

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

1128431

VYBRANÉ ASPEKTY VÝROBY A ODBYTU VÍNA V SR

2010

IVETA LECKÉŠIOVÁ

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

VYBRANÉ ASPEKTY VÝROBY A ODBYTU VÍNA V SR

Bakalárska práca

Študijný program:	Medzinárodné podnikanie s agrárnymi komoditami
Študijný odbor:	3.3.17 Medzinárodné ekonomické vzťahy
Školiace pracovisko:	Katedra marketingu
Školiteľ:	prof. Ing. Mária Hambáľková, CSc.

Nitra 2010

IVETA LECKÉŠIOVÁ

Čestné vyhlásenie

Podpísaná Iveta Leckéšiová vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému „Vybrané aspekty výroby a odbytu vína v SR“ vypracovala samostatne s použitím uvedenej literatúry.

V Nitre 12.mája 2010

Iveta Leckéšiová

Pod'akovanie

Touto cestou vyslovujem poďakovanie prof. Ing. Márii Hambáľkovej, CSc. Za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní mojej bakalárskej práce.

Nitra 2010

Iveta Leckéšiová

POUŽITÉ OZNAČENIA

EÚ	Európska únia
SR	Slovenská republika
hl	hektoliter
tis.	tisíc
O.I.V.	Medzinárodný úrad pre vinič a víno
VÚEPP	Výskumný ústav ekonomiky poľnohospodárstva a potravinárstva
l	liter
os.	osoba
KJ.cm ⁻²	kilojoul na centimeter kubický
CO ₂	oxid uhličitý
MP SR	Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky
EHS	Európske hospodárske spoločenstvo
s.r.o.	spoločnosť s ručením obmedzeným
MPa	megapascal

Abstrakt

Práca prináša a systematizuje nové poznatky z problematiky vybrané aspekty výroby a odbytu vína v SR. Pozornosť je sústredená na aktuálnu situáciu v agrosektore a vo vinárskom odvetví, ktoré je ďalej analyzované vzhľadom na situáciu vo svete, v EÚ a v SR. Regionalizácia vinohradníctva a charakteristika vinohradníckych oblastí predstavujú ďalšiu problematiku, ktorá je v práci rozobraná. Taktiež je pozornosť venovaná legislatívnej úprave vinárskeho sektoru a to prostredníctvom zákonov na národnej úrovni, ako aj prostredníctvom nariadení EÚ. Nosnou časťou bakalárskej práce je vlastná práca, ktorá je zameraná najmä na všeobecnú charakteristiku podniku, technológiu výroby tichých a šumivých vín, finančno-ekonomickú analýzu podniku a problematiku marketingových nástrojov uplatňovaných v spoločnosti Hubert J.E. Sered'.

Kľúčové slová: vinársky sektor, rajonizácia, vinohradnícke oblasti, marketingový mix, finančno-ekonomická analýza.

Abstract

The intent of this thesis is to analyze certain aspects of wine production and consumption in the Slovak Republic, and to provide new findings from this research. First, current situation in agriculture and wine industry in the Slovak Republic, European Union, and the rest of the world will be examined. Second, regionalization of viticulture and characteristics of wine regions will be described. Third, this thesis will look at different regulations that affect wine industry; it will consider laws enacted by Slovak government, as well as regulations given by European Union. Furthermore, one of the major and most important parts of this thesis is an individual work, thus this part will contribute to the overall thesis by analyzing general characteristics of a business and technology required for production of wine and effervescent wine. In addition, the individual work will do financial and economic analysis of a business, as well as examine marketing strategy of Hubert J.E. Sered'.

Key words: wine sector, zoning, viticultural areas, marketing mix, financial economic analysis

OBSAH

OBSAH	5
ÚVOD	7
1 PREHĽAD O SÚČASNOM STAVE RIEŠENEJ PROBLEMATIKY	9
1.1 Stav agropotravinárskeho rezortu SR	9
1.2 Súčasný stav trhu s vínom vo svete, v EÚ a SR	10
1.2.1 Situácia vo svete	10
1.2.2 Situácia v EÚ	11
1.2.3 Situácia v SR	11
1.3 Problematika rajonizácie vinohradníckych oblastí a ich charakteristika	14
1.3.1 Územná rajonizácia	15
1.3.2 Odrodová rajonizácia	15
1.3.3 Vinohradnícke oblasti	16
1.4 Legislatívna úprava vinohradníctva a vinárstva	18
1.4.1 Národná legislatíva	19
1.4.2 Spoločná organizácia trhu s vínom	19
2 CIEĽ PRÁCE	23
3 METODIKA PRÁCE	24
4 VLASTNÁ PRÁCA	28
4.1 Všeobecná charakteristika spoločnosti Hubert J.E.Sereď	28
4.1.1 Predmet obchodnej činnosti	29
4.1.2 Právna forma podnikania spoločnosti Hubert J.E.Sereď	29
4.1.3 Portfólio výrobkov	30
4.2 Vybrané aspekty výroby vína	32
4.2.1 Technológia výroby vína	33
4.2.2 Výroba šumivého vína	35
4.3 Finančná a ekonomická analýza podniku	37
4.3.1 Pomerové ukazovatele	37
4.3.2 Index bonity	41
4.4 Marketingové aktivity spoločnosti Hubert J.E.Sereď	42
4.4.1 Komunikačná politika	42
4.4.2 Distribučná politika	44

4.4.3 Cenový vývoj	44
4.4.4 Cieľová skupina zákazníkov	45
4.4.5 Odbyt vína a liehovín spoločnosti Hubert J.E.Sered' 2008-2009	46
5 ZÁVER	48
6 LITERATÚRA	51

ÚVOD

Víno je najstarším nápojom ľudstva, ktorého história siaha až do obdobia 5000 rokov pred naším letopočtom. Spreádzalo najdôležitejšie vývinové etapy ľudstva a kultúru roľníkov od nepamäti. Stalo sa symbolom zušľacht'ovania a uctievania. Kult vína bol vyzdvihovaný v literárnych, či umeleckých pamiatkach, ako aj počas antických osláv. Mnohé archeologické nálezy dosvedčujú, že na území Slovenskej republiky je pestovanie hrozna a výroba vína prítomné už vyše 2500 rokov od čias Keltov a Rimanov. Vinič natrvalo zapustil korene nielen do pôdy, ale aj do hospodárskeho a kultúrneho života našich predkov, uvádza **Hronský, V. (2001)**

Ako spomína **Malík (2004)**, v období 13. storočia došlo ku kolonizácii našej krajiny Nemcami a Talianmi, ktorí so sebou priniesli odrody viniča, ktorým sa darí do dnes. Istá odrodová zmena bola zaznamenaná začiatkom 20. storočia, kedy fyloxéra zničila mnohé odrody. Na druhej strane však pomohla prosperovať najmä francúzskym odrodám. Päťdesiate roky 20. storočia priniesli so sebou rozmach veľkokapacitného družstevného vinohradníctva a začali sa uprednostňovať odrody s dobrým výnosom. Slovenské vinice dostali nové maďarské a nemecké odrody a taktiež šľachtitelia ponúkajú nové odrody, ktoré sú upravené na naše klimatické podmienky

Slovensko má bohatú tradíciu vo vinohradníctve a vinárstve najmä v južných regiónoch, kde sa nachádzajú tradičné vinohradnícke oblasti (malokarpatská, južnoslovenská, nitrianska, stredoslovenská, východoslovenská a tokajská). Pre každú oblasť sú typické prírodné podmienky, ktoré výrazne ovplyvňujú produkciu hrozna a aj samotnú kvalitu vína. Negatívnym faktorom, ktorý ovplyvňuje slovenské vinárstvo a vinohradníctvo je úpadok plôch vinohradov, čo spôsobuje nepriaznivé ekonomické výsledky. Tento proces je podmienený aj nepriaznivou situáciou v agrozorte ako celku, uvádza **Taliga(2000)**.

Podľa **Jurekovej (2005)**, na nedostatočnej produkcii vína sa podieľa taktiež značná prestarnutosť výsadiieb, pričom v súčasnosti je takmer polovica výsadiieb vo veku nad 20 rokov. Vysoká nákladovosť produkcie a nízka rentabilita vinohradníckej výroby, ako aj nedoriešené vlastnícke vzťahy majú negatívne dopady na vinársky priemysel. Dlhodobá podkapitalizovanosť odvetvia spôsobuje, že nie je dostatok finančných zdrojov, ktoré by zabezpečili prechod k intenzívnemu vinohradníctvu.

Vstup SR do EÚ znamenal proces odbúravania obchodných bariér, vďaka čomu začali na slovenský trh prenikať síce lacné, ale nie príliš kvalitné zahraničné vína. Domáci producenti nie sú schopní konkurovať cenou, preto sa sústreďujú na drahšie a kvalitnejšie výrobky. V súčasnej dobe je badať inovatívne tendencie slovenského vinárstva, čomu prispievajú nové technológie, ako aj opatrenia a nariadenia Európskej únie. Naši vinári sa sústreďujú najmä na produkciu kvalitných vín, ktoré podčiarkujú typické črty danej vinohradníckej oblasti.

1 Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky

1.1 Stav agropotravinárskeho rezortu SR

Slovenský trh s agropotravinárskymi produktmi predchádzal od vzniku samostatného štátu dynamickými zmenami a silne bol ovplyvnený transformáciou vlastníckych vzťahov výrobnjej základne, ako i vstupom významných nadnárodných korporácií do oblasti potravinárskej výroby a obchodu , tvrdí **Horská (2008)**

Matošková (2008) uvádza, že potravinársky priemysel pred vstupom do EÚ prešiel dlhým obdobím príprav, ktoré sprevádzali vysoké investície do fixného kapitálu s cieľom zvýšiť efektívnosť výroby, modernizovať technologické zariadenia a splniť hygienické a kvalitatívne štandardy EÚ. Ekonomiku potravinárskeho priemyslu po vstupe do EÚ najviac ovplyvnili zmeny súvisiace s plnou liberalizáciou obchodu a prijatie SPP. Na druhej strane, na otvorenom trhu spojených európskych krajín mnohé suroviny (agrárne produkty) do potravinárskeho priemyslu zlacneli a bezbariérový prístup poskytol našim výrobcam väčšie šance predat' svoje výrobky v zahraničí.

Vzhľadom na skutočnosť, že kúpna sila v porovnaní s vyspelými krajinami Európy je na Slovensku ešte stále slabá, slovenský spotrebiteľ sa v prevažnej miere orientuje viac na lacnejšie, i keď často krát menej kvalitné výrobky. Obchodné reťazce preto na domácich výrobcov vyvíjajú tlak, aby im dodávali výrobky za čo najnižšie ceny. Uvedené skutočnosti viedli k poklesu hodnoty výroby potravinárskeho priemyslu o 5%. Výnimkou bol len tukový, pekárenský a mäsový priemysel, v ktorých sa celková hodnota výroby zvýšila, ako ďalej uvádza **Matošková (2008)**.

Podľa **Gálika (2007)** , po vstupe Slovenskej republiky do Európskej únie sa výrazne zmenila štruktúra slovenského zahraničného obchodu s poľnohospodárskymi a potravinárskymi výrobkami. Zahraničným obchodom sa stal len obchod mimo spoločného územia EÚ, keďže obchod medzi jednotlivými členskými krajinami EÚ je považovaný za vnútorný obchod, ktorý prebieha bez colných a ostatných bariér.

Súčasný globalizačný procesy medzinárodného prostredia a členstvo SR v EÚ dávajú podľa **Horskej (2008)** slovenským subjektom potravinárskeho zamerania príležitosť na rozšírenie trhu pôsobnosti , na druhej strane otvorenosť ekonomiky so sebou prináša nových konkurentov .

Ako uvádza **zelená správa (2009)**: „Ekonomika Slovenska rástla v roku 2008 rýchlejšie ako ekonomika poľnohospodárstva, čo sa odrazilo v poklese podielu

poľnohospodárstva na rozhodujúcich ukazovateľoch národného hospodárstva - hrubej pridanej hodnote, medzispotrebe a zamestnanosti.

Na tvorbe fixného kapitálu sa zvýšil podiel poľnohospodárstva, disparita miezd sa len mierne znížila oproti priemerným mzdám národného hospodárstva. Napriek tomu úroveň miezd v poľnohospodárstve zaostáva za priemerom a dosahuje výšku 75% miezd národného hospodárstva.

1.2 Súčasný stav trhu s vínom vo svete, v EÚ a SR

Pojem vinohradníctvo sa upravuje zákon č. 313/2009 ako súhrn činností zameraných na pestovanie viniča, na pestovanie podnikového viniča, výrobu podnikových odrezkov, vrúbľov, viničových sadeníc, výsadbu a ošetrovanie vinohradníckych plôch, ako aj zber na pestovanie hrozna. Definícia vinárstva analyzuje súhrn činností zameraných na spracovanie hrozna na víno, jeho ošetrovanie, nakladanie s ním a na jeho uvádzanie na trh.

1.2.1 Situácia vo svete

Výroba vína v typických vinárskych oblastiach v okolí Stredozemného mora sa pomaly znižuje. Na druhej strane sa rozširuje do nových, doteraz nevyužívaných oblastí. Údaje o celosvetovej produkcii vína, ktoré vykazuje O.I.V., zaznamenávajú medziročný pokles o takmer 1,8 mil. hl (-0,7 %) v porovnaní s rokom 2007. Pokles vykazuje aj spotreba vína, ktorá sa medziročne znížila o 7,8 mil. hl, čo predstavuje 3,2 %-ný pokles. uvádza **Šajbidorová (2009)**

V Južnej Amerike vývoj v rokoch 2008,2009 poukazuje na markantné rozdiely. V roku 2009 Čile dosiahla úroveň produkcie až 9,7 mil ha., čo poukazuje na 13,7 %-ný nárast. Tohtoročné zemetrasenie nemalo výrazné následky na úrode, došlo však k zničeniu zásob o rozsahu 1,25 mil. hl vín. Vývoj v Brazílii a Argentíne na druhej strane však poukazuje na negatívne trendy. Dochádza k rapidným poklesom výroby, ktorú nasleduje aj pokles spotreby. **OIV (2009)**

OIV má však optimistické predpovede na najbližšie roky. Predpokladá, že sa spotreba vína sa začne od roku 2009 zvyšovať. Odhady hovoria o 4%-nom raste oproti roku 2008 na úroveň 246,3 mil hl. vína. Najvyšší nárast spotreby vína v roku 2008 v porovnaní s rokom 2007, podľa údajov OIV, sa očakáva v USA (o 6,9 %), Austrálii (o 2,9 %), Českej republike (o 2,3 %); najvyšší pokles na Novom Zélande (o - 5,4 %), Argentíne (o - 4,5 %), Brazílii (o - 2,7 %), ako uvádza **Situačná a výhľadová správa (2009)**.

1.2.2 Situácia v EÚ

Produkcia vína v roku 2009 v celosvetovom meradle dosahovala najnižšie výsledky za ostatných 15 rokov. EÚ 15, do ktorej patria krajiny s najväčším podielom na celkovej výrobe vína, dosiahla výroba v roku 2009 úroveň 147,1 mil. hl vína. V kategórii EÚ 27, do ktorej patria všetky členské štáty EÚ, produkcia vína dosiahla hodnotu 159,8 mil. ha, čo poukazuje pokles 0,5 mil. hl v porovnaní s predchádzajúcim rokom 2008.

