

BONAVITA SERVIS spol. s r. o., Šustekova 18, 851 04 Bratislava

Zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I., Oddiel:sro, Vložka číslo: 11537/B

**Výročná správa za
rok 2016**

BONAVITA SERVIS spol. s r. o.

Spracoval: Ing. Juraj Janech, Ing. Emília Kuzmová

Spracované dňa: 30. 5.2017

OBSAH:

- 1. Základné údaje spoločnosti**
- 2. Správa BONAVIDA SERVIS spol. s r. o. o vývoji v roku 2016**
- 3. Stratégia BONAVIDA SERVIS spol. s r. o. v roku 2017**
- 4. Základná ekonomická analýza spoločnosti**
- 5. Doklady účtovnej závierky za rok 2016**
- 6. Informácia o audite výročnej správy za rok 2016**

Základné údaje spoločnosti

Názov a sídlo: BONAVIDA SERVIS, spol. s r. o.
Šustekova 18
851 04 Bratislava

IČO: 35 696 371

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Dátum vzniku: 15.08.1996

Predmet činnosti:

- Výroba pekárskeho a cukrárenského výrobku
- Prenájom nehnuteľností spojený s poskytovaním iných než základných služieb spojených s prenájmom
- Kúpa tovaru za účelom jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod)
- Prenájom hnutelých vecí
- Kúpa tovaru za účelom jeho predaja iným prevádzkovateľom živností (veľkoobchod)
- Sprostredkovanie nákupu predaja tovarov
- Baliace činnosti, manipulácia s tovarom
- Činnosť organizačných ekonomických poradcov
- Marketingové služby
- Sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb
- Organizovanie veľtrhov a výstav
- Sprostredkovateľská činnosť v oblasti výroby
- Reklamné činnosti
- Ubytovacie činnosti bez poskytovania pohostinských činností
- Vydavateľská činnosť
- Administratívne služby
- Poskytovanie služieb pre rodinu a domácnosť
- Prieskum trhu a verejnej mienky

Štatutárny orgán: konatelia

Základné imanie: 10.000 €

Spoločnosť je platiteľom DPH.

Správa BONAVITA SERVIS spol. s r.o. o vývoji v roku 2016

V roku 2016 spoločnosť prispôbovala svoj obchodný model s cieľom prehĺbiť a zlepšiť spoluprácu so spoľahlivými dodávateľmi a aktívne vyhľadávala nových dodávateľov a odberateľov. Významnou činnosťou bolo skúmanie vývoja u bývalých obchodných partnerov s cieľom obnovy vzájomnej spolupráce. Vývoj na trhu bol poznamenaný neustálymi snahami o fúzie a preskupovaní síl u niektorých našich odberateľov a problémami s tým spojenými. Vývoj v Európe naďalej ovplyvňoval vývoj na Ukrajine a predĺženie sankcií voči Rusku. I napriek záujmu ruských odberateľov a dodávateľov o spoluprácu sa nám jej rozbeh pre sankcie nepodaril. Ceny komodít a USD boli stabilné a nevytvárali tlak na zmenu cien. Časté zmeny na trhoch a vo svete kladú veľké požiadavky na firmy, ktoré chcú uspieť aj v ťažkých ekonomických podmienkach. Úspešnou bola aj naša spoločnosť aj keď sa jej nepodarilo naplniť všetky stanovené ciele.

Úspešne sme pokračovali v rozširovaní výroby v našom závode na Slovensku a splnili náš hlavný cieľ roku 2016. Podarilo sa nám v priebehu roka dokončiť vývoj novej výrobkovej rady a pripraviť jej výrobu na začiatok roka 2017. Kontinuálne sme pracovali na zvyšovaní kvality výrobkov zo slovenskej továrne a výrobky plne spĺňajú európske kvalitatívne štandardy. Začiatkom roka sme získali certifikáty BRC a IFS, ktoré nám dávajú predpoklad na úspešnú realizáciu hlavne exportných aktivít.

