

Obsah výročnej správy

1. Základné údaje o firme

1.1. Základné informácie

2. Marketingová a obchodná stratégia

- 2.1. Marketingové ciele
- 2.2. Produkty spoločnosti
- 2.3. Odbyt
- 2.4. Nákup
- 2.5. Distribučné cesty
- 2.6. Životné prostredie

3. Hospodársky výsledok 2016 a finančná situácia spoločnosti

- 3.1. Súvaha
- 3.2. Výkaz ziskov a strát
- 3.3. Finančná analýza a zhodnotenie finančnej situácie spoločnosti
- 3.4. Návrh na usporiadanie výsledku dosiahnutého v roku 2016

4. Investičná činnosť 2016

4.1. Investície

5. Ľudské zdroje 2016

- 5.1. Personalistika
- 5.2. Mzdy
- 5.3. Sociálny fond

6. Vývoj v roku 2017

7. Účtovná závierka k 31.12.2016

- 7.1. Súvaha
- 7.2. Výkaz ziskov a strát
- 7.3. Poznámky k účtovnej závierke
- 7.4. Cash – flow

8. Správa audítora k účtovnej závierke

1. Základné údaje o firme

1.1. Základné informácie

Spoločnosť PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. (ďalej len "Spoločnosť") bola založená dňa 15.októbra 1993 a do obchodného registra bola zapísaná 8.decembra 1993 (Obchodný register Okresného súdu Bratislava I). Dňa 21.apríla 2010 bola zaregistrovaná posledná zmena sídla Spoločnosti a Spoločnosť bola zapísaná v obchodnom registri Okresného súdu Banská Bystrica, oddiel Sro, vložka č. 18716/S.

Konateľom spoločnosti je od 01.04.2005 Ing. Miroslav Rybár.

PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. je súčasťou kapitálovej skupiny PODRAVKA prehrambena industrija, d.d.

Hlavnou činnosťou spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. bola v roku 2015 predovšetkým obchodná činnosť - veľkoobchod s tovarom v rozsahu voľných živností, veľkoobchod s poľnohospodárskymi výrobkami v rozsahu voľných živností.

2. Marketingová a obchodná stratégia

2.1. Marketingové ciele spoločnosti

Základným marketingovým cieľom spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. v roku 2016 ako aj v predchádzajúcich rokoch, bolo udržanie si pozície lídra medzi dodávateľmi príchuťí do jedál rozšírením sortimentu o špeciálne príchute na vybrané druhy jedál a zvýšením predaja bujónov. Medzi ďalšie marketingové ciele patrili: rozšírenie sortimentu výrobkov zo strukovín o špeciálne druhy fazule – fazuľa adzuki a mungo, rozšírenie sortimentu výrobkov zdravej výživy - bulgur, chia semienka, cous cous pšeničný a celozrnný, quinoa biela a čierna, zvýšenie povedomia spotrebiteľov o výrobky z radu zeleninových príloh – ajvar, udržanie si trhového podielu v sortimente výrobkov z radu paradajkových a rybích produktov, udržanie si pozície medzi významnými dodávateľmi cestovín z tvrdej pšenice, ryže a ostatných produktov predávaných pod obchodnou značkou LAGRIS.

Uvedený cieľ dosiahla spoločnosť nielen prostredníctvom rôznych marketingových aktivít - spotrebiteľské súťaže prostredníctvom sociálnych sietí, účasť v kulinárskych súťažiach o varení, reklamné pútače, inzercia v tlači, promo aktivity, reklamné a propagačné predmety, letákové akcie, účasť na predajných akciách odberateľov a pod.,

ale predovšetkým udržaním si vysokej kvality predávaných výrobkov obchodnej značky Podravka a Lagris a konkurencieschopnosti v cenovej tvorbe vo vzťahu k dodávateľom obdobného sortimentu v odpovedajúcej kvalite .

