

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 2019 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 2019

4. Investičná činnosť 2019

4.1. Investície

5. Ľudské zdroje 2019

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

6. Vývoj v roku 2020

7. Účtovná závierka k 31.12.2019

- 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 2019 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 2019 bolo zamedziť pokles predaja nosnej kategórie príchuťí do jedál a udržať si pozíciu lídra medzi dodávateľmi príchuťí jedál s rozsiahlou podporou Natur línie v rámci príchuťí do jedál a bujónov a to nielen v rámci zahraničných sietí ale aj domácich maloobchodných reťazcov . Medzi ďalšie marketingové aktivity patrilo pokračovanie v inovácii balenia výrobkov značky LAGRIS, propagácia týchto výrobkov v rámci zdravej výživy , udržanie kvality výrobkov predávaných pod privátnou značkou , neustále sa prispôbovanie trendu oslovovania zákazníkov na predajných miestach formou vlastných výstavných stojanov .

Zameranie sa na trend zdravej výživy priamym oslovením zákazníkov a spolupráca s food blogermi na sociálnych sieťach boli tiež jednou z ďalších marketingových aktivít na ktoré sa nadviazalo z minulého obdobia.

Uvedený cieľ dosiahla spoločnosť nielen prostredníctvom rôznych marketingových aktivít - spotrebiteľské súťaže prostredníctvom sociálnych sietí , TV kampaň, rozhlasová kampaň , inzercia v tlači s vloženými reklamnými vzorkami, ochutnávky na predajných

miestach , promo aktivity , výstavné stojany , letákové akcie , účasť na predajných akciách odberateľov a pod., ale predovšetkým dodávaním výrobkov obchodnej značky Podravka a Lagris so zaručenou vysokou kvalitou .

Udržanie si konkurencieschopnosti v cenovej tvorbe vo vzťahu k dodávateľom obdobného sortimentu a hlavne v odpovedajúcej kvalite patrilo taktiež k významným nástrojom na dosiahnutie marketingového cieľa .

2.2. Produkty spoločnosti

Základnou sortimentnou skupinou spoločnosti boli kategórie príchuťí do jedál – Podravka – klasik , špeciál a natur ktoré tvorili 33 % z celkových dosiahnutých tržieb z predaja v roku 2019 čo zodpovedá poklesu o 2 % oproti podielu dosiahnutého v minulom roku. Druhou sortimentnou skupinou s významným podielom na celkových tržbách boli produkty kategórie ryža – obchodná značka LAGRIS , ktoré predstavovali 16 %- ný podiel na tržbách, čo zodpovedá poklesu o 2 % oproti podielu dosiahnutého v minulom roku. Medzi ďalšie významné sortimentné skupiny patrili produkty v kategóriách strukoviny- obchodná značka LAGRIS, ktorých podiel na celkových tržbách z predaja bol vo výške 14 %, produkty z rýb – obchodná značka EVA s podielom 10 % , cestoviny s podielom 11 % , výrobky z paradajok s podielom 8 % pričom pri cestovinách a výrobkoch z paradajok sme zaznamenali nárast o 1 % oproti minulému roku. Ostatné produkty ako mak, zemiakové produkty , produkty zdravej výživy – obchodná značka LAGRIS s podielom 4 %. Podiely na dosiahnutých tržbách pri zostávajúcich sortimentných skupinách dosiahli úroveň minulého roku. Do tovarového portfólia spoločnosti patrili aj ďalšie sortimentné skupiny ako bujóny , sladký program – obchodná značka PODRAVKA , ktorých podiel na celkových tržbách z predaja sa pohyboval na úrovni 2 % .

V tovarovom portfóliu spoločnosti sa nachádzali aj výrobky, ktoré sa predávali pod privátnou značkou jednotlivých obchodných reťazcov – Clever, ATC, FRESH, SAMA. 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 a palety . Tržby z predaja obchodného tovaru, tvorili približne 2 % - ný podiel na celkových tržbách z predaja.

