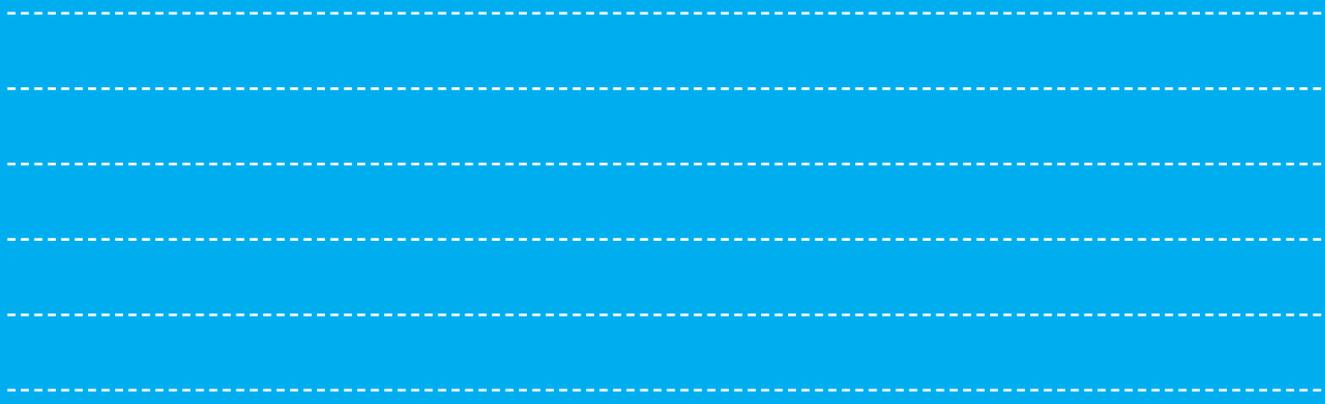


2019 2020



VÝROČNÁ  
SPRÁVA





---

---

---

# 2019 / 2020

---

---

---

VÝROČNÁ  
SPRÁVA





-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

OBSAH

Stručný profil spoločnosti

**6**

---

Hodnoty spoločnosti

**8**

---

Organizačná štruktúra

**10**

---

História

**12**

---

Top partneri

**14**

---

Ocenenia

**16**

---

Základné údaje, kontakty

**18**

---

Predstavenstvo spoločnosti

Rok 2019/2020 v skupine NAY

**[Peter Zálešák]**

**20**

---

Ciele a priority pre rok 2019/2020

**[Martin Ohradzanský]**

**22**

---

Vývoj trhu v roku 2019/2020

**[Emil Huraj]**

**24**

E-commerce a omnichannel

**[Martin Derňar]**

**26**

---

Logistika

**[Vladislav Krasický]**

**28**

---

Služby v roku 2019/2020

**[Michal Halás]**

**30**

---

Marketingová komunikácia

**[František Vámoši]**

**32**

---

Finančné zhodnotenie účtovného  
obdobia 2019/2020

**[Zuzana Juríková]**

**34**

---

Finančné výsledky

**[Zuzana Juríková]**

**36**

---

Účtovné výkazy

**38**

---

Správa audítora

**40**



**NAY a.s. je najväčším maloobchodným predajcom spotrebnej elektroniky s trhovým podielom 22 %.  
Na Slovenskom trhu pôsobí už 29 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 prinášať zákazníkom 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.**

# STRUČNÝ PROFIL SPOLOČNOSTI

# SKUPINA NAY

Do skupiny NAY patria spoločnosti NAY a.s., Electro World, s.r.o., NAYTROLABS, s.r.o. a Fotomat, s.r.o.

---

## **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 2019/2020 dosiahla hodnota tržieb tejto spoločnosti 171 032 tis. € (4 386 970 tis. CZK) a hodnota základného imania predstavovala hodnotu 2 197 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 predchádzajúce skrátené účtovné obdobie od 01. 01. 2020 do 31. 3. 2020 bola 115 587 € a základné imanie predstavovalo 10 000 €. Spoločnosť NAY, a. s. pripravuje v roku 2021 zlúčenie so spoločnosťou NAYTROLABS, s.r.o.

---

## **FOTOMAT**

NAY a.s. vstúpila 17. januára 2020 do spoločnosti **Fotomat, s.r.o.** formou navýšenia základného imania spoločnosti, kedy sa zaviazala prebrať záväzok na peňažný vklad vo výške 16 800 €. Vklad bol splatený 17. januára 2020. Podiel spoločnosti na základnom imaní dcérskej spoločnosti po navýšení základného imania v spoločnosti Fotomat, s.r.o. je 70 %. Zápis tejto skutočnosti bol v Obchodnom registri SR vykonaný 30. mája 2020.



## FÉROVOSTĚ

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.

HODNOTY  
SPOLOČNOSTI

# 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.





**MARTIN DERŇAR**

riadiťel' pre omnichannel

**ZUZANA JURÍKOVÁ**

finančný manažér

Projektový manažment

Finančný manažment SK

Oblasťný manažér SK

Vývoj aplikácií

Učtáreň

Oblasťný manažér SK

Centrum zákazníckych služieb  
Infolinka

Oblasťný manažér SK

Prevádzkový  
a logistický backoffice

Ľudské zdroje

Zákaznícke služby  
pre internet

Právne oddelenie

Správa webového obsahu

Expanzia a prenájom  
nehnuteľností

Online marketing - Sales

Compliance officer

# ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

**PETER ZÁLEŠÁK**  
predseda predstavenstva

**JÁN TOMÁŠ**  
podpredseda predstavenstva

Kontroling/Konsolidácia

**MARTIN OHRADZANSKÝ**  
generálny riaditeľ

**MARTIN DEÁK**  
riaditeľ IT

Informačné technológie

**EMIL HURAJ**  
obchodný riaditeľ

Nákup SK  
Biela technika

Nákup SK  
Čierna technika/IT

Nákup CZ  
IT/SDA/MDA/MOBILE/CE

Marketing

Služby zákazníkom

Manažment  
tovarových kategórií

**VLADISLAV KRASICKÝ**  
riaditeľ logistiky

Príjem na CS

Expedícia z CS a ZO

Doprava

Reklamácie

Kontrola

Kontrola CS

Recyklačný fond

Materiálno-technické  
zabezpečenie



# 1991

## Založenie 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.

### 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.

### 2014

#### Akvizícia Electro World

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

### 2015

#### Redizajn [www.nay.sk](http://www.nay.sk)

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

# HISTÓRIA

## 1991 – 1997

### Prvý distribútor svetových značiek elektroniky na Slovensku

V týchto rokoch podnikala 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.