2.2. Produkty spoločnosti

Základnou sortimentnou skupinou spoločnosti boli kategórie príchuťí do jedál – Podravka – klasik a špeciál , Perfekta, ktoré tvorili 37 % z celkových dosiahnutých tržieb z predaja v roku 2016 čo zodpovedá podielu dosiahnutého v minulom roku. Druhou sortimentnou skupinou s významným podielom na celkových tržbách boli produkty kategórie ryža – obchodná značka Lagris , ktoré predstavovali 19 %- ný podiel na tržbách, oproti minulému roku je zaznamenaný rast podielu o 1 % na celkových tržbách . Medzi ďalšie významné sortimentné skupiny patrili produkty v kategóriách strukoviny- obchodná značka Lagris, ktorých podiel na celkových tržbách z predaja bol vo výške 12 %, produkty z rýb – obchodná značka EVA s podielom 9 %, oproti minulému roku sme zaznamenali pokles o 1 % podielu na celkových tržbách , cestoviny s podielom 8 %, oproti minulému roku sme zaznamenali rast podielu o 1 % na celkových tržbách, výrobky z paradajok s podielom 4 % a ostatné produkty – produkty zdravej výživy , mak, zemiakové produkty –obchodná značka Lagris s podielom 5 % na celkových tržbách z predaja ,v porovnaní s predchádzajúcim rokom bol nárast podielu o 1 %. Do tovarového portfólia spoločnosti patrili aj ďalšie sortimentné skupiny ako zeleninové prílohy k jedlám ,bujóny , sladký program – obchodná značka Podravka , ktorých podiel na celkových tržbách z predaja sa pohyboval v rozpätí 5 % .

V tovarovom portfóliu spoločnosti sa nachádzali aj výrobky, ktoré sa predávali pod privátnou značkou jednotlivých obchodných reťazcov – Clever, ATC, FRESH, SAMA, ARO . Do kategórie privátnych značiek patrili predovšetkým produkty z ryže a strukovín . Okrem predaja vyššie uvedených sortimentných skupín spoločnosť predávala aj poľnohospodárske plodiny pre ich ďalšie spracovanie . Tržby z predaja obchodného tovaru, tvorili približne 1 % - ný podiel na celkových tržbách z predaja.

2.3. Odbyt

V roku 2016 dosiahla spoločnosť tržby za predaj obchodného tovaru a tržby za služby vo výške 7 911 930 EUR pri odbyte obchodného tovaru v množstve 4 978 ton. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2015 spoločnosť zaznamenala pokles tržieb o necelých 4 % . Významný vplyv na pokles celkových tržieb mal nižší predaj produktov hlavnej kategórie – príchuťí do jedál. Uvedený pokles predaja príchuťí do jedál bol viac menej odrazom zmien stravovacích návykov spotrebiteľov o čom svedčia aj výsledky spotrebiteľského prieskumu , ktoré uvádzajú medziročný pokles danej kategórie na slovenskom trhu o takmer 5 % (Zdroj : Nielsen data) . Tržby za obchodný tovar obchodnej značky Podravka tvorili 63 % z celkových tržieb , tržby za obchodný tovar obchodnej značky Lagris tvorili 36 % z celkových tržieb a tržby za ostatný tovar a služby sa podieľali približne 1 % na celkových tržbách . Export v roku 2016 bol nepatrný a dosiahol podiel na celkových tržbách vo výške 0,1 % čo je pokles oproti roku 2015 , kedy podiel exportu na celkových tržbách dosahoval 1 % . Podiel exportu na celkových tržbách v hodnotenom období ako aj v predchádzajúcom období bol minimálny . Výška exportu je ovplyvnená predovšetkým ojedinelými obchodnými prípadmi a nie zmenou zamerania sa spoločnosti na predaj svojich výrobkov mimo územia Slovenskej Republiky .

Index odbytu výrobkov , tovaru a služieb je názorne uvedený v nasledujúcej tabuľke:

Názov	Index 2016/2015	
	v tonách	v €
Tovar	0,98	0,96
Služby		1,0

Obchodný tovar dodávala spoločnosť v prevažnej miere domácim a zahraničným reťazcom pôsobiacim na území Slovenskej republiky a veľkoskladom približne na 105 odberných miestach . Prevažná väčšina cca 98 % bola uskutočňovaná na základe celoročných, resp. dlhodobých kúpnych zmlúv.

