

ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна»

Звіт про управління за 2024 рік

ЗМІСТ

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

Розділ 1. Загальна інформація про компанію

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

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

Станом на 31 грудня 2024 року, кількість працівників Компанії становила 331 працівника (на 31 грудня 2023 року – 333 працівника).

Розділ 2. Опис господарської діяльності

Глобальне виробництво кави зосереджене в регіонах, які чутливі до наслідків змін клімату – Латинська Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон і Африка, де посухи, надмірна кількість опадів і навіть морози сильно впливають на врожай. Крім того, підвищення глобальної температури сприяє поширенню шкідників і хвороб, що також впливає на загальне виробництво кави. У кавовому сезоні 2022/2023 ці виклики посилилися, підкреслюючи необхідність сталого розвитку та стійких методів у вирощуванні кави. Наслідки відчутні і сьогодні і відображенні у цінах на сировину.

Глобальна торгівля кавою все більше зосереджується на справедливій компенсації для спільнот, які вирощують каву. З серпня 2023 року мінімальну ціну Fairtrade на каву було підвищено на 29% до мінімуму в 1,80 долара США за фунт. Зростання відображає зростаючий попит на соціальну відповідальність і стійкі практики в кавовій промисловості, заохочуючи компанії пропонувати справедливую оплату праці та захищати біорізноманіття у своїх ланцюгах постачання.

Споживання кави розвивається, про що свідчить широкий асортимент як гарячих, так і холодних кавових напоїв у кав'ярнях, зростання категорії готової до вживання (RTD) кави та зростання споживання кави вдома, що спричинене збільшеною пенетрацією кавових машин. Крім того, розширення асортименту спешелті кави, відомої своїми унікальними смаками, які приваблюють вибагливих споживачів, сприяє створенню ще більшого асортименту продуктів для споживачів та збільшення рівня споживання кави.

Починаючи з 2016 року, в Україні спостерігається позитивна динаміка споживання кави у роздрібному сегменті. До пандемії темпи середньорічного зростання з 2016 року складали 5,5% у натуральному вираженні та +7,7 у вартісному вираженні. До повномасштабного вторгнення, за даними рітейл-аудиту NielsenIQ, 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.

Після початку повномасштабної війни в Україні, ринок кави у 2022 році скоротився пропорційно кількості населенню, які тимчасово покинули територію України або тимчасово знаходяться на непідконтрольній території. Згідно оцінки JDE базуючись на даних продажів сучасної торгівлі NielsenIQ, розмір категорії зменшився в обсягах на -19,1% та зріс у грошовому вираженні за рахунок зростання цін на +2,0%. На зростання цін вплинула як інфляція так і ефект з минулого року щодо підвищення світових цін на арабіку/робусту які відобразились у 2022.

У 2023 році обсяг категорії відновився на +1,0% у обсягах, проте у чашках відбулося скорочення на -3,3%, що було зумовлено в першу чергу скороченням споживчої бази і зміна структури категорії. З точки зору споживання на душу населення змін майже не відбулось, а у грошовому вимірі категорія збільшилася на +16,5% за рахунок ціни.

Наступний рік відзначився ще більшим глобальним зростанням цін на каву і передумов для подальшого зниження не передбачається. Поточна ситуація лише прискорила наявні тренди розвитку категорії в Україні, зокрема скорочення категорії розчинної кави, де робуста, яка зазнала найбільшого зростання у ціні, є основою бізнесу. В структурі продажів сегмент розчинної кави продовжує займати найбільшу частку в грошовому еквіваленті – близько 37% (6,1 млрд грн), проте динаміка в обсягах скорочується як продовження довготривалого тренду через зменшення рівня пенетрації. Сегмент смаженої меленої кави демонструє стагнацію і скорочення в обсягах співставне з скороченням бази населення, коли зернова кава демонструє найбільше зростання у обсягах (+13,5%). Разом мелена та

зернова кава формують ринок у 6,9 млрд грн. Категорія міксів яка зазнала найменшого зростання у ціні в 2024 році зросла до рівня 3,4 млрд грн, в тому числі за рахунок розвитку асортименту бренду «Jacobs».

