

Výročná správa za účtovné obdobie k 31.12.2021

Obchodné meno (názov)

účtovnej jednotky: **AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o.**

Sídlo: **Pod Strážou 3, 960 01 Zvolen**

Vyhotovená dňa: 16.6.2022

Prerokovaná dňa: 17.6.2022

Podpis člena štatutárneho organu účtovnej
jednotky:

.....

Podpis osoby zodpovednej za vyhotovenie
výročnej správy:

.....

I. História vzniku a vývoj spoločnosti

Vznik spoločnosti

Spoločnosť AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. bola založená zakladateľskou listinou vo forme notárskej zápisnice o založení spoločnosti s ručením obmedzeným zo dňa 3.12.2007.

Je zapísaná v obchodnom registri na Okresnom súde v Banskej Bystrici, oddiel: Sro, vložka číslo: 14022/S dňom 13.12.2007.

Sídlo spoločnosti: Pod Strážou 3, 960 01 Zvolen

Web: www.autotechna.sk

E-mail: baranek@autotechna.sk

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Štatutárny orgán: Jaroslav Baránek - konateľ spoločnosti

Predmet činnosti:

- a) kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) v rozsahu voľných živností;
- b) kúpa tovaru na účely jeho predaja iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod) v rozsahu voľných živností;
- c) oprava cestných motorových vozidiel;
- d) sprostredkovanie obchodu a služieb v rozsahu voľnej živnosti;
- e) prenájom hnutelných vecí v rozsahu voľnej živnosti;
- f) reklamná a propagačná činnosť;
- g) nákladná cestná doprava vykonávaná cestnými motorovými vozidlami, ktorých celková hmotnosť vrátane prípojného vozidla nepresahuje 3,5 t;
- h) prenájom nehnuteľností spojený s poskytovaním iných než základných služieb spojených s prenájomom.

AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. založil spoločník Jaroslav Baránek ako nástupcu v podnikaní pôvodnej firmy Jaroslav Baránek - Autotechna, ktorá vznikla v roku 1990. Hlavným predmetom činnosti je predaj značkových náhradných dielov pre všetky typy osobných automobilov.

Transformácia spoločnosti na s.r.o. bola logickým dôsledkom 17-ročného, neustáleho rastu firmy. Bol to nielen psychologický odrazový mostík na neustále napredovanie, ale nová právna forma s novým ERP systémom umožnila ešte detailnejšiu prácu a plánovanie.

Významné zmeny v rámci spoločnosti za rok 2021:

Od svojho vzniku prechádza spoločnosť neustálymi, avšak potrebnými zmenami tak, aby bola stále bližšie k svojim zákazníkom, ich potrebám a požiadavkám. Po roku 2020, výsledky ktorého negatívne ovplyvnila pandémia – koronakríza, v roku 2021 napriek ďalším vlnám pandémie už v chode spoločnosti nenastali výrazné vplyvy na zastavenie rastu tržieb, zaviedli sa nové rozvozné linky tovaru pre zákazníkov.

Maloobchodné prevádzky boli pre verejnosť otvorené s povinnou dezinfekciou a prekrytím horných dýchacích ciest. Nezaočkování zamestnanci boli pravidelne 1x týždenne testovaní ma korona vírus v súlade s vyhláškou hlavného hygienika.

Najdôležitejšie zmeny:

- neustále rozširovanie sortimentu veľkoobchodného skladu vzhľadom na počet položiek a tiež značiek, nových dodávateľov a počtu sortimentných skupín, pridanie druhých, tretích línií značiek takmer v každej sortimentnej skupine,
- upevňovanie spolupráce s renomovanými výrobcami, ktorí poskytujú naozaj kvalitný tovar potvrdený certifikátmi kvality,
- prestavba a rozšírenie kapacity centrálného skladu vo Zvolene, doplnenie regálového systému a uvoľnenie skladovej plochy na paletové miesta skladovaného tovaru,
- oprava strechy prevádzkovej budovy a veľkoobchodného skladu, príprava na umiestnenie fotovoltaiických panelov,
- príprava na prestavbu a modernizáciu priestorov maloobchodnej prevádzky Zvolen,
- dobudovanie archívu spoločnosti, nový regálový systém,
- otvorenie novej maloobchodnej prevádzky v Liptovskom Mikuláši od 09/2021,
- príprava sťahovania do nových priestorov maloobchodnej prevádzky v Šali,
- investovanie do rozšírenia kamerového systému vo veľkoobchodných prevádzkach Zvolen a Košice z dôvodu zvýšenia ochrany skladovaného tovaru a zabezpečenia kontroly,
- dokončenie výmeny stolových počítačov,

- inovácia vozového parku, zakúpenie 4 nových automobilov,
- zmena organizačnej štruktúry spoločnosti, rozšírenie vrcholového manažmentu o IT manažéra, vytvorenie samostatného úseku IT, zariadenie novej kancelárie,
- zariadenie nového priestoru, samostatnej kuchynky a jedálne pre zamestnancov vo Zvolene,
- úprava odmeňovacieho systému, zavedenie bodového osobného hodnotenia zamestnancov logistiky vo veľkoobchodnom sklade Zvolen za účelom zvýšenia motivácie na efektívnejšom využívaní pracovného času,
- rast počtu zamestnancov v roku 2021 o 4% oproti roku 2020, a to na úseku maloobchodu - k 31.12.2021 bol fyzický stav zamestnancov v pracovnom pomere bez MD a RD: 118,
- nárast zásob (o 14%) a obratu spoločnosti (o 11%) oproti minulému roku, ktorý bol ovplyvnený začiatkom koronakrízy.

II. Poslanie, vízia a dlhodobé ciele spoločnosti AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o.

Poslanie spoločnosti:

a) slovenská obchodná firma, ktorá sa zaoberá predajom náhradných dielov, autopríslušenstva a autodoplnkov pre všetky typy osobných automobilov, dielov pre automobilový a motocyklový šport,

b) hlavným cieľom je zlepšovanie podmienok pre zákazníkov spoločnosti a budovanie dlhodobých čistých a jasných vzťahov, a to tak, aby sa firma stala spoľahlivým partnerom pre všetkých “motoristov”,

c) ďalším cieľom je budovať silný pracovný tím, kde každý uplatní svoje vedomosti a odbornosť, môže sa ďalej vzdelávať, tešiť sa a vidieť výsledky svojej a spoločnej práce.

Činnosť: distribúcia a predaj značkových náhradných dielov pre všetky typy osobných automobilov.

Pôsobnosť: v rámci územia Slovenskej republiky, kde patrí medzi 6 najväčších spoločností v tomto segmente na trhu s dlhodobou pôsobnosťou na ďalších 10 rokov.

Hlavné zameranie spoločnosti:

- predaj dielov pre osobné automobily (maloobchodný a veľkoobchodný),
- predaj dielov pre motocyklových jazdcov,
- predaj dielov pre automobilový šport,
- autoservis a motoservis.

Hlavné črty a znaky spoločnosti:

Dynamická a stále sa rozvíjajúca spoločnosť.

Stabilná spoločnosť – podiel predaja a tržieb v maloobchode 50% a vo veľkoobchode 50%.

Široký a kvalitný sortiment, ktorý sa rozširuje podľa požiadaviek trhu.

Profesionálny prístup k zákazníkovi (vybaviť zákazníka na 100% a poskytnúť niečo navyše).

Služby pre zákazníka na vysokej úrovni ako dôležitý nástroj v konkurenčnom boji.

Odborné poradenstvo a priateľský prístup k zákazníkovi ako dôležitý základ pre dlhodobé, trvalé a úspešné vzťahy so zákazníkmi.

