

Výročná správa za účtovné obdobie k 31.12.2025

Obchodné meno (názov)
účtovnej jednotky: **AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o.**

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

Vyhotovená dňa: 22.6.2026

Prerokovaná dňa: 25.6.2026

Podpis člena štatutárneho orgánu 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 hnutel'ných 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 2025:

Od svojho vzniku prechádza spoločnosť neustálymi, avšak potrebnými zmenami tak, aby bola stále bližšie k svojim zákazníkom, ich potrebám a požiadavkám. Po rokoch negatívne ovplyvnených koronakrízou a energetickou krízou bol rok 2025 ďalším náročným rokom, kde aplikované konsolidačné opatrenia vlády výrazne zasiahli do hospodárenia spoločnosti. Celkové zdražovanie a jeho vplyv na kúpyschopnosť obyvateľstva negatívne ovplyvnili obrat aj hospodársky výsledok za rok 2025.

Najdôležitejšie zmeny:

- spustenie ostrej prevádzky nového e-catu a e-shopu,
- výmena hardvéru serverovej infraštruktúry, inštalácia Windows 11 na všetkých PC,
- uzatvorenie nájomnej zmluvy s novým majiteľom priestorov pobočky veľkoobchodného skladu v Košiciach,
- presťahovanie maloobchodnej prevádzky v Trebišove,
- rekonštrukcia priestorov autoservisu, ich prenájom prevádzkovateľovi autosalónu Dacia,
- doplnenie regálového systému vo veľkoobchodnom sklade vo Zvolene,
- inovácia vozového parku, zakúpenie 3 osobných automobilov,
- stabilizácia stavu zamestnancov v roku 2025, k 31.12.2025 bol fyzický stav zamestnancov v pracovnom pomere bez MD a RD: 122,
- zmena priemerného stavu zásob (nárast o 1,12%) a obratu spoločnosti (pokles o 1,84%) 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 maloobchodných prevádzkach 65% a vo veľkoobchode 35%.

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 rozvozových 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.

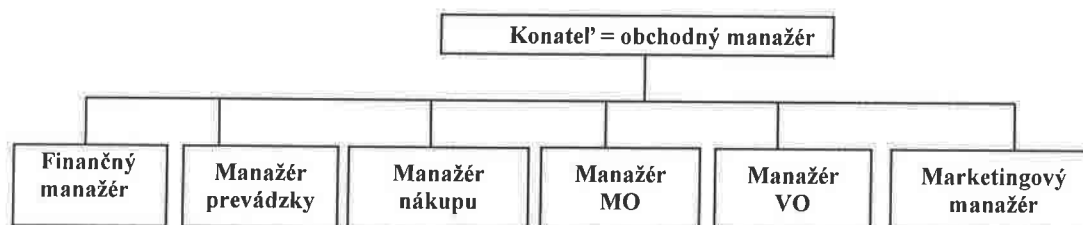
Permanentné vzdelávanie, vychovávanie zamestnancov a možnosti kariérneho postupu z vlastných zdrojov patria k základným prioritám zamestnaneckej a personálnej politiky spoločnosti.

Krátkodobé ciele spoločnosti – rok 2026:

- udržanie rastu obratu a marže na úrovni 2% medziročne,
- pokračovanie v údržbe a opravách objektu sídla spoločnosti a veľkoobchodného skladu, oprava oplatenia, oprava podlahy v sklade,
- doplnenie kamerového systému v sídle spoločnosti, servise a veľkoobchodnom sklade vo Zvolene,
- inštalácia Balíkoboxu pre zákazníkov vo Zvolene,
- rozširovanie a zefektívnenie rozvozových trás tovaru zákazníkom, zavádzanie expresných rozvozov z maloobchodných prevádzok,
- investovanie do vozového parku spoločnosti na úseku logistiky,
- investovanie do počítačového vybavenia – výmena čítačiek čiarových kódov vo veľkoobchodných prevádzkach, výmena periférnych zariadení v maloobchodných prevádzkach.

Vedenie spoločnosti

Základná organizačná štruktúra vedenia spoločnosti:



Ciel'ové 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, Nemecka, Španielska a Talianska,
- 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 31.12.2025: **122**.

Priemerný prepočítaný počet zamestnancov k 31.12.2025: **121**.

