

Înțelegerea pieței și a concurenților

Întreprinderea socială rurală - alternativă la eșecul pieței

Un număr considerabil de întreprinderi sociale rurale sunt formate pentru a aborda și trata un eșec al pieței. În recensământul întreprinderilor sociale din Scoția din 2019, 37% dintre întreprinderile sociale din Scoția au identificat acest lucru ca un motor pentru formarea lor.

Acesta este, de exemplu, cazul în care un magazin comunitar nu poate atrage un nou cumpărător din cauza profitabilității scăzute, dar serviciile sale sunt considerate esențiale pentru o comunitate de sat sau insulă. În acest caz, analizei pieței trebuie să țină cont de alți factori - cum ar fi capacitatea de a asigura finanțare prin granturi pentru achiziționarea de spații sau capital, precum și de potențialul de a implica voluntari pentru a susține activitatea.

Sondajele comunitare pot ajuta la evaluarea „asumării” locale, precum și la identificarea potențialilor voluntari care ar putea fi interesați să sprijine o întreprindere condusă de comunitate pentru a susține un serviciu vital.

- Puteți descărca template-ul pentru sondajul în rândul voluntarilor aici: [Volunteer Survey Template](#)

Va fi în continuare important să dobândiți o înțelegere clară prin analiza industriei și analiza pieței pentru a vă asigura că afacerea poate fi sustenabilă, dar și să luați în considerare opțiuni pentru a mobiliza alte resurse pentru a susține activitatea de afaceri sau a vă diversifica pentru a oferi o gamă mai largă de servicii.

Analiza industriei

Pe lângă clienții dvs., trebuie să cunoașteți industria sau mediul de servicii în care intenționați să vă desfășurați activitatea. Analiza industriei vă ajută să evaluați dacă va fi profitabil să operați pe această piață/industrie.

Merită să luați în considerare geografia și contextul afacerii dvs., deoarece accesibilitatea și accesul la clienți pot fi mai dificile într-un context rural și acest lucru ar trebui să fie luat în considerare atunci când utilizați analiza industriei.

De asemenea, vă oferă informații care vă pot încuraja să căutați noi moduri de a opera sau de a vă dezvolta produsul/serviciul. Următoarele resurse vă oferă informații de bază despre industrii și despre ce sunt acestea, precum și despre cum să finalizați și să utilizați o analiză a industriei.

- [Analiza industriei](#) (durata: 13 minute)

Acest videoclip conține o prezentare generală a analizei industriei și explică componentele cheie ale analizei industriei și de ce sunt importante pentru o perspectivă strategică.

- [Cum să utilizați analiza industriei](#) (durata: 10:30 minute)

Acest videoclip analizează modul de utilizare a instrumentelor de analiză a industriei pentru a genera o perspectivă strategică.

- [Plan de afaceri pentru Dementia Café - întreprindere de cooperare socială](#) (pag. 28-29)

Acest plan de afaceri reprezintă o lucrare de master în administrarea afacerilor și folosește exemplul înființării unei întreprinderi sociale de tip cafenea în Grecia. Planul de afaceri folosește același model de analiză a industriei (Porter's Five Forces), care este explicat în videoclipurile YouTube de mai sus, astfel încât să puteți vedea un exemplu lucrat.

Analiza mediului de piață extern

Ce se întâmplă în mediul economic mai larg? Ce fenomene sunt importante pentru noi?

Probabil te-ai gândit deja la schimbările care s-ar putea întâmpla în viitor cu privire la clienții tăi. Probabil că există și alte modificări posibile care necesită atenția dvs., cum ar fi schimbările în legislație sau progresele tehnologice.

Analiza PEST sau PESTEL este un instrument de analiză a mediului de piață la nivel macro, atât în starea sa actuală, cât și în viitor. Vă poate ajuta să vă imaginați ce probleme la nivel macro ar putea afecta întreprinderea dvs. și să identificați noi oportunități pentru dvs. pe piață.

- [Analiza PEST \(PESTLE\) explicată cu un exemplu](#) (durata: 1 minut)

Acest videoclip analizează modul de utilizare a instrumentelor de analiză a industriei pentru a genera o perspectivă strategică.

- [Plan de afaceri pentru înființarea unei cafenele pentru demență ca întreprindere de cooperare socială](#)

Un exemplu de analiză PESTEL este dat în studiul de caz al planului de afaceri, paginile 27-29.

