

---

## *Звіт про управління*

### *ТОВ «Смарті Фемілі» за 2019 рік*

---

#### Зміст

1. Організаційна структура та опис діяльності підприємства .....	2
2. Результати діяльності .....	7
3. Ліквідність та зобов'язання .....	7
4. Екологічні аспекти .....	8
5. Соціальні аспекти та кадрова політика .....	8
6. Ризики .....	9
7. Дослідження та інновації .....	13
8. Фінансові інвестиції .....	14
9. Перспективи розвитку.....	14

## 1. Організаційна структура та опис діяльності підприємства

### 1.1 Загальна інформація про компанію

ТОВ «Смарті Фемілі» (далі – Компанія) — національний дистриб'ютор дитячих товарів.



**6870**

торгових точок в Україні в  
прямому покритті



**30**

брендів дитячих товарів,  
представлені в Україні на  
ексклюзивних умовах



**107**

торгових мереж України  
в прямому покритті



**170**

спеціалістів по продажам и  
мерчендайзерів



**31 500 м<sup>2</sup>**

складських приміщень



**47**

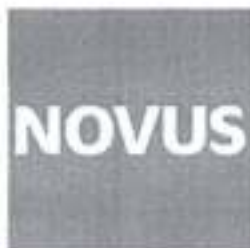
фармацевтичних мереж в  
прямому покритті

Компанія працює на ексклюзивних умовах і представляє світові бренди в категоріях іграшок, дитячої гігієни та аксесуарів.

Наш бізнес особливий, оскільки спрямований на дитину та його сім'ю. Ми прагнемо зробити спілкування радісним та приємним для наших клієнтів та партнерів, а атмосферу в компанії відкритою. За час існування компанії ми отримали знання та досвід, які допомагають нам задовольняти потреби наших клієнтів і покупців. Для того, щоб дитячі мрії стали доступними, ми безперервно ведемо пошук новинок, розширюємо асортимент, обираючи найкращі дитячі товари і найнадійніших постачальників, як в Україні, так і в країнах Європи.

Наша мета – запропонувати малюкам найкраще. Наша задача – це впевненість батьків у безпечності і високій якості придбаних товарів. Наша компанія створена людьми, для яких піклування про дітей є головною справою життя вже дуже багато років, саме тому в ній працюють професіонали, які самі є батьками і люблять свою справу, вкладаючи в неї часточку душі.

Мережеві партнери Компанії:



*Фуршет*





Серед брендів, які Смарті Фемілі дистрибутує в Україні, відомі торгові марки: в дитячому харчуванні - Bebi, Heinz, Name, Similac та інші



дитяча косметика та гігієна - Bübchen, NUK, Baby-Nova, Avent та інші



іграшки - Tolo, Hasbro, Playmobil, Siku, Lena та інші:



Головною метою компанії є забезпечення максимально повним асортиментом товарів для росту, безпеки та розвитку дитини.

Компанія зареєстрована в Україні та є резидентом України.

Компанія є Товариством з обмеженою відповідальністю і була утворена відповідно до законодавства України.

Кінцевим бенефіціарним власником є Бурда Владислав Борисович.

Основною діяльністю Компанії є оптова торгівля на території України.

