

Premac, spol. s r. o.
Stará Vajnorská 25, 831 04 Bratislava
TELEFÓN: +421 2 492 79 111
E-MAIL: premac@premac.sk
www.premac.sk

IČO: 17316138
IČ DPH/DIČ: SK2020332237
BANKOVÉ SPOJENIE: UniCredit Bank
IBAN: SK15 1111 0000 0014 7190 5003
SWIFT: UNCRSKBX

Spoločnosť je zapísaná
v Obchodnom registri
Mestského súdu Bratislava III.
Oddiel: Sro.
Vložka číslo: 864/B



Výročná správa a účtovná závierka spoločnosti Premac, spol. s r.o. za rok 2023

| | |
|---|----|
| Základné údaje o spoločnosti | 3 |
| Profil spoločnosti..... | 4 |
| 1. Analýza vonkajšieho prostredia | 4 |
| 2. Silné a slabé stránky spoločnosti | 6 |
| 3. Stratégia spoločnosti | 8 |
| Predpokladaný vývoj spoločnosti | 10 |
| Udalosti, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia | 10 |
| Návrh na rozdelenie výsledku hospodárenia..... | 10 |
| Personálna politika | 11 |
| Enviromentálna politika..... | 11 |
| Opis Rizík | 11 |
| Výskum a vývoj..... | 11 |
| Vlastné akcie a obchodné podiely | 11 |

Výrok audítora k účtovnej závierke spoločnosti

Účtovná závierka spoločnosti

Súvaha

Výkaz ziskov a strát

Poznámky

Prehľad o peňažných tokoch

Základné údaje o spoločnosti

Názov spoločnosti: Premac, spol. s r. o.
IČO: 17 316 138
IČ DPH / DIČ: SK2020332237 / 2020332237
Sídlo: Stará Vajnorská 25, 831 04 Bratislava
Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným
Základné imanie: 7 501 825,66 EUR (226 000 000,00 Sk)

Výrobné závody: Bratislava, Zvolen, Košice
Predajné miesta: Bratislava, Zvolen, Košice
Výstavné plochy: Bratislava, Zvolen, Košice

Telefón: +421 2 492 79 111
Fax: +421 2 492 79 146
E-mail: premac@premac.sk
Web: www.premac.sk
Facebook: facebook.com/premac

Štatutárny orgán:

Jürgen Luger konateľ – od 10.3.2018
Ladislav Flórián konateľ – od 10.3.2018

Slavomír Valný prokurista – od 16.7.2020

Dátum založenia: 10.04.1991

Dátum zápisu do obchodného registra: 12.04.1991

Predmet činnosti:

- výroba betónového tovaru,
- nákup a predaj tovarov,
- zámočníctvo,
- statické výpočty nosných konštrukcií a stavieb.

Filozofia spoločnosti:

Dlhodobou filozofiou spoločnosti je uspokojovanie potrieb zákazníkov pri návrhu verejných, komerčných a obytných vonkajších priestorov.

Od roku 2003 sme členom medzinárodnej skupiny CRH, ktorá patrí medzi svetových lídrov v oblasti výroby stavebných materiálov

Využívaním globálnych koncernových skúseností z oblasti vývoja, kvality, ochrany životného prostredia ako aj dizajnu, sa spoločnosť snaží nielen vyrábať výrobky, ktoré spĺňajú podmienky vysokokvalitného bývania, ale poskytovať aj služby, ktoré sú základom dobrého vzťahu s obchodnými partnermi.

Profil spoločnosti

1. Analýza vonkajšieho prostredia

Analýza konkurencie, zákazníkov, kľúčových dodávateľov.

A. Konkurencia

Vzhľadom na veľkosť spoločnosti a celoplošné územné pokrytie je Premac najviac povedomá značka na trhu.

