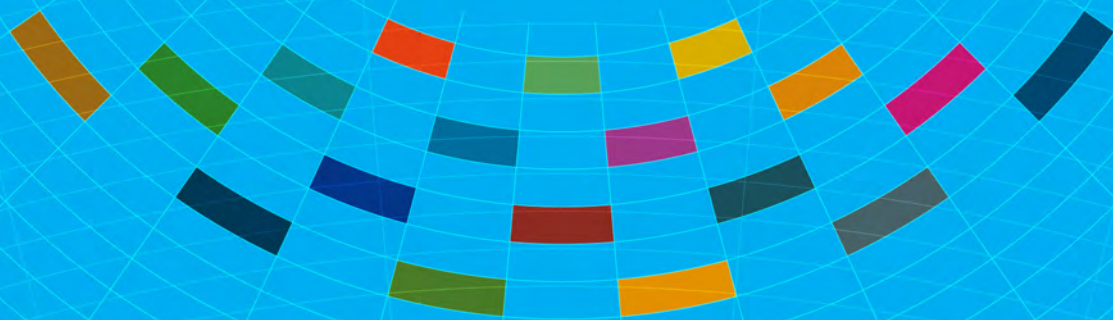


2018  
2019



**NAY**  
VÝROČNÁ  
SPRÁVA





**NAY**  
VÝROČNÁ  
SPRÁVA  
**2018**  
**2019**



00

OBSAH

<b>01</b> Stručný profil spoločnosti	<b>6</b>	<b>08</b> Predstavenstvo spoločnosti Rok 2018/2019 v skupine NAY <i>Peter Zálešák</i>	<b>20</b>
<b>02</b> Hodnoty spoločnosti	<b>8</b>	<b>09</b> Ciele a priority pre rok 2019 <i>Martin Ohradzanský</i>	<b>22</b>
<b>03</b> Organizačná štruktúra	<b>10</b>	<b>10</b> Vývoj trhu v roku 2018 <i>Emil Huraj</i>	<b>24</b>
<b>04</b> História	<b>12</b>	<b>11</b> E-commerce a omnichannel <i>Martin Derňar</i>	<b>26</b>
<b>05</b> Top partneri	<b>14</b>	<b>12</b> Logistika <i>Vladislav Krasický</i>	<b>28</b>
<b>06</b> Ocenenia	<b>16</b>	<b>13</b> Služby v roku 2018/2019 <i>Michal Halás</i>	<b>30</b>
<b>07</b> Základné údaje, kontakty	<b>18</b>	<b>14</b> Marketingová komunikácia <i>František Vámoši</i>	<b>32</b>
		<b>15</b> Finančné zhodnotenie účtovného obdobia 2018/19 <i>Zuzana Juríková</i>	<b>34</b>
		<b>16</b> Finančné výsledky	<b>36</b>
		<b>17</b> Účtovné výkazy	<b>38</b>
		<b>18</b> Správa audítora	<b>40</b>

# 01

## NAY PROFIL

NAY a.s. je najväčším maloobchodným predajcom spotrebnej elektroniky s trhovým podielom 25 %, ktorý pôsobí na slovenskom trhu už 28 rokov.

Patrí medzi spoločnosti, ktoré inováciami formovali a dodnes formujú podobu maloobchodného trhu na Slovensku. NAY priniesla na trh svetové značky elektroniky, franchisingový model, veľkoformátové predajne, jeden z prvých lojalitných programov, dlhý rad doplnkových služieb a dnes je jedným z pionierov omnichannelovej maloobchodnej stratégie na Slovensku.

Jej cieľom je priniesť zákazníkovi pozitívny zážitok z nakupovania vďaka kvalitnému poradenstvu, širokému portfóliu, férovým cenám, prehľadnému webovému prostrediu, atraktívnym predajňami a najmä plnohodnotnej starostlivosti o zákazníka ako o klienta vďaka poskytnutým službám a vernostnému klubu.

# SKUPINA NAY

Do skupiny NAY patria spoločnosti NAY a.s.,

Electro World s.r.o. a NAYTROLABS, s.r.o.

Dňa 23. októbra 2018 spoločnosť odpredala svoj 69 % podiel vo svojej dcérskej spoločnosti Amico Finance a.s.

## **ELECTRO WORLD**

Spoločnosť NAY, a. s. vlastní 100 % obchodných podielov v spoločnosti **Electro World, s. r. o.**, ktorá je jedným z najväčších multikanálových reťazcov špecializujúcich sa na predaj spotrebnej elektroniky, výpočtovej a telekomunikačnej techniky, domácich elektrospotrebičov vrátane príslušenstva a poskytovania všetkých súvisiacich služieb. Spoločnosť na trhu v ČR prevádzkuje 19 predajní. Za rok 2018/19 dosiahla hodnota tržieb tejto spoločnosti 153 539 tis. € (3 961 626 tis. CZK) a hodnota základného imania predstavovala hodnotu 2 325 tis. € (60 000 tis. CZK).

## **NAYTRO** L A B S

Spoločnosť NAY a.s. založila v roku 2018 spoločnosť **NAYTROLABS, s.r.o.** s cieľom rozšíriť podnikanie v oblasti vývoja softvérových aplikácií a softvérových služieb. Spoločnosť v súčasnosti vlastní 76 % podiel na základnom imaní NAYTROLABS, s.r.o. Hodnota tržieb za rok 2018 bola 36 tis. € a výška základného imania predstavovala hodnotu 10 tis. €.

# 02

NAY  
HODNOTY

## FÉROVOSTĚ

Pre nás je zákazník dlhodobý klient. Základom dlhodobého vzťahu je férovost. Sme féroví v cenách, v podmienkach, v prístupe, v komunikácii a v otvorenosti. Chceme, aby každý náš zákazník odchádzal so skúsenosťou, že naše slovo platí.



## JEDNODUCHOSŤ

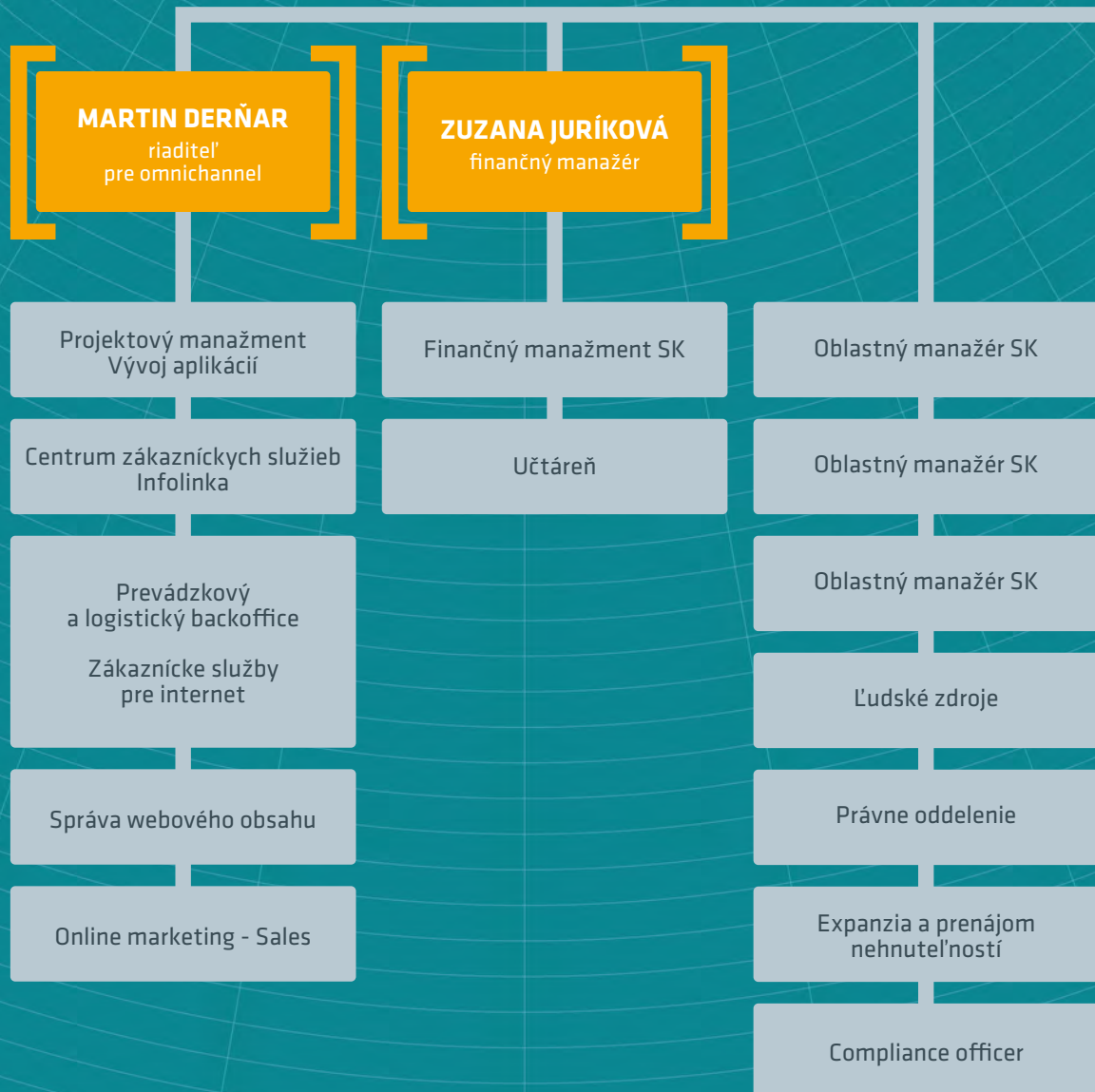
Inšpirovali sme sa technikou. Čím je jednoduchšia na ovládanie, tým je užitočnejšia. Ani u nás nezáleží na tom, aký zložitý proces je v pozadí. Dôležité je, aby bolo pre zákazníka všetko čo najjednoduchšie na vybavenie. Je jedno, či si chce rezervovať tovar, potrebuje finančný produkt alebo rieši reklamáciu. Naším cieľom je všetko na jeden klik, či na jeden úkon.