Cenové, platobné a dodacie podmienky boli diferencované v závislosti od dohodnutých obchodných podmienok u odberateľov a zohľadňovali veľkosti dodávok, platobné podmienky a ďalšie individuálne dohodnuté podmienky (promočné akcie , privátne značky, letáky, dlhodobé nákupné ceny , listing , logistické služby a pod.).

Segmentmi trhu, na ktoré sa orientoval odbyt tovarových produktov spoločnosti boli zahraničné obchodné reťazce 54 % odbytu, domáce obchodné reťazce a veľkosklady 46 % odbytu , materské a dcérske spoločnosti Podravka-Lagris , Podravka Budapest menej ako a.s. 0,1 % odbytu .

Medzi najvýznamnejších odberateľov tovarových produktov spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. v roku 2016 patrili nasledovné obchodné reťazce:

Názov	Percentuálny podiel na odbyte
Tesco, a.s.	19
COOP	13
Kaufland v.o.s.	12
Metro Cash & Carry	11
Billa s.r.o.	9
CBA , a.s.	9
FRESH	7
ATC-JR, s.r.o.	5
MILK-AGRO, s.r.o.	4

Náklady na záručný servis v roku 2016 dosiahli 0,03 % z celkového odbytu. Vybavovanie reklamácií vykonávala spoločnosť v súlade s obchodnými podmienkami uzatvorenými s odberateľmi a v súlade s Obchodným a Občianskym zákonníkom.

K najväčším konkurenčným spoločnostiam na domácom trhu patrili dlhoroční dodávatelia ako Prymat Sp, z.o.o. , Vitana, a.s., Mäspoma, s.r.o., Thymos, s.r.o., , Barila S.p A, King Oscar Norway , Valfruta Italia , Dr. Oetker spol. s.r.o.a pod.

2.4. Nákup

Spoločnosť v roku 2016 nakupovala obchodný tovar predovšetkým zo zahraničia a to najmä od spoločnosti Podravka , prehrambena industrija, d.d. Koprivnica, Chorvátsko, Podravka – Lagris, a.s. Dolní Lhota , Česká Republika, Ignacio g. Montes , S.A., Riviera La Coruna, Španielsko, Univer Product zrt., Kecskemet, Maďarsko, EUROPASTA SE, divize Adriana, Litovel, Česká Republika, Columbus, s.r.l. , Parma, Taliansko, FIAMMA VESU VIANA, Ottaviano, Taliansko, Mlinotest Živiljska Industrija , Ajdovščina, Slovinsko , GRAAL S.A. Wejherowo, Poľsko

Z tuzemska nakupovala spoločnosť racio produkty od spoločnosti Krup, s.r.o.

Dovoz tovaru predstavoval na celkovom nákupe obchodného tovaru približne 97 %.

Medzi najvýznamnejších dodávateľov obchodného tovaru ,materiálu a služieb v roku 2016 patrili spoločnosti patriace do kapitálovej skupiny PODRAVKA, a tvorili približne 81 % - ný podiel na celkovom dovoze materiálu , tovaru a služieb .

Najvýznamnejší dodávatelia obchodného tovaru

Názov	Percentuálny podiel
Podravka – Lagris, a.s. Dolní Lhota	41
PODRAVKA, d.d. Koprivnica	40
EUROPASTA SE , Litovel, Česká republika	7
KRUP, a.s. SR	3
Ignacio g. Montez, Španielsko	2
UNIVER PRODUCT Maďarsko	2
FIAMA VESU VIANA Taliansko	1
GRAAL S.A. Poľsko	1
Columbus,s.r.l. Taliansko	1

2.5. Distribučné cesty

Systém distribúcie možno považovať za primeraný podmienkam. Distribúcia sa uskutočňovala dodávateľsky prostredníctvom prepravných spoločností a v porovnaní s predchádzajúcimi obdobiami kedy spoločnosť distribuovala obchodný tovar aj vlastnou prepravou, dodávateľský spôsob distribúcie vyhodnotila Spoločnosť ako ekonomicky efektívnejší spôsob distribúcie.

