



SHP HARMANEC

THE MEMBER OF THE SLOVAK HYGIENIC PAPER GROUP

Výročná správa za rok 2017

**Harmanec
Marec 2018**

Obsah:

Úvod

- 1. Základné údaje a orgány akciovej spoločnosti**
 - 1. 1 Identifikačné údaje**
 - 1. 2 Zloženie orgánov spoločnosti**
 - 1. 3 Postavenie spoločnosti v skupine vzájomne majetkovo prepojených osôb**
- 2. Hospodárenie spoločnosti**
 - 2. 1 Predaj**
 - 2. 2 Marketing, stratégia a značky**
 - 2. 3 Riadenie dodávateľského reťazca**
 - 2. 4 Výroba a investície**
 - 2. 5 Životné prostredie**
 - 2. 6 Ľudské zdroje**
 - 2. 7 Doplnujúce informácie k účtovnej závierke**
- 3. Účtovná závierka spoločnosti za rok 2017**

Vážení akcionári,

Vážení zamestnanci,

Vážení čitatelia výročnej správy,

rok 2017 skončil SHP Harmanec s výsledkom (EBITDA) vo výške 1,4 mil. €, čo je o 0,9 mil. € nižšie ako v predchádzajúcom roku.

Najväčším negatívnym dopadom na výsledok boli ceny vstupných surovín (buničina, zberový papier a materské kotúče na ďalšie spracovanie), ktoré boli vyššie o takmer 0,8 mil. €.

Mierny negatívny dopad sme zaznamenali v objeme predaja ako aj jeho cenovej a sortimentnej skladbe.

Na druhej strane sme zvýšili objem vyrobeného papiera o takmer 1 900 ton. Najviac sa nám podarilo medziročne narásť vo výrobe vreckoviek a kozmetických utierok (o 1000 ton resp. 280 ton). Celková miera finalizácie dosiahla 97%. Tak isto sme dosiahli značné úspechy v oblasti spotrebných noriem, ktoré sa nám podarilo zlepšiť najmä opravou nátok papierenského stroja. Podarilo sa nám takto stabilizovať plošnú hmotnosť, čo prinieslo úsporu na gramáži o objeme spotrebovanej chémie.

V oblasti ľudských zdrojov priniesol posledný štvrťrok zvýšené odchody zamestnancov. V spolupráci so Strednou odbornou školou elektrotechnickou, Murgašovou strednou školou, no aj inými strednými a vysokými školami postupne smerujeme k dohode o spolupráci pre zabezpečenie elektro, MaR pracovníkov, mechatronikov, či chemických operátorov a tak zabezpečili nášmu závodu dlhodobé fungovanie a rozvoj do budúcnosti.

Veríme, že rozbehnuté iniciatívy budú mať pozitívny vplyv na ďalší vývoj a výkonnosť skupiny čo prinesie pridanú hodnotu akcionárom.

Ing. Richard Žigmund, MBA

Generálny riaditeľ a predseda predstavenstva SHP Harmanec

1. Základné údaje a orgány akciovej spoločnosti

1.1. Identifikačné údaje

SHP Harmanec, akciová spoločnosť, Harmanec má v obchodnom registri Okresného súdu Banskej Bystrici, oddiel: Sa, vložka č. 7/S zapísané nasledovné identifikačné údaje:

Obchodné meno:	SHP Harmanec, a.s., Harmanec
Sídlo:	976 03 Harmanec
Dátum založenia spoločnosti:	30.10.1990, spoločnosť bola založená rozhodnutím ministra lesného a vodného hospodárstva Slovenskej republiky číslo 2098/90-120 podľa zákona č. 104/1990 Zb. o akciových spoločnostiach a schválením stanov
Dátum zapísania do OR:	01.12.1990
Právna forma:	akciová spoločnosť
Predmet činnosti:	- výroba papierenských výrobkov - obchodná činnosť v predmete podnikania - ubytovacie a stravovacie služby - obchodná a sprostredkovateľská činnosť mimo riadnej predajne v rozsahu voľnej živnosti - podnikanie v oblasti nakladania s odpadmi zberový papier - reklamná a propagačná činnosť - výroba kovových výrobkov zámočníctvo, kovoobrábanie, výroba nástrojov - drevárska výroba - stolárstvo - prevádzkovanie dopravy na dráhe - prevádzkovanie dráhy - výroba tepla, rozvod elektriny, rozvod tepla - činnosť organizačných a ekonomických poradcov - konštruktérske práce v stavebníctve - obstarávanie prác a dodávok v stavebníctve - rozpočtovanie, fakturácia a kalkulácia stavieb - prieskum trhu - výkon činnosti stavebného dozoru - automatizované spracovanie dát - poskytovanie software - predaj hotových programov na základe zmluvy s autorom - výroba, inštalácia, opravy elektrických strojov a prístrojov - montáž a opravy kancelárskej a reprodukčnej techniky - výroba a opravy motorových dopravných prostriedkov a motorových vozíkov - oprava motorových vozidiel - výroba a stavba strojov a prístrojov s mechanickým pohonom - montáž a opravy meracej a regulačnej techniky - individuálne vyskúšanie, overovacie skúšky, revízie a revízne skúšky vyhradených zdvíhacích zariadení - revízie vyhradených elektrických zariadení - montáž, oprava, údržba vyhradených elektrických zariadení a výroba - rozvádzačov nízkeho napätia - výroba, montáž, opravy a rekonštrukcie vyhradených zdvíhacích zariadení - výroba, montáž, opravy a rekonštrukcie vyhradených tlakových zariadení - revízie a skúšky vyhradených tlakových zariadení

