

NAY 2015

výročná správa NAY a.s.



OBSAH

01	Stručný profil spoločnosti	4	09	Ciele a priority pre rok 2016 <i>Martin Ohradzenský</i>	20	14	Komentár k finančným výsledkom <i>Roman Kocourek</i>	30
02	Hodnoty spoločnosti	6	10	Vývoj trhu <i>Emil Huraj</i>	22	15	Finančné výsledky	32
03	Organizačná štruktúra	8	11	Omnichannel, nový web nay.sk, nay aplikácie a content <i>Martin Derňar</i>	24	16	Účtovné výkazy	34
04	História	10	12	Úloha služieb, nové služby a NEK <i>Michal Halás</i>	26			
05	Top partneri	12	13	Spoločensky zodpovedné podnikanie <i>František Vámoší</i>	28			
06	Ocenenia	14						
07	Základné čísla, kontakty	16						
08	Predstavenstvo spoločnosti Najdôležitejšie udalosti roku 2015 <i>Peter Zálešák</i>	18						

NAY PROFIL

NAY a. s. je najväčším maloobchodným predajcom spotrebnej elektroniky s trhovým podielom viac ako 20 %.
V roku 2016 oslavuje už 25 rokov na trhu.

Patrí medzi spoločnosti, ktoré inováciami formovali a dodnes formujú podobu maloobchodného trhu na Slovensku. 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 predajniam 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 Amico Finance, a. s.

ELECTRO WORLD

Spoločnosť Nay a. s. dňa 11. augusta 2014 kúpila 100 % obchodné podiely v spoločnostiach **Electro World, s. r. o.** a **Electro World (Slovak Republic), s. r. o.** Dňa 27. 11. 2014 sa uskutočnilo mimoriadne valné zhromaždenie, ktoré rozhodlo o zrušení bez likvidácie dcérskej spoločnosti Electro World (Slovak Republic), s. r. o. ku dňu 1. decembra 2014 jej zlúčením so Spoločnosťou.

amico

Spoločnosť dňa 23. marca 2015 bola jedným zo zakladateľov dcérskej spoločnosti **Amico Finance, a. s.** za účelom výkonu podnikateľskej činnosti najmä v oblasti sprostredkovania a poskytovania úverov a pôžičiek so základným imaním 600 000 €. Spoločnosť mala v dobe vzniku 69 % podiel na základnom imaní dcérskej spoločnosti. V priebehu roka Spoločnosť navýšila svoj podiel v Amico Finance, a. s. na 81 % k 31. 12. 2015. Amico Finance, a. s. bola zapísaná do Obchodného registra 10. apríla 2015.

Spoločnosť NAY a. s. dňa 26. mája 2010 rozhodla o založení dcérskej spoločnosti **Net Sales, s. r. o.** na účely výkonu podnikateľskej činnosti najmä v oblasti internetového predaja so základným imaním 5 000 €, ktorej jediným zakladateľom a spoločníkom je Spoločnosť. Net Sales, s. r. o. bola založená dňa 28. júna 2010 (do Obchodného registra bola zapísaná 27. augusta 2010). Dňa 18. 6. 2015 sa uskutočnilo valné zhromaždenie, ktoré rozhodlo o zrušení bez likvidácie dcérskej spoločnosti Net Sales, s. r. o. ku dňu 1. augusta 2015 jej zlúčením so Spoločnosťou.

02

NAY HODNOTY

FÉROVOSŤ

Pre nás je zákazník dlhodobý klient. Základom dlhodobého vzťahu je férovosť. 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.

