

ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна»

Звіт про управління
за 2020 рік

ЗМІСТ

Розділ 1. Загальна інформація про компанію	3
Розділ 2. Опис господарської діяльності	4
Розділ 3. Організаційна структура	6
Розділ 4. Результати діяльності	7
Розділ 5. Ліквідність та зобов'язання	8
Розділ 6. Екологічні аспекти	9
Розділ 7. Соціальні аспекти та кадрова політика	10
Розділ 8. Ризики	11
Розділ 9. Дослідження та інновації	13
Розділ 10. Фінансові інвестиції	14
Розділ 11. Перспективи розвитку	15

Розділ 1. Загальна інформація про компанію

Товариство з обмеженою відповідальністю «Якобз Україна» створене у зв'язку з рішенням, прийнятим 31 жовтня 2014 року, позачерговими загальними зборами акціонерів Приватного акціонерного товариства «Монделіс Україна» про реорганізацію Приватного акціонерного товариства «Монделіс Україна» шляхом виділення частини майна, прав та обов'язків до Компанії та відповідно до пп. 5.14 Розділу II Порядку здійснення емісії та реєстрації випуску акцій акціонерних товариств, які створюються шляхом злиття, поділу, виділу чи перетворення або до яких здійснюється приєднання, затвердженого Рішенням Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку № 520 від 9 квітня 2013 року.

22 грудня 2014 року загальними зборами акціонерів Товариства прийняте рішення про заснування Приватного акціонерного товариства «Якобз Україна» – нової юридичної особи, що створюється шляхом виділення частини майна, прав та обов'язків з Приватного акціонерного товариства «Монделіс Україна».

25 березня 2015 року зареєстровано юридичну особу Товариство з Обмеженою Відповідальністю «Якобз Україна».

Влітку 2015 року Mondelez International та корпорація D. E. Master Blenders 1753 завершили процеси щодо об'єднання своїх кавових напрямків в одну компанію – Jacobs Douwe Egberts (Charger OpCo B. V.).

2 липня 2015 року Kraft Foods Entity Holdings B. V. (Нідерланди) продав 99,9423% своєї частки в ТОВ «Якобз Україна», що становило 3 422 246 простих іменних акцій, компанії Jacobs Douwe Egberts International B.V. (яка входить до складу групи Jacobs Douwe Egberts (надалі – «Група»)).

1 листопада 2016 року Компанія змінила назву на Приватне акціонерне товариство «Якобз Дау Егбертс Україна».

11 вересня 2018 року Компанія змінила організаційно-правову форму на Товариство з обмеженою відповідальністю «Якобз Дау Егбертс Україна» (надалі – «Товариство» або «Компанія»).

Станом на 31 грудня 2019 року, Групою Jacobs Douwe Egberts володіли на 73,1% Acorn Holdings B.V. та на 26,3% Mondelez International Inc.

29 травня 2020 року Глобальна материнська компанія Групи Jacobs Douwe Egberts пройшла стадію перетворення і була зареєстрована як JDE Peet's, яка почала торгівлю на фондовій біржі Euronext Amsterdam. Опціони на звичайні акції JDE Peet почали торгуватися на Європейській опціонній біржі в Амстердамі (Euronext.Liffe) 14 серпня 2020 року. В обігу після IPO і подальшого повного і додаткового випуску, знаходиться близько 500 мільйонів звичайних акцій. У вільному обігу після закінчення 29 листопада 2020 року блокування, пов'язаного з IPO, у JDE Peet's є два великих акціонери: Acorn Holdings BV і Mondelez Coffee HoldCo BV, загальний пакет акцій складають 83,4% від загального випущеного і перебуває в обігу акціонерного капіталу JDE Peet's, в результаті чого поточна кількість акцій у вільному обігу складає 16,6%.

ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» виробляє та здійснює оптовий продаж кави, здійснює надання в операційну оренду власного кавообладнання та надає послуги консультаційного характеру внутрішньогруповим компаніям.

