

Proiectul SUSE

Modulul 02 – Antreprenoriatul social – Cum să înveți să gestionezi
procesul de înființare?

Modelul Social Business Canvas și prețurile

CE ESTE SUSE?

SUSE este un program menit să îmbunătățească capacitatea de inserție profesională și să ofere tinerilor oportunitatea de a învăța despre antreprenoriatul social, de a lucra pe cont propriu și, în același timp, de a se preocupa de problemele de mediu din societate. Această abordare pe plan local va încuraja tinerii să devină parte a comunității și va stimula cetățenia activă

Obiective:

- Sensibilizarea tinerilor cu privire la antreprenoriatul social ca oportunitate de (auto)angajare în viitor și de creștere a capacității de inserție profesională pe termen scurt și lung
- Promovarea competențelor antreprenoriale pentru a îmbunătăți oportunitățile antreprenoriale și pentru a abilita tinerii să acționeze ca întreprinzători interni.
- Combaterea șomajului în rândul tinerilor din întreaga Europă
- Activarea tinerilor prin implicarea lor în găsirea de soluții pentru problemele sociale din comunitatea locală, axate pe sustenabilitate
- Încurajarea lucrătorilor de tineret să ghidze și să susțină tinerii pentru a avea un rol activ în societate și să-i educe în utilizarea coaching-ului digital.
- Atragerea atenției asupra necesității de a inspira activ tinerii să devină antreprenori sociali
- Reducerea decalajului dintre tineri și mediul de afaceri prin facilitarea conexiunilor între tineri și antreprenori.

Powered by:



SUSE - MODULE

Tinerii antreprenori sociali

Introducere în SDG

01

02

Modelul de afaceri sociale Canvas și stabilirea prețurilor

03

Rețele și comunicare

04

Marketing digital și social media

SUSE - GHIDURI

Tinerii antreprenori sociali

01

Degradarea mediului înconjurător în afaceri

02

Egalitatea de gen în afaceri

03

Instrumente digitale în industria 4.0 și 5.0

Modelarea spiritului antreprenorial în noua societate digitală

INTRODUCERE

Urmăriți videoclipul SUSE - Modulul 2

<https://www.youtube.com/watch?v=VGchmb96IHM&t=120s>

Antreprenoriatul social devine din ce în ce mai influent în Europa. Tinerii, în special, îl îmbrățișează ca pe un instrument pentru o schimbare semnificativă. Antreprenoriatul social este o abordare a afacerilor care abordează nevoile societății cu accent pe impactul social. Modulul explorează definiția antreprenoriatului social, beneficiile acestuia și mentalitatea necesară pentru succes, prezentând, de asemenea, cele mai bune practici prin studii de caz și introducând instrumente precum Social Business Model Canvas.

Antreprenoriat social pentru tinerii din Europa

- Semnificație și impact: Antreprenoriatul social abordează nevoile societale presante, promovând în același timp un impact social specific și evidențiind beneficiile acestuia.
- Instrumente și mentalitate: Instrumente de mare forță, precum Social Business Model Canvas, sunt prezentate împreună cu mentalitatea necesară pentru succes.
- Studii de caz: Prezintă potențialul unui viitor cu conștiință socială prin studii de caz de succes.

INTRODUCERE (CONTINUARE)

Principalele domenii de interes

- Abordarea nevoilor: Antreprenoriatul social abordează inegalitățile economice, provocările de mediu și promovează incluziunea socială.
- Impact direcționat: Se concentrează pe domenii critice precum educația, asistența medicală și dezvoltarea comunității.
- Beneficii: Oferă trasee profesionale utile, dezvoltare personală și posibilitatea de a contribui pozitiv la societate.

Strategii pentru succes

- Mentalitate: Necesită un angajament față de inovare, reziliență și colaborare.
- Instrumente și practici: Utilizați instrumente precum Social Business Model Canvas și învățați din cele mai bune practici existente.
- Strategii de stabilire a prețurilor: Echilibrarea sustenabilității financiare cu accesibilitatea pentru a asigura îndeplinirea obiectivelor de impact social.
- Concluzii: Antreprenoriatul social permite tinerilor din Europa să producă schimbări sociale cu impact și să creeze un viitor mai bun

INTRODUCERE – MODELUL SOCIAL BUSINESS CANVAS

Ați auzit vreodată de Social Business Model Canvas?

În antreprenoriatul social, modelul de afaceri sociale Canvas este un instrument esențial pentru planificarea strategică și evaluarea impactului proiectului. Datorită ușurinței sale de utilizare și a atractivității vizuale, Canvas-ul transformă conceptele complexe într-o prezentare clară, oferind o direcție precisă către succes. Acest instrument sprijină colaborarea, ajutând echipele în crearea misiunilor sociale și maximizarea obiectivelor de impact. Prin promovarea unei viziuni clare, Canvas-ul ajută la identificarea ideilor și la construirea unei baze solide. De asemenea, îmbunătățește productivitatea prin furnizarea unei imagini de ansamblu cuprinzătoare, accelerând astfel procesul decizional și încurajând discuțiile și integrarea diverselor perspective pe parcursul întregii călătorii antreprenoriale.

Există multe întreprinderi sociale de succes care utilizează acest instrument și, cu ajutorul său, găsesc claritate și direcție strategică, devenind astfel un instrument indispensabil pentru schimbare și operațiuni de afaceri.

Modulul va detalia în continuare acest aspect.

INTRODUCERE – UTILIZAREA BUNELOR PRACTICI

În antreprenoriatul social condus de tineri, valorificarea celor mai bune practici, a studiilor de caz și a exemplelor de afaceri locale este esențială. Studiarea acestora vă va oferi îndrumare practică și inspirație, procese clare și, în cele din urmă, o hartă pentru călătoria prin complexitatea dezvoltării întreprinderilor sociale. Prin adoptarea unor metodologii dovedite eficiente, tinerii antreprenori au acces la cunoștințe, la îndrumare pentru a-și minimiza riscurile antreprenoriale.

Studiile de caz oferă o perspectivă valoroasă asupra realității practice, în timp ce întreprinderile locale ilustrează reziliența și adaptabilitatea. Aceste resurse combină învățarea teoretică cu provocările reale, permițând tinerilor să ajusteze strategiile la propriile contexte. Ele rămân relevante pe măsură ce afacerile cresc, susținând medii de învățare colaborative. Utilizarea acestor resurse este crucială pentru a asigura impactul și succesul pe termen lung al antreprenoriatului social condus de tineri.

Deci, ești pregătit să începi o afacerea socială?

Ce valori și principii personale îți vor ghida călătoria antreprenoriatului social?

OBIECTIVE

- Să înțeleagă importanța impactului social prin analizarea activității unei întreprinderi sociale.
- Să prezinte diferențele dintre întreprinderile sociale și cele clasice.
- Să învețe cum să folosească modelul Social Business Canvas și să-l aplice în dezvoltarea unei întreprinderi sociale.
- Să fie capabil să elaboreze planuri de afaceri pentru întreprinderi sociale, utilizând modelul Canvas.
- Să învețe cum să stabilească prețurile pentru serviciile și produsele unei întreprinderi sociale.
- Să selecteze lecțiile învățate din exemplele oferite despre întreprinderile sociale.

REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea acestui modul, cursantul ar trebui:

- Să fie capabil să schițeze și să dezvolte un plan de afaceri pentru o întreprindere socială.
- Să se concentreze pe aspecte esențiale precum gândirea critică, creativitatea și colaborarea pentru a dezvolta eficient o întreprindere socială.
- Să aplice cunoștințele teoretice în situații practice.
- Să stabilească prețurile pentru serviciile și produsele unei întreprinderi sociale.
- Să identifice modalitățile prin care își poate maximiza impactul social în cadrul activității sale.

CUPRINS

Tinerii antreprenori sociali

01 Capitolul 1 –Să înțelegem modelul Canvas pentru întreprinderi sociale

- 1.1 – Capitolul 1 –Să înțelegem modelul Canvas pentru întreprinderi sociale – Autorefecție 1.1
- 1.2 – Un ghid pas cu pas, folosind modelul de afaceri Canvas Autorefecție 1.2
- 1.3 – Deblocarea potențialului: maximizarea impactului social

02 Stabilirea prețului serviciilor și produselor

- 2.1 – Stabilirea prețului serviciilor unei afaceri sociale
- 2.2 – Exemplu de stabilire a prețurilor
- 2.3 – Pot fi profitabile întreprinderile sociale?

Autoevaluare

[Apasă aici pentru a viziona videoclipul acestui modul](#)

01 Capitolul 1 – Să înțelegem modelul Canvas pentru întreprinderi sociale

Acest capitol va prezenta "Social Business Model Canvas" și modul în care îl poți utiliza.

1.1 SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

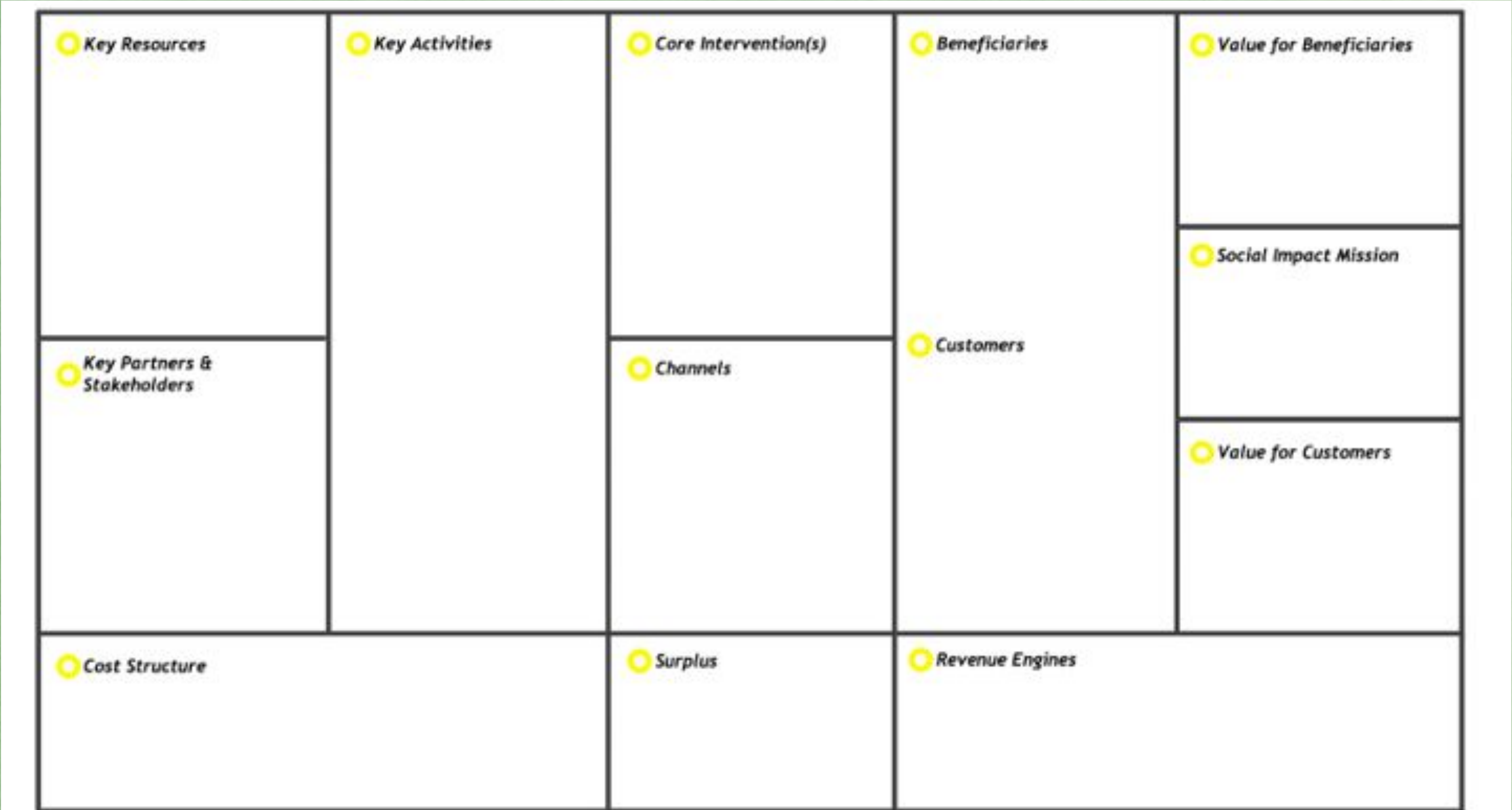
Introducere

Social Business Model Canvas (SBMC) este un cadru interactiv care oferă tinerilor cunoștințe practice, permițându-le să conceapă afaceri inovatoare și transformative din punct de vedere social prin prezentarea elementelor esențiale ale modelului și facilitarea activităților practice de cartografiere.

Înțelegerea elementelor interconectate este esențială pentru tinerii care doresc să dezvolte întreprinderi care nu numai că abordează provocările societale, dar asigură și durabilitatea și schimbările pozitive.

Interconectarea acestor elemente constituie fundamentul unei întreprinderi sociale de succes.

Imaginea prezintă structura SBMC, compusă din 12 casete, în care tinerii motivați pot completa secțiuni specifice pentru a contura esența și cadrul afacerii lor sociale. Spre deosebire de modelul original de afaceri Canvas, SBMC integrează aspecte legate de intervențiile sociale și generarea de impact.



<https://socialbusinessdesign.org/what-is-a-social-business-model-canvas/>

ELEMENTE-CHEIE CARE COMPUN SBMC

- Stabilirea **misiunii sociale principale**: Care este scopul social pe care întreprinderea ta dorește să îl realizeze, dincolo de obținerea profitului?
- **Identificarea beneficiarilor**: Identifică grupurile sau comunitățile specifice cărora te adresezi pentru a asigura un impact semnificativ.
- Propunerea de **valoare cu impact social**: Redactează propunerea ta de afacere și arată ce dă unicitate modului în care abordează problemele sociale identificate. De ce există afacerea ta?
- Generarea **impactului social**: Cum vei crea impact social? Ce metode și canale de comunicare vei utiliza?
- Alegerea **modelului de cost** pentru impactul social: Descrie modelul de cost selectat și detaliază costurile asociate gestionării întreprinderii sociale.

O BUNĂ PRACTICĂ DE REVIZUIT

Întreprinderi sociale existente care merită analizate în Grecia:

Myrtillo Café Athens este o întreprindere socială care angajează în cafeneaua sa exclusiv persoane cu handicap. Angajații beneficiază de suport din partea unui psiholog, unui bucătar, unui manager și de consiliere, precum și de alte servicii de sprijin necesare. Misiunea lor socială este de a pregăti adulții cu handicap pentru a deveni mai independenți și autonomi.

