

[Edytuj to sprawozdanie](#)Imię i nazwisko uczestnika: **Grupa Szkolny Klub Przedsiębiorczych 3 grupa: Grupa 9**Nauczany przedmiot: **WOS** Szkoła: **Gimnazjum Nr 1** Miejscowość: **Lębork**Nazwa sprawozdania: **Sprawozdanie do modułu 2 - Badania rynku**Tytuł sprawozdania: **Badanie rynku**

SPRAWOZDANIE DO MODUŁU 2 BADANIA RYNKU

Waszym głównym zadaniem w tym etapie jest przeprowadzenie badań otoczenia rynkowego - konsumentów i konkurencji oraz analiza wyników tych badań pod kątem oceny waszych wcześniejszych założeń dotyczących waszej działalności. Analiza badań pozwoli wam dostosować wasz produkt, waszą usługę, waszą strategię działania do rzeczywistych potrzeb rynku, a dzięki temu zdobyć rynek i odnieść sukces.

Pamiętajcie, że w kolejnym module 3 będziecie układać strategię marketingową, więc musicie dowiedzieć się jak najwięcej o waszych potencjalnych klientach - ich zainteresowaniach, oczekiwaniach, możliwościach finansowych, czy mediach, z których korzystają.

W dobrym przygotowaniu się do wypełnienia zadań w module pomoże wam zapoznanie się z materiałami *Moduł drugi*, zawierającym informacje na temat zagadnień poruszanych w tym module, które znajdziecie w zakładce *Moduły kursu*.

I. PRZYGOTOWANIE DO PRZEPROWADZENIA BADAŃ

Zanim przystąpicie do badań, określcie jeszcze raz dokładnie rodzaj działalności, jaką chcecie prowadzić i opiszcie ją bardziej szczegółowo niż to zrobiliście w module pierwszym.

1. Napiszcie bardziej szczegółowo niż w poprzednim module, czym zajmuje się wasza firma/organizacja.

Nasza firma wybiega naprzeciw oczekiwaniom rynku. Tworzy miejsca ciepłe, przyjazne rodzinom z dziećmi, osobom starszym, niepełnosprawnym, a także młodzieży chcącej spędzić czas inaczej, niż przed komputerem. Umożliwiamy w naszych kawiarenkach czytanie książek i prasy, których kolekcja w naszej kawiarence jest stale powiększana. Ponadto, dajemy możliwość rozwijania zdolności manualnych oraz kreatywności poprzez samodzielne tworzenie makaroników (tj. zdobienie i składanie, wybór smaków i kolorów) w kąciaku do tego przystosowanym. W naszych kawiarenkach można kupić również koktajle, soki świeżo wyciskane, kawę przyrządzaną na różne sposoby oraz desery. Na dodatek oferujemy sprzedaż wysyłkową pudełek z makaronikami oraz dowóz na terenie miasta. Proponujemy również naukę wykonania i ozdabiania opakowań na makaroniki. Oferujemy czas na gry planszowe, imprezy okolicznościowe, warsztaty.

Uważamy, że ważne jest bycie otwartym dla ludzi niepełnosprawnych, dlatego nasze kawiarenki są przystosowane dla osób na wózkach inwalidzkich. Gwarantujemy wszystkim klientom miłą obsługę,

spędzenie czasu w przyjaznym miejscu, gdzie wszyscy jesteśmy życzliwi, radośni, potrafimy wspólnie cieszyć się chwilą.

2. Opiszcie produkty lub usługi, które planujecie oferować.

Makaroniki - nasz temat wiodący oraz nasza specjalność - małe bezy migdałowe połączone kremem, w różnych kolorach i smakach.

Kawa - posiadamy ekspres do kawy oraz używamy świetnych jakościowo ziaren, dlatego nasza kawa jest pyszna i aromatyczna.

