Звіт про управління за 2020 рік

ТОВ ЕКО

Розділ 1. Загальні відомості про Компанію

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕКО» (далі по тексту – ТОВ «ЕКО, Товариство, Компанія) є юридичною особою приватного права з моменту його державної реєстрації і діє відповідно до Статуту, Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Законів України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншого чинного в Україні законодавства, з метою одержання прибутку.

Станом на 31 грудня 2020 року та 31 грудня 2019 року безпосередньою материнською компанією Компанії була «НОРТВОЛЛ ІНВЕСТМЕНТС ЛІМІТЕД», що веде свою діяльність у сегменті роздрібна торгівля харчовими продуктами, напоями та товарами широкого вжитку через мережу супермаркетів під торговою маркою «ЕКО-маркет» в Україні, що є кінцевою материнською компанією.

ТОВ «ЕКО» є юридичною особою, зареєстрованою відповідно до законодавства України, код ЕДРПОУ 32104254, і є окремим платником всіх податків.

Компанія створена в 2002 році, в 2003 році відкрито перший продуктовий супермаркет «ЕКО маркет». Основний напрямок діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «ЕКО», є торгівельний напрямок:

Мережа супермаркетів яка на даний момент налічує 142 магазинів (в т.ч. франчайзинг) у 28 містах України. У компанії працює близько 4758 працівників. В мережі представлені продукти харчування, побутова хімія, побутові товари першої необхідності. Також є своє виробництво – кулінарія та пекарні, в деяких магазинах є власні кондитерські цехи.

Компанія здійснює діяльність в Україні відповідно до наступних видів економічної діяльності:

Код КВЕД 47.11 – Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;

Код КВЕД 56.30 – Обслуговування напоями;

Код КВЕД 82.99 – Надання інших допоміжних комерційних послуг, н.в.і.у

Код КВЕД 10.13 – Виробництво м'ясних продуктів;

Код КВЕД 10.71 – Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання;

Код КВЕД 10.72 – Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання;

Код КВЕД 46.39 – Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; тортів і тістечок тривалого зберігання;

Код КВЕД 46.41 – Вантажний автомобільний транспорт;

Код КВЕД 52.24 – Транспортне оброблення вантажів;

Код КВЕД 70.22 - Консультування з питань комерційної діяльності й керування;

Код КВЕД - 73.11 Рекламні агентства;

Код КВЕД - 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації;

Код КВЕД - 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки;

Код КВЕД - 77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів;

Код КВЕД - 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.;

Код КВЕД - 96.09 Надання інших індивідуальних послуг, н.в.і.у.

Код КВЕД 68.20 – Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна

Компанія реалізує свою продукцію в Україні, через власну роздрібну мережу, ключовими клієнтами є населення України.

Основними конкурентами Компанії на ринку України є компанії, що входять до груп роздрібної торгівлі, такі торгівельні мережі - АТБ, Фуршет, Ашан, Fozzy Group , Billa, VARUS, METRO CASH & CARRY, ТАМ ТАМ, ЛотОК, NOVUS, НашКРАЙ, Вопак.

Розділ 2. Короткий опис діяльності Компанії

Опис діяльності Компанії

Згідно статуту метою діяльності Товариства є одержання законного прибутку, задоволення суспільних потреб в продукції, роботах, послугах і реалізація на підставі одержаного прибутку соціальних та економічних інтересів Учасників Товариства.

Основна діяльність Компанії - роздрібна торгівля харчовими продуктами, напоями та товарами широкого вжитку через мережу супермаркетів під торговою маркою «ЕКО-маркет» в Україні. Власні торгові марки представлені в різних категоріях в кількості ~1000 позицій. Доля в товарообігу складає ~ 4%. Стратегія компанії ЕКО МАРКЕТ - це стратегія «Першої ціни», для утримання частки на ринку, шляхом розширення присутності не тільки ТМ «Перший ряд», а й ряду інших торгових марок СТМ (включаючи з середнього цінового сегмента за першими цінами).

