

Imię i nazwisko studenta: **Grupa Szkolny Klub Przedsiębiorczych** grupa: **Grupa J**

Nauczany przedmiot: **WOS** Szkoła: **Gimnazjum nr 1 im. Józefa Wybickiego** Miejscowość: **Lębork**

Nazwa sprawozdania: **Sprawozdanie z modułu 2 - Badanie rynku**

Tytuł sprawozdania: **Badanie rynku i konkurencji.**

Badania rynku i konkurencji

Waszym zadaniem w tym module jest przeprowadzenie badań rynku i konkurencji oraz analiza wyników tych badań pod kątem oceny waszych wcześniejszych założeń dotyczących waszej firmy.

Zanim zaczniecie wypełniać formularze to pobierzcie i przeczytajcie NaCoBeZu dla uczestnika, czyli na co będzie zwracał uwagę mentor oceniając wypełnione przez was sprawozdanie.

CZĘŚĆ I. PRZYGOTOWANIE DO BADAŃ

1. Opiszcie dokładnie, czym będzie zajmować się wasza firma. Opiszcie ją szerzej niż w poprzednim sprawozdaniu z modułu 1.

Nasza działalność to sklep - SKATESHOP w centrum miasta oraz prowadzenie sprzedaży w formie internetowej. Sprzedawać będziemy sprzęt sportowy (snowbordy, buty, koszulki, czapki, bluzy, spodnie, kurtki, koszule, plecaki, torby, deskorolki i różnego rodzaju akcesoria- kaski, ochraniacze,grip,montażówki,kółka,łożyska,blaty) Sprowadzać będziemy również towar zgodnie z oczekiwaniami i upodobaniami klienta.

Wyjdziemy również z propozycją organizowania różnego rodzaju imprez o charakterze rekreacyjno-sportowym,nauką wyczynowej jazdy na deskorolce (szkółka),zajmiemy się również organizowaniem zawodów, organizowaniem w sposób aktywny czasu wolnego dla dzieci i młodzieży.

2. W kilku zdaniach opiszcie produkty lub usługi, które planujecie oferować. Jakie są cechy wyróżniające wasz produkt lub usługę na rynku (dlaczego klienci wybiorą właśnie ten produkt lub usługę)?

SKATESHOP będzie prowadził sprzedaż produktów dobrej jakości, zarówno polskich i zagranicznych producentów. Cena będzie konkurencyjna. Każdy klient znajdzie coś dla siebie. Młodzież zwraca uwagę na dobrą jakość towaru, kieruje się nowymi trendami, ważna jest dla nich moda, więc będzie dążyła do zaopatrzenia się w sprzęt dobrej jakości oraz w odpowiednie akcesoria i ubiór- lubią nadażać za modą.

Świadczone usługi mające na celu organizowanie imprez o charakterze rekreacyjno- sportowym będą okazją do uprawiania sportu, aktywnego spędzania czasu wolnego, urozmaicenia zajęć w ramach wychowania fizycznego, rozwijanie sprawności fizycznej, zaspokojenia potrzeby współzawodnictwa, ciekawości, rozładowania energii u dzieci i młodzieży, znalezienia sposobu na nudę. Według naszej opinii nasi potencjalni klienci, którzy często są niedowartościowani,mają niską samoocenę, nie potrafią zaistnieć w grupie, spędzają zbyt dużo czasu przed

telewizorem lub przy komputerze będą mogli poprzez tę formę usług wzmocnić swoją samoocenę, znaleźć radość i satysfakcję z uprawiania ekstremalnych sportów, pokazać swoją prawdziwą naturę ryzykanta. Ambitniejsi będą starali się rozwijać swoje umiejętności, pracować nad sobą, propagować aktywny styl życia.

3. Określcie, jaki jest wasz rejon działania. Czy będziecie prowadzić sprzedaż lub oferować usługi tylko we własnej miejscowości, w całym regionie, czy też firma będzie miała zasięg ogólnopolski?

Początkowo SKATESHOP będzie na terenie naszego miasta. Sprzedaż internetowa ogólnodostępna w kraju i poza granicami. działalność rekreacyjno- sportowa początkowo dla powiatu łęborskiego. W niedalekiej przyszłości założymy sieć sklepów w województwie pomorskim, później wyjdziemy poza. Również organizacja imprez rekreacyjno- sportowych, nauka będzie ofertą ogólniedostępną niezależnie od rejonu. W momencie zainwestowania w reklamę planujemy wyjść naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom w całym kraju.

4. Wskażcie i opiszcie w kilku zdaniach waszych klientów, czyli podajcie cechy takie, jak wiek, płeć, stan cywilny, miejsce zamieszkania, zatrudnienie, wykształcenie, dochody, zainteresowania i najważniejsze ich potrzeby; opis przygotujcie dla dwóch grup klientów (grup docelowych).

