+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Бизнес-план производства товаров для здоровья, БАДов на основе пантового сырья (с финансовой моделью и презентацией)

https://marketpublishers.ru/r/BCE593B2046ERU.html
Дата: 10.02.2020
Страниц: 65
Цена: 32 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: BCE593B2046ERU

Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных и презентация в формате PDF и PowerPoint (с возможностью редактирования), раскрывающая все инвестиционные преимущества проекта

Идея проекта: производство товаров для здоровья, БАДов на основе пантового сырья.

Краткое описание сути проекта:

1. Строительство цеха.
2. Увеличение объема продаж
3. Увеличение издержек на научную составляющую.
4. Формирование дилерской сети по регионам России.

Рыночная ситуация:

1. Рынок витаминов и биологически активных добавок (БАДов) состоит из четырех сегментов: «Биологически активные добавки (БАДы)», «Детские витамины», «Тоники» и «Витамины». К наиболее крупному сегменту рынка относятся биологически активные добавки. Объем этого сегмента в 2016 году составил *** млн. руб. По прогнозам, среднегодовой темп прироста рынка витаминов и биологически активных добавок составит ***%. За 2017 год через аптечную сеть было реализовано *** млн. упаковок БАД на сумму

*** млрд. рублей в розничных ценах. За 12 месяцев 2017 года рынок БАД увеличился на ***% в рублях.
2. В среднем одна упаковка БАД в 2017 г. обошлась потребителю в *** рублей (розничная цена). Средневзвешенная цена в 2017 году увеличилась на ***%, в то время как до 2016 года БАД дорожали в среднем на ***% в год. Наиболее востребованный на рынке остается ценовой сегмент БАД с ценой до *** руб. На долю данного сегмента приходится около ***% проданных БАД в натуральном выражении (ценовая структура приведена на основе розничных цен).
3. Аптечный рынок БАД за последние несколько лет заметно изменился. И в первую очередь происходит изменение структуры потребления. Наиболее востребованными становятся БАДы среднего ценового сегмента в «терапевтических» группах: витамины, успокаивающие, слабительные, недорогие чаи. А вот популярные ранее средства для похудения, БАД для мужского здоровья теряют существенно в объёмах продаж.

Выдержки из исследования

Объем рынка и динамика

Рынок витаминов и биологически активных добавок (БАДов) состоит из четырех сегментов: «Биологически активные добавки (БАДы)», «Детские витамины», «Тоники» и «Витамины». К наиболее крупному сегменту рынка относятся биологически активные добавки. Объем этого сегмента в 2016 году составил *** млн. руб. По прогнозам, среднегодовой темп прироста рынка витаминов и биологически активных добавок составит ***%.

Одной из потенциальных угроз для роста может стать дальнейшее ухудшение экономической ситуации в стране, что приведет к продолжению снижения покупательной способности потребителей.

Диаграмма 1. Динамика объемов сегмента БАД, Россия, 2016-2022 гг., млрд. руб.

По сравнению с иностранными рынками в России представлены далеко не все торговые каналы, по причине как нормативных ограничений, так и неразвитости отдельных торговых форматов. По мнению участников рынка – компании ЗАО «Эвалар» – распределение торговых каналов сегодня выглядит так: ***% – аптеки, ***% – фуд-ритейл и **% – прямые продажи.

Диаграмма 2.Доли торговых каналов в сегменте БАД, Россия

Далее будет рассмотрен объем продаж посредством аптечных сетей как основной канал

сбыта БАД, составляющий свыше половины всех объемов реализации препаратов.

Для аптеки биологически активные добавки остаются наиболее важной категорией аптечного нелекарственного ассортимента, составляя ***% от общего объема продаж. Например, за 2016 год на полках было представлено около *** различных брендов БАД, которые производят около ***производителей.

По данным аудита фармацевтического рынка России, проводимого DSM Group, за 2016 год через аптечную сеть было реализовано ** млн. упаковок БАД на сумму 31,5 млрд. рублей (в ценах закупки аптек).

За 2017 год через аптечную сеть было реализовано *** млн. упаковок БАД на сумму *** млрд. рублей в розничных ценах. За 12 месяцев 2017 года рынок БАД увеличился на ***% в рублях.

