

Výročná správa za účtovné obdobie k 31.12.2022

Obchodné meno (názov)

účtovnej jednotky: **AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o.**

Sídlo: **Pod Strážou 3, 960 01 Zvolen**

Vyhotovená dňa: 20.6.2023

Prerokovaná dňa: 22.6.2023

Podpis člena štatutárneho organu účtovnej
jednotky:

.....

Podpis osoby zodpovednej za vyhotovenie
výročnej správy:

.....

I. História vzniku a vývoj spoločnosti

Vznik spoločnosti

Spoločnosť AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. bola založená zakladateľskou listinou vo forme notárskej zápisnice o založení spoločnosti s ručením obmedzeným zo dňa 3.12.2007.

Je zapísaná v obchodnom registri na Okresnom súde v Banskej Bystrici, oddiel: Sro, vložka číslo: 14022/S dňom 13.12.2007.

Sídlo spoločnosti: Pod Strážou 3, 960 01 Zvolen

Web: www.autotechna.sk

E-mail: baranek@autotechna.sk

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Štatutárny orgán: Jaroslav Baránek - konateľ spoločnosti

Predmet činnosti:

- a) kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) v rozsahu voľných živností;
- b) kúpa tovaru na účely jeho predaja iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod) v rozsahu voľných živností;
- c) oprava cestných motorových vozidiel;
- d) sprostredkovanie obchodu a služieb v rozsahu voľnej živnosti;
- e) prenájom hnutelných vecí v rozsahu voľnej živnosti;
- f) reklamná a propagačná činnosť;
- g) nákladná cestná doprava vykonávaná cestnými motorovými vozidlami, ktorých celková hmotnosť vrátane prípojného vozidla nepresahuje 3,5 t;
- h) prenájom nehnuteľností spojený s poskytovaním iných než základných služieb spojených s prenájomom.

AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. založil spoločník Jaroslav Baránek ako nástupcu v podnikaní pôvodnej firmy Jaroslav Baránek - Autotechna, ktorá vznikla v roku 1990. Hlavným predmetom činnosti je predaj značkových náhradných dielov pre všetky typy osobných automobilov.

Transformácia spoločnosti na s.r.o. bola logickým dôsledkom 17-ročného, neustáleho rastu firmy. Bol to nielen psychologický odrazový mostík na neustále napredovanie, ale nová právna forma s novým ERP systémom umožnila ešte detailnejšiu prácu a plánovanie.

Významné zmeny v rámci spoločnosti za rok 2022:

Od svojho vzniku prechádza spoločnosť neustálymi, avšak potrebnými zmenami tak, aby bola stále bližšie k svojim zákazníkom, ich potrebám a požiadavkám. Po roku 2020 a 2021, výsledky ktorých negatívne ovplyvnila pandémia – koronakríza, v roku 2022 nastúpila energetická kríza, ktorá spôsobila nárast nákladov nielen na energie, PHM, ale aj cenu tovarov a materiálov. Uvedené skutočnosti donútili spoločnosť reagovať zvýšením cien predávaného tovaru už v januári 2022.

Najdôležitejšie zmeny:

- rozšírenie sortimentu veľkoobchodného skladu o nových dodávateľov,
- upevňovanie spolupráce s renomovanými výrobcami, ktorí poskytujú kvalitný tovar potvrdený certifikátmi kvality,
- sústavná podpora predaja tovaru vlastnej značky Proauto,
- prestavba a modernizácia maloobchodnej prevádzky vo Zvolene, doplnenie regálového a pultového systému,
- doplnenie pultového vybavenie maloobchodnej prevádzky v Brezne,
- presťahovanie maloobchodnej prevádzky v Šali,
- investície do počítačového vybavenia maloobchodných prevádzok, doplnenie stolových počítačov a fiškálnych pokladníc,
- rozsiahla oprava strechy prevádzkovej budovy vo Zvolene,
- inštalácia 44 ks fotovoltaických panelov na strechu prevádzkovej budovy o Zvolene s cieľom znížiť náklady na elektrickú energiu,
- inovácia vozového parku, zakúpenie 2 nových automobilov, 2 vysokozdvížných vozíkov pre veľkoobchodný sklad v Košiciach a vo Zvolene,
- valorizácia miezd všetkým zamestnancom o cca 10% z dôvodu rastu indexu spotrebiteľských cien,
- rast počtu zamestnancov v roku 2022 o 3% oproti roku 2021, k 31.12.2022 bol fyzický stav zamestnancov v pracovnom pomere bez MD a RD: 117,

- nárast priemerného stavu zásob (o 14%) a obratu spoločnosti (o 8%) oproti minulému roku.

