

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Директор ТОВ «МНВО «БІОКОН»**

**А.Г. Шаховцев**



## **ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ**

**Товариства з обмеженою відповідальністю**

**«Медичне науково-виробниче об'єднання «БІОКОН»**

**за 2024 рік**

**м.Дніпро – 2024**

## **ЗМІСТ**

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Організаційна структура та опис діяльності підприємства.....</b> | <b>3</b>  |
| 1.1. Підприємство .....                                                | 3         |
| 1.2. Місія і ключові цінності ТОВ «МНВО «БІОКОН» .....                 | 8         |
| 1.3. Продукція ТОВ «МНВО «БІОКОН» .....                                | 13        |
| 1.4. Виробництво продукції, матеріальні ресурси .....                  | 16        |
| <br>                                                                   |           |
| <b>2. Аналіз стану діяльності підприємства.....</b>                    | <b>18</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>3. Ліквідність та зобов'язання .....</b>                            | <b>22</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>4. Екологічні аспекти (Довкілля) .....</b>                          | <b>25</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>5. Соціальні аспекти та кадрова політика .....</b>                  | <b>26</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>6. Ризики .....</b>                                                 | <b>28</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>7. Дослідження та інновації .....</b>                               | <b>30</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>8. Фінансові інвестиції .....</b>                                   | <b>30</b> |
| <br>                                                                   |           |
| <b>9. Перспектива розвитку .....</b>                                   | <b>31</b> |

Даний Звіт про управління підготовлений на виконання Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» відповідно до Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 07.12.2018 № 982 зі змінами.

## **1.ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА ОПИС ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ**

### **1.1. Підприємство**

**Повне найменування:** Товариство з обмеженою відповідальністю «Медичне науково-виробниче об'єднання «БІОКОН».

**Скорочене найменування:** ТОВ «МНВО «БІОКОН»

**Ідентифікаційний код юридичної особи:** 13490613

**Юридична адреса:** 49054, місто Дніпро, проспект О.Поля, будинок 101, офіс 114.

**Фактичне місцезнаходження:** 49054, місто Дніпро, проспект О.Поля, будинок 101, офіс 114. Виробничі потужності розташовані: 61036, м.Харків, вул.Морозова 13

**Номер телефону:** 056 731 91 32

**Адреса електронної пошти:** [contact@biokon.com.ua](mailto:contact@biokon.com.ua)

**Основні види діяльності підприємства:**

20.42. Виробництво косметичних та парфумерних засобів

46.45 Оптова торгівля парфумерними та косметичними продуктами

Медичне науково-виробниче об'єднання «БІОКОН» створено в Україні у 1991 році. ТОВ МНВО "БІОКОН" займається випуском косметичної продукції. Перший крем розроблено лікарями МНВО «БІОКОН» спільно з французькими колегами. З тих пір триває щоденна робота косметологів і технологів по створенню сучасних кремів під однойменною маркою. «БІОКОН» першим на пострадянському просторі, у 1998 році, випустив сонцезахисний крем. Наразі сонцезахисна серія «БІОКОН» - лідер ринку України, що підтверджують відповідні дослідження. Водночас традиційним виробництвом для компанії є косметичні засоби, спрямовані на профілактику вікових змін шкіри і зменшення зморшок.

На виробництві «БІОКОН» в Харкові заснована сучасна лабораторія, фахівці якої при розробці формул косметики спираються на медичні знання фізіології шкіри і біохімічних процесів, що відбуваються в шкірі. БІОКОН працює з провідними світовими косметичними інститутами і виробниками сировини. Продукція «БІОКОН» проходить випробовування на безпеку й ефективність.



Косметичні формули БІОКОН розробляються професіоналами, які спираються на медичні знання фізіології шкіри і біохімічних процесів, що відбуваються в шкірі. Наші фахівці створюють косметику для догляду за шкірою і волоссям, для захисту шкіри від негативних факторів навколишнього середовища і УФ-випромінювання і лікувально-профілактичні засоби. Косметика БІОКОН дійсно вирішує проблеми і забезпечує ефект.

#### **Умови, в яких працювало підприємство ТОВ «МНВО «БІОКОН» в 2024 році.**

24 лютого 2022 року розпочалась військова агресія Російської Федерації проти України, що стало підставою введення воєнного стану та призвело до ускладнень ведення операційної діяльності підприємства. Всі виробничі потужності підприємства знаходяться у м.Харків. Внаслідок розгортання повномасштабної агресії РФ підприємство зазнало і продовжує зазнавати величезних втрат. Підприємство опинилося в районі активних бойових дій, що призвело до припинення виробничої діяльності. Був перераваний виробничий процес на підприємстві та ланцюги постачань, зазнали руйнувань деякі орендовані приміщення на виробництві, і найстрашніше — людські життя знаходилися під постійною загрозою, що спричинило масовий виїзд працівників на неокуповані території України та за кордон.

Станом на звітну дату, на кінець 2024 року, підприємство ТОВ «МНВО «БІОКОН» продовжує роботу та намагається виконувати зобов'язання перед своїми контрагентами. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну принесло нові виклики для бізнесу в Україні. Одним з них стало зниження попиту на товари. Але керівництво стежить за розвитком поточної ситуації і, за необхідності, наскільки це можливо, вживає заходів для мінімізації будь-яких негативних наслідків. Ведення підприємницької діяльності під час воєнного стану є дуже складним процесом, але вкрай необхідним. Окрім першочергового завдання самозбереження компанії, постають такі глобальні потреби, як забезпечення працівників робочими місцями та допомога армії.



## Досягнення

Якість продукції БІОКОН підтверджено нагородами на національному і міжнародному рівні, в тому числі Золотою медаллю виставки InterCHARM-Україна «За експертний підхід в створенні якісної української косметики та вагомий внесок в імідж національного виробництва».

За свою історію "БІОКОН" неодноразово був відзначений різними нагородами на національному і міжнародному рівні:

1999 р. - за високу якість продукції "БІОКОН" став лауреатом загальнонаціонального конкурсу "Вища Проба".

2000 р. - перемога в загальнонаціональному конкурсі "Зірка вітчизняної упаковки".

2003 р. - косметика "БІОКОН" удостоєна Міжнародної золотої медалі за якість, а саме: Мальтійський хрест у синьому колі та напис "GOLDEN MEDAL FOR QUALITY".

2007 р. - кращий вітчизняний виробник року, кращий вітчизняний товар року в шести номінаціях.

2007 р. - на Міжнародному конкурсі World Star в Афінах упаковка подарункового набору TODES отримала титул "Світової зірки упаковки".

2008 р. - кращий платник податків у категорії "середній бізнес".

2010 р. - гель Гирудовен з серії "Доктор Біокон" названо "ПРОДУКТОМ РОКУ" за результатами щорічного конкурсу професіоналів фармацевтичної галузі ПАНАЦЕЯ.

2010 р. - сертифікат якості швейцарського інституту стандартів якості "International Quality Certificate" (SIQS) - одна з останніх нагород, отримана в Швейцарії.

2011 р. - премія "Viva! Beauty Hit" в номінації "Краща колекція сонцезахисних засобів" - остання нагорода минулого року.

2013 р. - косметика БІОКОН отримала Міжнародну європейську нагороду "За якість" (International Europe Award "For quality").

2014 р. - косметика "Натуральний догляд" отримала визнання споживачів у відкритому тестуванні і "Знак якості" проекту "На пробу".

2015 р. - сонцезахисна серія "БІОКОН" отримала "Українську народну премію".

2015 р. - БІОКОН отримав золоту медаль ІНТЕРШАРМ УКРАЇНИ "За експертний підхід в створенні якісної української косметики та вагомий внесок в імідж національного виробництва".

2016 р. - сонцезахисна серія БІОКОН отримала нагороду "Абсолютний Фаворит успіху 2016".