2.3. Odbyt

V roku 2019 dosiahla spoločnosť tržby za predaj obchodného tovaru a tržby za služby vo výške 8 012 325 EUR pri odbyte obchodného tovaru v množstve 5 465 ton. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2018 spoločnosť zaznamenala pokles tržieb o 0,3 % čo predstavuje nepatrný pokles. Vplyv na pokles celkových tržieb mal nižší predaj produktov z kategórie príchuťí do jedál a ryže . Pokles tržieb vo vyššie uvedených kategóriách bol kompenzovaný nárastom tržieb produktov z kategórii strukoviny, cestoviny , výrobkov z paradajok. Uvedený rast predaja bol viac menej odrazom prispôsobovania sa spotrebiteľskému trendu a požiadavkám odberateľov . Pretrvávajúci pokles predaja príchuťí do jedál aj napriek udržaniu si pozície lídra na trhu je dôsledkom zákonnej podpory slovenských výrobcov čo sa prejavilo aj v nepomere k poklesu predaja danej kategórie na slovenskom trhu o čom svedčia aj výsledky spotrebiteľského prieskumu , ktoré uvádzali v roku 2019 pokles danej kategórie na slovenskom trhu približne 4,1 % (Zdroj : Nielsen data) . Tržby za obchodný tovar obchodnej značky PODRAVKA tvorili 64 % z celkových tržieb , tržby za obchodný tovar obchodnej značky LAGRIS tvorili 34 % z celkových tržieb a tržby za ostatný tovar a služby sa podieľali

približne 2 % na celkových tržbách . 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 2019/2018	
	v tonách	v €
Tovar	0,98	1,00
Služby		0,83

Obchodný tovar dodávala spoločnosť v prevažnej miere domácim a zahraničným reťazcom pôsobiacim na území Slovenskej republiky a veľkoskladom približne na 88 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 s odberateľmi v súlade so zákonom o neprimeraných podmienkach v obchode s potravinami a zohľadňovali veľkosti dodávok, platobné podmienky a ďalšie individuálne dohodnuté podmienky (marketingové a logistické služby , zľavy a pod.).

Segmentmi trhu, na ktoré sa orientoval odbyt tovarových produktov spoločnosti boli zahraničné obchodné reťazce 56 % odbytu, domáce obchodné reťazce , veľkosklady a fyzické osoby 44 % odbytu .

Medzi najvýznamnejších odberateľov tovarových produktov spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. v roku 2019 patrili nasledovné obchodné reťazce:

Názov	Percentuálny podiel na odbyte
Tesco, a.s.	15
Kaufland v.o.s.	14
COOP	14
Metro Cash & Carry	10
LIDL, v.o.s.	10
Billa s.r.o	9
FRESH	8
CBA SK	6
MILK-AGRO, s.r.o.	3
ATC-JR, s.r.o.	2

Náklady na záručný servis v roku 2019 dosiahli menej ako 0,01 % 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 v sortimente ochucovadlo - Prymat Sp, z.o.o. ,Vitana, a.s., Mäspoma, s.r.o., Thymos, s.r.o., v sortimente cestovín - Barila S.p , Pasta Zara, Panzani, v sortimente paradajky –Giana, Valfruta, Cirio, v sortimente ryby – Hamé, Calvo, Rio mare, Giana,Franz Josef , v sortimente ryža – Vitana, Krup, K´FOOD Distribution , v sortimente strukovín – LaFood, Krup, Manya, Marianna, a pod.

2.4. Nákup

Spoločnosť v roku 2019 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, Mirna, prehrambena industrija, d.d. Rovinj, Chorvátsko, Ignacio g. Montez , S.A., Riviera La Coruna, Španielsko, Univer Product zrt.,Kecskémet, 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, CONSERVE ITALIA SOC POOP Apricola, Taliansko, P.I.Vitaminka, Macedonsko.

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

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

Medzi najvýznamnejších dodávateľov obchodného tovaru v roku 2019 patrili spoločnosti patriace do kapitálovej skupiny PODRAVKA, a tvorili približne 78 % - ný podiel na celkovom dovoze tovaru .

Najvýznamnejší dodávatelia obchodného tovaru

Názov	Percentuálny podiel
PODRAVKA, d.d. Koprivnica	38
Podravka – Lagris, a.s. Dolní Lhota	34
EUROPASTA SE , Litovel, Česká republika	9
MIRNA d.d. Rovinj, Chorvátsko	6
KRUP, s.r.o	4
GRAAL S.A. Poľsko	3
UNIVER PRODUCT ZRT ,Maďarsko	3
Ignacio g. Montez, Španielsko	2
Mlinotest Živiljska Industrija	1

2.5. Distribučné cesty

System distribúcie možno považovať za primeraný podmienkam. Distribúcia sa uskutočňovala dodávateľsky prostredníctvom prepravných spoločností .

