

Kansen en bedreigingen op de markt voor drogisterijartikelen

Trends

De consument heeft duidelijk meer belangstelling voor gezondheid en persoonlijke verzorging. Dit zorgt voor een stijgende vraag naar gezonde voeding. Ook zijn er hogere uitgaven aan vitamines, mineralen en voedingssupplementen. Daarnaast is er sprake van een trend naar luxe en gemak. Samen met de gunstige economische ontwikkelingen en de toegenomen koopkracht zorgen deze voor groeiende bestedingen.

Omzetgroei

De drogisten zagen hun omzetgroei vergeleken met eerdere jaren iets terugvallen. Desondanks was de omzetgroei substantieel (ruim 6%). Ten opzichte van de belangrijkste concurrent, de supermarkt, hebben ze hun positie weten te handhaven. Een aantal redenen ligt hieraan ten grondslag:

- adequaat inspelen op behoeftes van de consument (advies, service en persoonlijke bediening)
- het voortouw nemen bij de introductie van nieuwe producten
- hoge graad van samenwerking
- sterke, professioneel geleide commerciële formules

Drie grootste

Bijna 85% van de winkels behoort tot een filiaalbedrijf of commercieel samenwerkingsverband. Daarbij domineren drie organisaties:

- DynAretail (o.a. DA)
- Etos
- Kruidvat

Kansen

Voor de grotere, samenwerkende drogist zijn er kansen. Met een sterke formule kan hij optimaal inspelen op de thema's gezondheid en persoonlijke verzorging. Met nieuwe producten kan extra aandacht worden geschonken aan adviesgevoelige groepen, zoals bijvoorbeeld senioren en moeders van jonge kinderen. Vooral producten op het gebied van zelfmedicatie en gezondheid staan in de belangstelling, zoals:

- functional foods
- natuurlijke voeding
- voedingssupplementen

Blijvende aandacht

Uiteraard dient ook aandacht te worden geschonken aan de kwaliteit van

- locatie (bereikbaarheid, parkeren, bezoekersaantallen)
- presentatie (aansprekend in- en exterieur)

Groei

De bestedingen aan zelfzorggeneesmiddelen, gezondheidsproducten en cosmetische artikelen zullen verder groeien. De groei zal echter vermoedelijk afzwakken. Tegelijkertijd zal de concurrentie toenemen, ook vanuit andere branches. De eerste 'Vitamine Shops' zijn reeds geopend. Zelfbediening is bij verkoop van zelfzorggeneesmiddelen nu wettelijk niet toegestaan. Toch is het einde van dit verbod in zicht. Naar verwachting zullen de beperkingen in 2003 verdwenen zijn. De supermarkt kan dan medicijnen in het schap leggen.

Concurrentie

De supermarkt zal niet schromen het prijswapen te hanteren om het marktaandeel te vergroten. De supermarkten streven naar uitbouw van het drogisterijassortiment. Ze missen echter nog voldoende gekwalificeerde drogisten. Dit is voor de drogisterij uiteraard gunstig. Tegelijkertijd is deze problematiek ook voor hen bedreigend. De opvolging en overdracht worden namelijk bemoeilijkt. Bovendien worden steeds forsere bedragen voor goodwill betaald. Hierdoor worden de investeringen voor starters moeilijker financieerbaar. Vooral de kleine, niet samenwerkende drogisten zullen het moeilijk krijgen en verdwijnen.

Gegevens over de geplande investering in de nieuwe winkel en de financiering

Investerings en financiering

Voor de vestiging van de nieuwe winkel in het centrum heeft Piet een geschikt bedrijfspand gevonden waarvan de aankoopprijs € 294.000,- is en de bijkomende kosten € 30.000,- zijn. Voor de inventaris zal € 54.000,- nodig zijn en voor de uitbreiding van de voorraad € 50.000,-.

