



**Włączanie do głównego nurtu innowacji sprzyjających
włączeniu społecznemu i przedsiębiorczości
społecznej w szkolnictwie wyższym**

2022-1-PL01-KA220-HED-000089820

Kurs InnoSocial w zakresie innowacji sprzyjających włączeniu społecznemu i przedsiębiorczości społecznej

Moduł 3. Narzędzia do projektowania przedsiębiorstwa społecznego

Dofinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Unia Europejska ani Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



**Co-funded by
the European Union**

Konsorcjum projektu



Treść prezentacji

Rozdział 3.1

Makrootoczenie i
mikrootoczenie marketingowe

Rozdział 3.2

Społeczny model biznesowy

Rozdział 3.3

Ocena szans i zagrożeń

Rozdział 3.4

Studium przypadku



Najważniejsze symbole



**Definicja / podstawy
teoretyczne**



**Działania dydaktyczne/
edukacyjne**



Wskazówki



Materiały wideo



**Dodatkowe zasoby /
dalsza lektura**



**Studia przypadków /
dobre praktyki**



Efekty uczenia się

Moduł III		
Rozdziały 1-4:		
WIEDZA	UMIEJĘTNOŚCI	POSTAWY
Uczestnik będzie: - wiedzieć, jak używać narzędzi takich jak PESTLE i innych do analizy makrootoczenia i mikrootoczenia marketingowego - rozumieć, jak zaprojektować własny społeczny model biznesowy; - rozumieć proces identyfikacji, oceny i kontroli ryzyka w ramach tworzenia przedsiębiorstwa społecznego; - wiedzieć, jak korzystać z narzędzi takich jak analiza SWOT	Uczestnik będzie potrafił: - ocenić czynniki wpływające na sukces nowego przedsiębiorstwa społecznego; - używać szablonu modelu biznesowego Canvas; - wykonywać zadanie indywidualnie i współpracować w zespołach; - tworzyć spostrzeżenia i syntetyzować informacje; - rozwijać umiejętności i przedstawiać argumenty dotyczące zidentyfikowanych możliwości i korzyści płynących z biznesu społecznego; - podejmować oparte na dowodach decyzje dotyczące zarządzania ryzykiem.	Uczestnik: - będzie bardziej świadomy kwestii społecznych i środowiskowych; - głębiej zrozumie i będzie czuł większą empatia w stosunku do osób dotkniętych problemami społecznymi; - rozwinie nastawienie na rozwiązywanie problemów; - wykształci większe poczucie odpowiedzialności i motywację.

Rozdział 3.1

Makrootoczenie i mikrootoczenie marketingowe

Otoczenie marketingowe



Otoczenie marketingowe to połączenie czynników mikrootoczenia (wewnętrznych) i makrootoczenia (zewnętrznych).

Makrootoczenie odnosi się do szerszych sił społecznych, które wpływają na zdolność firmy do działania i odnoszenia sukcesów na rynku. Czynniki te są zasadniczo poza kontrolą spółki i mogą obejmować czynniki demograficzne, ekonomiczne, technologiczne, polityczne, prawne i kulturowe.

Mikrootoczenie - czynniki bezpośrednio związane ze zdolnością firmy do obsługi klientów i osiągania celów marketingowych. Czynniki te są często wewnętrzne dla spółki lub ściśle związane z jej działalnością i obejmują klientów, dostawców, konkurentów, pośredników i społeczeństwo. (Kotler & Armstrong, 2017).



Makrootoczenie marketingowe



Narzędzie: PESTLE (szablon 1)

Celem PESTLE jest przedstawienie jasnego obrazu otoczenia przedsiębiorstwa i pomoc w planowaniu działalności poprzez udzielenie odpowiedzi na pytania:

- Czynniki polityczne. Jaka jest sytuacja polityczna w kraju i jak może ona wpłynąć na branżę?
- Czynniki ekonomiczne. Jakie są główne czynniki ekonomiczne?
- Czynniki społeczne. Jak ważna jest kultura na rynku i jakie są jej determinanty?
- Czynniki technologiczne. Jakie innowacje technologiczne mogą się pojawić i wpłynąć na strukturę rynku?
- Czynniki prawne. Czy istnieją obecnie jakieś przepisy regulujące branżę lub czy mogą nastąpić jakieś zmiany w branży?
- Czynniki środowiskowe. Jakie są obawy związane z ochroną środowiska w branży? (Makos, 2024)