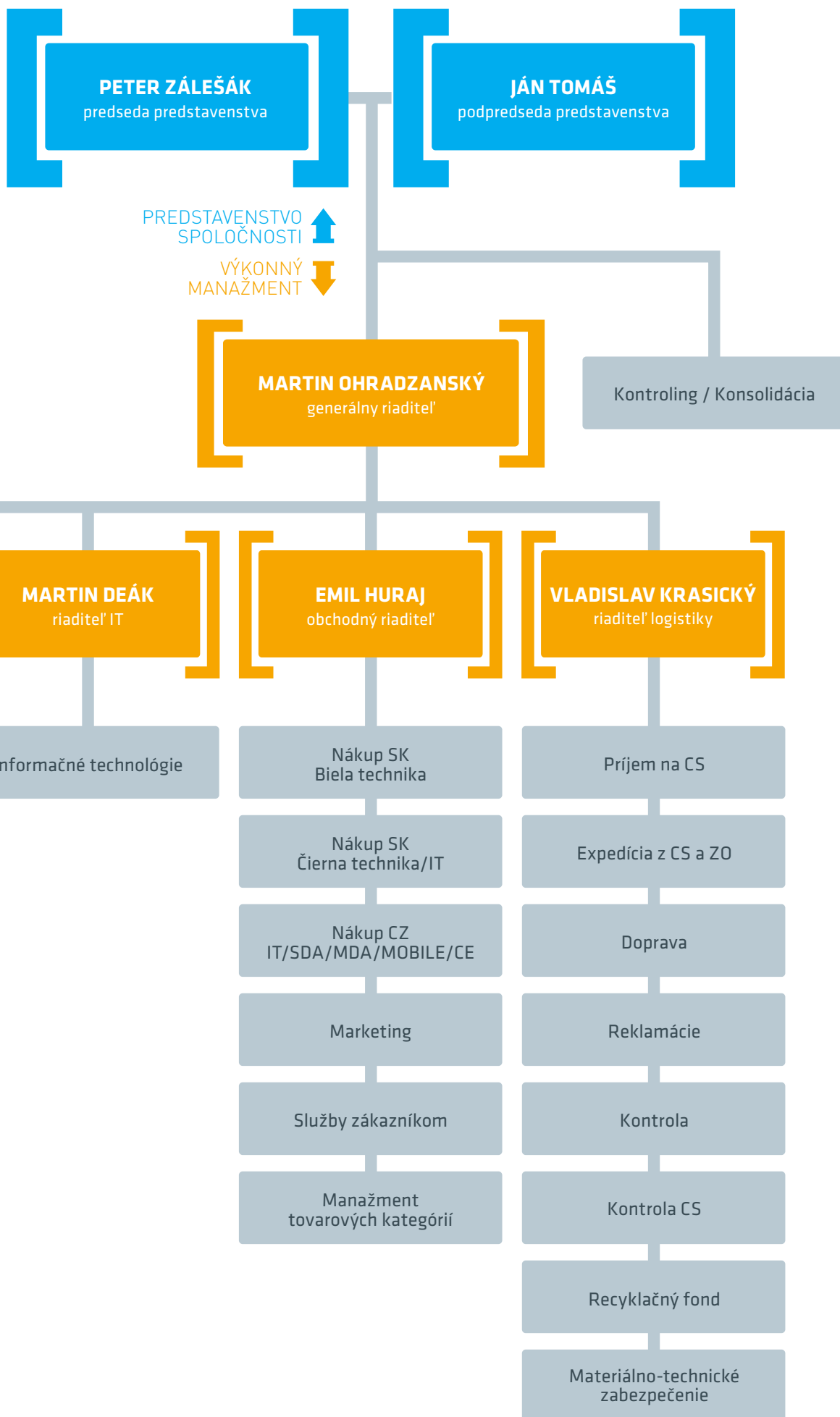
## VÁŠEŇ PRE TECHNIKU

Technika zásadne posúva dejiny, pretvára svet a obklopuje nás na každom kroku. Stačí si spomenúť na kníhtlač, chladničky, internet či smartfóny. Neustále sledujeme trendy, prinášame novinky a ponárame sa do detailov najnovších technológií. Veríme, že svoju vášeň prenesieme aj na zákazníkov.

# 03

## ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA





# 04

## NAY HISTÓRIA

### 1991

Založenie NAY

### 2007

#### Dobrý Anjel

V roku 2007 sa začala spolupráca s Dobrým Anjelom. Ide o nadáciu, ktorá pomáha rodinám vo finančnej tiesni s nezaopatrenými deťmi, kde niekto trpí na zákernú chorobu. NAY od začiatku prispieva rodinám spotrebičmi. Neskôr pribudli ďalšie podoby finančnej pomoci.

### 2005 – 2013

#### Dynamická expanzia

Kapitál a know-how investora priniesol zvýšenú dynamiku expanzie spoločnosti. V rozpätí niekoľkých rokov sa sieť rozrástla z 12 na 31 veľkoformátových predajní.

### 2005

#### Vstup Enterprise Investors

Do spoločnosti investovala americko-poľská private equity spoločnosť Enterprise Investors, najväčšia v strednej a východnej Európe, a stala sa majiteľom 48 % akcií. Pôvodní zakladatelia firmy Peter Zálešák a Ján Tomáš vlastnili aj po vstupe investora majoritný podiel akcií.

### 2008

#### Centrálny sklad v Senci

V roku 2008 sa udiala najväčšia zmena v logistickom systéme firmy. NAY otvorila centrálny sklad v Senci, ktorý dnes zásobuje spolu 54 predajní a 2 e-shopy. Zmena priniesla výrazné úspory času a financií v logistike a zvýšila frekvenciu zásobovania predajní podľa potreby až na dennú.

### 2013

#### Odchod Enterprise Investors

Private equity fond spravovaný skupinou Enterprise Investors sa rozhodol ukončiť svoju investíciu v NAY a predal svoj 48 % podiel majoritným majiteľom.

### 2014

#### Akvizícia Electro World

NAY uzavrel v roku 2014 dohodu s Dixons Retail plc o predaji jeho prevádzok Electro World v Českej republike a na Slovensku. NAY prebrala 4 prevádzky na Slovensku a 22 predajní v Českej republike. Vďaka tejto akvizícii sa stal NAY jasným lídrom v rámci kamenných predajcov elektroniky v SR a ČR.

## 1991 – 1997

### Prvý distribútor svetových značiek elektroniky na Slovensku

V týchto rokoch podnikal NAY ako oficiálny distribútor najväčších svetových značiek na Slovensku. Išlo najmä o značky Sony, Panasonic, Grundig, Jamo a Yamaha.

## 1991 – 1997

### Franchising

Prvým maloobchodným biznis modelom boli franchisingové predajne pod značkou NAY na Slovensku a Morave. Spoločnosť dokázala vďaka exkluzívnym veľkoobchodným zmluvám dodávať špičkovú elektroniku a uzavrela zmluvu s podnikateľmi, ktorí prevádzkovali 12 predajní v centrách miest pod značkou a s tovarom NAY.

## 1999

### Vznik NAY Extra klubu

Vznik jedného z prvých a jedného z najúspešnejších lojalitných klubov na Slovensku. Obrat jej členov tvorí viac ako 50 % obratu spoločnosti.

## 1998

### Internetdom

V tom istom roku ako revolučný koncept Elektrodom vznikol aj Internetdom - jeho onlinová verzia. Spočiatku najmä online katalóg produktov je dnes najnavštevovanejšou „predajňou“ spoločnosti.

## 1998

### Vznik NAY Elektrodom

V roku 1998 vznikla značka NAY Elektrodom, ktorá označovala nový veľkoformátový koncept predajní - prvý svojho druhu na Slovensku. Prvou predajňou pod značkou nového konceptu bola predajňa na Zlatých Pieskoch v Bratislave.

## 2015

### Redizajn www.nay.sk

NAY komplexne redizajnoval svoju webovú stránku v rámci svojej omnichannelovej stratégie. Stránka sa stala responzívnou a pribudli nové funkcionality, plnohodnotný online predaj služieb, ako aj content.

## 2016

### 4 nové predajne

NAY posilnila svoju sieť novými predajňami najmä na východe Slovenska. 1. júla otvorila predajňu v Trebišove, vo Vranove nad Topľou a v Humennom a tiež v Rimavskej Soboti. Sieť sa tak rozšírila na 36 predajní NAY na Slovensku.

## 2018

### Koncept omnichannel predajne

NAY symbolicky po 20 rokoch rekonštruovala svoju prvú predajňu NAY Elektrodom na Zlatých Pieskoch a predstavila nový koncept omnichannelovej predajne.

# 05

TOP  
PARTNERI

**acer**



**ASUS®**



**Canon**



**gorenje**



**Lenovo™**



**Miele**



**Panasonic**

**PHILIPS**

**SAMSUNG**

**SONY**



# 06

## OCENENIA

### **MasterCard Obchodník roka**

MasterCard Obchodník roka je ocenenie najlepších obchodníkov v jednotlivých kategóriách maloobchodu. Na Slovensku sa ocenenie udeľuje od roku 2013.



**Obchodník  
roka 2018**

Obchodník s elektronikou

### **MasterCard Obchodník roka 2013**

v kategórii Predajca elektroniky – víťaz

### **MasterCard Obchodník roka 2013**

v kategórii Absolútny víťaz – 2. miesto

### **MasterCard Obchodník roka 2014**

v kategórii Obchodník s elektronikou 2014 – víťaz

### **MasterCard Obchodník roka 2014**

v kategórii Obchodník s elektronikou 2014 – e-shop – víťaz

### **MasterCard Obchodník roka 2014**

v kategórii Absolútny víťaz – 3. miesto

### **MasterCard Obchodník roka 2015**

v kategórii Obchodník s elektronikou – víťaz

### **MasterCard Obchodník roka 2016**

v kategórii Obchodník s elektronikou 2016 – víťaz

### **MasterCard Obchodník roka 2017**

v kategórii Obchodník s elektronikou 2017 – víťaz

### **MasterCard Obchodník roka 2018**

v kategórii Obchodník s elektronikou 2018 – víťaz



## Superbrands

Superbrands je najuznávanejšou nezávislou globálnou autoritou v oblasti hodnotenia a oceňovania obchodných značiek. Titul Superbrands je znakom špeciálneho postavenia a uznania vynikajúcej pozície značky na lokálnom trhu.