Desery - 2 ciasta dnia, kolorowa galaretka z bitą śmietaną i owocami, 4 rodzaje deserów lodowych (czekoladowy, toffie, owocowy, bakaliowy)

Koktajle - różnorodna oferta koktajli przygotowanych na bazie kefiru/mleka/mleka roślinnego (do wyboru)

Soki świeżo wyciskane - w różnych wariantach smakowych

3. Ważne jest również abyście od początku zwrócili uwagę na cechy, które będą wyróżniać wasz produkt/usługę na rynku. Dlatego napiszcie, na co chcielibyście zwrócić uwagę waszych klientów?

Jesteśmy firmą na rynku, która oprócz sprzedaży makaroników umożliwia samodzielne ich złożenie i udekorowanie. Nasze kawiarenki są przystosowane dla osób niepełnosprawnych i dla rodzin z małymi dziećmi. Proponujemy formę spędzenia czasu wolnego, wspólne gry, słuchanie muzyki, ozdabianie ciasteczek, wykonywanie opakowań, integrację lokalnej społeczności podczas warsztatów. Sprawimy, że rodzice więcej uwagi poświęcą swoim dzieciom, że rodzice dzieci niepełnosprawnych nie będą ich izolować, a wszystkie dzieci będą pod okiem animatorów bawić się i uczyć.

Postanowiliśmy zatrudniać osoby niepełnosprawne (minimum 2 osoby w każdej kawiarence, wraz z rozwojem firmy ta liczba się zwiększy) do pracy na stanowisku dekoratora ciastek, ozdabiania opakowań.

4. Określcie również, jaki jest rejon działania waszej firmy/organizacji. Czy będziecie prowadzić sprzedaż lub oferować usługi tylko we własnej miejscowości, w całym regionie, czy też firma będzie miała zasięg ogólnopolski?

Będziemy prowadzić naszą działalność na terenie naszego miasta. W niedalekiej przyszłości na terenie województwa pomorskiego na trasie Lębork- Gdańsk: Wejherowo, Reda, Rumia, Gdynia, potem : Słupsk i w Łeba porą sezonową. W dalszej przyszłości na terenie całego kraju.

5. Zidentyfikujcie, co najmniej dwie grupy docelowe dla waszych produktów/usług oraz przedstawcie ich cechy szczególne. Opis powinien zawierać informacje na temat wieku waszych klientów, ich zainteresowań, potrzeb związanych z oferowanym przez was produktem, itp.

-młodzież w wieku szkolnym

Młodzież w tym wieku nie ma wielu możliwości pójścia do jakiegoś lokalu i pogadaniu ze znajomymi. Są za młodzi, by pójść do pubu, czy też klubu, więc zostają kawiarnie, które są zawsze oblegane. Stworzenie dodatkowego takiego miejsca dla młodzieży zwiększy wybór miejsca i z całą pewnością ich zainteresuje.

-dorośli z dziećmi

Rodziny z dziećmi również nie mają dużego wyboru, jeśli chodzi o wyjście gdzieś wspólnie. Większość z lokali nie jest przystosowana do tego, nie ma siedzisk dla dzieci, zabawek, przewijaka. Nie ma też miejsca, żeby zostawić gdzieś wózek. My oferujemy to wszystko, a na dodatek umożliwiamy zorganizowanie kinderbalu oraz oferujemy raz w miesiącu popołudnia z animatorem dla przedszkolaków.

-niepełnosprawni

Wiele osób niepełnosprawnych izoluje się od otoczenia i nie chce wychodzić do kawiarni itp.. Jednym z tych powodów jest to, owe budynki nie są przystosowane dla nich. My postaraliśmy się o wszelkie udogodnienia dla nich.

-emeryci

Uważamy, że nasza kawiarnia jest atrakcyjna dla osób w podeszłym wieku, ponieważ jest można "posiedzieć, poczytać, wypić herbatę".

