

**Звіт з управління за 2019 рік
ТОВ «МИКОЛАЇВСЬКИЙ
КОНЬЯЧНИЙ ЗАВОД»**

(ідентифікаційний код 37969530)

2020 рік

ЗМІСТ

1. Організаційна структура та опис діяльності підприємства	3
2. Результат діяльності	4
3. Ліквідність та зобов'язання	4
4. Екологічні аспекти.....	5
5. Соціальні аспекти та кадрова політика	6
6. Ризики	7
7. Дослідження та інновації	7
8. Фінансові інвестиції	8
9. Перспективи розвитку.....	8

1. Організаційна структура та опис діяльності підприємства

ТОВ «Миколаївський коньячний завод» (надалі – Товариство або підприємство) зареєстроване в 2013 році та виробництво запущене в 2014 році, місцезнаходження Товариства: Миколаївська обл., Миколаївський район, селище Радісний Сад, вулиця Миру, буд. 1.

На підприємстві встановлені французькі мідні аламбіки компанії «Chalvignac» шарантського та арманьячного типу, які відомі в усьому світі і виробляються з 1948 року. Підприємство використовує у виробництві власні та імпортні спирти коньячні. Для закладки спиртів коньячних використовують бочки дубові з Карпатського дубу, звичайної та скельної порід, вік деревини - не менше 80 років, яка проходить не менше трьох років ферментації (дозрівання) в природних умовах.

Підприємство оснащено ультрасучасною італійською лінією розливу потужністю 6 тис. пляшок на годину, а загальна потужність виробництва готової продукції може досягати 24 млн пляшок на рік.

На підприємстві виробляються коньяки України та бренді виноградні торгових марок KOBLEVO, KOBLEVO RESERVE, KOBLEVO SELECTION та ФРАНЦУЗ.

Організаційна структура Товариства зображена на рисунку нижче:



Керівником та виконавчим органом Товариства є Генеральний директор.

Найбільша кількість працівників у підрозділах пов'язаних з виробництвом (цех розливу, цех пакування, виробнича лабораторія, цех виробництва коньячних спиртів та цех витримки коньячних спиртів та виробництва коньяків) та зберіганням і доставкою ТМЦ (склад готової продукції, склад товарно-матеріальних цінностей, склад тари).

2. Результат діяльності

Фінансові результати діяльності Товариства за 2019 рік у порівнянні з 2018 роком
(тис. грн.)

Стаття	за 2019 рік	за 2018 рік	Відхилення, тис. грн.	Відхилення, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	314 767	259 855	54 912	21%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	(217 400)	(179 374)	(38 026)	21%
Валовий: прибуток	97 367	80 481	16 886	21%
Інші операційні доходи	11 189	8 914	2 275	26%
Адміністративні витрати	(5 682)	(5 820)	- 138	-2%
Витрати на збут	(77 977)	(57 948)	(20 029)	35%
Інші операційні витрати	(4 430)	(8 973)	- 4 543	-51%
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	20 467	16 654	3 813	23%
Фінансові витрати	(2 873)	(2 201)	(672)	31%
Інші витрати	(470)	(1 065)	- 595	-56%
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	17 124	13 388	3 736	28%
Витрати (дохід) з податку на прибуток	(3 086)	(2 410)	(676)	28%
Чистий фінансовий результат: прибуток	14 038	10 978	3 060	28%

Відносно 2018 року, спостерігається покращення показників прибутку. Валовий прибуток зріс 16 886 тис.грн, що у відносному виразі складає 21%. Це зростання досягнуто за рахунок підвищення чистого доходу від реалізації на 54 912 тис. грн. (+21%). Витрати на збут збільшилися на 35%, що пов'язано зі збільшенням продажів, проведенням маркетингових досліджень для розробки нових та просування існуючих брендів. Інші операційні доходи збільшилися на 2 275 тис.грн (+26%) та інші операційні витрати зменшилися на 4 543 тис.грн (-51%), що пов'язано зі зниженням курсу валют протягом року.

Чистий прибуток також зріс на 28% та склав 14 038 тис.грн.

3. Ліквідність та зобов'язання

Залежно від ступеня ліквідності активи підприємства були поділені на наступні групи: найбільш ліквідні активи- всі статті грошових коштів і поточні фінансові інвестиції (А1), швидко реалізовані активи - дебіторська заборгованість (А2), повільно реалізовані активи – готова продукція, запаси (А3), важко реалізовані активи – необоротні активи (А4).

Пасиви балансу були згруповані за ступенем настання терміну їх оплати: найбільш термінові зобов'язання (П1), короткострокові пасиви (П2), довгострокові пасиви (П3), постійні стійкі пасиви (П4).

Ранжування	Активи		Пасиви	
	На початок звітного періоду, тис.грн	На кінець звітного періоду, тис.грн	На початок звітного періоду, тис.грн	На кінець звітного періоду, тис.грн
1	20	18	70 218	100 765
2	48 385	64 763	65 864	85 377
3	313 649	361 100	-	-
4	42 078	42 349	268 050	282 088
Баланс	404 132	468 230	404 132	468 230

Ранжування	Платіжний надлишок (+), нестача (-)		Рівень покриття зобов'язань	
	на поч. зв. періоду, тис.грн	на кін. зв. періоду, тис.грн	на поч. зв. періоду, %	на кін. зв. періоду, %
1	- 70 198	- 100 747	0,03	0,02
2	- 17 479	- 20 614	73,46	75,86
3	313 649	361 100		
4	- 225 972	- 239 739	15,70	15,01

Коефіцієнт поточної ліквідності підприємства на кінець періоду складає 2,29, що показує здатність самостійно погасити свої зобов'язання.