- [Ghid de planificare a afacerilor pentru întreprinderile sociale](#)

Acest ghid a fost dezvoltat de Social Ventures Australia și se adresează persoanelor interesate să înceapă o întreprindere socială și care nu au experiență în acest sens. Este un ghid pas cu pas pentru a gândi, a cerceta, a planifica, a începe și a dezvolta o întreprindere socială. Paginile 22-23 explică analiza SWOT și PESTEL.

- [Șablon PESTEL](#)

Descărcați șablonul de analiză ViSEnet PESTEL care vă va ajuta să finalizați analiza.

Cine sunt concurenții tăi? Care sunt punctele lor forte și punctele slabe? Ce oferă, cum distribuie și cum prețuiesc produsele lor? Cum arată viitorul lor?

Concurenții sunt alți actori centrali care vă influențează evoluția întreprinderii. Ele pot fi întreprinderi care seamănă cu a ta sau pot fi tipuri destul de diferite de întreprinderi care produc ceva care ar putea înlocui produsul pe care intenționați să-l produceți.

Într-un context rural, este posibil să nu existe concurenți direcți la nivel local, totuși pot exista surse alternative prin achiziție prin intermediul internetului. Contextul tău rural va avea o influență directă asupra nivelului concurenței. Prin urmare, păstrați-vă mintea deschisă atunci când vă definiți concurenții, deoarece aceștia pot opera în industrii complet diferite.

Un punct de plecare util este efectuarea unei analize a concurenței:

- [Analiza concurenților](#) (durata: 5:45 minute)

În continuare, ar trebui să vă comparați propriile operațiuni cu cele ale concurenților - o analiză a concurenților. Pentru a face acest lucru, trebuie să aveți o bună înțelegere a propriilor operațiuni. O analiză SWOT vă va ajuta să vă evaluați propriile operațiuni și să aflați mai multe despre punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările dvs. (SWOT).

- [Analiza concurenților](#) (durata: 1 minut)
- [Definiție, exemple și cum se face o analiză SWOT](#) (durata: 6:30 minute)
- [Șablon SWOT](#)

Descărcați șablonul de analiză SWOT ViSEnet, care vă va ajuta să finalizați analiza.

Analiza concurenților nu se referă doar la găsirea modalităților de a-ți învinge concurenții și de a evalua dacă există loc pentru tine pe piață, ci și o modalitate bună de a învăța de la întreprinderi care au făcut deja multe lucruri corecte. Deși analizați deja alte întreprinderi, puteți căuta și mai multe exemple bune pentru benchmarking sau colaborare.

[Analiza părților interesate](#)

Cine te-ar putea ajuta? Se opune cineva operațiunilor tale și ai putea face ceva în privința asta?

Vor fi multe părți interesate care vă afectează și sunt afectate de întreprinderea dvs. Percepțiile și nevoile părților interesate pot fi conflictuale și trebuie să găsiți un echilibru.

Este mai ușor să iei decizii atunci când ai luat în considerare interesele fiecărei părți interesate și ai evaluat impactul pe care îl vor avea sprijinul sau conflictul cu acestea asupra întreprinderii tale.

Capitolul despre Implicarea părților interesate din Modulul 1 - Implicarea comunității, oferă informații utile despre cum să vă conectați cu multitudinea de părți interesate având un interes sau o influență asupra întreprinderii dumneavoastră sociale.

Pentru a vă evalua oportunitatea de piață, mai întâi trebuie să identificați toate părțile interesate relevante și să luați în considerare modul în care acestea sunt legate de întreprinderea dvs. O modalitate bună de a face acest lucru este să le imaginați pe o hartă. Când ați colectat suficiente informații, puteți crea un tabel de impact al părților interesate în care vă clasificați părțile interesate.

- [Părți interesate în întreprinderea socială](#) (durata: 5:11 minute)
- [Cum se creează o hartă a părților interesate](#) (durata: 3 minute)
- [Analiza părților interesate](#) (durata: 16 minute)

Concluzii

Acum ați colectat destul de multe informații despre întreprinderea dvs. și despre oportunitatea ei de succes și este timpul să faceți un rezumat. O modalitate de a face acest lucru este să utilizați o analiză SWOT, în care enumerați punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările referitoare la planul dvs. de afaceri al întreprinderii sau o parte a acestuia.

Sperăm că aceste instrumente de analiză vă vor ajuta să vă evaluați oportunitatea întreprinderii într-un mod sistematic și deschis. Puteți găsi multe alte videoclipuri și instrumente online care vă pot sprijini în faza de evaluare. Toate aspectele de analiză menționate anterior pot necesita un volum mare de muncă. Pe de altă parte, o bună planificare vă economisește resursele în viitor.