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 2019 a finančná situácia spoločnosti

3.1. Súvaha (v EUR) – neúplná forma

Názov	Rok 2019	Rok 2018	Index 19/18
Spolu Majetok	2 617 769	3 429 005	0,76
Neobežný majetok	751 382	766 109	0,98
Dlhodobý nehmotný majetok	1 658	2 989	0,55
Dlhodobý hmotný majetok	749 724	763 120	0,98
Pozemky	246 825	246 825	1,00
Stavby	487 632	509 838	0,96
Samostatné hnutelné veci a súbory	15 267	6 457	2,36
Dlhodobý finančný majetok	-	-	
Obežný majetok	1 856 975	2 653 009	0,70
Zásoby	604 844	837 704	0,72
Materiál	27 614	16 734	1,65
Výrobky	-	-	
Tovar	577 230	820 970	0,70
Dlhodobé pohľadávky	-	-	
Krátkodobé pohľadávky	672 382	1 064 770	0,63
Pohľadávky z obchodného styku	671 825	1 023 315	0,66
Štát- daňové pohľadávky	-	40 428	-
Iné pohľadávky	557	1 027	0,54
Finančný majetok	579 749	750 535	0,77
Peniaze	1 165	672	1,73
Účty v bankách	578 584	749 863	0,77
Časové rozlíšenie	9 412	9 887	0,95
Spolu vlastné imanie a záväzky	2 617 769	3 429 005	0,76
Vlastné imanie	1 589 589	2 012 029	0,79
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	497 336	846 799	0,59
Hospodársky výsledok bežného obdobia	196 310	269 287	0,73

Závazky	1 028 030	1 416 826	0,73
Rezervy krátkodobé	85 381	52 663	1,62
Dlhodobé závazky	54 060	61 973	0,87
Krátkodobé závazky	887 815	1 301 491	0,68
Závazky z obchodného styku	735 969	1 136 838	0,65
Závazky voči zamestnancom	42 611	42 707	1,00
Závazky zo sociálneho zabezpečenia	31 920	29 575	1,08
Štát – daňové závazky	77 315	92 326	0,84
Ostatné závazky	-	45	-
Bežné bankové úvery	774	699	1,11
Časové rozlíšenie	150	150	1,00

3.2. Výkaz ziskov a strát -neúplný

Hospodárske výsledky spoločnosti dosiahnuté v roku 2019 v porovnaní s rokom 2018 sú uvedené v nasledovnej skrátenej forme výkazu ziskov a strát:

Výkaz ziskov a strát (v EUR)

Názov	Rok 2019	Rok 2018	Index 19/18
Výnosy z hospodárskej činnosti spolu	8 044 169	8 088 197	0,99
Tržby z predaja tovaru	8 007 262	8 031 382	1,00
Tržby z predaja služieb	5 063	6 101	0,83
Aktivácia	16 861	30 904	0,55
Tržby z predaja DHM a materiálu	13 835	6 929	2,00
Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	1 148	12 881	0,09
Náklady na hospodársku činnosť spolu	7 785 929	7 750 702	1,00
Náklady na predaný tovar	5 508 895	5 536 877	0,99
Spotreba materiálu a energie	140 987	125 417	1,12
Opravné položky k zásobám	1 264	1 678	0,75
Služby	1 130 403	1 122 301	1,01
Osobné náklady	908 329	899 473	1,01
Dane a poplatky	10 099	10 107	1,00
Odpisy a opravné položky k DHM	24 993	24 993	1,00
Zostatková cena predaného DHM a materiálu	8 011	0	-
Tvorba OP k pohľadávkam	32 345	6 047	5,35

Ostatné náklady z hospodárskej činnosti	20 603	23 809	0,86
Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti	258 240	337 495	0,77
Pridaná hodnota	1 247 637	1 282 114	0,97
Výnosy z finančnej činnosti spolu	1	15 530	-
Náklady na finančnú činnosť spolu	2 358	2 545	0,93
Výsledok hospodárenia z finančnej oblasti	-2 357	12 985	-
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením	255 883	350 480	0,73
Daň z príjmov	59 573	81 193	0,73
-daň splatná	62 824	62 413	1,01
- daň odložená	-3 251	18 780	-
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	196 310	269 287	0,73