Нині Компанія являється сучасним перспективним підприємством яке стабільно зростає, є інноваційним, орієнтованим на людські потреби, слідкує за скороченням та утилізацією відходів, раціонально використовує ресурси, створює нові робочі місця і являється сумлінним платником податків.

Такого результату Компанія досягла внаслідок прагненню розвиватися, знати найкращі практики та втілювати їх у життя у найкоротші терміни.

Організаційна структура Компанії

Підприємство має такі структурні підрозділи: (відділи), які поділяються на:

Адміністративно-управлінський блок (менеджмент Компанії): адміністрація, адміністративний відділ, департамент управління персоналом, фінансовий департамент, управління інформаційних технологій, загальний відділ, служба охорони праці, юридичний департамент, департамент безпеки;

Операційний блок: Управління маркетингу, служба експлуатації, відділ з контролю управління, комерційний департамент, департамент з продажів, департамент логістики, служба управління нерухомістю, департамент з якості, відділ перспективного розвитку, відділ некомерційних закупівель, операційний департамент, регіональні центри, Маркети

Таким чином, в департаментах, мережах, відділах Товариства працює близько 4758 працівників.

Органи управління Компанії

Згідно Статуту сформовано такий склад органів управління Товариства:

Вищим органом управління Товариства є загальні збори учасників Товариства. До компетенції загальних зборів належить визначення основних напрямків діяльності товариства, внесення змін до статуту Товариства, прийняття рішення про здійснення діяльності Товариством на підставі модельного статуту, приймання та виключення учасника з товариства, обрання та відкликання членів виконавчого органу, створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердженням їх статутів та положень, затвердження річних результатів діяльності Товариства, порядку розподілу прибутку, строку та порядку виплати частки прибутку (дивідендів), тощо.

Виконавчим органом управління Товариства є – Генеральний директор, Дирекція. Члени виконавчого органу: директор юридичного департаменту, заступник директора юридичного департаменту, начальник юридичного відділу, юрисконсульти та старші юрисконсульти.

Генеральний директор є першою посадовою особою та керівником Товариства. Генеральний директор підзвітний загальним зборам, виконує їх рішення та здійснює поточне управління діяльністю Товариства. Генеральний директор, призначається (обирається) на посаду Загальними зборами Учасників.

Згідно статуту для здійснення контролю за фінансовою діяльністю Товариства за рішенням загальних зборів може призначатися аудиторська перевірка із залученням професійного аудитора, не пов'язаного майновими інтересами з Товариством чи з його учасниками.

Стан управління в цілому відповідає вимогам чинного законодавства, статуту Товариства, внутрішнім нормативно-розпорядчим документам.

Розділ 3. Результати діяльності

Правильно обрана стратегія та належний обсяг асортименту продукції, товарів який орієнтований на гостей мережі, забезпечують бажані обсяги реалізації та фінансові результати – прибутки, відповідні масштабам цієї діяльності.

Для об'єктивного та неупередженого висвітлення результатів діяльності ТОВ «ЕКО» за 2020 рік потрібно оцінити та проаналізувати обсяги товарообороту та чистий дохід Товариства за 2 останні роки та провести експрес-аналіз його фінансованих показників на 31 грудня 2020 року.

Метою фінансового аналізу підприємства є оцінка фінансового стану підприємства на 31 грудня 2020 року з врахуванням динаміки його змін, які відбулися за результатами господарської діяльності підприємства за 2 останні роки, визначення факторів, що вплинули на ці зміни, та прогнозування майбутнього фінансового стану підприємства.

Операційні показники мережі

~20 000 SKU | 340 SKU власного імпорту | ~200 000 чеків в день | ~1 000 SKU BTM

Фінансові показники в тис. грн.