2.6. Životné prostredie

Spoločnosť má aj naďalej uzatvorenú zmluvu so spoločnosťou NATUR PACK, s.r.o. Spoločnosť zabezpečuje prostredníctvom systému NATUR PACK plnenie povinností spätného zberu, zhodnotenia a recyklácie odpadov z obalov uvedených na trh v Slovenskej republike v súlade s platnou legislatívou. Číslo certifikátu je 00373 a bol vydaný pre spoločnosť PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. spoločnosťou NATUR-PACK, s.r.o. v roku 2007.

3. Hospodársky výsledok 2016 a finančná situácia spoločnosti

3.1. Súvaha (v EUR) – neúplná forma

Názov	Rok 2016	Rok 2015	Index 16/15
Spolu Majetok	4 775 570	4 253 735	1,12
Neobežný majetok	806 296	819 262	0,98
Dlhodobý nehmotný majetok	-	-	
Dlhodobý hmotný majetok	800 647	819 262	0,98
Pozemky	246 825	246 825	1,00
Stavby	547 823	569 871	0,96
Samostatné hnutelné veci a súbory	5 999	2 566	2,34
Dlhodobý finančný majetok	-	-	
Obežný majetok	3 963 358	3 430 070	1,16
Zásoby	784 630	784 909	1,00
Materiál	12 931	12 886	1,00
Výrobky	-	-	
Tovar	771 699	772 023	1,00
Dlhodobé pohľadávky	-	-	
Krátkodobé pohľadávky	1 100 736	1 120 309	0,98
Pohľadávky z obchodného styku	1 079 584	1 118 848	0,96
Štát- daňové pohľadávky	20 093	-	
Iné pohľadávky	1 059	1 461	0,72
Finančný majetok	2 077 992	1 524 852	1,36
Peniaze	1 084	3 844	0,28
Účty v bankách	2 076 908	1 521 008	1,37
Časové rozlíšenie	5 916	4 403	1,34
Spolu vlastné imanie a záväzky	4 775 570	4 253 735	1,12
Vlastné imanie	3 396 314	3 061 938	1,11
Základné imanie	608 678	608 678	1,00
Zákonné rezervné fondy	60 868	60 868	1,00
Fondy zo zisku	226 397	226 397	1,00
Hospodársky výsledok minulých období	2 165 995	1 844 754	1,17
Hospodársky výsledok bežného obdobia	334 376	321 241	1,04

Závazky	1 379 106	1 191 647	1,16
Rezervy krátkodobé	66 106	93 675	0,71
Dlhodobé závazky	43 320	40 876	1,06
Krátkodobé závazky	1 269 607	1 056 672	1,20
Závazky z obchodného styku	1 092 157	873 665	1,25
Závazky voči zamestnancom	38 855	38 583	1,00
Závazky zo sociálneho zabezpečenia	31 131	29 904	1,04
Štát – daňové závazky	107 250	113 484	0,95
Ostatné závazky	214	1 036	0,21
Bežné bankové úvery	73	424	0,17
Časové rozlíšenie	150	150	1,00

3.2. Výkaz ziskov a strát -neúplný

Hospodárske výsledky spoločnosti dosiahnuté v roku 2016 v porovnaní s rokom 2015 sú uvedené v nasledovnej skrátenej forme výkazu ziskov a strát:

Výkaz ziskov a strát (v EUR)

Názov	Rok 2016	Rok 2015	Index 16/15
Výnosy z hospodárskej činnosti spolu	7 978 715	8 277 399	0,96
Tržby z predaja tovaru	7 894 638	8 197 587	0,96
Tržby z predaja služieb	17 292	17 322	1,00
Aktivácia	53 206	30 651	1,74
Tržby z predaja DHM a materiálu	9 644	19 093	0,51
Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	3 935	12 746	0,31
Náklady na hospodársku činnosť spolu	7 537 846	7 841 273	0,96
Náklady na predaný tovar	5 267 147	5 484 987	0,96
Spotreba materiálu a energie	134 518	165 684	0,81
Opravné položky k zásobám	3 422	7 652	0,45
Služby	1 209 480	1 179 801	1,03
Osobné náklady	855 119	884 482	0,97
Dane a poplatky	10 254	10 553	0,97
Odpisy a opravné položky k DHM	24 232	22 753	1,06
Zostatková cena predaného DHM a materiálu	7 225	10 392	0,70
Tvorba OP k pohľadávkam	- 467	26 458	-
Ostatné náklady z hospodárskej			

