame socialinės įmonės veiklos etape.

Įvairūs rinkos analizės tyrimų atlikimo būdai (Grenier, 2023):



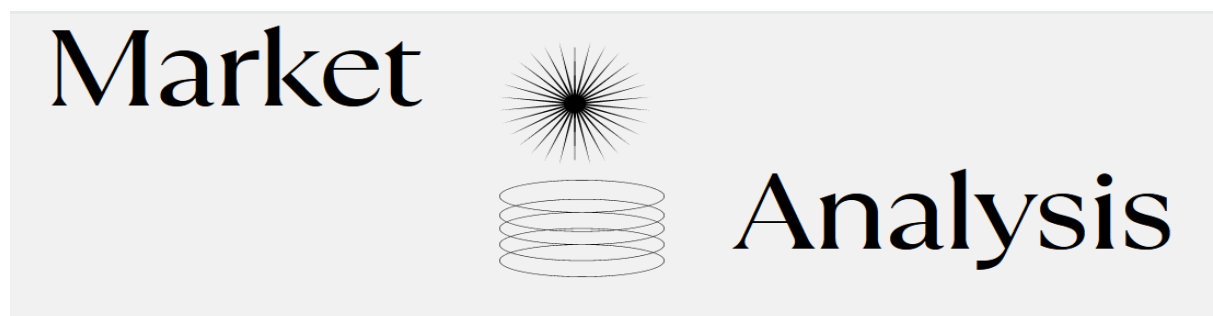


## 2. Instrukcijos

Šiame skyriuje rasite atitinkamus nurodymus ir klausimus, kurie padės jums atlikti rinkos analizę. Vadovaukitės toliau pateiktais žingsniais:

1. Atidžiai perskaitykite pirmojo modelio rinkos analizės pavyzdį.
2. Kiekvienam sektoriui atskirai surenkite proto šturmą, apmąstydami pirmojo modelio rinkos analizės pavyzdyje pateiktus klausimus ar teiginius.
3. Užpildykite antrojo modelio rinkos analizės šabloną.

### 1 modelis - Rinkos analizės pavyzdys



Apibrėžkite tikslinę grupę:

- ✓ Nustatykite žmonių ar organizacijų grupę, kuriai norite pagelbėti savo socialiniu verslu.
- ✓ Kas jie yra?
- ✓ Kokie jų poreikiai ir norai?
- ✓ Ar savo tikslinę grupę galime rasti ir viešojoje erdvėje?



Ištirkite rinką:

- ✓ Surinkite informaciją apie rinką, į kurią norite patekti.
- ✓ Kokios yra konkurentų stipriosios ir silpnosios pusės (galite naudoti PESTEL analizę).
- ✓ Kas yra mūsų pagrindiniai konkurentai?
- ✓ Kaip klientai sužino apie tokių produktų ir (arba) paslaugų egzistavimą?

Įvertinkite savo konkurencinį pranašumą, stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, užpildydami toliau pateiktą lentelę - SSGG analizę (MindTools):

|                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Stiprybės:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kokie yra konkretūs steigėjų komandos gebėjimai?</li> <li>✓ Kokiais ištekliais galite pasinaudoti?</li> <li>✓ Koks yra jūsų lyginamasis pranašumas?</li> </ul>                                     | <p><b>Silpnybės:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kur reikia tobulėti?</li> <li>✓ Kokių išteklių jums trūksta ir kaip jų gauti?</li> <li>✓ Ką kiti galėtų laikyti projekto silpnąja vieta?</li> </ul> |
| <p><b>Galimybės:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ar yra galimybių toje pramonės šakoje, kurioje norite dirbti?</li> <li>✓ Kokios tendencijos vyrauja konkrečioje rinkoje?</li> <li>✓ Kaip stipriąsias puses galite paversti galimybėmis?</li> </ul> | <p><b>Grėsmės:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kokias konkrečias grėsmes bendra ekonominė padėtis kelia rengiamam projektui?</li> <li>✓ Kokia yra jūsų konkurentų padėtis?</li> </ul>                |