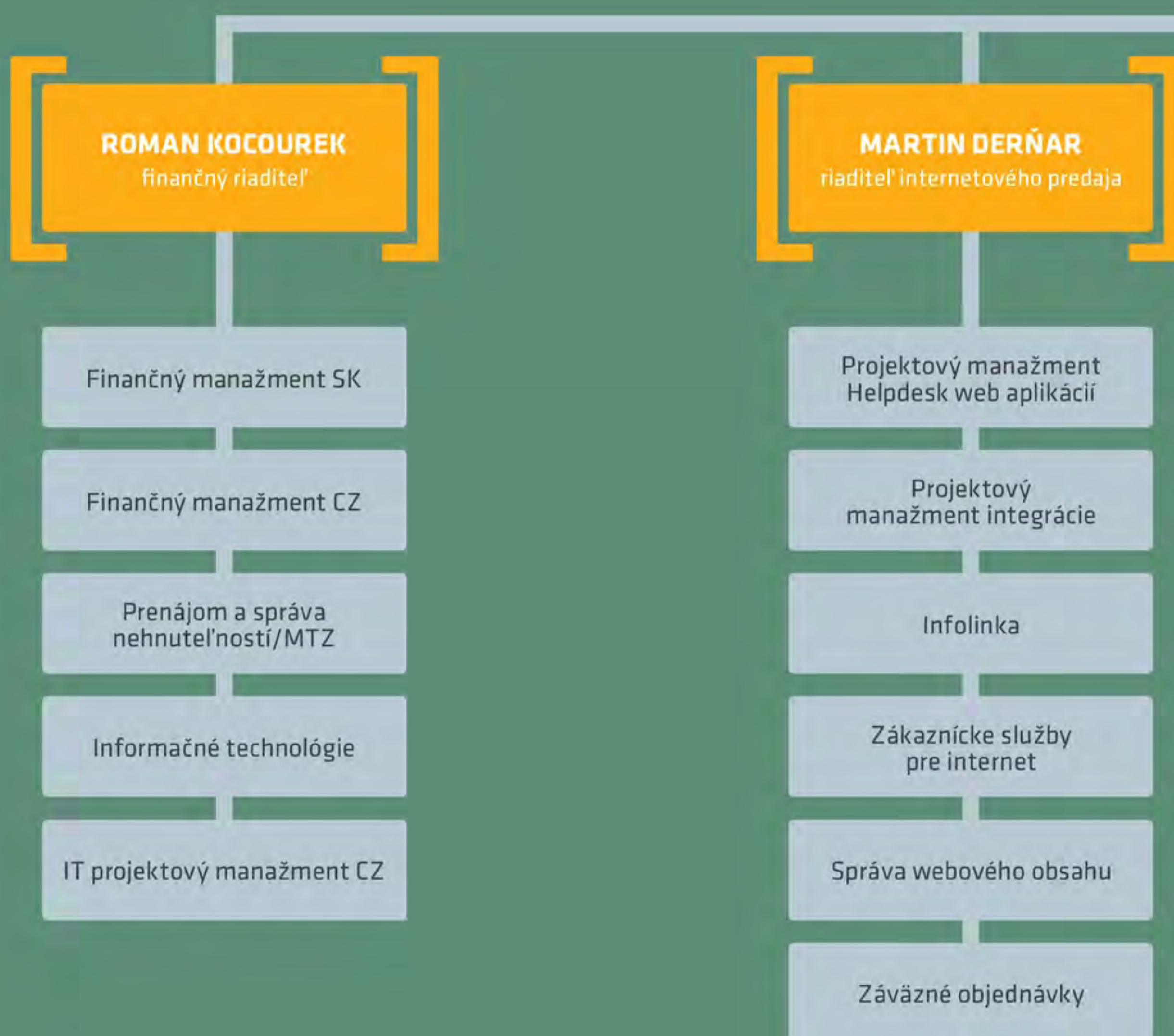
JEDNODUCHOSŤ

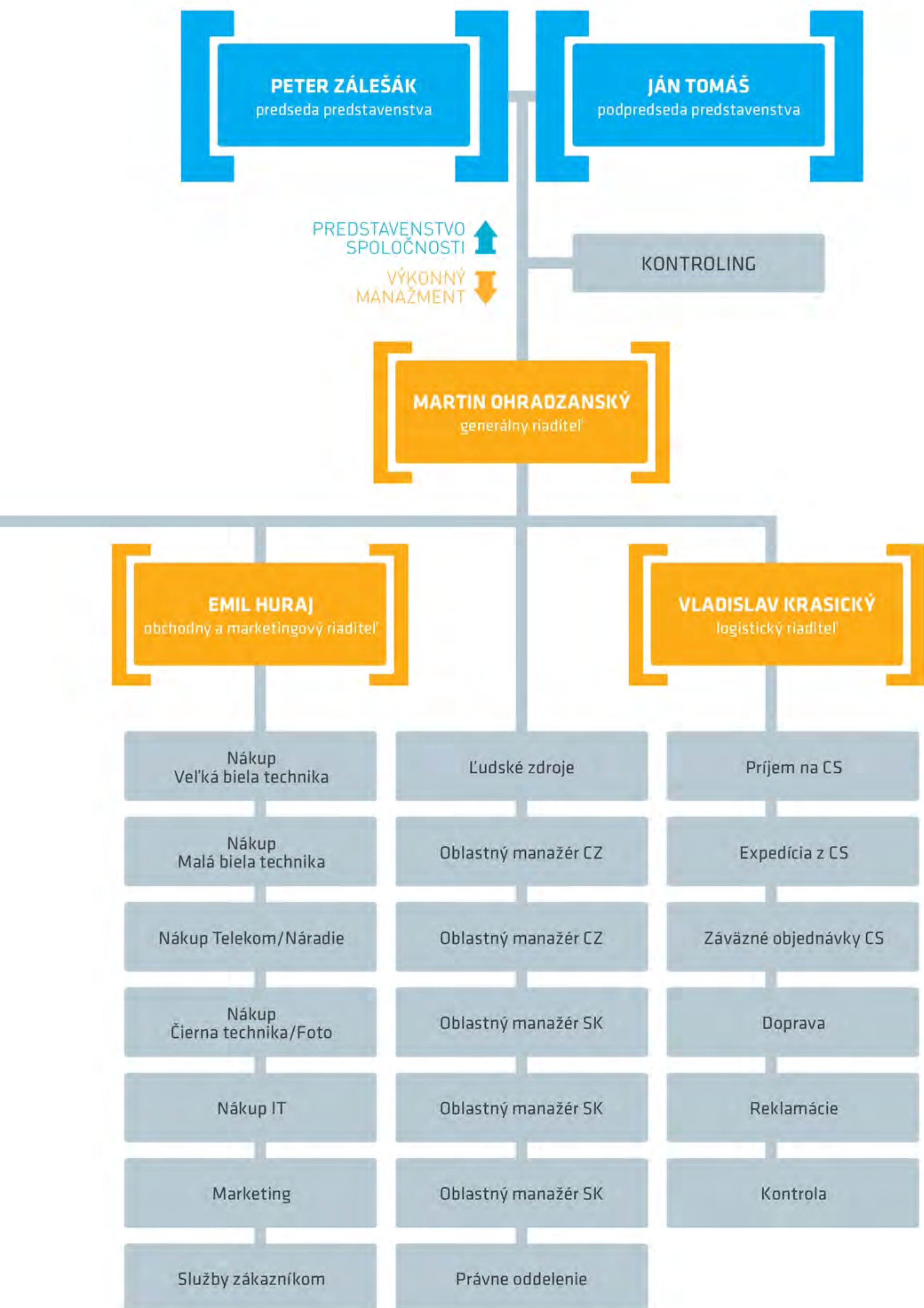
Inšpirovali sme sa technikou. Čím je jednoduchšia na ovládanie, tým je užitočnejšia. Ani u nás nezáleží na tom, aký zložitý proces je v pozadí. Dôležité je, aby bolo pre zákazníka všetko čo najjednoduchšie na vybavenie. Je jedno, či si chce rezervovať tovar, potrebuje finančný produkt alebo rieši reklamáciu.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

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA





NAY HISTÓRIA

2005

Vstup Enterprise Investors

Do spoločnosti investovala americko-pol'ská 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 aj po vstupe investora vlastnili majoritný podiel akcií.

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.

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.

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.

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 50 predajní a 3 e-shopy. Zmena priniesla výrazné úspory času a financií v logistike a zvýšila frekvenciu zásobovania predajní podľa potreby až na dennú.

1991

Založenie NAY

1991 – 1997

Prvý distribútor svetových značiek elektroniky na Slovensku

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

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.

1991 – 1997

Franchising

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

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 NAY stal jasným lídrom v rámci kamenných predajcov elektroniky v SR a ČR.

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.

TOP PARTNERI

acer



ASUS®



BOSCH

Canon



Electrolux

gorenje



Lenovo™



LG



Microsoft

Miele



Panasonic

PHILIPS

SAMSUNG

SONY



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 2015**

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 2015

Cena verejnosti 2015 – 5. miesto

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. Vznikla vo Veľkej Británii a dnes Superbrands Award každoročne oceňuje najlepšie z najlepších značiek v takmer 90 krajinách na piatich kontinentoch.

Superbrands 2013

Superbrands 2014

Superbrands 2015

Superbrands 2016



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

NAY a. s.

obchodný názov

akciová spoločnosť

právna forma

**Tuhovská 15
Bratislava
830 06**

sídlo

+421 2 49 449 449

nay@nay.sk

www.nay.sk

telefón, e-mail, web

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

registrácia

ZÁKLADNÉ ÚDAJE

19 160 700 €

ímanie

32

počet predajní

198 802 753 €

čistý obrat

971

počet zamestnancov

2 344 415 €

zisk

842 208

počet členov lojalitného klubu

1991

rok vzniku

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 a predsedu predstavenstva. 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.



ROK 2015 V SKUPINE NAY

Rok 2015 sa niesol v znamení veľkých zmien, ktoré vyplynuli zo začlenenia spoločnosti Electro World Slovensko a Electro World CZ do skupiny NAY. Po úspešnej akvizícii týchto spoločností v roku 2014 stála pred nami úloha ich integrácie, pričom sme kládli dôraz na využitie znalostí a praktík tej spoločnosti, ktorá bola v danej oblasti lepšia.

