

## Dodavatelská společnost Žízeň

Pan Novák charakterizuje svoji dodavatelskou společnost Žízeň těmito slovy: „Firmy nebo organizace, které jsou našimi zákazníky u nás v podstatě objednávají vše kolem občerstvení. Může to být dodávka nápojů k obědům, které si zaměstnanci sami přinesou nebo to může být celodenní dodávka nápojů. Dodáváme nápoje na sjednané místo kdekoli v České republice. Můžeme dodat personál, know-how, nábytek, technické zařízení i zásoby. To vše může naše firma dodat“.

Vzhledem k rychle rostoucímu trhu dodavatelských služeb, musela společnost Žízeň hodně investovat do průzkumů s cílem zjištění přání zákazníků, do poskytování informací a vývoje variant.

Do roku 2020 společnost investovala mnoho prostředků a času do získávání nových zákazníků, ale z důvodu postupného snižování počtu potenciálních zákazníků (příčinou je saturace trhu) se rozhodla o změně své strategie. Společnost se rozhodla věnovat více pozornosti stávajícím zákazníkům a méně pozornosti zákazníkům potenciálním, novým. Cílem strategie bylo udržet současné zákazníky a zvýšit u nich obrat.

V souladu s novou strategií společnost podnikla následující opatření:

- Byly navrženy recepty na rychlé obědy, které ladí s trendem zdravé životosprávy. Tyto obědy jsou o 25% dražší než staré „nezdravé“ pokrmy.
- Dále bylo rozhodnuto o podnikání v dodavatelských službách pro společenské události.

## Obrat dodavatelské společnosti Žízeň (mil. Kč)

	2017	2018	2019	2020
<b><i>Celkový obrat</i></b>	60,8	67,2	68,0	74,4
Z toho:				
<b><i>- od starých zákazníků</i></b>	60,8	48,0	40,0	40,0
<b><i>- celkem noví zákazníci</i></b>		19,2	28,0	34,4
Noví v roce 2018		19,2	16,0	18,4
Noví v roce 2019			12,0	16,0
Noví v roce 2020				0,0

## Úkoly:

1. Společnost Žízeň je zaměřena na obchodní trh. Spíše dodává služby než produkty. Vyberte, které z následujících rysů jsou typické pro dodávku služeb:
  - a) dodávka není pomíjivá
  - b) produkce a spotřeba se uskutečňují najednou
  - c) všechny prvky jsou hmotné
  - d) zákazník jen spotřebovává, nemá vliv na služby
2. Které typy strategie podle Ansoffa společnost použila v letech 2018 – 2019 a kterou v roce 2020?
  - a) penetrace trhu v letech 2018 – 2020
  - b) vývoj trhu v letech 2018 – 2019 a vývoj produktu v roce 2020
  - c) vývoj trhu v letech 2018 – 2019 a penetraci trhu v roce 2020
  - d) penetrace v letech 2018 – 2019 a vývoj produktu v roce 2020
3. Jeden z důvodů společnosti Žízeň pro začlenění nového druhu služby byla dostupnost údajů o některých fixních nákladech (režie, kuchyně, servis, doprava). Fixní náklady pro dodávky společenských událostí (odpisy na nové speciální zařízení) činí 400 000 Kč za rok. Variabilní náklady na pracovní síly činí až 40% obratu, náklady na potraviny 25% a zbylé variabilní náklady 10%. Jakého obratu bude muset nová služba dosáhnout, aby zajistila zisk 15% z obratu?
  - a) 400 000
  - b) 4 000 000
  - c) 2 400 000

d) 1 600 000

4. Před rokem 2020 měl pan Novák další plán. Dosáhl úmluvy s řadou firem o použití jídelny jako prodejny pro hotová jídla na konci pracovního dne. Zaměstnanci by si koupili jídlo a doma jen ohřáli. Jak se tato strategie nazývá podle Ansoffa?
  - a) diverzifikace
  - b) diferenciacce
  - c) vývoj trhu
  - d) vývoj produktu
5. Pan Novák se rozhodl, že společnost od roku 2022 vstoupí na nový trh. K rozhodnutí o strategii vstupu a dalších akcích si potřebuje pan Novák zmapovat současnou situaci na stávajícím trhu. Na trhu existují, kromě společnosti Žízeň, ještě další tři významné společnosti: Hlad, Dieta, Gurmán. Vytvořte poziční mapu znázorňující pozici těchto čtyř společností. Vytvořte dvoudimenzionální poziční mapu, přičemž jednou z dimenzí je průměrná cena nabídky a druhou dimenzí je kvalita vnímána zákazníky.

	Obrat 2020 (mil. Kč)	Průměrná cena nabídky (Kč)
Hlad	56,7	130
Dieta	72,1	150
Gurmán	82,3	220
Žízeň	74,4	120

Hodnocení kvality proběhlo na základě výzkumu mezi zákazníky. Hodnocení jednotlivých faktorů proběhlo na základě hodnocení stupnice 1 – 10, přičemž 1 je nejhorší hodnocení a 10 nejlepší hodnocení.

	Šíře nabídky váha	Pestrost nabídky váha	Moderní trendy váha	Zdraví váha
Hlad	4	2	7	3
Dieta	2	4	8	8
Gurmán	10	9	10	4
Žízeň	6	7	5	6