II. Poslanie, vízia a dlhodobé ciele spoločnosti AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o.

Poslanie spoločnosti:

- a) slovenská obchodná firma, ktorá sa zaoberá predajom náhradných dielov, autopríslušenstva a autodoplnkov pre všetky typy osobných automobilov, dielov pre automobilový a motocyklový šport,
- b) hlavným cieľom je zlepšovanie podmienok pre zákazníkov spoločnosti a budovanie dlhodobých čistých a jasných vzťahov, a to tak, aby sa firma stala spoľahlivým partnerom pre všetkých “motoristov”,
- c) ďalším cieľom je budovať silný pracovný tím, kde každý uplatní svoje vedomosti a odbornosť, môže sa ďalej vzdelávať, tešiť sa a vidieť výsledky svojej a spoločnej práce.

Činnosť: distribúcia a predaj značkových náhradných dielov pre všetky typy osobných automobilov.

Pôsobnosť: v rámci územia Slovenskej republiky, kde patrí medzi 6 najväčších spoločností v tomto segmente na trhu s dlhodobou pôsobnosťou na ďalších 10 rokov.

Hlavné zameranie spoločnosti:

- predaj dielov pre osobné automobily (maloobchodný a veľkoobchodný),
- predaj dielov pre motocyklových jazdcov,
- predaj dielov pre automobilový šport,
- autoservis a motoservis.

Hlavné črty a znaky spoločnosti:

Dynamická a stále sa rozvíjajúca spoločnosť.

Stabilná spoločnosť – podiel predaja a tržieb v maloobchode 50% a vo veľkoobchode 50%.

Široký a kvalitný sortiment, ktorý sa rozširuje podľa požiadaviek trhu.

Profesionálny prístup k zákazníkovi (vybaviť zákazníka na 100% a poskytnúť niečo navyše).

Služby pre zákazníka na vysokej úrovni ako dôležitý nástroj v konkurenčnom boji.

Odborné poradenstvo a priateľský prístup k zákazníkovi ako dôležitý základ pre dlhodobé, trvalé a úspešné vzťahy so zákazníkmi.

Efektívna marketingová a komunikačná stratégia vychádzajúca z histórie spoločnosti a kopírujúca nové požiadavky a príležitosti na trhu.

Dlhodobé ciele spoločnosti:

Zvyšovanie efektivity predaja a hľadanie vnútorných rezerv s cieľom rastu tržieb a marže spoločnosti a dosiahnutie pozitívnych finančných ukazovateľov.

Optimalizovať rozdelenie finančných zdrojov spoločnosti v pomere 80% cudzie zdroje a 20% vlastné zdroje.

Investičná činnosť spoločnosti sa bude realizovať prioritne z cudzích zdrojov formou leasingu alebo úveru.

Rozvoj segmentu elektronického obchodu s cieľom dosiahnuť väčší podiel na trhu a poskytovať lepšie služby zákazníkom.

Činnosť maloobchodných predajní smerovať k získaniu prvenstva medzi maloobchodnými predajňami autodiélov v rámci regiónu, ich stabilizácia a personálne posilnenie.

Rozširovanie sortimentu spoločnosti podľa požiadaviek trhu a trendov vo vývoji automobilového priemyslu a automobilového parku vrátane zavedenia tzv. „druhej línie“ produktov pri zachovaní optimálneho pomeru - cena a kvalita.

Pravidelné monitorovanie a zlepšovanie obchodných podmienok s dodávateľmi v snahe udržať dlhodobé a efektívne vzťahy s dodávateľmi.

Optimalizácia a prehodnocovanie jednotlivých rozvozoých trás tak, aby boli efektívne využité a zároveň pokryli potreby zákazníkov.

Rast počtu zákazníckej základne (veľkoobchodu a maloobchodu) a posilňovanie lojality zákazníkov využívaním aktívnych programov a projektov pre zákazníkov (individuálne projekty viazanosti, členstvo v Autotechna klube).

Pravidelné aktivity podpory predaja rozdelené pre segmenty – veľkoobchod a maloobchod plánované a realizované v spolupráci - marketing a obchod v súlade so stanoveným marketingovým plánom a marketingovo-komunikačnou stratégiou spoločnosti.