**Юридична адреса та основне місце провадження діяльності:** 65098, Україна, м. Одеса, вул. Боженка, 19, оф. 308

### ***1.2 Історія компанії***

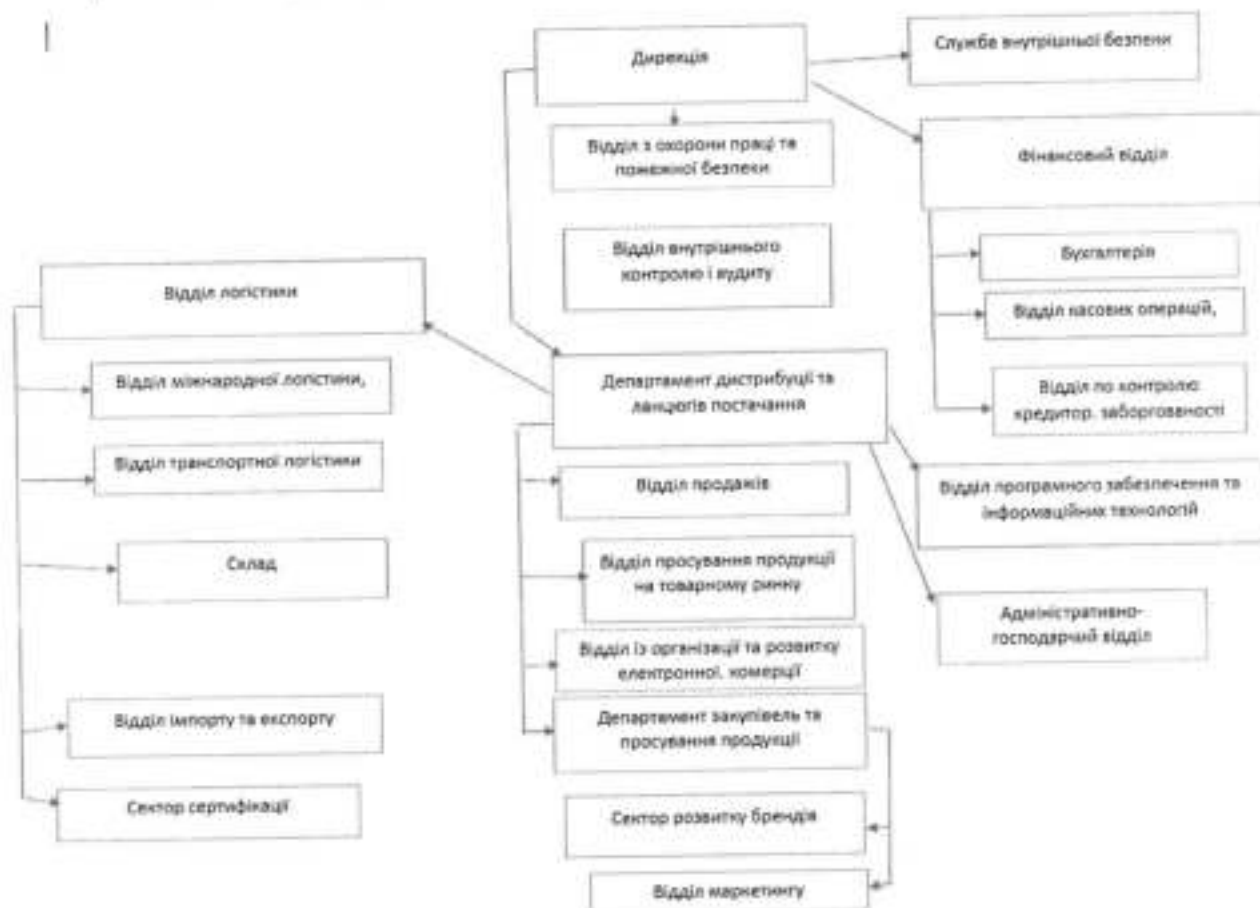
Компанія входить до складу мережі компанії RedHead Family Corporation.

RedHead Family Corporation заснована в 1994 році і є лідером ринку дитячих товарів та самою великою в Україні компанією сімейного типу в дитячому сегменті.

Бізнес RedHead Family Corporation включає в себе найбільшу в Україні мережу дитячих магазинів «Антошка» та національну дистрибуцію Смарті Фемілі дитячих товарів.

### 1.3 Організаційна структура компанії

Організаційна структура підприємства представлена на малюнку:



## 2. Результати діяльності

У складних соціально-економічних умовах України Компанія продовжує залучати нових покупців і консолідувати ринок, показавши за 2019 р зростання кількості обсягів продаж.

У 2019 році компанія показала стабільний ріст, про що свідчать фінансові показники.

Чистий дохід від реалізації товарів, робіт, послуг за 2019 р. збільшився, в порівнянні з попереднім роком, на **12,9 %**, і склав **651 349** тис. грн.

Чистий прибуток компанії за 2019 рік склав **2 524** тис грн., що, майже, на **36,1 %** більше, ніж в попередньому році. Проте, валова маржа зменшилася на **1,4%** та склала **30,6%** проти **29,2%** минулого року.

Також підприємство зберегло ріст сукупного прибутку і маржи, розрахованої за чистим прибутком. Сукупна маржа за чистим прибутком (рентабельність) склала в 2019 році **0,39%**, порівняно з **0,32%** у попередньому році. Менеджмент компанії підтримує ефективність всіх процесів діяльності.