4. Екологічні аспекти

Проведено інвентаризацію джерел викидів забруднюючих речовин в атмосферу та отримано дозвіл Управління екології та природних ресурсів Миколаївської обласної державної адміністрації на викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами.

Щокварталу підприємством проводяться розрахунки збору за викиди в атмосферу забруднюючих речовин стаціонарними джерелами викидів і сплачуються екологічний податок.

Товариство дотримується чинних вимог, встановлених законодавством України з екологічних питань. Протягом господарської діяльності не відбулось жодної аварії,

нешасного випадку, наслідком яких було травмування постраждалих або нанесення шкоди навколишньому середовищу.

5. Соціальні аспекти та кадрова політика

Середня чисельність працівників за 2019 рік складає 103 чол.

Фонд оплати праці за 2019 рік збільшився на 51% (3,67 млн. грн.), що пов'язано зі збільшенням посадових окладів та залученням додаткових штатних одиниць.

На підвищення результативності та залучення висококваліфікованих працівників на підприємстві проводять ряд заходів, а саме:

- перевезення працівників до місця роботи найманим транспортом;
- організація екскурсій та корпоративних заходів для співробітників підприємства;
- участь в семінарах, тренінгах та виставках;
- підготовка, навчання, підвищення та підтвердження кваліфікації для працівників бухгалтерії, виробництва, складу, лабораторії;
- поліпшення побутових умов для співробітників, а саме ремонт побутових приміщень, оновлення побутової техніки та меблів;
- підтримка професійно-технічних та вищих учбових закладів, проходження практики для студентів;
- екскурсії для торгівельних команд дистриб'юторів.

На підприємстві створена служба охорони праці, впроваджена та функціонує система управління охороною праці та призначені відповідальні особи за виконання основних завдань СУОП:

- затверджені та введені в дію нормативно-правові акти служби охорони праці;
- створені комісії з перевірки знань посадових осіб і працівників, що виконують роботи підвищеної небезпеки; з атестації робочих місць тощо.

При прийнятті на роботу працівників ознайомлюють з Правилами внутрішнього трудового розпорядку, функціональними обов'язками, інформують про умови праці та про наявність на його робочому місці небезпечних та шкідливих виробничих факторів, можливі наслідки їх впливу на здоров'я, права працівника на пільги та компенсації за роботу в таких умовах відповідно до законодавства. Працівники проходять вступний і первинний на робочому місці інструктажі з питань охорони праці, пожежної та техногенної безпеки з підписами у відповідних журналах реєстрації інструктажів і контрольному листі. Для передбачених професій і посад - стажування на робочому місці.

Проводиться атестація робочих місць за умовами праці на відповідність вимогам нормативно-правових актів з охорони праці, навчання посадових осіб і працівників з питань охорони праці, обов'язкові первинні та періодичні в процесі трудової діяльності медичні огляди.

Профілактичні заходи з охорони праці, поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища, спрямованих на запобігання нещасним випадкам та професійним захворюванням фінансуються у обсязі понад 0,5 % від фонду заробітної плати за попередній рік. Персонал підприємства забезпечений спецодягом, спецвзуттям та іншими засобами індивідуального захисту, побутовими приміщеннями.

6. Ризики

В ході своєї діяльності підприємство піддається ряду ризиків:

- Підвищення ціни на імпортні комплектуючі у зв'язку зі збільшенням курсу валют
- Зменшення попиту на продукцію у зв'язку зі зміною вподобань споживачів, зменшенню попиту на алкогольні напої,
- Зменшенню урожаю винограду, що призведе до збільшення ціни на виноматеріал.

7. Дослідження та інновації

Товариство проводить маркетингові дослідження для аналізу попиту споживачів, визначення найкращих шляхів збуту та рекламних компаній.

У 2019 році на основі маркетингових досліджень було представлено новий дизайн коньяків Koblebo Reserve. Сучасний дизайн лінійки Koblebo Reserve підкреслює статусність і преміальність бренду, крім того, оновлена форма пляшки своїми елегантними лініями підкреслює витончений смак напою. Новий дизайн розкриває строгість форм та витонченість, характерні для елітного коньяку. Форма етикетки нагадує старовинний традиційний військовий мундир графа Томаса Кобле, засновника регіону Коблево, відсилаючи нас до історії коньяку та особистості засновника. Разом з цим була проведена рекламна компанія на телебаченні та в інтернеті, що зацікавило споживачів не тільки спробувати продукт, а й приєднатися до яскравої картини продемонстрованої у ролику.

Також в рамках нової стратегії розширення бренду представлено нову лінійку Koblebo SELECTION, що відрізняється не тільки дизайном, а ще й новим смаком.

Поява нової лінійки ставить перед командою бренду амбітну мету у 2020-му році - стати лідером в категорії коньяків.

8. Фінансові інвестиції

Товариство володіє часткою в статутному капіталі ДП «Агро-Коблево» в розмірі 100,0%. Додаткові фінансові інвестиції у 2019 році Товариство не проводило.

9. Перспективи розвитку

Фундаментом для збільшення частки ринку та обсягів збуту є маркетингові дії проведені у 2019 році, а саме ребрендинг Koblevo Reserve та створення нової лінійки Koblevo SELECTION.

Товариство використовує як імпортні, так і власні коньячні спирти, що дає змогу зберігати собівартість продукції і надавати найкращу ціну. Це надає конкурентні переваги щодо імпортних коньяків та брендів при зміні курсу валют.

Також перспективним є вихід на експортні ринки. Привабливий дизайн, рекламні компанії опробуванні на вітчизняному ринку, приємний коньячний смак, відповідність до європейських стандартів вже цікавлять експортних споживачів та дистриб'юторів.

Генеральний директор

ТОВ «Миколаївський коньячний завод»



Сичова О.В.