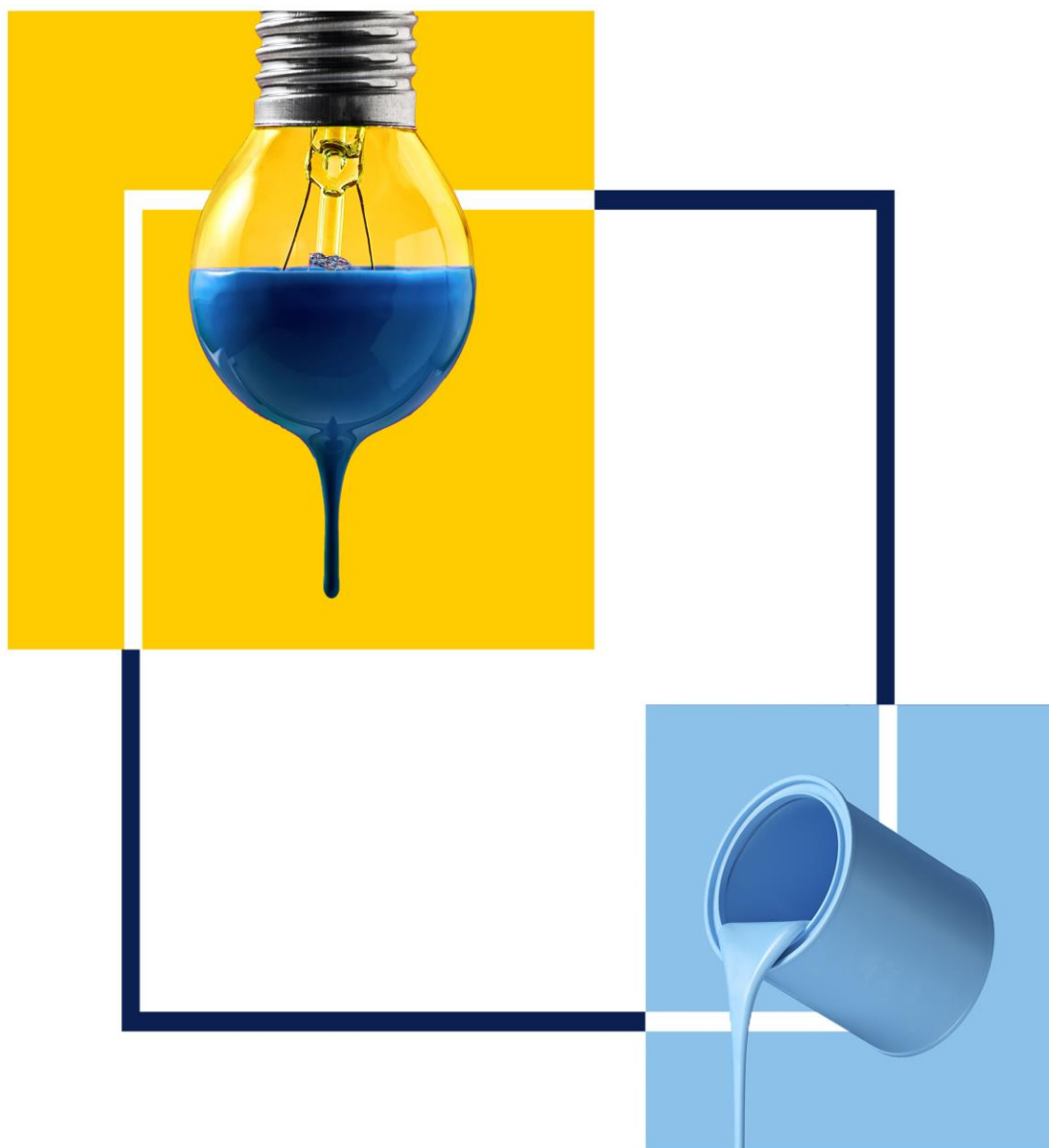


Звіт про управління ТзОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА»



Яворів, 28 травня 2021 року

ЗМІСТ

ЛИСТ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА	4
ФІНАНСОВІ ДАНІ	6
1. КОРОТКО ПРО ГРУПУ КОМПАНІЙ «ŚNIEŻKA»	8
1.1 Основна інформація про Групу «Śnieżka»	8
1.2 Організація і структура Групи «Śnieżka»	8
2. Підсумки 2020 року	11
2.1 МАКРОЕКОНОМІЧНА СИТУАЦІЯ	11
2.1.1 Економічна ситуація	11
2.1.2 Сировина та валюта	12
2.2 РИНОК ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ	13
2.3 РЕЗУЛЬТАТИ ПРОДАЖУ	14
2.4 СЕЗОННІСТЬ ПРОДАЖУ	15
2.5 ІСТОТНІ ПОДІЇ	16
2.6 ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ	17
2.6.1 Основні чинники, що впливають на фінансові результати	17
2.6.2 Активи Компанії	18
2.6.3 Рух грошових коштів	20
2.6.4 Фінансові показники	21
2.7 ІНВЕСТИЦІЇ	22
2.8 ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ	23
3. ПЕРСПЕКТИВИ І ПЛАНИ РОЗВИТКУ	24
3.1 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ	24
3.2 ЦІЛІ СТРАТЕГІЧНІ	25
3.3 ПЛАНИ РОЗВИТКУ	25
4. НЕФІНАНСОВА ІНФОРМАЦІЯ	28
4.1 ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КОМПАНІЮ	28
4.2 ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ	29
4.3 ТОРГОВІ МАРКИ	30
4.4 ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ТА КОМПАНІЇ	31
4.5 СТРАТЕГІЯ, МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ	33
4.6 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЦІННОСТІ	34
4.7 НАГОРОДИ	35
4.8 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ	36
4.8.1 Люди	37
4.8.2 Якість	41
4.8.3 Навколишнє середовище	42

ТзОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – Звіт про управління за 2020 рік

Дані в тис. гривень

4.9	НАША ПРОДУКЦІЯ	47
4.10	СЕРТИФІКАЦІЯ ТА МАРКУВАННЯ.....	48
4.11	МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЯ	49
4.12	СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ	49
5.	УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ	53
6.	КОРПОРАТИВНА ІНФОРМАЦІЯ.....	60
6.1	СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДГОТОВКИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	60
6.2	СТАТУТ	60
6.3	ЗБОРИ УЧАСНИКІВ	60
6.4	РЕВІЗІЙНА КОМІСІЯ	61
6.5	ДИРЕКЦІЯ.....	62
6.6	ВИБІР АУДИТОРСЬКОЇ КОМПАНІЇ	63
	ПЕРЕЛІК ТАБЛИЦЬ	65
	ПЕРЕЛІК ДІАГРАМ	66
	ПЕРЕЛІК МАЛЮНКІВ	67
	СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	68
	ЗАЯВА ДИРЕКЦІЇ ЩОДО ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПІДГОТОВКУ ТА ЗАТВЕРДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА РІК, ЩО ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2020	69

ЛИСТ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

ШАНОВНЕ ПАНСТВО!

2020 рік для ТзОВ «Сніжка-Україна», напевно, як і для багатьох бізнес-структур у світі, був нестандартним: він створив нові виклики, пов'язані зі світовою пандемією, яку спричинив коронавірус COVID-19. Команді Компанії довелося при звичаюватися до умов праці в нових реаліях. Насамперед потрібно було під час епідеміологічних обмежень бути гнучкими, відповідальними в аспектах управління організаційними процесами та швидкого ухвалення рішень, аби забезпечити безперебійний процес виробництва й максимально вберегти працівників підприємства від масового захворювання.



Із початком карантину в Україні Компанія проводила різні попереджувально-інформаційні заходи й розробляла рекомендації для організації стабільної й ефективної роботи персоналу, тому в цей період «Сніжка-Україна» не припиняла своєї діяльності. Щоб зменшити присутність працівників у приміщеннях підприємства, чимало з них мало можливість працювати дистанційно, використовуючи сучасні ресурси комунікації. Дотримуючись чинного законодавства України і враховуючи обмеження, які було запроваджено в час карантину в країні, у першій половині 2020 року Компанія проводила свою діяльність, виготовляла продукцію, але реалізовувала її в менших масштабах, оскільки точки продажу лакофарбових матеріалів було зачинено.

Проте, якщо загалом оцінювати результати роботи підприємства за 2020 рік, то стратегічних цілей і завдань було досягнуто, незважаючи на труднощі, пов'язані з коронавірусною інфекцією. Вважаю, що на позитивний ефект діяльності вплинуло те, що в час невизначеності споживачі обирали марки, які вже давно знають і яким довіряють. Тому важливу роль у період пандемії відіграли висока впізнаваність бренду Śnieżka, правильно вибраний вектор цінової стратегії, інтенсивне опрацювання асортиментної лінійки продукції, продовження робіт у напрямі вдосконалення моделі співпраці з дистриб'юторами, а також переорієнтація споживчих уподобань на сегмент дорожчих і якісніших продуктів.

2021 року «Сніжка-Україна» і надалі зміцнюватиме ринкову позицію Компанії. Адже інтенсивний розвиток Групи «Śnieżka», який посприяв розбудові нової моделі управління для оптимізації процесів керування, кращої взаємодії і співпраці між її компаніями, обміну досвідом поміж ними, якісно сприяє функціонуванню та діяльності ТзОВ «Сніжка-Україна» на українському ринку лакофарбових матеріалів.

Нині складно передбачити ситуацію, пов'язану з макроекономічними показниками в Україні та поширенням пандемії COVID-19, які, як показав 2020 рік, значно вплинули на поведінку



споживачів і їхній вибір продукції. Водночас наша Компанія цього року особливо ретельно аналізуватиме становище на міжнародних ринках сировини для лакофарбової галузі, адже проблеми з доставкою деяких її видів можуть створювати певні ризики. Тож, враховуючи зазначені вище чинники, «Снежка-Україна», спираючись на досвід Групи, здійснює в нинішніх обставинах короткострокове планування, яке вимагає від нас надзвичайно високої організаційної гнучкості.

Упевнений, що завдяки щоденній наполегливій праці та інвестиціям, вкладеним у працівників, їхню компетенцію та знання, упровадженням в удосконалення торгових марок, розвиток взаємодії з акціонерами, клієнтами, споживачами, в розбудову дистрибуції, технологій та матеріальних активів, «Снежка-Україна» готова до майбутніх викликів, нових можливостей і до вирішення проблем.

Висловлюю всім вдячність за співпрацю та підтримку нашої діяльності.

МАРЕК ПАВЛУСЬ

ФІНАНСОВІ ДАНІ

	в тис. UAH		в тис. EUR	
	за 12 місяців 2020 року / станом на 31.12.2020	за 12 місяців 2019 року / станом на 31.12.2019	за 12 місяців 2020 року / станом на 31.12.2020	за 12 місяців 2019 року / станом на 31.12.2019
I. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	537 025	515 352	17 443	17 800
II. Фінансовий результат від операційної діяльності	118 067	81 540	3 835	2 816
III. Фінансовий результат до оподаткування	120 722	87 017	3 921	3 006
IV. Чистий фінансовий результат	98 971	71 324	3 215	2 464
V. Чистий рух коштів від операційної діяльності	118 669	114 523	3 416	3 956
VI. Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	(26 427)	(35 022)	(761)	(1 210)
VII. Чистий рух коштів від фінансової діяльності	(66 767)	(62 591)	(1 922)	(2 162)
VIII. Чистий рух грошових коштів за звітний період	25 475	16 910	733	584
IX. Актив	275 349	240 527	7 926	9 103
X. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 734	1 385	50	52
XI. Поточні зобов'язання і забезпечення	16 995	10 169	489	385
XII. Власний капітал	256 620	228 973	7 387	8 666
XIII. Зареєстрований (пайовий) капітал	416	416	12	16

Курс євро (EUR) для конвертації фінансових даних:

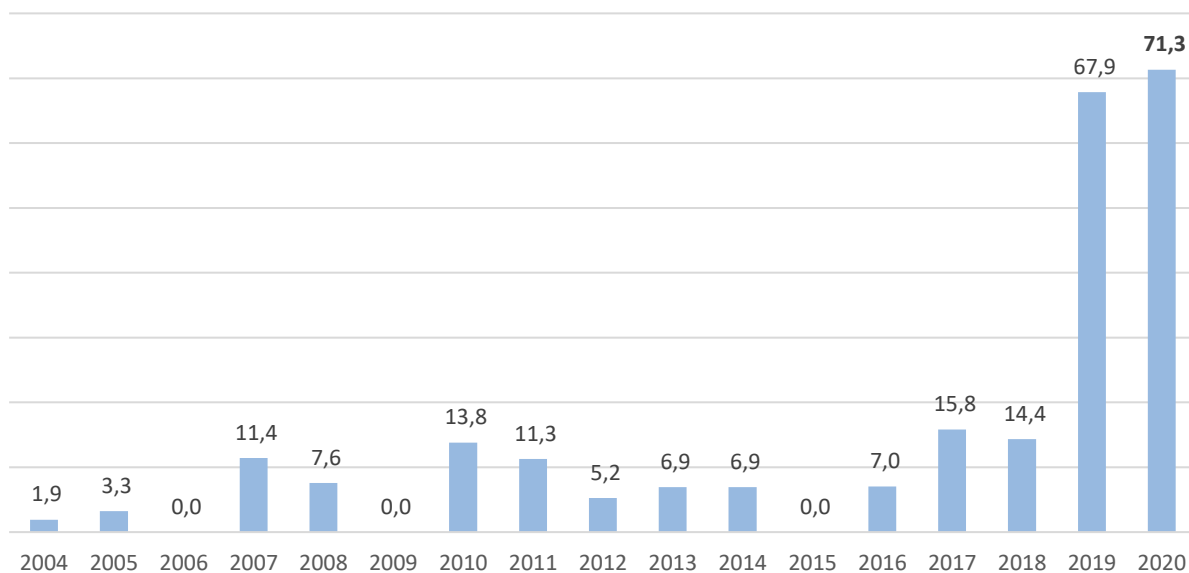
	Середньорічний курс UAH/EUR 2020 року	Середньорічний курс UAH/EUR 2019 року
	Статті Звіту про фінансовий результат перераховано за середнім курсом євро (EUR) в періоді	30,7879
	станом на 31 грудня 2020 року	станом на 31 грудня 2019 року
Статті Балансу (Звіт про фінансовий стан) перераховано за курсом (EUR) на кінець періоду	34,7396	26,4220



Ключові досягнення ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА»



Дивіденди, виплачені ТЗОВ «Снежка - Україна» (за рік) ■ млн, UAH





1. Коротко про Групу компаній «Śnieżka»

1.1 Основна інформація про Групу «Śnieżka»

Група «Śnieżka» складається з підприємств, що працюють на ринку лакофарбових матеріалів. Сучасні виробничі підприємства, розташовані у чотирьох країнах – Польщі, Угорщині, Україні й Білорусі, які щорічно виготовляють близько 190 мільйонів кг (передбачуваний обсяг, враховуючи розширення Групи, до складу якої увійшов завод «POLI-FARBE») різних видів будівельної хімії для ринків вказаних країн і закордонних. Заводи Групи виготовляють вироби для опорядження та захисту різних видів поверхонь.

Станом на кінець 2020 року на підприємствах Групи «Śnieżka» працювало 1367 працівників.

Група «Śnieżka» є одним з лідерів на ринку лакофарбових матеріалів у сегменті декоративних виробів у Польщі, одним з найбільших гравців на ринку декоративних фарб в Угорщині, одним з лідерів у виробництві фарб в Україні, а також є одним з провідних виробників у сегменті гіпсових шпаклівок у Білорусі.