Ключовими виробниками кави в Україні є Food Empire, Jacobs Douwe Egberts, Luigi Lavazza Spa, Nestle, Strauss Coffee, Кава зі Львова (розташовані в алфавітному порядку). Деталі щодо частки виробників у різних сегментах представлено нижче (дані сформовані лише на основі доступних продажів в каналі сучасної торгівлі).

Jacobs Douwe Egberts є лідером на ринку кави (33,8% у грошовому вимірі), зокрема у сегменті розчинної кави (49,6%). У 2024 році здобув лідерство у сегменті смаженої меленої і зернової кави (16,4%) та у сегменті кавових міксів (47,3%).

На ринку кави в Україні переважають наступні торговельні марки (бренди) кави: «Jacobs», «Nescafe», «MacCoffee», «Ambassador», «Чорна Карта», «Lavazza» та «Кава зі Львова».

Очікування від українського ринку кави напряду залежать від успіхів Збройних Сил України у вигляді звільнених територій та кількості людей що повернуться в Україну. Рівень споживання на людину критично не зміниться, кава залишається базовим необхідним продуктом для українського споживача. В умовах значного зростання цін на каву можлива міграція між сегментами або каналами споживання. Безмитне ввезення зеленого зерна залишається перевагою і спонуканням до обсмаження кави всередині країни. Релевантність кавового бізнесу виправдовує себе, так як вартість смаженого зерна в 2 рази перевищує ціну зеленого.

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 31.12.2024 р.

Таблиця 1. ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», м. Тростянець	
Відділ	Кількість співробітників
Відділ мережі постачання	192
Відділ фінансів	1
Відділ управління персоналом	3
Відділ закупівель	1
Всього, осіб	197

Таблиця 2. Кількість працівників у розрізі підрозділів (м. Київ) станом на 31.12.2024 р.

Таблиця 2. Київська філія ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», м. Київ	
Відділ	Кількість співробітників
Адміністрація	1
Відділ фінансів	21
Відділ управління персоналом	20
Відділ інформаційних систем	5
Юридичний відділ	2

Відділ маркетингу	16
Відділ закупівель	10
Відділ споживання поза межами дому	7
Відділ досліджень та розвитку	2
Відділ збуту	28
Відділ мережі постачання	22
Всього, осіб	134

Розділ 4. Результати діяльності

Загальні фінансові показники Компанії за останні 2 роки наведено нижче:

	2024 рік	2023 рік
Чистий дохід від реалізації	4 694 542	4 037 498
Всього інших операційних доходів	103 452	105 549
Собівартість реалізованої продукції	-3 600 070	-3 110 474
Адміністративні витрати	-234 907	-241 075
Витрати на збут	-484 563	-410 801
Інші операційні витрати	-211 517	-210 443
Фінансовий результат від операційної діяльності	266 937	170 254

У 2024 році повномасштабна війна, яка розпочалась в лютому 2022 року зі збройного вторгнення Російської Федерації, продовжувалась на всій території України. Ці події призвели до значного руйнування інфраструктури, переміщення великої кількості людей та порушення економічної діяльності в Україні. Зокрема, починаючи з квітня 2024 року поновились ракетні атаки на енергетичну систему України, що призвело до масових відключень електроенергії для населення та підприємств.

Компанія протягом 2024 року продовжувала підтримувати свої процеси відповідно до викликів сьогодення та продовжувала своєчасно і оперативно реагувати, впроваджувати необхідні зміни та коригувати свої процеси, чітко контролюючи фактичні витрати скоригованим плановим показником.

В 2024 році відбулося збільшення чистого доходу від реалізації товарів та послуг в порівнянні з 2023 р. на 657 044 тисяч гривень або на 16,3%.

