

Oma turu ja konkurentide mõistmine

Maapiirkonna sotsiaalne ettevõtte turutõrke alternatiivina

Märkimisväärne arv maapiirkondade sotsiaalseid ettevõtteid asutatakse vastusena turutõrkele. 2019. aastal Šotimaal läbi viidud sotsiaalsete ettevõtete küsitluses nimetas seda enda asutamise motiivina 37% Šotimaa sotsiaalsetest ettevõtetest.

Näiteks ei suuda kogukondlik pood leida uusi ostjaid, kuid selle teenused on küla või saare kogukonna jaoks esmatähtsad. Sellisel juhul peab turuanalüüsi tegemisel arvestama teiste teguritega, nagu võimekus saada tegevustoetust ruumide või kapitali ostmiseks ja potentsiaal kaasata tegevuse toetamiseks vabatahtlikke.

Kogukondlikud küsitlused võivad olla abiks kohaliku toetuse hindamisel ja aidata tuvastada potentsiaalseid vabatahtlikke, kes võiksid olla huvitatud kogukondlikult juhitava ettevõtte toetamisest esmatähtsa teenuse säilitamiseks.

- Vabatahtlike küsitluse saate laadida alla siit: [Vabatahtlike küsitluse vorm](#)

Endiselt on oluline saada ülevaade tegevusala ja turu analüüsist veendumaks, et ettevõtte võiks olla kestlik, kuid lisaks peab kaaluma võimalusi suunata ettevõtte tegevuse toetamiseks või mitmekesistamiseks muid ressursse, et pakkuda suuremat hulka teenuseid.

Tegevusala analüüs

Lisaks klientidele peate tundma ka tegevusala või teenuse keskkonda, millega plaanite liituda. Tegevusala analüüs aitab hinnata, kas sellel turul/tegevusalal tegutsemine oleks tulus.

Tasub arvestada oma geograafilist asukohta ja konteksti, kuna klientideni jõudmine võib maapiirkonnas olla tavalisest suurem katsumus ja sellega peaks tegevusala analüüsi puhul arvestama.

Lisaks annab see teile uusi vaatepunkte, mis võivad julgustada otsima uusi tegutsemise või toote/teenuse arendamise viise. Järgmised ressursid sisaldavad üldist teavet tegevusalade ja nende olemuse kohta ning kirjeldavad, kuidas tegevusala analüüsi teha ja kasutada.

- **Tegevusala analüüs**

See video annab ülevaate tegevusala analüüsist ja selgitab selle tähtsamaid komponente ning nende tähtsust strateegilise arusaama kujundamisel.

<https://www.youtube.com/watch?v=UUKAX0E4ckM> (pikkus: 13 minutit)

- **Tegevusala analüüsi kasutamine**
Selles videos käsitletakse tegevusala analüüsi tööriistade kasutamist strateegilise arusaama kujundamiseks. <https://www.youtube.com/watch?v=LMZS2l0Urck> (pikkus: 10:30 minutit)
- **Äriplaan dementsetele inimestele mõeldud kohviku (Dementia Café) asutamiseks sotsiaalse ühistu vormis**
See äriplaan kirjutati ärikorralduse magistritööna ja kasutab näitena Kreekas sotsiaalse ettevõtte vormis loodud dementsetele inimestele mõeldud kohvikut. Plaan kasutab ülalpool olevates YouTube'i videotes kirjeldatud tegevusala analüüsi mudelit (Porteri viis jõudu), seega näete realselt läbi töötatud näidet.
<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/29315/Tsairas.Nikolaos.pdf?sequence=1> (leheküljed 28-29)

Välisturu keskkonna analüüs

Mis toimub majanduses laiemalt? Millised nähtused on meie jaoks tähtsad?

Olete tõenäoliselt juba kaalunud muutusi, mis võivad tulevikus teie kliendibaasis toimuda. Tõenäoliselt on ka muid teie tähelepanu vajavaid muutusi, nagu õigusaktide muutused või tehnoloogiline areng.

PEST- või PESTEL-analüüs on tööriist turukeskkonna analüüsimiseks makrotasandil nii praegu kui ka tulevikus. See aitab saada ülevaate sellest, millised makrotasandi probleemid võivad teie ettevõtet mõjutada, ja leida uusi turunišše.

- **PEST-analüüsi (PESTLE) selgitus koos näitega**
Selles videos käsitletakse tegevusala analüüsi tööriistade kasutamist strateegilise arusaama kujundamiseks. <https://www.youtube.com/watch?v=7qrahnX94nc> (pikkus: 1 minut)
- **Äriplaan dementsetele inimestele mõeldud kohviku (Dementia Café) asutamiseks sotsiaalse ühistu vormis**
PESTEL-analüüsi näide on esitatud äriplaani juhtumiuuringu kontekstis, leheküljed 27-29.
<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/29315/Tsairas.Nikolaos.pdf?sequence=1>
- **Äriplaneerimise juhend sotsiaalsetele ettevõtetele**
Juhendi töötas välja Social Ventures Australia ja see on mõeldud inimestele, kes on huvitatud sotsiaalse ettevõtte asutamisest, kuid pole sellega varem kokku puutunud. Tegu on üksikasjaliku juhendiga, mis käsitleb sotsiaalse ettevõtte idee kaalumist, uurimist, planeerimist ning sotsiaalse ettevõtte asutamist ja arendamist. Lehekülgedel 22-23 on kirjeldatud SWOT- ja PESTEL-analüüsi.
https://socialventures.com.au/assets/Business_Planning_Guide_for_Social_Enterprise.pdf
- **PESTEL-analüüsi vorm**
Laadige PESTEL-analüüsi vorm alla siit: [PESTEL- ja SWOT-analüüsi vorm](#)

Konkurentide analüüs

Kes on teie konkurendid? Mis on nende tugevused ja nõrkused? Mida nad pakuvad, kuidas nad seda levitavad ja kuidas oma tooteid hinnastavad? Milline on nende tulevik?

