

Звіт про управління ТзОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА»



Яворів, 25 червня 2020 року

ЗМІСТ

ЛИСТ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА	4
ФІНАНСОВІ ДАНІ	5
КОРОТКО ПРО ГРУПУ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»	7
1. ПІДСУМКИ 2019 РОКУ	10
1.1 МАКРОЕКОНОМІЧНА СИТУАЦІЯ	10
1.1.1 Економічна ситуація	10
1.1.2 Сировина та валюта	10
1.2 РИНОК ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ	11
1.3 РЕЗУЛЬТАТИ ПРОДАЖУ	12
1.4 СЕЗОННІСТЬ ПРОДАЖУ	13
1.5 ІСТОТНІ ПОДІЇ	13
1.6 ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ	14
1.6.1 Основні чинники, що впливають на фінансові результати	14
1.6.2 Активи Компанії	16
1.6.3 Рух грошових коштів	17
1.6.4 Фінансові показники	18
1.7 ІНВЕСТИЦІЇ	19
1.8 ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ	20
2. ПЕРСПЕКТИВИ І ПЛАНИ РОЗВИТКУ	21
2.1 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ	21
2.2 ЦІЛІ СТРАТЕГІЧНІ	22
2.3 ПЛАНИ РОЗВИТКУ	22
3. НЕФІНАНСОВА ІНФОРМАЦІЯ	25
3.1 ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КОМПАНІЮ	25
3.2 ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ	26
3.3 ТОРГОВІ МАРКИ	27
3.4 ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ТА КОМПАНІЇ	28
3.5 СТРАТЕГІЯ, МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ	29
3.6 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЦІННОСТІ	30
3.7 НАГОРОДИ	31
3.8 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ	32
3.8.1 Люди	33
3.8.2 Якість	36
3.8.3 Навколишнє середовище	37
3.9 НАША ПРОДУКЦІЯ	40
3.10 СЕРТИФІКАЦІЯ	40

ТзОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – Звіт про управління за 2019 рік

Дані в тис. гривень

3.11	МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЯ	41
3.12	СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ	42
4.	УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ	43
5.	КОРПОРАТИВНА ІНФОРМАЦІЯ	49
5.1	СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДГОТОВКИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	49
5.2	СТАТУТ	49
5.3	ЗБОРИ УЧАСНИКІВ	49
5.4	РЕВІЗІЙНА КОМІСІЯ	50
5.5	ДИРЕКЦІЯ	51
5.6	ВИБІР АУДИТОРСЬКОЇ КОМПАНІЇ	52
	ПЕРЕЛІК ТАБЛИЦЬ	54
	ПЕРЕЛІК ДІАГРАМ	55
	ПЕРЕЛІК МАЛЮНКІВ	56
	СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	57
	ЗАЯВА ДИРЕКЦІЇ ЩОДО ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПІДГОТОВКУ ТА ЗАТВЕРДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА РІК, ЩО ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2019	58

ЛИСТ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

Шановне панство!

Для компанії «Снежка-Україна» 2019 рік був ювілейний, адже підприємство відзначило 20-ліття від дня заснування. За цей період воно пройшло шлях становлення, побудови й успішного розвитку.

2019 рік був для нас доволі інтенсивний. Торік ми розпочали процес змін і запровадили новий підхід до дистрибуції. Цей шлях і надалі активно продовжуватимемо та розвиватимемо. Такі кроки обумовлює те, що ми прагнемо збільшити доступність нашої продукції в найширшому асортименті в більшій кількості роздрібних торгових точок для швидкого реагування на потреби споживачів. У нашій співпраці з бізнес-партнерами велику увагу приділяємо взаємній вигоді та досягненню ефективних результатів, створюючи комфортні умови для професійного обслуговування споживачів.

Зазначу, що, дбаючи про високий авторитет компанії й цінуючи довіру клієнтів і покупців, ми постійно осучаснюємо й модернізуємо виробничі процеси. Тож торік підприємство розпочало реконструктивні роботи й розбудову нових приміщень цеху з виробництва водоемульсійних фарб. Таким чином, працюючи у сфері лакофарбових матеріалів і здобувши 20-річний досвід у цій галузі, ми ставимо перед собою завдання – надалі вдосконалювати виробничі процеси відповідно до викликів і вимог часу й утримувати високі позиції на ринку.

Компанія «Снежка-Україна» успішно працює на українському ринку ЛФМ за підтримки і динамічного розвитку Групи компаній «Śnieżka». У лютому 2019 року материнська компанія «АТ «ФІЛ «Śnieżka» підписала угоду про придбання 80% акцій угорської фірми «Poli-Farbe VegyipariKft», яка є одним з лідерів у сегменті декоративних фарб в Угорщині. Ці інвестиції материнської компанії є найбільшими в її історії і мають вагомий вплив на стратегічний розвиток усієї Групи компаній «Śnieżka», яка щороку зміцнює свої позиції на східноєвропейських ринках. Таким чином, стратегічну довготермінову ціль Групи спрямовано на те, щоб усі її підприємства, які працюють у різних країнах, ефективно та якісно розвивалися.

З початком поширення хвороби COVID-19 компанія «Снежка-Україна» щоденно відстежує ситуацію та вживає всіх заходів для захисту працівників і бізнесу від можливих наслідків пандемії. Станом на день складання звіту наша компанія не відчула значного негативу, пов'язаного з поширенням коронавірусу, за винятком тимчасового обмеження виробництва. Водночас ми усвідомлюємо, що нестабільність на валютному і фінансовому ринках, а також невпевненість у глобальній економіці можуть вплинути на діяльність нашого підприємства.

Хоча попередній рік потребував великої відданості й наполегливої праці, 2020 року кожен з нас є не менш мотивованим для подальшого зміцнення позицій компанії в Україні.

Дякую всім, хто понад 20 років супроводжує нас у створенні сучасної компанії, яку засновано на фундаментальних цінностях. Усі ми сподіваємося, що 2020 року ТзОВ «Снежка-Україна» спокійно подолає нелегкий для всього людства період.



Марек Павлусь

ФІНАНСОВІ ДАНІ

	в тис. UAH		в тис. EUR	
	за 12 місяців 2019 року / станом на 31.12.2019	за 12 місяців 2018 року / станом на 31.12.2018	за 12 місяців 2019 року / станом на 31.12.2019	за 12 місяців 2018 року / станом на 31.12.2018
I. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт послуг)	515 352	552 993	17 800	17 204
II. Фінансовий результат від операційної діяльності	81 540	73 878	2 816	2 298
III. Фінансовий результат до оподаткування	87 017	73 070	3 006	2 273
IV. Чистий фінансовий результат	71 324	59 893	2 464	1 863
V. Чистий рух коштів від операційної діяльності	114 523	57 819	3 956	1 799
VI. Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	(35 022)	(14 116)	(1 210)	(439)
VII. Чистий рух коштів від фінансової діяльності	(62 591)	(41 869)	(2 162)	(1 303)
VIII. Чистий рух грошових коштів за звітний період	16 910	1 834	584	57
IX. Актив	240 527	237 317	9 103	7 483
X. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 385	245	52	8
XI. Поточні зобов'язання і забезпечення	10 169	11 551	385	364
XII. Власний капітал	228 973	225 521	8 666	7 111
XIII. Зареєстрований (пайовий) капітал	416	416	16	13



Курс євро (EUR) для конвертації фінансових даних:

	Середньорічний курс UAH/EUR в 2019 році	Середньорічний курс UAH/EUR в 2018 році
Статті Звіту про фінансовий результат перераховані за середнім курсом євро (EUR) в періоді	28,9518	32,1429
	станом на 31 грудня 2019 року	станом на 31 грудня 2018 року
Статті Балансу (Звіт про фінансовий стан) перераховані за курсом (EUR) на кінець періоду	26,4220	31,7141

КЛЮЧОВІ ДОСЯГНЕННЯ ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА»

СУЧАСНИЙ
ЗАВОД ФАРБ



АКРЕДИТОВАНА
ЛАБОРАТОРІЯ

ЛІДЕР НА
УКРАЇНСЬКОМУ
РИНКУ ЛФМ



ВИБУДУВАНА
СИСТЕМА
ДИСТРИБУЦІЇ

20 РОКІВ
ДОСВІДУ



СПІВПРАЦЯ З
ГІПЕРМАРКЕТАМИ

ШИРОКИЙ
АСОРТИМЕНТ
ЛФМ



ФІРМОВІ САЛОНИ
І СПЕЦІАЛІЗОВАНІ
МАГАЗИНИ

ЕКОЛОГІЧНО
СЕРТИФІКОВАНА
ПРОДУКЦІЯ



СОЦІАЛЬНО
ВІДПОВІДАЛЬНИЙ
ВИРОБНИК

КОРОТКО ПРО ГРУПУ КОМПАНІЙ «Śniezka»

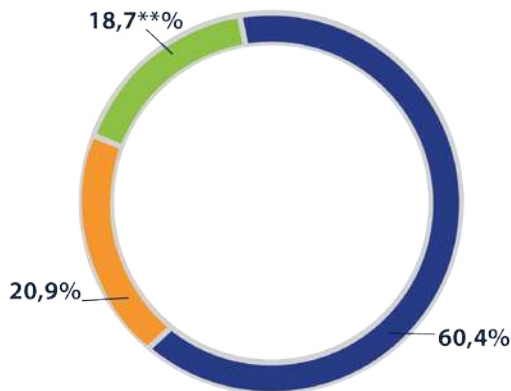
СТРУКТУРА ГРУПИ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»





СТРУКТУРА АКЦІОНЕРІВ АТ «ФФІЛ «ŚNIEŻKA»*

(частка в статутному капіталі в %)



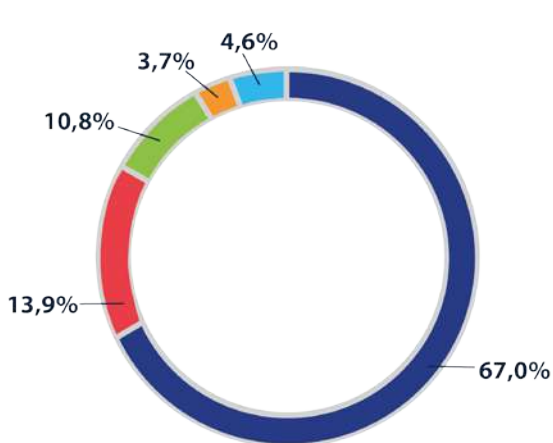
- Засновники і їхні наступники (спадкоємці)
- Інші акціонери
- Інвестори інституційні (більше ніж 5% акцій)

*Інформація на 27.03.2020

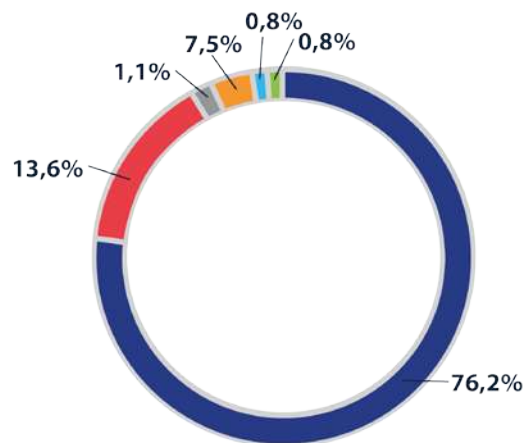
**Aviava OFE Santander – 11,58%

Nationale-Nederlanden OFE – 7,12%

СТРУКТУРА ДОХОДІВ З ПРОДАЖУ ГРУПИ У 2019 РОЦІ З ОГЛЯДУ НА КРАЇНИ І КАТЕГОРІЇ ПРОДУКТІВ



- Польща
- Угорщина
- Україна
- Білорусь
- Інші



- Декоративні вироби
- Будівельна хімія
- Продукція для промисловості
- Товари
- Інші доходи
- Матеріали

ВИРОБНИЧІ ПІДПРИЄМСТВА ГРУПИ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»



ЗАКОРДОННІ РИНКИ, НА ЯКИХ АКТИВНО ПРАЦЮЄ ГРУПА КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»



- Угорщина
- Україна
- Білорусь
- Молдова
- Росія
- Литва
- Казахстан
- Чехія
- Словаччина
- Румунія
- Грузія
- Вірменія
- Великобританія
- Хорватія
- Сербія

1. Підсумки 2019 року

1.1 Макроекономічна ситуація

1.1.1 Економічна ситуація

За підсумками 2019 року українська економіка зросла на 3,2%, що на 0,2% менше, ніж 2018-го. Реальний валовий внутрішній продукт (ВВП) України 2019 року збільшився на 3,2% порівняно з 2018-м. Номінальний ВВП становив 3 974,6 млрд грн, а в розрахунку на одну людину – 94 570 грн. Зростання ВВП у першому кварталі 2019 року становило 2,9%, у другому – 4,7%, у третьому – 3,9%, у четвертому – 1,5%^[1]. Найбільше торік виріс сектор будівництва – на 23%. Майже на 15% збільшився сектор послуг. Істотно зросли операції з нерухомістю (7,5%)^[2].

2019 року інфляція знизилася до 4,1% (порівняно до 9,8% у 2018 р. і 13,7% у 2017р.). Державна служба статистики України уточнює, що середньорічна інфляція торік (січень-грудень проти січня-грудня попереднього року) знизилася до 7,9% із 10,9%. Базова інфляція в грудні порівняно з листопадом 2019 року становила «мінус» 0,3%, за рік загалом – 3,9%. Індекс споживчих цін (індекс інфляції) торік у грудні щодо листопада становив 99,8%, за 2019 рік у цілому – 104,1%¹.

За даними Державної служби статистики України, у грудні 2019 року середня заробітна плата в Україні становила 12 264 гривень на місяць, що на 1 585 гривень (або 14,8%) більше, ніж у листопаді. Служба статистики зазначає, що за 2019 рік середня зарплата в Україні зросла на 16% і в грудні була у 2,9 разу більшою, ніж мінімальна зарплата¹.

За даними Держстату, зростання обсягів будівництва торік становило 20%. У цілому обсяг виконаних будівельних робіт в Україні 2019 року сягнув 177 млрд грн. Нове будівництво, реконструкція та технічне переоснащення становили 74,2% загального обсягу виробленої будівельної продукції, капітальний і поточний ремонт – 18,1% та 7,7% відповідно^[3].

За результатами аналізу ринку будівництва і будматеріалів України можна спостерігати продовження тенденції збільшення обсягів будівельної продукції в середньостроковій перспективі, а значить збереження сприятливих умов для розвитку вітчизняних сегментів будівництва та виробництва будівельних матеріалів.

1.1.2 Сировина та валюта

Ціни на титан діоксид, який є одним з основних сировинних матеріалів у виготовленні фарб, а також вартість іншої сировини, що використовує Компанія для виробництва, 2019 року незначно знизилася. Торік проблем із доступністю сировини та упаковки на ринку не було. Також у сфері закупівлі не було подій чи загроз, які впливали б на належне функціонування Компанії.

Зміцнення гривні відносно долара 2019 року стало найбільшим серед усіх світових валют та значно перевершило ревальвацію другої в рейтингу валюти – російського рубля. Курс останнього відносно долара зріс на близько 12%. Відносно гривні девальвували всі світові валюти, зокрема американський [долар](#) – на 14,5%, [євро](#) – на 16,2% та [польський злотий](#) – на 15,3%⁴.

[1] Джерело: Державна статистика України.

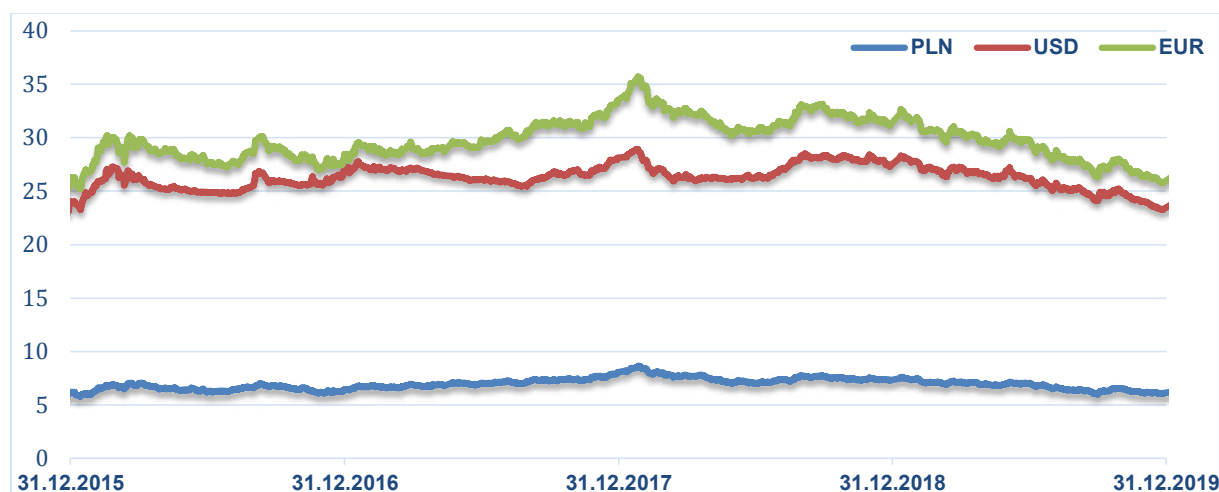
[2] Джерело: Ліга Закон України.

[3] Джерело: <http://budport.com.ua/news/16348-zrostannya-obsyagiv-budivnictva-v-ukrajni-u-2019-roci-sklalo-20>

[4] Джерело: <https://minfin.com.ua/>

[5] Джерело: Державна статистика України.