Динаміка кількості об'єктів

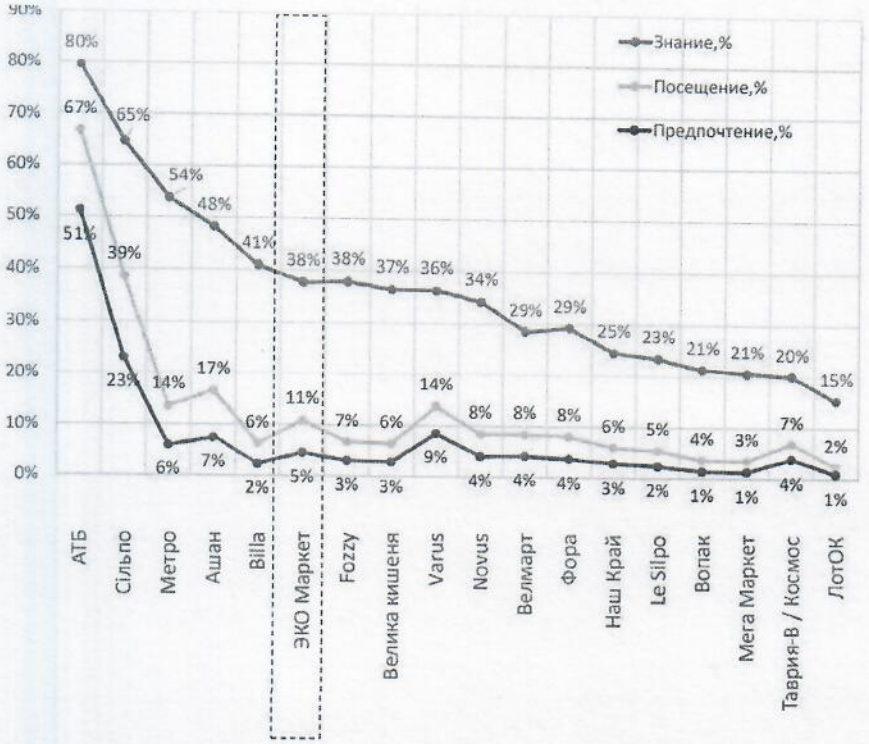
Доля ринку ЕКО маркет по вартості продаж

Більше 2%

Джерело: «TNS Україна» серпень-грудень 2020р.

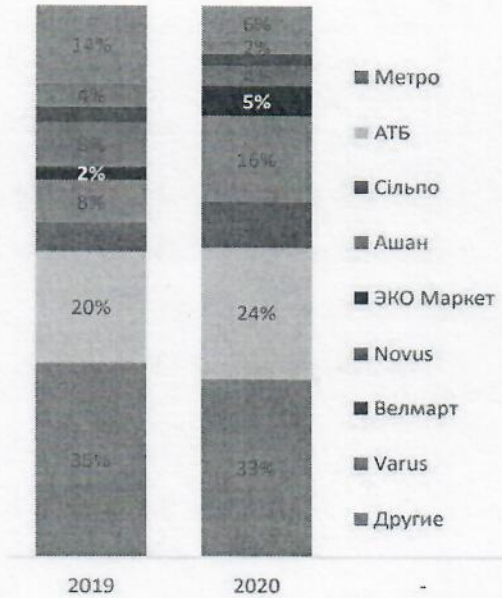
На підставі даних всеукраїнського регулярного дослідження від компанії TNS, «ЕКО МАРКЕТ» знаходиться в сегменті ЛІДЕРІВ РИТЕЙЛУ, входить в ТОП роздрібних продуктових мереж по рівню пізнаваності, згідно звіту по товарній групі: продуктові магазини/супермаркети.

Рейтинг по рівню знання, відвідування та перевазі в категорії магазини/супермаркети



Джерело даних: ММІ , всі 12-65 років в містах 50К+. 2020/4

Рейтинг по розміру інвестицій в медіа в категорії магазини/супермаркети



Джерело даних: ММІ , всі 12-65 років в містах 50К+. 2020/4

ЭКО Маркет займає провідне місце по рівню знання (38%) та по рівню конверсії у відвідування (11%). Також, ЕКО Маркет входить в п'ятірку лідерів по розміру медіа затрат у категорії, збільшивши свою частку порівняно з попереднім періодом більше ніж в 2 рази.