Група «Śnieżka» входить до списку 25 найбільших виробників фарб у Європі (за інформацією журналу «European Coatings») і є єдиним представником галузі в центральній та східній частині континенту. Завдяки роботі кваліфікованого персоналу та співпраці з відомими міжнародними постачальниками сировини, Група створює інноваційні рішення, які гарантують найвищу якість пропонованої продукції. Дотримуючись світових тенденцій у дизайні інтер'єру та співпрацюючи з дизайнерами та архітекторами, Група пропонує продукцію найвищої якості, широку палітру кольорів, які надихають користувачів багатьох країн.

Група «Śnieżka» складається з АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka» (материнська компанія) та її дочірніх компаній.

1.2 Організація і структура Групи «Śnieżka»

Суб'єкти, що входять до складу Групи, пов'язані акціями і виробничими частками. Повна організація, відповідальне управління ресурсами та закупівлями означає ефективне функціонування Групи, а також більший прибуток для акціонерів. Співпраця базується на взаємодоповненні, обміні «ноу-хау» та вигодах, що випливають із взаємодії. АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka»» відіграє провідну роль у цих процесах.

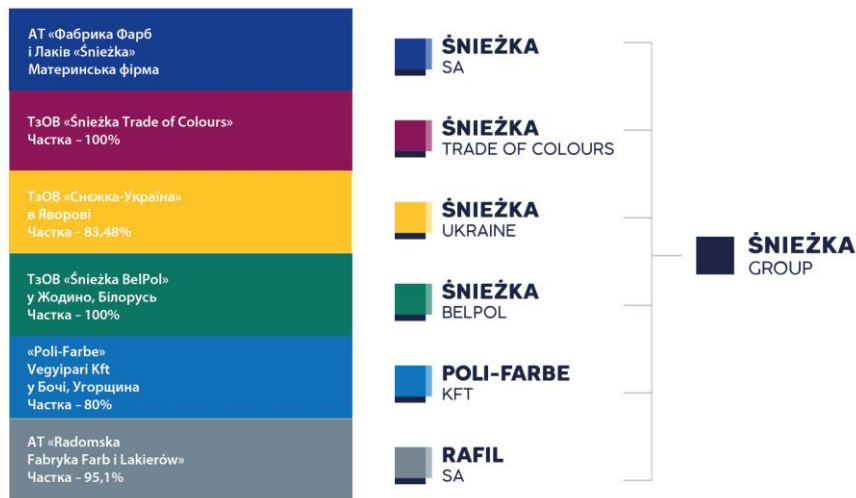
АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka»» як материнська компанія виконує функції контролю в наглядових органах дочірніх компаній. Крім того, створює стратегію розвитку та координує розвиток усієї Групи в усіх її аспектах.

Усі операції з пов'язаними суб'єктами, здійснені материнською компанією та її дочірніми підприємствами, відбуваються на ринкових засадах.

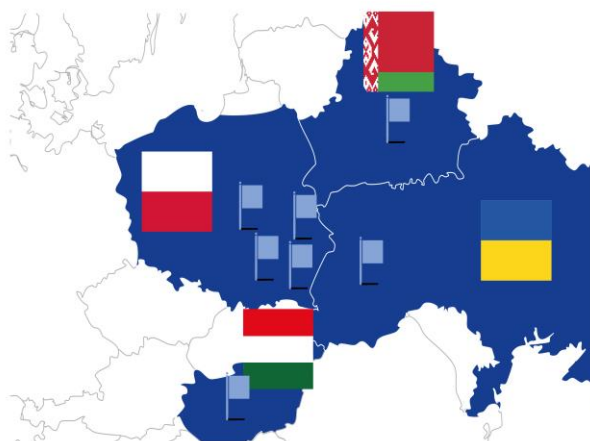
Крім того, «Poli-Farbe» має дві дочірні компанії, які здійснюють комерційну діяльність, зокрема, в Румунії (POLI-FARBE RO s.r.l., що розташована в Одорхею-Секуєску) та в Словаччині (POLIFARBE SK spol. s.r.o., що базується в Коларово, – компанія зараз в стані ліквідації), в якій вона володіє 100% акцій.



Організація і структура Групи «Śnieżka»



7 виробничих підприємств Групи «Śnieżka»

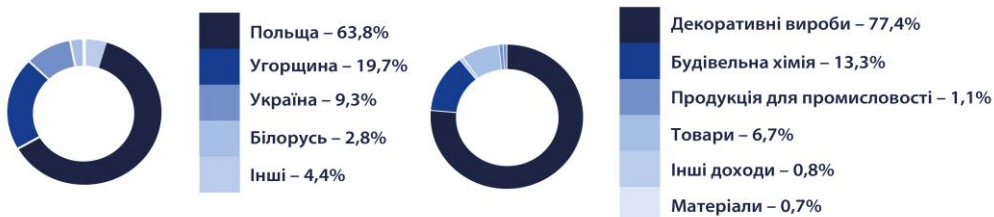




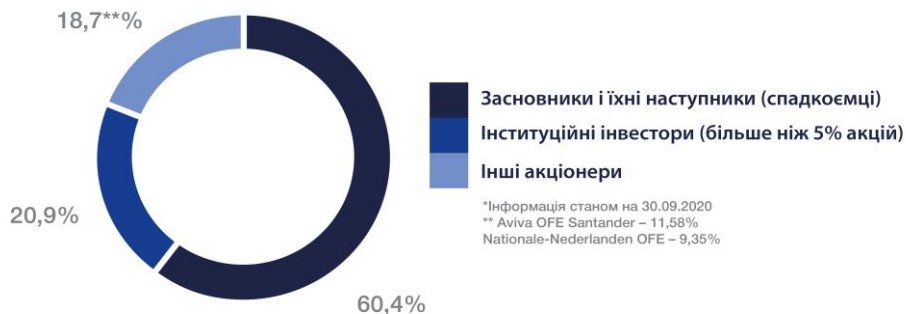
Закордонні ринки, на яких активно працює Група «Śnieżka»



Структура доходів з продажу Групи у 2020 році з огляду на країни і категорії продуктів



Структура акціонерів АТ «ФІЛ «ŚNIEŻKA» (частка в статутному капіталі в %)



2. Підсумки 2020 року

2.1 Макроекономічна ситуація

2.1.1. Економічна ситуація

Пандемія COVID-19, оголошена на початку 2020 року, негативно вплинула на соціально-економічну ситуацію і в країні, і в усьому світі.

Торік у березні уряд України був змушений запровадити обмежувальні заходи, які призвели до зниження реального доходу населення, збільшення рівня безробіття в період карантину (березень-травень 2020), у зв'язку з чим окремі виробництва призупинили діяльність та вповільнилося зростання реальної заробітної плати. Унаслідок цього погіршився споживчий попит, а також помітно знизилися ділові настрої в бізнесі. Скасування жорстких карантинних обмежень з кінця травня та введення адаптивного карантину зумовили поступове відновлення економічної активності й поліпшення стану ринку праці.

За даними Державної служби статистики України, у грудні 2020-го середня заробітна плата становила 14 179 гривень на місяць, що на 1 915 грн (або 15,6%) більше, ніж у відповідному місяці попереднього року. Водночас зросло безробіття, сягнувши 9,9% за підсумками 2020 року (порівняно з 8,6% 2019 року і 9,1% 2018-го)¹.

Наприкінці року, в листопаді, в Україні було запроваджено нові обмеження – «карантин вихідного дня», який знову погіршив ділові очікування суб'єктів підприємницької діяльності, але такі заходи не позначилися негативно на економічній активності.

Упродовж 2020-го падіння валового внутрішнього продукту вдалося загальмувати, і за результатами року зниження реального ВВП, ймовірно, перебуватиме на рівні до -4%, що його уряд використовував при складанні плану Державного бюджету на 2020 рік. Відновлення економічної активності в Україні відбувається швидше, ніж у більшості сусідніх країн Європи².

У грудні динамічніше, ніж очікували, відбулося відновлення світової економіки, подальше збільшення внутрішнього споживчого попиту, а також зростання цін на енергоносії й окремі продукти харчування формували проінфляційний тиск. Водночас інфляцію й надалі стримувало звуження попиту з боку населення на окремі послуги та непродовольчі товари.

2020 року інфляція зросла до 5,0% (порівняно з 4,1% 2019 року і 9,8% 2018-го)³.

Відсоткова ставка НБУ (основна процентна ставка Національного банку України) була з червня минулого року на історичному мінімумі (після падіння з 8% до 6%), що призвело до зниження відсоткових ставок і за кредитами, і за депозитами.

У будівельній галузі індекс виробництва зріс до 2,8%. Одним із факторів, що сприяли позитивній динаміці, були дорожні роботи⁴.

¹Джерело: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2020>

²Джерело: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

³Джерело: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation>

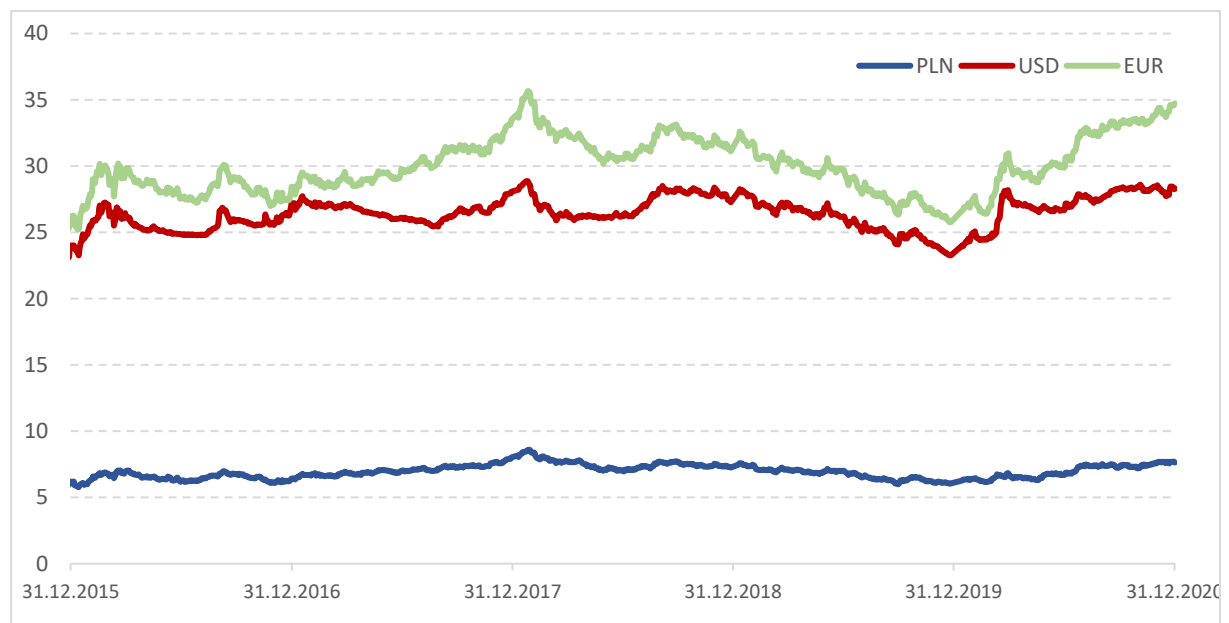
⁴Джерело: Ministry For Development of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine

2.1.2. Сировина та валюта

2020 року залишалися стабільними ціни на основну сировину для виробництва лакофарбових матеріалів, до якої, зокрема, належать: акрилові дисперсії, стирол-акрилові дисперсії, стирольні дисперсії, фталеві смоли, титановий білий, доломітові наповнювачі, акрилові загусники, целюлозні загусники, розчинники та упаковка (пластик, метал та папір).

Незважаючи на пандемію COVID-19, Компанія не зазнала торік значного підвищення вартості сировини та упаковки. Це відбулося здебільшого завдяки належній диверсифікації джерел постачання та незначному зростанню цін ключових постачальників. Також у сфері закупівлі не виникало подій чи загроз, які впливали б на належне функціонування Компанії.

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



Джерело: НБУ

Попри економічну кризу у світі, для гривні 2020 рік став не таким катастрофічним, українська економіка виявилася дуже стійкою в умовах коронакризи.

По-перше, позиції українського експорту торік майже не постраждали: попит на зернові та метали був відносно стійким, завдяки чому експортні надходження залишалися на сталому рівні. Водночас обсяги імпорту різко скоротилися через зниження цін на енергоресурси та попиту на імпортні товари. Гривню підтримували високі надходження від заробітчан (у серпні та вересні вони навіть були більшими, ніж за аналогічні місяці 2019 року) та стрімке падіння витрат українців на поїздки за кордон. Як наслідок, платіжний баланс став профіцитним.

По-друге, банківська система виявилася стійкою та підготовленою до кризи. 2020 року неплатоспроможними визнали два («Аркада» та «Місто банк») із 75 українських банків через втрату ними великих об'єктів нерухомості, які перебували в заставі за виданими кредитами.

Найбільш негативно на гривню впливали не економічні, а психологічні чинники.

Як і в усьому світі, в Україні навесні підприємства, інвестори та звичайні громадяни не розуміли, чого чекати. Пандемія змусила багатьох задуматися про перенесення заощаджень у перевірені часом активи: долари, євро та дорогоцінні метали.

Другого психологічного удару по стійкості гривні було завдано на початку липня. Тоді про свою відставку оголосив голова НБУ. Як наслідок, у липні гривня, яка протягом квітня-червня зміцнилася до 26,7 грн за долар, втратила 4,5%. Наприкінці липня за долар просили вже 27,9 грн.

Третій психологічний удар гривня відчула восени. Вона поступово девальвувала через невизначеність у співпраці з МВФ: у вересні Україна повинна була отримати другий транш, однак фонд не поспішав відправляти до Києва свою місію. У таких умовах імпортери, очікуючи вищого курсу долара, почали завчасно купувати іноземну валюту. Експортери ж не поспішали продавати валютну виручку. Крім того, поступово зростало споживання імпортованих товарів, купівлю яких українці відкладали з часу запровадження локдауну.

Знецінення гривні тривало з початку вересня до початку грудня. За цей період українська валюта поступово «просіла» на 4,4% – з 27,4 до 28,6 грн за долар.

З початку грудня гривня почала швидко відвоювати позиції. Опитані ЕП експерти припускають, що на це вплинула заява Міністерства фінансів про «погодження з МВФ бюджету на 2021 рік». Сам фонд про прогрес у перемовинах з Україною не заявляв аж до 18 грудня, коли офіційно повідомив про початок роботи своєї місії в дистанційному режимі.

Темп зростання курсу гривні посилювався з надходженням першого траншу нової кредитної програми ЄС на 600 млн євро, успішним збутом євробондів Мінфіну на 600 млн доларів, а також після рекордних надходжень від продажу урядом ОВДП⁵.

Протягом 2020 року НБУ ухвалював рішення про зниження розміру облікової ставки відразу на 5 відсоткових пунктів – до 6% річних⁶. Це було максимальне зменшення від початку року. Очікуване зниження облікової ставки відкрило шлях до довгострокового зменшення відсоткових ставок за кредитами.

2.2 Ринок лакофарбових матеріалів в Україні

У звітному періоді за 2020 рік на українському ринку, незважаючи на поширення пандемії, спостерігали тенденцію до підвищення попиту на продукцію середнього та вищого сегмента, тоді як категорія дешевшої продукції скорочувалася.

