

ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ за 2021 рік

I.ЗВЕРНЕННЯ КЕРІВНИЦТВА

I.1.1.Звернення Голови Наглядової Ради

UBC Promo - виробник промо-продукції №1 в Східній Європі, є складовою частиною UBC Group - торговельно-промислового холдингу, що працює в області холодильної техніки, промо-продуктів і інжинірингових послуг. Протягом останніх 5-х років компанія зайняла лідируючі позиції на ринку СНД. Стратегією UBC Promo є досягнення лідируючих позицій, заснованої на контролі динамічного ринку промо-продукції в СНД і на глобальному рівні. Джерелом конкурентних переваг UBC Promo є технічні компетенції в області виробництва продукції, що випускається, які відповідають вимогам глобальних операторів на ринку промо-продукції. Компанія володіє ціною перевагою внаслідок використання більш дешевої робочої сили і ефекту масштабу, що дозволить їй продовжувати успішну ринкову діяльність на локальних і глобальних ринках. UBC Promo володіє сильними збутовими компетенціями. Компанія здатна виробляти брендovanу продукцію, що дозволяє їй бути постачальником для відомих брендів.

II. ПРО ПІДПРИЄМСТВО

1.Організаційна структура та опис діяльності підприємства

II.1.1. Опис бізнесу. Цінності Компанії - філософія і принципи, якими Компанія керується у своїй діяльності. Стратегія.

Бізнес-стратегія - це довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку Підприємства, що стосується сфери, засобів і форми його діяльності, системи внутрішньовиробничих відносин, а також позицій Підприємства у ринковому середовищі.

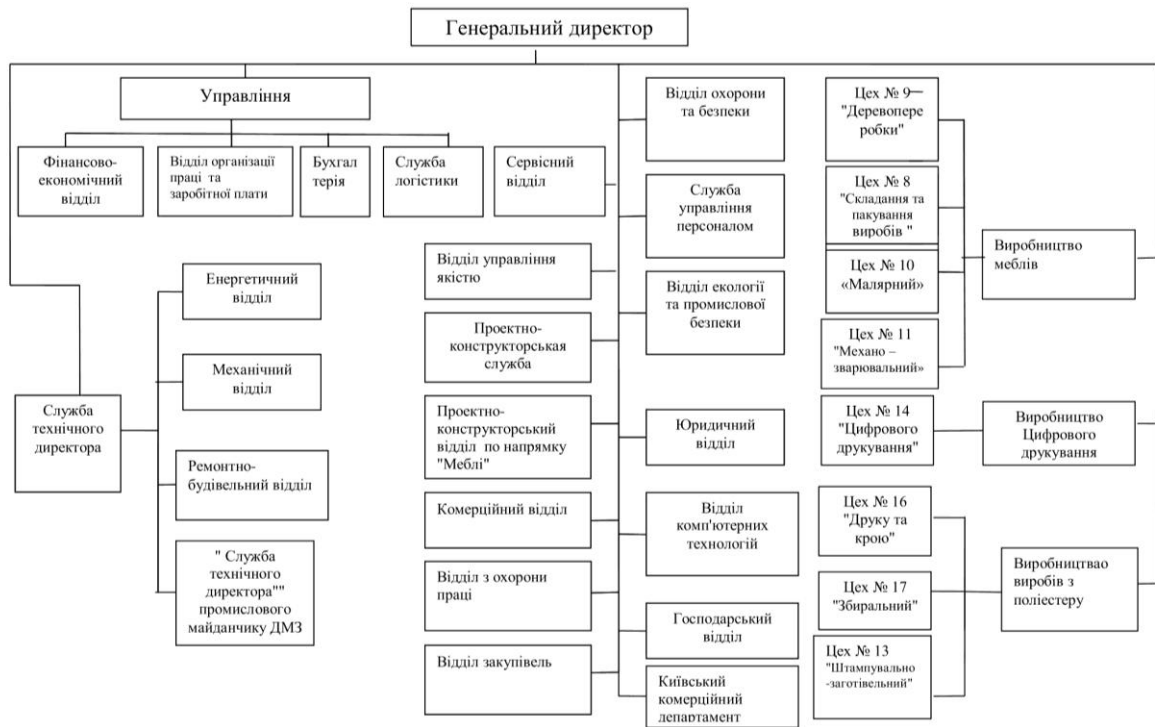
Основним завданням Підприємства є підвищення економічної ефективності діяльності з метою отримання максимального прибутку. Стратегія націлена на довгострокове зростання бізнесу, розширення та зміцнення дилерської мережі, задоволенні попиту споживачів.

