



**VÝROČNÁ SPRÁVA SPOLOČNOSTI**

**NORTHFINDER a.s.**

**ZA ROK 2025**

**NORTHFINDER a.s.**

**Rastislavova 109, 951 41 Lužianky**

**IČO: 35 933 11**

**Výročná správa zostavená dňa 27.03.2026**

**Predkladá: Ing. Lam Duc Hai –predseda predstavenstva**

# I. ÚVOD

## 1. Identifikácia spoločnosti

<b>Názov spoločnosti:</b>	NORTHFINDER a.s.
<b>Právna forma:</b>	Akciová spoločnosť
<b>Základné imanie:</b>	166 000,00 EUR
<b>Dátum založenia:</b>	12.04.2005
<b>Dátum zápisu do OR:</b>	29.04.2005
<b>IČO:</b>	35 933 11
<b>IČ DPH:</b>	SK2021994359
<b>Registrácia:</b>	OR Okresného súdu v Nitre, Oddiel: Sa, vložka č.: 10297/N
<b>Sídlo spoločnosti:</b>	Rastislavova 19, 951 41 Lužianky
<b>Kontaktné údaje:</b>	tel.: +421 908 310 233, e-mail: <a href="mailto:acc.nf@northfinder.com">acc.nf@northfinder.com</a>

## 2. Hlavné činnosti podľa výpisu z Obchodného registra

- kúpa tovaru na účely jeho predaja iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod) v rozsahu voľných živností
- kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi ( maloobchod ) v rozsahu voľných živností
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti výroby, obchodu a služieb v rozsahu voľných živností
- výroba textilu, obuvi, výroba a predaj športových potrieb
- prenájom hnutelných vecí

## 3. Štatutárny orgán

**Predseda predstavenstva:** Ing. Lam Duc Hai

**Podpredseda predstavenstva:** Anton Sakmár

## 4. Stav zamestnancov:

Názov položky	Bežné účtovné obdobie	Bezprostredne predchádzajúce ÚO
Priemerný prepočítaný počet zamestnancov	31	29
Stav zamestnancov ku dňu zostavenia závierky	41	40

## 5. História firmy

Akciová spoločnosť bola založená a zapísaná do Obchodného registra dňa 29.04.2005.

NORTHFINDER a.s. je stabilná firma pod Zoborom s viac ako 30 ročnou tradíciou. Distribuuje športovú značku NORTHFINDER, ktorá je jednotka na Slovenskom trhu v oblasti športového oblečenia pre turistiku a lyžovanie. Firma pôsobí globálne vo viac ako 10 krajinách v EU a získa veľkú priazeň od svojich zákazníkov kvôli vysoko kvalitných produktov a progresívneho designu. Najdôležitejšie série produktov sú produkty určené pre turistiku, lyžovanie a skialpinizmus ale ponúka aj oblečenie pre cyklistiku a na voľnočasové nosenie..

## 6. Aktuálna situácia

Rok 2025 bol pre spoločnosť náročným obdobím, ovplyvneným najmä nepriaznivým vývojom na trhu. Čelili sme zmenám v spotrebiteľskej nálade pri nákupnom správaní, zhoršeným podmienkam v podnikateľskom prostredí a nárastu prevádzkových nákladov.

Napriek týmto externým faktorom spoločnosť dokázala fungovať stabilne a dosahovať relatívne dobré hospodárske výsledky. V priebehu roka sme zaznamenali mierne spomalenie dynamiky tržieb, sprevádzané nárastom niektorých nákladových položiek, najmä prevádzkových nákladov, mzdových nákladov a transakčných daní, čo priamo súviselo so zmenami v trhovom a regulačnom prostredí. Pozitívnym faktorom však bol medziročný nárast hrubej marže o niekoľko percentuálnych bodov, čo prispelo k zachovaniu stabilného hospodárskeho výsledku.

