

2025 M. VEIKLOS ATASKAITA

VšĮ „Ištiesk pagalbą ranką“,
Socialinės dirbtuvės DC
„Laimės žiburys“

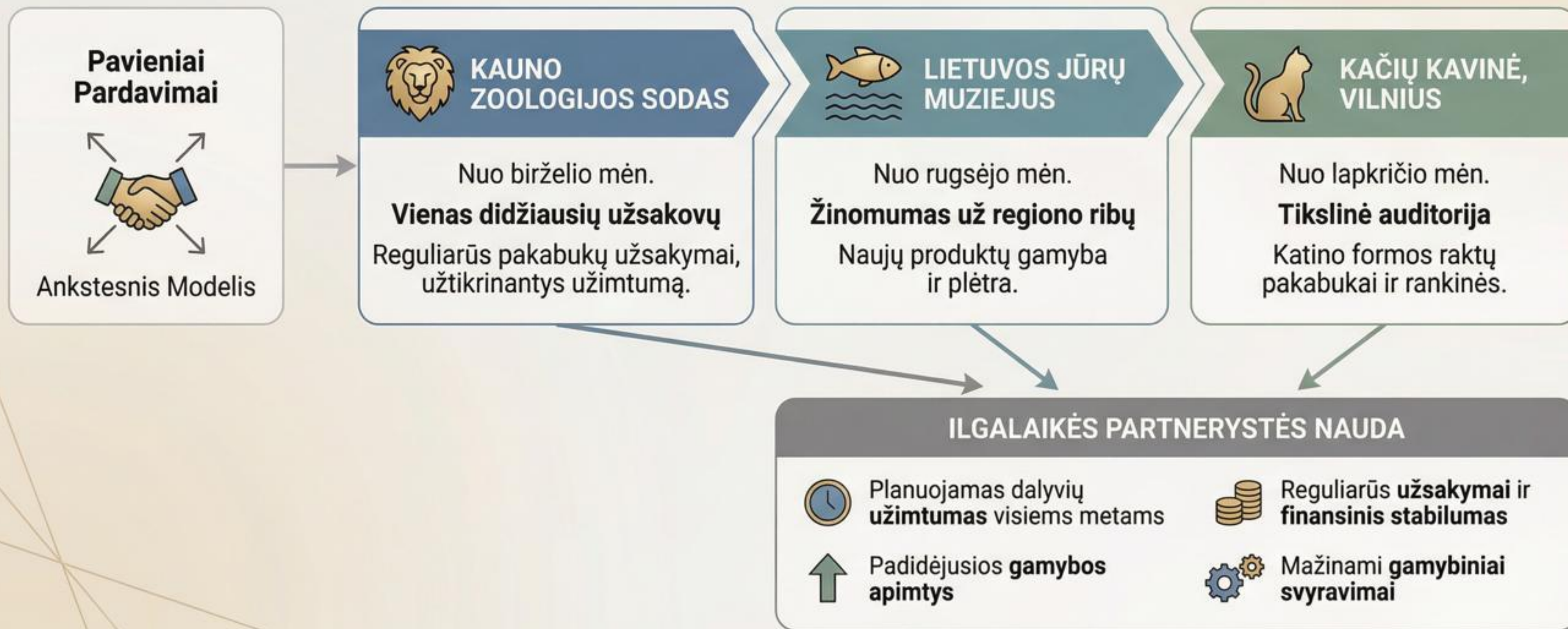
Laikotarpis: 2025 m.

Finansinis Augimas. Strateginės Partnerystės. Socialinis Poveikis.



STRATEGINĖS PARTNERYSTĖS: PERĖJIMAS PRIE TVARIŲ VERSLO RYŠIŲ (B2B)

Perėjome nuo pavienių pardavimų prie tvarių verslo ryšių. Užmezgėme tris ilgalaikes partnerystes, kurios keičia mūsų veiklą.



2025 M. VEIKLOS ATASKAITA

STRATEGINĖS PARTNERYSTĖS

Laikotarpis: 2025 m.

3. STRATEGINĖS PARTNERYSTĖS. 2025-aisiais perėjome nuo pavienių pardavimų prie tvarių B2B (verslas-verslui) santykių. Užmegztos trys esminės partnerystės, kurios patvirtina mūsų gaminių kokybę:



KAUNO ZOOLOGIJOS SODAS (nuo birželio mėn.)