Діаграма 1. Котирування гривні відносно євро, долара та польського злото



Джерело: НБУ.

У [Bloomberg](#) зазначають, що міцніша гривня сприяє стримуванню трудової міграції з України, адже стимули для виїзду на заробітки слабшають через зростання платоспроможності всередині країни. Якщо 2016 року зарплати в Польщі були в 4 рази вищі, ніж в Україні, то 2019-го різниця між рівнями заробітної плати зменшилася до 2,5 разу.

У грудні 2019р. НБУ ухвалив рішення знизити розмір облікової ставки відразу на 2 відсоткові пункти – до 13,5% річних⁵. Це максимальне зниження облікової ставки від початку року. Очікуване зниження облікової ставки відкрило шлях до довгострокового зниження відсоткових ставок за кредитами.

Упродовж усього року в Україні наростав бюджетний дефіцит, бо зі зміцненням гривні виникли суттєві проблеми з виконанням доходної частини: скоротилися надходження від митниці. До того ж ревальвація негативно позначилася на ефективності роботи вітчизняних експортерів.

1.2 Ринок лакофарбових матеріалів в Україні

Основними ринками, на яких працювала Компанія 2019 року, були Україна й Польща. Тож доходи Компанії на цих ринках торік становили відповідно 99,5% та 0,5% доходів від продажу.

У звітному періоді в Україні тривало зростання попиту на вироби за ціною середнього та вищого рівня, тоді як сегмент дешевшої продукції скорочувався.

За даними інформаційно-аналітичного агентства «Хім-Кур'єр», у цілому 2019 року загальне виробництво фарб та лаків в Україні залишилося на рівні попереднього року. Незначне зростання виробництва можна було спостерігати в категорії водоемульсійних фарб (на 1,1%), а також алкідних фарб (на 0,7%). Постійна еміграція кваліфікованих кадрів і незначне зростання житлового будівництва, а також політичні зміни, які відбулися у II та III кварталах 2019 року, мали прямий вплив на стан лакофарбової промисловості в Україні.

Однак перша половина 2019-го, як і весь минулий рік, через несприятливі погодні умови була складною до виробників лакофарбових матеріалів, що працюють на українському ринку. Після успішного початку сезону ремонтно-оздоблювальних робіт у квітні 2019 року виробники спостерігали зменшення попиту на фарби пізньою весною, що призвело до зниження продажу в торгових точках. Виробники сподівалися, що початок літа виявиться кращим, однак опади в першій половині червня та спека у другій половині негативно вплинули на активність

споживачів. Тому виконання фасадних робіт у цьому місяці було складним. У другому півріччі 2019 року спостерігали більшу активність українських споживачів завдяки тривалому сезону будівництва та ремонту.

За оцінками Компанії, в Україні помітно тенденцію вибору споживачами продукції кращої якості та відповідно дорожчої. Водночас рівень споживання фарби все ще низький порівняно з країнами Європейського Союзу. Успішне впровадження реформ, які оголосив український уряд, може спричинити поліпшення становища домогосподарств і, як наслідок, збільшення споживання лакофарбової продукції.

2019 року найбільшими компаніями з виробництва декоративних фарб на українському ринку були: ТЗОВ «Снежка-Україна», «MeffertHansaFarben», «Henkel», «ZIP», «Caparol», «Eskaro», «Feidal», «Полісан», ПП «Олейников».

У довгостроковій перспективі Україна залишається важливим та перспективним ринком для Групи компаній «Śnieżka», оскільки споживання фарб усе ще перебуває на нижчому рівні, ніж у Європейському Союзі.

Компанія постійно аналізує ситуацію в секторі лакофарбових матеріалів на українському ринку, належно реагує на зміни економічної ситуації та у ставленні споживачів до вибору й купівлі лакофарбових матеріалів, щоб адаптувати свою пропозицію до мінливих умов.

1.3 Результати продажу

2019 року продаж на українському ринку мав переважну частку в доходах Компанії (99,5%), що порівняно з попереднім роком збільшилася на 0,2% та становила 512 966 тис. гривень.

Таблиця 1. Чисті доходи від продажу Компанії відповідно до географічних ринків збуту, тис. грн

	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 року	Структура	За рік, що закінчився 31 грудня 2018 року	Структура
Україна	512,966	99,5%	549,151	99,3%
Польща	2,386	0,5%	3,842	0,7%
Усього	515,352	100,0%	552,993	100,0%

Зниження вартості продажу зумовлено зміною стратегії ТЗОВ «Снежка-Україна» та особливістю кон'юнктури ринку ЛКМ.

Таблиця 2. Чисті доходи від продажу Компанії за елементами, тис. грн

	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 року	Структура	За рік, що закінчився 31 грудня 2018 року	Зміна (рік/року)
Дохід від реалізованої продукції	381,732	74,1%	387,458	-1,5%
Дохід від реалізованих товарів	125,881	24,4%	156,292	-19,5%
Дохід від реалізації послуг	5,329	1,0%	5,338	0,0%
Дохід від реалізації матеріалів	2,410	0,5%	3,905	-38,3%
Усього	515,352	100,0%	552,993	-6,8%

За вартістю в структурі продажу домінувала продукція, частка яких у чистих доходах від продажу становила 74,1%. 2019 року Компанія отримала від продажу продукції 381 732 тис. гривень – на 5 726 тис. гривень і на 1,5% менше, ніж попереднього року.

Товари займали друге місце в структурі продажу – 24,4%. Чисті доходи Компанії від продажу товарів цього сегмента становили 125 881 тис. гривень і були на 19,5% нижчі, ніж попереднього року.

Досягнутий 2019 року нижчий рівень доходу відповідав початковим очікуванням на той період. Цей ефект насамперед обумовила зміна моделі дистрибуції за прикладом материнської компанії Śniezka S.A. 2019 року відбулося зниження рівня товарних запасів у дистриб'юторській мережі та поступовий розпродаж надлишків.

Продаж у натуральних показниках виробів Компанії становив 25 375 тис. л / кг і був на 4,7% нижчим порівняно з 2018 роком. Зниження пов'язане з перенесенням акценту на продаж продукції з дорожчого цінового сегмента.

Таблиця 3. Обсяги продажу Компанії за елементами, тис. л / кг

	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 року	Структура	За рік, що закінчився 31 грудня 2018 року	Зміна (рік/року)
Реалізована продукція	25 375	95,4%	26 618	-4,7%
Реалізовані товари	1 210	4,6%	1 573	-23,1%
Усього	26 585	100,0%	28 191	-5,7%

Товари займали друге місце в натуральних показниках продажу 1 210 тис. л / кг і були на 23,1% нижчі порівняно з 2018 роком. Зниження продажу товарів на 23,1% є наслідком оптимізації портфоліо виробів Śniezka S.A.

1.4 Сезонність продажу

На діяльність Компанії впливає чинник сезонності, пов'язаний з інтенсивністю ремонтно-будівельних робіт у конкретні періоди року, які здебільшого припадають на весну й літо. Зазвичай компанія отримує більший дохід у другому та третьому кварталах кожного фінансового року. Доходи в цей період (у другому і третьому кварталах) становлять близько 75% річних доходів Компанії. Узимку продаж знижується приблизно на 50% порівняно з літніми місяцями.

Чинники сезонності впливають на зміну потреб в оборотних коштах, які збільшуються у другому й третьому кварталах фінансового року, ніж наприкінці грудня попереднього року.

1.5 Істотні події

До істотних подій 2019 року належать:

- 15 лютого – відбулися чергові Збори учасників, на яких було надано згоду на продаж частки у статутному капіталі Компанії та затверджено нову редакцію Статуту;
- 16 квітня – підписано додатковий договір про надання кредитної лінії відповідно до Генерального договору про здійснення кредитування з АТ «Кредобанк»;
- 7 червня – відбулися чергові Збори учасників;
- 25 червня – підписано договір генпідряду на реконструкцію з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб з ТзОВ «Галицька Будівельна Гільдія»;
- 16 липня – підписано договір страхування вантажів;

- 1 серпня – підписано договір монтажу та налаштування обладнання, потрібного для запуску та налаштування роторної пакувальної машини з ТзОВ «StallInvestmentGroup»;
- 29 серпня – підписано договір страхування транспортних засобів з ПрАТ СК «ПЗУ Україна»;
- 13 вересня – відбулися позачергові Збори учасників;
- 30 жовтня – відбулися позачергові Збори учасників;
- 31 жовтня – підписано договір страхування майна з ПрАТ СК «ПЗУ Україна»;
- 6 листопада – підписано договір добровільного страхування відповідальності перед третіми особами внаслідок ведення господарської діяльності з ПАТ «Страхова компанія «Українська страхова група»;
- 26 листопада – укладено договір оренди земельної ділянки з Яворівською міською радою;
- 12 грудня – відбулися позачергові Збори учасників;
- 19 грудня – закуплено механічний пристрій ротаційного типу для пакування сухої шпаклівки в мішки.

Істотні події після дати балансу

Тимчасове обмеження виробничого процесу.

Це рішення було ухвалено внаслідок епідеміологічної діяльності української влади проти пандемії хвороби COVID-19. Унаслідок ухвалення Постанови Кабінету Міністрів України «Про запобігання розповсюдженню на території України коронавірусу COVID-19», згідно з якою було запроваджено карантин на всій території країни до 12 травня 2020 року, всі точки продажу лакофарбових матеріалів було закрито, включаючи магазини й салони, в яких Компанія реалізує свою продукцію, крім мережі гіпермаркетів «Епіцентр». Тож продукцію Компанія виготовляла і відвантажувала своєчасно, але в меншому масштабі.

Дирекція Компанії вирішила тимчасово обмежити виробничий процес з 24 березня по 12 травня, організувавши роботу цехів в одну зміну.

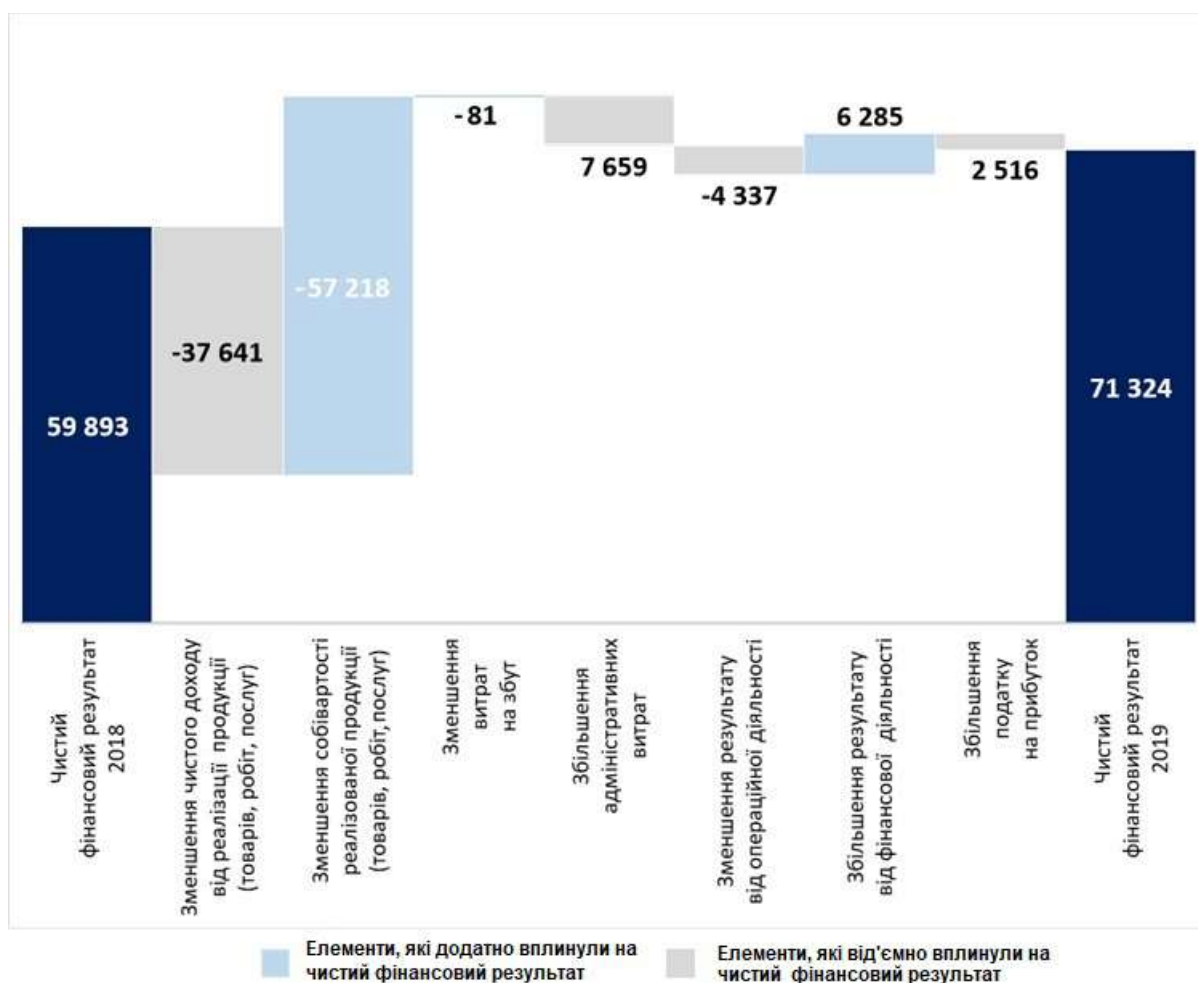
На день публікації цього звіту Дирекція Компанії оцінює, що обмеження виробничого процесу від 24 березня до 11 травня 2020 р. не мала істотного впливу на величину сукупних доходів, отриманих ТзОВ «Снєжка-Україна» в першому та другому кварталах цього року.

1.6 Фінансові результати

1.6.1 Основні чинники, що впливають на фінансові результати

2019 року Компанія отримала чистий прибуток у розмірі 71 324 тис. грн – на 19,1% більше, ніж попереднього року. Чистий прибуток, що належить власникам материнської компанії, становить 59 541 тис. грн (+20,5% рік/року).

Діаграма 2. Вплив окремих статей Звіту про фінансові результати на чистий фінансовий результат Компанії



Основними чинниками, що формують фінансовий результат Компанії 2019 року, є:

- зменшення чистого доходу від реалізації на -6.8% до рівня 515 352 тис. грн – зміна моделі дистрибуції за прикладом материнської компанії Śnieżka S.A;
- зменшення собівартості реалізованої продукції на 16.3% до рівня 293 688 тис. грн – спричинене зменшенням вартості виробничих витрат;
- витрати на збут 2019 року були наближені до рівня витрат 2018 року (-0,1%);
- збільшення адміністративних витрат на 24.9% до рівня 38 456 тис. грн – спричинене підвищенням запланованих витрат: заробітної плати, а відповідно відрахувань єдиного соціального внеску кількості працівників та ремонтних витрат.

Таблиця 4. Основні статті Звіту про фінансові результати Компанії

	2019 рік	2018 рік	Зміна (рік/року)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	515 352	552 993	- 6.8%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	293 688	350 906	-16.3%
Витрати на збут	99 737	99 818	-0.1%
Адміністративні витрати	38 456	30 797	24.9%

ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – Звіт про управління за 2019 рік

Дані в тис. гривень

Результат від операційної діяльності	(1 931)	2 406	
Результат від фінансової діяльності	5 477	(808)	
Фінансовий результат до оподаткування	87 017	73 070	19.1%
Фінансовий результат від операційної діяльності (ЕВІТ)	81 540	73 878	10.4%
Фінансовий результат від операційної діяльності + амортизація (ЕВІТДА)	89 630	80 872	10.8%
Податок на прибуток	15 693	13 177	19.1%
Чистий фінансовий результат	71 324	59 893	19.1%
<i>Чистий фінансовий результат, що належить власникам материнської компанії</i>	<i>59 541</i>	<i>49 424</i>	<i>20.5%</i>

2019 року жодних чинників чи подій, окрім описаних у цьому звіті, не було, в тому числі нетипового характеру, які мали б суттєвий вплив на фінансову звітність.

1.6.2 Активи Компанії

На рівень балансової вартості Компанії впливає сезонність. Це було докладніше описано в [розділі 1.4 звіту](#).

Таблиця 5. Активи Компанії

Актив	31.12.2019	31.12.2018	Зміна (рік/року)
Необоротні активи:	125 196	97 157	28.9%
- Нематеріальні активи	810	1 053	-23.1%
- Незавершені капітальні інвестиції	28 855	10 242	181.7%
- Основні засоби	93 466	84 231	11.0%
- Відстрочені податкові активи	2 065	1 631	26.6%
Оборотні активи:	115 331	140 160	-17.7%
- Запаси	62 762	82 018	-23.5%
- Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	19 819	42 409	-53.3%
- Гроші та їхні еквіваленти	23 370	6 460	261.8%
- Інші оборотні активи	9 380	9 273	1.2%
Разом	240 527	237 317	1.4%

На кінець 2019 року активи Компанії становили 240 527 тис. гривень, що є збільшенням на 3 210 тис. гривень (1,4%) порівняно з кінцем попереднього року.

Вартість необоротних активів Компанії, що становить 52,1% її загальних активів, зросла на 28,9% – до рівня 125 196 тис. гривень протягом року – здебільшого через будівництво та реконструкцію з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб і капітальних витрат, пов'язаних з планами розвитку Компанії.