2017 р. - косметика БІОКОН стала лідером тематичних категорій "Гігієнічна помада", "Засіб для засмаги", "Засіб після засмаги" премії "Viva! Beauty Hit-2017".

2018 р. - премія "Хіт-2017. Краще для малюка", крем Цинкодерм бебі ТМ Доктор Біокон.

2018 р. - премія "Хіт - 2017. Краще для малюка", в категорії "Засіб для мами", гель Біона норма ТМ Доктор Біокон.

2019 р. - премія "Viva!Beauty Hit-2017" в категорії "Краща сироватка для волосся" з продуктом Сироватка "Сила волосся" БІОКОН.

У 2020 році за результатами опитування споживачів і експертів наша компанія стала переможцем в категорії "Виробництво косметичних засобів" рейтингу «ВИБІР КРАЇНИ». БІОКОН визнаний кращим і стабільним підприємством своєї галузі.

Компанія "БІОКОН" - постійна учасниця міжнародних виставок косметики ІНТЕРШАРМ (постійно з 1996 р.), LA BELLA DONNA & WELLNESS (Прага), COSMETICA BERLIN, BEAUTI INTERNATIONAL (Дюссельдорф), COSMEETING (Париж).

БІОКОН - один із засновників Асоціації «Парфумерія та Косметика України». Компанія бере участь у роботі Асоціації щодо збільшення безпеки косметичної продукції та екологізації українського законодавства.

2021 рік підприємство ТОВ «МНВО «БІОКОН» завершило перемогою та значущим для компанії досягненням: наше виробництво пройшло аудит міжнародного сертифікаційного органу TUV AUSTRIA CERT GMBH та отримало сертифікат міжнародної системи менеджменту якості ISO 9001:2015. У грудні закордонні експерти проводили перевірку нашого виробництва на відповідність норм та технічних вимог. Співробітники підприємства до цієї події довго готувалися і цей результат можна назвати успіхом всього виробничого колективу. Ми вдосконалювали санітарно-гігієнічні вимоги, розробляли та впроваджували новий санітарний режим, проводили навчання персоналу на відповідність вимогам стандарту ISO 9001:2015. Аудит був успішно пройдений і результатом стало отримання сертифікату міжнародної системи менеджменту якості ISO 9001:2015, який підтверджує високий рівень сервісу нашої компанії.

У квітні 2024 пройшов щорічний аудит з ISO 9001 для підтвердження дії сертифікату.

У планах також було до лютого 2022 року прийняти аудит для отримання сертифіката GMP 22716:2007, який буде обов'язковим в Україні. Стандарт



підтверджує найвищий рівень нормативної виробничої практики. Однак у зв'язку з повномасштабним вторгненням РФ в 2022 році, строки отримання сертифікату були відтерміновані, за причиною неможливості присутності міжнародних експертів-аудиторів на підприємстві у м. Харків, ця задача поки залишається у планах підприємства.

### **Відповідальність**

«БІОКОН» - соціально відповідальна компанія. З 2013 року реалізує соціальний проект «БІОКОН для здоров'я жінки та дитини». Проект є освітнім щодо відповідального підходу до здоров'я. Друге завдання проекту – матеріальна допомога гінекологіям та пологовим будинкам. За 2013-2022 роки 110 лікувальних закладів України отримали допомогу від «БІОКОНа», а також благодійні фонди та неприбуткові організації. Серед подарованого обладнання: електрохірургічні коагулятори для лікування патологій у жінок, гінекологічні крісла, кольпоскопи, медикаменти, хірургічний інструментарій тощо.

Проект буде тривати у майбутньому. В нього буде залучено ще більше установ, які потребують допомоги. Це благодійний проект є довготривалим, та перспективним у корпоративній соціальній діяльності компанії.

### **Організаційна структура підприємства має наступний вигляд:**

1. Дирекція - директор.
2. Комерційний директор (заступник комерційного директора).
  - 2.1. Виробництво (бригадири на ділянках)
    - 2.1.1. Варильний цех
    - 2.1.2. Фасувальний цех
    - 2.1.3. Оформлювальний цех
  - 2.2. Служба головного технолога (головний технолог)
    - 2.2.1. Технологи
    - 2.2.2. Виробнича лабораторія
    - 2.2.3. Лаборанти
    - 2.2.4. Відділ контролю якості
    - 2.2.5. Спеціаліст по ISO / GMP
  - 2.3. Відділ постачання (менеджер з постачання)
  - 2.4. Складське господарство (комірники, вантажники)

- 2.4.1. Склад готової продукції
- 2.4.2. Склад сировини та упакування.
- 2.5. Служба головного механіка (головний механік, механіки, слюсарі).
- 2.6. Інженер з охорони праці.
- 2.7. Господарська служба (завідувач господарства, прибиральниці).
- 3. Фінансовий директор
  - 3.1. Відділ фінансів та бухгалтерія (заступник фінансового директора, головний бухгалтер, бухгалтера)
  - 3.2. Департамент продаж (директор департаменту, менеджери, фахівці з методів розширення ринків збуту)
  - 3.3. Заступник директора з правових питань.
  - 3.4. Відділ маркетингу та реклами
  - 3.5. Відділ логістики
  - 3.6. Менеджер з персоналу
  - 3.7. Відділ зовнішньо-економічної діяльності.

## 1.2. Місія і ключові цінності ТОВ «МНВО «БІОКОН»

**Наша Місія** - служити в ім'я Краси і Здоров'я, роблячи за допомогою нашої продукції людей щасливішими і впевненіше в собі.

### Філософія компанії

Визнання на вітчизняному і зарубіжних ринках підтвердило філософію БІОКОНу як виробника ексклюзивної косметики для здоров'я і краси.

Постійний пошук нових ідей, розробка продуктів з урахуванням побажань споживачів, високу якість, ефективність, безпеку, компоненти натурального походження - це складові успіху косметики БІОКОН.

### Ставлення

Наша **Місія** формує наше **Ставлення** до своєї Продукції і Виробництва, Співробітникам, Споживачам, Партнерам і Суспільству в цілому.

### Продукт, Виробництво і Технології

- Прихильність традиціям високої якості і безпеки.
- Дотримання та облік останніх тенденцій ринку косметики.



- Далекосяжність за допомогою чуйного сприйняття всіх ринкових тенденцій на крок вперед.
- Відповідальний підхід до організації виробництва.
- Використання тільки високоякісної сировини.
- Пріоритет компонентів натурального походження.
- Своєчасне розширення асортименту з урахуванням потреб покупців. тенденцій ринку, проблем урбанізації та екології.
- Унікальність нашого продукту: використання в складі наших косметичних засобів цілющого екстракту медичної п'явки.
- Використання сучасних технологій і професійного устаткування.
- Інноваційний і науковий підхід.

### **Компанія БЮКОН та її Співробітники**

- Ми цінуємо і розуміємо значущість кожного зі своїх співробітників.
- Використовуємо високі моральні та етичні принципи у відносинах зі співробітниками.
- Дбайливе ставлення до кожної особистості.
- Наша команда сповідує принципи професіоналізму і бездоганно якісної роботи.
- Ми працюємо за принципами взаємної поваги і довіри.
- Кожен з нас відчуває причетність до спільної справи.
- Робота кожного з чітким розумінням Місії і Філософії компанії.
- Всередині команди ми працюємо за принципами взаємодовіри і взаємодопомоги.
- Ми намагаємося зсередини наповнити діяльність наших співробітників енергією.
- Ми сприяємо розвитку їх творчого і професійного потенціалу.
- Ми дозволяємо співробітникам вдосконалюватися всередині нашої компанії.
- Наші співробітники завжди прислухаються до Покупця та Партнера.
- Наша компанія працює так, щоб кожен співробітник відчував гордість за те, що ми робимо.
- Нашу команду одностайно відрізняє позитивне мислення.