Významným konkurentom spoločnosti na slovenskom trhu je spoločnosť Semmelrock Stein+Design, ktorá patrí pod skupinu Wienerberger. Semmelrock má na Slovensku jednu výrobnú prevádzku v Seredi a má porovnateľný sortiment ako Premac. Snaží sa konkurovať hlavne marketingom budovanom na úrovni centrálnej Európy, sortimentom vysokohodnotných výrobkov a spoluprácou s architektmi a projektantmi. Svoju logistickú nevýhodu vzhľadom na jednu výrobnú prevádzku na Slovensku kompenzuje dodávkami najmä z Maďarska.

Spoločnosť City Stone Design uvádza na trh veľké množstvo dizajnových a farebne atraktívnych výrobkov. Má výrobné prevádzky v Šali a v Geči, teda na západe aj na východe Slovenska, čo tvorí ich logistickú výhodu. Svoje výrobky predáva cez vlastnú sieť stavebnín - Stavmat Stavebniny ako aj priamo stavebným firmám.

S podobným dizajnovým sortimentom konkuruje spoločnosť Austria Beton Werk so svojim výrobným závodnom v Kráľovej pri Senci, ktorá je aktuálne najmä na západnom Slovensku lídrom v segmente dizajnových dlažieb s vyššou pridanou hodnotou.

Spoločnosť Stadreko výrazne zvýšila svoj trhovú podiel rozšírením svojich výrobných kapacít a uvedením nových produktových radov na trh, ako aj vstupom na nové lokálne trhy aj mimo sever Slovenska. Aktuálne je spoločnosť Stadreko veľmi dôležitý hráč na trhu betónových produktov.

Spoločnosť Chyžbet Turany taktiež vyvíjala aktivitu aj mimo svoj „domovský trh“ na severe Slovenska. Spoločnosť pracuje aj na priamo s realizačnými firmami, čím vedie svoje produkty distribuovať na významné projekty infraštruktúry.

V pohraničnej oblasti Českej republiky sú konkurentami hlavne výrobcovia Presbeton, Best, Beton Brož a Prefa Brno, z Poľska Chyžbet a Brukbet. Všetci títo výrobcovia prichádzajú s nízkou cenou.

B. Zákazníci

Premac uplatňoval stratégiu predaja cez distribučné siete zmluvných stavebnín, s orientovaním na významné stavebniny v jednotlivých regiónoch. Súčasne spolupracoval aj s niektorými veľkými stavebnými firmami na infraštruktúrnych projektoch.

Ďalším predajným kanálom je sieť stavebnín DIY, na Slovensku zastúpený prostredníctvom spoločnosti Hornbach, v Rakúsku a Slovinsku prostredníctvom siete OBI. V Rakúsku je predajným kanálom taktiež spoločnosť Hagebau.

Dvadsať najväčších zákazníkov tvorilo 75 % obratu a najväčší sieťoví zákazníci rástli.

Premac pokračoval s predajom produktov aj na maďarskom trhu v spolupráci so stavebninami patriacich do skupiny Új Ház Zrt.

Spoločnosť Premac má rovnomerne zastúpenie tak v súkromnom, ako aj vo verejnom sektore. Je kompletným dodávateľom - všetko na jednom mieste pre záhradu, okolie domu a aj výstavbu ciest. Má vybudovanú logistickú sieť na území celého Slovenska.

C. Dodávatelia

Hlavnými dodávateľmi v roku 2023 boli: Danucem Slovensko a.s. – člen skupiny CRH (kamenivo, cement), OMAG Maschinenbau GmbH, TRANSUNIT, s.r.o. (výrobná technológia) KAMPRA, s. r. o., SEHRING s.r.o. (kamenivo), EUROVIA - Kameňolomy, s.r.o.(kamenivo), REMEI CZ, SIKA Slovensko spol. s r.o. (farby, stavebná chémia), RAMPF FORMEN GMBH, KOBRA CZ spol. s r.o. (formy), ASSYX (výrobné podložky). Medzi významných dodávateľov radíme aj spoločnosti patriace tiež do skupiny CRH - konkrétne EHL, Polbruk a Marlux, od ktorých nakupujeme obchodný tovar aby sme vedeli splniť požiadavky aj najnáročnejších zákazníkov. V roku 2023 pokračovala spolupráca s rakúskym výrobcom betónového programu Seesteiner GmbH, v oblasti prémiových terasových platní.

