

Výběr strategie pro společnost
Mammut, a. s.

Michaela Hrbková
Ondřej Mařík
Ondřej Sklenář
Irena Šárová

Obsah prezentace

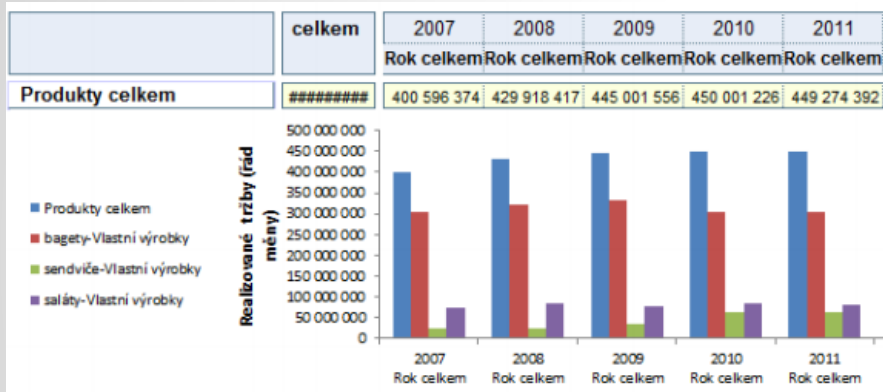
- O společnosti
- SWOT analýza
- BSC a strategická mapa
- Doporučovaná strategie
- Dashboardy

O společnosti Mammut, a.s.

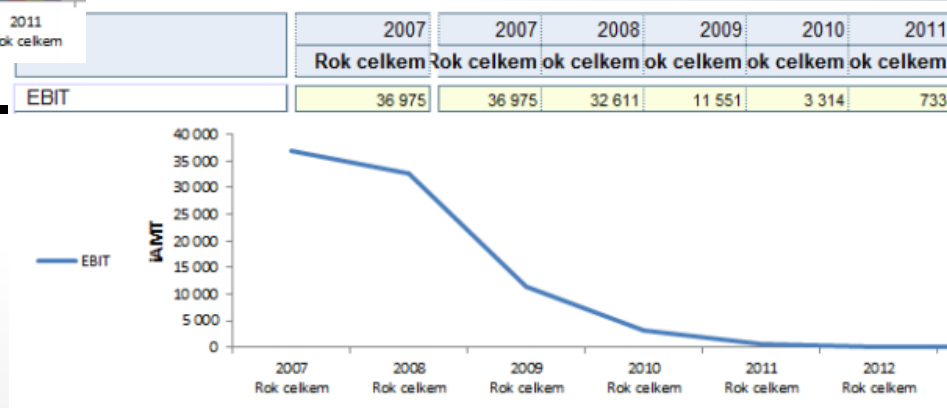
- středně velká potravinářská společnost v oblasti rychlého občerstvení
- portfolio výrobků: bagety, sendviče a saláty
- sídlo na Vysočině
- 950 zaměstnanců

O společnosti Mammut, a.s.

Stagnující tendence vývoje tržeb.



Klesající vývoj EBIT.



SWOT analýza - Finance

Silné stránky

- Stabilní pozice na trhu
- Snížení odpisů od r. 2012

Slabé stránky

- Klesající EBIT
- Stagnace tržeb

Příležitosti

- Vyšší ochota utrácet za zdravou stravu
- Možnost pronájmu nevyužitých prostor

Hrozby

- Zvyšování variabilních nákladů
- Zvyšování nákladů na údržbu

SWOT analýza - Obchod, marketing

Silné stránky

- Silná pozice na čerpacích stanicích
- Strategická poloha

Slabé stránky

- Málo distribučních kanálů

Příležitosti

- Expanze na evropský trh
- Nové distribuční kanály
- Vlastní prodejny
- Přítomnost na akcích (sport, kultura)

Hrozby

- Konkurence na trhu zdravé výživy
- Úbytek nezávislých prodejců

SWOT analýza - Interní procesy

Silné stránky

- Volné prostory v provozech
- Snadná adaptace nových zaměstnanců (nenáročná práce)

Slabé stránky

- Vysoká ztrátovost na Lince 1 v Provozu 2 (saláty)
- Nízká trvanlivost

Příležitosti

- Rozšíření sortimentu

Hrozby

- Nenahraditelnost výrobních linek

SWOT analýza - Organizace, zaměstnanci

Silné stránky

- Jasná vize
- Nízká fluktuace zaměstnanců

Slabé stránky

- Ztráta knowhow s odchodem vrcholového vedení

Příležitosti

- Změna vrcholového managementu
- Nadprůměrná nezaměstnanost v regionu (snadné získání nových zaměstnanců)