Znamenalo to, že sme sa vzájomne učili robiť veci lepšie. Mnoho poznatkov a praktík prevzal tím NAY od Electro World a, naopak, dobre fungujúce procesy NAY sme postupne zavádzali do spoločnosti EW.

Jednou z veľkých výziev bola centralizácia logistiky. Bol uzavretý centrálny sklad EW v Brne a centrálny sklad NAY v Senci pri Bratislave začal obsluhovať aj predajne a internetových zákazníkov v Čechách. Táto zmena priniesla úspory v nákladoch a vzhľadom na lepší logistický systém aj pravidelnejšie a efektívnejšie zásobovanie českých predajní vrátane automatického systému objednávaní tovaru podľa reálneho predaja a potrieb.

Veľkou zmenou prešli aj centrály jednotlivých spoločností, pričom sme okrem bratislavskej centrály NAY zachovali aj pražskú centrálu EW, aj keď v zmenšenej a efektívnejšej podobe. Podarilo sa naplniť náš cieľ, ktorým bolo, aby činnosti, ktoré je

účelné a efektívne centralizovať, boli riadené len z jedného miesta pre celú sieť predajní. Na druhej strane zostali nedotknuté samostatné oddelenia marketingu a obchodu v každom štáte tak, aby výber sortimentu, cenotvorba a reklama zodpovedali potrebám oboch trhov. Top manažment skupiny NAY (riaditelia) zodpovedajú za svoje úseky v oboch štátoch, čo zabezpečuje rovnaký postup a unifikáciu procesov v celej maloobchodnej sieti.

Optimalizovali sme predajnú sieť.

Na Slovensku sme prevzali 4 predajne EW, ktoré sme rebrandovali na predajne NAY. Všetky 4 boli v mestách, kde sme už prevádzkovali jednu alebo viac predajní (Bratislava, Košice a Prešov). Preto sme v roku 2015 v daných mestách optimalizovali počet predajní na počet pred akvizíciou.

NAY v roku 2015 dosiahol rekordné tržby 198 mil. € (bez DPH), čo predstavovalo 19 % nárast oproti predchádzajúcemu roku, pričom k nárastu prispeli najmä nové predajne a dynamicky rastúci internetový predaj. Týmto sme si upevnili pozíciu lídra na trhu, napriek stále rastúcej konkurencii najmä v oblasti internetových predajcov.

Vďaka vyššej efektívnosti a rastu tržieb sme dosiahli i rekordnú EBITDU (5,6 mil. €). Presunom niektorých prebytočných aktív z dcérskych spoločností a vytvoreným ziskom sme

tiež zvýšili vlastné imanie spoločnosti na 22,6 mil. € (pri ZI 19,2 mil. €), čo zvyšuje kredibilitu spoločnosti voči našim dodávateľom, u ktorých sme už ako nadnárodný hráč výrazne navýšili objemy nákupu.

Napriek týmto rekordným číslam si však uvedomujeme, že trh sa výrazne mení a musíme čeliť silnej konkurencii zo strany internetových predajcov.

To je dôvodom rozsiahlych investícií do nášho produkčného a webového systému, kde voči konkurencii stále zaostávame. V EW sme implementovali SAP, pričom sme aj upravili procesy a integrovali ostatné časti IT systému do prostredia SAP. V nasledujúcom roku nás čaká implementácia zostávajúcich častí SAP aj v NAY (centrálny sklad je riadený v SAP už v súčasnosti). Tiež sme nahradili náš web úplne novou verziou, ktorá je dnes spoločná pre všetky naše weby (nay.sk, shoppie.sk a electroworld.cz). V roku 2015 sme do rozvoja IT systémov investovali viac ako 300-tisíc € a budeme v tom pokračovať aj v roku 2016.

Cieľom pre nasledujúce roky je zlepšovať služby, stať sa skutočným „omnichannel“ 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. ■

Ing. Peter Zálešák
predseda predstavenstva

	2011	2012	2013	2014	2015
Tržby spolu bez DPH [tis. EUR]	162 082	154 443	152 620	165 937	198 312
Počet predajní	26	29	31	36	32
Celková predajná plocha [m ²]	35 115	35 605	35 943	43 728	39 568
EBITDA [tis. EUR]	5 545	4 462	3 721	3 748	5 675

CIELE A PRIORITY PRE ROK 2016



Ing. Martin Ohradzanský
CEO NAY a.s.



„Fundamentom dobrého retailu je jednoduchosť nákupu. Každý zákazník si však pod tým dnes predstavuje niečo iné.“

Hlavnou stratégiou spoločnosti NAY je komplexná starostlivosť o zákazníka a jeho dokonalý zážitok z nákupu.

Zážitok, kde všetko funguje nielen podľa očakávaní, ale nad očakávania zákazníka.

Hoci tento cieľ vyzerá veľmi elementárne, až samozrejme, v súčasnej situácii na trhu, keď sú očakávania zákazníkov veľmi individualizované a stále väčšie, je potrebný pre jednoduchosť nákupu, ktorý je fundamentom dobrého retailu, stále komplexnejší a dobre namazaný stroj v pozadí.

V roku 2015 sme urobili v mnohých oblastiach zásadné kroky smerom k tomuto strategickému cieľu, čo sa pozitívne prejavilo aj vo všetkých merateľných ukazovateľoch. A na ktorúkoľvek oblasť sa pozrieme v roku 2016, čaká nás projekt, ktorý myšlienku ďalej rozvíja.

NOVÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM

Asi najzásadnejšou zmenou bude prechod celej spoločnosti na nový obchodno-informačný systém SAP, ktorý nás čaká v horizonte najbliž-

ších rokov. **V roku 2016 plánujeme vytvoriť 24 cieľových konceptov,** ktorých implementácia je plánovaná na začiatok roku 2017.

Nový informačný systém nám umožní vytvárať **automatizované nadstavby a prepojiť dáta, ktoré sa prejavujú v rýchlejších, jednoduchších procesoch** a vďaka nim v zlepšenej obsluhu zákazníka na všetkých úrovniach. Očakávame, že budeme môcť vytvoriť nové služby, výrazne zlepšiť a zrýchliť reklamačné procesy, skvalitniť logistické a dopravné služby, dať do rúk zákazníkom históriu svojich nákupov a manažovanie svojho vernostného účtu. Zároveň očakávame skvalitnenie komunikácie so zákazníkom, či už v podobe infolinky, ktorá bude poznať históriu zákazníka, až po individualizovanú marketingovú komunikáciu a ponuku. Zákazník bude informovanejší, bude si môcť nákup lepšie prispôsobiť a my budeme rýchlejší. Rad projektov je veľmi dlhý a toto sú len niektoré z nich.