Planul lor de afaceri social include servicii de catering și cafenea, colaborarea cu municipalitatea din Atena pentru obținerea gratuită a locației, gestionarea evenimentelor și organizarea de seminarii de formare. De asemenea, colaborează cu bucătari renumiți pentru selecția meniului de prânz, parte a programelor lor de responsabilitate socială corporativă.

ASPECTE IMPORTANTE

Pe măsură ce avansezi în proiectarea propriei întreprinderi sociale, este evident că misiunea socială generală trebuie să fie clară și bine documentată.

Abia apoi poți începe să completezi șablonul.

02

Autoreflexie 1.1 – reflectează asupra următoarelor întrebări:

- De ce vreau să încep o afacere socială?
- Cum arată succesul pentru mine în termeni de afaceri și de impact social?
- Cum pot construi o rețea de sprijin și o comunitate de persoane care împărtășesc aceleași idei în domeniul antreprenoriatului social?

1.2 UN GHID PAS CU PAS FOLOSIND MODELUL DE AFACERI SOCIALE CANVAS

Introducere

La începutul călătoriei tale în lumea antreprenoriatului social, e nevoie să schițezi un plan strategic care să alinieze obiectivele și viziunea socială cu un model de afaceri sustenabil. Folosește modelul Social Business Model Canvas drept șablon de ghidare pentru tine, un tânăr antreprenor aspirant.

Modelul Social Business Model Canvas (SBMC) oferă avantaje precum **claritatea și simplitatea**, simplificând procesul complex de elaborare a unui plan de afaceri social. Acesta facilitează **comunicarea obiectivelor** de afaceri către părțile interesate și asigură **succesul pe termen lung**, prin **planificare holistică** și **design iterativ**. Ceea ce permite îmbunătățirea continuă, **adaptabilitatea** și relevanța, asigurând **evoluția dinamică** a afacerii sociale.

ÎȚI SUGERĂM SĂ COMPLETEZI SBMC ÎN URMĂTOAREA ORDINE

- 1. Misiune cu impact social:** Întreprinderile sociale sunt conduse de angajamentul de a promova schimbări sociale pozitive și de a contribui semnificativ la societate. În această secțiune, va trebui să răspunzi la următoarele întrebări: Care va fi impactul meu social pe termen lung? Care este viziunea mea pentru schimbare și obiectivul pentru o societate mai bună?
- 2. Beneficiari:** Termenul "beneficiari" se referă la principalele grupuri țintă care vor fi cel mai mult influențate de obiectivele sociale vizate. Va trebui să răspunzi la întrebări precum: Cui mă adresez? Cine sunt clienții mei pe care doresc să îi ajut? Cine va beneficia cel mai mult de pe urma a ceea ce ofer? Acești oameni sunt cei a căror viață va fi îmbunătățită prin intermediul afacerii mele. Acest proces de a răspunde la întrebările de mai sus ar trebui privit atât dintr-o perspectivă largă, cât și printr-o analiză detaliată, luând în considerare demografia, geografia, psihografia și comportamentele pentru a segmenta eficient publicul țintă.

ÎȚI SUGERĂM SĂ COMPLETEZI SBMC ÎN URMĂTOAREA ORDINE

3. Intervenții de bază: Această parte reprezintă inima modelului tău de afaceri și soluția unică pe care o oferi. Soluția poate cuprinde produse, servicii, platforme sau evenimente. Întrebarea principală la care trebuie să răspunzi aici este următoarea: Ce ofer eu care să fie cu adevărat unic? Va trebui să identifici soluția autentică și distinctivă pe care o oferă afacerea ta. Această casetă este punctul central pentru exprimarea unicității propunerii care te diferențiază de concurenții tăi.

4. Valoare pentru beneficiari: Pentru a te remarca și a crea un impact puternic, afacerea ta socială trebuie să ofere potențialilor beneficiari valoare reală. Gândește-te la aceste întrebări: Ce dificultăți și probleme încerci să rezolvi? Ce beneficii le oferi prin serviciile tale? Explorând în profunzime aceste aspecte, afacerea ta va obține un avantaj competitiv și va demonstra o înțelegere profundă a nevoilor beneficiarilor.

ÎȚI SUGERĂM SĂ COMPLETEZI SBMC ÎN URMĂTOAREA ORDINE

5. Clienții și valoarea pentru clienții tăi: Dezvoltă servicii pentru clienți și beneficiari, dar este posibil ca aceștia să nu își permită soluțiile tale din punct de vedere financiar. Asta înseamnă că trebuie să atragi părți terțe, cum ar fi întreprinderi, persoane fizice, fundații sau autorități publice, care să acopere costurile în locul beneficiarilor tăi. În această secțiune, gândește-te la întrebări precum: Cine poate și este dispus să plătească pentru soluția ta? Ce valoare și beneficii le oferi? Răspunsurile la aceste întrebări te vor ajuta să te aliniezi strategic din punct de vedere social, să-ți definești misiunea socială și să asiguri sustenabilitatea afacerii tale.

6. Canale: Cum vei ajunge la beneficiarii și clienții tăi? Ce canale vei folosi și ce rețele de colaborare? Răspunsurile la aceste întrebări te vor ajuta să vinzi, să faci marketing, să ajungi la publicul tău și să crești vizibilitatea afacerii tale.

ÎȚI SUGERĂM SĂ COMPLETEZI SBMC ÎN URMĂTOAREA ORDINE

Activități cheie: Succesul afacerii tale sociale depinde de activități esențiale precum producția, marketingul, cercetarea și dezvoltarea. Acestea contribuie la crearea și livrarea intervenției tale de bază și îi asigură eficacitatea. Producția presupune implementarea soluției, în timp ce marketingul este esențial pentru creșterea vizibilității și interacțiunea cu publicul. Întrebarea cheie la care trebuie să răspunzi în această secțiune este: Care sunt activitățile absolut necesare pe care afacerea ta socială trebuie să le realizeze pentru obține și menține succesul? Acest tip de activități sunt cele pe care va trebui să le identifici și să le prioritizezi. Ele vor duce la o gestionare eficientă și la maximizarea performanței.

8. Resurse cheie: Ca întreprindere socială, vei avea nevoie de diverse resurse. Întrebarea pe care trebuie să ți-o pui este: care sunt cele mai importante resurse de care voi avea nevoie? Gestionarea strategică a acestor resurse va permite afacerii tale sociale să depășească dificultățile.

ÎȚI SUGERĂM SĂ COMPLETEZI SBMC ÎN URMĂTOAREA ORDINE

9. Parteneri și părți interesate cheie: În această secțiune, va trebui să identificați partenerii externi cheie care vor furniza resurse și sprijin sau care îți vor influența model de afaceri. Trebuie să răspunzi la întrebarea: Cine sunt acești actori sau entități care pot contribui la funcționarea și succesul afacerii mele? Recunoașterea și înțelegerea importanței acestor părți externe te vor ajuta să îți optimizezi resursele, să obții sprijin și să-ți adaptezi sau să-ți modifice modelul de afaceri, astfel încât să aibă eficiență și sustenabilitate maximă.