Диаграмма 3. Динамика стоимостного объема аптечных продаж БАДов, Россия, 2016-2017 гг., млрд. рублей

В номинальном выражении – в упаковках – аптечный рынок БАД вырос на ***% по сравнению с 2016 годом. Так, в 2016 г. было продано *** млн. упаковок.

Диаграмма 4. Динамика номинального объема аптечных продаж БАДов, Россия, 2016-2017 гг., млн. шт. (уп.)

При рассмотрении динамики продаж по месяцам можно отметить, что пик роста объемов продаж пришелся на начало года, когда обычно наблюдается «всплеск» продаж сезонных средств. Существенный спад объемов реализации по сравнению с прошлым годом наблюдался с сентября 2017 года. В натуральном выражении ситуация аналогичная.

Диаграмма 5. Динамика объемов продаж БАД, Россия, 2017 г., в сравнении с пред. годом

В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация обратная – БАД отечественного производства занимают ***8% стоимостного и ***% натурального объемов продаж.

Диаграмма 6. Доля отечественного производства в структуре сбыта БАДов на территории России, номинально, 2017 г.

Стоит отметить, что в 2017 году в сравнении с 2016 годом объемы продаж БАД

отечественных производителей выросли меньше, чем продажи БАД импортных производителей: ***% против ***%. В натуральном выражении ситуация схожа: ***% и ***% соответственно. В результате доля отечественных производителей снизилась.

Цены и ценовая структура

Для поддержания конкурентных цен аптекам приходится снижать наценку на данную группу ассортимента (по итогам 2017 года наценка на БАД составила ***%, тогда как в 2016 году аналогичный показатель был на уровне ***%). В среднем одна упаковка БАД в 2017 г. обошлась потребителю в *** рублей (розничная цена). Средневзвешенная цена в 2017 году увеличилась на ***%, в то время как до 2016 года БАД дорожали в среднем на ***% в год. Наиболее востребованный на рынке остается ценовой сегмент БАД с ценой до ***руб. На долю данного сегмента приходится около ***% проданных БАД в натуральном выражении (ценовая структура приведена на основе розничных цен). Тем не менее, из-за низкой цены доля данного сегмента в стоимостном выражении не превышает 7%.

Диаграмма 7. Доли ценовых сегментов БАДов в стоимостном выражении, Россия, 2017 г.

Наибольшую выручку аптеке приносят БАД с ценой *** руб., доля данного сегмента составляет ***%. Высокую долю (***%) занимают препараты ценового сегмента свыше *** рублей (в упаковках именно этот сегмент растет максимальными темпами). В большей мере это происходит за счет роста цен и перемещения линеек из одной ценовой категории в другую, а не за счет увеличения продаж «дорогостоящих» БАД.

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата за 2017 год составила *** руб. (+***% к 2016 году), что приблизительно в *** раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В этот же период стоимость импортной упаковки в среднем составила *** руб. – средневзвешенная цена сократилась на ***%.

Спрос

В России ***% населения знают о том, что такое БАД, при этом 60% считают БАД именно дополнением к пище: таковы результаты опроса Всероссийского Центра Изучения Общественного Мнения (ВЦИОМ). Прослеживается прямая зависимость процента употребления БАД в пищу от уровня региона: 30% жителей крупных городов, согласно опросу, употребляют БАД. В маленьких городах таких людей почти вдвое меньше: ***%. Отметим также, что, по данным ВЦИОМ, россияне в выборе места покупки БАД склонны доверять аптекам (***% ответов).

Анализируя данные ComconPharma, можно прийти к выводу, что основными покупателями БАД являются лица в возрастной группе 35-45 лет. При анализе мотивов приобретения БАД, обращает на себя внимание тот факт, что примерно ***% потребителей делают покупку вследствие наличия того или иного заболевания.

По данным RMBC БАД воспринимаются потребителями следующим образом – диаграмма.