Základné imanie: 20 964 372, 40 EUR

Počet, druh a menovitá hodnota akcií: 631 457 akcií kmeňových listinných akcií v menovitej hodnote 1 akcie 33,20 EUR

Zloženie akcionárov:

Vlastník spoločnosti	Podiel na zákl. imaní v tis. EUR	Podiel na zákl. imaní v tis. EUR	Podiel v %	Podiel v %	Hlas. právo v %	Hlas. právo v %
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
ECO-INVESTMENT, a.s., Praha, ČR	20 557	20 555	98,06	98,05	98,06	98,05
Drobní akcionári	407	409	1,94	1,95	1,94	1,95
Spolu	20 964	20 964	100%	100%	100 %	100 %

1.2. Zloženie orgánov spoločnosti

Predstavenstvo je štatutárnym orgánom spoločnosti. Riadi činnosť spoločnosti, je oprávnené konať v mene spoločnosti vo všetkých veciach a zastupuje spoločnosť voči tretím osobám. Predstavenstvo je povinné riadiť sa rozhodnutiami a vykonávať rozhodnutia valného zhromaždenia.

Zloženie predstavenstva:

Funkcia	Predstavenstvo
Predseda	Ing. Richard Žigmund, MBA
Členovia	Ing. Robert Staroň Ing. Jozef Horák Tadej Gosak od 29.6.2017

Dozorná rada je najvyšším kontrolným orgánom spoločnosti. Dohliada na výkon pôsobnosti predstavenstva a uskutočňovanie podnikateľskej činnosti.

Zloženie dozornej rady:

Funkcia	Dozorná rada
Predseda	Ing. Milan Fiřo
Členovia	Ing. Miroslav Vajs Ing. Karol Srnka od 30.1.2017

1.3. Postavenie spoločnosti v skupine vzájomne majetkovo prepojených osôb

SHP Harmanec, a.s., Harmanec vlastní obchodné podiely v spoločnostiach s rozhodujúcim vplyvom:

- SHP Bohemia, spol. s r.o. so sídlom v Prahe, výška základného imania je 100 tis. Kč, podiel spoločnosti SHP Harmanec je 100 %. Predmetom činnosti spoločnosti je veľkoobchod, služby v oblasti administratívnej správy, služby organizačno-hospodárskej povahy, činnosť účtovných poradcov, vedenie účtovníctva a daňovej evidencie, činnosť podnikateľských, finančných a ekonomických subjektov, sprostredkovanie obchodu, sprostredkovanie služieb, nakladanie s odpadmi.
- SHP Hungaria, Kft. so sídlom v Budapešti, výška základného imania je 3,0 mil. HUF, podiel spoločnosti SHP Harmanec je 100 %. Predmetom činnosti spoločnosti je veľkoobchodné sprostredkovanie predaja tovarov, maloobchod s knihami, novinami, papierenským tovarom, sprostredkovanie dopravných služieb, konzultačná činnosť v oblasti podnikania.
- SHP Trgovina., so sídlom v Celje, Slovinsko, výška základného imania je 8 763 EUR, podiel spoločnosti SHP Harmanec je 100 %. Predmetom činnosti spoločnosti je sprostredkovanie predaja tovaru, veľkoobchod s rôznymi druhmi tovaru, skladovanie, balenie, zber a odvoz odpadu.
- SHP Intim Papir, d.o.o. so sídlom v Poreči, Chorvátsko, výška základného imania je 953 tis. HRK, podiel spoločnosti SHP Harmanec je 100 %. Predmetom činnosti spoločnosti je výroba výrobkov z papiera pre domácnosti, hygienické a toaletné potreby,
- SHP Zagreb, d.o.o. so sídlom v Zagrebe, Chorvátsko, výška základného imania je 20 tis. HRK, podiel spoločnosti SHP Harmanec je 100 %. Predmetom činnosti spoločnosti je výroba celulózy a výrobkov z papiera, poradenstvo, prieskum trhu, poskytovanie poradenských služieb, vykonávanie účtovníckych prác, reklama i propaganda, kúpa a predaj tovaru a sprostredkovanie predaja tovaru a služieb na domácom a zahraničnom trhu.
- ECOPAP, s.r.o., so sídlom v Harmanci, výška základného imania je 5 tis. EUR, podiel spoločnosti SHP Harmanec je 85 %. Predmetom činnosti spoločnosti je kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi alebo iným prevádzkovateľom živnosti, podnikanie v oblasti nakladania s iným ako nebezpečným odpadom, sprostredkovateľská činnosť.