Вартість оборотних активів Компанії станом на 31 грудня поточного року в порівнянні з їх вартістю на 31 грудня минулого року зменшилась на 17,7% до рівня 115 331 тис. гривень. Основну частину оборотних активів Компанії становили запаси на суму 62 762 тис. гривень, які включали готову продукцію, товари та матеріали. У 2019 році Компанія здійснила процеси оптимізації запасів як на рівні забезпечення сировини для виробництва, так і на рівні управління запасами та реалізацією.

ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – Звіт про управління за 2019 рік

Дані в тис. гривень

Наприкінці 2019 року Компанія також мала дебіторську заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги на суму 19 819 тис. гривень, яка зменшилася на 53,3% унаслідок повернення низькооборотного товару від торговельних мереж.

Збільшення грошових коштів та їхніх еквівалентів позитивно вплинуло на вартість оборотних активів Компанії. Наприкінці 2019 року їхня вартість становила 23 370 тис. гривень, у тому числі за рахунок позитивного грошового потоку від операційної діяльності.

Таблиця 6. Пасив Компанії

Пасив	31.12.2019	31.12.2018	Зміна (рік/року)
Власний капітал:	228 973	225 521	1,5%
- Власний капітал, що належить власникам материнської Компанії	191 147	186 100	2,7%
- Власний капітал, що належить до неконтрольованих часток	37 826	39 421	-4,0%
Зобов'язання:	11 554	11 796	-2,1%
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 385	245	465,3%
Поточні зобов'язання і забезпечення:	10 169	11 551	-12,0%
- Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	4 494	5 443	-17,4%
- Інші поточні зобов'язання	5 675	6 108	-7,1%
Разом	240 527	237 317	1,4%

Наприкінці 2019 року Компанія профінансувала свою діяльність за власні кошти на 100%. Збільшення цього показника порівняно з 2018 роком є результатом погашення зовнішнього фінансування. Власний капітал Компанії на кінець звітного періоду становив 228 973 тис. гривень (1,5%) і був наближений до рівня кінця минулого року. У звітному періоді відбулася зміна в частці статутного капіталу Компанії між власниками материнської компанії – 83,48%(82,52%) – та неконтрольованих часток – 16,52% (17,48%).

У звітному періоді довгострокові зобов'язання Компанії значно зросли. Станом на 31 грудня 2019 року вони досягли 1 385 тис. гривень, що становило 0,6% загальної суми балансу. Переважно це було обумовлено зростанням довгострокових розрахунків актуарія та збільшенням у відповідність до вимог МСФЗ 16 в частині, що стосується подання права постійного користування земельною ділянкою:

Поточні зобов'язання і забезпечення Компанії були на рівні 10 169 тис. гривень (-12,0%р./р.) і становили 4,2% загальної суми балансу. Більша частина була пов'язана із зобов'язаннями за поставки та послуги – 4 494 тис. гривень, а також інші зобов'язання, пов'язані з її основною діяльністю, також зросли (до 5 675 тис. гривень).

1.6.3 Рух грошових коштів

2019 року Компанія генерувала позитивні грошові потоки в розмірі 16 910 тис. гривень. Як наслідок, на кінець цього періоду грошові кошти Компанії становили 23 370 тис. гривень.

Рух грошових коштів Компанії складався з:

- **Позитивний рух грошових коштів від операційної діяльності в сумі 114 523 тис. гривень.**

На їхній рівень позитивно вплинув прибуток, який отримала Компанія (становив 87 017 тис. гривень), та зміни стану оборотних активів Компанії (загальна сума 41 846 тис. гривень).

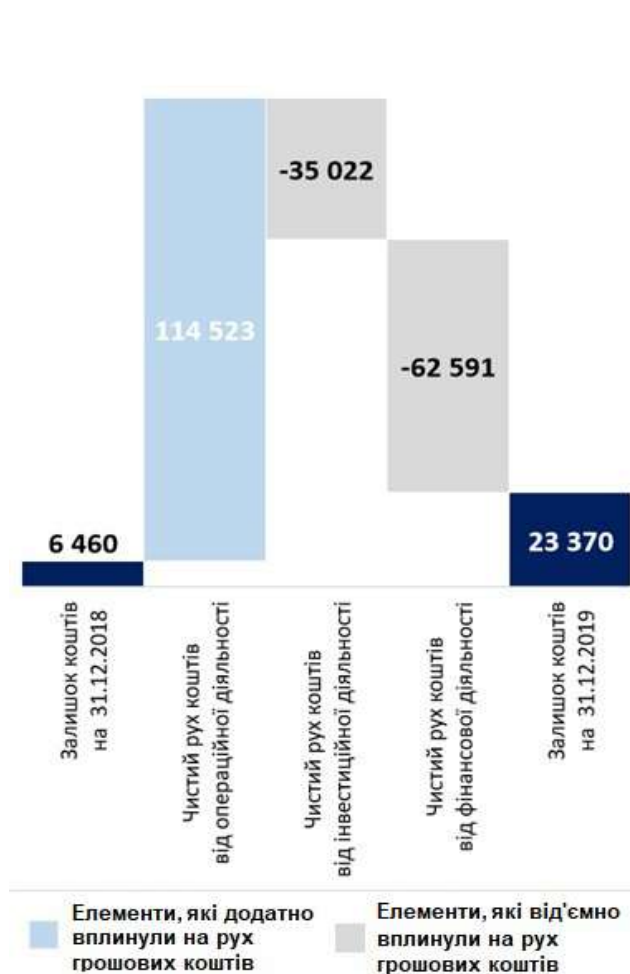
- **Негативний рух грошових коштів від інвестиційної діяльності в сумі 35 022 тис. гривень.**

Компанія зазнала витрат на придбання основних засобів та нематеріальних активів у сумі 37 709 тис. гривень. Найбільшу частину цієї суми становлять витрати, пов'язані з будівництвом та реконструкцією з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб, придбанням механічного пристрою ротаційного типу для пакування шпаклювальних сумішей у мішки та частковим оновленням автотранспортного парку.

- **Негативний рух грошових коштів від фінансування діяльності в сумі 62 591 тис. гривень**

У звітному періоді відбулася виплата дивідендів від прибутку за 2018 рік (67 872 тис. гривень) учасникам Компанії. Також Компанія отримала відсотки від банків за розміщення коштів у сумі 5 411 тис. гривень.

Діаграма 3. Рух грошових коштів Компанії за 2019 рік



1.6.4 Фінансові показники

2019 року Компанія генерувала більшу (6,5%) маржу брутто від реалізації, ніж попереднього року. Це результат постійного попиту на лакофарбові матеріали з основного та середніх цінкових сегментів. Тенденцію споживачів обирати дорожчі вироби спостерігали в усій Україні.

Усі інші коефіцієнти рентабельності були вищі, ніж у попередньому році. Збільшення фінансового результату від операційної діяльності, EBITDA та чистого фінансового результату

ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – Звіт про управління за 2019 рік

Дані в тис. гривень

було наслідком зменшення собівартості реалізованої продукції і товарів в частині зниження закупівельної вартості сировини та упаковки, а також завдяки автоматизації деяких виробничих процесів.

Рентабельність активів (ROA) збільшилася на 4,5%, що є наслідком незначного зростання активів та чистого прибутку. З іншого боку, рентабельність власного капіталу (ROE) також збільшилася на 4,5%, переважно це результат зростання чистого прибутку за одночасного незначного збільшення власного капіталу Компанії.

Таблиця 7. Показники рентабельності Компанії

	2019 рік	2018 рік
Маржа ЕВІТ у % (ЕВІТ / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	15.8%	13.4%
Маржа ЕВІТДА у % (ЕВІТДА / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	17.4%	14.6%
Маржа бруutto від реалізації % (Валовий прибуток / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	43.0%	36.5%
Маржа чистого фінансового результату прибутку у % (Чистий фінансовий результат / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	13.8%	10.8%
Рентабельність активів (ROA)* (Чистий фінансовий результат / Актив) x 100%	29.7%	25.2%
Рентабельність власного капіталу (ROE) (Чистий фінансовий результат / Власний капітал) x 100%	31.1%	26.6%

Станом на 31 грудня 2019 року заборгованість Компанії незначно зменшилася – на 0,2%, ніж роком раніше. Коефіцієнти загальної та поточної ліквідності Компанії були майже на тому самому рівні, що й попереднього року, та свідчать, що Компанія володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам.

Таблиця 8. Показники ліквідності та заборгованості Компанії

	31.12.2019	31.12.2018
Коефіцієнт загальної ліквідності (Оборотні активи / Поточні зобов'язання і забезпечення)	11.3	12.1
Коефіцієнт поточної ліквідності (Оборотні активи - Запаси) / Поточні зобов'язання і забезпечення	5.2	5.0
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Гроші та їхні еквіваленти / Поточні зобов'язання і забезпечення) x 100%	229.8%	55.9%
Коефіцієнт заборгованості (Зобов'язання / Актив) x 100%	4.8%	5.0%
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом (Власний капітал / Необоротні активи) x 100%	182.9%	232.1%

1.7 Інвестиції

Інвестиції Компанії за 2019 рік було зосереджено на підвищенні якості продукції, збільшенні виробничих потужностей (розширення та автоматизація виробничих ліній) та оптимізації виробничих витрат. Компанія зробила акцент на вдосконаленні логістичних процесів.

Найбільші інвестиції 2019 року:

- розпочато будівництво та реконструкцію з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб;
- придбано механічний пристрій ротаційного типу для пакування шпаклювальних сумішей у мішки, що вдосконалило процеси фасування готових до використання виробів;
- частково оновлено автотранспортний парк.

Інвестиційна політика, яку здійснювала Компанія 2019 року, була продовженням політики попередніх років. Реалізація інвестиційних видатків відбувалася відповідно до затвердженого річного плану інвестиційних витрат з деякими відхиленнями щодо поточної господарської діяльності Компанії.

Водночас у зв'язку з пандемією, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, Компанія не відкидає, що застосовуватиме заходи для посилення своєї фінансової ліквідності та зменшення витрат, не пов'язаних безпосередньо з операційною діяльністю. Інвестиційний план на 2020 рік буде реалізовано залежно від ситуації, що складеться наступними місяцями.

1.8 Додаткова інформація

2019 року не було жодних чинників чи подій, окрім описаних у звіті, в тому числі нетипового характеру, які мали б суттєвий вплив на фінансову звітність Компанії.

Кредити та позики

Станом на 31 грудня 2019 року Компанія має активну щорічно поновлювальну кредитну лінію, яку використовувала для поповнення обігових коштів. Відсоткова ставка за кредитом протягом року та станом на 31 грудня 2019 року становила 17,5%.

Станом на 31 грудня 2019 року Компанія уклала угоди з такими банками:

- АТ «Кредобанк»;
- АТ «Державний ощадний банк України»;
- ПАТ «КредіАгріколь».

Гарантії чи позики

Станом на 31 грудня 2019 року ніяких матеріальних гарантій чи позик Компанія не надала жодному суб'єкту господарювання.

Істотні спори

2019 року Компанія не була учасником істотних судових спорів, арбітражних процесів чи проваджень у порядку адміністративної процедури, які стосувалися б зобов'язань чи заборгованостей Компанії.

Операції з пов'язаними особами

2019 року Компанія не мала з пов'язаними особами жодних операцій, окрім ринкових.

2. Перспективи і плани розвитку

2.1 Перспективи розвитку Компанії

У зв'язку з пандемією хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, за відсутності достовірної та повної інформації і даних про її вплив на дату складання річного звіту, ТзОВ «Снежка-Україна», як і всі суб'єкти, що здійснюють підприємницьку діяльність в Україні та світі, наразі не в змозі спрогнозувати наслідки цієї ситуації для макроекономічного та ринкового середовища. Через це можливість оцінки перспектив розвитку Компанії в майбутньому обмежено станом на дату підготовки річного звіту за 2019 рік.

Дирекція Компанії в майбутньому контролюватиме потенційний вплив пандемії COVID-19 та вживатиме всіх можливих заходів для пом'якшення імовірних негативних наслідків для Компанії, якщо такі будуть. Однак через неможливість отримати достовірні дані на момент підготовки цього документа всі прогнози щодо майбутнього, які містить річний звіт за 2019 рік, зокрема опис перспектив розвитку ТзОВ «Снежка-Україна» принаймні в наступному фінансовому році, потрібно проаналізувати з урахуванням викладеного припущення.

Основними чинниками, що стосуються перспектив Компанії, є:

- коротко- та довгострокові наслідки пандемії хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, у всіх аспектах діяльності Компанії;
- макроекономічна ситуація у світі, в тому числі на ринку України, включаючи економічну ситуацію в будівельній галузі;
- зміни попиту на вироби Компанії;
- зміни цін на сировину, яку використовують для виробництва продукції;
- зміни валютних курсів (включаючи PLN / UAH, EUR / UAH, USD / UAH, RUB / UAH). В даний час найвищий валютний ризик для Компанії – зміна курсу PLN до UAH та EUR до UAH (для отримання додаткової інформації дивитися [в пункті 4.6 звіту](#), а також [фінансову звітність примітка 20](#));
- динаміка продажу продукції Компанії.

Ринок

З огляду на довготривалу пандемію захворювання COVID-19, спричиненого коронавірусом SARS-CoV-2, нині не вистачає надійних джерел для прогнозування поведінки споживачів, хоча цей чинник, радше за все, матиме вплив на поведінку клієнтів на ринку. Також зміни клімату в наступні роки можуть вплинути на ситуацію на ринку будівельних матеріалів, включаючи фарби та лаки. Такі погодні умови, які нині спостерігаємо, сприяють продовженню сезону будівельних та ремонтних робіт.

Компанія продовжує працювати, збільшуючи дистрибуцію своєї продукції, водночас проводить планову маркетингову та збутову діяльність, спрямовану на підтримку продажу виробів з портфолію торгових марок Групи компаній «Śnieżka». Моніторинг є постійним елементом діяльності Компанії в секторі лакофарбових матеріалів, що дає можливість передбачити зміни у ставленні споживачів до вибору й купівлі лакофарбових матеріалів та адаптувати свою продуктову пропозицію до мінливих умов і вимог вибагливих клієнтів. Дирекція Компанії враховує можливі рішення органів державної влади, пов'язані з пандемією COVID-19, а також довгострокові тенденції щодо використання сировини, соціальних змін чи екологічних норм, і водночас їхні наслідки для виробництва та процесу продажу продукції.

Сировина

Зважаючи на пандемічну хворобу COVID-19, спричинену коронавірусом SARS-CoV-2, наразі неможливо передбачити ціни на ключову сировину, яку компанія використовує для виробництва, а також на нафту й електроенергію.

2.2 Цілі стратегічні

Компанія послідовно реалізує довгострокову стратегію розвитку Групи компаній «Śnieżka», яка полягає у фокусуванні її діяльності на вибраних країнах Центральної та Східної Європи й формуванні лідерської позиції в сегменті декоративних фарб на чотирьох ключових ринках: польському, угорському, українському та білоруському.

Дирекція Компанії «Снежка-Україна» стверджує: не можна відкидати, що через довготривалу пандемію COVID-19, спричинену коронавірусом SARS-CoV-2, і її наслідки – непередбачувані під час підготовки річного Звіту про управління за 2019 рік – стратегія та стратегічні цілі Компанії можуть у майбутньому потребувати змін або загального перегляду.

Найважливішими стратегічними цілями Компанії на 2020-й та наступні роки є:

- **зміцнення позиції на ринку та підвищення прибутковості**

На ринку лакофарбових матеріалів в Україні ТзОВ «Снежка-Україна» залишається одним із найбільших гравців, й однією зі стратегічних цілей на найближчі роки є збереження лідерської позиції.

Компанія намагається підвищити прибутковість.

Проводитиме роботу з удосконалення портфоліо та розширення дистрибуції продукції, що залежатиме від довгострокової політики, макроекономічної невизначеності на ринку та конкуренції в Україні.

- **модернізація виробничих приміщень**

Модернізація та розширення виробничих приміщень завершиться в четвертому кварталі 2020 року.

2.3 Плани розвитку

Дирекція Компанії передбачає, що довготривала пандемія захворювання COVID-19, спричинена коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідки – непередбачувані на момент підготовки річного Звіту про управління за 2019 рік – можуть у майбутньому спричинити часткову зміну планів розвитку Компанії.

На українському ринку Компанія планує продовжувати свій розвиток у двох найбільших каналах продажу:

- **Дистрибуція**(близько 90% ринку) – складна економічна система, що об'єднує всіх чинних дистриб'юторів Компанії, які на договірних засадах (на основі договору дистрибуції) спільно здійснюють маркетингову, комерційну, логістичну діяльність із переміщення виробів до кінцевого споживача та їхнього продажу відповідно до маркетингової політики Компанії з дотриманням встановлених ним умов збуту, стандартів обслуговування та під його контролем.
- **Ринок мереж DIY** (близько 10% ринку) – система підприємств торгівлі, що здійснюють реалізацію лакофарбових виробів універсального асортименту, переважно у формі



самообслуговування, широкому колу кінцевих споживачів та працюють із Компанією на умовах окремого договору поставки.

Стратегія Компанії щодо дистрибуції на 2019 рік передбачала розвиток продажу та збільшення частки ринку. Це реалізовували насамперед за рахунок концентрації діяльності, зосередженої на таких категоріях продукції:

- вироби для стін (у зв'язку з їхньою високою концентрацією в частках ринку);
- емалі для універсального застосування, для металу й захисту деревини.