10. Structura costurilor: Menționează componentele principale ale costurilor pe care afacerea ta le va avea în timpul operațiunilor. Costuri precum salariile angajaților, tehnologia, infrastructura și cheltuielile de publicitate. Răspunde la întrebările: Care sunt costurile mele și cum le pot identifica și analiza? Cum pot menține sustenabilitatea financiară și asigura implementarea cu succes a activităților?

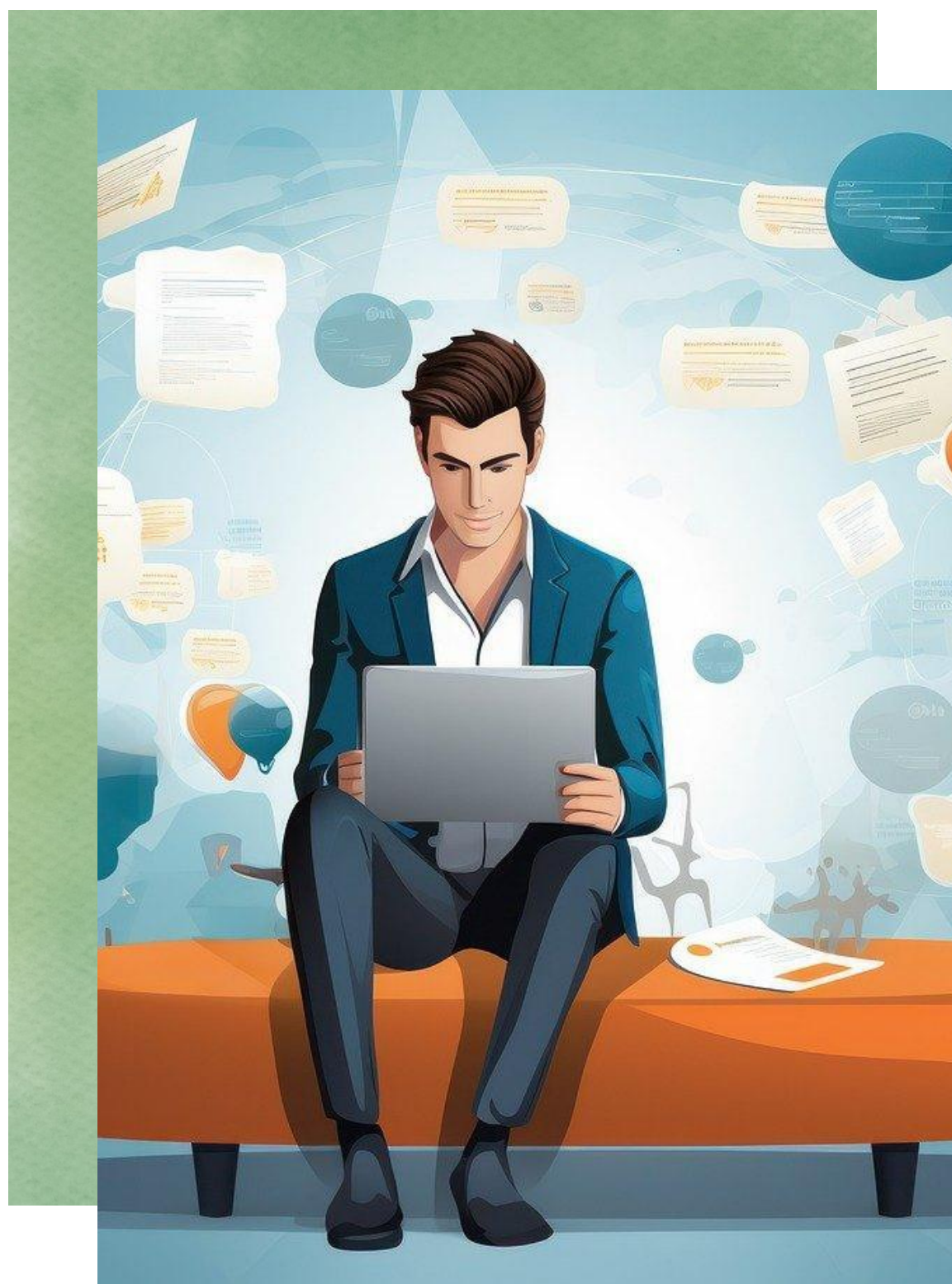
ÎȚI SUGERĂM SĂ COMPLETEZI SBMC ÎN URMĂTOAREA ORDINE

11. Surse de venit: Răspunde la întrebări precum: De unde îmi obțin veniturile? Care ar putea fi sursele mele de venit? Specifică mecanismele sau sursele de venit, care vor include plăți unice sau recurente, și încearcă să identifici surse adiționale de venit, cum ar fi comisioanele de recomandare, sponsorizările, finanțările europene sau naționale, donațiile. Întreabă-te despre principalele surse de venit și despre cum îți organizezi aspectele legate de prețuri și facturare, astfel încât să poți asigura plățile clienților.

12. Excedent: Această secțiune se referă la planurile tale de a reinvesti eventualele fonduri excedentare, dacă veniturile depășesc costurile. Acest lucru te va ajuta să crești impactul afacerii, precum și să reinvestești și să promovezi în continuare cauza ta socială. Întrebarea la buie să răspunzi este: Ce voi face cu veniturile excedentare?

CE AR PUTEA MERGE PROST LA COMPLETAREA SBMC?

- Încearcă să fii cât mai concis și să oferi descrieri clare și detaliate în fiecare secțiune.
Acordă o atenție specială casetei „Beneficiari și clienți”.
- În loc să te concentrezi pe cifre și indicatori, folosește Canvas din punct de vedere caltativ, adică explică și descrie structuri, puncte de vedere și abordări. Detaliază canalele concrete și alte aspecte relevante.
- Actualizează-ți planul de afaceri în mod regulat, în special atunci când sunt planificate intervenții majore sau introducerea de noi servicii/produse.



FORMATORI – ACTIVITATE

Cum poate un lucrător în domeniul tineretului să utilizeze acest model de afacere socială în clasă? Încearcă această activitate practică: Cartografierea unui model de afacere socială (SBMC)

Această activitate permite tinerilor participanți să se implice activ în completarea secțiunilor și în înțelegerea conceptelor de mai sus, dacă le aplică la un scenariu real sau la un studiu de caz ipotetic. Lucrătorul de tineret va introduce în primul rând o temă, un scenariu și, ulterior, va parcurge următorii pași:

Pasul 1. Selectați un scenariu: Selectați un scenariu simplu și ușor de pus în practică. Ar putea fi vorba de o afacere socială ipotetică sau de un studiu de caz al afaceri sociale existente.

Pasul 2. Cartografierea Canvas-ului: Ghidați tinerii în procesul de cartografiere a SBMC, pentru scenariul selectat. Încurajați-i să discute și să colaboreze pentru analizarea fiecărei probleme, element și secțiune.

Pasul 3. Discuție și reflecție: După activitatea de colaborare, facilitați o discuție, permițând tinerilor să își împărtășească ideile, comentariile, dificultățile întâmpinate și lecțiile învățate. Această activitate practică stimulează gândirea critică, capacitatea de rezolvare de probleme și abilitățile de lucru în echipă.

02 Autorefecție - secțiunea 1.2

Cum mă poate ajuta o cunoaștere mai bună a modelului Social Business Canvas la dezvoltarea abilităților și cunoștințelor mele ca tânăr antreprenor?