## 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.

## 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.

## 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 Sobote. 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.



TOP PARTNERI

acer



ASUS®

beko



BOSCH

Canon

DeLonghi



Electrolux

gorenje



HUAWEI

iRobot®

jura®

KÄRCHER

KRUPS

Lenovo™



LG

logitech



Microsoft

Miele

NESPRESSO®



Panasonic

PHILIPS

Rowenta

SAMSUNG

SONY

TCL

Tefal®

Whirlpool





## MasterCard Obchodník roka

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



Obchodník  
roka 2019

Obchodník s elektronikou

### MasterCard Obchodník roka 2013

v kategórii Predajca elektroniky

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2013

v kategórii Absolútny víťaz

**2. MIESTO**

### MasterCard Obchodník roka 2014

v kategórii Obchodník s elektronikou

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2014

v kategórii Obchodník s elektronikou -  
e-shop

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2014

v kategórii Absolútny víťaz

**3. MIESTO**

### MasterCard Obchodník roka 2015

v kategórii Obchodník s elektronikou

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2016

v kategórii Obchodník s elektronikou

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2017

v kategórii Obchodník s elektronikou

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2018

v kategórii Obchodník s elektronikou

**VÍTAZ**

### MasterCard Obchodník roka 2019

v kategórii Obchodník s elektronikou

**VÍTAZ**

# OCENENIA

## 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**

**Superbrands 2020**



## 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 a.s.**

obchodný názov

---

---

**Tuhovská 15**  
**Bratislava**  
**830 06**

sídlo

---

---

**+421 2 49 449 449**

**nay@nay.sk**

**www.nay.sk**

telefón, e-mail, web

---

---

**akciová spoločnosť**

právna forma

---

---

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

registrácia

---

---

**ZÁKLADNÉ ÚDAJE**

**17 000 000 €**

základné imanie

**36**

počet predajní

**344 678 373 €**

čistý obrat

**1 111**

počet zamestnancov

**6 678 909 €**

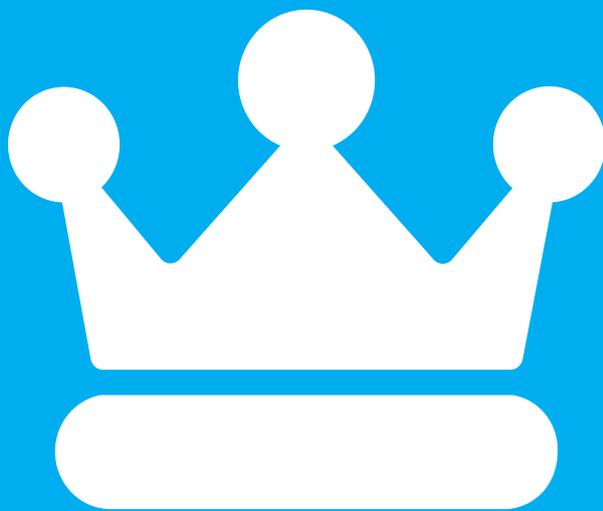
zisk po zdanení

**1 144 685**

počet členov lojalitného klubu

**1991**

rok vzniku



## 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.

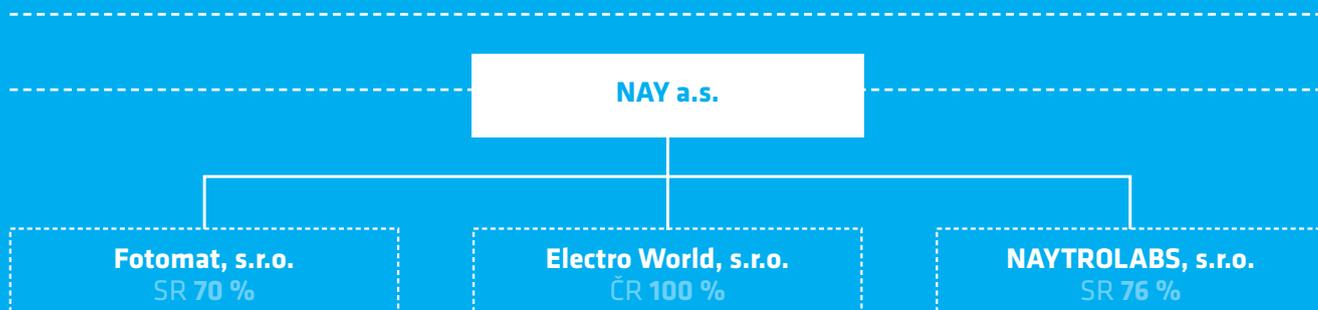
Je držiteľom ocenenia Ernst & Young Podnikateľ roka 2008 na Slovensku.



## Ing. Ján Tomáš

*podpredseda predstavenstva*

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



# PREDSTAVENSTVO SPOLOČNOSTI

# ROK 2019/2020 V SKUPINE NAY

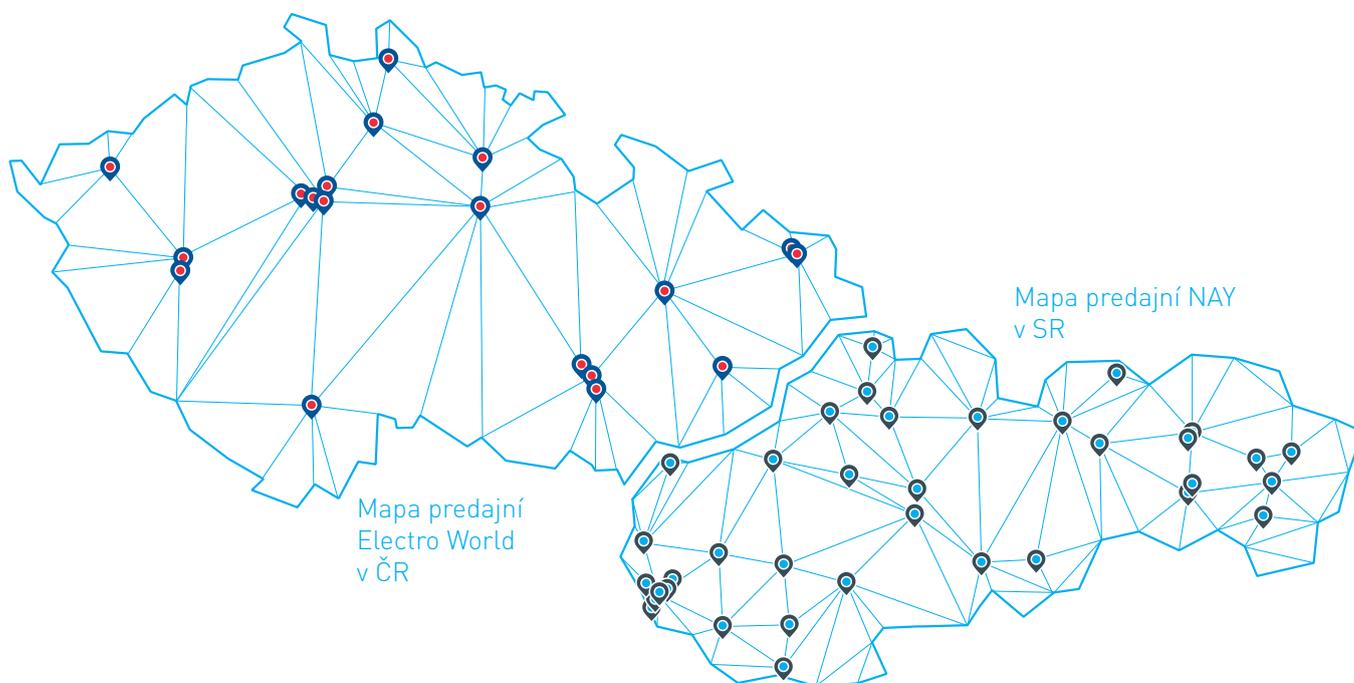
V hospodárskom roku 2019/2020 (od 1. 4. 2019 do 31. 3. 2020) dosiahli naše konsolidované tržby 387 mil. €. V porovnaní s predchádzajúcim obdobím je to nárast o 6,5 %. Z toho na Slovensku (NAY bez vnútro skupinových tržieb) sme predali tovar za 227 mil. € a v Českej republike (Electro World bez vnútro skupinových tržieb) za 160 mil. €. Trhový podiel na Slovensku predstavoval 22 % (zdroj GfK) a trhový podiel v ČR stúpol na 4,8 % (zdroj GfK). Týmto sme si upevnili pozíciu lídra na trhu v SR (v ČR sme v prvej päťke), napriek

Silnou stránkou skupiny NAY je aj robustná bilancia. Na konci fiškálneho roka predstavoval voľný čistý cash (po odpočítaní čerpaného kontokorentného úveru) na bankových účtoch 12,1 mil. € a vlastné imanie 28,1 mil. €. Týmto je skupina pripravená na prípadné akvizície, ktoré dávajú zmysel najmä v ČR.