6. Zastanówcie się nad tym, w jaki sposób moglibyście dotrzeć ze swoją ofertą do waszych potencjalnych klientów. Zastanówcie się np. z jakich mediów najczęściej korzystają wymienione przez was grupy docelowe. Czy jest prasa, internet, czy może gazety specjalistyczne?

Młodzież, dorośli z dziećmi, osoby niepełnosprawne - Internet, utworzenie strony i wydarzeń na Facebooku, billboardy

Emeryci - prasa lokalna, Internet, billboardy
ogłoszenia w lokalnych mediach

II. PRZEPROWADZENIE BADAŃ

Celem waszego badania jest: ustalanie szczegółowej informacji na temat waszych potencjalnych klientów m. in. ich zainteresowań, oczekiwań, a także możliwości finansowych oraz poznanie otoczenia rynkowego, w którym przyjdzie wam działać - w tym przede wszystkim waszej konkurencji.

7. Sprawdźcie, czy w najbliższej okolicy znajdują się firmy/organizacje, które oferują produkty/usługi, które sami chcecie oferować. Kim są i jak działają? Na czym polega ich przewaga na rynku, a na czym wasza? Jaką jest ich oferta produktów lub usług? Jakie

oferują produkty, w jakich cenach, jak zapakowane? Gdzie je sprzedają? Jakie cechy mają ich produkty/usługi?

W centrum naszego miasta znajduje się :

Kawiarnia Choco&Latte, jednak w przeciwieństwie do nas nie oferuje makaroników, czytelnicy, oraz jest mała i nieprzystosowana dla niepełnosprawnych oraz rodzin z dziećmi. Oferują kawy, ciasto, desery lodowy, gorącą czekoladę, czekoladki. Nie są tworzone przez nich, są kupowane z Domu Czekolady w Trójmieście. Według nas cena jest powyżej średniej tego typu deserów sprzedawanych w naszym mieście.

Coctail Bar - nie oferuje makaroników, czytelnicy, nie jest przystosowany do niepełnosprawnych, nie posiada przewijaka oraz miejsca na wózek. Sprzedają ciasta, torty (również na zamówienie), lody, desery, czekoladę, shaki, soki świeżo wyciskane. Wyróżnia ich wieloletnie doświadczenie. Cenowo korzystnie.

Na stronie internetowej znaleźliśmy informację o sprzedaży makaroników w Gdańsku.

8. Przygotujcie i przedstawcie projekt ankiety, którą przeprowadzicie wśród waszych potencjalnych klientów. Całą ankietę (z metryczką i wszystkimi pytaniami) wklejcie tutaj lub dołączcie ją jako załącznik na dole sprawozdania.

Napiszcie także:

- **Czego chcecie się dowiedzieć o rynku lub o kliencie i jego oczekiwaniach oraz zainteresowaniach?**
- **Do kogo będzie skierowane badanie? Z kim przeprowadzicie badanie?**
- **Jakich informacji będziecie szukać, na jakie pytania, chcecie uzyskać odpowiedzi? Najlepiej wypiszcie to w punktach.**
- **Jak zostanie przeprowadzone badanie? Gdzie i kiedy zamierzacie przeprowadzić waszą ankietę?**

ANKIETA W ZAŁĄCZNIKU

- ankieta ma udzielić odpowiedzi, na ile nasza oferta będzie cieszyła się zainteresowaniem ze strony potencjalnych klientów, jaki przedział wiekowy będą mieli klienci
- badanie zostanie przeprowadzone w okresie przedświątecznym wśród kolegów i koleżanek ze szkoły- młodzież gimnazjalna, wśród pracowników szkoły- młodszych i starszych (matki, babcie)
- gdzie najczęściej ludzie spędzają czas w towarzystwie, co najbardziej cenią sobie klienci w kawiarni, czy znają nasz produkt, czy próbowali go, czy przeszkodą byłoby to, że w kawiarence pracowałyby osoby niepełnosprawne

9. Przeprowadźcie ankietę z przynajmniej 5 przedstawicielami wybranej wcześniej grupy docelowej.

Opiszcie, kiedy, jak i gdzie zostały przeprowadzone badanie ankietowe.