## 3. Ліквідність та зобов'язання

**3.1. Ліквідність.** Одним із основних критеріїв оцінки фінансового стану підприємства є його ліквідність і платоспроможність. В Компанії постійно контролюються показники ліквідності для швидкого реагування і зменшення фінансових ризиків для підприємства.

Оцінку ліквідності підприємства виконують за допомогою системи фінансових коефіцієнтів, які дозволяють зіставити вартість поточних активів, що мають різний ступінь ліквідності, із сумою поточних зобов'язань.

Станом на 31.12.2019 і 31.12.2018 року показники ліквідності Компанії склали:

**Коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття)** станом на 31.12.2019 рік дорівнює **1,06**, що показує задовільне значення, як і в минулому році (станом на 31.12.2018 рік – **1,12**). Отже, компанія є спроможною перекрити свої поточні зобов'язання поточними активами. Загалом, рівень ліквідності оцінюється як стабільно нормальний.

Більшість оборотних активів підприємства знаходяться у товарних запасах і дебіторській заборгованості за товари, роботи і послуги.

**Коефіцієнт швидкої ліквідності Компанії на 31.12.2019 р. склав - 0,61, станом на 31.12.2018 р. його рівень складав 0,52.** Коефіцієнт близький до середнього нормативного значення (0,5), що говорить про можливість підприємства розраховуватися з своїми поточними зобов'язаннями.

**Коефіцієнт абсолютної ліквідності на 31.12.2019 р. складає 0,06, на 31.12.2018 р.- 0,02,** отже, в звітному році абсолютна ліквідність дещо зросла.

**3.2. Зобов'язання.** Компанія використовує кредити банків для розвитку та збільшення оборотних коштів підприємства.

На кінець 2019 року у компанії є активні банківські кредити в сумі **28747** тис.грн., з них: короткострокові – на суму **28747** тис. грн.

За 2019 рік проведено значну роботу по погашенню заборгованості по кредитах.

Кредиторська заборгованість більшою частиною формується на умовах відстрочки платежу.

#### 4. Екологічні аспекти

Компанія приділяє значну увагу охороні навколишнього середовища, економії природних ресурсів і утилізації упаковки. Компанія своєю діяльністю доводить, що саме від нашого дбайливого ставлення до природи залежить те, в яких екологічних умовах завтра будемо жити ми і майбутнє покоління - наші діти.

Впровадження сучасних технологій і рішень, спрямованих на скорочення споживання ресурсів, важливо для нас як з точки зору зниження операційних витрат, так і з точки зору мінімізації впливу на навколишнє середовище. Так в компанії проходить програма по заміні всіх освітлювальних приладів на більш економічні, що дозволить зменшити шкоду, яка наноситься природі.

Автоматизація бізнес-процесів Компанії, що здійснюється в рамках нашої стратегії, не тільки призвела до підвищення ефективності операцій, але і дозволила скоротити споживання ресурсів - офісного паперу.

На постійній основі приходить утилізація сміття та продуктів харчування, термін яких закінчився.

#### 5. Соціальні аспекти та кадрова політика

Станом на 31.12.2019 р. у Компанії працює **481** особа.

У Компанії надаються рівні можливості для працевлаштування і кар'єрного зростання незалежно від гендерної приналежності і забезпечується повага до прав кожної людини.

Інвестиції в людський капітал, гідна оплата і мотивація персоналу є невід'ємними елементами кадрової політики компанії.

##### Нематеріальна мотивація

У 2018 році проведена ревізія Місії та Цінностей Компанії (Турбота, Довіра, Лідерство, Відповідальність, Сімейна культура), створена корпоративна культура ТУРБОТА. Це не просто гучні слова, ми наповнили кожен цінність сенсом, та для їхнього повсякденного впровадження щомісяця проводяться заходи на підтримку кожної з цінностей.

З січня 2019 року реалізується проект «Дякую», спрямований на висловлювання щирої вдячності колегам (на порталі, в особистих і групових зборах відділів та підрозділів), співробітникам від Клієнтів.

Традиційними для нашої Компанії є щорічні Підсумкові збори, на яких відзначаються заслуги співробітників й також висловлюється подяка за роботу працівникам з багаторічним досвідом.

