



SHP HARMANEC

THE MEMBER OF THE SLOVAK HYGIENIC PAPER GROUP

Výročná správa za rok 2016

**Harmanec
Január 2017**

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 2016

Vážení akcionári,

Vážení zamestnanci,

Vážení čitatelia výročnej správy,

Dovoľte mi poohliadnuť sa za uplynulým rokom a zbilancovať. Rok 2016 sa niesol v pokračovaní implementácie zmien vo fungovaní spoločnosti a celej skupiny SHP.

V nadväznosti na víziu skupiny SHP sme začiatkom roka prijali stratégiu skupiny SHP do roku 2020 založenú na 4 pilieroch: Rozvoj značiek, Udržateľný Rast, Posilňovanie nákladovej pozície a Budovanie pozície preferovaného zamestnávateľa.

Rastúci dopyt po hygienických výrobkoch sme pokryli medziročným navýšením výroby takmer o 4% a dosiahli sme historicky najvyšší predaj v objeme takmer 53 000 ton. Rast dopytu bol cielený na kľúčové trhy a bol sprevádzaný nárastom profitability.

V roku 2016 sme implementovali prvú etapu optimalizácie produktového portfólia, keď sme eliminovali takmer 43% položiek, ktoré nevykazovali dostatočnú výkonnosť. Okrem redukcie komplexity portfólia sme urobili opatrenia na posilnenie predaja vybraných predajných kanálov.

Pripravili sme a uskutočnili viaceré zmeny na úrovni vrcholového a stredného manažmentu s cieľom posilniť tím a budovať silnú skupinu založenú na spoločne zdieľaných hodnotách. Urobili sme prvé kroky pre zviditeľnenie hodnôt skupiny a ich pevné zakorenenie v živote skupiny. Tiež sa nám podarilo zaviesť zmeny v odmeňovacom systéme pre našich zamestnancov.

V oblasti riadenia nákladov sme sa zamerali na lepšie riadenie dodávateľského reťazca, čo prinieslo prvé výsledky v oblasti surovín. Vývoj na trhoch so vstupnými surovinami zaznamenal od druhého kvartálu 2016 pokles cien buničiny takmer na úroveň cien z roku 2014, čo pozitívne ovplyvnilo plnenie plánovaných výsledkov.

Veríme, že rozbehnuté iniciatívy sú robustným základom pre ďalší rast výkonnosť skupiny, čo prinesie pridanú hodnotu akcionárom, zamestnancom a obchodným partnerom.

Ing. Richard Žigmund, M.B.A.

Generálny riaditeľ a člen 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 %
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
ECO-INVESTMENT, a.s., Praha, ČR		20 555		98,05		98,05
Drobní akcionári		409		1,05		1,05
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 v roku 2016:

Funkcia	Predstavenstvo
Predseda	Ing. Richard Žigmund
Členovia	Karol Ponesz do 5.9.2016 Ing. Róbert Staroň od 6.9.2016 Ing. Jozef Horák

Aktuálne zloženie predstavenstva:

Funkcia	Predstavenstvo
Členovia	Ing. Richard Žigmund, M.B.A. Karol Ponesz Ing. Jozef Horák

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

Zloženie dozornej rady:

Predseda	Ing. Milan Fiľo
Členovia	Ing. Miroslav Vajs Ing. Peter Švec do 27.6.2016 Ing. Dušan Golian od 27.6.2016

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 70 %. 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 100 %. 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 31.12.2016 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

Z pohľadu predaja spoločnosť rozpočet na rok 2016 plnila na 91 %, v tržbách ešte o 3 percentuálne body nižšie, na 88 %. Vo vlastných značkových produktoch plánovaný objem predaja sme síce prekročili o 6 %, no predaj privátnych značiek zaostal za plánom o 12 % (-5854 ton). Tu boli hlavným dôvodom nedodávky zákazníkovi Penny Market, ktorému sme z vytendrovaného objemu v dôsledku posunov zo strany zákazníka, ako i našej dostupnej kapacity dodali necelých 20 %. Naopak nad plán sme zrealizovali predaje spolu vo výške cez 1000 ton zákazníkom Lidl a Pantos a v už spomínaných značkových produktoch u zákazníka Kaufland (+251 ton), Kamiros (+145 ton), či slovenskom a českom COOP (spolu +116 ton). Z produktových skupín percentuálne najviac zaostal predaj kozmetických utierok (-31 %), keď sa nám nepodarilo nahradiť zrušený tender s Lidl SK, CZ v objeme takmer 1100 ton.

Výrobová štruktúra predaja hotových výrobkov (podiel na tržbách)





2.2. Marketing, stratégia a značky

Vo svojich aktivitách spoločnosť 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.

