

Sprawozdanie Zarządu Spółki TOYA z działalności za rok 2025

Zarząd TOYA Sp. z o. o.:

Witold Krawczyk – Prezes

Jacek Kobierzycki – Członek Zarządu

Bożena Szafrńska – Członek Zarządu

- data rejestracji w sądzie rejonowym: 24-05-1990
- data wpisu do Rejestru Handlowego w Wydziale Gospodarczym: 31-05-1990
- numer ewidencyjny: 2554
- siedziba: 90-554 Łódź ul. Łąkowa 29
- data wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego Przedsiębiorców: 15-11-2001
- numer w KRS: 0000062796

Spółka nie posiada wyodrębnionych oddziałów (zakładów).

W okresie 1 stycznia 2025 roku - 31 grudnia 2025 roku oraz w latach poprzednich Spółka nie nabywała udziałów własnych.

Sprawozdanie z działań - Dział IT

Rok 2025 roku to kontynuowanie działań zmierzających do podniesienia pojemności sieci oraz zaplanowania modernizacji infrastruktury aktywnej w celu zaoferowania dla abonentów możliwości świadczenia usług do 10 Gbps poprzez:

modernizację wybudowanej wcześniej infrastruktury GPON do XGS-PON,

modernizację infrastruktury DOCSIS 3.0 do DOCSIS 3.1 wykorzystującej koncepcję Remote PHY oraz rozwiązania vCMTS,

wdrożenie do oferty urządzeń klienckich w standardzie WiFi 7 zarówno w postaci urządzeń klienckich dla technologii GPON / XGS-PON jak i Metro Ethernet wraz ze zintegrowanymi z nimi extenderami poprawiającymi pokrycie szybką siecią WiFi domów i lokali abonenckich.

To również kolejny rok poświęcony budowie infrastruktury aktywnej związanej ze środkami pozyskanymi na budowę sieci FTTH z unijnych programów KPO/FERC wykorzystującej już nowoczesne rozwiązania XGS-PON.

W związku z planowaną nowelizacją ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa (KSC) podjęto również szereg środków proceduralnych jak i technicznych zmierzających do dostosowania procedur oraz systemów TOYA do zapisów tej ustawy. W ramach firmy został również powołany dedykowany Dział Cyberbezpieczeństwa jaki ma współpracować bezpośrednio w Zarządzie w zakresie wdrażania wszystkich wymaganych środków i procedur.

W ramach ulepszania standardów obsługi klienta wdrożono nowy system obsługujący Contact Center w zakresie komunikacji omnichannel ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji poprzez media społecznościowe.

Sprawozdanie z działań - Dział Rozwoju

Potrzeba dynamicznego reagowania i tworzenia konkurencyjnej na rynku oferty dla klientów powodowały szereg działań nakierowanych na szczegółową analizę danych z systemów wewnętrznych przy pomocy hurtowni danych i systemów analitycznych, co przełożyło się w rezultacie na optymalizację procesów sprzedażowych w firmie. Poskutkowało to pełnym wdrożeniem elektronicznej obsługi umów, a tym samym rezygnacją z form papierowych umów i lepszym wykorzystaniem zasobów biur obsługi abonenta. Oferta dostępu do Internetu, po wcześniejszych testach i wielu iteracjach, zmodyfikowana została o lepsze, wyższe parametry prędkości transmisji (w tym w sieci HFC), a oferta telewizji wzbogacona została o nowe programy oraz dostęp do usług streamingowych.

Dział w roku 2025 kontynuował prace nad rozwojem platformy telewizji cyfrowej w kierunku udostępnienia nowej wersji systemu Android TV 14 - MAXX 4K oraz uruchomieniem nowej platformy TV Everywhere TOYA GO New, w wersji mobilnej i webowej, udostępniające szereg funkcjonalności dla końcowych użytkowników (Picture-in-Picture/ Catch-up TV / Start Over / Profile / eBOA), osiągając spójność oraz nowoczesność całego rozwiązania.

Rok 2025 to również czas analiz i optymalizacji zabezpieczeń z obszaru cyberbezpieczeństwa w zakresie ochrony danych osobowych w procesach obsługi zdalnej. Wprowadzono dodatkowe zabezpieczenia typu wieloskładnikowego oraz rozszerzone weryfikacje dokonywanych zmian w serwisie internetowym abonentów.

Dział Rozwoju brał również czynny udział w wydarzeniach z branży telekomunikacyjnej w Polsce i Europie (PIKE2025, IBC2025), reprezentując firmę i jej rozwiązania, wymieniając doświadczenia oraz szukając nowych obszarów współpracy, w tym w obszarze działań marketingowo sprzedażowych bezpośrednio dla potencjalnych klientów.