Pečať Superbrands získajú len značky s výnimočnou povestou – zákazníci si s nimi vždy spájajú významné hodnoty a majú k nim osobný vzťah. Ocenenie vzniklo vo Veľkej Británii a dnes Superbrands Award každoročne oceňuje najlepšie z najlepších značiek v takmer 90 krajinách na 5 kontinentoch.

### Superbrands 2013

### Superbrands 2014

### Superbrands 2015

### Superbrands 2016

### Superbrands 2017

### Superbrands 2018

### Superbrands 2019



## Ernst & Young Podnikateľ roka

Ernst & Young Podnikateľ roka je prvou a jedinou skutočne celosvetovou súťažou svojho druhu, ktorú založila spoločnosť Ernst & Young v roku 1986 v USA. Oceňuje podnikateľov, ktorým sa podarilo vybudovať úspešný a dynamicky sa rozvíjajúci podnik.



### Podnikateľ roka na Slovensku 2008

Ing. Peter Zálešák - víťaz

# 07

NAY  
ZÁKLADNÉ  
ÚDAJE

**NAY a.s.**

obchodný názov

**akciová spoločnosť**

právna forma

**Tuhovská 15  
Bratislava  
830 06**

sídlo

**Zapísaná  
v Obchodnom  
registri  
Okr. súdu  
Bratislava I,  
v odd. Sa,  
č. VI. 1640/B**

registrácia

**+421 2 49 449 449**

**nay@nay.sk**

**www.nay.sk**

telefón, e-mail, web

**17 000 000 €**

imanie

**36**

počet predajní

**319 754 515 €**

čistý obrat

**1 145**

počet zamestnancov

**4 865 066 €**

zisk

**1 060 380**

počet členov lojalitného klubu

**1991**

rok vzniku

# 08

## PREDSTAVENSTVO SPOLOČNOSTI



### Ing. Peter Zálešák

*predseda predstavenstva*

**Peter Zálešák** absolvoval Fakultu elektrotechniky a informatiky Slovenskej technickej univerzity v Bratislave. Od založenia NAY pôsobil v pozícii generálneho riaditeľa. Je viceprezidentom Zväzu obchodu SR a členom správnej rady nadácie Dobrý Anjel. Je držiteľom ocenenia Ernst & Young Podnikateľ roka 2008 na Slovensku.



### Ing. Ján Tomáš

*podpredseda predstavenstva*

**Ján Tomáš** absolvoval Chemicko-technologickú fakultu Slovenskej technickej univerzity v Bratislave v roku 1987. Spolu s Ing. Petrom Zálešákom založil spoločnosť NAY, kde pôsobil v pozícii obchodného riaditeľa.



Mapa predajní NAY

# ROK 2018/2019 V SKUPINE NAY

**„Hodnotený rok je prelomový aj preto, že sme sa prvý raz dostali do zisku aj v Českej republike.“**

V hospodárskom roku 2018/19 (od 1. 4. 2018 do 31. 3. 2019) dosiahli naše konsolidované tržby 372 mil. €. V porovnaní s predchádzajúcim obdobím je to nárast o 13,3 %. Z toho na Slovensku (NAY bez vnútroskupinových tržieb) sme predali za 219 mil. € a v Českej republike (Electro World bez vnútroskupinových tržieb) za 144 mil. €. Trhový podiel na Slovensku narástol na cca 23 % (zdroj: GfK) a trhový podiel v ČR stúpol na cca 5 % (zdroj: GfK). Týmto sme si upevnili pozíciu lídra na trhu v SR (v ČR sme v Top 5), napriek stále rastúcej konkurencii najmä v oblasti internetových predajcov.

Hodnotený rok je prelomový aj preto, že sme sa prvý raz dostali do zisku aj v Českej republike. Aj vďaka výsledkom Electro Worldu (EBITDA 2,1 mil. € a zisk po zdanení 1,3 mil. €) sme dosiahli rekordnú konsolidovanú EBITDU 12,9 mil.€, ktorá nám umožňuje ešte viac investovať do informačných systémov, do pracovného prostredia našich zamestnancov a do ich profesionálneho rastu a v nesposlednom rade aj do ich odmien.

Konsolidácia Electro Worldu nám trvala 5 rokov (100 % spoločnosti sme prevzali od Dixons v roku 2014), no nakoniec vďaka zmenšeniu formátu predajní, centrálnemu nákupu a centralizovanej logistike sa nám podarilo spoločnosť stabilizovať a aj viac menej

osamostatniť od manažmentu NAY. Na pozíciu country manažéra ČR bol menovaný Roman Kocourek, ktorý dovtedy pôsobil ako CFO NAY a dokonale poznal náš obchodný model a kultúru. Obchodným riaditeľom sa stal Michal Navrátil, ktorý dovtedy viedol oddelenie nákupu. Nadalej využívame v rámci skupiny všetky zmysluplné synergie a niektoré oddelenia a činnosti robíme centralizovane pre obe krajiny.

V októbri 2018 sme odpredali dcérsku spoločnosť Amico Finance a. s., ktorá pre skupinu NAY zabezpečovala finančné služby pre koncových zákazníkov (splátkový predaj, poisťenie a predĺženú záruku). Dôvodom odpredaja bola stále komplikovanejšia regulácia týchto služieb a náročná legislatíva. V dnešnej dobe poskytovanie spotrebiteľských úverov vyžaduje takú náročnú administratívu a kontrolu, že tento typ podnikania dáva zmysel už iba bankám, ktoré dokážu využívať synergie. Preto aj spoločnosť prevzala komerčná banka (Poštová banka, a.s.), s ktorou sme sa dohodli na predaji 100 % akcií. Pred predajom sme zo spoločnosti vyčlenili časť podniku, ktorá sa venovala poisťeniu a predĺženej záruke. Tieto činnosti na seba prevzali priamo NAY a Electro World. S Amico Finance a. s. naďalej spolupracujeme ako s jedným z poskytovateľov spotrebiteľských úverov a naši zákazníci zmenu nijako

nepocítili. Vďaka predaju tejto divízie aj výrazne kleslo úverové zaťaženie skupiny NAY, ktoré ku koncu fiškálneho roku predstavovalo iba 4,3 mil. €, pričom hotovosť na účtoch bola vo výške 4,8 mil. €.

Zmeny nastali aj v dcérskej spoločnosti Naytrolabs. Ide o spoločnosť v skupine NAY, ktorej misiou je vývoj a implementácia inovácií najmä v oblasti informačného systému a automatizácie maloobchodu. Na čelo spoločnosti sa ako nový CEO postavil Michal Dugáček, ktorý dovtedy viedol ako projektový manažér veľké IT projekty v NAY a Electro World (implementácia SAP, pokladničných systémov a pod.). Mladý tím vývojárov a startupová kultúra, o ktorú sa snažíme, by mali do dvoch rokov priniesť nové prístupy a úplne nové používateľské rozhranie pre zákazníkov nášho webu a mobilnej aplikácie.

Cieľom pre nasledujúce roky je zlepšovať služby, dobehnúť naše zaostávanie na trhu e-commerce, t. j. stať sa predajcom, ktorý bude zákazníkom ponúkať všetky výhody predaja cez internet, s pridanou hodnotou našich expertov na predajniach a blízkosti k zákazníkovi vďaka širokej sieti našich pobočiek. Dosiahnuť tento cieľ je možné iba inováciami, t. j. musíme sa stať aj technologickým lídrom a zmeniť sa z tradičného predajcu na skutočnú omnichannel spoločnosť. ■

**Ing. Peter Zálešák**  
predseda predstavenstva NAY

# 09

## CIELE A PRIORITY PRE ROK 2019

Svet sa rýchlo mení a s ním aj správanie a očakávanie zákazníka. Dnes má zákazník veľa možností, ako si tovar alebo službu objednať, ako si tovar alebo službu kúpiť, akým spôsobom zaplatiť aj akým spôsobom si tovar alebo službu prevziať (v predajni, kuriérom, cez balíkomat, call centrum atď.).

Pokryť všetky spôsoby predaja a dodania tovaru a služby má aj svoj odborný názov: omnichannel.

**Ing. Martin Ohradzanský**  
CEO NAY a.s.



Naším strategickým cieľom je komplexná starostlivosť o zákazníka a jeho dokonalý zážitok z nákupu, nech sa už zákazník rozhodne pre akýkoľvek spôsob. V snahe dosiahnuť tento cieľ sme nastavili aj našu stratégiu, ktorá stojí na troch základných pilieroch:



### **Omnichannel**

Dodať zákazníkovi tovar alebo služby spôsobom, ktorý mu najviac vyhovuje.



### **Služby**

Predať zákazníkovi pridanú hodnotu k tovaru, ktorý u nás nakupuje, a zanechať v ňom pozitívny zážitok.



### **Automatizácia procesov**

Zvýšiť komfort zákazníkom pri nákupe a našim zamestnancom pri obsluhu zákazníka modernými technológiami.

Znie to jednoducho, ale za týmito tromi piliermi je rozsiahly a komplexný procesný mechanizmus, ktorý musí byť perfektne organizovaný a koordinovaný. Takýto komplexný mechanizmus si vyžaduje kreatívny a technologický rozvoj, dobrú údržbu a spoľahlivosť. A to je dôvod, prečo spoločnosť NAY investovala do spoločnosti NAYTRO-LABS, kde 23 špecialistov z informačných technológií pracuje na realizácii komplexnej starostlivosti o zákazníka pomocou moderných technológií.

Dnes už naši zákazníci môžu využívať vo svojich smartfónoch aplikáciu, pomocou ktorej vedú lokalizovať najbližší

obchod NAY a navigovať sa k nemu, môžu si priamo na predajni sami pozrieť všetky dostupné parametre o produkte, porovnávať produkty a, samozrejme, aj zaplatiť bez toho, aby išli k pokladnici, napr. cez službu Google Pay, a tovar či službu si vyzdvihnúť na výdajnom mieste.