Piet wil de uitbreiding van de voorraad financieren met leverancierskrediet. Rekening houdend met de in de onderneming aanwezige liquide middelen zou Piet voor de financiering van het bedrijfspand en de inventaris gebruik kunnen maken van een 100% hypothecaire lening of een hypothecaire lening van € 270.000,- gecombineerd met een Rabobank Stimuleringslening. Als het leningsbedrag van de hypothecaire lening € 270.000,- bedraagt, is het jaarlijkse rentepercentage van deze lening 5,5%.

Indien de aankoop van het pand voor 100% gefinancierd zou worden met een hypothecaire lening (men spreekt dan van tophypotheek) hanteert de hypotheeknemer een hoger rentepercentage.

De hypothecaire lening heeft een looptijd van twintig jaar en kan voor een aantal jaren aflossingsvrij gemaakt worden.

Rabobank Stimuleringslening

Als iemand een eigen bedrijf wil beginnen of een bestaand bedrijf wil overnemen of uitbreiden, beschikt men meestal niet over voldoende onderpand om voor een gewone banklening in aanmerking te komen. In dat geval kan de Rabobank Stimuleringslening een uitkomst zijn:

- dit is een achtergestelde lening, dat wil zeggen dat bij een faillissement het recht op de rente en aflossing komt na dat van de gewone schuldeisers;
- de stimuleringslening kan in de eerste vijf jaar aflossingsvrij gemaakt worden.

Op dit moment gelden voor de Rabobank Stimuleringslening de volgende rentepercentages op jaarbasis (rentebetaling achteraf, op het eind van elk jaar):

aantal aflossingsvrije jaren	0	1	2	3	4	5
bijbehorend rentepercentage	7,8%	7,9%	8,0%	8,1%	8,2%	8,3%

bron: Rabobank (aangepast)

Voorstel Rabobank Stimuleringslening voor Piet

- bedrag van de lening € 54.000,-;
- looptijd 10 jaar;
- eerste jaar aflossingsvrij;
- aflossing met negen gelijke jaarlijkse bedragen.

Eindexamen m&o vwo 2004-I

havovwo.nl

informatie-
bron 3

Assortimentssamenstelling

Artikelgroepen uit het assortiment van drogisterijen

Gegevens van de mogelijke artikelgroepen die in het assortiment kunnen worden opgenomen.

artikelgroep	m ² schapruimte	brutowinstmarge in % van de omzet	jaarlijkse omzetgroei	verwachte omzet 2003
zelfzorggeneesmiddelen	6	55	3%	€ 35.000,-
gezondheidsproducten	8	50	3%	€ 35.000,-
cosmetica	13	60	3,75%	€ 75.000,-
verpleegartikelen	4	25	1%	€ 2.500,-
huishoudelijke artikelen	9	6	0,5%	€ 27.500,-
bijoutherie	7	30	1%	€ 30.000,-
snoepwaren	3	5	0,5%	€ 10.000,-

bron: Bureau van de bedrijfstak Drogisterij

Keuze artikelgroepen drogisterij Piet

Door Piet worden de volgende artikelgroepen in ieder geval in het assortiment opgenomen:

- gezondheidsproducten
- cosmetica
- huishoudelijke artikelen
- snoepwaren

Dit assortiment dient aangevuld te worden met twee uit de hierboven vermelde artikelgroepen.

De in de tabel opgenomen schapruimte is gebaseerd op een standaardassortiment van de betreffende artikelgroep. Piet heeft besloten om zich te beperken tot deze standaardassortimenten. Bij de keuze van de artikelgroepen worden deze in het assortiment opgenomen met de in de tabel vermelde schapruimte.

Franchising

Een franchise nemen; wat houdt dat nu in?

Franchising: een vorm van samenwerking

Franchising is een vorm van intensieve samenwerking tussen zelfstandige ondernemers.

Daarbij stelt de ene partij (franchisegever) aan de andere partij (franchisenemer) een compleet ondernemingsconcept "formule" ter beschikking.

