

NAY 2016

VÝROČNÁ SPRÁVA
NAY A.S.



OBSAH



01	Stručný profil spoločnosti	4
02	Hodnoty spoločnosti	6
03	Organizačná štruktúra	8
04	História	10
05	Top partneri	12
06	Ocenenia	14
07	Základné čísla, kontakty	16
08	Predstavenstvo spoločnosti Najdôležitejšie udalosti roku 2016 <i>Peter Zálešák</i>	18
09	Ciele a priority pre rok 2017 <i>Martin Ohradzanský</i>	20
10	Vývoj trhu v roku 2016 <i>Emil Huraj</i>	22
11	Vývoj e-commerce v roku 2016 <i>Martin Derňar</i>	24
12	Zmeny v logistike <i>Vladislav Krasický</i>	26
13	Služby v roku 2016 <i>Michal Halás</i>	28
14	Nová marketingová komunikácia <i>František Vámoši</i>	30
15	Finančné zhodnotenie roku 2016 <i>Roman Kocourek</i>	32
16	Finančné výsledky	34
17	Účtovné výkazy	36
18	Správa audítora	38

NAY PROFIL

NAY a.s. je najväčším maloobchodným predajcom spotrebnej elektroniky s trhovým podielom viac ako 20 %. V roku 2016 oslavovala NAY už 25. rok svojej existencie.

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. 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 18 predajní. Za rok 2016 dosiahla hodnota tržieb tejto spoločnosti 109 458 tis. € (2 959 092 tis. CZK) a hodnota základného imania predstavovala hodnotu 2 176 tis. € (60 000 tis. CZK).

amico

Spoločnosť NAY a.s. v roku 2015 založila spoločnosť **Amico Finance a. s.** za účelom výkonu podnikateľskej činnosti najmä v oblasti finančných služieb a poskytovania spotrebiteľských úverov na predajných miestach NAY. Spoločnosť v súčasnosti vlastní 69 % podiel na základnom imaní Amico Finance a. s. Hodnota tržieb za rok 2016 bola 2 431 tis. € a hodnota základného imania predstavovala hodnotu 600 tis. €.

NAY HODNOTY

FÉROVOŠŤ

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.