Hrozby

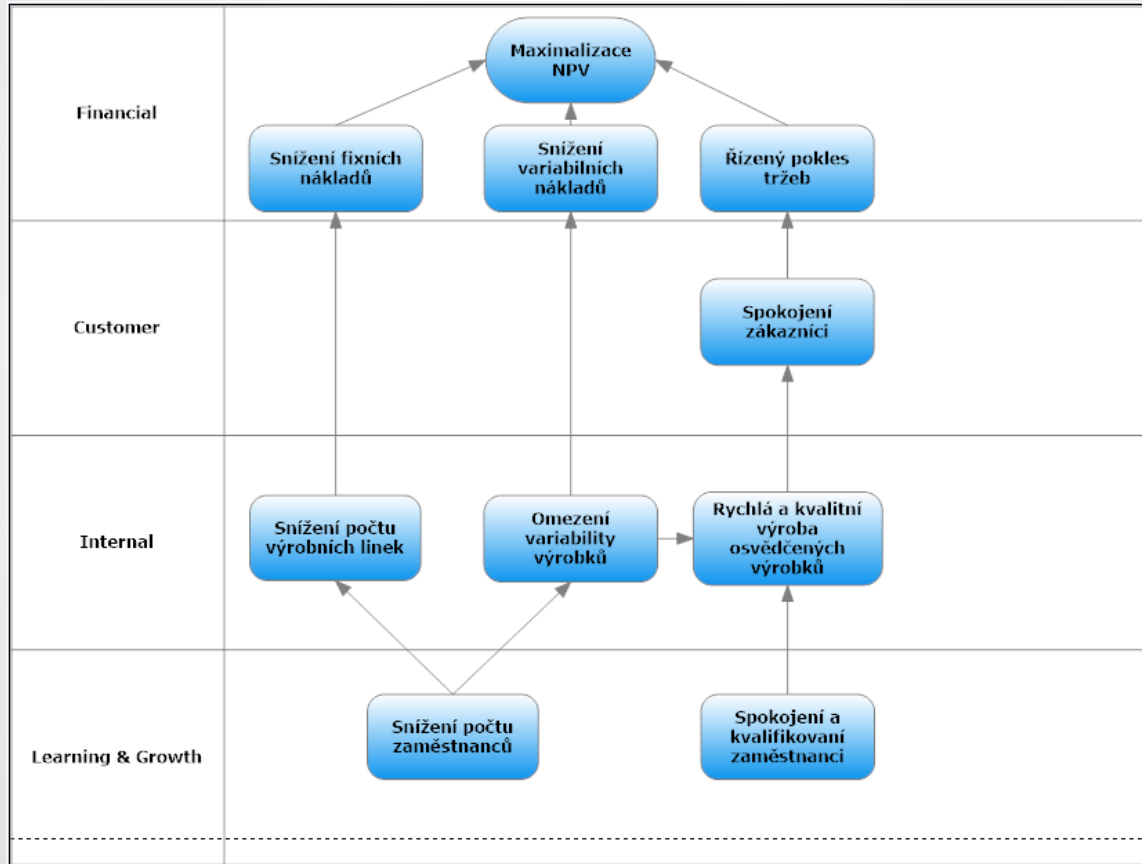
- Demotivace zaměstnanců (propouštění)
- Změna vrcholového managementu

Strategie č. 1 - Útok na náklady

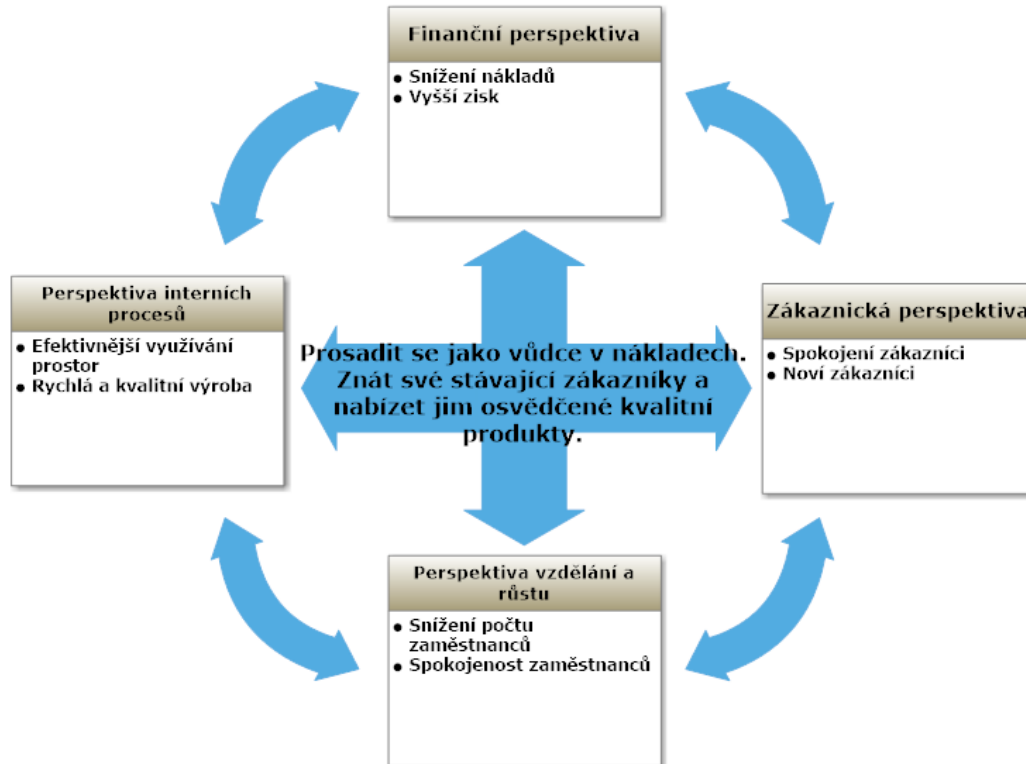
Znát své stávající zákazníky a nabízet jim osvědčené kvalitní produkty.

- zvýšit ziskovost firmy “útokem” na její náklady
- snížení různorodosti vyráběného sortimentu

Strategická mapa - Strategie č. 1



Balanced Scorecard - Strategie č. 1



Strategie č.1

	2012	2013	2014
Změna odpisů	-1 200tis. (5920)	0	0
Změna EAT	-13 202 tis. (-12 608)	-1 856 tis. (-14 464)	-11 047 tis. (-25 511)

Rok	Peněžní příjem (EAT + odpisy)	Odúročitel	Diskontovaný peněžní příjem
2012	-6 688 tis.	0,909	-6 080 tis.
2013	-8 544 tis.	0,8264	-7 061,16 tis.
2014	-19 591tis.	0,7513	-14 719 tis.
Celkem			-27 860,16 tis.