NAJBLIŽŠIE PROJEKTY

Už v roku 2016 plánujeme spustiť **nové call centrum** vo Vranove nad Topľou, kde by sme mali centralizo-

vať podporu a pomoc zákazníkom zo Slovenska aj z Českej republiky.

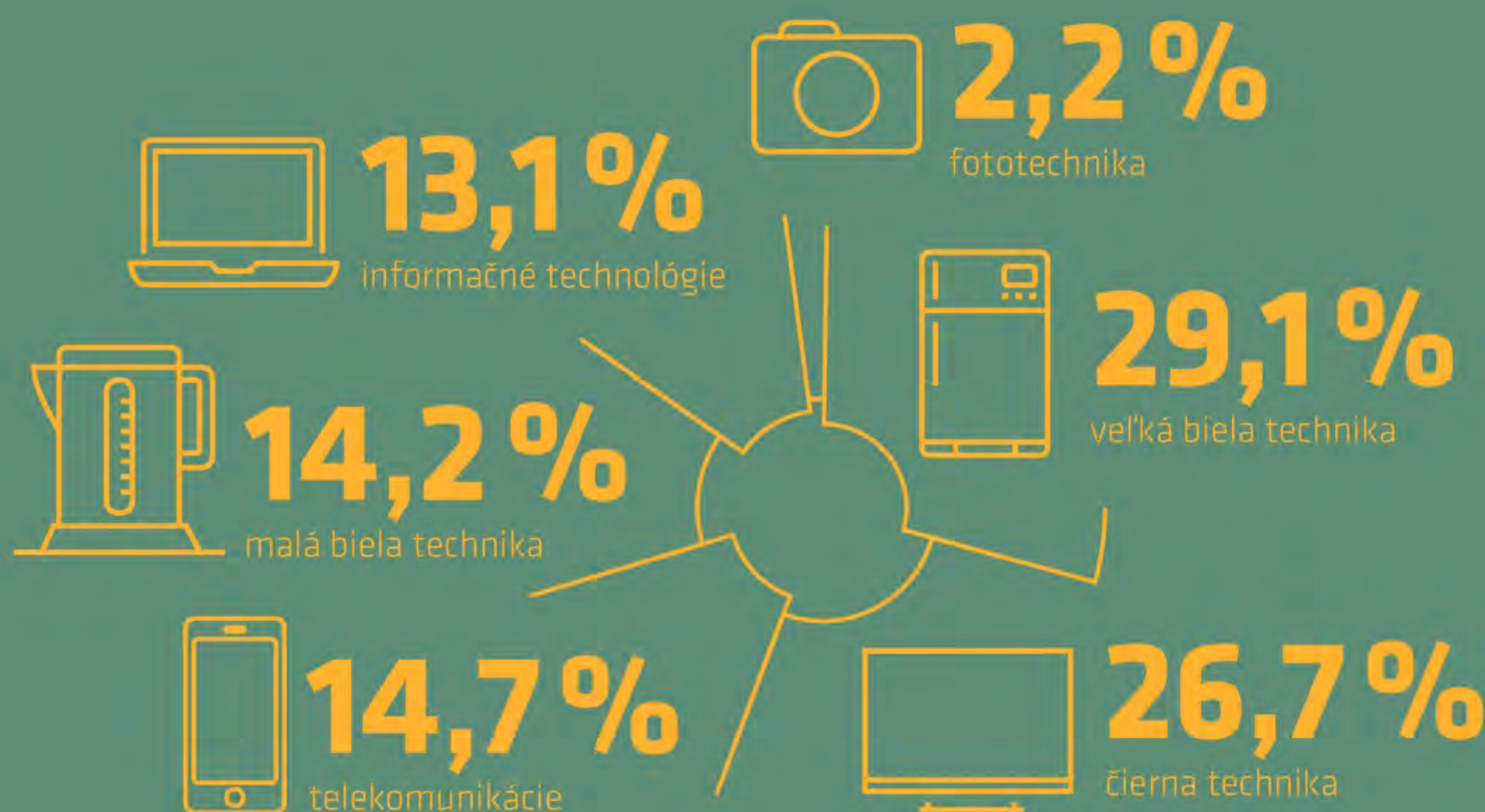
Plánujeme spustiť 2 nové služby – archiváciu bločkov a výmenu reklamovaných tovarov do 30 € v záruke na počkание a zadarmo za nový kus.

Plánujeme zriadiť špecializované pracoviská pre výdaj e-shopových objednávok v predajni pre zrýchlenie a efektívnejšiu obsluhu internetových zákazníkov, ktorí si chcú svoje objednávky vyzdvihnúť v predajni.

Spustiť novú marketingovo-komunikačnú stratégiu, ktorá sa bude sústrediť na pridanú hodnotu pre zákazníka v podobe ponúkaných predajných aj popredajných služieb. ■

VÝVOJ TRHU

Trh v roku 2015 celkovo stúpал a prispelo k tomu hned' niekoľko makroekonomických faktorov ako stúpajúca HDP a priemerná mzda, znižujúca sa inflácia a miera nezamestnanosti.



Emil Huraj
obchodný a marketingový riaditeľ

„Trhový podiel NAY dosiahol v decembri 23,2%.“

Zdroj: Panelmarket GfK 2015

FAKTORY OVPLYVNÚJÚCE TRH

Podľa reprezentatívneho prieskumu GfK mŕňali ľudia viac najmä na vybavenie domácnosti, komunikáciu a kultúru, čo svedčí o lepšej finančnej situácii obyvateľstva a väčšej ochote nakupovať spotrebný tovar.

Veľmi dynamicky sa rozvíjal aj trh realít. Nízke úrokové sadzby na hypotékach stimulovali ponuku a dopyt na realitnom trhu a rok 2015 priniesol nárast počtu začatých aj dokončených bytových jednotiek. Tieto faktory majú priamy vplyv na zvýšený dopyt po elektrospotrebičoch.

V roku 2015 ukázali prieskumy najvyšší index ochoty nakupovať od roku 2011.

VÝVOJ KATEGÓRIÍ

Pri detailnom pohľade na vývoj jednotlivých kategórií sa v roku 2015 potvrdili dlhodobé trendy bez zásadnejších zmien.

V kategórii televízorov, ktoré tvoria najväčšiu časť predaja čiernej techniky, výrobcovia už dlhodobo nedokážu priniesť technológiu, ktorá by vyvolala masívnu potrebu obmeny spotrebičov. Televízory nepodliehajú výraznejšiemu morálnemu zastarávaniu, preto kategória televízo-

rov klesá. K trendu výrazne prispieva aj dlhodobá cenová erózia naprieč trhom.

