

VÝROČNÁ SPRÁVA

spoločnosti

GfK Slovakia, s.r.o.

ZA ÚČTOVNÉ OBDOBIE OD 1. 1. 2018 DO 31. 12. 2018

1. VŠEOBECNÉ INFORMÁCIE

Názov: GfK Slovakia, s.r.o. (ďalej len GfK Slovakia alebo Spoločnosť)
Sídlo: Karadžičova 16, Bratislava, 821 08
Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným
Obchodný register: Okresný súd Bratislava I, Vložka číslo 366/B
Dátum vzniku: 02. 01. 1991
Identifikačné číslo: 00 602 272
Predmet podnikania: Prieskum trhu, prieskum a štatistické vyhodnocovanie reklamy, poradenská a konzultačná činnosť v predmete podnikania, marketing a prieskum verejnej mienky, analýza spotrebiteľského správania v rôznych segmentoch, telefonický, online a osobný prieskum, mystery shopping, spracovanie a vyhodnocovanie získaných dát, analýza správania v segmente B2B

2. ORGÁNY A VEDENIE SPOLOČNOSTI

Štatutárni orgán/y

Jednatel': RNDr. Tomáš Drtina

Prokúra

Prokurista: Mgr. Miroslav Žák

Vedenie spoločnosti

Generálny riaditeľ: RNDr. Tomáš Drtina
Personálny riaditeľ: Jana Knebllová
Finančný riaditeľ: Kamil Pekárek
Výrobný riaditeľ: Miroslav Žák

3. OBCHODNÁ SPRÁVA

1. História Spoločnosti

GfK = Growth from Knowledge

Počiatky GfK siahajú až do tridsiatych rokov minulého storočia. V roku 1934 profesor Wilhelm Vershofen, vedený myšlienkou „Vypočúť hlas zákazníka“, v Norimbergu zakladá výskumný inštitút nazvaný „Gesellschaft für Konsumforschung (Združenie pre spotrebiteľský výskum)“ a tým pokladá základy inštitucionálneho výskumu trhu v Nemecku. O 26 rokov neskôr zahajuje GfK hlavnú vlnu medzinárodného rozširovania pod záštitou neziskovej organizácie GfK, GfK Verein. V roku 1984 našu obchodnú činnosť preberá GfK GmbH a v roku 1990 sa z nej stáva akciová spoločnosť.

V roku 1991 dochádza ku vzniku slovenskej pobočky v Bratislave pod názvom GfK – Slovakia, s.r.o.. O rok neskôr dochádza ku spusteniu spotrebiteľského panelu a začiatok kontinuálneho výskumu domácej spotreby tovaru s rýchlou obrátkou. V roku 1994 bol založený panel Retail and Technology, mapujúci všetky predaje technického (a neskôr aj ďalšieho trvanlivého) tovaru, v ktorom každý rok pribúdajú nové sledované kategórie produktov. GfK – Slovakia, s.r.o. sa v roku 1995 premenovalo na GfK Slovakia, Inštitút pre prieskum trhu s.r.o. a v tom istom roku je zahájený Media Projekt.

Vďaka akvizícii medzinárodnej spoločnosti NOP v roku 2005 sa GfK stala jednou z piatich najväčších a najúspešnejších organizácií špecializujúcich sa na výskum trhu na svete. V roku 2010 bol v GfK kvalitatívny výskum rozšírený o neuromarketing a profesionálne technológie obohatené o vzdialenú očné kameru. V roku 2010 prijíma GfK novú globálnu stratégiu s názvom „Own the Future“.

2. Aktuálny vývoj Spoločnosti

Koncom roku 2016 došlo k uzatvoreniu dohody medzi skupinou GfK a KKR, popredná globálna investičná spoločnosť. KKR sa tak stala významným akcionárom skupiny GfK s cieľom realizovať jej dlhodobú rozvojovú stratégiu. V druhej polovici roku 2017 bola následne zahájená implementácia novej stratégie ACCELERATE!, ktorej cieľom je transformovať skupinu GfK na pro-klientsky orientovanú, silne digitálnu a inovatívnu spoločnosť. Nový transformačný proces tiež zahŕňa vyššiu špecializáciu vo vybraných odvetviach, najmä v segmentoch Technology a Retail.