Finanční ukazatele

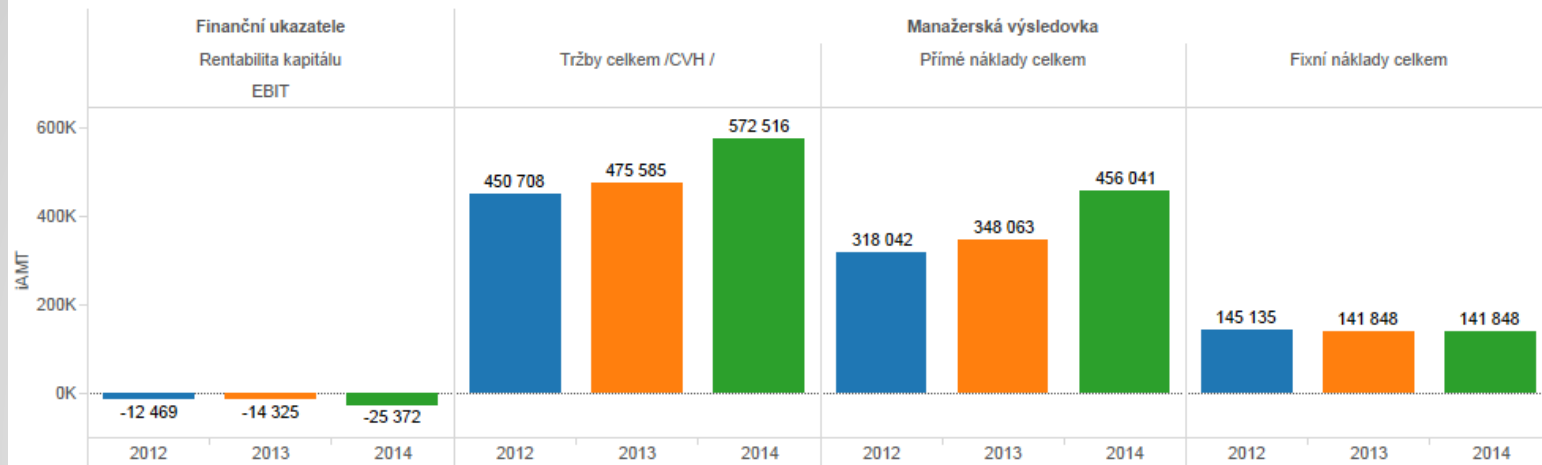
Level 01 / Level 02 / Level 03 / d YEAR

Legenda:

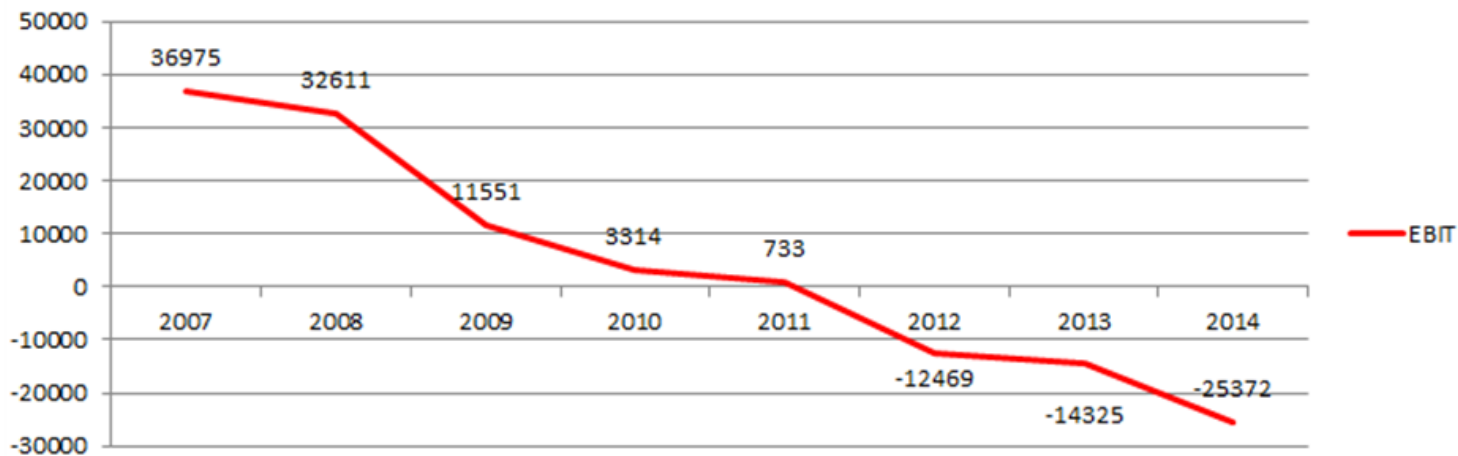
2012

2013

2014



Vývoj EBIT



Strategie č.1

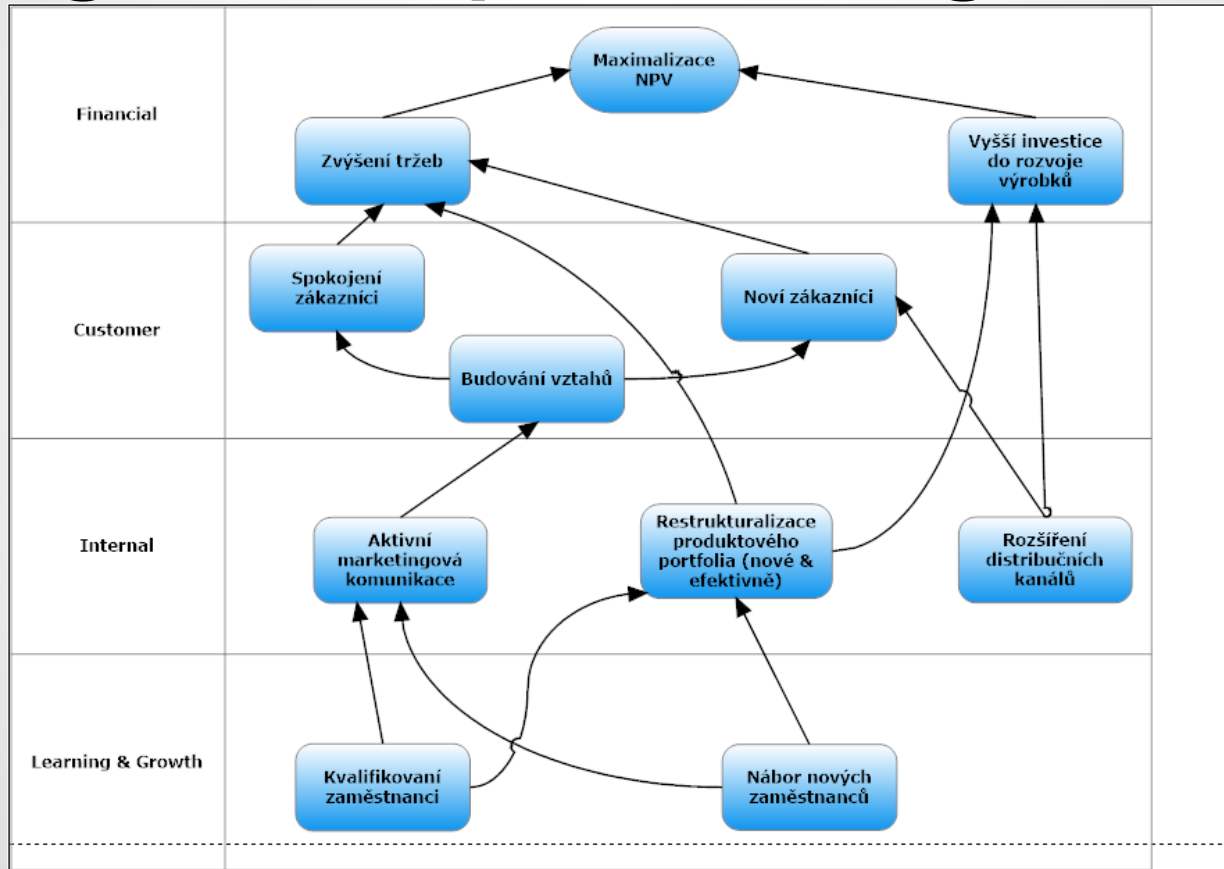
- nedoporučujeme
 - ztrátové
 - nedostatečné snížení nákladů
 - úzké portfolio produktů
 - znemožnění další expanze

Strategie č. 2 Útok na nové produkty

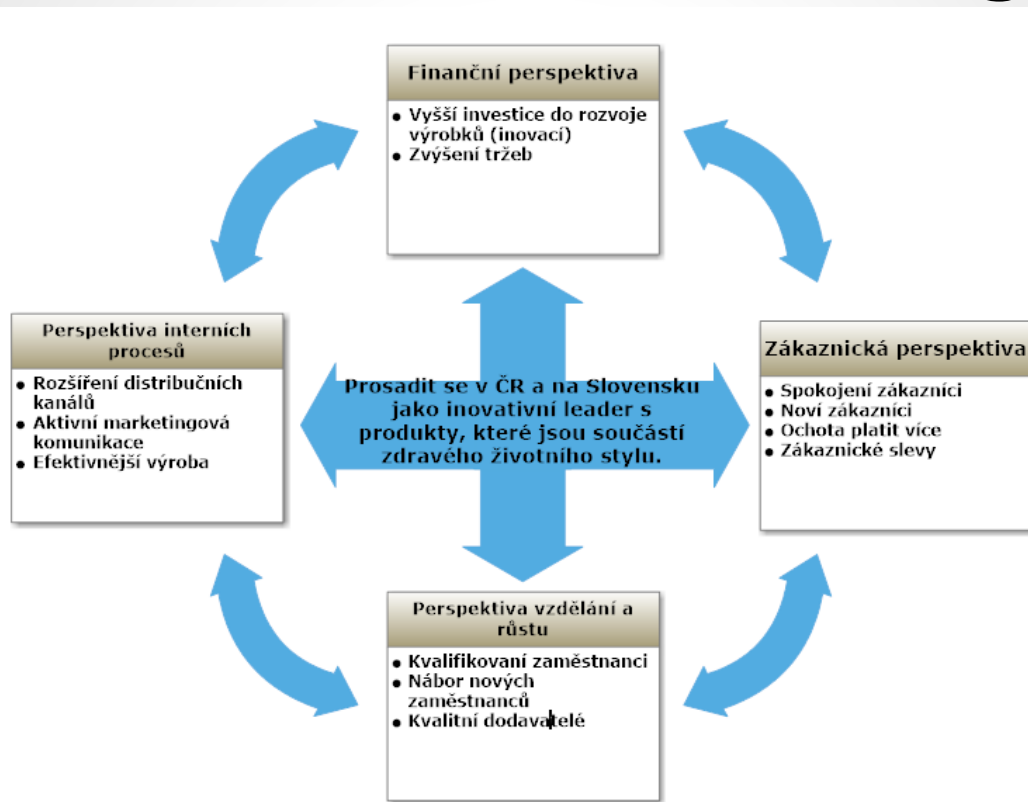
Prosadit se v České republice a na Slovensku jako inovativní leader s produkty, které jsou součástí zdravého životního stylu.