Najväčšou mierou sa na celkovej výrobe vína podieľajú najmä štáty s bohatou vinárskou a vinohradníckou históriou, ktoré sú zaznamenávané práve v skupine EÚ 15, kde patria krajiny ako Španielsko, Taliansko, Francúzsko, či Portugalsko. Novopristúpené štáty celkovú produkciu vína v EÚ významne neovplyvňujú, na druhej strane však produkujú kvalitné, svetovoznáme druhy vín, ktoré získavajú medzinárodné uznanie. Najväčší podiel na výrobe vína z členských štátov pristúpených do EÚ v rokoch 2004-2007 má Rumunsko. **OIV (2009)**

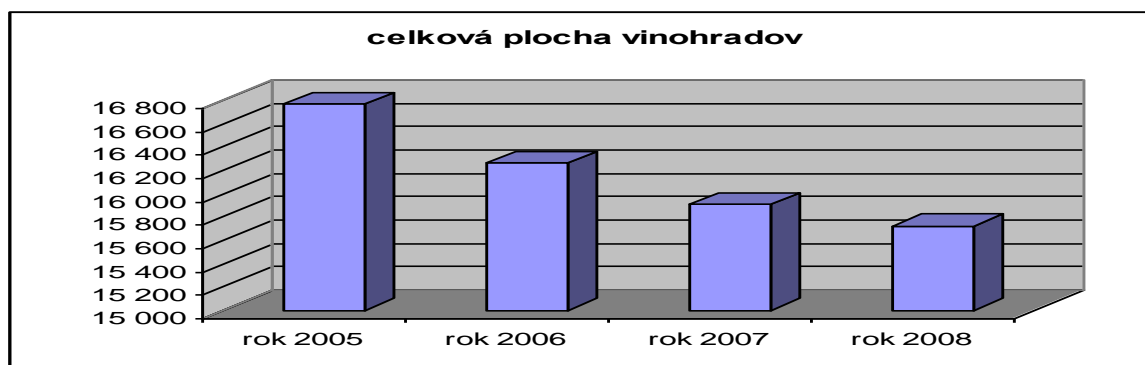
Z celkovej plochy 3 900 tis. ha vinohradov v EÚ-27 v roku 2005, podľa definitívnych údajov OIV, klesla ich plocha v roku 2006 na 3 882 tis. ha (pokles o 0,5 %). Mierny pokles plôch vinohradov sa odhaduje aj v roku 2007 na 3 851 tis. ha (o 0,8 %); na rok 2008 je predpokladaný pokles plôch o 33 tis. ha na 3 818 tis. ha. **Situačná a výhľadová správa (2009)**

Spotreba vína v EÚ poukazuje na výrazný pokles medzi poslednými 2 rokmi 2008 a 2009, kedy bol zaznamenaný pokles o 5,8 mil. ha, čo predstavuje 4,6 %-né zníženie. Markantný nástup tohto trendu sa dá evidovať od druhej polovice roku 2008 (pokles o 2,3 mil. ha vína, -1,8 % oproti roku 2007). V krajinách EÚ 15 sa taktiež zvýraznil pokles dopytu, v Taliansku o 1,7 mil. hl., v Španielsku -1,5 mil. hl., a vo Francúzsku o - 0,9 mil. hl. v rokoch 2008/2009. Zníženie spotreby vína sa prejavilo aj na silných európskych trhoch v Nemecku (- 0,5 mil. ha oproti roku 2008) a Veľkej Británii (-0,8 mil. ha oproti 2008).

1.2.3 Situácia v SR

Na základe informácií zozbieranými Štatistickým úradom SR a VEUPP môžeme súčasnú situáciu v slovenskom vinárstve a vinohradníctve definovať nasledovne. Celková plocha vinohradov sa od roku 2006 postupne znižuje, pričom posledný nárast sa hlási k roku 2005. Tento fakt má dôsledky aj na znižujúce sa rozmery zberových plôch rodiacich vinohradov. V porovnaní s výsledkami z roku 2005, táto plocha zaberala vyše 80,1%, za posledné datované obdobie z roku 2008 klesli tieto hodnoty až na úroveň 63,5 %.

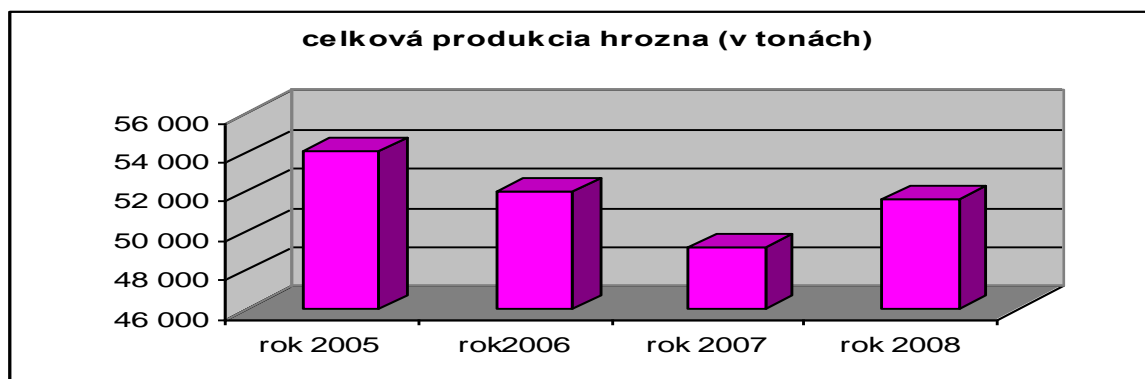
Graf 1 Celková plocha vinohradov



Zdroj: VÚEPP, vlastné spracovanie

Produkcia hrozna má kolísavý charakter, pričom len v roku 2007 neprekročila hranica produkcie úroveň 50 000 t. 99,3 % produkcie hrozna každoročne predstavuje muštové hrozno a hektárová úroda dosahuje hodnoty v rozmedzí od 4,12- 4,42 t/ha v rokoch 2005-2007. Rok 2008 môžeme považovať z hľadiska faktora hektárovej výnosnosti za mimoriadne úspešný s hodnotou 5,35 t/ha.

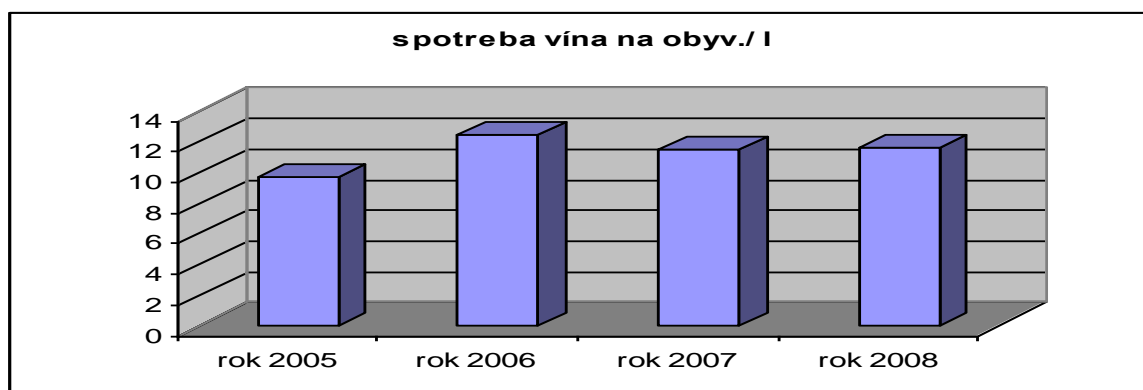
Graf 2 Celková produkcia hrozna (v tonách)



Zdroj: VÚEPP, vlastné spracovanie

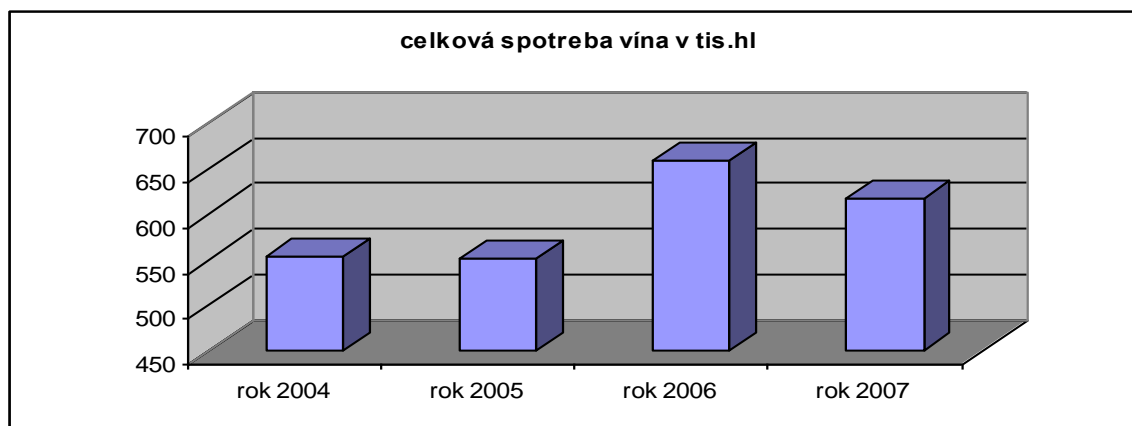
Spotreba vína na Slovensku je jedna z najnižších v Európskej únii, nachádza sa v rozmedzí od 9,71 l/os. za rok 2005 až po najvyššiu úroveň dosiahnutú za ostatné 4 roky na úrovni 12,4 l. Celková spotreba vína má taktiež kolísavý charakter, ako možno vidieť v priloženom grafe č.4

Graf 3 Spotreba vína na obyv. / liter



Zdroj: VÚEPP, vlastné spracovanie

Graf 4 Celková spotreba vína v tis. hl



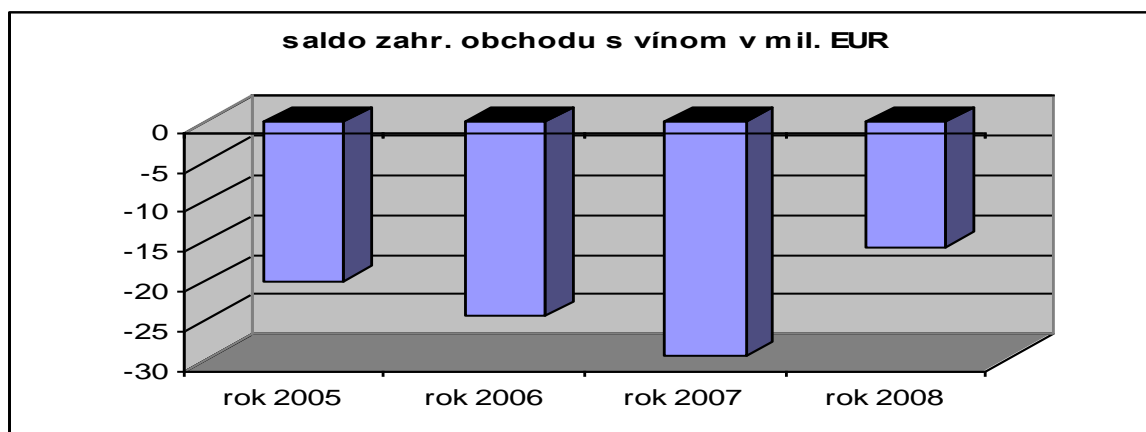
Zdroj: VÚEPP, vlastné spracovanie

Zahraničný obchod SR so stolovým hroznom dosahuje v priebehu 4-ročného pozorovania každoročne záporné saldo, pričom situácia s muštovým hroznom je identická. Celkový zahraničný obchod SR s vínom vo vinárskom roku 2008/2009 vykazuje deficit -15,72 mil. € (-473,6 mil. Sk). Na import putuje 373,8 tis. hl. vína a na export 93,6 tis. hl vína.

Celkový dovoz sa však v porovnaní s vinárskym rokom 2007/2008 zvýšil o 15,7 %. Podiel dovozu z krajín EÚ na celkovom dovoze stolového hrozna v SR sa znížil na 82,8 %. Najväčší podiel na importe majú producenti z Talianska (62,9 %) a Nemecka (20,6 %).

Situačná a výhľadová správa VÚEPP (2006-2009)

Graf 5 Saldo zahraničného obchodu s vínom v mil. EUR



Zdroj: VÚEPP, vlastné spracovanie

Vinársky priemysel sa napriek svojej rentabilite nachádza v komplikovanej situácii, ktorú spôsobuje najmä nedostatok domáceho muštového hrozna. Značná časť slovenských vín je vyprodukovaná z importovaného hroznového muštu. Ďalším faktorom, ktorý zhoršuje situáciu je vysoká konkurencia na medzinárodných trhoch, kde sa presadzujú najmä lacnejšie vína z južných krajín a pripravovaná reforma SPP. V blízkej budúcnosti sa očakáva špecializácia SR vo výrobe prívlastkových a odrodových vín, ktoré dokážu svojou kvalitou konkurovať na zahraničných trhoch a zabezpečiť si tým odbyť. Negatívne saldo obchodnej bilancie však napriek tomu ostane nezmenené, teda záporné. Dôvodom je objem výroby, ktorý nepokryje domácu spotrebu, tvrdí **Matošková,(2008)**

1.3 Problematika rajonizácie vinohradníckych oblastí a ich charakteristika

Rozdeľovanie na oblasti a rajóny, je klasifikácia poľnohospodárskeho pôdneho fondu na základe údajov o prírodných podmienkach, ktoré určujú, aké plodiny možno účelne pestovať v jednotlivých oblastiach pre dosahovanie vyšších úrod i lepšej kvality. Rajonizácia poľnohospodárskej pôdy smeruje k dosiahnutiu čo najefektívnejšieho rozmiestnenia výroby podľa potrieb štátu a výrobných podmienok, **definuje Zoborský (2006)**

Gálik (2007) uvádza, že vinohradnícke oblasti SR sa nachádzajú na severnej hranici ekonomického pestovania viniča. Preto treba dbať veľký dôraz pri výbere

stanovišťa nových výsad, taktiež vyberať vhodné odrody a pestovateľské technológie, aby dokázali slovenské vinohrady konkurovať južným krajinám.

Ako spomína **Hronský, Š. (2002)**, miesto pestovania viniča hroznového vplýva na kvalitu hrozna a vína. Vína zo severných oblastí sú odrodovo výraznejšie, majú vyšší obsah kyselín, výraznejší buket a arómu. Pri pestovaní prevládajú biele odrody. Južné vinohradnícke oblasti produkujú vína sladšie, s menším obsahom kyselín, aromatických a buketových látok. V krajinách, kde je počas fenologickej fázy vyzrievania suché a teplé počasie sa bobule menia na hrozienka.

1.3.1 Územná rajonizácia

Územná rajonizácia viniča hroznového je robená podľa makroklimatických podmienok a geografického členenia. Na základe teplotných pomerov a množstva energie, ktorú mikro a makroklima oblasti prijme z priameho slnečného žiarenia počas vegetácie boli zaradené slovenské vinohradnícke hony do 5 bonitných kategórií, uvádza **Bernát (2008)**.

Tabuľka 1 Územná rajonizácia

Bonitná kategória	Energetická bilancia v kJ.cm ²	Charakteristika miesta plôch	% z vinohradníckej plochy
1	viac ako 225	výberovej kvality	13,3
2	201-225	veľmi dobré	44,4
3	181-200	dobré	28,8
4	160-180	vyhovujúce	13,0
5	menej ako 160	málo vyhovujúce	0,5

Zdroj : Slávko Bernát, Vinohradníctvo

1.3.2 Odrodová rajonizácia

Najstarší spôsob rozmiestňovania odrôd je na základe ich výberu podľa dĺžky vegetačného obdobia. V prípade, že je známa dĺžka vegetačného obdobia, ktorá je daná počtom dní od nástupu a ukončenia aktívnych teplôt, potom usudzujeme, že na toto miesto budú vhodné odrody s kratším vegetačným obdobím. Najdlhšie vegetačné obdobie majú v našom zemepisnom pásme vinohradnícke oblasti západnej Európy, ktoré sú pod vplyvom

Atlantického oceánu a postupne k východu sa vegetačné obdobie skracuje, zdôrazňuje **Bernát(2008)**.

1.3.3 Vinohradnícke oblasti

Vinohradnícka oblasť je súvislé vymedzené územie väčšieho rozsahu tvorené vinohradníckymi rajónmi so špecifickými (osobitými) pôdnoklimatickými podmienkami vhodnými na pestovanie viniča, definuje **Hronský, 2002**.

Zákon o vinárstve a vinohradníctve č. 313/2009 Zb.z. z 30.júna 2009 § 7 pojednáva problematiku : Vinohradnícke oblasti a ich členenie . Pestovanie viniča hroznorodého a výroba vína sa uskutočňuje na vinohradníckych plochách zaregistrovaných vo vinohradníckom registri, ktorých členenie je zaznamenané nasledovne.

Slovenský vinohradnícky región sa člení na :

- a) Malokarpatskú vinohradnícku oblasť,
- b) Južnoslovenskú vinohradnícku oblasť,
- c) Stredoslovenskú vinohradnícku oblasť,
- d) Nitriansku vinohradnícku oblasť,
- e) Východoslovenskú vinohradnícku oblasť,
- f) Tokajskú vinohradnícku oblasť.

Tabuľka 2 Vinohradnícke oblasti Slovenska

Vinohradnícka oblasť	Plocha (ha)
Malokarpatská	5 819
Južnoslovenská	5 283
Nitrianska	3 941
Stredoslovenská	2 448
Východoslovenská	1 733
Tokajská	1 401
SR spolu k 31.7.2009	20 625

Zdroj: VÚEPP

Malokarpatská vinohradnícka oblasť

Pestovanie viniča na svahoch Malých Karpát od Bratislavy smerom k Pezinku a Horným Orešanom má takmer tritisícročnú tradíciu. Ideálne podmienky na pestovanie

podčiarkujú hlinito-piesočnaté pôdy, skeletové, ľahké, typické pre oblasť Záhoria, ktoré ľahko absorbujú slnečné teplo. Priemerná teplota v období vegetácie 16,8 stupňov Celzia, vďaka čomu sa vína tohto kraja vyznačujú decentnou vôňou a plnou, kyslastou chuťou. Oblasť tvorí 12 vinohradníckych rajónov a k najvýznamnejším výrobcam v tejto oblasti patrí Víno- Masaryk v Skalici, Víno Matyšák a Pavelka & Sobolič v Pezinku, Ladislav Šebo v Šenkviaciach a Mrva & Stanko z Trnavy.