Cum mă vor ajuta aceste cunoștințe să creez o întreprindere cu putere de transformare socială, o transformare care să contribuie în mod semnificativ la bunăstarea societății, asigurând durabilitatea și conducând la schimbări sociale pozitive prin angajament activ și aplicare practică?

1.3 DEBLOCAREA POTENȚIALULUI: MAXIMIZAREA IMPACTULUI SOCIAL LOCAL

Introducere

Pentru a înființa o întreprindere socială, este nevoie de o mentalitate strategică care să integreze atât aspectele sociale, cât și financiare, încurajând tinerii antreprenori să adopte o abordare holistică în afacerile lor locale. Folosind modelul furnizat, acest lucru implică definirea unor elemente-cheie precum obiectivele de impact asupra comunității locale, identificarea clară a beneficiarilor și formularea propunerilor de valoare.



MAXIMIZAREA IMPACTULUI SOCIAL

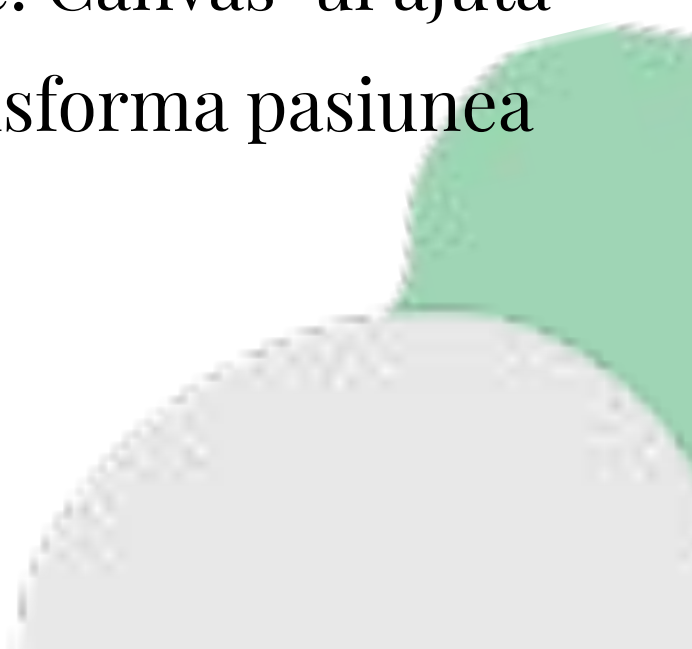
În plus, vor fi necesare competențe precum planificarea strategică pentru a produce o schimbare socială. Această abilitate te va ajuta să pui în acord viziunea, aspirația și activitățile, pe de o parte, cu o strategie de afaceri viabilă. Canva, ca instrument de planificare strategică, te va ghida printr-un proiect de afaceri complicat și te va ajuta să selectezi cel mai potrivit model de afaceri. Reprezentarea vizuală te va ajuta să identifice informațiile esențiale, cum ar fi ce canale să utilizezi pentru impactul social, cum vor beneficia clienții de serviciile și produsele tale și ce colaborări să promovezi pentru a asigura un impact social optim.

Impactul social necesită sustenabilitate financiară: Dacă afacerea ta nu este viabilă sau stabilă din punct de vedere financiar, va fi dificil să oferi un impact real beneficiarilor sau clienților tăi. Propunerea de valoare pentru impactul social și canalele selectate pot ajuta tinerii antreprenori să dezvolte afaceri care răspund cu adevărat nevoilor grupului țintă și ale comunității. Echilibrarea acestora cu obiective financiare realiste este esențială; de aceea, este necesară o abordare holistică a designului afacerii sociale. Aceasta va propulsa atât afacerea, cât și misiunea socială.

MAXIMIZAREA IMPACTULUI SOCIAL

Transparența și practicile etice sunt extrem de importante în întreprinderile sociale, deoarece pun accent pe aspecte precum relațiile cu beneficiarii, colaborările cheie și structurile de cost, astfel încât să asigure integritatea și luarea de decizii etice. Acest lucru permite tinerilor antreprenori să dezvolte afaceri cu impact, respectând standarde etice ridicate. Utilizarea diverselor oportunități de finanțare, cum ar fi prezentările de afaceri, și valorificarea Canvas-ului pentru a comunica viziunea ajută la construirea de rețele, implicarea comunității și îmbunătățirea abilităților de prezentare. Toate acestea îi ajută pe antreprenori să își articuleze cu încredere povestea și ideile de afaceri.

Modelul Canvas este un catalizator pentru următoarea generație de agenți ai schimbării, insuflându-le încredere în capacitatea lor de a imagina și de a contribui activ la crearea unei lumi mai bune. Canvas-ul ajută la materializarea acestei viziuni, deoarece oferă o abordare structurată pentru a putea transforma pasiunea pentru schimbarea socială în afaceri concrete și cu impact,



02 Capitolul 2 Stabilirea prețului serviciilor și produselor

Acest capitol prezintă modul în care SBMC ajută la elaborarea unor strategii eficiente de stabilire a prețurilor pentru produse și servicii, în contextul antreprenoriatului social.

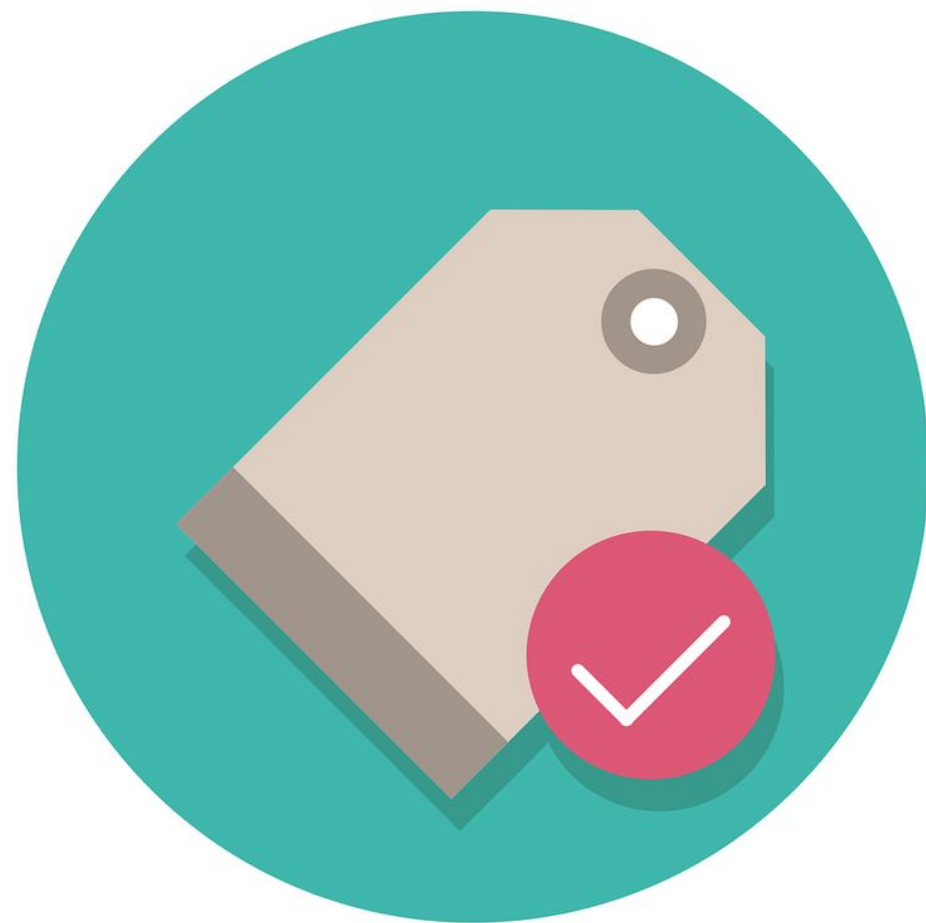
2.1 STABILIREA PREȚULUI SERVICIILOR UNEI AFACERI SOCIALE

Introducere

Stabilirea prețurilor produselor și serviciilor unei afaceri sociale necesită luarea în considerare a echilibrului delicat dintre sustenabilitatea financiară și impactul social.