- rozvoj obchodu
- zacílení na inovativní produkty

Strategická mapa - Strategie č. 2



Balanced Scorecard - Strategie č. 2



Strategie č. 2

	2012	2013	2014
Změna odpisů	+6 800 tis. (13 920)	0	0
Změna EAT	-19 303 tis. (-19 897)	+93 174 tis. (73 277)	-20 089 tis. (53 188)

Rok	Peněžní příjem (EAT + odpisy)	Odúročitel	Diskontovaný peněžní příjem
2012	-5 977 tis.	0,909	-5 433,55 tis.
2013	+87197 tis.	0,8264	+72 063,63 tis.
2014	+67 108 tis.	0,7513	+50 419,23 tis.
Celkem			+117 049,13 tis.

Finanční ukazatele

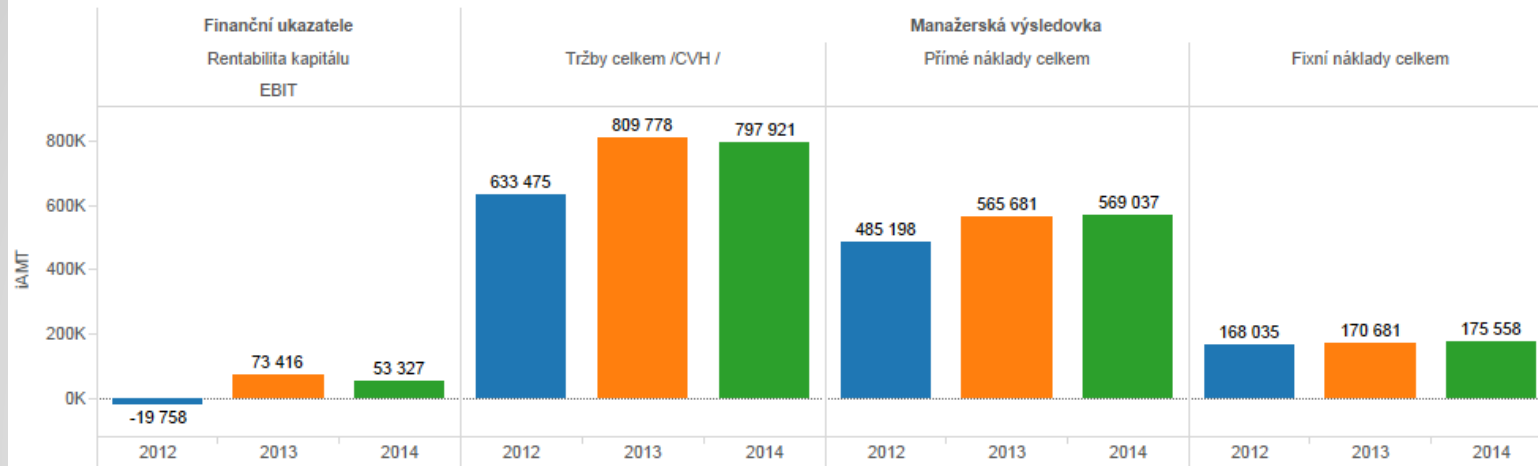
Level 01 / Level 02 / Level 03 / d YEAR

Legenda:

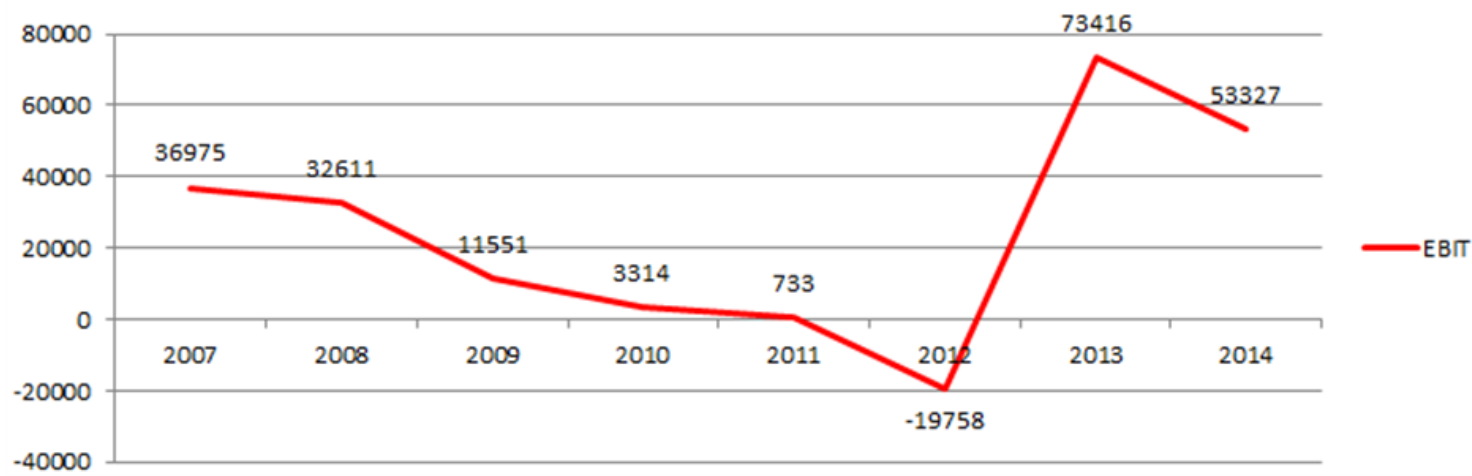
2012

2013

2014



Vývoj EBIT




Strategie č. 2

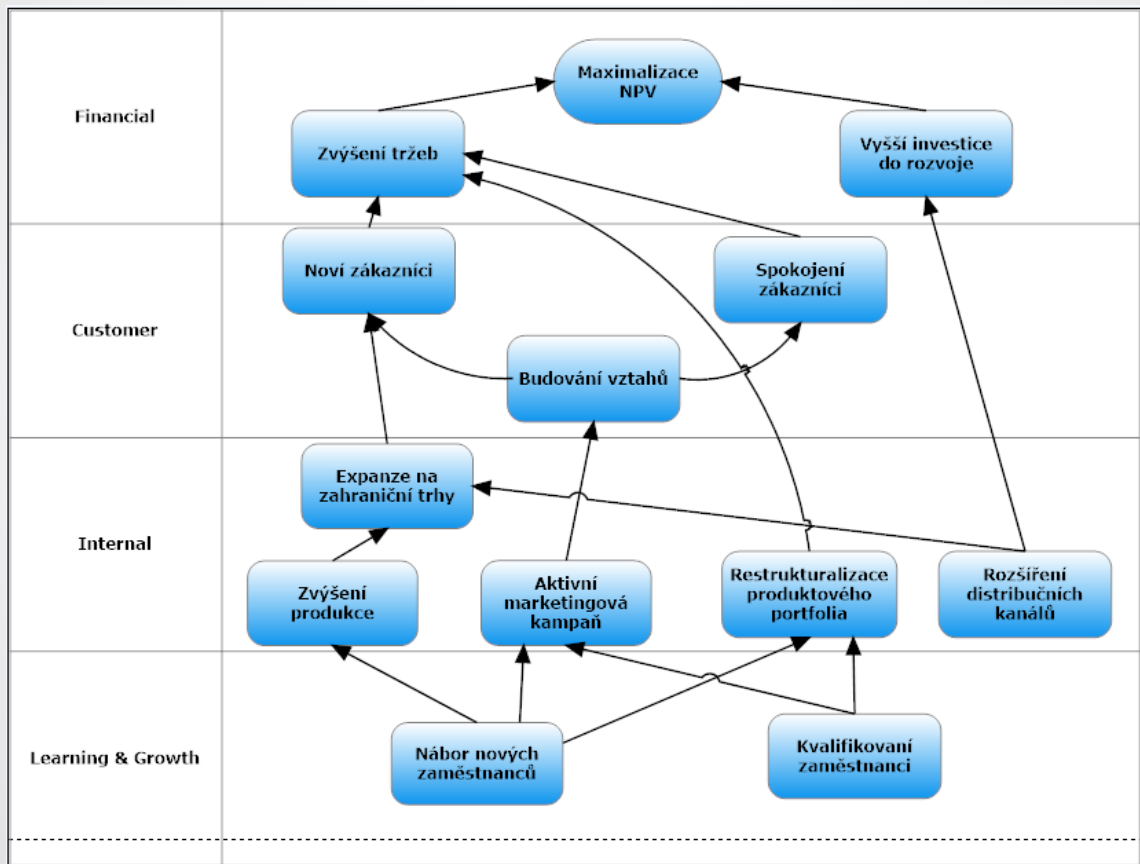
- nedoporučujeme
 - útlum klíčové skupiny výrobků
 - nabízení v restauracích - nelogické
 - rušení salátů
 - vysoký vliv variabilních nákladů

Strategie č. 3 Útok na nové trhy

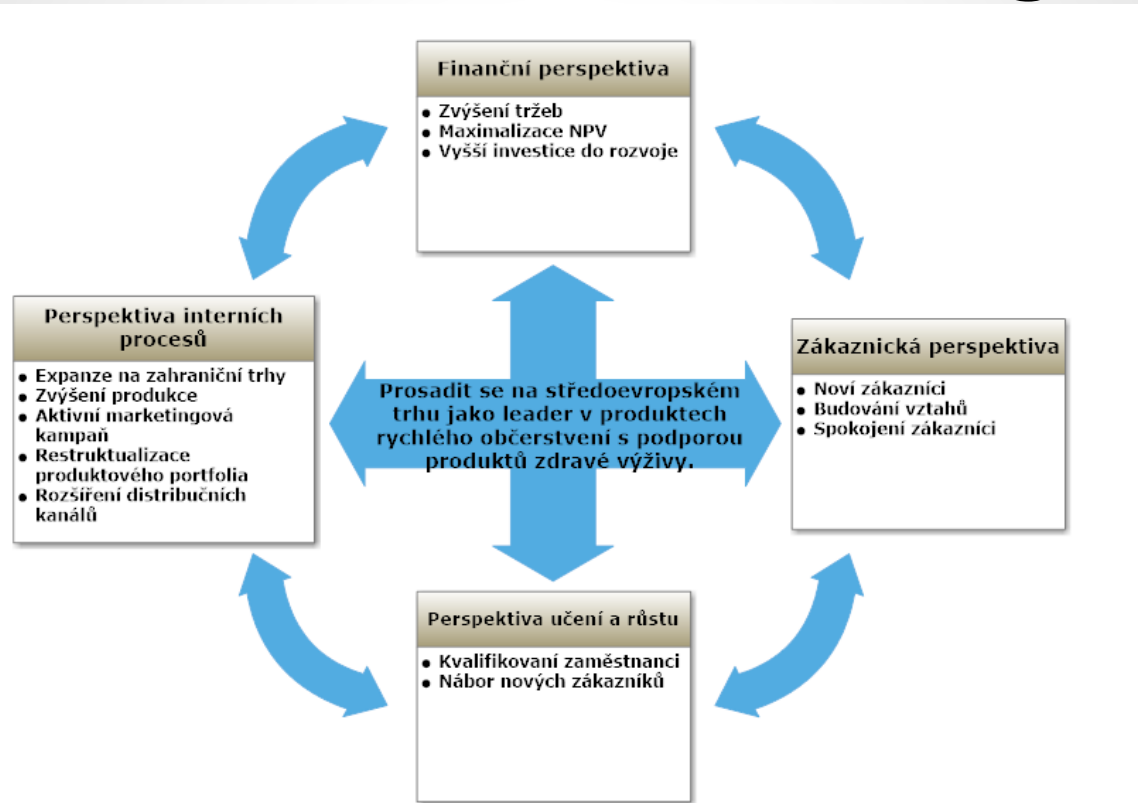
Prosadit se na středoevropském trhu jako leader v produktech rychlého občerstvení s podporou produktů zdravé výživy.