### **Компанія БІОКОН та Споживач**

- Ми працюємо і створюємо наші продукти виключно в інтересах наших Споживачів, тому їх довіру до наших торгових марок - головна цінність компанії.
- Ми надаємо Споживачеві тільки високоякісні, безпечні та зручні у використанні продукти.
- Ми чесні з нашими споживачами і відкриті їм.
- Ми даємо повну і вичерпну інформацію про товар.
- Ми намагаємося максимально забезпечувати зручність і доступність для споживача нашої продукції.
- Ми поважаємо і цінуємо нашого Споживача і будь-який його вибір.
- Ми вірні нашим традиціям і принципам у роботі з нашими споживачами
- Ми несемо відповідальність за кожен проданий нами продукт.
- Для нас інтереси наших споживачів важливіше короткострокової фінансової вигоди.
- Ми намагаємося зрозуміти і передбачити потреби, смаки та побажання наших Споживачів.
- Ми постійно ведемо діалог з Споживачем, і тому його думка для нас вирішальне.

### **Компанія БІОКОН і Партнери**

- Ми завжди орієнтовані на клієнта.
- Наша робота заснована на принципах партнерства і взаємної вигоди.
- Приймаємо рішення про партнерство з урахуванням довгострокової перспективи, а не миттєвого прибутку.
- Шануймо і довіряємо своїм Партнерам.
- Враховуємо інтереси своїх партнерів.
- Стимулюємо попит за допомогою маркетингових та рекламних заходів заради збільшення взаємної прибутку .
- Завжди відкрити до ділового діалогу.
- Завжди відповідальні за якість товарів, що поставляються.
- Своєчасно і професійно виконуємо взяті на себе зобов'язання.



## **Компанія БІОКОН та Суспільство**

- Ми високо цінуємо навколишній світ і кожному окрему особистість.
- Ми високо цінуємо багатство Природи, яка дарує нам цілючі речовини для наших продуктів.
- Ми дбайливо ставимося до Природи, тому зробили все виробничі процеси екологічно чистими і безпечними.
- Ми піклуємося про благоустрій та добробут суспільства, а тому сповідуємо принципи стовідсоткової легальності ведення бізнесу.
- Ми розуміємо, що в процвітаючому суспільстві будуть щасливі наші Споживачі, а тому чесно платимо податки і є найкращим платником податків в своєму місті серед середніх промислових підприємств.
- Ми прагнемо за допомогою нашої корисної та якісної продукції змінити життя наших споживачів на краще.
- Ми дбаємо про наших співробітників, забезпечуючи їх професійне навчання і соціальну захищеність.
- Ми намагаємося сповідувати принципи соціальної відповідальності як по відношенню до свого персоналу, так і по відношенню до навколишнього світу.

## **Цінності та Принципи**

Місія та Ставлення формують наші основні Цінності. Наші цінності поділяються на кілька базових складових: щодо нашої роботи, колективу і споживача.

### ***Ключові Цінності***

#### **1. Якість та безпека продукції**

Саме за це нас цінують Споживачі, які постійно купують нашу продукцію.

#### **2. Колектив**

Ми дорожимо своїм колективом і цінуємо кожного співробітника. Наша команда - це команда однодумців, яка працює заради досягнення загального результату.

#### **3. Споживач**

Заради Споживача ми створюємо свої продукти, працюємо, розвиваємося і вдосконалюємося.

### **Професіональні Принципи**

1. Відкритість, прозорість і достовірність інформації про нас і наш продукт.
2. Відповідальність за свою справу, продукти і взаємини.
3. Довіра всередині компанії до кожного з членів колективу, до Партнерам, Споживачам.
4. Повага всередині компанії до кожного з членів колективу, до Партнерам, Споживачам.
5. Професіоналізм.
6. Постійний розвиток і вдосконалення.
7. Соціальна відповідальність.

Виходячи з нашої Місії, а також з урахуванням ситуації, що склалася на ринку на сьогоднішній день, а в зв'язку з цим - очікуваних перспектив, ми сформуvalи цілі компанії на наступний рік.

### **Цілі компанії БІОКОН:**

1. Зберегти **лідуючі позиції на ринку**, стати вітчизняним виробником косметики №1. Забезпечити темп зростання компанії, що випереджає темпи зростання ринку, при мінімальних витратах.
2. Забезпечити **доступність** наших продуктів для споживача в будь-якій точці України. Дана мета складається з двох складових. По-перше, **ціна наших продуктів** повинна бути нижче цін основних конкурентів або бути з ними на одному рівні. По-друге, ми повинні забезпечити **зручність і доступність для споживача нашої продукції**, а саме: **представленість** в будь-якій торговельній точці, де він зазвичай робить покупки, **розташування** на одному рівні з одним з основних конкурентів.
3. Збільшувати **асортимент продукції**, який максимально відповідає очікуванням кінцевого споживача з урахуванням останніх тенденцій ринку.
4. Зробити Бренд БІОКОН і його ідеологію - рушійною силою компанії!
5. Підвищувати **рівень задоволеності замовника**. Наша продукція повинна відповідати їх очікуванням.
6. Досягти **бездоганної якості обслуговування** партнерів, клієнтів, покупців. Ми повинні відповідати кращим стандартам роботи з клієнтами.
7. Розвивати **довгострокові взаємини з партнерами**.



8. Зберегти існуючий **персонал** і рівень заробітних плат, забезпечити необхідні умови для професійного зростання персоналу, заохочувати тривалу роботу в компанії.

9. Формувати командний дух, створювати умови і сприяти особистій зацікавленості кожного із співробітників компанії в успіху спільної справи, розуміючи, що тільки наша спільна робота допоможе зрозуміти покупця, задовольнити його, перетворити покупку в маленьке свято.

### 1.3. Продукція ТОВ «МНВО «БІОКОН»

#### Асортимент

Асортимент продукції «БІОКОН» представлено близько 300 найменуваннями. На рік компанія виробляє близько 7 мільйонів одиниць продукції. Це косметика для догляду за шкірою і волоссям, для захисту шкіри від негативних факторів навколишнього середовища і УФ-випромінювання, гігієнічні помади, лікувально-профілактичні засоби.

В асортименті марки кілька брендів і засобів гігієни різної цінової категорії:

- догляд за шкірою обличчя (щоденний догляд; антивікова, відбілююча косметика, засоби для проблемної шкіри);
- догляд за тілом (бальзам для тіла);
- догляд за ногами, шкірою стоп;
- сонцезахисна косметика (для і після засмаги);
- догляд за порожниною рота (ополіскувачі, дезодоранти для порожнини рота);
- засоби інтимної гігієни (з молочною кислотою) для дівчаток і жінок різного віку;
- бальзами для губ з захисною дією;
- засоби для волосся (шампуні, бальзами, кондиціонери, спреї), включаючи лікувально-профілактичні
- цілющі лікувально-профілактичні засоби різного спектру дії (венотонізуючі, від болю в суглобах і зв'язках, проти синців і синців, зміцнення коренів волосся і т.д.).

#### Характеристика продукції, що випускається

Асортиментний портфель компанії «БІОКОН» включає **кілька брендів** в різних цінових категоріях:

1. Бренд **БІОКОН** відомий найбільшому числу покупців, випуск косметичних засобів «БІОКОН» є пріоритетним напрямком компанії. БІОКОН - це:

- декілька основних косметичних ліній для щоденного та спеціального догляду за шкірою обличчя і тіла: «Натуральний догляд», «Зимовий догляд», PROFESSIONAL EFFECT, «Білосніжка», «Проблемна шкіра», доглядові серії «I love rice», «I love matcha tea», «I love aloe», «I love avocado»;
- сонцезахисна серія;
- лінія засобів для догляду за порожниною рота: ополіскувачі і освіжувачі порожнини рота;
- засоби для догляду за волоссям;
- бальзами для губ.