Všetky značky prešli v roku 2016 rebrandingom a zmenou obalov. 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.

Novinky v portfóliu výrobkov

Toaletné papiere

V roku 2016 sme nielen zatraktívniili balenie toaletných papierov, ale v rámci navrhovaného trhového pozicioningu sme zmenili surovinu u produktových rád Soft a Exclusive. V rámci noviniek sme v tomto roku posilnili najvyššiu radu toaletných papierov o Exclusive Crystal s novou, sviežou parfumáciou. Úspešné výrobky Exclusive Pure White a Exclusive Herbal dnes ponúkame aj vo väčšom, rodinnom 16-kusovom balení.

Zmenami v minulom roku 2016 prešlo aj portfólio produktov pod značkou Harماسan. Najzásadnejším krokom bolo zrušenie rady Harmony Natural Classic, z ktorej pod brand Harماسan prešli dokopy 4 produkty. V súčasnosti teda značka Harماسan ponúka okrem sólo roliek aj 4, 10 a 24-kusové balenie dvojvrstvového recyklovaného toaletného papiera. Značka dostala tiež nové logo, pútavejšími sa stali aj obaly produktov, ktoré prešli kompletným redizajnom. Harماسan sa v nadväznosti na svoju cieľovú skupinu snaží byť vnímaný ako stabilná, dôveryhodná značka reprezentujúca kvalitu za rozumnú cenu.

Papierové vreckovky

Produktové portfólio papierových vreckoviek bolo v uplynulom roku doplnené o novinku v podobe parfumovaných papierových vreckoviek určených pre ženy, Ladies' Light Perfumed, a pre mužov, Gentlemen's Light Perfumed. Nová rada Harmony Light perfumed je charakteristická jemnými parfumáciami a jedinečným prevedením vnútorných balíčkov. Dizajny sú vybrané podľa najnovších trendov a majú ambíciu stať sa imidžovým doplnkom osobnosti ich používateľa.

Všetky produkty v rámci kategórie papierových vreckoviek sme zatriktívili vďaka kombinácii matnej fólie a jemných farieb, ktoré podporujú štýlovosť produktov. Transparentný vonkajší obal umožňuje vyniknúť dizajnom na balíčkoch, jasne komunikuje počet vrstiev a benefit produktu.

Kuchynské utierky

S cieľom zatriktívniť produkty pre spotrebiteľov prešlo portfólio kuchynských utierok kompletným redizajnom. Dizajn vonkajšieho obalu je atraktívny a inovatívny vďaka použitiu matnej fólie s papierovou štruktúrou. Konceptia fotografií a názov vychádzajú z kľúčovej vlastnosti „absorpcie“, ktorá bola v rámci kategórií označená ako najdôležitejšia vlastnosť, ktorú spotrebiteľ od produktu očakáva (TNS,2014). Téma fotografií vychádza z prostredia kuchyne a zachytáva momenty, ktoré „navádzajú“ spotrebiteľa ku každodennému použitiu. Rôznorodé ukážky použitia kuchynských utierok sú uvedené na bočných stranách produktu v podobe piktogramov.

Kuchynské utierky Harmony získali v rámci novej obalovej koncepcie nielen nové dizajny ale aj nový názov, zdôrazňujúci najdôležitejšiu funkčnú vlastnosť produktu, ktorou je absorpcia. Dvojvrstvové utierky Absorbent a trojvrstvové utierky Ultra Absorbent sú dostupné vo viacerých variantoch s rôznymi veľkosťami útržkov, počtom roliek a dĺžkou návinu. Pri každom druhu produktu je na obale navyše zdôraznené unikátna vlastnosť, či už je to polovičný útržok pre rýchlu pomoc v kuchyni, dlhší návin vhodný pre rôznorodé použitie, alebo extra rýchla absorpcia ideálna na utretie ešte väčšieho množstva nečistôt.

V prípade kuchynských utierok Ultra Absorbent sme priniesli vylepšenie v podobe dlhšej papierovej dráhy a väčšieho priemeru.

Kozmetické utierky

Aj portfólio kozmetických utierok prešlo výraznými dizajnovými zmenami. Dizajny obalov v decentných, hravých, trendových a inovatívnych prevedeniach skvele doplnia akýkoľvek interiér. Kombinácia rôznych lakov zvyrazňuje dizajny, a škatuľky sú vďaka nim pre spotrebiteľa zaujímavejšie. Súčasťou produktovej rady sú aj detské dizajny, ktoré boli špeciálne pre Harmony navrhnuté oceňovanou ilustrátorkou detských kníh. Jednotlivé škatuľky je možné domaľovať. Hravé motívy zvieratiek si získajú každého detského fanúšika.