Napiszcie, czy udało wam się zrealizować cel badania?

Czy uważacie, że wasza ankieta pozwoliła wam uzyskać odpowiedzi na postawione pytania i dostarczyła wam dodatkowej wiedzy na temat waszych potencjalnych klientów?

Badania ankietowe zostały przeprowadzone 1 kwietnia 2015r na terenie naszej szkoły wśród uczniów i pracowników (nauczyciele, panie z obsługi, pani ze sklepu szkolnego). Cel badania udało się zrealizować, wyniki są korzystne dla naszego przedsięwzięcia. Uzyskaliśmy wyczerpujące odpowiedzi na pytania. Naszymi potencjalnymi klientami będzie zarówno młodzież, jak i osoby dorosłe.

III. WYNIKI I ANALIZA BADAŃ

Policzcie wyniki badania ankietowego, a następnie dokonajcie analizy wszystkich wyników i informacji, jakie zdobyliście na temat rynku – waszego otoczenia rynkowego oraz waszych potencjalnych klientów. Następnie odpowiedzcie na poniższe pytania.

10. Po wykonaniu ankiety usystematyzujcie ją, zbierzcie wszystkie wyniki liczbowe, czyli odpowiedzi na poszczególne pytania i przedstawcie jej poniżej. Możecie podać wyniki liczbowe lub procentowe do każdego pytania lub przedstawić wyniki poszczególnych pytań waszej ankiety przy pomocy wykresów.

Napiszcie też w punktach kilka ogólnych wniosków, które wynikają z tych liczbowych wyników.

Uwaga: Wyniki ankiety możecie także dołączyć w postaci załącznika do sprawozdania.

Wyniki liczbowe ankiety zamieszczone w postaci załącznika do sprawozdania

11. Wyciągnijcie wnioski z waszych badań.

Zastanówcie się, 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? Zastanówcie się, czy powinniście coś zmienić w swoim produkcie/usłudze? Czy dobrze określiliście grupę waszych potencjalnych klientów, czy ich oczekiwania w stosunku do waszej oferty są zbieżne z waszymi przewidywaniami? Jeśli będziecie konkurować w innych podobnych firmami w waszym otoczeniu, to zastanówcie się, czy jesteście na to odpowiednio przygotowani i w jaki sposób zamierzacie budować swoją pozycję na rynku.

Przeprowadzone badania rynku nie wpłynęły na zmianę naszych założeń dotyczących profilu kawiarenek z makaronikami. Musimy jednak rozważyć usytuowanie kawiarenek, bowiem potencjalni klienci często korzystają z kawiarni w galeriach handlowych- łączą zapewne zakupy z odpoczynkiem. W naszym zamyśle były niewielkie, przytulne miejsca na dolnych kondygnacjach budynków. Oczekiwania klientów z naszą ofertą jest zbieżna, w większości nie znają i nie jedli makaroników, co jest dla nas korzystne. W miejscowościach w których otwieralibyśmy kawiarenki nie ma takich miejsc , gdzie łączymy słodką przekąską z możliwością ozdabiania makaroników zgodnie z upodobaniami smakowymi i estetycznymi, możliwością nauczania się i wykonania opakowań na nasz produkt, grami stolikowymi, łączenie przyjemności spotkania z grami edukacyjnymi. Jesteśmy przygotowani, aby budować swoją pozycję na rynku, zaczniemy od zorganizowania warsztatów pieczenia i ozdabiania makaroników oraz integrowania środowiska - ludzi w różnym wieku , ludzi sprawnych i sprawnych inaczej.

Warto byłoby skierować ankietę do rodziców mających dzieci w wieku do 12 lat / rodzice przedszkolaków i uczniów szkoły podstawowej oraz do ich dziadków.

Dotrzeć z zapytaniem do rodziców dzieci niepełnosprawnych.

