



ТОВ «ЕКСПАНСІЯ»

Звіт про управління – 2018

ЗВЕРНЕННЯ Виконавчого директора

З моменту заснування наша Компанія втілила багато успішних проектів для оптових і роздрібних споживачів. І з кожним роком ми набираємо обертів, розвиваємось у різних напрямках.

ТОВ «Експансія» – це, по-перше, мережа гіпермаркетів FOZZY – традиційна оптово-роздрібна торгівля, продаж товарів через Інтернет-канали, а також бізнес в сегменті HoReCa.

Ключ до успіху Мережі – новітні пропозиції із розрахунком на ринкові тренди й тенденції та потреби цільової аудиторії. Тому наша мета – запропонувати покупцям сучасний формат для здійснення покупок, багатий асортимент, здатний задовольнити бізнес-потреби та очікування кожної окремої родини. Наш підхід – довгострокові відносини з кожним клієнтом на основі цінностей, які ми для цього створюємо.

Сергій Казаков
Виконавчий директор
ТОВ «Експансія»



FOZZY – ВЕЛИКА мережа гіпермаркетів в Україні

- Формат Мережі поєднує характеристики оптової бази і роздрібного магазину з сучасними комфортними умовами **великих торговельних залів** для здійснення покупок
- **9 гіпермаркетів** у 6 областях України
- **Широкий асортимент продукції** вітчизняних та зарубіжних виробників продовольчої і непродовольчої категорій
- Товари **власної торговельної марки EXTRA!**
- Виробництво **власних готових страв у гіпермаркетах**
- Рішення як для оптових покупців, так і для українських родин



6 364 кв. м

середньої торговельної площі
гіпермаркету



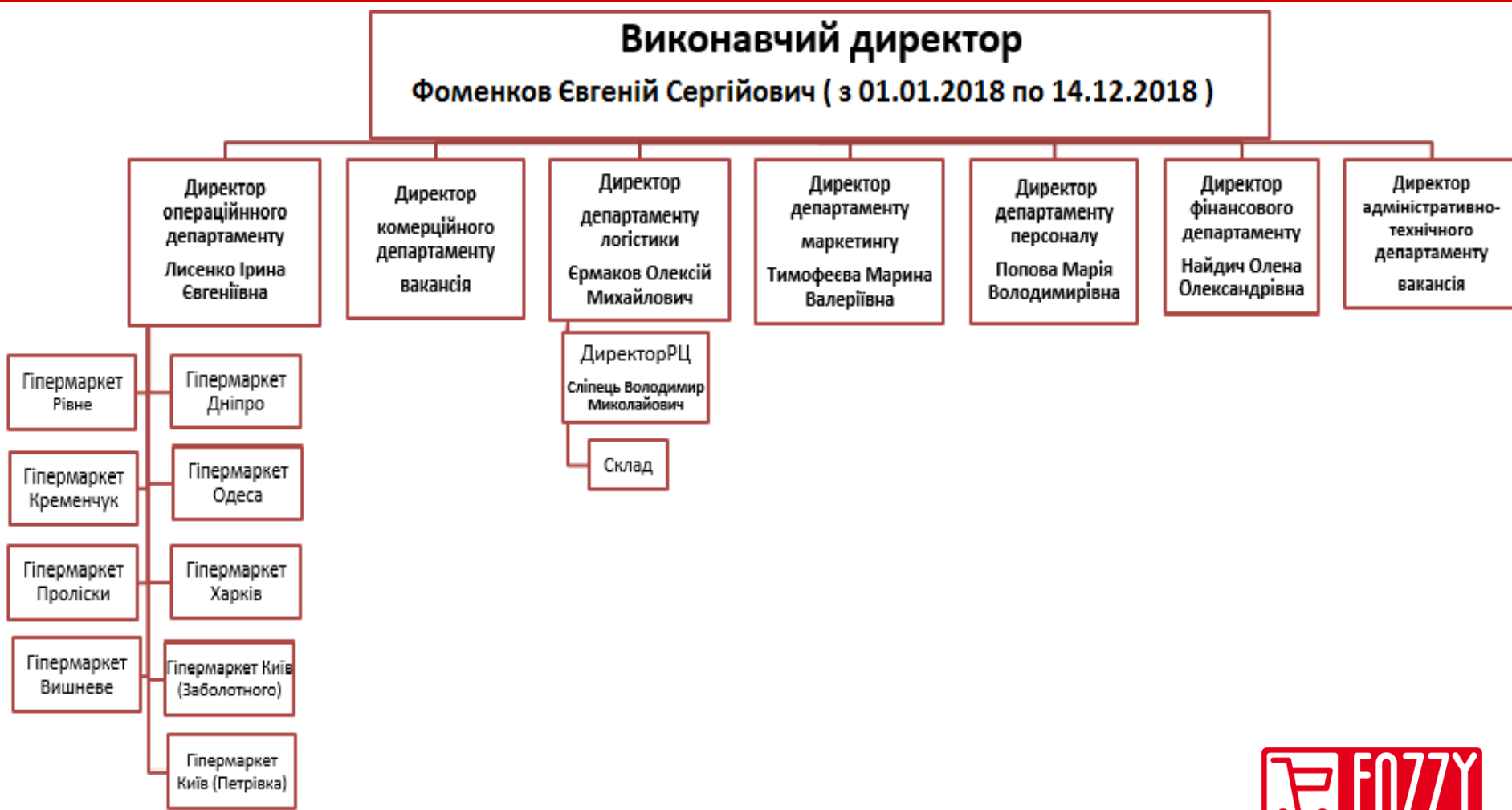
66 900 SKU

в асортименті Мережі (частка
продуктових товарів – до 40%)



ТОВ «ЕКСПАНСІЯ».