V uplynulom roku sme rekonštruovali našu najstaršiu predajňu na Tuhovskej, kde sme zaviedli nové technológie ako elektronické cenovky, predaj smart produktov s vystavením reálneho použitia v byte, balíkomat s možnosťou vyzdvihnutia tovaru 24/7/365, samoobslužný pult výberu obalu na mobilný

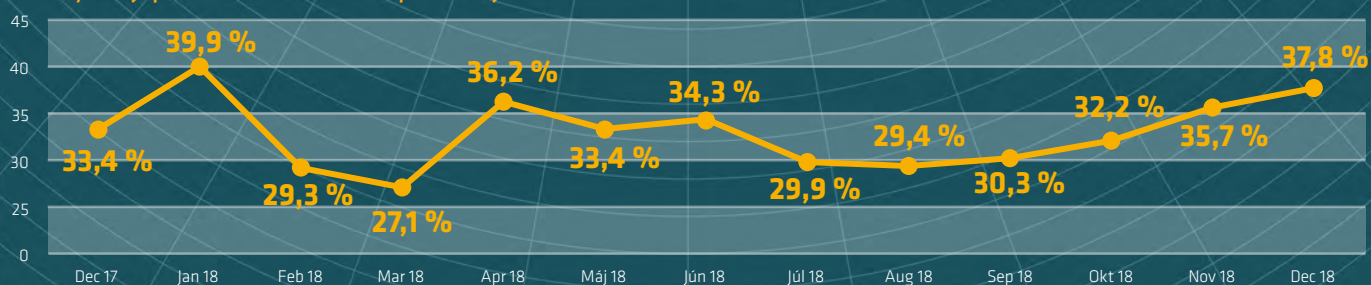
telefón, ako aj samoobslužné platobné kiosky a množstvo ďalších vychytávkov.

Naše ďalšie úsilie bude zamerané v súlade s našou stratégiou na zjednodušovanie a automatizáciu procesov v kamennej predajni aj v predaji cez internet. V roku 2019 budeme ďalej pokračovať vo vývoji aplikácií a používania moderných technológií s cieľom maximálne zvýšiť komfort nákupu tovaru a služieb zákazníkovi ktorýmkoľvek spôsobom, ktorý si zákazník vyberie (omnichannel), a rovnako maximálne zjednodušovať obsluhu zákazníka našimi zamestnancami pomocou moderných technológií. ■

# 10

## VÝVOJ TRHU V ROKU 2018

Vývoj podielu NAY v predaji TV na SK trhu za rok 2018



**Emil Huraj**  
obchodný riaditeľ



# „Rok 2019 bol rokom televízorov. Každý tretí televízor kúpili zákazníci v NAY.“

Slovenský trh so spotrebnou elektronikou v roku 2018 opäť zaznamenal nárast oproti predošlému roku o viac ako 8 %.

Trh rástol vďaka niekoľkým makroekonomickým faktorom ako stúpajúca HDP a priemerná mzda, znižujúca sa inflácia a historicky najnižšia miera nezamestnanosti. Najviac rastúcou kategóriou na slovenskom trhu boli mobilné telefóny s 31 % rastom, následne malá biela technika s 12,6 % a veľká biela technika s 10,1 % nárastom.

NAY sa podarilo rásť v kategórii čierna technika o 19,3 % napriek tomu, že táto kategória mala v roku 2018 na celom trhu pokles -1 %. Rýchlejšie ako celý trh sme tiež rástli v kategórii mobilné telefóny a veľká biela technika. Naopak, nerástli sme tak rýchlo ako trh v kategórii malá biela technika.

## ČIERNA TECHNIKA

V čiernej technike dominovali rovnako ako minulý rok televízory s 55+ obrazovkami so 4K technológiou, pričom výrazným spôsobom rástli najmä kategórie 60"- 69" (nárast 37 %) a 70"+ (nárast 94 %). Taktiež boli na trhu do predaja uvedené televízory s 8K technológiou, ktorých výraznejšie rozšírenie sa očakáva v blízkej budúcnosti. NAY bol úspešný najmä v kategórii 55"+, kde za rok 2018 dosiahol 40 % trhovú podiel.

## IT TECHNIKA

V IT kategórii sme zaznamenali pokles predaja notebookov v poslednom kvartáli, a to aj napriek množstvu

podporných akcií, napríklad ako splátky s 0 % navýšením. Aj tablety, žiaľ, kontinuálne zaznamenávajú pokles. Jedinou kategóriou, v ktorej sa podaril nárast v IT, bola kategória mobilných telefónov, a to hlavne vďaka predstaveniu nových modelových high-end radov od značiek Apple a Samsung.

## BIELA TECHNIKA

V kategórii SDA sa veľkým nárastom mohli pochváliť kategórie dentálnej starostlivosti (43 %), vzduchotechniky (40 %) a kávovarov (31 %). V MDA boli už tradične najrýchlejšie rastúcou kategóriou opäť sušičky s viac ako 26 % medziročným nárastom. Vďaka novému skladu, ktorý umožňuje väčšiu skladovú zásobu, sa v poslednom kvartáli podarilo zvýšiť predaj vstavanej bielej techniky. Zákazník mal tovar ihneď k dispozícii a nemusel čakať niekoľko týždňov ako u väčšiny konkurencie.

## SORTIMENT

V roku 2018 sa nám podarilo opätovne rozšíriť sortiment a vďaka novému centrálnemu skladu aj skladovú dostupnosť všetkých výrobkov, čo predstavuje značnú konkurenčnú výhodu. Po 20 rokoch sme zrekonštruovali našu prvú veľkometrážnu predajňu na Zlatých Pieskoch, kde sme - okrem rekonštrukcie a zväčšenia predajnej plochy - investovali do najnovších technológií ako elektronické cenovky,

platobné kiosky alebo balíkomat. Samostatnou kategóriou je nové vystavenie smart produktov v podobe modelového bytu, kde má zákazník možnosť vyskúšať výrobky v reálnom prostredí. Aj keď kategória smart je ešte v plienkach, NAY jednoznačne patrí k priekopníkom tejto kategórie a verí v jej budúcnosť.

## KONKURENČNÉ PROSTREDIE

V uplynulom roku opäť rástol podiel predaja cez internet vo všetkých sledovaných kategóriách. Slovensko má v tejto chvíli už 36 % podiel. Najväčší podiel internetu je v kategórii IT a, naopak, najmenší podiel je v kategórii malej bielej techniky a čiernej techniky.

## OČAKÁVANIA OD ROKU 2019

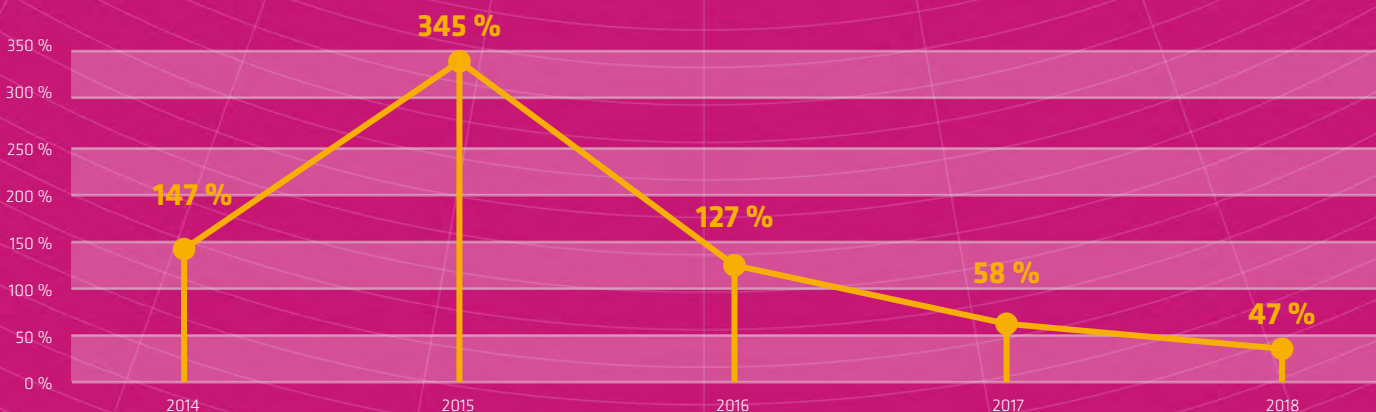
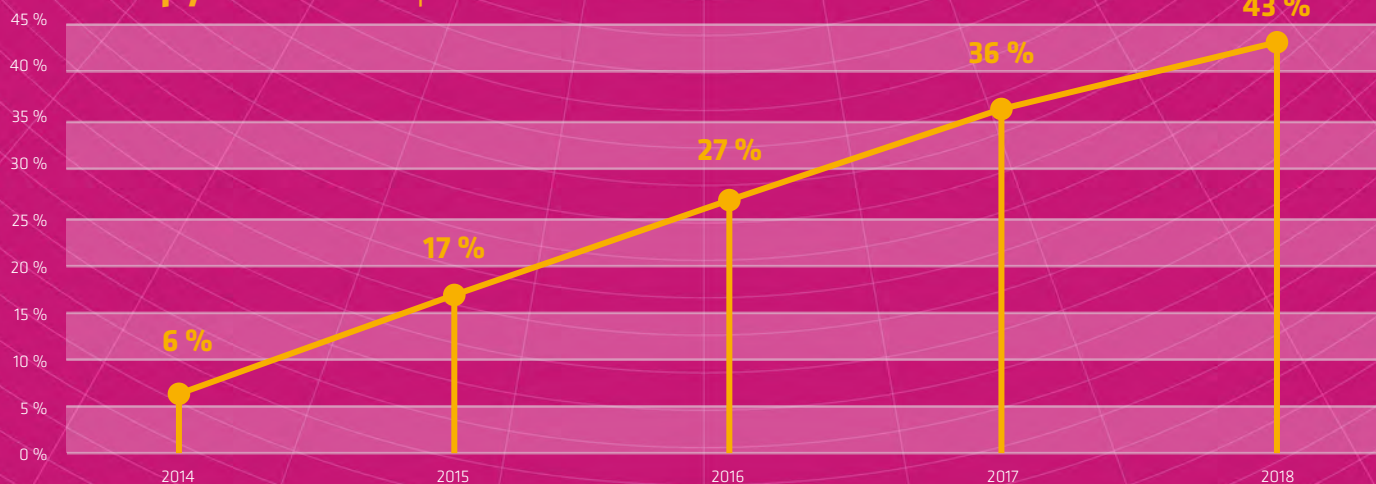
Očakávame pokračujúci nárast predaja televízorov s väčšou uhlopriečkou a postupné etablovanie sa 8K technológie v čoraz širšom portfóliu modelov, ďalej rast kategórie gaming a elektrickej mobility, ktorá v sebe zahŕňa elektrické kolobežky, bicykle alebo hover boardy. Taktiež očakávame rast spomínanej smart home kategórie, respektívne všeobecne smart kategórie. ■

# 11

## E-COMMERCE A OMNICHANNEL

Pozitívny trend rastu všetkých významných ukazovateľov **nay.sk** pokračoval aj v uplynulom roku 2018. Návštevnosť **nay.sk** medziročne vzrástla o 11 % na vyše 18,6 mil. návštev, zlepšený konverzný pomer rezultoval v 26 % náraste objednávok a rezervácií v predajniach.