Юридична адреса та місце здійснення діяльності: вул. Набережна 28А, м. Тростянець, Сумська область, Україна.

Станом на 31 грудня 2020 року, кількість працівників Компанії становила 406 працівника (на 31 грудня 2019 року – 458 працівника).

Розділ 2. Опис господарської діяльності

Світовий ринок кави є одним із найстабільніших, однак, для нього характерна слабка сезонність. Щороку спостерігається зниження обсягів продажу на 2-4% у літні місяці, проте, починаючи з вересня обсяги продажу досягають попереднього рівня. Світовий ринок кави зростає швидкими темпами. Для задоволення динамічних потреб та смаків споживачів на ринок виходять нові постачальники. Це спонукає продавців пропонувати клієнтам якісну каву в умовах зростання попиту на каву в усьому світі.

Починаючи з 2016 року, в Україні спостерігається позитивна динаміка відносно споживання кави в роздрібному сегменті. До пандемії темпи середньорічного зростання з 2016 року склали 5,5% у натуральному вираженні та +7,7 у вартісному вираженні.

За даними ритейл-аудиту Nielsen ринок кави в Україні (міська частина) в 2020 році продемонстрував падіння на -1,6% у натуральному та -1,9% у грошовому вираженні. Рівень споживання кави українцями характеризується в більшій мірі споживанням розчинної кави (59% всіх чашок у 2020 р.), ніж натуральної та зернової, що пов'язано в першу чергу з ціною на продукт та наявністю спеціальної техніки для заварювання натуральної кави. Найпопулярнішими брендами в категорії розчинної кави є Jacobs та Nescafe.

У 2020 рр. в структурі продажів сегмент натуральної кави (кава в зернах, смажена та мелена кави) займав близько 48% частки в натуральному і 36% в грошовому вираженні (3,3 млрд грн). У 2020 році обсяги продажів натуральної кави склали 12 899 тон.

На частку розчинної кави у 2020 році припадало близько 24% в натуральному і 48% в грошовому вираженні (4,8 млрд грн), обсяги продажів розчинної кави склали 6 349 тон. Кавові мікси займали 28% частки в натуральному і 17% в грошовому вираженні (1,6 млрд грн), обсяги продажів кавових міксів склали 7 513 тон.

Ключовими виробниками кави в Україні є Food Empire, Jacobs Douwe Egberts, Luigi Lavazza Spa, Nestle, Strauss Coffee (розташовані в алфавітному порядку). Деталі щодо частки виробників у різних сегментах представлено нижче.

Jacobs Douwe Egberts є лідером серед основних гравців на ринку за такими видами кавової продукції як розчинна кави (47,4%), кавові мікси (42,2%), смажена та мелена кави (17,7%), а також займає третю позицію в сегменті кави в зернах (8,6%), поступаючись лише PL (29,5%) та Strauss (14,4%).

На ринку кави в Україні переважають наступні торговельні марки та бренди кави: «Jacobs», «Nescafe», «Чорна Карта», «MacCoffee», «PL», «Lavazza». Суттєві ринкові частки належать брендам «Jacobs» (32,0%) та «Nescafe» (19,5%).

Український ринок кави розвивається згідно зі світовою тенденцією зростання виробництва, стабільного збільшення попиту і в цілому зростання обсягу ринку кави в зв'язку із залежністю вітчизняного виробництва від імпортих поставок сировини. Крім того, одним з ключових драйверів зростання ринку кави в Україні стало безмитне ввезення зеленого зерна. Україна кавові зерна не вирощує, але завдяки нульовому миту на зелене зерно, компанії стали обсмажувати каву всередині країни. Релевантність кавового бізнесу виправдовує себе, так як вартість смаженого зерна в 2 рази перевищує ціну зеленого. Оскільки досліджуваний ринок високорентабельний, з великим потенціалом розвитку, то кількість операторів на ринку кави в Україні динамічно зростає. На відміну від попередніх років обсяг виробництва збільшується не за рахунок кави в зернах / меленого, а за рахунок замінників, що містять каву, екстрактів, есенцій і концентратів кави.