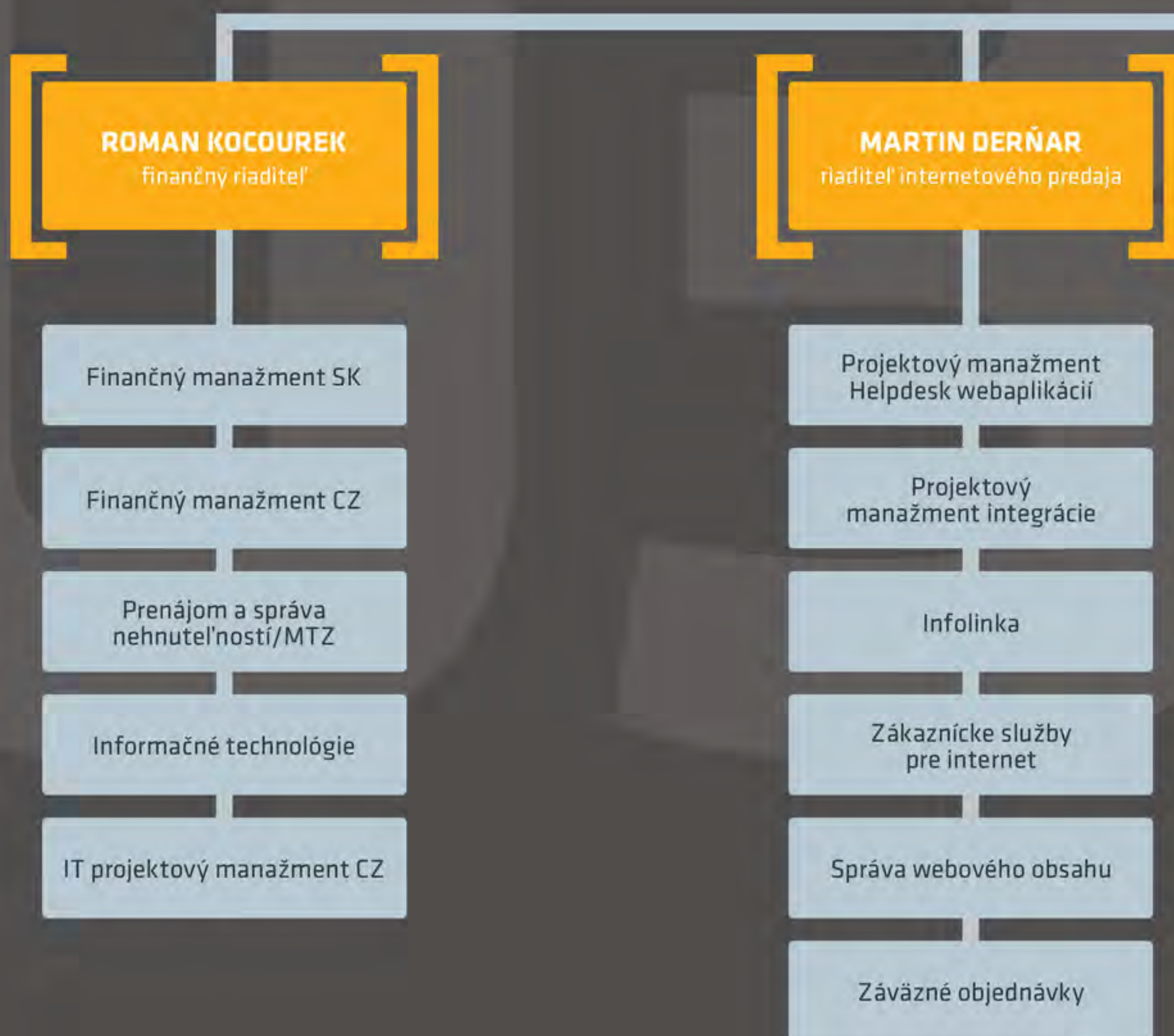
JEDNODUCHOSŤ

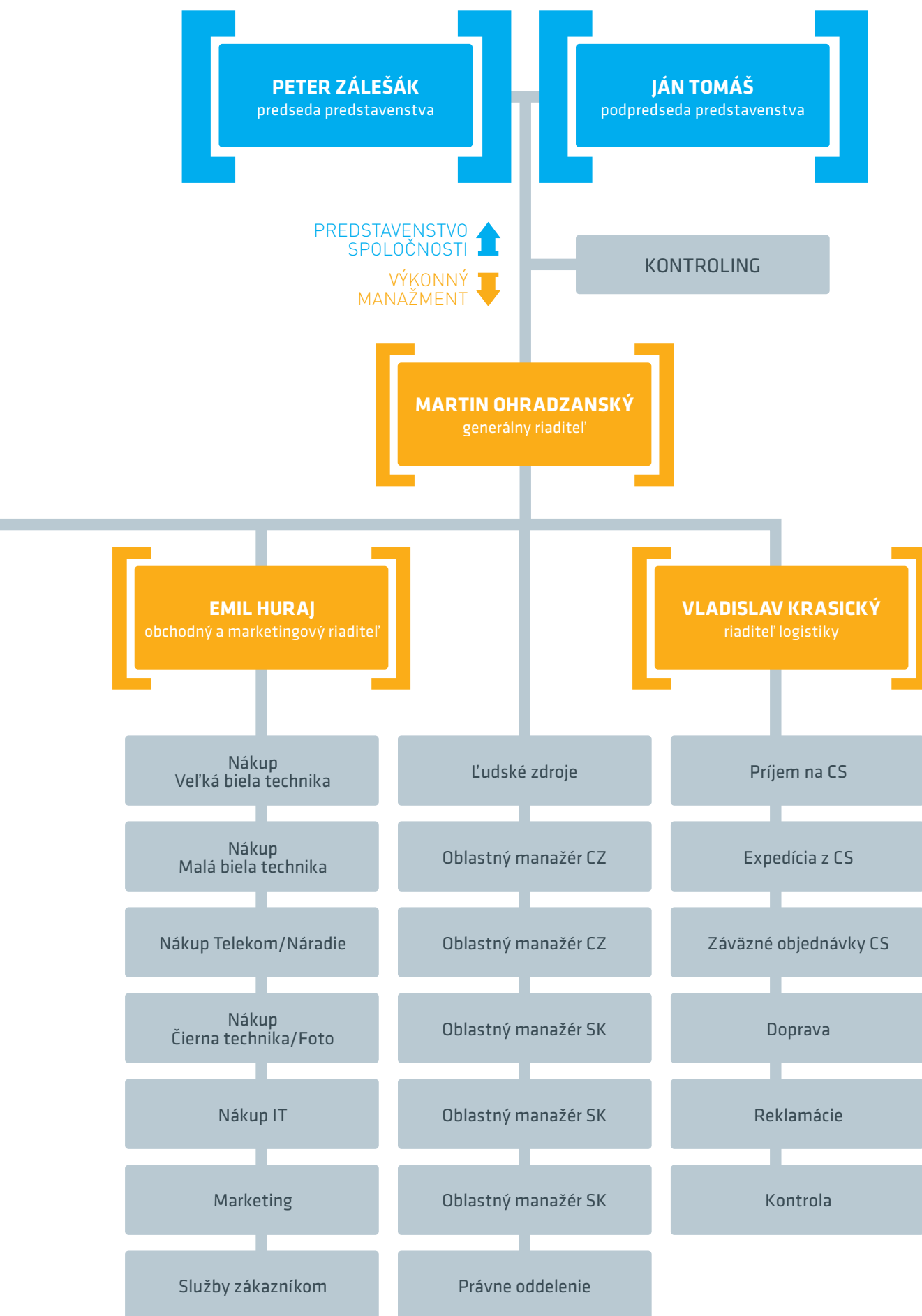
Inšpirovali sme sa technikou. Čím je jednoduchšia na ovládanie, tým je užitočnejšia. Ani u nás nezáleží na tom, aký zložitý proces je v pozadí. Dôležité je, aby bolo pre zákazníka všetko čo najjednoduchšie na vybavenie. Je jedno, či si chce rezervovať tovar, potrebuje finančný produkt alebo rieši reklamáciu.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

1991

Založenie NAY



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.

1999

Vznik NAY Extra klubu

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

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 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.

1991 – 1997

Prvý distribútor svetových značiek elektroniky na Slovensku

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

1991 – 1997

Franchising

Prvý maloobchodný biznis model spoločnosti 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.

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.

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.

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 v Trebišove, vo Vranove nad Topľou a v Humennom a tiež v Rimavskej Sobote. Sieť sa tak rozšírila na 36 predajní NAY na Slovensku.

TOP PARTNERI

acer



ASUS®



Canon



gorenje



Lenovo™



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 **2016**

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

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

Superbrands 2017



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

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

224 242 293 €

čistý obrat

1 007

počet zamestnancov

4 390 916 €

zisk

904 140

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. 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 2016 V NAY

Rok 2016 sa niesol v znamení ďalšieho rastu tržieb (12,7 %) a trhového podielu na Slovensku (trhový podiel na konci roku cca 23 % - zdroj GfK). Nárast tržieb výrazne prevýšil celkový rast maloobchodných tržieb v SR (2,2 % - zdroj SŠÚ). Týmto sme si upevnili pozíciu lídra na trhu, napriek stále rastúcej konkurencii najmä v oblasti internetových predajcov.

K rastu tržieb prispelo okrem medziročného rastu existujúcich predajní najmä otvorenie štyroch nových predajní v Trebišove, vo Vranove nad Topľou, v Rimavskej Sobote a v Humennom. Dvojciferným rastom sa môže pochváliť aj internetový predaj, kde sa nám vo väčšine predajní podarilo vytvoriť odberné miesta pre e-shopové objednávky a zaviesť tak expresný výdaj objednávok do 1 hodiny. Rozšírili sme aj naše Call centrum a vyšli tak v ústrety stále väčšej skupine zákazníkov, ktorí preferujú rýchly nákup bez návštevy predajní.

Vďaka vyššej efektívnosti a rastu tržieb sme dosiahli i rekordnú EBITDU (8,2 mil. €), ktorá nám umožňuje ešte viac investovať do informačných systémov, do pracovného prostredia našich zamestnancov a ich profesionálneho rastu a v neposlednom rade aj do ich odmien.

Napriek týmto rekordným číslam si však uvedomujeme, že trh sa výrazne mení a musíme čeliť silnej konkurencii zo strany internetových predajcov. Podiel internetového predaja elektra v SR dosiahol 32 % a Slovensko je 3. krajinou v Európe s najvyšším podielom internetového predaja (po ČR a Holandsku, priemer 23,1 %). To je dôvodom rozsiahlych investícií do nášho produkčného a webového systému, kde voči konkurencii stále zaostávame. V roku 2016 sme začali s implementáciou SAP, pričom sme aj upravili procesy a integrovali ostatné časti IT systému do prostredia SAP. Začiatkom roka 2017 bude nový

informačný systém v plnej prevádzke. (Centrálny sklad je riadený SAP-om už v súčasnosti.) Tiež sme začali s viacerými projektmi vylepšenia nášho webu a mobilnej aplikácie, ktoré budú pokračovať aj v nasledujúcom roku. (Platí pre nay.sk aj Electroword.cz.)

Cieľom pre nasledujúce roky je zlepšovať služby, dobehnúť naše zaostávanie na internetovom trhu, 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 omnichannelovú spoločnosť. ■

Ing. Peter Zálešák
predseda predstavenstva

CIELE A PRIORITY PRE ROK 2017

Ing. Martin Ohradzanský
CEO NAY a.s.