Зростання собівартості в 2024 року у порівнянні до 2023 р. на 489 596 тисяч гривень або на 15,7% відбулося за рахунок продовження збільшення вартості імпортованих товарів та сировини, а саме:

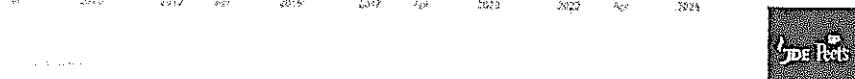
- Збільшення цін на каву: вартість кавового зерна рабусти і арабіки, зросла на міжнародних біржах на 60% та 75% відповідно) через підвищений попит і обмежену пропозицію (проблеми з врожаєм у В'єтнамі та Бразилії)

Evolution du prix moyen d'une maison en France

Année	Prix moyen (M.Fr.)
1970	100
1971	102
1972	104
1973	106
1974	108
1975	110
1976	112
1977	114
1978	116
1979	118
1980	120
1981	122
1982	124
1983	126
1984	128
1985	130
1986	132
1987	134
1988	136
1989	138
1990	140
1991	142
1992	144
1993	146
1994	148
1995	150
1996	152
1997	154
1998	156
1999	158
2000	160

[illegible]

Year	Number of People in Labor Force
2010	1,000
2011	1,200
2012	1,400
2013	1,600
2014	1,800
2015	2,000
2016	2,200
2017	2,400
2018	2,600
2019	2,800
2020	3,000
2021	3,200
2022	3,400
2023	3,600



- Адміністративні витрати у 2024 році в порівнянні з минулим роком зменшилися на 6 168 тисяч гривень або на -2,6%.

- роялті за торгову марку (за рахунок збільшення обсягів продаж на локальному ринку);
- витрати на рекламу (реклама на телебаченні, інтернет-ресурсах, зовнішньої реклами; акції та просування товарів, тощо), основними причинами зростання яких є:
 - Інтенсивна конкуренція на ринку: У 2024 році спостерігається значне посилення конкуренції у галузі. Для утримання позицій на ринку та забезпечення стабільних обсягів продажів Компанія змушена інвестувати у збут, та зміцнення партнерських відносин із дистриб'юторами і мережами для забезпечення стабільних обсягів продажів, зокрема:
 - активізацію маркетингових та рекламних заходів,

- створення додаткових стимулів для клієнтів (акції, знижки, бонусні програми)
- Зростання витрат на логістику та транспортування. Висока інфляція, збільшення вартості пального та тарифів на перевезення в 2024 році суттєво підвищили витрати, пов'язані з доставкою продукції до кінцевих споживачів.
- Зміна ринкових умов та потреб споживачів. У складних економічних умовах 2024 року споживачі стали більш чутливими до цінових та сервісних переваг, що вимагає від підприємства значних зусиль для збереження клієнтської бази та залучення нових покупців.
- Підтримка бренду та маркетингові витрати. Для забезпечення впізнаваності бренду та лояльності споживачів у торговельних мережах і через дистриб'юторів підприємство збільшило витрати на маркетинг, рекламу та акційні програми.
- Розвитком цифрових каналів збуту - активне просування продукції через інтернет, зокрема шляхом розміщення реклами в соціальних мережах, на сторонніх платформах, оновленням сайту компанії та розвитком онлайн-продажів.

Крім того, в 2024 році в порівнянні з 2023 роком відбулося незначне зменшення інших операційних доходів на -2 097 тис.грн., або на -2,0% та незначне збільшення інших операційних витрат на 1 074 тис. грн або на 0,5%.

Загалом, фінансовий результат до оподаткування за 2024 рік збільшився в порівнянні з 2023 роком на 100 986 тис.грн. або 56,6% що є свідченням стабільного розвитку Компанії та ефективності прийнятих управлінських рішень. Зазначене зростання досягнуто попри збільшення витрат за окремими статтями Звіту про фінансові результати (форма №2), зумовлене впливом об'єктивних економічних чинників, таких як підвищення вартості сировини, енергоносіїв, логістичних послуг, впливу коливання курсів валют. Це підтверджує, що отриманий фінансовий результат є обґрунтованим та відображає реальну ефективність діяльності компанії.