Să analizăm diferite strategii și moduri de abordare în ce privește stabilirea prețurilor.

STABILIREA PREȚULUI SERVICIILOR



Modelul de afaceri sociale (Social Business Model Canvas – SBMC) este un instrument indispensabil pentru tinerii antreprenori, oferindu-le ghidare în gestionarea complexității stabilirii prețurilor, astfel încât acestea să fie aliniate atât cu obiectivele de profit, cât și cu cele de schimbare pozitivă.

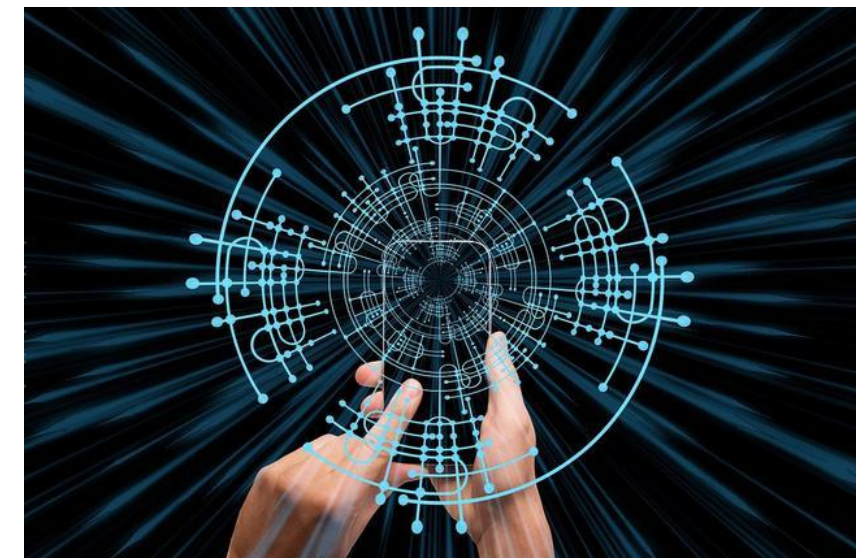
Așadar: Ce preț vei stabili pentru serviciile și produsele afacerii tale?

MODELE DE STABILIRE A PREȚULUI

Există mai multe modele de stabilire a prețurilor din care poți alege. Ele variază în funcție de complexitate și detalii. Obiectivul comun al fiecăruia este de a calcula costurile și de a stabili o valoare estimată a serviciilor și produselor.

Modelul 1: Cost plus

Modelul 2: Strategia de stabilire a prețurilor în 5 etape



Modelul 1: Cost plus

Acest model îți sugerează să calculezi toate costurile și apoi să adaugi un anumit procent de profit la suma totală. De obicei, marja de profit ar trebui să fie în jur de 20%, pentru a-ți permite să obții un surplus pe care să îl reinvestești în afacerea ta socială și să dezvolti noi produse sau servicii.

1. Calculează toate costurile asociate furnizării serviciului.
2. Determină marja de profit dorită.
3. Adaugă marja de profit dorită la costurile totale.
4. Stabilește prețul pentru serviciu pe baza sumei costurilor și a marjei de profit.

Întreabă-te: Clienții și consumatorii tăi își pot permite acest preț?

Modelul 2: Strategia în 5 etape

modelul de cost nr. 2

Pasul 1: Calculează toate costurile asociate cu serviciul tău, inclusiv costurile cu personalul și alte cheltuieli.

Pasul 2: Stabilește procentul costurilor generale, împărțind cheltuielile la vânzările brute și înmulțind cu 100.

Pasul 3: Decide care este tariful sau prețul dorit pentru respectivul serviciu.

Pasul 4: Calculează prețul folosind formula:

- $\text{Costuri} + \text{tarif} = \text{Preț fix de bază},$
- $\text{Preț fix de bază} * \text{procent de cheltuieli generale} = \text{Contribuție la cheltuielile generale},$
- $\text{Contribuție la cheltuielile generale} + \text{preț fix de bază} = \text{Preț fix final}.$

Pasul 5: Ajustează prețul pe baza analizei concurenței și a condițiilor de piață, asigurându-te că rămâne competitiv, acoperind în același timp costurile și generând profit. Nu uita să iei în considerare generarea impactului social în strategia ta de stabilire a prețurilor, în calitate de proprietar al unei întreprinderi sociale.

Considerente esențiale privind stabilirea prețurilor pentru afacerile sociale

Considerentul 1. Înțelegerea propunerii de valoare socială: tinerii antreprenori, care folosesc modelul Canvas, trebuie să cunoască și să înțeleagă valoarea socială unică pe care o oferă produsele sau serviciile lor.

Considerentul 2. Împărțirea clienților pe categorii pentru a permite stabilirea unor prețuri incluzive: ca întreprindere socială, trebuie să ai în vedere persoanele cărora te adresezi și să stabilești prețurile în consecință. Strategia de stabilire a prețurilor trebuie să fie incluzivă și să țină seama de capacitățile economice ale diferitelor grupuri de beneficiari.

Considerentul 3. Alege canalele potrivite pentru a transmite impactul social și a comunica prețurile: în procesul de stabilire a prețurilor, diferitele canale devin oportunități de a evidenția impactul social asociat cu produsele sau serviciile tale. Ca tânăr antreprenor, poți folosi o poveste captivantă pentru a explica valoarea și scopul prețului stabilit pentru serviciile tale.

Considerente esențiale privind stabilirea prețurilor pentru afacerile sociale

Considerentul 4. Resursele cheie și calitatea: Ca tânăr antreprenor, trebuie să identifiți care dintre resursele esențiale pentru generarea impactului social sunt importante în procesul de stabilire a prețurilor.

Considerentul 5. Stabilirea prețurilor pentru viabilitate și durabilitate: Strategia de stabilire a prețurilor trebuie să sprijine viabilitatea pe termen lung. Înțelegând cum veniturile contribuie la sustenabilitatea financiară și la obiectivele sociale, poți alege modele de prețuri care să asigure sănătatea financiară a afacerii, menținând totodată impactul său pozitiv..

Considerentul 6. Analiza cost-beneficiu pentru impactul social: În final, ca tânăr antreprenor social, este esențial să realizezi o analiză holistică cost-beneficiu care să meargă dincolo de simplul randament financiar. Această abordare te ajută să evaluezi și randamentele sociale generate de produsele sau serviciile tale.

2.2 EXEMPLU DE STABILIRE A PREȚURILOR

Introducere

Să considerăm un exemplu practic al unei întreprinderi sociale care oferă servicii educaționale comunităților defavorizate. Vom prezenta un proces de stabilire a prețurilor pas cu pas, utilizând principiile SBMC (Social Business Model Canvas).

În acest scenariu, întreprinderea socială se angajează să îmbunătățească accesul la educație de calitate într-un cartier cu venituri reduse.