Прогнозується збільшення ємності ринку кави в Україні в наступні кілька років за рахунок зростання обсягів виробництва та імпорту. При цьому обсяги імпорту будуть мати не сильно виражену тенденцію збільшення, темп приросту становитиме не більше 20%, що пов'язано зі збільшенням росту внутрішнього виробництва, обсяги якого зможуть задовольняти більший попит, який характеризується прогнозованою тенденцією збільшення, як наслідок ефективності проведення провідними брендами рекламної кампанії.

Українські виробники більшою мірою імпортують сировину не з країн-виробників, а через посередників. Найбільший обсяг закупівель відбувається переважно з такими країнами-посередниками, як Німеччина, Нідерланди і Польща, а також з такими виробниками, як Індія і Бразилія. Імпорт готової продукції здійснюють великі мережі ритейлерів. Експорт готової продукції знаходиться на вкрай низькому рівні.

Розділ 3. Організаційна структура

Організаційна структура Компанії наведена в таблиці 1 та таблиці 2 нижче:

Таблиця 1. Кількість працівників у розрізі підрозділів (м. Тростянець) станом на 31.12.2020 р.

ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», м. Тростянець	
Відділ	Кількість співробітників
Відділ мережі постачання	243
Відділ фінансів	2
Відділ управління персоналом	3
Відділ закупівель	2
Всього, осіб	250

Таблиця 2. Кількість працівників у розрізі підрозділів (м. Київ) станом на 31.12.2020 р.

Київська філія ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», м. Київ	
Відділ	Кількість співробітників
Адміністрація	5
Відділ стратегічних досліджень ринку та смаків споживачів	3
Відділ фінансів	27
Відділ управління персоналом	16
Відділ інформаційних систем	5
Юридичний відділ	3
Відділ маркетингу	17
Відділ закупівель	7
Відділ споживання поза межами дому	14
Відділ досліджень та розвитку	1
Відділ збуту	28
Відділ мережі постачання	30
Всього, осіб	156

Розділ 4. Результати діяльності

Загальні фінансові показники Компанії за останні 2 роки наведено нижче:

	2020 рік	2019 рік
Чистий дохід від реалізації	3 315 353	3 142 607
Всього інших операційних доходів	145 240	202 715
Собівартість реалізованої продукції	-1 935 782	-1 792 354
Адміністративні витрати	-323 597	-297 451
Витрати на збут	-246 318	-250 412
Інші операційні витрати	-197 301	-213 867
Фінансовий результат від операційної діяльності	757 595	791 238

Зростання показників чистого доходу (5,5%) обумовлене відносно помірним збільшенням кількісних обсягів реалізованої продукції як в Україні, так і за кордон, враховуючи ситуацію, яка склалася в країні у зв'язку із запровадженням державою заходів щодо протидії поширення ситуації розповсюдження COVID-19. Також відбулося відносне збільшення собівартості реалізованої продукції (8,0%).

Компанія застосовує практику якісного та реального планування бюджетів витрат на рік, щомісячного контролю плану проти факту на протязі року та здійснює моніторинг використання річних бюджетів з урахуванням реальної ситуації і впливу зовнішніх факторів, які склалися в результаті запровадження карантину в країні.

Відносно невелике зростання величини адміністративних витрат (8,8%) обумовлено як зростанням деяких видів витрат (наприклад, витрат на інформаційні системи та технології, витрати на зв'язок та комунікації, профільні консультації), так і відповідним зменшенням інших видів витрат (наприклад, витрат на відрядження, витрат на утримання орендованих основних засобів, витрат на амортизацію основних засобів та нематеріальних активів, нарахування резерву сумнівних боргів).