činnosti	26 916	48 511	0,55
Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti	440 869	436 126	1,01
Pridaná hodnota	1 350 569	1 407 436	0,96
Výnosy z finančnej činnosti spolu	225	152	1,48
Náklady na finančnú činnosť spolu	2 781	2 675	1,04
Výsledok hospodárenia z finančnej oblasti	- 2 556	- 2 523	1,01
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením	438 313	433 603	1,01
Daň z príjmov	103 937	112 362	0,93
-daň splatná	96 336	118 192	0,82
- daň odložená	7 601	- 5 830	-
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	334 376	321 241	1,04

3.3. Finančná analýza a zhodnotenie finančnej situácie spoločnosti

- a) ukazovatele efektívnosti sa delia na
- ukazovatele ziskovosti
 - ukazovatele aktivity

- b) ukazovatele finančnej závislosti

- c) ukazovatele likvidity

		Rok 2016	Rok 2015
Ukazovatele ziskovosti			
Hl. ukazovateľ ziskovosti	výnosy/pasíva	167%	195%
Ziskovosť celk.kapitálu	HV/pasíva	7%	8%
Ziskovosť vlastného imania	HV/vlastné imanie	9,8%	10,5%
Rentabilita tržieb	HV/tržby	4%	4%
Čistý pracovný kapitál	obežné aktíva - bežné pasíva	2 693 751	2 373 398
Ziskovosť ČPK	HV/ČPK	12 %	14%
Ukazovatele aktivity			
Obrat ČPK v dňoch	ČPK/ (výnosy /365)	123	105
Obrat zásob v dňoch	zásoby/ (výnosy /365)	36	34
Obrat pohľadávok v dňoch	pohľadávky/ (výnosy /365)	50	49
Obrat aktív v dňoch	aktíva/ (tržby/365)	220	188
Ukazovatele finan.závisl.			
Celková zadlženosť	cudzie zdroje/pasíva	0,3	0,3
Bežná zadlženosť	krát.závázky,úvery,ČR/pasíva	0,4	0,2
Podkapitalizovanie	(vl.imanie +dlhé cudzie zdroje)/		
	Stále aktíva	4,3	3,8
Krytie stálych aktív	vlastné imanie/stále aktíva	2,7	3,7

Ukazovatele likvidity

Solventnosť	peňažné prostriedky/ krátke záväzky	1,6	1,4
okamžitá likvidita	finančný majetok/ bežné pasíva	1,6	1,3
bežná likvidita	(fin.majetok+krát.pohl'adávky)/ bežné pasíva	2,5	2,3
current ratio	(fin.majetok+krát.pohl'adávky+ zásoby)/bežné pasíva	3,1	3,0

Spoločnosť v roku 2016 vykázala zisk vo výške 334 376 EUR, čo predstavuje nárast o 4 % v porovnaní s predchádzajúcim obdobím. Spoločnosť vykazuje stabilný vývoj v posledných troch rokoch, o čom svedčia aj dosiahnuté hospodárske výsledky ako tržby, náklady a pridaná hodnota ktoré sa pohybujú v rozpätí +/- 4 %. Spoločnosť v sledovanom roku dosiahla na jednej strane mierny pokles výnosov z hospodárskej činnosti na druhej strane adekvátny pokles nákladov na hospodársku činnosť a to zhodne o 4 %. Pridaná hodnota zaznamenala pokles o 4 % v porovnaní s minulým rokom čo zodpovedá mierne vyššiemu poklesu tržieb oproti poklesu nákladov súvisiacich s hlavnou podnikateľskou činnosťou Spoločnosti a to o 0,2 %. Dosiahnutie stability vo významných ekonomických ukazovateľoch bolo výsledkom nielen neustáleho snaženia Spoločnosti udržať si svoje postavenie v stále silnejúcom konkurenčnom prostredí ale aj snaha prispôbiť sa meniacim sa spotrebiteľským návykom na trhu za posledné roky. Priamym dôsledkom silnejúceho konkurenčného prostredia a meniacich sa spotrebiteľských návykov bol tlak nielen na nákupné ceny zo strany odberateľov a následne tlak na predajné ceny konečným spotrebiteľom ale aj nižšia spotreba tovaru obsahujúceho rôzne prídavné látky ako farbivá, sladidlá a iné čo malo bezprostredný vplyv na predaj nášho hlavného sortimentu – príchuť do jedál. Dosiahnutie stabilných výsledkov pri klesajúcom obchodnom rozpätí si vyžadovalo neustále monitorovanie prevádzkových nákladov za účelom ich optimalizácie s cieľom eliminovať negatívny dopad klesajúceho obchodného rozpätia na ekonomické výsledky Spoločnosti.