Основними принципами діяльності Підприємства є:

- ринкові цілі реалізуються шляхом вибудовування ефективної системи прямих продажів;
- головна мета Підприємства - повне і ефективно задоволення потреб клієнтів;
- послуги і товари Підприємства пропонуються в максимально зручному для клієнта форматі;
- Підприємство завжди намагається передбачити побажання клієнта. Для клієнта є супермаркет послуг і товарів (товарних послуг), місце, де клієнт в мінімальний термін і за мінімальною ціною отримає необхідні товари і послуги (товарні послуги).

Місія Підприємства. Підприємство – це пріоритетний постачальник кращих в світі продуктів і послуг (товарних послуг), орієнтований на клієнтів. Місія Підприємства відображає його ключову ринкову перевагу - вміння продавати, донести товар до клієнта, і, таким чином, задовольнити потреби клієнта. Суть місії - задовольняти потреби клієнтів і бути в цьому - кращими в світі.

II.1.2. організаційна структура підприємства,



II.1.3. стратегія та цілі,

Стратегія Підприємства. Стратегія - швидка реакція на задоволення потреб клієнтів. В основі стратегії лежить процес постійного навчання задоволенню потреб клієнтів.

Підприємство - глобальний бренд лідерства:

- Лідер в технологіях продажів;
- Високі виробничі стандарти;
- Перевага в якості й послугах;
- Зобов'язання по обслуговуванню на всіх ринках по всьому світу;
- Найкраща цінова позиція.

Інтелектуальний потенціал. Для успішного створення зразків нового обладнання, здатного врахувати і вирішити всі проблеми, що виникають сьогодні у виробників, Підприємство робить акцент на двох видах операційної діяльності:

- Розробка інновацій, покликаних втілити в життя потреби та очікування споживача, які тільки ще виникають, що дозволяє виробникові вести гру «на випередження» потреб ринку, відриваючись від конкурентів;
- Реалізація створених проектів, для якої на Підприємстві створена потужна виробнича і ресурсна база в поєднанні з високою концентрацією інтелектуальних ресурсів, що робить виробництво інноваційним.

II.1.4. сфера його діяльності за географічним розташуванням та галузевим спрямуванням,

Відповідно до Статуту (затвердженого Протоколом №1 від 16 липня.2004), видами (предметом, сферою) діяльності Товариства є:

- виробництво готових текстильних виробів та інших текстильних виробів;
- виробництво меблів, в т.ч. для офісів та підприємств торгівлі;
- виробництво виробів з пластмаси, в т.ч. тари із пластмас;
- виробництво різноманітних металевих виробів;
- виробництво інших машин та устаткування загального призначення;
- виробництво електричних ламп, та електричного освітлювального устаткування;
- оптова торгівля різними товарами та виробами без конкретної спеціалізації;
- посередництво в спеціалізованій торгівлі іншими товарами;
- посередництво в торгівлі різними товарами;
- організація перевезення вантажів;
- спеціалізована роздрібна торгівля непродовольчими товарами, віднесеними до інших групвань;
- інші види оптової торгівлі;
- ремонт (спеціалізований) інших машин загального призначення;
- діяльність у сфері архітектури: інженерна та технічна діяльність, пов'язана з будівництвом;
- оптова торгівля іншим промисловим обладнанням;
- спеціалізована роздрібна торгівля іншими промисловими товарами;
- монтаж металевих конструкцій;
- монтаж, устаткування, ремонт машин загального призначення;
- ремонт (спеціалізований) інших машин загального призначення;
- посередництво в торгівлі різними товарами;
- оптова та роздрібна торгівля продовольчими та непродовольчими товарами, обладнанням для розливу та охолодження пива і напоїв;
- сервісне обслуговування та ремонт обладнання для розливу та охолодження пива і напоїв;
- оптова та роздрібна торгівля продовольчими та непродовольчими товарами, обладнанням для розливу та охолодження пива і напоїв;
- посередництво в торгівлі різними товарами;
- сервісне обслуговування та ремонт обладнання для розливу та охолодження пива і напоїв;
- лізинг та передача у платне та безоплатне користування будь-яких об'єктів права власності;
- дистриб'юторська діяльність;
- збереження майна і вантажів юридичних та фізичних осіб, у тому числі на складах тимчасового зберігання; безоплатне зберігання речей та вантажів;
- надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування;
- торгівля іншим промисловим обладнанням;
- здійснення завантажувально-розвантажувальних робіт;
- здавання під найм автомобілів;
- діяльність автомобільного вантажного транспорту;
- пусконаладжувальні роботи по укладенню кабелів та устаткуванню електрообладнання;
- виробництво електротехнічних виробів;
- ремонт електромашин та електрообладнання;
- інформаційно-аналітична служба;
- юридичні послуги фізичним та юридичним особам;
- наукові дослідження;
- проектно-конструкторські роботи;
- розробка та впровадження ноу-хау;