Analiza PESTLE

Polityczny	Ekonomiczny	Społeczny	Technologiczny	Prawny	Środowiskowy
Stabilność rządowa Polityka i przepisy rządowe Polityka podatkowa, budżety Międzynarodowe przepisy handlowe Ograniczenia handlowe Obowiązujące przepisy dotyczące ochrony środowiska Dotacje i inne źródła finansowania	Ogólna sytuacja gospodarcza (PKB) Dochód narodowy Inflacja Poziomy bezrobocia Kursy wymiany Wydatki konsumentów	Dane demograficzne: wiek, stosunek płci, wzrost populacji, podział na obszary miejskie i wiejskie, wskaźniki zatrudnienia, statystyki zdrowotne Postawy klientów Zmiany kulturowe Religia Poziom wykształcenia Styl życia	Technologiczny dostęp Infrastruktura Poziom innowacyjności Badania Przepisy patentowe Prawa i regulacje dotyczące elektroniki Trendy technologiczne	Przepisy i regulacje prawne Wytyczne dotyczące zdrowia i bezpieczeństwa Wytyczne dotyczące równości Prawa konsumentów Standardy etyczne dotyczące reklam	Ekologiczne skutki przemysłu Przepisy dotyczące ochrony środowiska Recykling Zrównoważony rozwój Poziomy zanieczyszczeń Kwestie ekologiczne Odpady z tworzyw sztucznych Wylesianie Globalne ocieplenie

Mikrootoczenie marketingowe

Narzędzie: Analiza 6 elementów mikrootoczeń marketingowych:

1. Dostawcy;
2. Dystrybutorzy i sprzedawcy;
3. Partnerzy;
4. Klienci;
5. Konkurenci (szablon 2).
6. Publiczność.



6 elementów mikrootoczeń marketingowych

Dostawcy	Dystrybutorzy i sprzedawcy	Partnerzy	Klienci	Konkurenci	Publiczność
dostarczają firmie surowce, usługi lub towary. Ceny, dostępność usług i jakość produktów oferowanych przez dostawcę mogą wpływać na koszt i stan produktów kupowanych przez klientów.	pomagają firmom przechowywać i dostarczać towary, często korzystając z magazynów.	organizacje, z którymi firma współpracuje w celu opracowania produktu, dostarczenia usługi lub zapewnienia promocji.	Firmy mogą gromadzić informacje o zachowaniach i opiniach klientów, aby pomóc w podejmowaniu przyszłych decyzji biznesowych.	bezpośrednio wpływają na codzienne operacje biznesowe	Społeczeństwo obejmuje każdą osobę, która może mieć kontakt z firmą. Społeczeństwo może również obejmować potencjalnych inwestorów i osoby, które polecają firmę nowym klientom.