Konkurendid on teised teie ettevõtte võimalusi mõjutavad olulised tegurid. Need võivad olla teiega sarnanevad ettevõtted või väga erinevad ettevõtted, mis toodavad midagi, mis võiks teie plaanitavat toodet asendada.

Maapiirkonnas ei pruugi teil päris kohalikul tasandil otseseid konkurente olla, kuid nende asemel võivad olla alternatiivsed allikad ostude tegemiseks internetis. Maapiirkonna kontekst mõjutab otseselt konkurentsi taset. Seega hoidke konkurentide määramisel avatud meelt, kuna nad võivad tegutseda täiesti erinevates valdkondades.

Hea punkt, milles alustada, on konkurentide analüüs:

- **Konkurentide analüüs:** <https://www.youtube.com/watch?v=psgWHWAqhUE> (pikkus: 5:45 minutit)

Järgmisena peaksite võrdlema oma tegevust konkurentide omaga - selleks on konkurentsi-analüüs. Selle tegemiseks peate oma tegevust hästi mõistma. Selles on abiks SWOT-analüüs, mis aitab teil oma tegevust hinnata ja õppida tundma oma tugevusi (*Strengths*), nõrkusi (*Weaknesses*), võimalusi (*Opportunities*) ja ohte (*Threats*).

- **Konkurentsianalüüs:** <https://www.youtube.com/watch?v=C91utiNU0cl> (pikkus: 1 minut)
- **SWOT-analüüsi määratlus, näited ja tegemine:**
<https://www.youtube.com/watch?v=JXXHqM6RzZQ> (pikkus: 6:30 minutit)
- **SWOT-analüüsi vorm**
Laadige SWOT-analüüsi vorm alla siit: [PESTEL- ja SWOT-analüüsi vorm](#)

Lisaks sellele, et konkurentide analüüs aitab selgitada välja, kuidas oma konkurente lüüa ja hinnata, kas teie ettevõttele on turul üldse ruumi, on see ka kasulik tööriist, et õppida ettevõtetelt, mis on juba paljusid asju õigesti teinud. Teiste ettevõtete analüüsimisel võite lisaks otsida teisi häid näiteid võrdlemiseks või koostöök.

Huvirühmade analüüs

Kes võiks teid aidata? Kas keegi on teie tegevuse vastu ja kas saaksite teha midagi selle muutmiseks?

Teie ettevõtte mõjutab paljusid huvirühmasid, kes omakorda mõjutavad ka teie ettevõtet. Huvirühmade hoiakud ja vajadused võivad olla vastuolulised ning teie ülesandeks on leida tasakaal. Otsuseid on lihtsam teha, kui olete kaalunud küsimust kõikide huvirühmade vaatepunktist ning hinnanud nende toetuse või vastuseisu mõju oma ettevõttele.

6. osa „Huvirühmade kaasamine“ sisaldab kasulikku teavet selle kohta, kuidas teie ettevõttest huvitatud või seda mõjutavate erinevate huvirühmadega ühist keelt leida.

Turuvõimaluste hindamiseks peate kõigepealt tuvastama kõik asjakohased huvirühmad ja kaaluma, kuidas nad on teie ettevõttega seotud. Selleks on hea meetod kujutada neid kaardile paigutatuna. Pärast piisaval hulgal teabe kogumist saate luua huvirühmade mõju tabeli ja huvirühmad kategooriatesse jagada.

- **Sotsiaalse ettevõtte huvirühmad:** <https://www.youtube.com/watch?v=WjxvP5eitzk> (pikkus: 5:11 minutit)
- **Huvirühmade kaardi koostamine:** <https://www.youtube.com/watch?v=eqZfiTp1HZw> (pikkus: 3 minutit)
- **Huvirühmade analüüs:** <https://www.coursera.org/lecture/wharton-social-entrepreneurship/stakeholder-analysis-p3JgJ> (pikkus: 16 minutit)

Kokkuvõte

Olete praeguseks kogunud oma ettevõtte ja selle eduvõimaluste kohta küllaltki palju teavet ning on aeg see kõik kokku võtta. Üks võimalus on kasutada SWOT-analüüsi, kus loetlete üles äriplaaniga seotud või sellega kaasnevad tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud.

Loodame, et need analüüsitööriistad aitavad teil hinnata oma ettevõtte eduvõimalusi süstemaatiliselt ja avatult. Lisaks on internetis saadaval palju muid videoid ja tööriistu, mida saate kasutada enda tegevuse toetamiseks hindamise etapis. Kõik eelpool nimetatud analüüsi osad võivad olla väga töömahukad. Samas aitab hea planeerimine tulevikus ressursse säästa.