- створення автозаправних станцій, станцій технічного обслуговування автомобілів, надання послуг автосервісу, організація СТО техніки;
- ремонт, відновлення, реалізація і сервісне обслуговування автотранспорту;
- виробництво технологічного обладнання для промислових підприємств;
- роботи по наладці, шефмонтажу та ремонту складного технологічного обладнання промислових підприємств та інших організацій та приватних осіб;
- ремонт побутової техніки;
- оптова та роздрібна торгівля медичними та ветеринарними препаратами;
- оптова та роздрібна торгівля медичним обладнанням;
- видавницька та поліграфічна діяльність;
- рекламна діяльність;
- виробництво бланків та іншої печатної продукції;
- послуги в сфері реклами та маркетингу;
- оптова та роздрібна торгівля освітлювальними приладами;
- виробництво меблів та столярних виробів;
- виробництво столярних виробів;
- діяльність в сфері громадського харчування (створення та експлуатація у встановленому порядку кафе, барів, ресторанів і т.д.);

- надання всіх видів фінансових послуг, у тому числі довірче управління фінансовими активами;

залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення; фінансовий лізинг;

надання коштів у позику, у тому числі і на умовах фінансового кредиту; надання матеріальної допомоги, надання безповоротної фінансової допомоги, надання повторної фінансової допомоги,

надання позичок, позик і використання інших, надання гарантій та поручительств; переказ грошей;

послуги у сфері страхування та накопичувального пенсійного забезпечення; торгівля цінними паперами; факторинг;

- безоплатне відчуження майна (дарування);
- надання побутових послуг населенню;

- здійснення операцій, що пов'язані з імпортом та експортом товарів, робіт, послуг, здійснення зовнішньоекономічної діяльності;

- працевлаштування за кордон;

Товариство може займатися також будь-якими іншими видами діяльності не забороненими законодавством України.

Відповідно до інформації наведеної в Єдиному державному реєстрі (<https://usr.minjust.gov.ua>), Підприємство займається наступними видами діяльності:

<i>КВЕД</i>	<i>Вид діяльності</i>
<i>13.92</i>	Виробництво готових текстильних виробів, крім одягу
<i>18.12</i>	Друкування іншої продукції

22.22	Виробництво пластмасових виробів
22.29	Виробництво інших виробів із пластмас
23.12	Вироби багатошарові ізолюючі зі скла
25.11	Виробництво будівельних металевих конструкцій і виробів
25.61	Оброблення металів та нанесення покриття на метали; механічне оброблення металевих виробів
25.73	Виробництво інструментів
27.40	Виробництво електричного освітлювального устаткування
28.29	Виробництво інших машин і устаткування загального призначення, н.в.і.у.
31.01	Виробництво меблів
31.09	Виробництво інших меблів
32.99	Виробництво іншої продукції, н.в.і.у. (основний)
33.20	Установлення та монтаж машин і устаткування
46.90	Неспеціалізована оптова торгівля

Підприємство реалізує свою продукцію на усіх населених континентах світу у більш ніж 100 країнах.

II.1.4.інформація про продукцію та послуги, що виробляється/надаються підприємством, ринкова частка підприємства в різних сегментах, у яких здійснює свою діяльність підприємство (за наявності такої інформації) тощо;

Основною діяльністю Підприємства є розробка й виробництво торгівельного обладнання та обладнання для розливу напоїв.

Нині підприємство робить павільйони, шатри, парасольки, маркізи, меблі, ролл-бари, барні стійки, світлову рекламу, стелажі, штендера, металеві пивні колони, кришки-пломби для кеґ і іншу продукцію. Уся продукція тенту - це павільйони, намети, шатри, парасольки, каркасні тенти, маркізи, призначена для благоустрою торгових точок, літніх майданчиків, кафе, або місць відпочинку і служить для захисту від сонця і негоди. Продукція тенту складається з металевого каркаса і тенту з тканини ПВХ або поліестеру з водовідштовхувальним просоченням. Продукція тенту випускається наступних видів: павільйони торгові як стандартні: "3x6"; "Стандарт 5"; "Стандарт 7"; Стандарт "7, 5"; "Альфа" три прольоти 4,5*6,75, 5*7,5, 6*9, 7*10,5; чотири прольоти 4,5*9, 5*10, 6*12, 7*14; п'ять прольотів 4,5*11,25, 5*12,5, 6*15, 7*17,5; "Восьминіг" D8м., D12м. D6.9м.; "Філадельфія" 9*18, 7*16,5; "Альфа" - ферми, так і за узгодженням із замовником павільйони нестандартних габаритних розмірів. Павільйони розділяються за формою даху: плоскоскатна і купольна. Парасольки з розмірами куполу : d 1,8 (малі парасольки) і d3; d 4; 3x3; 4x4 (великі парасольки). Шатри всіляких розмірів і логотипів : 2*2, 2,5*2,5, 2*4, 2,5*4, 3*6, 3*7, 4*4, 5*5 і інших типів і розмірів. Варіанти виконання шатрів - із стінами (закриті) і без стін (відкриті). Форма даху : плоскоскатна і купольна.