Nadalej v rámci skupiny využívame všetky zmysluplné synergie a niektoré oddelenia a činnosti robíme centralizovane pre obe krajiny.

ginálny CMR systém na správu objednávok. Vo vývoji a čiastočnom nasadení je aj nový systém zákazníckych notifikácií a iné menšie projekty potrebné pre budovaný omnichannel systém používaný v celej sieti v SR a ČR.

Cieľom pre nasledujúce roky je zlepšovať služby, dobehnúť naše zaostávanie na trhu e-commerce, teda stať sa predajcom, ktorý bude zákazníkom ponúkať všetky výhody predaja cez internet, s pridanou hodnotou našich expertov na predajniach a blízkosti



stále rastúcej konkurencii najmä v oblasti internetových predajcov.

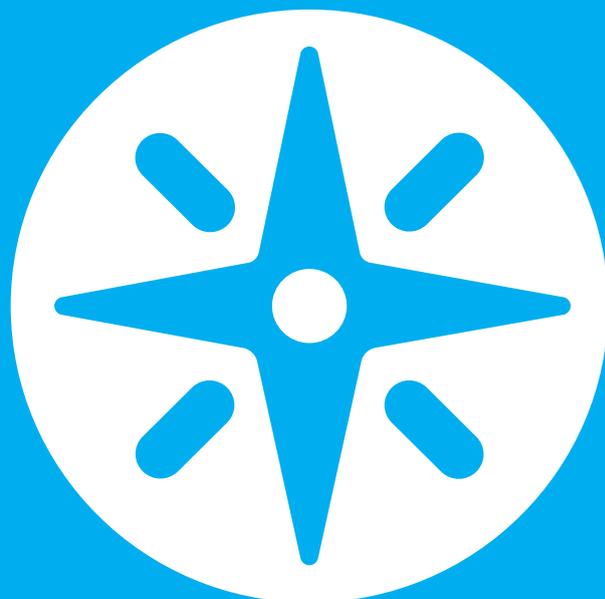
Aj vďaka výsledkom Electro Worldu (EBITDA 3,9 mil. € a zisk po zdanení 3 mil. €) sme dosiahli rekordnú konsolidovanú EBITDU 15,8 mil. €, ktorá nám umožňuje ešte viac investovať do informačných systémov, nových technológií a do pracovného prostredia našich zamestnancov a ich profesionálneho rastu.

Novou firmou v skupine je spoločnosť Fotomat, s.r.o., ktorá vyvíja samoobslužný automat na tlač digitálnych fotiek priamo z aplikácie smartfónu. Zariadenia Fotomat budú v budúcnosti umiestnené v predajniach NAY, ale aj u zmluvných partnerov (predajne, čerpacie stanice, kaviarne a reštaurácie).

Spoločnosť NAYTROLABS vyvinula a nasadila do používania vlastný a ori-

k zákazníkovi vďaka širokej sieti našich pobočiek. Dosiagnúť tento cieľ je možné iba inováciami, musíme sa teda stať aj technologickým lídrom a zmeniť sa z tradičného predajcu na skutočnú omnichannel spoločnosť. ■

**Ing. Peter Zálešák**  
predseda predstavenstva NAY



**MARTIN OHRADZANSKÝ**  
generálny riaditeľ



# CIELE A PRIORITY PRE ROK 2019/2020

# „Úspešne pokračujeme v napĺňaní našej stratégie na dosiahnutie našej vízie.“

Každý by mal mať svoj sen či víziu, ktorá ho motivuje k ďalšiemu napredovaniu. V našej spoločnosti sme si vytýčili ako víziu radosť zákazníka nakupovať v našej spoločnosti. Smelo povedané: mať dokonalý zážitok z nakupovania.

Správanie a očakávanie zákazníka v dnešnej dynamickej dobe ovplyvnenej novými technológiami sa výrazne

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

Dokonalý zážitok z nákupu navodíme zákazníkovi len vtedy, ak dokážeme zabezpečiť komplexnú starostlivosť o zákazníka, nech sa už rozhodne pre akýkoľvek spôsob, akým ho realizuje. S týmto cieľom sme nastavili v minulom období našu stratégiu, ktorú sa snažíme úspešne napĺňať. Naša stratégia ako naplniť našu víziu 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

Modernými technológiami zvýšiť komfort zákazníkom pri nákupe a našim zamestnancom pri obsluhu.

Znie to jednoducho, ale za týmito tromi piliermi je rozsiahly a komplexný mechanizmus procesov, ktorý musí byť perfektne organizovaný a koordinovaný. Takýto komplexný mechanizmus si vyžaduje kreatívny a technologický rozvoj, dobrú údržbu a spoľahlivosť. Preto spoločnosť naďalej investuje do nových technológií, vďaka ktorým sa dokážeme komplexne starať o zákazníka.

Naši zákazníci môžu využívať vo svojich smartfónoch aplikáciu, pomocou ktorej vedú lokalizovať a navigovať sa k najbližšiemu obchodu NAY, môžu si priamo na predajni sami pozrieť všet-

ky dostupné parametre o produkte, porovnávať produkty a samozrejme aj zaplatiť bez toho, aby išli k pokladnici, napr. cez službu Google Pay/Apple Pay, a tovar či službu si vyzdvihnúť vo výdajnom mieste.

Naďalej sa budeme snažiť napĺňať našu stratégiu tak, aby sme sa podľa možnosti čo najrýchlejšie blížili k našej vízii poskytnúť zákazníkovi dokonalý zážitok pri nakupovaní tovaru a služieb akýmkoľvek spôsobom, ktorý si vyberie (omnichannel), a rovnako maximálne zjednodušili obsluhu zákazníka naším zamestnancom v spoločnosti NAY. ■



Trh spotrebnej elektroniky na Slovensku ďalej rástol,  
hoci záver fiškálneho obdobia výrazne ovplyvnila pandémia.



**EMIL HURAJ**  
obchodný riaditeľ

---

# VÝVOJ TRHU 2019/2020

Trh rástol vďaka makroekonomickým parametrom ako stúpajúci HDP, rastúca priemerná mzda a historicky najnižšia miera nezamestnanosti.

Najviac rastúcou kategóriou na slovenskom trhu bola malá biela technika s 13 %<sup>1</sup> rastom, následne mobilné telefóny s 10,9 %<sup>1</sup> a veľká biela technika s nárastom 7,5 %<sup>1</sup>.

Napriek zatvoreným predajniam na konci fiškálneho roka kvôli epidémii COVID-19 sa NAY podarilo rásť v kategórii malej bielej techniky o 7,8 % a vo veľkej bielej technike o 5,1 %<sup>2</sup>. V čiernej technike sme síce rástli oproti predchádzajúcemu roku len o 0,63 %<sup>2</sup>, no napriek tomu je to priaznivý výsledok vzhľadom na to, že trh v tejto kategórii dosiahol pokles -5,1 %<sup>1</sup>.

### Čierna technika

V čiernej technike v tomto roku opäť dominovali televízory – najvýraznejšie rástli kategórie 75" a väčšie, +33 %, a 60" - 69", +19 %<sup>1</sup>. NAY bola úspešná

aj v kategórii 55" a väčšie, kde dosiahla trhovú podiel 32 %<sup>1</sup>.