Efektívna marketingová a komunikačná stratégia vychádzajúca z histórie spoločnosti a kopírujúca nové požiadavky a príležitosti na trhu.

Dlhodobé ciele spoločnosti:

Zvyšovanie efektivity predaja a hľadanie vnútorných rezerv s cieľom rastu tržieb a marže spoločnosti a dosiahnutie pozitívnych finančných ukazovateľov.

Optimalizovať rozdelenie finančných zdrojov spoločnosti v pomere 80% cudzie zdroje a 20% vlastné zdroje.

Investičná činnosť spoločnosti sa bude realizovať prioritne z cudzích zdrojov formou leasingu alebo úveru.

Rozvoj segmentu elektronického obchodu s cieľom dosiahnuť väčší podiel na trhu a poskytovať lepšie služby zákazníkom.

Činnosť maloobchodných predajní smerovať k získaniu prvenstva medzi maloobchodnými predajňami autodiélov v rámci regiónu, ich stabilizácia a personálne posilnenie.

Rozširovanie sortimentu spoločnosti podľa požiadaviek trhu a trendov vo vývoji automobilového priemyslu a automobilového parku vrátane zavedenia tzv. „druhej línie“ produktov pri zachovaní optimálneho pomeru - cena a kvalita.

Pravidelné monitorovanie a zlepšovanie obchodných podmienok s dodávateľmi v snahe udržať dlhodobé a efektívne vzťahy s dodávateľmi.

Optimalizácia a prehodnocovanie jednotlivých rozvoзовých trás tak, aby boli efektívne využité a zároveň pokryli potreby zákazníkov.

Rast počtu zákazníckej základne (veľkoobchodu a maloobchodu) a posilňovanie lojality zákazníkov využívaním aktívnych programov a projektov pre zákazníkov (individuálne projekty viazanosti, členstvo v Autotechna klube).

Pravidelné aktivity podpory predaja rozdelené pre segmenty – veľkoobchod a maloobchod plánované a realizované v spolupráci - marketing a obchod v súlade so stanoveným marketingovým plánom a marketingovo-komunikačnou stratégiou spoločnosti.

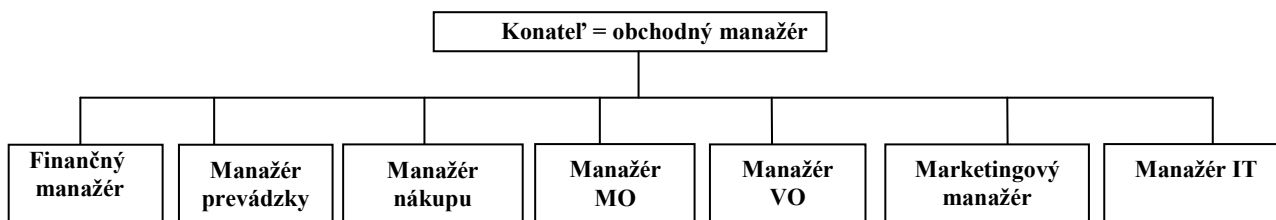
Permanentné vzdelávanie, vychovávanie zamestnancov a možnosti kariérneho postupu z vlastných zdrojov patria k základným prioritám zamestnaneckej a personálnej politiky spoločnosti.

Krátkodobé ciele spoločnosti – rok 2022:

- aktívny rozvoj činnosti autoservisu, rozširovanie klientely,
- rozširovanie kapacity centrálneho skladu vo Zvolene,
- rozširovanie a zefektívnenie rozvoзовých trás tovaru zákazníkom, zavádzanie expresných rozvozov z maloobchodných prevádzok,
- rozvoj elektronického obchodu (web-shopu) pre maloobchodných zákazníkov,
- doplnenie funkčnosti elektronického katalógu,
- sťahovanie jednej maloobchodnej prevádzky do väčších priestorov,
- investovanie do vozového parku spoločnosti, do energetickej efektívnosti (montáž solárnych panelov).