Spoločnosť v hodnotenom roku zaznamenala rast druhej najvýznamnejšej položky nákladov a to služby o 3 %, ktorý bol spôsobený predovšetkým nárastom služieb súvisiacich s reklamou, rôznymi marketingovými aktivitami a prieskumom trhu. V ostatných významných nákladových položkách dosiahla Spoločnosť pokles v rozpätí 3 - 4 %, v prípade nákladov na materiál bol zaznamenaný pokles až o 19 % spôsobený hlavne nižšou spotrebou reklamných predmetov a propagačných materiálov. Spoločnosť v hodnotenom období dosiahla nižšie ostatné náklady z hospodárskej činnosti o 45 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom a zároveň náklady súvisiace s tvorbou a zúčtovaním opravných položiek k pohľadávkam, ktoré boli z dôvodu zúčtovania vytvorených opravných položiek k pohľadávkam v zápornej hodnote.

Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti vo výške 440 869 EUR bol len v minimálnej miere použitý na krytie záporného výsledku z finančnej činnosti.

Spoločnosť v roku 2016 vykázala nižšie celkové daňové zaťaženie a to vo výške 24 % z výsledku hospodárenia pred zdanením, v porovnaní s minulým obdobím to predstavuje pokles o 2 %. Vplyv na pokles daňového zaťaženia bol spôsobený hlavne nižšou povinnosťou tvorby rezerv na nevyfakturované dodávky pre hodnotené obdobie.

Spoločnosť v roku 2016 disponovala dostatkom vlastných finančných prostriedkov pre zabezpečenie financovania svojich prevádzkových potrieb a schválený kontokorentný úver nečerpala.

Pokiaľ by sme porovnávali majetok spoločnosti a zdroje jeho krytia s rokom 2015 spoločnosť zaznamenala pokračujúci pozitívny vývoj najlikvidnejšej časti obežného majetku. Porovnaním štruktúry obežného majetku s rokom 2015, Spoločnosť vykazuje zásoby na úrovni predchádzajúceho roku, pokles krátkodobých pohľadávok o 4 % a nárast finančných účtov o 36 %. Pokles krátkodobých pohľadávok o 4 % a zvýšenie doby obratu pohľadávok o jeden deň je spôsobený na jednej strane hlavne poklesom tržieb a na druhej strane miernym zhoršením platobnej disciplíny významného odberateľa a to hlavne ku koncu sledovaného účtovného obdobia. K pohľadávkam ktoré spoločnosť vyhodnotila ako vysoko rizikové bola vytvorená opravná položka vo výške 100 % ich nominálnej hodnoty bez ohľadu na ich dobu po splatnosti.