SHP Harmanec, a. s., Harmanec k 31.12.2017 vlastní 38,50 % akcií tvoriacich základné imanie spoločnosti Tvornica papira SHP Celex, a.d., Banja Luka v Bosne a Hercegovine. Hlavným predmetom činnosti spoločnosti je výroba papierenských výrobkov.

2. Hospodárenie spoločnosti

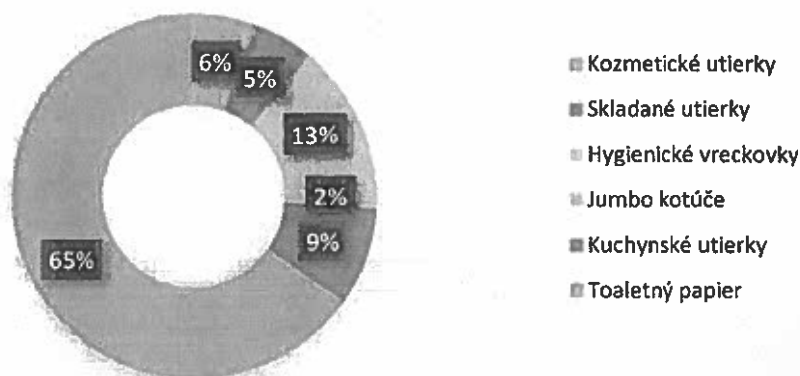
2.1. Predaj

Objem predaja za rok 2017 skončil v objemovom vyjadrení o 9% pod plánom a o 1% pod úrovňou roku 2016. Zlepšenie sme dosiahli v predaji výrobkov vlastných značiek (12% nárast oproti predošlému roku). Darilo sa najmä v predaji jumbo kotúčov, kde sme dosiahli niekoľkonásobne vyššie tržby ako bolo plánované.

V segmente domácej hygieny sa z produktových skupín darilo najmä v predaji „facial tissues“ a kuchynských utierok.

V segmente profesionálnej hygieny bola najväčšia medzera v predaji produktovej skupiny „skladané utierky“ a „facial tissues“, naopak darilo sa nám najmä v predaji toaletného papiera.

Výrobná štruktúra predaja



2.2. Marketing, stratégia a značky

Vo svojich aktivitách spoločnosť SHP nadväzuje na takmer 200-ročnú tradíciu výroby papiera, ale zároveň stavia na inováciách, moderných formách predaja a komunikácie. Kľúčovou vlastnou obchodnou značkou spoločnosti je značka Harmony, ktorá je prítomná najmä na trhoch strednej Európy a Balkánu, ale aj vo viacerých krajinách západnej a východnej Európy. Značka Harmony zahŕňa široké portfólio toaletných papierov, kuchynských utierok, vreckoviek, obrúskov a kozmetických utierok.

V roku 2017 sme dokončili rebranding produktového portfólia, ktorý sme začali už v predchádzajúcom roku. Nová obalová koncepcia je charakteristická jemnými pastelovými teplými farbami dotvárajúcimi elegantný dizajn produktov, zdôrazňujúci čistotu ako jeden zo základných znakov značky. Identita značky je zhmotnená v jednoduchosti a prirodzenej čistote prevedenia dizajnov, v ich nadčasovosti a zmysle pre jemný detail, ktorý robí Harmony výnimočnou.

Produktové novinky

Toaletné papiere

V roku 2017 sa nám podarilo zvýšiť trhovú podiel toaletných papierov Harmony v ČR najmä vďaka trojvrstvovému produktom. Na Slovensku náš trhovú podiel zostal zachovaný, čo je vzhľadom na väčšie zastúpenie privátnych značiek a pokles väčšiny konkurentov takisto dobrý výsledok.

V rámci produktového portfólia sme nákladovo optimalizovali produktovú radu Comfort, čo nám umožní byť konkurencieschopnejšími v oblasti dvojvrstvových toaletných papierov. V priebehu roka sme uviedli na trh tri limitované edície – Cuky Luky, preplnené balenie Exclusive 8 + 2 a Zimnú limitovanú edíciu. Do stáleho portfólia sme doplnili ďalšie 16 – balenie trojvrstvového toaletného papiera Soft s príjemnou krémovou vôňou.

Trhovú podiel značky Harmasan zostal v roku 2017 zachovaný na Slovensku aj v Čechách, čo je vzhľadom na klesajúcu trhovú tendenciu tohto typu produktov a vysokú cenovú konkurenciu privátnych značiek v ekonomickom segmente dobrý výsledok. Potvrdil, že značka Harmasan má stále svojich verných zákazníkov, ktorí sa spoliehajú na jej stabilnú, overenú kvalitu a dobré meno.

Vzhľadom na prebiehajúcu integráciu so spoločnosťou Paloma sme pre Adria región pripravovali stratégiu pozicioningu jednotlivých značiek pre kľúčové trhy. Súčasťou návrhu boli aj racionalizačné opatrenia ohľadom počtu vyrábaných produktov a ich technických parametrov tak, aby výsledkom bola zvýšená profitabilita tohto regiónu. Realizáciu navrhovaných opatrení plánujeme v priebehu roka 2018.