Stabilirea prețurilor pas cu pas pentru o întreprindere socială

- **Pasul 1:** Stabilește obiectivele de impact social, vizând îmbunătățirea ratei de alfabetizare și a performanței academice în rândul copiilor din comunitate.
- **Pasul 2:** Identifică și clasifică beneficiarii, care, în acest context, sunt copiii cu vârste între 6 și 14 ani din comunitate și familiile cu statut socio-economic scăzut.
- **Pasul 3:** Alege canalele de furnizare a serviciilor, precum centrele de învățare extrașcolară din comunitate și colaborarea cu școlile locale pentru educație suplimentară.



Stabilirea prețurilor pas cu pas pentru o întreprindere socială

- **Pasul 4:** Analizează structura costurilor pentru impactul social pentru a identifica costurile operaționale, cum ar fi chiria pentru centrele de învățare, salariile educatorilor și cheltuielile cu materialele și resursele educaționale necesare. Nu uita să iei în considerare și alte costuri, cum ar fi instrumentele pentru evaluarea impactului sau taxele pentru programele de implicare a comunității.
- **Pasul 5:** Identifică resursele cheie necesare, cum ar fi educatorii calificați cu experiență în curriculum-ul local, care vor fi angajați și vor interacționa eficient cu materialele de învățare. Stabilește prețurile bazate pe calitate, având în vedere standardele educaționale și asigurându-te că oferă un curriculum bine structurat și o experiență de învățare eficientă.
- **Pasul 6:** Construiește relații solide cu beneficiarii prin organizarea de întâlniri periodice între părinți și profesori, pentru a înțelege nevoile specifice ale fiecărui copil și pentru a comunica transparent despre beneficiile educației în viitorul copiilor. Acest proces ar putea include oferirea unor opțiuni de plată flexibile, adaptate capacității financiare a fiecărei familii.

Stabilirea prețurilor pas cu pas pentru o întreprindere socială

- **Pasul 7:** Structura financiară adecvată pentru un impact pe termen lung: Stabilirea prețurilor trebuie să acopere costurile operaționale, căutând, în același timp, sprijin extern pentru inițiativele cu impact social.
- **Pasul 8:** Îmbunătățirea continuă și adaptabilitatea sunt esențiale. Acestea implică primirea regulată de feedback de la părinți și educatori, organizarea de evaluări periodice ale curriculumului, pentru a se alinia cu standardele educaționale în schimbare, monitorizarea ratelor de alfabetizare în rândul copiilor participanți și evaluarea posibilelor îmbunătățiri ale performanțelor lor școlare.
- **Pasul 9:** Implicarea comunității prin forumuri locale pentru a discuta și a actualiza structurile de tarificare, precum și pentru a lua decizii de colaborare privind programele de ajutor financiar și burse. Acest lucru ar trebui să se reflecte în strategia ta de stabilire a prețurilor, asigurându-te că prețurile reflectă valoarea adăugată a dezvoltării competențelor.

POT FI PROFITABILE ÎNTREPRINDERILE SOCIALE?



Ca în orice afacere, este necesar un surplus pentru a asigura viabilitatea financiară și a planifica extinderea viitoare. Un tânăr antreprenor social poate lua în considerare diverse abordări ale rentabilității. Analizează aceste opțiuni și aplică-le pe cele mai potrivite pentru afacerea ta.

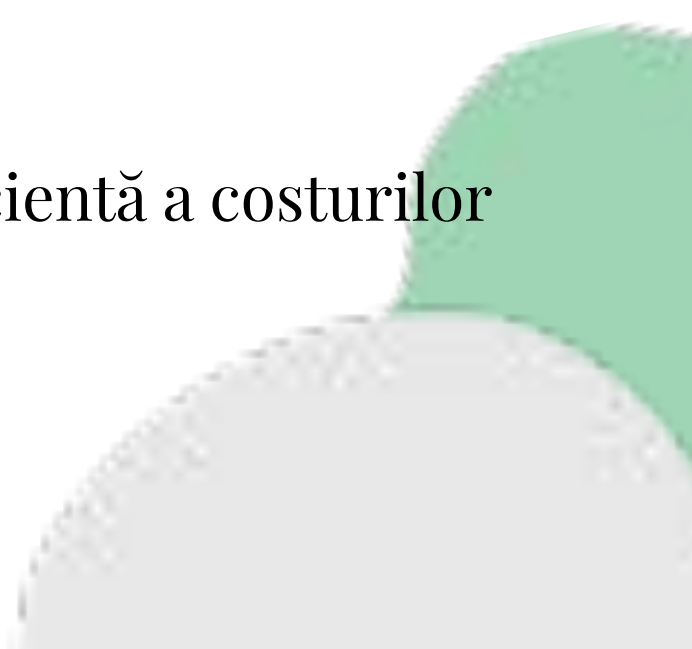
Cum pot să mă asigur că profitabilitatea afacerii mele sociale nu se rezumă doar la câștiguri financiare, ci contribuie și la crearea de schimbări pozitive durabile în comunitatea pe care o deservesc?

Cum pot combina strategii eficiente de stabilire a prețurilor cu modele inovatoare de venituri pentru a asigura succesul și impactul pe termen lung al întreprinderii mele sociale?

ȚINE CONT DE URMĂTOARELE:

- Colaborarea cu inițiativele guvernamentale pentru finanțare.
 - Oferirea de servicii de wellness premium pentru cei care își permit și subvenționarea serviciilor pentru persoanele cu venituri mici.
 - Promovarea protecției mediului prin turism ecologic și aplicarea unor taxe suplimentare pentru pachetele de turism ecologic. De asemenea, poți stabili parteneriate cu agenții de turism ecologic și dezvolta modele de împărțire a veniturilor cu comunitățile locale.
 - Oferirea de servicii de formare profesională și plasare pentru tinerii vulnerabili, cu perceperea de taxe de plasare de la întreprinderi și solicitarea de subvenții guvernamentale pentru inițiativele de formare profesională. De asemenea, poți dezvolta un model de venit sustenabil bazat pe poveștile de succes ale absolvenților.
- 

DIVERSIFICĂ-ȚI CANALELE DE VENITURI DUPĂ CUM URMEAZĂ:

- Oferă servicii premium celor care își pot permite, folosind veniturile pentru a subvenționa sau a oferi servicii gratuite celor aflați în situații vulnerabile.
 - Parteneriate cu întreprinderi sociale: Colaborează cu alte întreprinderi sociale sau clasice care au misiuni similare cu a ta, pentru a dezvolta inițiative comune și a obține beneficii reciproce.
 - Modele de investiții comunitare: Introdu programe de investiții comunitare prin care membrii comunității sau susținătorii pot investi în afacerea socială și pot primi beneficii.
 - Organizarea de evenimente sau campanii care nu doar să strângă fonduri, ci și să crească gradul de conștientizare și să angajeze comunitatea în misiunea ta socială.
 - Optimizarea costurilor operaționale, fără a compromite calitatea impactului social. Gestionarea eficientă a costurilor contribuie la sănătatea financiară generală a întreprinderii sociale.
- 



02 Ai ajuns la finalul modulului 2!

Acum este momentul pentru autoevaluare și exerciții.

02 Autoevaluare

Întrebarea 1: Care este obiectivul principal al unei întreprinderi sociale?