Juhoslovenská vinohradnícka oblasť

Tvorená je 8 vinohradníckymi rajónmi, ktoré sa nachádzajú na nížinatej rovine Podunajskej nížiny. Spomedzi 6 vinohradníckych oblastí Slovenska je tou najteplejšou so suchým podnebíom a miernymi zimami. Výborné klimatické podmienky na pestovanie viniča mu dodávajú výdatnú cukornatosť. V tejto oblasti sa produkuje najväčšie množstvo výberových vín s prívlastkom. Pôdy sú hlinitého pôvodu, ľahké piesočnaté až stredne ťažké bezskeletové. Chuťovo najvýraznejšie sú juhoslovenské rulandy, tramíny i kabernety. Najznámejšími vinohradníkmi a vinármi sú Miroslav Petrech (Chateau Belá), či Združenie agropodnikateľov, družstvo Dvory nad Žitavou.

Stredoslovenská vinohradnícka oblasť

Už v roku 1135 sa registrujú prvé písomné záznamy o viniči z tejto oblasti, ktorú robí výraznou najmä zmes vôní odrodových vín rizlingu vlašského, či veltlínskeho zeleného. V stredoslovenskej vinohradníckej oblasti sa nachádza 7 vinohradníckych rajónov (107 vinohradníckych obcí) v priemernej nadmorskej výške 180 m.n.m. Pre túto oblasť sú typické teploty v priebehu vegetácie okolo 16,2 stupňov. Severná časť má drsnejšie a chladnejšie klimatické podmienky, južná je teplá s miernymi letami a zimami. Pôdy sú výživné, stredne ťažké až ťažké. Základné pestované biele odrody sú : Müller-Thurgau, Burgundské biele, Rizling rýnsky a vlašský .

Nitrianska vinohradnícka oblasť

Túto geograficky rôznorodú oblasť nájdeme na južných, juhozápadných a juhovýchodných svahoch pohoria Trábeč, ktoré pokračujú cez severnú hranicu Podunajskej nížiny, až po Považský Inovec. Patrí sem 9 vinohradníckych rajónov a 159 vinohradníckych obcí. Vinič sa tu pestuje do nadmorskej výšky 240 m.n.m. s úhrnným priemerom zrážok v období vegetácie 333 mm a poskytuje kvalitné vína s osobitým charakterom. Poskytujú široké spektrum chuti, tiché i šumivé, mladé či vyzreté, menej

voňavé i decentne aromatické. Najvýznamnejšími producentmi sú Víno Nitra , Vínarza Vráble a Vínárske závody v Topolčiankach.

Východoslovenská vinohradnícka oblasť

Tvorená je 4 vinohradníckymi rajónmi a 100 vinohradníckymi obcami. Vinohradnícke trate siahajú do nadmorskej výšky 180 m.n.m. ,pričom prevládajú ťažké ílovité pôdy. Počas vegetácie dosahujú priemerné teploty 16,6 stupňov Celzia a úhrnné zrážky sú vo výške 373 mm. Obzvlášť sa tu darí výrobe jemných vín Burgundské biele, Chardonnay a Burgundské modré. Zastaralá technológia však bráni inováciám vo výrobe vína, čo je veľkou škodou nevyužitia potenciálu tejto oblasti. Vínar-VIN Slovensko patrí medzi najvýznamnejších výrobcov tejto oblasti.

Tokajská vinohradnícka oblasť

Patrí medzi naše klimaticky najteplejšie oblasti so sopečnými pôdami s plytkou ornitou, ktoré vznikli na báze tufov a andezitov. Priaznivé geologické a podnebné podmienky – priemerná teplota vzduchu dosahuje 16,8 stupňov Celzia, predurčili túto oblasť do kategórie najkvalitnejších vinohradníckych tratí Slovenska. Na územie Slovenska zasahuje z Maďarska a o výmere 907 m štvorcových predstavuje nielen najmenšiu vinohradnícku oblasť Slovenska, ale dokonca najmenšiu i vo svete. Tokajské vinohradnícke hony môžu byť využívané len ako vinice a smú v nich byť vysadené len uznané odrody viniča: Lipovina, Furmint, Muškát žltý a Zeta. Najznámejší výrobcovia : J&J Ostrožovič, Tokaj Macik Winery, Tokaj&Co, ktorí patria do Tokajského združenia vinohradníkov a vinárov Tokajskej vinohradníckej oblasti . **Hronský,V. (2001)**

1.4 Legislatívna úprava vinohradníctva a vinárstva

Problematiku legislatívy vinohradníctva a vinárstva je upravovaná zákonmi a nariadeniami na národnej úrovni a taktiež nariadeniami EÚ. Na rok 2008/2009 bolo pre SR z rozpočtu EÚ alokovaných 2 938 000 EUR.

1.4.1 Národná legislatíva

Upravuje podmienky pestovania, spracovania hrozna a vína, a poskytovania podpory . V súčasnosti sú platné nasledovné zákony a nariadenia :

- **Zákon č. 182/2005 Z. z.** o vinohradníctve a vinárstve v znení neskorších predpisov 283/2007.
- **Nariadenie vlády SR č. 340/2008 Z. z.** o podmienkach poskytovania podpory v rámci spoločnej organizácie trhu s vínom v znení neskorších predpisov.
- **Nariadenie vlády SR č. 341/2008 Z. z.** o podmienkach poskytovania podpory za trvalé ukončenie výsadby vinohradov v znení nariadenia vlády SR č. 339/2009 Z. z.
- **Zákon č. 313/2009 Z. z.** o vinohradníctve a vinárstve (účinnosť od 1.9.2009).
- **Vyhláška MP SR č. 350/2009 Z. z.**, ktorou sa vykonávajú niektoré ustanovenia zákona č. 313/2009 Z. z. o vinohradníctve a vinárstve.

1.4.2 Spoločná organizácia trhu s vínom

SOT upravuje vinársky sektor nasledovnými nariadeniami.

- **Nariadenie Komisie (ES) č. 555/2008** z 27. júna 2008, ktorým sa ustanovujú podrobné pravidlá vykonávania nariadenia Rady (ES) č. 479/2008 o spoločnej organizácii trhu s vínom, pokiaľ ide o podporné programy, obchod s tretími krajinami, výrobný potenciál a kontroly vo vinárskom sektore v platnom znení.
- **Nariadenie Rady (EHS) č. 1601/91**, ktorým sa ustanovujú všeobecné pravidlá o definícii, popise a ponuke aromatizovaných vín, aromatizovaných nápojov na báze vína a aromatizovaných kokteíl z aromatizovaných vínnych produktov.
- **Nariadenie Rady (ES) č. 73/2009** z 19. januára 2009, ktorým sa ustanovujú spoločné pravidlá režimov priamej podpory pre poľnohospodárov v rámci spoločnej poľnohospodárskej politiky a ktorým sa ustanovujú niektoré režimy podpory pre poľnohospodárov, ktorým sa menia a dopĺňajú nariadenia (ES) č. 1290/2005, (ES) č. 247/2006, (ES) č. 378/2007 a ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 1782/2003.
- **Nariadenie Rady (ES) č. 1234/2007** o vytvorení spoločnej organizácie poľnohospodárskych trhov a o osobitných ustanoveniach pre určité poľnohospodárske výrobky (nariadenie o jednotnej spoločnej organizácii trhov) v znení nariadenia (ES) č. 491/2009.

Toto nariadenie upravuje tieto hlavné okruhy:

- podporné opatrenia
- regulačné opatrenia
- pravidlá pre obchod s tretími krajinami
- pravidlá riadiace produkčný potenciál

Podporné opatrenia

V rámci tohto balíčka je vyšpecifikovaných 11 opatrení, z ktorých si každý členský štát vyberie najvhodnejšie. Pre potreby slovenských producentov bolo vybraných nasledujúcich 5:

1. Propagácia na trhoch tretích krajín

Toto opatrenie pojednáva informačné a propagačné opatrenia vín, ktoré sú vyrobené v Spoločenstve. Jeho hlavným cieľom je zvyšovanie konkurencieschopnosti vín EÚ v tretích krajín. Dotýka sa však iba vín s chráneným označením alebo zemepisným označením, alebo s označením odrody. Jeho hlavným cieľom je zvyšovanie záujmu o vína Spoločenstva u konzumentov tretích krajín, prezentovanie a propagovanie výrobkov. Zvyšovanie exportu, nových trhov, a nové poznatky o spôsobe označovania sú ďalšími bodmi, o ktorých pojednáva toto opatrenie.

2. Reštrukturalizácia vinogradov

V rámci tohto opatrenia sa pravidlá v porovnaní s minulosťou výrazne nezmenili. Vinári a vinohradníci sa musia viac zaoberať buď prechodom na iné odrody, či na inovatívne opatrenia obhospodarovania vinogradov. Výška podpôr ostáva nemenná. Jej cieľom je zvyšovanie kvality vinohradníckej produkcie, akceptovať zmeny spotrebiteľských preferencií a prispôbovať sa im. Zvyšovanie konkurencieschopnosti slovenských vín a zefektívnenie výroby vo vinohradníctve sú ďalšie ciele, ktoré sú nastolené v tejto sekcii.

3. Poistenie úrody

Táto podpora je určená na krytie nákladov na poistenie úrody. V prípade nepriaznivých poveternostných podmienok, výskytu chorôb viniča, či pri zamorení škodcami sa znižuje riziko u poľnohospodárskych výrobkov. Jej ďalšími prínosmi sú zvýšenie poistnej plochy, či zabezpečenie minimalizovania strát príjmov výrobcov.

4. Investície

Investičné podpory budú poskytované na hmotné aj nehmotné statky, podporujú vybudovanie infraštruktúry do spracovateľských zariadení, infraštruktúry vinárskych

závodov a uvádzania vína na nové trhy. Využívané sú najmä v mikropodnikoch, malých a stredných podnikoch.

Cieľom je bezpochyby zvyšovanie kvality, kontroly zdravotnej neškodnosti, či zlepšenie predaja. Vďaka investíciám sa zvyšuje konkurencieschopnosť výrobkov.

5. Používanie zahusteného hroznového muštu

Týka sa výrobcov používajúcich zahustený hroznový mušt vrátane rektifikovaného na zvýšenie prirodzeného obsahu alkoholu. Opatrenie je časovo limitované do 31.7.2012, pričom jeho maximálna výška sa nezmenila.

Cieľom je zvýšenie prirodzeného obsahu alkoholu v dôsledku klimatických podmienok niektorých vinohradníckych zón, ako aj zvýšenie prirodzeného obsahu alkoholu v rokoch s mimoriadne nepriaznivými klimatickými podmienkami. Výsledným cieľom je zlepšovanie kvality výrobkov.

Regulačné opatrenia

V rámci tejto skupiny opatrení EÚ ostáva povinnosť používať iba klasifikované odrody viniča. Enologické postupy sú rozoberané minimálne, rozpracované sú iba výrobné obmedzenia ako obohacovanie, okysľovanie, odkysľovanie, sladenie a pod. Obmedzenia sa týkajú aj vinifikácie dovozových muštov alebo miešanie vína z tretích krajín s vínom zo Spoločenstva. Zvyšné enologické postupy a taktiež aj metódy analýzy budú upravované pravidlami O.I.V.

Hlavnou zmenou v rámci tejto časti je nová kategorizácia vín :

- vína s označením pôvodu,
- vína so zemepisným označením,
- vína bez zemepisného označenia.

Proces schvaľovania zemepisných označení a chránených označení je v rámci regulačných opatrení taktiež rozpracovaný. Povinné údaje prešli len menšími zmenami. Pri nepovinných došlo k možnosti uvádzať na etiketách akýchkoľvek vín názov odrody/odrôd a ročník.

Obchod s tretími krajinami

Problematiku obchodu s tretími krajinami nebola výrazne pozmenená . Došlo k zrušeniu exportných dotácií, naopak v platnosti ostali dovozné a vývozné povolenia V obchode s tretími krajinami nedošlo k výrazným zmenám. Najdôležitejšou zmenou je zrušenie exportných dotácií pod podmienkou zloženia záruky v rovnakom režime ako v predchádzajúcej SOT (uvedené zaručuje, že výrobky sa dovezú alebo vyvezú počas doby platnosti.

Nadalej ostali v platnosti dodatočné dovozné clá pre hroznovú šťavu a hroznový mušt za špecifikovaných podmienok. Hlavným cieľom je odstrániť, resp. predísť nepriaznivým účinkom na trh Spoločenstva.

Produkčný potenciál

V prípade ak došlo k nezákonným výsadbám, t.j. k vysadeniu došlo bez výsadbových práv, budú vyklčované na náklady producentov. V prípade, ak producent tieto výsadby nevyklčuje, môže byť pokutovaný. Ustanovené boli nové pravidlá narábania s produkciu z nelegálnych výsadiieb. Pozornosť sa kladie aj na včasné informovanie Komisie. Výnimkou sú výsadby na experimentálne účely alebo podnikové vinohrady. Ukončenie programu klčovania je stanovené do konca vinárskeho roku 2012/2013.

Situačná a výhľadová správa (2009).

2 CIEĽ PRÁCE

Vinohradníctvo sa zaraďuje medzi tradičné odvetvia na Slovensku. Jeho hlavnou devízou je nielen jeho produkčný výkon, ale aj prínos v kultúrnom, spoločenskom, či sociálnom živote spoločnosti. Vďaka vínu a jeho produkcii je po stáročia zabezpečený ekonomický rozvoj vidieka a tým aj jeho obyvateľstva. Prispieva ku skultúrňovaniu krajiny, estetike a k získaniu typického rázu danej oblasti.

Cieľom predkladanej bakalárskej práce je posúdiť vybrané aspekty výroby a odbytu vína v Slovenskej republike.

Čiastkovými cieľmi sú nasledovné okruhy činností :

- vykonať situačnú analýzu v podniku J.E. Hubert so zreteľom na históriu podniku, predmet obchodnej činnosti a portfólio výrobkov,
- analyzovať výrobu vína a postup výroby šumivých vín v spoločnosti J.E. Hubert
- kvantifikovať finančné a ekonomické ukazovatele spoločnosti za roky 2006-2008 využitím pomerových ukazovateľov a indexu bonity
- vykonať podnikateľskú analýzu v podniku so zameraním sa na komunikačnú a distribučnú politiku, zhodnotiť spotrebu produktov radu Hubert za rok 2009

V teoretickej časti bakalárskej práce sa sústreďuje pozornosť na nasledovné okruhy problémov:

- zhodnotiť situáciu v agropotravinárskom sektore SR
- posúdiť pozíciu vinohradníctva a vinárstva vo svete, v EÚ a na Slovensku
- priblížiť rajonizáciu a charakteristiku vinohradníckych oblastí Slovenska,
- vymedziť legislatívnu úpravu výroby a produkcie vína a opatrenia EÚ vo vinárskom priemysle

3 METODIKA PRÁCE

Na základe stanoveného cieľa bakalárskej práce bol vybraný nasledovný harmonogram činností a metodický postup, ktorý sa skladá z nasledovných etáp:

- výber témy bakalárskej práce
- zisťovanie a zhromažďovanie informácií a podkladov
- stanovenie cieľov a metodiky práce
- získavanie údajov a ich následné spracovanie
- analýza výsledkov, zhotovenie záverov a odporúčaní
- technické vyhotovenie práce

Súčasťou práce je jej teoretická časť, ktorá sa skladá z nasledovných bodov:

- úvod
- prehľad o súčasnom stave problematiky
- ciele a metodika práce
- praktická časť

Na zhotovenie finančno-ekonomickej analýzy boli využité účtovné výkazy: súvaha a výkaz ziskov a strát za účtovné obdobie 2006-2008. Ich výsledky boli prepočítané konverzným kurzom 1 Euro = 30,126 SKK , platným od 1.1.2009 .

Praktická časť práce obsahuje výpočet indexu bonity a analýzu pomerových ukazovateľov , ktoré boli zostavené využitím finančno – účtovných informácií podniku.

Na ekonomickú a finančnú analýzu boli použité nasledovné pomerové ukazovatele:

- ukazovatele aktivity,
- ukazovatele rentability,
- ukazovatele zadĺženosti,
- ukazovatele likvidity,

pričom jednotlivé ukazovatele boli vypočítané a analyzované na základe nasledovných algoritmov.