Nasza oferta będzie głównie skierowana do dzieci i młodzieży, co nie znaczy, że nie będziemy gotowi również sprostać oczekiwaniom starszej grupie wiekowej, np. rodzice dzieci. W związku z tym, że Łębork jest raczej sypialnią Słupska czy Gdańska lub bardziej kojarzony jako miasto położone niedaleko Łeby postaramy się zmienić ten wizerunek i wyciągnąć ludzi z domu propagując zdrowy i aktywny styl życia przy niewielkich nakładach finansowych. Płeć nie jest ważna, choć raczej w zdecydowanej większości będą to chłopcy, młodzi mężczyźni.

5. Zastanówcie się również, z jakich mediów najczęściej korzysta wasza grupa docelowa. Wymieńcie dwa przykłady mediów, np. internet, prasa, radio, telewizja, z których korzystają wasi potencjalni klienci, tutaj też podajcie dokładnie np. nazwy czasopism, strony www.

Nasza grupa docelowa najczęściej korzysta z internetu- strony- boardnews.pl, andergrand.pl, infomagazine.pl i telewizji- programy sportowe, mecze, zawody, seriale, programy muzyczne. Młodzież sporo czasu spędza przy komputerze- korzysta z komunikatorów.

CZĘŚĆ II. BADANIA RYNKU I KONKURENCJI

6. Podajcie dane dotyczące struktury ludności w regionie, gdzie zamierzacie sprzedać produkty i usługi.

Zebrane dane powinny dotyczyć: średniego poziomu zarobków w danym regionie, liczby mieszkańców, struktury wieku i płci, ich potrzeb i zainteresowań związanych z waszym biznesem oraz wszelkich inne dane, które uda się wam znaleźć o swoich potencjalnych klientach, a uważacie za przydatne dla was.

Uwaga: Napiszcie również źródła, z których korzystaliście pozyskując te dane np. konkretne tytuły raportów, strony www, itp.

Średnia wysokość zarobków: 2887 PLN

Liczba mieszkańców: 36405 osób

- w tym mężczyźni: 17598

- w tym kobiet: 18807

• **Struktura wieku dla miasta Lęborka**

Przedprodukcyjny	Produkcyjny	Poprodukcyjny
20,24 %	64,35 %	15,41 %

Inne dane :

Powierzchnia: 17.86 km²

Gęstość zaludnienia: • 1944.4 osób/km²

Najbliższe minimum 200-tysięczne miasto: Gdynia

Źródło danych :

www.dane-miast.pl

Liczba dzieci i młodzieży w lęborskich szkołach podstawowych i gimnazjach- 3 473 uczniów, szkołach ponadgimnazjalnych z powiatu lęborskiego- 3 067, dzieci i młodzież z gmin wchodzących w skład powiatu lęborskiego (Łeba, Wicko, Cewice, Nowa Wieś Lęborska)- 2 446 uczniów.

Łącznie- 8 986 potencjalnych

klientów.

Źródło

danych: www.Lęborknaszemiesto, www.natablicy.pl

7. Opiszcie na podstawie zdobytych danych „zza biurka”, jak najdokładniej waszą grupę docelową, czyli waszych potencjalnych klientów.

Naszymi klientami, grupą docelową będą dzieci w wieku przedszkolnym, wczesnoszkolnym, młodzież szkół gimnazjalnych i podgimnazjalnych. Mamy nadzieję, że uda nam się również zainteresować naszą ofertą osoby w wieku produkcyjnym - rodziców (ojców), którzy będą w sposób aktywny spędzać z dziećmi wolny czas, zaszczepiać w dzieciach i młodzieży pasję sportową, propagować zdrowy styl życia, "zabić" nudę, rozładować energię drzemącą w dzieciach i młodzieży, rozwijać sprawność i kondycję fizyczną.

8. Przedstawcie projekt ankiety, którą przeprowadzicie wśród waszych potencjalnych klientów.

Ankieta dla uczniów gimnazjum

Szanowna koleżanko, kolego!

Na całym niemal świecie, również w Polsce, hasło „ sporty ekstremalne” robią coraz większą karierę. Coraz więcej ludzi gotowych jest robić bardziej ryzykowne rzeczy, które traktowane są w kategoriach sportu. Jeśli odpowiesz na nasze pytania zawarte w ankiecie będziemy mogli wyjść naprzeciw Twoim oczekiwaniom, poznać Twoje upodobania, zachęcić Cię do uprawiania skateboardingu

Wybraną odpowiedź zaznacz krzyżykiem (możesz wybrać więcej niż jedną odpowiedź), podkreśl, a w pytaniach otwartych wpisz odpowiedź w wykropkowane pola.