Papierové utierky

V kategórii papierové utierky sme sa zamerali na posilnenie našej pozície na trhu prostredníctvom trademarkingových aktivít.

Začali sme pracovať na zmene obalovej a produktovej koncepcie v rámci segmentu papierových utierok. Pripravovali sme návrhy a podklady pre produktové inovácie, ktoré predstavíme v priebehu roku 2018.

Aj v kategórii papierových utierok sme uviedli limitované edície Cuky Luky a zimnú limitovanú edíciu. Papierové utierky v rámci zimnej limitovanej edície boli unikátne predovšetkým vďaka jemnej vianočnej parfumácii a potlači vianočných vločiek.

Hygienické vreckovky

Na jar prebiehal na slovenskom a českom trhu marketingový program - Voľba spotrebiteľov, ktorý monitoruje, oceňuje a podporuje nové a inovatívne výrobky uvedené na slovenský a český rýchloobrátkový trh.

Naša spoločnosť participovala na Voľbe spotrebiteľov s produktami Harmony Ladies' light perfumed a Harmony Gentlemen's light perfumed. Súťaže sme sa zúčastnili v kategórii papierový program v oboch krajinách.

Na Slovensku sa nám podarilo zvíťaziť, v Čechách sme sa veľmi tesne umiestnili na druhom mieste. Navyše sme získali sprievodné ocenenie od spravodajského portálu Teraz.sk, ktorý je súčasťou tlačovej agentúry TASR.

Logo víťaza Voľby spotrebiteľov komunikujeme na obaloch súťažných produktov.

V uplynulom roku sa nám na slovenskom trhu podarilo zvýšiť náš trhový podiel o 26%, na českom trhu sme náš trhový podiel takmer zdvojnásobili. Úspech v kategórii papierových vreckoviek bol podporený predovšetkým posilnením listingu Harmony produktov, výhrou v marketingovom programe Voľba spotrebiteľov, ako aj limitovanými edíciami v rámci kategórie.

Kozmetické utierky

Počas výstavy PLMA v Amsterdame sme sa stali aj súčasťou PLMA's Idea Supermarket. Ide o časť výstavy, ktorá je venovaná najlepším a najoriginálnejším produktovým novinkám na svete. V rámci tejto časti výstavy boli vystavené naše kozmetické utierky Harmony 3D box.

Koncom roka 2017 sme uviedli na trh nové trojvrstvové balzamované kozmetické utierky. Jedinečnosť produktu spočíva v obsahu balzamu s výťažkom z bambuckého masla. Ich jemné a šetrné zloženie poskytuje spotrebiteľovi upokojujúcu starostlivosť, nedráždia pokožku a zabraňujú začervneniu.

Na škatuľke sme použili unikátnu povrchovú úpravu Soft touch laku, vďaka ktorému je príjemne jemná a hebká na dotyk. Dizajn obalu je výsledkom autorskej fotografie vytvorenej špeciálne pre Harmony.

Na oboch trhoch sa nám v kategórii kozmetických utierok podarilo náš trhový podiel výrazne posilniť najmä vďaka limitovanej edícii Cuky Luky a zimnej limitovanej edícii.

Decor

Harmony obrúsky ponúkajú zákazníkom spojenie elegancie, jednoduchosti a najnovších trendov v stolovaní. Tieto trendy sme aj tento rok pretavili do kolekcií obrúskov pod značkou Harmony, a to Harmony Prima, Harmony Colour Collection, Harmony potlačené obrúsky, Harmony Decor Collection a Harmony Royal Collection. V rámci kolekcií ponúkame obrúsky rôznych veľkostí a prevedení. Pre rok 2017 boli dizajny navrhnuté tak, aby korešpondovali s trendami na trhu, a aby uspokojili aj moderne orientovaných, aj tradičnejších spotrebiteľov, a aby zároveň korešpondovali s identitou značky.

V roku 2017 značka Harmony priniesla na trh inováciu v podobe potlačených obrúskov s dekoratívnou 3D razbou pod názvom Decor Collection. Okrem inovácie v podobe dekoratívnej razby je novinkou aj perleťová a medená potlač. V uplynulom roku sa obrúskom pomerne dobre darilo na Balkáne a do budúcnosti plánujeme rozširovanie kolekcie aj distribúcie týchto obrúskov.

Pokračujeme v zavedenom trende jednej sezónnej a jednej celoročnej kolekcie obrúskov a stredových pásov Royal Collection, ktorá sa naďalej teší obľube u konečných spotrebiteľov.

Pracujeme tiež na zlepšení viditeľnosti a distribúcie obrúskov Harmony v rámci retailového trhu a ponúkame nabalené obrúsky v rôznych typoch druhotných vystavení. V ponuke máme papierové stojany, malé pultové stojany a clip-stripy (závesné pásy). Tieto vystavenia sú skvelým nosičom informácií na edukáciu spotrebiteľa o správnom a trendovom použití našich obrúskov a stredových pásov.