Popri operatívnom riadení spoločnosť výrazne investovala do prípravy podmienok pre ďalší rast. Počas roka 2025 sme optimalizovali a zladili interné procesy, dokončili viaceré automatizované riešenia v oblasti e-commerce, logistiky, riadenia skladu a fulfillmentu. Zároveň bola modernizovaná IT infraštruktúra, vrátane dátových skladov a systémov na reporting a vizualizáciu dát prostredníctvom nástrojov Power BI.

Spoločnosť rozšírila svoju prítomnosť na kľúčových marketplace platformách a spustila pilotnú prevádzku nového e-commerce riešenia postaveného na modernej technológii Shopify. V oblasti produktového vývoja sme úspešne dokončili vývoj nových trendových vertikál, konkrétne prvých vôní na pranie pre športovcov a prvých barefoot turistických topánok s podošvou Vibram.

Uvedené kroky vytvorili pevný základ pre stabilizáciu spoločnosti a jej ďalší rozvoj v nasledujúcom období.

Z finančného hľadiska spoločnosť dlhodobo vykazuje stabilné a vyvážené rozloženie tržieb medzi tri kľúčové piliere podnikania: B2B segment (veľkoobchod), B2C segment (maloobchod) a D2C segment (e-commerce). Táto diverzifikácia príjmov významne prispieva k znižovaniu podnikateľského rizika, stabilite cash-flow a vyššej odolnosti spoločnosti voči výkyvom v jednotlivých trhových kanáloch.

## II. EKONOMICKÉ UKAZOVATELE

### 1. Štruktúra výsledku hospodárenia (EUR)

Názov položky	Bežné účtovné obdobie	Bezpr.predchádzajúce ÚO
Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti	350 154	554 974
Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti	-319 605	-454 317
Daň z príjmov	29 793	29 608
Výsledok hospodárenia po zdanení	756	71 049

### 2. Návrh na rozdelenie výsledku hospodárenia za rok 2025

Podľa účtovnej závierky zostavenej k 31.12.2025 spoločnosť dosiahla hospodársky výsledok po zdanení vo výške 755,98 EUR.

Predstavenstvo akciovej spoločnosti navrhlo zisk vo výške 755,98 EUR v plnej výške preúčtovať na účet nerozdeleného zisku.

### 3. Vybrané položky súvahových účtov netto (EUR)

AKTÍVA	Bežné účtovné obdobie	Bezpr. predchádzajúce ÚO
Dlhodobý nehmotný majetok	0	6 057
Dlhodobý hmotný majetok	165 003	131 382
Dlhodobý finančný majetok	32 994	33 057
Zásoby	5 110 520	4 799 418
Dlhodobé pohľadávky	26 108	25 362
Krátkodobé pohľadávky	2 098 241	1 944 678
Finančné účty	214 295	404 107
Časové rozlíšenie	46 481	43 742
<b>Aktíva spolu</b>	<b>7 693 642</b>	<b>7 387 803</b>

<b>PASÍVA</b>	<b>Bežné účtovné obdobie</b>	<b>Bezpr.predchádzajúce ÚO</b>
Základné imanie	166 000	166 000
Zákonný rezervný fond	33 200	33 200
Nerozdelený zisk z minulých rokov	2 600 643	2 529 594
Oceňovacie rozdiely z precenenia FM	-1 425	-1 362
Výsledok hospodárenia	756	71 049
Dlhodobé bankové úvery	872 106	919 958
Dlhodobé záväzky	21	102
Krátkodobé záväzky	2 209 405	1 996 135
Krátkodobé rezervy	42 566	40 578
Bežné bankové úvery	1 770 370	1 632 549
Časové rozlíšenie	0	0
<b>Pasíva spolu</b>	<b>7 693 642</b>	<b>7 387 803</b>