Комплект меблів складається із столу і чотирьох стільців або столу і двох лавиць. Меблі призначені для встановлення, як на відкритому повітрі під навісом, так і в приміщеннях. Для виробництва використовуються найрізноманітніші матеріали: дерево, метал, верзаліт, полістирол і

інші. Виробництво меблів здійснюється в широкому асортименті від економ-класу до елітної. Для зручності транспортування і зберігання лавиця і стіл оснащені ніжками, що складаються, з механізмом фіксації.

Ролл-бари або візки буфетні використовуються для роздрібного продажу алкогольних і безалкогольних напоїв поза приміщеннями і на підприємствах громадського харчування. Виріб складається із стільниці, яка може бути з поручнем і метабоксом разом або без них, двох бічних стінок з ручкою і з пристосуванням для кріплення парасольки, піддону, що має колеса з гальмами для зручності переміщення і зовнішнього облицювання, яке виконане з декоративного шаруватого пластика. Несучі елементи конструкції виконані з алюмінієвого профілю. Також виконуються ролл-бари з нержавіючої сталі. На нього ставиться нержавіюча мийка, панель для установки редуктора з декоративним ланцюгом, євророзетка.

Барная стійка призначена для роздрібного продажу алкогольних і безалкогольних напоїв і може бути встановлена як в звичайних приміщеннях, так і у швидкорозбірних шатрах і павільйонах. Виріб складається з цілісного або збірного металевого каркаса, двох пластикових або дерев'яних бічних панелей, передньої панелі, клієнтської і робочої поверхонь. Варіанти виконання: односекційний (каркас цілісний) і двосекційний (каркас розбірний). Розміри і конструктив знаходяться в широкій межі залежно від побажань замовника. Світлові вивіски призначені для рекламних цілей на вулицях міст і населених пунктів, усередині приміщень або зовні під навісом. Виріб складається із зварного металевого кронштейна або алюмінієвого профілю, алюмінієвого каркаса, пластикового екрану і електроустаткування.

Світлові вивіски робляться двох видів: зовнішні і внутрішні, всіляких конфігурацій і габаритних розмірів індивідуально по кожному замовленню. Стелажі призначені для компактного багатоярусного розташування продукції і матеріалів і для виділення цієї продукції за допомогою брендингу серед інших виробів. Стелажі робляться з металевого і пластикового каркасу. Полиці робляться з металу, пластика, ЛДСП, МДФ. Безпосередньо на полицях наноситься бренд замовника (оракал, друк). Розташовуються стелажі безпосередньо в торгових приміщеннях (магазини, супермаркети, виставки і інше). Стелажі бувають різних розмірів як по висоті, так і по робочій площі.

Стелаж для охолодження - це торгове холодильне устаткування, призначене для зберігання, демонстрації і продажу м'ясних, рибних, молочних і кисломолочних продуктів. Температурний режим - 0...+7°C. Тип охолодження - динамічний або статичний. Корпус вітрин - оцинкована забарвлена сталь. Стільниця - декоративна нержавіюча сталь. Тип холоду - вбудований або виносний. Сфера застосування - підприємства торгівлі.

Open front - це холодильне устаткування з відкритою фронтальною поверхнею, призначене для охолодження і підтримки зниженої температури прохолодних напоїв в скляних або пластикових пляшках і металевих банках, що реалізуються в магазинах і супермаркетах.

Штендер призначений для рекламних цілей і вважається одним з недорогих, але ефективних способів притягнути увагу і проінформувати про товари (послугах) або сезонні пропозиції. Штендер складається з металевого, пластикового або дерев'яного каркаса. Рекламна інформація наноситься на пластик або вспінений ПВХ. Штендера бувають односторонні, або двосторонні. Різних розмірів. На штендер наноситься логотип будь-яким способом.

Пивна колона з нержавіючої сталі є багатофункціональним пристосуванням, що служить для розливу пива, прохолодних напоїв із бочок КЕГ і прикраси барної стійки. Металеві колони сьогодні є одним з поширених видів пивних колон. Основними компонентами пивної колони є: труба з нержавіючої сталі, пивні крани і керамічний медальйон, закріплений на колоні.

