
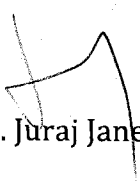


BONAVITA SERVIS spol. s r. o., Šustekova 18, 851 04 Bratislava

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

**Výročná správa za
rok 2014**

BONAVITA SERVIS spol. s r. o.


Spracoval: Ing. Jüraj Janech, Ing. Emília Kuzmová

Spracované dňa: 1.5.2015

OBSAH:

1. Základné údaje spoločnosti
2. Správa BONAVIDA SERVIS spol. s r. o. o vývoji v roku 2014
3. Stratégia BONAVIDA SERVIS spol. s r. o. v roku 2015
4. Základná ekonomická analýza spoločnosti
5. Doklady účtovnej závierky za rok 2014
 - Účtovná závierka
 - Poznámky k účtovnej závierke
6. Informácia o audite výročnej správy za rok 2014

Základné údaje spoločnosti

Základné údaje spoločnosti

Názov a sídlo: BONAVITA 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 výrobkov
- Prenájom nehnuteľností spojený s poskytovaním iných než základných služieb spojených s prenájmom
- Kúpa tovaru za účelom jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod)
- Prenájom hnutel'nych 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 2014

V roku 2014 spoločnosť prispôbovala svoj obchodný model s cieľom prehĺbiť a zlepšiť spoluprácu so spoľahlivými dodávateľmi a aktívne vyhľadávala nových dodávateľov a odberateľov. Vývoj na trhu bol poznamenaný zmenami vlastníkov niektorých našich odberateľov a problémami s tým spojenými. Ceny komodít boli stabilné a až na konci roka našu cenotvorbu začal nepriaznivo ovplyvňovať kurz USD. 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.

Splnili sme náš hlavný cieľ roku 2014 – vybudovať a spustiť výrobnú prevádzku na Slovensku. Po výbere vhodnej lokality sme odkúpili výrobné haly a od februára zahájili montáž. Od júla sme postupne výrobnú linku skúšali a doplňovali. Od decembra po schválení prevádzky sme zahájili skúšobnú výrobu a od januára 2015 sme úspešne prešli do štandardnej výroby. Kvalita výrobkov z novej továrne dosahuje slušný európsky štandard a dáva nám predpoklad na úspešnú realizáciu hlavne exportných aktivít.

Zmeny na dynamicky sa meniacom trhu ďalej ovplyvňovali aj vývoj u 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. Trend v roku 2014 zostal nezmenený. Zvyšuje sa celkový podiel nadnárodných spoločností hlavne pre masívne výdaje na marketing a televíznu reklamu (TESCO, BILLA, METRO, KAUFAND a LIDL), klesajú podiely národných aliancií (hlavne CBA, rastie FRESH a COOP) a tiež niektorých nadnárodných spoločností (CARREFOUR). 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 s výnimkou spoločnosti HYPERNOVA.**

Najkomplikovanejšie rokovania sme mali so spoločnosťou DILIGENTIA. Rokovania trvali viac ako 3 mesiace a predĺženie spolupráce sa nám pre nereálne požiadavky nepodarilo predĺžiť. Významnú úlohu zohral aj fakt, že platobná disciplína spoločnosti bola veľmi zlá a niekoľkokrát sme museli

dodávky tovaru prerušiť. Za takéhoto režimu samozrejme dochádza k poklesu vzájomného obratu a nie je možné zlepšovať pozície našich výrobkov na predajniach pre neustále výpadky sortimentu. Celú situáciu zhoršil fakt, že spoločnosť zo skupiny DILIGENTIA prevzala spoločnosť HYPERNOVA a tak sme ukončením spolupráce prišli o ďalšieho odberateľa na Slovensku. Tento fakt nás nesmierne mrzel ale vieme, že sme urobili maximum pre rozumnú dohodu. Žiaľ, postoj na strane odberateľa neumožnil dohodu.