Źródło: Kotler & Armstrong, 2017

Rozdział 3.2 Społeczny model biznesowy

Spółeczny model biznesowy



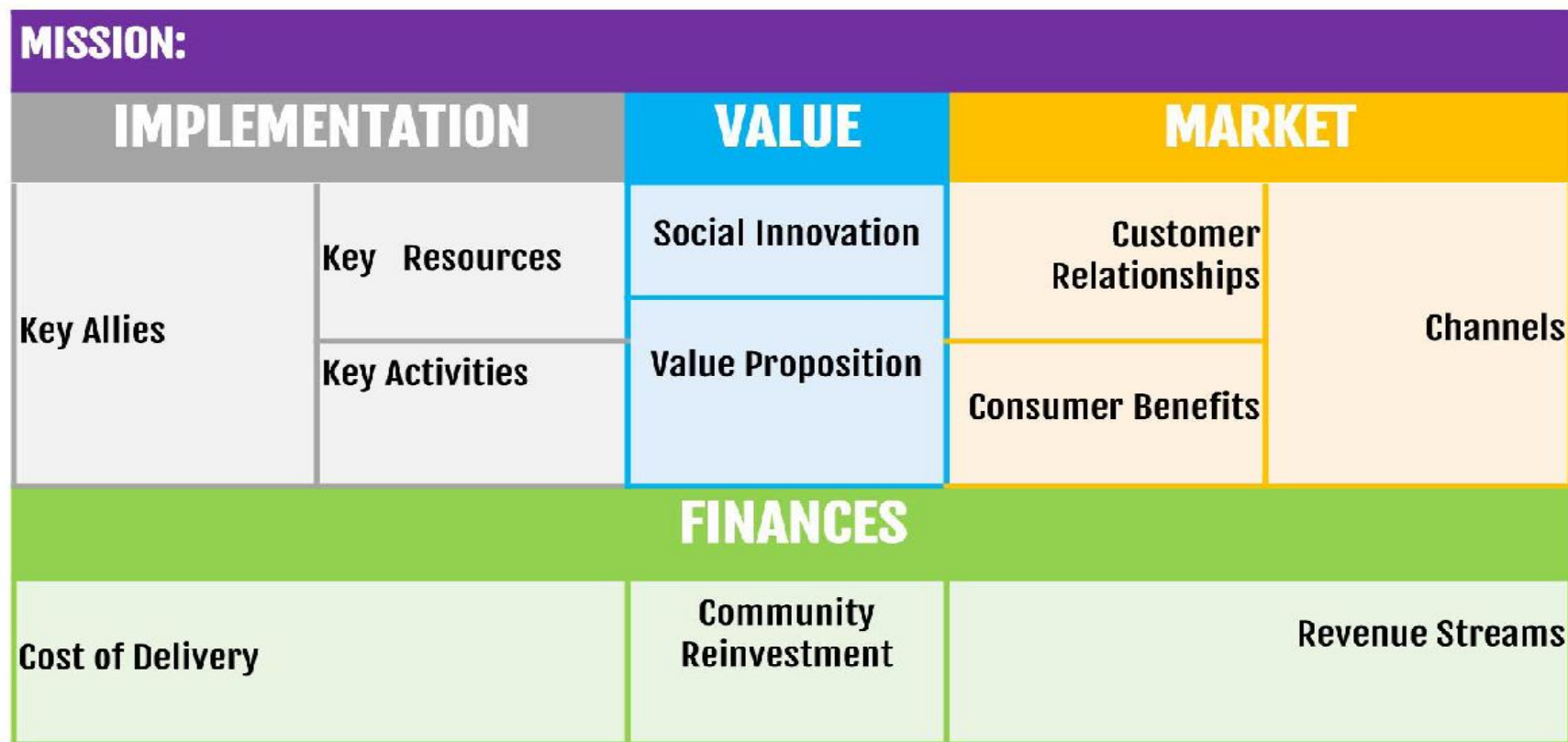
**Narzędzie: Społeczny Model Biznesowy Canvas - Social Business Model Canvas:
(szablon 3)**

Wizualne narzędzie służące do planowania, komunikowania i udoskonalania modelu biznesowego specjalnie dla przedsiębiorstw społecznych.

Kluczowe komponenty obejmują misję, relacje z klientami, innowacje społeczne, propozycję wartości, kanały, korzyści dla konsumentów, kluczowe działania, kluczowe zasoby, kluczowych sojuszników, koszty dostawy, strumienie przychodów i reinwestycje społeczne..



Spółeczny model biznesowy Canvas



Source: Social enterprise institute

Przykład społecznego modelu biznesowego - TOM'S SHOES

MISSION: With every product you purchase, TOMS will help a person in need. One for One®.				
IMPLEMENTATION		VALUE	MARKET	
Key Allies • Suppliers provide environmentally sound materials • Shoe retailers sell product to customers • Humanitarian organizations collaborate on social programs • In-country volunteers distribute shoes for free in target countries	Key Resources • Working capital • Large workforce • Manufacturing facilities • Volunteer base	Social Innovation One-for-one concept is distinctive from traditional charitable giving	Customer Relationships • Brand conscious millennials and hipsters • People experiencing first-world consumer guilt	Channels • Social media • Global awareness raising events • Campus and school programs • Corporate cause marketing partnerships • E-commerce and online advertising • International network of shoe retailers
	Key Activities • Product development • Manufacturing process • Online selling • Tracking and shipping • Customer service • Social programs	Value Proposition • Meaningful cause • High quality product • Ethical company • Status symbol • Fresh way to donate	Consumer Benefits • Children educated • Better family health • Economic opportunity	
FINANCES				
Cost of Delivery • Shoe design and manufacturing • Marketing • Logistics • Distribution of donated shoes		Community Reinvestment • One-for-one product donation • Company giving program	Revenue Streams • Revenue from shoe sales • Sales of accessories	

Source: Social enterprise institute

Rozdział 3.3 Ocena szans i zagrożeń

Ocena szans

Narzędzie: Analiza SWOT (szablon 4)

Narzędzie analizy sytuacyjnej do oceny wewnętrznych mocnych (S) i słabych stron (W) oraz zewnętrznych szans (O) i zagrożeń (T) pomysłu na biznes społeczny.

