



**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii Piłka do siatkówki halowej SOGA VMB100HW
Imię i nazwisko autora/autorów Krzysztof Sopyła Wojciech Gałązka
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska Wydział Inżynierii Zarządzania Kierunek: Zarządzanie
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia Branża: Sport i rekreacja – kluby sportowe, amatorskie zespoły sportowe, osoby indywidualne, szkolne zespoły sportowe
Opis rozwiązania/strategii: <ol style="list-style-type: none"> <i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i> Zastąpienie drogiego profesjonalnego sprzętu, tańszym, ale wykonanym z równie wysokiej jakości materiałów i w najnowszej technologii. Umożliwia to zmniejszenie kosztów wyposażenia drużyny w potrzebny sprzęt treningowy i meczowy. Markowy sprzęt jest drogi w kupnie, a zamówienie u producenta pociąga za sobą koszt transportu ze Stanów Zjednoczonych. Dyscyplina jaką jest siatkówka największym stopniu rozwinięta jest w Europie, zmniejszone koszty produkcji i transportu wpłyną na sprzedaż i dystrybucję na terenie kraju i za granicą. <i>podstawowy cel realizacji</i> <p>Celem planu jest stworzenie planu działania marketingowego dla przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą, zajmująca się produkcją zaawansowanej technologicznie piłki do siatkówki halowej. Celem jest popularyzacja sportu jakim jest siatkówka oraz umożliwienie zakupu, zarówno przez grupy jak i osoby indywidualne, profesjonalnej piłki siatkowej.</p> <p>W przyszłości planowana jest rozbudowa firmy i wprowadzenie nowych produktów na rynek. Celem jest, aby produkt wpłynął na popularność sportu i aktywności sportowej oraz rozwijanie zdolności gry zespołowej.</p> <p>Pomimo rozwoju i wzrostu dostępności najnowszej technologii, w kraju nadal bardzo wielu ludzi nie uprawia regularnej aktywności ruchowej, dlatego poprzez dostępność cenową produktu planuje się ułatwić zaopatrzenie się w niezbędny sprzęt w niższej cenie, dlatego firma ma duże możliwości rozwoju zarówno w kraju jak i zagranicą.</p>





Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

Brak rozwiązań innowacyjnych

Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię

- + Spodziewany zwrot kosztów włożonego kapitału już po 3 latach funkcjonowania firmy
- + Dobra gra polskiej reprezentacji przyczynia się do coraz większego zainteresowania tym sportem a co za tym idzie gwarantowanego wzrostu zysków w czasie
- + Promocja poprzez reklamy z najlepszymi polskimi siatkarzami wpłynie pozytywnie na wizerunek marki w kraju
- + Polska liga siatkówki jest uważana za jedną z najmocniejszych na świecie co może przyczynić się do zainteresowania produktem za granicami naszego kraju
- + Minimalizacja ceny w pierwszym roku funkcjonowanie produktu na rynku wpłynie pozytywnie na wizerunek przedsiębiorstwa jako firma solidna i tania.
- + Udział w życiu sportowym i rozwoju psychofizycznym dzieci i młodzieży poprzez organizowanie imprez sportowych dla najmłodszych miłośników siatkówki
- + Pasywna promocja wśród społeczeństwa. Poprzez rozprawdzenie piłki po szkołach w Wielkopolsce
- + Kreowanie wizerunku społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa (CSR)
- + Promocja marki za granicą dzięki małym kosztom eksportu
- + Mała ilość fachowej konkurencji daje duże szanse na sukces
- + Zaawansowana technologia w zestawieniu z niską ceną pozwala osiągnąć duża konkurencyjność na rynku
- + Możliwość współpracowania z uczelniami wyższymi w celu udoskonalania produktu.
- + Możliwość zasilenia personelu absolwentami uczelni wyższych. Młodzi ludzie to przede wszystkim zwiększenie kreatywności wśród personelu
- + Możliwość współpracy z zespołami sportowymi. Czyli w skrócie doskonała reklama marki w środowisku kibiców danego zespołu
- + Dzięki zainteresowaniu wielu Polskich oraz zagranicznych telewizji transmisjami z zawodów oraz meczów ligowych lepsza promocja marki
- + W przyszłości możliwość zwiększenia gamy oferowanych produktów