Počas roka sme priebežne sledovali vývoj tržieb a mimoriadnych dodatočných požiadaviek odberateľov. Naďalej 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 – niektorí členovia CBA, niektoré Jednoty a k tomu nečitateľný Carrefour. Analyzovať takúto situáciu 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 zabezpečovali aby všetky pohľadávky po ukončení spolupráce boli uhradené. Tento cieľ sa nám podarilo naplniť. Počas roka sme aktívne vyhľadávali nových potenciálnych odberateľov 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 spôsobil 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 nemenili 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. Počas 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, KRAFT a EMCO ďalej používali na Slovensku aj najúčinnejšiu marketingovú podporu – televíznu reklamu. Významnou zmenu bola výmena distributéra cestovín Panzani a po tejto zmene sme reklamné aktivity Emca už nezaznamenali. Z dôvodu nerentabilnosti sme televíznu reklamu na Slovensku nerobili. Naša billboardová 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. 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. Namiesto nerentabilných letákových akcií sme organizovali výhodnejšie DNC.

Významné miesto v našich marketingových aktivitách zaujímali ochutnávky a sampliny. 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 sampliny úspešnejšie ako ochutnávky. Naďalej sme vyhľadávali nové netradičné kanály na propagáciu našich kvalitných výrobkov. S viacerými partnermi sme na konci roka začali rokovania a s predpokladanou realizáciou v roku 2015.

Sortiment **vlastných značiek** u našich najvýznamnejších odberateľov sa nám podarilo rozšíriť (COOP) a zároveň bol ukončený predaj málo predajných výrobkov (COOP). Máme však predrokované zaradenie výrobkov slovenskej produkcie po spustení našej výroby. 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 výstavby našej výrobnjej prevádzky sme zaznamenali pokles aktivít u takmer všetkých našich dodávateľov. Bolo významne cítiť chýbajúcu aktivitu z našej strany z dôvodu časovej zaneprázdnenosti výstavbou a to sa významne prejavili na vzájomnom obraťe. Darilo sa nám v distribúcii sušeného ananásu, ktorého sme výhradným distributérom v Európe. Našu ponuku sme počas roka optimalizovali. Priebežne sme ukončovali distribúciu málo predajných výrobkov a plynule ich vymieňali alebo listovali za novinky. 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 tohto dôvodu sme zahájili prípravu na rozšírenie sortimentu v nasledujúcom roku o výrobky s potenciálom zvýšiť naše internetové tržby. Veľký dôraz sme kládli na aktuálnosť stránky ako spoľahlivého zdroja informácii 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. Optimalizovanie sortimentu prebiehalo hlavne 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 v služobnom byte.

V personálnej oblasti bol rok 2014 veľmi náročný. Postupne sme budovali výrobný kolektív a doplnili sme kancelárskych pracovníkov na zabezpečenie nárastu agendy spojenej s výrobnou prevádzkou. 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 veľmi malá. 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 a obchodný tím bol preškolený manažérmi.

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 plánované úlohy.

V Bratislave, 1.5.2015

Spracoval: Juraj Janech

**Stratégia BONAVITA SERVIS spol. s r.o.
v roku 2015**

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.

Dobry život pre našich majiteľov – dosiahnutím stanovených cieľov vytvoríme predpoklady na primeranú návratnosť vložených investícií.

V roku 2015 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 v Eurozóne (Grécko, Ukrajina, Krym...). 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 kancelárií 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 zvyšovať výrobu a sortiment v našej pekárskej výrobe. Cieľom pre rok 2015 je zvýšenie predaja na Slovensku o 100%. Úlohou nášho exportného oddelenia materskej spoločnosti je získanie nových odberateľov zahraničí.

Pri distribúcii sušeného ananásu máme cieľ rozšíriť predaj do dvoch nových krajín v blízkom okolí s cieľom využiť exkluzivitu pre celú Európu.

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 2015 oproti roku 2014 plánujeme u vybraných odberateľov zvýšiť a u niektorých ponechať na úrovni roku 2014. Nerentabilné letákové akcie budeme minimalizovať.

V roku 2015 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.

Nevyhnutnou podmienkou splnenia našich cieľov je zabezpečenie financií. Prevádzkové financovanie je kryté kontokorentným úverom z Tatrabanky. 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 2015 za kľúč k stabilným dodávkam výrobkov a rozširovaniu spolupráce.