Rýchle tempo zmien podmienok sa prejavilo aj v našej oblasti. Neustále sa mení situácia u našich dodávateľov a odberateľov. Pre hodnotenie v rozhodujúcich kategóriach výrobkov sme použili dáta renomovanej prieskumnej spoločnosti. V niektorých kategóriach výrobkov sa nám podarili naše ciele naplniť ale v niektorých sme nespĺnili plánované ciele. Neustále sa prehľbuje trend zvyšovania podielu nadnárodných spoločností hlavne pre masívne výdaje na marketing, televíznu reklamu ako aj aktívnu prácu so sortimentom (TESCO, BILLA, METRO, KAUFAND a LIDL), klesajú podiely národných aliancií (hlavne CBA, FRESH a COOP) najmä z dôvodu nezájmu o novinky a nedostatku invencii ako rozšíriť vzájomný biznis. Aj kvôli tomu neustále klesá podiel slovenských výrobkov v obchodoch. Tak ako každý rok

neustále klesá podiel slovenských výrobkov v obchodoch. Tak ako každý rok u viacerých aktuálnych obchodných partnerov pretrvávajú neoverené informácie o plánovaných akvizíciách. **Požiadavky odberateľov na vylepšovanie kondícií vzhľadom na ich hraničnú úroveň boli mierne a podarilo sa so všetkými dohodnúť pokračovanie spolupráce iba s drobnými úpravami.**

Nadálej bol komplikovaný vývoj spolupráce so spoločnosťou CARREFOUR. V minulom roku sme ukončili spoluprácu s dôvodu ukončenia poistenia pohľadávok a v tomto roku sa nám podarilo obnoviť spoluprácu po dohode o platbách vopred.

Intenzívne sme skúmali a rokovali s našimi bývalými odberateľmi spoločnosťou TERNO (Moja samoška) a spoločnosťou DM s cieľom obnoviť spoluprácu. Do konca roku sa nám obnoviť spoluprácu napriek veľkému úsiliu kompetentných manažérov nepodarilo.

Počas roka sme priebežne sledovali vývoj tržieb a mimoriadnych dodatočných požiadaviek odberateľov. Nadálej sme pokračovali v osvedčenej stratégii – identifikovať problematickú a málo výhodnú spoluprácu, rokovať o zlepšení výnosnosti až po prípadné včasné ukončovanie rizikovej a nevýhodnej spolupráce.

Zmeny na strane odberateľov sú bežným javom na našom malom trhu a opäť boli veľké – počas celého roka sa neoficiálne hovorilo o zmenách vlastníkov viacerých našich odberateľov – niektorých členov CBA a dokonca COOP. Niektoré COOP Jednoty prehnali svoje investície natoľko, že neboli schopné platiť svoje záväzky. Vyznať sa v takejto situácii a správne spočítať návratnosť našich investícií do listungov bolo veľmi náročné. Počas celého roka sme správne odhadli vývoj u všetkých našich odberateľov. Podarilo sa nám uzatvoriť všetky zmluvy s rozhodujúcimi odberateľmi a nepretržite spolupracovať počas celého roka. Pri ukončovaní spolupráce sme zabezpečili aby všetky pohľadávky po ukončení spolupráce boli uhradené. Počas roka sme aktívne vyhľadávali nových potenciálnych odberateľov aj v segmente B2B a rozširovali spoluprácu s existujúcimi nezávislými odberateľmi s cieľom rozšíriť spoluprácu.

Počas celého roka sme pokračovali v našej konzervatívnej stratégii – venovať zvýšenú pozornosť sledovaniu zmien vlastníckych pomerov dotknutých odberateľov s cieľom zabezpečiť 100 % úhradu našich pohľadávok, čo sa nám aj podarilo. Pokračovali sme v poisťovaní pohľadávok vybraných odberateľov.

Nepretržitý rozvoj prevádzok moderného trhu spôsoboval zvyšovanie požiadaviek na záručný servis na prevádzkach trhu tradičného. Hľadali sme spôsob, ako tieto požiadavky udržať v ekonomických mantineloch obojstranne výhodnej spolupráce.

Počas roka sme prevažnú väčšinu našich cien nemeniť z dôvodu mimoriadnej stability nákupných cien od našich dodávateľov. Neustále sme mali na zreteli udržanie konkurenčnosti naši koncových cien na pulte predajní v porovnaní s konkurenciou. Sledovanie vývoja cien konkurenčných výrobkov sme využívali ako hlavný nástroj našej cenotvorby počas celého roka.