Harmony Professional

V segmente profesionálnej hygieny Away from Home sme v roku 2017 podporovali aktivity zamerané na rozvoj značky a spoluprácu so strategickými partnermi na core trhoch. V rámci redizajnu korporátnej web stránky dostala značka a jej produktové portfólio väčší priestor pre online prezentáciu. Koncom roka sme sa zamerali na integráciu a optimalizáciu portfólia Away from Home produktov na skupinovej úrovni (spolu so značkou Paloma Professional), ktorá bude pokračovať aj v priebehu roka 2018.

Marketingová komunikácia

Počas roka 2017 sme zintenzívnili komunikáciu v rámci médií. V prvej polovici roka sme v rámci projektu Cuky Luky ako hlavný partner získali mediálny priestor v TV, printových médiách, online aj v kinách. V druhej polovici roka sme zrealizovali brandovú kampaň Krása nevidaná v TV na Slovensku. Predaj zimnej edície sme zároveň podporili kampaňou v TV, v obchodoch a tiež spotrebiteľskou súťažou.

Zameranie na médiá pokračovalo aj v online. Vytvorili sme novú brandovú stránku www.tvojeharmony.sk/cz, kde sme sa okrem korporátnych informácií zameriavame na prezentáciu značky a produktov. V rámci sociálnych médií sa nám podarilo zvýšiť počet fanúšikov našich Facebook stránok o 30 000, čím sme sa dostali do vedenia v rámci konkurencie v segmente papierovej hygieny.

Odmeňovanie zákazníckej vernosti

Už tradičnou marketingovou komunikačnou aktivitou spoločnosti je prevádzkovanie spotrebiteľského vernostného programu – Klub Harmony v Slovenskej republike a v Českej republike. Darčeky podľa vlastného výberu získavajú verní spotrebiteľia značky Harmony výmenou za EAN kódy z produktov nepretržite už 13 rokov. Počet členov klubu sa neustále zvyšuje a ku koncu roka 2017 mal viac ako 32 tisíc členov. Primárnym cieľom klubu je dlhodobou aktivitou nielen motivovať spotrebiteľov ku kúpe produktov značky Harmony, ale aj upevňovať ich lojalitu k tejto značke. V roku 2018 plánujeme klub obnoviť v komunikačnom štýle Krása nevidaná.

Účasť na výstavách

SHP Group sa v roku 2017 úspešne prezentovala na dvoch medzinárodných výstavách vo Frankfurte (Paperworld) a v Amsterdame (PLMA). Tradičná je účasť vo Frankfurte, kde patríme medzi popredných vystavovateľov v segmente obrúskov. Okrem toho sme sa prvýkrát zúčastnili aj výstavy v Dubaji.

2.3. Riadenie dodávateľského reťazca

V tejto oblasti sme sa zameriavali na plnenie vysokej úrovne poskytovaného servisu našim zákazníkom. Pokračujeme v opatreniach, ktoré sme zaviedli aj za pomoci renomovaných konzultačných spoločností. Zamerali sme sa hlavne na zlepšenie plánovania, zjednocovanie procesov v rámci celej skupiny a centralizáciu postupov tam, kde je to efektívne.

Naším cieľom je zefektívnenie procesov a úspora nákladov tak v entitách na Slovensku, Českej republike ako aj na Balkáne. Zvýšili sme úroveň priamej komunikácie s našimi kľúčovými zákazníkmi, čo sa s ďalšími opatreniami prejavilo vo zvýšenom plnení servis levelu.

Neustála snaha o zlepšovanie služieb našim zákazníkom je našou prioritou.

2.4. Výroba a investície

Papierenský stroj PS 7: kapacita 46 000 t/rok

Spracovanie: toaletný papier, papierové vreckovky, kuchynské utierky

Základné údaje		2015	2016	2017	2017/2016 (%)
Výroba papiera (netto zabalené)	t	43 027	40 933	42 855	104,7
Výroba produktov	t	50 721	52 524	52 357	99,7
Výdavky na investície	tis. EUR	2 113	1 011	616	60,9

Prevádzkové zlepšenia sa nám nepodarilo splniť, avšak sme výrazným spôsobom najmä v poslednom štvrťroku 2017 stabilizovali spoločnými silami papierenský stroj a priniesli v celkovom výsledku + 1868 t. V porovnaní s rokom 2016 je to výborný výsledok a najlepší výsledok PS za posledné roky.

Spracovateľské linky plán nenaplnili a celkovo v porovnaní s rokom 2016 skončili -371 t. Dôvodov je hneď niekoľko, 1 štvrťrok problém s obsadením zmien a zároveň vysoká fluktuácia, následne znížený predaj počas celého roka, vysoká miera poruchovosti a formátovania.

V spotrebných normách sa nám podarilo prinášať výrazné zlepšenia najmä v druhej polovici roka, kde sa nám opravou nátoky PS podarilo stabilizovať plošnú hmotnosť a manipulovať s kvalitou, čo prinieslo úsporu na gramáži a spotrebovanej chémii, zároveň zníženia množstiev JR potrebných na výrobu rovnakého množstva kotúčikov. Taktiež activity R&D spoločne s výrobou priniesli úspech v skrátení papierovej dráhy a útržkov na niektorých vybraných sortimentoch.

