

2013

VÝROČNÁ SPRÁVA / ANNUAL REPORT

tescoma[®]

TESCOMA s.r.o.
Nimnická cesta 1495/21
020 01 Púchov

Základné údaje spoločnosti

| | |
|---|---|
| Názov: | TESCOMA |
| Právna forma: | spoločnosť s ručením obmedzeným |
| Sídlo: | Nimnická cesta 1495/21 020 01 Púchov |
| Dátum založenia: | 06. 01. 1993 |
| Dátum zápisu do obchodného registra: | 09. 03. 1993 |
| IČO: | 31343988 |
| DIČ: | 2020441654 |

Štatutárny orgán – konatelia

Zdeněk Bačík
Miroslav Palát

Hlavné činnosti spoločnosti podľa výpisu z obchodného registra

- 1/sprostredkovanie nákupu a predaja tovarov
- 2/nákup a predaj tovarov (na tovar, na ktorý sa vyžaduje osobitné povolenie, možnosť nákupu a predaja tovaru vykonávať len s osobitným povolením).
- 3/prenájom hnuteľných vecí
- 4/sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb
- 5/reklamné a marketingové služby

Základné imanie

Základné imanie spoločnosti predstavuje vklad spolujemajiteľov vo výške 8 632 EUR.

Sídlo spoločnosti

Sídlo spoločnosti TESCOMA, s. r. o. je v Púchove, kde sa nachádza vedenie, administratíva a hlavný sklad zásob tovaru.

História spoločnosti

Už je to 22 rokov, čo používame výrobky českej značky Tescoma. Vznikla v roku 1992 v Zlíne, v meste s dlhoročnou podnikateľskou tradíciou, ktorú tam kedysi založil Tomáš Baťa. A Tescoma tradíciu obchodného ducha mesta rozvíja ďalej. Je na poprednej pozícii na svetovom trhu výrobcov kuchynských potrieb, jej výrobky sú zárukou kvality a originality.

Tescoma od roku 1994 svoje výrobky ponúka aj na zahraničných trhoch. Stále obchodné zastúpenie má v siedmich krajinách, vrátane Slovenska. Sú to Taliansko, Rusko, Poľsko, Španielsko, Portugalsko a Ukrajina. Prostredníctvom centrál v Taliansku sa výrobky Tescoma ďalej exportujú do viac ako 100 krajín sveta. Okrem toho Tescoma svoje výrobky pravidelne prezentuje na najvýznamnejších svetových veľtrhoch, napríklad Ambiente v nemeckom Frankfurt nad Mohanom, Macef v talianskom Miláne, Houseware Fair v Hong Kongu, ale aj na trhoch v Barcelone, Valencii, Lisabone alebo v Moskve. Od vzniku spoločnosti v roku 1992 uviedla česká značka Tescoma na svetový trh viac ako 3000 výrobkov určených pre domácu kuchyňu i profesionálnu gastronómiu. Tento rok Tescoma plánuje preniknúť aj do Nemecka.

Obchodná činnosť a marketing

Na vývoj obchodnej činnosti spoločnosti Tescoma, s.r.o. v roku 2013 mali zásadný vplyv nasledujúce strategické rozhodnutia a udalosti:

- Tescoma rozšírila sieť vlastných predajní
- Došlo k ďalšiemu posilneniu on-line predajného kanálu /e-shop/ a k tomu prispôbené smerovanie marketingu.

○ Predajné centrá

Z pohľadu významu pre budúcnosť bolo dominantným bodom rozhodnutie budovať vlastné predajné centrá. Dlhodobým cieľom je prevádzkovať cca 20 predajných centier na Slovensku s orientáciou hlavne na veľké mestá /Bratislava, Košice, Prešov, Žilina,.../, ale aj stredne veľké mestá s predajným potenciálom /Trenčín, Martin, Dunajská Streda.../. Tieto vlastné predajné centrá budú zdrojom tržieb, ktoré by mali v budúcnosti nahraďovať chýbajúci obrat s reťazcom Tesco, ale aj istý prepád v súkromnom sektore spôsobený ukončením činnosti niektorých odberateľov.

Ďalším dôvodom pre prevádzku vlastných predajní je snaha o prezentáciu celého sortimentu Tescoma na predajnej ploche, čo nie je možné v podmienkach partnerských predajní a hlavne zlepšenie a kontrola marketingovej činnosti a jej dopadu na konečné tržby.