Počet našich relevantných konkurentov a ich aktivít sa každoročne znižuje. Tento rok nám však nebudol žiaden slovenský konkurent. Počet dovozcov neustále rastie a objavujú sa aj z non-food oblastí. Tak môžeme na Slovensku vidieť cereálie, macesy a sucháre takmer z celého sveta. Naši hlavný **konkurenti** spoločnosti NESTLÉ, EMCO a MONDELÉZ ďalej používali na Slovensku aj najúčinnejšiu marketingovú podporu – televíznu reklamu. Z dôvodu nerentabilnosti sme televíznu reklamu na Slovensku nerobili. Pribúdajú nam konkurenti najmä v kategórií ovsené kaše spoločnosti SEMIX, KLEMBER a Dr.OETKER. Naša bilbordová reklama je realizovaná iba v malom lokálnom rozsahu. Žiadne výrazné marketingové **aktivity slovenských konkurentov** sme nezaznamenali. Situácia v niektorých skupinách výrobkov je naďalej veľmi komplikovaná (pufované výrobky, cereálie, sójové texturáty, sójové nápoje, suchár). Ďalej sme zlepšovali rentabilnosť jednotlivých obchodných prípadov a vylepšovali sme našu obchodnú ponuku výrobkov a služieb. Vyhýbali sme sa nezmyselným cenovým vojnám a vyhľadávali sme výrobky pre rozširovanie sortimentu s vyššou pridanou hodnotou. **Našou rozhodujúcou marketingovou aktivitou** aj v tomto roku boli letákové akcie. Neustále sa zhoršovala rentabilita letákových akcií – klesali tržby u väčšiny partnerov a poplatky zostali na pôvodnej úrovni alebo sa medziročne zvyšovali. Novým trendom bolo skracovanie doby trvania letákových akcií a tento fakt mal najväčší vplyv na objem predaného tovaru v akciách. Veľmi intenzívne sme rokovali so všetkými obchodnými partnermi pri organizovaní letákových akcií s cieľom zlepšiť ich výsledky. Naši slovenskí konkurenti sa už letákových akcií takmer nezúčastňujú.

Významné miesto v našich marketingových aktivitách zaujímali ochutnávky a samplings. Naša spoločnosť prinášala na trh nové výrobky alebo

výrobky s vylepšenou receptúrou a tak organizované ochutnávky boli úspešné. Počas roka sa nám podarilo uskutočniť viacero samplingov s veľmi dobrou odozvou. V niektorých prípadoch boli samplings úspešnejšie ako ochutnávky. Naďalej sme vyhľadávali nové netradičné kanály na propagáciu našich kvalitných výrobkov.

Sortiment **vlastných značiek** u našich najvýznamnejších odberateľov bol v roku bez zmeny. Intenzívne sme rokovali o možnosti rozšírenia portfólia vlastných značiek. Rokovali sme o zaradení výrobkov slovenskej produkcie po spustení výroby nových výrobkov zo slovenskej produkcie. Vývoj predaja vlastných značiek sa darí udržiavať na približne rovnakej úrovni. Počas roka sme aktívne vyhľadávali vyhlásené tendre a dôsledne sme sa na ne spolu s výrobnými závodmi pripravovali.

Za základ našej činnosti považujeme vysokú úroveň spolupráce s našimi súčasnými **dodávateľmi** a neustály vývoj, zavádzanie nových výrobkov ako aj vylepšovanie aktuálnych výrobkov. Počas roku 2016 bol zjavný fakt, že pokiaľ sme do našej vzájomnej spolupráce nevložíli dostatok úsilia, tak sme zaznamenali pokles aktivít u takmer všetkých našich dodávateľov. Je negatívnym trendom, že dodávatelia sú málo aktívny a čakajú na naše návrhy. Pripravili sme stratégiu rozvoja pre nasledujúci rok. Posledným dovozom sušeného ananásu a ostatného ovocia pred hlavnou zimnou sezónou sme ukončili pôsobenie v tejto oblasti a jeho distribúciu posúvame nášmu obchodnému partnerovi. Žiaľ, nepodarilo sa nám predaj tohto sortimentu vo významnej miere presadiť na väčší trh Českej republiky. Našu ponuku priebežne optimalizujeme. Priebežne sme ukončovali distribúciu málo predajných výrobkov a plynule ich vymieňali alebo listovali za novinky. Prísun noviniek od našich dodávateľov považujeme však za nedostačujúcu pre rozvoj obchodu a zvyšovaniu tržieb. Zvýšili sme naše aktivity vo vyhľadávaní nových dodávateľov a zahájili sme distribúciu špaldovej múky a výrobkov z nej. Počas celého roka sme optimalizovali logistické balenie u viacerých výrobkov s cieľom dosiahnuť ich lepší predaj resp. úspory pri výrobe. Našu ponuku vnímajú naši odberatelia ako veľmi širokú a kompetentnú a naďalej nás vo viacerých kategóriách zaraďujú medzi lídrov trhu.