Розділ 4. Опис основних характеристик систем внутрішнього контролю і управління ризиками

Спеціального документу, яким би описувалися характеристики систем внутрішнього контролю та управління ризиками в Товаристві не створено та не затверджено. Проте при здійсненні внутрішнього контролю використовуються різні методи, які включають в себе такі елементи, як:

- бухгалтерський фінансовий облік (інвентаризація і документація, рахунки і подвійний запис);
- бухгалтерський управлінський облік (розподіл обов'язків, нормування витрат);
- аудит, контроль, ревізія (перевірка документів, перевірка правильності здійснення арифметичних розрахунків, перевірка дотримання правил обліку окремих господарських операцій, інвентаризація, усне опитування персоналу, підтвердження і простежування).

Всі перераховані вище методи становлять єдину систему і використовуються в цілях управління підприємством.

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

Метою управління ризиками є їх мінімізація або мінімізація їх наслідків, адже в процесі звичайної діяльності Товариство може наражатися на фінансові ризики.

Основними фінансовими інструментами підприємства, що являються потенційними носіями фінансових ризиків, є грошові кошти, дебіторська та кредиторська заборгованість. Вони схильні до таких фінансових ризиків:

- ринковий ризик (зміни на ринку можуть істотно вплинути на активи/зобов'язання), який складається з ризику процентної ставки і цінового ризику;

- ризик втрати ліквідності: товариство може не виконати своїх зобов'язань з причини недостатності (дефіциту) обігових коштів; тож за певних несприятливих обставин задля погашення зобов'язань буде змушене продати свої активи за ціною, значно нижчою їх справедливої вартості;

- кредитний ризик: товариство може зазнати збитків у разі невиконання фінансових зобов'язань контрагентами (дебіторами).

Ринковий ризик

Всі фінансові інструменти схильні до ринкового ризику - ризику того, що майбутні ринкові умови можуть знецінити інструмент. Підприємство піддається валютному ризику, якщо у звітному році здійснювало валютні операції і має валютні залишки та заборгованості. Ціновим ризиком є ризик того, що вартість фінансового інструмента буде змінюватися внаслідок змін ринкових цін. Ці зміни можуть бути викликані факторами, характерними для окремого інструмента або факторами, які впливають на всі інструменти ринку. Якщо у підприємства відсутні кредити, то воно не піддається ризику коливання процентних ставок, оскільки процентних фінансових зобов'язань не має.

Ризик втрати ліквідності

Товариство має доступ до фінансування у достатньому обсязі. Воно періодично проводить моніторинг показників ліквідності та вживає заходів для запобігання зниження оптимальних показників ліквідності. Підприємство здійснює контроль ліквідності шляхом планування поточної ліквідності та аналізує терміни платежів, які пов'язані з дебіторською заборгованістю та іншими фінансовими активами, а також прогнозні потоки грошових коштів від операційної діяльності. На підтвердження тези щодо систематичного моніторингу показників ліквідності нами наведено розрахунок показників ліквідності та платоспроможності Товариства за 2020 рік у цьому звіті окремим розділом.

Кредитний ризик

Будь-яке підприємство схильне до кредитного ризику, який виражається, зокрема, як ризик того, що контрагент-дебітор виявиться неплатоспроможним, отже буде нездатний в повному обсязі і в певний час погасити свої зобов'язання. Кредитний ризик регулярно контролюється підприємством. Управління кредитним ризиком здійснюється в основному за допомогою аналізу здатності контрагента сплатити заборгованість.

Крім зазначених вище ризиків, суттєвий вплив на діяльність Товариства можуть мати такі зовнішні ризики, як:

- нестабільність, суперечливість законодавства;
- непередбачені дії державних органів;
- нестабільність економічної (фінансової, податкової, зовнішньоекономічної і ін.) політики;
- непередбачена зміна кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринку;
- непередбачені дії конкурентів.