Торік пандемія, пов'язана із захворюванням на COVID-19, мала значний вплив на функціонування, розвиток і тенденції лакофарбового ринку, відповідно лакофарбові підприємства були змушені вносити корективи у свою діяльність, зважаючи на карантинні заходи, які запроваджувала українська влада. У першому півріччі введені обмеження, пов'язані з епідеміологічною ситуацією у світі, значною мірою позначилися на зміщенні попиту в каналах продажу з традиційного роздрібного в сегмент DIY. В умовах роботи під час пандемії гравці ринку мали можливість визначити сильні та слабкі місця збутової стратегії, асортиментного ряду,

⁵ Джерело: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/12/24/669501/>

⁶ Джерело: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish>

диверсифікації каналів продажу тощо. Відтак, визначивши проблемні місця, виробники скоригували свою діяльність відповідно до реалій коронакризи.

Після послаблення карантинних обмежень, у другій половині 2020 року, споживча активність зросла, зокрема в категорії водоемульсійних фарб. Якщо підсумовувати весь минулий рік, то споживання водорозчинних продуктів у кілограмах перевищило 2019-й на 1,3%⁷. Це було пов'язано з низьким впливом карантинних обмежень на будівельні роботи, а також підвищеним попитом на фарби для інтер'єрів, які використовували споживачі для ремонтів протягом карантинного періоду.

Незважаючи на те, що більшість ключових виробників на ринку торік випускала більше фарб на водній основі порівняно з попереднім періодом, збільшення доходу було непропорційним до зростання обсягу виробництва, оскільки відбулася девальвація гривні та зросли витрати на придбання імпортової сировини.

Також варто зазначити, що на тлі скорочення промислового виробництва в Україні було помітно зниження валового випуску лакофарбової продукції за всіма категоріями виробів, окрім водоемульсійних матеріалів.

Головні чинники, що значною мірою впливають на формування попиту: купівельна спроможність домогосподарств і тенденції в оформленні й дизайні, а також епідеміологічна ситуація в країні та світі. Водночас спостерігаємо тенденцію до формування вподобань споживачів, які скеровують свій попит на лакофарбові матеріали дорожчого сегмента з кращими технічними параметрами, зокрема на вироби, що є стійкими до миття та безпечними для здоров'я.

В Україні працюють близько 200 виробників лакофарбових матеріалів, з яких лише приблизно 30 є стабільними суб'єктами господарювання. На ринку «Снежка-Україна» конкурує і з міжнародними, і з місцевими виробниками. Продукція Компанії доступна на всій території України, але більшість доходів припадає на її західну та центральну частини. Найбільшими підприємствами з виробництва декоративних фарб на українському ринку є ТзОВ «Снежка-Україна», «Meffert Hansa Farben», «Henkel», «ZIP», «Caparol», «Eskaro», «Feidal», «Полісан», ПП «Олейников».

2.3 Результати продажу

2020 року суттєвих змін у розрізі географічних ринків збуту в структурі продажу не відбулося. Компанія і надалі орієнтується на внутрішній ринок України, що генерує понад 99% доходів від продажу, який порівняно з попереднім роком зменшився на 0,1% та становив 533 933 тис. гривень.

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

	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 року	Структура	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 року	Структура
Україна	533,932	99,4%	512,966	99,5%
Польща	3,093	0,6%	2,386	0,5%
Усього	537,025	100,0%	515,352	100,0%

Зниження вартості продажу зумовили зміна стратегії ТзОВ «Снежка-Україна» та особливості кон'юнктури ринку ЛФМ.

⁷ Джерело: Хім-Кур'єр №1 (122), 29 січня 2021

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

	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 року	Структура	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 року	Структура
Дохід від реалізованої продукції	393,946	73,4%	381,732	74,1%
Дохід від реалізованих товарів	136,067	25,3%	125,881	24,4%
Дохід від реалізації послуг	4,071	0,8%	5,329	1,0%
Дохід від реалізації матеріалів	2,941	0,5%	2,410	0,5%
Усього	537,025	100,0%	515,352	100,0%

За вартістю в структурі продажу домінувала продукція власного виробництва, частка якої у чистих доходах від продажу становила 73,4%. 2020-го Компанія отримала від продажу продукції 393 946 тис. гривень – на 12 214 тис. грн і на 3,2% більше, ніж попереднього року.

Товари займали друге місце в структурі продажу – 25,3%. Чисті доходи Компанії від продажу виробів цього сегмента становили 136 067 тис. гривень і були на 8,1% більші, ніж попереднього року.

Досягнутий торік вищий рівень доходу відповідав визначеним стратегічним цілям. Незважаючи на політику оптимізації портфолію та торгових марок, виважена цінова стратегія та робота з асортиментом дали позитивні результати.

Продаж у натуральних показниках виробів Компанії становив 26 650 тис. л/кг і був на 5,0% більшим порівняно з 2019 роком. Збільшення пов'язане із зосередженням зусиль на найбільш перспективних продуктах.

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

	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 року	Структура	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 року	Зміна (рік/року)
Реалізована продукція	26 650	95,8%	25 375	5,0%
Реалізовані товари	1 158	4,2%	1 210	-4,3%
Усього	27 808	100,0%	26 585	4,6%

Товари займали друге місце в натуральних показниках продажу – 1 158 тис. л/кг – і були на 4,3% нижчі порівняно з 2019 роком. Зниження продажу імпортованих товарів на 4,3% є наслідком оптимізації портфолію виробів Śnieżka S.A.

2.4 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 підприємство отримує більший дохід у другому та третьому кварталах кожного фінансового року. Доходи в цей період становлять близько 60% річних доходів Компанії.

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

2.5 Істотні події

До істотних подій 2020 року належать:

- 12 лютого – відбулися чергові Збори учасників, на яких було затверджено плани на 2020 рік та зміни до організаційної структури;
- 5 березня – укладено договір добровільного страхування життя з ПрАТ СК «ПЗУ Україна страхування життя»;
- 25 червня – відбулися чергові Збори учасників;
- 30 липня – підписано договір страхування вантажів;
- 25 серпня – укладено договір оренди земельної ділянки з Яворівською міською радою;
- 31 серпня – підписано договір страхування транспортних засобів з ПрАТ СК «ПЗУ Україна»;
- 15 вересня – підписано договір добровільного медичного страхування з ПрАТ «СК «АЛЬФА СТРАХУВАННЯ»;
- 28 жовтня – відбулися позачергові Збори учасників;
- 30 жовтня – підписано договір страхування майна з ПрАТ СК «ПЗУ Україна»;
- 16 листопада – підписано договір генпідряду на будівництво складу з ТзОВ «Галицька Будівельна Гільдія»;
- 24 листопада – підписано договір добровільного страхування відповідальності перед третіми особами внаслідок ведення господарської діяльності з ПАТ «Страхова компанія «Українська страхова група»;
- 9 грудня – відбулися позачергові Збори учасників;
- 10 грудня – підписано договір купівлі земельної ділянки з ТзОВ «СИСТЕМ ІНЖИНІРИНГ КОМПАНІ»;
- 14 грудня – підписано договір про співпрацю в межах Групи компаній.

Істотні події після дати балансу

Зміни у структурі й операційній моделі Групи «Śniezka»

1 січня 2021 року відбулося перенесення організаційної частини підприємства (підрозділів, що пов'язані комерційною діяльністю) – з АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śniezka» (материнської компанії Групи) до ТОВ «Śniezka Trade of Colours» («Śniezka ToC»), 100% капіталу якого належить АТ «ФФіЛ «Śniezka». Таким чином «Śniezka ToC» перейняла у материнської компанії спектр діяльності у сфері продажів та маркетингу продуктів АТ «ФФіЛ «Śniezka». Метою реалізації процесу відокремлення і передачі комерційного підрозділу до ТОВ «Śniezka Trade of Colours» є підвищення ефективності та конкурентоспроможності Групи у довгостроковій перспективі шляхом створення центрів компетенцій у різних сферах діяльності Групи.

«Śniezka ToC» стала центром компетенцій Групи у галузях продажу і маркетингу (у т. ч. прайсингу і доходів), а АТ «ФФіЛ «Śniezka», окрім того, що визначає стратегію Групи і займається її управлінням, є центром компетенцій у напрямках керування постачанням (закупівлі, дистрибуція, складування, логістика, обмін інформацією) інформаційними технологіями, виробництвом, дослідженнями і розвитком, а також виконує роль як центр спільних послуг.

Карантин на території України

Для запобігання поширенню COVID-19 уряд запровадив з 12 березня 2020 року карантин на всій території України. У зв'язку з цим влада встановила низку обмежень і для бізнесу, і для громадян. Час від часу такі обмеження посилюють та послаблюють, залежно від епідемічної ситуації на території України загалом або в окремих регіонах (встановлюють «зелений», «жовтий», «помаранчевий» або «червоний» рівень епідемічної небезпеки поширення COVID-19).

Унаслідок ухвалення Постанови Кабінету Міністрів України від 09.12.2020 №1236 «Про встановлення карантину та запровадження обмежувальних протиепідемічних заходів з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» (із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ №1301 від 23.12.2020, №9 від 05.01.2021, №25 від 18.01.2021, №83 від 05.02.2021, №123 від 27.01.2021, №104 від 17.02.2021, №154 від 24.02.2021, №230 від 22.03.2021, №270 від 24.03.2021), згідно з якою карантин на всій території країни продовжено до 30 квітня 2021 року, всі точки продажу лакофарбових матеріалів було закрито, включаючи магазини, салони й мережі гіпермаркетів, в яких Компанія реалізує свої вироби. Тож продукцію підприємство виготовляло й відвантажувало своєчасно, але в меншому масштабі.

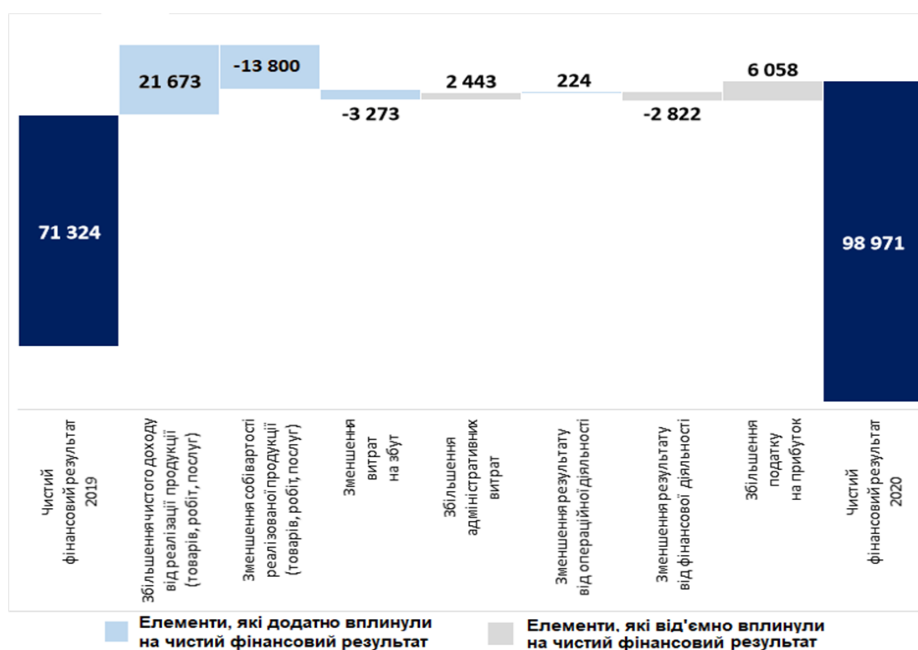
На день публікації цього звіту Дирекція Компанії оцінює, що зазначені вище карантинні обмеження не мали суттєвого впливу на величину сукупних доходів, які ТзОВ «Снежка-Україна» отримало в першому кварталі цього року.

2.6 Фінансові результати

2.6.1 Основні чинники, що впливають на фінансові результати

2020 року Компанія отримала чистий прибуток у розмірі 98 971 тис. грн – на 38,8% більше, ніж попереднього року. Чистий прибуток, що належить власникам материнської компанії, становить 82 621 тис. грн (+38.8% р./р.).

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



Основні чинники, що формують фінансовий результат Компанії 2020 року:

- збільшення чистого доходу від реалізації на 4,2% – до рівня 537 025 тис. грн – незважаючи на політику оптимізації портфолію та торгових марок, виважена цінова стратегія та робота з асортиментом дали позитивні результати;
- зменшення собівартості реалізованої продукції на -4,7% – до рівня 279 888 тис. грн – спричинено зниженням курсу валют, зменшенням вартості виробничих витрат;
- зменшення витрат на збут на -3,3% – до рівня 96 464 тис. грн – спричинено зменшенням вартості доставки та маркетингових витрат;
- збільшення адміністративних витрат на 6,4% – до рівня 40 899 тис. грн – спричинено підвищенням запланованих витрат: заробітної плати, а відповідно відрахувань єдиного соціального внеску, кількості працівників та їхнім медичним страхуванням.

Таблиця 4. Основні статті Звіту про фінансові результати Компанії

	2020 рік	2019 рік	Зміна (рік/року)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	537 025	515 352	4.2%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	279 888	293 688	-4.7%
Витрати на збут	96 464	99 737	-3.3%
Адміністративні витрати	40 899	38 456	6.4%
Результат від операційної діяльності	(1 707)	(1 931)	
Результат від фінансової діяльності	2 655	5 477	
Фінансовий результат до оподаткування	120 722	87 017	38.7%
Фінансовий результат від операційної діяльності (ЕВІТ)	118 067	81 540	44.8%
Фінансовий результат від операційної діяльності + амортизація (ЕВІТДА)	127 035	89 630	41.7%
Податок на прибуток	21 751	15 693	38.6%
Чистий фінансовий результат	98 971	71 324	38.8%
<i>Чистий фінансовий результат, що належить власникам материнської компанії</i>	<i>82 621</i>	<i>59 541</i>	<i>38.8%</i>

Окрім описаних у цьому звіті, 2020 року не було жодних чинників чи подій, у тому числі нетипового характеру, які мали б суттєвий вплив на фінансову звітність.

2.6.2 Активи Компанії

На рівень балансової вартості Компанії впливає сезонність. Це було докладніше описано в [розділі 2.4 звіту](#).

Таблиця 5. Активи Компанії

Актив	Станом на 31.12.2020	Станом на 31.12.2019	Зміна (рік/року)
Необоротні активи:	143 627	125 196	14.7%
- Нематеріальні активи	590	810	-27.2%
- Незавершені капітальні інвестиції	31 087	28 855	7.7%
- Основні засоби	109 939	93 466	17.6%
- Відстрочені податкові активи	2 011	2 065	-2.6%
Оборотні активи:	131 722	115 331	14.2%
- Запаси	53 660	62 762	-14.5%
- Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22 979	19 819	15.9%
- Гроші та їхні еквіваленти	48 845	23 370	109.0%
- Інші оборотні активи	6 238	9 380	-33.5%
Разом	275 349	240 527	14.5%

Наприкінці 2020-го активи Компанії становили 275 349 тис. гривень, що є більше на 34 822 тис. грн (+14,5% р./р.) порівняно з попереднім роком.

Вартість необоротних активів Компанії, що становить 52,2% її загальних активів, зросла на 14,7% – до 143 627 тис. гривень протягом року – здебільшого через запуск пристрою ротаційного типу для пакування шпаклювальних сумішей у мішки, будівництво та реконструкцію з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб і капітальні витрати, пов'язані з планами розвитку підприємства.