„Na to, aby bol nákup v retaile jednoduchý, musia byť v spoločnosti dobre vyladené tri oblasti: manažment ľudí, procesy a využívanie moderných informačných technológií.“

Dlhodobou stratégiou spoločnosti NAY je komplexná starostlivosť o zákazníka a jeho dokonalý zážitok z nákupu. Zažiť nákup, kde všetko funguje nielen podľa očakávaní, ale nad očakávania zákazníka, si vyžaduje obrovské úsilie v koordinácii zamestnancov, procesov a moderných technológií.

V roku 2016 sme tvrdo pracovali v mnohých oblastiach, aby sme sa priblížili k tomuto strategickému cieľu, čo sa pozitívne prejavilo aj vo všetkých merateľných ukazovateľoch. Veľké úsilie sme vložili do nastavenia efektívnejších procesov a ich spoľahlivosti, nastavenia a testovania pripravovaného nového informačného systému SAP a systémov prepojených na SAP, ako je napr. systém riadenia rozvozov do domácností, rezervácie v predajni, e-shop alebo elektronické prepojenie s obchodnými partnermi.

OSTRÝ ŠTART NOVÉHO INFORMAČNÉHO SYSTÉMU

V júni roku 2017 nás čaká ostrý štart nového informačného systému SAP, nových procesov a nového odmeňovacieho systému.

Nový informačný systém nám umožní vykonávať rýchlejšie a jednoduchšie procesy, pomocou ktorých zlepšime a zrýchlíme obsluhu zákazníka na všetkých úrovniach. Vďaka tomu plánujeme:

- vytvoriť a skvalitniť služby v oblasti doručenia tovaru zákazníkom domov (možnosť výberu časového okna doručenia), prípravy rezervácie a vyzdvihnutia tovaru v predajni do 60 minút;
- výrazne zlepšiť a zrýchliť reklamačné procesy;
- vložiť do rúk zákazníkom históriu svojich nákupov a manažovanie svojho vernostného účtu.

Zároveň očakávame skvalitnenie komunikácie so zákazníkom od infolinky, ktorá bude poznať históriu zákazníka, až po individualizovanú marketingovú komunikáciu. Zákazník bude informovanejší, bude si môcť nákup viac prispôbiť a my budeme rýchlejší.

Na to, aby sme spomínané ciele dosiahli, musíme mať efektívnu, spoľahlivú a rýchlu administratívu. Preto aj v tejto oblasti budeme v roku 2017 postupne zapájať čo najväčší počet obchodných partnerov do elektronickej výmeny dokumentov (EDI) a našou ambíciou je tiež, samozrejme, dosiah-

nuť v tejto oblasti čo najvyššiu úroveň automatizácie.

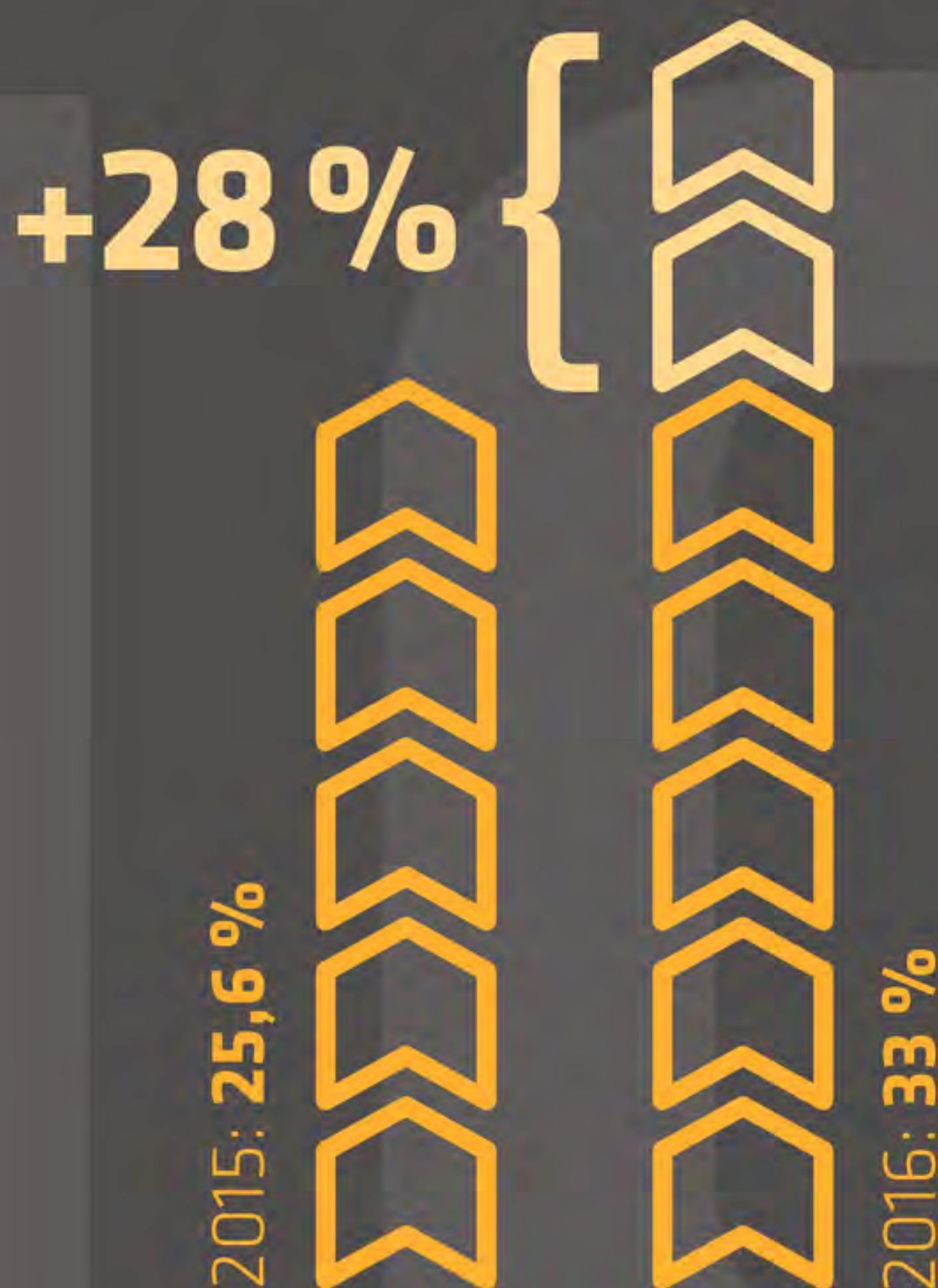
Budeme ďalej pokračovať v osvedčenom projekte z roku 2016 a zriaďovať ďalšie špecializované pracoviská pre výdaj e-shopových objednávok v predajniach pre rýchlejšiu a efektívnejšiu obsluhu internetových zákazníkov, ktorí si chcú svoje objednávky vyzdvihnúť v predajni.

Samozrejme, s meniacimi sa procesmi je potrebné upraviť aj odmeňovací systém predajcov, ktorý ich motivuje dosahovať náš strategický cieľ – jednoduchý nákup a prekročenie očakávaní zákazníka.

