

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 2020 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 2020

4. Investičná činnosť 2020

4.1. Investície

5. Ľudské zdroje 2020

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

6. Vývoj v roku 2021

7. Účtovná závierka k 31.12.2020

- 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 2020 predovšetkým obchodná činnosť - veľkoobchod s tovarom v rozsahu poľných živností , veľkoobchod s poľnohospodárskymi výrobkami v rozsahu poľných živností.

2. Marketingová a obchodná stratégia

2.1. Marketingové ciele spoločnosti

Základným marketingovým cieľom spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL s.r.o. v roku 2020 bolo zameranie sa predovšetkým na trend zdravej výživy - produkty z rýb polievky NATUR, NATUR bujóny, výrobky z paradajok , výrobky z cestovín a pokračujúca podpora nosnej kategórie „ Podravka ochucovadlo“ vrátane jej „ zdravej línie“ NATUR.

Okrem vyššie uvedeného zamerania marketingové aktivity pokračovali v inovácii balenia výrobkov značky LAGRIS - hlavne produktov z ryže a strukovín , propagácii týchto výrobkov v rámci zdravej výživy , udržaní kvality výrobkov predávaných pod privátnou značkou , oslovení zákazníkov na predajných miestach formou vlastných výstavných stojanov , ochutnávok a pod.

Rastúci vplyv sociálnych sietí na širokú škálu existujúcich ako aj potenciálnych zákazníkov využila spoločnosť nielen na zvýšenie povedomia o značke, ale aj na výrazné rozšírenie zákazníckej základne. Z uvedeného dôvodu značná časť marketingových aktivít bola zameraná práve na túto oblasť vytvorením vlastného online magazínu s príspevkami užívateľov a pokračujúcou spolupracou s food blogermi a influencerami .

Prostredníctvom rôznych foriem marketingových aktivít ako celoročné spotrebiteľské súťaže na sociálnych sieťach ,TV kampaň, inzercia v tlači s vloženými reklamnými vzorkami, ochutnávky a reklamné posty na predajných miestach , promo aktivity , výstavné stojany , letákové akcie , si spoločnosť udržala nielen pozíciu lídra v kategórii „príchutí do jedál“ 51,8 % podiel na trhu (zdroj „Nielsen data“), ale zvýšila svoj trhovú podiel aj v iných produktových kategóriách.

Záruka vysokej kvality výrobkov obchodnej značky Podravka a Lagris bola nosným základným pilierom pri realizácii marketingových aktivít .

V nemalej miere 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 príchutí do jedál – Podravka – klasik , špeciál a natur ktoré tvorili 33 % z celkových dosiahnutých tržieb z predaja v roku 2020 , čo zodpovedá úrovni 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 úrovni 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 7 % . 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 5 % .

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 plodiny pre ich ďalšie spracovanie a palety . Tržby z predaja obchodného tovaru, tvorili nepatrný približne 0,2 % - ný podiel na celkových tržbách z predaja.

2.3. Odbyt

Rok 2020 bol poznačený pandémiou COVID 19 a z tohto pohľadu bol veľmi nezvyčajný . Vzhľadom k tomu, že hlavnou obchodnou činnosťou spoločnosti je veľkoobchod s potravinami , odbyt v roku 2020 bol ovplyvnený pandémiou COVID 19 najmä v prvej vlne pandémie- jar 2020 a to v pozitívnom smere . Svedčia o tom aj výsledky predaja dosiahnuté v roku 2020 , ktoré sú neštandardné a ich porovnanie s úrovňou minulého roku nemá relevantnú vypovedaciu hodnotu. V roku 2020 dosiahla spoločnosť tržby za predaj obchodného tovaru a tržby za služby vo výške 9 305 273 EUR pri odbyte obchodného tovaru v množstve 6 242 ton. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2019 spoločnosť zaznamenala rast tržieb o 16 % . Uvedený rast predaja bol ovplyvnený ako bolo spomenuté vyššie, zvýšeným odbytom hlavne počas prvej vlny pandémie. Tržby za obchodný tovar obchodnej značky PODRAVKA tvorili 66 % z celkových tržieb , tržby za obchodný tovar obchodnej

značky LAGRIS tvorili 33 % z celkových tržieb a tržby za ostatný tovar a služby sa podieľali približne 1 % 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 2020/2019 | |
|--------|-----------------|------|
| | v tonách | v € |
| Tovar | 1,14 | 1,16 |
| Služby | | 0,59 |

Obchodný tovar dodávala spoločnosť v prevažnej miere domácim a zahraničným reťazcom pôsobiacim na území Slovenskej republiky a veľkoskladom približne na 102 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 59 % odbytu, domáce obchodné reťazce , veľkosklady a fyzické osoby 41 % odbytu .