Оскільки служби внутрішнього контролю та управління ризиками підприємством не створено, менеджмент приймає рішення з мінімізації ризиків, покладаючись на власні знання та досвід, а також застосовуючи наявні ресурси.

Оцінка очікуваних кредитних збитків (ОКЗ) – це оцінка приведеної вартості майбутніх недоотриманих грошових коштів, зважена з урахуванням імовірності (тобто середньозважена величина кредитних збитків із використанням відповідних ризиків настання дефолту в певний період часу в якості вагових коефіцієнтів). Оцінка очікуваних кредитних збитків є об'єктивною та визначається шляхом встановлення діапазону можливих наслідків.

Знецінення фінансових активів – оціночний резерв під очікуванні кредитні збитки. На основі прогнозів Компанія оцінює кредитні збитки пов'язані з борговими інструментами, які оцінюються за амортизованою вартістю та за справедливою вартістю через інший сукупний дохід, та з ризиками, які виникають за активами за договорами з покупцями. Компанія оцінює очікувані кредитні збитки і визнає чисті збитки від знецінення фінансових активів і активів з договорами з покупцями на кожну звітну дату. Оцінка очікуваних кредитних збитків відображає:

- об'єктивну і зважену з урахуванням імовірності суму, визначену шляхом оцінки діапазону можливих результатів,
- вартість грошей у часі та
- всю обґрунтовану і підтверджувану інформацію про минулі події, поточні умови та прогнозовані майбутні економічні умови, доступну на звітну дату без надмірних витрат і зусиль.

Компанія застосовує спрощений підхід до створення резервів під очікувані кредитні збитки, передбачений МСФЗ 9, який дозволяє використання резерву під очікувані збитки за весь строк інструменту для всіх активів у категоріях дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги, дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків та інша дебіторська заборгованість, виходячи із припущення, що дебіторська заборгованість не містить істотного компоненту фінансування. Очікувані кредитні збитки визначаються в сумі кредитних збитків за повний цикл існування заборгованості. Для оцінювання очікуваних кредитних збитків Компанія використовує матрицю резервування.

Для оцінки збільшення кредитного ризику (тобто ризику дефолту) за фінансовими інструментами з моменту його первісного визнання, Компанія використовує прогнозні дані, розглядає обґрунтовану і підтверджувану інформацію, актуальну і доступну без надмірних зусиль, а також здійснює аналіз, на історичному досвіді Компанії. При цьому застосовується спростовне припущення, що дефолт настає не пізніше, ніж фінансовий актив стане простроченим на 90 днів.

Вплив короновіруса (COVID-19)

В перші місяці 2020 року коронавірус (COVID-19) поширився по всьому світу, і його негативний вплив посилився.

Компанія підтримала всі ініціативи уряду України задля мінімізації короновіруса (COVID-19) серед працівників та клієнтів, і вжила заходів, щодо захисту співробітників (мінімізація відряджень, організація дистанційної роботи для офісних працівників, організація перевезення співробітників в умовах карантину, контроль їх стану здоров'я, посилена дезінфекція торгівельних та офісних приміщень). Задля забезпечення безперебійної торгівлі, Компанія здійснює обов'язкові та додаткові запобіжні заходи відповідно до рекомендацій ВОЗ, державних органів охорони здоров'я, КМУ.

Більшість торгівельних точок Компанії зосереджені в Київській області, де оголошували не раз надзвичайну ситуацію спалаху хвороби COVID-19. Керівництво Компанії запровадило заходи для запобігання значного впливу подій, що відбуваються за умови існування епідемії, на діяльність Компанії, проте керівництво Компанії не може достовірно оцінити вплив поточної ситуації на діяльність Компанії в цілому. Компанія впровадила низку заходів з метою попередження розповсюдження COVID-19, здійснює постійний моніторинг епідеміологічної ситуації та у разі потреби впроваджує додаткові заходи.