Nárast naopak zaznamenali kategórie veľkej a malej bielej techniky, najmä v kategórii starostlivosti o telo/krásu, či v kategórii kuchynských spotrebičov. Tu dokážu výrobcovia stále častejšie prinášať profesionálne technológie do spotrebičov na domáce použitie, ktoré boli doteraz dostupné len v komerčných zariadeniach. Zvyšuje sa tak očakávaný štandard vybavenia domácností, čo stimuluje dopyt po nových spotrebičoch. Príkladom môžu byť plnoautomatické, či kapsulové kávovary alebo laserová epilácia.

Masívny nárast zaznamenali mobilné technológie, najmä kategória smartfónov. Spotrebitelia odchádzajú od viazanosti u mobilných operátorov k voľnému trhu. Nové technológie v smartfónoch, ktoré dokážu výrobcovia prinášať každý rok, rezultujú do častejšej obmeny výrobkov. Tento nárast však zároveň spôsobil mierny pokles predaja notebookov a tabletov.

Spomínané trendy sa odrazili aj na zmene poradia podielov jednotlivých kategórií - prvýkrát v histórii nahradila veľká biela technika na čele čiernu techniku a telekomunikačné zariadenia sa dostali na tretie miesto.

KONKURENČNÉ PROSTREDIE

V uplynulom roku opäť rástol podiel predaja cez internet. Slovensko má

v tejto chvíli 31,4 % podiel, čo je po Českej republike už druhý najvyšší podiel online predaja v Európe. Aj preto sme zaznamenali nárast online hráčov na trhu (najmä alza.sk, hej.sk a mall.sk).

Tradiční predajcovia, ktorí dostatočne neposilnili svoju online prítomnosť, preto stagnovali a strácali podiel, prípadne sa presúvali do iných kategórií (Okay a TPD do predaja nábytku).

OČAKÁVANIA OD ROKU 2016

Očakávame, že trend nárastu predaja smartfónov bude pokračovať s nezmenenou dynamikou aj vďaka príchodu, resp. posilneniu čínskych výrobcov.

Trh televízorov dostane pozitívny impulz vďaka športovým udalostiam, ktoré sa v roku 2016 odohrajú: MS sveta v hokeji, ME vo futbale, olympiáda. Najväčší percentuálny nárast očakávame najmä v predaji uhlopriečok nad 50 palcov.

Oživenie si sľubujeme aj od kategórie audio produktov, najmä vďaka slúchadlám a bluetooth prenosným reproduktorom.

Pokiaľ sa podľa predpokladov udržia pozitívne makroekonomické ukazovatele, rok 2016 sľubuje ďalší nárast celkového trhu. ■

OMNICHANNEL

Uplynulý rok 2015 bol pre NAY plný noviniek. Web prešiel zásadnou premenou, rozvinulo sa contentové oddelenie a do života sme uviedli aplikáciu a webkonzolu pre predavačov.



107,14 %

nárast návštevnosti nay.sk
zo smartfónov [2015/2014]



52,56 %

nárast návštevnosti nay.sk
z tabletov [2015/2014]



Martin Derňar
riaditeľ internetového predaja

„Nástup smartfónov v posledných dvoch rokoch akcentoval najväčšiu zmenu zákazníckeho správania od masového rozšírenia internetu pred desiatimi rokmi.“

ROZDIELNE ZARIADENIE, ROVNAKÝ WEB

Bezpochyby najväčšou novinkou je **nový web nay.sk**, ktorý sme úspešne predstavili v januári 2015. Nová stránka nay.sk bola vytvorená v responzívnom dizajne a vyvinutá na báze najnovších technológií HTML5 a PHP.

Redizajn webu je pre každú spoločnosť spojený s očakávaniami zlepšenia výsledkov. S radosťou môžeme potvrdiť, že naše očakávania boli dokonca prekonané. Počas prvého polroku 2015 vzrástla nielen návštevnosť, ale podstatne sme zvýšili aj tempo rastu tržieb a rezervácií na predajniach.

Responzívny dizajn nového webu postavený podľa princípov „Mobile First“ priam raketovo zvýšil návštevnosť z mobilných zariadení. **Nárast návštevnosti zo smartfónov dosiahol vyše dvojnásobok a z tabletov viac ako 50 % oproti roku 2014.** V januári 2016 pristupuje na nay.sk vyše 40 % užívateľov z mobilných zariadení, ktoré sa tak stali hlavným motorom rastu celkovej návštevnosti.

Ešte významnejším faktorom bol nárast konverzného pomeru, v prípade prístupov z mobilných telefónov sa takmer zdvojnásobil. S radosťou môžeme konštatovať návratnosť investícií, ktorú užívateľský úspech responzívneho webu potvrdil už prvý rok prevádzky.

OBSAH JE KRÁĽ

Jednoduchý a dobre prístupný web je bez kvalitného obsahu zbytočný. Nový web priniesol zákazníkom i novú kvalitu informácií vrátane **videoseriálu** k technologickým produktovým novinkám. S mimoriadne pozitívnym ohlasom sa stretli **recenzie produktov** našimi špecialistami, ktoré sme prepojili s názormi reálnych zákazníkov.

Zlepšená informačná architektúra produktových stránok i nákupného košíka sa podpísala pod lepší predaj príslušenstva a služieb predajní a vo výsledku pod už spomenuté nárasty konverzného pomeru, tržieb a marží.

DIGITÁLNA PREDAJŇA

Návštevnosť nového webu nay.sk prekonala v roku 2015 návštevnosť kamenných predajní po prvýkrát výrazným spôsobom, aktuálne je takmer dvojnásobná. To však neznamená, že predajne strácajú svoju opodstatnenosť, práve naopak. Pri tvorbe užívateľského rozhrania nového webu sme dôsledne akcentovali princípy omnichannel a vo výsledku zaznamenali prvý citelný nárast návštev kamenných predajní po vyše 5 rokoch.

Pri tvorbe nového webu sme mysleli aj na našich poradcov v predajniach. Ich znalosti a osobný prístup sú najcennejšou konkurenčnou výhodou NAY voči čisto digitálnej konkurencii. S redizajnom nového webu sme pre-

pojili digitálny a kamenný svet **v našej novej Android aplikácii pre poradcov** vo všetkých obchodných domoch.

Vybavení kvalitnými tabletmi dokázali posunúť poradenstvo pri nákupe a zákaznícky servis na novú úroveň kvality.

Výsledok? **57 % našich internetových zákazníkov preferuje osobných odber v predajni** pred doručením kuriérom alebo výberom v balíkomate.

NA CESTE K OMNICHANNEL

Nástup smartfónov v posledných dvoch rokoch akcentoval najväčšiu zmenu zákazníckeho správania od masového rozšírenia internetu pred desiatimi rokmi. **Bežné nákupné správanie dnes obsahuje rozhodovanie o výrobku na desktope, overenie dostupnosti vybraného produktu na smartfóne cestou z práce a následný nákup v najbližšej obľúbenej predajni.** Schopnosť byť neustále online otvorila úplne nové možnosti prepojenia digitálneho a kamenného sveta retailu. Tento trend je len v počiatočkoch - firma, ktorá ho nebude schopná nasledovať, rýchlo vypadne zo zákazníckej voľby.