Vedenie spoločnosti

Základná organizačná štruktúra vedenia spoločnosti:



Cieľové skupiny zákazníkov:

a) maloobchodní zákazníci:

- motoristi v miestach predajní - priami zákazníci,
- motoristi v miestach predajní odberateľov veľkoobchodu na celom území SR,
- automobiloví a motocykloví pretekári,

b) veľkoobchodní zákazníci

- majitelia predajní s autosúčiastkami,
- majitelia autoservisov,
- automobiloví a motokrosoví pretekári,

- majitelia predajní s motocyklovým sortimentom,
- autosalóny.

Dodávateľia (obchodní partneri)

- výrobcovia značkových náhradných dielov zo Slovenska, Poľska, Českej republiky, Nemecka, Španielska, Talianska a Maďarska,
- distribútori náhradných dielov, autodoplnkov a autopríslušenstva zo zahraničia a tiež SR,
- výrobcovia špecializovaného sortimentu tovaru – diely pre automobilový šport a motocyklový šport.

Marketingová stratégia

Hlavné ciele marketingovej stratégie:

- a) komunikácia značky AUTOTECHNA a produktov, neustále zvyšovanie povedomia, posilnenie poznateľnosti značky plošne v rámci celého územia Slovenskej republiky,
- b) podpora maloobchodného a veľkoobchodného predaja,
- c) udržiavanie lojality zákazníkov aj zamestnancov,
- d) neustále rozširovanie zákazníckej základne.

Personálna stratégia

Východisko: základný cieľ spoločnosti - budovať silný pracovný tím, kde každý uplatní svoje vedomosti a odbornosť, môže sa ďalej vzdelávať, tešiť sa a vidieť výsledky svojej a spoločnej práce.

Počet zamestnancov bez žien na materskej a rodičovskej dovolenke k 31.12.2021: **118**.

Priemerný prepočítaný počet zamestnancov k 31.12.2021: **111**.

Hlavné ciele personálnej stratégie:

- a) tvorba nových pracovných miest v súvislosti s obchodnou stratégiou,
- b) vzdelávanie zamestnancov:
 - rozširovanie odborných znalostí a vedomostí formou interných odborných školení s cieľom získať, upevňovať a fixovať odborné znalosti o ponúkanom sortimente,
 - rozširovanie a prehľbovanie komunikačných zručností formou interných školení a tréningov so zameraním na pro-zákaznícku orientáciu a komunikáciu so zákazníkom,
 - rozvoj jazykových znalostí potrebných pre komunikáciu s obchodnými partnermi,
 - rozvoj a prehľbovanie zručností práce s PC a tiež s interným informačným systémom spoločnosti používaným pri bežnej činnosti (predaj, sklad, účtovníctvo, štatistiky, atď.),
- c) rast a rozvoj zamestnancov:
 - systém motivačných rozhovorov (zamestnanec a priamy nadriadený),
 - plán rozvoja zamestnancov a systematické vychovávanie zamestnancov pre jednoduchú zastupiteľnosť zamestnancov,
 - posun a kariérny rast zamestnancov – obsadzovanie voľných pracovných pozícií z interných personálnych zdrojov a až následne z externých,
 - rozvoj a prehľbovanie zručností vedúcich zamestnancov na manažérskych pozíciách v oblasti vedenia ľudí,
- d) budovanie aktívneho pracovného tímu:
 - interné aktivity na podporu spolupráce medzi kolegami v snahe zlepšovania dobrých vzťahov medzi jednotlivcami a aj prevádzkami, či pracovnými tímami.