Компанія не очікує, що виручка буде значно зростати, принаймні в період карантинних обмежень. Проте, Компанія й не очікує падіння виручки, так як здійснює роздрібний продаж продуктів харчування та засобів гігієни, які є предметами найпершої необхідності, що задовольняють потреби людини.

Компанія започаткувала процес запуску онлайн продажів спільно з партнерами Zakaz.ua та Glovo, що також в свою чергу допомагає зменшити ризики негативного впливу коронавірусу (Covid-19) та пропонує клієнтам альтернативний спосіб для здійснення покупок.

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

Розділ 5. Ліквідність та зобов'язання

Основними джерелами забезпечення ліквідності являються активи підприємства. Розраховані в процесі здійснення фінансового аналізу показники загальної та швидкої ліквідності активів перебувають в межах оптимального значення.

На кінець 2020 року в балансі Товариства відображені зобов'язання в сумі 2 399 743 тис. грн., з яких 1 876 002 тис. грн. – це поточні зобов'язання терміном менше 12 місяців, які виникають в процесі звичайної діяльності будь-якого підприємства та довгострокові зобов'язання в сумі 523 741 тис. грн. у вигляді фінансових ресурсів.

Позикові кошти, фінансові зобов'язання

Компанія здійснює класифікацію своїх фінансових зобов'язань як таких, що в подальшому оцінюються за амортизованою собівартістю.

Фінансові зобов'язання первісно оцінюються за справедливою вартістю, за вирахуванням витрат на здійснення операції. Фінансові зобов'язання у подальшому оцінуються за амортизованою вартістю з використанням методу ефективної відсоткової ставки.

Компанія виключає фінансові зобов'язання (або частину фінансового зобов'язання) зі свого звіту про фінансовий стан тоді й лише тоді, коли воно погашається: тобто тоді, коли зобов'язання, передбачене договором, виконано або анульовано, або коли сплив термін його виконання. Різниця між балансовою вартістю фінансового зобов'язання (або частини фінансового зобов'язання), яке було погашено або

передане іншій стороні, та виплаченою компенсацією, включаючи будь-які передані негрошові активи або прийняті зобов'язання, визначається в прибутку або збитку.

На кінець 2020 року, Компанія має заборгованість по довгостроковим та короткостроковим кредитним зобов'язанням.

В 2020 році Компанія залучала позикові кошти у формі короткострокових банківських кредитів в сумі 1 080 766 тисяч гривень (в 2019 – 1 277 538 тисяч гривань). Середня відсоткова ставка по запозиченням в Україні становить в 2020 році ~ 13% (в 2019 році ~ 16%). Протягом 2020 року Компанія здійснила погашення кредитів в сумі 1 162 509 тисяч гривань (в 2019 – 1 336 365 тисяч гривень).

Розділ 6. Екологічні аспекти

В своїй діяльності керівництво Компанії та співробітники Компанії, а також підрядні організації, що виконують роботу за дорученням Компанії, дотримуються вимог міжнародних, законодавчих, нормативних та корпоративних стандартів і актів у сфері навколишнього природнього середовища.

Удосконалення організації торговельного процесу є основним напрямом при формуванні заходів з екологізації господарської діяльності шляхом запровадження еколого-орієнтованого управління, оскільки саме організація торговельного процесу визначає розміщення складів, вибір транспортних засобів, доцільність залучення посередників.

Місія Компанії, як торгового підприємства, полягає в постійному поліпшенні якості надаваних послуг при дотриманні регламентованих вимог до охорони навколишнього середовища. Компанія усвідомлює відповідальність перед суспільством за стан довкілля, суворо виконує вимоги чинного екологічного законодавства, постійно знижуючи негативний вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Система екологічного менеджменту Компанії поширюється на людські ресурси, інфраструктуру, виробниче середовище, процеси (основні процеси, допоміжні або забезпечують процеси).

Діяльність компанії ЕКО може впливати на такі об'єкти навколишнього середовища, як повітря, вода, земля. До найбільш значущих екологічних аспектів відносяться: озеленення прилеглих територій, засмічення навколишнього середовища, виробнича середу.

