

ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна»

Звіт про управління
за 2021 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.

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»)).

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 2021 року Компанія Jacobs Douwe Egberts Peet's котирується на біржі в Амстердамі (Euronext.Liffe) із загальним випущеним і того, що перебуває в обігу акціонерним капіталом в кількості 501'951'089 простих акцій. Acorn Holdings BV та Mondelez Coffee HoldCo B.V. (MIND) залишаються двома найбільшими прямими акціонерами компанії Jacobs Douwe Egberts Peet's, володіючи відповідно 55,10% та 22,77% пакетів акцій від загального випущеного і того, що перебуває в обігу акціонерного капіталу компанії. 22,13% загально випущених акцій знаходяться у вільному обігу.

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 2021 року, кількість працівників Компанії становила 403 працівника (на 31 грудня 2020 року – 406 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 (міська і сільська частини) в Україні в 2021 році продемонстрував зростання на +4,8% у натуральному та +5,9% у грошовому вираженні. Рівень споживання кави українцями характеризується в більшій мірі споживанням розчинної кави (57% всіх чашок у 2021 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 2021 рр. в структурі продажів сегмент натуральної кави (кава в зернах, смажена та мелена кави) займав близько 49% частки в натуральному і 37% в грошовому вираженні (4,3 млрд грн). У 2021 році обсяги продажів натуральної кави склали 16 250 тон.

На частку розчинної кави у 2021 році припадало близько 22% в натуральному і 45% в грошовому вираженні (5,3 млрд грн), обсяги продажів розчинної кави склали 7 181 тон. Кавові мікси займали 29% частки в натуральному і 18% в грошовому вираженні (2,3 млрд грн), обсяги продажів кавових міксів склали 10 249 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 (47,8%), кавові мікси (40,6%), займає другу позицію у сегменті смаженої та меленої кави (14,5%), а також займає п'яту позицію в сегменті кави в зернах (7,8%), поступаючись PL (19,2%), Strauss (16,7%), Dallmayr (8,7%) та Lavazza (7,8%).

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» (30,6%) та «Nescafe» (18,5%).

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 імпортних 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.

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. Крім того, підвищення світових цін на арабіку/робусту буде стримувати темпи зростання кавового ринку в Україні, демонструючи менш інтенсивну динаміку, ніж попередні роки.

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 31.12.2021 р.

Таблиця 1. ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», м. Тростянець	
Відділ	Кількість співробітників
Відділ мережі постачання	242
Відділ фінансів	1
Відділ управління персоналом	3
Відділ закупівель	2
Всього, осіб	248

Таблиця 2. Кількість працівників у розрізі підрозділів (м. Київ) станом на 31.12.2021 р.

Таблиця 2. Київська філія ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», м. Київ	
Відділ	Кількість співробітників
Адміністрація	2
Відділ стратегічних досліджень ринку та смаків споживачів	2
Відділ фінансів	29
Відділ управління персоналом	18
Відділ інформаційних систем	6
Юридичний відділ	3
Відділ маркетингу	18
Відділ закупівель	8
Відділ споживання поза межами дому	12
Відділ досліджень та розвитку	2
Відділ збуту	29
Відділ мережі постачання	26
Всього, осіб	155

Розділ 4. Результати діяльності

Загальні фінансові показники Компанії за останні 2 роки наведено нижче:

	2021 рік	2020 рік
Чистий дохід від реалізації	3 795 530	3 315 353
Всього інших операційних доходів	168 748	145 240
Собівартість реалізованої продукції	-2 473 921	-1 935 782
Адміністративні витрати	-269 555	-323 597
Витрати на збут	-263 165	-246 318
Інші операційні витрати	-145 137	-197 301
Фінансовий результат від операційної діяльності	812 500	757 595

Зростання показників чистого доходу (14,5%) обумовлене збільшенням кількісних обсягів реалізованої продукції як на території в Україні, так і за кордон.

Відбулося відповідне зростання собівартості реалізованої продукції (27,8%) за рахунок збільшення закупівельної вартості сировини та матеріалів, також витрат на їх транспортування та доставку.

Компанія застосовує практику якісного та реального планування бюджетів видатків 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 в країні протягом звітного року.

Процеси планування та відповідного контролю фактичних показників призвели до зменшення загальної величини адміністративних витрат (-16,7%) відносно минулого 2020 року, що обумовлено як зростанням деяких видів витрат (наприклад, витрат на оплату праці, витрат на відрядження, витрат на транспортні та складські послуги, профільні консультації, витрат на утримання орендованих основних засобів, т.д.), так і відповідним зменшенням інших видів витрат (наприклад, витрат на інформаційні системи та технології, витрат на амортизацію основних засобів та нематеріальних активів, витрат на нарахування резерву сумнівних боргів).

Також спостерігається відносно збільшення величини витрат на збут (6,8%) обумовлене відповідним зростанням таких видів витрат як роялті, витрат на рекламні та маркетингові послуги.

Зменшення інших операційних витрат (-26,4%) відбулося переважно за рахунок того, що по результатах 2020 року до їх складу було включено чистий збиток від курсових різниць (65 675 тисяч гривень), а в 2021 році – було отримано чистий прибуток від курсових різниць, які відповідно віднесено до складу інших операційних доходів.

Розділ 5. Ліквідність та зобов'язання

Власні кошти

Основним джерелом забезпечення ліквідності Компанії є грошові кошти, отримані від основної діяльності. Станом на 31 грудня 2021 та 2020 років, гроші та їх еквіваленти Компанії були розміщені в фінансових інституціях, що мали довгостроковий рейтинг за національною шкалою B- та вище.