- **S-Strengths (Mocne strony):** Wewnętrzne atrybuty wspierające działalność.
- **W-Weaknesses (Słabe strony):** Wewnętrzne atrybuty, które mogą utrudniać działalność.
- **O-Opportunities (Szanse):** Czynniki zewnętrzne, które firma może wykorzystać.
- **T-Threats (Zagrożenia):** Czynniki zewnętrzne, które mogą stanowić wyzwanie.



Jak przeprowadzić analizę SWOT (1)

Krok 1

Identyfikacja celu

Narzędzie może być wykorzystywane do planowania strategicznego firmy, oceny pracy pracowników itp.

Krok 2

Badania - aby zrozumieć swoją firmę i rynek

Wywiady i rozmowy z potencjalnymi klientami, partnerami biznesowymi, analiza otoczenia marketingowego

Krok 3

Lista mocnych stron

Jakie są mocne strony firmy, w tym pracownicy, koszty, zasoby finansowe, lokalizacja, konkurencyjność?

Krok 4

Lista słabych punktów

Pokazanie obszarów do poprawy - jak firma może się rozwijać w przyszłości

Jak przeprowadzić analizę SWOT (2)

Krok 5

Lista potencjalnych możliwości, jako obszarów do rozwoju

Zewnętrzne możliwości rozwoju firmy, na przykład nowe technologie, programy szkoleniowe, partnerstwa,...

Krok 6

Lista potencjalnych zagrożeń - czynniki zewnętrzne, które należy stale obserwować

Na przykład rosnące bezrobocie, rosnąca konkurencja, wyższe stopy procentowe itp.

Krok 7

Ustalenie priorytetów - przegląd SWOT poprzez zadanie pytań i udzielenie na nie odpowiedzi

W jaki sposób można wykorzystać mocne strony, aby skorzystać ze zidentyfikowanych szans? W jaki sposób można wykorzystać mocne strony, aby przezwyciężyć zidentyfikowane zagrożenia? Co należy zrobić, aby przezwyciężyć zidentyfikowane słabe strony w celu wykorzystania szans? W jaki sposób można zminimalizować słabe strony i przezwyciężyć/uniknąć zidentyfikowanych zagrożeń?



Ocena ryzyka

Tool: Analiza ryzyk (szablon 5)

Ryzyko – Prawdopodobieństwo, że wydarzy się coś, co będzie miało wpływ na twój pomysł na biznes społecznościowy i jego wdrożenie.

Zarządzanie ryzykiem – Ogólny proces identyfikacji, analizy i oceny ryzyka, ustalania priorytetów, ograniczania i monitorowania ryzyka. (Valis D., Koucky M., 2009).



Jak zarządzać ryzykiem(1)

Krok 1

Identyfikacja

Sporządzana jest lista wszystkich możliwych zagrożeń, które mogą negatywnie wpłynąć na projekt i doprowadzić do jego niepowodzenia.

Krok 2

Analiza

Ocena prawdopodobieństwa wystąpienia ryzyka. Skala od 1 do 5: 1 - rzadkie; 2 - nieoczekiwane; 3 - możliwe; 4 - prawdopodobne; 5 - bardzo prawdopodobne.

Ocena wpływu ryzyka w przypadku jego wystąpienia: 1 - nieistotny; 2 - mały; 3 - średni; 4 - duży; 5 - katastrofalny.

Krok 3

Ustalanie priorytetów

koncentracja na rodzajach ryzyka, ocenie, wielkości i złożoności działalności społecznej.

Jak zarządzać ryzykiem(2)

Krok 4

Redukcja

Istnieją cztery powszechne sposoby traktowania ryzyka:

- unikanie ryzyka,
- ograniczanie ryzyka,
- akceptacja ryzyka,
- przenoszenie ryzyka.

Krok 5

Monitorowanie

W celu osiągnięcia skutecznego sukcesu projektu konieczne jest ciągłe monitorowanie jego przebiegu.



Redukowanie ryzyka

Unikanie ryzyka wiąże się z wyeliminowaniem możliwości wystąpienia ryzyka lub stwarzania zagrożenia, co często prowadzi do decyzji o nieinwestowaniu w produkty, usługi lub regiony o nadmiernym ryzyku, choć powinno być okresowo poddawane ponownej ocenie pod kątem zrównoważonych alternatyw.