Кожна команда нашої Компанії – це справжня сім'я, де співробітники завжди відчувають підтримку

Компанія на постійній основі проводить навчання та підвищення кваліфікації та професіоналізму співробітників компанії.

Здійснюється співпраця з благодійною організацією «Речі, які допомагають» і магазином «ДоброБутік».



## 6. Ризики

Політика Компанії в галузі управління ризиками передбачає увагу до всіх категорій істотних ризиків і являє собою поєднання якісних цілей і описів ринкової стратегії, а також кількісних орієнтирів щодо цільових обсягів операцій і можливого заходу схильності до ризику.

В рамках своєї політики з управління ризиками Компанія виявляє, оцінює, контролює і попереджає загрози з метою зменшення ймовірності та потенційних наслідків для діяльності. Основні методи управління ризиками: відмова від ризикованих інвестицій, відмова від ненадійних партнерів і контрагентів, фінансове планування, дотримання і виконання вимог законів та стандартів.

Політика Компанії в галузі управління ризиками заснована на тому, що ринок України зазнає значних ризиків у порівнянні з ринками більш розвинених країн, включаючи суттєві економічні, регуляторні, податкові, політичні і соціальні ризики.

Загальна програма управління ризиками Компанії зосереджена на непередбачуваності та неефективності ринку України і спрямована на зменшення його потенційного негативного впливу на фінансовий стан Компанії.

Політики управління ризиками Компанії визначаються з метою виявлення, аналізу та управління ризиками, з якими стикається Компанія, встановлення належних лімітів ризиків і засобів контролю за ними, постійного моніторингу рівнів ризиків і дотримання лімітів. Політики і процедури управління ризиками регулярно переглядаються з метою відображення змін ринкових умов, продуктів і послуг, що пропонуються, та провідних практик.

Управлінський персонал Компанії несе відповідальність за управління ключовими ризиками, розробку та впровадження процедур управління ризиками та контролю, а також за затвердження укладення договорів на значні суми.

Функція управління ризиками у Компанії здійснюється стосовно фінансових ризиків, а також операційних та юридичних ризиків.

### 6.1. ФІНАНСОВІ РИЗИКИ

Фінансові ризики складаються з ринкового ризику (який включає валютний ризик, ризик справедливої вартості процентної ставки та цінний ризик), кредитного ризику та ризику ліквідності. Основними цілями управління фінансовими ризиками є визначення лімітів ризику й нагляд за тим, щоб ці ліміти не перевищувалися. Управління операційними та юридичними ризиками має на меті забезпечення належного функціонування внутрішніх процедур та політики, що спрямовані на мінімізацію цих ризиків.

**Ринковий ризик.** Компанія наражається на ринкові ризики. Ринкові ризики пов'язані з відкритими позиціями за іноземними валютами, процентними активами і зобов'язаннями та інвестиціями в інструменти капіталу, які великою мірою залежать від загальних та специфічних ринкових змін.

Компанія здійснює моніторинг процентних ставок по фінансових інструментах.

**Ринковий ризик** включає:

- **процентний ризик, пов'язаний з негативними наслідками коливання процентної ставки.**

Компанія не зазнає суттєвого впливу коливань переважних рівнів ринкових процентних ставок на свій фінансовий стан та грошові потоки. Процентна маржа може збільшуватись в результаті таких змін, але може й зменшуватись або призводити до збитків у разі виникнення

несподіваних змін. Компанія залучає позикові кошти тільки за фіксованою процентною ставкою.

• **валютний ризик, пов'язаний з негативними наслідками коливання курсів іноземних валют та золота.** За 2019 рік курс ЄВРО коливався в коридорі, нижня межа якого становила 27,603684 грн./ЄВРО, а верхня – 33,495424 грн./ЄВРО, курс долара США: нижня межа – 25,440576 грн./долар США, а верхня межа – 28,067223 грн./долар США.

Ризик Компанії відносно зміни обмінних курсів іноземної валюти складає певний вплив на результати діяльності Компанії. Це обумовлено тим, що станом на початок та кінець 2019 року у компанії є монетарні активи, що підлягають перерахунку при зміні валютного курсу.