#### 4. Vybrané položky nákladov a výnosov (EUR)

<b>NÁKLADY</b>	<b>Bežné účtovné obdobie</b>	<b>Bezpr.predchádzajúce ÚO</b>
Náklady na obstaranie predaného tovaru	6 439 474	6 902 309
Spotreba materiálu a energie	278 616	175 534
Opravné položky k zásobám	3 118	3 688
Služby	5 274 560	5 206 420
Osobné náklady	1 148 209	1 162 719
Dane a poplatky	40 610	5 610
Odpisy	52 864	36 911
Opravné položky k pohľadávkam	4 853	5 683
Ostatné náklady na hospodársku činnosť	20 046	17 983
Nákladové úroky	117 617	163 932
Kurzové straty	74 607	117 369
Ostatné náklady na finančnú činnosť	217 750	239 518
<b>Spolu náklady</b>	<b>13 672 324</b>	<b>14 037 676</b>

<b>VÝNOSY</b>	<b>Bežné účtovné obdobie</b>	<b>Bezpr.predchádzajúce ÚO</b>
Tržby z predaja tovaru	13 446 653	13 894 510
Tržby z predaja služieb	154 747	171 082
Tržby z predaja DHM a materiálu	2 439	0
Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	8 665	6 239
Výnosové úroky	3	4
Kurzové zisky	82 935	44 213
Ostatné finančné výnosy	7 431	22 285
<b>Spolu výnosy</b>	<b>13 702 873</b>	<b>14 138 333</b>

### **III. OSTATNÉ DOPLŇUJÚCE ÚDAJE**

#### **1. Udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia**

Po dátume vypracovania účtovnej závierky nenastali žiadne skutočnosti, ktoré by mali významný vplyv na majetkovú a finančnú situáciu spoločnosti.

#### **2. Náklady na činnosť v oblasti výskumu a vývoja**

Náklady na činnosť v oblasti výskumu a vývoja spoločnosti nevynaložila.

#### **3. Organizačné zložky umiestnené v zahraničí**

Spoločnosť nemá organizačné zložky umiestnené v zahraničí.

### **IV. CIELE A ZÁMERY V ROKU 2026**

Hlavnou prioritou spoločnosti v roku 2026 bude ďalšie škálovanie podnikania s dôrazom na rozvoj a rozšírenie nových produktových vertikál. Kľúčový rastový potenciál vidíme najmä v segmentoch vôní na pranie a barefootovej obuvi, kde spoločnosť plánuje v roku 2026 dosiahnuť tržby na úrovni približne 2,5 mil. EUR.

Popri rozvoji produktových vertikál sa spoločnosť zameria na posilnenie a stabilizáciu B2B kanála, predovšetkým prostredníctvom rozširovania a upevňovania siete obchodných zástupcov v zahraničí. Cieľom je stabilizovať objem tržieb v tomto segmente a dlhodobo budovať pevné veľkoobchodné partnerstvá.

V oblasti online predaja plánuje spoločnosť významnú expanziu prostredníctvom etablovaných marketplace platforiem, ako sú Amazon, Emag, Allegro, Zalando a Decathlon. Zároveň bude pokračovať systematické budovanie a škálovanie vlastného e-commerce kanála s cieľom posilniť D2C segment, ktorý by mal byť hlavným nositeľom rastu tržieb v roku 2026, najmä vďaka rozšíreniu produktových vertikál.

Z marketingového hľadiska bude v roku 2026 implementovaná nová marketingová stratégia, ktorá bola v roku 2025 pripravená v spolupráci s agentúrou Levosphere. Stratégia je zameraná na jasnejšie profilovanie značky, efektívnejšiu prácu s cieľovými skupinami a podporu predaja v jednotlivých distribučných kanáloch.

Spoločnosť bude zároveň pokračovať vo vývoji a implementácii novej produktovej a dizajnovnej stratégie založenej na princípoch NF Flowline. Portfólio sa bude jasnejšie profilovať do dvoch hlavných produktových línií. Prvou je séria PeakFlow, zameraná na špičkové vybavenie pre profesionálov a extrémne podmienky, vyrábané v menších sériách bez kompromisov na kvalite, s úzkou spoluprácou pri vývoji, testovaní a komunikácii s ambasádormi a uznávanými autoritami v karpatskom regióne. Druhou je séria PathFlow, orientovaná na univerzálnosť, odolnosť, funkčnosť a širšie využitie produktov.