V tejto stratégii boli konkrétne otvorené predajné centrá

- v Bratislave (7/2012,5/2013,7/2013),
- v Košiciach (7/2012),
- v Žiline (9/2012),
- v Trenčíne (2/2013),
- v Liptovskom Mikuláši (3/2013),
- v Žiari nad Hronom (3/2013),
- v Martine (4/2013),
- v Nových Zámkoch (10/2013),
- v Banskej Bystrici (11/2013)

a ďalej prerokovaný plán ďalších vlastných predajných centier v období 1-6/2014 v Nitre, Trnave, Michalovciach, Dunajskej Strede, Leviciach, Trenčíne a Bratislave.

Z dôvodu rentability sú predajné centrá rozdelené do kategórie A = veľké PC s plným komfortom a kategórie B = stredné PC s jednotným dizajnom a optimálnymi vstupnými nákladmi s ohľadom na kúpnu silu v danom meste. Prevádzka vlastných predajných centier bude naďalej rásť a stane sa v budúcich rokoch dominantnou nákladovou položkou, spolu s tým bude plánovane riadená aj personálna a technická premena prevádzky firmy.

o Reťazce

V oblasti reťazcov došlo k poklesu obrátov v reťazcov:

- Retail Value Stores, a.s..
- Kika Nábytok Slovensko, s.r.o.
- Ahold Retail Slovakia, a.s.

o Súkromní odberatelia

V segmente súkromných odberateľov došlo k poklesu tržieb z dôvodu ukončenia činnosti niektorých odberateľov a výraznejšie obmedzenie odberov u niekoľkých ďalších, predtým stabilných odberateľov.

o B2B

V roku 2013 sme aj naďalej podporovali aktivity v oblasti B2B predaja. Pokračovala spolupráca na partnerskej úrovni s fy WALLMARK, DM Drogéria, LYRECO, AVON Cosmetics, Heineken Slovensko a ďalej pokračoval program so spoločnosťou SLOVNAFT – vernostný systém čerpacích staníc, bonus katalóg. Treba povedať, že v tejto oblasti sme nezaznamenali pokles tržieb, aj napriek tomu, že nie je v rámci spoločnosti vytvorená špeciálna platforma, pre riešenie tohto druhu problému.

o E-shop

Pre zvýšenie predaja v internetovom obchode Tescoma, ktorý stále prevádzkujeme vlastnými prostriedkami, sme sa opäť výrazne venovali, on-line podpore a marketingovým aktivitám na podporu predaja v e-shope. Počet registrovaných návštevníkov prekročil v roku 2013 15-tisíc a aj naďalej rastie rovnako ako objem zákaziek. V dôsledku všetkých podporných krokov sa objem obchodu na E-shope medziročne zvýšil o 43 %.

o Marketingová činnosť

Mierne bol znížený objem reklamy v tlači a na rovnakej úrovni zostala naša účasť. Naďalej sme ako hlavný partner v televíznom programe Tajomstvo mojej kuchyne. Sledovanosť programu dlhodobo vykazuje vysoké hodnoty. Program je veľmi pozitívne vnímaný verejnosťou aj vďaka moderátorky Kamile Magálovej.

Ďalej boli v prevádzke podporené internetové stránky www.varime.sk. Tieto stránky sú určené širokej verejnosti a majú za cieľ, stať sa výrazným portálom o varení na slovenskom trhu s tým, že v časti portálu je prezentovaná Tescoma, ako partner tohto webu a pri jednotlivých receptoch sú prezentované naše výrobky.

Záver

V oblasti E-shopu, B2B a predajných centier došlo k nárastu obrátov.

V oblasti reťazcov a súkromných odberateľov došlo k poklesu obrátov.

Celkovo za rok 2013 bol zaznamenaný mierny nárast obrátu oproti roku 2012.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že rok 2013 priniesol jednoznačné potvrdenie správnosti trendu, orientovať sa na vlastné predajne, z ktorých firma získava stabilné tržby aj kontrolu obchodnej činnosti a marketingu, ďalší rozvoj internetového obchodu a segmentu B2B, ako hlavných pilierov firmy pre ďalšie roky.