Tapo vienu didžiausių užsakovų. Reguliarūs, pakabukų užsakymai, užtikrina dirbtuvių užimtumą.

- Nuolatiniai pakabukai, užtikrina mėnesines apimtis.



LIETUVOS JŪRŲ MUZIEJUS (nuo rugsėjo mėn.)

Mūsų gaminiai pasiekė pajūrį, taip plečiant žinomumą už regiono ribų. Ir nuo kitu metu pradesim gaminti jiems produktus.

- Produktai pasiekė pajūrį, 2026 m. planuojama plėtra.



KAČIŲ KAVINĖ, VILNIUS (nuo lapkričio mėn.)

Metų pabaigoje startavusi partnerystė, orientuota į tikslinę gyvūnų mylėtojų auditoriją. T.y katino formos raktų pakabukai ar rankinės.

- Specializuota gyvūnų mylėtojų auditorija, išbandėme naują katalogą ir gavome greitą rinkos grįžtamąjį ryšį.

4. SOCIALINIS POVEIKIS IR DALYVIŲ PAŽANGA

Didžiausia sėkmė matuojama ne eurai, o pokyčiais žmonėse.

Visapusiškas įsitraukimas



Procesas „Nuo A iki Z“. Asmenys su negalia dalyvauja visame gamybos cikle: nuo žaliavų (odos) parinkimo, spalvų derinimo iki gamybos ir estetiško supakavimo.

Augantis meistriškumas



Dalyviai įgijo pasitikėjimo savimi ir patobulino smulkiąją motoriką. Ženkliai sumažėjo gamybinio broko kiekis, taupomi ištekliai.

Motyvacija ir integracija



Matydami parduotus gaminius mugėse, dalyviai jaučiasi reikalingi ir vertinami visuomenės nariai. Tai stiprina jų motyvaciją ir socialinę integraciją.

SOCIALINIS POVEIKIS IR DALYVIŲ PAŽANGA

Investicija į žmones kuria ilgalaikę vertę: nuo gamybos efektyvumo iki asmeninio augimo.

1. VISAPUSIŠKAS DALYVAVIMAS



- Procesas "Nuo A iki Z": medžiagų atranka, gamyba, pakavimas.

2. GAMYBOS EFEKTYVUMAS IR KOKYBĖ



- Mažesni kaštai, didesnė kokybė, ženkliai mažiau broko.

3. REALIŲ ĮGŪDŽIŲ UGDYMAS



- Profesinių įgūdžių ir meistriškumo augimas.

4. ASMENINIS AUGIMAS IR ATEITIS



- Auganti savigarba, motyvacija ir pasirengimas darbo rinkai.

Šis ciklas ne tik didina dirbtuvių veiklos efektyvumą, bet ir kuria pamatuojamą, ilgalaikį socialinį poveikį kiekvienam dalyviui.

TVARUMAS IR EKOLOGIJA

Atsakingas požiūris į aplinką tapo neatsiejama gamybos dalimi.



JOKIO PLASTIKO

- 2025 m. visiškai atsisakėme plastikinių pakuočių.
- Naudojame tik popierinius maišelius.