БІОКОН - косметичний бренд, який об'єднав медичні наукові принципи з традиціями натуральної косметики. Косметика БІОКОН створюється з любов'ю і повагою до жінки, щоб дарувати їй ніжність, турботу і красу.

2. Бренд **ДОКТОР БІОКОН** - серія косметичних профілактичних засобів, що отримала особливе визнання на аптечному ринку.
3. Бренд **Hirudo Derm** - біологічно активна косметика для щоденного і курсового догляду за шкірою з найбільш поширеними косметичними проблемами.
4. Бренд **БІОНА** - спеціальні засоби для інтимної гігієни жінок та дівчат з метою підтримки природного кислотно-лужного балансу інтимних ділянок тіла під час проведення гігієнічних процедур;

#### **Основні серії, що випускаються підприємством за станом на 31.12.2023 року:**

- **серія «Натуральний догляд»** - призначена для щоденного догляду для вікової шкіри для різних вікових груп. Ця серія стала результатом багаторічних досліджень в області косметичного догляду за шкірою;
- **серія «Зимовий догляд»** - призначена для догляду за шкірою взимку;
- **серія «Білосніжка»** - ефективна програма для відбілювання шкіри, серія створена для рівномірного відбілювання пігментних плям та веснянок і відновлення ідеального кольору шкіри, усуває причини гіперпигментації шкіри та блокує процеси її розвитку;
- **серія «БІОНА»** - спеціальні засоби для інтимної гігієни жінок та дівчат з метою підтримки природного кислотно-лужного балансу інтимних ділянок тіла під час проведення гігієнічних процедур;
- **серія "Стоп-Комар"** – захист від укусів комарів і комах. Серія "Стоп-Комар" включає три засоби, спеціально створені для захисту від комарів та інших комах.



До складу формул входить активна речовина - репелент нового покоління, ефективний відносно найбільшої кількості видів комах і нешкідливий для людини. Нанесений на шкіру будь-який із засобів "Стоп комар" створює невідчутну плівку, що відлякує комах, і забезпечує комфортний відпочинок;

➤ **засоби гігієни для порожнини рота: ополіскувачі порожнини рота** - цілющі екстракти медичної п'явки надають протизапальний ефект та захищають ясна; дезодоранти для порожнини рота - усувають будь-який запах з рота, моментально освіжають подих і залишають приємний холодок;

➤ **бальзами для губ** - додатковий догляд і захист для губ;

➤ **сонцезахисна серія** - широка гама засобів для захисту шкіри обличчя і тіла, а також волосся від шкідливого сонячного випромінювання. ТОВ «МНВО «БІОКОН» став першим вітчизняним виробником, що випустив серію сонцезахисних засобів. Сьогодні сонцезахисна серія «БІОКОН» користується заслуженою довірою мільйонів споживачів і є лідером продажів сонцезахисних засобів в Україні;

➤ **серія засобів для волосся** - серія шампунів, кондиціонерів та засобів догляду за волоссям, заснована на унікальних наукових дослідженнях та спеціально підібраних компонентах, що дозволяють вирішувати специфічні проблеми волосся;

➤ **серія «Доктор БІОКОН»** - лікувально-профілактичні засоби (лікарські мазі, гелі і креми), що містять біологічно активні речовини екстракту медичної п'явки (до 15%), екстракти лікарських трав і широко відомі фармацевтичні субстанції;

➤ **лікувально-косметична серія «Hirudo Derm»** - аптечна серія косметики. Косметика HD знаходиться на межі косметології і дерматології, і гарантує високу результативність і виняткову нешкідливість. Ексклюзивність формул полягає в об'єднанні унікальних екстрактів медичної п'явки з сучасними активними компонентами в **спеціальні комплекси**. Комплекси HD розроблені на основі останніх досягнень дерматології і косметології, і включають в себе відомі активні компоненти, що володіють вузьконаправленою дією, що дозволило протистояти конкретним косметичним проблемам шкіри. Унікальність комплексів HD полягає в поєднанні багатофункціонального дії екстракту п'явки з вузьконаправленим дією інших активних компонентів. Дерматологами-косметологами були виділені 4 основні косметичні проблеми: проблема сухості шкіри, підвищеної чутливості, жирного блиску і вугрової висипки, профілактики та корекції вікових змін.



Відповідно були створені 4 лінії косметики HD-програми щоденного і курсового догляду за шкірою;

➤ **серія «Проблемна шкіра»** - створена для спеціального догляду за жирною та проблемною шкірою підлітків та дорослих. Забезпечує профілактику утворення вугрів та прищів, протистоїть появі недосконалостей шкіри, спричинених високою активністю сальних залоз; засоби не містять спирту та триклозану;

➤ **доглядова косметика за шкірою** обличчя та тіла: серії PROFESSIONAL EFFECT, «I love rice», «I love matcha tea», «I love aloe», «I love avocado». У 2024 році була випущена нова серія косметичних засобів AGE&BEAUTY - доглядова косметика за шкірою обличчя.

Продукція, що випускається на ТОВ «МНВО «БІОКОН», підрозділяється на наступні види:

1. ТУ У 13490613.001-98 «Засоби косметичні гелеподібні»
2. ТУ У 24.5-13490613-003-2003 "Засоби косметичні по догляду за шкірою"
3. ТУ У 24.5-13490613-009:2010 «Лосьйони та тоніки косметичні»
4. ТУ У 24.5-13490613-002-2001 «Засоби гігієни порожнини рота рідкі»
5. ТУ У 24.5-13490613-006:2006 «Засоби косметичні для очищення шкіри»
6. ТУ У 24.5-13490613-005-2003 «Помади губні та бальзами для губ»
7. ТУ У 24.5-13490613-007:2010 «Засоби косметичні для догляду за нігтями та волоссям»
8. ТУ У 24.5- 13490613 -008:2010 «Засоби косметичні для очищення волосся».
9. ТУ У 20.2-13490613-010: 2021 "Засоби репелентні»

#### **1.4. Виробництво продукції, матеріальні ресурси**

Вся продукція «БІОКОН» проходить ретельний контроль на всіх етапах виробництва і відповідає найсуворішим стандартам якості. На етапі розробки:

- вибір найбільш ефективних, біохімічно і фізіологічно сумісних зі шкірою компонентів;

- клінічні та дерматологічні дослідження на добровольцях з метою підтвердження ефекту дії і безпеки.

У виробництві використовується лише демінералізована та зворотноосмотична вода, яка проходить регулярний мікробіологічний контроль.



Для задоволення потреб у догляді шкірою ми шукаємо інноваційні рішення, постійно вдосконалюємо існуючі формули і створюємо косметичні продукти з різними текстурами і методами використання

### **Сировина**

Для виробництва косметичної продукції використовується сировина і упаковка. Основна **сировина** для виробництва косметичних засобів можна класифікувати на такі види:

- синтетичні речовини (основні компоненти);
- продукти рослинного походження (масла, екстракти);
- аромати.

Питома вага імпоротної сировини, що використовується компанією БІОКОН для виробництва косметики, становить близько 95%, проте купується у офіційних представників в Україні компаній-нерезидентів, які є виробниками хімічної сировини. Основними постачальниками сировини компанії БІОКОН є: ТОВ «Бі-А-Хім» (м.Київ), ТОВ «Биолар» (м.Харків), ТОВ «Бистерфельд спеціалхеми Україна» (м.Київ), ТОВ «Биохимакт» (м.Київ), ТОВ «ТОВ "МХ та ГУСТАВ ГЕЕСС Україна» (Київська область), ТОВ «НБК «Виларус» (Вінницька область), ТОВ «УманьХимтрейд Украина» (м.Київ), ТОВ «Хімічні можливості». Деякі види сировини (наприклад, церезин) купуються компанією БІОКОН безпосередньо у постачальників-імпортерів з Китаю (Hong Kong CESH International Limited). До складу різних кремів входить близько трьох десятків компонентів з різних європейських країн: Франції, Німеччини, Італії, Фінляндії, Австрії та ін. Уся сировина має міжнародні сертифікати якості.