1. Wymień Twoje trzy ulubione dyscypliny sportu.....
2. Czy uprawiasz sport? Jeśli tak, to jaki:

3. Jakie określenie najbardziej pasuje do Ciebie.

- zrównoważony
- asekurant
- ryzykant

4. Czy podobają Ci się sporty ekstremalne? Tak / Nie

Nie 6 wyczynowo na deskorolce? 5 Czy chciałbyś/chciałybyś uprawiać sporty ekstremalne Tak/ Nie 6 Czy chciałbyś/ chciałybyś nauczyć się jeździć

7 Kto lub co mogłoby mieć największy wpływ na Twoje zainteresowanie skateboardingiem? Tak / Nie

- rodzice
- koledzy
- rodzeństwo
- internet
- sklep ze sprzętem do uprawiania skateboardingu
- moda
- filmy
- imprezy o charakterze rekreacyjno- sportowym
- szkołka wyczynowej jazdy na deskorolce

8. Co mogłoby skłonić Cię do jazdy na deskorolce:

- chęć współzawodnictwa
- chęć zaimponowania innym
- ciekawość
- nuda
- chęć poprawienia sprawności fizycznej
- potrzeba rozładowania energii
- chęć wyróżnienia się
- potrzeba ruchu

9 Czy byłbyś/byłabyś zainteresowana kupnem sprzętu do uprawiania skateboardingu- Tak / Nie

10 Czy korzystasz z usług sklepów internetowych Tak / Nie

11 Czy uczestczyłbyś/ uczestniczyłybyś w imprezach charakterze-rekreacyjno sportowym skateboardingu, jeśli miałbyś, miałybyś taką możliwość?- Tak / Nie

Za wypełnienie ankiety dziękuje

Grupa Młodzi Przedsiębiorczy

9. Przeprowadźcie ankietę z 5 przedstawicielami wybranej wcześniej grupy docelowej. Opiszcie, kiedy, jak i gdzie zostały przeprowadzone.

Badania zostały przeprowadzone 4 marca 2013r. w naszej szkole. Ankietowaniu poddano 30 uczniów klasy II gimnazjum, zarówno chłopcy i dziewczęta. Ankieta była anonimowa, nasi koledzy potraktowali ją bardzo poważnie, rozumieli pytania, rzetelnie na nie odpowiedzieli.

10. Opiszcie firmy konkurencyjne, które sprzedają te same dobra/usługi co i wy.

W naszym mieście są dwa sklepy sportowe: Mistral i Sizeer. Nie ma SKATESHOPU. Sklepy sportowe zajmują się sprzedażą sprzętu sportowego i odzieży sportowej (skutery, rowery, piłki, sprzęt do ćwiczeń siłowych, obuwie sportowe, odzież).

Sprzęt do uprawiania skateboardingu jest bardzo ubogi (niewyekspozowany- trudno na niego zwrócić uwagę), nie ma wyboru, sprzęt jest niskiej jakości- bardziej dla małych dzieci do zabawy. Cena według nas wygórowana.

11. Scharakteryzujcie w kilku zdaniach ofertę konkurencji. Zwróćcie uwagę na ceny produktów i usług oferowanych przez firmy konkurencyjne.

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

CZĘŚĆ III. WYNIKI I ANALIZA BADAŃ**12. Po wykonaniu ankiety usystematyzujcie ją, zbierzcie odpowiedzi razem. Przedstawcie wyniki waszych badań. Napiszcie przynajmniej 2 wnioski, jakie z nich wynikają.**

1. Uczniowie interesują się sportami ekstremalnymi, również skateboardingiem.
2. Chętnie podjęliby się nauki jazdy na deskorolce w formie wyczynowej, zapisaliby się do szkoły, jeśli taka powstałaby w naszym mieście, uczestniczyliby w imprezach rekreacyjno- sportowych z tej dyscypliny sportu.
3. Chętnie korzystają z usług sklepów internetowych.

13. Opiszcie, wasze wnioski z waszych badań.

Powinny się one odnosić do danych uzyskanych zarówno podczas badania „zza biurka” (zbieranie danych statystycznych, informacji o konkurencji) oraz badania w terenie (badań ankietowych, wywiadów, waszych obserwacji).

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

14. Czy przeprowadzone badania rynku wpłynęły na zmianę waszych początkowych założeń dotyczących profilu waszej firmy, jej oferty, czy strategii działania? Jeśli tak, tak to w jaki sposób i na które elementy? Co postanowiliście zmienić lub dopracować w stosunku do swoich wstępnych planów dotyczących waszego przedsiębiorstwa?

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

15. Wypiszcie jak najwięcej wniosków, które jak uważacie będą wam szczególnie przydatne do zrealizowania kolejnych etapów projektu i stworzenia strategii marketingowej waszej firmy.

