

**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 2017**

**BONAVITA SERVIS spol. s r. o.**

Spracoval: Ing. Juraj Janech, Ing. Emília Kuzmová

Spracované dňa: 9. 4. 2018

## **OBSAH:**

- 1. Základné údaje spoločnosti**
- 2. Správa BONAVIDA SERVIS spol. s r. o. o vývoji v roku 2017**
- 3. Stratégia BONAVIDA SERVIS spol. s r. o. v roku 2018**
- 4. Základná ekonomická analýza spoločnosti**
- 5. Doklady účtovnej závierky za rok 2017**
- 6. Informácia o audite výročnej správy za rok 2017**

## 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 prenájomom
- Kúpa tovaru za účelom jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod)
- Prenájom hnutelných 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 BONAVIDA SERVIS spol. s r.o. o vývoji v roku 2017**

V roku 2017 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 nových potenciálnych partnerov s cieľom zahájenia vzájomnej spolupráce s dôrazom na zabezpečenie pohľadávok. Vývoj trhu bol naďalej poznamenaný novými fúziami zrealizovanými resp. pripravovanými a problémami s tým spojenými. Vývoj v Európe naďalej ovplyvňoval vývoj na Ukrajine a predĺženie sankcií voči Rusku. Vyskytli sa ďalší ruskí potenciálni partneri ale spoluprácu sme nezačali. Ceny komodít, surovín a obalov začali stúpať a vytvoril sa tlak na zvýšenie našich 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 v plnej miere naplniť všetky stanovené ciele.

Úspešne sme ďalej pokračovali v rozširovaní výroby v našom závode na Slovensku a splnili náš hlavný cieľ roku 2017. Podarilo sa nám spustiť výrobu novej výrobkovej rady CROSTINI a zahájiť jej zavádzanie na trhy, na ktorých pôsobíme s väčšími či menšími úspechmi. Kategória slaných snackov je vysoko konkurenčná a to hlavným spôsobom ovplyvnilo nesplnenie nášho cieľa v tejto oblasti. Kontinuálne sme pracovali na zvyšovaní kvality výrobkov, priebežné zlepšovanie receptúr zo slovenskej továrne a výrobky plne spĺňajú európske kvalitatívne štandardy. Začiatkom roka sme obhájili 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 kategóriách výrobkov sme použili dáta renomovanej

prieskumnej spoločnosti. V niektorých kategóriách výrobkov sa nám podarili naše ciele naplniť ale v niektorých sme nespĺnili plánované ciele. Neustále sa prehĺbuje trend zvyšovania podielu nadnárodných spoločností hlavne pre masívne výdaje na marketing, televíznu reklamu ako aj aktívnu prácu so sortimentom (LIDL, KAUF LAND, menej TESCO, BILLA, METRO), klesajú podiely národných aliancií (hlavne CBA, FRESH a COOP) najmä z dôvodu nezájmu o novinky, neustálymi zmenami pravidiel pri organizovaní letákových akcií a nedostatku chuti rozširovať vzájomný biznis. Aj kvôli tomu neustále klesá podiel slovenských výrobkov v obchodoch. Tak ako každý rok u viacerých aktuálnych obchodných partnerov pretrvávajú neoverené informácie o plánovaných akvizíciách, niektoré avizované akvizície boli zrealizované (CBA Slovakia) a u viacerých obchodných partnerov dochádza k významným personálnym zmenám. **Požiadavky odberateľov na vylepšovanie kondícií vzhľadom na ich hraničnú úroveň boli akceptovateľné a podarilo sa so všetkými dohodnúť pokračovanie spolupráce iba s drobnými úpravami, resp. u významného partnera nastaviť nové podmienky tak, aby sme v roku 2018 mohli vzájomný obchod významne zvýšiť.**

Vývoj u spoločnosti CARREFOUR dospel k záveru spolupráce. S nástupníckou spoločnosťou sme sa nedohodli na pokračovaní. Nevideli sme v ich biznis pláne reálnu šancu na úspech, čo sa nám aj počas roka potvrdilo a prevádzky prevzali iné obchodné spoločnosti.