Модель співпраці між ТЗОВ «Сніжка-Україна» та дистриб'юторами полягає у формуванні широкого асортименту виробів Компанії. Таким чином, доступність продукції, сформована завдяки «якості дистрибуції», максимально скоротить час доставки широкого асортименту виробів до торгових точок і в підсумку сприятиме розвитку високого рівня обслуговування кінцевого споживача.

Процес змін, які Компанія впровадила 2019-го та охопив такі важливі елементи:

- використання ціноутворювальних інструментів та орієнтація на потреби споживачів;
- акції, які здебільшого базувалися на стимулюванні кінцевого споживача до купівлі;
- постійне підвищення рівня обслуговування бізнес-клієнтів завдяки комплексним заходам, часу доставки та бізнес-консалтингу.

Згадані заходи позитивно вплинули на ринкову позицію Компанії. Стратегія розвитку продажу на ринку 2020 року базуватиметься на рішеннях, запроваджених 2019-го.

Передумовою розвитку каналів продажу 2020 року є ґрунтовні дослідження ринку та детальний аналіз каналів (ланок) дистрибуції. У підсумку цього дослідження Компанія продовжить реалізовувати модель співпраці з дистриб'юторами, розроблену 2019 року (включаючи, зокрема, мотиваційну програму).

Компанія постійно акцентує свою увагу й діяльність на систематичному розвитку нумеричної дистрибуції, тобто на збільшенні кількості магазинів, де можна придбати фарби з портфоліо Групи компаній «Śniezka». Крім того, Компанія продовжить співпрацювати з дистриб'юторами та торговими точками. ТЗОВ «Сніжка-Україна» надалі планує розвивати мережу Фірмових салонів та Спеціалізованих магазинів спільно з бізнес-партнерами на основі готової моделі ділової співпраці.

Плани розвитку в Україні

Враховуючи сучасний стан українського ринку, а також результати аналізу, ТЗОВ «Сніжка-Україна» продовжить напрям діяльності, який було розпочато 2019 року, що полягає в подальшій розбудові нумеричної дистрибуції в мережі роздрібної торгівлі.

Цю діяльність проведуть, реалізуючи такі заходи:

- зосередження комерційних зусиль (концепції збуту) на впровадженні наявних та нових виробів у роздрібні торгові точки, які не мають їх у своєму асортименті;
- зміни в моделі співпраці з теперішніми та новими діловими партнерами, що працюють на ринку. Зміни здебільшого полягатимуть у формуванні ширшого асортименту продукції, постійній наявності складських запасів в окремих торгових точках;
- скорочення часу доставки по всьому каналу дистрибуції (виробник – кінцевий замовник).

Зміни повинні сприяти підвищенню рівня обслуговування клієнтів та доступності продуктів, які вони шукають. Додатковою діяльністю, яку Компанія має намір продовжувати, є:

- орієнтація на дії, спрямовані на кінцевих клієнтів;
- підтримка унікальної стратегії;
- оптимізація асортименту продукції в окремих асортиментних групах;
- впровадження інноваційної продукції відповідно до трендів на ринку (помітно тенденцію переходу продажу в бік вищих сегментів та спеціалізованої продукції);
- підвищення рівня обслуговування бізнес-партнерів шляхом комплексних заходів та часу доставки;
- оптимізація складських запасів.

ТзОВ «Снежка-Україна» постійно моніторить ситуацію в секторі лакофарбових матеріалів на українському ринку, що дає змогу орієнтуватися в змінах поведінки споживачів й адаптувати свою пропозицію до конкурентних умов, які часто змінюються.

3. Нефінансова інформація

Дирекція Компанії передбачає, що тривала пандемія хвороби COVID-19, спричинена коронавірусом SAS-CoV-2, та її наслідки – непередбачувані на момент підготовки Звіту за 2019 рік про нефінансову інформацію – у майбутньому можуть вплинути на часткову або повну зміну середовища, регулювання, операцій та планів Компанії.

3.1 Загальна інформація про Компанію

«Снежка-Україна» – відомий виробник сучасної лакофарбової продукції, що працює на українському ринку лакофарбових матеріалів упродовж 20 років.

За ці два десятиліття Компанія успішно розбудовується і розвивається. Інфраструктура виробництва об'єднує два цехи (у першому виготовляють фарби на водній основі, у другому – сухі суміші (шпаклівки), акредитовану лабораторію з контролю виробництва, склад готової продукції, модерний офіс.

ТЗОВ «Снежка-Україна» спільно з материнською фірмою АТ «ФІЛ «Śnieżka» постійно опрацьовують й осучаснюють портфоліо продукції, пропонуючи в межах мультибрендингової стратегії лакофарбові вироби різних категорій під торговими марками Śnieżka, ACRYL-PUTZ, VIDARON, FOVEO TECH, OTTOFARBE, PLATINIUM, BESTON, MAGNAT, що дає можливість споживачам обирати якісну продукцію в різних сегментах. Постійне поліпшення та модернізація виробничих процесів і застосування якісної сировини, а також удосконалення рецептури продукції сприяють її конкурентоспроможності й затребуваності на ринку. Уся продукція, яку виготовлено на виробничих потужностях заводу «Снежка-Україна» згідно з ліцензією АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka», відповідає європейським стандартам.

На заводі щорічно виробляють близько 29 млн кг різних видів лакофарбової продукції.

Протягом діяльності продукція Компанії стала відомою в Україні, її реалізують у всіх областях країни (за винятком окупованих територій Донбасу та Криму). «Снежка-Україна» здобуває досвід, ефективно співпрацює з бізнес-клієнтами. За 20 років Компанія сформувала систему надійної дистрибуції, а також налагодила співпрацю з будівельними гіпермаркетами й водночас розбудовує Фірмові салони й Спеціалізовані магазини на партнерських засадах.

Наприкінці 2019 року в Компанії працювало 208 осіб – докладну інформацію щодо цього буде представлено [в пункті 3.8.1 звіту](#)

ТЗОВ «Снежка-Україна» є товариством з обмеженою відповідальністю, яке створено за українським законодавством та зареєстровано в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України під номером 30648854 Яворівською районною державною адміністрацією Львівської області 16 листопада 1999 року – Рішення №51.

Юридична та фактична адреса Компанії:

Україна, Львівська обл., Яворівський р-н, м. Яворів, вул. Привокзальна, 1-а.

Телефон: 003803 (259) 7-81-50

Тел./факс: 003803(259) 7-81-51

www.sniezka.ua

3.2 Діяльність Компанії

ТзОВ «Снежка-Україна» є офіційним представником міжнародної Групи компаній «Śnieżka» і працює на українському ринку лакофарбових матеріалів 20 років. Компанія – одна з лідерів виробництва лакофарбової продукції в Україні, тому добре знане серед українських споживачів. Для підвищення ефективності виробництва власники заводу постійно інвестують кошти в модернізацію виробничих потужностей, розвиток і розширення асортиментної лінійки продукції, впровадження нових технологій для виготовлення сучасних лакофарбових матеріалів, що істотно поліпшує їхню якість. Компанія «Снежка-Україна» турбується про застосування екологічних технологій у виробництві продукції. Вироби Компанії пройшли екологічну сертифікацію.

Ще одним з важливих напрямів діяльності «Снежка-Україна» є соціальна відповідальність бізнесу. Компанії небайдужі проблеми українського суспільства, тому вона постійно інвестує кошти в його розвиток, насамперед – у ті сфери, які найбільше потребують підтримки, зокрема культуру, медицину, освіту, спорт. Таким чином, як відповідальний виробник «Снежка-Україна» в 2012 році започаткувала довгострокову всеукраїнську соціальну програму «Кольоровий світ дитинства», адресовану дитячим лікувальним установам України. Мета проекту – допомога медичним закладам у ремонтах та барвистому оздобленні стін інтер'єрів, аби перебування дітей під час лікування зробити оптимістичним та комфортнішим.

Також Компанія «Снежка-Україна» активна й ініціативна у сфері соціально-державного партнерства. Упродовж кількох років Компанія налагоджує взаємодію із професійними навчальними закладами у сфері державно-приватного партнерства. За підтримки Міністерства освіти і науки України ТзОВ «Снежка-Україна» спільно з освітніми установами відкриває навчально-практичні центри «Śnieżka».

Докладну інформацію щодо цього буде представлено [в пункті 3.12 звіту](#).

«Снежка-Україна» за багаторічну історію успішно налагодила співпрацю з бізнес-партнерами на принципах відкритості, взаємоповаги, довіри і професіоналізму. Це дало змогу вибудувати розгалужену мережу дистрибуції, завдяки якій продукція znana й затребувана серед українських споживачів. Також Компанія інтенсивно співпрацює з будівельними гіпермаркетами.

Розширюючи канали продажу, а також дбаючи про комфорт і задоволення попиту споживачів, «Снежка-Україна» спільно зі своїми бізнес-партнерами відкриває в Україні мережу магазинів роздрібною торгівлі «Śnieżka». Це новий формат співпраці Компанії з клієнтами. Завдяки створенню таких магазинів «Снежка-Україна» прагне не лише продавати свою продукцію, а й надавати покупцю весь спектр якісних послуг, зокрема фахову консультацію щодо правильного використання виробів, щоб клієнт у магазинах такого рівня знайшов відповіді на всі свої запитання.

Така багатогранна взаємодія з партнерами сприяє ефективній реалізації продукції Групи компаній «Śnieżka» на території всієї України, її спрямовано на задоволення потреб різних категорій споживачів та високий рівень обслуговування клієнтів.

На 31 грудня 2019 року статутний капітал Компанії становив 415,7 тис. гривень і не змінився порівняно з кінцем 2018-го.

За роки існування ТзОВ «Снежка-Україна» динамічно розвивається, орієнтуючись на сучасні виклики та вимоги лакофарбового ринку.

3.3 Торгові марки

У звітному періоді продукцію і товари було реалізовано під такими торговими марками:

- **Śnieżka** – основна торгова марка Групи компаній «Śnieżka», під якою пропонують широкий асортимент продукції. Її портфоліо включає групи виробів, призначених для захисту та оздоблення різних основ, які використовують як усередині приміщень, так і зовні. Фарби, шпаклівки, емалі, ґрунтовки, протигрибкові засоби – це вироби високої якості, які вирізняються своєю конкурентоспроможністю, екологічністю та відмінними декоративними властивостями. Продукти ТМ Śnieżka вже давно відомі на ринку й задовольняють потреби й індивідуальних клієнтів, і професіоналів. При виготовленні продукції ТМ Śnieżka застосовують новітні технології та використовують високоякісні складники й наповнювачі, що забезпечує якість та ексклюзивність виробів.
- **ACRYL-PUTZ** – це субмарка ТМ Śnieżka, під якою Компанія виготовляє шпаклювальні гладі та ґрунтовки для стін і стель усередині приміщень, а також фасадів.
- **VIDARON** – бренд високоякісних виробів для захисту і декорування деревини. Продукцію марки VIDARON створено для тих, хто прагне комплексно доглядати за деревиною, яка наповнює помешкання теплою та затишною атмосферою, а також для тих, хто шукає безпечних виробів високої якості для захисту деревини.
- **FOVEO TECH**– це бренд, під яким виготовляють професійні системи утеплення будівель. FOVEO TECH – це широка пропозиція виробів, призначених для здійснення утеплення будинків, що містить у своєму портфоліо декоративні штукатурки, фасадні та ґрунтувальні фарби, ґрунтовки. Це сучасні та якісні матеріали для утеплення будинків, їхнього захисту від впливу атмосферних і біологічних чинників та зміни їхнього зовнішнього вигляду. FOVEO TECH – це широке поле для рішень, яке характеризується багатогою та колоритною гамою кольорів.
- **OTTOFARBE** – це марка водоемульсійних фарб для споживачів, які шукають продукти економ-сегмента.
- **PLATINIUM** – це субмарка ТМ Śnieżka, під якою виробник пропонує споживачам колекцію водоемульсійних фарб сегмента «Середній+».
- **BESTON**– це асортимент продуктів, потрібних на різних етапах будівництва, реконструкції та оздоблювальних робіт, які можуть використовувати і професіонали, і пересічні споживачі. Портфоліо бренду містить різні види силіконів, клеїв тощо.
- **MAGNAT**– це вироби для найвибагливіших клієнтів, які цінують якість і стиль. До портфоліо цієї інноваційної марки преміум-класу входять високоякісні керамічні фарби, які вирізняються стійкістю кольорів, оригінальною гамою барв, тривкістю до плям та бруду для поверхонь з інтенсивним використанням. MAGNAT – це також декоративні структури, які надають багато можливостей для декору інтер'єрного простору, імітуючи різні поверхні: від сирого бетону чи ефекту протертої штукатурки до відшліфованого мармуру чи перлового блиску. Портфоліо бренду також доповнюють малярськими інструментами, які вирізняються високою якістю та комфортом у використанні.

3.4 Основні тенденції та чинники, що впливають на розвиток галузі та Компанії

Макроекономічні фактори

У зв'язку з довготривалою пандемією хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, за відсутності достовірної та повної інформації і даних про її вплив на дату складання щорічного звіту, «Снежка-Україна», як і всі суб'єкти, що здійснюють підприємницьку діяльність в Україні, поки що не може спрогнозувати наслідки цієї ситуації для макроекономічного та ринкового середовища. Через це станом на дату підготовки річного звіту за 2019 рік можливість оцінити перспективи розвитку Компанії в майбутньому обмежено.

У майбутньому «Снежка-Україна» контролюватиме потенційний вплив пандемії COVID-19 та вживатиме всіх можливих заходів для пом'якшення її імовірних негативних наслідків для розвитку Компанії, якщо такі будуть. Однак через неможливість отримати достовірні дані під час підготовки цього звіту всі прогнози щодо розвитку Компанії потрібно буде проаналізувати з урахуванням зазначеного.

Для Компанії «Снежка-Україна» ключовим ринком реалізованих доходів є Україна. Стан українського ринку найкраще ілюструє вартість та динаміку валового внутрішнього продукту (ВВП), головною рушійною силою якого було споживання продукції. На споживання виробів та послуг впливало багато чинників, серед найважливіших – оплата праці (середня зарплата в Україні), рівень безробіття та курс валют.

Ситуація в будівельній галузі також важлива, але меншою мірою. До чинників, що ілюструють економічну ситуацію в цій сфері, можна зарахувати будівельно-монтажне виробництво, включаючи інвестиційні та реконструкційні роботи, які здійснювали в Україні, та рівень нових інвестицій у сегмент житлового будівництва (кількість завершених житлових будинків).

Зазначені макроекономічні фактори вплинули не лише на діяльність Компанії, а й на розвиток усієї лакофарбової галузі.

Макроекономічним чинником, що впливає на результати та темпи розвитку ТзОВ «Снежка-Україна», також буде зміна обмінних курсів (зокрема UAH/EUR, UAH/USD, UAH/PLN, UAH/RUB), включаючи девальвацію української гривні. Окрім того, для розвитку Компанії та всієї галузі важливими будуть стабільність цін на сировину, яку використовують для виробництва.

Ситуація в секторі лакофарбових матеріалів

Зміни попиту на лакофарбові вироби матимуть значний вплив на функціонування та подальший розвиток ТзОВ «Снежка-Україна» та всієї галузі. Визначальними чинниками для споживання лакофарбових матеріалів будуть купівельна спроможність домогосподарств та споживчі тенденції в опорядженні й оздобленні інтер'єру.

2019 року на українському ринку було помітно тенденцію щодо вибору споживачами якісних лакофарбових матеріалів з дорожчого цінового сегмента. Водночас покупці особливу увагу звертали на вироби, які є екологічними й безпечними для здоров'я, що також є важливим чинником у щоденній діяльності Компанії та для розвитку галузі. Окрім того, споживачі враховували діяльність виробника в напрямі його відповідальності щодо збереження навколишнього середовища.

«Снежка-Україна» залишається одним з найбільших виробників ЛФМ в Україні, й однією зі стратегічних цілей на найближчі роки є збереження лідерських позицій на ринку.

Дирекція Компанії не передбачає появи інших чинників, окрім згаданих раніше, які можуть вплинути на ситуацію в секторі лакофарбових матеріалів, і передбачає, що тривала пандемія

COVID-19, спричинена коронавірусом SARS-CoV-2, і її наслідки – непередбачувані на час підготовки річного звіту за 2019 рік – можуть у майбутньому спричинити часткову або повну зміну середовища та списку факторів, що впливають на ситуацію в секторі. «Снежка-Україна» постійно контролює ситуацію в сегменті лакофарбових матеріалів на українському ринку, що дозволяє передбачити зміни в поведінці споживачів та адаптувати свою пропозицію до мінливих конкурентних умов в Україні. Компанія продовжує діяльність, спрямовану на збільшення в Україні кількісної дистрибуції своєї продукції.

3.5 СТРАТЕГІЯ, МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ

Стратегічні цілі Групи компаній «Śnieżka» спрямовано на розширення діяльності на нові європейські та неєвропейські ринки й водночас на збереження лідерської позиції на східних ринках, з домінуючим значенням польського. Група має намір досягти цих цілей, зосереджуючи увагу на окремих країнах Центрально-Східної та Західної Європи, а також на досягненні в цих регіонах позиції лідера. Оцінка перелічених ринків як перспективних є основою для створення довгострокової стратегії присутності Групи «Śnieżka» в зазначених регіонах з урахуванням їхнього індивідуального характеру та місцевих конкурентних переваг.