До показників екологічних аспектів, якими компанія в змозі управляти, відносяться:

- використання технологічного обладнання, що не перевищує встановлених виробником норм викидів в атмосферне повітря;
- використання сертифікованих миючих і дезінфікуючих засобів в необхідних і достатніх обсягах і концентрації;
- своєчасна утилізація ТПВ і харчових відходів;
- реєстрація та взяття на облік пересувних джерел забруднення;
- своєчасність здійснення платежів за забруднення навколишнього середовища за кожен стаціонарне джерело забруднення;
- своєчасна звітність та здійснення екологічних платежів.

У компанії побудовані відповідні механізми управління на мікрорівні з урахуванням екологічних факторів, які ґрунтуються на таких принципах, як стратегічність, послідовність, своєчасність. Відповідальне споживання природних ресурсів є обґрунтованим та контрольованим.

Розділ 7. Соціальні аспекти та кадрова політика

На кінець 2020 року на підприємстві трудиться близько 4758 працівників, а разом це великий та дружній колектив, який складається із 1643 працівників чоловічої статі та 3115 працюючих жінок, що становить відповідно 34,5 % та 65,5 % від загальної кількості працівників.

Всі без винятку працівники мають рівні можливості щодо працевлаштування, кар'єрного росту, навчання та освіти, тощо, завдяки проведеним заходам по забезпеченню гармонійної взаємодії Компанії з персоналом і соціальним середовищем. Це виражається, зокрема, в повазі до прав людини, відсутності вікової дискримінації на підприємстві, можливості зовнішнього (курси підвищення кваліфікації) та внутрішнього навчання задля удосконалення професійного досвіду, забезпечення гендерної рівності серед менеджменту, тощо. Серед керівників підрозділів підприємства 248 жінок-керівниць, тобто частка жінок на керівних посадах становить 79.7 %.

Постачальники

Жодна компанія не зможе постачати товари, сировину для ТОВ «ЕКО», якщо не пройде аудиту і не отримає затвердження. А для цього вона має відповідати вимогам, які в більшості випадків жорсткіші за вимоги відповідних законів. Під час аудиту постачальників «ЕКО» перевіряє все – навчання персоналу, контроль води, повітря, техобслуговування обладнання, контроль шкідників, інфраструктуру підприємства, програми по санітарії, контроль патогенів, вхідний контроль матеріалів, управління алергенами, контроль сторонніх матеріалів, контроль ваги, контроль невідповідної продукції, товарів, складські операцій, тощо. Ретельна увага до вибору постачальників є однією з головних умов високоякісних продуктів, товарів.

Кадрова політика Компанії

Кадрова політика ТОВ «ЕКО» націлена на своєчасне забезпечення організації персоналом певної якості і кількості відповідно до стратегії розвитку організації, розвиток і підвищення рентабельності виробництва, забезпечення зайнятості працівників, удосконалення організації і сплати праці, створення здорових і безпечних умов праці та надання їм соціальних гарантій.

Працівники мають право на відпочинок, відповідно до законів про обмеження робочого дня та робочого тижня і про річні оплачувані відпустки, право на здорові і безпечні умови праці, на матеріальне забезпечення в пенсійному віці в порядку соціального страхування, а також у разі хвороби, та інші права, встановлені діючим законодавством.

Система заробітної плати працівників базується на основі Законів України про працю, які регулюють трудові відносини, оплату праці, соціальні гарантії, а також базується на основі корпоративної системи оцінки професійної діяльності співробітників Товариства та згідно результатів дослідження ринку заробітних платень в Україні.

Режим роботи працівників встановлений Правилами Внутрішнього Трудового розпорядку. Для працівників офісу встановлено - п'ятиденний робочий тиждень з двома вихідними днями (субота-неділя), тривалість робочого часу – 40 годин на тиждень (передбачено чинним Законодавством).

Для Торгового персоналу та працівники які забезпечують роботу магазинів Товариства – встановлено змінний графік роботи (обліковується підсумковий обліком робочого часу та не перевищує місячну та тижневу норму, відповідно до чинного Законодавства).