### **Упаковка**

Основні види **упаковки**, що використовується для виробництва косметичних засобів:

- пластикова продукція (баночки, флакони, туби);
- скляна продукція (баночки) - в найближчій перспективі;
- картонна продукція (коробочки, коробка, гофра-ящики);
- паперова продукція (інструкції, ярлички, етикетки та ін.)

Питома вага імпоротної упаковки, яку використовує компанія БІОКОН для виробництва косметики, становить (за видами): по пластиковій і скляній продукції - 95%; по картонній і паперовій продукції - 0% (вся продукція вітчизняного виробника). Основні постачальники упаковки:

- по пластиковій і скляній продукції (упаковка для косметики) - виробники Польщі (NOVO-PAK, OW-PLAST, ALU-LIDS Sp.z o.o.) та Китаю (ZHEJIANG JM INDUSTRY CO. LTD). Українські виробники - ТОВ «Фок Туба ЛТД» (м.Харків), «Тубний завод» (м.Харків); ЗАТ «Фірма Елліпс».

- по картонній і паперовій продукції - українські поліграфічні підприємства – ТОВ «Полиграфпак НТ Плюс» (м.Харків), ТОВ «Промотейп», ТОВ «Виватрейд», ТОВ «Кристал-99», ТОВ «ТРИПІЛЬСЬКИЙ ПАКУВАЛЬНИЙ КОМБІНАТ».

## 2. АНАЛІЗ СТАНУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У своїй діяльності підприємство ТОВ «МНВО «БІОКОН» керується чинним законодавством України та статутом. Підприємство не належить до будь-яких об'єднань підприємств. В консорціумах, концернах, корпораціях, інших об'єднаннях підприємств участі не приймає. Підприємство не веде спільної діяльності з іншими організаціями, підприємствами, установами.

Основний вид діяльності підприємства - виробництво парфумних і косметичних засобів (КВЕД 20.42).

### Результати діяльності за 2024 рік

Основні показники діяльності підприємства у динаміці, тис.грн.

| Стаття                                | 2024 рік      | 2023 рік      | 2022 рік      | 2024 рік по відношенню до 2023 року | 2024 рік по відношенню до 2022 року |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Чистий дохід від реалізації продукції | 277 683       | 253 470       | 170 192       | 9,55%                               | 63,16%                              |
| Собівартість реалізованої продукції   | 104 720       | 102 843       | 78 518        | 1,82%                               | 33,37%                              |
| Адміністративні витрати               | 18 319        | 17 380        | 14 353        | 5,40%                               | 27,63%                              |
| Витрати на збут                       | 78 201        | 63 956        | 38 894        | 22,27%                              | 101,06%                             |
| Інші операційні доходи                | 5 342         | 4 419         | 16 174        | 20,90%                              | -66,97%                             |
| Інші операційні витрати               | 11 963        | 6 236         | 17 499        | 91,85%                              | -31,64%                             |
| Фінансові доходи                      | 1 998         | 1 798         | 893           | 11,17%                              | 123,79%                             |
| Фінансові витрати                     | 3 008         | 3 000         | 3 000         | 0,27%                               | 0,27%                               |
| Інші доходи                           | 68            | 221           | 3 876         | -69,16%                             | -98,24%                             |
| Інші витрати                          | 327           | 157           | 667           | 108,44%                             | -50,95%                             |
| <b>Прибуток</b>                       | <b>68 553</b> | <b>66 336</b> | <b>38 204</b> | <b>3,34%</b>                        | <b>79,44%</b>                       |



Показники діяльності підприємства значно збільшилися у порівнянні з 2022 роком. Підприємство планує у наступні два-три роки повернути показники на довоєнний рівень та додати іще зростання.

### Інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції в 2024 році

| № п/п          | Група товарів                                                                         | Вироблено        |                           | Продано          |                       |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------|------------------|-----------------------|
|                |                                                                                       | кількість, шт    | вартість матеріалів, грн. | кількість, шт    | сума без ПДВ, грн.    |
| 1              | ТУ У 24.5-13490613-009:2010<br>«Лосьйони та тоніки косметичні»                        | 226 697          | 3 067 161,72              | 234 602          | 10 061 601,29         |
| 2              | ТУ У 24.5-13490613-005-2003<br>«Помади губні та бальзами для губ»                     | 1 146 904        | 8 552 387,59              | 1 164 241        | 31 733 306,91         |
| 3              | ТУ У 24.5-13490613-002-2001<br>«Засоби гігієни порожнини рота рідкі»                  | 579 719          | 5 546 410,52              | 574 405          | 15 108 793,70         |
| 4              | ТУ У 13490613.001-98 «Засоби косметичні гелеподібні»                                  | 843 144          | 8 607 711,14              | 872 578          | 38 929 684,05         |
| 5              | ТУ У 24.5- 13490613 -008:2010<br>«Засоби косметичні для очищення волосся»             | 120 404          | 2 146 202,80              | 115 315          | 5 568 618,43          |
| 6              | ТУ У 24.5-13490613-006:2006<br>«Засоби косметичні для очищення шкіри»                 | 460 276          | 8 211 902,60              | 495 360          | 26 915 374,10         |
| 7              | ТУ У 24.5-13490613-003-2003<br>"Засоби косметичні по догляду за шкірою"               | 3 164 760        | 51 207 656,30             | 3 071 037        | 151 321 916,10        |
| 8              | ТУ У 24.5-13490613-007:2010<br>«Засоби косметичні для догляду за нігтями та волоссям» | 39 564           | 660 630,40                | 40 727           | 2 015 528,64          |
| 9              | ТУ У 20.2-13490613-010: 2021<br>"Засоби репеллентні"                                  | 178 952          | 2 653 859,54              | 125 949          | 6 306 347,39          |
| 10             | ТУ У 17.2 - 31911363-023: 2013<br>"Салфетки вологі"<br>(покупна продукція)            |                  |                           | 245 404          | 2 893 398,91          |
| 11             | СС Піна (аерозоль) після загару<br>ПАНТЕНОЛ-aktiv<br>(покупна продукція)              |                  |                           | 26 568           | 2 595 040,80          |
| <b>Всього:</b> |                                                                                       | <b>6 760 420</b> | <b>90 653 922,61</b>      | <b>6 966 186</b> | <b>293 449 610,32</b> |

У колонці «вартість матеріалів» вказана не собівартість продукції, а лише вартість сировини і упаковки та основних матеріалів, які є основою або необхідним компонентом для виробництва продукції;

ТОВ «МНВО «БІОКОН» у 2024 році вдалося втримати стабільну ситуацію в умовах воєнного стану. Випуск та продаж власної продукції були збільшені в порівнянні з 2022 та 2023 роками, чистий прибуток підприємства за рік також збільшився в порівнянні з 2023 роком.

Чистий дохід від реалізації продукції за 2024 рік (рядок 2000 Форми №2) складає 277683,0 тис.грн., що на 24213,0 тис.грн. (на 9,55%) більше ніж за аналогічний період 2023 року.

Чистий прибуток у 2024 році становив 56056,0 тис.грн., що на 2934,0 тис.грн. більше результатів 2023 року.

У загальній сумі продажів реалізація косметичної продукції на експорт склала 1403,0 тис.грн. Частка експорту в загальній сумі реалізації в 2024 році склала 0,51%.

Співвідношення оборотних активів до необоротних складає 92% на 8%. Значну питому вагу у складі активів підприємства займають запаси сировини, упакування та готової продукції для реалізації, а також поточна дебіторська заборгованість покупців косметичної продукції.