Диаграмма 8. Вариации восприятия БАД потребителем

Анализируя эти данные, мы видим, что потребители в целом оценивают БАД как определенную помощь в решении проблем со здоровьем. Во-вторых, безусловно, предпочтение отдается препаратам из натуральных компонентов. И это общемировая тенденция – страны Запада переживают бум спроса на препараты растительного происхождения. БАД здесь наиболее точно соответствует запросам обывателя. И тот факт, что ***% опрошенных считают, что БАД должны быть в рационе каждого, иллюстрирует эту обнадеживающую тенденцию.

Аптечный рынок БАД за последние несколько лет заметно изменился. И в первую очередь происходит изменение структуры потребления. Наиболее востребованными становятся БАДы среднего ценового сегмента в «терапевтических» группах: витамины, успокаивающие, слабительные, недорогие чаи. А вот популярные ранее средства для похудения, БАД для мужского здоровья теряют существенно в объёмах продаж.

Как и в прошлые периоды, наиболее востребованными в 2017 г. остаются «БАД, действующие на организм в целом». В сравнении с 2016 годом данная группа БАД выросла на ***%. Наиболее популярными в данной группе остаются бренды «***» компании *** и «***» компании ***.

На втором месте расположилась группа «БАД, действующих на пищеварительную систему» (+***%). В данной группе наиболее популярны бренды «***» отечественного производителя «***» и «***» компании ***.

На третьей строчка группа «БАД, влияющих на репродуктивную систему», которая показала снижение объема реализации на ***%. Несмотря на падение продаж в *** раза пока рейтинг возглавляют препараты, влияющие на мужскую репродуктивную систему, «***», и «***». Препарат, влияющий на женскую репродуктивную систему, с максимальным объемом расположен только на 4 строчке – «***».

Большая часть подгрупп демонстрирует положительную динамику. Продажи сокращаются у

БАД, влияющих на репродуктивную систему, в связи с существенным снижением продукции «***», а также у БАД для похудения за счет падения лидера группы линейки «***». В 2017 году наблюдается сокращение продаж группы «БАД, действующих на кроветворную систему» – гематоген в различных вариантах уже не так востребован у покупателя.

Таблица 1. Рейтинг и объемы групп БАДов по группам

Как видно из данных таблицы, 5 лидирующих групп формируют практически ***% рынка или *** млрд. рублей в денежном выражении.

Диаграмма 9. Доли групп БАДов в общем объеме рынка, Россия, 2016-2017 гг.

В списке ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объемам продаж, можно отметить ряд существенных изменений.

Лидером рынка осталась линейка витаминных комплексов ***, действующих на организм в целом и на отдельные системы.

Второе место в рейтинге 2017 года занял бренд «***» (+21,3%). Бренд «***», занимавший третью строчку в 2016 году потерял 2 позиции в рейтинге, сократив объемы реализации почти на 8%. Его место в рейтинге 2017 года занял бренд «***» (+18,9%). Также благодаря этому вверх «подтянулся» «***» (+3 позиции).

Из существенных положительных изменений можно отметить бренд «***» (+58%) и «***» (141%), отрицательных – «-46,6%» – «***». Детали представлены в таблице.

Таблица 2. ТОП-20 ключевых брендов БАД на рынке России, 2016-2017 гг.

Здесь 5 крупнейшим брендам принадлежит 15,1% всего стоимостного объема рынка.

Концентрация на аптечном рынке производителей довольно высокая – ТОП-20 занимают ***% рынка. В рейтинге производителей также присутствуют заметные изменения. Только производители первого и второго места сохранили за собой позиции 2016 года.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остается компания «***р» (при этом рост объемов реализации невысокий на 1,5%). Такая динамика обусловлена потерей популярности линейки

«***». По данным за 2017 год лидером продаж данного производителя является БАД «***». Существенное увеличение показали такие бренды как «***» и «***».

Второе место занимает компания ***, основные бренды которой «***», «***» и «****». На рынке детских витаминов, ярким представителем которых являлся жевательный мармелад «***», в настоящий момент высокая конкуренция. Поэтому данная БАД упала в объеме реализации на 8%, уступая рынок позициям других производителей.

Из-за существенного сокращения объемов реализации «***» (-41%), на третью позицию поднялась компания «***», продвигающая на рынок витамины «***» и «***». В портфеле БАД они занимают 67% и демонстрирует прирост в 1,5 раза к объемам 2016 года.