III. Vývoj a stav finančného hospodárenia

1. Veľkoobchodná činnosť:

Rok 2021 bol pre spoločnosť AUTOTECHNA rokom pokračovania v zdokonaľovaní systému obchodnej politiky, ktorý bol podmienený vývojom na trhu náhradných dielov pre automobily a tiež vývojom a zmenami ekonomického prostredia v rámci SR, ale aj mimo SR. Spoločnosť pokračovala v doladovaní a rozširovaní využitia informačného systému spoločnosti, ktorého hlavným cieľom je zefektívniť firemné

procesy predovšetkým v oblasti predaja a logistiky veľkoobchodných pobočiek vo Zvolene a v Košiciach, ako aj štrnástich maloobchodných prevádzok a autoservisu.

Vplyvom konkurenčného prostredia na jednej strane a tiež tlakom zo strany zákazníckej základne sa spoločnosť sústredila na vyhľadávanie nových dodávateľských kanálov a distribučných sietí s cieľom rozšírenia existujúceho portfólia produktov a tiež diverzifikáciou o nové sortimentné skupiny.

Ako spoločnosť, pre ktorú je dôležitá kvalita poskytovaných služieb pre zákazníkov, pristúpila AUTOTECHNA k potrebným úpravám v oblasti cenovej politiky, distribučnej politiky, odborného poradenstva (zdokonaľovanie elektronického katalógu náhradných dielov) a tiež akvizícii a podpory predaja.

K prioritám, ktorým sa bude venovať spoločnosť do budúcnosti, patrí predovšetkým zefektívnenie procesu plánovania zásob smerom od dodávateľov k spoločnosti a oblasť distribúcie a dostupnosti tovaru smerom k zákazníkom. Zvýšenú pozornosť bude venovať analýze sortimentnej skladby tovaru na sklade. Okrem toho bude pokračovať v už overených prostriedkoch pre podporu predaja, ako sú individuálne aktivity pre vybraných zákazníkov na posilnenie ich lojality voči spoločnosti, pravidelné marketingové akcie podpory predaja a v neposlednom rade aj odborným poradenstvom zo strany profesionálneho obchodného tímu spoločnosti.

VEĽKOOBCHOD	Rok 2021	Rok 2020
Tržby za tovar	7 255 tis.€	6 928 tis.€
Priemerný stav zásob tovaru	1 861 tis.€	1 738 tis.€

2. Maloobchodná činnosť:

Obchodná stratégia maloobchodných predajní bola zameraná na stabilizáciu postavenia jednotlivých predajní na regionálnych trhoch, upevnenie siete maloobchodných prevádzok, rozšírenie siete o ďalšiu maloobchodnú prevádzku. V súčasnosti je maloobchodný predaj realizovaný v štrnástich samostatných prevádzkach, ktoré sú zásobované predovšetkým z veľkoobchodného skladu alebo priamo od zmluvných dodávateľov.

Neustále zlepšovanie podmienok a poskytovaných služieb pre maloobchodných zákazníkov, resp. členov Autotechna klubu s cieľom vytvárania dlhodobých partnerských vzťahov so zákazníkmi, zostáva prioritou spoločnosti Autotechna aj pre ďalšie obdobie. Hlavnými nástrojmi, ktoré plánuje spoločnosť využívať na dosiahnutie tohto cieľa, sú predovšetkým: stabilizácia siete maloobchodných predajní, prehodnocovanie a zefektívňovanie nákladov jednotlivých prevádzok, skvalitnenie procesu plánovania zásob tovaru a dostupnosti tovaru a rozšírenie elektronického obchodu na celý sortiment spoločnosti.

Dôležitú úlohu zohráva aj nastavená marketingová a personálna stratégia, ktoré tvoria neodlučiteľnú súčasť celkovej podnikovej stratégie pre maloobchodnú činnosť spoločnosti. Z tých najdôležitejších nástrojov uvádzame: úzka spolupráca s najdôležitejšími zákazníkmi z pohľadu ich podielov na tržbách spoločnosti, plánované aktivity podpory predaja, poskytovanie benefitov pre členov Autotechna klubu, odborné vzdelávanie a rozvoj komunikačných zručností predajcov, osobná zaangažovanosť predajcov na inovatívnych zmenách smerom k zákazníkovi a tiež posilňovanie internej komunikácie a podnikovej kultúry.