Medzi najvýznamnejších odberateľov tovarových produktov spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. v roku 2020 patrili nasledovné obchodné reťazce:

| Názov | Percentuálny podiel na odbyte |
|------------------------------|-------------------------------|
| Kaufland v.o.s. | 18 |
| Tesco, a.s | 15 |
| COOP | 14 |
| Metro Cash & Carry | 9 |
| LIDL, v.o.s. | 9 |
| Billa s.r.o | 9 |
| FRESH | 8 |
| CBA SK | 5 |
| MILK-AGRO, s.r.o. | 3 |
| Terno , real estate , s.r.o. | 2 |

Náklady na záručný servis v roku 2020 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, Many, Marianna, a pod.

2.4. Nákup

Spoločnosť v roku 2020 tak ako minulé roky 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. Montes , S.A., Riviera La Coruna, Španielsko, Univer Product zrt.,Kecskémet, Maďarsko, EUROPASTA SE, divize Adriana, Litovel, Česká Republika, Columbus, s.r.l. , Parma, Taliansko, Mlinotest Živiljska Industrija , Ajdovščina, Slovinsko , GRAAL S.A. Wejherowo, Poľsko, Zaklad koncentratov spozywczych ,Swietlochovice, Poľsko .

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

Dovoz tovaru predstavoval na celkovom nákupe obchodného tovaru približne 98 %.

Medzi najvýznamnejších dodávateľov obchodného tovaru v roku 2020 patrili spoločnosti patriace do kapitálovej skupiny PODRAVKA, a tvorili približne 78 % - ný podiel na celkovom dovoze tovaru .

Najvýznamnejší dodávatelia obchodného tovaru a ich podiel na celkovom nákupe obchodného tovaru:

| Názov | Percentuálny podiel |
|---|---------------------|
| PODRAVKA, d.d. Chorvátsko | 37 |
| Podravka – Lagris, a.s. Česká republika | 35 |
| EUROPASTA SE , Litovel, Česká republika | 8 |
| MIRNA d.d. Rovinj, Chorvátsko | 6 |
| GRAAL S.A. Poľsko | 5 |
| Ignacio g. Montez, Španielsko | 3 |
| UNIVER PRODUCT ZRT ,Maďarsko | 2 |
| Mlinotest Živiljska Industrija, Slovinsko | 1 |
| Krup, s.r.o , Slovensko | 1 |

2.5. Distribučné cesty

Systém 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. Náklady súvisiace z plnenia povinností recyklácie odpadu predstavovali v roku 2020 37 tisíc EUR.

3. Hospodársky výsledok 2020 a finančná situácia spoločnosti

3.1. Súvaha (v EUR) – neúplná forma

| Názov | Rok 2020 | Rok 2019 | Index 20/19 |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Spolu Majetok | 2 706 959 | 2 617 769 | 1,03 |
| Neobežný majetok | 736 440 | 751 382 | 0,98 |
| Dlhodobý nehmotný majetok | 329 | 1 658 | 0,20 |
| Dlhodobý hmotný majetok | 736 111 | 749 724 | 0,98 |
| Pozemky | 246 825 | 246 825 | 1,00 |
| Stavby | 476 047 | 487 632 | 0,98 |
| Samostatné hnutelné veci a súbory | 13 239 | 15 267 | 0,87 |
| Dlhodobý finančný majetok | - | - | |
| Obežný majetok | 1 961 780 | 1 856 975 | 1,06 |
| Zásoby | 807 959 | 604 844 | 1,34 |
| Materiál | 52 700 | 27 614 | 1,91 |
| Výrobky | - | - | |
| Tovar | 755 259 | 577 230 | 1,31 |
| Dlhodobé pohľadávky | - | - | |
| Krátkodobé pohľadávky | 624 540 | 672 382 | 0,93 |
| Pohľadávky z obchodného styku | 624 042 | 671 825 | 0,93 |
| Štát- daňové pohľadávky | - | - | - |
| Iné pohľadávky | 498 | 557 | 0,89 |
| Finančný majetok | 529 281 | 579 749 | 0,91 |
| Peniaze | 684 | 1 165 | 0,59 |
| Účty v bankách | 528 597 | 578 584 | 0,91 |
| Časové rozlíšenie | 8 739 | 9 412 | 0,93 |
| | | | |
| Spolu vlastné imanie a záväzky | 2 706 959 | 2 617 769 | 1,03 |
| Vlastné imanie | 1 748 672 | 1 589 589 | 1,10 |
| 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 | 228 049 | 497 336 | 0,46 |
| Hospodársky výsledok bežného obdobia | 624 680 | 196 310 | 3,18 |
| Závazky | 958 137 | 1 028 030 | 0,93 |
| Rezervy krátkodobé | 82 642 | 85 381 | 0,97 |
| Dlhodobé záväzky | 53 154 | 54 060 | 0,98 |
| Krátkodobé záväzky | 822 289 | 887 815 | 0,93 |
| Záväzky z obchodného styku | 569 770 | 735 969 | 0,77 |
| Záväzky voči zamestnancom | 38 071 | 42 611 | 0,89 |
| Záväzky zo sociálneho zabezpečenia | 26 711 | 31 920 | 0,84 |
| Štát – daňové záväzky | 187 737 | 77 315 | 2,43 |
| Ostatné záväzky | - | - | - |
| Bežné bankové úvery | 52 | 774 | 0,07 |
| Časové rozlíšenie | 150 | 150 | 1,00 |

