

תוכן עניינים

1.	מהות המיזם	4
1.1.	הגדרת הצורך והמוצר	4
1.2.	הפיתרון המוצע	5
1.3.	הגדרת קהל היעד והשוק	7
1.4.	צוות המיזם	7
2.	ניתוח שוק	8
2.1.	הגדרת המוצר ותאורו	8
2.2.	ניתוח מתחרים ותחרות	10
2.3.	ניתוח הענף ואקוסיסטם	13
2.4.	ניתוח על פי 5 הכוחות של פורטר	16
2.5.	ניתוח SWOT	17
3.	אסטרטגיה עסקית ושיווקית	19
3.1.	הגדרת חזון, מטרות ויעדים	19
3.2.	קו מנחה אסטרטגי	19
3.3.	תוכנית השיווק	20
3.4.	תוכנית אופרטיבית	24
4.	תכנית פיננסית	26
4.1.	הצגת הנחות יסוד	26
4.2.	תמצית תחזיות פיננסיות	28
4.3.	פרמטרים פיננסיים	29
4.4.	סיכום	30
5.	ביבליוגרפיה	31
6.	נספחים	32
6.1.	נספח א' – קורות חיים	32
6.2.	נספח ב' - טבלאות שחר	35

מהות המיזם

הגדרת הצורך והמוצר

תחום ספורט הסיבולת למרחקים ארוכים נמצא זה שנים במגמת גידול מתמשך. "ענף הריצה גדל בישראל בקצב של כ-20% בשנה. כ-500,000 איש בישראל עוסקים כיום בריצה בחוץ ובחדרי הכושר, מתוכם כ-10% משתתפים לפחות פעם בשנה במרוץ זה או אחר.¹ בתחום רכיבת אופני הרים נאמדת כמות הרוכבים בכ-200,000 ובקצב גידול ממוצע של 15% בשנה.² בתחום רכיבת הכביש הכמויות מצומצמות יותר ומסתכמות בכ-100-50 אלף רוכבים. נתון זה נגזר משיעור אופני הכביש בכלל רכישות האופניים למטרות ספורט.³ בתחום מכוני הכושר פעילים כ-130 אלף מתאמנים, וזאת באמצעות כ-850 מכוני כושר ברחבי הארץ.⁴

הגידול בספורט הסיבולת למרחקים ארוכים בא לידי ביטוי גם בכמות הספורטאים אשר נוטלים חלק באירועי ספורט למרחקים ארוכים – טריאטלונים ותחרויות איש ברזל וריצות למרחקים של מרתון ואולטרא מרתון. הגידול נובע בין השאר מעלייה ברמת החיים, חשיפה לאירועים בינלאומיים ולחיפוש מתמשך אחר אתגרים חדשים.

במהלך השנים האחרונות חל גידול חד בכמות אירועי הספורט המקומיים, בכמות המרתונים שמתקיימת ובכמות המשתתפים בכל אירוע. במקביל ניתן להבחין במגמת גידול של ספורטאים פעילים אשר משתתפים באירועי ספורט חד יומיים ורב יומיים בחו"ל. כך למשל ישראל דורגה במקום הרביעי בכמות המשתתפים בתחרות איש ברזל באוסטריה, ללא קשר לגודלה היחסי (בהתאם לנתונים שפורסמו על ידי מארגני התחרות).

השגת יכולות ספורטיביות במקצועות הספורט למרחקים ארוכים דורשת שעות רבות של אימונים והשגת מיומנות גבוהה במגוון מישורים ובכלל זה גם בנוגע לתזונה הספורטיבית. תזונת ספורט מתאימה, נדרשת במהלך כל תקופת ההכנות והאימונים לתחרות, אך היא מתמקדת בסמוך ובמהלך הפעילות הספורטיבית. במהלך הפעילות הספורטיבית צורך המתאמן מספר תוספי תזונה ייעודיים: חטיפי אנרגיה, ג'לים, משקאות איזוטון ומלחים. בנוסף צורכים ספורטאי הסיבולת משקאות וחטיפי חלבון לאחר האימון ותוספי תזונה נוספים כדוגמת מגנזיום וויטמינים לאורך תקופת ההכנות. לצד הגידול בביקוש לתוספי מזון קיימת מודעות הולכת וגוברת למוצרי בריאות, המבוססים על מרכיבים טיבעיים. **שוק מוצרי**

¹ דעה איך ריצה הפכה מטרנד לאורח חיים בישראל ומה עזר למהפכה? אבי זיתן, 18.4.2013
<http://www.ice.co.il/opinions/news/article/357253>

² רכיבת אופניים בישראל: מאפייני הביקוש של הרוכבים על אופני הרים, ד"ר נגה קולינס-קריינר ופז רזה החוג לגיאוגרפיה ולימודי סביבה אוניברסיטת חיפה מאי 2012, עמ' 4.