Economisch gezien geeft de franchisenemer een stukje van zijn zelfstandigheid prijs bij het aangaan van de samenwerking in de vorm van franchising. In ruil daarvoor geniet hij vele voordelen.

Vergoedingen

Voor het gebruik van de door de franchisegever ontwikkelde formule dient de franchisenemer aan de organisatie vergoedingen te betalen. De wijze waarop dit gebeurt, is per franchiseformule sterk verschillend. Wij bespreken slechts de meest voorkomende vergoedingen.

Entree-fee

Deze vergoeding wordt in rekening gebracht als vergoeding voor de investeringen, zowel in tijd als in geld, die de franchiseorganisatie heeft gedaan ten behoeve van de ontwikkeling van het franchiseconcept. Ook wordt een deel van de kosten voor het opstarten van deze specifieke vestiging hieruit betaald. Het is een eenmalig bedrag, ineens te betalen bij de start van de samenwerking.

Royalty, franchisevergoeding, franchisebijdrage

De franchiseorganisatie zal de formule moeten onderhouden en permanent moeten ontwikkelen.

De concurrentiepositie van de franchiseorganisatie moet gewaarborgd blijven dan wel verder verbeterd worden. De vergoeding voor deze activiteiten is de royalty, die vaak als percentage van de omzet wordt berekend en periodiek, bijvoorbeeld per maand, in rekening wordt gebracht. Diverse andere royaltybepalingen komen in de praktijk ook voor, zoals een vast bedrag ("fixed-royalty") per jaar, te voldoen per maand. De royalty bevat ook een winstcomponent voor de franchisegever

Reclamebijdrage

Het opstellen van het reclame- en promotiebeleid, de voorbereiding van de reclame-activiteiten en de uitvoering vinden centraal plaats. De kosten van deze inspanningen worden door de franchisegever doorberekend aan de franchisenemer. De reclamebijdrage wordt vaak als een percentage van de omzet berekend. Ook andere methoden worden toegepast.

Relevante kosten bij aansluiting bij Deros

- Vergoedingen bij aansluiting bij Deros:
 - entree-fee (eenmalig bedrag) ten bedrage van € 5.000,-
 - een royalty vergoeding:
 - of: een fixed-royalty (vast bedrag) ten bedrage van € 12.000,- per jaar
 - of: een variabele-royalty (variabel bedrag) van 4% van de omzet per jaar
- Overige bedrijfskosten:
 - De constante kosten, personeelskosten en reclamekosten dalen in totaal met € 4.000,- op jaarbasis.
 - De proportioneel variabele bedrijfskosten blijven 5% van de omzet.

Eindexamen m&o vwo 2004-I

havovwo.nl

informatie-
bron 5

Exploitatiegegevens wasstraat 2004

Uitgangspunten

investeringen en afschrijvingen:

aanschafprijs vaste activa € 560.000,-

restwaarde € 15.000,-

afschrijvingstermijn vaste activa: 10 jaar

afschrijvingssysteem: vast percentage van de aanschafwaarde

Loonkosten

De maandelijks brutolonen bedragen € 3.000,-. De brutolonen dienen verhoogd te worden met 8% vakantiegeld. Het werkgeversaandeel van de sociale lasten is 15% van het brutoloon inclusief vakantiegeld. Op het brutoloon wordt gemiddeld € 600,- per maand aan loonheffing ingehouden.

Constante kosten op jaarbasis

- afschrijvingskosten en loonkosten zie boven
- verzekeringen € 4.600,-
- reclamekosten € 9.800,-
- onderhoudskosten € 7.000,-
- overige kosten € 9.100,-

Variabele kosten per wasbeurt

- gas, water, elektra, chemie € 1,00
- de variabele kosten van het gebruik van de stofzuiger zijn te verwaarlozen

Tarieven

- watarief € 5,50
- tarief gebruik stofzuiger € 0,50

Aantal bezoeken wasstraat

- normaal aantal bezoeken wasstraat per jaar 28.000
- verwacht aantal bezoeken wasstraat in 2004 30.000
- bij elk bezoek is er sprake van een wasbeurt
- bij gemiddeld 50% van de wasbeurten wordt de stofzuiger gebruikt

bron: 0203 tankstations in cijfers BOVAG (bewerkt)

informatie-
bron 6

Keuzecriteria tankstations

Uit deskresearch en fieldresearch blijkt het volgende:

Volgens de directies van de tankstations zijn voor de automobilisten bij de keuze van een tankstation vooral de bekendheid van het bedrijf en de prijs van belang.