- dobytí nových trhů a distribučních cest - velká šance dlouhodobě přežít v EU.
- velmi vysoké investice  velké riziko

Strategická mapa - Strategie č. 3



Balanced Scorecard - Strategie č. 3

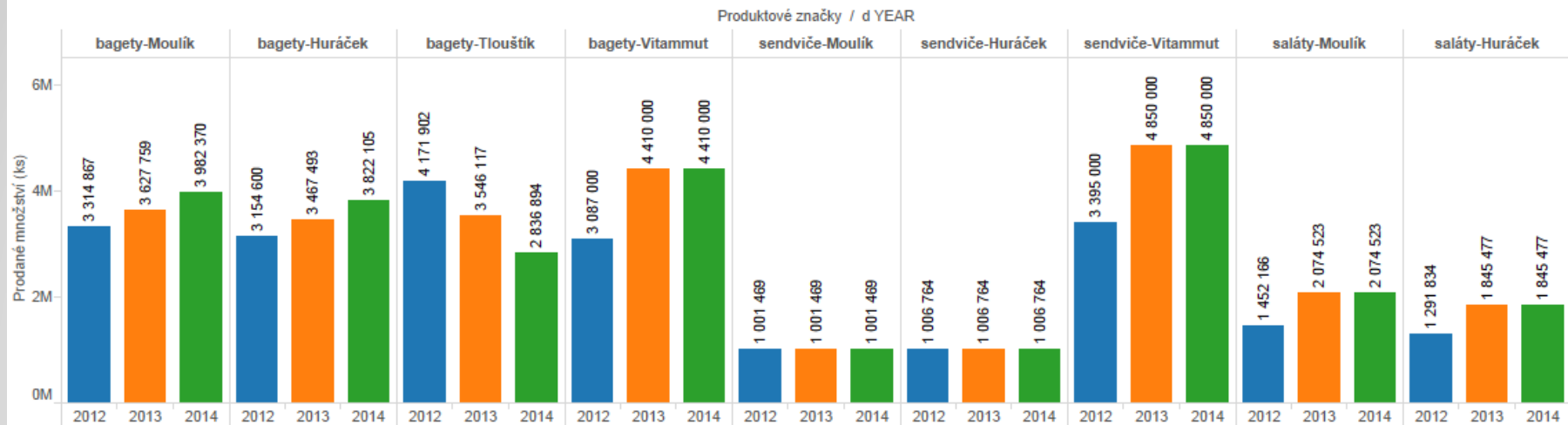


Strategie č. 3

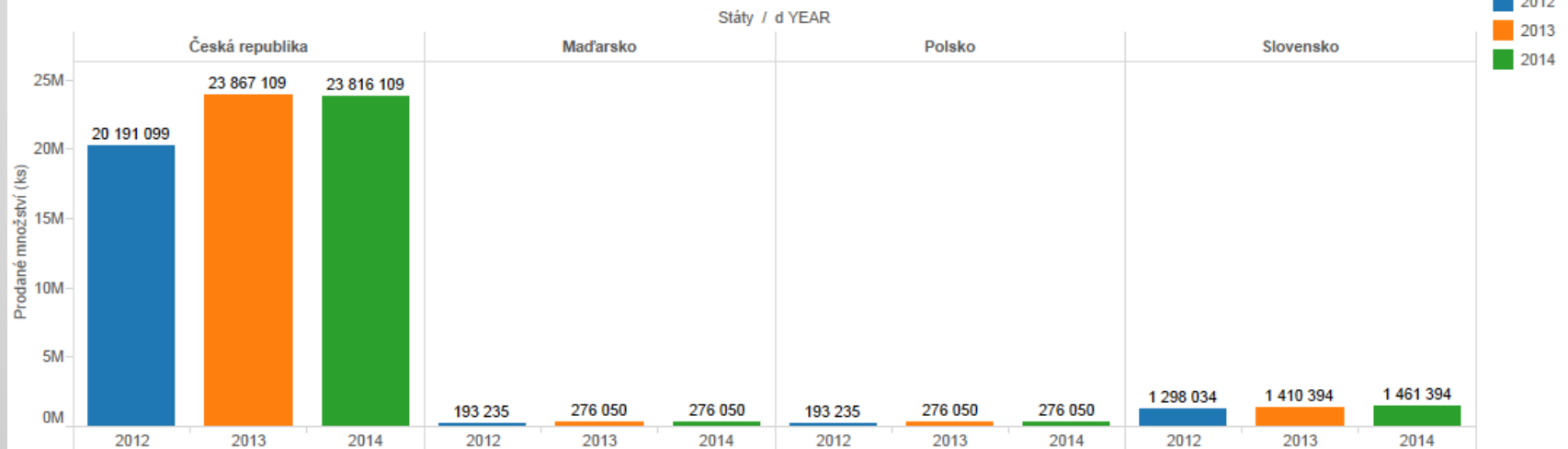
	2012	2013	2014
Změna odpisů	+11 000 tis. (18 120)	0	0
Změna EAT	+42 523 tis. (43 117)	+11 396 tis. (54 513)	-1 372 tis. (53 141)

Rok	Peněžní příjem (EAT + odpisy)	Odúročitel	Diskontovaný peněžní příjem
2012	+61 237 tis.	0,909	+55 670 tis.
2013	+72 633 tis.	0,8264	+60 027,27 tis.
2014	+71 261 tis.	0,7513	+53 539,44 tis.
Celkem			+169 236,71 tis.