3.2. Výkaz ziskov a strát -neúplný

Hospodárske výsledky spoločnosti dosiahnuté v roku 2020 v porovnaní s rokom 2019 sú uvedené v nasledovnej skrátenej forme výkazu ziskov a strát:

Výkaz ziskov a strát (v EUR)

| Názov | Rok 2020 | Rok 2019 | Index 20/19 |
|--|-----------|-----------|-------------|
| Výnosy z hospodárskej činnosti spolu | 9 385 974 | 8 044 169 | 1,17 |
| Tržby z predaja tovaru | 9 302 303 | 8 007 262 | 1,16 |
| Tržby z predaja služieb | 2 970 | 5 063 | 0,59 |
| Aktivácia | 58 877 | 16 861 | 3,49 |
| Tržby z predaja DHM a materiálu | 19 677 | 13 835 | 1,42 |
| Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti | 2 147 | 1 148 | 1,87 |
| Náklady na hospodársku činnosť spolu | 8 586 451 | 7 785 929 | 1,10 |
| Náklady na predaný tovar | 6 449 491 | 5 508 895 | 1,17 |
| Spotreba materiálu a energie | 185 275 | 140 987 | 1,31 |
| Opravné položky k zásobám | 372 | 1 264 | 0,29 |
| Služby | 912 569 | 1 130 403 | 0,81 |
| Osobné náklady | 947 879 | 908 329 | 1,04 |
| Dane a poplatky | 10 531 | 10 099 | 1,04 |
| Odpisy a opravné položky k DHM | 25 630 | 24 993 | 1,03 |

| | | | |
|--|-----------|-----------|-------|
| Zostatková cena predaného DHM a materiálu | 11 173 | 8 011 | 1,39 |
| Tvorba OP k pohľadávkam | 1 264 | 32 345 | 0,04 |
| Ostatné náklady z hospodárskej činnosti | 42 267 | 20 603 | 2,05 |
| Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti | 799 523 | 258 240 | 3,10 |
| Pridaná hodnota | 1 816 443 | 1 247 637 | 1,46 |
| Výnosy z finančnej činnosti spolu | 22 | 1 | 22,00 |
| Náklady na finančnú činnosť spolu | 3 030 | 2 358 | 1,28 |
| Výsledok hospodárenia z finančnej oblasti | -3 008 | -2 357 | 1,28 |
| Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením | 796 515 | 255 883 | 3,53 |
| Daň z príjmov | 171 835 | 59 573 | 2,88 |
| - daň splatná | 168 370 | 62 824 | 2,68 |
| - daň odložená | 3 465 | -3 251 | - |
| Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení | 624 680 | 196 310 | 3,18 |