MALOOBCHOD	Rok 2021	Rok 2020
Tržby za tovar	7 196 tis.€	6 025 tis.€
Priemerný stav zásob tovaru	468 tis.€	440 tis.€

3. Výsledok hospodárenia pred zdanením (zisk +, strata -) a po zdanení

	Rok 2021	Rok 2020
Veľkoobchod:	476 tis.€	309 tis.€
Maloobchod:	490 tis.€	418 tis.€
Autoservis:	- 11 tis.€	- 16 tis.€
Réžia:	- 766 tis.€	- 609 tis.€
Celkom hrubý zisk (pred zdanením):	189 tis.€	102 tis.€
Čistý zisk (po zdanení):	141 tis.€	70 tis.€

4. Aktivita a rentabilita

Obrat aktív (tržby/priem.celkové aktíva)	2,75	2,53
Produktivita práce (tržby/mzdové náklady)	8,56	8,48
Rentabilita aktív (hrubý zisk/aktíva)	3,54%	1,97%
Rentabilita tržieb za tovar (čistá marža) HZ/TT	1,30%	0,79%
Rentabilita tržieb za tovar (hrubá marža) PH/TT	29,39%	29,25%

5. Likvidita a operačný cyklus

Celková likvidita priemerná (3. stupňa)	1,00	0,99
Obežná likvidita priemerná (2. stupňa)	0,17	0,17
Čistý operačný cyklus	33 dní	33 dní

6. Stav peňažných prostriedkov, zásob, majetku, pohľadávok a záväzkov k 31.12.2021

Peňažné prostriedky spolu	154 tis. EUR
Zásoby tovaru a materiálu	2 641 tis. EUR
Dlhodobý hmotný majetok (pozemky, stavby)	2 018 tis. EUR
Dlhodobý majetok hnuteľný (automobily, vybavenie prevádzok)	330 tis. EUR
Pohľadávky spolu:	392 tis. EUR
z toho:	
- krátkodobé pohľadávky z obchodného styku	250 tis. EUR
Záväzky vrátane rezerv spolu:	4 424 tis. EUR
z toho:	
- krátkodobé záväzky voči dodávateľom	1 907 tis. EUR
- bankové úvery krátkodobé	848 tis. EUR
- bankové úvery dlhodobé	1 191 tis. EUR

IV. Finančný plán na rok 2022

Tržby podľa druhov činností	v tis. EUR
Veľkoobchod:	7 426
Maloobchod:	7 759
Autoservis:	265
Firma celkom:	15 450
Hospodársky výsledok pred zdanením	
Veľkoobchod:	447
Maloobchod:	494
Autoservis:	- 32
Réžia:	- 824
Firma celkom:	85

V. Návrh na rozdelenie zisku

V zmysle Zakladateľskej listiny sa predkladá valnému zhromaždeniu tento návrh na rozdelenie zisku za rok 2021:

celý zisk po zdanení vo výške 141 tis. eur preúčtovať na nerozdelený zisk.

VI. Prehlásenie

V našej spoločnosti do dňa vypracovania tejto výročnej správy po skončení účtovného obdobia roka 2021 sme zvažili všetky potenciálne dopady COVID19 a vojenskej invázie Ruska na území Ukrajiny na naše podnikateľské aktivity a dospeli sme k záveru, že nemajú významný vplyv na našu schopnosť pokračovať nepretržite v činnosti a fungovať ako zdravý subjekt nasledujúcich 12 mesiacov. Spoločnosť AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. nemá organizačnú zložku v zahraničí.

Kontakty:

AUTOTECHNA BARÁNEK, s.r.o. Pod Strážou 3, 960 01 Zvolen

Tel.: 045/ 53 21 815

baranek@autotechna.sk

www.autotechna.sk