### **Служба продажів в Україні представлена наступним чином:**

Організація діяльності з продажу продукції компанії на ринку в географічних рамках України (**на підконтрольних територіях**). Організація і керівництво команди з розвитку і просуванню ТМ БІОКОН в регіонах:

#### **1. Косметичний ринок**

**1.1.** Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в географічних рамках України.

#### **1.2. Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в регіонах України**

1.2.1. Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в Західному регіоні. Територія обслуговування Львівська, Тернопільська, Чернівецька, Волинська, Хмельницька, Івано-Франківська, Чернівецька обл.



- 1.2.2. Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в Південному регіоні. Територія обслуговування Одеська, Миколаївська області, та місто Херсон з 01.10.2022р.
- 1.2.3. Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в Центральному регіоні. Територія обслуговування Київ, Київська область, Вінницька та Житомирська області
- 1.2.4. Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в Східному регіоні. Територія обслуговування м. Запоріжжя, та підконтрольна Україні територія Запорізької області і Дніпропетровська область
- 1.2.5. Організація діяльності з продажу продукції компанії на косметичному ринку в Східному регіоні. Територія обслуговування Харківська, Сумська та Полтавська області з 01.05.2022р.
- 1.3. Організація діяльності зі збору замовлень на продукцію від клієнтів компанії в регіонах
- 1.4. Організація викладення товару на полицях магазинів.
- 1.5. Організація діяльності з продажу продукції компанії в національних косметичних мережах, та супермаркетах.

## **2. Фармацевтичний ринок**

- 2.1. Організація діяльності з продажу продукції компанії на фармацевтичному ринку в географічних рамках України.
- 2.2. Організація діяльності з продажу продукції компанії на фармацевтичному ринку в регіонах України
- 2.3. Організація діяльності з продажу продукції компанії на фармацевтичному ринку України через фармацевтичних дистрибуторів, та національні мережі аптек на всіх територіях, підконтрольних Україні.
- 2.4. Організація викладення товару на полицях аптек м. Київ, м.Дніпро, м.Полтава, м.Кривий Ріг та м.Кременчук

Реалізація косметичної продукції фірми ТОВ «МНВО» БІОКОН »здійснюється через широку регіональну мережу збуту, що охоплює всю територію України, що дозволяє швидко задовольняти споживчий попит і доставляти продукцію в будь-який час і в будь-яке місце в Україні.

### 3.ЛІКВІДНІСТЬ ТА ЗОБОВ'ЯЗАННЯ

Основні джерела забезпечення ліквідності підприємства це активи, які забезпечують своєчасне виконання зобов'язань та наявні зобов'язання. Оскільки ліквідність є здатністю вчасно виконувати фінансові зобов'язання, то чим вище коефіцієнт ліквідності, то більша платоспроможність підприємства. У 2024 році показник ліквідності підприємства склав 1. Таким чином, підприємство має достатньо ліквідних ресурсів, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань.

#### Фінансові показники за 2024 рік.

##### 1. Ліквідність (платоспроможність підприємства)

###### 1.1. Коефіцієнт покриття

Коефіцієнт покриття розраховується як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства та показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань.

Його необхідне значення 1. Міжнародний досвід свідчить, що оптимальне значення даного коефіцієнта має бути рівне 2-2,5.

**На початок року:**

$$(p.1195) / p.1695 = 3,46$$

**На кінець року:**

$$(p.1195) / p.1695 = 1$$

Значення коефіцієнта на підприємстві практично відповідає нормативному.

###### 1.2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності

Коефіцієнт абсолютної ліквідності обчислюється як відношення грошових засобів та їхніх еквівалентів і поточних фінансових інвестицій до поточних зобов'язань. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина боргу підприємства може бути сплачена негайно.

Теоретично цей коефіцієнт має бути в межах 0,25-0,3 (так як строки сплати зобов'язань не настають одночасно).

**На початок року:**

$$(p.1160 + p.1165) / p.1695 = 0,37$$



**На кінець року:**

$$(p.1160 + p.1165) / p.1695 = 0,03$$

### 1.3. Коефіцієнт термінової ліквідності

Коефіцієнт термінової ліквідності розраховується як відношення найбільш ліквідних оборотних засобів (грошових засобів та їх еквівалентів, поточних фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань підприємства. Він відображає платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами.

*Теоретично цей коефіцієнт має бути в межах 0,6-0,8.*

**На початок року:**

$$\text{Сума рядків (від 1120 до 1190)} / p.1695 = 2,03$$

**На кінець року:**

$$\text{Сума рядків (від 1120 до 1190)} / p.1695 = 0,52$$

## **2. Фінансова стійкість підприємства**

### 2.1. Коефіцієнт автономії

Коефіцієнт автономії розраховується як відношення власного капіталу підприємства до підсумку балансу підприємства і показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність.

*Чим більше значення коефіцієнта, тим кращий фінансовий стан підприємства.* Якщо даний коефіцієнт має значення 0,5, то фінансування за рахунок одержаних засобів здійснюється в межах норми.

**На початок року:**

$$p.1495 / p.1900 = 0,70$$

**На кінець року:**

$$p.1495 / p.1900 = 0,02$$

### 2.2. Коефіцієнт фінансування

Коефіцієнт фінансування розраховується як співвідношення залучених та власних коштів і характеризує залежність підприємства від залучених коштів. Нормативне значення  $< 1$ .

**На початок року:**

$$(p.1595 + p.1695 + p.1700) / p.1495 = 0,44$$

**на кінець року:**

$$(p. 1595 + p.1695 + p.1700) / p.1495 = 55,39$$

### 2.3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто вкладена в оборотні засоби, а яка – капіталізована. Коефіцієнт маневреності власного капіталу розраховується як відношення чистого оборотного капіталу до власного капіталу.

*Нормативне значення 0,5.*

**На початок року:**

$$(p.1195 - p.1695) / p.1495 = 0,93$$

**на кінець року:**

$$(p.1195 - p.1695) / p.1495 = -1,28$$

### 2.4. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами розраховується як відношення величини чистого оборотного капіталу до величини оборотних активів підприємства і показує забезпеченість підприємства власними оборотними засобами.

*Нормативне значення більше 0,1.*

**На початок року:**

$$(p.1195 - p.1695) / p.1695 = 2,46$$

**на кінець року:**

$$(p.1195 - p.1695) / p.1695 = -0,02$$

Станом на 31.12.2024г. валюта балансу ТОВ «МНВО» БІОКОН» складала 257646,0 тис.грн. За поточний 2024 рік валюта балансу зменшилася на 9942,0 тис.грн., що пояснюється збільшенням кредиторської заборгованості у структурі загальних активів підприємства.



Показники балансу говорять про те, що підприємству вдається проводити поточні платежі в бюджет і позабюджетні фонди в повному обсязі. У підприємства відсутня прострочена заборгованість із зарплати та іншим виплатам.

Аналіз чутливості показав, що найбільшою мірою показники ефективності проекту залежать від ціни реалізації продукції; обсягів реалізації; прямих витрат; обсягів залучених інвестицій.

#### **4. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ (ДОВКІЛЛЯ)**

Хоча результати діяльності підприємства не мають значного впливу на навколишнє середовище, підприємство намагається максимально ефективно використовувати природні ресурси та впроваджувати ощадні технології.

В Законі України «Про охорону навколишнього природного середовища» вказано, що охорона навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності людини – невід’ємна умова сталого економічного та соціального розвитку України. Виходячи з цього твердження, природоохоронна діяльність, підтримка екологічних ініціатив є важливими елементами діяльності вітчизняних суб’єктів господарювання та окремих громадян.