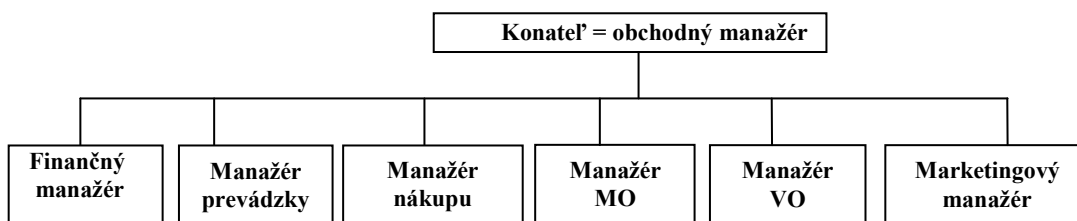
Permanentné vzdelávanie, vychovávanie zamestnancov a možnosti kariérneho postupu z vlastných zdrojov patria k základným prioritám zamestnaneckej a personálnej politiky spoločnosti.

Krátkodobé ciele spoločnosti – rok 2023:

- aktívny rozvoj činnosti autoservisu, rozširovanie klientely,
- rozširovanie kapacity centrálneho skladu vo Zvolene,
- rozširovanie a zefektívnenie rozvozoých trás tovaru zákazníkom, zavádzanie expresných rozvozov z maloobchodných prevádzok,
- rozvoj elektronického obchodu (e-shopu) pre maloobchodných zákazníkov,
- rozvoj elektronického obchodu (e-catu) pre veľkoobchodných zákazníkov,
- sťahovanie jednej maloobchodnej prevádzky do väčších priestorov,
- investovanie do vozového parku spoločnosti a počítačového vybavenia z hľadiska rýchlosti a bezpečnosti.

Vedenie spoločnosti

Základná organizačná štruktúra vedenia spoločnosti:



Cieľové skupiny zákazníkov:

a) maloobchodní zákazníci:

- motoristi v miestach predajní - priami zákazníci,
- motoristi v miestach predajní odberateľov veľkoobchodu na celom území SR,
- automobiloví a motocykloví pretekári,

b) veľkoobchodní zákazníci

- majitelia predajní s autosúčiastkami,
- majitelia autoservisov,
- automobiloví a motokrosoví pretekári,
- majitelia predajní s motocyklovým sortimentom,
- autosalóny.

Dodávatelia (obchodní partneri)

- výrobcovia značkových náhradných dielov zo Slovenska, Poľska, Českej republiky, Talianska, Španielska a Nemecka,
- distribútori náhradných dielov, autodoplnkov a autopríslušenstva zo zahraničia a tiež SR,
- výrobcovia špecializovaného sortimentu tovaru – diely pre automobilový šport a motocyklový šport.

Marketingová stratégia

Hlavné ciele marketingovej stratégie:

- a) komunikácia značky AUTOTECHNA a produktov, neustále zvyšovanie povedomia, posilnenie poznateľnosti značky plošne v rámci celého územia Slovenskej republiky,
- b) podpora maloobchodného a veľkoobchodného predaja,
- c) udržiavanie lojality zákazníkov aj zamestnancov,
- d) neustále rozširovanie zákazníckej základne.

Enviromentálna stratégia

Spoločnosť AUTOTECHNA dbá na ochranu životného prostredia, stará sa o pracovné podmienky svojich zamestnancov, dodržiava všetky predpisy, aby svojou činnosťou nespôsobovala znečisťovanie a poškodzovanie životného prostredia a zabránila poškodeniu ľudského zdravia. Má uzatvorené zmluvy so spoločnosťou Zberné suroviny Žilina a.s. (odovzdávanie kovového odpadu, papiera, lepenky a fólie), so spoločnosťou Power Battery, s.r.o. (odovzdávanie použitých autobatérií a alkalických batérií) a so spoločnosťou DETOX s.r.o. (vývoz nebezpečného odpadu z autoservisu). Od spoločnosti Marius Pedersen, a.s. zakúpila zbernú nádobu na plasty a zaviedla zber triedeného odpadu.

Personálna stratégia

Východisko: základný cieľ spoločnosti - budovať silný pracovný tím, kde každý uplatní svoje vedomosti a odbornosť, môže sa ďalej vzdelávať, tešiť sa a vidieť výsledky svojej a spoločnej práce.

Počet zamestnancov bez žien na materskej a rodičovskej dovolenke k 31.12.2022: **117**.

Priemerný prepočítaný počet zamestnancov k 31.12.2022: **116,67**.