Na strane zdrojov krytia majetku došlo k nárastu vlastného imania o 11 % v dôsledku dosiahnutého pozitívneho hospodárskeho výsledku, na druhej strane podstatnú časť hodnoty vlastného imania tvorí nerozdelený zisk z minulých období, čo predstavuje určitý tlak na dostatočnú výšku finančných prostriedkov v prípade jeho úplného vyplatenia spoločníkom podľa ich obchodných podielov. Pri porovnaní cudzích zdrojov došlo k nárastu a to o 16 % oproti minulému obdobiu. Podstatný vplyv na nárast cudzích zdrojov bol nárast krátkodobých záväzkov z obchodného styku a to o 25 %, ktorý bol spôsobený predĺžením zmluvnej doby splatnosti záväzkov za dodávky tovaru v priemere o 11 dní. Krátkodobé záväzky, ktorá boli vykázané v položke cudzie zdroje v hodnotenom období boli v lehote splatnosti a ich podstatnú časť tvorili záväzky voči materským spoločnostiam. Čiastka, ktorú spoločnosť vykazuje v položke bankové úvery nepredstavuje klasický podnikateľský úver ale nesplatenú čiastku čerpanú z kreditnej bankovej karty. Spoločnosť v roku 2016 ako aj v predchádzajúcich dvoch rokoch nečerpala poskytnutú úverovú linku – kontokorentný úver.

Plánované ciele spoločnosti pre rok 2017 je zvýšenie tržieb o 6 % v porovnaní s rokom 2016 a dosiahnutie hospodárskeho výsledku po zdanení na úrovni 84 % predchádzajúceho účtovného obdobia. Dosiahnutie plánovaných výsledkov s ohľadom na meniace sa stravovacie správanie spotrebiteľov a silnejúce konkurenčné prostredie dôsledkom čoho je neustály tlak na znižovanie cien výrobkov, je výzvou pre vedenie spoločnosti zamerať svoje znalosti a vedomosti na budovanie spotrebiteľského povedomia značky, pozitívneho vzťahu zákazníkov k produktom a službám Spoločnosti a efektívneho riadenia bežnej prevádzky Spoločnosti. Prvoradými úlohami vedenia spoločnosti v roku 2017 bude flexibilné prispôsobenie sa podmienkam trhu pre dosiahnutie plánovaných tržieb, rôznorodejšie ale predovšetkým efektívnejšie investovanie do marketingových aktivít, dosiahnutie plánovaného hospodárskeho výsledku po zdanení, udržanie prevádzkových nákladov na plánovanej úrovni pre rok 2017, efektívnejšie riadenie skladových zásob a pohľadávok a v nemalej miere udržanie si pozitívneho vývoja v cash flow.

Spoločnosť v hodnotenom roku zaznamenala mierne zhoršenie niektorých ukazovateľov aktivity a ziskovosti na druhej strane zaznamenala mierne zlepšenie vo všetkých ukazovateľov likvidity.

V Spoločnosti po skončení hodnoteného roku 2016 nedošlo k žiadnym udalostiam osobitného významu, ktoré by akoukoľvek mierou ovplyvnili nielen hospodárke výsledky účtovného obdobia 2016 ale následne aj výsledky zhodnotenia finančnej situácie spoločnosti v tomto období.

3.4. Návrh na usporiadanie hospodárskeho výsledku v roku 2016

V zmysle článku 26. a 28. Spoločenskej zmluvy konateľ spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. Ing. Miroslav Rybár navrhuje valnému zhromaždeniu spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. nasledovné usporiadanie výsledku hospodárenia dosiahnutého v účtovnom období roku 2016 vo výške 334 376 EUR

- prevod výsledku hospodárenia po zdanení v plnej výške to znamená 334 376 EUR na nerozdelený zisk minulých rokov.

4 . Investičná činnosť

4.1. Investície

V hodnotenom období spoločnosť obstarala nový dlhodobý nehmotný majetok vo výške 6 645 EUR a dlhodobý hmotný majetok vo výške 4 620 EUR. V roku 2016 spoločnosť nakúpila dlhodobý hmotný majetok s obstarávacou cenou v rozpätí 0 - 1 700 EUR v celkovej hodnote 7 586 EUR . Dlhodobý hmotný majetok bol účtovaný priamo do spotreby a týkalo sa to predovšetkým IT techniky, mobilných zariadení, zariadení na použitie v skladových priestorov a zariadení do kancelárii . Spoločnosť vyradila predajom prípadne likvidáciou nadbytočný a opotrebený dlhodobý nehmotný a hmotný majetok vo výške 97 900 EUR vrátane dlhodobého majetku , ktorý bol evidovaný v operatívnej evidencii . Pre nasledujúce obdobie roku 2017 spoločnosť neplánuje rozsiahle investičné akcie . Do svojho investičného plánu zahrnula len nákup vysokozdvížneho vozíka a rekonštrukciu osvetlenia skladových priestorov v približnej hodnote 10 090 EUR.