Вартість оборотних активів Компанії станом на 31 грудня 2020-го порівняно з їхньою вартістю на відповідну дату попереднього року збільшилася на 14,2% – до 131 722 тис. гривень. Основну частину оборотних активів підприємства становили запаси на суму 53 660 тис. гривень, які включали готову продукцію, товари та матеріали.

2020 року Компанія здійснила процеси оптимізації запасів і на рівні забезпечення сировини для виробництва, і на рівні управління запасами та реалізацією.

Збільшення грошових коштів та їхніх еквівалентів позитивно вплинуло на вартість оборотних активів. Наприкінці 2020 року вона становила 48 845 тис. гривень, у тому числі за рахунок позитивного грошового потоку від операційної діяльності.

Наприкінці 2020 року Компанія також мала дебіторську заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги на суму 22 979 тис. гривень, яка збільшилась на 15.9% що є похідним результатом продаж.

Наприкінці 2020 року Компанія профінансувала свою діяльність власним коштом на 100%. Її власний капітал на кінець звітного періоду становив 256 620 тис. гривень (+12,1% р./р.).

У звітному періоді довгострокові зобов'язання Компанії значно зросли. Станом на 31 грудня 2020 року вони досягли 1 734 тис. гривень, що становило 0,6% загальної суми балансу. Переважно це було обумовлено зростанням довгострокових розрахунків актуарія та збільшенням відповідно до вимог МСФЗ 16 в частині, що стосується подання права постійного користування земельною ділянкою.

Таблиця 6. Пасив Компанії

Пасив	Станом на 31.12.2020	Станом на 31.12.2019	Зміна (рік/року)
Власний капітал:	256 620	228 973	12.1%
- Власний капітал, що належить власникам материнської Компанії	214 226	191 147	12.1%
- Власний капітал, що належить до неконтрольованих часток	42 394	37 826	12.1%
Зобов'язання:	18 729	11 554	62.1%
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1 734	1 385	25.2%
Поточні зобов'язання і забезпечення:	16 995	10 169	67.1%
- Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	7 128	4 494	58.6%
- Інші поточні зобов'язання	9 867	5 675	73.9%
Разом	275 349	240 527	14.5%

Поточні зобов'язання і забезпечення Компанії були на рівні 16 995 тис. гривень (+67,1% р./р.) і становили 6,2% загальної суми балансу. Більша частина була пов'язана із зобов'язаннями за постачання та послуги – 7 128 тис. гривень, а також інші зобов'язання, які стосуються її основної діяльності, також зросли (до 9 867 тис. гривень).

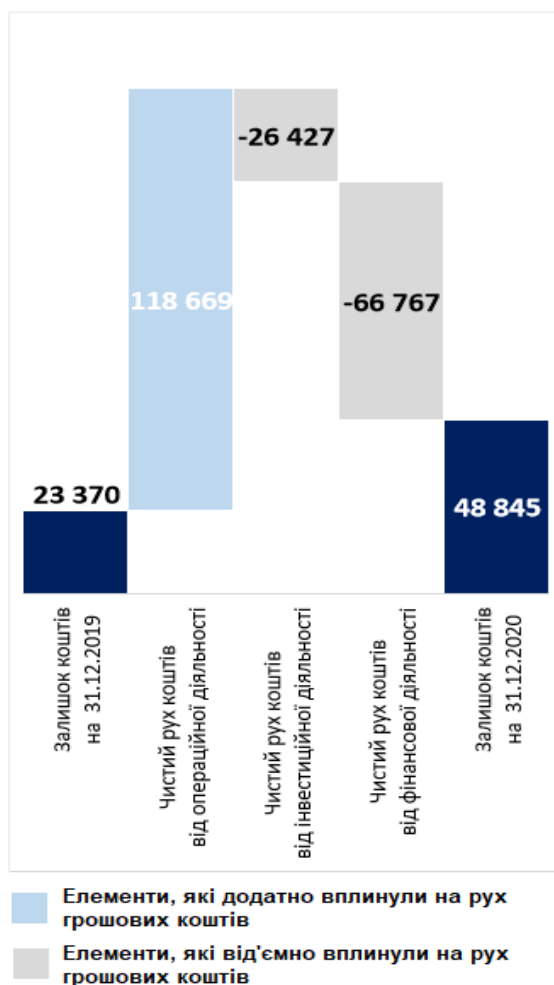
2.6.3 Рух грошових коштів

2020 року Компанія генерувала позитивні грошові потоки в розмірі 25 475 тис. гривень. Як наслідок, на кінець цього періоду її грошові кошти становили 48 845 тис. гривень.

Рух грошових коштів Компанії складався з:

- **Позитивний рух грошових коштів від операційної діяльності в сумі 118 669 тис. гривень.** На їхній рівень позитивно вплинули прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, який отримала Компанія (становив 120 722 тис. гривень), та зміни стану оборотних активів підприємства (загальна сума – 12 259 тис. гривень).
- **Негативний рух грошових коштів від інвестиційної діяльності в сумі 26 427 тис. гривень.** Компанія зазнала витрат на придбання основних засобів та нематеріальних активів у сумі 27 495 тис. гривень. Найбільшу частину цієї суми становлять витрати, пов'язані з будівництвом та реконструкцією з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб, монтажем та налаштуванням для запуску механічного пристрою ротаційного типу для пакування шпаклювальних сумішей у мішки, придбанням земельної ділянки та частковим оновленням автотранспортного парку.
- **Негативний рух грошових коштів від фінансування діяльності в сумі 66 767 тис. гривень** У звітному періоді відбулася виплата дивідендів від прибутку за 2019 рік (71 324 тис. гривень) учасникам Компанії. Також Компанія отримала відсотки від банків за розміщення коштів у сумі 4 557 тис. гривень.

Діаграма 3. Рух грошових коштів Компанії за 2020 рік



2.6.4 Фінансові показники

2020-го Компанія генерувала більшу (+4,9% р./р.) маржу бруто від реалізації, ніж попереднього року. Це стало результатом постійного попиту на лакофарбові матеріали з основного та середніх цінових сегментів. Тенденцію до обрання споживачами дорожчих виробів спостерігали в усій Україні.

Усі інші коефіцієнти рентабельності були вищі, ніж попереднього року. Збільшення фінансового результату від операційної діяльності, EBITDA та чистого фінансового результату було наслідком зменшення собівартості реалізованої продукції і товарів у частині зниження закупівельної вартості сировини та упаковки, а також це відбулося завдяки автоматизації деяких виробничих процесів і зменшенню витрат на збут.

Рентабельність активів (ROA) збільшилася на 6,2%, що є наслідком незначного зростання активів та чистого прибутку. З іншого боку, рентабельність власного капіталу (ROE) також зросла на 7,5%, переважно це стало результатом зростання чистого прибутку за одночасного збільшення власного капіталу Компанії.

Таблиця 7. Показники рентабельності Компанії

	2020 рік	2019 рік
Маржа ЕВІТ у % (ЕВІТ / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	22.0%	15.8%
Маржа ЕВІТДА у % (ЕВІТДА / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	23.7%	17.4%
Маржа бруто від реалізації % (Валовий прибуток / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	47.9%	43.0%
Маржа чистого фінансового результату прибутку у % (Чистий фінансовий результат / Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) x 100%	18.4%	13.8%
Рентабельність активів (ROA)* (Чистий фінансовий результат / Актив) x 100%	35.9%	29.7%
Рентабельність власного капіталу (ROE) (Чистий фінансовий результат / Власний капітал) x 100%	38.6%	31.1%

Станом на 31 грудня 2020 року заборгованість Компанії збільшилась – на 2%, ніж роком раніше. Коефіцієнти загальної та поточної ліквідності були нижчими, ніж попереднього року, оскільки Компанія володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам.

Таблиця 8. Показники ліквідності та заборгованості Компанії

	Станом на 31.12.2020	Станом на 31.12.2019
Коефіцієнт загальної ліквідності (Оборотні активи / Поточні зобов'язання і забезпечення)	7.8	11.3
Коефіцієнт поточної ліквідності (Оборотні активи - Запаси) / Поточні зобов'язання і забезпечення	4.6	5.2
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Гроші та їхні еквіваленти / Поточні зобов'язання і забезпечення) x 100%	287.4%	229.8%
Коефіцієнт заборгованості (Зобов'язання / Актив) x 100%	6.8%	4.8%
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом (Власний капітал / Необоротні активи) x 100%	178.7%	182.9%

2.7 Інвестиції

Інвестиції Компанії за 2020 рік було зосереджено на підвищенні якості продукції, збільшенні виробничих потужностей (розширення й автоматизація виробничих ліній) та оптимізації виробничих витрат. Компанія зробила акцент на вдосконаленні логістичних процесів.

Найбільші інвестиції 2020 року:

- будівництво та реконструкція з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб;
- монтаж та налаштування для запуску механічного пристрою ротаційного типу для пакування шпаклювальних сумішей у мішки, що вдосконалило процеси фасування готових до використання виробів;
- придбано земельну ділянку площею 3,091 га, місце розташування якої: Львівська область, Яворівський район, місто Яворів, вулиця Привокзальна;
- частково оновлено автотранспортний парк.

Інвестиційна політика, яку здійснювала Компанія 2020-го, була продовженням політики попередніх років. Реалізація інвестиційних видатків відбувалася відповідно до затвердженого річного плану інвестиційних витрат з деякими відхиленнями щодо поточної господарської діяльності Компанії.

Фінансування інвестицій Компанія здійснювала власним коштом. Компанія не передбачає проблем з фінансуванням інвестиційного плану на 2021 рік.

Водночас у зв'язку з пандемією, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, Компанія не відкидає, що застосовуватиме заходи для посилення своєї фінансової ліквідності та зменшення витрат, не пов'язаних безпосередньо з операційною діяльністю.

2.8 Додаткова інформація

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

Кредити та позики

Станом на 31 грудня 2020 року Компанія має активну щорічно поновлювальну кредитну лінію, яку не використовувала протягом 2020 року. Відсоткова ставка за кредитом протягом року та станом на 31 грудня 2020 року становила 17,5%.

Станом на 31 грудня 2020 року Компанія уклала угоди з такими банками:

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

Гарантії чи позики

Станом на 31 грудня 2020 року ніяких матеріальних гарантій чи позик Компанія не надала жодному суб'єкту господарювання.

Істотні спори

2020 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

2020 року Компанія не мала з пов'язаними особами жодних операцій, окрім ринкових.

3 Перспективи і плани розвитку

3.1 Перспективи розвитку Компанії

Через пандемію хвороби COVID-19, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, за відсутності на дату складання річного звіту достовірної та повної інформації і даних про її довгострокові наслідки та невизначеності щодо її розвитку 2021 року, ТзОВ «Снежка-Україна» наразі не в змозі спрогнозувати наслідки цієї ситуації для макроекономічного та ринкового середовища. У зв'язку з цим можливість оцінювання перспектив розвитку Компанії в майбутньому обмежено станом на дату підготовки річного звіту за 2020 рік.

Дирекція Компанії надалі відстежуватиме потенційний вплив пандемії COVID-19 та вживатиме всіх можливих заходів для пом'якшення імовірних негативних наслідків для підприємства, якщо такі будуть. Однак через неможливість отримати достовірні дані на момент підготовки цього документа всі прогнози щодо майбутнього, які містить річний звіт за 2020 рік, зокрема опис перспектив розвитку ТзОВ «Снежка-Україна» принаймні в наступному фінансовому році, потрібно проаналізувати з урахуванням викладеного припущення.

Основні чинники, що стосуються перспектив Компанії:

- коротко- та довгострокові наслідки пандемії хвороби COVID-19, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, у всіх аспектах діяльності Компанії;
- зміни цін на сировину, яку використовують для виробництва продукції, та її наявність;
- макроекономічна ситуація у світі, в тому числі на ринку України, включаючи економічне становище в будівельній галузі;
- соціально-економічні зміни в Україні;
- зміни попиту на вироби та товари Компанії;
- 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 5.6 звіту](#), а також [фінансову звітність примітка 20](#));
- динаміка продажу продукції Компанії.

Ринок

Довготривала пандемія захворювання COVID-19, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, змінює поведінку та очікування споживачів. Однак станом на дату цього звіту складно визначити, як зміниться поведінка та ставлення споживачів і чи будуть вони постійними. Компанія також контролює вплив екологічних та кліматичних тенденцій на лакофарбову промисловість.

Компанія надалі працює, збільшуючи дистрибуцію своєї продукції, водночас проводить планову маркетингову та збутову діяльність, спрямовану на підтримку продажу виробів з портфоліо торгових марок Групи компаній «Śnieżka». Моніторинг є постійним елементом діяльності Компанії в секторі лакофарбових матеріалів, що дає змогу 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 рішення органів державної влади, пов'язані з пандемією COVID-19, а також довгострокові тенденції щодо соціальних змін, використання сировини чи екологічних норм і водночас їхні наслідки для виробництва та процесу продажу продукції.

Сировина

Через пандемію хвороби COVID-19, а також інші події (наприклад, стихійне лихо в США) ритмічність постачання періодично порушувалася наприкінці 2020 року та в першому кварталі 2021-го. Деякі постачальники, що виробляють сировину, – у тому числі ті, які належать до основних постачальників Групи, – тимчасово обмежили або припинили виробництво. Водночас глобальний попит на сировину значно зріс, особливо в Китаї. Швидке зростання попиту за недостатньої пропозиції призвело до зростання цін на сировину, яку використовують у виробництві продукції Компанії, а в деяких випадках – і до проблем з її наявністю.

На дату публікації звіту Компанія не відчуває суттєвих негативних наслідків, пов'язаних з наявністю та вартістю сировини. Водночас неможливо визначити, як довго триватиме обмеження доступу до певної сировини, а також оцінити майбутній рівень цін на ключову сировину, яку використовують у виробництві.

Існує ймовірність подальшого зростання вартості нафти, з якою пов'язані ціни на смоли.

3.2 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 ТЗОВ «Снежка-Україна» стверджує: не можна відкидати, що через пандемію COVID-19, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, і її довгострокові наслідки – непередбачувані на момент підготовки річного Звіту про управління за 2020 рік – стратегія та стратегічні цілі Компанії можуть у майбутньому потребувати змін або загального перегляду.

Найважливішими стратегічними цілями Компанії на 2021-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 та зміцнення лідерської позиції.

Компанія проводитиме роботу з удосконалення портфолію та розширення дистрибуції продукції, що залежить від довгострокової політики, макроекономічної невизначеності на ринку та конкуренції в Україні.

- **модернізація виробничих приміщень**

Модернізація та розширення виробничих приміщень завершиться в першому кварталі 2021 року.

3.3 Плани розвитку

Дирекція Компанії передбачає, що пандемія захворювання COVID-19, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, та її довгострокові наслідки – непередбачувані на момент підготовки річного Звіту про управління за 2020 рік – можуть у майбутньому спричинити часткову зміну планів розвитку Компанії.

На українському ринку Компанія планує надалі розвиватися у двох найбільших каналах продажу:

- **Дистрибуція** (близько 91% 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 нею умов збуту, стандартів обслуговування та під її контролем.
- **Ринок мереж DIY** (близько 9% 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 2020 рік передбачала розвиток продажу та збільшення частки ринку. Це реалізовували насамперед за рахунок концентрації діяльності, зосередженої на таких категоріях продукції:

- інтер'єрні фарби (частка яких на ринку є високою);
- емалі для деревини та металу.