### IT technika

V IT kategórii sa situácia na konci fiškálneho roka v súvislosti s COVID-19 prejavila najmä v kategóriách mobilných telefónov a notebookov, ktoré skončili s rovnakými podielmi ako predchádzajúci rok. Niektoré kategórie (napr. tablety) dosiahli pokles až -10 %<sup>1</sup>. Naopak, darilo sa kategórii Smart Weareables (smart hodinky, fit náramky, slúchadlá do uší a pod.), ktorá rástla až +100 %<sup>1</sup>.

### Biela technika

V kategórii MDA (veľká biela technika) boli najviac rastúcimi kategóriami sušičky (+16 %<sup>2</sup>), umývačky riadu (+6,9 %<sup>2</sup>) a varenie (+6,3 %<sup>2</sup>). V kategórii SDA (malá biela technika) sme dosiahli nárast vo väčšine kategórií, pričom najväčší nárast mali kategórie stojanových vysávačov (+26,5 %<sup>2</sup>), holenie (+14,7 %<sup>2</sup>), kuchynské roboty (+10,6 %<sup>2</sup>) a plnoautomatické kávo-

vary (+7,1 %<sup>2</sup>). Predaj SDA cez internet sa takmer zdvojnásobil a aktuálne tvorí podiel 12,7 % z celkového retailového predaja NAY.

### Konkurenčné prostredie

Pokračoval trend rastu internetového predaja v celej Európe a aj samozrejme aj na Slovensku, ktorý dosiahol podiel na predaji už 39,8 %<sup>1</sup>, pričom najväčší podiel predaja cez internet je v IT kategórii a najmenší v kategórii čiernej techniky<sup>1</sup>.

### Očakávania od roku 2020/2021

Očakávame rastúci podiel predaja v smart kategóriách vďaka čoraz širšiemu portfóliu produktov na trhu. Počítame s ďalším rastom predaja televízorov s uhlopriečkou 70"+ a postupné etablovanie technológií ako QLED, Nanocell a OLED s 8K rozlíšením v čoraz širšom portfóliu modelov. ■

<sup>1</sup>zdroj GfK

<sup>2</sup>zdroj NAY





Svet e-commerce, v ktorom táto výročná správa vychádza, je výrazne iný ako svet roka 2019, ktorý popisuje. Udalosti posledných dvoch marcových týždňov roka 2020 zásadne urýchlili viaceré trendy v zákazníckom správaní pri nákupe, komunikácii a celkovom vnímaní online sveta. Uplynulý finančný rok 2019/2020 bol po všetkých stránkach úspešným rokom. Návštevnosť [nay.sk](http://nay.sk) medziročne poskočila o 19 % na vyše 22 mil. návštev, zlepšený konverzný pomer rezultoval v 35 % náraste objednávok a rezervácií v predajniach.



**MARTIN DERŇAR**

riaditeľ pre omnichannel

---

# E- COMMERCE A OMNICHANNEL

# „Naši zákazníci aj po uzavretí predajní ostali verní, prispôbili sa zmenenej situácii a prakticky okamžite presunuli svoje nákupy na internet.“

## Mobilná aplikácia

V roku 2019 sa nám podarilo spustiť novú verziu zákazníckej NAY Smart App vo verzii Android aj iOS, ktorá priniesla prvú integráciu platby Apple Pay na Slovensku. Zákaznícka odozva na aplikáciu je mimoriadne pozitívna, zákaznícka spokojnosť s našimi aplikáciami osciluje okolo 4,7 bodu z možných 5 pri zákazníckej báze presahujúcej 80 000 užívateľov za posledných 12 mesiacov.

Pri budovaní užívateľskej bázy našej mobilnej aplikácie sme sa v prvom rade zamerali na našich špecialistov v predajniach, ktorí jej benefity dokázali úspešne vysvetliť potenciálnym užívateľom. Táto stratégia bola nad očakávania úspešná, vďaka osobnému kontaktu v predajni sme získali vyše 60 % užívateľov, zvyšok priniesla cieľená online kampaň.

## Online služby

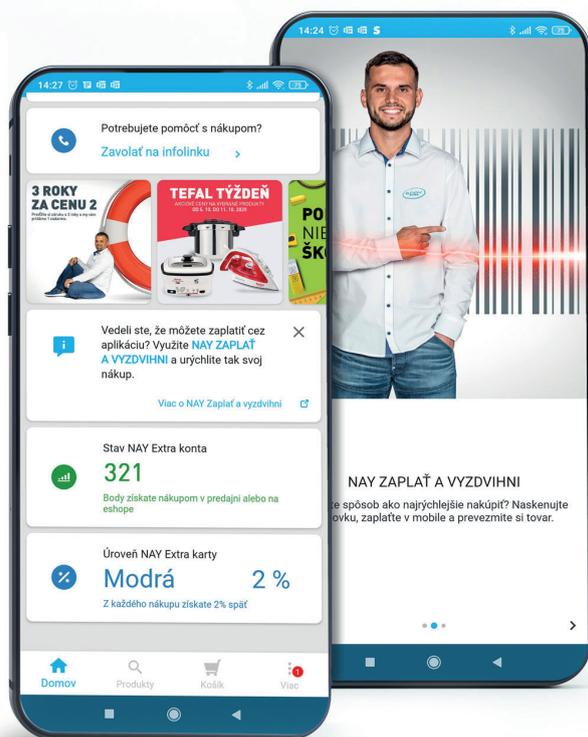
V letných mesiacoch 2019 sme priniesli nový spôsob online nákupu na splátky v spolupráci so splátkovou spoločnosťou Ahoj. Využili sme pri ňom cenné skúsenosti z implementácie online splátkového predaja novej generácie v našej sesterskej spoločnosti Electro Word v Českej republike v roku 2018.

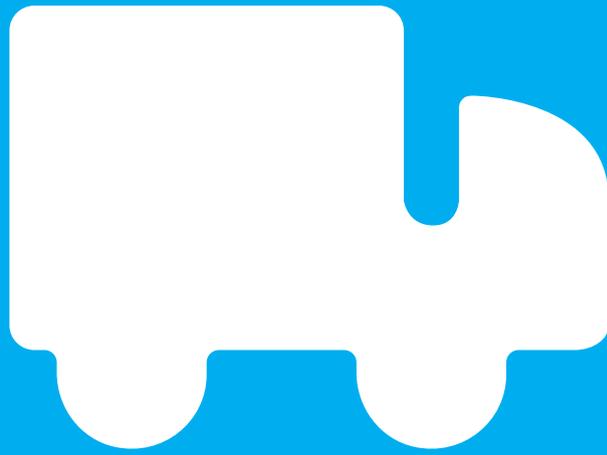
Bola ňou splátková kalkulačka a formulár žiadosti o úver vytvorený „mobile first“ prístupom a nakódovaný v responzívnom dizajne NAY. Vyplnenie žiadosti o úver nevyžaduje od zákazníka duplicitné zadanie osobných údajov, ktoré už máme. Vďaka online kalkulačke a dobre použiteľnému úverovému formuláru s podpisovaním cez SMS Token sa zvýšil objem splátkového predaja NAY o 48 %.

## Digitalizácia predajní

Posledné dva marcové týždne sa niesli v znamení uzavretých predajní ako dôsledku prijatých protiepidemiologických opatrení. Napriek tomu nám naši zákazníci ostali verní, prispôbili sa zmenenej situácii a prakticky okamžite presunuli svoje nákupy na internet.