### Nákupy cez mobil - podiel na online tržbách



### Nákupy cez mobil - medziročný nárast



**Martin Derňar**  
riaditeľ pre omnichannel

# „NAY SmartApp bola prvá aplikácia obchodníka na Slovensku s priamou integráciou služby Google Pay.“

Za výrazný nárast návštevnosti a tržieb je zodpovedná vysoká rozšírenosť smartfónov a mobilného internetu u nás. Vyše 20 % nárast mobilnej návštevnosti priniesol vyše 50 % nárast tržieb vďaka neustále zlepšenému konverznému pomeru.

Vo februári 2019 sme zaznamenali zaujímavý míľnik – po prvýkrát naši zákazníci vytvorili viac objednávok z mobilov ako z desktopových zariadení.

## OCHRANA OSOBNÝCH ÚDAJOV

Druhý kvartál roku 2018 bol v znamení implementácie novej smernice o ochrane osobných údajov, známej pod skratkou GDPR. Téma si získala oprávnenú pozornosť médií i širšej verejnosti. V NAY sme nové pravidlá poňali ako príležitosť. Už v predstihu sme zosúlادili naše interné postupy a procesy tak, aby v prvom rade rešpektovali práva zákazníkov na sprístupnenie a prenos ich osobných údajov, obmedzenie spracovania aj vymazanie osobných údajov podľa konkrétneho želania.

Nad rámec zákonných povinností sme pripravili jednoduché a intuitívne užívateľské rozhranie pre vernostných, registrovaných i neregistrovaných zákazníkov. Potrebné právne poučenia, typicky súvisiace informačné povinnosti sme obohatili o ľudsky zrozumiteľné vysvetlivky. Žiadosti o sprístupnenie informácií vybavujeme v reálnom čase napriek 30-dňovej lehote, ktorú nám zákon dáva.

## PERSONALIZOVANÁ KOMUNIKÁCIA A NOVÉ ONLINE SLUŽBY

Nové pravidlá GDPR pre nás znamenali aj nové príležitosti. Už v roku 2017 sme si vyskúšali automatizáciu cieľenej 1:1 marketingovej komunikácie. Vernostný klub NAY Extra má dlhú tradíciu a naši zákazníci za svoju vernosť oprávnené očakávajú produkty a služby šité na mieru, a to v reálnom čase. Zmysel cieľenej a dobre načasovanej komunikácie ukazujú čísla. V roku 2018 sme vytvorili 6 dlhodobých a vyše 30 ad-hoc cieľených kampaní, pričom najlepšie kampane dosiahli 69 % click-rate. V dobe silnejúceho súboja o zákaznícku pozornosť sú to mimoriadne výsledky a dávajú nám energiu pokračovať v nastolenom trende.

Nové nástroje na personalizáciu nám umožnili pripraviť ďalšie online služby. Zákazníci ocenili najmä včasné a opakované notifikácie o expirácii vernostných bodov, víkendové doručenie vo zvolenom časovom slotu i službu dokúpenia rozšírenej záruky kedykoľvek do skončenia 2-ročnej zákonnej záruky.

## NAY SMARTAPP

V apríli 2018 sme vydali prvú verziu Android aplikácie pre našich vernostných zákazníkov. V prvej verzii pomohla našim zákazníkom uložiť vernostnú kartu a všetky účtenky do mobilu, lokalizovať naše predajne a porovnať vlastnosti produktov jednoduchým naskenovaním cenovky v predajni.

Avizovaný príchod moderných platobných metód Google Pay a Apple Pay nám vnukol myšlienku, ako spríjemniť

a zjednodušiť nákup v predajni. Pri príležitosti slávnostného otvorenia nového konceptu omnichannel predajne v Bratislave na Zlatých Pieskoch sme vydali novú verziu aplikácie. Dovolila vernostným zákazníkom vystavený tovar nielen naskenovať a porovnať, ale rovno ho aj v aplikácii zaplatiť. Na výdajnom mieste si tak preberú už nacystvaný a zaplatený tovar. V novembri 2018 to bola prvá aplikácia obchodníka na Slovensku s priamou integráciou služby Google Pay. Od 26. júna 2019 zároveň so spustením Apple Pay na Slovensku pribudla v NAY SmartApp možnosť platby aj cez Apple Pay.

## SMART KATEGÓRIE A ZÁVER

Spomenutý koncept omnichannel predajne NAY priniesol aj nový prístup v prezentácii a predaji smart elektroniky, vzorový byt zariadený Smart spotrebičmi. Rastúci záujem zákazníkov nás podnietil výrazne rozšíriť sortiment o 2 000 nových smart produktov v 16 nových kategóriách. Vidíme, že smart elektronika už neoslovuje len technologických nadšencov. Smart domáce spotrebiče dokážu spríjemniť a spestriť varenie či starostlivosť o domácnosť a získavajú si tak pozornosť nastupujúcej generácie mileniálov, ktorí si zariaďujú svoju novú domácnosť.

Postupný príchod sietí 5G a hlasového ovládania opäť rozšíri funkčné možnosti elektroniky. Spraví ju zábavnejšou a prívetivejšou a zrejme pretvorí spôsob, akým ju denne používame. Sme presvedčení o tom, že to pre NAY priniesie nielen nové obchodné príležitosti, ale aj upevní našu pozíciu lídra v retailových inováciách na slovenskom trhu. ■

# 12

## LOGISTIKA

Po presťahovaní sa do nového centrálného skladu, ktorý rozšíril kapacitu o 25 %, bol rok 2018 najmä o optimalizácii procesov a rozširovaní logistických služieb.

**Vladislav Krasický**  
*riaditeľ logistiky*



Na konci dňa je fundamentálnou úlohou logistiky v retailovom procese efektívne zásobovanie predajní a zákazníkov, a to najmä z centrálného skladu. Sem smerovali aj naše snahy o optimalizáciu.

## VYŤAŽENOSŤ VOZIDIEL

Oproti roku 2017 sme zvýšili počet navezených paliet do predajní NAY až o 20 %. Tento rast bol prirodzene spôsobený najmä rastom obratu. Avšak optimalizáciou vyťaženia vozidiel sme zvládli tento nárast pri počte návozov, ktoré medziročne stúpili len o 6 %. Pre spoločnosť to znamená výrazne nižšie náklady na každú prevezenú paletu vďaka lepšej vyťaženia vozidiel.

## EXTRÉMNE PREDAJNÉ DNI

Akokoľvek dobre je nastavený logistický proces počas väčšiny roka,

najväčšou zatažkavacou skúškou sú dni, počas ktorých skovovo - zo dňa na deň - niekoľkonásobne stúpnu počty zákazníckych objednávok. Typickým príkladom je Black Friday a predvianočná sezóna.

Tento rok sme preto výrazne investovali do logistických informačných systémov, aby sme stúpajúci nápor z ostatných rokov zvládli aj v tieto dni s dodržaním všetkých logistických príslubov, ktoré dávame zákazníkovi v bežný deň.

sme nové časové okno pre Komfortnú dopravu medzi 17.00 a 20.00 hod. Zákazníci si tak môžu objednať tovar domov aj na večernú hodinu a nemusia si tak brať kvôli prebratiu tovaru dovolenku. Rozšírili sme možnosť dovozu aj o víkendové dni. A napokon sme rozšírili možnosť Komfortnej dopravy aj na balíky do 30 kg. ■

## NOVÉ SLUŽBY

Neostalo však len pri optimalizácii procesov. V roku 2018 sa nám úspešne podarilo rozšíriť dopravné služby pre zákazníkov hneď o tri novinky. Otvorili



**Počet  
návozov**

**+6 %**



**Počet  
navezených  
paliet**

**+20 %**

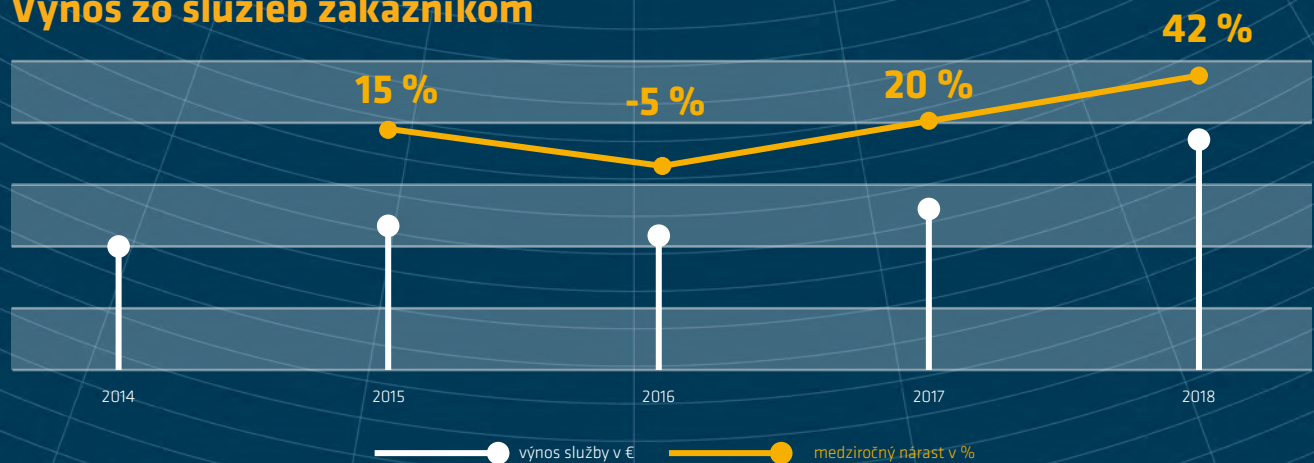
Porovnanie 2018 vs. 2017

# 13

## SLUŽBY V ROKU 2018/2019

V roku 2018 zaznamenali služby rekordný nárast, keď obrat služieb vzrástol až o 27 %. Na jednej strane predaju služieb pomohol nárast predaja tovarov, na druhej to boli zmeny naštartované ešte v minulom roku, kedy sme rozširovali osvedčené služby, doladili procesy, podporili ich komunikačne a zvýšili motiváciu pre predajne.