Úspešne sme obnovili a výrazne rozšírili spoluprácu s našim bývalým odberateľom spoločnosťou TERNO a pokúšali sme sa o obnovenie spolupráce s DM, čo sa nám zatiaľ nepodarilo.

Počas roka sme priebežne sledovali vývoj tržieb a mimoriadnych dodatočných požiadaviek odberateľov. Naďalej sme pokračovali v osvedčenej

stratégií – 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 roka došlo k prevzatiu najväčšieho člena CBA Lučenec poľským fondom, čo bude mať významný dopad na našu spoluprácu. Neoficiálne sa hovorí o ďalších zmenách niektorých členov CBA a dokonca COOP. Žiaľ, niektoré menej úspešné COOP Jednoty majú problém 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.

Na konci roka sme pripravili nový cenník našich výrobkov u tých položiek, u ktorých došlo už k neúmernému rastu nákladov a iná možnosť ako zachovať zmysluplné obchodovanie bolo zvýšenie cien. 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 NOMINA, 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 samplingy. 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 samplingy 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 2017 bol zjavný fakt, že pokiaľ sme do našej vzájomnej spolupráce nevložili 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. Ukončili sme dovoz sušeného ananásu a ostatného ovocia a venujeme sa našim hlavným kategóriám. Rozbehli sme spoluprácu s novými dodávateľmi a zavádzanie novinek bolo veľmi úspešné. Sortiment od týchto dodávateľov chceme rozširovať. Našu ponuku priebežne optimalizujeme. Priebežne sme ukončovali distribúciu málo predajných výrobkov a plynule ich vymieňali alebo listovali za novinky. Prísun novinek od našich nových dodávateľov považujeme tento rok

za dostačujúcu pre rozvoj obchodu a zvyšovaniu tržieb. Ďalej sme pokračovali vo vyhľadávaní nových dodávateľov. Veľkú pozornosť počas celého roka sme venovali optimalizácii logistických balení u viacerých výrobkov s cieľom dosiahnuť ich lepšiu 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** v tomto roku rástol. Zásľuhu na tom mala hlavne čerstvá zásielka sušeného ovocia ale aj nový formát e-shopu a atraktívnejšia ponuka. 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. Spustili sme viacero minisites ako formu propagácie a reklamy 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 roka 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 2017 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 účtárne 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, 9.4.2018

Spracoval: Juraj Janech

## **Stratégia BONAVITA SERVIS spol. s r.o. v roku 2018**

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 2018 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 2018 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 2018 oproti roku 2017 plánujeme u vybraných odberateľov zvýšiť a u niektorých ponechať na úrovni roku 2017. Nerentabilné letákové akcie budeme minimalizovať.

V roku 2018 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 2018 za kľúč k stabilným dodávkam výrobkov a rozširovaniu spolupráce.

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

V roku 2018 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 2018 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 30.12.2017

Spracoval: Juraj Janech

## Základná ekonomická analýza spoločnosti

### Analýza majetkovej situácie spoločnosti

Majetok v EUR	2014	2015	2016	2017	2017-2016	% 2017/2016
Neobežný majetok	1 040 285	1 006 524	906 562	1 329 405	422 843	146,6%
Obežný majetok	708 615	806 716	891 760	895 054	3 294	100,4%
Z toho: zásoby	236 064	303 785	322 915	298 321	-24 594	92,4%
pohľadávky	463 739	494 237	561 514	586 610	25 096	104,5%
finančné účty	8 812	8 694	7 331	10 123	2 792	138,1%
Časové rozlíšenie	6 359	4 932	3 676	2 723	-953	74,1%
<b>Spolu majetok</b>	<b>1 755 259</b>	<b>1 818 172</b>	<b>1 801 998</b>	<b>2 227 182</b>	<b>425 184</b>	<b>123,6%</b>

#### **Neobežný majetok**

Neobežný majetok v hodnote 1 329 405 € tvoria pozemky v hodnote 58 563 €, nehnuteľnosti v hodnote 751 277 €, výrobná technológia 481 184 €, súbor dopravných prostriedkov 23 458 €, kancelárska technika 4 172 €, ochranné známky a programové vybavenie vo výške 461 €. Zvyšok neobežného majetku predstavuje dlhodobý finančný majetok 10 290 €.