Ekonomika spoločnosti

Hodnota majetku spoločnosti za rok 2013 bola vykázaná vo výške 7 042 890 EUR. Neobežný majetok v celkovej výške 1 181 166 EUR tvorí dlhodobý hmotný a nehmotný majetok. Podiel neobežného majetku z celkových aktív predstavuje 16,77 %. Obežný majetok tvoria zásoby v hodnote 1 215 197 EUR /netto/. Krátkodobé pohľadávky 1 628 655 EUR, finančné účty 2 956 170 EUR. Obežné aktíva vo výške 5 803 950 EUR sa podieľajú na majetku 82,41 %.

Vlastné imanie tvoriace 82,99 percentný podiel na celkových pasívach predstavovalo hodnotu k 31. 12. 2013 5 844 756 EUR, z toho základné imanie vo výške 8 632 EUR, výsledok hospodárenia minulých rokov 5 633 110 EUR a výsledok hospodárenia za účtovné obdobie 201 487 EUR.

Závazky k 31. 12. 2013 tvorili 16,98 % z celkových pasív. Najväčší podiel na záväzkoch predstavujú záväzky z obchodného styku 466 744 EUR:

Spoločnosť ani v roku 2013 nečerpala žiadne bankové úvery.

Tescoma s.r.o. dosiahla za rok 2013 celkové výnosy 6 989 927 EUR pri celkových nákladoch 6 702 706 EUR, čo predstavuje výsledok hospodárenia pred zdanením 287 221 EUR a po zdanení 201 487 EUR. V roku 2013 Tescoma dosiahla čistý obrát vo výške 6 802 601 EUR čo oproti minulému roku znamená nárast 461 750 EUR. Na zvýšení čistého obrátu v roku 2013 sa výrazne podieľalo aj otvorenie 8 maloobchodných prevádzok. Pridaná hodnota v roku 2013 bola tvorená vo výške 1 825 523 EUR.

Základné finančné údaje

Súvaha

| | EUR | | |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| Aktíva | 2013 | 2012 | 2011 |
| Majetok spolu | 7 042 890 | 6 821 239 | 6 678 019 |
| Neobežný majetok | 1 181 166 | 1 382 146 | 1 397 373 |
| Obežný majetok | 5 803 950 | 5 382 058 | 5 253 229 |
| z toho: | | | |
| Zásoby | 1 215 197 | 1 166 780 | 1 276 384 |
| Krátkodobé pohľadávky | 1 628 655 | 1 972 638 | 2 181 468 |
| Finančné účty | 2 956 170 | 2 239 004 | 1 769 872 |
| Pasíva | | | |
| Základné imania | 8 632 | 8 632 | 8 632 |
| Závazky | 1 196 367 | 1 176 203 | 1 084 824 |
| z toho: | | | |
| Rezervy | 57 346 | 39 146 | 65 383 |
| Dlhodobé záväzky | 33 543 | 30 742 | 49 975 |
| Krátkodobé záväzky | 1 105 478 | 1 106 315 | 969 466 |

Výkaz ziskov a strát

| | EUR | | |
|---------------------------------------|----------------|---------------|----------------|
| | 2013 | 2012 | 2011 |
| Tržby za tovar | 6 745 063 | 6 264 072 | 6 818 630 |
| Tržby z predaja služieb | 48 825 | 46 244 | 86 306 |
| Pridaná hodnota | 1 825 523 | 1 315 596 | 1 514 371 |
| Daň z príjmov | 85 734 | 72 612 | 71 891 |
| Výsledok hospodárenia/zisk | 201 487 | 96 074 | 194 723 |

Zamestnanosť a sociálna politika spoločnosti

Spoločnosť v roku 2013 zamestnávala 68 pracovníkov, čím sa podieľala na zamestnanosti púchovského regiónu.


Má aktívnu sociálnu politiku, ktorou každoročne podporuje zamestnancov príspevkami na stravu nad zákon stanovený rámec, organizuje kultúrne a športové podujatia, vynakladá finančné prostriedky na vzdelávanie zamestnancov vo forme dodávateľských školení. Okrem peňažnej mzdy poskytuje zamestnancom naturálnu mzdu vo forme vlastného tovaru.

Ciele spoločnosti

Pre rok 2014 plánuje Tescoma:

- Budovanie nových vlastných predajných centier.
- Podporu a rozvoj internetového predaja vrátane väčšej orientácie na marketingové a obchodné aktivity reklamy a PR v prostredí internetu.
- Podpora a rozvoj B2B predaja.
- Stabilizáciu logistického zázemia pre dodávky tovaru klasickým a zásielkovým spôsobom.

V Púchove 23. 04. 2014



konateľ spoločnosti