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

V roku 2015 hlavné úsilie zameriame na zvýšenie tržieb so všetkými rozhodujúcimi odberateľmi tradičného trhu – COOP, CBA, FRESH 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 2015 rozšírime počet vlastných značiek o nový sortiment a o nových dodávateľov vlastných značiek 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 je náš nový pozdrav pre rok 2015 a aj týmto spôsobom sa budeme vzájomne povzbudzovať k lepším výkonom.

V Bratislave 31.12.2014

Spracoval: Juraj Janech

Základná ekonomická analýza spoločnosti

Analýza majetkovej situácie spoločnosti

Majetok v EUR	2011	2012	2013	2014	2014-2013	% 2014/2013
Neobežný majetok	455 637	409 860	586 869	1 040 285	453 416	177,3%
Obežný majetok	906 534	904 369	778 173	708 615	-69 558	91,1%
Z toho: zásoby	228 401	218 832	237 250	236 064	-1 186	99,5%
pohľadávky	634 355	679 916	528 749	463 739	-65 010	87,7%
finančné účty	43 778	5 621	12 174	8 812	-3 362	72,4%
Časové rozlíšenie	5 157	5 263	4 389	6 359	1 970	144,9%
Spolu majetok	1 367 328	1 319 492	1 369 431	1 755 259	385 828	128,2%

Neobežný majetok

Neobežný majetok v hodnote 1 040 285 € tvoria pozemky 5 897 €, nehnuteľnosti 322 778 €, výrobná technológia 625 994 € a súbor dopravných prostriedkov, kancelárskej techniky, ochranných známk, programového vybavenia, ktoré predstavujú čiastku 33660 €. Zvyšok neobežného majetku predstavuje dlhodobý finančný majetok 10 290 € a obstaranie technológie pre výrobu 41 666 €.

Obežný majetok

Obežný majetok sa v sledovanom roku znížil o 69 558 €. Na zníženie mali najväčší vplyv pohľadávky, ktorých objem klesol o 65 010 €, zásoby klesli o 1 186 € a finančný majetok o 3 362 €. Doba obratu zásob sa nezmenila, zostala na úrovni 24 dní. Doba inkasa pohľadávok sa zrýchlila z 52 na 44 dni. Doba splácania záväzkov klesla o 5 dní, z 89 na 84 dni.

Ukazovateľ -rok	2011	2012	2013	2014	2014-2013	% 2014/2013
Tržby za tovar	3 555 621	3 603 162	3 536 954	3 458 484	-78 470	97,8%
Zásoby	228 401	218 832	237 250	236 064	-1 186	99,5%
Pohľadávky z obchodného styku	626 496	679 912	520 497	437 521	-82 976	84,1%
Záväzky z obchodného styku	794 373	724 019	877 145	811 448	-65 697	92,5%
Doba obratu zásob	23,13	21,86	24,15	24,57	0	101,8%
Doba inkasa pohľ. z obchodného styku	63,43	67,93	52,98	45,54	-7	86,0%
Doba splácania záväzkov z obch. styku	80,43	72,34	89,28	84,47	-5	94,6%
Bilancia inkasa pohľ. a splácania záväzkov z obchodného styku	17,00	4,41	36,30	38,92	3	107,2%
Obchodná marža z tovaru	966 250	904 779	876 107	902 041	25 934	103,0%

Prehľad o zdrojoch krytia majetku

Zdroje krytia v tis. EUR	2011	2012	2013	2014	2014-2013	% 2014/2013
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	54 847	58 806	98 499	185 850	87 351	188,7%
Hosp. výsledok za účt. obdobie	89 959	127 693	87 350	-119 836	-207 186	-137,2%
Vlastné imanie	160 975	202 668	202 018	82 183	-119 835	40,7%
Rezervy	16 029	33 309	9 566	3 285	-6 281	34,3%
Záväzky	860 959	824 049	945 998	1 001 068	55 070	105,8%
Bankové úvery a výpomoci	329 365	259 466	211 849	668 723	456 874	315,7%
Záväzky spolu	1 206 353	1 116 824	1 167 413	1 673 076	505 663	143,3%
Časové rozlíšenie	0	0	0	0	0	0,0%
Spolu pasíva	1 367 328	1 319 492	1 369 431	1 755 259	385 828	128,17%

Vlastné imanie

Výška vlastného imania je 82 183 €. Tvoria ho základné imanie 10 000 €, rezervný fond 6 169 €, zisk minulých rokov 185 850 € a strata bežného obdobia - 119 835 €.