W roku 2025 w Dziale Rozwoju kontynuowany był program szkoleń, przyjmując praktykantów oraz stażystów, pozwalając im pracować oraz współtworzyć rozwiązania u boku doświadczonej kadry w technologiach wykorzystywanych w dziale.

Sprawozdanie z działań – Dział Budowy

Inwestycje mające na celu objęcie zasięgiem usług większej liczby abonentów

W 2025 r. kontynuowaliśmy budowę sieci na terenie powiatów: pabianickiego, łaskiego, bełchatowskiego, brzezińskiego, pabianickiego, zgierskiego, łódzkiego wschodniego, zduńskowolskiego, poddębickiego i miasta Łodzi w ramach programów KPO i FERC. Zakończenie budowy planowane jest w 2026 i 2027 r., docelowo sieć obejmie zasięgiem ponad 40000 gospodarstw domowych. Przyłączanie do sieci nowych abonentów rozpoczęliśmy w połowie 2025 r.

Wybudowane zostały nowe linie światłowodowe zwiększające liczbę włókien wychodzących ze Stacji Czołowych w Łodzi, Krakowie, Kutnie i Piotrkowie zapewniając większą przepustowość sieci, redundancję linii i umożliwiając dotarcie z usługami do nowych abonentów.

W Łodzi, Krakowie, Przemyślu, Piotrkowie, Pabianicach i Kutnie powstały nowe odcinki linii światłowodowych umożliwiające lepszą dystrybucję sygnału poprzez zwiększenie ilości węzłów optycznych i poszerzenie dostępnego pasma.

Istniejąca sieć, serwis

Istniejąca sieć, wybudowana w latach ubiegłych w technologii HFC została zmodernizowana w sposób zwiększający udział światłowodu w stosunku do kabla koncentrycznego, zwiększający liczbę węzłów optycznych, zbliżając końcówki światłowodowe coraz bliżej abonentów. Jednocześnie liczba pracujących urządzeń aktywnych została zredukowana na korzyść urządzeń pasywnych. Część urządzeń została zastąpiona nowocześniejszymi, o lepszych parametrach technicznych a jednocześnie zużywających mniej energii elektrycznej. Działania te mają na celu zapewnienie jak najwyższego poziomu usług dla abonentów Toya i niezawodności sieci. Ten proces trwa we wszystkich miejscowościach, w których istnieje sieć Toya i będzie kontynuowany w latach następnych.

Służby techniczne zostały wyposażone w nowe narzędzia pomiarowe, zarówno w postaci nowoczesnego sprzętu (mierniki i analizatory sygnału) jak i zaawansowane rozwiązania informatyczne ułatwiające lokalizowanie i analizowanie nieprawidłowości w pracy sieci. Na potrzeby budowy i serwisu sieci optycznych zostali zatrudnieni nowi pracownicy oraz zakupiony nowoczesny sprzęt niezbędny do budowy i pomiarów linii światłowodowych.

Sprawozdanie z działań – Dział Inwestycji pozatelekomunikacyjnych

W 2026 r. trwały bieżące i zaplanowane prace remontowe, aranżacyjne i adaptacyjne pomieszczeń i infrastruktury, związane z działalnością Spółki.

Trwały również prace koncepcyjne i projektowe związane z planami inwestycyjnymi Spółki.

Sprawozdanie z działań – Dział Marketingu i Reklamy

Działalność marketingowa w spółce TOYA w 2025 roku prowadzona była w dwóch obszarach komunikacji: działania prosprzedażowe i wizerunkowe budujące świadomość marki TOYA zarówno wśród obecnych jak i potencjalnych Abonentów. Aktywna realizacja programów unijnych KPO/FERC determinowała działania działu również w tych kierunkach.

Budowę wizerunku zaczęliśmy mocno łączyć z działaniami prosprzedażowymi. Tak jak do tej pory TOYA była obecna ze swoimi materiałami reklamowymi i działaniami promocyjnymi na festynach i imprezach organizowanych w większych miejscowościach tak w 2025 bardzo mocno uzupełniliśmy te działania o mniejsze ośrodki takie jak Zgierz, Głowno, Stryków, Piotrków Trybunalski, Pabianice, Ozorków i inne.

Dział graficzny aktywnie tworzył wiele nowych kreacji w zakresie budowania siły TOYA w digital. Uruchomiono również kanał na TikTok. Dużą zmianą było zbudowanie kompetencji w zakresie AI dla większości pracowników działu co było wykorzystywane zarówno w pracach graficznych jak również video.