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 2019	Rok 2018
Ukazovatele ziskovosti			
Hl. ukazovateľ ziskovosti	výnosy/pasíva	307%	236%
Ziskovosť celk.kapitálu	HV/pasíva	7%	8%
Ziskovosť vlastného imania	HV/vlastné imanie	12,3%	13,4%
Rentabilita tržieb	HV/tržby	2,5%	3%
Čistý pracovný kapitál	obežné aktíva - bežné pasíva	969 160	1 351 518
Ziskovosť ČPK	HV/ČPK	20%	20%
Ukazovatele aktivity			
Obrat ČPK v dňoch	ČPK/ (výnosy /365)	44	61
Obrat zásob v dňoch	zásoby/ (výnosy /365)	27	38
Obrat pohľadávok v dňoch	pohľadávky/ (výnosy /365)	31	48
Obrat aktív v dňoch	aktíva/ (tržby/365)	119	154
Ukazovatele finan.závisl.			
Celková zadlženosť	cudzie zdroje/pasíva	0,4	0,4
Bežná zadlženosť	krát.závazky,úvery,ČR/pasíva	0,3	0,4
Podkapitalizovanie	(vl.imanie +dlhé cudzie zdroje)/		
	Stále aktíva	2,2	2,7
Krytie stálych aktív	vlastné imanie/stále aktíva	2,1	2,7

Ukazovatele likvidity

Solventnosť	peňažné prostriedky/ krátke záväzky	0,7	0,6
okamžitá likvidita	finančný majetok/ bežné pasíva	0,7	0,6
bežná likvidita	(fin.majetok+krát.pohl'adávk)/ bežné pasíva	1,4	1,4
current ratio	(fin.majetok+krát.pohl'adávk+ zásoby)/bežné pasíva	2,1	2,1

Spoločnosť v roku 2019 vykázala zisk vo výške 196 310 EUR, čo predstavuje pokles o 27 % v porovnaní s predchádzajúcim obdobím. Významný vplyv na pokles zisku mal nárast nákladov na spotrebu materiálu a energie o 12 % spôsobený nevyhnutnou zmenou prispôbenia sa trendu oslošovania zákazníkov prostredníctvom výstavných stojanov. Ďalší významný vplyv na pokles zisku mala tvorba opravných položiek k pohľadávkam v konkurznom konaní o 535 %. Nárast osobných nákladov a služieb (vyššie marketingové investície) o 1 % sa tiež podieľal na poklese zisku aj keď nie v tak významnej miere. Posledným a nie menej významným vplyvom na pokles hospodárskeho výsledku bol pokles výsledku z finančných činností spôsobený splatením poskytnutého úveru Spoločnosťou v priebehu predchádzajúceho obdobia.

Spoločnosť v sledovanom roku dosiahla tržby z predaja tovaru a náklady na predaný tovar na približne rovnakej úrovni predchádzajúceho obdobia. Druhá najvýznamnejšia nákladová položka – služby bola nad úrovňou minulého roka nárast o 1 % z dôvodu zvýšených nákladov na reklamnú kampaň. Ďalšia nie menej významná položka nákladov – osobné náklady zaznamenala tiež nárast v porovnaní s minulým rokom o 1 % a to z dôvodu vyšších sociálnych nákladov a tvorbou rezerv na mzdové náklady v zmysle zákonných ustanovení. Významný nárast bol zaznamenaný ako to bolo uvedené v predchádzajúcom odstavci v nákladových položkách ako spotreba materiálu a energie a tvorba opravnej položky k pohľadávkam. Ostatné náklady na hospodársku činnosť vykazujú pokles v porovnaní s minulým rokom.

Rast nákladov na spotrebu materiálu a energie, nižšie výnosy z aktivácie a vyššie náklady na služby patrili medzi najvýznamnejšie príčiny poklesu pridanej hodnoty voči predchádzajúcemu obdobiu o 3 %.

Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti zaznamenal v hodnotiacom období stratu. V minulom roku bol dosiahnutý kladný výsledok z finančných činností z dôvodu poskytnutia úveru Spoločnosťou, ktorý však bol splatený v priebehu minulého roka.

Spoločnosť v roku 2019 vykázala celkové daňové zaťaženie a to vo výške 23,3 % z výsledku hospodárenia pred zdanením. V porovnaní s minulým obdobím to predstavuje nárast o 0,2 %. Nárast daňového zaťaženia spočíval vo vykázaní vyšších daňovo neuznaných nákladov, ktoré ovplyvnili splatnú a následne odloženú daň.