Компанія має банківські кредити та торгіву кредиторську заборгованість, номіновані в іноземній валюті. В структурі кредиторської заборгованості та банківських кредитів на 31.12.2019 р., валютна частка складає: кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги - **62 530, 486** тис. грн., за банківськими кредитами – **28 273, 389** тис. грн. (**1 193,665** тис. дол. США), що відображає концентрацію валютного ризику Компанії по зобов'язаннях.

**Кредитний ризик.** Компанія наражається на кредитний ризик, який виникає тоді, коли інша сторона договору виявиться неспроможною повністю виконати свої зобов'язання при настанні терміну їх погашення. Кредитний ризик виникає в результаті продажу Компанією товарів на кредитних умовах та інших операцій з контрагентами, внаслідок яких виникають фінансові активи.

До кредитних ризиків відносяться, зокрема:

ризик контрагента – ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів через невиконання або несвоєчасне виконання клієнтом або контрагентом за правочином щодо цінних паперів своїх зобов'язань перед Компанією;

ризик дефолту – ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів через невиконання або несвоєчасне виконання емітентом або особою, що видала цінний папір, що належать Компанії, своїх зобов'язань щодо виплати доходу та/або погашення цінних паперів.

Кредитний ризик виникає, головним чином, у зв'язку із дебіторською заборгованістю.

**Дебіторська заборгованість**

Управління кредитним ризиком, що пов'язаний із покупцями, здійснюється кожною бізнес-одиницею у відповідності до політики, процедур та системи контролю, встановленими Компанією по відношенню до управління кредитними ризиками, що пов'язані із покупцями. Кредитна якість покупця оцінюється на основі детальної форми оцінки кредитного рейтингу. Основні фактори, які беруться до уваги в ході аналізу зменшення корисності дебіторської заборгованості включають визначення того, чи прострочені виплати основної суми заборгованості більш, ніж на 365 днів, чи відомо про будь-які труднощі з огляду на грошові потоки контрагентів, зниження кредитного рейтингу або порушення первісних умов відповідного договору. Здійснюється регулярний моніторинг непогашеної дебіторської заборгованості покупців. Компанія здійснює аналіз зменшення корисності заборгованості, що оцінюються індивідуально (по контрагентам), і створює резерв під очікувані кредитні збитки по дебіторській заборгованості. Компанія оцінює концентрацію ризику по відношенню до торгової дебіторської заборгованості, як низьку.

**Резерв під зменшення корисності заборгованості, що оцінюється на індивідуальній основі**

Компанія визначає суму резерву на зменшення корисності окремо за кожною суттєвою заборгованістю в індивідуальному порядку. Питання, що розглядаються при визначенні суми резерву, включають можливість реалізації бізнес-плану контрагента, його здатність підвищити продуктивність праці в разі виникнення фінансових труднощів, грошові надходження та

очікувані виплати дивідендів в разі оголошення банкрутом, наявність іншої фінансової підтримки та можлива вартість продажу застави, а також часові рамки очікуваних грошових потоків. Збитки від зменшення корисності оцінюються на кожну звітну дату, якщо будь-які непередбачені обставини не вимагають більшої уваги.

Основним методом оцінки кредитних ризиків керівництвом Компанії є оцінка кредитоспроможності контрагентів, для чого використовуються кредитні рейтинги та будь-яка інша доступна інформація щодо їх спроможності виконувати боргові зобов'язання.

Компанія структурує рівні кредитного ризику, на який вона наражається, шляхом встановлення лімітів суми ризику, що виникає у зв'язку з одним контрагентом або Компаніями контрагентів. Керівництво регулярно затверджує ліміти рівня кредитного ризику. Такі ризики регулярно контролюються та переглядаються принаймні щороку або частіше.

Керівництво Компанії аналізує непогашену дебіторську заборгованість за основною діяльністю за строками погашення та у подальшому контролює прострочені залишки.

У зв'язку з відсутністю в основних продажах (в роздріб) умов відстрочки платежу, підприємство менш схильне до кредитного ризику.

**Ризик ліквідності.** Ризик ліквідності – це ризик того, що підприємство зіткнеться з труднощами при виконанні зобов'язань, пов'язаних з фінансовими зобов'язаннями.