Hlavné ciele personálnej stratégie:

- a) tvorba nových pracovných miest v súvislosti s obchodnou stratégiou,
- b) vzdelávanie zamestnancov:
 - rozširovanie odborných znalostí a vedomostí formou interných odborných školení s cieľom získať, upevňovať a fixovať odborné znalosti o ponúkanom sortimente,
 - rozširovanie a prehľbovanie komunikačných zručností formou interných školení a tréningov so zameraním na pro-zákaznícku orientáciu a komunikáciu so zákazníkom,
 - rozvoj jazykových znalostí potrebných pre komunikáciu s obchodnými partnermi,
 - rozvoj a prehľbovanie zručností práce s PC a tiež s interným informačným systémom spoločnosti používaným pri bežnej činnosti (predaj, sklad, účtovníctvo, štatistiky, atď.),
- c) rast a rozvoj zamestnancov:
 - systém motivačných rozhovorov (zamestnanec a priamy nadriadený),
 - plán rozvoja zamestnancov a systematické vychovávanie zamestnancov pre jednoduchú zastupiteľnosť zamestnancov,
 - posun a kariérny rast zamestnancov – obsadzovanie voľných pracovných pozícií z interných personálnych zdrojov a až následne z externých,
 - rozvoj a prehľbovanie zručností vedúcich zamestnancov na manažérskych pozíciách v oblasti vedenia ľudí,
- d) budovanie aktívneho pracovného tímu:
 - interné aktivity na podporu spolupráce medzi kolegami v snahe zlepšovania dobrých vzťahov medzi jednotlivcami a aj prevádzkami, či pracovnými tímami.

III. Vývoj a stav finančného hospodárenia

1. Veľkoobchodná činnosť:

Rok 2022 bol pre spoločnosť AUTOTECHNA rokom pokračovania v zdokonaľovaní systému obchodnej politiky, ktorý bol podmienený vývojom na trhu náhradných dielov pre automobily a tiež vývojom a zmenami ekonomického prostredia v rámci SR, ale aj mimo SR. Spoločnosť pokračovala v doľadovaní

a rozširovaní využitia informačného systému spoločnosti, ktorého hlavným cieľom je zefektívniť firemné procesy predovšetkým v oblasti predaja a logistiky veľkoobchodných pobočiek vo Zvolene a v Košiciach, ako aj štrnástich maloobchodných prevádzok a autoservisu.

Vplyvom konkurenčného prostredia na jednej strane a tiež tlakom zo strany zákazníckej základne sa spoločnosť sústredila na vyhľadávanie nových dodávateľských kanálov a distribučných sietí s cieľom rozšírenia existujúceho portfólia produktov a tiež diverzifikáciou o nové sortimentné skupiny.

Ako spoločnosť, pre ktorú je dôležitá kvalita poskytovaných služieb pre zákazníkov, pristúpila AUTOTECHNA k potrebným úpravám v oblasti cenovej politiky, distribučnej politiky, odborného poradenstva (zdokonaľovanie elektronického katalógu náhradných dielov) a tiež akvizícii a podpory predaja.

K prioritám, ktorým sa bude venovať spoločnosť do budúcnosti, patrí predovšetkým zefektívnenie procesu plánovania zásob smerom od dodávateľov k spoločnosti a oblasť distribúcie a dostupnosti tovaru smerom k zákazníkom. Zvýšenú pozornosť bude venovať analýze sortimentnej skladby tovaru na sklade. Okrem toho bude pokračovať v už overených prostriedkoch pre podporu predaja, ako sú individuálne aktivity pre vybraných zákazníkov na posilnenie ich lojality voči spoločnosti, pravidelné marketingové akcie podpory predaja a v neposlednom rade aj odborným poradenstvom zo strany profesionálneho obchodného tímu spoločnosti.

VEĽKOOBCHOD	Rok 2022	Rok 2021
Tržby za tovar	7 234 tis.€	7 255 tis.€
Priemerný stav zásob tovaru	2 148 tis.€	1 861 tis.€

2. Maloobchodná činnosť:

Obchodná stratégia maloobchodných predajní bola zameraná na stabilizáciu postavenia jednotlivých predajní na regionálnych trhoch, upevnenie siete maloobchodných prevádzok, rozšírenie siete o ďalšiu maloobchodnú prevádzku. V súčasnosti je maloobchodný predaj realizovaný v štrnástich samostatných prevádzkach, ktoré sú zásobované predovšetkým z veľkoobchodného skladu alebo priamo od zmluvných dodávateľov.

Neustále zlepšovanie podmienok a poskytovaných služieb pre maloobchodných zákazníkov, resp. členov Autotechna klubu s cieľom vytvárania dlhodobých partnerských vzťahov so zákazníkmi, zostáva prioritou spoločnosti Autotechna aj pre ďalšie obdobie. Hlavnými nástrojmi, ktoré plánuje spoločnosť využívať na dosiahnutie tohto cieľa, sú predovšetkým: stabilizácia siete maloobchodných predajní, prehodnocovanie a zefektívňovanie nákladov jednotlivých prevádzok, skvalitnenie procesu plánovania zásob tovaru a dostupnosti tovaru a rozšírenie elektronického obchodu na celý sortiment spoločnosti.