Vďaka rozvíjaniu spomínaných oblastí (manažment ľudí, procesy a využívanie moderných informačných technológií) chceme dosiahnuť niekoľko cieľov. Chceme upevniť a obhájiť pozíciu v kamenných predajniach, kde má naša spoločnosť vyše 25-ročnú tradíciu a skúsenosť. Chceme byť silným konkurentom v oblasti predaja cez internet. Predovšetkým však chceme využiť synergiu oboch kanálov a ponúknuť zákazníkovi omnichannel s jednoduchým nákupom a komplexnými službami cez ktorýkoľvek predajný kanál podľa jeho výberu. ■

VÝVOJ TRHU 2016

Slovenský trh so spotrebnou elektronikou v roku 2016 opäť zaznamenal nárast oproti predošlému roku o 8 %, čo je medzi krajinami východnej Európy druhý najvyšší nárast hneď po Rumunsku. V porovnaní so západnou Európou, kde celkový trh zaznamenal pokles, ide o veľmi pozitívny výsledok.



Podiel NAY
na trhu smartfónov

Emil Huraj

obchodný a marketingový riaditeľ



Slovenský 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 bola opäť kategória mobilných telefónov s 22,5 % rastom, následne čierna technika so 14,1 %, malá biela technika s 13,9 %, veľká biela technika so 4,5 %, IT s 2,2 %. Jediná kategória, ktorá zaznamenala prepád, bola foto-technika s poklesom -12,4 %.

TRHOVÝ PODIEL NAY

NAY si posilnila pozíciu vo všetkých sledovaných kategóriách okrem čiernej a fototechniky, kde si udržala trhovú podiel ako v roku 2015. Najväčší nárast zaznamenala NAY v kategórii telekomunikácie, kde narástla v trhovom podiele z pôvodných 25,6 % na 33 %, čo predstavuje rast 28 %. V malej bielej technike (SDA) dosiahla nárast 1 % na podiel 28,5 %, vo veľkej bielej technike (MDA) rast 8,4 % na celkový podiel 23,8 %, v IT rast 5 % na celkový podiel 14,2 %.

Kategória čiernej techniky (CE) zaznamenala slabší výkon oproti očakávaniám. Tie boli vysoké vďaka vysoko sledovaným športovým udalostiam, ktoré akcelerujú predaj - MS v hokeji, ME vo futbale a Letné olympijské hry. Žiaľ, ani jedna z týchto športových udalostí nedokázala zvýšiť predaj TV tak, aby naplnila očakávania výrobcov a predajcov takmer 20 % medziročného rastu. Zákazníci stále nie sú ochotní priplatiť za Ultra HD rozlíšenie, pretože im chýba obsah v tomto rozlíšení. Radšej siahajú po väčších uhlopriečkach vo Full HD rozlíšení v nižšej cenovej kategórii. Ani trend zakrivených obrazoviek, od ktorého si výrobcovia sľubovali zvýšenie priemernej ceny, nepriniesol očakávané ovocie. Predaj takýchto

televízorov je ďaleko za očakávaním. Veľké očakávania, a tým pádom veľké množstvo vyrobených televízorov, spôsobil pretlak zásob ku koncu roka, čo malo za následok ešte väčší prepád priemernej predajnej ceny.

V SDA bol nárast spôsobený kategóriou kávovarov a kategóriou osobnej hygieny. Pri kávovaroch zákazníci z roka na rok investujú do kvalitnejších plnoautomatických prístrojov a v kategórii osobná hygiena NAY výrazne rozšírilo sortiment. V neposlednom rade narástla kategória vysávačov vďaka vyššiemu podielu predaja robotických vysávačov s vyššou priemernou cenou.

V MDA boli opäť najviac rastúcou kategóriou sušičky, ktoré sa už stávajú bežnou súčasťou domácností. Pri prémiových značkách sa dokonca v počte predaných kusov vyrovnávajú práčkam. V kategórii chladenia zaznamenali najväčší rast o 13 % side by side chladničky s integrovaným výrobníkom ľadu. Pri ostatných typoch chladničiek prevládala funkcia NoFrost.

V kategórii mobilných telefónov dominovali podľa očakávaní smartfóny, ktoré v hodnote predstavujú už viac ako 93 % z celkového predaja mobilných telefónov. Zaujímavosťou v tejto kategórii bol mobilný telefón Samsung Note 7, ktorý zaznamenal v niektorých prípadoch samovznietenie a všetky predané kusy museli byť stiahnuté späť od zákazníkov.

MARKETINGOVÉ AKCIE

Asi najväčšie prekvapenie roku 2016 spomedzi marketingových akcií zaznamenal Black Friday, ktorý na Slovensku zatiaľ nebol veľmi známy. Kým v roku 2015 sa do Black Friday zapojilo

iba zopár predajcov na slovenskom trhu, v roku 2016 už prebiehala akcia takmer u každého predajcu na trhu.

Spomedzi štandardných marketingových akcií NAY boli opäť najúspešnejšie splátkové akcie s 0 % navýšením a povianočný výpredaj.

KONKURENČNÉ PROSTREDIE

V uplynulom roku opäť rástol podiel predaja cez internet. Slovensko má v tejto chvíli 31,9 % podiel, čo je po Českej republike a Holandsku tretí najvyšší podiel online predaja v Európe. Aj preto sme zaznamenali nárast online hráčov na trhu (najmä alza.sk, hej.sk a mall.sk).

OČAKÁVANIA ROKU 2017

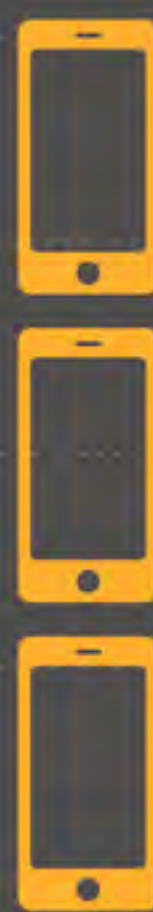
- Nárast kategórie mobilných telefónov – uvedenie vlajkových lodí Samsung Galaxy S8 a iPhone 8
- Nárast trhu OLED technológie – väčšina renomovaných výrobcov prináša na trh OLED TV
- Nárast kategórie robotických vysávačov – očakáva sa rozšírenie portfólia robotických vysávačov u ďalších značiek
- Uvedenie novej kategórie Smart Home – úplne nová kategória využívajúca wi-fi sieť a vzdialený prístup na manažovanie domácnosti. ■

VÝVOJ E-COMMERCE 2016

www.nay.sk

14%

Podiel mobilnej
návštevnosti
2014



33%

Podiel mobilnej
návštevnosti
2016



Martin Derňar
riaditeľ internetového predaja

„Zaznamenali sme vyše polovičný nárast v mobilnej návštevnosti a najmä zásadný nárast konverzného pomeru, ktorý sa viac ako zdvojnásobil.“

OMNICHANNEL NAY

Pozitívny trend rastu všetkých významných ukazovateľov nay.sk pokračoval aj v uplynulom roku 2016. Návštevnosť nay.sk medziročne vzrástla o 13 % na vyše 14,5 mil. návštev, zlepšený konverzný pomer rezultoval v tretinovom náraste objednávok a rezervácií v predajniach.