Стратегія Групи компаній «Śnieżka» передбачає досягнення зазначених цілей, враховуючи такі засади:

- підтримка іміджу привабливого та надійного партнера як серед постачальників, так і клієнтів Групи, який конкурує за інноваційними й еластичними підходами в роботі, зокрема розвиваючи науково-дослідну діяльність та демонструючи якісні переваги, відкритість і готовність до змін;
- розвиток багатоканального збуту з урахуванням зосередженості на поглибленій сегментації клієнтів та створенні конкурентоспроможної цінової пропозиції для них;
- конкурування на рівні компетенцій, орієнтація на розвиток працівників та формування високої цінності людського капіталу.

Група має намір розширити свій потенціал шляхом охоплення нових ринків збуту та подальшого розвитку пропозиції таких брендів: Śnieżka, MAGNAT, VIDARON, FOVEO TECH та BESTON. У рамках своєї стратегії розвитку Група зацікавлена в органічному розвитку, і в зростанні за рахунок капітальних інвестицій. Керівництво материнської компанії поставило собі за мету вибудувати стійкі відносини з діловими партнерами, працівниками, акціонерами та споживачами. Група надалі підтримуватиме ділових партнерів, дистриб'юторів та роздрібних продавців у галузі інформації, маркетингу та навчання, створюючи для них конкурентоспроможну ціннісну пропозицію.

Гармонійний розвиток, відповідно до ухваленої стратегії, повинен сприяти, щоб Група досягла лідерських позицій на ключових ринках.

Стратегічні цілі Компанії на найближчі роки описано в [пункті 2.2 звіту](#).

ТЗОВ «Снежка-Україна» – провідний виробник лакофарбової продукції – є однією з компаній групи «Śnieżka», яка функціонує і представляє ТМ Śnieżka в Україні. У своїй щоденній діяльності дотримується основних засад корпоративної політики Групи компаній «Śnieżka», орієнтуючись на динамічний розвиток і враховуючи сучасні виклики та вимоги українського лакофарбового ринку. Впродовж багатьох років «Снежка-Україна» є одним з лідерів на ринку у своїй галузі.

МІСІЯ І БАЧЕННЯ ГРУПИ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»



3.6 Організаційні цінності

Важливою підтримкою для ефективного реалізації стратегічних напрямів є перелік організаційних цінностей, розроблений у Групі компаній «Śniezka» із залученням усього її колективу, який є невід'ємною частиною формування культури високого заангажування в нашій Компанії. Організаційні цінності Групи компаній «Śniezka» полягають у її ДНК – вони визначають принципи роботи і засади відносин на всіх рівнях організації, водночас підтримуючи спосіб реалізації амбітних бізнес-цілей. Організаційні цінності реалізують компанії Групи.

Наші організаційні цінності:

- **Клієнтоорієнтованість** – клієнт і його задоволеність є основою нашої діяльності;
- **Стратегічна перспектива** – будуємо перспективу розвитку компанії на основі амбітної стратегії та розумних ризиків;
- **Інноваційність** – систематично шукаємо ідеї для розширення портфоліо наших виробів і методів роботи;
- **Люди** – ми глибоко переконані, що люди є нашим найціннішим ресурсом;
- **Співпраця, повага та довіра** – вони є для нас основою тісної взаємодії і роботи компанії як єдиного цілого;
- **Відповідальність і заангажованість** – несемо особисту відповідальність за свої дії і спосіб їх реалізації;

- **Бізнес-ефективність** – головний критерій нашої діяльності.

Малюнок 2. Організаційні цінності

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЦІННОСТІ ГРУПИ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»



У Компанії організаційні цінності чітко визначають способи виконання завдань працівниками на всіх посадах. Перелік організаційних цінностей одразу після його створення став основою для практичного застосування у всіх відділах Компанії та джерелом натхнення для щоденного відкриття власної ролі у співтворенні Компанії «Śnieżka» як сильної організації, що амбіційно розвивається.

3.7 Нагороди

Успішну діяльність товариства «Сніжка-Україна» та високу якість його продукції підтверджено всеукраїнськими нагородами, якими Компанія була відзначена 2019 року.

Згідно з результатами незалежного рейтингового дослідження, що було проведено 2019 року в рамках конкурсу торгових марок «Фаворит Успіху», ТМ Śnieżka визнано найкращою в номінації «Фарба» з-поміж 47 учасників ринку лакофарбової продукції. Таким чином, ТМ Śnieżka здобула статус **«Абсолютного Фаворита Успіху – 2019»** і нагороджена медаллю.

2019 року ТзОВ «Сніжка-Україна» стала переможцем Всеукраїнського **рейтингу «Сумлінні платники податків – 2018»** у галузі «Переробна промисловість» (хімічне виробництво) за підсумками діяльності 2018 року. Ця престижна нагорода свідчить про те, що Компанія працює на засадах відкритості, прозорості, відповідно до чинного законодавства України, своєчасно сплачуючи податки й збори, дотримується фіскальної дисципліни, а також активно реалізує соціальні програми й бере участь у благодійних ініціативах.

3.8 Основні напрями гармонійного розвитку Компанії

Компанія динамічно розвивається, систематично збільшує свої виробничі потужності та розширює інфраструктуру. Як Компанія, інтегруючи нашу діяльність на всіх рівнях організації, ми дбаємо, щоб динамізм змін не порушував турботу про підтримку принципу гармонійного розвитку, який реалізуємо через:

- піклування про права, безпеку та розвиток працівників;
- турботу про якість виробничих процесів та виготовленої продукції;
- раціональне використання екологічних ресурсів;
- збереження прозорості ринкової діяльності;
- створення проектів, що сприяють рівним соціальним можливостям.

У повсякденній діяльності ми переконуємося, що динаміка змін, які супроводжують наш ринковий розвиток, не порушує турботи про ключові аспекти гармонійного розвитку, якими ми вважаємо:

- турботу про природне середовище;
- прямий та опосередкований вплив нашої діяльності на людей, місцеві громади, в яких ми ведемо господарську діяльність.

Аспекти гармонійного розвитку в контексті нашої діяльності проілюстровано та описано далі у звіті. Ключові сфери гармонійного розвитку Компанії визначають аспекти, пов'язані з людьми, навколишнім середовищем та якістю.

У відповідальній реалізації визначених викликів у цих сферах важливу роль відіграє аспект ефективного управління стратегічними цілями, що його підтримують цінності та принцип прозорості діяльності.

Малюнок 3. Основні напрями гармонійного розвитку Групи компаній «Śnieżka»

ГАРМОНІЙНИЙ РОЗВИТОК ГРУПИ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»



3.8.1 Люди

Сила нашої організації – це члени її команди, чия прихильність та новаторство є основою для нових концепцій і рішень, що сприяють формуванню конкурентних переваг. Дбаючи про умови праці, безпеку й розвиток наших співробітників, ми створюємо дружнє та продуктивне робоче середовище.

Найважливішим документом, що визначає основи та принципи управління людськими ресурсами в Групі компаній «Śniezka», є заснована на організаційних цінностях Кадрова політика Групи компаній «Śniezka». Цей документ залишається в тісному зв'язку з ухваленою бізнес-стратегією та ідеєю відповідального бізнесу, є основою до дій у сфері питань співробітників. Фундаментальним принципом Кадрової політики є цінність, яку кожен працівник Групи вносить в організацію. Різноманітність особистостей, знань, досвіду, переконань, інтересів та пристрастей наших співробітників дає великий потенціал, є своєрідним капіталом і багато в чому впливає на наші успіхи. Непохитна віра в те, що саме цінність людей перетворюється на конкурентоспроможність організації, означає, що Група компаній «Śniezka» хоче інвестувати у своїх співробітників і створити організаційну культуру, яка підтримуватиме їхній розвиток. Прозора кадрова політика, відповідні процедури та процеси допомагають нам керувати цим напрямом.

Кадрова політика Групи компаній «Śniezka» є невід'ємною частиною політики Групи та її стратегії розвитку. Вона покладає на підприємства Групи компаній «Śniezka» обов'язок проводити таку діяльність, яка забезпечить їй:

- доступ до кваліфікованого персоналу, який відповідає очікуванням і щодо компетенції, і щодо відповідності організаційним цінностям;
- утримання співробітників з ключовими та критичними навичками, талантами й потенціалом завдяки формуванню позитивного іміджу привабливого роботодавця та створенню цінності для кандидата та працівника;

- активну участь працівників у створенні конкурентної переваги завдяки формуванню простору для широкого розуміння професійного й особистісного розвитку, обміну знаннями та досвідом, прийняття змін та впровадження інновацій;
- організаційну ефективність на рівні Групи завдяки впровадженню нових технологій, уніфікації процесів та інтеграції функцій і працівників.

Документом, що врегульовує виробничі, трудові, соціально-економічні відносини й узгоджує інтереси працівників та учасників Товариства з обмеженою відповідальністю «Снежка-Україна», є Колективний договір. Протягом звітного періоду діяв Колективний договір у редакції від 14 грудня 2018 року. Колективний договір укладено відповідно до Законів України «Про колективні договори та угоди», «Про охорону праці», «Про оплату праці».

Предметом Колективного договору є додаткові, порівняно з чинним законодавством, положення про умови й оплату праці, соціальне обслуговування працівників Компанії, гарантії і пільги, які надає Компанія. Також відтворено основні положення законодавства про працю, які мають особливе значення для працівників. Положення Колективного договору поширюються на всіх працівників Компанії та є обов'язкові як для власника, так і для кожного співробітника.

Колективний договір зберігає чинність у разі зміни складу, організаційної структури та найменування Компанії, а за умови її реорганізації його можуть переглянути за згодою сторін. У разі зміни власника або форми власності Компанії дія Колективного договору зберігається протягом не більше ніж одного року. У цей період сторони повинні почати переговори про укладання нового чи зміну або доповнення до чинного Колективного договору. При ліквідації Компанії цей документ зберігає чинність упродовж усього строку проведення цієї процедури.

Зміни до Колективного договору вносять за рішенням Загальних зборів трудового колективу ТзОВ «Снежка-Україна», вони набувають чинності з дня підписання представниками сторін, підлягають реєстрації місцевими органами державної виконавчої влади та діють до укладання нового Колективного договору.

Уся діяльність, що стосується сфери управління людськими ресурсами, відбувається відповідно до чинного законодавства, регламентованого Кодексом законів про працю України. Нормативно-правовою базою у сфері питань працівників вважають такі документи: Правила внутрішнього трудового розпорядку, Положення про преміювання працівників Товариства та Організаційна структура, документи, що формалізують основні питання, пов'язані з працевлаштуванням у Компанії.

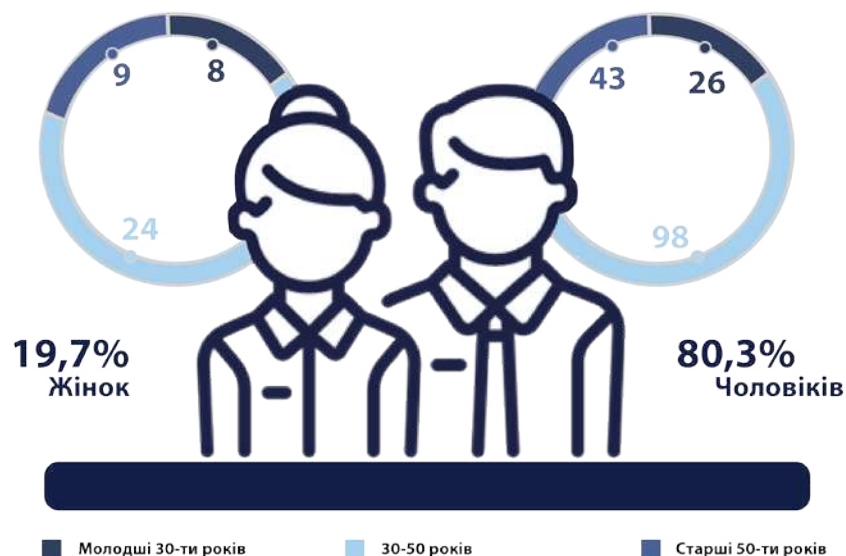
Відділ кадрів є відокремленим підрозділом організаційної структури Компанії та підпорядковується безпосередньо Генеральному директору. У роботі керується Статутом Товариства, Положенням про відділ кадрів, наказами Генерального директора, а також чинним законодавством. Відділ кадрів дбає про прозорість діяльності, відповідність кадровій політиці та принципам, що їх містять нормативно-правові акти, а також створює внутрішні процедури та положення, які конкретизують окремі процеси, пов'язані із життєвим циклом працівника в організації.

Основні дані про зайнятість

Станом на 31 грудня 2019 року в Компанії працювало 208 осіб.

Діаграма 4. Вікова структура працівників за 2019 рік

ВІКОВА СТРУКТУРА ПРАЦІВНИКІВ ТзОВ «СНЕЖКА-УКРАЇНА» 2019



Більшість працівників Компанії (58,6%) – віком 30-50 років: 11,5% зайнятих жінок та 47,1% зайнятих чоловіків потрапили в цей віковий діапазон. Частка жінок та чоловіків віком до 30 років (16,3%), зайнятих у Компанії, була нижчою за частку працівників, старших за 50 років (25,1%). Для жінок ці частки становили відповідно 3,8% (до 30 років) та 4,3% (понад 50 років), а для чоловіків – 12,5% (до 30 років) та 20,8% (понад 50 років).

Таблиця 9. Загальна кількість працівників за статтю

	31.12.2018		31.12.2019	
	Жінки	Чоловіки	Жінки	Чоловіки
ТзОВ «Снежка-Україна»	39	174	41	167

ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ ПРАЦІВНИКІВ ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» 2019



Станом на 31 грудня 2019 року більшість працівників Компанії працювала на умовах строкових контрактів – 98,1% (включаючи 19,7% зайнятих жінок та 78,4% зайнятих чоловіків), решта – за безстроковими трудовими договорами (у відділі охорони).

Таблиця 1. Структура працівників за умовами співпраці

	31.12.2018		31.12.2019	
	Жінки	Чоловіки	Жінки	Чоловіки
На умовах строкового договору	39	168	41	163
На умовах безстрокового трудового договору	0	6	0	4
Усього	39	174	41	167

Керівні посади обіймало 28 осіб, що становило 16,2% усіх працівників. В управлінській команді було 8 жінок.

Таблиця 11. Структура працівників за посадою за 2019 рік

	Жінки				Чоловіки				Усього
	Молодші за 30 років	30-50 років	Старші за 50 років	Усього жінок	Молодші за 30 років	30-50 років	Старші за 50 років	Усього чоловіків	
На керівних посадах	0	6	2	8	2	11	7	20	28

Інші посади	8	18	7	33	24	87	36	147	180
Усього	8	24	9	41	24	98	43	167	208

Компанія індивідуально підходить до припинення співпраці, ретельно розглядаючи кожен випадок, пропонуючи дії, що враховують інтереси працівника. Ми можемо пишатися стабільною зайнятістю, про що свідчить відсутність звільнень з ініціативи роботодавця.

Компанія сплачує податок з доходів фізичних осіб, військовий податок та єдиний соціальний внесок з усіх доходів працівників. Компанія застосовує принципи рівного поводження з працівниками в доступі до всіх пілг, включаючи виплату заробітної плати.

Працівники Компанії можуть вільно використовувати свої батьківські права, оскільки Компанія надає відпустку для батька у зв'язку з народженням дитини, згідно з Колективним договором, відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами, а також відпустку для догляду за дитиною до 3 років, а в разі наявності медичної довідки – до 6 років. 2019 року 5 жінок, які працюють у Компанії, взяли відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами та для догляду за дитиною до 3 років, а також правом на відпустку для догляду за дитиною до 3 років скористався 1 чоловік.

Ми розуміємо аспект сталого розвитку як наш вплив на мешканців громад, поблизу яких працює Компанія. Щодня переконуємося, що наша діяльність не впливає негативно на комфорт їхнього життя, а створюючи нові робочі місця та започатковуючи власні соціальні ініціативи, ми допомагаємо мінімізувати соціальну незахищеність у визначених нами сферах. Приклади цих ініціатив описано в підрозділі «Соціальна діяльність».

На глобальному рівні, який стосується всього суспільства, ми прагнемо зробити нашу продукцію джерелом задоволення та натхнення для наших покупців. Ця сфера також включає створення продуктових рішень, безпечних для здоров'я користувачів.

3.8.2 Якість

Підтримка найвищої якості продукції та виробничих стандартів є основою нашої філософії. Шлях, який проходить кожен наш продукт, – від концепції через технологічний, виробничий, логістичний та комерційний процеси – зазнає ретельного контролю та багатовимірної перевірки, щоб його ефектом було забезпечення продукцією найвищої якості, яка відповідає суворим вимогам і характеризується довговічністю та стійкістю.

Турбота про якість стосується всіх процесів, що супроводжують нашу діяльність, яка виявляється у прозорості ринку та комунікаційних заходах, а також у зацікавленості у високих стандартах співпраці з нашими акціонерами, діловими партнерами та підрядниками.

3.8.3 Навколишнє середовище

Створюючи технологічні рішення, виготовляючи нашу продукцію та постійно розвиваючи власну інфраструктуру, ми прагнемо забезпечити, щоб діяльність Компанії підтримувала державні стандарти з охорони довкілля. Це стосується впливу нашої продукції та виробничого процесу на використання природних ресурсів. Постійно контролюючи екологічні аспекти нашого бізнесу та стежачи за змінами в законодавстві України в цій галузі, ми відповідально управляємо всіма процесами в Компанії, спираючись на міжнародний досвід щодо охорони природних ресурсів та національні нормативні документи. Це стосується і нашої продукції, яка не тільки відповідає найвищим стандартам й адаптована до зовнішніх норм, а й підпадає під жорсткі внутрішні вимоги екологічної безпеки Групи компаній «Śniezka».