Модель співпраці між ТЗОВ «Снежка-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 2020-го, охопив такі важливі елементи:

- використання ціноутворювальних інструментів та орієнтація на потреби споживачів;
- акції, які здебільшого базувалися на заохоченні 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 2021 року базуватиметься на рішеннях, запроваджених 2020-го.

Передумовою розвитку каналів продажу 2021 року є ґрунтовні дослідження ринку та докладний 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 портфолію Групи компаній «Śnieżka». Крім того, Компанія продовжить співпрацювати з дистриб'юторами та торговими точками.

Плани розвитку Групи «Śnieżka» в Україні

На українському ринку Група продовжуватиме діяльність щодо оптимізації продуктового портфолію, розвитку і адаптації процесів продажу до стандартів, які прийняті в Групі.



Цю діяльність Група здійснюватиме, реалізуючи такі заходи:

- оптимізацію процесів, комерційних структур, концентрацію регіональних зусиль продажу, що полягає у впровадженні наявних та нових продуктів у роздрібних торгових точках, які не мають цих виробів у своєму асортименті;
- удосконалення моделі співпраці з бізнес-партнерами, які здійснюють свою діяльність на окремих ринках, що в основному полягатиме у збільшенні доступності продукції, яка постійно перебуватиме на складських залишках в окремих торгових точках. Діяльність буде узгоджена з іншими завданнями, які Група визначатиме для сил продажу;
- скорочення часу доставки в усіх каналах дистрибуції (на рівні «виробник – кінцевий клієнт»).

Упровадженні процеси удосконалення мають покращити рівень обслуговування клієнтів та забезпечити для них доступність продуктів, які вони шукають.



4 Нефінансова інформація

Дирекція Компанії передбачає, що тривала пандемія хвороби COVID-19, яку викликав коронавірус SARS-CoV-2, та її наслідки – непередбачувані на момент підготовки Звіту за 2020 рік про нефінансову інформацію – у майбутньому можуть спричинити часткову або повну зміну середовища, регулювання, операцій та планів Компанії.

4.1 Загальна інформація про Компанію

«Снежка-Україна» – відомий виробник сучасної лакофарбової продукції, що працює на українському ринку лакофарбових матеріалів упродовж 21 року. 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» в межах мультибрендингової стратегії виготовляє лакофарбові матеріали різних категорій під торговими марками Śnieżka, ACRYL-PUTZ, VIDARON, FOVEO TECH, що дає змогу споживачам обирати якісну продукцію з різних сегментів. Компанія «Снежка-Україна» тісно співпрацює з Центром досліджень і розробок, розташованим на території АТ «ФІЛ «Śnieżka» в Польщі, польський лабораторний осередок розробляє всі технології та рецептури продукції Групи «Śnieżka». Отже, всі вироби, які виготовляє підприємство «Снежка-Україна» згідно з ліцензією АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka», відповідають європейським стандартам. Цьому сприяє постійна модернізація процесів на виробництві, осучаснення устаткування, удосконалення рецептур продукції і застосування якісної сировини. На заводі щорічно виробляють близько 29 млн кг різних видів лакофарбової продукції.

Протягом діяльності Компанія здобула авторитет і довіру в українських споживачів, а її продукція має чималий попит. Вироби різних сегментів підприємство успішно реалізує на території всієї України (за винятком окупованих територій Донбасу та Криму). «Снежка-Україна» за 21 рік ефективно налагодила роботу з бізнес-клієнтами, сформувавши систему надійної дистрибуції, а також співпрацює з будівельними гіпермаркетами й водночас розвиває напрям діяльності фірмових салонів і спеціалізованих магазинів на партнерських засадах.

Наприкінці 2020 року в Компанії працювало 210 осіб – докладну інформацію про це буде представлено [в пункті 4.8.1 звіту](#)

ТЗОВ «Снежка-Україна» є товариством з обмеженою відповідальністю, яке створено за українським законодавством і 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

4.2 Діяльність Компанії

ТзОВ «Снежка-Україна» є офіційним представником міжнародної Групи «Śnieżka» і працює на українському ринку лакофарбових матеріалів 21 рік. Завод розміщений у Західній Україні, у м. Яворів Львівської області. Вигідне географічне розташування Яворівського району, що межує з Польщею, відіграє важливу роль у розвитку підприємства, яке побудовано за сучасними міжнародними стандартами. На даний момент на заводі функціонують два цехи. В одному з них виготовляють водоемульсійні фарби, акрилові емалі, ґрунтувальні засоби, клеї, протигрибкові вироби та інші продукти, в іншому – сухі шпаклювальні гладі. Для ефективної організації логістичних процесів та високих стандартів сервісу на підприємстві споруджено сучасний склад готових виробів, де зберігають продукцію й українського, і польського виробництва. Зі складського комплексу лакофарбові продукти Групи «Śnieżka» доставляють у всі регіони України (за винятком окупованих територій Донбасу та Криму).

Для того щоб завод виготовляв конкурентоспроможну продукцію, засновники підприємства постійно інвестують кошти у виробничі потужності для осучаснення технологічних ліній. Управління виробництвом комп'ютеризовано, що сприяє зменшенню фізичного навантаження на робітників, поліпшенню виробничої культури, вдосконаленню якості продукції. Адже відбувається точне дозування складників та вдається запобігти впливу людського чинника на закладену технологом рецептуру. Автоматизовано процеси складського комплексу, що дає змогу оперативнo складувати, переміщати, зберігати, комплектувати і відвантажувати продукцію. WMS-система (система керування складом) значно спрощує документообіг, допомагає раціонально використовувати площу складського приміщення, поліпшує якість обслуговування і забезпечує дотримання термінів постачання продукції партнерам.

На сьогодні Компанія – один з лідерів виробництва лакофарбової продукції в Україні.

Невід'ємною складовою діяльності підприємства «Снежка-Україна» стала політика з виробництва продукції найвищої якості, яка є екологічною та безпечною для довкілля і здоров'я людей. Лабораторія з контролю виробництва є важливою структурною ланкою Компанії, яку обладнано сучасним вимірювально-випробувальним устаткуванням. Відповідно, лабораторія підприємства отримала Свідоцтво про відповідність системи керування вимірюваннями. Фахівці лабораторії ретельно перевіряють якість сировини та готової продукції, здійснюють санітарно-гігієнічні дослідження повітря – атмосферного та робочої зони, води – стічної та з відкритих водоймищ.

Підприємство «Снежка-Україна» як відповідальний виробник також турбується про застосування екологічних технологій при виготовленні продукції і відповідно дбає про її сертифікацію. Вироби Компанії пройшли екологічну сертифікацію, яку в Україні здійснює Всеукраїнська громадська організація «Жива планета». Виданий сертифікат від 22.12.2020 №UA 08.002.337 підтверджує, що лакофарбові вироби ТМ Śnieżka відповідають екологічним критеріям та вимогам СОУ ОЕМ 08.002.12.019:2017 оцінки життєвого циклу.

Ще одним з вагомих напрямів діяльності «Снежка-Україна» є соціальна відповідальність бізнесу. Компанія, дотримуючись стратегії гармонійного розвитку Групи «Śnieżka» та засад політики соціальної відповідальності, активно долучається до різних проектів і програм соціального спрямування. Компанія підтримує соціальні ініціативи місцевих громад, постійно допомагає об'єктам соціальної сфери, які найбільше потребують сприяння, зокрема закладам культури, медицини, освіти, спорту. Як відповідальний виробник «Снежка-Україна» 2012 року започаткувала довгострокову всеукраїнську соціальну програму «Кольоровий світ дитинства», адресовану дитячим лікувальним установам України. Мета проекту – надання допомоги таким

зкладам у ремонтах інтер'єрів та їхньому художньому оздобленні барвистими казковими ілюстраціями. Компанія допомагає медперсоналу створити в лікарнях позитивну яскраву атмосферу для маленьких пацієнтів, яка сприятиме їхньому швидшому одужанню.

Також «Сніжка-Україна» активно долучається до реалізації ініціатив у сфері соціально-державного партнерства. Упродовж кількох років Компанія розвиває напрям створення навчально-практичних центрів «Śniezka» у професійних освітніх закладах на засадах соціального партнера. Така плідна співпраця з установами професійної освіти відбувається за підтримки Міністерства освіти і науки України, з яким «Сніжка-Україна» ще 2016 року підписала Меморандум про співробітництво, який було пролонговано 23 листопада 2020-го.

Докладну інформацію про це буде представлено [в пункті 4.12 звіту](#).

«Сніжка-Україна» протягом багатьох років співпрацює з бізнес-партнерами на засадах клієнтоорієнтованості, що ґрунтується на принципах відкритості, взаємоповаги, довіри і професіоналізму. Таким чином, за роки діяльності Компанія сформувала широку мережу дистрибуції, завдяки якій продукція наявна і клієнти реалізують її на території всієї України (за винятком окупованих територій Донбасу і Криму). Водночас підприємство налагодило бізнес-відносини з будівельними гіпермаркетами.

Розширюючи канали продажу, а також дбаючи про комфорт і задоволення попиту споживачів, «Сніжка-Україна» спільно зі своїми бізнес-партнерами відкриває в Україні мережу магазинів роздрібною торгівлі «Śniezka». Завдяки такому формату співпраці Компанія прагне не лише продавати свої товари, а й надавати покупцю весь спектр якісного обслуговування, зокрема фахову консультацію щодо правильного використання виробів, щоб клієнт у салонах такого рівня дізнався вичерпну інформацію про продукцію і її застосування.

Така багатогранна взаємодія з партнерами сприяє успішній реалізації продуктів Групи компаній «Śniezka» на території всієї України, її спрямовано на задоволення потреб різних категорій споживачів та високий рівень сервісу.

На 31 грудня 2020 року статутний капітал Компанії становив 415,7 тис. гривень і не змінився порівняно з кінцем 2019-го.

За роки існування ТзОВ «Сніжка-Україна» динамічно розвивається, дотримуючись у своїй діяльності стратегії гармонійного розвитку Групи «Śniezka», орієнтуючись на сучасні тенденції та вимоги лакофарбового ринку.

4.3 Торгові марки

- У звітному періоді продукцію і товари було реалізовано під такими торговими марками:
- Śniezka – основна торгова марка Групи компаній «Śniezka», під якою пропонують широкий асортимент продукції. Її портфоліо включає групи виробів, призначених для захисту та оздоблення різних основ, які використовують і всередині приміщень, і зовні. Фарби, шпаклівки, емалі, ґрунтівки, протигрибкові засоби – це вироби високої якості, які вирізняються конкурентоспроможністю, екологічністю та відмінними декоративними властивостями. Продукти ТМ Śniezka вже давно відомі на ринку й задовольняють потреби й індивідуальних клієнтів, і професіоналів. При виготовленні продукції ТМ Śniezka 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 ґрунтівки 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 утеплення будинків, що містить у своєму портфоліо декоративні штукатурки, фасадні та ґрунтувальні фарби, ґрунтівки. 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 багатоманітною та колоритною гамою барв.
- 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 бренда містить різні види силіконів, клеїв тощо.
- MAGNAT – це вироби для найвибагливіших клієнтів, які цінують якість і стиль. До портфоліо цієї інноваційної марки преміумкласу належать 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 бренда також доповнено малярськими інструментами, які вирізняються високою якістю та комфортом у використанні.

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

Макроекономічні фактори

Для Компанії «Снежка-Україна» ключовим ринком з погляду реалізованих доходів є Україна. Стан на українському ринку найкраще ілюструють вартість і динаміка 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, включаючи різні типи державних програм, що забезпечують фінансову допомогу конкретним бенефіціарам, податкові пільги та інша підтримка, зокрема програми зі сприяння малому бізнесу під час боротьби з пандемією.

Для Компанії важливе значення має ситуація і в будівельній галузі, оскільки продукцію підприємства насамперед використовують приватні власники для ремонтів будинків, квартир, рідше її застосовують генеральні підрядники для опорядження новобудов. До чинників, що впливають на кон'юнктуру ринку формують будівельно-монтажне виробництво, включаючи інвестиційні та реконструкційні роботи, які здійснювали в Україні, а також рівень нових інвестицій у сегмент житлового будівництва (кількість завершених житлових будинків).

Корисними для аналізу економічної ситуації є показники споживчих настроїв, які демонструють рівень оптимізму споживачів щодо економічного розвитку і схильність домогосподарств до

накопичення заощаджень та здійснення витрат. Значний вплив на результати і темпи розвитку ТзОВ «Снежка-Україна» має такий макроекономічний чинник, як зміна обмінних курсів (зокрема UAH/EUR, UAH/USD, UAH/PLN, UAH/RUB), включаючи девальвацію гривні. Окрім того, для розвитку Компанії та всієї галузі важливими будуть ціни на упаковку та вартість сировини, яку використовують для виробництва продукції, а також її доступність на ринку.

Для ТзОВ «Снежка-Україна» в контексті розвитку Групи та її майбутніх доходів глобальна макроекономічна ситуація (ВВП, приватне споживання, рівень заробітної плати, безробіття, економічна ситуація в будівництві тощо) матимуть важливе значення.

На дату складання річного звіту «Снежка-Україна» не може оцінити й передбачити вплив пандемії через поширення захворюваності на COVID-19 на макроекономічну ситуацію в Україні. Водночас Міністерство економіки України прогнозує, що ВВП 2021 року зросте на 4,6%¹.

Ситуація в секторі лакофарбових матеріалів

2020 року український ринок фарб та виробів для захисту й декорування деревини зменшився на 2,8%² від обсягу ринку.

Безпосередня боротьба з пандемією COVID-19, яка вразила економіку України значно більше, ніж, наприклад, Польщі чи Угорщини, мала прямий вплив на стан галузі.

Обмежувальні й карантинні заходи, які запровадила українська влада, вплинули на функціонування багатьох фірм, зокрема тих, що реалізують фарби. За спостереженнями Компанії, мережі гіпермаркетів у сегменті DIY мали більші можливості роздрібного продажу і краще пережили цей період.

На українському ринку спостерігали подальше зростання попиту на дорожчі та якісніші товари. Споживачі звертали увагу на такі особливості фарб, як стійкість до стирання і миття (про що заявили 45% опитаних), а також надавали перевагу стійкості кольору і зосереджувалися на властивостях продукту, які можуть впливати на здоров'я. Понад половина респондентів декларувала, що для них важливо, аби продукція була безпечна для здоров'я³.

Українські споживачі використовували найбільше фарби та виробів для фарбування й декорування деревини під час реконструкції (майже 93%)⁴.

За звітний період перелік основних гравців на українському ринку лакофарбових матеріалів не зазнав змін. Головними виробниками на ринку залишилися: «Снежка-Україна», «Meffert Hansa Farben», «Henkel», «ZIP», «Caparol», «Eskaro», «Feidal», «Полісан», ПП «Олейников»⁵.

У довгостроковій перспективі Україна залишається важливим та перспективним ринком для Групи «Śnieżka», оскільки тут споживання фарб усе ще є на нижчому рівні, ніж у країнах Європейського Союзу. «Снежка-Україна» залишається одним з великих виробників у галузі лакофарбових матеріалів, тому й надалі працюватиме над збереженням своєї лідерської позиції на ринку.