MOBILE FIRST

Pri redizajne nay.sk v roku 2015 sme počítali s kontinuálnym nárastom v používaní mobilných zariadení a vsadili sme na adaptívny prístup vo webdizajne – Mobile First. Na jeho princípoch sme pokračovali aj pri vývoji nových webových funkcionalít v minulom roku. Zákaznícke správanie nám potvrdilo správnosť zvoleného prístupu.

V roku 2016 sme zaznamenali vyše polovičný nárast v mobilnej návštevnosti a najmä zásadný nárast konverzného pomeru, ktorý sa viac ako zdvojnásobil za ostatné 2 roky. V minulom roku prestali naši zákazníci využívať mobilné zariadenia predovšetkým na získavanie informácií o produktoch a službách, so zlepšovaním použiteľnosti sa smartfón stal plnohodnotným zariadením pre online nákupy.

ODBERNÉ MIESTA A CALL CENTRUM

Príjemný zážitok z nového webu nay.sk však pre spokojný nákup zďaleka nestačí. Zákazníci od nás očakávajú okamžité dovolanie na infolinku i vyzdvihnutie rezervovaného tovaru bez čakania. Po trojnásobnom náraste omnichannel tržieb za posledné dva roky bolo potrebné prebudovať viaceré procesy a investovať do infraštruktúry s cieľom skvalitniť predajné a popredajné služby.

V predajniach sme redizajnovali výdajné miesta pre e-shopové objednávky s cieľom zrýchliť a zlepšiť obsluhu zákazníkov. Výrazne sme investovali do rozšírenia Call centra otvorením nového pracoviska vo Vranove nad Topľou. Vďaka nárastu kapacít sme vianočnú sezónu po prvýkrát zvládli bez nutnosti zapojenia externých call centier a dokázali tak ponúknuť rovnakú kvalitu informácií všetkým volajúcim.

VÝVOJ WEBU

Zaviedli sme online predaj nových typov finančných služieb sesterskej spoločnosti Amico. Ako jediný na trhu ponúkame online predaj produktových služieb kalibrácie televízorov a lepenia fólií k zakúpeným smartfónom. V auguste 2016 sme spustili komfortné doručenie domov s možnosťou online výberu časového

okna a služieb zapojenia či inštalácie dodaných spotrebičov. Viaceré zlepšenia a zjednodušenia užívateľského rozhrania webu uvedieme do života spolu s novým informačným systémom SAP v prvej polovici roka 2017.

CONTENT

V obsahovej stratégii sme posilnili úlohu vlastného videoseriálu NAY Manuál. Obsahové oddelenie sa výraznou mierou podieľalo na pripravovanom nasadení informačného systému a už v júni 2016 prebralo do svojej zodpovednosti celý proces zalistovania a údržby kmeňových dát produktov v SAP.

VÝHLAD DO ROKU 2017

Smartfóny sa počas posledných 3 rokov stali pevnou súčasťou života našich zákazníkov. Ich masové rozšírenie postupne posilňuje trend nástupu smart zariadení do domácnosti, tzv. Smart Home. Predpokladáme, že dosiahnutý technologický pokrok v strojovom učení „machine learning“ už v blízkej budúcnosti prinesie celkom nové produkty a tým overeným dodá novú, prívetivú tvár. Budeme pripravení, aby to pre NAY prinieslo nielen nové trhové príležitosti v predaji smart riešení pre domácnosť, ale aj upevnilo našu pozíciu lídra v retailových inováciách na slovenskom trhu. ■

ZMENY V LOGISTIKE

Kvalitná logistika je hlavným pilierom moderného retailu. V roku 2016 preto patrila optimalizácia logistiky medzi priority spoločnosti. Ide o kontinuálny proces, kde aj do budúcnosti chceme neustále absorbovať a zapracovať najnovšie technológie.

Vladislav Krasický
riaditeľ logistiky



„Zvýšili sme výkonnosť logistického centra o 50 % a vyťaženosť vozidiel o 20 %.“

HLAVNÉ OBLASTI ZLEPŠENIA

V roku 2016 sme pristúpili k množstvu organizačných zmien, investícií a optimalizačných procesov, ktoré priniesli zlepšenia naprieč celou logistikou, ale aj v súvisiacich oblastiach.

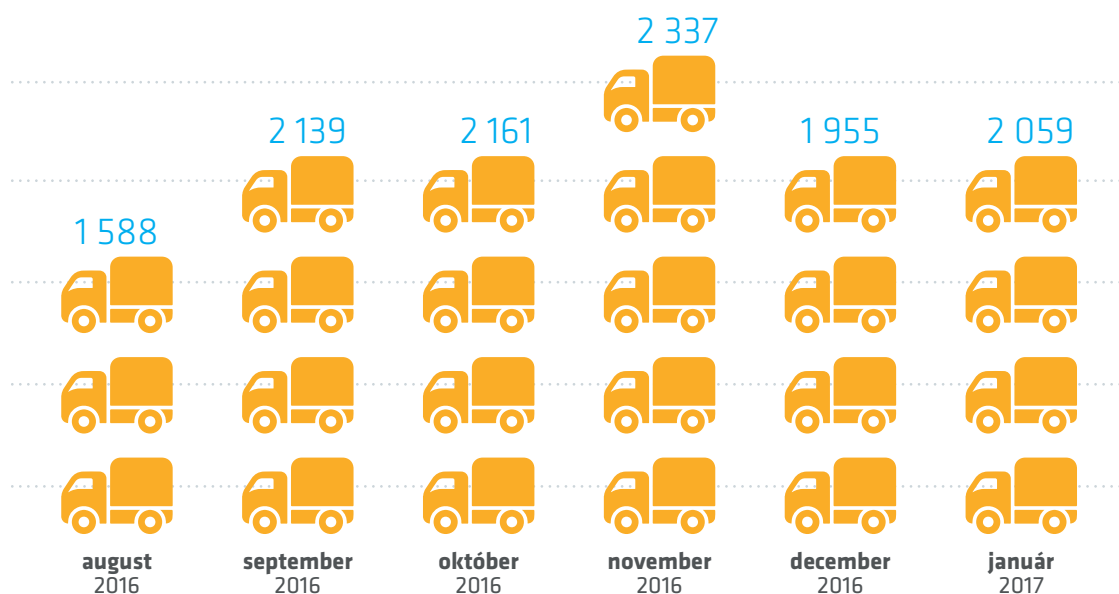
- Plánovanie dopravy je výrazne efektívnejšie oproti roku 2015.
- Skrátili sa prejazdy pri kompletizácii tovaru.
- Zvýšila sa výkonnosť logistického centra o 50 %.
- Znížil sa čas prípravy tovaru pre zákazníkov.
- Implementovali sa zmenové požiadavky v informačnom systéme SAP.
- Zvýšila sa intenzita vstupnej a výstupnej kontroly.
- Zvýšila sa vyťaženosť vozidiel o 20 %, čo prinieslo zníženie nákladov na logistiku.
- Investovalo sa do manipulačnej techniky v celkovej hodnote 440-tisíc €.
- Zaviedla sa nová služba Komfortná doprava domov, ktorá ponúka komplexný dopravný servis zákazníkom vrátane dopravy vo vybraný deň a čas, vynášky, odvozu starého spotrebiča a obalových materiálov a inštalácie.
- Zlepšilo sa zabezpečenie v predajniach, čím sa znížil počet pokusov o vstupy do predajní o 70 % oproti roku 2015. Celkové stratné sa znížili v predajniach aj v centrálnom sklade.