Ograniczanie ryzyka wiąże się z rozwiązywaniem rzeczywistych zagrożeń lub problemów za pomocą kompleksowego planu w celu zminimalizowania negatywnych skutków, zwłaszcza gdy unikanie lub akceptacja są niewystarczające, poprzez identyfikację, ocenę, działania i ciągłe monitorowanie rozwiązań.

Akceptacja ryzyka ma miejsce, gdy uniknięcie go jest niepraktyczne, zwłaszcza jeśli jest mało prawdopodobne lub ma minimalny wpływ; wymaga okresowej ponownej oceny jego znaczenia dla strategicznych celów firmy, takich jak przewidywane zmiany cen dostawców..

Przeniesienie ryzyka obejmuje outsourcing lub przeniesienie ryzyka na inne strony, takie jak osoby posiadające wiedzę specjalistyczną lub firmy ubezpieczeniowe, gdy wewnętrzne możliwości są niewystarczające, umożliwiając organizacjom radzenie sobie z wyzwaniami, których nie mogą uniknąć, zaakceptować lub złagodzić samodzielnie. (Vicente, 2023)

Rozdział 3.4 Studium przypadku

Odmienianie życia poprzez etyczne sprzątanie obiektów komercyjnych



Cel- zilustrowanie modelu biznesu społecznego.

Upbeat Clean została założona przez Upbeat Communities, która od ponad 15 lat służy społeczności uchodźców w Derby, starając się pomóc ludziom, którzy uciekli ze swoich krajów, zbudować swoje życie na nowo w Derby.

<https://www.upbeatclean.co.uk/>

<https://www.facebook.com/UpbeatClean/>

<https://derbymuseums.org/news/derby-museums-announces-new-partnership-with-derby-social-enterprise-upbeat-clean>

<https://www.upbeatcommunities.org/news/2023/3/1/upbeat-clean-proudly-receives-the-marketing-derby-rising-star-award>

<https://www.socialenterprise.org.uk/case-studies/collaborating-to-increase-impact-how-five-cleaning-social-enterprises-are-working-together/>



songs to clean to

A PLAYLIST

Upbeat Housecleaning Music

1. A-Punk || Vampire Weekend
2. Love Will Tear Us Apart || Joy Division
3. Sleep Now in the Fire || Rage Against the Machine
4. I'm Free (Heaven Helps the Man) || Kenny Loggins
5. Flesh Without Blood || Grimes
6. The Ghosts of Beverly Drive || Death Cab for Cutie
7. Suffragette City || David Bowie
8. Hand Clap || Fritz and the Tantrums
9. All We Got || Chance the Rapper
10. Can't Bring Me Down || Awrecoh
11. Coriscan Rosé || Mayer Hawthorne
12. Stop It || Theophilus London
13. Go! || Santigold
14. The Ghost at #1 || Jellyfish
15. Fire's Highway || Japandroids
16. The Wire || Haim
17. Could You Be Loved || Bob Marley & the Wailers
18. Lovely Day || Bill Withers
19. Don't Stop || Foster the People
20. Shake Your Rump || Beastie Boys
21. Boys Don't Cry || The Cure
22. Set It Off || Strafe
23. Shake It Out || Florence & the Machine
24. Elephant || Tame Impala
25. Daft Punk is Playing at My House || LCD Soundsystem
26. Keep the Car Running || Arcade Fire

Odmienianie życia poprzez etyczne sprzątanie obiektów komercyjnych(1)



Z jakimi wyzwaniami i krytyką spotyka się zazwyczaj sektor sprzątania w odniesieniu do praktyk zatrudnienia i dlaczego potrzebne są przedsiębiorstwa społeczne, takie jak Upbeat Clean?

Segmenty klientów: W jaki sposób Upbeat Clean identyfikuje i dociera do swoich segmentów klientów na rynku usług sprzątania obiektów komercyjnych?

Dlaczego dla Upbeat Clean kluczowe jest skupienie się na klientach komercyjnych i w jaki sposób jest to zgodne z jej celami społecznymi??

Propozycje wartości: Co odróżnia ofertę Upbeat Clean od tradycyjnych usług sprzątania obiektów komercyjnych?

W jaki sposób Upbeat Clean nadaje priorytet zarówno satysfakcji klienta, jak i wpływowi społecznemu w swojej propozycji wartości?