Одним з головних пріоритетів діяльності підприємства є впровадження і використання сучасних технологій та економного використання ресурсів. Хоча специфіка господарської діяльності підприємства не передбачає суттєве забруднення навколишнього середовища, підприємство намагається ощадливо використовувати паливо та енергетичні ресурси, оптимізує використання паперу, картриджів, пластикового посуду та інших матеріалів. Для цього ведеться робота по запровадженню системи електронного документообігу та скорочення зайвих документальних процедур. Зокрема, робочі документи співробітників переважно зберігаються в електронному вигляді і роздруковуються у випадку необхідності. Також серед працівників підприємства постійно ведеться роз’яснювальна робота щодо поширення екологічної відповідальності та свідомості. Співробітники заохочуються вживати для чорнового друку використаний з одного боку папір, що зменшує загальне його споживання, використання економних режимів друку, компактне форматування документів, надання переваги дистанційному спілкуванню у режимі відео конференцій, телефонного спілкування чи переписка електронною поштою.



## 5. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА

Основним із пріоритетів розвитку підприємства ТОВ «МНВО «БІОКОН» є захист і підтримка працівників, тому що співробітники компанії – це її найбільша цінність. Компанія робить усе, для того, щоб повністю задовольнити сучасні вимоги щодо охорони праці та безпеки.

Підприємство відповідально ставиться до виконання своїх зобов'язань, як роботодавця, та дотримується вимог законодавства щодо своєчасної виплати заробітної плати, надання основних щорічних відпусток та інших гарантій трудового законодавства.

Станом на 31.12.2024р. загальна чисельність працюючих в ТОВ «МНВО «БІОКОН» склала 94 особи. У складі підприємства працює: працівники виробництва – 47 осіб; працівники відділу збуту – 35 осіб; працівники адміністрування – 12 осіб. Середня чисельність позаштатних працівників та осіб, які працюють за сумісництвом - 1 особа, чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (дня, тижня) – 17 осіб.

Війна вплинула на можливість підприємства повноцінно функціонувати. Скорочення обсягів роботи привели і до зменшення працівників на підприємстві. За підсумками 2024 року 22 працівника було звільнено, 7 осіб знаходиться у штаті, але тимчасово не працює за різними обставинами, 20 працівників працює на умовах дистанційної праці. На підприємстві є 3 співробітника, який мобілізовані до Збройних сил України.

Фонд оплати праці всіх працівників у 2024 році склав 19 094 449,19 грн. В порівнянні з 2024 роком фонд оплати праці (ФОТ – 16 816 077,43 грн) збільшився на 13,5% .

### **Соціальні аспекти**

Управління підприємством здійснюється сукупністю методів, головна мета яких - впливати на активність працюючих. Особливе місце серед цих методів належить соціальним. Вони спрямовані на ефективну організацію взаємодії людей у колективі та створення можливостей для широкого прояву їх активності, на залучення їх до управління, на запобігання конфліктних ситуацій. Недостатня увага соціальним аспектам управління підприємством в сучасних умовах завдає останнім значних збитків. Ці збитки зумовлюються посиленням плинності кадрів і нераціональним їх



добором, порушенням трудової і виробничої дисципліни, нездоровими взаємовідносинами у колективі, зниженням продуктивності праці.

Від знання саме соціальних сторін взаємодії і спілкування людей у колективах, від вміння застосовувати ці знання в управлінській практиці багато в чому залежить і ефективність управління підприємством. Причому головне завдання керівника полягає в тому, щоб досягнути, поставлених перед підприємством цілей, примножуючи власні зусилля зусиллями підлеглих, спираючись на знання головних ознак спільної діяльності, а саме: єдиної мети; розподілу функцій між працюючими; координації; єдиного кінцевого результату для всіх її учасників. Для розуміння специфіки природи і змісту управлінської праці та надання соціального забарвлення самому процесові управління підприємством, на підприємстві вивчаються соціальні аспекти управління спільною діяльністю, що впливають на хід соціального розвитку нашого підприємства.

### **Кадрова політика**

Кадрова політика визначає генеральний напрямок і основи роботи з кадрами, загальні і специфічні вимоги до них і розробляється власниками підприємства, вищим керівництвом, кадровою службою. Основною метою кадрової політики є своєчасне забезпечення оптимального балансу процесів комплектування, збереження персоналу, його розвитку відповідно до потреб підприємства, вимог діючого законодавства та стану ринку праці.

Основними обов'язками кадрової політики вважаються: політика набору кадрів, політика формування кадрових процедур, політика соціальних відносин. На підприємстві кадрова політика, декларується і докладно фіксується у загальних корпоративних документах: інструкціях, що регламентують найважливіші аспекти управління людськими ресурсами. Кадрова політика дозволяє: чітко і наочно відобразити погляди адміністрації підприємства; переконати персонал у добрій волі адміністрації підприємства; поліпшити взаємодію підрозділів підприємства; внести послідовність у процес прийняття кадрових рішень; інформувати персонал про правила внутрішніх взаємин; поліпшити морально-психологічний клімат у колективі і т.д.

## 6. РИЗИКИ

Повномасштабне військове вторгнення російської федерації у лютому 2022 року нанесло значні втрати українській економіці. Війна вплинула і на можливість бізнесу повноцінно функціонувати. Скорочення обсягів роботи привели і до скорочення працівників на підприємствах. Після початку повномасштабного вторгнення багато українців мігрували в інші країни. За причиною повномасштабного вторгнення, український бізнес зазнав втрат в рази більше, аніж за два роки пандемії. Наразі багато підприємств, опинившись в районах активних бойових дій, евакуювались в більш безпечні регіони та продовжили там свою діяльність, або ж зовсім припинили її. Компанії, які все ж таки мають необхідні ресурси та продовжують роботу, страждають від постійних ракетних обстрілів, перебоїв з постачанням електроенергії, проблем з логістикою та браком потрібної сировини.

Перша проблема, з якою ми зіштовхнулися на початку повномасштабного вторгнення — це повернення дебіторської заборгованості. Нам вдалося її вирішити за декілька місяців. Зараз основна проблема ринку та у нас — це терміни виготовлення упаковки, брак сировини, якої немає в Україні та віялові відключення електроенергії. Тому нам доводиться змінювати постачальників, замінити інгредієнти в рецептурах або створювати нові продукти з іншої сировини та обов'язково підлаштовувати всі процеси виробництва косметики під вимкнення світла. Головна наша перевага — це вміння швидко реагувати на зміни та впроваджувати протидію, щоб не втратити якість нашої косметики.

Найбільшу загрозу існування підприємства з виробництва косметичних засобів складають технологічні, маркетингові, фінансово-економічні та соціально-політичні групи ризиків. Найбільш ризикованими є період виробництва і збуту (реалізації продукції).

Найбільш небезпечними для успішної реалізації проекту є наступні прості можливі ризики:

- негативна зміна політичної та економічної ситуації в країні;
- висока конкуренція серед виробників аналогічної продукції.
- втрата контролю над Підприємством;
- неможливість забезпечити Підприємство сировиною потрібної якості за прийнятними цінами;
- відсутність попиту на продукцію Підприємства;
- протидія з боку представників органів влади;



- дорога і ускладнена процедура ліцензування та сертифікації виробництва;
- висока вартість доставки сировини;
- перспектива згорання ринку в короткостроковій або середньостроковій перспективі, скорочення платоспроможного попиту;
- втручання держави або правових інститутів в процес виробництва і розподілу продукції.

Одними з найбільш важливих і небезпечних видів ризику є **цінові ризики**, тому що вони впливають на можливість втрати доходів і прибутку в господарській діяльності підприємства. Вони виявляються в підвищенні рівня цін на сировину та упаковку, що закуповуються, а також у зростанні рівня цін та тарифів на послуги сторонніх організацій. Ціновий ризик постійно супроводжує господарську діяльність виробничого підприємства, тому що будь-яка невизначеність і зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства впливають і на рівень цін і на динаміку цінового ризику.