12. Wypiszcie jak najwięcej wniosków z waszych badań dotyczących potencjalnych klientów oraz waszej konkurencji, które będą wam szczególnie przydatne do zrealizowania kolejnych etapów projektu i stworzenia strategii marketingowej waszej firmy.

Zwróćcie uwagę na cechy grupy docelowej oraz jej szczególne zainteresowania i oczekiwania, co do waszego produktu/usługi. Jest to niezwykle istotne w waszej dalszej pracy w projekcie, ponieważ będziecie musieli określić, jak najlepiej będzie sprzedawać wasz produkt/usługę i jak dotrzeć do klienta. Pamiętajcie też, że musicie stworzyć ofertę i strategię, która powinna wam dać przewagę w stosunku do konkurencji.

Wnioski:

1. Zarówno młodzież, jak i osoby dorosłe częściej wybierają kawiarnie w centrach handlowych i w centrum miasta.
2. Kawiarnie często odwiedzane są przez klientów.
3. Klienci kawiarni cenią sobie jakość oferowanych produktów i jakość obsługi.
4. Potencjalni klienci w zdecydowanej większości nie wiedzą, co to są makaroniki, nie konsumowali ich.
5. Nasi potencjalni klienci gotowi są odwiedzić naszą kawiarenkę raz w tygodniu.
6. Najczęstszym celem wizyty w kawiarence byłoby spotkanie towarzyskie i słodka przekąska.
7. Nie ma zbytniego zainteresowania wynajęciem kawiarenki na specjalne okazje (to jest jeszcze nasz słaby punkt).
8. Potencjalni klienci nie widzą przeszkody w tym, by w kawiarenkach pracowały osoby niepełnosprawne (świadome społeczeństwo).
9. Skuteczną formą reklamy są reklamy w mediach, billboardy, strona internetowa.
10. Według ankietowanych ważny jest wystrój kawiarenki, organizacja usługi Wi-Fi.

Umieszczone pliki:

[ankieta.docx](#)

[wyniki ankiety](#)

Komentarze:

12-04-2015 Witam w module 2



Z pierwszego sprawozdania dowiedziałam 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 tyle dokładni, że właściwie mogłabym ukraść Wasz pomysł :-). W I części sprawozdania zawarliście niezbędne informacje dotyczące firmy, potencjalnych odbiorców i sposobów dotarcia do nich z waszą reklamą. Oferta waszej firmy jest przemyślana i szczegółowo opisana.

Dobrze przeprowadzone badania. Dobrze przygotowana ankieta - zawiera dobrze przemyślane pytania. Zadaliście wszystkie potrzebne pytania o preferencje konsumentów, co do ceny, miejsca zakupów i częstotliwości. Można z niej wyciągnąć dużo wniosków o różnych konfiguracjach. Brawo! Rzetelnie przyjrze się konkurencji. To ważne być wiedzieli, co konkurencja proponuje i w jakiej cenie. Budując swoją strategię marketingową będziecie musieli się do tych danych odnieść, jeśli jak sami piszecie planujecie z konkurencją konkurować ceną, jakością i ofertą.

Podsumowując: Jest to sprawozdanie na najwyższym poziomie i czytanie go było dla mnie przyjemnością. Doceniam Waszą ambicję oraz profesjonalizm i cieszę się na dalszą pracę z grupą, która poważnie, ale i z pasją podchodzi do pracy! Nic nie wymaga uzupełnienia, dostarczyliście mi wyczerpujący materiał!

**Magdalena
Świdarska**

12-04-2015

Podziękowanie



Dziękujemy za słowa uznania. Obiecaliśmy nie zawieść, więc dotrzemy słowa. Mamy nadzieję, że będzie tak do końca kursu. Jak mówi nasza opiekunka grupy- nie jakoś, ale jakoś! Serdecznie pozdrawiamy:-)

Lęborka

SKP3 z Grupa Szkolny
Klub
Przedsiębiorczych
3