## Skatinimo strategija



Žinutė: Turėtume pateikti aiškią žinutę, kuri pabrėžtų tiek produktų ir (arba) paslaugų kokybę, tiek socialinį įmonės pobūdį, tačiau nevargintų nereikalinga informacija.

| Platinimo kanalas                                                      | Tikslas                | Biudžetas        |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------|
| Kokiomis reklamos priemonėmis galite reklamuoti savo socialinį verslą? | dėl kokios priežasties | veiklos sąnaudos |

- Šioje dalyje apmąstykite visas galimas išlaidas ir pajamas, kurių galite turėti įgyvendindami savo rinkos analizės planą bent pirmaisiais savo veiklos metais.

| žetas           | Mėnesiai |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
|-----------------|----------|----|--|----|--|----|--|--|----|---|--|----|
|                 | 01       | 02 |  | 04 |  | 06 |  |  | 09 | 0 |  | 12 |
| Pajamų šaltinis |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
|                 |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
|                 |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
| a               |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
| dos dėl:        |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
|                 |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
|                 |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
|                 |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |
| a               |          |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |

### 3. Įrankis

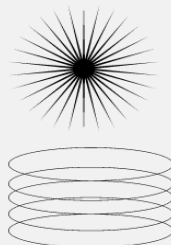


Co-funded by  
the European Union



## 2 modelis - Rinkos analizės šablonas

# Market



# Analysis



Apibrėžkite tikslinę grupę:



Rinkos tyrimas:

Įvertinkite savo konkurencinį pranašumą, stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, užpildydami toliau pateiktą lentelę (SSGG analizė):





|           |           |
|-----------|-----------|
| Stiprybės | Silpnybės |
| Galimybės | Grėsmės   |

### Skatinimo strategija

Žinutė:

| Platinimo kanalas | Tikslas | Biudžetas |
|-------------------|---------|-----------|
| ✓                 | ✓       | ✓         |
| ✓                 | ✓       | ✓         |

|       |          |
|-------|----------|
| Žetas | Mėnesiai |
|-------|----------|



|                 |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
|-----------------|----|----|--|----|--|----|--|--|----|---|--|----|--|
|                 | 01 | 02 |  | 04 |  | 06 |  |  | 09 | 0 |  | 12 |  |
| Pajamų šaltinis |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
|                 |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
|                 |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
| a               |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
| dos dėl:        |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
|                 |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
|                 |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
|                 |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |
| a               |    |    |  |    |  |    |  |  |    |   |  |    |  |

## 4. Nuorodos





#### Interneto svetainės:

- Grenier, L. (2023, February 23). *How to do market research in 4 steps: A lean approach to marketing research*. Hotjar. <https://www.hotjar.com/blog/market-research/>
- Mbachu, C. (2008, November 20). *The Importance of Conducting Marketing Analysis*. Medium. <https://callygood.medium.com/the-importance-of-conducting-a-marketing-analysis-44140a9a4619#:~:text=Marketing%20analysis%20is%20important%20because,messaging%20platforms%20with%20your%20customers>
- (n.d.). *Social Enterprise Business Plan*. Propel Nonprofits. <https://www.propelnonprofits.org/resources/social-enterprise-business-plan/>
- Ames, C. (n.d.). *Social Enterprise Marketing: The 6-Step Framework to Marketing a Mission-Driven Business Online*. GROW Ensemble. <https://growensemble.com/social-enterprise-marketing/>
- (n.d.). *SWOT Analysis, Understanding Your Business, Informing Your Strategy*. MindTools. <https://www.mindtools.com/amtbj63/swot-analysis>

#### Knygos:

- Αδάμ, Σ. (2014). *ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: Οδηγός Δημιουργίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων*. Heinrich Böll Stiftung Greece.

**Projekto svetainė:**  
**<https://www.welfareproject.eu/>**