Кришка-пломба призначена для застосування в якості контрольної пломби при закриванні клапана-фітингу бочки КЕГ з метою збереження кількості і якості пива в процесі його транспортування. Це пластмасова колпачок-чашечка, усередині якої пружинисті пелюстки, що дозволяють з легкістю надіти кришку-пломбу на фітинг, але зняти її не можливо не розірвавши зовнішнє кільце та не зламавши пелюстки-утримувачі. Виготовляється різних типів з нанесенням логотипу. Типи виробництва кришки - пломби: S, AM, D, G з удароміцного полістиролу з нанесенням тампопечаті 1, 2, 3, 4 –кольоровий або з рельєфним малюнком різних кольорів.

Полиця для холодильної шафи (полиця) є сіткою з пересічних прутків з металевого дроту різного діаметру, забарвлених у білий колір. Полиці розрізняються своїми розмірами залежно від шафи, для якої вони призначені.

Топер - це елемент конструкції на якому розташовують логотип торгової марки або бренд на холодильних шафах, open front. По конструкції топер може мати різну форму або конструкцію, бути з додатковим внутрішнім підсвічуванням так і без неї, формованим або плоским.

Кожному замовникові пропонується безліч оригінальних рішень для індивідуального супроводу бренду. На UBC Promo робиться повний цикл створення унікального вигляду певної торгової точки або їх мережі. У цей діапазон потрапляють торгові павільйони, індивідуальні комерційні меблі, пивні колони, світлова реклама, стелажі, штендери. Уся продукція унікальна, розробляється і виготовляється під певний бренд.

2. Результати діяльності

За підсумками 2021 року чиста реалізація становила 591 млн грн.

Чистий прибуток 1,006 млн грн.

По основним видам продукції динаміка в порівнянні до 2020 року наведена нижче.

Продажи, нат.ед.	2020г.	2021г.	D 21/20
Мебель	24 236	20 450	-16%
Мебель - ритейл (комплект, стол, шезлонг)	10 356	13 986	35%
Зонты	50 295	57 719	15%
- в том числе d1.8	5 816	7 023	21%
Зонты - ритейл	1 414	2 056	45%
Павильоны	194	99	-49%
Шатры ПВХ	1 260	1 074	-15%
Шатры ПВХ - ритейл	0	102	-
Шатры п/э	976	889	-9%
Шатры п/э - ритейл	316	777	146%
Маркизы, пальмиры	18	80	344%
Тенты зонтов	25 892	27 793	7%
Тенты шатров, павильонов	958	1 600	67%
Тенты шатров, павильонов - ритейл	156	192	23%

АВЗ	1 472	4 241	188%
Каплесборники	2 348	4 268	82%

Продажи, тыс.грн	2020 г.	2021 г.	D 21/20 факт
Мебель	92 344	76 946	-17%
Мебель - ритейл	13 681	25 614	87%
Зонты	162 518	205 067	26%
Зонты - ритейл	1 733	2 437	41%
Тенты зонтов	36 518	37 828	4%
Павильоны	11 392	6 228	-45%
Шатры ПВХ	11 457	11 854	3%
Шатры ПВХ - ритейл	0	2 022	-
Шатры п/э	9 763	5 770	-41%
Шатры п/э - ритейл	1 534	4 202	174%
Тенты шатров, павильонов	5 391	6 368	18%
Тенты шатров, павильонов - ритейл	86	56	-35%
АВЗ	4 943	22 805	361%
Каплесборники	767	1 828	138%
Печатная продукция	19 805	21 895	11%
Стеклопакеты	0	19 623	-
Прочее	101 948	141 065	38%
Всього	473 880	591 608	25%

Тобто є значний приріст обсягів реалізації, пов'язаний з ростом попиту на промо продукцію і спроможністю компанії масштабувати виробництво та залучати ресурси для задоволення цього попиту власними силами.

3. Ліквідність та зобов'язання

Запаси. На кінець звітної періоду сума запасів склала 258 млн грн., що відповідає обсягам продажів на цей період сезону і необхідного рівня страхових запасів з урахуванням сформованого портфеля замовлень .

ДЗ. Дебіторська заборгованість склала 160 млн грн., Це відповідає періоду повернення виручки відповідно до відстрочки покупців.

Аванси видані та інші оборотні активи. Сума авансів 84,8 млн грн., що відповідає розміщеним замовленням на основні матеріали китайського і турецького виробництва, за якими обов'язкова передоплата і алюміній.

Дебіторська заборгованість по податках складає 11,4 млн. грн. ДЗ по податках складається з суми податкового кредиту (ПДВ до відшкодування) та переплати з податку на прибуток.

Торгова та інша кредиторська заборгованість. Кредиторська заборгованість за товари склала 48,2 млн. грн., це відповідає обсягам закупівель та термінів розрахунку з кредиторами.

Короткострокові кредити. У 2 півріччі компанія активно повертає залучені у банках кошти. Таким чином, залишок короткострокових кредитів на кінець звітної періоду склав 120,1 млн грн.