Všetky tieto zmeny na globálnej úrovni ovplyvnili niekoľko desiatok trhov, vrátane slovenskej pobočky GfK. V priebehu roku 2018 došlo k centralizácii niektorých činností, ktoré budú riadené z globálnych alebo regionálnych center. GfK Slovakia sa na základe týchto zmien po 30. júni 2018 predovšetkým zameriava na podrobné informácie o spotrebiteľských nákupoch FMCG produktov prostredníctvom CPS (panelu domácností), ale tiež na rozšírenie POS (obchodného panelu), ktorý sleduje predaj spotrebného tovaru.

3. Hlavné smery činnosti (predmet podnikania)

Spoločnosť GfK disponuje najväčším spotrebiteľským panelom v Českej republike a na Slovensku. Touto metódou vie GfK komplexne a kontinuálne monitorovať, ako sa správajú spotrebiteľia v oboch krajinách, teda v Českej republike a na Slovensku. Monitorovanie prebieha metódou GfK InHome Scanning, ktorá ako jediná v krajine zaisťuje komplexné sledovanie celého nákupného košíka FMCG trhu, pokrytie všetkých distribučných kanálov konzistentne, vysokou kvalitou a rýchlosťou, s ktorou sú dáta

získavané k ďalšej analýze. Poskytuje tak jedinečný zdroj informácií o nákupnom správaní slovenských domácností.

GfK je tiež vlastníkom najväčšieho maloobchodného panelu pre technický spotrebný tovar na svete, ktorý zahŕňa približne 500 000 predajní a 10 000 internetových obchodov. Skúmame, čo sa predáva, kde a kedy, zisťujeme, aké majú produkty našich zákazníkov miesto na trhu so spotrebným tovarom. Tento panel je určený pre dodávateľov a retailerov, od makro pohľadu až po úroveň jednotlivých modelov, na mesačnej a dokonca až na týždennej báze, a to za tradiční i internetový predaj.

Medzi ďalšie služby patriace do portfólia GfK spadá tiež široké portfólio syndikovaných a ad-hoc riešení (trackovacích aj jednorázových), zahŕňajúcich napríklad výskumy značky a komunikácie, analýzy trhových segmentov a trhových trendov, zákazníckeho správania (U&A), nákupného rozhodovania, efektivity promočných aktivít, optimalizácie predajných miest a distribučných sietí, segmentácie, geomarketingové riešenia, poradenstvo k obchodným stratégiám, apod. Tieto typy projektov sú pokrývané prostredníctvom GfK Czech, s.r.o., prípadne z ďalších pobočiek siete GfK.

4. Hlavné obchodné ciele

V roku 2019 sa GfK Slovakia bude ďalej rozvíjať v súlade s implementáciou globálnej GfK stratégie. Na pozitívnom výsledku sa budú najvýznamnejšie podieľať divízie Consumer Panel Services a Market Insights. Počítame tiež s ďalším zlepšovaním hospodárskeho výsledku, na ktorom sa pozitívne odrazí zefektívnenie niektorých činností a tiež reštrukturalizačné opatrenia a opatrenia zamerané na rast prevedené v poslednom období. Na trh tiež uvedieme nové riešenia založené na využívaní moderných technológií.

5. Ostatné skutočnosti

- Spoločnosť nemala k 31. 12. 2018 žiadnu majetkovú účasť v iných spoločnostiach.
- Spoločnosť nemala k 31. 12. 2018 žiadnu organizačnú zložku v zahraničí.
- Prehľad o stave majetku spoločnosti je značný z výkazov uvedených v ročnej účtovnej závierke spoločnosti, ktorá je súčasťou tejto výročnej správy.
- Podnikateľská činnosť prevádzkovaná v rámci predmetu podnikania neohrozuje životné prostredie.
- Všetky pracovnoprávne vzťahy sú nadväzované v súlade so zásadami zakotvenými v legislatíve Slovenskej republiky.
- Stanovami/spoločenskou zmluvou nie sú požadované žiadne ďalšie informácie.

6. ROČNÁ ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA ZA BEŽNÉ ÚČTOVNÉ OBDOBIE

Ročná účtovná závierka za bežné účtovné obdobie a výrok audítora sú prílohami tejto výročnej správy.

7. ÚDAJE O DÔLEŽITÝCH SKUTOČNOSTIACH, KTORÉ NASTALI AŽ PO KONCI ROZVAHOVÉHO DŇA

K žiadnym významným udalostiam po rozsahovom dni nedošlo.

V Bratislave, dňa 21. marca 2019



Podpis štatutárneho orgánu