Našou novou strategickou oblasťou sú zahraničné trhy. Permanentne hľadáme strategických dodávateľov-odberateľov aj v okolitých krajinách s cieľom využiť naše široké portfólio **ochranných známk**. Ďalej sme rozširovali

registráciu ochranných známk s potenciálom s cieľom ich praktického využitia a zvyšovania ich hodnoty.

Predaje cez náš **e-shop** každoročne rastú. Z dôvodu zastaranosti sme zakúpili nový formát e-shopu a našu ponuku aj takto zatraktívnil. Neustále sme vyhľadávali sortiment s potenciálom zvýšiť naše internetové tržby. Veľký dôraz sme kládli na aktuálnosť stránky ako spoľahlivého zdroja informácií o našej kompletnej ponuke. Veľmi intenzívne zvažujeme nové formy propagácie a reklamy práve v digitálnom prostredí.

Stratégia našich rozhodujúcich odberateľov sa nezmenila – prostredníctvom rôznych poplatkov a veľakrát až nezmyselných požiadaviek bránia **listovaniu nových položiek**. U niektorých zákazníkov je listovanie nových položiek stratovou činnosťou. Tento rok sme boli úspešní v listovaní nových položiek a optimalizovali sme sortiment aj formou výmeny položiek. Ďalej sa zvyšovali finančné požiadavky našich odberateľov aj za výmeny.

Počas celého roku sme nezaznamenali významný prípad neuhradených pohľadávok. Veľkú pozornosť venujeme ich sledovaniu a vývoju po jednotlivých odberateľoch.

Spoločnosť sídlila vo svojich priestoroch. Ubytovanie mimo bratislavských zamestnancov a návštev kolegov z Českej republiky sme zabezpečovali ubytovaním na hoteli.

V personálnej oblasti bol rok 2016 stabilizovaný. Podarilo sa nám rozšíriť rady pracovníkov vo výrobnom závode a tak sme mali možnosť aj sa rozísť z niektorými menej kvalitnými kolegami. Počet obchodných zástupcov sme optimalizovali podľa aktuálnych potrieb zákazníkov v jednotlivých regiónoch. Všetky úlohy boli plnené v požadovaných termínoch. Manažérske posty v obchodnom tíme sme mali obsadené kvalitnými a skúsenými manažérmi, čo sa pozitívne prejavilo i na kvalite a systematickosti práce. Ku zmenám v menšej miere priebežne dochádzalo na postoch obchodných zástupcov. Zmeny v obchodnom tíme mali však krátkodobý vplyv na plnenie finančného plánu a výšku nákladov na záručný servis. Počas roka sme dbali na efektívne využívanie pracovnej doby a plnenie úloh. Používanie GPS sa osvedčilo k efektívnemu riadeniu a kontrole príslušníkov obchodného tímu. Fungovanie oddelenia fakturácie a učtárne bolo počas celého roka bezproblémové. Fluktuácia ostatných zamestnancov bola primeraná súčasnej situácii na trhu práce. Zamestnanci splnili úlohy vyplývajúce z pracovných náplní a podľa pokynov riadiacich pracovníkov. Z úsporných dôvodov nebolo organizované žiadne vzdelávanie zamestnancov externou organizáciou. Pracovníci ekonomického oddelenia sa zúčastnili jednodňových školení, obchodný tím bol

preškolený manažérmi a vo výrobnjej prevádzke boli školenia zamerané na splnenie kritérií certifikačných orgánov.

Úspešne sme zvládli všetky kontroly štátnych orgánov a nevyskytli sa žiadne závažné problémy v žiadnej oblasti.

Fyzickú distribúciu tovaru sme počas celého roka prevádzali prostredníctvom logistického partnera.

Spoločnosť sa počas roka prispôbovala vzniknutej situácii a aktualizovala svoje ciele a stratégiu. Trvale vysokým úsilím spoločníkov, zamestnancov ako aj dodávateľov splnila hlavné plánované úlohy.