Відносно невелике зменшення величини витрат на збут (-1,6%) обумовлено як зростанням деяких видів витрат (наприклад, витрат на роялті), так і відповідним зменшенням інших видів витрат (наприклад, витрат на рекламні та маркетингові послуги).

Розділ 5. Ліквідність та зобов'язання

Власні кошти

Основним джерелом забезпечення ліквідності Компанії є грошові кошти, отримані від основної діяльності. Станом на 31 грудня 2020 та 2019 років, гроші та їх еквіваленти Компанії були розміщені в фінансових інституціях, що мали довгостроковий рейтинг за національною шкалою В- та вище.

Позики, кредитні кошти

Протягом 2019 та 2020 років, Компанія не мала і не відкривала жодних кредитних ліній у банківських установах.

Капітальні зобов'язання

Компанія уклала угоди на придбання основних засобів та будівництво для розвитку власних виробничих потужностей. Станом на 31 грудня 2020 року Компанія мала такі контрактні зобов'язання на суму 43 315 тисяч гривень (станом на 31 грудня 2019 року - на 29 439 тисяч гривень).

Управління капіталом

Компанія управляє своїм капіталом для того, щоб забезпечувати своє функціонування на безперервній основі і водночас гарантувати прибуток акціонеру, а також підтримувати оптимальну структуру капіталу для зменшення його вартості. Для підтримки або коригування структури капіталу Компанія може коригувати суму дивідендів, що виплачуються єдиному акціонеру, повертати капітал акціонеру, продавати активи для зменшення суми боргу, залучати боргове фінансування.

Вплив ситуації з COVID-19

На початку 2020 року у світі став швидко поширюватися новий коронавірус (COVID-19), що призвело до того, що Всесвітня організація охорони здоров'я («ВООЗ») у березні 2020 року оголосила про початок пандемії. Заходи, які вживають багато країн для стримування поширення COVID-19, призводять до значних операційних складнощів для багатьох компаній і завдають істотного впливу на світові фінансові ринки. Оскільки ситуація швидко розвивається, COVID-19 може істотно вплинути на діяльність багатьох компаній у різних секторах економіки, включно, але не обмежуючись, порушенням операційної діяльності у результаті призупинення або закриття виробництва, порушенням ланцюгів постачань, карантинном персоналу, зниженням попиту та труднощами з отриманням фінансування. Окрім того, Компанія може зіштовхнутися з ще більшим впливом COVID-19 у результаті його негативного впливу на глобальну економіку та основні фінансові ринки. Істотність впливу COVID-19 на операційну діяльність Компанії великою мірою залежить від тривалості та поширення впливу вірусу на світову та українську економіку.

Компанія підтримала всі ініціативи уряду України задля мінімізації поширення коронавірусу (COVID-19) серед працівників та клієнтів і вжила заходів щодо захисту співробітників (відміна відряджень, організація дистанційної роботи для офісних працівників, організація перевезення співробітників в умовах карантину, контроль їх стану здоров'я, посилена дезінфекція виробничих та офісних приміщень).

Керівництво Компанії діє відповідно до змін у державних вимогах, співробітники працюють дистанційно, у той час як виробництво не зупиняється та працює за новими, суворішими правилами відповідно до настанов глобального офісу JDE. Також Керівництво розробило плани на випадок надзвичайних ситуацій.

Розділ 6. Екологічні аспекти

Головною метою компанії є забезпечення кожного споживача кавою, яка є безпечною та якісною. Компанія дотримується політики з якості, охорони навколишнього природного середовища, безпечності продукції та охорони праці.

Компанія гарантує дотримання корпоративних вимог, вимог українських та міжнародних стандартів, належних гігієнічних практик, державних санітарних правил та технічних вимог в процесі виробництва продукції, для чого на підприємстві діє інтегрована система управління згідно вимог FSSC 22000, ISO 9001:2015, OHSAS 18001:2007 та ISO 14001:2015.