V rámci kategórie kozmetických utierok pribudla novinka Harmony 3D box. Pridanou hodnotou produktu je možnosť vloženia fotografie a personalizovania si škatuľky, vďaka čomu bude rodina či priatelia vždy na blízku.

Marketingová komunikácia

Rok 2016 bol pre SHP Group a jej značky významným z hľadiska komunikácie. V nadväznosti na redizajn a zmeny v produktovom portfóliu bola v júli a auguste realizovaná print a online kampaň značky Harماسan na slovenskom a českom trhu. Vďaka kreatíve zaznamenala online kampaň medzi spotrebiteľmi veľký úspech a bola prezentovaná na Google workshopoch ako príklad úspešnej kampane v online prostredí. Značka Harماسan kontinuálne komunikovala so svojimi zákazníkmi aj na sociálnych sieťach a už tradične sa Harماسan zúčastnil aj najväčšieho slovenského hudobného festivalu Pohoda.

Na redizajn produktového portfólia nadviazala komunikačnou kampaňou aj značka Harmony. Kampaň prebiehala najmä v printových médiách počas novembra a decembra na slovenskom a českom trhu. Súčasťou kampane bolo aj oživenie komunikácie značky na sociálnych sieťach a outdoor komunikácia. Značka Harmony bola aj v roku 2016 partnerom podujatia Krištáľové krídlo, ktorého hlavnou myšlienkou je ocenenie významných odborníkov a úspešných osobností na Slovensku.

Značka Harmony Professional zameraná na segment profesionálnej hygieny (Away from Home) zmenila počas roka vizuálnu identitu, obalovú koncepciu, aj koncepciu komunikácie a začala aktívnejšie komunikovať so svojimi zákazníkmi.

Odmeňovanie zákazníckej vernosti

Ďalšou marketingovou komunikačnou aktivitou spoločnosti je prevádzkovanie spotrebiteľského vernostného programu – Klub Harmony v Slovenskej republike a v Českej republike. Darčeky podľa vlastného výberu získavajú verní spotrebitelia značky Harmony výmenou za EAN kódy z produktov nepretržite už 12 rokov. Počet členov klubu sa neustále zvyšuje a ku koncu roku 2016 mal takmer 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.

Účasť na výstavách

SHP Group sa v roku 2016 úspešne prezentovala na dvoch medzinárodných výstavách. Na výstave PLMA bolo odprezentované komplexné portfólio papierovej hygieny, redizajnované portfólio značiek Harmony a Harmony Professional, ako aj produktové novinky. Výstava ISSA InterClean bola zameraná na segment profesionálnej hygieny (Away from Home) a značku Harmony Professional. Počas výstavy bola prezentovaná nová obalová koncepcia značky, ako aj produktové novinky.

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		2014	2015	2016	2016/2015 (%)
Výroba papiera (netto zabalené)	t	43 404	43 027	40 933	95,1
Výroba produktov	t	46 417	50 721	52 524	103,6
Výdavky na investície	tis. EUR	2 966	2 113	1 011	47,8

Rozhodujúcimi akciami údržby boli GO PS7, výmena horákov sušiaceho krytu a výmena pohonov a riadenia plstovej skupiny stroja. Riadením výrobného portfólia sme znížili objem výroby z buničín na PS 7 na polovicu v porovnaní s rokom 2015.

Dokončila sa aj automatizácia internej logistiky na spracovateľských linkách FA/FL a to dopravníky a paletizácia.

Úspešne sme zaviedli do výroby kompletne nové obaly v rámci zmeny obalovej koncepcie našej značky HARMONY.

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 roku 2016 sme sa zamerali na vytvorenie pozitívnej firemnej kultúry a vytvorenie prostredia, kde zamestnanci využívajú svoje schopnosti, zručnosti, dlhodobo dosahujú výsledky, majú možnosť sebarealizácie a kariérneho postupu, majú možnosti vzdelávania a osobného rozvoja a budú dostatočne odmenení za svoj prínos.

Realizovali sme nasledovné kľúčové iniciatívy:

v rámci manažmentu spoločnosti sme definovali Stratégiu 2020 so štyrmi základnými piliermi

Značka a trhovú hodnotu

Ziskový a udržateľný rast

Aktíva s nízkymi nákladmi

Rozvoj ľudí

Spolu so stratégiou sme definovali hodnoty spoločnosti, ktoré sú srdcom našej firemnej kultúry, určujú identitu našej spoločnosti a pomáhajú nám správne sa rozhodovať. Hodnoty spolu s očakávaným správaním predstavujú základné piliere pre dosahovanie našej stratégie.