Ukazovatele aktivity:

- **doba obratu zásob k tržbám** = (zásoby / tržby) * 365
- **doba obratu zásob k nákladom** = (zásoby / náklady) * 365
- **doba inkasa pohľadávok** = (krátkodobé pohľadávky / tržby) * 365
- **doba splácania záväzkov k tržbám** = (krátkodobé záväzky / tržby) * 365
- **doba splácania záväzkov k nákladom** = (krátkodobé záväzky / náklady) * 365
- **doba obratu majetku** = (majetok / tržby) * 365

Ukazovatele rentability :

- **celkového kapitálu** = čistý VH + nákladové úroky * (1-sadzba dane) / CK
- **vlastného imania** = čistý VH / vlastné imanie
- **základného imania** = čistý VH / základné imanie
- **celkových tržieb** = čistý VH / tržby
- **výnosov** = čistý VH / výnosy
- **pridanej hodnoty** = čistý VH / pridaná hodnota
- **osobných nákladov** = čistý VH / osobné náklady
- **nákladov** = čistý VH / náklady
- **úhrnná výnosnosť** = celkový kapitál / výnosy

Ukazovatele zadĺženosti:

- **celková zadĺženosť** = cudzie zdroje / VI a záväzky spolu
- **stupeň samofinancovania** = vlastné imanie / VI a záväzky spolu
- **finančná páka** = VI a záväzky spolu / vlastné imanie
- **úverová zaťaženosť** = bankové úvery a fin. výpomoci / VI a záväzky spolu

Ukazovatele likvidity :

- **celková likvidita** = obežný majetok / krátkodobé cudzie zdroje
- **bežná likvidita** = (finančné účty + krátkodobé pohľadávky) / krátkodobé cudzie zdroje
- **pohotová likvidita** = (finančné účty / krátkodobé cudzie zdroje)

- **prevádzková celková likvidita** = (obežný majetok / krátkodobé záväzky)
- **prevádzková bežná likvidita** = (finančné účty+ krátkod. pohľadávky/ krátkod. záväzky)

Pri prognózovaní finančno – ekonomickej situácie analyzovaného podniku bol použitý výpočet **indexu bonity**.

Tabuľka č.3

UKAZOVATELE	VÁHA	VÝPOČET
X 1	1,5	Cash flow / cudzí capital
X 2	0,08	Celkový capital / cudzí capital
X 3	10	Zisk pred zdanením / celkový capital
X 4	5	Zisk pred zdanením / výnosy
X 5	0,3	Zásoby / majetok
X 6	0,1	Výnosy / majetok

TVAR DISKRIMINAČNEJ ROVNICE:

$$B = 1,5 X1 + 0,08 X2 + 10 X3 + 5 X4 + 0,3 X5 + 0,1 X6$$

HODNOTENIE FINANČNEJ SITUÁCIE:

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| ➤ extrémne dobrá finančná situácia | $B > 3$ |
| ➤ veľmi dobrá finančná situácia | $3 \leq B > 2$ |
| ➤ dobrá finančná situácia | $2 \leq B > 1$ |
| ➤ určité problémy | $1 \leq B > 0$ |
| ➤ zlá finančná situácia | $0 \leq B > -1$ |
| ➤ veľmi zlá finančná situácia | $-1 \leq B > -2$ |
| ➤ extrémne zlá finančná situácia | $-2 \leq B > -3$ |

Základnou metódou výskumu bola objektívna metóda a jej postupy analýza a syntéza, indukcia a dedukcia. Taktiež sa využili nasledovné metódy :

- organizačno-ekonomický prieskum
- indexová metóda
- metóda komparácie

Objektom výskumu a analýzy bola spoločnosť Hubert J.E. Sered' v časovom období rokov 2006-2008. Faktografický materiál bol čerpaný z účtovných a štatistických výkazov analyzovaného podniku. Taktiež sa využili informačné zdroje MP SR, VÚEPP, Výskumného ústavu vinárskeho a vinohradníckeho, z časopisov a internetu .

4 VLASTNÁ PRÁCA

4.1 Všeobecná charakteristika spoločnosti Hubert J.E. Sered'

História vzniku firmy sa podľa legendy datuje už k roku 1825, keď bola založená Johannom Evangelistom Hubertom pod názvom J.E.Hubert, ktorý sa využíva aj v súčasnosti. Skutočnosťou však je, že továreň v Bratislave bola založená Johannom Fischerom a Michaelom Schonbuerom a stala sa tak druhým miestom v Európe, ktoré sa mohlo pýšiť výrobou šumivého vína podľa originálneho francúzskeho receptu. Výsledky a významné ocenenia na seba nenechali dlho čakať. Vďaka unikátnemu spôsobu výroby si tieto kvalitné šumivé vína vyslúžili zlatú medailu a medzinárodné uznanie už v roku 1842 na priemyselnej výstave v Budapešti. V roku 1854 došlo k zmene vlastníckych pomerov a vedeniu sa ujal Schonbauerov synovec Johann Geiger, ktorý sa po smrti zakladateľov spolu s Johannom Fischerom ml stávajú majiteľmi. Firma dostáva nový názov : „Fischer und Geiger Champagner-Fabrik“ a v polovici 19. Storočia sa továrni podarilo vyprodukovať až 50% z celkovej produkcie šumivých vín. Výraznejší prienik na medzinárodné trhy sa podaril vďaka víťazstvu na svetovej výstave v Paríži.

70te roky 19.storočia charakterizoval znížený dopyt po šampanskom, ktorý vyústil k zmene majiteľov podniku. Fischer podnik predal v roku 1877 a novými majiteľmi sa stávajú Hubertovci, podľa legendy, rodina zakladateľa J.E.Hubert. Ďalšie roky sa niesli v duchu zmeny vlastníkov podniku, pričom prelom nastal v roku 1896. Pauline Hubertová pozastavila výrobu sódy a vína, firma sa začala úzko špecializovať len na šumivé vína. Úspech na seba nenechal dlho čakať a kvalitu tejto značky ocenil dokonca aj cisár František Jozef I. Prelom storočí znamenal veľké zmeny pre firmu J.E. Hubert ,ktorá si ponechala svoj pôvodný názov. Portfólio výrobkov bolo rozšírené o nové značky : Gentry club extra dry, Gentry club, Tripli sec, City sec Hubert J.E. Tovary boli exportované na zahraničné trhy, konkrétne do Ameriky, Talianska, Austrálie, Ruska, Anglicka, Škótska a Indie.

20.storočie so sebou prinieslo zmeny v politickom, či ekonomickom usporiadaní sveta. Hospodárska kríza v rokoch 1929-1933 a svetové vojny výrazne ovplyvnili spotrebiteľské správanie a dopyt, ktorý sa výrazne znížil. Vývoj firmy nie je až do roku 1945 inak zdokumentovaný. Podľa historických zmienok po roku 1945 sa majiteľom firmy stala osoba maďarskej národnosti, čo v období Československa znamenalo konfiškáciu majetku a znárodnenie podľa Benešových dekrétov. Ďalšie obdobie neprinieslo so sebou

výraznejšie zmeny, podnik prechádzal v rámci národnej správy z rúk do rúk. Rok 1949 bol posledným v ére súkromného vlastníctva v danom období firmy a Hubert J.E. sa začlenil do národného podniku Západoslovenský liehový priemysel v Leopoldove. Nástupom socializmu došlo k jeho presunu do Serede, kde sídli do dnešného dňa. K zmene prišlo až 1. augusta 1995, ktorý znamenal jej premenu na akciovú spoločnosť Hubert J.E., 1. januára 2002 sa z nej stáva dcérska spoločnosť nemeckej firmy Henkell & Söhnlein Sektellereien KG (s.r.o.), Wiesbaden ako súčasť rodinného koncernu Oetker Gruppe.

Rok 2008 priniesol v živote firmy Hubert J.E. úspech vo forme rozšírenia portfólia o produkty spoločnosti Vitis Pezinok. Stala sa majiteľom jej ochranných známk alkoholických nápojov a prevzali aj distribúciu produktov spoločnosti Vitis Pezinok. Úspech priniesli už prvé týždne, vďaka akvizícií sa predaj tichých vín zvýšil o 60% a pri liehovinách to predstavovalo nárast o 24%.

4.1.1 Predmet obchodnej činnosti

- výroba muštov a prírodných vín
- výroba nealkoholických nápojov
- výroba šumivého vína
- výroba košíčkov na šumivé víno
- kúpa tovaru za účelom jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) a za účelom jeho predaja iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod) v rozsahu voľnej živnosti
- sprostredkovateľská činnosť
- poradenská činnosť v oblasti výroby vín
- výroba kvasených alkoholických nápojov sýtených CO₂
- výroba sýtených vín a ovocných sýtených vín
- výroba liehu a spracovanie liehu

4.1.2 Právna forma podnikania spoločnosti Hubert J.E. Sereď

Hubert J.E. je podľa výpisu z obchodného registra spoločnosťou s ručením obmedzeným- s.r.o., ktorá patrí medzi kapitálové spoločnosti. Podľa **Bielika** s.r.o. môže byť založená fyzickými aj právnickými osobami. Jej vlastníkom môže byť dokonca len jedna osoba. Spoločnosť musí byť zapísaná v obchodnom registri a zo zákona zodpovedá

za svoje záväzky celým svojim majetkom, avšak len vlastníkom len do výšky svojho vkladu, ktorý je upísaný v obchodnom registri.

Spoločníkmi v spoločnosti Hubert J.E. sú Henkell International GmbH s výškou vkladu 666 650 EUR a Henkell & Sohnlein KG s vkladom 3 350 EUR. Celkové základné imanie spoločnosti je vo výške 670 000 Eur. Firma zamestnával podľa údajov k roku 2009 75 zamestnancov.

4.1.3 Portfólio výrobkov

Spoločnosť Hubert J.E. patrí medzi najvýznamnejších stredoeurópskych výrobcov kvalitných sektov, sýtených a tichých vín pre rôzne príležitosti. Ponúka široké portfólio produktov vysokej kvality a skvelej chuti, ktoré neustále inovuje a prispôsobuje požiadavkám doby a trhu. Podnik sa orientuje najmä na domáci trh a zákazníkov, čo deklaruje aj podiel exportu výrobkov vo výške 3%. Najväčší podiel smeroval do Českej republiky.

Hubert J.E. vyrába tradične známe a obľúbené značky:

- Hubert Club,
- Hubert de Luxe,
- Hubert Grand,
- Hubert L´Original,
- Johann E. Hubert,
- Bella Vista,
- City Sec,
- víno Svätopluk.

Spoločnosť okrem toho distribučne zastrešuje značky alkoholických nápojov:

- Cinzano,
- Bohemia Sekt,
- Víno Mikulov,
- Habánske sklepy,
- Wodku Gorbatschow,
- Henkell Trocken,
- Söhnlein Brillant,
- Deinhard.

Akvizícia spoločnosti Hubert J.E. so spoločnosťou Vitis Pezinok priniesla pre sereďskú firmu rozšírenie portfólia produktov o ďalšie známe tradičné slovenské značky:

- Karpatské Brandy špeciál,
- Karpatské KB,
- Karpatsky Fernet,
- Chateau Pezinok,
- Kláštorné.

Spoločnosť kladie najväčší dôraz na rad šumivých vín HUBERT CLUB, ktoré sú vyrobené klasickou metódou. Vďaka 3 miliónom vyrobených kusov sa udržiava na prvej priečke medzi producentmi tohto produktu na Slovensku.

4.1.3.1 Produkty radu Hubert

Johann E. Hubert

Tento biely, extra suchý sekt je vyrábaný tradičnou francúzskou metódou, kvasením vo fľaši. Na jeho výrobe sa podieľajú odrody Rulandské biele, Veltlínske zelené, vďaka čomu získava sekt nezameniteľnú chuť. Balenie tohto produktu a fľaša podčiarkujú eleganciu a luxus, ktorý sekt pomenovaný po zakladateľovi spoločnosti, ponúka. Vhodný je predovšetkým pre pánov, a milovníkov výrazných hroznových chutí. Náplň : 0,75 l.

Hubert De LUXE.

Tento produkt je vyrobený na základe aromatických odrôd bielych vín Irsay Oliver, Muškát Ottonel a Moravský muškát. Patrí medzi najobľúbenejšie výrobky radu Hubert, ktorý vyhľadávajú najmä mladší zákazníci a ženy. Neodolateľným ho robia najmä ľahká sladká chuť, perlenie, či krásna jasná žltá farba.

Hubert Grand

Je najnovším produktom radu Hubert, ktorý si získal medzi konzumentmi svoje miesto. Určený je najmä pre ženy, ktoré obľubujú sladké ovocné a citrusové chute zabalené s krásnej dizajnovej fľaši. Jedná sa o biele polosladké víno, ktoré vzniká druhotným kvasením najlepších odrodových vín. Obľube sa teší od roku 2005 a jeho najväčšia spotreba je zaznamenaná najmä v letných mesiacoch.

Hubert Club

Na slovenskom trhu si dlhodobo udržuje vedúce postavenie. Jeho hlavnými devízami sú vyvážené sladké a kyslasté chute, jasná žltá farba a jemná perlivosť. Základ tvoria vína odrôd Rizling vlašský, Veltlínske zelené a Müller Thurgau u bielych sektov, v prípade červených a ružových sú to Svätovavrinecké víno a Frankovka modrá. Kým ostatné druhy sú balené vo fľašiach s objemom 0,75 l, práve Hubert Club ponúka rôzne variácie 0,2l, 0,375l, 0,75l, 1,5l až po najväčšie párty balenie s objemom 3l.

Hubertsekt L´ Original

Cuvée je zložené len z tých najkvalitnejších Svätovavrineckých vín, ktoré sa podieľajú na vytvorení sektu s obsahom zvyškového cukru 35 - 50 g.l⁻¹. Na báze jemného ovocného buketu. Vína pochádzajú z najkvalitnejších vinohradníckych oblastí, konkrétne z Malokarpatskej a Nitrianskej. Sekt Hubert L´ Original je nositeľom tradície firmy Hubert J.E.

Hubert Dia

Spoločnosť nezabúda ani na diabetikov, ktorým chce dopriať možnosť vychutnať si šumivý sekt aj napriek zdravotnému obmedzeniu. Základ tvorí kupáž hroznových vín, zušľachtené procesom sekundárnej fermentácie. Do produktu je pridávané umelé sladidlo. Balenie je v 0,75 l-vých fľašiach, rovnako ako aj ostatné produkty radu Hubert.

4.2 Vybrané aspekty výroby vína

Vinič hroznový je teplomilná rastlina najviac pestovaná v miernom pásme. Pochádza pravdepodobne z oblasti Stredozemného mora, kde rástol ako lesostepná, heliofytná, lianovitá rastlina. Na severnej pologuli vinič rastie a rodí medzi 35 a 45 stupňom severnej zemepisnej šírky, pestujú ho však už dokonca od 20-51 stupňov, v menšom rozsahu aj po 20 stupňov. Na južnej pologuli približne už od 3 stupňa geografickej šírky, preto je možný výskyt viniča aj na Madagaskare, Brazílii alebo v Peru. V južných krajinách subtropického a tropického pásma pestujú vinič i v nadmorskej výške 2000m, v miernom pásme je však pestovanie obmedzené už pri nadmorskej výške 200 m.n.m., na Slovensku je to približne 320 m.n.m.

Hrozno je základnou surovinou na výrobu hroznového vína. Hmotnostné pomery jednotlivých zložiek strapca či bobule závisia na vyzretí hrozna, kultivare, zdravotnom stave a klimatických podmienkach a podieľajú sa na kvalite a druhu vína.

Bežné výrobné podmienky a technológia hrozna sú dva rozhodujúce determinanty, ktoré ovplyvňujú priemerný objemový percentil alkoholu vína. Na základe týchto údajov sú jednotlivé plochy pestovania viniča v Európe klasifikované do 3 vinohradníckych zón: A,B,C. Slovensko sa nachádza v skupine B, pre ktorú sú typické hodnoty od 8,5 % alk., tj. 15,5 stupňa NM.

V našich klimatických náročnejších podmienkach pestovania viniča je rozhodujúcim činiteľom pre kvalitu hrozna jeho cukornatosť. Obsah cukrov závisí od pestovanej odrody viniča, pôdy, polohy vinohradu, stupňa zrelosti hrozna a ročníka.

Hrozno potrebuje na dozretie v závislosti od odrody a počasia 60 až 120 dní od ukončenia kvitnutia. Zrelosť sa prejavuje tak, že bobule bielych odrôd sa stávajú priesvitnými a pri červených odrodách sa vyfarbujú do červena, prípadne do modra. Pri vhodnom výbere odrôd vo výsadbe sa môže obdobie zberu hrozna predĺžiť až na dva mesiace.