Predpokladáme, že budúcnosť je v ešte tesnejšom spojení digitálneho a kamenného nakupovania v jeden neoddeliteľný celok, ktorý prinesie zákazníkovi nielen lepšie ceny a výrobky, ale aj zážitok a radosť z nákupu. Veríme, že NAY je pripravená aktívne sa podieľať na tvorbe tejto budúcnosti spolu s našimi zákazníkmi. ■

ZÁKAZNÍCI VEDIA OCENIŤ DOBRÉ SLUŽBY

Zákazníci v ostatných rokoch pri nákupe tovaru oveľa viac oceňujú, ale aj vyžadujú dodatočné služby. Pre zákazníkov už nebýva najdôležitejším parametrom len cena tovaru, ale rozmýšľajú pri nákupe komplexne, zahŕňajú do rozhodovania pri nákupe aj relevantné služby k tovaru, ich hodnotu a úžitok.

Predajom tovaru teda ešte zďaleka nekončí úloha predajcu. S každým tovarom sú spojené služby, ktoré si využívanie tovaru vyžaduje - doručenie tovaru, jeho inštalácia, údržba a opravy. Preto v ponuke služieb vidíme nástroj na získanie si vernosti zákazníka, odlíšenie sa od konkurencie, ale aj zdroj výnosov.



Michal Halás
koordinátor oddelenia služieb zákazníkom

„Verný zákazník nakupuje viac.“

ŠIROKÉ PORTFÓLIO SLUŽIEB

Každoročne sa snažíme priniesť zákazníkom nové alebo vylepšené služby. Samotné využívanie ponúkaných služieb ukazuje, aké sú dôležité pre zákazníka. Zákazníkom ponúkame široké portfólio služieb, ako sú najmä:

- **Finančné služby** – jednoduché riešenie výhodného financovania, napríklad splátky bez navýšenia (v roku 2015 sme predali na splátky tovar v hodnote 29 mil. €).
- **Služby spojené s dodaním tovaru**, ako je odvoz s vynáškou alebo odvoz starého spotrebiča.
- **Služby rozšírenej ochrany tovaru**, napr. predĺžená záruka, poistenie tovaru (v roku 2015 sme poistili 55 000 ks tovaru), Paušál na istotu alebo okamžitá výmena tovaru do 30 €, výmena alebo vrátenie tovaru do 14 dní.

■ **Inštalácie tovaru** – interné služby ako inštalácia práčky, umývačky, otočenie dvier chladničky, kalibrácia TV, lepenie fólií.

■ **Doplnkové služby** – elektronická archivácia dokladov.

Nové služby, ktoré sme zaviedli v roku 2015:

■ **MoneyGram** – medzinárodné prevody peňazí. Od apríla 2015 bolo uskutočnených 3 300 transakcií v hodnote 2 mil. €.

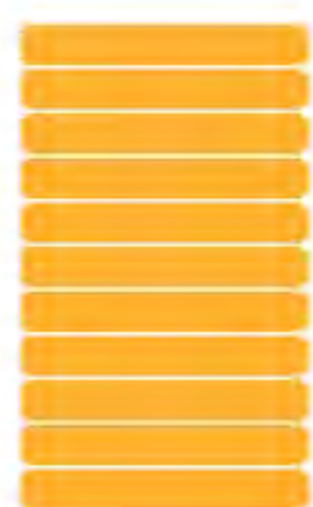
■ **Kalibrácia televízorov**

■ **Lepenie ochranných fólií** na smartfóny

LOJALITA SA OPLATÍ

Už od roku 1999 funguje u nás vernostný **NAY Extra klub**. V roku 2015 mal klub registrovaných viac ako 800 000 členov. Je dôležitou časťou

budovania lojality zákazníkov. Okrem tradičných zliav prináša zákazníkom aj dodatočné služby, ako je **archívovanie dokladov** na účely reklamácií alebo **okamžitú výmenu tovaru do 30 €**, kedy zákazník nemusí čakať na opravu a výmena za funkčný tovar je okamžitá. Zmysel poskytovania vernostných výhod aj napriek súvisiacim nákladom (v roku 2015 sme poskytli zľavy v objeme viac ako 2,5 mil. €) je nepopierateľný. Napríklad **členovia klubu tvoria asi 55 % celkového maloobchodného predaja**. To prináša dodatočný a hlavne opakovný predaj tovaru a služieb. Vďaka vernostnému klubu sme schopní premeniť anonymných zákazníkov na dlhodobých klientov a reflektovať ich individuálne preferencie a požiadavky a ponúkať im služby a tovary cielene. ■



111,99€

priemerný nákup člena
NAY Extra klubu v roku 2015



58,40€

priemerný nákup všetkých
zákazníkov v roku 2015

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Každá firma prirodzene vstupuje nielen do obchodných, ale aj kultúrnych a etických vzťahov krajiny, v ktorej podniká. Aj preto kladieme dôraz na spoločensky zodpovedné projekty, keďže ich vnímame ako náš príspevok do diskusie o našom spoločenskom priestore.



František Vámoši
marketingový manažér

„Spoločnosť formujú aj hodnoty
firiem, ktoré v ňom podnikajú.“

ČISTÍME SLOVENSKO

V roku 2014 sme v spolupráci so spoločnosťou SEWA, a. s. (member of the European Recycling Platform) realizovali prvý ročník akcie **Čistíme Slovensko**. Cieľom akcie bolo umožniť ľuďom na Slovensku bezplatne, jednoducho a ekologicky vyčistiť svoje domácnosti, pivnice a povaly od starých spotrebičov, ktoré skladujú, a nemajú možnosti, čas či prostriedky, aby ich odviezli na spracovanie. Počas akcie im stačilo online nahlásiť svoje spotrebiče a my sme sa spoločne so SEWA, a. s. postarali o ich odvoz a spracovanie vrátane znesenia či vynesenia z ťažko dostupných priestorov. Akcia sa stretla s veľkou odozvou a zapojilo sa do nej **viac ako 3500 domácností zo 705 miest a obcí**. Dohromady bolo počas akcie vyzbieraných a odovzda-

ných až **9 203 spotrebičov** s celkovou hmotnosťou takmer 300 ton.

V roku 2015 prebehol druhý ročník akcie, v ktorom sa do čistenia Slovenska zapojilo ďalších 2 577 domácností z 564 obcí a **vyzbieralo sa 7 956 spotrebičov**.

DOBRÝ ANJEL

Už od roku 2007 podporujeme nadáciu Dobrý Anjel, ktorá pomáha rodinám s nezaopatrenými deťmi, kde je niekto chorý na rakovinu alebo dieťa trpí na inú závažnú chorobu a kde táto choroba dostala rodinu do finančnej tiesne. V súčasnosti podporujeme Dobrého Anjela hneď niekoľkými spôsobmi: **finančne na základe obratu členov nášho lojalitného klubu, umožňujeme zákazníkom zaokrúhliť cenu svojho nákupu a prispieť tak prostredníctvom nás vlastnými prostriedkami a taktiež spotrebičmi**, ktoré putujú do rodín, ktoré ich potrebujú.