PLÁN NA ROK 2017

V roku 2017 nás čaká sťahovanie do väčšieho distribučného centra,

pretože doterajšia kapacita 19-tisíc m² už nepostačuje. V nových priestoroch budeme mať k dispozícii až 26-tisíc m². Do nového distribučného centra budeme sťahovať aj reklamačné logistické centrum (HUB), čo umožní zákazníkom skrátiť čas potrebný na vybavenie svojej reklamácie. Otvoríme tiež výdajné miesto v distribučnom centre, kde si budú môcť zákazníci tovar vyzdvihnúť už do 3 hodín od objednania.

V organizačnej štruktúre plánujeme ďalšie zmeny pre jednoduchší a efektívnejší manažment nášho distribučného centra. V neposlednom rade sa chceme viac približovať zákazníkovi, a preto počas nasledujúceho roka sprístupníme našim zákazníkom aj dopravné služby, ktoré boli v roku 2016 v štádiu príprav. Ide najmä o vynášku menších zásielok až do bytu a doručenie cez víkend, konkrétne v sobotu. Obe služby sú plánované ešte v prvom polroku 2017. ■



Objednávky Komfortnej dopravy

SLUŽBY 2016

Pri vytváraní novej služby si vždy kladieme otázku, aký druh služby zákazníci skutočne ocenia a využijú. Ako im môžeme uľahčiť výber tovaru, jeho používanie, údržbu či opravu?

Hoci je každý z nás zároveň spotrebiteľom, neriadime sa naším subjektívnym pohľadom.

Hľadáme odpovede priamo u zákazníkov pomocou kvantitatívnych aj kvalitatívnych prieskumov, ktorých výsledky nám pomáhajú vytvárať relevantné služby.

**Reklamácie do 30 €
vybavujeme bez čakania.**

5 774 za 12 mesiacov fungovania 4/2016 - 3/2017

**Odkladáme všetky
pokladničné doklady
za zákazníkov.**

724 032 dokladov za rok 2016



Michal Halás

koordinátor oddelenia služieb zákazníkom

„Verný zákazník by mal mať u nás vždy viac výhod a lepšie podmienky ako nový zákazník.“

Zároveň sa snažíme sústrediť najmä na našich verných zákazníkov a hľadať benefity a služby, ktoré budú pridanou hodnotou za ich vernosť. Riadime sa jednoduchým pravidlom: Verný zákazník by mal mať u nás vždy viac výhod a lepšie podmienky ako nový zákazník a nie naopak. Vidíme nášho verného zákazníka skôr ako klienta, o ktorého sa dlhodobo staráme a ktorý sa na nás môže spoľahnúť nielen pri nákupe, ale aj po ňom.

V roku 2016 sme priniesli 2 nové služby, ktoré v prieskumoch ocenili zákazníci najviac a zároveň sú synergické s našim lojalitným klubom a filozofiou prístupu k verným zákazníkom. Vďaka týmto dvom službám to majú naši zákazníci opäť u nás o niečo jednoduchšie v porovnaní s našou konkurenciou.

ARCHIVUJEME BLOČKY Z NÁKUPOV V PREDAJNIACH

Pri nákupe v e-shope už považujeme dnes do istej miery za samozrejmosť, že naše nákupy sú archivované, môže-

me sa na ne spätne pozrieť. V predajniach však takáto služba nie je obvyklá a roky po nákupe často nie je jednoduché nájsť či prečítať pôvodný pokladničný bloček.

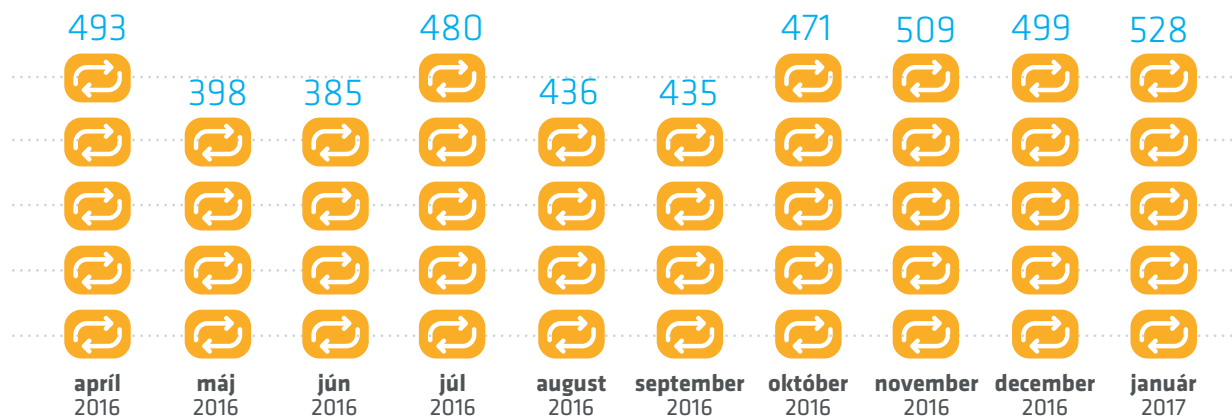
Členom nášho NAY Extra klubu od roku 2016 archivujeme doklady zo všetkých nákupov na 6 rokov. Doklady tak nemusia odkladať a hľadať v prípadoch, ak ich potrebujú na vybavenie záručnej reklamácie, uplatnenie predĺženej záruky alebo výmeny tovaru. Stačí, ak pri nákupe použijú svoju klubovú kartu NAY Extra. Ak ju pri nákupe zabudli predložiť, môžu si do 3 mesiacov od nákupu požiadať o dodatočné priradenie dokladu ku klubovej karte.

ZÁKAZNÍK NEMUSÍ ČAKAŤ NA OPRAVU TOVARU DO 30 €

Pri záručných reklamáciách má zákazník zo zákona nárok na opravu výrobku do 30 dní. My dávame zákazníkovi možnosť vymeniť reklamovaný tovar do 30 € za úplne nový, a to okamžite.

Zákazník tak nemusí čakať prípadne až mesiac, kým mu tovar v servise opraví. To je užitočné najmä pri lacnejších produktoch, ktoré používame každodenne. Byť 30 dní bez varnej kanvice je nepohodlné a kupovať si na pár týždňov novú sú zbytočne vyhodené peniaze. U nás zákazník prinesie starú pokazenú kanvicu, ktorá je ešte v záruke, a hneď odchádza s novou.