Досягнення мети забезпечуються за рахунок:

- Створення команди кваліфікованих і проактивних спеціалістів;
- Постійної ідентифікації, оцінювання та контролю ризиків, що мають відношення до якості та безпечності продукції;
- Забезпечення інформування споживачів та реагування на їхні потреби;
- Дотримання всіма працівниками та підрядними організаціями, які працюють на території підприємства, вимог інтегрованої системи управління, стандартів, норм і правил (в рамках покладених на них обов'язків) у сфері якості, охорони навколишнього природного середовища безпечності продукції та охорони праці;
- Заохочення працівників підприємства до ініціативної, творчої співпраці, підвищення якості, безпечності продукції та культури виробництва;
- Здійснення контролю та усунення ризиків у сфері охорони праці;
- Мінімізації впливу внаслідок діяльності підприємства на навколишнє середовище;
- Постійного аналізу своєї діяльності у порівнянні з діяльністю конкурентів.

Керівництво компанії, що формує та затверджує Політику, бере на себе зобов'язання особистим прикладом формувати принципове ставлення всіх працівників підприємства до якості та безпечності продукції, охорони праці та навколишнього середовища, вживати необхідні заходи, спрямовані на впровадження політики з якості, охорони навколишнього природного середовища, безпечності продукції та охорони праці з використанням необхідних ресурсів.

Розділ 7. Соціальні аспекти та кадрова політика

Компанія є надійним роботодавцем та соціально-відповідальною компанією, що відображається в усіх сферах діяльності компанії від відбору постачальників до виробництва високоякісної продукції, а також підтриманням розвитку місцевих громад та суспільства в цілому.

Постачальники

Ретельний вибір постачальників є однією з головних умов виготовлення високоякісного продукту, тому жодна компанія не зможе постачати сировину, якщо не пройде аудиту і не отримає затвердження. Для цього треба відповідати всім вимогам компанії: навчання персоналу, контроль води, повітря, техобслуговування обладнання, інфраструктура підприємства-постачальника, програми по санітарії, контроль патогенів, вхідний контроль матеріалів, контроль ваги, невідповідної продукції, складські операції, тощо.

Кадрова політика

Кадрова політика компанії обумовлює розвиток і підвищення рентабельності виробництва, забезпечення зайнятості працівників, удосконалення організації і оплати праці, створення здорових і безпечних умов праці та надання соціальних гарантій працівникам.

Кадрова політика компанії націлена на забезпечення працівникам:

- соціальних та економічних гарантій та прав, передбачених чинним законодавством України про працю,
- забезпечення здорових і безпечних умов праці, належне обладнання робочих місць;
- встановлення розміру оплати праці не нижче мінімальної заробітної плати, встановленому на державному рівні;
- своєчасної виплати заробітної плати;
- дотримання трудової та виробничої дисципліни, неухильного дотримання законодавства України про працю та правил охорони праці;
- систематичного підвищення кваліфікації працівників.

Система заробітної плати працівників базується на положеннях законів України про працю, які регулюють трудові відносини, оплату праці, соціальні гарантії, а також базується на основі корпоративної системи оцінки професійної діяльності працівників Товариства та згідно результатів дослідження ринку заробітних плат в Україні. Компанія використовує структуру оцінювання посад, яка містить інформацію про управління системою оплати праці.

Для працівників Компанії встановлюється п'ятиденний робочий тиждень з двома вихідними – в суботу та неділю. Нормальна тривалість робочого часу не може перевищувати 40 годин на тиждень. Однак, в залежності від виробничої необхідності, компанія може змінювати графік роботи відповідно до норм законодавства України про працю та за погодженням з представниками трудового колективу.

Керівництво компанії може впроваджувати програму розвитку і навчання працівників, створює умови для професійного росту працівників.

Компанія може забезпечити працівників Компанії, з якими укладено безстрокову трудову угоду, добровільним медичним страхуванням зі страховою компанією за вибором Компанії.

