

# Практичне завдання. Кабінетне маркетингове дослідження

## Мета завдання

Провести кабінетне дослідження реального житомирського бізнесу, проаналізувати конкурентне середовище та визначити потреби й болі цільової аудиторії на основі відкритих джерел інформації.

---

## Інструкція

Оберіть один із запропонованих варіантів бізнесу (або дослідити свій варіант) та виконайте дослідження за структурою, наведеною нижче.

---

## Варіанти бізнесів для дослідження

### Варіант 1. Кав'ярні Житомира

Об'єкт дослідження: локальна кав'ярня (на ваш вибір)

Конкуренти для порівняння: мінімум 3

### Варіант 2. Доставка їжі / піцерії

Об'єкт дослідження: локальна піцерія або служба доставки (Житомир)

Конкуренти для порівняння: мінімум 3

### Варіант 3. Фітнес-клуби Житомира

Об'єкт дослідження: один локальний фітнес-клуб

Конкуренти для порівняння: мінімум 3 інші клуби Житомира (різного формату: преміум, бюджетні, спеціалізовані)

### Варіант 4. Будівельні магазини

Об'єкт дослідження: магазини, що торгують будівельними матеріалами або інструментом

Конкуренти для порівняння: мінімум 3

## Варіант 5. Барбершопи / салони краси Житомира

**Об'єкт дослідження:** один локальний барбершоп або салон

**Конкуренти для порівняння:** мінімум 3 інші салони/барбершопи Житомира

---

## Обов'язкова структура дослідження

### Частина 1. Загальна інформація про об'єкт дослідження

#### 1.1. Базова інформація

- Повна назва бізнесу
- Місцезнаходження (адреса, карта, зручність локації)
- Формат роботи (офлайн, онлайн, гібрид)
- Час роботи
- Основний асортимент товарів/послуг

#### 1.2. Присутність у цифровому середовищі

- Власний сайт (є/немає, якість, функціонал)
  - Соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok — кількість підписників, активність)
  - Наявність у додатках (Google Maps, тощо)
- 

### Частина 2. Аналіз цільової аудиторії та її проблем

#### 2.1. Опис цільової аудиторії

- Хто є типовими клієнтами? (демографічні характеристики: вік, стать, дохід, інтереси)
- Які потреби вони задовольняють через цей бізнес?

#### 2.2. Болі та проблеми покупців (знайдіть у відгуках, коментарях, форумах)

- Мінімум 5 конкретних болей/скарг, які найчастіше згадують клієнти
- Джерела інформації (вказати, звідки взято: Google Maps відгуки, Facebook коментарі, форуми тощо)

#### Приклад:

- "Довга черга, треба чекати 15+ хвилин" (Google Maps, 12 відгуків за останній місяць)
- "Немає безкоштовного Wi-Fi" (Instagram коментарі, 8 згадувань)

#### 2.3. Незадоволені потреби

- Що клієнти хотіли б отримати, але наразі не отримують?
- Які додаткові послуги/товари згадуються в побажаннях?

### Частина 3. Конкурентний аналіз

**3.1. Список конкурентів** Перелічіть мінімум 3 конкурентів із короткою характеристикою кожного (локація, формат, позиціонування).

#### 3.2. Порівняльна таблиця конкурентів

Створіть таблицю за таким шаблоном:

| Критерій                                  | Об'єкт дослідження | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|-------------------------------------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| Ціновий сегмент                           |                    |             |             |             |
| Асортимент (широта)                       |                    |             |             |             |
| Якість обслуговування (оцінка з відгуків) |                    |             |             |             |
| Зручність локації                         |                    |             |             |             |
| Середній рейтинг (Google Maps)            |                    |             |             |             |
| Кількість відгуків                        |                    |             |             |             |
| Присутність онлайн (сайт, соцмережі)      |                    |             |             |             |
| Унікальні переваги                        |                    |             |             |             |
| Головні недоліки (з відгуків)             |                    |             |             |             |

#### 3.3. SWOT-аналіз обраного бізнесу (порівняно з конкурентами)

| Сильні сторони (Strengths)      | Слабкі сторони (Weaknesses) |
|---------------------------------|-----------------------------|
| Що робить краще за конкурентів? | Що потребує покращення?     |
|                                 |                             |

| Можливості (Opportunities)            | Загрози (Threats)                    |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| Які тренди/потреби можна використати? | Які ризики з боку конкурентів/ринку? |
|                                       |                                      |

---

## Частина 4. Рекомендації

**4.1. Топ-3 проблеми, які потребують негайного вирішення** На основі аналізу більш клієнтів і конкурентного середовища — що саме варто виправити першочергово?

**4.2. Топ-3 можливості для розвитку** Які незадоволені потреби або ніші може зайняти бізнес? Що роблять конкуренти, але не робить досліджуваний об'єкт?

---

## Джерела інформації (обов'язково використати)

- **Google Maps** — рейтинги, відгуки, фото
- **Facebook, Instagram** — сторінки бізнесів, коментарі користувачів
- **Сайт бізнесу** (якщо є) — асортимент, ціни, опис
- **Відгуки на форумах** (місцеві групи в соцмережах)

**Важливо:** у звіті обов'язково вказувати джерела всіх даних (наприклад: "Google Maps, станом на 27.03.2026, 34 відгуки").