### Výnos zo služieb zákazníkom



**Michal Halás**  
koordinátor oddelenia služieb zákazníkom

## 63-TISÍC TOVAROM SME PREDĹŽILI ZÁRUKU

Najväčší podiel na úspešnom roku mal predaj predĺžených záruk. Zákazníci si predĺžili záruku na 63 000 tovarov, čo bolo o 17 000 viac ako predchádzajúci rok. Službu Predĺžená záruka sme začali v tomto roku poskytovať pod vlastnou značkou, čo nám otvorilo viac možností pri rozvíjaní tohto typu služby. Napríklad sme zákazníkom dali možnosť predĺžiť si záruku kedykoľvek, hoci aj v posledný deň zákonnej záruky. Urobili sme aj niekoľko úprav v službe Paušál na istotu, ktorý okrem predĺženia záruky ponúka zákazníkom dodatočné benefity. Veľmi dobre sa osvedčil nový Paušál na istotu pre vysávače, ktorý sa okamžite stal najlepšie predávaným paušálom na tovary bielej techniky.

## ZMENY V NÁKUPE NA SPLÁTKY

Rok 2018 bol ovplyvnený predajom našej dcérskej spoločnosť Amico

Finance Poštovej banke. Zmeny, ktoré sme museli vzhľadom na túto zmenu urobiť v spolupráci s novým majiteľom, však prebehli hladko, bez negatívnych dopadov. Napriek neustálemu sprísňovaniu legislatívnych podmienok pri poskytovaní úverov a aj vďaka silnej trojmesačnej kampani VÚB v sezóne, sa nám podarilo s VÚB dosiahnuť porovnateľný objem úverov ako v predchádzajúcom roku.

## DOPRAVNÉ SLUŽBY SME ROZŠÍRILI O VEČERNÉ A VÍKENDOVÉ DORUČENIE

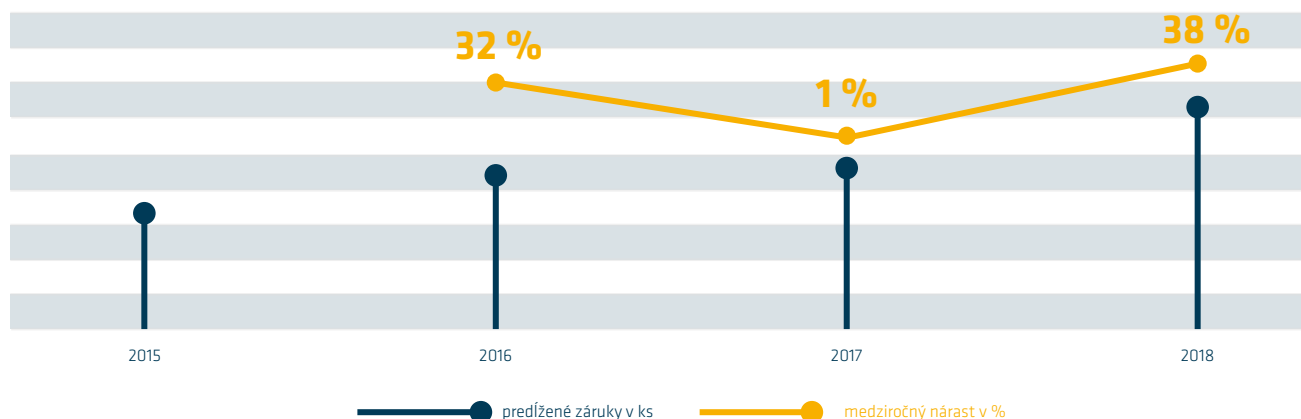
Komfortné doručenie tovaru po celom Slovensku sme vylepšili o možnosť objednať si dodanie tovaru cez víkend alebo počas pracovných dní večer. Zákazníkov tieto možnosti doručenia zaujali a viac ako 20 % ich aj využilo. Väčší záujem mali zákazníci o víkendové doručenie, najmä v satelitných mestách, u zákazníkov, ktorí pravdepodobne dochádzajú do práce aj dlhšie ako hodinu. V takýchto mestách si zvolí pri výbere Komfortnej dopravy víkendové doručenie

od 20 do 30 % zákazníkov, v niektorých dokonca až 50 %.

## NAKALIBROVALI SME 18 000 TELEVÍZOROV

Výborný rok v predaji televízorov bol vynikajúcim rokom predaja služby Kalibrácia TV. V tomto roku sme pre zákazníkov nakalibrovali o 50 % viac televízorov v porovnaní s minulým rokom. Dobrým výsledkom pomohli nové kalibračné sondy, ktoré sú prispôsobené aj na najnovšie modely televízorov, a systém vopred pripravených nakalibrovaných televízorov počas predajných špičiek, ako bol Black Friday a vianočný predaj. Kalibrovaním vopred sme pre zákazníkov skrátili čakaciu dobu pri nákupe, keďže samotná kalibrácia trvá približne 30 minút. ■

## Počet predĺžených záruk



# 14

## MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

Trendy v komunikácii NAY sa v roku 2018 výrazne nemenili, iba zvýraznili. Komunikácia nových služieb, viac online investícií a viac personalizovanej komunikácie.

**PREDĹŽENÁ ZÁRUKA  
KEDYKOL'VEK**

U nás máte čas  
na rozhodnutie až 2 roky.



Pracovné podmienky na NAY.sk

**NAY**  
www.nay.sk

ŽIJEME TECHNIKOU

**DORUČENIE  
VEČER AJ  
CEZ VÍKEND**

Komfortne aj s odvozom  
starého spotrebiča.

Pracovné podmienky na NAY.sk



**NAY**  
www.nay.sk

ŽIJEME TECHNIKOU

**František Vámoši**  
marketingový manažér





## ROZŠÍRENÁ KOMUNIKÁCIA SLUŽIEB

Kým v roku 2017 sme sa sústredili na optimalizáciu mediaplánu a posilnenie komunikácie, v roku 2018 nám pribudli nové služby, ktoré rozšírili strategické komunikačné portfólio NAY. Hlavným produktom a prvoradou konkurenčnou výhodou NAY sú služby, ktoré tvoria základ nadlinkovej komunikácie. V roku 2018 sa rad služieb rozšíril hneď o tri služby, ktoré ďalej posilňujú obraz NAY ako značky, ktorá ponúka najkvalitnejšiu servisnú pridanú hodnotu pre zákazníka.

**1. Možnosť predĺženia záruky kedykoľvek počas záručnej doby**

**2. Komfortná doprava cez víkend**

**3. Komfortná doprava večer**

Predĺžená záruka je jedinečná služba na trhu a uviedli sme ju plnohodnotnou kampaňou, ktorá zahŕňovala všetky mediatypy vrátane televíznej kampaňe. Zároveň s nadlinkovou kampaňou odštartovala automatizovaná adresná e-mailová kampaň, ktorá oslovuje zákazníkov, ktorých produkty sú tesne pred skončením záruky, s ponukou jej predĺženia.

## KRATŠIE A INTENZÍVNEJŠIE TAKTICKÉ KAMPANE

Nižšia flexibilita v príprave a časovaní nadlinkových kampaní v kombinácii s minimálnou časovou odozvou trhu na cenové zmeny spôsobili výrazné zmeny v podobe taktických kampaní. Veľké taktické kampane, ktoré trvajú mesiac, sú stále menej efektívne a trhu začínajú dominovať krátke, ale intenzívne online komunikované cenové akcie.

Ešte v roku 2017 sme uviedli nový formát taktických kampaní „Týždeň so značkou“, prípadne ešte kratší „Víkend so značkou“, kde v spolupráci s dodávateľmi

vieme ponúknuť na kľúčové portfólio značky najlepšie ceny na trhu a zároveň ich veľmi rýchlo, s minimálnymi nákladmi komunikovať zákazníkom.

V roku 2018 prebehlo 15 „Týždňov so značkou“ a dosahujú nárast predaja akciových produktov rádovo v stovkách percent, pričom sú komunikované výhradne online.

## POSOLSTVO VS. MEDIÁLNE NÁKLADY

Nezáleží na tom, aká silná je komunikácia, pokiaľ jej posolstvo nie je pre zákazníka relevantné. Stratégia NAY sústrediť sa v komunikácii stále viac na služby v kombinácii s atraktívnymi krátkymi taktickými akciami priniesla v roku 2018 výsledky. Obrat služieb narástol o 27 %, obrat predaja narástol o 9 %, pričom gross investície pre nadlinkovú komunikáciu klesli o 1,5 %, a to napriek tomu, že v tom istom ukazovateli investície top 8 predajcov spotrebnej elektroniky (vrátane NAY) stúpili až o 38 %. ■

# 15

## FINANČNÉ ZHODNOTENIE ÚČTOVNÉHO OBDOBIA 2018/19

Spoločnosť NAY a.s. hodnotí rok 2018/19 ako veľmi úspešný s ohľadom na dosiahnutý hospodársky výsledok, aj napriek uskutočnenému odpredaju podielu vo svojej dcérskej spoločnosti Amico Finance a. s., ktorý mal jednorazový negatívny dopad na hospodársky výsledok v celkovej výške 925 tisíc €. Spoločnosť naďalej dynamicky investovala v dcérskej spoločnosti NAYTROLABS, s.r.o. s cieľom vyvíjať nové technológie pre posilnenie omnichannelového konceptu predaja.