Основною проблемою галузі є той факт, що в Україні **відсутня розвинена сировинна база для виробництва косметичних засобів**, тому підприємство змушене використовувати поверхнево-активні речовини (ПАР), емульгатори, барвники, стабілізатори, ароматизатори та інші хімічні компоненти закордонного виробництва. У постачальників сировини майже немає складських запасів, тому бувають перебої в поставках необхідних інгредієнтів. Крім того, встановлені досить високі мита на сировину, яке фактично не виробляється всередині країни. Більшість компонентів підприємство змушене завозити з європейських країн. **З ростом курсу євро підвищуються витрати на закупівлю сировини, відповідно, збільшується собівартість продукції, що призводить до зниження рентабельності виробництва.**

**Вразливість до ризику грошових потоків.** Грошові потоки є найбільш обмеженим ресурсом в умовах ринкової економіки, тому успіх фінансово-господарської діяльності Товариства визначається спроможністю керівництва мобілізувати наявні кошти та ефективно їх використовувати. Рівень ризику використання грошових коштів знаходиться в прямій залежності від рівня очікуваного ефекту грошового потоку. Керівництвом завжди здійснюється контроль за залишками коштів на рахунках Товариства, а також вживаються заходи для забезпечення не лише своєчасного надходження та витрачання грошових коштів, але й їх запас з метою підтримання постійної платоспроможності Товариства.

## **7. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ІННОВАЦІЇ**

ТОВ "МНВО "БІОКОН" самостійно розробляє нові косметичні продукти з урахуванням існуючих у галузі тенденцій, сучасних досягнень науки, використанням нових компонентів та інгредієнтів. На найближчу перспективу - розширення асортименту і збільшення обсягів існуючого виробництва, а також освоєння ринку нової продукції. Довгострокові цілі компанії - це розробка і виробництво нової конкурентоспроможної продукції, надання науково технічних, виробничих, організаційних та посередницьких послуг підприємствам, організаціям, фізичним особам на території України та за її межами.

Для забезпечення високої якості продукції, що випускається, на підприємстві використовується виробниче обладнання, що відповідає положенням директиви 98/37 «Машини» і має декларації відповідності ЄС.

Косметичне сировина, яка використовується для створення рецептур, проводиться визнаними світовими лідерами з урахуванням останніх тенденцій ринку косметики. Велика частина сировини відповідає фармакопеї Європи і США. Продукція підприємства проходить ретельний контроль на всіх етапах виробництва і відповідає найсуворішим стандартам якості.

## **8. ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ**

**Політика ТОВ МНВО "БІОКОН" щодо фінансування своєї діяльності спрямована на:**

- безперебійне забезпечення фінансовими ресурсами поточної виробничо - господарської діяльності та контроль за раціональним використанням фінансових ресурсів;
- своєчасне перерахування платежів до бюджету та в Державні цільові фонди,
- своєчасні розрахунки з постачальниками ресурсів, оплати праці персоналу;
- фінансування технічного переозброєння підприємства;
- досягнення максимальних економічних та фінансових показників на основі взаємовигідного співробітництва, поваги, довіри з партнерами;
- безперервне вдосконалення, підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства.



Фінансування діяльності Товариства протягом звітного року здійснювалося за рахунок надходжень від реалізації продукції. Товариство має достатньо ресурсів, які можна використати на погашення поточних зобов'язань, на поширення своєї діяльності. Грошових коштів достатньо для погашення короткострокової заборгованості. Товариство забезпечене власними оборотними коштами. Для фінансування поточної діяльності використовується власний капітал. Товариство має високу маневреність власного капіталу. Товариство платоспроможне, незалежне від залучених коштів, фінансовий стан Товариства стійкий. Обсяг робочого капіталу оптимально забезпечує поточні виробничі потреби емітента. Одним із шляхів покращення ліквідності може бути збільшення частки власних обігових коштів.

Протягом всієї діяльності Товариства провадження у справі про банкрутство не порушувалось, санація у відношенні Емітента не застосовувались, реорганізація не здійснювалась.

## **9. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

### **Цілі компанії БІОКОН на 2025 рік**

Під час розвитку бізнесу в умовах воєнного стану на підприємстві ТОВ «МНВО «БІОКОН» були відкориговані плани на майбутній рік в залежності від особливостей ситуації, що виникла. Перед етапом планування варто реально оцінювати свої сили, передусім проаналізувавши ситуацію та обрахував наявну кількість грошей та оптимізацію витрат. Тому стратегія подальшої діяльності підприємства щонайменше на рік (щодо розширення виробництва, реконструкції, поліпшення фінансового стану) наполягає в наступному:

1. За одну з основних цілей під час бізнес-планування за умов воєнного стану варто взяти мінімізацію звільнень. В такий непростий час важливо зберегти свою уже сформовану команду фахівців.
2. Розширення наявного продукту, відповідно до нових потреб клієнтів з можливою зміною бізнес моделі. З початком повномасштабного вторгнення умови діяльності клієнтів здебільшого зазнали змін, тому пріоритетним може стати підлаштування під ці нові зміни. Таким чином, окрім задоволення нових потреб уже наявних клієнтів, компанія зможе задовольнити й нових.
3. Ще одними з пріоритетних напрямків планування може стати вихід на міжнародні ринки. Перш за все логічним буде переорієнтуватись на сусідні країни, які підтримують Україну. На їхніх ринках можна відстежувати модель, яка згодом буде перенесена в інші країни. Для покладенню початку такого

розвитку варто відвідати європейські виставки, на яких зазвичай компанії мають можливість познайомитись та розпочати партнерство з міжнародними дистриб'юторами, чи то ритейлерами.

Окрім задач, які виникли у наслідок воєнного стану у державі, постійними цілями компанії є наступні:

1. Підтримка широкого та збалансованого асортименту продукції.
2. Організація якісної системи дистрибуції.
3. Створення єдиної цінової політики
4. Орієнтованість на клієнта
5. Стимулювання попиту на продукцію з допомогою рекламних і маркетингових заходів.
6. Заохочення діяльності партнерів з допомогою BTL-заходів на всіх рівнях дистрибуції.
7. Розробка і випуск нових серій косметики, а також нових напрямків продажів продукції.
8. Відкриття інтернет-магазину компанії.

#### Особливості та переваги у стратегії компанії:

- спрямованість на підтримку вітчизняного товаровиробника;
- спрямованість на підвищення виробничо-технологічного потенціалу і конкурентоспроможності українського підприємства;
- спрямованість на просування на ринки вітчизняної продукції;
- спрямованість на реконструкцію діючого виробництва.

В даний час фахівцями компанії "БІОКОН" розробляються нові серії косметики.

Останнім часом у вітчизняних споживачів дуже виросли вимоги до готової продукції. Для того, щоб виробляти конкурентоспроможну продукцію, підприємству доводиться постійно удосконалювати рецептуру і технологію, використовувати дорожчу і якіснішу сировину, збільшувати витрати на просування товару. Для того, щоб збільшити зростання продажів підприємству необхідно мати широкий асортимент продукції, що випускається, і активну маркетингову підтримку. Крім того, планується активніше конкурувати з імпортними брендами, постійно розвивати свої бренди.

Пріоритетним напрямком для ТОВ «МНВО «БІКОН» у 2025 році є робота над



створенням інтернет-магазину, що дозволить значно розширити ринок збуту, залучити нових споживачів та зробити продукцію компанії доступнішою. Електронні продажі підвищать конкурентоспроможність та зробить підприємство більш гнучким та стійким до ризиків.

Підприємство ТОВ "МНВО "БІОКОН" збирається і далі випускати продукцію з своєю "родзинкою", використовувати нові технології просування товару. Перспективним напрямом в розвитку виробництва фірми залишатиметься "натуральність" і багатофункціональність продукції, що випускається.

Повномасштабне вторгнення принесло багато втрат, але історично після таких руйнувань приходять відновлення і розвиток. Отже, маючи можливості виробничому підприємству треба прагнути, щоб розвиток бізнесу в Україні став не тільки необхідним, а цілком реальним та успішним.

Директор ТОВ «МНВО «БІОКОН»

А.Г.Шаховцев