Sme presvedčení, že len výborne zvládnutý NAY Omnichannel koncept predaja nám priniesie ďalších a verných spokojných zákazníkov. Čo najrýchlejšia digitalizácia predajní bude zásadná pre obhájenie nášho miesta na meniacom sa trhu. Musíme zrýchliť rozšírenie samoobslužných platobných kioskov, ktoré si v čase prísnych pandemických opatrení vyžaduje čoraz viac zákazníkov. Rovnako žiaduce je rozšírenie zákazníckej starostlivosti aj prostredníctvom obľúbenej mobilnej aplikácie NAY Smart App. V čase neistoty a rýchlo sa meniacej situácie sa stáva efektívnym informačným kanálom. Pri potenciálne obmedzených predajniach aspoň čiastočne nahradí chýbajúci osobný prístup našich predajcov. Technológie Konverzačnej automatizácie i Asistovaného predaja nám v tom môžu v blízkej budúcnosti výrazne pomôcť. ■





S rastúcim obratom a rastúcim podielom sú nároky na logistiku z roka na rok čoraz väčšie a uplynulý rok nebol výnimkou. Narástol centrálny sklad, počet expedovaných paliet aj návozov.



**VLADISLAV KRASICKÝ**  
riaditeľ logistiky

-----  
**LOGISTIKA**

## Stále väčšie objemy

Napriek sťahovaniu do väčšieho centrálného skladu v roku 2018 sme v sezóne 2019 mali skladové limity už takmer plné. Rozšírili sme preto plochu centrálného skladu o ďalších 3 000 m<sup>2</sup> na 29 000 m<sup>2</sup>, čo znamená nárast o viac ako 10 %.

Zároveň sme zvýšili naše kapacity na príjme rozšírením príjmových okien o 2,5 hodiny. Narástol aj počet expedovaných paliet o 7 % a počet návozov o 2 % do predajni NAY. Pre predajne Electro World, ktoré osluhuje rovnaký centrálny sklad, bol tento nárast v prípade paliet až 16 % a v prípade návozov do predajni až 11 %.

Priepustnosť však nebola vyššia len smerom k predajniam. Priepustnosť internetového kanála sme dokázali zvýšiť až o 200 %.

Okrem horizontálneho rastu sa nám podarilo zaviesť aj nové služby v komfortnej doprave a v príprave je projekt online reklamácií.

## Ďalší rast aj vďaka automatizácii

Logistika bola vždy fundamentom retailu. Tovar, ktorý nie je na sklade, či v predajni, prípadne ho nevieme dostať k zákazníkovi, je zbytočný. V dnešnej dobe sa kvôli rastúcim nárokom zákazníka ukazuje rýchlosť a presnosť logistiky ako kľúčový faktor, ktorý rozhoduje o tom, či bude retail úspešný, alebo nie.

Rast online objednávok a najmä pandémie ukázali, že moderná logistika musí byť flexibilná, škálovateľná a automatizovaná. Marec zasiahnutý pandemiou, kedy sme museli zo dňa na deň neplánovane zavrieť všetky predajne a predaj cez internet sa zvýšil o 400 %, jednoznačne ukázal nevyhnutnosť kvalitného logistického aparátu. Dobrou správou pre NAY je, že sme dané obdobie zvládli bez väčších obmedzení, ktoré by zákazníci pocítili. Logistiku však budeme v budúcom roku ďalej rozvíjať:

- V roku 2020 otvárame rozhovory s vybranými európskymi dodávateľmi automatizovanej techniky.
- V najbližšom roku plánujeme modernizáciu rozvozárskeho terminálu a obmenu vozového parku.
- Plánujeme investície do rozšírenia dedikovaného internetového oddelenia logistiky.
- Plánujeme zahájenie spolupráce so Slovenskou poštou a využívanie ich siete Balíkomatov.
- Obmieňame časť manipulačnej techniky a investujeme do novej baliacej techniky od slovenského výrobcu. ■

### Počet expedovaných paliet NAY

2018 - 2019	81 542
2019 - 2020	86 946

### Počet návozov na OD NAY

2018 - 2019	6 601
2019 - 2020	6 721

### Počet expedovaných paliet EW

2018 - 2019	33 362
2019 - 2020	38 803

### Počet návozov na OD EW

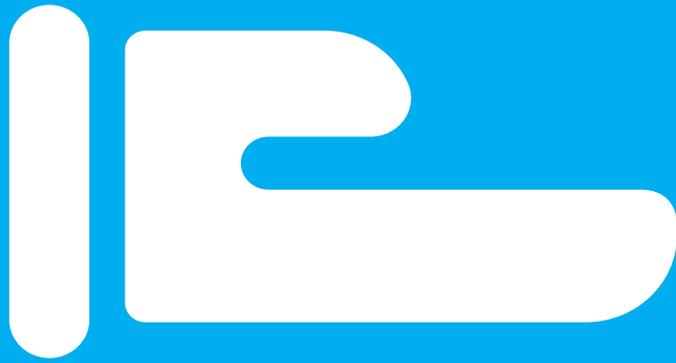
2018 - 2019	2 242
2019 - 2020	2 491

### Počet expedovaných paliet NAY + EW

2018 - 2019	114 904
2019 - 2020	125 749

### Počet návozov na OD NAY + EW

2018 - 2019	8 843
2019 - 2020	9 212



Vzhľadom na rekordný 42 % nárast výnosu zo služieb v minulom roku stála pred nami náročná úloha potvrdiť trend rastu služieb. Napokon sme dosiahli nárast výnosu medziročne o 5 %.



**MICHAL HALÁS**

koordinátor oddelenia služieb zákazníkom

---

SLUŽBY V ROKU  
2019/2020

## Legislatíva a epidémia ovplyvnili výsledok

Tento rast sa podaril napriek očakávaným sprísneným legislatívnym podmienkam v oblasti splátkového predaja aj napriek tomu, že časť posledného mesiaca fiškálneho roka sme mali všetky predajne zatvorené. Priaznivý výsledok sa nám podaril najmä vďaka nárastu predaja predĺžených záruk, kde sme dosiahli 19 % medziročný nárast.

## 75-tisíc predĺžených záruk

Najväčší podiel na úspešnom roku mal opäť predaj predĺžených záruk. Zákazníci si predĺžili záruku na 75 000 tovarov, čo bolo o 12 000 viac ako predchádzajúci rok. Aj tento rok sme pokračovali v rozširovaní tohto typu služby. Priniesli sme možnosti predĺžiť záruku aj na lacnejšie tovary už od 30 €, pridalí sme možnosť predĺžiť záruku aj na Apple výrobky. Spustili sme predaj produktu Paušál na istotu pre tlačiarne. Navyše sme zrýchlili proces predaja predĺžených záruk v predajniach.

## Nákup na splátky bol pribrzdený legislatívnymi zmenami

Od 1. 1. 2020 boli sprísnené podmienky pre poskytovanie spotrebiteľských

úverov, ktoré zapríčinili pokles schvalovateľnosti splátkových úverov o 10 %. To sa v posledných troch mesiacoch fiškálneho roka prejavilo aj na podiele splátok na obrate. Napriek tomu sa nám podarilo celoročne dosiahnuť rovnaký podiel splátok ako v predchádzajúcom roku. Prispela k tomu opakovaná silná vianočná kampaň VÚB a rozšírenie poskytovania splátok s Amico Finance cez e-shop. Výraznejší vplyv na splátkový predaj predpokladáme budúci fiškálny rok. Okrem dopadu sprísnenej legislatívy očakávame, že banky budú prihliadať aj na aktuálny vývoj pandémie, ktorý zapríčiní zníženie bonity zákazníkov, čiže aj schvaľovania úverov.