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 2020 | Rok 2019 |
|----------------------------------|------------------------------|-----------|----------|
| Ukazovatele ziskovosti | | | |
| Hl. ukazovateľ ziskovosti | výnosy/pasíva | 347% | 307% |
| Ziskovosť celk.kapitálu | HV/pasíva | 23% | 7% |
| Ziskovosť vlastného imania | HV/vlastné imanie | 35,7% | 12,3% |
| Rentabilita tržieb | HV/tržby | 6,7% | 2,5% |
| Čistý pracovný kapitál | obežné aktíva - bežné pasíva | 1 139 491 | 969 160 |
| Ziskovosť ČPK | HV/ČPK | 55% | 20% |
| Ukazovatele aktivity | | | |
| Obrat ČPK v dňoch | ČPK/ (výnosy /365) | 44 | 44 |
| Obrat zásob v dňoch | zásoby/ (výnosy /365) | 31 | 27 |
| Obrat pohľadávok v dňoch | pohľadávky/ (výnosy /365) | 24 | 31 |
| Obrat aktív v dňoch | aktíva/ (tržby/365) | 106 | 119 |
| Ukazovatele finan.závisl. | | | |
| Celková zadlženosť | cudzie zdroje/pasíva | 0,4 | 0,4 |
| Bežná zadlženosť | krát.závazky,úvery,ČR/pasíva | 0,3 | 0,3 |

| | | | |
|----------------------|--|-----|-----|
| Podkapitalizovanie | (vl. imanie + dlhé cudzie zdroje)/ Stále aktíva | 3,7 | 2,2 |
| Krytie stálych aktív | vlastné imanie/stále aktíva | 2,4 | 2,1 |

Ukazovatele likvidity

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

Hospodárske výsledky, ktoré dosiahla spoločnosť v roku 2020 boli jednoznačne ovplyvnené pandémiou COVID 19 a porovnanie niektorých ukazovateľov s ukazovateľmi dosiahnutými v predchádzajúcom období nemá relevantnú vypovedaciu hodnotu. Tržby za predaný tovar a k nim súvisiace náklady na obstaranie tovaru ako aj náklady na materiál boli vo významnej miere výsledkom neobvyklého správania sa spotrebiteľov na začiatku vypuknutia pandémie COVID 19 v roku 2020. Dodávky tovaru do veľkoobchodných sietí boli v tomto období mimoriadne vysoké.

Spoločnosť v roku 2020 vykázala zisk vo výške 624 680 EUR, čo predstavuje rast o takmer 32 % v porovnaní s predchádzajúcim obdobím. Významný vplyv na rast zisku mal nárast aktivácie z dôvodu vysokého podielu predaja tovaru formou výstavných stojanov hlavne v zahraničných reťazcoch ako TESCO, LIDL, KAUF LAND a pokles služieb o 19 % spôsobený nižšími výdavkami na letáky a iné marketingové aktivity. Nárast aktivácie a pokles významnej skupiny nákladov – služieb patrili medzi najvýznamnejšie príčiny rastu pridanej hodnoty a to o 46 % voči predchádzajúcemu obdobiu. Nárast osobných nákladov, finančných nákladov bol mierny v porovnaní s nárastom tržieb. Vyšší nárast ostatných prevádzkových nákladov a zostatkovej ceny predaného materiálu v porovnaní s minulým rokom spočíva jednak v náraste predaja vratných obalov a s tým súvisiaceho nárastu zostatkovej ceny predaného materiálu a v náraste ostatných nákladov na hospodársku činnosť súvisiacich zo zmenou účtovania niektorých nákladových druhov vyplývajúcich zo zmenených zmluvných podmienok s odberateľmi.

Spoločnosť v sledovanom roku dosiahla tržby z predaja tovaru a náklady na predaný tovar pri rovnakej úrovni rastu 17 % v porovnaní s minulým rokom. Druhá najvýznamnejšia nákladová položka – služby bola pod úrovňou minulého roka, pokles o 19 % z dôvodu nižších nákladov na marketingové aktivity ako to už bolo spomenuté v predchádzajúcom odstavci. Ďalšia nie menej významná položka nákladov – osobné náklady zaznamenala tiež nárast v porovnaní s minulým rokom o 4 % a to z dôvodu vyšších mzdových nákladov súvisiacich s výkonmi v priebehu roka a reorganizáciou obchodného úseku s následným vyplatením odstupného. Významný nárast bol zaznamenaný v nákladovej položke ako spotreba materiálu a energie, ktorý súvisel predovšetkým s nárastom spotreby obalového materiálu a reklamných predmetov. Ostatné náklady na hospodársku činnosť vykazujú tiež nárast v porovnaní s minulým rokom z dôvodu zmien obchodných podmienok týkajúcich sa finančných odmien poskytovaných odberateľom.

Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti zaznamenal v hodnotiacom období stratu . a v porovnaní s obdobím minulého roka je to nárast o 28 % z dôvodu vyšších bankových poplatkov.

Spoločnosť v roku 2020 vykázala celkové daňové zaťaženie a to vo výške 21,6 % z výsledku hospodárenia pred zdanením. V porovnaní s minulým obdobím to predstavuje pokles o 1,7 % . Pokles daňového zaťaženia spočíval vo vykázaní nižších daňovo neuznaných nákladov , ktoré ovplyvnili splatnú a následne odloženú daň .

Spoločnosť v roku 2020 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 2019, spoločnosť zaznamenala pokles v jednotlivých položkách majetku oproti predchádzajúcemu roku okrem položky zásoby , kde je nárast o 34 % .Dôvodom vyšších zásob bol zámer mať dostatok zásob na pokrytie prípadných zvýšených objednávok zo strany odberateľov v pokračujúcej neistote spotrebiteľského prostredia súvisiaceho s neustálym predĺžovaným núdzového stavu štátu . Porovnaním ostatných častí obežného majetku s rokom 2019, Spoločnosť vykazuje pokles pohľadávok o 7 % a finančného majetku o 9 % .

K pohľadávkam, ktoré vyhodnotila Spoločnosť ako vysoko rizikové po prípade odberateľa 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 nárastu vlastného imania o 10 % v dôsledku dosiahnutia vyššieho výsledku hospodárenia po zdanení a to i napriek vyplateniu dividend spoločníkom z časti nerozdeleného zisku z minulých rokov a z výsledku hospodárenia za rok 2019 v zmysle Spoločenskej zmluvy. Pri porovnaní cudzích zdrojov došlo k poklesu oproti minulému obdobiu a to hlavne pri krátkodobých záväzkoch z obchodného styku o 23 % . V rámci krátkodobých záväzkov významný nárast bol zaznamenaný jedine pri krátkodobých záväzkoch voči štátu viac ako 200 % spôsobený vyššou daňovou povinnosťou na dani z príjmov právnických osôb za rok 2020 . Krátkodobé záväzky , ktorá boli vykázané v hodnotenom období boli v lehote splatnosti 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 2020 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. Čo sa týka ukazovateľov likvidity Spoločnosť je platobne schopná vyrovať si svoje záväzky s určitým časovým posunom .

Základňou pre stanovenie plánovaných cieľov pre rok 2021 boli dosiahnuté výsledky za rok 2019 vzhľadom k tomu, že rok 2020 bol veľmi neštandardný a vo významnej miere bol ovplyvnený následkami pandémie COVID 19 . Spoločnosť plánuje zvýšenie tržieb o 8 % a nárast hospodárskeho výsledku po zdanení o dvojnásobok v porovnaní s hodnotiacim obdobím (rok 2019). Dosiahnutie plánovaných výsledkov hlavne nárastu výsledku hospodárenia s ohľadom na pretrvávajúcu neistotu podnikateľského a spotrebiteľského prostredia , meniace sa legislatívne podmienky , konkurenčné prostredie , nárast nákladov

súvisiacich s ekologickými a environmentálnymi požiadavkami bude vyžadovať nesmierne úsilie všetkých zamestnancov Spoločnosti a je výzvou pre manažment Spoločnosti zamerať svoje aktivity, znalosti a vedomosti na prijímanie opatrení za účelom prispôsobenia sa všetkým avizovaným zmenám . Ďalšou dôležitou oblasťou pre dosiahnutie výsledkov bude nepretržité zvyšovanie znalostí o produktoch medzi zákazníkmi a efektívne budovanie ich pozitívneho vzťahu k týmto produktom .

Výkonnosť ekonomiky Spoločnosti bude patriť k nie menej významnej oblasti zamerania Spoločnosti pri dosahovaní plánovaných cieľov .

Prvoradými úlohami v roku 2021 budú aktivity vedúce k flexibilnému prispôsobeniu sa podmienkam trhu , udržaniu si pozície významného dodávateľa pre zahraničné a domáce obchodné siete podnikajúce na slovenskom trhu s cieľom dosiahnutia plánovaných tržieb . Na dosiahnutie uvedeného cieľa Spoločnosť plánuje využívať rôznorodejšie ale predovšetkým efektívnejšie investovanie do marketingových aktivít , optimalizáciu sortimentnej štruktúry predávaných produktov tak, aby zodpovedala záujmom o kúpu produktov Spoločnosti.