Основна мета екологічної стратегії Групи компаній «Śniezka» – захист природних ресурсів шляхом дотримання та впровадження екологічних вимог та якості, а також формування

правильного ставлення та обізнаності працівників в екологічних аспектах. Неодмінною умовою гармонійного розвитку Компанії є найвища якість продукції з урахуванням уподобань покупців, кон'юнктури ринку та турботи про навколишнє середовище.

Екологічні заходи в Компанії проводять відповідно до чинних законодавчих вимог, розроблених положень та інструкцій. Інтегрована екологічна стратегія та управління якістю Компанії акцентують на таких аспектах:

- провадження виробничих і технологічних процесів відповідно до законодавчих норм та на основі сучасних рецептурних і технічних рішень;
- турбота про навколишнє середовище – від початкового проектування виробів та всього їхнього життєвого циклу до питань, пов'язаних із захистом води, повітря, ґрунту й енергоресурсів;
- ведення належного енергоменеджменту шляхом постійного моніторингу споживання та впровадження системи управління енергоресурсами;
- досягнення енергоефективності за рахунок зниження енергоспоживання технологічних процесів, що підтверджено отриманням сертифікатів енергоефективності;
- врахування вимог охорони навколишнього природного середовища та умов належного використання його ресурсів;
- використання високоякісної сировини та її замовлення лише у професійних і надійних постачальників;
- дослідження та розробки, спрямовані на лабораторну, експериментальну перевірку припущень щодо промислових технологій у сферах впровадження нових або вдосконалених екологічно чистих технологій;
- суворий контроль окремих рівнів технологічних етапів, постійний контроль за якістю сировини та готової продукції задля задоволення вимог, потрібних для екологічного маркування;
- ретельні випробування кінцевого продукту з урахуванням його впливу на навколишнє середовище;
- застосування високих стандартів у галузі охорони та безпеки праці;
- підвищення обізнаності працівників та інших зацікавлених сторін в екологічних аспектах діяльності (про ризик можливих аварій, що негативно впливають на навколишнє середовище, економічні й екологічні наслідки відходів та забруднення, а також переваги їхнього зменшення, включаючи вплив на престиж і конкурентоспроможність Компанії);
- раціональне поводження з відходами виробництва й упаковкою продукту.

Проводячи свою діяльність, ТзОВ «Снежка-Україна» докладает всіх зусиль, щоб працювати відповідно до всіх чинних норм.

У зв'язку з виробничими технологічними процесами Компанія має дозволи на ведення діяльності, в яких докладно визначено умови користування навколишнім середовищем.

Компанія регулярно контролює вплив на довкілля, ведучи облік споживання викидів і скидів забруднювальних речовин і відходів.

Як суб'єкт господарювання в галузі будівельної хімії ми усвідомлюємо, що наша діяльність має бути екологічно чистою, виробничі процеси відбуваються на засадах відповідальності на кожному етапі життя продукту – від його проектування до впровадження на ринок.

Охорона навколишнього середовища охоплює процеси, пов'язані з діяльністю Компанії у сферах закупівлі, виробництва, зберігання, продажу та їхнім аналізом щодо впливу на довкілля. Дані моніторингу та проведених вимірювань охоплюють:

- оцінку екологічних показників;
- оцінку відповідності дотримання законодавчих та інших норм;
- відстеження прогресу у виконанні зобов'язань щодо екологічної політики;
- оцінку функціонування процесів охорони довкілля.

Компанія враховує постійний лабораторний контроль за властивостями сировини й готової продукції та виконує вимоги щодо застосування екологічного маркування. В Україні процедуру екологічної сертифікації та маркування виробів здійснює орган з оцінки відповідності «Центр екологічної сертифікації та маркування» ВГО «Жива планета», що є членом Глобальної мережі екологічного маркування (The Global Ecolabelling Network, GEN). Відповідно екологічно сертифіковану продукцію ця організація маркує знаком «Зелений журавлик». Продукція, позначена цим знаком, має поліпшені показники безпеки й екологічні характеристики, порівняно з тією, що відповідає загальнообов'язковим державним нормам безпеки щодо впливу на стан довкілля та здоров'я людини.

Компанія як відповідальний виробник в Україні також піклується про поліпшення екологічних і якісних характеристик продукції своїх торговельних марок. Для цього Компанія модернізує виробництво, оновлюючи обладнання й удосконалюючи технологічні процеси. Компанія постійно стежить за виробничими процесами та вивчає їхній вплив на довкілля на всіх етапах життєвого циклу виробів. Продукція (на водній основі) Компанії, пройшовши повторну процедуру перевірки та незалежну експертну оцінку дотримання вимог екологічних стандартів на всіх етапах життєвого циклу, підтвердила відповідність екологічним критеріям, її внесено до Реєстру екологічно сертифікованої продукції.

Екологічні вимоги Компанія реалізує шляхом постійного нагляду та виконання зобов'язань.

Екологічні цілі Компанії включають:

- захист природних ресурсів шляхом дотримання та виконання екологічних вимог;
- формування правильного ставлення та поінформованості працівників шляхом відповідного поведіння з відходами й упаковкою;
- зменшення обсягу забруднювальних речовин, що потрапляють у повітря, захист води та ґрунту.

Екологічні аспекти класифікують як важливі в межах діяльності Компанії:

- викид летких органічних сполук та пилу;
- утворення відходів, зокрема як вторинної сировини;
- каналізація: господарсько-побутові та дощові стоки.

Діяльність Компанії, відповідно до екологічних вимог, відображено у сферах: ефективного споживання сировини та енергоресурсів, нормативного викиду забруднювальних речовин в атмосферне повітря, воду та ґрунт, раціонального поведіння з відходами, зокрема як вторинної сировини, а також виконання технічного регламенту, що підвищує безпеку технологічного устаткування. Впровадження нових інвестицій базується на новітніх доступних технологіях. Компанія постійно шукає технологічні рішення, завдяки яким можна буде надалі вдосконалювати екологічні параметри в різних аспектах діяльності.

Вода, яку використовує Компанія, надходить із мережі, тому підприємство не застосовує джерела води, які можуть негативно вплинути на водні ресурси регіону. Компанія не переробляє воду для повторного використання.

Компанія не має рослин, що є в заповідних зонах або в районах, цінних з погляду біорізноманіття. Таким чином, її рослини та продукція не створюють загрози для цього регіону.

Компанія викидає в навколишнє середовище прямо та опосередковано парникові гази. Основними джерелами прямих викидів (CO₂, NO₂) є автотранспорт.

Компанія використовує електроенергію з мережі, яка є непрямими викидами парникових газів, що утворюються під час виробництва цієї енергії.

Компанія систематично замінює автопарк, який використовує у своїй господарській діяльності.

Компанія не переробляє відходи самостійно, а всі утворені відходи спрямовує на утилізацію, переробку, використання ліцензованим підприємствам, що спеціалізуються на поводженні з відходами.

Процеси виробництва готової продукції не утворюють небезпечних відходів.

У рамках зазначених вище заходів Компанія:

- навчає персонал щодо змін у правилах охорони навколишнього середовища та підвищує поінформованість працівників щодо заходів, які здійснює Компанія в рамках охорони довкілля, чинних екологічних аспектів, екологічної політики, загроз та екологічних аварій, протидії шкідливим економічним звичкам та екологічним наслідкам відходів і забруднення;
- здійснює постійний лабораторний контроль за властивостями сировини й готової продукції та виконує вимоги щодо застосування екологічного маркування, турбуючись про виготовлення виробів, які відповідають екологічним критеріям та вимогам СОУ OEM 08.002.12.019:2017 оцінки життєвого циклу.

Протягом 2019 року всі проведені організаційно-виробничі заходи відбувалися відповідно до плану, а реалізація цілей та завдань відзначалася турботою про природне середовище.

У зв'язку з проведенням виробничої діяльності ТзОВ «Снежка-Україна» використовує навколишнє середовище та здійснює оплату за його використання. Ці витрати можна розділити на дві основні групи:

- витрати на безпосереднє використання навколишнього середовища: що включає плату за викид сполук у повітря внаслідок виготовлення виробів, спалювання палива у двигунах внутрішнього згоряння, скидання дощових стоків;
- витрати на непряме використання навколишнього середовища, включаючи плату за виконання зобов'язання з рекуперації та переробки, пов'язаної з впровадженням упаковки з продукцією на внутрішній ринок, а також плату за утилізацію та захоронення відходів.

2019 року Компанія не порушувала законодавства, що підтверджує відповідальність за охорону навколишнього середовища.

3.9 Наша продукція

Продукція є показником діяльності Групи компаній «Śnieżka», яку виробляють для потреб кінцевого споживача. Основні вироби, які виготовляють компанії Групи, призначені для ремонтно-опоряджувальних робіт, – це, зокрема, водоемульсійні фарби для інтер'єрів і фасадів, ґрунтувальні засоби, емалі для захисту деревини і металу, шпаклювальні гладі, лаки, імпрегнати тощо. Основна мета Групи компаній «Śnieżka» – виробляти високоякісну продукцію, яка відповідатиме очікуванням клієнтів. Група спрямовує свій час і ресурси на створення нових продуктових лінійок та вдосконалення наявних виробів, започаткування нових брендів і модернізацію та збереження традицій уже відомих марок Групи, а також постійно опрацьовує

продуктове портфоліо, розширюючи його та поліпшуючи відповідно до очікувань найвибагливіших споживачів. Виробництво ґрунтується на засадах екологічної продукції, яка є безпечною для екосистеми, середовища і здоров'я людей. Усі вироби Групи виготовляють за рецептурами, які створив центр досліджень і розробок, розташований на території АТ «ФіЛ «Śnieżka» в Польщі.

Готова продукція – це суміш різної сировини, кожна з яких виконує свої важливі функції. На етапі розробки продукту сировину добирають так, щоб готовий продукт відповідав технічним параметрам і показникам якості, а також законодавчим нормам і стандартам України, та, в підсумку, задовольнив потреби кінцевого споживача.

На етапі тестування готового продукту за розробленою рецептурою виробник проводить кваліфікаційні, приймально-здавальні та сертифікаційні випробування на відповідність технічним параметрам та показникам якості, які закладено в нормативній документації виробу. Після цього виріб у тестовому режимі наносять на відповідні основи, таким чином, він проходить практичне випробування. Після проходження успішних кваліфікаційних випробувань продукцію скеровують для серійного випуску на виробництво.

За потреби замінити сировину у виробі відбувається повторний процес кваліфікаційних приймально-здавальних і сертифікаційних випробувань продукту. Сировину оцінюють і перевіряють на відповідність параметрам якості, вимогам чинного санітарного законодавства України та на її сумісність із поточною рецептурою. Усі випробувальні, виробничі й технологічні процеси обов'язково повинні відповідати нормативним документам та законодавству України.

На завершальному етапі продукцію оцінюють за показниками якості, що відповідають національним (міждержавним) стандартам та іншим нормативним документам.

Щодо відповідності продукту нормам українського законодавства, то Компанія значну увагу приділяє безпечності продукції для життя і здоров'я населення й довкілля. Кожен виріб має сертифікат якості, технічну карту, паспорт безпеки, сертифікат відповідності, протокол випробувань незалежних атестованих лабораторій, висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи.

3.10 Сертифікація

Компанія в межах стратегічного розвитку веде свою діяльність, опираючись на засади екологічної політики і дбаючи про виготовлення продукції, безпечної для здоров'я людини та довкілля. Усю продукцію ТМ Śnieżka, виготовлену на водній основі, внесено до Реєстру екологічно сертифікованої продукції та марковано знаком «Зелений журавлик», а отриманий екологічний сертифікат від 26.12.2017 №UA 08.002.337 підтверджує її екологічні переваги. Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу лакофарбових матеріалів Компанія проходить на добровільних засадах. Процедура оцінки лакофарбових продуктів в Україні щодо екологічних вимог відповідає програмі екологічного маркування ЄС, міжнародним стандартам і відбувається за схемою згідно з ДСТУ ISO 14024. Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу лакофарбових матеріалів визначено за стандартом COU OEM 08.002.12.019:2014, який відповідає вимогам програми екологічного маркування ЄС (Ecolabel EU).

Таблиця 12. Добровільні сертифікати

	<p>«Зелений журавлик» – це український знак екологічного маркування, зареєстрований Міністерством юстиції України, номер реєстраційного свідоцтва від 18.02.2002 р. №444. Цей маркувальний знак зображує зелений паросток у вигляді журавлика на тлі Землі, що є символом життя. Під основним зображенням знака є код екологічного стандарту, згідно з яким продукція пройшла сертифікацію. Маркування упаковок знаком «Зелений журавлик» підтверджує, що вироби пройшли сертифікацію і є безпечними для здоров'я людини й довкілля.</p>
---	--

3.11 Маркетингова комунікація

Компанія працює відповідно до визначеної маркетингової стратегії, яка дозволяє досягти ключових бізнес-цілей Групи та Компанії. Товариство орієнтується на споживачів, щоб гарантувати їм максимальне задоволення від продуктів, які вони купують, забезпечуючи при цьому очікувані результати для Компанії.

У звітному періоді Компанія провела низку комунікаційних заходів, що підтримують цілі продажу. У літній період реалізувала кампанію з розміщення реклами на білбордах для колекції фарб марки PLATINIUM. Також упродовж року тривала рекламна кампанія в Інтернеті, метою якої було популяризувати вироби таких торгових марок: Śnieżka, VIDARON і FOVEO TECH. Компанія надалі втілювала партнерську програму та проводила заходи з розширення мережі Фірмових салонів та Спеціалізованих магазинів «Śnieżka», залучаючи до проекту додаткові будівельні магазини.

У меншому обсязі було реалізовано рекламну підтримку інших виробів з портфолію Компанії, включаючи пропозицію продукції для системи утеплення FOVEO TECH, яку здебільшого було орієнтовано на майстрів і будівельні бригади.

Виразний, оригінальний, однозначний та привабливий для покупців імідж бренду надзвичайно важливий для досягнення успіху на ринку. Саме тому протягом року підтримку марок Групи компаній «Śnieżka» здійснювали шляхом різних акцій та активностей в Інтернеті, соціальних мережах за допомогою інфлюенсер-маркетингу.

Велику увагу було зосереджено на аналізі даних та роботі над KPI. Компанія перевіряє ефективність маркетингової діяльності двома способами: регулярно проводячи дослідження показників марки й дослідження іміджу, а також здійснює аналіз конкуренції.

Компанія прагне забезпечити, щоб маркетингова комунікація, яку створює, відповідала найвищим ринковим та етичним стандартам.

3.12 Соціальна відповідальність

Як соціально відповідальна компанія «Снежка-Україна» приділяє чимало уваги мешканцям місцевих громад, поблизу яких вона працює. Дбаючи про якість виробничих процесів,

підключає про навколишнє середовище та забезпечуючи населення робочими місцями, ми активно підтримуємо соціальні ініціативи суспільства. Водночас Компанія реалізує і загальноукраїнські, і локальні соціальні програми, зокрема всеукраїнські програми «Кольоровий світ дитинства» й «Навчально-практичні центри «Śniezka».

«Кольоровий світ дитинства»

«Кольоровий світ дитинства» – це аналогічна програма польського проекту «Дитячий світ у кольорах». У рамках цього авторського проекту «Сніжка-Україна» оновлює й розмальовує яскравими ілюстраціями відділення в дитячих українських лікарнях. Проект успішно мандрує Україною, його втілено у Львові, Новояворівську, Яворові, Луцьку, Тернополі, Рівному, Житомирі, Івано-Франківську, Сумах, Вінниці. 2019 року «Кольоровий світ дитинства» прикрасив ще один заклад – Хмельницьку міську дитячу лікарню, де оновлено й розмальовано хірургічне відділення площею 568 м². За 8 років існування програми опоряджено й розмальовано інтер'єри у 12 дитячих медичних установах України.

«Навчально-практичні центри «Śniezka»

Упродовж п'яти років Компанія «Сніжка-Україна» співпрацює з навчальними закладами професійної освіти України у сфері соціально-державного партнерства. За цей час створено дванадцять навчально-практичних центрів «Śniezka». Для якісної підготовки майбутніх майстрів Компанія спільно з освітніми закладами облаштовує навчальні кабінети і майстерні відповідно до професійного спрямування, зокрема, для малярів-опоряджувальників – це осередок «Śniezka», для навчання столярів – навчальну платформу «VIDARON», для фахівців за професією «Монтажник систем утеплення будівель» – «FOVEO TECH». Відповідно учні НПЦ «Śniezka» освоюють теоретичні знання й здобувають практичні вміння з професійного застосування сучасних лакофарбових матеріалів. У центрах щорічно відбуваються різноманітні змагання, заходи та майстер-класи, які мотивують учнів до набуття практичних навичок у професії. Після закінчення навчального закладу випускники за вказаними професіями отримують не лише диплом освітньої установи, а й сертифікат від відомого виробника про освоєння та практичне застосування сучасних лакофарбових матеріалів.

2019 року було відкрито ще два центри в професійних навчальних закладах Черкас та Харкова. Торік Компанія «Сніжка-Україна» за підтримки Департаменту професійної освіти та Міністерства освіти і науки України також провела конкурс «Оздоблення готового дерев'яного виробу за допомогою виробів VIDARON» для учнів, що навчаються за професіями «Столяр», «Столяр будівельний», «Виробник художніх виробів з дерева», «Деревообробник будівельний». У змаганнях узяли участь команди дев'яти професійно-технічних навчальних закладів України, в яких працюють навчально-практичні центри «Śniezka».