Întrebarea 2: Care dintre elementele modelului Canvas se concentrează pe modul în care o companie comunică cu clienții săi și le oferă valoare?

Întrebarea 3: De ce este esențial pentru o întreprindere socială să înțeleagă cu adevărat problemele sociale pe care intenționează să le abordeze?

Întrebarea 4: La ce se referă o propunere de valoare în cadrul unei întreprinderi sociale?

Întrebări 5: În contextul modelului Business Canvas, la ce se referă "Canalele"?

Întrebarea 6: Care dintre următoarele este un factor esențial în identificarea publicului țintă pentru o întreprindere socială?

02

Autoevaluare

Întrebarea 7: Care este scopul principal al activității practice "Cartografierea Canvas pentru o întreprindere socială"?

Întrebarea 8: De ce este importantă pentru un antreprenor social construirea unei rețele de sprijin?

Întrebarea 9: La ce se referă termenul "măsurare a impactului" în cazul unei întreprinderi sociale?

Întrebarea 10: Ce rol joacă inteligența emoțională în antreprenoriatul social?

Întrebări 11: Care dintre componentele a modelului Canvas implică selecția celor mai eficiente modalități de a ajunge la publicul țintă și de a interacționa cu acesta?

Întrebarea 12: De ce ar trebui ca antreprenorii sociali să fie atenți la aspectele juridice și etice?

Întrebarea 13: Ce implică termenul "segmentarea clienților" în contextul unei întreprinderi sociale?

02

Autoevaluare



Întrebarea 1: Care este obiectivul principal al unei întreprinderi sociale?

A. Maximizarea profiturilor pentru acționari

B. Abordarea problemelor sociale sau de mediu în paralel cu menținerea sustenabilității financiare

C. Generarea de venituri pentru câștig personal

D. Minimizarea costurilor în detrimentul impactului social

Întrebarea 2: Care dintre elementele modelului Canvas se concentrează pe modul în care o companie comunică cu clienții săi și le oferă valoare?

A. Segmente de clienți

B. Propuneri de valoare

C. Canale

D. Relațiile cu clienții

02

Autoevaluare



Întrebarea 3: De ce este esențial pentru o întreprindere socială să înțeleagă cu adevărat problemele sociale pe care intenționează să le abordeze?

- A. Pentru a atrage mai mulți investitori
- B. Pentru a construi credibilitate și încredere**
- C. Pentru a crea concurență
- D. Pentru a minimiza costurile

Întrebarea 4: La ce se referă o propunere de valoare în cadrul unei întreprinderi sociale?

- A. Beneficiile financiare pentru antreprenor
- B. Oferta unică care rezolvă o problemă socială
- C. Structura costurilor întreprinderii**
- D. Numărul de clienți vizați

02

Autoevaluare



Întrebări 5: În contextul modelului Business Canvas, la ce se referă "Canalele"?

- A. Metode de distribuție și comunicare**
- B. Publicul țintă al întreprinderii sociale
- C. Resursele financiare
- D. Structurile juridice

Întrebarea 6: Care dintre următoarele este un factor esențial în identificarea publicului țintă pentru o întreprindere socială?

- A. Restrângerea atenției la un singur grup demografic
- B. Ignorarea diverselor perspective
- C. Înțelegerea nevoilor și preferințelor diferitelor părți interesate**
- D. Bazarea exclusivă pe intuiție

02

Autoevaluare



Întrebarea 7: Care este scopul principal al activității practice "Cartografierea Canvas pentru o întreprindere socială"?

- A. Pentru a analiza studii de caz
- B. Pentru a exersa abilitățile de negociere
- C. Pentru a aplica Modelul Social Business Canvas (SBMC) la un scenariu ipotetic**
- D. Pentru a dezvolta inteligența emoțională

Întrebarea 8: De ce este importantă pentru un antreprenor social construirea unei rețele de sprijin?

- A. Pentru a crea concurență
- B. Pentru a spori implicarea în comunitate
- C. Pentru a avea acces la resurse, mentorat și oportunități**
- D. Pentru a evita obstacolele legale

02

Autoevaluare



Întrebarea 9: La ce se referă termenul "măsurare a impactului" în cazul unei întreprinderi sociale?

- A. Succesul financiar al întreprinderii
- B. Inteligența emoțională a antreprenorului
- C. Evaluarea și cuantificarea impactului social al întreprinderii**
- D. Numărul de parteneriate obținute

Întrebarea 10: Ce rol joacă inteligența emoțională în antreprenoriatul social?

- A. Este irelevantă pentru succesul unei întreprinderi sociale
- B. Ajută la gestionarea stresului, la dezvoltarea empatiei și la un leadership eficient**
- C. Este necesară doar pentru crearea de rețele
- D. Se referă în primul rând la gestionarea financiară

02

Autoevaluare



Întrebări 11: Care dintre componentele a modelului Canvas implică selecția celor mai eficiente modalități de a ajunge la publicul țintă și de a interacționa cu acesta?

- A. Fluxuri de venituri
- B. Resurse cheie
- C. Canale**
- D. Parteneriate cheie

Întrebarea 12: De ce ar trebui ca antreprenorii sociali să fie atenți la aspectele juridice și etice?

- A. Pentru a evita riscurile financiare
- B. Pentru a obține mai multe parteneriate
- C. Pentru a menține încrederea părților interesate și a respecta reglementările**
- D. Pentru a minimiza concurența

02

Autoevaluare



Întrebarea 13: Ce implică termenul "segmentarea clienților" în contextul unei întreprinderi sociale?

- A. Identificarea numărului total de clienți
- B. Categorizarea clienților pe baza datelor demografice, nevoilor și preferințelor**
- C. Selectarea celor mai profitabili clienți
- D. Ignorarea diversității bazei de clienți

RESURSE SUPLIMENTARE

- <https://www.the-sse.org/resources/starting/getting-your-pricing-right/> : Stabilirea corectă a prețurilor
- <https://www.youtube.com/watch?v=8aPGXqLZCSO> : Utilizarea Canvas pentru a crea un plan de afaceri pentru o întreprindere socială.
- <https://socialchangecentral.com/social-enterprise-resources/> : Diverse resurse pentru o întreprindere socială.
- Modele de afaceri sociale: <https://vanilla.higherlogic.com/blog/social-business-definition/>
- <https://gusto.com/resources/articles/business-finance/pricing-services>
- <https://www.the-sse.org/resources/starting/getting-your-pricing-right/>
- Model Canvas PDF: Social Business Model Canvas, <https://socialbusinessmodelcanvas.swarthmore.edu/>
- <https://socialenterpriseinstitute.co/>
- <https://socialbusinessmodelcanvas.swarthmore.edu/>
- <https://socialbusinessdesign.org/what-is-a-social-business-model-canvas/>
- <https://alexosterwalder.com/>
- https://www.eurofound.europa.eu/system/files/2015-04/ef1507en1_o.pdf

Ai finalizat modulul

02

Te-ai uitat și la celelalte module și ghiduri?

Module

01 Introducere în SDG

02 Modelul de afaceri sociale Canvas și stabilirea prețurilor

03 Rețele și comunicare

04 Marketing digital și social media

Ghiduri

01 Degradarea mediului înconjurător în afaceri

02 Egalitatea de gen în afaceri

03 Instrumente digitale în industria 4.0 și 5.0

Modelarea spiritului antreprenorial în noua societate digitală

Pentru mai multe informații, accesați:

<https://suse-theproject.eu/>



Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.