Spoločnosť v roku 2019 disponovala dostatkom vlastných finančných prostriedkov pre zabezpečenie financovania svojich prevádzkových potrieb. Schválený kontokorentný úver nečerpala.

Pokiaľ by sme porovnávali majetok spoločnosti a zdroje jeho krytia s rokom 2018 spoločnosť zaznamenala pokles v jednotlivých položkách majetku oproti predchádzajúcemu roku a to hlavne v položke krátkodobé pohľadávky o 37 % (Zmena bola spôsobená s poklesom doby inkasa pohľadávok o 17 dní z dôvodu uzákonenia maximálnej doby splatnosti faktúr pri potravinách). Porovnaním ostatných častí obežného majetku s rokom 2018, Spoločnosť vykazuje nižšie zásoby o 28 % s tým súvisiaci pokles obratu zásob o 11 dní , pokles finančného majetku o 23 % a s tým súvisiaci pokles krátkodobých záväzkov z obchodného styku.

Spoločnosť k pohľadávkam ktoré vyhodnotila ako vysoko rizikové po prípade odberatelia vstúpili do konkurzu a reštrukturalizácie , bola vytvorená opravná položka vo výške 100 % ich nominálnej hodnoty bez ohľadu na ich dobu po splatnosti .

Na strane zdrojov krytia majetku došlo k poklesu vlastného imania o 21 % v dôsledku vyplatenia dividend spoločníkom z časti nerozdeleného zisku z minulých rokov v zmysle Spoločenskej zmluvy. Pri porovnaní cudzích zdrojov došlo k významnému poklesu oproti minulému obdobiu a to hlavne pri krátkodobých záväzkov z obchodného styku o 35 %. Významný nárast bol zaznamenaný jedine pri krátkodobých rezervách o 65 % vzhľadom ku skutočnosti že Spoločnosť v rámci konsolidovaného celku uzatvárala účtovné obdobie v 2. dekáde januára a do účtovnej závierky nemala k dispozícii mnohé účtovné doklady k účtovným prípadom patriacim do roku 2019. Krátkodobé záväzky , ktorá boli vykázané v hodnotenom období boli v lehote splatnosti, poprípade po lehote splatnosti do jedného mesiaca 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 2019 ako aj v predchádzajúcich dvoch rokoch nečerpala poskytnutú úverovú linku – kontokorentný úver .

Spoločnosť v hodnotenom roku zaznamenala zlepšenie ukazovateľov aktivity, ziskovosti a ukazovateľov finančnej nezávislosti. Spoločnosť dosahuje finančnú stabilitu o čom svedčia ukazovatele likvidity .

Plánované ciele spoločnosti pre rok 2020 je nárast tržieb o 3 % a nárast hospodárskeho výsledku po zdanení o 70 % v porovnaní s hodnotiacim obdobím. Dosiahnutie plánovaných výsledkov hlavne nárastu hospodárskeho výsledku s ohľadom na meniace sa stravovacie správanie spotrebiteľov, meniace sa legislatívne podmienky , konkurenčné prostredie a nárast vstupných nákladov bude vyžadovať nesmierne úsilie všetkých zamestnancov Spoločnosti a je výzvou pre vedenie Spoločnosti zamerať svoje aktivity, znalosti a vedomosti na prispôsobenie sa spotrebiteľskému trendu, efektívne budovanie pozitívneho vzťahu zákazníkov k produktom a službám Spoločnosti a hľadanie ciest k zvyšovaniu výkonnosti bežnej prevádzky Spoločnosti . Prvoradými úlohami vedenia spoločnosti v roku 2020 budú aktivity vedúce k flexibilnému prispôsobeniu sa podmienkam trhu , udržaniu si pozície významného dodávateľa pre väčšinu obchodných sietí podnikajúcich na slovenskom trhu s cieľom dosiahnutia plánovaných tržieb . Na dosiahnutie uvedeného cieľa Spoločnosť plánuje využívať rôznorodejšie ale predovšetkým efektívnejšie investovanie do marketingových aktivít , rozšírenie sortimentu o produkty , kde je zaznamenaný rastúci záujem spotrebiteľov. Ďalšími dôležitým zameraním vedenia Spoločnosti bude dosiahnutie plánovaného hospodárskeho výsledku po zdanení optimalizáciou prevádzkových nákladov , redukciou pracovných miest za účelom dosiahnutia vyššej produktivity práce cestou prirodzeného úbytku (odchod na dôchodok) , optimalizáciou skladových zásob , efektívnym riadením pohľadávok a v nemalej miere udržaním si pozitívneho vývoja peňažného toku .