¹ Джерело: Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

² Джерело: Хім-Кур'єр №1 (122), 29 січня 2021 року

³ Джерело: U&A Україна, жовтень 2020 року

⁴ Джерело: U&A Україна, жовтень 2020 року

⁵ Джерело: Хім-Кур'єр №1 (122), 29 січня 2021

У попередні роки Група «Śnieżka» спостерігала, що на польському, угорському й українському ринках зберігалася тенденція до вибору продуктів кращої якості, які мають, зокрема, такі властивості: з ними комфортно працювати, вони стійкі та мають поліпшені технічні параметри. У майбутньому зростання зацікавленості до екологічних продуктів матиме значний вплив на розвиток галузі.

4.5 Стратегія, місія та бачення

Стратегічні цілі Групи компаній «Śnieżka» спрямовано на концентрацію діяльності на вибраних європейських та позаєвропейських ринках і водночас на збереження лідерської позиції на ринках Центрально-Східної Європи, з домінуючим значенням польського. Група має намір досягти цих цілей, зосереджуючись на розвитку діяльності у вказаних країнах, а також на зміцненні позицій у сегменті декоративних фарб на чотирьох стратегічних ринках: польському, угорському, українському й білоруському. Оцінка перелічених ринків як перспективних є основою для створення довгострокової стратегії присутності Групи «Śnieżka» в усіх зазначених регіонах. Тому ТзОВ «Снежжкa-Україна» у своїй діяльності дотримується засад стратегії Групи, а також керується в управлінні господарсько-виробничими процесами головними категоріями – місією і баченням, – які сформулювала Група.

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

- упровадження нової моделі управління Групою на основі центрів компетенцій;
- підтримка іміджу привабливого та надійного партнера серед постачальників і клієнтів Групи, який конкурує інноваційними та гнучкими 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 реалізованої стратегії Група зацікавлена в органічному розвитку та зростанні завдяки капітальним інвестиціям. 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.

Правління Групи застерігає, що на момент складання річного звіту ТзОВ «Снежжкa-Україна» за 2020 рік не можна відкидати непередбачувані наслідки тривалої пандемії, яку спричинила коронавірусна хвороба COVID-19. У майбутньому вони можуть призвести до потреби змінити стратегію розвитку й стратегічні цілі Групи та Компанії.

Стратегічні цілі Компанії на найближчі роки описано [в пункті 3.2 звіту](#).

Малюнок 1. Місія і бачення Групи компаній «Śniezka»



4.6 Організаційні цінності

Важливою підтримкою для ефективної 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 втілюють 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 вони 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 їхньої реалізації;
- **Бізнес-ефективність** – головний критерій нашої діяльності.
-

Малюнок 2. Організаційні цінності



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. «Снежка-Україна», проводячи господарсько-виробничу діяльність, у своїй практиці також керується організаційними цінностями, які є фундаментальними для ефективного розвитку Компанії.

4.7 Нагороди

Успішну діяльність товариства «Снежка-Україна» та високу якість його продукції підтверджено всеукраїнськими нагородами, якими Компанію відзначили 2020 року.

Всеукраїнський рейтинг «Сумлінні платники податків – 2019»

«Снежка-Україна» увійшла до списку із 40 підприємств України, які відзначено престижною нагородою «Сумлінні платники податків – 2019». Компанію відзначено як велике підприємство в номінації «Промисловість». «Снежка-Україна» здобула переможний статус, продемонструвавши високі показники ефективної діяльності, дисциплінованість у дотриманні податкового законодавства України, беручи участь у різних соціальних ініціативах, дбаючи про добробут власного персоналу, втілюючи свою фінансово-господарську діяльність на засадах відкритості й чесності.



Конкурс торгових марок «Фаворити Успіху – 2020»

2021 року отримала медаль як переможець усеукраїнського відкритого рейтингу громадських уподобань «Фаворити Успіху – 2020». Довіру й високу оцінку українських споживачів, експертів галузі й відомих особистостей марка Śniezka здобула з-поміж 48 учасників ринку лакофарбової сфери і підтвердила статус «Абсолютного Фаворита Успіху» в категорії «Фарба». Українські споживачі впродовж року мають змогу щоквартально брати участь у голосуванні за улюблені бренди, визначаючи лідерів усеукраїнського рейтингу. Дослідження громадських уподобань щодо вибору товарів і послуг на українському ринку щорічно триває з 1 січня по 31 грудня.



4.8 Основні напрями гармонійного розвитку Компанії

Компанія динамічно розвивається, систематично збільшує свої виробничі потужності та розширює інфраструктуру. Інтенсивні процеси розвитку відбуваються в умовах традиційної турботи про прозорість засад і процедур у нашій діяльності. Супроводжує їх багатовимірний сталий моніторинг діяльності у сфері нефінансових аспектів, які висвітлено й показано в подальшій частині звіту.

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 проєктів, що сприяють рівним соціальним можливостям.

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

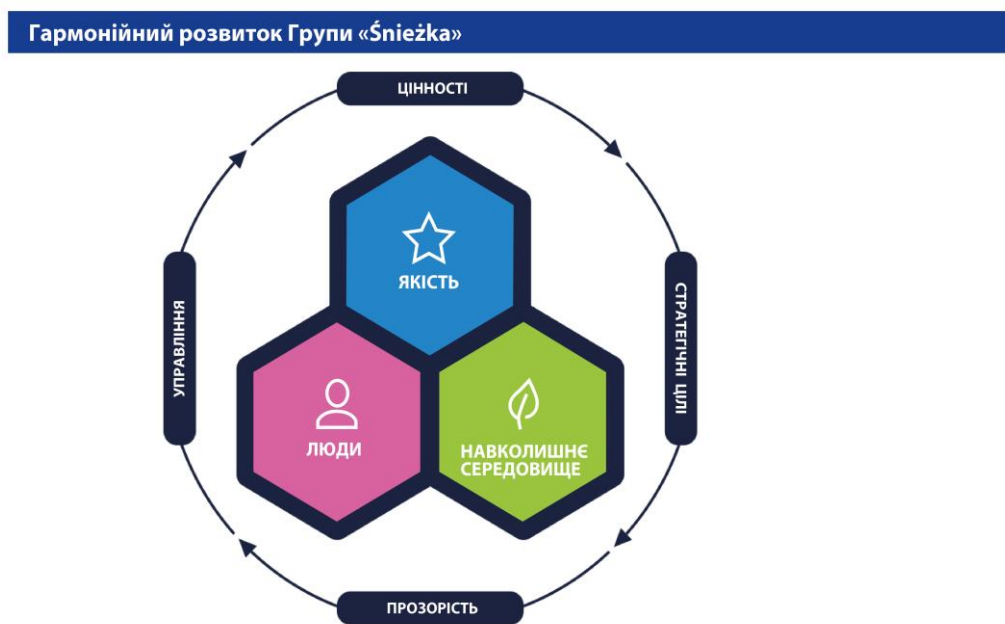
- турботу про природне середовище;

- прямий та опосередкований вплив нашої діяльності на людей, місцеві громади, в яких ведемо господарську діяльність.

Питання 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 чинник ефективного управління стратегічними цілями, що його підтримують цінності та принцип прозорості діяльності.

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



4.8.1 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 Політика про персонал Групи компаній «Śniezka». Цей документ тісно пов'язаний з ухваленою бізнес-стратегією та ідеєю відповідального бізнесу, є основою для дій у сфері питань співробітників. Фундаментальним принципом Політики про персонал 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.



Політика про персонал 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 і 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 звітної періоду діяв Колективний договір у редакції від 16 грудня 2019 року. Колективний договір укладено відповідно до Законів України «Про колективні договори та угоди», «Про охорону праці», «Про оплату праці».

Предметом Колективного договору є додаткові, якщо порівнювати 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 весь персонал Компанії та є обов'язкові і для власника, 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 управління персоналом є відокремленим підрозділом організаційної структури Компанії та підпорядковується безпосередньо Генеральному директору. У роботі керується Статутом Товариства, Положенням про відділ управління персоналом, наказами Генерального директора, а також чинним законодавством. Відділ управління персоналом дбає про прозорість діяльності,

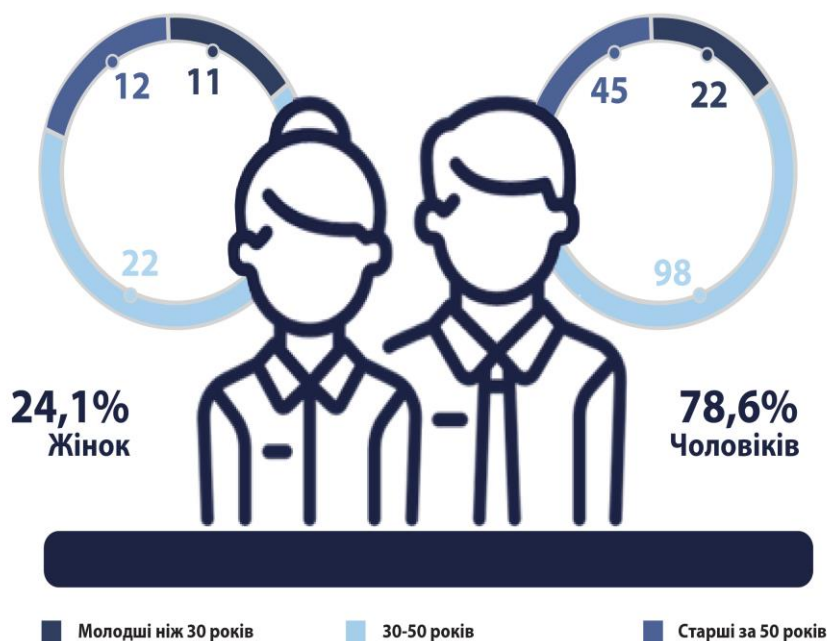
відповідність кадровій політиці та принципам, що їх містять нормативно-правові акти, а також створює внутрішні процедури та положення, які конкретизують окремі процеси, пов'язані із життєвим циклом працівника в організації.

Основні дані про зайнятість

Станом на 31 грудня 2020 року в Компанії працювало 210 осіб.

Діаграма 4. Вікова структура працівників за 2020 рік

ВІКОВА СТРУКТУРА ПРАЦІВНИКІВ ТзОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – 2020



Більшість працівників Компанії (57,1%) – особи віком 31-50 років: 10,5% зайнятих жінок та 46,7% зайнятих чоловіків потрапили в цей віковий діапазон. Частка жінок та чоловіків віком до 30 років (15,7%), зайнятих у Компанії, була нижчою за частку працівників, старших за 50 років (27,1%). Для жінок ці частки становили відповідно 5,2% (до 30 років) та 5,7% (понад 50 років), а для чоловіків – 10,5% (до 30 років) та 21,4% (понад 50 років).

Таблиця 9. Загальна кількість працівників за статтю

	31.12.2019		31.12.2020	
	Жінки	Чоловіки	Жінки	Чоловіки
ТзОВ «Снєжка-Україна»	41	167	45	165

Діаграма 5. Структура трудових відносин працівників за 2020 рік

ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ ПРАЦІВНИКІВ ТЗОВ «СНЄЖКА-УКРАЇНА» – 2020



Станом на 31 грудня 2020 року більшість працівників Компанії працювала на умовах безстрокових трудових договорів – 98,6% (включаючи 21,4% зайнятих жінок та 77,2% зайнятих чоловіків), решта – за строковими контрактами (у відділі охорони).

Таблиця 10 Структура працівників за умовами співпраці

	31.12.2019		31.12.2020	
	Жінки	Чоловіки	Жінки	Чоловіки
На умовах строкового контракту	41	163	0	3
На умовах безстрокового трудового договору	0	4	45	162
Усього	41	167	45	165

Керівні посади обіймало 28 осіб, що становило 13,3% усіх працівників. В управлінській команді було 8 жінок.

Таблиця 11. Структура працівників за посадою за 2020 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	5	3	8	2	11	7	20	28
Інші посади	11	17	9	37	20	87	38	145	182
Усього	11	22	12	45	22	98	45	165	210

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. «Снежка-Україна» застосовує принципи рівного поводження з працівниками в доступі до всіх пільг, включаючи виплату заробітної плати.

Співробітники підприємства 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. 2020 року 4 жінки, які працюють у Компанії, взяли відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами та для догляду за дитиною до 3 років, також правом на відпустку для догляду за дитиною до 3 років скористався один 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.

4.8.2 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.

4.8.3 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 керуємо всіма процесами в Компанії, спираючись на міжнародний досвід з 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 «Śnieżka».

«Снежка-Україна» особливо відповідально ставиться до процесу проектування і виготовлення своїх продуктів, застосовуючи й адаптуючи досвід і практику Групи «Śnieżka» у сфері охорони навколишнього середовища, що стосуються ефективного використання сировини, енергії, зменшення відходів виробництва і споживання тощо. У своїй діяльності Компанія керується засадами організаційних цінностей Групи «Śnieżka»: «Відповідальність і заангажованість» та «Стратегічна перспектива».

Компанія постійно шукає найкращі рецепти та технологічні рішення. Вибір відповідного обладнання та сировини впливає на зменшення впливу виробництва на навколишнє природне середовище й гарантує безпеку працівників.

«Снежка-Україна» моніторить зміни в законодавстві щодо аспектів охорони навколишнього середовища, а також вплив виробничих процесів на довкілля. Зокрема, Компанія контролює процес споживання ресурсів і стежить за дотриманням встановлених гранично допустимих рівнів викидів забруднювальних речовин, утворених відходів.

З огляду на характер виробництва, який безпосередньо впливає на природне середовище, Компанія має потрібні дозволи на проведення такої діяльності.

ТЗОВ «Снежка-Україна» працює в контексті захисту довкілля та екологічної безпеки, сплачує збори за використання навколишнього середовища, відповідно до Закону України «Про охорону природного навколишнього середовища» та Податкового кодексу України. Працівники підприємства беруть участь у навчальних програмах у галузі охорони навколишнього середовища. Водночас, здійснюючи виробничі процеси, Компанія значну увагу приділяє аспектам якості виробленої продукції, запобігання забрудненню довкілля й безпеки праці персоналу.

Основна мета екологічної стратегії Групи компаній «Śnieżka» – захист природних ресурсів шляхом дотримання та впровадження екологічних вимог і якості, а також формування правильного ставлення й обізнаності працівників в екологічних питаннях. Відповідно «Снежка-Україна» активно застосовує у виробничо-господарській діяльності засади екологічної стратегії Групи. 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, постійне спостереження 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.

У своїй роботі ТзОВ «Сніжка-Україна» докладає якнайбільше 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.

Головні засади екологічної стратегії та політики щодо якості, навколишнього середовища та охорони праці поширюють свою дію на всі підприємства Групи «Śnieżka», включаючи ТзОВ «Сніжка-Україна». Група регулярно контролює ситуацію з дотримання всіма її компаніями положень і норм щодо захисту навколишнього природного середовища.

Материнська компанія АТ «ФФІЛ «Śnieżka» у співпраці зі своїми дочірніми компаніями постійно оцінюватиме будь-які розбіжності між положеннями своєї екологічної політики та новими національними правилами й іншими стандартами, які набувають чинності, у країнах, де працюють підприємства.

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 аналізом їхнього 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 цією емблемою, 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 «Снежка-Україна» 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 незалежне експертне оцінювання дотримання вимог екологічних стандартів на всіх етапах життєвого циклу, підтвердила відповідність екологічним критеріям, тому підприємство отримало екологічний сертифікат на вироби водної групи.

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 поводження 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.

Для забезпечення реалізації запланованих екологічних цілей щороку формулюють конкретні екологічні завдання, виконання яких контролює Державна екологічна інспекція України.