Uit onderzoek onder de automobilisten bleek 80% een 'vast' tankstation te hebben.

Ongeveer 50% van deze mensen geeft als belangrijkste reden op dat het station op de route ligt. Op de tweede plaats komt de prijs (20% van de automobilisten). Spaaracties zijn goed voor bijna 7%. Wanneer een keer elders wordt getankt dan bij het gebruikelijke station, blijkt de ligging de cruciale factor te zijn.

bron: 0203 tankstations in cijfers BOVAG

'De Grote Actie', het promotieplan voor de opening van het nieuwe tankstation

De locatiemanager overweegt na opening op 1 januari 2004 van het nieuwe tankstation het hele jaar een promotionele actie te gaan voeren onder de naam 'De Grote Actie'. Deze campagne zal bestaan uit de volgende elementen:

- 1 Gedurende het openingsjaar worden elke week folders verspreid onder de bevolking en onder de vakantiegangers op de nabijgelegen recreatieparken, om de mensen opmerkzaam te maken op de lage benzineprijzen van het tankstation. De kosten hiervan zijn € 100,- per week.
- 2 Onder het motto 'Groene benzine voor een lage prijs' worden iedere maand op een bepaalde dag honderd boeketten bloemen met een inkoopwaarde van € 3,50 per boeket, uitgedeeld aan automobilisten die op die dag voor minstens € 40,- tanken.
- 3 Elke maand wordt onder de klanten van het tankstation een bon voor 500 liter gratis brandstof verloot.
- 4 In de maanden mei en november wordt onder de klanten van het tankstation een geheel verzorgde 15 daagse vakantie reis naar Italië (ter waarde van € 1.400,- per reis) verloot.

Voor de twee laatste actiepunten, 3 en 4, voert men een op naam gestelde Petrol Green pas in. Voor iedere liter brandstof die men bij Petrol Green Services N.V. tankt, krijgt men een waardepunt bijgeschreven op de Petrol Green pas. Hoe meer waardepunten, hoe meer kans men maakt bij de verloting van de bon voor gratis brandstof en de vakantie reis.

Exploitatiegegevens van de locatie van Petrol Green Services N.V. na uitbreiding

Verwachte afzet- en omzetgegevens 2004 na uitbreiding van de locatie van Petrol Green Services N.V. (met de omzeteffecten van 'De Grote Actie' is rekening gehouden).

Totale Omzet Tankstation + shop + wasstraat	Afzet in liters	Omzet in euro's	Bruto winst in % van de omzet
Tankstation: brandstoffen totaal	4.000.000	3.397.800	4,9%
Shop totaal		368.000	19,0%
Wasstraat totaal		234.000	
Totaal Generaal		<u>3.999.800</u> +	

- Indien gekozen wordt voor de uitbreiding van de locatie met een tankstation zonder shop, dan zal de verwachte omzet van brandstoffen 20% lager zijn.
- De keuze tussen de uitbreiding van een tankstation met of zonder shop heeft geen invloed op de omzet van de wasstraat.

Kosten

- verkoopkosten
Voor het tankstation en de wasstraat bedragen de verkoopkosten 1% van de omzet en voor de shop bedragen zij 5% van de omzet.
- personeelskosten
Indien de locatie uitgebreid zal worden met een tankstation zonder shop zullen de personeelskosten 25% lager zijn dan bij een tankstation met shop.