До ризиків ліквідності відносяться, зокрема:

ризик ринкової ліквідності – ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів через неможливість купівлі або продажу активів у потрібній кількості за достатньо короткий період часу в силу погіршення ринкової кон'юнктури;

ризик балансової ліквідності – ризик виникнення збитків, виникнення дефіциту грошових коштів або інших високоліквідних активів для виконання зобов'язань перед інвесторами/контрагентами.

Ризик ліквідності існує тоді, коли існує розбіжність у строках виплат за активами і зобов'язаннями.

Компанія іноді стикається з цим ризиком у зв'язку з вимогами щодо використання її вільних грошових коштів. Управління ризиком ліквідності входить до обов'язків фінансового директора Компанії. Керівництво Компанії щомісяця здійснює моніторинг прогнозів грошових потоків Компанії.

Компанія прагне утримувати стабільну базу фінансування, яка складається переважно з позикових коштів, кредиторської заборгованості з основної діяльності. Ліквідний портфель Компанії складається з грошових коштів та їх еквівалентів. За оцінкою керівництва грошові кошти, банківські депозити з портфеля ліквідності можуть бути реалізовані за грошові кошти протягом дня, щоб задовольнити непередбачені потреби у ліквідності.

Компанія проводить моніторинг позиції ліквідності.

Для управлінського персоналу Компанії надзвичайно важливо, щоб строки виплат за активами відповідали строкам виплат за зобов'язаннями, процентні ставки по активах відповідали процентним ставкам по зобов'язаннях, а якщо існують будь-яка невідповідність, щоб вона була під контролем.

Компанія здійснює управління ліквідністю з метою забезпечення постійної наявності коштів, необхідних для виконання усіх зобов'язань у визначені терміни. Політики ліквідності компанії перевіряється і затверджується управлінським персоналом.

Як правило, Компанія забезпечує наявність достатніх грошових коштів на вимогу для оплати очікуваних операційних витрат на період до 3-х місяців, включаючи обслуговування фінансових зобов'язань; це не поширюється на екстремальні ситуації, які неможливо передбачити, такі, як стихійне лихо.

### **Зниження ризику**

Компанія не використовує похідні фінансові інструменти для управління ризиками, що виникають внаслідок зміни процентних ставок, а також кредитного ризику та ризику ліквідності.

Компанія не приймала участі в будь-яких операціях з використанням похідних фінансових інструментів. Загальна програма управління ризиками направлена на відстежування динаміки фінансового ринку України і зменшення його потенційного негативного впливу на результати діяльності Компанії.

## **6.2. ОПЕРАЦІЙНІ РИЗИКИ**

**Операційні ризики** включають наступні:

- **правовий ризик** - наявний або потенційний ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів, пов'язаний з недотриманням Компанією вимог законодавства, договірних зобов'язань, а також з недостатньою правовою захищеністю Компанії або з правовими помилками, яких припускається Компанія при провадженні професійної діяльності;
- **інформаційно-технологічний ризик** - наявний або потенційний ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів, пов'язаний з недосконалою роботою інформаційних технологій, систем та процесів обробки інформації або з їх недостатнім захистом, включаючи збій у роботі програмного та/або технічного забезпечення, обладнання, інформаційних систем, засобів комунікації та зв'язку, порушення цілісності даних та носіїв інформації, несанкціонований доступ до інформації сторонніх осіб та інше;
- **ризик персоналу** - наявний або потенційний ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів, пов'язаний з діями або бездіяльністю працівників Компанії (людським фактором), включаючи допущення помилки при проведенні операції, здійснення неправомірних операцій, пов'язане з недостатньою кваліфікацією або із зловживанням персоналу, перевищення повноважень, розголошення інсайдерської та/або конфіденційної інформації та інше;

Операційні ризики Керівництвом Компанії оцінюються, як низькі.

Основні операційні ризики та підхід щодо їх управління приведені нижче.

<b>№</b>	<b>Ризики</b>	<b>Підхід Компанії до управління ризиком</b>
1	Несприятлива демографічна ситуація, що виявляється в падінні народжуваності, може стати причиною зниження попиту на дитячі товари та, як наслідок, падіння обсягів продажу Компанії.	З метою нейтралізації даного ризику Компанія дотримується стратегії оптимальної ціни на ринку і широкого асортименту товарів.
2	Інфляція може мати негативний вплив на результати діяльності Компанії та викликати зростання витрат, чутливих до зростання загального рівня цін в Україні, наприклад витрати на персонал, транспорт та ін.	На думку Компанії, значення інфляції, при яких у неї можуть виникнути труднощі з виконанням своїх зобов'язань, лежать значно вище величини, закладеної в бюджет України на поточний рік. У разі значного перевищення фактичних показників інфляції над прогнозами і досягнення інфляцією критичних значень Компанія планує вжити необхідних заходів щодо обмеження зростання витрат.