4. Управління ризиками

У цій главі представлено значні чинники ризику та загрози для Компанії.

У зв'язку з тривалою пандемією захворювання COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, і за відсутності на дату складання річного звіту Компанії за 2019 рік надійної та повної інформації й даних про її вплив у майбутньому, як у випадку з усіма юридичними особами, що

працюють в Україні та в усьому світі, на думку Дирекції Компанії, неможливо представити будь-які можливі значні чинники ризику та загрози для діяльності Компанії.

Дирекція Компанії здійснюватиме моніторинг потенційного впливу та вживатиме всіх можливих заходів для пом'якшення будь-яких негативних наслідків для Компанії, якщо вони будуть. Однак, оскільки неможливо отримати достовірні припущення, на сьогодні всі прогнози щодо майбутнього – особливо оцінки ризиків, пов'язаних з операцією Компанії, – потрібно, на думку Дирекції, проаналізувати з урахуванням зазначеної вище інформації.

Окрім того, Компанія визначила чинники ризику, що можуть впливати на нефінансові результати. Їх описано [в пункті 3.4 звіту](#).

4.1 Ризик, пов'язаний з макроекономічною ситуацією

Макроекономічні умови відіграють важливу роль для ТЗОВ «Снежка-Україна». Зміни в економічному, соціальному та політичному середовищі в Україні можуть негативно вплинути на діяльність Компанії та її фінансові результати.

Ризик, який стосується макроекономічної ситуації, для Компанії здебільшого пов'язаний з:

- **Пандемією COVID-19**

Не можна відкидати короткостроковий чи довгостроковий економічний спад у майбутньому, спричинений пандемією COVID-19. На цьому етапі його тривалість та можливі наслідки для Компанії неможливо визначити.

- **Зниження купівельної спроможності суспільства внаслідок уповільнення економічного зростання або спаду**

В Україні може виникнути ризик зниження купівельної спроможності суспільства. Потенційно його може викликати: відсутність реформ (що може обмежити допомогу з боку МВФ та Європейського Союзу), загострення конфліктів на Сході країни.

Зростання інфляції в Україні, спричинене збільшенням витрат на енергоносії та підвищенням мінімальної заробітної плати, може призвести до скорочення споживання домогосподарств. Це може скоротити витрати на ремонт та модернізацію квартир.

- **Погіршення стану будівельної галузі**

У звітному періоді відбулося зменшення використання виробничих потужностей Компанії. Збільшення витрат на оплату праці та труднощі з підбором працівників можуть призвести до того, що будівельний сектор не зможе задовольнити інвестиційні потреби, а це може негативно вплинути на попит на декоративні вироби. Ймовірно зниження споживання, погіршення настроїв населення та зростання цін на помешкання можуть призвести до зниження попиту на житло як на первинному, так і на вторинному ринку. Це також може призвести до скорочення витрат на реконструкцію та модернізацію житла, які здебільшого визначають попит на декоративні фарби.

- **Стан та кредитна політика банків**

2019 року банки посилили свою кредитну політику у сфері надання житлових та споживчих кредитів. Зменшення відсоткових ставок на банківські позики може позитивно вплинути на попит на квартири та масштаби оновлення наявних житлових ресурсів. Однак такий ризик залишається в Україні, оскільки банківський сектор надалі слабкий.

4.2 Стратегічний ризик

Стратегічний ризик пов'язаний із загрозою негативних фінансових наслідків, що їх можуть спричинити неправильні рішення, ухвалені Компанією на основі хибної оцінки стратегічних напрямів розвитку організації, зокрема:

- Неправильна оцінка майбутньої динаміки розвитку ринку лакофарбових матеріалів. Швидший темп зростання ринку, ніж припускає Компанія, може призвести до того, що вона не адаптує виробничий потенціал до підвищеного попиту та втратить своє нинішнє ринкове становище;
- Хибні прогнози потреб споживачів з погляду й обсягу попиту на вироби, й особливостей товару.
- Неправильна оцінка майбутніх конкурентних активностей, яка може призвести до того, що Компанія втратить лідерські позиції на ринку.

4.3 Ризик, пов'язаний з операційною діяльністю

Не можна відкидати, що пандемія COVID-19 у майбутньому може спричинити низку негативних наслідків у зоні операційної діяльності Компанії, включаючи, наприклад, перебої та простої в роботі виробничих цехів, обмежену наявність сировини для виробництва та збільшення її вартості або проблеми з постачанням чи дистрибуцією продукції.

Станом на дату складання річного звіту Компанії за 2019 рік неможливо оцінити ймовірність таких сценаріїв та масштаб можливих наслідків у сфері операційної діяльності Компанії. Наразі Дирекція Компанії не помічає прямого впливу спалаху хвороби COVID-19 на діяльність Компанії, за винятком незначного тимчасового обмеження частини виробництва. Це рішення було ухвалено внаслідок епідеміологічної діяльності української влади проти пандемії. Інформацію про це представлено [в пункті 1.5 звіту](#).

Проводячи операційну діяльність, Компанія наражається на багато видів операційного ризику, таких як:

Порушення й перебої в роботі виробничих установок через поломки та стихійні лиха

Для зменшення цього виду ризику Компанія проводить постійну політику профілактичного обслуговування, що полягає у плануванні та здійсненні різних заходів для уникнення аварій і небажаних зупинок. Йдеться про:

- періодичні огляди основних засобів та обладнання;
- технічне обслуговування та ремонт;
- регулярна і планова заміна деталей;
- дослідження, діагностика та аналіз;
- ефективне усунення пошкоджень та повернень;
- забезпечення безперервної подачі електроенергії в разі відключення електричної енергії за допомогою власних генераторів, підключених до внутрішньої електромережі відповідного розміру.

Компанія має актуальні договори страхування майна з низкою додаткових пунктів, у тому числі проти наслідків стихійних лих.

Ризик, пов'язаний з наявністю сировини для виробництва та підвищенням її ціни

У сфері стратегічної сировини існує постійний ризик, пов'язаний із високою чутливістю до зміни цін, що виникає внаслідок глобального співвідношення попиту та пропозиції й наявності

сировини. Лакофарбова промисловість сильно залежить від цін на титанові білила (TiO₂). Ймовірно збої та простої на заводах, що виробляють цю сировину, можуть спричинити труднощі з постачанням та призвести до підвищення її вартості. Компанія також зазнає ризику зростання цін на іншу сировину, яку використовує для виробництва.

Компанія постійно контролює та регулярно аналізує всі ринкові сигнали і стратегічні кроки постачальників, щоб пристосувати ділові операції до очікувань у сфері попиту та пропозиції на сировину. Також зосереджується на підвищенні ефективності ланцюгів поставок та стійкій диверсифікації джерел сировини.

Ризик постачання

Основний ризик для Компанії у сфері постачання пов'язаний головню зі збільшенням цін на сировину залежно від вартості нафти, зростанням транспортних витрат, тимчасовим або довгостроковим обмеженням доступу до сировини та зміною валютних курсів.

Щоб мінімізувати ці ризики, Компанія регулярно аналізує інформацію про стратегічні кроки зацікавлених сторін з погляду адаптації прогнозів закупівлі до поточної та прогнозованої цінової ситуації. Триває постійний діалог з постачальниками у сфері плавного регулювання попиту та пропозиції. Компанія також оцінює, що наявні відносини та співпраця з постачальниками не викликають залежності від будь-кого з них так, що це може негативно вплинути на діяльність усієї Компанії.

Ризик, пов'язаний з розподілом продукції

Існує ризик, пов'язаний зі зменшенням доступності продуктів Компанії, що є наслідком стратегій, які реалізують ділові партнери (торговельні мережі) та прямі конкуренти. Компанія намагається мінімізувати цей ризик шляхом розвитку багатоканального продажу.

Ризик, пов'язаний із надмірними запасами

Зміни в асортименті продукції та частки окремих сегментів продажу змушують постійно контролювати рівень запасів сировини й готової продукції. Знижений попит на продукцію Компанії може призвести до накопичення надмірних запасів та потреби списувати їх.

Ризик, пов'язаний з обмеженням інфраструктури

Відсутність достатньої виробничої потужності в поєднанні з інтенсивним розвитком може в майбутньому спричинити інфраструктурні обмеження для ефективно реалізації бізнес-цілей. Щоб запобігти цьому ризику, Компанія модернізує та розширює свої виробничі лінії. 2019 року Компанія розпочала будівництво та реконструкцію з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб.

4.4 Ризик, пов'язаний з конкуренцією

Компанія на ринку України проводить діяльність в умовах сильної конкуренції з боку і міжнародних, і національних підприємств. Конкуренція на ринку сприяє розвитку ринкових відносин між суб'єктами господарювання, також вона стимулює виробників до якісних позитивних змін у виробничому процесі й мотивує підвищувати рівень продуктивності виробництва. Водночас конкуренція обумовлює певні ризики, зокрема, пов'язані із появою на ринку нових гравців, активізацією й посиленням діяльності конкурентів, підвищенням їхніх позицій на ринку, випуску конкурентами нових аналогічних продуктів тощо. Завдання компанії – вчасно оцінювати конкурентні ризики й мінімізувати їх, розробляючи і реалізуючи заходи, спрямовані на недопущення несприятливих дій і явищ для підприємства.

2019 року суттєвих змін у співвідношенні основних гравців серед виробників лакофарбових матеріалів на ринку не відбулося. Ризик, пов'язаний з конкурентною діяльністю, Компанія намагається зменшити належно спланованими маркетинговими та збутовими діями, щоб підтримати продаж продукції зі свого портфоліо.

4.5 Ризик, пов'язаний із захистом навколишнього середовища

Використовуючи різну сировину в технологічних процесах, Компанія приділяє особливу увагу охороні навколишнього середовища. Тому проводять обов'язкові перевірки екологічної відповідальності задля визначення ризику, моніторингу дій щодо виконання екологічних зобов'язань та оцінки змін експозиції компанії. Компанія також докладає щонайбільше зусиль, щоб вести свою діяльність на засадах відповідального ставлення до охорони навколишнього середовища, а також розробляє технології та впроваджує інновації, які зменшують негативний вплив на довкілля.

Ризик, пов'язаний з охороною навколишнього природного середовища, в Компанії включає навантаження на викиди, скиди та утворення відходів.

Однак екологічний ризик розглядають як посилення на різні екологічні аспекти – як внутрішні, так і зовнішні. Величиною додаткових витрат може бути збільшення плати за використання навколишнього середовища, штрафи за недотримання вимог законодавства і, як наслідок, припинення виробництва. Потенційне недотримання Компанією екологічних стандартів може також призвести до втрати кінцевих споживачів тих виробів, які негативно впливають на природне середовище.

Екологічні заходи Компанії проводять відповідно до чинних законодавчих вимог.

4.6 Фінансовий ризик

Не можна відкидати, що пандемія COVID-19 у майбутньому може спричинити низку несприятливих наслідків у сфері фінансів Компанії, включаючи, наприклад, проблеми з дефолтами контрагента або з ліквідністю. Також існує ризик значного збільшення витрат унаслідок зниження рентабельності через тривале зміцнення валют, особливо польського злотого та євро, за які купують значну частину сировини та упаковки, з одночасною неможливістю перенести зростання витрат на ціну продукції, виробленої Компанією, через ринкові умови. Станом на дату складання річного звіту Компанії за 2019 рік неможливо оцінити ймовірність здійснення такого сценарію та масштаб зазначеного вище, а також можливі наслідки у сфері фінансів і ліквідності Компанії.

Валютний ризик

У своїх операціях Компанія наражається на ризик зміни валютних курсів. Компанія імпортує сировину та упаковку, які використовують для виробництва фарб і лаків, та здійснює оплату в польському злотому та євро, тому найбільший валютний ризик для Компанії – пов'язаний зі зміною курсу PLN та EUR до UAH.

Для мінімізації негативного впливу зміни валютних курсів на генеровані доходи та прибутки Компанія проводить постійний аналіз валютного ризику. Станом на дату підготовки звіту через дуже високу мінливість на валютних ринках, що є наслідком тривалої пандемії хвороби COVID-19, за останні тижні до опублікування документа цей ризик значно збільшився.

Інформацію про валютний ризик також містить [фінансова звітність примітка 20](#).

Процентний ризик

Компанія не має кредитних та лізингових зобов'язань зі змінною відсотковою ставкою. Отже, вона не наражається на ризик підвищення процентних ставок.

Ризик, пов'язаний з контролем дебіторської заборгованості

Компанія продовжує та розробляє прийнятну досі політику управління дебіторською заборгованістю на основі співпраці з перевіреними та довгостроковими партнерами. Компанія активно управляє кредитним ризиком контрагента, розуміючи його схильність до дефолту. Це відбувається шляхом обмеження та моніторингу торгового кредиту залежно від його фінансового стану й динаміки розвитку. Політика регулювання лімітів торгових кредитів та умов оплати тісно пов'язана зі знижкою післяпродажу за своєчасні платежі, надані клієнтам, що додатково захищає інтереси Компанії.

Ризик ліквідності

Ризик втрати ліквідності пов'язаний зі здатністю компанії сплачувати поточні зобов'язання та мати кошти для фінансування своїх операцій. Компанія постійно контролює терміни погашення дебіторської заборгованості та зобов'язань, прагнучи підтримувати фінансовий баланс. Загрозою для Компанії може бути посилення кредитної політики з боку банків, обмеження можливостей отримання зовнішнього фінансування.

Станом на 31 грудня 2019 року Компанія не мала проблем зі своєчасним погашенням своїх зобов'язань, про що свідчать коефіцієнти ліквідності.

4.7 ІТ-ризик

Збої ключових ІТ-систем або несанкціонований доступ через кіберзлочинність або інші події можуть мати прямий вплив на виробничі процеси, конкурентну позицію та репутацію Компанії.

Для мінімізації цього ризику Компанія розробляє та оновлює системи, які використовують для гарантування інформаційної безпеки, відділ ІТ постійно контролює безпеку, регулярно створює резервні копії ключових даних та має широкий антивірусний захист до фішингових даних.

Триває робота з підвищення рівня обізнаності працівників у контексті кібербезпеки. Ці заходи є частиною довгострокового плану з підвищення обізнаності працівників, побудови профілактичних заходів, виявлення та реагування на кіберзагрози.

4.8 Ризик, пов'язаний із втратою кваліфікованого персоналу

Компанія інвестує в розвиток своїх співробітників з погляду набуття і нових знань, і практичного досвіду. Завдяки цим інвестиціям Компанія має значну цінність – висококваліфікований та досвідчений персонал. У Компанії постійно збільшується відсоток робочих місць, зайнятих висококваліфікованими людьми зі спеціальними знаннями в різних сферах бізнесу. Цінність таких працівників має вирішальне значення для створення та підтримки конкурентної переваги ТзОВ «Снежка-Україна», і їхня втрата може призвести до зниження ефективності та погіршення бізнес-можливостей.

Враховуючи ризик втрати кваліфікованого персоналу, компанії Групи проводять кадрову політику, основними елементами якої є:

- моніторинг ротації;

- побудова програм утримання, які забезпечують безперервність і безперебійність роботи та перетворюють на збереження знань і досвіду в організації.

Важливим елементом цієї стратегії є також розвиток управлінських навичок та стилів керівництва серед керівників висококваліфікованих працівників.

4.9 Юридичний ризик

Не можна відкидати, що через пандемію хвороби COVID-19, спричинену коронавірусом SARS-CoV-2, правові рішення, які запровадили державні органи, включаючи Постанову Кабінету Міністрів України №211 від 11 березня 2020 року «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» з подальшими змінами та доповненнями, й інші правові інструменти, які буде впроваджено в майбутньому, матимуть вплив на діяльність Компанії. На дату складання річного Звіту про управління за 2019 рік неможливо оцінити їхній потенційний вплив на Компанію.

Нормативне регулювання в Україні, яке має вплив на лакофарбову промисловість, постійно зазнає змін та характеризується все більшою складністю.

Щоб запобігти цим ризикам, Компанія постійно відстежує зміни в законодавстві, які можуть вплинути на виробництво, та докладає зусиль, щоб динамічно адаптувати до них технологічний процес.

Існує також ризик, пов'язаний зі зміною підходів державних органів до тлумачення норм податкового законодавства. Незважаючи на те, що Компанія дотримується і внутрішніх, і законодавчих актів про бухгалтерський облік, інформацію, яку містять податкові декларації та інші звітні документи, податкові органи можуть визнати як недостовірну. Якщо податкові органи застосовуватимуть інший підхід до тлумачення податкових норм, аніж той, що його використовує Компанія для обчислення податкового зобов'язання, ця ситуація може мати суттєвий вплив на фінансові результати Товариства.

5. Корпоративна інформація

5.1 Системи внутрішнього контролю та управління ризиками підготовки фінансової звітності

Основні принципи, що їх використовує Компанія в частині систем внутрішнього контролю та управління ризиками щодо процесу підготовки фінансової звітності, базуються на правових нормах та стандартах, зокрема:

- Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку;

- Міжнародні стандарти фінансової звітності, пов'язані з ними тлумачення, оголошені у формі регламентів Європейської Комісії;
- Закон про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні (у питаннях, не врегульованих МСБО / МСФЗ).