## Nalepili sme 45-tisíc ochranných skiel a nakalibrovali 20-tisíc televízorov

Opäť sa nám darilo v predaji inštalčných služieb, ktoré zabezpečujú naši zamestnanci priamo pri predaji, kde sme dosiahli medziročný nárast 10 %. Zamestnanci dokázali nakalibrovať o 2 000 televízorov viac ako predchádzajúci rok, a to pri rovnakom počte predaných televízorov. Podobne úspešní boli aj pri lepení ochranných skiel na smartfóny a aj pri službe nastavenia nového smartfónu alebo notebooku.

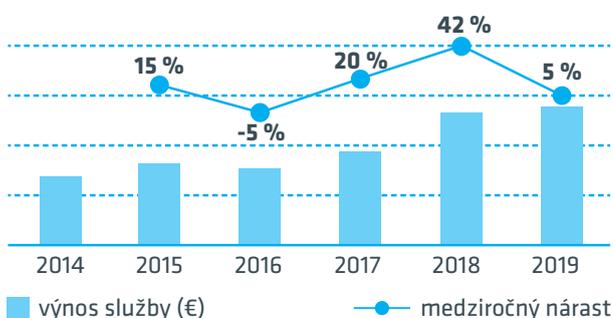
## Rozvoj servisných a inštalčných služieb

V tomto roku sme rozšírili počet predajní s dostupnou službou inštalácie plynových alebo elektrických spotrebičov na 24. Za rok sme nainštalovali 1 000 spotrebičov, čo bolo o 33 % viac ako v predošlom roku. Rozvíjali sme aj služby inštalácie a servisu mobilných zariadení. Na konci fiškálneho roka sme začali pripravovať v spolupráci s naším externým partnerom novú službu inštalácie smartfónov. Zároveň sme otvorili dva nové servisné kiosky pre opravy mobilných zariadení na počkanie v Prievidzi a Nových Zámkoch.

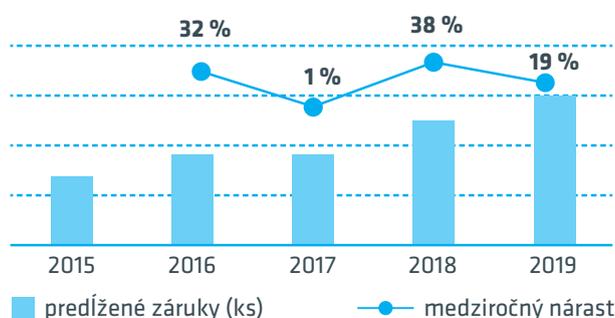
## Tlačené fotografie ešte nekončia

Napriek tomu, že zákazníci sú zvyknutí ukladať si fotky na hard disk alebo v cloude a zdieľajú ich na sociálnych sieťach alebo ich posielajú e-mailom, ešte stále veľa zákazníkov má záujem aj o tlačené fotografie alebo, v posledných rokoch obľúbené, fotoknihy. Za ostatné dva roky sme zaznamenali nárast objemu predaja fotografií a fotokníh až o 30 % čoho výsledkom bolo 2 600 fotokníh a 5 900 objednávok fotografií. ■

### VÝNOS ZO SLUŽIEB



### POČET PREDĹŽENÝCH ZÁRUK





Kým fiškálny rok začal v apríli 2019 horúčkovitou prípravou na top slovenskú športovú udalosť roka - MS sveta v hokeji, končil v marci 2020 čakaním na správy o zrušení všetkých veľkých športových eventov roka. Jeden z najúspešnejších rokov spoločnosti sa končil uprostred pandémie, ktorá akcelerovala dlhodobjšie trendy na trhu.



**FRANTIŠEK VÁMOŠI**  
marketingový manažér

---

# MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

---

---

## Komunikačné investície v roku 2019

Celkové monitorované investície TOP 8 retailerov na slovenskom trhu so spotrebnou elektronikou do nadlinkovej komunikácie rástli o 17 %. Investície NAY narástli o 44 %, share of spend (SOS) stúpil z 15 % na 18 % a NAY si udržalo tretie miesto v rebríčku. Poradie a rozloženie síl sa však výrazne zmenilo. Výrazne rástli najmä internetoví hráči (Alza, Mall, Hej). Z predajcov s kamennými predajňami dokázala rásť v SOS iba NAY, ktorá sa transformovala na omnichannelového predajcu. Kým v roku 2018 bol spoločný podiel internetových hráčov na komunikačnom koláči 44 %, v roku 2019 stúpil už na 64 %. Keďže rok končil zatvorením kamenných predajní, tento tlak online hráčov bude pokračovať aj v 2020.

## Outbound komunikácia

Keď sme tu minulý rok písali o tom, že trhu začínajú dominovať krátke, intenzívne online komunikačné kampane, rok 2019 tento trend len podčiarkol a my to môžeme opäť zopakovať. Aktuálne v NAY štartujú týždenne 2 až 3 exkluzívne kampane, obvykle s trvaním týždeň alebo menej. Na jednej strane táto granulácia dokáže prinášať

komunikačnú pestrosť, atraktívnejšie akcie a je pomerne efektívna v návratnosti investícií do komunikácie, na druhej strane je však veľmi náročná na kapacity a môže v dlhodobom horizonte zužovať cieľovú skupinu, na ktorú mierí príliš veľa komunikácie. Aktuálne vnímame najmä pozitívne dôsledky týchto kampaní, už teraz však musíme pracovať na minimalizovaní negatív. Aj preto smerom k roku 2020 budeme počítať s možnosťou preklopenia týchto kampaní aj do nadlinkovej komunikácie, ktorá má síce menšiu flexibilitu, ale výrazne vyšší zásah.

## Inbound komunikácia

Hlavnou témou nasledujúcich rokov sa v marketingovej komunikácii NAY stane dôraz na inbound marketingovú komunikáciu. Jednoducho povedané, chceme zabezpečiť, aby zákazník pri hľadaní odpovedí na svoje otázky prirodzene skončil u nás, nech si ich položí v ktoromkoľvek momente nákupného procesu. Ideálne, ak tú odpoveď dostane od nás tesne predtým, ako si danú otázku položí. Týchto otázok môže byť veľa. Od triviálnych ako „Kedy mi príde produkt“ až po iba zdanlivo jednoduchú „Ktorý produkt je pre mňa správny“ či po komplexnú otázku „Ako najlepšie financovať svoj nákup“.

V tejto oblasti sme v uplynulom roku rozpracovali množstvo projektov od komplexnej revízie e-mailovej a sms komunikácie so zákazníkom cez projekt smart aplikácie až po výrazné rozšírenie množstva recenzií v spolupráci s dodávateľmi. Je to však len špička ľadovca, ktorá v nasledujúcich rokoch zasiahne azda každú zložku spoločnej komunikácie so zákazníkom od momentu, keď ho produkt zaujme, až po moment, keď k nemu bude o pár rokov potrebovať nájsť bloček či manuál.

## Dva top momenty na záver

Hoci sa v spätnom zrkadle roka 2020 zdajú tieto udalosti už vzdialené, išlo o mimoriadne komunikačné udalosti roka 2020 pre našu spoločnosť. Boli sme oficiálnym partnerom IIHF MS sveta v hokeji, ktoré sa konali na Slovensku. A boli sme oficiálnym hlavným partnerom nového projektu technologického festivalu IXPO v Bratislave. Ten sa vďaka unikátnemu konceptu v obrovskom stane na nábreží Dunaja stal hneď svojím prvým ročníkom najlepším podobným projektom v stredo- európskom priestore a dosiahol návštevnosť 15 000 účastníkov. ■





**PhDr. ZUZANA JURÍKOVÁ**  
finančný manažér

---

# FINANČNÉ ZHODNOTENIE ÚČTOVNÉHO OBDOBIA 2019/2020

Spoločnosť NAY, a. s. hodnotí rok 2019/2020 ako veľmi úspešný s ohľadom na dosiahnutý hospodársky výsledok aj napriek skutočnosti, že v dôsledku pandémie COVID-19 bola nútená v období od 16. marca 2020 uzatvoriť všetky svoje maloobchodné predajne. Spoločnosť naďalej dynamicky investovala v dcérskej spoločnosti NAYTROLABS, s. r. o. v snahe vyvíjať nové technológie pre posilnenie postavenia predajného kanálu omnichannel.