Розділ 8. Ризики

Фінансові ризики

Функція управління ризиками у Компанії включає в себе управління фінансовими ризиками, а також операційними та юридичними ризиками. Фінансові ризики складаються з ринкового ризику (який включає валютний ризик), кредитного ризику, ризику концентрації та ризику ліквідності. Основними цілями управління фінансовими ризиками є мінімізація пов'язаних із ними втрат, що досягається за рахунок постійного моніторингу, визначення лімітів ризику й нагляду за тим, щоб ці ліміти не перевищувалися. Управління операційними та юридичними ризиками має на меті забезпечення належного функціонування внутрішніх процедур та політики, що спрямовані на мінімізацію цих ризиків.

Управління ризиками здійснює керівництво на основі загальних принципів управління фінансовими ризиками, а також процедур, що охоплюють окремі ризики, такі як валютний ризик, ризик ліквідності та кредитний ризик.

Кредитні ризики

Компанія наражається на кредитний ризик, який виникає тоді, коли одна сторона фінансового інструменту може спричинити фінансові збитки другій стороні внаслідок невиконання взятих на себе зобов'язань. Кредитний ризик виникає в результаті реалізації Компанією продукції на кредитних умовах та інших операцій з контрагентами, внаслідок яких виникають фінансові активи.

Компанія структурує рівні кредитного ризику шляхом встановлення лімітів суми ризику, що виникає у зв'язку з одним контрагентом або групою контрагентів. Ліміти рівня кредитного ризику затверджуються керівництвом. Такі ризики регулярно контролюються та переглядаються щоквартально. Керівництво Компанії аналізує непогашену дебіторську заборгованість за строками погашення та у подальшому контролює прострочені залишки.

В Компанії впроваджені процедури, що забезпечують реалізацію товарів і послуг клієнтам з відповідною кредитною історією. Моніторинг та аналіз кредитного ризику Компанії здійснюється окремо за кожним випадком. Окреме затвердження керівництва надається для всіх клієнтів, які хочуть отримати кредит понад встановлений ліміт.

Станом на 31 грудня 2020 року дебіторська заборгованість п'яти найбільших клієнтів становила 98% від загальної суми дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги (2019: 61,8%). Компанія має значну концентрацію кредитного ризику перед одним контрагентом. Концентрація кредитного ризику щодо контрагента становить 16% від валової суми монетарних активів станом на 31 грудня 2020 року (2019: 15%).

Валютний ризик

Валютний ризик визначається як ризик того, що на фінансові результати Компанії можуть вплинути зміни курсів обміну валют. Компанія здійснює певні операції в іноземних валютах. Компанія не використовує похідні фінансові інструменти для управління валютним ризиком, водночас, керівництво Компанії намагається зменшити вплив такого ризику шляхом збільшення долі експортних контрактів.

Компанії робить аналіз стосовно чутливості послаблення української гривні по відношенню до долара США та Євро на 10%. Рівень чутливості представляє собою оцінку керівництвом можливих змін у курсах обміну валют. Даний аналіз чутливості включає лише непогашені залишки монетарних активів, деномінованих в іноземній валюті, і розраховує ефект від їхнього переведення у валюту представлення на кінець періоду з урахуванням 10% зміни у курсах обміну валют.

Ризики ліквідності

Управління ризиками здійснює керівництво на основі загальних принципів управління фінансовими ризиками, а також процедур, що охоплюють окремі ризики, такі як валютний ризик, ризик ліквідності та кредитний ризик.

Ризик ліквідності являє собою ризик того, що Компанія не зможе погасити свої зобов'язання по мірі настання строків погашення. Положення ліквідності Компанії ретельно контролюється і управляється. Компанія використовує систему бюджетування і прогнозу грошових коштів для того, щоб забезпечити наявність достатніх коштів для виконання своїх платіжних зобов'язань.