2. Silné a slabé stránky spoločnosti

Marketing, zamestnanci, výroby, výrobný proces a finančná situácia spoločnosti.

A. Marketing

Premac je vedúca spoločnosť z hľadiska objemu aj sortimentu betónových dlažieb a platní na Slovensku.

V troch výrobných závodoch má spoločnosť zriadené výstavné plochy s ukážkami praktického použitia výrobkov. Tieto sú k dispozícii aj v sieti zmluvných stavební vo forme výstavných plôch, alebo stojanov.

Odbornej i laickej verejnosti sú k dispozícii katalógy a prospekty produktov a návodov na ich realizáciu

V oblasti elektronickej komunikácie využíva spoločnosť propagáciu produktov na vlastnej webovej stránke, sociálnych sieťach a na online portáloch. Z printových médií využíva propagáciu v odborných a lifestyle magazínoch.

V roku 2023 prebiehalo niekoľko online kampaní v spolupráci s ambasádormi a influencerami v segmente záhradnej architektúry.

Zákazníkom v rámci technického poradenského servisu, ponúka spoločnosť Premac komplexné spracovanie technickej dokumentácie k stropným a plotovým systémom.

B. Zamestnanci

Spoločnosť je budovaná na neformálnych priateľských vzťahoch. Pri súčasnej úrovni výroby a organizácii práce i obchodu je naďalej najlepšia neformálna štruktúra výroby, to znamená rodinná atmosféra, udržiavanie priateľských vzťahov so zamestnancami, čoho dôkazom je minimálna fluktuácia.

Premac, spol. s r. o., zamestnával k 31.12.2023 129 zamestnancov.

Neformálne riadenie, zvýšenie efektivity mzdovou stimuláciou, benefity zamestnancom (odmena za 10, 15 a 20 rokov práce v spoločnosti, príspevok pri uzavretí prvého manželstva, príspevok pri narodení dieťaťa, príspevok pri životných jubileách, vianočné večierky, športové dni, vitamínové balíčky ...) sú nástroje stabilizácie zamestnancov.

Vzdelávanie pracovníkov pri zakúpení nových strojov a zariadení, vzdelávanie v oblasti obchodovania (odborné kurzy, jazykové kurzy, stretnutia s partnermi v rámci skupiny materskej spoločnosti ...) prispievajú k zvyšovaniu kvalifikácie zamestnancov.

C. Výroby

Spoločnosť predáva maximálnu spokojnosť a úžitok za dobré ceny. Výrazne skvalitňuje portfólio svojich výrobkov aj prostredníctvom spolupráce s koncernom CRH. Všetky výrobky sú estetické, trvácne a šetrné k životnému prostrediu. Všetky výrobky sú certifikované a vysokej kvality.

D. Výrobný proces

Výrobný proces sa realizuje na troch rozličných miestach, a to v Bratislave, vo Zvolene a v Košiciach.

Je náročný na podiel živej kvalifikovanej práce. Spoločnosť investuje priebežne do automatizácie výrobného procesu vo všetkých jeho fázach. Výrobný proces je pre zabezpečenie vysokej kvality výrobkov náročný na kvalitné materiálové vstupy, preto spoločnosť spolupracuje iba s dodávateľmi, ktorí sú schopní dlhodobu vyhovieť vysokej materiálovej náročnosti.

E. Finančná situácia spoločnosti

Finančná situácia spoločnosti je stabilná. Firma je schopná samofinancovania a tvorby voľných zdrojov, ktoré sa používajú na investície do výrobného procesu. Spoločnosť nie je zadlžená, je solventná, vykazuje vysoký stupeň okamžitej a bežnej likvidity počas sezóny. Zabezpečenie primeranej efektivity činnosti spoločnosti je dlhodobým cieľom vedenia firmy. Ekonomické ukazovatele možno vyčítať z priložených finančných výkazov (súvahy, výkazu ziskov a strát, poznámok).