4.2.1 Technológia výroby vína

- **Odstopkovanie a mletie**

Súčasná výrobná prax potrebuje, aby sa zozberané hrozno najskôr odzrnilo (odstrapilo, odstopkovalo, t.j. oddelila a odstránila strapina) a následne sa bobule hrozna rozdrvili (mletím), čím sa získava rmut. Z muštu odstopkovaných hrozien sa vytvorí lepšie víno ako z hrozna neodstopkovaného, ktoré dodáva bielemu vínu nežiaducu trpkú chuť.

- **Lisovanie**

Domáce ovocné lisy, ktoré pracujú na báze závitnicových lisov, sú vhodné pri menších množstvách hrozna, t.j. na domácu výrobu. Na väčšie množstvá sa využívajú ovocné alebo malé vinohradnícke lisy. Vďaka tlaku, ktorý vyvíjajú dokážeme získať okolo 6-7 l muštu.

- **Získavanie hroznového muštu**

Hroznový mušt získame z pomletého hrozna (rmutu) separáciou- oddelením pevných častí (stopky, šupka, semena) od tekutej časti muštu. Robí sa to cedením alebo lisovaním. Pod pojmom cedenie rozumieme samovoľné odtekanie muštu po rozrušení bobúľ, pričom dochádza k zníženiu objemu o 40-60%. Pri lisovaní dochádza k oddeľovaniu kvapalnej fázy od tuhých látok, pričom jeho kvalitu ovplyvňujú viaceré faktory.

- **Ošetrovanie a spracovanie pomletého hrozna (rmutu)**

Skladá sa z 2 fáz: naležanie rozdrveného hrozna-rmutu a jeho nakvasovanie. Pri naležaní ide o technologický proces s vynechaním cedenia. Lisovanie sa uskutoční o 1 až 2 dni. Využíva sa najmä u bielych aromatických odrôd, ako Tramín, Sauvignon, či Irsay Oliver. Vďaka naležaniu dôjde k postupnému uvoľňovaniu aromatických látok, ktorými sa tieto odrody vyznačujú. Nakvasovanie je proces, počas ktorého je rmut uložený v nádobách 7 i viac dní. Táto technika je využívaná u modrých muštových odrôd viniča a k jej vykonaniu dochádza ešte pred samotným lisovaním a cedením.

- **Hroznový mušt**

Je to šťava ,ktorá je získaná z hrozna. Kvalita je ovplyvňovaná viacerými faktormi, medzi ktoré môžeme zaradiť odrodu, pôdu, stupeň zrelosti hrozna, či spôsob ošetrovania muštu. Vyzreté hrozno s vysokou kvalitou nepotrebuje nijaké prísady ,aby sme dosiahli v budúcnosti kvalitné víno. Mušt je zložený 70-80%-mi vodou, sacharidmi, ktoré sa tvoria v zelených častiach rastlín, kyselinami, trieslovinami a fenolmi. Ďalšou súčasťou sú anorganické látky dusíkaté, pektínové a minerálne. Na zložení muštu sa podieľajú aj enzýmy, vitamíny, vosky, tuky a oleje.

- **Úpravy a ošetrovanie muštu pred kvasením**

Vďaka týmto úpravám sa vytvárajú optimálne podmienky pre činnosť ušľachtilých vínnych kvasiniek počas kvasného procesu. Našou snahou je odstrániť nežiaduce mikroorganizmy a vytvoriť optimálny pomer muštu ,cukru a kyselín ako najdôležitejších zložiek muštu. Cieľom je taktiež zabrániť nadmernej oxidácii muštu.

- **Alkoholové kvasenie**

Z technologického hľadiska sa skladá fáza kvasenia hroznového muštu z 3 etáp. Začiatok kvasenia sprevádza pozvoľné rozmnožovanie mikroorganizmov, po ňom nasleduje druhá etapa búrlivé kvasenie, pri ktorom sa tvoria hlavné produkty alkoholového kvasenia - etanol a oxid uhličitý. Energia, ktorá vzniká v priebehu tohto procesu značne zohrieva mušt. Dokvášanie je posledná fáza, ktorá trvá niekoľko týždňov.

- **Zretie vína**

Sprevádzajú ho predovšetkým oxidačno-redukčné procesy, ktoré vo výsledku ovplyvnia charakter nápoja. Táto fáza je ovplyvnená najmä cukrami, organickými kyselinami, dusíkatými látkami a kyslíkom. Práve prítomnosť kyslíka v mladom víne má výrazný vplyv na jeho zretie. Mladé hroznové vína sú uskladnené v drevených, prípadne sklenených, či kovových nádobách. Po niekoľko mesačnom ležaní získavajú biele vína optimálnu kvalitu. Vína s nižším obsahom extraktu a kyselín ako Irsay Oliver, či Muller Thurgau dozrievajú skôr, červené vína vyžadujú dlhšiu dobu ležania 2-3 mesiace. Výsledkom dlhodobého ležania v sudoch je vyčistenie vína. Číre víno je čisté víno, v ktorom sa za určitých podmienok vytvorí zákal, ktorý je potrebné odstrániť.

- **Filtrácia vína**

Ide o technologickú operáciu, prostredníctvom ktorej sa odstraňujú nežiaduce časti, ktoré sa nachádzajú vo víne. Cieľom tohto postupu je taktiež zníženie rizika tvorby zákalov.

- **Fľašovanie vína**

Koncom 19. Storočia a začiatkom 20.storočia sa prejavili prvé tendencie originálneho fľašovania vín, aby bola zabezpečená kontrola kvality. V súčasnej dobe sa na Slovensku dodávajú ako sudové vína najmä lacné stolové vína a poprípade aj akostné vína, kvalitnejšie sú plnené do fliaš.

4.2.2 Výroba šumivého vína

V súčasnosti sa využívajú viaceré metódy výroby šumivých vín. Charmatova metóda, teda výroba šumivého vína v uzavretých tankoch, je najvyužívanejšou metódou. Výsledkom tohto procesu sú šumivé vína strednej kvality. Najkvalitnejšie šumivé vína sú

vyrábané klasickou metódou. Transverzná metóda predstavuje kompromis kvality a objemu produktu. Kvasenie vína prebieha vo fľaši, ďalšie postupy sa uskutočňujú mimo nej v uzavretých tankoch s možnosťou regulácie teploty a tlaku.

Výroba šumivých vín v podniku v nasledovnom procese, ktorého počiatky môžeme badať už v termíne zberu hrozna, pričom hlavným indikátorom je cukornatosť muštu . pri výrobe šumivých vín klasickou metódou sú preferované najmä vína nearomatických odrôd ako Rulandské biele, či Chardonnay. Počas druhotného kvasenia vznikajú horké, chuťovo nevábivé zlúčeniny, preto výrobcovia odporúčajú najmä kabinetné vína s cukornatosťou muštu nad 19 stupňov NM. Požaduje sa, aby základné vína obsahovali menej ako 15 mg.l⁻¹ oxidu siričitého a menej ako 11% obj. alkoholu.

Proces prípravy kupáže ,ktorá bude využitá pri výrobe šumivého vína, býva častokrát prísne strážená činnosť. Scl'ovanie základných vín musí byť v súlade so sensorickými požiadavkami na produkte a možnosti použitia najvhodnejšieho kmeňa kvasiniek na sekundárnu fermentáciu.

Na výrobu ružových a červených šumivých vín sú v podniku J.E. Hubert využívané Svätovavrinecké víno a Frankovka modrá. V prípade bielych vín sú to predovšetkým rizling vlašský, veltlínske zelené a Müller Thurgau.

Základné víno sa pred plnením do fliaš ošetruje bentonitom, alebo komplexným prípravkom, taktiež sa obsah cukrov upravuje sacharózou alebo zahusteným muštom. Fľaše naplnené základným vínom s tirážnym likérom sú uzatvárané korunkovými uzávermi . Druhotné kvasenie trvá 3-18 týždňov ,počas ktorých sú fľaše uložené vo vodorovnej polohe na pulloch. Dôležité je aj teplotné rozmedzie, ktoré sa musí pohybovať v intervale 12-18 stupňov Celzia. Po dokvasení šumivého vína je tlak oxidu uhličitého vo fľaši na úrovni 0,4-0,7 MPa. Kvalita je posudzovaná sensorickými vlastnosťami na základe perlenia, jemnosti, či veľkosti bubliniek. Dokvášanie prebieha pri teplotách 7-10 stupňov Celzia a začína postupným striasaním kalov, ktoré sú strasené po 2-4 mesiacoch. Pri ručnom striasaní je potrebná zručnosť . Kvasinky počas striasania ovplyvňujú sensorické vlastnosti šumivého vína, ako vôňa , či chuť. Zrenie šumivého vína trvá niekoľko mesiacov až po niekoľko rokov, u tých najkvalitnejších. Proces odkaľovania nadväzuje na ukončenie zrenia vína, pričom strasené kaly sa podchladia na teplotu 3-5 stupňov Celzia a k ich odstráneniu dochádza odstrelením aj s korunkovým uzáverom.

Tieto odkalené fľaše sa po odstránení kalov dolievajú do pôvodných objemov a podľa potreby sa dopĺňajú zmesou vína a cukrového sirupu. Následne na to dôjde k uzavretiu korkovou zátkou a zaistia saagrafou- bezpečnostným košíčkom.

Tabuľka 4 Označovanie šumivého vína podľa obsahu cukru

Obsah cukru (g.l ⁻¹)	Označenie šumivého vína
do 15	suché
15-40	polosuché
40-80	polosladké
nad 80	sladké

Zdroj : Hronský, Slovenské vína

4.3 Finančná a ekonomická analýza podniku

Podľa **Kislingerovej (2004)** cieľom finančnej analýzy je komplexné vyhodnotenie finančnej situácie v podniku, ktorou sa zaoberá a ekonomický úsek podniku. Dôraz sa kladie na veľkosť firmy a jej štruktúru.

Na začiatku finančnej analýzy je potrebné si presne stanoviť ciele, ktoré sa v podniku sledujú. Prax disponuje veľkým množstvom prostriedkov a metód, ktoré sa využívajú pri kvantifikácii jednotlivých ukazovateľov.

4.3.1 Pomerové ukazovatele

Zhodnotenie finančnej situácie a prosperity bolo vykonané využitím nasledovných ukazovateľov:

- aktivity
- zadĺženosti
- rentability
- likvidity

Ukazovatele aktivity

Prostredníctvom ukazovateľov aktivity dokážeme zistiť efektivitu hospodárenia podniku s vlastným majetkom, t.j. ako účinne ho využíva.

Tabuľka 5 Ukazovatele aktivity

Ukazovateľ	Hodnota ukazovateľa			Zmena			Index		
	2006	2007	2008	07-06	08-07	08-06	07/06	08/07	08/06
<i>Doba obratu zásob</i>	x	x	x	x	x	x	x	x	x
vo vzťahu k tržbám	71,91	88,02	90,03	16	2	18	1,224	1,023	1,252
vo vzťahu k nákladom	104,12	116,82	125,98	13	9	22	1,122	1,078	1,210
Doba inkasa pohľadávok	218,61	251,92	172,09	33	-80	-47	1,152	0,683	0,787
<i>Doba splácania záväzkov</i>	x	x	x	x	x	x	x	x	x
vo vzťahu k tržbám	70	74	78	4	4	8	1,056	0,003	0,003
vo vzťahu k nákladom	101	98	112	-3	14	11	0,968	0,003	0,003
Doba obratu celkového majetku	323	377	378	53	2	55	1,1643	1,0044	1,1694
Obrat celkového majetku	1,1283	0,9692	0,9649	-0,1592	-0,0043	-0,1635	0,8589	0,9956	0,8551

Zdroj: interné informácie Hubert J.E. Sered'

Doba obratu zásob je využívaná pri zisťovaní efektívnosti riadenia majetku. Podniky sa snažia skracovať túto dobu ,vďaka čomu dochádza k znižovaniu nákladov. Optimálne je ,ak sa doba obratu znižuje. V podniku J.E. Hubert vidíme narastajúcu tendenciu ukazovateľa doba obratu zásob vo vzťahu k tržbám. Napriek nepriaznivým výsledkom však môžeme za pozitívne považovať znižujúci sa medziročný rozdiel v porovnaných rokoch 2007/2008 . Vzhľadom na optimálnu dobu obratu zásob 30 dní však nemôže byť podnik s dosiahnutými výsledkami spokojný. Hlavný podiel na tomto nepriaznivom výsledku majú vysoké skladové zásoby podniku, Doba obratu zásob vo vzťahu k nákladom má taktiež vzrastajúci charakter, pričom za sledované obdobie 3 roky sa každoročne zvyšovala.

Ukazovateľ doba inkasa pohľadávok poukazuje na skutočnosť, koľko dní trvá zinkasovanie vyfakturovaných výkonov (výrobných, služieb), teda koľko dní sa majetok podniku vyskytuje vo forme zásob. V medziročnom pozorovaní za obdobie 2007/2008 klesla o 80 dní, z hodnoty takmer 252 dní na úroveň 172 dní, čo predstavuje 32%-ný pokles. Najhorší výsledok bol zaznamenaný v roku 2007 so spomínanou dobou inkasa pohľadávok 252 dní.

Ukazovateľ doba splácania záväzkov kvantifikuje časové obdobie, v priebehu ktorého dôjde k úhrade záväzkov. Vhodné sú čo najnižšie hodnoty daného ukazovateľa. Ako môžeme vidieť, za prvé dva sledované roky vo vzťahu k tržbám aj k nákladom vidíme vyrovnané výsledky. Dôsledkom vysokých hodnôt daného ukazovateľa môže byť neschopnosť spoločnosti platiť záväzky.

Doba obratu celkového majetku na počet dní, počas ktorých sa celkové aktíva jedenkrát obrátia. Na základe tabuľky môžeme vidieť, že v podniku Hubert J.E. trval tento

proces 323 dní v roku 2006 , medzi rokmi 2007-2008 je len minimálny rozdiel 1 deň. Za rok 2008 doba trvania dosiahla 377 dní a o rok neskôr po zaokrúhlení svoje maximum za sledované 3 roky vo výške 378 dní.

Ukazovatele zadĺženosti

Prostredníctvom nasledovných ukazovateľov dokážeme kvantifikovať mieru použitia cudzieho kapitálu, ktorý sa podieľa na financovaní podnikových potrieb. Vysoký podiel vlastných zdrojov zabezpečuje stabilitu podniku, na druhej strane nízke hodnoty môžu svedčiť o labilité podniku, ktorá môže vzbudiť neistotu u akcionárov.

Tabuľka 6 Ukazovatele zadĺženosti

Ukazovateľ	Hodnota ukazovateľa			Zmena			Index		
	2006	2007	2008	07-06	08-07	08-06	07/06	08/07	08/06
Celková zadĺženosť	0,2228	0,2062	0,4067	-0,017	0,201	0,184	0,925	1,973	1,8250
Stupeň samofinancovania	0,7770	0,7894	0,5933	0,012	-0,196	-0,184	1,016	0,752	0,7635
Finančná páka	1,2869	1,2667	1,6855	-0,020	0,419	0,399	0,984	1,331	1,3097
Úverová zaťaženosť	0,0000	0,0000	0,0000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Zdroj: interné informácie Hubert J.E. Sered'

Ukazovateľ celkovej zadĺženosti poukazuje na použitie cudzieho kapitálu na financovanie spoločnosti. Optimálne je, aby daný ukazovateľ nepresiahol hodnotu 0,5. Na základe uvedených výsledkov môžeme usudzovať, že na financovaní podniku sa podieľajú cudzie zdroje v prijateľnom rozmedzí. Najnižšiu hodnotu 0,2062 dosiahol ukazovateľ v roku 2007 a najvyššiu v poslednom sledovanom období 2008.

Stupeň samofinancovania kvantifikuje, koľko percent z celkových zdrojov v podniku predstavuje vlastný kapitál. Už na základe predchádzajúceho ukazovateľa sme mohli usúdiť , že podnik má vysokú schopnosť samofinancovania. V roku 2007 dosiahol najvyššiu úroveň, a to až takmer 79% .

Finančná páka nám definuje podiel celkových aktív a vlastného kapitálu. Dôležité je, aby hodnoty tohto ukazovateľa neprekročili hodnotu 3. Ako vidíme v tabuľke výsledkov, tento ukazovateľ dosahuje hodnoty 1,28 za rok 2006, pokles na úroveň 1,26 dosiahol v roku 2007. Mierny nárast môžeme vidieť v roku 2008, no napriek tomu výsledky sú veľmi priaznivé.

Úverová zaťaženosť je ukazovateľom podielu úverov na celkovom imaní. Spoločnosť J.E.Hubert nemala v danom období žiadne úvery, preto aj úverová zaťaženosť vykazuje nulové hodnoty.