Z hľadiska BOZP sme síce zlepšili stav voči 2016, ale výsledok 2017 je znepokojujúci. Mnoho z týchto úrazov sa stalo z nedbanlivosti, vyčerpania alebo iných príčin, no častokrát je to aj neopatrnosť pri práci. V rámci BOZP očakávame výrazne zlepšenie spoločnou prácou a netoleranciu nebezpečnej práce.

Zavedli sme zaškolovací proces pre novo nastúpených zamestnancov a naši najlepší pracovníci majú privilegium zaškoľovať nových ľudí na vybrané pozície, za čo im aj touto cestou ďakujeme. Posledný štvrťrok však priniesol zvýšené odchody zamestnancov.

V spolupráci so strednými a vysokými školami postupne smerujeme k dohode o spolupráci so SŠ ZVT v BB a Murgašovou strednou školou, pre zabezpečenie elektro, MaR pracovníkov, mechatronikov či chemických operátorov a tak zabezpečili nášmu závodu dlhodobé fungovanie a rozvoj do budúcnosti.

2.5. Životné prostredie

Ochrana životného prostredia znamená starostlivosť o celý rad prírodných zdrojov – stromy, rastliny, živočíchy, vzduch, vodu i pôdu. Životné prostredie podmieňuje existenciu organizmov na Zemi, vrátane človeka. V rukách každého jednotlivca je sila - pozitívne ovplyvňovať kvalitu životného prostredia. Zdravé životné prostredie a zdravý spôsob života idú ruka v ruku so zdravím a hodnotným prežívaním života každého z nás.

Ekologickou prioritou spoločnosti SHP Harmanec bolo vybudovanie novej technológie „Deinking“ zameranej na zvyšovanie podielu zhodnocovania papierových odpadov pri výrobe hygienických výrobkov s vyššou belosťou a kvalitou. Výsledné produkty sú vďaka tejto technológii porovnateľné s výrobkami vyrobenými z celulózy. Zákazník rozdiel vo výrobkoch takmer nespozná, ale príroda áno. V našej spoločnosti, ktorá sa špecializuje na výrobu hygienických výrobkov z recyklovaného papiera sa zhodnocuje 45 až 50 000 ton odpadových papierov ročne. Dosiahne sa tak úspora 125 000 až 200 000 m³ drevnej hmoty. Len pre porovnanie 1 tona zberového papiera zachráni 14 stromov, pre život jedného človeka je potrebných 100 stromov. Pri vyrúbaní jedného dospelého stromu viac ako 70 ľudí príde o kyslík.

Odpadové hospodárstvo

V SHP Harmanec zhodnocujeme takmer 100% z vyprodukovaných odpadov. Významný podiel zhodnotenia dosahujeme u rozhodujúceho technologického odpadu, papierenských kalov, vznikajúcich hlavne pri výrobe hygienických výrobkov z recyklovaných odpadových papierov. Kaly z výroby papiera, ktorých vlákna sú krátke a sú nevyužiteľné pri výrobe papiera, sú odovzdávané na zhodnotenie firmám. Túto hmotu využívajú vo svojom výrobnom procese najmä tehelne, časť materiálu využívajú odberatelia na kompostovanie či rekultivácie skládok a lomov a na hydro-osev, pri výstavbe diaľnic.

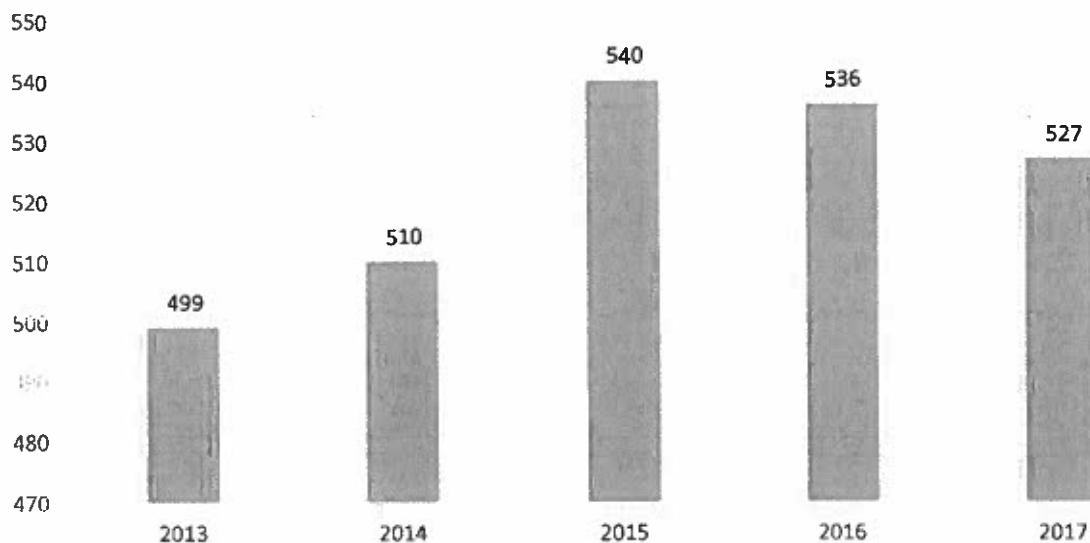
Dvojstupňová biologická čistiareň odpadových vôd v spoločnosti je stabilizovaná. Významným krokom pri biologickom čistení odpadových vôd je aj postupné znižovanie ukazovateľov znečisťovania vo vypúšťaných odpadových vodách a dodržiavanie povolených limitných hodnôt na mernom objekte.