V Bratislave, 29.5.2017

Spracoval: Juraj Janech

Stratégia BONAVITA SERVIS spol. s r.o. v roku 2017

Dôsledne budeme naplňovať misiu, poslanie našej spoločnosti:

Dobry život pre našich konečných zákazníkov – budú mať kvalitné výrobky, budú zdravší a šťastnejší a budú mať dobrý život,

Dobry život pre našich obchodných partnerov – budeme im dodávať dobre predajné výrobky o ktoré bude na trhu záujem s dobrým servisom a predajom s ktorými urobia dobrý obchod,

Dobry život pre našich zamestnancov – naplnením nášho poslania si vytvoríme predpoklady na zlepšenie pracovných podmienok a zvýšenie plátov zamestnancov.

V roku 2017 stratégiou našej spoločnosti bude zabezpečenie rastu tržieb, trhového podielu a prispôsobovanie sa novým podmienkam vyplývajúcich z rýchlo meniaceho vonkajšieho obchodného prostredia a intenzívne prebiehajúcim aktuálnym zmenám. Počas celého roka budeme všetkým dodávateľom a záujemcom poskytovať kvalitný obchodný servis prípadne spoluprácu rozšírime aj v ostatných oblastiach napr. logistika, spracovávanie obchodnej agendy, prenájom kancelárii atď. Spoločnosť bude hľadať obchodné príležitosti mimo územia Slovenska po dohode s materskou spoločnosťou.

Na výstavách v zahraničí, návštevou zahraničných obchodov, na internete, v ponuke našich konkurentov budeme sledovať a analyzovať vývoj v našich kategóriách výrobkov s cieľom nájsť inšpiráciu pre rozširovanie sortimentu.

Najdôležitejšou úlohou je naďalej zvyšovať výrobu a optimalizovať sortiment v našej pekárni. Cieľom pre rok 2017 je znovu zvýšenie predaja na Slovensku o 50%. Úlohou nášho exportného oddelenia materskej spoločnosti je získanie nových odberateľov zahraničí.

Našou stratégiou bude predávať za rentabilné ceny. Dôraz budem klásť na ďalšiu optimalizáciu sortimentu u zahraničných a domácich sietí s prihliadnutím na životný cyklus výrobkov a využitie potenciálu týchto zákazníkov.

Počet letákových akcií v roku 2017 oproti roku 2016 plánujeme u vybraných odberateľov zvýšiť a u niektorých ponechať na úrovni roku 2016. Nerentabilné letákové akcie budeme minimalizovať.

V roku 2017 budeme ďalej pokračovať na zjednocovaní sortimentu medzi SR a ČR. Všetky výrobky budú mať viacjazyčné texty, minimálne dvojjazyčné. Dôraz budeme klásť aj na rovnakú cenovú stratégiu. Naším cieľom je riadiť v rámci našich možností optimálne pultové ceny na celom trhu Zároveň vytvoríme priestor na výrobky, ktoré budeme predávať iba na slovenskom trhu.

V personálnej oblasti plánujeme primerane stabilizovať obchodný tím pre zabezpečenie poskytovania kvalitného obchodného servisu. Vzdelávanie obchodných zástupcov budeme vykonávať vlastnými silami počas spolujázd, mesačných porád a školení. Vo výrobnjej prevádzke plánujeme dobudovať druhú zmenu a vytvoriť tak predpoklady pre zvýšenie výroby. Dôraz budeme klásť na zastupiteľnosť kľúčových pracovníkov.

Nevyhnutnou podmienkou splnenia našich cieľov je zabezpečenie financií. Prevádzkové financovanie je kryté kontokorentným úverom zo Slovenskej sporiteľne. Dôsledne budeme sledovať vývoj na finančných trhoch s cieľom predísť negatívnym dopadom na našu spoločnosť a prípadnej druhotnej platobnej neschopnosti našich odberateľov.

Plnenie finančných záväzkov voči dodávateľom považujeme aj v roku 2017 za kľúč k stabilným dodávkam výrobkov a rozširovaniu spolupráce.

Veľmi intenzívne budeme spolupracovať na príprave nových obalov alebo redizajne zavedených výrobkov.