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

Komentarze:

06-04-2013 moduł 2



hej,

wasza ankieta jest super, bardzo nam się podoba, fajne są również wasze badania "zza biurka" gratulujemy!

zapraszamy na naszego bloga <http://mademoisellejuliett.blogspot.com/>

POZDRAWIAMY

BlackBerry Team :)

Grupa Black Berry
Team

14-04-2013 **Komentarz**



Hej!

Spółka Enemy-shop jest już zarejestrowana, założyliście jej konto – możecie zaczynać pracę. W tym module zajęliście się zebraniem danych potrzebnych do jej zaplanowania. Poniżej postaram się Wam napisać, które elementy badania rynku udały się Wam, a nad którymi warto się zastanowić.

Co jest udane?

- **Dokładność opisu działalności.** Z pierwszego sprawozdania dowiedziałem się, w jakiej branży będziecie działali i jaki jest Wasz ogólny pomysł na biznes. Teraz wiem, co dokładnie zamierzacie oferować i czym chcecie się wyróżnić na rynku. Jesteście na tyli dokładni, że właściwie mógłbym ukraść Wasz pomysł ;-)

Na poważnie: opisaliście Waszą działalność szczegółowo, poprawnie językowo. To bardzo ważne, że potraficie zaprezentować to, co będziecie robili: dzięki temu np. bank będzie mógł Wam udzielić kredytu albo będziecie mogli się starać o dotacje z UE. Najważniejsze jest jednak to, że dzięki spisaniu Waszego pomysłu staje się on bardziej konkretny, namacalny. To z kolei może być dla Was punktem odniesienia w momentach, w których nie będziecie wiedzieli jak dalej prowadzić Wasz biznes.

- **Zebrane dane ogólnodostępne.** Obecnie żyjemy w czasach, w których ogromna ilość danych jest dostępna za darmo w internecie – wyzwaniem jest znalezienie danych, które są przydatne akurat w realizowanym przez nas celu. Wy takie dane znaleźliście i przedstawiliście w przystępnej formie.

- **„Biały wywiad”.** Biały wywiad to wywiad (taki, jaki robią służby wywiadowcze, a nie dziennikarze ;-)) przeprowadzony na jawnych danych. Wy taki wywiad przeprowadziliście badając konkurencję. Poznanie przeciwnika powinno Wam dać przewagę nad nim: wiecie coś, czego oni nie wiedzą (bo Was jeszcze nie ma). Teraz możecie lepiej dopasować swoją ofertę – tak, żeby ich

pobić.

• **Odniesienie wyników badań do Waszej działalności.** To jest najważniejszy element badania: nic po wynikach nawet najlepszego badania, jeśli nie płyną z nich wnioski. Wy te wnioski wyciągnęliście, przez co naprawdę zakończyliście ten etap pracy nad firmą. Dobra robota!

Co i jak powinniście dopracować?

• **Do kogo chcecie trafić.** Byliście niezdecydowani: czy skupić się na wąskiej grupie czy pójść w kierunku „zaspokajania potrzeb wszystkich”. Nie ma nic złego w wymyśleniu produktu, który byłby dobry dla wszystkich. Ale zwykle do różnych grup trafiają różne rzeczy. Na przykład, chcąc trafić z cukiernią (to przykład) do osób starszych można ją reklamować jako spokojne miejsce, z naturalnymi produktami. Chcąc trafić z tą samą cukiernią do osób młodych, można ją reklamować jako miejsce z darmowym dostępem do internetu i eksperymentalnymi ciastkami. Za każdym razem mówicie prawdę, ale różne elementy Waszego produktu mają trafić do różnych grup.

Dlatego zachęcam Was do większej odwagi: opiszcie swojego docelowego klienta i do niego kierujcie swoją ofertę. To nie zabroni innym ludziom wstąpić do Was, ale to nie na nich powinniście się skupić. Żyjemy w czasach specjalizacji: chcąc wyjść naprzeciw oczekiwaniom wszystkich, nie zapokajamy potrzeb nikogo.

• **Podawanie źródeł.** Wpisane przez Was źródło danych przedstawionych w zadaniu II.6 jest niedokładne. Podaliście tylko adres strony głównej strony, z którego czerpaliście informacje. Przez to podane przez Was dane nie mogą być zweryfikowane. Na przyszłość podawajcie adres podstrony, z której bierzecie informacje (nawet jeśli będzie miał 3 linijki długości).

Pozdrawiam, Rafał

Rafał Belka

14-04-2013

Dziękujemy za cenne uwagi i wskazówki. Weźmiemy je pod uwagę, każda rada jest na wagę złota. Postaramy się sprostować oczekiwaniom. Komentarz jest motywujący do dalszej pracy. Pozdrawiamy i jeszcze raz dziękujemy. Pracujemy nad nowym modulem, czas goni, bo troszkę dużo przed nami wolnego od szkoły. Do napisania....

Grupa Szkolny
Klub
Przedsiębiorczych