Ukazovatele rentability

Prostredníctvom ukazovateľov rentability dokážeme vyjadriť intenzitu reprodukcie vloženého kapitálu do podniku. Prostredníctvom nich poukazujeme na mieru hospodárskeho rastu.

Tabuľka 7 **Ukazovatele rentability**

Rentabilita	Hodnota ukazovateľa			Zmena			Index		
	2006	2007	2008	07-06	08-07	08-06	07/06	08/07	08/06
celkového kapitálu	0,0773	0,0992	0,0747	0,02194	-0,0244	-0,0025	1,2840	0,7535	0,9676
vlastného kapitálu	0,0994	0,1257	0,1206	0,02625	-0,0051	0,0212	1,2641	0,9594	1,2128
základného imania	3,0482	3,0936	3,3750	0,0354	0,2814	0,3248	0,0723	1,0910	0,0789
celkových tržieb	0,0903	0,1266	0,1162	0,03632	-0,0104	0,0259	1,4024	0,9176	1,2869

Zdroj: interné informácie Hubert J.E. Sered'

Rentabilita celkového kapitálu vyjadruje, aký výnos prinesie celkový kapitál, ktorý bol vložený do podnikateľskej činnosti. Podniky sa snažia čo najlepšie zhodnocovať celkový vložený kapitál. Ako vidíme za obdobie rokov 2006 -2008, najlepšie výsledky dosiahla spoločnosť v roku 2007, kedy sa rentabilita pohybovala na úrovni 0,99.

Rentabilita vlastného kapitálu poukazuje na výnosnosť vlastného kapitálu. V percentuálnom prepočte môžeme vyhodnotiť, že vklady vlastníkov v podniku sa v roku 2006 zhodnotili o 9,9 %. V rokoch 2007-2008 sa tento ukazovateľ pohyboval v rozmedzí 12-12,5 %.

Rentabilita základného imania vyjadruje výnosnosť základného imania základného imania. Daný ukazovateľ je predmetom záujmu najmä akcionárov a spoločníkov. V rokoch 2006-2007 dosahoval tento ukazovateľ skoro identické hodnoty, 3,048- 3,0936. V nasledujúcom roku 2008 dosiahla rentabilita základného imania podniku mierny nárast na úroveň 3,3750.

Rentabilita celkových tržieb - prostredníctvom tohto indikátora dokážeme vyjadriť trhovú úspešnosť podniku. Tržby predstavujú hlavné príjmy pre podnik, preto majú veľký význam pri hodnotení marketingovej úspešnosti. Daný ukazovateľ dosiahol v roku 2006 úroveň 0,090, v nasledovných rokoch sa výsledky mierne zvýšili na hodnoty 0,1162 v roku

2007 a v roku 2008 dosiahla rentabilita celkových tržieb svoje maximum za sledované obdobie na úrovni 12,66.

Ukazovatele likvidity

Vypovedajú o schopnosti podniku hradiť svoje záväzky, ktorá je ovplyvnená viacerými faktormi. Za najdôležitejšie sú považované štruktúra majetku primeraný tok peňažných prostriedkov.

Tabuľka 8 Ukazovatele likvidity

Ukazovateľ	Hodnota ukazovateľa			Zmena			Index		
	2006	2007	2008	07-06	08-07	08-06	07/06	08/07	08/06
Celková likvidita	4,6357	5,1110	1,7456	0,4752	-3,3654	-2,8901	1,103	0,342	0,377
Bežná likvidita	3,5441	3,8704	1,3068	0,3263	-2,5636	-2,2373	1,092	0,338	0,369
Pohotovú likvidita	0,4113	0,4517	0,5127	0,0404	0,0610	0,1014	1,098	1,135	1,246

Zdroj: interné informácie Hubert J.E. Sered'

Celková likvidita vypovedá o schopnosti podniku hradiť svoje dlhy vo výške krátkodobého cudzieho kapitálu prostredníctvom krátkodobého majetku. Optimum sa nachádza na úrovni 1,5-2,5, ktorú podnik dosahuje len v roku 2008. V predchádzajúcich obdobiach toto odporúčanie bolo vysoko presiahnuté. Dôvodom bol nepomer medzi týmito ukazovateľmi, ktorý sa podarilo v roku 2008 skorigovať.

Bežná likvidita vyjadruje optimálne rozmedzie tohto parametru je stanovené na hodnoty 1,0-1,5, ktoré bolo dosiahnuté opäť len v roku 2008 s hodnotou 1,308. Daný ukazovateľ dáva do pomeru krátkodobý cudzí kapitál a krátkodobý majetok bez zásob.

Pohotovú likvidita vyjadruje stupeň solventnosti podniku, t.j. akú časť krátkodobého cudzieho kapitálu by bol podniku schopný okamžite splatiť z ľahko speňažiteľných prostriedkov. Interval hodnôt 0,2 – 0,8 vyjadruje prijateľný stav, ktorý spoločnosť Hubert J.E. Sered' spĺňa vo všetkých troch sledovaných obdobiach.

4.3.2 Index bonity

Patrí medzi metódy finančnej analýzy ex-ante, ktoré využívajú modely viacrozmerných diskriminačných rovníc. Prostredníctvom nich dokážeme vyhodnotiť finančnú situáciu v podniku. V súčasnosti je najviac využívaný práve index bonity.

Tabuľka 9 **Index bonity**

Ukazovateľ	Váha faktor a	Skutočná hodnota			Prepočítaná hodnota		
		2006	2007	2008	2006	2007	2008
X ₁ Cash flow/cudzí kapitál	1,50	0,630	0,749	0,277	0,944	1,123	0,416
X ₂ Celkový kapitál/cudzí kapitál	0,08	4,488	4,850	2,459	0,359	0,388	0,197
X ₃ Zisk pred zdanením/celkový kapitál	10,00	0,100	0,125	0,091	1,002	1,246	0,908
X ₄ Zisk pred zdanením/výnosy	5,00	0,115	0,147	0,143	0,575	0,735	0,713
X ₅ Zásoby/spolu majetok	0,30	0,168	0,189	0,152	0,050	0,057	0,046
X ₆ Výnosy/spolu majetok	0,10	0,871	0,847	0,637	0,087	0,085	0,064
B Index bonity	x	x	x	x	3,018	3,634	2,343

Zdroj: interné informácie Hubert J.E. Sered'

Za sledované obdobie rokov 2006, 2007 dosahuje podnik hodnoty indexu vyššie než 3. Na základe toho môžeme usúdiť, že spoločnosť dosahovala extrémne dobré výsledky. Za najlepší rok považujeme rok 2007 s hodnotou až 3,634. Mierny pokles zaznamenala spoločnosť v nasledovnom roku s hodnotou 2,343, čo znamená veľmi dobrú finančnú situáciu.

4.4 Marketingové aktivity spoločnosti Hubert J.E. Sered'

Pre marketing vína a hrozna platia všeobecné zásady agrárneho marketingu. Strategické rozhodovanie musí rešpektovať biologické zásady vegetácie a doby rastu viniča hroznového. Odbyt agrárnych produktov je v súčasnom období trhovej ekonomiky zvlášť náročná úloha.

4.4.1 Komunikačná politika

Všeobecným cieľom komunikačnej politiky je zvýšenie všeobecnej známosti produktu a zlepšenie povedomia firmy. Jednotlivými nástrojmi komunikačnej politiky sú: reklama, podpora predaja, public relations, osobný predaj.

- **Reklama**

Podľa Kréttera (2007) je reklama využitie platených médií určených na informovanie, presvedčenie, pripomínanie produktov alebo firmy spotrebiteľom. Hlavným

smerom pôsobenia reklamy je prezentácia a zvýšenie povedomia nových výrobkov a s tým súvisiaci zvýšený predaj.

Reklamu spoločnosti Hubert J.E. môžeme vidieť pravidelne na televíznych kanáloch, TV Markíza, TV Joj, či v magazínoch ako Break, alebo De Luxe. Podnik uprednostňuje propagáciu svojich produktov v závislosti od ročných období. Bilboardy sa tešia veľkej obľube, umiestňované sú na hlavných cestných ťahoch. Zdôrazňujú eleganciu a luxus, ktorý chce firma s najväčším podielom na trhu medzi producentmi šumivého vína, ponúknuť svojim zákazníkom.

- **Podpora predaja**

Patrí medzi nástroje marketingového mixu. Vďaka podpory predaja sa zabezpečuje najmä odbyt produktov. Ide o motivačné nástroje ,najmä krátkodobého charakteru ,ktoré slúžia na stimuláciu väčších a rýchlejších nákupov. Hubert J.E. sa rozhodol pre spoluprácu s obchodným reťazcom Tesco, ktorá trvá už niekoľko rokov. Spotrebiteľia majú možnosť hrať o rôzne hodnotné ceny, hlavnou cenou je osobný automobil. Odbyt šumivých vín je zvýšený taktiež počas sviatkov, najmä cez Vianoce , Veľkú noc a sviatok zamilovaných. Preto podnik ponúka pre spotrebiteľov ďalšie rozličné súťaže. Jedna z nich prebiehala v rokoch 2007-2008 a výhrou bol 1 milión korún. Záujemcovia museli poslať vrchnú časť fólie s erbom z fliaš Hubert De Luxe, Hubert Club a Hubert Grand. Vďaka tomu sa im podarilo zvýšiť odbyt spomínaných značiek, a taktiež aj vzbudiť povedomie u spotrebiteľov.

Pravidelné zastúpenie produktov radu Hubert na prestížnych slovenských výstavách Víno Tirnavia, Vínné trhy Pezinok, Zvolenské kráľovské vínné trhy, Munina Prešov, či Prehliadka vín Bojnice, zvyšujú záujem konzumentov aj vďaka oceneniam, ktoré firme Hubert J.E. každoročne prislúchajú. Značka Hubert Brut získala striebornú medailu na jednej z najväčších svetových výstav Vinalies Internationales 2005 v Paríži.

- **Public relations**

Práca s verejnosťou, teda public relations má vo firme Hubert J.E. stabilnú pozíciu Podniku sa podarilo vybudovať medzi spotrebiteľmi dobré meno, čomu napomáhajú aj rôzne sprievodné akcie Majstrovstvá Slovenska v odpale zátkou zo sektu- Hubert Open, či Hubert Cup,- medzinárodnú barmanskú súťaž, ktorá sa uskutočňuje každoročne v spolupráci so Slovenskou barmanskou asociáciou. Tento rok sa bude konať 3.ročník súťaže Tropheé Hubert 2010 v spolupráci s Asociáciou somelierov SR, ktorá je

nominačnou súťažou na majstrovstvá Európy somelierov. Spoločnosť sponzoruje rôzne tenisové, spoločenské podujatia, a taktiež aj Slovenský jachtový klub

4.4.2 Distribučná politika

V distribučnom mixe sa zdôrazňuje ,aby sa vhodný produkt dostal na vhodné miesto a za správnu cenu, v správnom čase a kvalite. V našich podmienkach súperí distribúcia produktov s rôznymi problémami, ktoré sú spôsobené organizačno-právnymi podmienkami, či nezabezpečením technických podmienok odbytu .Dôležité je venovať pozornosť tým činiteľom, ktoré ovplyvňujú ekonomický proces distribúcie. Medzi najzávažnejšie patria množstvo dopravovaného tovaru, dopravná vzdialenosť, predajná cena a cenové zľavy.

Distribučná politika spoločnosti Hubert J.E. je založená na spolupráci s logistickou firmou FM Logistics, ktorá sídli v Seredi. Služby, ktoré ponúkajú ich centrálné sklady, zabezpečujú skladovanie, kolkovanie a expedíciu. Prijímanie objednávok sa uskutočňuje formou mailu, pošty, telefonicky, či osobne, na základe čoho obchodný zástupca objednávku prijme, spracuje a v čo najkratšom čase vyexpeduje. Preprava je zabezpečená predovšetkým nákladnou kamiónovou dopravou. Hlavní obchodní partneri sú Tesco, Metro, Billa, Kaufland, Carefour. Spoločnosť sa orientuje prostredníctvom predaja taktiež na rôzne kaviarne, hotely, bary, či spoločenské akcie. Približne 97 % všetkých objednávok putuje na územie Slovenska, zvyšné 3 % na územie Českej republiky. Negatívnym javom však je, že odbyt z českej strany sa postupne znižuje.

Hubert J.E. využíva viacúrovňový distribučný kanál s nasledovnou schémou:

Centrálny sklad FM LOGISTIC → Sprostredkovateľ → Obchodné reťazce → Konečný spotrebiteľ- zákazník

4.4.3 Cenový vývoj

Cenový vývoj stolového hrozna ,ktorý medziročne vzrástol o 0,9%,odzrkadľuje zlé postavenie vinohradníkov vo vzťahu k rentabilnosti produkcie hrozna. Pestovatelia hrozna bez vlastných spracovateľských kapacít, dostávajú za dopestované hrozno veľmi nízke ceny . Do budúca sa predpokladá, že budú naďalej nútení znižovať plochu obrábaných vinohradov. Domácich výrobcov trápi zvyšujúca sa spotreba importovaných vín, pričom sa

predpokladá, že sa spotreba domácich a zahraničných vín vyrovnajú. Český trh postupne vytlačá slovenských výrobcov, ktorí si budú musieť nájsť nové odbytišťa.

Cena je jednou zo základných ekonomických kategórií. V marketingovom mixe je jediným faktorom, ktorý vracia výrobcovi vynaložené náklady. Na ostatné faktory mixu len vynakladá prostriedky. Tvorba cien je ovplyvnená internými faktormi a externými faktormi.

Interné:

- nákupné cena,
- náklady,
- predpokladané obchodné rozpätie obchodných reťazcov,
- plánované umiestnenie produktu na trhu.

Externé:

- momentálna situácia na trhu,
- ceny konkurencie substitučných produktov,
- ostatné faktory prostredia, ako napríklad kúpyschopnosť obyvateľstva, nákupné návyky, preferencie spotrebiteľov atď.

Cenové relácie produktov radu Hubert Club sa vzhľadom na svoju kvalitu a trhové postavenie pohybujú v primeraných rozmedziach. Ceny sa za posledné obdobie výrazne nezvyšovali, prípadné menšie zmeny boli spôsobené rastom vstupných výrobných nákladov. Firma J.E. Hubert vsadila v najbližších rokoch na zvyšovanie spotreby sektu, tým aj zväčšeniu podielu na trhu šumivých vín. Podľa prieskumov trhu sú produkty značky Hubert zatriedované do stredného segmentu a zákazníci vnímajú cenu produktov radu Hubert v porovnaní s poskytovanou kvalitou za optimálne. Značka Hubert sa stala práve vďaka týmto faktorom vyhľadávaným produktom na trhu šumivých vín, čo dokazujú aj rôzne ocenenia a vďaka tomu dokáže konkurovať aj zahraničným výrobkom. Za najväčšieho domáceho konkurenta v sekcii šumivé vína môžeme považovať Víno Nitra-Sekt Palfy.

4.4.4 Cieľová skupina zákazníkov

Predaj je priamym nástrojom odbytu a má významnú funkciu v rentabilnej pozícii na trhu. Zákazník musí byť osobne presvedčený o výkonoch na trhu na druhej strane predávajúci sa musia orientovať najmä na nasledovné: ako dobre predat' a aké sú prednosti našich výrobkov?

Firma si musí určiť cieľové skupiny, ktoré chce osvojiť, mať prehľad o ich preferenciách a na základe toho využiť vhodné nástroje na propagáciu produktu. Dôležitá je vierohodnosť zákazníka voči podniku a jeho meno, či pozícia na trhu. V prípade nasýtených trhov má najväčší podiel na rozhodovaní zákazníkov cena.

Kvalitné domáce produkty hlásia svoj návrat, nevynímajúc tiché a šumivé vína. Spotrebitelia sa orientujú najmä tie ľahšie s ovocnou arómou. Najvýznamnejším faktorom, ktorý ovplyvňuje výber je predovšetkým vek spotrebiteľa. Podnik Hubert J.E. sa na základe štúdie opiera o nasledovné poznatky, ktoré napomáhajú podpore predaja. Sladké chute preferujú predovšetkým mladí ľudia, pre ktorých sú určené produkty Hubert Club a Hubert De Luxe. S plynutím času sa chute ľudí menia, tým aj návyky z minulosti. Chuťové bunky ľudí v zrelom veku si najviac pochutia na osobitých suchých šumivých vínach. Pre nich sú najvhodnejšie produkty Hubert L Original , či Johan E. Hubert. Ženské pokolenie preferuje aromatické odrody , z ktorých sú vyrábané šumivé vína. V súčasnosti sa najväčšej obľube tešia ružové sekty a sladké sekty. Najviac ich vystihujú Hubert De Luxe, či Hubert Grand.