Firma nawiązała ściślejszą współpracę z innymi mediami jak nadawcy telewizyjni czy mediami lokalnymi np. z Gazetą Wyborczą – zarówno w zakresie PR, CSR oraz w ujęciu reklamowym.

Obecność brandu TOYA pojawiła się w wielu nowych miejscach jak np. na siatce sali koncertowej Akademii Muzycznej jak również w wielu szkołach (akcja z zegarami). Do promocji brandu wykorzystaliśmy również kalendarz Kochamy Łódź i jego obecność w wielu miejscach Łodzi i województwa w formie wystaw czasowych (w tym również w Manufakturze).

TOYA nawiązała bliższą współpracę z uczelniami w zakresie m.in. naszego aktywnego partnerstwa podczas międzynarodowej konferencji i bezpośredniej relacji na żywo z tego wydarzenia.

Byliśmy również, jak co roku, partnerem i patronem medialnym wydarzeń kulturalnych i edukacyjnych, jak np. 42. Festiwal Szkół Teatralnych w Łodzi czy Gala Absolwentów Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego.

Te nasze aktywności pozwoliły szerzej wykorzystywać formy bezpośredniego oddziaływania na odbiorców przekazów reklamowych i wizerunkowych, właśnie poprzez uczestnictwo w imprezach plenerowych lub innych gromadzących liczną widownię.

W Krakowie zadaniowo zrealizowaliśmy naszą obecność w kilkunastu lokalizacjach będąc na piknikach i eventach, podobnie jak w Łodzi realizując równocześnie cele wizerunkowe jak i sprzedażowe.

W zakresie drukowania materiałów reklamowych, zrobiliśmy tych materiałów więcej decydując się na cykliczne, stałe działania w Krakowie ale również w innych lokalizacjach: Pabianice, Zgierz, Teofilów, Piotrków. Z kolei cykliczny Magazyn Abonenta TOYA osiągnął nakład milion trzysta sześćdziesiąt tysięcy egzemplarzy trafiając również na nowe obszary KPO/FERC.

Prowadziliśmy także liczne akcje reklamowe połączone z konkursami okolicznościowymi (Walentynki, Dzień Kobiet, Dzień Dziecka, Black Friday, etc.) które służyły nie tylko zwiększeniu sprzedaży usług, ale także skłonieniu Abonentów do korzystania z elektronicznych form kontaktu i zamawiania usług bezpośrednio w e-BOA (Elektronicznym Biurze Obsługi Abonenta) na stronie internetowej www.toya.net.pl.

Nowe aktywności dla Abonentów to z pewnością konkurs z Canal+ czy konkurs z lokalnym dealer samochodów podczas którego przekazaliśmy 16 samochodów z grupy VAG (VW, Cupra) na weekend.

Pod koniec roku wydaliśmy trzy autorskie kalendarze TOYA na rok 2026:

- wizerunkowy z Wytwórnią przedstawiający różne style i gatunki muzyczne
- biurkowy z reklamami własnymi oraz nadawców kanałów z oferty TOYA;
- trójdzielny z reklamą trzech podstawowych usług firmy.

Firma kontynuowała także marketingowe korzystanie z godła TERAZ POLSKA przyznanego za połączenie Telewizji z Internetem.

Działalność operacyjna

W Województwie Łódzkim trwała budowa sieci w ramach realizacji projektów KPO i FERC. Pod koniec roku został sfinalizowany zakup 100% udziałów Citynet Telco sp. z o.o. – operatora telekomunikacyjnego świadczącego usługi w modelu BSA na sieci Nexera. Do tej pory TOYA świadczyła usługi telekomunikacyjne w ramach swojej sieci. Przejęcie spółki Citynet Telco i wejście z własnymi produktami na obce sieci pozwoli znacznie powiększyć obszar działania.

Sprawozdanie z działań - Dział Finansowo-księgowy

Dział Księgowy wraz z ze Specjalistą ds. Systemów Operacyjnych przygotował re-wdrożenie systemu finansowo-księgowego. Nowe rozwiązania obowiązujące od 01.01.2026 mają na celu przystosowanie systemów i rozwiązań obiegu dokumentów oraz pozyskiwania danych do nadchodzących zmian narzuconych przez system podatkowy (KSEF, JPK-KR-PK, JPK-ST-KR). Konieczne było wdrożenie również nowych rozwiązań usprawniających pracę, a uwzględniających stale rozwijającą i powiększającą się spółkę.