Závazky

Majetok spoločnosti je krytý prevažne cudzími zdrojmi. Značné zastúpenie majú krátkodobé záväzky z obchodného styku vo výške 811 448 €. Záväzky z obchodného styku prevyšujú pohľadávky z obchodného styku o 372 927 €, rozdiel je financovaný prevádzkovým úverom, ktorého zostatok k 31.12.2014 bol 204 176 €. Zvyšok bankových úverov tvorí investičný splátkový úver vo výške 34 954 € použitý na obstaranie nehnuteľného majetku a splátkový úver na výrobnú technológiu vo výške 428 925 €.

Vývoj tržieb a nákladov

Ukazovateľ v tis. EUR	2011	2012	2013	2014	2014-2013	%14/13
Tržby z predaja tovaru	3 555 621	3 603 162	3 536 954	3 458 484	-78 470	97,8%
Tržby z predaja vlastných výrobkov				54 121	54 121	
Tržby z predaja služieb	305 168	371 787	242 376	103 892	-138 484	42,9%
Zmeny stavu vnútrohod. Zásob				21 799	21 799	
Tržby z predaja dlh. majetku a materiálu	15 683	4 900	2 283	2 200	-83	96,4%
Ostatné výnosy z hosp. činnosti	970	15 789	8 422	3 985	-4 437	47,3%
Tržby z hosp. činnosti	3 877 442	3 995 638	3 790 035	3 644 481	-145 554	96,2%
Náklady na tovar	2 589 371	2 698 383	2 660 847	2 556 443	-104 404	96,1%
Spotreba materiálu a energie	78 968	97 013	78 446	201 375	122 929	256,7%
Služby	638 694	558 242	495 912	536 331	40 419	108,2%
Osobné náklady	354 903	372 451	337 808	364 611	26 803	107,9%
Odpisy dlhodobého majetku	41 685	55 686	49 263	55 806	6 543	113,3%
Ostatné náklady hosp. činnosti	12 879	4 572	7 473	5 792	-1 681	77,5%
Náklady hosp. činnosti	3 716 500	3 786 347	3 629 749	3 720 358	90 609	102,5%
Výsledok hosp. z hosp. činnosti	160 942	209 291	160 286	-75 877	-236 163	-47,3%
Hosp. výsledok finančných operácií	-44 035	-45 191	-40 391	-39 681	710	98,2%
Mimoriadny hosp. výsledok	70	0	0	0	0	
Daň z príjmu splatná	27 018	36 407	32 545	2 880	-29 665	8,8%
Daň z príjmu odložená				1 398	1 398	
Daň z príjmu	27 018	36 407	32 545	4 278	-28 267	13,1%
Celkový hospodársky výsledok	89 959	127 693	87 350	-119 836	-207 186	-137,2%

Pri analýze vývoja hospodárskeho výsledku vidieť celkový pokles tržieb z hospodárskej činnosti V porovnaní s predchádzajúcim rokom. Z toho tržby za tovar klesli o 78 470 € a tržby za služby o 138 484 €. Pribudli tržby z predaja vlastných výrobkov 54 121 € a vyrobené vlastné výrobky 21 799 €. V nákladových položkách bola vykázaná úspora v nákladoch na predaný tovar. V dôsledku uvedenia výrobných prevádzok do prevádzky vzrástli náklady na spotrebu materiálu, náklady na služby a osobné náklady. Dosiahnutý hospodársky výsledok po zdanení predstavuje stratu vo výške - 119 836 €.

V Bratislave 1.5.2015

Spracoval: Ing. Emília Kuzmová