| Údaje | Rok 2023 | Rok 2022 |
|--|------------|------------|
| Obrat | 20 859 682 | 24 624 273 |
| Výsledok hospodárenia po zdanení (+zisk/-strata) | -2414 | 1 976 624 |
| Počet zamestnancov (priemer) | 138 | 150 |
| Doba inkasa pohľadávok z obchodného styku | 43 dní | 30 dní |
| Doba úhrady záväzkov | 41 dní | 34 dní |
| Doba obratu zásob | 163 dní | 172 dní |
| RONA | -1,5% | 13,9 % |

Údaje v tabuľke sú uvedené v EUR

3. Stratégia spoločnosti

Celková stratégia, marketingová stratégia, stratégia produkcie, finančná stratégia, stratégia ľudských zdrojov.

A. Celková stratégia

Stratégiou spoločnosti je byť etickým vo vzťahu k externému i internému okoliu a držať pozíciu lídra na trhu betónových výrobkov.

Hlavné ciele spoločnosti sú:

- Bezpečnosť
- Kvalita
- Efektívnosť

B. Obchodná a marketingová stratégia

Hlavným cieľom spoločnosti je budovanie vzťahov so stálymi zákazníkmi a získanie nových, udržanie vedúceho podielu na trhu a budovanie postavenia lídra, naďalej sa usilovať o vytváranie dobrého mena spoľahlivej spoločnosti s kvalitnými výrobkami. Sústrediť sa na predaj produktov s vysokou maržou – PREMIUM produktov. Rozširovať sieť partnerských architektonických a projekčných kancelárií a získavať spoluprácu s novými realizačnými spoločnosťami.

a. Výrobky

Cieľom je rozširovanie sortimentu a kvality, využívanie know-how materskej spoločnosti. Z pozície lídra na trhu prichádzať s inováciami a novinkami v oblasti produktov záhradnej architektúry. Ochrana životného prostredia je v súčasnosti kľúčovým aspektom. Preto sa kladie dôraz pre navrhovanie nových ekologických produktov, ktoré sú vyrábané, používané a likvidované s ohľadom na životné prostredie.

b. Cena

Rok 2023 bol poznačený neistotou na stavebnom trhu a silným konkurenčným prostredím. Zákazníkom boli vypracované cenníky s exkluzívnymi predajnými cenami, celý predaj však napriek tomu bežal na objektových ponukách a na individuálnych cenových ponukách, ktoré sú vypracované na mieru pre zákazníkov.

c. Distribučné kanály

Premac výrobky sú dodávané cez vybudovanú sieť zmluvných stavebnín na celom území Slovenska s orientáciou na sieťové stavebniny. Medzi zákazníkov spoločnosti patria aj medzinárodné stavebné spoločnosti ako napr. Eurovia a Strabag. Distribúcia výrobkov je rozšírená aj o spoluprácu s DIY sieťami predajní, Hornbach na Slovensku a OBI a Hagebau v Rakúsku, Uj Ház v Maďarsku.

d. Podpora predaja

Výrobky sú prezentované na výstavných plochách vo výrobných závodoch, u zmluvných partnerov na výstavných stojanov resp. na výstavných plochách. Propagácia produktov je realizovaná prostredníctvom printových a elektronických médií. V spolupráci so zmluvnými partnermi je zabezpečená spoločná printová a online komunikácia akciových produktov a podporných reklamných aktivít zameraných na zvýšenie predaja.

C. Stratégia produkcie

Cieľom je znižovanie nákladov prostredníctvom úspornejších postupov a technológií, ako aj využívania rezerv vo vyťažení strojných zariadení a znižovania materiálových nákladov. Zdokonaľovanie výrobného procesu, technológie a postupov výroby.

D. Finančná stratégia

Optimalizácia výdavkov na propagáciu výrobkov. Krytie svojich prevádzkových potrieb bez účasti cudzieho kapitálu.

E. Stratégia ľudských zdrojov

Udržanie priateľskej rodinnej atmosféry v spoločnosti. Vzdelávacie programy v oblasti výroby - zaúčanie na nových strojoch, v oblasti obchodu – nové formy obchodovania, jednanie so zákazníkmi, starostlivosť o zákazníkov, v oblasti ekonomiky – zmeny v legislatíve.