V roku 2017 hlavné úsilie zameriame na zvýšenie tržieb so všetkými rozhodujúcimi odberateľmi tradičného trhu – COOP, CBA, FRESH, TERNO a MILK AGRO. U všetkých obchodných partnerov budeme dbať na finančnú spôsobilosť a v prípade rizika spoluprácu včas ukončíme. Zvýšime úsilie v systematickom sledovaní stavu pohľadávok u našich odberateľov ako aj zbere informácií o našich starých aj nových odberateľov s cieľom predísť negatívnym dopadom na našu spoločnosť.

V roku 2017 rozšírime počet vlastných značiek o nový sortimentu a o firmy aj z iných krajín. Hlavným cieľom bude nájsť nových dodávateľov atraktívneho sortimentu a skúšať aj exportovať náš tovar a vlastné výrobky.

Dôsledne budeme analyzovať aktuálny vývoj na trhu s cieľom využiť všetky príležitosti pre rast spoločnosti.

Bud' Active:)

V Bratislave 31.12.2016

Spracoval: Juraj Janech

Základná ekonomická analýza spoločnosti

Analýza majetkovej situácie spoločnosti

Majetok v EUR	2013	2014	2015	2016	2016-2015	% 2016/2015
Neobežný majetok	586 869	1 040 285	1 006 524	906 562	-99 962	90,1%
Obežný majetok	778 173	708 615	806 716	891 760	85 044	110,5%
Z toho: zásoby	237 250	236 064	303 785	322 915	19 130	106,3%
pohľadávky	528 749	463 739	494 237	561 514	67 277	113,6%
finančné účty	12 174	8 812	8 694	7 331	-1 363	84,3%
Časové rozlíšenie	4 389	6 359	4 932	3 676	-1 256	74,5%
Spolu majetok	1 369 431	1 755 259	1 818 172	1 801 998	-16 174	99,1%

Neobežný majetok

Neobežný majetok v hodnote 906 562 € tvoria pozemky v hodnote 5 897 €, nehnuteľnosti v hodnote 304 698 € , výrobná technológia 565 855 €, súbor dopravných prostriedkov a kancelárskej techniky 18 568 €, ochranné známky a programové vybavenie vo výške 1 254€ € Zvyšok neobežného majetku predstavuje dlhodobý finančný majetok 10 290 € .

Obežný majetok

Obežný majetok v sledovanom roku vzrástol o 85 044 €. Na jeho zvýšení mali vplyv zásoby, ktoré vzrástli o 19 130 €. Ide najmä o nárast v surovín a obalov na výrobu. Pohľadávky vzrástli o 67 277 €, finančný majetok zostal na úrovni predchádzajúceho roka. Doba obratu zásob vzrástla z 31,0 dni na 31,5 dňa. Vzrástla doba inkasa pohľadávok o 4 dni . Doba úhrady záväzkov sa znížila o 2dni

Ukazovateľ - rok	2013	2014	2015	2016	2016-2015	% 2016/2015
Tržby za tovar, výrobky a služby	3 779 330	3 616 497	3 539 820	3 697 815	157 995	104,5%
Zásoby	237 250	236 064	303 785	322 915	19 130	106,3%
Pohľadávky z obchodného styku	520 497	437 521	493 995	561 447	67 452	113,7%
Závazky z obchodného styku	877 145	811 448	846 965	865 752	18 787	102,2%
Doba obratu zásob	22,60	23,50	30,89	31,44	1	101,8%
Doba inkasa pohľ. z obchodného styku	49,58	43,55	50,24	54,66	4	108,8%
Doba splácania záväzkov z obch. styku	83,55	80,77	86,14	84,29	-2	97,9%
Bilancia inkasa pohľ. a splácania záväzkov z obchodného styku	33,97	37,22	35,90	29,63	-6	82,5%
Obchodná marža z tovaru	876 107	902 041	740 592	694 213	-46 379	93,7%