Dôležitú úlohu zohráva aj nastavená marketingová a personálna stratégia, ktoré tvoria neodlučiteľnú súčasť celkovej podnikovej stratégie pre maloobchodnú činnosť spoločnosti. Z tých najdôležitejších nástrojov uvádzame: úzka spolupráca s najdôležitejšími zákazníkmi z pohľadu ich podielov na tržbách spoločnosti, plánované aktivity podpory predaja, poskytovanie benefitov pre členov Autotechna klubu, odborné vzdelávanie a rozvoj komunikačných zručností predajcov, osobná zaangažovanosť predajcov na inovatívnych zmenách smerom k zákazníkovi a tiež posilňovanie internej komunikácie a podnikovej kultúry.

MALOOBCHOD	Rok 2022	Rok 2021
Tržby za tovar	8 395 tis.€	7 196 tis.€
Priemerný stav zásob tovaru	526 tis.€	468 tis.€

3. Výsledok hospodárenia pred zdanením (zisk +, strata -) a po zdanení

	Rok 2022	Rok 2021
Veľkoobchod:	345 tis.€	476 tis.€
Maloobchod:	591 tis.€	490 tis.€
Autoservis:	- 25 tis.€	- 11 tis.€
Réžia:	- 819 tis.€	- 766 tis.€
Celkom hrubý zisk (pred zdanením):	92 tis.€	189 tis.€
Čistý zisk (po zdanení):	62 tis.€	141 tis.€

4. Aktivita a rentabilita

Obrat aktív (tržby/priem.celkové aktíva)	2,81	2,75
Produktivita práce (tržby/mzdové náklady)	8,02	8,56
Rentabilita aktív (hrubý zisk/aktíva)	1,64%	3,54%
Rentabilita tržieb za tovar (čistá marža) HZ/TT	0,59%	1,30%
Rentabilita tržieb za tovar (hrubá marža) PH/TT	30,42%	29,39%

5. Likvidita a operačný cyklus

Celková likvidita priemerná (3. stupňa)	0,99	1,00
Obežná likvidita priemerná (2. stupňa)	0,16	0,17
Čistý operačný cyklus	40 dní	33 dní

6. Stav peňažných prostriedkov, zásob, majetku, pohľadávok a záväzkov k 31.12.2022

Peňažné prostriedky spolu	144 tis. EUR
Zásoby tovaru a materiálu	2 858 tis. EUR
Dlhodobý hmotný majetok (pozemky, stavby)	1 924 tis. EUR
Dlhodobý majetok hnuiteľný (automobily, vybavenie prevádzok)	363 tis. EUR
Pohľadávky spolu:	378 tis. EUR
z toho:	
- krátkodobé pohľadávky z obchodného styku	248 tis. EUR
Záväzky vrátane rezerv spolu:	4 495 tis. EUR
z toho:	
- krátkodobé záväzky voči dodávateľom	1 893 tis. EUR
- bankové úvery krátkodobé	1 107 tis. EUR
- bankové úvery dlhodobé	990 tis. EUR

IV. Finančný plán na rok 2023

Tržby podľa druhov činností	v tis. EUR
Veľkoobchod:	7 517
Maloobchod:	8 856
Autoservis:	277
Firma celkom:	16 650
Hospodársky výsledok pred zdanením	
Veľkoobchod:	369
Maloobchod:	678
Autoservis:	- 27
Réžia:	- 915
Firma celkom:	105

V. Návrh na rozdelenie zisku

V zmysle Zakladateľskej listiny sa predkladá valnému zhromaždeniu tento návrh na rozdelenie zisku za rok 2022:

celý zisk po zdanení vo výške 62 tis. eur preúčtovať na nerozdelený zisk.

VI. Prehlásenie

V našej spoločnosti do dňa vypracovania tejto výročnej správy po skončení účtovného obdobia roka 2022 sme zvažili všetky potenciálne dopady COVID19 a vojenskej invázie Ruska na území Ukrajiny na naše podnikateľské aktivity a dospeli sme k záveru, že nemajú významný vplyv na našu schopnosť pokračovať nepretržite v činnosti a fungovať ako zdravý subjekt nasledujúcich 12 mesiacov. Spoločnosť AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. nemá organizačnú zložku v zahraničí.

Kontakty:

AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. Pod Strážou 3, 960 01 Zvolen

Tel.: 045/ 53 21 815

baranek@autotechna.sk

www.autotechna.sk