Takýto tovar vymeníme kedykoľvek do dvoch rokov počas záručnej doby. Reklamovaný tovar stačí priniesť do predajne s dokladom alebo len s klubovou kartou NAY Extra. Výmena sa pritom vzťahuje na všetky poruchy, ktoré spĺňajú podmienky záručnej reklamácie. ■



Okamžitá výmena do 30 €

NOVÁ MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

Každá sieť predajní spotrebnej elektroniky predáva tie isté produkty, akurát s rozdielnou cenou. Ale len zdanlivo. Skutočným produktom sú dodatočné služby, odbornosť personálu, predajne a ich lokalita. Na tieto produkty sa sústredila v roku 2016 komunikácia značky NAY.

František Vámoši
marketingový manažér



25 ROKOV A NOVÉ LOGO

V roku 2016 sme upravili logo NAY, aby lepšie reflektovalo súčasnú stratégiu spoločnosti. Z loga zmizol Elektrodom, ktorý viazal NAY skôr ku kamennému predaju, a vystriedala ho internetová adresa www.nay.sk, ktorá sa stala súčasťou loga. Táto zmena vyjadruje už niekoľko rokov fungujúcu omnichannelovú stratégiu spoločnosti, kde sa webová stránka stala hlavnou vstupnou bránou aj do kamennej predajne.

Spoločnosť NAY zároveň oslavovala v uplynulom roku 25 rokov od svojho vzniku a v komunikácii sa tagline „Žijeme technikou“ prirodzene rozšíril na „25 rokov žijeme technikou“.

NOVÁ KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA

Neostalo však len pri zmenách v logu. V apríli 2016 sme odštartovali nový komunikačný koncept, ktorý sa sústreďí na vlastné produkty značky, ktoré ju odlišujú a sú unikátne. Tactic-

ké kampane a komunikácia akciových produktov sa nestratili, ale hlavný komunikačný priestor dostali najmä služby, predajcovia a lojalitný klub. To, čo robí NAY lepšou a unikátnou v porovnaní s ostatnými.

Postupne prišli na rad v komunikácii:

- výmena produktov do 30 € ihneď a zadarmo pri záručnej reklamacii (pre členov NAY Extra klubu),
- archivácia bločkov nielen z e-shopu, ale aj z predajni (pre členov NAY Extra klubu),
- doprava s vynáškou zadarmo (pre všetkých zákazníkov),
- rezervácia tovaru v predajni do 1 hodiny (pre všetkých zákazníkov).

NOVÝ KOMUNIKAČNÝ KONCEPT

Nové poslanstvo si vyžiadalo aj zmenu v kreatívnom koncepte. Kreatívne riešenie sa snaží pozrieť na dané služby

očami zákazníka a ukázať ich užitočnosť cez príbeh. Uviedli sme príbehy zákazníkov, ktorí danú službu nevyužívajú, aby sme ukázali, o čo je nakupovanie elektroniky bez nej zložitejšie. Príbehy dorozprávajú predajcovia NAY, ktorí vystupujú aj v printoch.

Kreatívne riešenie si vyžiadalo zmenu aj v mediámixe. Väčší priestor dostali najmä formáty, ktoré dovoľujú rozprávať príbeh. Výrazne viac sme preto oproti roku 2015 investovali do televíznych spotov, online videa a rozhlasových spotov. Komunikačný koncept sa stretol s veľmi dobrou odozvou ako u zákazníkov, tak aj u odbornej verejnosti. Najdôležitejší je však stabilný rast nových služieb, ktoré boli týmto konceptom uvedené na trh. ■



FINANČNÉ ZHODNOTENIE ROKU 2016

Rok 2016 môžeme jedným slovom
charakterizovať ako úspešný.

Roman Kocourek
finančný riaditeľ



„NAY dosiahla najlepší hospodársky výsledok od finančnej krízy v roku 2008.“

TRŽBY

Čo sa týka maloobchodných tržieb, medziročne v LFL sme dosiahli 7,6 % rast. Rast dosiahli všetky regióny Slovenska. Celkový rast maloobchodných tržieb 9,7 % bol dosiahnutý otvorením predajní na východe Slovenska v druhej polovici roka 2016 po ukončení prevádzky spoločnosti expert SK, k. s. na slovenskom trhu a prevzatím ich predajní spoločnosťou NAY.

V oblasti veľkoobchodných tržieb sme takmer zdvojnásobili obrat, najmä vďaka rozšíreniu veľkoobchodného tímu, aktívnemu predaju a vyhľadávaniu zákazníkov.

Internetový predaj v medziročnom porovnaní zaznamenal rast 19 % a mierne predbehol rast trhu.

CELKOVÁ MARŽA

Celková marža sa vďaka objemu nákupu a predaja zvýšila približne o 4 milióny € a celková percentuálna marža zaznamenala mierny rast.

SLUŽBY

V oblasti predaja služieb sme zaznamenali prvýkrát pokles na províziách

za splátky, spôsobený najmä legislatívnymi zmenami rozširujúcimi povinnosť overovať klienta v bankovom registri a prísnejším vyhodnocovaním kritérií bonity zákazníkov. Napriek tomu sa nám však podarilo tento schodok čiastočne nahradiť produktami predĺženej záruky a poistenia voči náhodnému poškodeniu, najmä vytvorením atraktívneho balíka služieb (pri výbere predĺženej záruky možnosť získať splátky s nulovým navýšením), zmenou partnera v 2. kvartáli 2016 a upravenou cenotvorbou. Produkty kalibrácie televízorov a lepenia fólií, ako aj Moneygram spustené v 2. kvartáli 2015 sa udomácnili v našej ponuke a celý rok 2016 zvyšovali svoj podiel na obrate služieb.

PERSONÁLNE NÁKLADY

Nárast personálnych nákladov bol spôsobený najmä rastom v oblasti maloobchodného predaja v súvislosti s prevádzkou nových predajní.

ZISK

Ak sa pozrieme na EBITDA ukazovateľ, dosiahli sme medziročné navýšenie o takmer 2 milióny €. Čo sa týka hospodárskeho výsledku, spoločnosť NAY dosiahla najlepší výsledok od finančnej krízy v roku 2008.

INVESTÍCIE

V oblasti investícií sme celkovo preinvestovali cez 3 milióny €, najmä do modernizácie predajní, prípravy bývalých predajní Electro World SK na otvorenie pod značkou NAY, prechodu spoločnosti na SAP, nákup manipulačnej techniky do centrálneho skladu.

Spoločnosť NAY ako jediný spoločník spoločnosti Electro World rozhodla v priebehu roka 2016 o poskytnutí príplatku mimo základný kapitál vo výške 189,8 miliónov CZK a následne vo februári 2017 ďalší príplatok vo výške 101,3 milióna CZK (celkovo teda približne 11 miliónov €). Týmto krokom posilnila finančnú stabilitu dcérskej spoločnosti na českom trhu a umožnila jej ďalší rozvoj.