Компанія має достатні ресурси для реалізації своїх активів, виконання своїх зобов'язань та продовження операційної діяльності на безперервній основі у найближчому майбутньому.

Розділ 5. Ліквідність та зобов'язання

Власні кошти

Основним джерелом забезпечення ліквідності Компанії є грошові кошти, отримані від основної діяльності. Станом на 31 грудня 2024 та 2023 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 2024 та 2023 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 2024 року Компанія мала такі контрактні зобов'язання на суму 36 077 тисяч гривень (станом на 31 грудня 2023 року - на 12 431 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.

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, встановленої 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 2024 року дебіторська заборгованість п'яти найбільших клієнтів становила 80,8% від загальної суми дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги (2023: 70%). Компанія має значну концентрацію кредитного ризику перед одним контрагентом. Концентрація кредитного ризику щодо контрагента становить 20% від валової суми монетарних активів станом на 31 грудня 2024 року (2023: 18%).

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. Позиція 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 31.12.2024 року фінансові зобов'язання до запитання або зі строком погашення до 3 місяців склали 1 717 993 тис. грн., зі строком погашення від 3 до 6 місяців – 86 535 тис. грн., зі строком погашення від 6 місяців до 1 року – 120 079 тис. грн. (станом на 31.12.2023 року фінансові зобов'язання до запитання або зі строком погашення до 3 місяців склали 1 447 518 тис. грн., зі строком погашення від 3 до 6 місяців – 136 192 тис. грн., зі строком погашення від 6 місяців до 1 року – 157 991 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, виконує 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 2024 році Компанія мала чітку бізнес-стратегію щодо пріоритетів розвитку, які враховували реалії, викликаними повномасштабним військовим вторгненням РФ на територію України, стабілізації та подальшого зростання бізнесу, адаптації процесів Компанії до умов «нової реальності».

Станом на кінець 2024 року Компанія виробляла продукцію на своїх власних потужностях у Тростянці, продовжувала спільне виробництво на виробничих потужностях третьої сторони у Центральній Україні (Дніпропетровська область) та імпортувала частину готової продукції, виробленої компаніями групи. Суттєва частка зобов'язань Компанії належить до виплати їй пов'язаним сторонам, які є дочірніми підприємствами Групи. Станом на 31 грудня 2024 року інші поточні зобов'язання перед пов'язаними сторонами становили 1 323 189 тис.грн. із загальної суми поточних зобов'язань у розмірі 2 045 736 тис.грн. (2023 рік: 1 124 014 тис.грн. і 1 845 936 тис.грн. відповідно). В якості додаткових заходів, казначейство Групи запровадило правила з управління грошовими коштами, пов'язані з Україною, для управління ліквідністю Компанії і, у випадку виникнення проблем з ліквідністю, Компанія вважає, що зможе реструктурувати свої зобов'язання перед пов'язаними сторонами. Компанія отримала лист підтримки від уповноважених офіційних представників Групи з підтвердженням, що, у випадку проблем з ліквідністю Компанії, їхнє погашення не буде вимагатись протягом 12 місяців від дати листа, а також Компанія зможе отримати необхідну фінансову підтримку у разі необхідності.

Пріоритетними напрямками розвитку Компанії на 2025 рік визначені наступні напрямки:

- Розвиток і підтримка росту різних каналів збуту
- Цінова політика
- Чіткі пріоритети та гнучкість процесів
- Зростання талантів за допомогою розширення ролей, стимулювання відповідальності/свободи працівників
- Постійна комунікація і взаємодія працівників і Компанії

Згідно з бюджетом Компанії на 2025 рік, керівництво очікує отримання прибутку та позитивного грошового потоку від операційної діяльності. Компанія не потребує додаткового фінансування та потоки грошових коштів від операційної діяльності є достатніми для задоволення поточних зобов'язань під час звичайної господарської діяльності перед третіми сторонами та пов'язаними сторонами.

Генеральний директор



Варчук П.О.