Товариство бере на себе зобов'язання сприяти розвитку і навчанню персоналу Товариства, за наявності виробничої необхідності організовувати навчальні курси з підвищенням/зміни кваліфікації спеціалістів і робітників.

Розділ 8. Фінансові інвестиції

Інвестиції у дочірні підприємства представлені інвестиціями у капітал таких компаній, як ТОВ «Балтика», Прат «Магазин 450»Частка власності Компанії у капіталі ТОВ «Балтика» становить 99 %, Прат «Магазин 450» становить 93,94 %. Місцезнаходження та діяльність дочірніх підприємств в Україні.

Компанія обліковує інвестиції у дочірні підприємства з використанням методу участі у капіталі згідно вимог МСБО. Станом на кінець кожного звітного періоду керівництво оцінює наявність ознак знецінення

інвестицій у дочірні підприємства. Якщо такі ознаки існують, керівництво розраховує вартість відшкодування, яка дорівнює справедливій вартості активу мінус витрати на продаж або вартості використання, залежно від того, яка з цих сум більша. Балансова вартість інвестицій зменшується до вартості відшкодування, а збиток від знецінення визначається у складі прибутку або збитку за рік.

Розділ 9. Дослідження і інновації, перспективи розвитку

ТОВ «ЕКО» постійно інвестує в проекти досліджень і розробки, щоб удосконалити контроль якості продукції, товарів, технологічні процеси, впроваджує нові види продукції, товарів власних торгових марок, товарів загалом. Зусилля спрямовані на досягненні практичних рішень і результатів, які працюють і приносять користь суспільству.

Питаннями досліджень і інновацій в Компанії займаються відділ перспективного розвитку та глобальні команди Компанії. Фахівці відповідних відділів забезпечують розвиток власних торгових марок, розробку продукції, рецептів, процесів, правил маркування, контролю якості, аналітичні процедури та інші питання, пов'язанні з дослідженням, розробкою та реалізацією власної продукції, власних торгових марок та товарів загалом. Впровадження стратегій здійснюється відповідними підрозділами як на регіональному так і на локальному рівнях у відповідності до повноважень та отриманих інвестицій, затверджених на регіональному рівні. Компанія і далі планує інвестувати в розширення власної мережі, запуск нових продуктів, власних торгових марок, покращення умов праці та якості продукції, товарів.

Компанія планує стратегічний розвиток за двома напрямками:

- внутрішній, який полягає у постійному покращені показників ефективності операційної діяльності, шляхом побудови самодостатніх команд співробітників на операційних напрямках через вдосконалення навичок та за рахунок розвитку внутрішнього потенціалу;
- зовнішній, який полягає у співпраці з постачальниками сировини, товарів та пакування з питань впровадження міжнародних стандартів якості

Стратегічні цілі - розвиток і підтримку наявного асортименту, розширення і наповнення асортименту по напоях імпортного виробництва (пиво, вода мінеральна лікувальна) – 70 виробників, розширення асортименту макаронних виробів в середньому ціновому сегменті – 370 SKU, розширення асортименту імпортної консервації, нова лінійка оливок / маслин, плодово-овочева консервація, рибна консервація з В'єтнаму і Латвії – 32 країни імпорту.

Цінність Компанії, полягає в чесності, професійному розвитку, командному духу, орієнтації на результат, орієнтації на клієнта, задоволення потреб клієнта. Поєднуючи сучасні технології, єдині стандарти, ефективні бізнес – рішення і кваліфікацію персоналу, Компанія прагне в перспективному майбутньому бути лідером на ринку торгівельних мереж України. Компанія постійно працює над розвитком стати найнадійнішим партнером для своїх постачальників, клієнтів та суспільства в цілому. Місія Компанії – забезпечувати мешканці України свіжими, якісними, недорогими товарами і комфортним сервісом.

Генеральний директор ТОВ ЕКО **Аврамчук Ф.П.**