5. Ľudské zdroje

5.1. Personalistika

V spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. bol v roku 2016 priemerný počet zamestnancov 36, z toho 4 zamestnanci boli na vedúcich pozíciách (v roku 2015 bol priemerný počet zamestnancov ako aj zamestnancov na vedúcich pozíciách na rovnakej úrovni). Evidenčný počet zamestnancov ku koncu roka 2016 bol 40 z toho 4 zamestnanci boli na materskej dovolenke.

Podľa jednotlivých úsekov evidenčný počet zamestnancov k 31.12.2016 bol nasledovný:

Marketing	- 4 (1 zamestnankyňa je na materskej dovolenke)
Nákup	- 3 (1 zamestnankyňa je na materskej dovolenke)
Obchodný úsek	- 21 (2 zamestnankyňa je na materskej dovolenke)
Logistika	- 7
Ekonom. úsek	- 3
Úsek GR	- 2

5.2. Mzdy

Osobné náklady v roku 2016 boli vo výške 855 119 EUR a zaznamenali pokles o 3,3 % v porovnaní s predchádzajúcim obdobím . Pokles bol spôsobený predovšetkým nižšou povinnosťou tvorby rezerv na nevyčerpané dovolenky a odmeny , nevyčerpaním rezerv z predchádzajúceho účtovného obdobia a dočasnými organizačnými zmenami obchodného a marketingového úseku vzhľadom k nástupu zamestnancov na materskú dovolenku .

5.3. Sociálny fond

V roku 2016 spoločnosť tvorila sociálny fond v zmysle platnej legislatívy a to na ťarchu nákladov vo výške 5 388 EUR . Zo sociálneho fondu sa vyčerpali prostriedky vo výške 10 546 EUR. Prostriedky zo sociálneho fondu boli použité v prevažnej miere na príspevok na stravovanie a na ďalšie sociálne , zdravotné a relaxačné potreby zamestnancov v zmysle vnútropodnikovej smernice o sociálnom fonde.

6. Vývoj v roku v 2017

- 1) Udržanie si pozície lídra na trhu v ochucovadle - Podravka a zvýšenie trhového podielu nových výrobkov z rady prísad do jedál - bujóny
- 2) Zvýšenie trhového podielu nových výrobkov uvedených na trh v priebehu roka 2016 z rady zdravá výživa
- 3) Prieskum a príprava na zavedenie nových výrobkov obchodnej značky Podravka – nové príchuť zeleninových nátierok Ajvar , rozšírenie tovarového portfólia rady produktov z rýb o rybacie nátierky a BIO pekárenské výrobky
- 4) Zvýšenie povedomia o značke Podravka a Lagris prostredníctvom digitálneho marketingu - online a offline branding
- 5) Dosiahnutie plánovaných kľúčových hospodárskych ukazovateľov
- 6) Udržanie pozitívneho vývoja v cash flow
- 7) Nepretržité monitorovanie platobnej disciplíny odberateľov

Informácie o činnosti valného zhromaždenia

Valné zhromaždenie spoločnosti sa uskutočňuje spravidla raz ročne v súlade s príslušnými ustanoveniami zákona č. 513/1991 Zb. – Obchodného zákonníka v znení neskorších predpisov. Valné zhromaždenie spoločnosti sa uskutočnilo 26.júla 2016, na ktorom bolo prerokované a schválené:

- účtovná závierka , výročná správa a rozdelenie hospodárskeho výsledku za rok 2015
- audítora pre overenie účtovnej závierky za rok 2016

Informácie o organizačnej zložke v zahraničí

- Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí

Vo Zvolene , dňa 03.03.2017

Ing. Miroslav Rybár
Konateľ spoločnosti