Позики, кредитні кошти

Протягом 2021 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 2021 року Компанія мала такі контрактні зобов'язання на суму 64 102 тисячі гривень (станом на 31 грудня 2020 року - на 43 315 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

Найбільше в 2021 році COVID-19 вплинув на організацію роботи офісів.

COVID-19 і усі обмеження пов'язані з ним дуже сильно вплинув на роботу організації в багатьох аспектах – необхідність працювати дистанційно і перебудовувати усі процеси на віддалений режим та по-іншому спілкуватися. Такий режим роботи другий рік поспіль сильно впливає на моральний стан людей, захворювання також впливає на фізичний стан організації. Також COVID-19 вплинув на те, що компанії необхідно було підлаштовуватися під змішаний вид роботи і адаптувати роль офісу до нової реальності, а також максимально підтримати людей, які працюють вдома.

В зв'язку з цими тенденціями керівництво в компанії впровадило цілу низку ініціатив:

Аналітика і інформування про рівень захворюваності на COVID-19, постійний обмін інформацією про режим роботи і заходи по безпечному середовищу роботи (засоби дезінфекції, маски, прибирання, тощо). Також компанія організувала вакцинацію в приміщенні офісного центру та заводу для усіх бажаних вакцинуватися. Закуплені антиген самотести для того, щоб навіть вакциновані співробітники перед командними зустрічами та навчаннями могли засвідчитися, що вони будуть працювати в безпечному середовищі.

Підтримка співробітників технологіями і засобами зв'язку. Усі співробітники мають ноутбуки і усі необхідні для роботи гаджети і засоби. Компанія впровадила нові комунікаційні інструменти, такі як Teams, інформаційна програма в Workplace, оновила відеокімнати для якісного відеозв'язку та ефекту присутності, а також провела низку навчань на довідкових матеріалів для навчання і підтримки роботи.

Усі процеси, які необхідні для підтримки організації були переведені онлайн – запуск проекту електронних документів, співбесіди, адаптація персоналу, інформаційні зустрічі зі співробітниками, навчання, та ін.

Для підтримки фізичного та психологічного здоров'я, була запроваджена низка програм. Розширене медичне страхування, що покриває тепер захворювання на COVID-19, а також на профілактичне лікування. Запущена програма психологічної підтримки, фінансової та юридичної консультацій для співробітників 24/7, розроблені та проведені низка навчань щодо ментального та

психологічного здоров'я. Також було проведено низку спортивних заходів для підтримки фізичного здоров'я колективу.

Робочий простір офісу був перебудований під нові потреби взаємодії та командних зустрічей, забезпечено більшу кількість кімнат для індивідуальної роботи, а також гнучкі робочі місця, які люди можуть бронювати з допомогою прогами, що забезпечує безпечну розсадку людей та відслідковування контактів з тими, хто захворів на COVID-19.

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 охорони праці та навколишнього середовища, якості та безпечності продукції, розвивати та підтримувати культуру безпечності харчових продуктів та вживати необхідні заходи, спрямовані на впровадження відповідної Політики 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 2021 року дебіторська заборгованість п'яти найбільших клієнтів становила 91% від загальної суми дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги (станом на 31 грудня 2020 року: 98%). Компанія має значну концентрацію кредитного ризику перед одним контрагентом. Концентрація кредитного ризику щодо контрагента становить 11% від валової суми монетарних активів станом на 31 грудня 2021 року (станом на 31 грудня 2020 року: 16%).

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 31.12.2021 року фінансові зобов'язання до запитання або зі строком погашення до 3 місяців склали 980 612 тис. грн., зі строком погашення від 3 до 6 місяців – 156 223 тис. грн., зі строком погашення від 6 місяців до 1 року – 161 810 тис. грн., зі строком погашення більше 1 року – 3 196 тис. грн. (станом на 31.12.2020 року фінансові зобов'язання до запитання або зі строком погашення до 3 місяців склали 612 630 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 – 0 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.

У 2021 році Якобз Україна притримувалася бізнес-стратегії, яка складалась з наступних ключових елементів:

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 преміюмізації 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.

Пріоритети напрямків розвитку Якобз Україна на 2022 рік:

- Зростання продажів за рахунок:
 - преміюмізації в категорії розчинної кави з фокусом на кавові суміші
 - розвитку каналів зростання бізнесу: e-com (продажі online), профешнл , відкриті ринки
 - розвитку зростаючої категорії меленої кави та зерна
- Впровадження прайсингу, запланованого в бюджеті:
 - позитивний PНОС проти АОР
 - стратегія щодо промо/прайсинг/портфель продукту
 - підвищувати ефективність організації (знайти можливості компенсувати інфляцію торгових умов та витрат на рекламу)
- Зростання разом:
 - безпека та здоров'я
 - зростання талантів за допомогою розширення ролей
 - проактивне C&B (compensation& benefits)
 - інвестиції в команду продаж (RGM, E-com, Prof)
 - комунікаційний план на 2022 рік

В 2021 карантинні обмеження були меншими, ніж в попередньому, 2020 році, споживачі і бізнес адаптувались до нових реалій.

В першому кварталі 2021 року обмеження найбільше вплинули на канал профешнл, який зактив період з падінням продажів -18% до плану і -13% до аналогічного періоду 2020 р., але завдяки зміні стратегії (розширення покриття за рахунок каналу сучасної торгівлі і спільна робота з командою продажів каналу сучасної торгівлі) 2021 рік профешнл зактив зі зростанням +3% до плану і +22% до результату 2020 року.

Генеральний директор



Варчук П.О.