³ THEMARKER, אל תעמיסו את האופניים על המכונית בסופ"ש לפני שתקראו את זה, דניאל שמיל, 11.04.2014
<http://www.themarker.com/dynamo/1.2294920>

⁴ ענף מכוני הכושר, אתר BDI
http://www.bdicode.co.il/Page_HEB/1061/%D7%A2%D7%A0%D7%A3%20%D7%9E%D7%9B%D7%95%D7%A0%D7%99%20%D7%94%D7%9B%D7%95%D7%A9%D7%A8

הצריכה משנה את המסרים שלו ומדגיש יותר ויותר את הצט הטבעי והבריאותי של המוצרים. לדוגמה זוגלובק וטרה מדגישות את העובדה כי המוצרים שלהם עשויים מחומרים טבעיים בלבד.

מגמת הגידול בהיקפי הפעילות של ספורטאי הסיבולת והגידול במודעות ההולכת וגוברת לתוספי המזון הנדרשים, **מצביעה על קיומו של פוטנציאל עסקי הגלום בכניסה לתחום פעילות של תוספי המזון לספורטאי סיבולת.** במסגרת זו מרבית המוצרים מיוצרים בחו"ל והם אינם כשרים **ולא כולם מבוססים על רכיבים טבעיים, ולא מדגישים את ההיבטים הטבעיים והבריאותיים של המוצר.** כתוצאה מכך המוצרים אינם נגישים לחלק ממגזרי אוכלוסייה המקומית. בנוסף, בשנים האחרונות התפתחה מודעות למוצרים המבוססים על חומרים טבעיים.

לאור המגמות שתוארו, זיהה צוות המיזם הזדמנות להיכנס לשוק צומח, בעל רמת רווחיות גבוהה, ולמתג את סל המוצרים כמוצרים מובילים ובריאותיים, המבוססים על חומרי גלם טבעיים ובעלי תועלת כשרות. במסגרת זו המיזם יעסוק בייצור והספקה של סל רחב של תוספי מזון, טבעי וכשר, לספורטאי סיבולת. המיזם יספק את המוצרים ישירות למשתמש או באמצעות חנויות מתמחות לקהל היעד.

הפיתרון המוצע

על בסיס המגמות העסקיות שתוארו, בחר המיזם להתמקד בפיתוח סל של תוספי מזון בריאותיים וכשרים, לספורטאי סיבולת, אשר יתבסס על חומרי גלם טבעיים. המיזם ייצר וישווק סל מוצרים רחב, הכולל משקאות איזוטון, חטיפי אנרגיה, חטיפי חלבון, ג'ל אנרגיה וטבליות מגנזיום ומלח. המיזם יעסוק בייצור ושיווק של תוספי מזון לספורטאים בארץ ובהמשך גם בחו"ל, במוקדים בהם קיים ביקוש למוצרים כשרים.

תוספי תזונת הספורט נחלקים למספר משפחות:

א. ג'ל אנרגיה

ג'ל אנרגיה תוסף מרוכז אשר מהווה מקור אנרגטי למתאמן. הוא בעל יכולת ספיגה מהירה בגוף במהלך פעילות גופנית. ג'ל אנרגיה מועשר בפחמימות זמינות. המרקם הנוזלי למחצה, מאפשר לפחמימות שבג'ל להיספג בגוף במהירות ולהיות מנוצלות באופן יעיל. יכולת הספיגה המהירה שלו הופכת אותו למתאים לצריכה בעת אימונים אינסנטיביים ובעצמות גבוהה. ג'ל אנרגיה משמש בעיקר לפעילויות הריצה וזאת כיוון שהוא נוח לנשיאה ולשימוש.

ב. חטיפי אנרגיה

חטיפי אנרגיה כוללים ריכוז גבוה של פחמימות זמינות, המיועדות לספק אנרגיה מיידית לספורטאי ולספק לו מקור מזון זמין באופן יעיל. צריכת חטיפי אנרגיה טרם האימון או במהלכו מסייעת במילוי מהיר של מאגרי האנרגיה. חטיפי האנרגיה נוחים לשימוש וקלים לעיכול. חטיפי אנרגיה משמש בעיקר מתאמנים במקצועות הטריאתלון והריצה ופחות מתאמנים בחדרי כושר.

ג. משקה איזוטוני

משקאות איזוטוניים כוללים תוספים של פחמימות, מינרלים חיוניים ומלחים אותם מאבד הספורטאי במהלך האימון. צריכת משקה איזוטוני במהלך האימון מאפשרת החזרת החוסרים בדרך פשוטה ומהירה. שימוש במשקה איזוטוני נפוץ והוא מבטיח שמירה על מקורות האנרגיה הנדרשים במהלך האימון ועל רמת ביצועים יציבה במשך כל הפעילות.