Preferencie spotrebiteľov ovplyvňujú taktiež nové someliarske informácie, či nové importované zahraničné značky. Slovenskí konzumenti sú verní slovenským značkám a docenujú kvalitu domácich surovín.

4.4.5 Odbyt vína a liehovín spoločnosti Hubert J.E. Sereď 2008 - 2009

Medziročný nárast až o 67% zaznamenal výrobca tichých a šumivých vín a liehovín Hubert J.E. Sereď. Za rok 2009 dosiahla úroveň predaja produktov takmer 15,3 milióna fliaš, pričom celkové tržby vzrástli o 46% na vyše 29 miliónov eur. Napriek svetovej hospodárskej kríze sa spoločnosti podarilo zachovať si kladné výsledky hospodárenia. Na celkovom podiele predaja má sekt 43,7%ný podiel, čo predstavuje 2%-ný nárast oproti roku 2008. V objemovom vyjadrení je to 6,7 mil. fliaš aj so zarátaním exportu.

Veľmi výnosným bol pre spoločnosť Hubert J.E. taktiež aj predaj tichých vín, ktorý dosiahol 3-násobne vyššie výkony oproti predošlému roku na vyše 7 mil. a predaj liehovín dosiahol úroveň 1,2 mil. fliaš. Najväčší podiel predaja sa však realizuje na domácom slovenskom trhu o výške 97 %, zahraničné zastúpenie spoločnosti je len v Českej republike 3%ným podielom. Najväčšiu váhu na náraste predaja mala akvizícia spoločnosti Vitis Pezinok, ku ktorej došlo v roku 2008. Portfólio produktov spoločnosti Hubert J.E. sa vďaka tomu rozšíril o tiché vína značky Vitis a liehovín pod značkou Karpatské. Spoločnosť v roku 2008 investovala do nových výrobných produktov a na modernizáciu technologického vybavenia spoločnosti vyše 2,7 mil eur.

Rok 2008 bol pre spoločnosť úspešným rokom, kedy celkový objem predaja predstavoval 9,2 milióna fliaš. V porovnaní s rokom 2007 to znamenalo 16,7 %-ný nárast. Najvýraznejší podiel na tomto výsledku majú najmä decembrové výsledky, ktoré zaznamenali 5%-ný nárast oproti hospodáreniu v priebehu roka.

5 ZÁVER

Efekty hospodárskej krízy postihli takmer všetky výrobné odvetvia spoločnosti, poľnohospodárstvo, a konkrétne vinársky priemysel nevynímajúc. Celosvetovým trendom v súčasnosti je znižovanie vinohradníckych plôch, čo má výrazný vplyv aj na produkciu vína. Pokles o vyše 1,8 % percenta bol zaznamenaný v roku 2008 v porovnaní s predchádzajúcim rokom. Jedným z následkov krízy bola aj zmena spotrebiteľského správania. Konzumácia vína mala taktiež klesajúcu tendenciu a do popredia sa dostávajú najmä lacnejšie vína. Vinársky sektor Slovenska prešiel v priebehu svojej existencie rozsiahlymi zmenami, ktoré boli podmienené využívaním inovatívnych technológií, vysádzaním nových odrôd, ale aj politicko-ekonomickou situáciou spoločnosti. V súčasnosti bojuje vinárstvo s novou vývojovou tendenciou- globalizáciou, ktorá otvára trhy pre ďalších konkurentov. Importované vína sú cenovo výhodnejšie a preto sú domáci výrobcovia sú vytláčaní z trhu. Trh s vínami je na Slovensku nasýtený, preto indikátorom výberu produktu je medzi konzumentmi najmä cena. Tento negatívny jav sa snažia domáci producenti odstrániť a snažia sa konkurovať prostredníctvom faktoru kvality. Vhodné pôdne a klimatické podmienky dávajú hroznu osobitý ráz a vďaka tomu sa na našom území produkujú chuťovo rôznorodé, výborné vína. Na mieste je spomenúť úspech napríklad spoločnosť Mrva & Stanko, ktorá získala so svojim Cabernet Sauvignon rosé, ročník 2009 titul šampióna na prestížnej súťaži Paris Vinalies Internationales. Európska únia sa snaží naštartovať toto odvetvie vytvorením podporných a regulačných balíčkov . Na Slovensku sa využívajú napríklad body reštrukturalizácie vinohradov, či využitie investícií, ktorý vinársky sektor nevyhnutne potrebuje. Stanovené boli taktiež nové podmienky pre obchod s tretími krajinami a snahu zabrániť nezákonným výsadbám prostredníctvom klčovania rieši opatrenie produkčného potenciálu. Klimatické podmienky, intenzita slnečného svetla a pôdny typ rozčleňujú vinohrady SR do 6 vinohradníckych oblastí. Každá z nich má svoje typické črty, vďaka ktorým môžeme na Slovensku produkovať vína rozmanitých chutí.

Nosnou časťou bakalárskej práce bola analýza podnikateľskej situácie a vykonanie finančno-ekonomickej analýzy v podniku Hubert J.E. Sereď, ktorý je situovaný v Šintavskom rajóne Nitrianskej vinohradníckej oblasti.

Prvou kapitolou vlastnej práce bola všeobecná charakteristika podniku, so zameraním sa na jej históriu, organizačno-právnu formu podnikania a predstaveniu produktov, ktoré spoločnosť ponúka. Spoločnosť Hubert J.E. má na Slovensku už 185-

ročnú tradíciu a počas svojho pôsobenia došlo k mnohým zmenám vlastníckych pomerov. Akvizícia spoločnosti Vitis Pezinok v roku 2008 výrazne rozšírila portfólio výrobkov. Pod hlavičkou spoločnosti sa uvádzajú tiché vína ako napríklad Víno Mikulov, alkoholické nápoje Wodka Gorbatschow, Karpatské Brandy špeciál a mnohé ďalšie. V práci sú bližšie charakterizované produkty radu Hubert, ktoré predstavujú nosnú časť výroby v spoločnosti.

Nasledujúca kapitola vlastnej práce sa zaoberá výrobou tichého a šumivého vína. Ide o časovo náročný proces s rozsiahlym postupom práce. Na jeho začiatku je však potrebné odhadnúť vhodný čas zberu hrozna, aby mohli byť vyprodukované čo najkvalitnejšie vína. Rozhodujúcim indikátorom je cukornatosť hrozna.

V práci bola vykonaná finančná a ekonomická analýza podniku, ktorá bola zameraná na výpočty pomerových ukazovateľov a indexu bonity. Spoločnosť Hubert J.E. sa na základe uvedených výsledkov sa zaraďovala medzi podniky s extrémne dobrou finančnou situáciou. Tento výsledok sa však v nasledujúcom roku 2008 zmiernil, a firma bola zaradená do kategórie : veľmi dobrá finančná situácia. Ukazovatele aktivity poukázali na fakt, že v spoločnosti doby obrátov majetku nespĺňajú optimálne hodnoty. Faktorom tohto javu môžu byť vysoké hodnoty majetku a zásob.

Veľmi dobrý vývoj v spoločnosti majú ukazovatele zadĺženosti , ktoré spĺňajú stanovené kritériá . Spoločnosť Hubert J.E. Sereď nemala v danom období žiadne bankové úvery. Výpočtami ukazovateľov rentability sme zhodnotili fakt, že v spoločnosti došlo k zhodnocovanie majetku vo všetkých troch rokoch. Na záver boli analyzované ukazovatele likvidity, ktoré majú nestály vývoj. Spoločnosť by sa mala orientovať vo svojej politike na výsledky z roku 2007, v ktorom spĺňala optimálne parametre.

Prostredníctvom daných ukazovateľov bol vyhodnotený záver, že spoločnosť Hubert J.E. Sereď dosahovala najlepšie hodnoty ukazovateľov v roku 2007.

Marketingové aktivity spoločnosti sú zhrnuté v poslednej podkapitole, ktorá pojednáva komunikačný a distribučný mix. Reklama spoločnosti v televízií, či prostredníctvom časopisov a billboardov sa snaží u konzumentov nabudiť dojem luxusu, ktorý je dosiahnuteľný pre všetkých. Vysokému odbytu napomáhajú aj široká dostupnosť produktov a optimálne ceny najviac vyhľadávaných produktov Hubert de luxe a Hubert Club. Spoločnosť využíva aj mnohé sťažce, či sprievodné aktivity, ktorými chce podčiarknuť svoju stabilnú pozíciu na trhu. P.R. aktivity spoločnosti sú zamerané na spoluprácu napríklad so Slovenskou barmanskou asociáciou, ako aj s významnými someliermi. Distribučná politika spoločnosti Hubert J.E. Sereď je vykonávaná využitím

služieb logistickej firmy FM Logistic. Hospodárska kríza nezanechala na odbyte produktov spoločnosti výrazné prepady, práve naopak. Vďaka rozumne stanoveným cenám a akvizícií so spoločnosťou Vitis Pezinok sa podarilo výrobcovi dosiahnuť medziročný nárast až o 67 %, čo sa prejavilo aj v navýšení tržieb až o 46%. .

6 LITERATÚRA

1. BERNÁT, Slavko.2008. *Vinohradníctvo*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2008, 137 s. , ISBN 978-80-552-0150-4
2. BIELIK , Peter. a kol. 2001. *Podnikovo hospodárska teória agrokomplexu*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2001, 270 s., ISBN 80-7137-861-5
3. BIELIK, Peter.2008. *Podnikové hospodárstvo*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2008, 319 s. , ISBN 978-80-552-0010-1
4. FADER, Werner. 2002.*Vinič v záhrade*. Bratislava: Vydavateľstvo Príroda. 2002, 94 s., ISBN 80-07-00864-0
5. GÁLIK, Jozef- MATOŠKOVÁ, Dagmar. 2007. *Analýza zahraničného obchodu s poľnohospodárskymi a potravinárskymi výrobkami*. Bratislava: VÚEPP, 2007. 63 s. ISBN 978-80-8058-449-8.
6. HORSKÁ, Elena. a kol.2008. *Internacionalizácia agropotravinárskych podnikov SR*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2008, 234 s., ISBN 978-80-552-0136-8
7. HRONSKÝ, Štefan a kol. 2006. *Vinárstvo*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2006, 128 s. , ISBN 80-8069-774-4
8. HRONSKÝ, Štefan a kol.2002. *Vinohradníctvo*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2002, 108 s., ISBN 80-8069-010-3
9. HRONSKÝ, Vladimír.2001. *Slovenské vína*. Bratislava : Belimex. 2001,118 s., ISBN 80-85327-86-4
10. JUREKOVÁ, Zuzana. a kol. 2005.*Slovenské záhradníctvo*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2005, 216 s. ,80-8069-629-2
11. KISLINGEROVÁ, Eva. a kol. 2004. *Manažérske financie*. Praha: C.H. Beck. 2004. 714s. , ISBN 80-7179-802-9
12. KOTULIČ, Rastislav a kol.2007. *Finančná analýza podniku* .Bratislava: Iura edition. 2007, 206 s., ISBN 978-80-8078-117-0
13. KRETTNER, Anton. a kol. 2007. *Marketing* .Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2007. 287 s. ISBN 978-80-8069-2
14. MALÍK, Fedor. 2004. *100 najlepších slovenských vín*. Bratislava: Albert Marenčin-Vydavateľstvo PT. 2004, 160 s., ISBN 80-88912-77-6

15. MATOŠKOVÁ, Dagmar. 2008. *Riešenie problémov obchodu a trhové príležitosti agropotravinárskych výrobkov*. VÚEPP, 2008, 9 s.
16. MIKULÁŠOVÁ, Stanislava- ŠIMO, Dušan. 2009. *Marketing hrozna a hroznového vína*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2009, 147 s., ISBN 978-80-552-0262-4
17. PISZCALKA, Ján. 2001. *Mechanizácia výroby vína*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2001. 87 s. ISBN 80 7137 881 X
18. ŠAJBIDOROVÁ, Viera. 2006. *Vinič hroznový, hroznové víno: Situačná a výhľadová správa k 31.7.2006*. Bratislava : VÚEPP, 2006, 38 s., ISBN 80-8058-309-0
19. ŠAJBIDOROVÁ, Viera. 2007. *Vinič hroznový, hroznové víno: Situačná a výhľadová správa k 31.7.2007*. Bratislava: VÚEPP, 2007. 47 s. ISBN 987-80-8058-468-9
20. ŠAJBIDOROVÁ, Viera. 2008. *Vinič hroznový, hroznové víno: Situačná a výhľadová správa k 31.7.2008*. Bratislava: VÚEPP, 2008. 45 s. , ISBN 978-80-8058-489-4
21. ŠAJBIDOROVÁ, Viera. 2009. *Vinič hroznový, hroznové víno: Situačná a výhľadová správa k 31.7.2009*. Bratislava: VÚEPP, 2009. 45 s. ISBN 978-80-8058-489-4
22. ŠIMO, Dušan. 2006. *Agrárny marketing*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2006. 322 s. ISBN 80-8069-726-4
23. TALIGA, František. 2000. *K otázkam legislatívy, marketingu a manažmentu v poľnohospodárstve*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2000. 66 s. ISBN 80-7137-788-0
24. ZOBORSKÝ, Ivan Mojmir. 2006. *Ekonomika poľnohospodárstva*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2006. 319 s. ISBN 80-8069-758-2
25. ŠTEVÍK, Matej. 2009. *Analýza vybraných faktorov podnikateľskej úspešnosti v s.r.o. HUBERT J.E. Sereď*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 2009.
26. www.hubertsekt.sk
27. www.orsr.sk
28. www.mpsr.sk
29. www.oiv.int
30. www.webnoviny.sk

PRÍLOHY

Príloha 1: Súvaha za účtovné obdobie 2006, 2007, 2008

Príloha 2: Výkaz ziskov a strát za účtovné obdobie 2006, 2007, 2008

Príloha 1

Majetok spolu					
	Text	číslo riadku	2006	2007	2008
	Spolu majetok r.002 + r.003 + r.032 + r.062	001	18 390 659	20 703 545	31 324 105
A.	Pohľadávky za upísané vlastné imanie (353)	002	0	0	0
B.	Neobežný majetok r.004 + r.013 + r.023	003	4 434 442	3 967 868	11 327 955
B. I.	Dlhodobý nehmotný majetok súčet (r.005 až 012)	004	0	0	7 341 930
B. I. 1.	Zriaďovacie výdavky (011) - /071, 091A/	005	0	0	0
2.	Aktivované náklady na vývoj (012) - /072, 091A/	006	0	0	0
3.	Softvér (013) - /073, 091A/	007	0	0	0
4.	Oceniteľné práva (014) - /074, 091A/	008	0	0	7 341 930
5.	Goodwill (015) - /075, 091A/	009	0	0	0
6.	Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (019, 01X) - /079, 07X, 091A/	010	0	0	0
7.	Obstarávaný dlhodobý nehmotný majetok (041) - 093	011	0	0	0
8.	Poskytnuté preddavky na dlhodobý nehmotný majetok (051) - 095A	012	0	0	0
B. II.	Dlhodobý hmotný majetok súčet (r.014 až r.022)	013	4 434 442	3 967 868	3 986 025
B. II. 1.	Pozemky (031) - 092A	014	91 283	91 283	91 283
2.	Stavby (021) - /081, 092A/	015	1 381 000	1 261 468	1 291 741
3.	Samostatné hnuťné veci a súbory hnuťných vecí (022) - /082,092A/	016	1 865 166	1 777 069	1 374 626
4.	Pestovateľské celky trvalých porastov (025) - /085, 092A/	017	0	0	0
5.	Základné stádo a ťažné zvieratá (026) - /086, 092A/	018	0	0	0
6.	Ostatný dlhodobý hmotný majetok (029, 02X, 032) - /089, 08X, 092A/	019	82 985	49 094	72 695
7.	Obstarávaný dlhodobý hmotný majetok (042) - 094	020	49 127	93 341	729 336
8.	Poskytnuté preddavky na dlhodobý hmotný majetok (052) - 095A	021	0	0	0
9.	Opravná položka k nadobudnutému majetku (+/- 097) +/- 098	022	964 880	695 561	426 343
B.III.	Dlhodobý finančný majetok súčet (r.024 až 031)	023	0	0	0
B.III.1.	Podielové cenné papiere a podiely v ovládanej osobe (061) - 096A	024	0	0	0
2.	Podielové cenné papiere a podiely v spoločnosti s podstatným vplyvom (062) - 096A	025	0	0	0
3.	Ostatné dlhodobé cenné papiere a podiely (063, 065) - 096A	026	0	0	0
4.	Pôžičky účtovnej jednotke v konsolidovanom celku (066A) - 096A	027	0	0	0
5.	Ostatný dlhodobý finančný majetok (067A, 096, 06XA) - 096A	028	0	0	0
6.	Pôžičky s dobou splatnosti najviac jeden rok (066A, 067A, 06XA) - 096A	029	0	0	0
7.	Obstarávaný dlhodobý finančný majetok (043) - 096A	030	0	0	0
	Poskytnuté preddavky na dlhodobý finančný majetok (053) -	031	0	0	0