Оборотні активи становлять 614,8 млн грн., що є достатнім для повного погашення всіх зобов'язань.

Власний капітал становить 172,4 млн грн.

Ризик зниження ліквідності

Існує ризик зниження поточної ліквідності через збільшення відстрочок платежу і відсутність реалізації за передплатою, що часто є базовою вимогою для участі в тендері.

Щоб уникнути цих ризиків компанії веде роботу в наступних напрямках: опрацювання альтернативних форм кредитування (факторинг, гарантія, акредитив), укладення договорів з постачальниками на аналогічних «дзеркальних» умовах.

4. Екологічні аспекти

Підприємство проводить наступні заходи з охорони навколишнього середовища:

- Розробка конструкторської документації охорони природи та узгодження документів в установчих органах міської влади;
- Аналіз каналізації;
- Розгляд системи управління навколишнім середовищем, щоб відповідати вимогам міжнародного стандарту ISO 18001: 2017;
- Повітряне дослідження населених пунктів у зоні впливу LLC «SIA « UBC-PROMO »»;
- Передача промислових відходів для подальшої утилізації;
- Профілактика дезінфекції (дератизація);
- Дослідження хімічного та біологічного аналізу ґрунтів у місцях зберігання відходів;
- Підписка на журнал «Екологія підприємства»;
- Моніторинг стандартів HVC LLC “SIA“ UBC-PROMO ”;
- Проведення навчання на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 18001: 2017 тощо.

Заходи з охорони праці для включення до Додатку № 6 до Колективного договору за 2021 рік:

- Одяг та взуття робітників з обслуговування.
- Індивідуальний захист працівників технічного обслуговування.
- Забезпечення працівників милом та миючими засобами.
- Проведення медичних оглядів працівників.
- Провести навчання з питань безпеки в спеціальних школах.
- Навчання та перевірка безпеки працівників, які виконують роботи з високим ризиком.

Parameter ¹	Value ²	Unit	Compliance Status ³	Comments ⁴
Waste Water	4675.3	m ³ /year		
Total waste water generated				
BOD				

Parameter ¹	Value ²	Unit	Compliance Status ³	Comments ⁴
COD				
Suspended Solids				
Phosphorus				
Nitrates				
Heavy metals				
[Other]				
Air Emissions	7.180222	t/year	11.139	
Aluminum oxide	0.000023	t/year	0,000650	
Sodium hydroxide	0.000878	t/year	0,001080	
Iron oxide	0.092802	t/year	0,097200	
Mn. and its compounds	0.006242	t/year	0,006800	
Lead and its compounds	0,000001	t/year	0,000002	
Chromium and its compounds	0,000248	t/year	0,000249	
Nitrogen oxide	1,292857	t/year	1,417900	
Ammonia	0,021125	t/year	0,026000	
Amorphous silicon dioxide	0,000047	t/year	0,000273	
Ozone	0,003128	t/year	0,003850	
Carbon monoxide	1.466855	t/year	2,073400	
Chlorine	0,000479	t/year	0,000590	
Styrene	0,009884	t/year	0,019100	

5. Соціальні аспекти та кадрова політика

II.5.1. Загальна кількість працівників та частку жінок на керівних посадах;

НВО ПРОМО:

	Загальна кількість працівників	З них жінок	З них керівників	З них жінок керівників
2020 г.	437	164	73	19
2021 г.	485	171	82	21

Філія ЛАЙТ:

	Загальна кількість працівників	З них жінок	З них керівників	З них жінок керівників
2020 г.	214	126	38	15

2021 г.	217	114	33	11
---------	-----	-----	----	----

II.5.2.Заохочення (мотивація) працівників:

На підприємстві ТОВ «НВО «Ю БІ СІ - ПРОМО» застосовуються такі види мотивації:

матеріальне заохочення :

Преміювання:

- а) щомісячні премій за виконання виробничих завдань,
- б) річні премії за операційну діяльність ,
- в) премії за розробку нової конструкторської документації,
- г) премії для електрозварників за виконанні виробничих завдань, ефективного використання робочого часу та стаж роботи на підприємстві,
- д) щомісячні премії службі охорони та безпеки за основні результати діяльності за своєчасне і якісне виконання своїх посадових обов'язків, підвищення професійного рівня і відповідальності за доручену ділянку роботи.

2. Доплати:

- а) за суміщення професій (посад),
- б) за розширення зони обслуговування або збільшення обсягу робіт,
- г) за виконання обов'язків тимчасово відсутнього працівника,
- д) за керівництво бригадою.

нематеріального заохочення:

1. Мотиваційні наради ("летучками" і "планерки") це інформування працівників , обмін ідеями, розгляд планів виконання , зарядження людей на плідну роботу.
2. Вітання зі знаменними датами , нагородження грамотами та врученням цінного подарунку.
3. Підвищення професійного рівня, оплачування своїм співробітникам курсів, стажувань та семінарів.
4. Публічна похвала старанних працівників
5. Кар'єрне зростання.