#### **Obežný majetok**

Výška obežného majetku 895 054 €, v porovnaní s predošlým rokom vzrástla o 3 294 €. Na zvýšení mali vplyv pohľadávky, ktoré vzrástli o 25 096 € a finančný majetok o 2 792 €. Zásoby surovín obalov, tovaru a vlastných výrobkov klesli o 24 594 €. Pozitívne sa vyvíjal ukazovateľ doby obratu zásob – pokles o 4 dni, z 31,4 dni na 27,4 dňa. Klesla tiež doba inkasa pohľadávok z 54,7 na 53,8 dňa a doba úhrady záväzkov o 2 dni z 84,3 na 82,1 dňa.

Ukazovateľ -rok	2014	2015	2016	2017	2017-2016	% 2017/2016
Tržby za tovar, výrobky a služby	3 616 497	3 539 820	3 697 815	3 922 633	224 818	106,1%
Zásoby	236 064	303 785	322 915	298 321	-24 594	92,4%
Pohľadávky z obchodného styku	437 521	493 995	561 447	586 222	24 775	104,4%
Závazky z obchodného styku	811 448	846 965	865 752	894 698	28 946	103,3%
Doba obratu zásob	23,50	30,89	31,44	27,38	-4	87,1%
Doba inkasa pohľ. z obchodného styku	43,55	50,24	54,66	53,80	-1	98,4%
Doba splácania záväzkov z obch. styku	80,77	86,14	84,29	82,11	-2	97,4%
Bilancia inkasa pohľ. a splácania záväzkov z obchodného styku	37,22	35,90	29,63	28,31	-1	95,6%
Obchodná marža z tovaru	902 041	740 592	694 213	692 004	-2 209	99,7%

#### Prehľad o zdrojoch krytia majetku

Zdroje krytia v tis. EUR	2014	2015	2016	2017	2017-2016	% 2017/2016
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	185 850	66 079	13 408	78 618	65 210	586,4%
Hosp. výsledok za účt. obdobie	-119 836	-52 671	65 210	62 091	-3 119	95,2%
<b>Vlastné imanie</b>	<b>82 183</b>	<b>29 577</b>	<b>94 787</b>	<b>156 878</b>	<b>62 091</b>	<b>165,5%</b>
Rezervy	3 285	0	0	0	0	
Závazky	1 001 068	1 081 852	1 050 133	1 080 956	30 823	102,9%
Bankové úvery a výpomoci	668 723	706 743	657 078	989 348	332 270	150,6%
<b>Závazky spolu</b>	<b>1 673 076</b>	<b>1 788 595</b>	<b>1 707 211</b>	<b>2 070 304</b>	<b>363 093</b>	<b>121,3%</b>
Časové rozlíšenie	0	0	0	0	0	
<b>Spolu pasíva</b>	<b>1 755 259</b>	<b>1 818 172</b>	<b>1 801 998</b>	<b>2 227 182</b>	<b>425 184</b>	<b>123,60%</b>

#### **Vlastné imanie**

Výška vlastného imania je 156 878 €. Tvoria ho základné imanie 10 000 €, rezervný fond vo výške 6 169 €, zisk minulých rokov 78 618 € a zisk bežného obdobia 62 091 €.

