



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Materiał do zajęć - opracowanie na potrzeby przedmiotu
ZW2: przedsiębiorczość: własna firma na rynku, w
ramach projektu „STREFA ROZWOJU KOMPETENCJI:
nowoczesny program przygotowywania studentów
wydziału turystyki i rekreacji AWF w Poznaniu do
wejścia na rynek pracy” - POWR.03.01.00-00-K192/16-
00, współfinansowanego ze środków unii europejskiej w
ramach działania 3.1 kompetencje w szkolnictwie
wyższym, programu operacyjnego
WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ

Opracowanie: Kancelaria Gospodarcza

NISZE RYNKOWE

Nisza rynkowa:

- wyodrębniona na rynku grupa odbiorców lub wyodrębniona geograficznie część rynku
- wąsko zdefiniowana grupa klientów, którzy szukają ściśle określonych korzyści.
- jest małym, a nawet bardzo małym fragmentem rynku - tzw. podsegmentem, na który może zostać skierowana aktywność firmy.
- miejsce na rynku o obniżonej intensywności konkurencji.
- zróżnicowane systemy wartości i niezliczone odmienności upodobań konsumentów.

Zalety niszy:

- małe zainteresowanie ze strony konkurencji,
- indywidualne kontakty z nabywcami,
- dobra znajomość rynku wynikająca ze specjalizacji.

Wady działania w niszy:

- możliwość zmiany potrzeb klientów,
- możliwość ataku ze strony konkurencji, która będzie poszukiwać jeszcze większej specjalizacji,
- możliwość znacznego zmniejszenia skali działania, poniżej progu opłacalności.

Obszary występowania nisz:

- innowacje,
- zagospodarowanie tych części rynku, których nikt jeszcze nie zagospodarował – lokalizacja, segment klientów,
- wprowadzenie bardzo zindywidualizowanej oferty,
- większa elastyczność w różnorodności oferty,
- oferowanie bardziej kompleksowej oferty np.: w branży meblarskiej wykonanie zlecenia, transport, montaż, utrzymanie i nawet utylizację.
- nowe wzornictwo,
- nowe materiały,
- nowe technologie wytwarzania,
- inspiracje nawiązujące do różnych odniesień np.: w zagospodarowaniu pomieszczeń firmowych,
- skład surowcowy,
- ceny.