**PhDr. Zuzana Juríková**  
*finančný manažér*

## TRŽBY

V oblasti tržieb zaznamenala spoločnosť výrazný nárast. Obrat retailu predstavoval rast o 9 %, celkový rast tržieb o 14 %, ktorý bol realizovaný aj vďaka distribúcii tovaru pre dcérsku spoločnosť Electro World, s.r.o. v Českej republike. V sledovanom období pokračovala spoločnosť v expanzii - otvorili sme novú predajňu v Bardejove. Predajňa Tuhovská v Bratislave na Zlatých Pieskoch bola k 20. výročiu svojho otvorenia kompletne modernizovaná, pričom sme vytvorili nový koncept, prostredníctvom ktorého prezentujeme využitie najmodernejších technológií prinášajúcich nový nákupný zážitok pre našich zákazníkov.

## MARŽA

V oblasti marže z predaja tovaru dosiahla spoločnosť nárast o takmer 3 milióny €, na čom má významný podiel vyšší nákup tovaru.

## SLUŽBY

V oblasti služieb zákazníkom zaznamenala spoločnosť viac ako 42 % rast. Hlavným ťahúňom a veľmi obľúbeným produktom sa stala Predĺžená záruka. Služby v oblasti komfortnej dopravy zdvojnásobili svoj výkon oproti minu-

lému roku, čo potvrdzuje pokračujúci vysoký záujem našich zákazníkov o využívanie možnosti výberu vlastného termínu doručenia tovaru.

## PERSONÁLNE NÁKLADY

Personálne náklady spoločnosti medziročne rástli o 14 %. Hlavným dôvodom medziročného nárastu boli legislatívne zmeny v oblasti odmeňovania za prácu počas víkendov a sviatkov. Ďalším dôvodom zvýšenia mzdových nákladov je skutočnosť, že odmeňovací systém spoločnosti je motivačne nastavený tak, aby boli zamestnanci finančne zainteresovaní na vytrvalom a silnom raste v oblasti predaja tovaru a služieb.

## LOGISTIKA

Podiel distribuovaného tovaru z centrálného skladu spoločnosti pre dcérsku spoločnosť Electro World, s.r.o. sa zvýšil z 50 % v predchádzajúcom účtovnom období na približne 60 % podiel v súčasnosti.

## HOSPODÁRSKY VÝSLEDOK

Pred zohľadnením jednorazového negatívneho vplyvu predaja dcérskej

spoločnosti Amico Finance a. s. spoločnosť zlepšila výsledok ukazovateľa EBIT o takmer 1,5 milión €. Celkový hospodársky výsledok spoločnosti sa aj napriek vyššie zmieneným skutočnostiam udržal na porovnateľnej úrovni oproti predchádzajúcemu účtovnému obdobiu vo výške 4,865 milióna € voči komparatívnomu obdobiu 2017/2018, ktorého hospodársky výsledok predstavoval 5,090 milióna €.

V dcérskej spoločnosti NAYTROLABS, s.r.o. vlastní spoločnosť 76 % podiel, pričom očakáva jej významný príspevok v záujme udržania si líderstva na trhu so spotrebnou elektornikou a v raste v oblasti internetového predaja.

Z hľadiska zabezpečovania financovania svojich prevádzkových potrieb spolupracuje spoločnosť s bankovým domom Tatrabanka, a.s. Na svoje prevádzkové účely má spoločnosť poskytnutý úverový rámec v celkovej výške 20 miliónov €, pričom ku koncu sledovaného účtovného obdobia využívala finančné prostriedky vo výške 4,263 milióna €.

Spoločnosť vyplatila svojim akcionárom v účtovnom období 2018/19 dividendy v celkovej výške 2 milióny €. ■

# 16

FINANČNÉ  
VÝSLEDKY

## ZÁKLADNÉ IMANIE

**Základné imanie spoločnosti dosiahlo v účtovnom období 2018/2019 hodnotu 17 000 tis. €** (je tvorené z 1 700 ks akcií v nominálnej hodnote 10 000 €). **Hospodársky výsledok za toto účtovné obdobie predstavuje hodnotu 4 865 tis. €.** O naložení s výsledkom hospodárenia za účtovné obdobie 2018/2019 vo výške 4 865 tis. € rozhodlo valné zhromaždenie spoločnosti tak, že časť čistého zisku po zdanení v objeme 486 tis. € bola použitá na doplnenie zákonného rezervného fondu spoločnosti a zostatok čistého zisku po zdanení v celkovej výške 4 379 tis. € bol preúčtovaný na účet nerozdelený zisk minulých rokov.

## CELKOVÝ MAJETOK

**Celkový majetok spoločnosti dosiahol ku koncu sledovaného účtovného obdobia hodnotu 80 982 tis. €.** Najvyšší podiel na ňom majú zásoby tovaru, ktoré boli v netto hodnote 36 742 tis. €. Zníženie úžitkovej hodnoty zásob bolo zohľadnené vytvorením opravnej položky v hodnote 131 tis. €, čím hodnota opravnej položky ku koncu tohto účtovného obdobia dosiahla sumu 1489 tis. €.

Druhou najväčšou položkou aktív sú krátkodobé pohľadávky v brutto čiastke 19 989 tis. €, z ktorých pohľadávky z obchodného styku predstavujú sumu 19 056 tis. €. Aj keď naša prevažujúca činnosť je maloobchodný predaj, uvedené pohľadávky vznikajú voči dcérskym spoločnostiam, splátkovým spoločnostiam pri nákupe na splátky a voči bankám pri platbe platobnými kartami. Na všetky problémové pohľadávky bola v minulých rokoch vytvorená opravná položka v plnej výške.

## FINANČNÉ ÚČTY

**Finančné účty vykazovali k 31. 3. 2019 stav 3 688 tis. €.** Spoločnosť mala uzatvorenú úverovú zmluvu na možnosť čerpania kontokorentného úveru do výšky 20 000 tis. €. Na konci účtovného obdobia spoločnosť čerpala úver vo výške 4 263 tis. €.

## INVESTÍCIE

**Investície spoločnosti, ktorých účtovná hodnota (brutto) predstavuje 3 428 tis. €,** smerovali prevažne do technického a interiérového vybavenia predajní a softvéru. Z uvedenej čiastky bolo 1 231 tis. € investovaných do softvérového vybavenia a do hmotného majetku sme investovali 2 194 tis. €.

Dňa 23. októbra 2018 spoločnosť uzatvorila dohodu s treťou stranou o odpredaji 69 % podielu vo svojej dcérskej spoločnosti Amico Finance a. s. Predaj podliehal schváleniu regulátora domáceho finančného trhu. Táto transakcia bola realizovaná s negatívnym dopadom na účtovný hospodársky výsledok spoločnosti v celkovej výške 925 tis. €.

Dňa 12. marca 2019 spoločnosť uzatvorila zmluvu o prevode 10 % podielu vo svojej dcérskej spoločnosti NAYTROLABS, s.r.o. Táto transakcia bola realizovaná bez dopadu na hospodársky výsledok spoločnosti. Podiel spoločnosti na základnom imaní dcérskej spoločnosti NAYTROLABS, s.r.o. po predaji časti podielu predstavuje 76 %.

## VÝSKUM A VÝVOJ

Keďže sa spoločnosť zaoberá prevažne maloobchodnou činnosťou, na výskum a vývoj nevynakladala ani v účtovnom období 2018/2019 žiadne výdavky.

## INÉ

Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí.

Spoločnosť neobstarávala v priebehu účtovného obdobia 2018/2019 vlastné akcie.

Činnosť spoločnosti nemá negatívny vplyv na životné prostredie.

## UDALOSTI, KTORÉ NASTALI PO DNI, KU KTORÉMU SA ZOSTAVUJE ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA

Po dni, ku ktorému sa zostavuje účtovná závierka, nenastali také udalosti, ktoré by si vyžadovali zverejnenie alebo vykázanie v účtovnej závierke.

## FINANČNÉ RIZIKÁ

Manažment použil všetky dostupné informácie pri príprave pre posúdenie zníženia hodnoty jednotlivých zložiek majetku. Manažment spoločnosti nie je schopný predpovedať vývoj na finančných trhoch, ktorý by mohol mať dopad na širšie hospodárstvo, a následne aký dopad, ak vôbec, by tento vývoj mohol mať na budúcu finančnú situáciu spoločnosti. Avšak manažment sa domnieva, že vykonal všetky potrebné opatrenia na podporu udržateľnosti a rastu činnosti spoločnosti v súčasných podmienkach, a žiadne položky majetku nejavia známky znehodnotenia, ktoré by bolo nutné zohľadniť v účtovnej závierke. ■

# 17

## ÚČTOVNÉ VÝKAZY

Výkaz ziskov a strát v €	31. 3. 2019	31. 3. 2018
Tržby	319 049 794	279 320 698
Náklady na predaný tovar	256 808 539	223 675 463
<b>Obchodná marža</b>	<b>62 241 255</b>	<b>55 645 235</b>
Výrobná spotreba [spotreba materiálu, energie, služby]	24 598 997	22 763 622
Osobné náklady	25 232 847	22 115 307
Ostatné prevádzkové náklady/výnosy - netto	1 103 907	1 129 184
<b>EBITDA</b>	<b>11 305 504</b>	<b>9 637 122</b>
Odpisy	2 739 319	2 475 465
<b>EBIT</b>	<b>8 566 185</b>	<b>7 161 657</b>
Finančné výnosy	907 567	653 529
Finančné náklady	2 681 014	1 139 348
Hospodársky výsledok pred zdanením	6 792 737	6 675 838
Daň	1 927 671	1 585 072
<b>Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení</b>	<b>4 865 066</b>	<b>5 090 767</b>