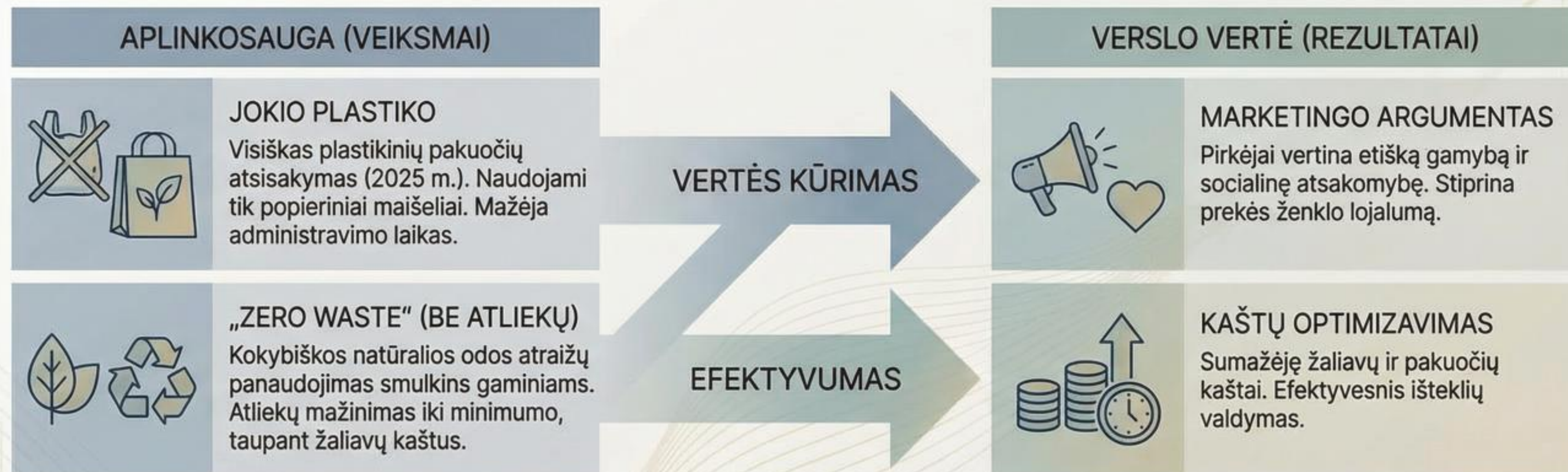
„ZERO WASTE“ (BE ATLIEKŲ)

- Gamyboje naudojama kokybiška natūrali oda.
- Siekiame sunaudoti kiekvieną atraižą (pvz., smulkiems pakabukams), taip mažindami atliekų kiekį iki minimumo.

Toks modelis mažina aplinkos apkrovą ir didina išteklių naudojimo efektyvumą.

TVARUMAS IR EKOLOGIJA: KONKURENCINIS PRANAŠUMAS

Aplinkosauga kaip verslo strategija



EKOLOGIJA = KONKURENCINIS PRANAŠUMAS

Tvarumas tapo neatsiejama įmonės vertybe, užtikrinančia ilgalaikę sėkmę rinkoje.

6. KOMUNIKACIJA IR RINKODARA

VšĮ „Ištiesk pagalbos ranką“, Socialinės dirbtuvės DC „Laimės žiburys“

Įrašai, kuriuose rodomi dalyvių veidai ir gamybos užkulisiai, generuoja didžiausią pasiekiamumą ir įsitraukimą.

Auditorija perka ne tik produktą, bet ir istoriją – taip tampa socialinės integracijos dalimi.

Reguliarus turinys padėjo auginti sekėjų bendruomenę ir didinti srautą į muges bei elektroninę parduotuvę.



EMOCINIS RYŠYS IR VERTĖ



Pirkėjo sprendimą lemia emocinis ryšys: žinodami, kad už produktą atsakingi žmonės su negalia, vartotojai jaučiasi prisidedantys prie pokyčio. Ši vertė leidžia išlaikyti vidutinę kainą ir mažinti kainų spaudimą, nes istorija tampa svarbesnė nei papildomas nuolaidos procentas.

ATEITIES PERSPEKTYVOS

2026 METŲ TIKSLAI IR PLĖTRA



PARTNERYSTĖS IR GAMYBOS APIMTYS

Išlaikyti esamas strategines B2B partnerystes (Kauno zoologijos sodas, Lietuvos jūrų muziejus, Kačių kavinė).

Didinti gamybos apimtis ir efektyvumą, neauginant sąnaudų.



DALYVIŲ INTEGRACIJA IR NAUJI PRODUKTAI

Didinti dalyvių įsitraukimą į sudėtingesnius gamybos etapus, apimant visą ciklą.

Diegti naujus gaminius pagal individualius užsakovų poreikius.



KOKYBĖS KONTROLĖ IR EFEKTYVUMAS

Stiprinti vidinę kokybės kontrolę, kad gamybinis brokas išliktų minimalus.

Optimizuoti procesus, siekiant didesnio dalyvių meistriškumo ir tvarumo.



Tikslas 2026 metams: Stipri bendruomenė, tvari gamyba ir augantis socialinis poveikis.