Станом на 31 грудня 2019 року кінцевою контролюючою стороною Компанії було АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka» (Польща). Контроль за діяльністю Компанії здійснює Ревізійна комісія.

5.2 Статут

ТОВ «Снежка-Україна» (надалі «Компанія») є товариством з обмеженою відповідальністю, яке створено за українським законодавством. Протягом звітного періоду діяв Статут Компанії в редакції від 15 лютого 2019 року. Основна діяльність Компанії полягає у виробництві та продажу лакофарбової продукції й інших виробів будівельного призначення.

Юридична та фактична адреси Компанії: Україна, Львівська обл., Яворівський р-н, м. Яворів, вул. Привокзальна, 1-а.

Зміни до Статуту вносять за рішенням Зборів учасників Товариства та внесенням відповідного запису до Єдиного державного реєстру підприємств, організацій та установ.

Згідно зі Статутом, органами правління Товариством є:

- Загальні Збори учасників Товариства;
- Ревізійна комісія;
- Дирекція.

Зміни у Статуті Товариства за 2019 рік

15 лютого 2019 року Протоколом загальних Зборів учасників Товариства №2/2019 затверджено нову редакцію Статуту. Перелік змін:

- Зміна складу учасників Товариства;
- Зміни, пов'язані з потребою виконання вимог Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» щодо приведення у відповідність статутів товариств, які було затверджено до моменту ухвалення згаданого закону.

5.3 Збори учасників

Станом на 31 грудня 2019 та 2018 років учасниками Компанії були такі контрагенти:

	Станом на 31 грудня 2019 року	Станом на 31 грудня 2018 року
Акціонерна Компанія лако-фарбова фабрика «Снежка» (Польща)	83.48%	82.52%
Ройзен І.	15.60%	15.60%
Кардаш Ж. С.	0.00%	0.96%
Помилуйко П. М.	0.67%	0.67%
Голод Н.О.	0.25%	0.25%



Усього	100.00%	100.00%
---------------	----------------	----------------

Повноваження загальних Зборів учасників ТзОВ «Снежка-Україна» визначено в §7 Статуту. Кожен з учасників Товариства на Зборах учасників має кількість голосів, пропорційну розміру його частки у статутному капіталі. Голосування на Зборах учасників відбувається за таким принципом: на 0,01 відсотка статутного капіталу припадає один голос. Учасник Товариства не має права голосу при вирішенні загальними зборами Товариства питань щодо здійснення з ним правочину та спору між ним і Товариством.

Відповідно до Статуту, загальні збори ТзОВ «Снежка-Україна» проводять:

- у місті Яворові, де розташована Компанія;
- в іншому місці, яке визначають учасники Товариства;
- шляхом опитування учасників Товариства на порядку денному.

Загальні Збори учасників уповноважені вирішувати всі питання діяльності Компанії, у тому числі й ті, які загальні Збори учасників передали до компетенції Дирекції.

5.4 Ревізійна комісія

Принципи призначення членів Ревізійної комісії

Відповідно до §7 Статуту Товариства, контроль за діяльністю Дирекції проводить Ревізійна комісія, яку створюють загальні Збори учасників з їхнього числа. Члени Ревізійної комісії можуть бути в будь-який момент відкликані (переобрані) загальними Зборами учасників. Члени Дирекції не можуть бути членами Ревізійної комісії.

Строк повноважень Ревізійної комісії – 5 років.

Склад Ревізійної комісії:

З 1 січня по 13 вересня 2019 року до складу Ревізійної комісії входили:

- Голова Ревізійної комісії – Ярослав Коцік;
- Члени Ревізійної комісії: Вітольд Васько, Наталія Голод.

З 14 вересня 2019 року та станом на дату опублікування звіту до складу Ревізійної комісії входили:

- Голова Ревізійної комісії – Славомір Вількос;
- Члени Ревізійної комісії: Вітольд Васько, Наталія Голод.

Діяльність Ревізійної комісії

До своєї діяльності Ревізійна комісія може на договірних засадах залучати відповідних спеціалістів або користуватися послугами аудиторських фірм. До компетенції Ревізійної комісії належить вибір аудиторської фірми, яка проводить аудит річних фінансових звітів Компанії. Ревізійна комісія обирає професійного аудитора, не пов'язаного майновими інтересами з Компанією чи її учасниками, який на підставі укладеної з Компанією угоди, щороку проводить аудит фінансових звітів Товариства за попередній календарний рік. Аудит (ревізію) діяльності проводять уповноважені аудиторські організації відповідно до вимог чинних нормативно-правових актів. Витрати на проведення перевірки аудиторською фірмою покриває Компанія.

Перевірку діяльності Дирекції здійснює Ревізійна комісія за дорученням загальних Зборів учасників, за власною ініціативою або на вимогу учасників. Ревізійна комісія має право вимагати від посадових осіб Компанії надання їй усіх потрібних матеріалів, бухгалтерських або інших документів й особистих пояснень.

Ревізійна комісія доповідає про результати проведених нею перевірок загальним Зборам учасників Компанії. Ревізійна комісія складає висновки згідно з річними звітами і балансами. Без висновку Ревізійної комісії Збори учасників не мають права затверджувати баланс Товариства.

Ревізійна комісія має право порушувати питання про скликання позачергових загальних зборів учасників, якщо виникне загроза суттєвим інтересам Товариства або виявлено зловживання посадовими особами Товариства.

Виконавчий орган Товариства зобов'язаний отримувати від Ревізійної комісії попередню згоду на продаж та передачу в оренду майна відокремлених і невідокремлених підрозділів Товариства та здійснення будь-яких правочинів (договори, контракти, угоди), укладених на суму, що перевищує 300 000,00 (триста тисяч гривень 00 коп.), за винятком правочинів, які укладають на виконання рішень загальних Зборів учасників, затверджених у річних планах діяльності Товариства, а також правочинів із закупівлі сировини, продукції (товарів), потрібної для ведення виробничо-господарської діяльності Товариства.

Генеральний директор зобов'язаний погоджувати з Ревізійною комісією прийняття на роботу та звільнення з роботи Фінансового директора.

5.5 Дирекція

Виконавчим органом Товариства є Дирекція, яку очолює Генеральний директор. Дирекція вирішує всі питання діяльності Компанії, що належать до її компетенції відповідно до Статуту Товариства, за винятком тих, які зараховано до виключної компетенції Зборів учасників. У випадках, передбачених Статутом, Дирекція ухвалює рішення за погодженням з Ревізійною комісією або Загальними зборами учасників Товариства.

Склад Дирекції

З початку 2019 року та станом на дату опублікування звіту до складу Дирекції за посадою входять:

- Генеральний директор;
- заступники Генерального директора;
- Директори по напрямках діяльності Товариства;
- Головний бухгалтер.

Директорів по напрямках діяльності Товариства та Головного бухгалтера призначає і звільняє Генеральний директор на власний розсуд з дотриманням норм законодавства України про працю.

До компетенції Дирекції належать:

- скликання Зборів учасників, визначення їхнього порядку денного, місця і часу проведення та вчинення всіх інших потрібних організаційних дій, пов'язаних з проведенням Зборів учасників;
- винесення на розгляд Зборів учасників до 15 січня поточного року проекту плану діяльності Товариства на поточний рік;

- внесення на розгляд Зборів учасників проектів змін до Статуту, проектів інших рішень з питань порядку денного;
- надання благодійної чи/або спонсорської допомоги, а також здійснення дарування майна, майнових і немайнових прав тощо, у межах затверджених річних планів діяльності Товариства;
- здійснення заходів щодо реалізації рішень Зборів учасників і затверджених ними завдань діяльності Товариства.

Організаційною формою діяльності Дирекції є засідання, які проводять за потреби, але не менше ніж раз на 6 місяців. Засідання Дирекції є правочинним, якщо на ньому присутні не менше від половини її членів. Голосування на засіданнях відбувається за принципом: один член Дирекції має один голос, а за рівної кількості голосів вирішальним є голос Генерального директора чи особи, що його заміщає. Рішення Дирекції оформляють відповідним протоколом, який після його реєстрації підписують Генеральний директор (особа, що його заміщає) та обраний Дирекцією секретар засідання з числа її членів.

Генеральний директор у межах своєї компетенції керує поточною діяльністю Компанії, організовує й управляє роботою Дирекції та несе персональну відповідальність за покладені на нього завдання.

Перевірку діяльності Дирекції здійснює Ревізійна комісія за дорученням загальних Зборів учасників, за власною ініціативою або на вимогу учасників.

5.6 Вибір аудиторської компанії

14 серпня 2018 року Ревізійна комісія обрала, відповідно до Статуту, Товариство з обмеженою відповідальністю «БДО» для:

- проведення аудиту фінансової звітності Компанії, складеної за період з 01.01.2019 по 31.12.2019 відповідно до МСФЗ;
- проведення аудиту на підставі інструкцій, отриманих від Аудитора Групи компаній «Śnieżka» (PwC Польща), пакета звітності для цілей консолідації за 2019 рік, складеного в гривні відповідно до МСФЗ.

Компанія уклала договір з ТзОВ «БДО» згідно із зазначеним вище 25 листопада 2019 року.

Товариство з обмеженою відповідальністю «БДО», ідентифікаційний код 20197074, зареєстроване 25 листопада 1997 року Виконавчим комітетом Кіровської районної ради м. Дніпропетровська, розпорядженням №254-ТВ, номер запису про включення до Єдиного державного реєстру 1 224 105 0008 007223, свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи серія А01 № 054327.

Адреса: 49000, Дніпропетровська область, м. Дніпро, вул. Андрія Фабра, буд. 4, тел.: (056) 370-30-44.

ТзОВ «БДО» включено до Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності до розділу 4 «Суб'єкти аудиторської діяльності, які мають право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес». Посилання на реєстр: <https://www.apu.com.ua/subjekty-audytorskoi-dijalnosti-jaki-majut-pravo-provodyty-obovjazkovyj-audyt-finansovoi-zvitnosti-pidprijemstv-shho-stanovljat-suspilnyj-interes/>

Компанія «Сніжка-Україна» вже скористалася послугами ТзОВ «БДО» під час проведення аудиту фінансової звітності за 2018 рік. Компанія не уклала з ТзОВ «БДО» інших договорів.



ПЕРЕЛІК ТАБЛИЦЬ

Таблиця 1. Чисті доходи від продажу Компанії відповідно до географічних ринків збуту	13
Таблиця 2. Чисті доходи від продажу Компанії за елементами	13
Таблиця 3. Обсяги продажу Компанії за елементами	14
Таблиця 4. Основні статті Звіту про фінансові результати Компанії	16
Таблиця 5. Активи Компанії	17
Таблиця 6. Пасив Компанії	18
Таблиця 7. Показники рентабельності Компанії	20
Таблиця 8. Показники ліквідності та заборгованості Компанії	20
Таблиця 9. Загальна кількість працівників за статтю	36
Таблиця 10. Структура працівників за умовами співпраці	37
Таблиця 11. Структура працівників за посадою за 2019 рік	37
Таблиця 12. Добровільні сертифікати	43



ПЕРЕЛІК ДІАГРАМ

Діаграма 1. Котирування гривні відносно євро, долара та польського злотого	12
Діаграма 2. Вплив окремих статей Звіту про фінансові результати на чистий фінансовий результат Компанії	16
Діаграма 3. Рух грошових коштів Компанії за 2019 рік	18
Діаграма 4. Вікова структура працівників за 2019 рік	36
Діаграма 5. Структура трудових відносин працівників за 2019 рік	37



ПЕРЕЛІК МАЛЮНКІВ

Малюнок 1. Місія і бачення Групи компаній «Śnieżka»	31
Малюнок 2. Організаційні цінності	32
Малюнок 3. Основні напрями гармонійного розвитку Групи компаній «Śnieżka»	33

СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

Вироби - лакофарбова та інша оздоблювальна продукція (емалі, клеї, лаки, розчинники, фарби) під торговими марками «Śnieżka», виробником або імпортером якої є Компанія.

Товари - будь-яка товарна продукція з торговою маркою «Śnieżka» («Сніжка»), Acryl Putz® , Magnat, Vidaron, FOVEO-TECH, Acryl Putz®, та ін., закуплена (в тому числі, але не виключно – імпортована) Компанією. Товарну продукцію «Сніжка-Україна» реалізує третім особам.

Продукція - будь-яка товарна продукція з торговою маркою «Śnieżka» («Сніжка»), Acryl Putz® , Vidaron, FOVEO-TECH, Acryl Putz®, OTTOfarbe, та ін., виготовлена Компанією на виробництві, упакована у тару різних ємностей, й відповідає вимогам стандартів і технічних умов, має документ, що засвідчує її якість. Вироби Компанія реалізує третім особам

Титанове білило (англ. titanium dioxide, TiO₂) – найпоширеніший і водночас один з найдорожчих білий неорганічний пігмент. Основна сировина, яку використовують для виробництва фарб. Вона має високий показник покриття, характеризується найважливішим показником заломлення світла, а отже, і найбільшою здатністю до розсіювання. Титанові білила одержують сульфатним (старішим) способом або хлоридним (новішим) методом. Останній дозволяє отримати титанові білила кращої якості, які використовують при виробництві високоякісних фарб. Підприємства Групи компаній «Śnieżka» застосовують у виробництві титанові білила, оброблені хлоридним способом.

Ринок мереж DIY – система підприємств торгівлі, що здійснюють реалізацію лакофарбових виробів універсального асортименту, переважно у формі самообслуговування, широкому колу кінцевих споживачів та працюють із Компанією на умовах окремого договору поставки.

Скорочення «DIY» використовують для назви й позначення будівельних маркетів, в яких можна знайти більше продуктів, що їх застосовують у різних галузях, з особливим акцентом на технічні сфери (будівництво, внутрішня обробка, електроніка, садівництво). Це магазини самообслуговування великої площі. Ринок DIY – поряд із незалежним ринком – це другий за важливістю канал збуту продукції, що входить до портфоліо Групи компаній «Śnieżka».

Традиційний ринок – ринок, на якому функціонують незалежні одне від одного компанії, які ведуть свою діяльність у сферах торгівлі й послуг. Їхня діяльність ґрунтується на наданні послуг виконавцям, інвесторам, кінцевим споживачам на локальних ринках. Точки роздрібною торгівлі обслуговують безпосередньо дистриб'ютори, які працюють на ринку як незалежні суб'єкти господарювання.

Система утеплення – це сучасні та якісні матеріали для утеплення фасадів будинків, їхнього захисту від впливу атмосферних і біологічних чинників та зміни зовнішнього вигляду. Пропозиція марки FOVEO TECH охоплює штукатурки, фасадні фарби, ґрунтувальні фарби та ґрунтовки, клеї тощо.

Емаль – це лакофарбовий матеріал, який складається з лакового або іншого пігменту, що утворює плівку, наповнювачів та спеціальних добавок. Утворює гладкіше та міцніше покриття порівняно з фарбами. Емаль застосовують для декоративного й захисного фарбування деревини, деревопохідних матеріалів, штукатурки, а також сталевих та чавунних елементів, що їх використовують усередині та зовні приміщення.

Декоративні вироби (структури) – продукти (фарби, структури, маси), якими декорують різні поверхні, створюючи візуальний ефект і надаючи їм певної фактури. Декоративні системи створює АТ «ФІЛ «Śnieżka», їх реалізують під торговою маркою MAGNAT.

Заява Дирекції щодо відповідальності за підготовку та затвердження фінансової звітності за рік, що закінчився 31 грудня 2019

Ця заява зроблена Дирекцією Товариства з обмеженою відповідальністю «Снежка-Україна» (надалі «Компанія») щодо відповідності фінансової звітності Компанії вимогам Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ).

Дирекція Компанії несе відповідальність за підготовку фінансової звітності та її відповідність МСФЗ.

Відповідальність Дирекції полягає в забезпеченні організації та функціонування внутрішнього контролю для отримання обґрунтованої впевненості щодо надійності фінансової звітності, ефективності роботи та відповідності законодавству.

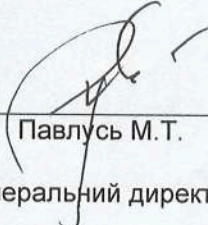
Відповідальність Дирекції також полягає у створенні середовища контролю, впровадженні політики та процедур, що мають за мету досягнення, наскільки це можливо, належного та ефективного ведення бізнесу Компанією. Ця відповідальність включає розробку та впровадження контролю, що стосується мети Компанії щодо підготовки фінансової звітності, яка справедливо відображає фінансовий стан Компанії та управління ризиками, які можуть викликати суттєві викривлення у фінансових звітах.

При складанні фінансової звітності було дотримано таких вимог:

- Обрану облікову політику було розроблено на основі МСФЗ та інших нормативних вимог до ведення бухгалтерського обліку і звітності в Україні;
- Застосування обраної облікової політики є послідовним;
- Фінансову звітність було складено на основі принципу безперервності діяльності;
- Припущення та оцінки, використані під час складання фінансової звітності, було зроблено на основі найкращих наявних практик та виходячи з наших знань та досвіду;
- Фінансова звітність та інформація, наведена в текстовій частині приміток до фінансової звітності, є повною та достовірною.

Дирекція Компанії також вживає належних заходів для забезпечення збереження активів Компанії, підтримки основних засобів Компанії в належному робочому стані, а також запобігання шахрайству.

Фінансову звітність затверджує керівництво Компанії.


Павлусь М.Т.

Генеральний директор

25 червня 2020 року

м. Яворів, Україна




Бучко І.Б.

Фінансовий директор

25 червня 2020 року

м. Яворів, Україна