## Súvaha v €

31. 3. 2019

31. 3. 2018

<b>Spolu aktíva</b>	<b>80 981 867</b>	<b>83 515 945</b>
Neobežný majetok	19 305 984	22 084 687
Nehmotný dlhodobý majetok	2 737 946	2 975 634
Hmotný dlhodobý majetok	5 575 069	4 684 685
Dlhodobý finančný majetok	10 992 969	14 424 369
Obežný majetok	61 398 458	61 239 084
Zásoby	36 741 884	38 396 580
Dlhodobé pohľadávky	1 101 827	709 267
Krátkodobé pohľadávky	19 867 142	21 490 797
Finančné účty	3 687 605	642 440
Ostatné aktíva	277 425	192 174
<b>Spolu pasíva</b>	<b>80 981 867</b>	<b>83 515 945</b>
Vlastné imanie	29 718 499	26 821 661
Výsledok hospodárenia	4 865 066	5 090 767
Závazky	50 140 017	55 932 457
Rezervy	5 088 840	1 806 763
Dlhodobé záväzky	308 545	95 336
Krátkodobé záväzky	44 742 632	54 030 359
Závazky z obchodného styku	35 975 974	36 865 745
Ostatné pasíva	1 123 351	761 826

# NAY a.s.

SPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDÍTORA  
JÚN 2019



# Správa nezávislého audítora

Akcionárom, dozornej rade a predstavenstvu spoločnosti NAY a.s.:

## Náš názor

Podľa nášho názoru vyjadruje účtovná závierka objektívne vo všetkých významných súvislostiach finančnú situáciu spoločnosti NAY a.s. (ďalej len „Spoločnosť“) k 31. marcu 2019 a výsledok jej hospodárenia za rok, ktorý sa k uvedenému dátumu skončil, v súlade so zákonom č. 431/2002 Z.z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov (ďalej len „Zákon o účtovníctve“).

## Čo sme auditovali

Účtovná závierka Spoločnosti obsahuje tieto súčasti:

- súvahu k 31. marcu 2019,
- výkaz ziskov a strát za rok, ktorý sa k uvedenému dátumu skončil a
- poznámky k účtovnej závierke, ktoré obsahujú významné účtovné zásady a účtovné metódy a ďalšie vysvetľujúce informácie.

## Východisko pre náš názor

Audit sme vykonali v súlade s Medzinárodnými audítorskými štandardmi. Naša zodpovednosť vyplývajúca z týchto štandardov je ďalej opísaná v časti *Zodpovednosť audítora za audit účtovnej závierky* našej správy.

Sme presvedčení, že auditorské dôkazy, ktoré sme získali, sú dostatočným a vhodným východiskom pre náš názor.

## Nezávislosť

Od Spoločnosti sme nezávislí v zmysle Etického kódexu pre účtovných odborníkov, ktorý vydala Rada pre medzinárodné etické štandardy účtovníkov pri Medzinárodnej federácii účtovníkov (ďalej len „Etický kódex“), ako aj v zmysle iných požiadaviek slovenskej legislatívy, ktorá sa vzťahuje na náš audit účtovnej závierky. Splnili sme aj ostatné povinnosti týkajúce sa etiky, ktoré na nás kladú tieto legislatívne požiadavky a Etický kódex.

## Správa k ostatným informáciám uvedeným vo výročnej správe

Štatutárny orgán je zodpovedný za výročnú správu vypracovanú v súlade so Zákonom o účtovníctve. Výročná správa pozostáva z (a) účtovnej závierky a (b) ostatných informácií.

Náš vyššie uvedený názor na účtovnú závierku sa nevzťahuje na ostatné informácie.

---

PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o., Karadžičova 2, 815 32 Bratislava, Slovenská republika  
T: +421 (0) 2 59350 111, F: +421 (0) 2 59350 222, [www.pwc.com/sk](http://www.pwc.com/sk)

The firm's ID No. (IČO): 35 739 347.

Tax Identification No. of PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o. (DIČ): 2020270021.

VAT Reg. No. of PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o. (IČ DPH): SK2020270021.

Spoločnosť je zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, pod Vložkou č.: 16611/B, Oddiel: Sro.

The firm is registered in the Commercial Register of Bratislava I District Court, Ref. No.: 16611/B, Section: Sro.

V súvislosti s auditom účtovnej závierky je našou zodpovednosťou oboznámiť sa s informáciami uvedenými vo výročnej správe a na základe toho posúdiť, či sú vo významnom nesúlade s účtovnou závierkou alebo poznatkami, ktoré sme počas auditu získali, alebo či existuje iná indikácia, že sú významne nesprávne.

Pokiaľ ide o výročnú správu, posúdili sme, či obsahuje zverejnenia, ktoré vyžaduje Zákon o účtovníctve.

Na základe prác vykonaných počas auditu sme dospeli k názoru, že:

- informácie uvedené vo výročnej správe za rok ukončený 31. marca 2019 sú v súlade s účtovnou závierkou za daný rok, a že
- výročná správa bola vypracovaná v súlade so Zákonom o účtovníctve.

Navyše na základe našich poznatkov o Spoločnosti a situácii v nej, ktoré sme počas auditu získali, sme povinní uviesť, či sme zistili významné nesprávnosti vo výročnej správe. V tejto súvislosti neexistujú zistenia, ktoré by sme mali uviesť.

### **Zodpovednosť štatutárneho orgánu za účtovnú závierku**

Štatutárny orgán je zodpovedný za zostavenie a objektívnu prezentáciu tejto účtovnej závierky v súlade so Zákonom o účtovníctve, a za internú kontrolu, ktorú štatutárny orgán považuje za potrebnú pre zostavenie účtovnej závierky, ktorá neobsahuje významné nesprávnosti, či už v dôsledku podvodu alebo chyby.

Pri zostavovaní účtovnej závierky je štatutárny orgán zodpovedný za posúdenie toho, či je Spoločnosť schopná nepretržite pokračovať vo svojej činnosti, za zverejnenie prípadných okolností súvisiacich s pokračovaním Spoločnosti v činnosti, ako aj za zostavenie účtovnej závierky za použitia predpokladu pokračovania v činnosti v dohľadnej dobe, okrem situácie, keď štatutárny orgán má v úmysle Spoločnosť zlikvidovať alebo ukončiť jej činnosť, alebo tak bude musieť urobiť, pretože realisticky inú možnosť nemá.

### **Zodpovednosť audítora za audit účtovnej závierky**

Naším cieľom je získať primerané uistenie o tom, či účtovná závierka ako celok neobsahuje významné nesprávnosti, či už v dôsledku podvodu alebo chyby, a vydať správu audítora, ktorá bude obsahovať náš názor. Primerané uistenie je uistenie vysokého stupňa, ale nie je zárukou toho, že audit vykonaný podľa Medzinárodných audítorských štandardov vždy odhalí významné nesprávnosti, aj keď existujú. Nesprávnosti môžu vzniknúť v dôsledku podvodu alebo chyby a za významné sa považujú vtedy, ak by sa dalo odôvodnene očakávať, že jednotlivito alebo v úhrne by mohli ovplyvniť ekonomické rozhodnutia používateľov, uskutočnené na základe účtovnej závierky.

Počas celého priebehu auditu uplatňujeme odborný úsudok a zachovávame profesionálny skepticizmus ako súčasť auditu podľa Medzinárodných audítorských štandardov. Okrem toho:

- Identifikujeme a posudzujeme riziká výskytu významných nesprávností v účtovnej závierke, či už v dôsledku podvodu alebo chyby, navrhujeme a uskutočňujeme audítorské postupy, ktoré reagujú na tieto riziká, a získavame audítorské dôkazy, ktoré sú dostatočné a vhodné na to, aby tvorili východisko pre náš názor. Riziko neodhalenia významnej nesprávnosti, ktorá je výsledkom podvodu, je vyššie než v prípade nesprávnosti spôsobenej chybou, pretože podvod môže znamenať tajnú dohodu, falšovanie, úmyselné opomenutie, nepravdivé vyhlásenie alebo obídenie internej kontroly.
- Oboznamujeme sa s internými kontrolami relevantnými pre audit, aby sme mohli navrhnúť audítorské postupy, ktoré sú za daných okolností vhodné, ale nie za účelom vyjadrenia názoru na efektívnosť interných kontrol Spoločnosti.

- Hodnotíme vhodnosť použitých účtovných zásad a účtovných metód a primeranosť účtovných odhadov a s nimi súvisiacich zverejnených informácií zo strany štatutárneho orgánu.
- Vyhodnocujeme, či štatutárny orgán v účtovníctve vhodne používa predpoklad nepretržitého pokračovania v činnosti a na základe získaných audítorských dôkazov aj to, či existuje významná neistota v súvislosti s udalosťami alebo okolnosťami, ktoré by mohli významne spochybniť schopnosť Spoločnosti nepretržite pokračovať v činnosti. Ak dospejeme k záveru, že takáto významná neistota existuje, sme povinní upozorniť v správe audítora na súvisiace informácie uvedené v účtovnej závierke alebo, ak sú tieto informácie nedostatočné, sme povinní modifikovať náš názor. Naše závery vychádzajú z audítorských dôkazov získaných do dátumu vydania správy audítora. Budúce udalosti alebo okolnosti však môžu spôsobiť, že Spoločnosť prestane pokračovať v nepretržitej činnosti.
- Hodnotíme celkovú prezentáciu, štruktúru a obsah účtovnej závierky, vrátane informácií v nej uvedených, ako aj to, či účtovná závierka zachytáva uskutočnené transakcie a udalosti spôsobom, ktorý vedie k ich vernému zobrazeniu.

So štatutárnym orgánom komunikujeme okrem iného i plánovaný rozsah a časový harmonogram auditu, ako aj významné zistenia z auditu, vrátane významných nedostatkov v interných kontrolách, ktoré počas auditu identifikujeme.

  
PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o.  
Licencia SKAU č. 161

  
Slovenská komora audítorov  
SKAU  
č. licencie 161  
PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o.

  
Ing. Peter Mrnka, FCCA  
Licencia UDVA č. 975

V Bratislave, 20. júna 2019, okrem časti správy „Správa k ostatným informáciám uvedeným vo výročnej správe“, pre účely ktorej je dátum našej správy 18. novembra 2019.