Prehľad o zdrojoch krytia majetku

Zdroje krytia v tis. EUR	2013	2014	2015	2016	2016-2015	% 2016/2015
Základné imanie	10 000	10 000	10 000	10 000	0	100,0%
Zákonný rezervný fond	6 169	6 169	6 169	6 169	0	100,0%
Hosp. výsledok min. rokov	98 499	185 850	66 079	13 408	-52 671	20,3%
Hosp. výsledok za účt. obdobie	87 350	-119 836	-52 671	65 210	117 881	123,8%
Vlastné imanie	202 018	82 183	29 577	94 787	65 210	320,5%
Rezervy	9 566	3 285	0	0	0	0,0%
Závazky	945 998	1 001 068	1 081 852	1 050 133	-31 719	97,1%
Bankové úvery a výpomoci	211 849	668 723	706 743	657 078	-49 665	93,0%
Závazky spolu	1 167 413	1 673 076	1 788 595	1 707 211	-81 384	95,4%
Časové rozlíšenie	0	0	0	0	0	0,0%
Spolu pasíva	1 369 431	1 755 259	1 818 172	1 801 998	-16 174	99,11%

Vlastné imanie

Výška vlastného imania je 94 787 €. Tvorí ho základné imanie 10 000 €, rezervný fond vo výške 6 169 €, zisk minulých rokov 13 408 € a zisk bežného obdobia 65 210 €.

Závazky

Majetok spoločnosti je krytý prevažne cudzími zdrojmi. Značné zastúpenie majú krátkodobé záväzky z obchodného styku vo výške 865 752 €. Záväzky z obchodného styku prevyšujú pohľadávky z obchodného styku o 304 605 €, rozdiel je financovaný prevádzkovým úverom, ktorého zostatok k 31.12.2015 bol 330 725 €. Zvyšok bankových úverov tvorí splátkový úver vo výške 326 353 € použitý na výrobnú technológiu.

Vývoj tržieb a nákladov

Ukazovateľ v tis. EUR	2013	2014	2015	2016	2016-2015	%16/15
Tržby z predaja tovaru	3 536 954	3 458 484	2 919 688	2 817 777	-101 911	96,5%
Tržby z predaja vlastných výrobkov		54 121	486 722	683 064	196 342	140,3%
Tržby z predaja služieb	242 376	103 892	133 410	196 974	63 564	147,6%
Zmeny stavu vnútrohod. Zásob		21 799	32 819	-4 527	-37 346	-13,8%
Tržby z predaja dlh. majetku a materiálu	2 283	2 200	9 240	0	-9 240	0,0%
Ostatné výnosy z hosp. činnosti	8 422	3 985	12 509	10 319	-2 190	82,5%
Tržby z hosp. činnosti	3 790 035	3 644 481	3 594 388	3 703 607	109 219	103,0%
Náklady na tovar	2 660 847	2 556 443	2 179 096	2 123 564	-55 532	97,5%
Spotreba materiálu a energie	78 446	201 375	327 452	402 398	74 946	122,9%
Služby	495 912	536 331	517 878	514 430	-3 448	99,3%
Osobné náklady	337 808	364 611	422 418	438 568	16 150	103,8%
Odpisy dlhodobého majetku	49 263	55 806	117 536	117 589	53	100,0%
Ostatné náklady hosp. činnosti	7 473	5 792	12 374	13 960	1 586	112,8%
Náklady hosp. činnosti	3 629 749	3 720 358	3 576 754	3 610 509	33 755	100,9%
Výsledok hosp. z hosp. činnosti	160 286	-75 877	17 634	93 098	75 464	527,9%
Hosp. výsledok finančných operácií	-40 391	-39 681	-49 558	-35 579	13 979	71,8%
Mimoriadny hosp. výsledok	0	0	0	0	0	0,0%
Daň z príjmu splatná	32 545	2 880	2 880	2 880	0	100,0%
Daň z príjmu odložená		1 398	17 867	-10 571	-28 438	
Daň z príjmu	32 545	4 278	20 747	-7 691	-28 438	
Celkový hospodársky výsledok	87 350	-119 836	-52 671	65 210	117 881	223,8%

Pri analýze vývoja hospodárskeho výsledku vidieť v porovnaní s predchádzajúcim rokom nárast tržieb z hospodárskej činnosti o 109 219 €.. Z toho tržby z predaja tovaru klesli o 101 911 € . Tržby za služby vzrástli o 63 564 €. Vzrástli tržby z predaja vlastných výrobkov o 196 342 €. V nákladových položkách bola vykázaná úspora v nákladoch na predaný tovar 55 532 €. V dôsledku výrobnnej prevádzky vzrástli náklady na spotrebu materiálu 74 946 €. Dosiahnutý hospodársky výsledok po zdanení predstavuje zisk vo výške 65 210 €.

V Bratislave 2.5.2017

Spracoval: Ing. Emília Kuzmová