8.	095A				
C.	Obežný majetok r.033 + r.041 + r.048 + r.056	032	13 922 460	16 698 798	19 982 009
C.I.	Zásoby súčet (r.034 až r.040)	033	3 094 769	3 902 675	4 755 560
C.I.1.	Materiál (112, 119, 11X) - /191, 19X/	034	649 837	799 442	580 960
2.	Nedokončená výroba a polotovary (121, 122, 12X) - /192, 193, 19X/	035	926 276	1 403 405	1 521 509
3.	Zákazková výroba s predpokladanou dobou ukončenia dlhšou ako jeden rok 12X - 192A	036	0	0	
4.	Výrobky (123) - 194	037	955 533	1 217 188	991 701
5.	Zvieratá (124) - 195	038	0	0	0
6.	Tovar (132, 13X, 139) - /196, 19X/	039	563 101	482 639	1 661 389
7.	Poskytnuté preddavky na zásoby (314A) - 391A	040	0	0	0
C.II.	Dlhodobé pohľadávky súčet (r.042 až 047)	041	183 595	150 468	267 045
C. II. 1.	Pohľadávky z obchodného styku (311A, 312A, 311A, 314A, 315A, 31XA) - 391A	042	0	0	0
2.	Pohľadávky voči ovládanej osobe a ovládajúcej osobe (351A) - 391A	043	0	0	0
3.	Ostatné pohľadávky v rámci konsolidovaného celku (351A) - 391A	044	0	0	0
4.	Pohľadávky voči spoločníkom, členom a združeniu (354A, 355A, 358A, 35XA) - 391A	045	0	0	0
5.	Iné pohľadávky (335A, 33XA, 371A, 373A, 374A, 375A, 376A, 378A) - 391A	046	0	0	0
6.	Odložená daňová pohľadávka (481A)	047	183 595	150 468	267 045
C.III.	Krátkodobé pohľadávky súčet (r.049 až 055)	048	9 408 716	11 169 754	9 090 387
C.III.1.	Pohľadávky z obchodného styku (311A, 312A, 313A, 314A, 315A, 31XA) - 391A	049	6 838 743	6 132 211	8 184 616
2.	Pohľadávky voči ovládanej osobe a ovládajúcej osobe (351A) - 391A	050	0	0	0
3.	Ostatné pohľadávky v rámci konsolidovaného celku (351A) - 391A	051	2 323 574	4 647 148	0
4.	Pohľadávky voči spoločníkom, členom a združeniu (354A, 355A, 358A, 35XA) - 391A	052	0	0	0
5.	Sociálne zabezpečenie (336) - 391A	053	0	0	0
6.	Daňové pohľadávky (341, 342, 343, 345) - 391A	054	0	21 576	666 899
7.	Iné pohľadávky (335A, 33XA, 371A, 373A, 374A, 375A, 376A, 378A) - 391A	055	246 398	368 817	228 872
C.IV.	Finančné účty súčet (r.057 až r.061)	056	1 235 378	1 475 901	5 869 017
C.IV.1.	Peniaze (211, 213, 21X)	057	4 514	2 622	3 153
2.	Účty v bankách (221A, 22X +/- 261	058	1 230 863	1 473 279	5 865 863
3.	Účty v bankách s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok 22XA	059	0	0	0
4.	Krátkodobý finančný majetok (251, 253, 256, 257, 25X) - /291, 29X/	060	0	0	0
5.	Obstarávaný krátkodobý finančný majetok (259) - 291	061	0	0	0
D.	Časové rozlíšenie r.063 až 064	062	33 758	36 878	14 140
D. 1.	Náklady budúcich období (381, 382)	063	22 572	28 945	14 140
2.	Príjmy budúcich období (385)	064	11 186	7 933	0
Vlastné imanie a záväzky spolu					
Text		číslo	2006	2007	2008

		riadku			
	Spolu vlastné imanie a záväzky r.066 + r.086 + r.116	065	18 390 659	20 703 545	31 324 105
A.	Vlastné imanie r.067 + r.071 + r.078 + r.082 + r.085	066	14 290 181	16 343 922	18 584 512
A. I.	Základné imanie súčet (r.068 až 070)	067	33 194	663 878	663 878
A. I. 1.	Základné imanie (411 alebo +/- 491)	068	33 194	663 878	663 878
2.	Vlastné akcie a vlastné obchodné podiely (/ - / 252)	069	0	0	0
3.	Zmena základného imania +/- 419	070	0	0	0
A. II.	Kapitálové fondy súčet (r.072 až 077)	071	3 319	3 319	3 319
A. II. 1.	Emisné ážio (412)	072	0	0	0
2.	Ostatné kapitálové fondy (413)	073	0	0	0
3.	Zákonný rezervný fond (Nedeliteľný fond) z kapitálových vkladov (417, 418)	074	3 319	3 319	3 319
4.	Oceňovacie rozdiely z precenenia majetku a záväzkov (+/- 414)	075	0	0	0
5.	Oceňovacie rozdiely z kapitálových účastín (+/- 415)	076	0	0	0
6.	Oceňovacie rozdiely z precenenia pri splnutí a rozdelení (+/- 416)	077	0	0	0
A. III.	Fondy zo zisku súčet (r.079 až r.081)	078	812 985	812 985	812 985
A. III. 1.	Zákonný rezervný fond (421)	079	348 270	348 270	348 270
2.	Nedeliteľný fond (422)	080	0	0	0
3.	Štatutárne fondy a ostatné fondy (423, 427, 42X)	081	464 715	464 715	464 715
A. IV.	Výsledok hospodárenia minulých rokov r.083 až 084	082	12 020 149	12 809 998	14 863 739
A. IV. 1.	Nerozdelený zisk minulých rokov (428)	083	12 062 438	12 852 287	14 906 028
2.	Neuhradená strata minulých rokov (/ - / 429)	084	-42 289	-42 289	-42 289
A. V.	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie +/- r.001 - (r.067 + r.071 + r.078 + r.082 + r.086 + r.116)	085	1 420 534	2 053 741	2 240 589
B.	Cudzie zdroje z r.087 + r.091 + r.102 + r.112	086	4 098 121	4 268 339	12 738 797
B. I.	Rezervy súčet (r.088 až r.090)	087	1 038 814	993 493	1 281 783
B. I. 1.	Rezervy zákonné (451 A)	088	0	0	0
2.	Ostatné dlhodobé rezervy (459A, 45XA)	089	123 448	123 448	123 448
3.	Krátkodobé rezervy (323, 32X, 451A, 459A, 45XA)	090	960 366	870 045	1 158 335
B. II.	Dlhodobé záväzky súčet (r.092 až r.101)	091	11 020	7 601	10 024
B. II. 1.	Dlhodobé záväzky z obchodného styku (479A)	092	0	0	0
2.	Dlhodobé nevyfakturované dodávky (476A)	093	0	0	0
3.	Dlhodobé záväzky voči ovládanej osobe a ovládajúcej osobe (471A)	094	0	0	0
4.	Ostatné dlhodobé záväzky v rámci konsolidovaného celku (471A)	095	0	0	0
5.	Dlhodobé prijaté preddavky (475A)	096	0	0	0
6.	Dlhodobé zmenky na úhradu (478A)	097	0	0	0
7.	Vydané dlhopisy (473A / - / 255A)	098	0	0	0
8.	Záväzky zo sociálneho fondu (472)	099	11 020	7 601	10 024
9.	Ostatné dlhodobé záväzky (474A, 479A, 47XA, 372A, 373A, 377A)	100	0	0	0
10.	Odložený daňový záväzok (481A)	101	0	0	0
B. III.	Krátkodobé záväzky súčet (r.103 až r.111)	102	3 003 286	3 267 244	11 447
B. III. 1.	Záväzky z obchodného styku (321, 322, 324, 325, 32X, 475A, 478A, 479A, 47XA)	103	1 562 438	1 762 796	3 404 103
2.	Nevyfakturované dodávky (326, 476A)	104	63 168	226 017	171 778
3.	Záväzky voči ovládanej osobe a ovládajúcej osobe (361A, 471A)	105	0	0	0
4.	Ostatné záväzky v rámci konsolidovaného celku (361A, 36XA, 471A, 47XA)	106	0	0	0
	Záväzky voči spoločníkom a združeniu (364, 365, 366, 367,	107	0	0	0

5.	368, 398A, 478A, 479A)				
6.	Závazky voči zamestnancom (331, 333, 33X, 479A)	108	52 745	62 902	70 935
7.	Závazky zo sociálneho zabezpečenia (336, 479A)	109	26 322	27 916	37 144
8.	Daňové záväzky a dotácie (341, 342, 343, 345, 346, 347, 34X)	110	1 295 558	1 187 612	1 089 955
9.	Ostatné záväzky (372A, 373A, 377A, 379A, 474A, 479A, 47X)	111	3 054	0	0
B.IV.	Bankové úvery a výpomoci súčet (r.113 až r.115)	112	0	0	0
B.IV.1.	Bankové úvery dlhodobé (461A, 46XA)	113	0	0	0
2.	Bežné bankové úvery (221A, 231, 232, 23X, 461A, 46XA)	114	0	0	0
3.	Krátkodobé finančné výpomoci (241, 249, 24X, 473A, /-/255A)	115	0	0	0
C.	Časové rozlíšenie súčet (r.117 až r.118)	116	2 356	91 283	796
C.1.	Výdavky budúcich období (383)	117	2 356	91 283	796
2.	Výnosy budúcich období (384)	118	0	0	0

Príloha 2

Výkaz ziskov a strát					Príloha 2	
Označenie	Text	Číslo riadku	2006	2007	2008	
I.	Tržby za predaj tovaru (604)	01	3 507 833	3 291 044	4 897 065	
A.	Náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru (504)	02	2 204 640	1 925 280	3 145 920	
+	Obchodná marža r.01 - r.02	03	1 303 193	1 365 763	1 751 145	
II.	Výroba r.05 + r.06 + r.07	04	11 761 402	13 634 668	14 277 103	
II. 1.	Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb (601, 602)	05	12 201 487	12 892 618	14 382 991	
2.	Zmena stavu vnútroorganizačných zásob (+/- účtovná skupina 61)	06	-440 085	775 244	-105 888	
3.	Aktivácia (účtovná skupina 62)	07	0	0	0	
B.	Výrobná spotreba r.09 + r.10	08	8 643 929	10 268 074	10 632 245	
B. 1.	Spotreba materiálu, energie a ostatných neskladovateľných dodávok (501, 502, 503)	09	5 252 374	6 660 824	6 370 942	
2.	Služby (účtovná skupina 51)	10	3 391 555	3 607 249	4 261 303	
+	Pridaná hodnota r. 03 + r.04 - r.08	11	4 420 666	4 732 357	5 396 003	
C.	Osobné náklady (súčet r.13 až r.16)	12	1 219 354	1 348 934	1 540 862	
C. 1.	Mzdové náklady (521, 522)	13	931 189	1 037 310	1 191 496	
2.	Odmeny členom orgánov spoločnosti a družstva (523)	14	21 742	21 808	15 735	
3.	Náklady na sociálne zabezpečenie (524, 525, 526)	15	234 382	257 883	298 513	
4.	Sociálne náklady (527, 528)	16	32 032	31 932	35 119	
D.	Dane a poplatky (účtovná skupina 53)	17	15 302	27 451	18 788	
E.	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku (551)	18	689 139	643 099	822 261	
III.	Tržby z predaja dlhodobého majetku a materiálu (641, 642)	19	27 418	39 500	7 269	
F.	Zostatková cena predaného dlhodobého majetku a predaného materiálu (541, 542)	20	5 809	4 149	4 415	
IV.	Použitie a zrušenie rezerv do výnosov z hospodárskej činnosti a účtovanie vzniku komplexných nákladov budúcich období (652, 654, 655)	21	257 352	244 180	250 634	
G.	Tvorba rezerv na hospodársku činnosť a zúčtovanie komplexných nákladov budúcich období (552, 554, 555)	22	728 009	744 102	719 769	
V.	Zúčtovanie a zrušenie opravných položiek do výnosov z hospodárskej činnosti (657, 658, 659)	23	28 281	22 715	25 550	
H.	Tvorba opravných položiek do nákladov na hospodársku činnosť (557, 558, 559)	24	440 881	413 890	437 290	
VI.	Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti (644, 645, 646, 648)	25	187 911	18 522	90 321	
I.	Ostatné náklady na hospodársku činnosť (544, 545, 546, 548)	26	80 794	344 254	377 149	
VII.	Prevod výnosov z hospodárskej činnosti (-)(697)	27	0	0	0	
J.	Prevod nákladov na hospodársku činnosť (-)(597)	28	0	0	0	
*	Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti r.11 - r.12 - r.17 - r.18 + r.19 - r.20 + r.21 - r.22 + r.23 - r.24 + r.25 - r.26 + (-r.27) - (-r.28)	29	1 742 349	2 422 492	2 670 119	
VIII.	Tržby z predaja cenných papierov a podielov (661)	30	0	0	0	
K.	Predané cenné papiere a podiely (561)	31	0	0	0	
IX.	Výnosy z dlhodobého finančného majetku r.33 + r.34 + r.35	32	0	0	0	
IX. 1.	Výnosy z cenných papierov a podielov v ovládanej osobe a v spoločnosti s podstatným vplyvom (665A)	33	0	0	0	
2.	Výnosy z ostatných dlhodobých cenných papierov a podielov (665A)	34	0	0	0	
3.	Výnosy z ostatného dlhodobého finančného majetku (665A)	35	0	0	0	
X.	Výnosy z krátkodobého finančného majetku (666)	36	0	0	0	
L.	Náklady na krátkodobý finančný majetok (566)	37	0	0	0	
XI.	Výnosy z precenenia cenných papierov a výnosy z derivátových operácií (644, 667)	38	0	0	0	

M.	Náklady na precenenie cenných papierov a náklady na derivátové operácie (564, 567)	39	0	0	0
XII.	Výnosové úroky (662)	40	184 923	248 124	360 652
N.	Nákladové úroky (562)	41	265	0	124 577
XIII.	Kurzové zisky (663)	42	67 815	33 559	30 472
O.	Kurzové straty (563)	43	43 052	62 139	34 721
XIV.	Ostatné výnosy z finančnej činnosti (668)	44	0	0	0
P.	Ostatné náklady na finančnú činnosť (568, 569)	45	109 506	63 367	57 658
XV.	Použitie a zrušenie rezerv do výnosov z finančnej činnosti (674)	46	0	0	0
Q	Tvorba rezerv na finančnú činnosť (574)	47	0	0	0
XVI.	Zúčtovanie a zrušenie opravných položiek do výnosov z finančnej činnosti (679)	48	0	0	0
R.	Tvorba opravných položiek do výnosov z finančnej činnosti (579)	49	0	0	0
XVII.	Prevod finančných výnosov (-)(698)	50	0	0	0
S	Prevod finančných nákladov (-)(598)	51	0	0	0
*	Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti r.30 - r.31 + r.32 + r.36 - r.37 + r.38 - r.39 + r.40 - r.41 + r.42 - r.43 + r.44 - r.45 + r.46 - r.47 + r.48 - r.49 + (-r.50) - (-r.51)	52	99 913	156 177	174 168
T.	Daň z príjmov z bežnej činnosti r.54 + r.55	53	421 728	524 928	603 698
T. 1.	- splatná (591, 595)	54	517 161	491 801	720 275
2.	- odložená (+/- 592)	55	-95 432	33 127	-116 577
**	Výsledok hospodárenia z bežnej činnosti r.29 + r.52 - r.53	56	1 420 534	2 053 741	2 240 589
XVIII.	Mimoriadne výnosy (účtovná skupina 68)	57		0	0
U.	Mimoriadne náklady (účtovná skupina 58)	58	0	0	0
V.	Daň z príjmov z mimoriadnej činnosti r.60 + r.61	59	0	0	0
V. 1.	- splatná (593)	60	0	0	0
2.	- odložená (+/- 594)	61	0	0	0
*	Výsledok hospodárenia z mimoriadnej činnosti r.57 - r.58 - r.59	62	0	0	0
Z.	Prevod podielov na výsledku hospodárenia spoločníkom (+/- 596)	63	0	0	0
***	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie (+/-)r.56 + r.62 - r.63	64	1 420 534	2 053 741	2 240 560
	Kontrolné číslo súčet (r. 01 až 64)	99	63 078 937	72 496 046	79 984 912