Prínosom biologického čistenia odpadových vôd je produkcia bioplynu, ktorý spaľujeme spolu so zemným plynom v kotolni.

2.6. Ľudské zdroje

Ľudské zdroje majú významnú úlohu pri zaistení budúceho úspechu našej spoločnosti. V priemere sme v roku 2017 zamestnávali v SHP Harmanec a.s. 527 zamestnancov.

Priemerný prepočítaný počet zamestnancov



Firemná kultúra

V roku 2017 sme pokračovali s vytváraním prostredia, kde zamestnanci využívajú svoje schopnosti, zručnosti, dlhodobo dosahujú výsledky, majú možnosť sebarealizácie a kariérneho postupu, majú možnosti vzdelávania a osobného rozvoja. Pre zamestnancov sme vytvorili brožúru, kde podrobne vysvetľujeme celkové prepojenie medzi našim účelom, hodnotami spoločnosti, Stratégiou 2020 a Etickým kódexom. Hodnoty sme zamestnancom priblížili formou vytvorenia vizualizácií želaného a neželaného správania v praxi. Vytvorená brožúra bude podkladom pre vytvorenie online školiaceho programu pre novo nastupujúcich ako aj súčasných zamestnancov, ktorý bude zavedený v roku 2018. Pre zamestnancov sme organizovali rôzne súťaže, ktorých cieľom bolo nasmerovať denné aktivity zamestnancov na očakávané správanie v súlade s hodnotami spoločnosti.

Mzdová a sociálna oblasť

V súlade s kolektívnou zmluvou uzatvorenou na rok 2017 došlo od 1.1. k zvýšeniu základných tarifných miezd zamestnancov. Navýšenie reflektovalo situáciu na trhu práce ako aj hospodárske výsledky dosiahnuté za rok 2016. Zamestnancom sme poskytovali mzdové zvýhodnenia nad rámec platnej legislatívy. Zamestnancom sme naďalej ponúkali široké možnosti zamestnaneckých výhod v podobe rekondičných pobytov, odmien pri životných jubileách a pracovných výročiach, príspevkov na doplnkové dôchodkové sporenie a dary pri odchode do dôchodku. Organizovali sme rôzne mimopracovné a voľnočasové aktivity ako napríklad športový deň. Zamestnancov sme odmeňovali aj formou nákupných alebo masážnych poukázok na základe príkladného správania a proaktívneho prístupu k práci.

Vzdelávanie zamestnancov a komunikácia

V oblasti rozvoja a starostlivosti o zamestnancov je naším cieľom byť preferovaným a dôveryhodným zamestnávateľom so zodpovedným prístupom k internému a externému prostrediu. V roku 2017 sme sa zamerali na rozvojové tréningové aktivity vo forme špecifických programov – 360-stupňová spätná väzba na hodnotenie správania a výkonu kľúčových zamestnancov a nastavenie ich rozvojových plánov, "onboarding project" za účelom zvýšenia spokojnosti novo nastupujúcich zamestnancov, kde sa nám podarilo dosiahnuť spokojnosť zamestnancov na úroveň viac ako 85 %. Cieľom týchto programov bolo podporiť a prispieť k dosiahnutiu strategických cieľov, zabezpečiť stabilizáciu a motiváciu zamestnancov, ktorí majú požadované skúsenosti, znalosti a budúci potenciál. Zároveň sme venovali pozornosť aj školeniam, ktoré súvisia s odbornou prípravou v nadväznosti na povinnú legislatívu.

Naďalej sme sa zameriavali na zlepšenie komunikácie so zamestnancami. Zamestnancov sme informovali o dianí v spoločnosti rôznymi formami internej komunikácie a to pravidelnými stretnutiami zamestnancov s manažmentom spoločnosti, pravidelnými mesačnými informáciami o stave plnenia jednotlivých cieľov a týždennými informáciami formou TV prezentácie.

Ako zamestnávateľ sme sa prezentovali na rôznych kariérnych veľtrhoch počas celého roka. Na jednom z najväčších veľtrhov sme získali ocenenie "Naj vystavovateľ za výrobnú oblasť". Spolupracovali sme so strednými a vysokými školami formou prednášok a zavedením letných stáží pre študentov.