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 2025 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 doladovaní

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 pätnástich 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 a inovácia elektronického katalógu náhradných dielov) a tiež akvizícií 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 2025	Rok 2024
Tržby za tovar	6 892 tis.€	7 212 tis.€
Priemerný stav zásob tovaru	2 479 tis.€	2 443 tis.€

2. Maloobchodná činnosť:

Obchodná stratégia maloobchodných predajní bola zameraná na stabilizáciu postavenia jednotlivých predajní na regionálnych trhoch, upevnenie siete maloobchodných prevádzok, monitorovanie trhu s cieľom vytvoriť miesto na ďalšiu maloobchodnú prevádzku. V súčasnosti je maloobchodný predaj realizovaný v pätnástich 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 zaangażovanosť predajcov na inovatívnych zmenách smerom k zákazníkovi a tiež posilňovanie internej komunikácie a podnikovej kultúry.

MALOOBCHOD	Rok 2025	Rok 2024
Tržby za tovar	10 069 tis.€	10 110 tis.€
Priemerný stav zásob tovaru	572 tis.€	574 tis.€

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

	Rok 2025	Rok 2024
Veľkoobchod:	296 tis.€	350 tis.€
Maloobchod:	574 tis.€	648 tis.€
Autoservis:	- 10 tis.€	- 20 tis.€
Réžia:	- 956 tis.€	- 926 tis.€
Celkom hrubý zisk/strata (pred zdanením):	- 96 tis.€	53 tis.€
Čistý zisk/strata (po zdanení):	- 79 tis.€	26 tis.€

4. Aktivita a rentabilita

Obrat aktív (tržby/priem.celkové aktíva)	3,01	3,06
Produktivita práce (tržby/mzdové náklady)	7,49	7,72
Rentabilita aktív (hrubý zisk/aktíva)	- 1,67%	0,92%
Rentabilita tržieb za tovar (čistá marža) HZ/TT	- 0,56%	0,30%
Rentabilita tržieb za tovar (hrubá marža) PH/TT	30,67%	31,02%

5. Likvidita a operačný cyklus

Celková likvidita priemerná (3. stupňa)	1,01	1,09
Obežná likvidita priemerná (2. stupňa)	0,16	0,17
Čistý operačný cyklus	46 dní	46 dní

6. Stav peňažných prostriedkov, zásob, majetku, pohľadávok a záväzkov k 31.12.2025

Peňažné prostriedky spolu	148 tis. EUR
Zásoby tovaru a materiálu	2 963 tis. EUR
Dlhodobý hmotný majetok (pozemky, stavby)	1 666 tis. EUR
Dlhodobý majetok hnuiteľný (automobily, vybavenie prevádzok)	410 tis. EUR
Pohľadávky spolu:	353 tis. EUR
z toho:	
- krátkodobé pohľadávky z obchodného styku	274 tis. EUR
Záväzky vrátane rezerv spolu:	4 312 tis. EUR
z toho:	
- krátkodobé záväzky voči dodávateľom	1 957 tis. EUR
- bankové úvery krátkodobé	1 287 tis. EUR
- bankové úvery dlhodobé	484 tis. EUR

IV. Finančný plán na rok 2026

Tržby podľa druhov činností	v tis. EUR
Veľkoobchod:	7 025
Maloobchod:	10 318
Autoservis:	355
Marketing, prenájom nehnuteľnosti	58
Firma celkom:	17 756
Hospodársky výsledok pred zdanením	
Veľkoobchod:	385
Maloobchod:	651
Autoservis:	- 16
Réžia:	- 1 001
Firma celkom:	19

V. Návrh na vysporiadanie straty

V zmysle Zakladateľskej listiny sa predkladá valnému zhromaždeniu tento návrh na vysporiadanie straty za rok 2025:
celú stratu po zdanení vo výške - 79 tis. eur preúčtovať na nerozdelenú stratu.

VI. Prehlásenie

V našej spoločnosti do dňa vypracovania tejto výročnej správy po skončení účtovného obdobia roka 2025 sme zvažili všetky potenciálne dopady energetickej krízy a vojenskej invázie Ruska na území Ukrajiny a vojenskej aktivity Izraela na Blízkom východe 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