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 поводження з відходами, зокрема як вторинною сировиною, 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 роботи.

Прикладом такої діяльності було встановлення фільтрувального пристрою для очищення повітря від пилу, що виділяється під час технологічних процесів. Перевірка і контроль блоку фільтрації дозволяє безперервно аналізувати ефективність приладу й оцінити рівень викидів у природне середовище.

Група «Śnieżka» постійно моніторить ситуацію з впливом на навколишнє середовище, ведучи облік інформації та даних про обсяги природокористування. Також контролює споживання ресурсів, рівень викидів забруднювальних речовин, утворення відходів та вхідну тару щодо обсягів виробництва.

Вода, яку використовує Компанія, надходить із мережі, тому підприємство не застосовує джерела води, які можуть негативно вплинути на водні ресурси регіону. «Снежка-Україна» 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 загроз для цього регіону.

Підприємство викидає в навколишнє середовище прямо та опосередковано парникові гази. Основним джерелом прямих викидів (CO₂, NO₂) є автотранспорт.

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

«Снежка-Україна» систематично замінює автопарк, який використовує у своїй господарській діяльності.

Підприємство не переробляє відходи самостійно, а спрямовує їх 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 змін у правилах охорони навколишнього середовища та підвищує поінформованість працівників про заходи, 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 із застосування екологічного маркування, турбуючись про виготовлення виробів, які відповідають екологічним критеріям та вимогам СОУ ОЕМ 08.002.12.019:2017 оцінки життєвого циклу.

Протягом 2020 року всі проведені організаційно-виробничі заходи відбувалися відповідно до плану, а реалізація цілей та завдань вирізнялася турботою про довкілля.

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 пального у двигунах внутрішнього згоряння, скидання дощових стоків;
- витрати на непрямє використання навколишнього середовища, включаючи плату за виконання зобов'язання з рекуперації та переробки, пов'язаної з постачанням упаковки з продукцією на внутрішній ринок, а також плату за утилізацію та захоронення відходів.

2020 року Компанія не порушувала законодавства, що підтверджує відповідальність за охорону навколишнього середовища.

Охорона праці

З дня заснування «Снежка-Україна» значну увагу приділяє тематиці безпеки життєдіяльності свого персоналу, забезпечуючи працівників безпечними й комфортними умовами роботи, щоб кожен із них міг якісно реалізуватися на робочому місці й ефективно працювати. Тому на підприємстві одним з важливих підрозділів є служба охорони праці та пожежної безпеки.

Для надійного забезпечення охорони праці й дотримання її правил Компанія проводить низку заходів навчального та профілактичного характеру. Згідно із чинним законодавством, працівники, яких приймають на роботу, проходять вступний інструктаж з безпечної поведінки на робочому місці, а також на території підприємства. А загалом персонал, який працює на виробничих лініях, складах та в підрозділах, оснащених різним устаткуванням, періодично проходить навчальний інструктаж з дотримання правил безпеки й дисципліни під час виконання робіт. Для успішної організації навчання працівників і перевірки їхніх знань щодо дотримання основних вимог з безпеки праці на підприємстві створюють комісії з перевірки знань.

До складу комісії з перевірки знань входять представники різних структурних підрозділів, які попередньо пройшли навчання і мають відповідні знання в галузі охорони праці та пожежної безпеки. Очолює комісію технічний директор. Склад комісії затверджують відповідним наказом. Завдання комісії – захист прав й інтересів працівників щодо безпечних умов праці, сприяння навчання персоналу для засвоєння ним основних правил охорони праці й пожежної безпеки, що сприяє запобіганню та профілактиці травматизму і професійним захворюванням.

Навчання

2020 року служба охорони праці й пожежної безпеки ТзОВ «Снежка-Україна» організувала і здійснила навчання й перевірку знань з охорони праці для різних категорій працівників, згідно із запланованими графіками проведення навчань. Зокрема, керівник компанії та інженер з охорони праці підвищили свою компетенцію в галузі управління підприємством і підрозділами в режимі надзвичайних ситуацій. Вступний інструктаж з охорони праці при прийомі на роботу пройшло 6 осіб. Навчальною програмою з електробезпеки скористалося 70 працівників. Також удосконалили свій рівень знань у галузі охорони праці й безпечного виконання робіт 11 водіїв автотранспорту, 38 апаратників виробництва, група працівників, до якої входили механіки, будівельники, прибиральники, – загалом 17 осіб, 22 працівники складу готової продукції та складу сировини.

Нещасні випадки

Для підприємства «Снежка-Україна» здоров'я й безпека працівників є пріоритетні, тому Компанія неухильно дотримується чинного законодавства України у сфері охорони праці й пожежної безпеки. Підприємство зацікавлене в успішній стабільній діяльності, тому дбає про ефективну організацію системи безпеки праці й пожежної безпеки задля уникнення ризиків виникнення

нешасних випадків та надзвичайних ситуацій. За 2020 рік на виробництві не було зафіксовано жодного нещасного випадку, адже на підприємстві, відповідно до чинного законодавства, постійно проводять інструктажі з дотримання працівниками правил безпеки на робочих місцях у відрядженні, а також адміністрація забезпечує персонал засобами індивідуального та колективного захисту й чітко контролює дотримання основних вимог безпечних умов праці.

Через складну епідеміологічну ситуацію у світі й Україні та обмежувальні заходи, які впроваджував уряд держави, 2020 року на підприємстві не виникало виробничої потреби в додатковому наймі працівників для виконання легких некваліфікованих робіт, відповідно за вказаний період до «Сніжка-Україна» не зверталися неповнолітні особи про прийняття на роботу.

Служба охорони праці й пожежної безпеки підприємства вживає всіх ефективних заходів для запобігання нещасним випадкам під час виробничих процесів і виникненню у працівників професійних захворювань. Для цього керівники структурних підрозділів проводять на постійній основі інструктажі, навчальні семінари відповідно до розроблених і затверджених графіків, здійснюють контроль та нагляд за дотриманням персоналом правил безпеки, знань і норм охорони праці й пожежної безпеки. Водночас завдяки навчанням підприємство підвищує рівень майстерності та кваліфікацію працівників. Варто зазначити, що «Сніжка-Україна» стежить за станом здоров'я співробітників, скеровуючи їх на періодичні медичні огляди, які проводять не рідше ніж раз на два роки. Чинне законодавство України й відповідні нормативно-правові документи визначають категорії працівників, види діяльності яких передбачають такі періодичні медичні огляди. Підсумовуючи, зазначимо, що 2020 року на підприємстві не було зареєстровано нещасних випадків і професійних захворювань працівників.

4.9 Наша продукція

Продукція є показником діяльності Групи компаній «Śnieżka», який відображає креативність і прагнення виготовляти вироби найвищої якості, що відповідають очікуванням клієнтів.

Продукти Групи компаній «Śnieżka» призначено для ремонтно-опоряджувальних робіт – це, зокрема, водоемульсійні фарби для інтер'єрів і фасадів, ґрунтувальні засоби, емалі для захисту деревини й металу, шпаклювальні гладі, лаки, імпрегнати тощо. Група спрямовує свій час і ресурси на вдосконалення рецептур виробів різних марок, а також постійно змінює продуктове портфоліо відповідно до потреб й 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 «ФФІЛ «Śnieżka» в Польщі.

Готова продукція – це суміш різної сировини, кожна з яких виконує важливі функції. На етапі розробки продукту сировину добирають так, щоб готовий виріб 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 і показникам якості, які закладено в нормативній документації виробу. Після цього продукт у тестовому режимі наносять на відповідні основи, у такий спосіб він проходить практичне випробування. Після проходження успішних кваліфікаційних випробувань продукцію скеровують для серійного випуску на виробництво.

За потреби замінити сировину у виробках відбувається повторний процес кваліфікаційних приймально-здавальних і сертифікаційних випробувань. 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 держави.

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

Щодо відповідності продукції нормам українського законодавства, то Компанія значну увагу приділяє безпечності виробів 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.

4.10 Сертифікація та маркування

Компанія в межах стратегічного розвитку веде діяльність, опираючись на засади екологічної політики і дбаючи про виготовлення продукції, безпечної для здоров'я людини та довкілля. Уся продукція ТМ Śnieżka, виготовлена на водній основі, пройшла процедуру екологічної сертифікації, її марковано знаком «Зелений журавлик», а отриманий екологічний сертифікат від 22.12.2020 №UA 08.002.337 підтверджує екологічні переваги виробів. Екологічні критерії оцінювання життєвого циклу лакофарбових матеріалів Компанія проходить на добровільних засадах. Процедура оцінювання 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 СОУ 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>
---	--

Також Компанія вказує на упаковках виробів, які виготовляє на підприємстві, інформацію про склад продукції, її властивості, основні технічні параметри, способи застосування, правила безпеки під час поводження з ними.

Компанія відповідально й ретельно ставиться до оформлення та маркування упаковок продукції, постійно здійснює контроль і моніторинг законодавчих норм у цій галузі. Як виробник «Снежжа-Україна» зазначає інформацію на етикетках виробів відповідно до вимог українського законодавства, щоб споживач дізнався всі потрібні дані про продукт.

4.11 Маркетингова комунікація

Незважаючи на пандемію через захворювання на коронавірусну інфекцію в Україні та загалом у світі, «Снежжа-Україна» вирішила не зупиняти раніше запланованих рекламних кампаній відповідно до визначеної маркетингової стратегії, а лише гнучко адаптувала їх до нових викликів і реалій. Такий крок сприяв досягненню ключових бізнес-цілей Групи та Компанії. «Снежжа-Україна» повсякчас прагне забезпечити, щоб маркетингова комунікація, яку створює, відповідала найвищим ринковим та етичним стандартам.

2020 року Компанія, відповідно до запланованої маркетингової стратегії, скерувала основні комунікаційні активності в мережу інтернет. Рекламні заходи було націлено на популяризацію продукції торгових марок Śnieżka, VIDARON, ACRYL-PUTZ, FOVEO TECH. Також комунікацію було спрямовано на зміцнення іміджу виробника, формування культури використання лакофарбових матеріалів, поліпшення мотиваційної поведінки споживача та стимулювання збуту виробів. Враховуючи те, що під час пандемії в Україні діяли карантинні обмеження і локдауни, коли більшість населення перебувала вдома на самоізоляції, комунікація Компанії орієнтувалася на користувачів інтернет-ресурсів.

Під час реалізації рекламних активностей в інтернеті було використано різні ефективні інструменти. Зокрема, у рамках кампанії було застосовано контекстну рекламу в пошуковій системі Google, банерну рекламу та відеорекламу в YouTube. Водночас для досягнення ефективності проведеної кампанії, залучення цільової аудиторії та привернення її уваги було використано ще один інструмент інтернет-маркетингу – таргетингову медіану рекламу. Цей вид промоції було запущено і для просування фірмових салонів та спеціалізованих магазинів «Śnieżka», а також зацікавлення й залучення потенційних покупців.

У межах рекламної кампанії відділ маркетингу підготував низку цікавих відеороликів, що демонстрували клієнтам призначення продуктів ТМ Śnieżka, VIDARON, ACRYL-PUTZ, FOVEO TECH й основні засади техніки їхнього нанесення, а зміст інформації сприяв заохоченню споживачів майструвати та присвятити свій час, проведений удома, декоруванню й облаштуванню улюбленого помешкання, саду, подвір'я.

Водночас упродовж звітнього періоду «Снежжа-Україна» здійснювала рекламні активності й на сторінках соціальних мереж компанії, де також пропонувала споживачам різноманітні варіанти цікавого й комфортного оформлення оселі та простору навколо неї за допомогою продуктів вказаних марок.

Відповідно, проводячи рекламні активності, Компанія відстежує показники KPI й аналізує ефективність рекламної кампанії, результати якої мають вплив на реалізацію продукції та досягнення бізнес-цілей.

4.12 Соціальна відповідальність

У сфері соціальної відповідальності Група «Śnieżka» значну увагу приділяє мешканцям місцевих громад, по сусідству з якими локалізовані її компанії. Дбаючи про якість виробничих процесів,

турбуючись про довкілля і забезпечуючи робочими місцями, Група активно підтримує своє зовнішнє середовище.

Упродовж багатьох років Група ініціює й реалізує власні соціальні програми та проекти і на місцевому, і на загальнодержавному рівнях. Напрями суспільної залученості й підтримки сформульовано в Політиці соціальної відповідальності Групи «Снієжка», в рамках якої її компанії створюють і реалізують різні соціальні ініціативи.

Група застосовує такі головні елементи соціальної відповідальності:

- **Колір** – наші соціальні проекти та інші форми взаємодії зосереджено навколо принципу, що впливає з нашої бізнес-стратегії – «робити світ кольоровим», яким ми керуємося в багатьох сферах життя, відносинах з нашими бенефіціарами. Водночас колір розуміємо як «зміни на краще», «натхнення» і «радість», постійно впроваджуючи ці поняття в засади сталого розвитку на рівні нашої соціальної діяльності.
- **Локалізація** – у контексті всієї Групи підкреслюємо, наскільки важливим для нас є зовнішнє середовище, в якому функціонують наші компанії. Ми вбачаємо в місцевих громадах силу кожного регіону й країни та приділяємо їм велику увагу в наших програмах і проектах. Прагнучи до діалогу з громадами, де працюють наші компанії, ми долучаємося до ініціатив, важливих з погляду місцевих мешканців. Локалізацію визначаємо також як показник соціальної діяльності в масштабах усієї країни, адресуючи наші ініціативи, зокрема, мешканцям та організаціям невеликих населених пунктів або територій, яким загрожує соціальна ізоляція.
- **Діти та молодь** – головними бенефіціарами наших соціальних проектів є діти та молодь, їхні родини та найближче оточення. Підтримку для них надаємо переважно у співпраці з державними установами або за їхнім посередництвом.

Кольоровий світ дитинства

Компанія «Снієжка-Україна» впродовж багатьох років активно долучається до соціально-громадського життя суспільства, реалізуючи соціальні програми й ініціативи, спрямовані на підтримку сфери охорони здоров'я, освіти, культури, спорту тощо.

Малюнок 4. Реалізація програми «Кольоровий світ дитинства» в Україні



Одним з важливих проєктів підприємства є «Кольоровий світ дитинства», який «Сніжка-Україна» втілює в Україні з 2012 року. Відтоді завдяки цій соціальній програмі відремонтовано, оновлено і розмальовано кольоровими казковими ілюстраціями 12 відділень у дитячих лікувальних установах держави. Зважаючи на складні обставини, пов'язані з епідеміологічною ситуацією 2020 року у світі, в тому числі й Україні, та враховуючи всі ризики, пов'язані з пандемією, Компанії «Сніжка-Україна» довелося відкласти реалізацію програми до стабілізації стану з поширенням захворюваності на коронавірусну інфекцію.