NAY V SLOVENSKEJ KULTÚRE

Ako úspešná slovenská spoločnosť dlhodobo podporujeme najmä úspešné a unikátne slovenské kultúrne projekty a značky, ktoré si často získali aj medzinárodnú pozornosť. Najznámejší je **NAY Tanečný dom** - folklórny projekt, ktorý približuje tradičné slovenské tance mladým ľuďom na workshopoch, kde sa ich môžu naučiť a vyskúšať. Tento projekt sa od roku 2006 predstavuje na najúspešnejšom slovenskom hudobnom festivale Pohoda.

Ďalšie takéto významné slovenské projekty, ktoré podporujeme, sú napríklad **Divadelná Nitra** - medzinárodný divadelný festival, **Medzinárodný filmový festival**, festival **Hory a mesto** či **Cirkulart** - festival nového cirkusu. ■

17 159

vyzbieraných a spracovaných starých
spotrebičov v rokoch 2014 a 2015



2014



2015

Čistíme Slovensko

FINANČNÉ ZHODNOTENIE ROKU 2015

Pre spoločnosť NAY bol rok 2015 veľmi náročný s ohľadom na dokončenie postakvizíčných krokov súvisiacich s akvizíciou spoločnosti Electro World v roku 2014, úspešný s ohľadom na reorganizáciu predajnej siete na Slovensku a veľmi úspešný s ohľadom na dosiahnutý hospodársky výsledok.

Roman Kocourek
finančný riaditeľ



TRŽBY

V oblasti tržieb zaznamenala spoločnosť výrazný nárast obratu nielen vďaka novým predajniám Electro World, ale tiež vďaka nárastu na existujúcich predajniach NAY. Obrat LFL dosiahol +4 %, celkový rast tržieb kamenných predajní, e-shopu a veľkoobchodu dosiahol +19 %. Vďaka akvizícii spoločnosti Electro World na slovenskom trhu prišlo k reorganizácii NAY predajní na hlavných trhoch, čiže bratislavskom, košickom a prešovskom trhu, kde sme boli nútení uzavrieť nadbytočné predajne. Na druhej strane sme však v roku 2014 otvorili novú predajňu v bratislavských Boroch.

CELKOVÁ MARŽA

V oblasti celkovej marže sme v absolútnej hodnote dokázali výrazne narásť vďaka vyššiemu nákupu v roku 2015 a navýšiť ju tak o takmer 3 milióny eur.

SLUŽBY

Čo sa týka služieb, sústredili sme sa na poskytovanie nových služieb ako lepenie fólií na telefóny a tablet a na kalibráciu televízorov. Províziu z týchto služieb sme dokázali medziročne takmer zdvojnásobiť.

PERSONÁLNE NÁKLADY

Personálne náklady medziročne rástli, a to najmä v súvislosti s nárastom obchodnej siete, ale tiež vyšším objemom logistiky v centrálnom sklade v Senci, kam sa v priebehu roka 2015 (od 4/2015 do 7/2015) presunula tiež zásoba pre český Electro World. Logistické služby pre dcérsku spoločnosť Electro World v súčasnosti poskytuje spoločnosť NAY.

ZISK

Celkový dopad všetkých uvedených krokov nakoniec vyústil do výrazného navýšenia zisku spoločnosti v porovnaní s rokom 2014 z 1,2 milióna € na 2,3 milióna € v roku 2015.

V oblasti postakvizíčných krokov bola zásadná cezhraničná fúzia NAY s českou spoločnosťou EW NA, s. r. o., ktorá bola zapísaná do Obchodného registra SR dňa 12. 11. 2015, z hľadiska účtovníctva so spätnou účinnosťou k 1. 5. 2015. Išlo o vyčlenenie časti majetku spoločnosti Electro World, konkrétne časti jej mimoprevádzkových aktív, a to na základe rozdelenia spoločnosti Electro World odštiepením so vznikom novej spoločnosti EW NA, s. r. o. V rámci otváracej súvahy spoločnosti Electro World boli do odštiepenej časti vyčlenené všetky

medzipodnikové pohľadávky, finančné investície a časť finančných prostriedkov (mimoprevádzkových), čiže tá časť pracovného kapitálu (mimoprevádzkového), ktorého premenou na cash zaisťujeme likviditu na nákup tovaru na centrálny sklad, čiže nákup zásob pre celú skupinu NAY.

Dokončením tejto cezhraničnej fúzie došlo k navýšeniu základného kapitálu NAY na hodnotu 19 miliónov € a posilneniu celkového vlastného kapitálu.

Ďalším zásadným krokom k reorganizácii skupiny NAY bola fúzia NAY so spoločnosťou Net Sales (100 % dcéra) k dátumu 1. 8. 2015. Došlo tým k zjednodušeniu procesu vo vnútri skupiny pri zachovaní predajného kanálu shoppie.sk.

V neposlednom rade sa spoločnosť NAY podieľala na vzniku spoločnosti Amico (finančné služby) a drží v nej 81 % podiel (k 31. 12. 2015).

V oblasti zaistenia financovania si NAY drží spoluprácu s Tatrabankou, kde poskytnutý úverový rámec vo výške 12 miliónov € na konci roka pravidelne nečerpá.

Spoločnosť NAY vyplatila dividendy v celkovom objeme 500 tisíc € v roku 2015. ■

FINANČNÉ VÝSLEDKY

ZÁKLADNÉ IMANIE

Základné imanie spoločnosti dosiahlo v roku 2015 hodnotu 19 161 tis. EUR (je tvorené zo 17 000 000 ks akcií v nominálnej hodnote 0,17 € a 16 270 700 ks akcií v nominálnej hodnote 1 €).

Hospodársky výsledok za rok 2015 predstavuje hodnotu 2 344 tis. EUR. Na základe rozhodnutia valného zhromaždenia z 28. 6. 2016 bol hospodársky výsledok roku 2015 presunutý do nerozdeleného zisku a bude využitý na ďalší rozvoj spoločnosti.

CELKOVÝ MAJETOK

Celkový majetok spoločnosti dosiahol ku koncu sledovaného roka hodnotu 79 197 tis. EUR. Najvyšší podiel na ňom majú zásoby tovaru, ktoré boli v netto hodnote 35 630 tis. EUR. Zníženie úžitkovej hodnoty zásob bolo zohľadnené vytvorením opravnej položky za 232 tis. EUR.