II.5.3.Охорона праці та безпека.

Генеральний директор та персонал, що працює у відділах з охорони праці та екології та пожежної безпеки займаються проблемами : з питань охорони праці, пожежної безпеки, електробезпеки, а також гігієни праці.

Адміністративний персонал проходять навчання за наступним напрямками : Правила безпеки та експлуатації електрообладнання, Правила безпеки та експлуатації елеваторів, Правила безпеки та експлуатації автотранспорту, Правила безпеки систем подачі газу, Правила безпеки роботи на висоті, Правила безпеки роботи з приладами та пристроями , Правила безпеки та експлуатації посудин під тиском, Правила безпеки роботи на транспортному засобі.

Підготовка персоналу щодо попередження та ліквідації надзвичайних ситуацій проводиться під час інструктажу з охорони праці та пожежної безпеки на робочому місці. Інструкції даються при прийнятті на роботу, а потім щоквартально. Ці вимоги викладені в інструкціях з охорони праці

та "Плані локалізації та ліквідації надзвичайних ситуацій". Обов'язковою темою тренінгу є надання першої допомоги постраждалим.

Двічі на рік проводяться тренінги з надзвичайних ситуацій та протипожежних заходів за участю представників Харківської обласної ради стратегічного планування. Контролюючий персонал та працівники ІТР проходять навчання та періодичну перевірку знань з питань охорони праці, організації та виконання робіт з підвищеним ризиком. З цією метою укладено договори з трьома спеціалізованими навчальними центрами.

У минулому році не було надзвичайних ситуацій.

6. Ризики

Конкурентний ризик

Компанія вбачає можливість втратити частину продажу продукції за активації конкурентної боротьби на ринках, але не вважає цей ризик суттєвим, бо впроваджує заходи з мінімізації витрат та підвищує свої конкурентоспроможні переваги. Серед них наступні:

1) постійне виробництво потужних виробничих потужностей, що може бути більш привабливим для покупців з точки зору строків із виготовленням виробництв, особливо якщо буде потрібна ідея про великих об'єктів

2) відпрацьовані процедури та встановлені зв'язки для залучання у процес виготовлення продукції підрядників у випадку, коли не вистачає власних потужностей в для виробництва великих об'єктів виробництва в короткі терміни в період піка сезону

3) щорічні інвестиції в оновлення обладнання та технологій

4) реалізація заходів по досконалому виробництву організацій та створення найбільш ефективних виробничих потоків при виготовленні продукції.

5) Доступність для компаній, що займаються сировиною та матеріалами, за більш низькими цінами, за тим, що існує в інших компаніях, працює над цим ринком, намагаючись запросити в розміщення більш значних об'єктів закупок.

6) Щорічна пропозиція нових дизайнерських рішень по меблях, колононах, павільйонах та ін. Для конкурентів організація виробництва за нашими моделями обернеться суттєвим часом і коштами, як мінімум 1 сезон, за який реалізація нових моделей залишається без цінових воєн з конкурентами, тобто за найбільшою маржинальністю.

Державний та регуляторний ризики

В даний час ми визнаємо наявність ризику втрат внаслідок зміни політичної або податкової системи держави як в Україні, так і в інших країнах.

Серед цих ризиків, в першу чергу, ймовірність збільшення акцизних зборів при продажу пива та введення обмежень на рекламу пива. Частково кампанія по забороні прямої реклами і продажу пива вже розпочато, проте поки не прийняті поправки в закон про рекламу і ці ризики переходять

на наступні сезони після 2017года. У Росії подібні зміни в законодавстві вже відбулися і подальшого погіршення умов роботи виробників пива поки не прогнозується.

Однак в реалізації цих ризиків ми бачимо для себе не тільки загрози, але також і можливості, оскільки втрати від зростання акцизів на пиво виробники, швидше за все, захочуть компенсувати шляхом зростання цін на свою продукцію або збільшення обсягів продажів. І те й інше потребує потужної рекламної підтримки, а значить збільшення бюджетів в тому числі і на придбання промо-продукції.