Prodané množství podle produktové řady



Prodané množství podle země



Finanční ukazatele

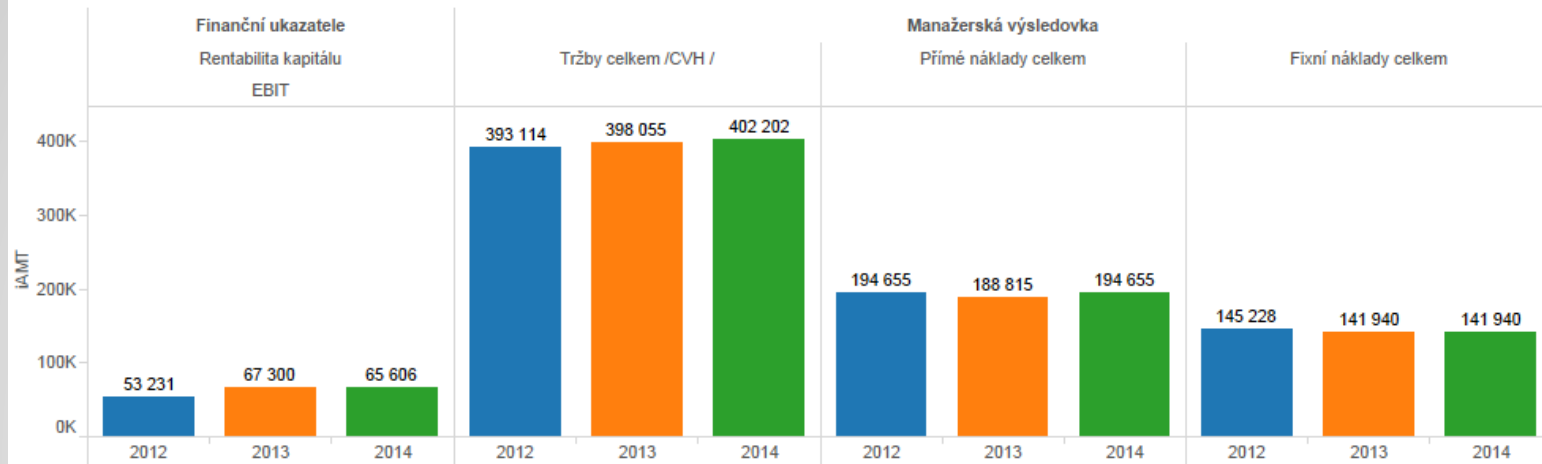
Level 01 / Level 02 / Level 03 / d YEAR

Legenda:

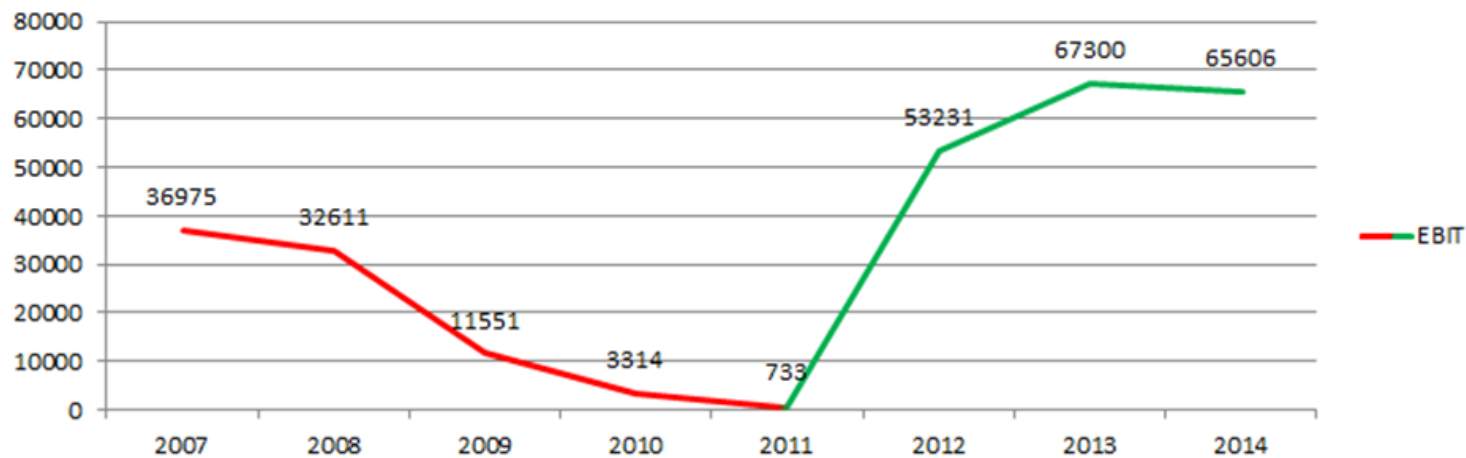
2012

2013

2014



Vývoj EBIT



strategie č. 3



DOPORUČUJEME

investice - dlouhodobé udržení na trhu
strategická expanze do okolních zemí
efektivní využití prostorů
zachování salátů

Děkujeme za pozornost

Prostor pro Vaše dotazy