Sytuacja gospodarcza i finansowa Spółki

Sytuacja finansowa spółki oceniana jest przez Zarząd jako dobra oraz stabilna. Z działalności w roku 2025 uzyskano przychód ze sprzedaży w wysokości 277'824'099,58 zł i w stosunku do roku ubiegłego nastąpił wzrost o 11'535'676,12 zł natomiast koszty działalności operacyjnej wyniosły 224'794'711,36 zł i uległy zmniejszeniu o 579'542,83 zł w stosunku do roku 2024. Wynik ze sprzedaży wyniósł 53'029'388,23 zł notując wzrost w stosunku do roku ubiegłego o 12'115'218,95 zł.

Głównymi pozycjami mającymi wpływ na wynik finansowy brutto są zwiększone koszty z tytułu: opłat i podatków, kosztów reklam oraz usług obcych. Znaczącą pozycją wzrostu opłat i podatków jest podatek od nieruchomości. Opłaty z tytułu reemisji programów telewizyjnych oraz z tytułu licencji programowych nabywane w walutach obcych przy wysokich kursach euro i dolara powodują również znaczny wzrost kosztów tych usług w stosunku do lat ubiegłych.

Powyższe wyniki na kolejnych szczeblach działalności znalazły odzwierciedlenie w osiągniętym w badanym roku zysku brutto w kwocie 87'168'061,08 zł.

Wysokie koszty nie stanowiące kosztów uzyskania przychodów spowodowały, iż spółka osiągnęła zysk podatkowy w wysokości 61'999'862,- zł. W związku z tym po uwzględnieniu podatku dochodowego bieżącego i odroczonego spółka zamknęła rok 2025 zyskiem bilansowym netto w wysokości 71'428'689,08 zł.

Analiza wskaźnikowa bilansu

LP	Nazwa wskaźnika i jego wzór	miernik	BZ	BO	Poziom wskaźnika ogólnie uznawany za bezpieczny (może się różnić w zależności od przedsiębiorstwa i specyfiki branży)
I. Wstępna analiza bilansu					
1	Złota reguła bilansowania (I stopień pokrycia) $\frac{\text{kapitał własny} \times 100}{\text{aktywa trwałe}}$	procent	99,19%	109,87%	powyżej 100
2	Srebrna reguła bilansowania (II stopień pokrycia) $\frac{(\text{kapitał własny} + \text{zobowiązania długoterminowe}) \times 100}{\text{aktywa trwałe}}$	procent	99,19%	109,87%	powyżej 100
3	Złota reguła finansowania (Wskaźnik struktury pasywów) $\frac{\text{kapitał własny} \times 100}{\text{kapitał obcy}}$	procent	412,98%	452,76%	powyżej 100
4	Wskaźnik struktury aktywów $\frac{\text{aktywa trwałe} \times 100}{\text{aktywa obrotowe}}$	procent	430,93%	292,95%	wskaźnik wzrostowy
5	Wartość bilansowa jednostki aktywa ogółem - zobowiązania ogółem	tys.zł	462 021,9	404 558,3	wskaźnik wzrostowy
II. Wskaźniki rentowności					
6	Rentowność majątku (ROA) $\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{aktywa ogółem}}$	procent	12,45%	11,41%	wskaźnik wzrostowy
7	Rentowność sprzedaży netto (ROS) $\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	procent	25,71%	21,16%	wskaźnik wzrostowy
8	Rentowność kapitału własnego (ROE) $\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{kapitał własny}}$	procent	15,46%	13,93%	wskaźnik wzrostowy
9	Rentowność sprzedaży brutto $\frac{\text{wynik ze sprzedaży} \times 100}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	procent	19,09%	15,36%	wskaźnik wzrostowy
III. Wskaźniki płynności finansowej					
10	Wskaźnik płynności finansowej I stopnia (płynność bieżąca) $\frac{\text{aktywa obrotowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	krotność	2,73	2,88	1,2 - 2,0
11	Wskaźnik płynności finansowej II stopnia (płynność szybka) $\frac{\text{aktywa obrot.} - \text{zapasy}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	krotność	2,62	2,72	1,0
12	Wskaźnik płynności finansowej III stopnia (płynność natychmiastowa/gotówkowa) $\frac{\text{inwestycje krótkoterminowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	krotność	2,26	2,37	0,1-0,2
13	Wskaźnik poziomu kapitału obrotowego netto (KON) aktywa obrotowe ogółem - zobowiązania krótkoterminowe	tyś. zł	68 509,7	82 001,7	powyżej 0
14	Wskaźnik udziału kapitału obrotowego netto w finansowaniu aktywów obrotowych $\frac{\text{kapitał obrotowy netto}}{\text{zapasy} + \text{należności krótkoterminowe}}$	krotność	4,02	4,49	0,5
IV. Wskaźniki rotacji (obrotowość)					
15	Szybkość obrotu zapasów (w dniach) $\frac{\text{średni stan zapasów} \times 365 \text{ dni}}{\text{przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów}}$	w dniach	7	x	wskaźnik stabilny lub malejący
16	Spyw należności (w dniach) $\frac{\text{średni stan należności z tytułu dostaw i usług} \times 365 \text{ dni}}{\text{przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów}}$	w dniach	11	x	wskaźnik stabilny lub malejący
17	Splata zobowiązań (w dniach) $\frac{\text{średni stan zobowiązań z tytułu dostaw i usług} \times 365 \text{ dni}}{\text{przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów}}$	w dniach	26	x	wskaźnik stabilny
18	Cykl operacyjny (w dniach)	w dniach	18	x	malejący