V oblasti tržieb zaznamenala spoločnosť nárast. Obrat retailu predstavoval rast o 1,2 %, celkový rast tržieb o 6,3 %, ktorý bol realizovaný aj vďaka distribúcii tovaru pre dcérsku spoločnosť Electro World, s. r. o. v Českej republike. V sledovanom období pokračovala spoločnosť v posilňovaní svojho postavenia na trhu so spotrebnou elektronikou, v záujme zvyšovania komfortu uspokojovania potrieb svojich zákazníkov spoločnosť realizovala modernizáciu svojich maloobchodných predajní v Michalovciach, Nitre a maloobchodnej predajne v OC Central v Bratislave. Spoločnosť pokračovala v implementácii najnovších technológií: v oblasti predaja to bolo rozširovanie využívania technológie elektronických cenoviek, v oblasti predajného kanálu omnichannel rozširovala počet samostatných výdajných miest. Spoločnosť naďalej pokračuje v trende využívania najmodernejších technológií v záujme prinášania nových nákupných zážitkov pre svojich zákazníkov.

Aj napriek negatívnemu dopadu pandémie COVID-19 v období marca 2020

sa v oblasti marže z predaja tovaru podarilo spoločnosti mierne prekročiť realitu predchádzajúceho hospodárskeho roka o takmer 0,5 milióna €, na čom mal významný podiel vyšší nákup tovaru.

V oblasti služieb zaznamenala spoločnosť nárast o viac ako 5 %. Naďalej platí, že hlavným ťahúňom a veľmi obľúbeným produktom je predĺžená záruka. V oblasti služieb komfortnej dopravy spoločnosť dosiahla výkon na úrovni predchádzajúceho hospodárskeho roka, čo len potvrdzuje pokračujúci záujem zákazníkov o využívanie možnosti výberu vlastného termínu doručenia tovaru.

V oblasti personálnych nákladov v spoločnosti nedošlo k významnej zmene oproti predchádzajúcemu hospodárskemu roku. V záujme ich zrealizovania so súčasťou ekonomickou situáciou došlo k zrušeniu rezerv vytvorených v minulých účtovných obdobiach. Odmeňovací systém spoločnosti je motivačne nastavený tak, aby boli zamestnanci finančne zainteresovaní na vytrvalom a silnom raste v oblasti predaja tovaru a služieb.

Podiel distribuovaného tovaru z centrálného skladu spoločnosti pre dcérsku spoločnosť Electro World zostal na úrovni 60 %, čo korešponduje s úrovňou predchádzajúceho hospodárskeho roka.

Celkový hospodársky výsledok spoločnosti sa aj napriek už zmienenej pandemickej situácii zlepšil o viac ako 1,8 milióna € oproti predchádzajúcemu

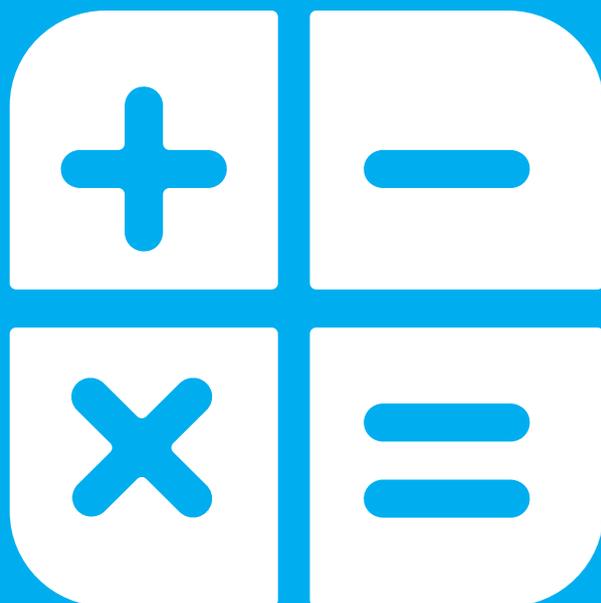
hospodárskemu roku, čo predstavovalo 6,679 milióna €. V komparatívnom hospodárskom roku 2018/2019 dosiahla spoločnosť hospodársky výsledok v celkovej výške 4,865 milióna €, pričom negatívny dopad naň mal predaj akcií dcérskej spoločnosti Amico Finance, a. s.

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 elektronikou a v raste v oblasti internetového predaja.

Spoločnosť sa rozhodla rozšíriť svoje portfólio v oblasti poskytovania služieb zákazníkom prostredníctvom vstupu do obchodnej spoločnosti Fotomat, s. r. o., v ktorej získala 70 % podiel. Spoločnosť Fotomat, s. r. o. vyvíja personalizované riešenia v oblasti digitálnej tlače.

Z hľadiska zabezpečovania financovania svojich prevádzkových potrieb spolupracuje spoločnosť s bankovým domom Tatra banka, a. s. Na svoje prevádzkové účely má spoločnosť poskytnutý úverový rámec v celkovej výške 20 miliónov €, pričom ku koncu sledovaného hospodárskeho roka využívala finančné prostriedky vo výške 1,127 milióna €.

Spoločnosť vyplatila svojim akcionárom v hospodárskom roku 2019/2020 dividendy v celkovej výške 3 milióny €. ■



**PhDr. ZUZANA JURÍKOVÁ**  
finančný manažér

---

# FINANČNÉ VÝSLEDKY

## Základné imanie

Základné imanie spoločnosti dosiahlo v účtovnom období 2019/2020 hodnotu 17 000 tis. € (je tvorené z 1700 ks akcií v nominálnej hodnote 10 000 €). Hospodársky výsledok za toto účtovné obdobie predstavuje hodnotu 6 679 tis. €. O naložení s výsledkom hospodárenia za účtovné obdobie 2019/2020 vo výške 6 679 tis. € rozhodlo valné zhromaždenie spoločnosti tak, že časť čistého zisku po zdanení v objeme 668 tis. € bola použitá na doplnenie zákonného rezervného fondu spoločnosti a zostatok čistého zisku po zdanení v celkovej výške 6 011 tis. € bol preúčtovaný na účet nerozdelený zisk minulých rokov.

## Celkový majetok

Celkový majetok spoločnosti dosiahol ku koncu sledovaného účtovného obdobia hodnotu 88 593 tis. €. Najvyšší podiel na ňom majú zásoby tovaru, ktoré boli v netto hodnote 44 540 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 1 582 tis. €. Druhou najväčšou položkou aktív sú krátkodobé pohľadávky v brutto čiastke 18 197 tis. €, z ktorých pohľadávky z obchodného styku predstavujú sumu 16 950 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. 2020 stav 4 268 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 1 127 tis. €.

## Investície

Investície spoločnosti, ktorých účtovná hodnota (brutto) predstavuje

3 235 tis. €, smerovali prevažne do technického a interiérového vybavenia predajní a softvéru. Z uvedenej čiastky bolo 1 478 tis. € investovaných do softvérového vybavenia a do hmotného majetku sme investovali 1 757 tis. €.