### 6.3.ІНШІ НЕФІНАНСОВІ РИЗИКИ

До інших нефінансових ризиків діяльності Компанії відносяться:

- **стратегічний ризик** - ризик виникнення збитків, які пов'язані з прийняттям неефективних управлінських рішень, помилками, які були допущені під час їх прийняття, а також з неналежною реалізацією рішень, що визначають стратегію діяльності та розвитку Компанії;

- **ризик втрати ділової репутації** (репутаційний ризик) - ризик виникнення збитків, пов'язаних зі зменшенням кількості клієнтів або контрагентів Компанії через виникнення у суспільстві несприятливого сприйняття Компанії, зокрема його фінансової стійкості, якості послуг, що надаються Компанією, або його діяльності в цілому, який може бути наслідком реалізації інших ризиків;

- **системний ризик** – ризик виникнення збитків у значній кількості установ, який обумовлений неможливістю виконання ними своїх зобов'язань у зв'язку з невиконанням (несвочасним виконанням) зобов'язань однією установою внаслідок реалізації у неї кредитного ризику, ризику ліквідності або іншого ризику. Системний ризик, на який впливає стан економіки, несе загрозу порушення діяльності всієї фінансової системи.

- **ризик настання форс-мажорних обставин** - ризик виникнення збитків, повної або часткової втрати активів, через настання невідворотних обставин, у тому числі обставин непереборної сили, що неможливо передбачити, які призводять або створюють передумови для виникнення збоїв у роботі Компанії або безпосередньо перешкоджають її нормальному функціонуванню.

Інші нефінансові ризики оцінюються керівництвом Компанії, як низькі.

### 6.4.УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ

В основі управління капіталом Компанії лежить виконання наступних завдань: забезпечення безперервної діяльності, отримання прибутку власником та збереження достатнього рівня капіталу для забезпечення довіри до Компанії з боку кредиторів і учасників ринку.

Компанія здійснює моніторинг структури капіталу з використанням низки коефіцієнтів, що розраховуються на основі даних фінансової звітності та управлінської звітності.

Компанія розглядає позикові засоби і власний капітал як основні джерела формування фінансових ресурсів. Завданнями управління капіталом є: забезпечення здатності Компанії продовжувати функціонувати як підприємство, що постійно діє, з метою отримання прибутків, а також забезпечення фінансування операційних потреб, капіталовкладень і стратегії розвитку Компанії.

Політика Компанії по управлінню капіталом направлена на забезпечення і підтримку його оптимальної структури з метою зменшення сукупних витрат по залученню капіталу.

Протягом звітного періоду Компанія дотримувалася усіх зовнішніх вимог до власного капіталу і виконання зобов'язань щодо запозичень, передбачених кредитними договорами Компанії.

## 7. Дослідження та інновації

В Компанії застосовується Методологія Адізеса, яка спрямована на управління організаційними змінами. Її мета полягає в тому, щоб допомогти впоратися з проблемами

розвитку і старіння, досягти стану Розквіту і розвинути в собі внутрішні здібності, що дозволяють перебувати в цьому стані якомога довше.

З 2014 року до цього часу в Компанії проводиться опитування eNPS для дослідження задоволеності співробітників Компанії та оцінює лояльність співробітників до організації.

За результатами отриманої інформації буде розробляються заходи для покращення показника лояльності працівників.

## 8. Фінансові інвестиції

Протягом 2019 року Компанія не робила фінансові інвестиції у цінні папери інших підприємств.

## 9. Перспективи розвитку

Компанія планує і далі розвиватися на ринку дитячих товарів та диверсифікувати частину обсягу продажів на інші категорії товарів, не пов'язанні з ринком дитячих товарів.

Директор ТОВ «Смарті Феміла»

Головний бухгалтер



Т.М. Алексєєнко

І. М. Гаврилюк