Станом на 31.12.2020 року фінансові зобов'язання до запитання або зі строком погашення до 3 місяців склали 616 444 тис. грн., зі строком погашення від 3 до 6 місяців – 46 тис. грн., зі строком погашення від 6 місяців до 1 року – 2 056 тис. грн., зі строком погашення більше 1 року – 16 487 тис. грн. (станом на 31.12.2019 року фінансові зобов'язання до запитання або зі строком погашення до 3 місяців склали 613 048 тис. грн., зі строком погашення від 3 до 6 місяців – 60 021 тис. грн., зі строком погашення від 6 місяців до 1 року – 8 749 тис. грн., зі строком погашення більше 1 року – 7 707 тис. грн.).

Ризик знецінення запасів напівфабрикатів та готової продукції

Якобз Україна несе ризик знецінення запасів напівфабрикатів, оскільки Компанія зберігає як запаси напівфабрикатів до моменту використання у виробництві, так і готову продукцію, виготовлену з напівфабрикатів, до моменту її реалізації.

Окрім того, Якобз Україна несе ризик знецінення запасів, незатребуваності продукції та втрати напівфабрикатами споживчих якостей, оскільки не отримує жодної компенсації у разі морального, фізичного старіння або неможливості продажу готової продукції, виготовленої з придбаних напівфабрикатів. У таких випадках Якобз Україна додатково також несе всі витрати, пов'язані зі знищенням такої продукції.

Ризики, пов'язані із втратою майна чи майнових прав

Якобз Україна несе ризик втрати майна при перевезенні продукції до власних складів у повному обсязі з моменту переходу права власності, оскільки поставка продукції відбувається на умовах FCA та EXW. Однак на практиці цей ризик є обмеженим, оскільки Якобз Україна залучає перевізників для транспортування напівфабрикатів, які здійснюють страхування вантажу

Ринковий ризик

Компанія приймає ринковий ризик у повному обсязі, оскільки здійснює придбання напівфабрикатів для виробництва готової продукції, більшу частину якої реалізує на користь непов'язаних осіб. При цьому ні материнська компанія, ні інші компанії Групи, не відшкодовують Компанії збитки при неможливості реалізації готової продукції внаслідок зменшення попиту на готову продукцію, демпінгу з боку конкурентів чи впливу інших ринкових факторів. Також, компанія несе ризик збільшення вартості напівфабрикатів, оскільки виробництво напівфабрикатів здійснюється на замовлення та збільшення їх вартості може негативно вплинути на рентабельність компанії

Розділ 9. Дослідження та інновації

Питаннями досліджень та інновацій для Компанії займається глобальна команда материнської компанії.

Глобальна команда відповідальна за Проектування та науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), здійснює розробку та тестування нових видів продукції, забезпечує розвиток Торгових марок, розробку лінійки продуктів, рецептів, процесів, правил маркування, контролю якості, аналітичних процедур та інші питання, пов'язані з дослідженням та розробкою продукції, що виробляється компанією. Для виконання даної функції материнська компанія залучає третіх осіб.

Компанія самостійно не здійснює проведення НДДКР.

Розділ 10. Фінансові інвестиції

Компанія не має інвестицій в дочірні та асоційовані компанії або інші підприємства.

Розділ 11. Перспективи розвитку

Материнська компанія визначає стратегічний напрямок діяльності компаній Групи, відповідає за управління ланцюгами постачання й контролює проходження продукції від виробничих підприємств до торгових компаній в Європі, а Компанія здійснюють розробку загального напрямку розвитку компанії на території України, який відповідає стратегічному напрямку розвитку Групи, визначеного глобальною командою, розробляють торгові стратегії, пов'язані з поставкою товарів своїм клієнтам, розширенням власної клієнтської бази, політикою взаємодії з постачальниками тощо.

Таким чином, функція стратегічного менеджменту здійснюється глобальною командою в повному обсязі, а компанією – у обмеженому.