Na konci 2017 sme značnú časť svojich aktivít venovali nastaveniu a spusteniu nového online nástroja pre výkonový manažment, ktorý bude slúžiť zamestnancom na nastavovanie a vyhodnocovanie cieľov v roku 2018.

2.7. Doplnujúce informácie k účtovnej závierke

a) Udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia

Po 31. 12. 2017 nenastali také skutočnosti, ktoré by vyžadovali úpravu údajov zverejnených v účtovnej závierke zostavenej k 31.12.2017.

b) Predpokladaný vývoj spoločnosti v roku 2018

Základné smery vývoja spoločnosti pre rok 2018 boli definované v podnikateľskom zámere. V rozhodujúcich oblastiach v budúcom roku spoločnosť predpokladá dosiahnuť zvýšenie objemu výroby o viac ako 5 %, nárast predaja vlastných výrobkov o 13 %, zlepšenie tvorby hospodárskeho výsledku a pridanej hodnoty (EBITDA) o viac ako 21 %.

Aj v roku 2018 spoločnosť pokračuje v realizácii opatrení zameraných hlavne na znižovanie variabilných a režijných nákladov spoločnosti, optimalizáciu pracovného kapitálu, zvyšovanie produktivity práce, dodržiavanie kvalitatívnych parametrov a tým zvýšenie pridanej hodnoty produktov vyrábaných v spoločnosti.

Pre rok 2018 sú predpokladané investičné výdaje vo výške 911 tis. €, ktoré sú určené hlavne na modernizáciu existujúcich spracovateľských liniek.

c) Výdavky na činnosť výskumu a vývoja

V roku 2017 spoločnosť nerealizovala činnosť v oblasti výskumu a vývoja.

d) Nadobúdanie vlastných akcií, dočasných listov, obchodných podielov a akcií, dočasných listov a obchodných podielov materskej účtovnej jednotky

V roku 2017 spoločnosť nevykonávala v tejto oblasti žiadnu činnosť.

e) Návrh o spôsobe vysporiadania straty za rok 2017

Spoločnosť za rok 2017 vykázala hospodársky výsledok po zdanení: stratu vo výške 1 137 tis. EUR. Valnému zhromaždeniu spoločnosti bude predložený návrh na preúčtovanie straty na účet nerozdeleného zisku minulých rokov.

f) Informácia o organizačných zložkách spoločnosti v zahraničí

SHP Harmanec, a.s., Harmanec vykonáva podnikateľskú činnosť na území Slovenskej republiky, v zahraničí prostredníctvom organizačných zložiek nepodniká.

g) Analýza a riadenie rizík

Činnosti, ktoré spoločnosť vykonáva, ju vystavujú určitým finančným rizikám: trhovému riziku (vrátane kurzového rizika a úrokového rizika) a riziku likvidity. Medzi hlavné finančné nástroje spoločnosti patria pohľadávky a záväzky z obchodného styku, bankové úvery, úvery od spriaznených strán, peňažné prostriedky a krátkodobé bankové vklady. Použitie týchto finančných nástrojov je zamerané najmä na zabezpečenie finančných prostriedkov alebo na investovanie voľných peňažných prostriedkov.

Spoločnosť nepovažuje finančné riziká za významné v porovnaní s obchodnými rizikami vyplývajúcimi z jej základnej činnosti. Z tohto dôvodu nemá formálne a konzistentne aplikované ciele, postupy a procesy riadenia finančných rizík.

Spoločnosť pôsobí na medzinárodných trhoch a je vystavená kurzovému riziku z transakcií v cudzích menách. Časť výnosov, nákupov a financovania skupiny je denominovaná v CZK a HUF, čo predstavuje určitú úroveň prirodzeného zabezpečenia.

Spoločnosť nepoužíva derivátové nástroje na riadenie rizika cien komodít. Nákupy materiálu sa uskutočňujú vždy v bežných trhových cenách na základe ročných zmlúv. Spoločnosť nemá významné úročené aktíva. Úvery sú úročené trhovými úrokovými sadzbami.

Úverové riziko zohľadňuje riziko, že zmluvná strana nedodrží svoje zmluvné záväzky, v dôsledku čoho spoločnosť utrpí stratu. Spoločnosť nie je vystavená výraznej koncentrácii úverového rizika. Spoločnosť má zavedené zásady na zabezpečenie predaja produktov a služieb odberateľom s prijateľnou reputáciou a využíva poistenie pohľadávok. Operácie s derivátmi a peňažné transakcie sa vykonávajú len prostredníctvom renomovaných finančných inštitúcií v krajinách, v ktorých sú konsolidované spoločnosti založené.

Obozretné riadenie rizika likvidity predpokladá udržiavanie dostatočného stavu peňažných prostriedkov, dostupnosť získania zdrojov prostredníctvom primeraného množstva zmluvných úverových liniek a schopnosť uzatvárať trhové pozície. Vzhľadom na dynamickú povahu podnikateľskej činnosti sa spoločnosť snaží udržať flexibilitu prostredníctvom zabezpečenia stálej dostupnosti úverových liniek, ako aj zosúladienie príjmov z finančných aktív s finančnými potrebami.