Высокие темпы роста демонстрирует производитель «***» (+69%), наиболее известным брендом компании является «***», также в три раза выросли продажи «***». На втором месте по темпам прироста производитель «***» (+52%).

Таблица 3. ТОП-20 производителей БАД на рынке России, 2016-2017 гг.

Учитывая имеющиеся данные относительно долей каждой из групп БАД, таблица выше, представляется возможным рассчитать долю БАД, которая приходится на группы БАД, выпускаемых проектом, номинально, в упаковках.

Таблица 4. Доли рынка проекта по категориям выпускаемых БАДов

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Содержание

РЕЗЮМЕ

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА

1.1. Основная продукция
1.2. Описание этапов реализации проекта
1.3. Потребность в человеческих ресурсах (план по персоналу)

2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПРОЕКТА

3 АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГ

3.1. Анализ рынка
3.1.1. Объем рынка и динамика
3.1.2. Цены и ценовая структура
3.1.3. Спрос
3.1.4. Лекарственные формы, объемы, упаковка и тенденции
3.1.5. Рекомендации касательно выпуска продукции
3.2. Анализ конкурентов, их сильные и слабые стороны
3.3. Обоснование ценовых условий на продукцию с учетом проведенного анализа рынка
3.4. Организация сбыта, маркетинговые мероприятия
3.4.1. Дилерская сеть
3.4.2. Выставки как канал продвижения
3.4.3 Интернет-продвижение

4 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

4.1. Объем реализации в рамках проекта

5 РАЗРАБОТКА ФИНАНСОВОГО ПЛАНА ПРОЕКТА

5.1. Источники финансирования проекта
5.2. Финансирование (планируемый график финансирования)
5.3. Себестоимость
5.4. Постоянные издержки
5.5. Персонал
5.6. Отчет о прибылях и убытках

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

5.7. Отчет о движении денежных средств
5.8. Баланс

6 АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Динамика объемов сегмента БАД, Россия, 2016-2022 гг., млрд. руб.
Диаграмма 2.Доли торговых каналов в сегменте БАД, Россия
Диаграмма 3. Динамика стоимостного объема аптечных продаж БАДов, Россия, 2016-2017 гг., млрд. рублей
Диаграмма 4. Динамика номинального объема аптечных продаж БАДов, Россия, 2016-2017 гг., млн. шт. (уп.)
Диаграмма 5. Динамика объемов продаж БАД, Россия, 2017 г., в сравнении с пред. годом
Диаграмма 6. Доля отечественного производства в структуре сбыта БАДов на территории России, номинально, 2017 г.
Диаграмма 7. Доли ценовых сегментов БАДов в стоимостном выражении, Россия, 2017 г.
Диаграмма 8. Вариации восприятия БАД потребителем
Диаграмма 9. Доли групп БАДов в общем объеме рынка, Россия, 2016-2017 гг.
Диаграмма 10. Стратегическая канва
Диаграмма 11. Анализ чувствительности: NPV
Диаграмма 12. Анализ чувствительности: IRR

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. План по персоналу
Таблица 2. Рейтинг и объемы групп БАДов по группам
Таблица 3. ТОП-20 ключевых брендов БАД на рынке России, 2016-2017 гг.
Таблица 4. ТОП-20 производителей БАД на рынке России, 2016-2017 гг.
Таблица 5. Доли рынка проекта по категориям выпускаемых БАДов
Таблица 6. Потенциально возможные формы выпуска препаратов
Таблица 7. Профиль конкурента ООО «***»
Таблица 8. Профиль конкурента ООО ПК «***»
Таблица 9. Профиль конкурента «***»
Таблица 10. Профиль конкурента КФХ ***
Таблица 11. Профиль конкурента «***»
Таблица 12. Профиль конкурента ООО «***»
Таблица 13. Ценовые диапазоны конкурентной продукции, розница
Таблица 14. Ориентировочный перечень выставок

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Название: Бизнес-план производства товаров для здоровья, БАДов на основе пантового сырья (с финансовой моделью и презентацией)

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/BCE593B2046ERU.html

Цена: 32 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/BCE593B2046ERU.html