	szybkość obrotu zapasów (w dniach) + spływ należności (w dniach)				
19	Cykl konwersji gotówki (w dniach) szybkość obrotu zapasów (w dniach) + spływ należności (w dniach) - spłata zobowiązań (w dniach)	w dniach	-8	x	malejący dodatni
V. Wskaźniki przepływów pieniężnych					
20	Nadwyżka finansowa jednostki (płynna gotówka) wynik finansowy netto + amortyzacja	zł	92 744 229,72	78 599 763,28	wskaźnik wzrostowy
21	Wskaźnik relacji zysku netto do pieniężnej nadwyżki operacyjnej $\frac{\text{wynik finansowy netto}}{\text{przepływy pieniężne z działalności operacyjnej}}$	krotność	1,16	0,69	poniżej 1,0
22	Wskaźnik udziału amortyzacji w środkach pieniężnych $\frac{\text{amortyzacja roczna} \times 100}{\text{przepływy pieniężne z działalności operacyjnej}}$	procent	34,54%	27,08%	30%-60%
23	Wskaźnik spłacalności zobowiązań $\frac{\text{przepływy pieniężne z działalności operacyjnej}}{\text{zobowiązania ogółem}}$	krotność	1,56	1,88	1,0
24	Wypłacalność gotówkowa na dzień bilansu $\frac{\text{przepływy pieniężne z działalności operacyjnej}}{\text{średnioroczne zobowiązania ogółem}}$	krotność	1,48	x	wskaźnik wzrostowy

Wnioski końcowe

W 2025 roku rozwijana będzie działalność usługowa. Zarząd spółki podejmie wszelkie działania mające na celu wzrost przychodu ze sprzedaży usług, poprzez zwiększenie obszaru swojej działalności polegającej na rozbudowie sieci w obrębie naszego miasta.

Realizacja planów pozwoli na dalszy rozwój spółki i wypracowanie kolejnych zysków.

Czynnikami ryzyka związanego z działalnością Spółki są:

- Duża konkurencja na rynku telekomunikacyjnym

TOYA Spółka z o.o. prowadzi działalność w otoczeniu bardzo konkurencyjnego rynku. Potencjał i rozwój otaczającego środowiska wymaga doświadczenia i ogromnego zaangażowania, a także wiedzy i dostępności produktów oferowanych przez rynek.

- Ryzyko kadry

Charakter działalności prowadzonej przez TOYA Sp. z o.o. sprawia, że wysokiej jakości kadra jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na efektywne działanie spółki. Odejście kluczowych pracowników może spowodować przejściowe trudności wpływających na jakość wykonywanych usług.

- Ryzyko płynności finansowej

W spółce nie występują zakłócenia z przepływami finansowymi. Sytuacja finansowa firmy jest na bieżąco kontrolowana, co umożliwia uzyskiwanie nadwyżki finansowej na rachunku przedsiębiorstwa. Ponadto na utrzymywanie wskaźników płynności na zadowalającym poziomie i gwarantującym dalsze stabilne funkcjonowanie firmy oraz jej rozwój ma wpływ polityka sprzedaży. W zakresie płynności finansowej Spółka nie widzi ryzyka utraty płynności finansowej.

Spółka zarządza płynnością finansową poprzez bieżące monitorowanie poziomu wymaganych zobowiązań, prognozowanie przepływów pieniężnych oraz odpowiednie zarządzanie środkami pieniężnymi poprzez inwestowanie wolnych środków w bezpieczne krótkoterminowe lokaty.