## Závazky

Majetok spoločnosti je krytý prevažne cudzími zdrojmi. Značné zastúpenie majú krátkodobé záväzky z obchodného styku vo výške 894 698 €. Záväzky z obchodného styku prevyšujú pohľadávky z obchodného styku 586 222 € o 308 476 €. Rozdiel je financovaný prevádzkovým úverom, ktorého zostatok k 31.12.2017 bol 314 431 €. Zvyšok bankových úverov tvorí splátkový úver vo výške 674 967 € použitý na obstaranie výrobných technológií a výrobných hál.

### Vývoj tržieb a nákladov

Ukazovateľ v tis. EUR	2014	2015	2016	2017	2017-2016	%17/16
Tržby z predaja tovaru	3 458 484	2 919 688	2 817 777	2 908 455	90 678	103,2%
Tržby z predaja vlastných výrobkov	54 121	486 722	683 064	926 351	243 287	135,6%
Tržby z predaja služieb	103 892	133 410	196 974	87 827	-109 147	44,6%
Zmeny stavu vnútrohod. Zásob	21 799	32 819	-4 527	-4 322	205	95,5%
Tržby z predaja dlh. majetku a materiálu	2 200	9 240	0	4 933	4 933	
Ostatné výnosy z hosp. činnosti	3 985	12 509	10 319	2 304	-8 015	22,3%
<b>Tržby z hosp. činnosti</b>	<b>3 644 481</b>	<b>3 594 388</b>	<b>3 703 607</b>	<b>3 925 548</b>	<b>221 941</b>	<b>106,0%</b>
Náklady na tovar	2 556 443	2 179 096	2 123 564	2 216 451	92 887	104,4%
Spotreba materiálu a energie	201 375	327 452	402 398	462 554	60 156	114,9%
Služby	536 331	517 878	514 430	512 395	-2 035	99,6%
Osobné náklady	364 611	422 418	438 568	479 246	40 678	109,3%
Odpisy dlhodobého majetku	55 806	117 536	117 589	142 085	24 496	120,8%
Ostatné náklady hosp. činnosti	5 792	12 374	13 960	4 999	-8 961	35,8%
<b>Náklady hosp. činnosti</b>	<b>3 720 358</b>	<b>3 576 754</b>	<b>3 610 509</b>	<b>3 817 730</b>	<b>207 221</b>	<b>105,7%</b>
<b>Výsledok hosp. z hosp. činnosti</b>	<b>-75 877</b>	<b>17 634</b>	<b>93 098</b>	<b>107 818</b>	<b>14 720</b>	<b>115,8%</b>
<b>Hosp. výsledok finančných operácií</b>	<b>-39 681</b>	<b>-49 558</b>	<b>-35 579</b>	<b>-37 583</b>	<b>-2 004</b>	<b>105,6%</b>
<b>Mimoriadny hosp. výsledok</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Daň z príjmu splatná	2 880	2 880	2 880	2 880	0	100,0%
Daň z príjmu odložená	1 398	17 867	-10 571	5 264	15 835	205,9%
<b>Daň z príjmu</b>	<b>4 278</b>	<b>20 747</b>	<b>-7 691</b>	<b>8 144</b>	<b>15 835</b>	<b>205,9%</b>
<b>Celkový hospodársky výsledok</b>	<b>-119 836</b>	<b>-52 671</b>	<b>65 210</b>	<b>62 091</b>	<b>-3 119</b>	<b>95,2%</b>

V porovnaní s predchádzajúcim rokom vzrástli tržby z hospodárskej činnosti o 221 941 €. Z toho tržby z predaja tovaru vzrástli o 90 678 €, tržby z predaja vlastných výrobkov o 243 287 €. Znížili sa tržby za služby o 109 147 €. V nákladových položkách bol vykázaný nárast nákladov na predaný tovar v súvislosti s nárastom tržieb o 92 887 €, . V dôsledku zvýšenia výroby vzrástli náklady na spotrebu materiálu a energie o 60 156 € a osobné náklady 40 678 €. Dosiahnutý hospodársky výsledok po zdanení predstavuje zisk vo výške 62 091 €.

V Bratislave 9.4.2018

Spracoval: Ing. Emília Kuzmová