Ďalšími dôležitým zameraním manažmentu Spoločnosti bude dosiahnutie plánovaného hospodárskeho výsledku po zdanení neustálou kontrolou efektívnosti vynaloženia prevádzkových nákladov, prijímaním opatrení , optimalizáciou skladových zásob , efektívnym riadením pohľadávok a v nemalej miere udržaním si pozitívneho vývoja peňažného toku .

V Spoločnosti po skončení hodnoteného roku 2020 nedošlo k žiadnym udalostiam osobitného významu, ktoré by akoukoľvek mierou ovplyvnili nielen hospodárke výsledky účtovného obdobia 2020 ale následne aj výsledky zhodnotenia finančnej situácie spoločnosti v tomto období.

3.4. Návrh na usporiadanie hospodárskeho výsledku v roku 2020

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 2020 vo výške 624 680 EUR

- príspevok do sociálneho fondu vo výške 24 680 EUR
- prevod výsledku hospodárenia po zdanení vo výške 600 000 EUR na nerozdelný zisk minulých rokov.

4 . Investičná činnosť

4.1. Investície

V hodnotenom období spoločnosť vykonala technické zhodnotenie administratívne budovy v hodnote 10 688 EUR . V roku 2020 Spoločnosť vyradila predajom prípadne likvidáciou nadbytočný a opotrebený dlhodobý hmotný majetok vo výške 7 686 EUR vrátane dlhodobého majetku , ktorý bol evidovaný v operatívnej evidencii . Pre nasledujúce obdobie roku 2021 spoločnosť plánuje ďalšie technické zhodnotenie priestorov administratívnej budovy vrátane zariadenia do týchto priestorov v celkovej hodnote 4 050 EUR .

5. Ľudské zdroje

5.1. Personalistika

V spoločnosti PODRAVKA INTERNATIONAL, s.r.o. bol v roku 2020 priemerný počet zamestnancov 29, z toho 3 zamestnanci boli na vedúcich pozíciách (v roku 2019 bol priemerný počet zamestnancov na úrovni 33, počet zamestnancov na vedúcich pozíciách bol 4). Evidenčný počet zamestnancov ku koncu roka 2020 bol 30 z toho 1 zamestnanec bol na materskej dovolenke.

Podľa jednotlivých úsekov evidenčný počet zamestnancov k 31.12.2020 bol nasledovný:

| | |
|---------------|---|
| Marketing | - 2 (1 zamestnankyňa je na rodičovskej dovolenke) |
| Nákup | - 2 |
| Obchodný úsek | - 12 |
| Logistika | - 7 |
| Ekonom. úsek | - 5 |
| Úsek GR | - 2 |

5.2. Mzdy

Osobné náklady v roku 2020 boli vo výške 947 879 EUR a zaznamenali nárast o 4 % v porovnaní s predchádzajúcim obdobím (zvýšenie mzdových nákladov súvisiacich s odstupným a výkonnosťnými odmenami).

5.3. Sociálny fond

V roku 2020 spoločnosť tvorila sociálny fond v zmysle platnej legislatívy a to na ťarchu nákladov vo výške 5 628 EUR. Zo sociálneho fondu sa vyčerpali prostriedky vo výške 10 000 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 2021

- 1) Posilnenie brandovej značky „Podravka“ a „Lagris“ rozšírením indexu distribúcie v rámci existujúcich produktových kategórií
- 2) Zameranie sa na mladú generáciu spotrebiteľov prostredníctvom sociálnych sietí
- 3) Pokračovanie budovania povedomia o produktoch prostredníctvom online a offline brandingu , zapojením influencerov a ambasádorov značky Podravka so zameraním sa na zdravotný štýl
- 4) Dosiahnutie plánovaných kľúčových hospodárskych ukazovateľov
- 5) Udržanie pozitívneho vývoja peňažného toku
- 6) Optimalizácia tovarového portfólia

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 24.júna 2020, na ktorom bolo prerokované a schválené:

- účtovná závierka , výročná správa , vyplatenie dividend z nerozdeleného zisku minulých období a z dosiahnutého výsledku hospodárenia za rok 2019
- audítora pre overenie účtovnej závierky pre rok 2020

Informácie o organizačnej zložke v zahraničí

- Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí

Vo Zvolene , dňa 11.02.2021

Ing. Miroslav Rybár
Konateľ spoločnosti