Zmenili sme prístup v odmeňovaní zamestnancov; v spolupráci s odborovou organizáciou sme nastavili transparentný, motivujúci a zjednodušený systém odmeňovania pre výrobných zamestnancov. Nastavili sme nový tarifný systém, ktorý predstavoval priemerné zvýšenie tarifných

miezd o 6 %. Zároveň sme zvýšili finančnú hodnotu variabilnej zložky a nadväzujúce parametre pre jej vyhodnotenie. Pre zamestnancov sme v roku 2016 organizovali rôzne súťaže, ktorých cieľom bolo nasmerovať denné aktivity zamestnancov na očakávané správanie v súlade s hodnotami skupiny.

Zamerali sme sa na zlepšenie komunikácie so zamestnancami. Zaviedli sme rôzne formy internej komunikácie a to pravidelné kvartálne stretnutia zamestnancov s manažmentom skupiny SHP Group, pravidelnými mesačnými informáciami o stave plnenia jednotlivých cieľov a ich percentuálneho vyhodnocovania a denných informácií formou TV prezentácie.

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 2016 sme sa zamerali na rozvojové tréningové programy vo forme špecifických programov - Talent Manažment Program, tréning pre trénerov, tréning majstrov, školenia mäkkých zručností pre stredný manažment, 360-stupňová spätná väzba. 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.

V rámci sociálneho programu sme zamestnancom poskytli rôzne benefity vo forme príspevkov za pracovné a životné jubileá, organizovali sme mimopracovné aktivity ako športový deň, vianočný večierok, týždeň zdravia; poskytli sme sociálnu výpomoc zamestnancom a ich rodinným príslušníkom v ťažkých rodinných alebo zdravotných situáciách.

2.7. Doplňujúce informácie

Udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia

Po 31. 12. 2016 nenastali také skutočnosti, ktoré by významným spôsobom ovplyvnili hospodárenie spoločnosti a ktoré by vyžadovali úpravu údajov zverejnených v tejto účtovnej závierke.

Predpokladaný vývoj spoločnosti v roku 2017

Základné smery vývoja spoločnosti pre rok 2017 spoločnosť definovala v podnikateľskom zámere, v rozhodujúcich oblastiach spoločnosť v budúcom roku predpokladá dosiahnuť:

Výroba		plán 2017	skut. 2016	Index
- výroba papiera na papierenskom stroji	t	44 193	40 933	1,08
- výroba hygienických výrobkov	t	57 096	52 524	1,09
Hospodárenie				
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	tis. EUR	71 346	65 553	1,09
Pridaná hodnota	tis. EUR	14 376	12 436	1,16
Prevádzkový výsledok hospodárenia	tis. EUR	940	- 384	x
Finančný výsledok hospodárenia	tis. EUR	- 167	- 418	x
Výsledok hospodárenia pred zdanením	tis. EUR	773	- 802	x
Ostatné ukazovatele				
Priemerný prepočítaný počet zamestnancov	osoby	528	536	,99
Pridaná hodnota/osobné náklady	pomer	1,38	1,27	1,10

Spoločnosť pokračuje v realizácii opatrení prijatých v predchádzajúcom období 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 2017 sú predpokladané investičné výdaje vo výške 1,6 mil. €, ktoré sú určené na modernizáciu existujúcich spracovateľských liniek, papierenského stroja a čističky odpadových vôd.

Výdavky na činnosť výskumu a vývoja

V roku 2016 spoločnosť nerealizovala činnosť v oblasti výskumu a vývoja.

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

V roku 2016 spoločnosť nevykonávala v tejto oblasti žiadnu činnosť.

Návrh o spôsobe vysporiadania straty za rok 2016

Spoločnosť za rok 2016 vykázala hospodársky výsledok po zdanení: stratu vo výške 512 617,41 EUR. Valnému zhromaždeniu spoločnosti je predložený návrh na preúčtovanie straty na účet nerozdeleného zisku minulých rokov

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.

Analýza a riadenie rizík

Činnosti, ktoré spoločnosť vykonáva, ju vystavujú určitým finančným rizikám: trhovému riziku (vrátane kurzového rizika a úrokového rizika), úverovému riziku 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. Peňažné prostriedky má spoločnosť uložené vo viacerých renomovaných finančných inštitúciách, od ktorých čerpá úverové zdroje. 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 línií a schopnosť uzatvárať trhové pozície. Vzhľadom na dynamickú povahu podnikateľskej činnosti sa spoločnosť snaží udržať flexibilitu prostredníctvom zabezpečenia stálej dostupnosti úverových línií, ako aj zosúladenie príjmov z finančných aktív s finančnými potrebami.