Druhou najväčšou položkou aktív sú krátkodobé pohľadávky v čiastke 24 570 tis. EUR, z ktorých pohľadávky z obchodného styku sú za 16 584 tis. EUR. Aj keď naša prevažujúca činnosť je maloobchodný predaj, uvedené pohľadávky vznikajú voči dcérskym spoločnostiam, splátko-

vým 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. 12. 2015 stav 9 914 tis. EUR.

Spoločnosť mala uzatvorené úverové zmluvy na možnosť čerpania kontokorentného úveru do výšky 12 000 tis. EUR. Na konci roka spoločnosť žiadny úver nečerpala.

INVESTÍCIE

Investície spoločnosti, ktorých účtovná hodnota (brutto) predstavuje 1984 tis. EUR, smerovali prevažne do technického a interiérového vybavenia predajní a softvéru. Z uvedenej čiastky bolo 709 tis. EUR investovaných do softvérového vybavenia a do hmotného majetku sme investovali 1 276 tis. EUR.

VÝSKUM A VÝVOJ

Keďže sa spoločnosť zaoberá prevažne maloobchodnou činnosťou, na výskum a vývoj nevynakladala ani v roku 2015 žiadne výdavky.

INÉ

Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí.

Spoločnosť neobstarávala v priebehu roku 2015 vlastné akcie.

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. ■

ÚČTOVNÉ VÝKAZY

Výkaz ziskov a strát k 31. 12. 2015 v tis. EUR	2015	2014
	Auditované SAS	Auditované SAS
Tržby	198 312	166 000
Náklady na predaný tovar	154 352	126 521
Obchodná marža	43 961	39 416
Výrobná spotreba [spotreba materiálu, energie, služby]	20 350	19 499
Osobné náklady	17 098	14 871
Ostatné prevádzkové náklady/výnosy - netto	838	1 298
EBITDA	5 675	3 748
Odpisy	2 337	1 910
EBIT	3 338	1 838
Finančné výnosy	175	2
Finančné náklady	327	148
Hospodársky výsledok pred zdanením	3 186	1 692
Daň	842	532
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	2 344	1 160

Súvaha k 31. 12. 2015 v tis. EUR	2015 Auditované SAS	2014 Auditované SAS
Spolu aktíva	79 197	65 235
Neobežný majetok	7 263	7 816
Nehmotný dlhodobý majetok	2 473	2 714
Hmotný dlhodobý majetok	4 157	4 270
Dlhodobý finančný majetok	633	832
Obežný majetok	71 305	57 024
Zásoby	35 630	35 162
Dlhodobé pohľadávky	1 191	1 734
Krátkodobé pohľadávky	24 570	14 464
Finančné účty	9 914	5 664
Ostatné aktíva	629	396
Spolu pasíva	79 197	65 235
Vlastné imanie	22 678	6 261
Výsledok hospodárenia	2 344	1 160
Záväzky	56 278	58 669
Rezervy	1 683	1 400
Dlhodobé záväzky	190	334
Krátkodobé záväzky	54 406	56 935
Záväzky z obchodného styku	49 678	43 946
Ostatné pasíva	241	305

**Správa o overení súladu výročnej správy s účtovnou závierkou
v zmysle § 23 zákona NR SR č. 540/2007 Z.z.
(Dodatok k správe audítora)**

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

Uskutočnili sme audit účtovnej závierky spoločnosti NAY a.s. („Spoločnosť“) k 31. decembru 2015, ku ktorej sme dňa 22. júna 2016 vydali správu nezávislého audítora a v ktorej sme vyjadrili svoj nepodmienený názor v nasledujúcom znení:

Názor

Podľa nášho názoru vyjadruje účtovná závierka objektívne vo všetkých významných súvislostiach finančnú situáciu spoločnosti NAY a.s. k 31. decembru 2015 a výsledok jej hospodárenia za rok, ktorý sa k uvedenému dátumu skončil, v súlade so slovenským zákonom o účtovníctve.

V zmysle zákona NR SR č. 431/2002 Z.z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov sme tiež overili, či informácie, ktoré sú predmetom účtovníctva a sú uvedené vo výročnej správe Spoločnosti k 31. decembru 2015, sú v súlade s vyššie uvedenou overenou účtovnou závierkou.

Zodpovednosť štatutárneho orgánu Spoločnosti za výročnú správu

Štatutárny orgán Spoločnosti je zodpovedný za vyhotovenie, správnosť a úplnosť výročnej správy v súlade so slovenským zákonom o účtovníctve.

Zodpovednosť audítora za overenie súladu výročnej správy s účtovnou závierkou

Našou zodpovednosťou je na základe overenia vyjadriť názor na to, či informácie vo výročnej správe, ktoré sú predmetom účtovníctva, sú vo všetkých významných súvislostiach v súlade s účtovnou závierkou Spoločnosti. Overenie sme vykonali v súlade s Medzinárodnými audítorskými štandardmi. Podľa týchto štandardov máme dodržiavať etické požiadavky, naplánovať a vykonať overenie tak, aby sme získali primerané uistenie, že informácie uvedené vo výročnej správe, ktoré sú predmetom zobrazenia v účtovnej závierke, sú vo všetkých významných súvislostiach v súlade s príslušnou účtovnou závierkou.

Súčasťou overenia je uskutočnenie postupov overujúcich súlad tých údajov vo výročnej správe, ktoré sú predmetom účtovníctva, s účtovnou závierkou. Zvolené postupy závisia od úsudku audítora, vrátane posúdenia rizika významných nesprávností vo výročnej správe, či už v dôsledku podvodu alebo chyby. Pri posudzovaní tohto rizika audítor berie do úvahy internú kontrolu relevantnú pre zostavenie a objektívnu prezentáciu výročnej správy, aby mohol navrhnúť audítorské postupy vhodné za daných okolností, nie však za účelom vyjadrenia názoru na účinnosť internej kontroly Spoločnosti. Údaje a informácie uvedené vo výročnej správe, ktoré neboli získané z účtovnej závierky, sme neoverovali.

Sme presvedčení, že vykonané overenie je dostatočným a vhodným východiskom pre náš názor.

.....
PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o., Karadžičova 2, Bratislava - mestská časť Staré Mesto 815 32,
Slovenská republika

T: +421 (0) 2 59350 111, F: +421 (0) 2 59350 222, www.pwc.com/sk

The company's ID (IČO) No. 35739347.

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 1, pod vložkou č. 16611/B, oddiel: Sro.

The company is registered in the Commercial Register of Bratislava 1 District Court, ref. No. 16611/B, Section: Sro.



Názor

Podľa nášho názoru informácie, ktoré sú predmetom účtovníctva a sú uvedené vo výročnej správe spoločnosti NAY a.s. zostavenej za rok ukončený 31. decembra 2015, sú vo všetkých významných súvislostiach v súlade s vyššie uvedenou účtovnou závierkou.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o.", written in a cursive style.

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ing. Peter Mrnka", written in a cursive style.

Ing. Peter Mrnka
Licencia UDVA č. 975

V Bratislave, 16. decembra 2016