Kanały: W jaki sposób Upbeat Clean skutecznie komunikuje swoje zaangażowanie w etyczne zatrudnienie i wpływ społeczny za pośrednictwem różnych kanałów?

Odmienianie życia poprzez etyczne sprzątanie obiektów komercyjnych(2)



Relacje z klientami. Dlaczego Upbeat Clean przypisuje wyznaczonego opiekuna klienta do każdego klienta i w jaki sposób przyczynia się to do budowania silnych relacji z klientami?

W jaki sposób pozytywne doświadczenia klientów mogą przyczynić się do narracji o wpływie społecznym Upbeat Clean?

Strumienie przychodów: Przeanalizuj główne źródła przychodów Upbeat Clean i omów, w jaki sposób firma pozycjonuje się jako dostawca usług premium.

Kluczowe zasoby: Zidentyfikuj kluczowe zasoby, które przyczyniają się do sukcesu Upbeat Clean i omów, w jaki sposób są one zgodne z misją i wartościami firmy.

Kluczowe działania: W jaki sposób kluczowe działania Upbeat Clean odzwierciedlają jej zaangażowanie w dostarczanie doskonałych usług sprzątania i wywieranie pozytywnego wpływu na społeczność?



Odmienianie życia poprzez etyczne sprzątanie obiektów komercyjnych(3)



Kluczowe partnerstwa: Poznaj znaczenie partnerstwa Upbeat Clean z ponad 25 organizacjami w Derby. W jaki sposób te partnerstwa przyczyniają się do wpływu społecznego firmy i zwiększania jej bazy klientów?

Struktura kosztów: Omów elementy struktury kosztów Upbeat Clean, podkreślając, w jaki sposób firma postrzega te koszty jako istotne elementy swojego społecznego modelu biznesowego.

Podsumowanie: Zastanów się nad sukcesem Upbeat Clean jako przedsiębiorstwa społecznego. Jakie lekcje mogą wyciągnąć inne firmy, zwłaszcza w trudnych branżach, z modelu biznesowego i praktyk Upbeat Clean?



Przydatna lektura

Title	Short description	Link
Szablon Społecznego Modelu Biznesowego (Social Business Model Canvas - SBMC) online	Jest on oparty na oryginalnym Business Model Canvas firmy Strategyzer	https://socialbusinessmodelcanvas.swarthmore.edu/
Jak prowadzić Analizę SWOT and PESTLE	Wyjaśnia, jak przeprowadzić analizę Swot i Pestle	https://www.youtube.com/watch?v=bmxYKA9Lge8
7 szablonów i przykładów analizy konkurencji	Siedem różnych rodzajów analiz konkurencji.	https://www.wordstream.com/blog/ws/2023/09/21/competitive-analysis-templates
PRZYKŁADOWY PLAN ZARZĄDZANIA RYZYKIEM	Plan ten może służyć jako przewodnik.	https://www.northam.wa.gov.au/Assets/Documents/Document-Centre/environmental-health/Events/SAMPLE_RISK_MANAGEMENT_PLAN.pdf





Szablony

1. Szablon analizy PESTLE
2. Szablon analizy konkurencji.
3. Szablon Społecznego Modelu Biznesowego (Social Business Model Canvas).
4. Szablon analizy SWOT.
5. Szablon zarządzania ryzykiem

:

Kryteria oceny

1. Czy poszczególne części pracy są szczegółowe i jasno opisane?
 - 1.1. Jasno opisane wszystkie elementy makrootoczenia marketingowego zgodnie z narzędziem PESTLE.
 - 1.2. Jasno opisane 6 elementów mikrootoczeń marketingowych przedsiębiorstwa społecznego, w tym analiza konkurencji.
 - 1.3. Jasno zaplanowany społeczny model biznesowy zgodnie z Social Business Model Canvas.
 - 1.4. Utworzona analiza SWOT.
 - 1.5. Stworzony jasny plan zarządzania ryzykiem.
2. Czy potrafisz krótko i jasno uporządkować myśli?



Dziękuję!



www.innosocial.eu



[@InnoSocialfb](https://www.facebook.com/InnoSocialfb)





Niniejszy dokument może być kopiowany, powielany lub modyfikowany zgodnie z powyższymi zasadami.

Ponadto należy wyraźnie wskazać autorów dokumentu i wszystkie stosowne fragmenty informacji o prawach autorskich.

Wszelkie prawa zastrzeżone. © Prawa autorskie 2023 InnoSocial

www.innosocial.eu