Материнська компанія відповідно несе відповідальність за стратегічне та довгострокове планування в межах Групи та розробляє п'ятирічний план, що чітко визначає ключові стратегічні ініціативи та план розвитку, а також інвестиційну матрицю з пріоритетними категоріями продукції та країнами, прогнозовані показники прибутків/збитків тощо. При цьому складання зазначеного п'ятирічного плану здійснюється з урахуванням внеску локальних компаній Групи, їх виробничих можливостей, попиту на готову продукцію, що прогнозується на відповідних ринках.

Компанія бере опосередковану участь у стратегічному плануванні, отже, виконують дану функцію у обмеженому обсязі.

Але Компанія впливає на процес планування виробництва напівфабрикатів шляхом планування власного виробництва готової продукції, а також шляхом узгодження замовлень з глобальною компанією на основі отриманих замовлень від покупців готової продукції. Відповідно, функція планування виробництва для компанії є повною.

У свою чергу глобальна команда здійснює планування процесу виробництва на основі отриманих замовлень від Компанії та заявок на поставку визначеного обсягу напівфабрикатів..

Метою Якобз Україна у 2020 році було збільшення долі ринку у стратегічних для бізнесу категоріях ринку кави, а саме: розчинна кава, мелена кава, зернова кава, кава у капсулах, кава, готова для споживання.

У 2020 році Якобз Україна притримувалася бізнес-стратегії, яка складалась з наступних ключових елементів:

- Побудова конкурентного іміджу брендів Jacobs, L'OR та Carte Noire за рахунок інвестицій у рекламу в медіа, в торгівлю, участі в спонсорських проектах і т.д.
- Виведення конкурентних інноваційних продуктів на ринок та новинок, цікавих для споживачів.
- Розвиток продуктового портфелю, який відповідає попиту з боку споживачів та основних торговельних каналів (формат, смак, тип упакування).
- Сприяння розвитку культури споживання кави.

Пріоритети напрямків розвитку Якобз Україна на 2021 рік - це забезпечити зростання в усіх категоріях продуктів шляхом преміумізації в категорії розчинної кави та кавових сумішей, розширення портфелю продуктів в категорії меленої кави та зерна, зростання дистрибуції продукції та зростання бізнесу в каналі e-commerce та на відкритих ринках, розвиток категорії капсул (L'or).

По напрямках:

- Мелена кава та зерно : збільшити зростання в категорії меленої кави та зерна завдяки розширенню портфелю продуктів (Gevalia and Friele) та зростанню дистрибуції.
- Розчинна кава: Забезпечити прибутковість бізнесу в категорії розчинної кави завдяки шляхом преміумізації продуктів).
- Кавові суміші: стимулювати споживання категорії сумішів за рахунок росту лінійки продуктів, фокус на сумішах FD та зростання в категорії Specialties (гарячі та холодні напої).
- Профешнл: преміювання напрямку через оновлення портфелю продукції, наявної пропозиції кавового обладнання, посилення діджиталізації, зростання обізнаності та споживчого досвіду у покупців.

Керівництво Компанії проаналізувало вплив COVID-19 на операційну діяльність Компанії за період 2020 року. COVID-19 найбільше вплинув на канал збуту профешнл, зокрема в другому кварталі 2020 року, коли карантинні заходи обмежували роботу кавових машин, постраждав також канал відкритих ринків, зокрема в другому кварталі 2020 року, коли карантинні заходи в країні вимагали закриття ринків. Споживач кави переорієнтувався на придбання в каналі сучасної торгівлі, в продуктових магазинах, які продовжували працювати під час карантину. Відділ забезпечення поставок та відділ закупівель Компанії здійснює моніторинг, тісно контактує з ключовими постачальниками та має резервні ринки закупівель у разі відмови одного з існуючих постачальників.

Однак вплив цієї ситуації на Компанію в майбутньому неможливо спрогнозувати. Компанія продовжить уважно стежити за потенційним впливом цих подій та буде вживати всіх можливих заходів для зниження можливих наслідків.

Генеральний директор



Барчук П.О.