NAY, a. s. vstúpila 17. 1. 2020 do spoločnosti Fotomat, s. r. o. formou navýšenia základného imania spoločnosti, kedy sa zaviazala prebrať záväzok na peňažný vklad. Podiel NAY, a. s. na základnom imaní dcérskej spoločnosti po navýšení základného imania v spoločnosti Fotomat, s. r. o. je 70 %.

## Výskum a vývoj

Keďže sa spoločnosť zaoberá prevažne maloobchodnou činnosťou, na výskum a vývoj nevynakladala ani v účtovnom období 2019/2020 žiadne výdavky.

## Iné

Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí. Spoločnosť neobstarávala v priebehu účtovného obdobia 2019/2020 vlastné akcie. Činnosť spoločnosti nemá negatívny vplyv na životné prostredie.

## Udalosti, ktoré nastali po dni, ku ktorému sa zostavuje účtovná závierka

1. 4. 2020 bol NAY, a. s. poskytnutý poskytnutý dlhodobý bankový úver na financovanie investičných potrieb vo výške 5 mil. €.

Vo februári 2021 získala spoločnosť NAY, a. s. 100 % podiel v sieti predajní K+B Expert, s. r. o. v Českej republike. Predaj bol schválený Úradom pre ochranu hospodárskej súťaže v ČR.

V účtovnom období od 1. apríla 2020 do 31. marca 2021 predpokladá spoločnosť NAY, a. s. stabilizáciu situácie v maloobchodnom predaji a dosahovanie obrátov na úrovni predchádzajúceho účtovného obdobia, a to pri prevádzkovaní všetkých predajní.

## Finančné riziká

Vzhľadom na situáciu, ktorá na Slovensku vznikla v súvislosti so šírením

nákazy COVID-19, rozhodnutím Úradu verejného zdravotníctva Slovenskej republiky č. OLP/2595/2020 z dňa 12. marca 2020 a v kontexte rozhodnutia vlády o vyhlásení mimoriadnej situácie na území SR uznesením vlády č. 111 z dňa 11. marca 2020 a č. 113 z 13. marca 2020 a pandémie ochorenia COVID-19 vyhlásenej 11. marca 2020 generálnym riaditeľom Svetovej zdravotníckej organizácie v súlade s uznesením vlády SR č. 113 z 15. marca 2020 bolo ÚVZ SR prijaté opatrenie pri ohrození verejného zdravia, v zmysle ktorého sa s účinnosťou od 16. marca 2020 do 20. mája 2020 uzatvorili všetky maloobchodné prevádzky a všetky prevádzky poskytujúce služby. Na základe tejto mimoriadnej situácie dosiahla NAY, a. s. v mesiacoch marec až máj 2020 pokles obrátov tržieb.

Spoločnosť považuje vypuknutie pandémie ochorenia COVID-19 za významnú udalosť, a preto zohľadnila všetky relevantné vplyvy pandémie v účtovnej závierke za obdobie končiacie 31. marcom 2020, najmä adekvátnu výšku rezerv a opravných položiek k aktívam.

V účtovnom období od 1. apríla 2020 do 31. marca 2021 predpokladá spoločnosť NAY, a. s. stabilizáciu situácie v maloobchodnom predaji a dosahovanie obrátov na úrovni predchádzajúceho účtovného obdobia, a to pri pokračovaní všetkých obchodných prevádzok.

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 na to, 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. ■



<b>VÝKAZ ZISKOV A STRÁT</b>	<b>31/03/2020</b>	<b>31/03/2019</b>
Tržby	343 879 070	319 049 794
Náklady na predaný tovar	279 204 979	256 808 539
Obchodná marža	64 674 091	62 241 255
Výrobná spotreba (spotreba materiálu, energií a služieb)	25 993 160	24 598 997
Osobné náklady	24 473 304	25 232 847
Ostatné prevádzkové náklady/výnosy - netto	1 828 794	1 103 907
EBITDA	12 378 833	11 305 504
Odpisy	2 712 351	2 739 319
EBIT	9 666 482	8 566 185
Finančné výnosy	752 151	907 567
Finančné náklady	1 658 344	2 681 014
Hospodársky výsledok pred zdanením	8 760 289	6 792 737
Daň	2 081 380	1 927 671
<b>VH za účtovné obdobie po zdanení</b>	<b>6 678 909</b>	<b>4 865 066</b>

# ÚČTOVNÉ VÝKAZY

Súvaha	31/03/2020	31/03/2019
<b>Spolu aktíva</b>	<b>88 593 022</b>	<b>80 981 867</b>
Neobežný majetok	20 314 807	19 305 984
Nehmotný dlhodobý majetok	3 401 739	2 737 946
Hmotný dlhodobý majetok	5 889 014	5 575 069
Dlhodobý finančný majetok	11 024 054	10 992 969
Obežný majetok	67 941 268	61 398 458
Zásoby	44 540 118	36 741 884
Dlhodobé pohľadávky	1 047 800	1 101 827
Krátkodobé pohľadávky	18 085 264	19 867 142
Finančné účty	4 268 086	3 687 605
Ostatné aktíva	336 947	277 425
<b>Spolu pasíva</b>	<b>88 593 022</b>	<b>80 981 867</b>
Vlastné imanie	33 397 407	29 718 499
Výsledok hospodárenia	6 678 909	4 865 066
Závazky	54 093 028	50 140 017
Rezervy	4 177 092	5 088 840
Dlhodobé záväzky	121 395	308 545
Krátkodobé záväzky	48 667 732	44 742 632
Krátkodobé záväzky Záväzky z obchodného styku	46 415 562	35 975 974
Ostatné pasíva	1 102 587	1 123 351

## 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 2020 a výsledok hospodárenia Spoločnosti 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 2020,
- 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

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

Sme presvedčení, že audítorské 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 (ďalej „Etický kódex“), ako aj v zmysle ustanovení zákona č. 423/2015 o štatutárnom audite a o zmene a doplnení zákona č. 431/2002 Z.z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov (ďalej „Zákon o štatutárnom audite“) týkajúcich sa etiky, ktoré sa vzťahujú na náš audit účtovnej závierky v Slovenskej republike. Splnili sme aj ostatné povinnosti týkajúce sa etiky, ktoré na nás kladie Zákon o štatutárnom audite a Etický kódex.

---

### Správa k ostatným informáciám vrátane Výročnej správy

Štatutárny orgán je zodpovedný za ostatné informácie. Ostatné informácie pozostávajú z Výročnej správy (ale neobsahujú účtovnú závierku a našu správu audítora k nej).

Náš názor na účtovnú závierku sa nevzťahuje na ostatné informácie.

V súvislosti s našim auditom účtovnej závierky je našou zodpovednosťou prečítať si ostatné informácie, ktoré sú definované vyššie a pritom zvážiť, či sú tieto ostatné informácie významne nekonzistentné s účtovnou závierkou alebo s našimi poznatkami získanými počas auditu, alebo či máme iný dôvod sa domnievať, že sú významne nesprávne.

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

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

- informácie uvedené vo Výročnej správe za rok, za ktorý je účtovná závierka pripravená, sú v súlade s účtovnou závierkou, a že
- Výročná správa bola vypracovaná v súlade so Zákomom 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 Zákomom 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, ak také 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 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 spochybníť 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 iných záležitostí plánovaný rozsah a časový harmonogram auditu a významné zistenia z auditu, vrátane významných nedostatkov v interných kontrolách, ktoré identifikujeme počas nášho auditu.



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

Ing. Peter Mrnka, FCCA  
Licencia UDVA č. 975

22. júna 2020, okrem časti správy „Správa k ostatným informáciám vrátane Výročnej správy“, pre účely ktorej je dátum našej správy 12. marca 2021.

Bratislava, Slovenská republika



