

3.3. Istraživanje tržišta i dodana vrijednost studentske ideje

3.3.1. Istraživanje tržišta i dodana vrijednost: Uvod



e-modul 3: Uspostavljanje (Socijalno) Poduzetništva
i razvojnih kooperacija
Listopad 2021



Istraživanje tržišta i dodana vrijednost: Uvod (1)



➤ Što je istraživanje tržišta?

Istraživanje tržišta bavi se pronalaženjem informacija o veličini i tendencijama određenog tržišta. Istraživanje tržišta podrazumijeva sustavno prikupljanje, uređivanje, analizu i tumačenje informacija koje pružaju rješenja problema i direktno su vezane za odluke koje imaju ključnu ulogu u poslovanju.

Tijekom istraživanja tržišta nameće se mnoštvo različitih pitanja kao što su:

- **Tko** kupuje, odnosno tko prodaje?
- **Što** kupuju potrošači, a što prodaju prodavači?
- **Gdje** kupci kupuju, gdje prodavači prodaju (mjesto kupnje i prodaje)?
- **Kada** (i koliko redovito) kupci kupuju, odnosno kada prodavači prodaju?
- **Kako** potrošači kupuju, kako prodavači prodaju (kriteriji, metode kupnje/prodaje)?
- **Zašto** kupci donose određene izbore i kako na njih reagira konkurencija?



Istraživanje tržišta i dodana vrijednost: Uvod (2)

- Ključni čimbenici istraživanja tržišta su:

Veličina tržišta

Struktura
tržišta

Tržišni udjeli

Tržišni
trendovi

Ponašanje
kupaca

Konkurencija

U početnoj fazi socijalne tvrtke u razvoju, istraživanje tržišta može podržati izgradnju marke i ponuditi konkurentsku prednost

ZAŠTO?

Jer što više znate o tržištu, to ćete bolje moći identificirati rizike i prilike koji mogu uvelike utjecati na vaše poslovanje.



Istraživanje tržišta i poslovna strategija



<p>Novi proizvodi na postojećim tržištima:</p> <p>Istraživanje tržišta može otkriti spremnost (a time i mogućnost) postojećeg tržišta za usvajanje novih proizvoda</p>	<p>Novi proizvodi na novim tržištima:</p> <p>Istraživanje tržišta može istaknuti neotkrivene potrebe kupaca i pružiti znanje o tržištima s kojima niste upoznati.</p>
<p>Postojeći proizvodi na postojećim tržištima:</p> <p>Istraživanje tržišta može izmjeriti zadovoljstvo kupaca i pomoći vam da redizajnirate proizvod kako bi on i dalje bio konkurentan na tržištu</p>	<p>Postojeći proizvodi na novim tržištima:</p> <p>Istraživanje tržišta može vam pomoći u pronalaženju novih tržišta na kojima postojeći proizvodi mogu procvjetati.</p>

Kako da razviti učinkovitu *marketinšku strategiju*



➤ Zapamtite slijedeće **4 stvari**

- ❑ **Proizvod:** Istraživanje tržišta može pokazati stavove i ponašanja kupaca prema određenim proizvodima. Ti se podaci mogu dobiti iz upitnika, fokus grupa, komentara korisnika itd.
- ❑ **Cijena:** Istraživanje tržišta, koje u ovom slučaju ima oblik istraživanja cijena, može istražiti jednostavna pitanja kao što su: "*Kolika je vjerojatnost da će kupac kupiti određeni proizvod po ovoj specifičnoj cijeni?*" ili složenije poput "*Kako kvalitativne karakteristike odgovaraju cijeni proizvoda?*"
- ❑ **Promocija:** Istraživanje tržišta može podržati sve aspekte promocije proizvoda, od razvoja ideja za promociju do procjene učinkovitosti reklama.
- ❑ **Mjesto:** Istraživanje tržišta može pratiti optimalni tržišni put koji proizvod treba slijediti (Kalogerou, 2021).



Glavna misija poduzeća je stvaranje vrijednosti, što znači povećanje "raspoloživog bogatstva u gospodarstvu" kroz produktivna poduzeća (Borello, Bottollier-Depois & Hazard, 2012.)

Što je dodana vrijednost? (1)

Dilema koja se ovdje javlja je sljedeća:

Imaju li stvari vrijednost jer koštaju? Ili koštaju li stvari zato što imaju vrijednost?

- ❑ U većini ekonomskih teorija vrijednost imovine ili usluge razlikuje se po cijeni i ona je definirana na temelju pregovora.
- ❑ Na potpuno konkurentnom slobodnom tržištu:
 - proizvođači prihvaćaju cijenu robe kada je veća ili jednaka trošku proizvodnje (vrijednost njihovog rada) i,
 - potrošač će prihvatiti cijenu kada je niža ili jednaka procijenjenom kapacitetu zadovoljstva proizvodom (cijena u upotrebi).

Vrijednost se definira kao djelo kroz koju je objekt učinak proizvodnog djelovanja ili proizvod ljudskog rada (Dussel, 2014.)



Što je dodana vrijednost? (2)

Razlika između rada jedne osobe i potrebe druge, kroz materijalno posredovanje u obliku proizvoda, može se smatrati stvorenom vrijednošću i predstavlja temelje ekonomskih odnosa.

Na primjer:

znamo da do 20^{tog} stoljeća, ideja ekonomskog svijeta nije imala nikakve veze s socijalnim svijetom. Ako je tvrtka nastojala zaraditi, uopće nije bilo potrebno brinuti o dobrobiti društva. Ekonomski svijet je dugo već orjentiran na profit. Te su ideje bile suprotne idejama socijalnog, podržavajućeg ili ekološkog svijeta.



Što je Socijalna vrijednost?

- Glavni utjecaj socijalnih poduzeća i inovativnih inovacija odrazit će se:
 - u povećanju individualnih kapaciteta,
 - kvalitetnijih odnosa među ljudima i,
 - razvoju temeljnog kapitala.

Ovo zovemo **socijalna vrijednost**, vrijednost koja je još čvršće povezana s percepcijom pojedinaca i situacijom kroz koju prolaze, njihovim idejama, njihovom vizijom i moralom. .



Praktična aktivnost

1

Što će vam trebati:

- Komad papira
- Kemijska olovka
- Bilo koji materijal za bilježenje koji vam se sviđa (flomasteri, naljepnice, markeri itd.

3

Rasprava

- Koje su prednosti i nedostaci istraživanja tržišta?*
- Kako istraživanje tržišta može pomoći socijalnoj tvrtki u razvoju?*
- Što dodana vrijednost znači za socijalno poduzetništvo?*
- Može li istraživanje tržišta dodati više vrijednosti socijalnom poduzetništvu? Kako?*

Upute:

- Podijelite se u manje grupe.
- Svaka skupina treba zapisati svoje odgovore i prezentirati ih ostalim skupinama.
- Zatim će se održati grupna rasprava/brainstorm o iznesenim odgovorima i idejama.

2



TRAIN-CE-FOOD projekt

<https://traincefood.si/hr/home-english>

Autor: Maria Dalakoura (Institute of Entrepreneurship Development, IED)

mdalakoura@ied.eu

Ovaj projekt sufinancirala je Europska komisija, Opća uprava za unutarnje tržište, industriju, poduzetništvo i mala i srednja poduzeća. GA: SI2.823699.

Ova publikacija odražava samo stavove autora i suradnika, a Komisija se ne može smatrati odgovornom za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njoj.