Spoločnosť začiatkom roka 2016 na základe rozhodnutia valného zhromaždenia znížila základné imanie o 2,16 milióna € a hodnota splateného základného imania tak predstavuje hodnotu 17 miliónov €. V priebehu roka 2016 došlo k vyplateniu dividend v celkovej výške 1,5 milióna €.

V oblasti financovania sa NAY drží dlhodobej spolupráce s Tatrabankou, má kontokorentnú linku vo výške 12 miliónov €, ktorá je spoločná s dcérskou spoločnosťou Electro World, a túto linku na konci roka spoločnosť NAY pravidelne nečerpá. ■

FINANČNÉ VÝSLEDKY

ZÁKLADNÉ IMANIE

Základné imanie spoločnosti dosiahlo v roku 2016 hodnotu 17 000 tis. €

(je tvorené z 1700 ks akcií v nominálnej hodnote 10 000 €). **Hospodársky výsledok za rok 2016 predstavuje hodnotu 4 391 tis. €.** O naložení s výsledkom hospodárenia za účtovné obdobie 2016 vo výške 4 391 tis. EUR rozhodlo valné zhromaždenie spoločnosti tak, že časť čistého zisku vo výške 439 tis. EUR sa použila na doplnenie rezervného fondu spoločnosti a zvyšok uvedeného čistého zisku vo výške 3 952 tis. EUR bol preúčtovaný na účet nerozdelený zisk minulých rokov.

CELKOVÝ MAJETOK

Celkový majetok spoločnosti dosiahol ku koncu sledovaného roka hodnotu 84 875 tis. €. Najvyšší podiel na ňom majú zásoby tovaru, ktoré boli v netto hodnote 38 447 tis. €. Zvýšenie úžitkovej hodnoty zásob bolo zohľadnené rozpustením opravnej položky za 5 tis. €.

Druhou najväčšou položkou aktív sú krátkodobé pohľadávky v brutto čiastke 17 424 tis. €, z ktorých pohľadávky z obchodného styku sú za 15 383 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. 12. 2016 stav 11 666 tis. €.

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

INVESTÍCIE

Investície spoločnosti, ktorých účtovná hodnota (brutto) predstavuje 3 082 tis. €, smerovali prevažne do technického a interiérového vybavenia predajní a softvéru. Z uvedenej čiastky bolo 1134 tis. € investovaných do softvérového vybavenia a do hmotného majetku sme investovali 1948 tis. €.

VÝSKUM A VÝVOJ

Keďže sa spoločnosť zaoberá prevažne maloobchodnou činnosťou, na výskum a vývoj nevynakladala ani v roku 2016 žiadne výdavky.

INÉ

Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí.

Spoločnosť neobstarávala v priebehu roka 2016 vlastné akcie.

Činnosť spoločnosti nemá negatívny vplyv na životné prostredie.

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

Dňa 28. februára 2017 rozhodlo predstavenstvo spoločnosti ako jediného spoločníka spoločnosti Electro World, s. r. o. o príspevku na navýšenie vlastného kapitálu dcérskej spoločnosti Electro World, s. r. o. mimo základného imania vo výške 101328 tis. CZK.

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. Žiadne položky majetku nejavia známky znehodnotenia, ktoré by bolo nutné zohľadniť v účtovnej závierke. ■

ÚČTOVNÉ VÝKAZY

Výkaz ziskov a strát k 31. 12. 2016 v €	2016	2015
	Auditované SAS	Auditované SAS
Tržby	223 568 322	198 312 327
Náklady na predaný tovar	174 437 857	154 351 543
Obchodná marža	49 130 465	43 960 784
Výrobná spotreba [spotreba materiálu, energie, služby]	21 071 919	20 349 848
Osobné náklady	18 644 913	17 097 816
Ostatné prevádzkové náklady/výnosy - netto	1 181 257	838 202
EBITDA	8 232 376	5 674 918
Odpisy	2 222 388	2 336 792
EBIT	6 009 988	3 338 126
Finančné výnosy	101 354	175 109
Finančné náklady	176 025	327 117
Hospodársky výsledok pred zdanením	5 935 317	3 186 118
Daň	1 544 401	841 703
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	4 390 916	2 344 415

Súvaha k 31. 12. 2016 v €	2016	2015
	Auditované SAS	Auditované SAS
Spolu aktíva	84 874 889	79 197 004
Neobežný majetok	16 266 135	7 263 095
Nehmotný dlhodobý majetok	2 736 713	2 473 398
Hmotný dlhodobý majetok	4 750 548	4 156 803
Dlhodobý finančný majetok	8 778 874	632 894
Obežný majetok	67 850 601	71 304 923
Zásoby	38 446 885	35 630 008
Dlhodobé pohľadávky	602 603	1 191 100
Krátkodobé pohľadávky	17 134 786	24 569 660
Finančné účty	11 666 327	9 914 155
Ostatné aktíva	758 153	628 986
Spolu pasíva	84 874 889	79 197 004
Vlastné imanie	23 353 572	22 678 081
Výsledok hospodárenia	4 390 916	2 344 415
Závazky	61 239 623	56 277 830
Rezervy	2 102 949	1 682 527
Dlhodobé záväzky	80 007	189 759
Krátkodobé záväzky	59 056 667	54 405 544
Závazky z obchodného styku	51 584 044	49 678 079
Ostatné pasíva	281 694	241 093

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. decembru 2016 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. decembru 2016,
- 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

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. decembra 2016 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

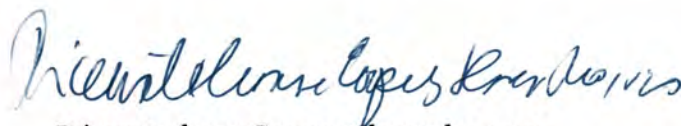
Naším cieľom je získať primerané uistenie o tom, či účtovná závierka ako celok neobsahuje významné nesprávnosti, či už v dôsledku podvodu alebo chyby, a vydať správu audítora, ktorá bude obsahovať náš názor. Primerané uistenie je uistenie vysokého stupňa, ale nie je zárukou toho, že audit vykonaný podľa 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 jednotlivo alebo v úhrne by mohli ovplyvniť ekonomické rozhodnutia používateľov, uskutočnené na základe účtovnej závierky.

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

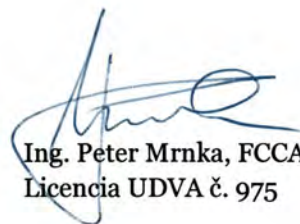
- Identifikujeme a posudzujeme riziká výskytu významných nesprávností v účtovnej závierke, či už v dôsledku podvodu alebo chyby, navrhujeme a uskutočňujeme audítorské postupy, ktoré reagujú na tieto riziká, a získavame audítorské dôkazy, ktoré sú dostatočné a vhodné na to, aby tvorili východisko pre 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



Ing. Peter Mrnka, FCCA
Licencia UDVA č. 975

V Bratislave, 29. júna 2017, okrem časti správy „Správa k ostatným informáciám uvedeným vo výročnej správe“, pre účely ktorej je dátum našej správy 19. októbra 2017.