Ризики на ринку сировини та комплектуючих

В даний час компанія не бачить приводів для занепокоєння з приводу доступності або якості використовуваних при виробництві продукції сировини і матеріалів. Підставою для такої позиції служить, по-перше, те, що ми маємо добре налагоджені ділові зв'язки і тривалий досвід співпраці з нашими найбільшими постачальниками (Іпріс-Профіль, Новий стиль, Формат-Харків, Метінвест, Форте Алюмініум, Європроект-Схід і ін.) По-друге, поставка імпортованих матеріалів відбувається з тих країн, з якими в Україні не прогнозується погіршення зовнішньоекономічних відносин в доступному для огляду майбутньому: Китай, Туреччина, Польща, Швейцарія, Німеччина та ін. Компанія безпосередньо працює з виробниками сировини, а не з посередниками. Проте, фахівцями постійно проводиться пошук нових альтернативних або більш перспективних постачальників матеріалів, з метою отримання кращих цін, якості, умов поставки та оплати. Наприклад, для поставок в 2017 р укладені договори з новими постачальниками метизів, оракалу і труб (в Китаї, замість України), прозорого і баннерного ПВХ (більш низька ціна і вище якість), тканини поліестер з крученої ниткою і високої щільності (Китай як альтернатива Польщі), тканині прапора і ін. Основна продукція проходить додаткові тестування в незалежних лабораторіях з метою визначення лідерів за якістю серед постачальників.

Ризики менеджмента

В даний час UBC Promo володіє сильною управлінською командою, члени якої мають великий досвід роботи в даній галузі виробництва, володіють всіма необхідними знаннями і характеризуються високим рівнем компетентності. Втілюють завдання та політику емітента щодо управління фінансовими ризиками, у тому числі політику щодо страхування кожного основного виду прогнозованої операції, для якої використовуються операції хеджування;

7. Дослідження та інновації

Підприємство не веде дослідницької діяльності, окрім вузького аналізу ринку та конкурентів.

10. Перспективи розвитку

РИНОК

СНД

За нашими оцінками, обсяги ринку України з основними позиціями промо –продукції збільшуватимуться на 10-15% за рік. Що стосується переваг наших клієнтів, то тут спостерігається певна поляризація: на зміну вибору середнього сегмента в лінійці моделей (за рівнем ціни, дизайну, якості) відбувся перехід до зростання попиту на моделі преміальної і економ-класу, причому найчастіше, чим більше модель виробу знаходиться ближче до будь-якого з цих кінців модельного ряду, тим більше вона приваблива для покупця. Ми пов'язуємо це з бажанням покупців підкреслити диференціацію своєї продукції (де також все більш виділяється економ і преміум сегменти продажів) і таким чином стимулювати продажі різним категоріям покупців. Така ситуація вимагає від компанії, яка бажає досягти успіху на ринку промо-товарів, по-перше, наявності сильної команди фахівців в області дизайну, конструювання, технологій, для поновлення номенклатурного ряду в двох різних напрямках - в сторону здешевлення, спрощення та уніфікації і в бік підвищення ексклюзивності моделей, шляхом створення унікального дизайну, застосування нових матеріалів і способів з декоративною обробки. По-друге, необхідно мати досить високопродуктивне обладнання та високий рівень механізації робіт, для можливості швидкого і якісного виконання замовлень покупців на продукцію економ-сегмента. По-третє, у компанії повинен бути достатній запас власних фінансових ресурсів (або доступність позикових) для можливості покупки устаткування, яке необхідно для якісного виробництва ексклюзивних

моделей, будучи готовим до того, що в подальшому використання для виробництва продукції може бути дуже обмеженим (штампи, оснащення для пресів, трубогибов).

Нашими найближчими конкурентами серед українських виробників ТОВ «Мікслайн» (Харківська обл.). Ця компанія значно поступається UBC Promo в обсягах реалізації і ширині кола клієнтів.

Однак у багатьох випадках і присутність на ринку, і участь в тендерах на поставку обладнання, що проводяться нашими покупцями, цих гравців призводить до відчутного зниження цін на нашу продукцію.

РИНОК Росії та інших країн СНД

Зростання ринку не планується, це пов'язано з негативними очікуваннями інфляції і волатильності рубля. Однак компанія прогнозує збереження обсягів реалізації 2019 року як в плані виручки так і кількісних показників.

Зростання на ринках промо-продукції інших країн СНД нами не очікується, можливе зростання частки Промо за рахунок витіснення інших гравців (в основному постачальників з Китаю) або як наслідок посилення конкуренції між виробниками пива, напоїв і соків (Казахстан, Грузія) на рівні 10%.

РИНОК СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Ринок східної Європи є насиченим, в зв'язку з чим ми не очікуємо зростання ринку в 2019 році. У той же час, продукція компанії має високу конкурентоспроможність на даному ринку, що пов'язано з більш низькою собівартістю і як результат більш конкурентними цінами. Таким чином, для Компанії існує потенціал збільшення продажів в Центральну Європу, обумовлений частковим заміщенням локальних гравців (наприклад, польської компанії Літекс). Ці ринки не є високомаржинальними.

Генеральний директор
ТОВ «НВО «Ю БІ СІ-ПРОМО»

17.03.2022



Резнік Сергій Іванович