V Spoločnosti po skončení hodnoteného roku 2019 nedošlo k žiadnym udalostiam osobitného významu, ktoré by akoukoľvek mierou ovplyvnili nielen hospodárke výsledky účtovného obdobia 2019 ale následne aj výsledky zhodnotenia finančnej situácie spoločnosti v tomto období.

3.4. Návrh na usporiadanie hospodárskeho výsledku v roku 2019

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 2019 vo výške 196 310 EUR

- prevod výsledku hospodárenia po zdanení v plnej výške to znamená 196 310 EUR na nerozdelený zisk minulých rokov.

4 . Investičná činnosť

4.1. Investície

V hodnotenom období spoločnosť obstarala nový dlhodobý hmotný majetok-klimatizačné zariadenia v hodnote 10 267 EUR . V roku 2019 spoločnosť nakúpila dlhodobý hmotný majetok s obstarávacou cenou 0 - 1 700 EUR v hodnote 2 754 EUR . Dlhodobý hmotný majetok bol účtovaný priamo do spotreby a týkalo sa to predovšetkým IT techniky, reklamných bannerov , zariadení na použitie v skladových priestorov a zariadení do kancelárií . Spoločnosť vyradila predajom prípadne likvidáciou nadbytočný a opotrebený dlhodobý hmotný majetok vo výške 31 492 EUR vrátane dlhodobého majetku , ktorý bol evidovaný v operatívnej evidencii . Pre nasledujúce obdobie roku 2020 spoločnosť neplánuje žiadnu investíciu .

5. Ľudské zdroje

5.1. Personalistika

V spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. bol v roku 2019 priemerný počet zamestnancov 33, z toho 4 zamestnanci boli na vedúcich pozíciách (v roku 2018 bol priemerný počet zamestnancov na úrovni 34, počet zamestnancov na vedúcich pozíciách bol na rovnakej úrovni). Evidenčný počet zamestnancov ku koncu roka 2019 bol 35 z toho 4 zamestnanci boli na materskej dovolenke.

Podľa jednotlivých úsekov evidenčný počet zamestnancov k 31.12.2019 bol nasledovný:

Marketing	- 3 (1 zamestnankyňa je na rodičovskej dovolenke)
Nákup	- 2
Obchodný úsek	- 18 (3 zamestnankyne sú na rodičovskej dovolenke)
Logistika	- 7
Ekonom. úsek	- 3
Úsek GR	- 2

5.2. Mzdy

Osobné náklady v roku 2019 boli vo výške 908 329 EUR a zaznamenali nárast o 1 % v porovnaní s predchádzajúcim obdobím (zvýšenie sociálnych nákladov a nárast rezerv na mzdové náklady , ktorých tvorba je podmienená legislatívou) .

5.3. Sociálny fond

V roku 2019 spoločnosť tvorila sociálny fond v zmysle platnej legislatívy a to na ťarchu nákladov vo výške 5 474 EUR. Zo sociálneho fondu sa vyčerpali prostriedky vo výške 10 135 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 2020

- 1) znovuzískanie trhového podielu v ochucovadle - Podravka –kategórie výrobkov Podravka Univerzal a Natur minimálne na úrovni roka 2018
- 2) zaradenie nových výrobkov do tovarového portfólia domácich a zahraničných reťazcov – rybie šaláty , nové druhy cestovín , tekuté ochucovadlo
- 3) Prieskum a príprava na zavedenie nových výrobkov obchodnej značky Podravka – Natur polievky , celozrnné cestoviny
- 4) Pokračovanie budovania povedomia o značke Podravka a Lagris prostredníctvom online a offline brandingu , zapojením influencerov a ambasádorov značky Podravka ,
- 5) Dosiahnutie plánovaných kľúčových hospodárskych ukazovateľov
- 6) Udržanie pozitívneho vývoja peňažného toku
- 7) Optimalizácia prevádzkových nákladov

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 30.apríla 2019, na ktorom bolo prerokované a schválené:

- účtovná závierka , výročná správa , vyplatenie dividend a rozdelenie hospodárskeho výsledku za rok 2018
- audítor pre overenie účtovnej závierky pre rok 2019

Informácie o organizačnej zložke v zahraničí

- Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí

Vo Zvolene , dňa 31.01.2020

Ing. Miroslav Rybár
Konateľ spoločnosti