Навчально-практичні центри Śniezka

Другим соціальним проєктом компанії є соціально-партнерська програма «Навчально-практичні центри «Śniezka», яка орієнтовані на підтримку професійної освіти України. Незважаючи на труднощі, які виникали у діяльності навчальних закладах України під час пандемії, але враховуючи можливості сучасних засобів комунікації, освітні установи, успішно налагодивши навчальний процес, мали змогу дистанційно навчати учнів й проводити різноманітні заходи. Таким чином, компанія «Сніжка-Україна», використовуючи сучасні онлайн-формати співпраці, мала змогу спільно із професійними навчальними закладами відкрити у 2020 році 2 Навчально-практичні центри «Śniezka» у ДНЗ «Київське ВПУ будівництва та архітектури» та ДНЗ «Одеський центр ПТО». Станом на 2020 рік в Україні функціонує 14 Навчально-практичних центрів «Śniezka» у різних областях України. Водночас 2020 року «Сніжка-Україна» спільно із Міністерством освіти і науки України організували й провели усеукраїнський вебінар-практикум щодо впливу діяльності навчально-практичних центрів Групи компаній «Śniezka» на якісні зміни розвитку професійної освіти України. Водночас у листопаді 2020 року було пролонговано дію Меморандуму про співробітництво між Міністерством освіти і науки України і ТзОВ «Сніжка-Україна» до 31 грудня 2025 року.

Малюнок 5. Чинні навчально-практичні центри «Śniezka» в Україні станом на 31.12.2020 р.



Кольорова дитяча бібліотека

2020 року працівники Яворівської центральної районної дитячої бібліотеки облаштували яскравий і комфортний творчий куточок для своїх юних відвідувачів, який спонукатиме дітей щоразу приходити до книгозбірні по книжки, а також брати участь у пізнавальних заходах. Посприяла дитячій бібліотеці в реалізації барвистого проекту Компанія «Сніжка-Україна», яка надала потрібні лакофарбові матеріали ТМ Śnieżka.

Малюнок 6. Проект «Кольорова дитяча бібліотека»

«Кольорова дитяча бібліотека»





5 Управління ризиками

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

Через тривалу пандемію захворювання COVID-19, яку спричинив коронавірус SARS-CoV-2, і за відсутності на дату складання річного звіту Компанії за 2020 рік надійної та повної інформації й даних про її довгострокові наслідки, як у випадку з усіма юридичними особами, що працюють в Україні та в усьому світі, на думку Дирекції, неможливо представити всі можливі значні чинники ризику та загрози для діяльності Компанії.

Дирекція 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 4.4 звіту](#).

5.1 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:

- **Наслідками боротьби з пандемією COVID-19**

Пандемія COVID-19 та занепокоєння через це в поєднанні з урядовими обмеженнями можуть вплинути на настрої споживачів. Дирекція Компанії відстежує ситуацію, пов'язану з пандемією, та вживає заходів, спрямованих на гарантування: безпеки для працівників, безпечного рівня фінансової ліквідності, безперервності виробництва, безпеки ділових партнерів, а також підтримання безперервності постачання продукції.

Не можна відкидати короткостроковий чи довгостроковий економічний спад у майбутньому через тривалу пандемію COVID-19. На цьому етапі її тривалість та ймовірні 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 зменшити витрати на ремонт і 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 буде не спроможний задовольнити інвестиційні потреби, а це може

негативно вплинути на попит на декоративні вироби. Ймовірне зниження споживання, погіршення настроїв населення та зростання цін на помешкання можуть спричинити зменшення попиту на житло і на первинному, 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**

2020 року внаслідок тривалої пандемії COVID-19 банки посилили свою кредитну політику в частині надання і житлових, і споживчих позик. Зменшення відсоткових ставок на банківські кредити може позитивно вплинути на попит на квартири та масштаби оновлення наявних житлових ресурсів. Однак банківський сектор в Україні надалі слабкий.

5.2 Стратегічний ризик

Стратегічний ризик стосується загрози негативних фінансових наслідків, що їх можуть спричинити неправильні рішення, які Компанія ухвалить 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.

5.3 Ризик, пов'язаний з операційною діяльністю

Не можна відкидати, що наступні етапи боротьби з пандемією COVID-19 можуть у майбутньому спричинити низку негативних наслідків у сфері 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 2020 рік неможливо оцінити ймовірність таких сценаріїв та масштаб можливих наслідків у сфері операційної діяльності підприємства.

Проводячи операційну діяльність, «Снежка-Україна» наражається на багато видів операційного ризику, такі 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 електрики 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 й упаковки для виробництва та зростанням їхніх цін

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 ресурсів. Наприкінці 2020-го та в першому кварталі 2021 року цей ризик – як наслідок тривалої пандемії COVID-19, а також інших подій (наприклад, стихійне лихо в США) – частково матеріалізувався.

Станом на дату публікації звіту Компанія не відчуває суттєвих негативних наслідків, пов'язаних із наявністю та цінами на сировину для виробництва. Водночас неможливо визначити, як довго триватиме обмеження доступу до деяких видів сировини, а також оцінити майбутній рівень вартості стратегічної сировини.

Лакофарбова промисловість сильно залежить від цін на титанові білила (TiO₂). Ймовірні збої та простой на заводах, що виробляють цю сировину, можуть спричинити труднощі з постачанням та призвести до підвищення її вартості. Компанія також схильна до ризику зростання цін на іншу сировину – таку як поліпропілен, який використовують у виробництві пластикової упаковки, – а також наявності та зростання вартості листового металу, що його застосовують у виробництві металевої упаковки. На додаток до зазначеного також існує ризик зростання цін на смоли, який співвідноситься зі збільшенням вартості нафти.

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 «Снежка-Україна» зосереджується на підвищенні ефективності ланцюгів постачання та стійкій диверсифікації джерел сировини.

Ризик забезпечення безперебійного живлення IT-інфраструктури

Цей захист забезпечено використанням джерел безперебійного живлення UPS (основний блок UPS постійно контролюють віддалено за допомогою додатка Smart-UPS/Matrix Application) та дизельного електрогенератора. Обидва вузли обслуговує відділ енергетики.

Ризик постачання

Основний ризик для Компанії у сфері постачання пов'язаний головним чином зі зростанням цін на сировину залежно від котирувань вартості нафти, збільшенням 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 усього підприємства.

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

Рівень запасів та його оптимізація є важливим елементом управління оборотним капіталом для Компанії. Тому зміни в асортименті продукції та частки окремих сегментів продажу змушують постійно контролювати запаси сировини й готової продукції.

Компанія гнучко пристосовує рівень запасів до потреб ринку та тримає під постійним контролем зміни, що відбуваються у пропозиції продукції та її сегментації.

Ризик, пов'язаний з обмеженням інфраструктури

Відсутність достатньої виробничої потужності в поєднанні з інтенсивним розвитком може в майбутньому спричинити інфраструктурні обмеження для ефективної реалізації бізнес-цілей. Щоб запобігти цьому ризику, Компанія модернізує та розширює виробничі лінії. 2020 року вона продовжила будівництво та реконструкцію з добудовою цеху з виготовлення водоемульсійних фарб.

5.4 Ризик, пов'язаний з конкуренцією

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

2020 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.

5.5 Ризик, пов'язаний із захистом навколишнього середовища

Використовуючи різну сировину в технологічних процесах, Компанія приділяє особливу увагу охороні довкілля. Тому відбуваються обов'язкові перевірки екологічної відповідальності задля визначення ризику, моніторингу дій щодо виконання екологічних зобов'язань та оцінювання змін експозиції Компанії. Підприємство також докладає щонайбільше зусиль, щоб вести 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 – і внутрішні, і зовнішні. Великою додатковою витратою 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.

5.6 Фінансовий ризик

Не можна відкидати, що пандемія COVID-19 у майбутньому може спричинити низку несприятливих наслідків у сфері фінансів Компанії, включаючи, наприклад, невиконання зобов'язань контрагентами або проблеми з фінансовою 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 через ринкові умови перенести зростання витрат на ціну продукції, яку виробляє Компанія.

Станом на дату складання звіту Компанії за 2020 рік неможливо оцінити ймовірність здійснення такого сценарію та масштаб зазначеного вище, а також можливі наслідки у сфері фінансів і ліквідності підприємства.

Ризик подорожчання валюти стосується особливо євро та злотого, за які купують значну частину сировини, що її використовують у виробництві.

Валютний ризик

У своїх операціях Компанія наражається на ризик зміни валютних курсів. Підприємство 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 постійно аналізує валютний ризик. Станом на дату підготовки звіту через мінливість на валютних ринках, що є наслідком тривалої пандемії хвороби COVID-19, за останні тижні до опублікування документа цей ризик 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. Підприємство активно керує 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.



«Снежка-Україна» планує подальші заходи, спрямовані на впорядкування процесу управління ризиками, пов'язаними з дебіторською заборгованістю, та передбачає впровадження нових рішень для поліпшення результатів, досягнутих у цій галузі.

Ризик ліквідності

Ризик утрати ліквідності пов'язаний зі здатністю Компанії сплачувати поточні зобов'язання та мати кошти для фінансування своїх операцій. Підприємство 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 2020 року Компанія не мала проблем зі своєчасним погашенням своїх зобов'язань, про що свідчать коефіцієнти ліквідності.

5.7 ІТ-ризик

Перебої в роботі ключових ІТ-систем або несанкціонований доступ до них через кіберзлочинність можуть мати прямий вплив на виробничі процеси, конкурентну позицію та репутацію Компанії.

Для мінімізації таких ризиків «Снежка-Україна» розвиває та оновлює системи, які використовують для гарантування інформаційної безпеки. Відділ ІТ постійно моніторить безпеку даних, регулярно створює резервні копії ключових баз даних, підтримує в актуальному стані антивірусний захист.

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

5.8 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 підприємство має значну цінність – висококваліфікований та досвідчений персонал. У Компанії постійно збільшується відсоток робочих місць, зайнятих висококваліфікованими кадрами зі спеціальними знаннями в різних сферах бізнесу. Цінність таких працівників має вирішальне значення для створення та підтримки конкурентної переваги ТЗОВ «Снежка-Україна», 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.

Під час пандемії також існує ризик утратити кваліфікований персонал унаслідок хвороби або через потребу ізоляції. Це може негативно позначитися на підтримці безперервності виробництва або бізнес-процесів. Для протидії цьому Компанія проводить комунікаційну діяльність, спрямовану на те, щоб переконати працівників у важливості дотримуватися правил безпеки на роботі та поза нею.



«Снежка-Україна» також запроваджує внутрішні правила щодо гнучкості у виконанні роботи (наприклад, віддалена робота, додаткові дні відпусток), визначає нові умови праці в офісі, у виробничих цехах або на складах та обмеження непотрібних прямих контактів.

5.9 Юридичний ризик

Нормативне регулювання в Україні, яке має вплив на лакофарбову промисловість, постійно зазнає змін та стає все складнішим.

Щоб запобігти цим ризикам, Компанія регулярно 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 недостовірною. 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.

6 Корпоративна інформація

6.1 Системи внутрішнього контролю та управління ризиками підготовки фінансової звітності

Основні принципи, що їх Компанія використовує 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 2020 року кінцевою стороною контролю Компанії було АТ «Фабрика Фарб і Лаків «Śnieżka» (Польща). Контроль за діяльністю Компанії здійснює Ревізійна комісія.

6.2 Статут

ТзОВ «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 підприємства полягає у виробництві та продажу лакофарбової продукції й інших виробів будівельного призначення.

Юридична та фактична адреса 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 2020-2019 роки

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.

6.3 Збори учасників

Станом на 31 грудня 2020 та 2019 років учасниками Компанії були такі контрагенти:

	Станом на 31 грудня 2020 року	Станом на 31 грудня 2019 року
Акціонерна Компанія лако-фарбова фабрика «Снежка» (Польща)	83.48%	83.48%
Ройзен І.	15.60%	15.60%
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 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.

6.4 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 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 Ревізійна комісія здійснює 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.

6.5 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 2020 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 з 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.

6.6 Вибір аудиторської компанії

18 вересня 2020 року Ревізійна комісія обрала, відповідно до Статуту, Товариство з обмеженою відповідальністю «БДО» для:

- проведення аудиту фінансової звітності Компанії, складеної за період з 01.01.2020 по 31.12.2020 відповідно до МСФЗ;
- проведення аудиту на підставі інструкцій, отриманих від Аудитора Групи компаній «Śnieżka» (PwC Польща), пакета звітності для цілей консолідації за 2020 рік, складеного в гривні відповідно до МСФЗ.

Компанія уклала договір з ТЗОВ «БДО» згідно із зазначеним вище 2 жовтня 2020 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-audit-finansovoi-zvitnosti-pidpryjemstv-shho-stanovljat-suspilnyj-interes/>

Компанія «Снежка-Україна» вже користувалася послугами ТзОВ «БДО» під час проведення аудиту фінансової звітності за 2019-2018 роки. Компанія не уклала з ТзОВ «БДО» інших договорів.



ПЕРЕЛІК ТАБЛИЦЬ

Таблиця 1. Чисті доходи від продажу Компанії відповідно до географічних ринків збуту	14
Таблиця 2. Чисті доходи від продажу Компанії за елементами	15
Таблиця 3. Обсяги продажу Компанії за елементами	15
Таблиця 4. Основні статті Звіту про фінансові результати Компанії	18
Таблиця 5. Активи Компанії	19
Таблиця 6. Пасив Компанії	20
Таблиця 7. Показники рентабельності Компанії	22
Таблиця 8. Показники ліквідності та заборгованості Компанії	22
Таблиця 9. Загальна кількість працівників за статтю	39
Таблиця 10. Структура працівників за умовами співпраці	40
Таблиця 11. Структура працівників за посадою за 2020 рік	41
Таблиця 12. Добровільні сертифікати	48



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	17
Діаграма 3. Рух грошових коштів Компанії за 2020 рік	21
Діаграма 4. Вікова структура працівників за 2020 рік	39
Діаграма 5. Структура трудових відносин працівників за 2020 рік	40



ПЕРЕЛІК МАЛЮНКІВ

Малюнок 1. Місія і бачення Групи компаній «Śnieżka»	34
Малюнок 2. Організаційні цінності	35
Малюнок 3. Основні напрями гармонійного розвитку Групи компаній «Śnieżka»	37
Малюнок 4. Реалізація програми «Кольоровий світ дитинства» в Україні	50
Малюнок 5. Чинні навчально-практичні центри «Śnieżka» в Україні станом на 31.12.2020 р.	51
Малюнок 6. Проект «Кольорова дитяча бібліотека»	52

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» («Снежка»), Acryl Putz® , Magnat, Vidaron, FOVEO-TECH, Acryl Putz® тощо, яку закупила Компанія (в тому числі, але не виключно, імпортована). Товарну продукцію «Снежка-Україна» реалізує третім особам.

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

Титанове білило (англ. titanium dioxide, TiO₂) – білий неорганічний пігмент, найпоширеніший і водночас один з найдорожчих. 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».

Незалежний ринок – ринок, на якому функціонують незалежні одна від одної компанії, які ведуть 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 ґрунтівки, 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 2020

Цю заяву зроблено Дирекцією Товариства з обмеженою відповідальністю «Сніжка-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 підприємства та управління ризиками, які можуть викликати суттєві викривлення у фінансових звітах.

При складанні фінансової звітності було дотримано таких вимог:

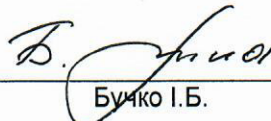
- Обрану облікову політику було розроблено на основі МСФЗ та інших нормативних вимог до ведення бухгалтерського обліку і звітності в Україні;
- Застосування обраної облікової політики є послідовним;
- Фінансову звітність було складено на основі принципу безперервності діяльності;
- Припущення та оцінки,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

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

Фінансову звітність затверджує керівництво Компанії.


Павлусь М.Т.
Генеральний директор
28 травня 2021 року
м. Яворів, Україна




Бучко І.Б.

Фінансовий директор
28 травня 2021 року
м. Яворів, Україна