Predpokladaný vývoj spoločnosti

Ciele na rok 2024

- zvýšiť trhovú podiel z roku 2023 a nastaviť konkurenčnú trhovú cenu
- zlepšenie kontinuálnosti vo výrobe a tým zabezpečiť lepšie a stabilnejšie pracovné podmienky
- správnym plánovaním výroby optimalizovať stav skladu, zlepšiť dostupnosť tovaru - zvýšiť obrátkovosť a minimalizovať pomaly obrátkové zásoby
- efektívnosť výroby a optimálne využitie výrobných kapacít
- zintenzívniť komunikáciu s architektonickými a projekčnými kancelármi
- zvýšiť spoluprácu s realizačnými spoločnosťami
- zavádzanie nových ideí zlepšujúcich využitie materiálových vstupov a technológií a tým zvyšovať udržateľnosť vo výrobe
- podporiť predaj vybraných výrobkov prenájmom náradia
- technické poradenstvo na výstavnej ploche pre koncového zákazníka s prepojením na online žiadosť – poradenstvo a vypracovanie ponuky na projekt

Ciele na nasledujúcich 5 rokov

- zvyšovanie kvality a budovanie dobrého mena spoločnosti
- udržanie a zvýšenie trhového podielu a postavenia lídra na slovenskom trhu
- zvýšenie exportnej schopnosti
- inovácie v oblasti výroby produktov ako aj v riešeníach pre zákazníkov
- zvyšovanie podielu udržateľných zdrojov energie a vstupných materiálov
- predefinovať marketingovú stratégiu a efektívnejšie podporovať predaj
- zvýšiť predaj vysokohodnotných PREMIUM výrobkov uvádzaním takýchto výrobkov na trh

Udalosti, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia

Po skončení účtovného obdobia nenastali významné udalosti, ktoré by mali vplyv na údaje vykázané v ročnej účtovnej závierke.

Návrh na rozdelenie výsledku hospodárenia

Spoločnosť Premac spol. s r.o. dosiahla v roku 2023 stratu v hodnote 2 414 eur. Strata bola zapríčinená hlavne stagnáciou na stavebnom trhu a poklesom dopytu po stavebných výrobkoch.

Personálna politika

Spoločnosť Premac, s r.o. zamestnávala v roku 2023 priemerne 138 zamestnancov. Základom realizovania personálnej politiky je dodržiavanie legislatívnych predpisov platných v SR. Hlavným cieľom personálnej politiky spoločnosti je získavať profesijne zdatných zamestnancov na všetky pracovné pozície, ich stabilizácia a rozvoj kvalifikovaného kolektívu.

Enviromentálna politika

Naša enviromentálna politika je založená na uvedomovaní si pocitu zodpovednosti a dlhodobej snahe o zavádzanie ekologických riešení. Zmeny aplikujeme v rôznych oblastiach – či už je to optimalizácia postupov, znižovanie odpadov alebo recyklácia. Vďaka nim aktívne budujeme malé kroky na to, aby boli výsledkom našej práce produkty, ktoré sú nielen kvalitné, ale i vytvorené s čo najmenšou škodou na životnom prostredí.

Opis Rizík

Spoločnosť identifikovala nasledovné riziká, ktorým v súčasnosti čelí:

- prehlbujúca sa kríza v stavebnom priemysle
- rast ceny práce
- legislatívne zmeny v neprospech zamestnávateľa
- nestabilné ceny energií
-

Výskum a vývoj

Spoločnosť Premac spolupracuje s rôznymi inštitúciami a odborníkmi na neustálom zlepšovaní kvality našich produktov ako aj znižovanie dopadu na životné prostredie.

Taktiež sme súčasťou siete spoločností v rámci skupiny CRH, ktoré sa neustále venujú vývoju nových výrobkov a tvorbe inšpiratívnych trendov v stavebnom segmente.

Vlastné akcie a obchodné podiely

Spoločnosť v roku 2023 nenadobudla ani nebola vlastníkom vlastných akcií, obchodných podielov, dočasných listov ani akcií materskej účtovnej jednotky.