Організаційна структура



ФІНАНСОВІ показники та стратегічні напрямки



1 088 361 покупець
робить покупки за місяць
(приклад за вересень-
2018)



до 22%
виріс середній чек за 2018



8,1 млрд. грн –
торговий оборот Мережі у 2018

- **Асортимент:**
 - ✓ оптимізація у відповідності до потреб покупців
 - ✓ можливість здійснювати великий обсяг оптових закупок в одному місці
 - ✓ розвиток асортименту за рахунок розширення місцевих та імпорتنих позицій, продукції власного виробництва
- **Власна торговельна марка:** розвиток асортименту у різних цінових сегментах
- **Ефективна кадрова політика**



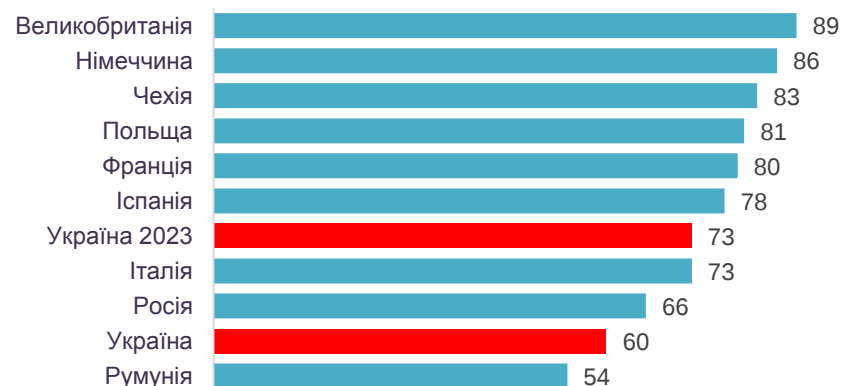
ПЕРСПЕКТИВИ розвитку

За прогнозами наступні 5 років (2018-2023) ринок продуктової торгівлі України зростатиме **до 12% на рік**:

- **близько 4%** – реальне зростання доходів (ВВП)
- **близько 8%** – рівень інфляції в країні

Додатковий фактор, стимулюючий зростання ринку продуктового ритейлу – збільшення рівня проникнення сучасної торгівлі, який за прогнозами зросте з поточних **60% до 73%** до 2023 р.

Частка сучасної торгівлі по країнах



Динаміка розвитку ринку продуктової торгівлі



НАШІ пріоритети, нагороди



Мережа гіпермаркетів Fozzy посіла 3-тє місце
в загальнонаціональному
конкурсі «Вибір споживача»
Retail Awards – 2017
у номінації «Мережа
гіпермаркетів України»



КАДРОВА політика

- Інструктаж і навчання нових співробітників
- Прозора система преміювання при досягненні запланованих результатів
- Формування кадрового резерву з числа співробітників, які володіють потенціалом для керівних посад



3421* співробітників



3 200 співробітників

(працівників торговельної Мережі)

* середньооблікова КІЛЬКІСТЬ штатних працівників у грудні 2018р.



Навчання і розвиток персоналу

Ознайомчі тренінги та лекції проводяться Департаментом персоналу для співробітників офісу і магазинів Мережі



Понад 10 заходів,

включаючи тренінги на теми «Школа управління», «Наставництво», «Командна робота»



Понад 2 600 співробітників

пройшли навчання



Заохочення (мотивація) працівників

Компанія надає можливість співробітникам придбати за спеціальними умовами абонементи до спортзалу, а також вивчати іноземні мови на курсах, проводить майстер-класи та екскурсії для дітей співробітників



FOZZY. Карта покриття



9 гіпермаркетів
у 6 областях України



EXTRA! – власна торговельна марка (VTM)

- **Представлена лише в мережі гіпермаркетів Fozzy**
- Розрахована на оптових покупців, популярна у роздрібного споживача
- Доступна та економна за рахунок ціни, нижчої на 5-10% у порівнянні з аналогічними товарами інших торговельних марок



Близько 1,6 %

частки VTM в обороті
мережі Fozzy



Понад 460 SKU

в асортименті EXTRA!
у 160 категоріях товарів



ВЛАСНЕ виробництво

- В гіпермаркетах **Fozzy** виробництво працює щоденно, тому у **відділах кулінарії** завжди представлений **широкий вибір смачних готових страв**: салати, перші страви, м'ясні та рибні вироби, різноманітні гарніри, десерти
- У **4-х гіпермаркетах** (Дніпро, Київ, Одеса та Рівне) працюють **власні копильні**, які пропонують копчені м'ясо, рибу, м'ясні рулети та ковбаси



Понад 700 SKU

у 13 товарних категоріях



ВЛАСНІ пекарні

Хліб та хлібобулочні вироби виготовляються безпосередньо в гіпермаркетах у **власних пекарнях**, тому на полицях завжди присутній **25000кВт** щойно випечений ароматний хліб



Понад 490 SKU

у 7 категоріях товарів



ЕКО ІНІЦІАТИВИ



Сортуємо вторсировину та передаємо на переробку:

- зібрано **1 108 484 кг МАКУЛАТУРИ** для переробки. За рік збережено близько **648 дерев**
- зібрано **180 240 кг** матеріалів типу **PE** або **PELD**



Замінюємо люмінесцентні лампи на LED:

- порівняно з 2017 роком за 2018 рік економія електроенергії за рахунок релампінгу системи освітлення у становить **25 000 кВт**



ТОВ «ЕКСПАНСІЯ». SWOT-аналіз

Сильні сторони

- Відома торговельна марка
- Визнання Мережі та довіра покупців
- Широкий асортимент продукції
- Комфортні умови для здійснення покупок

Слабкі сторони

- Наявність значних обсягів кредиторської заборгованості та залежність від домовленостей з постачальниками, однак, в цілому – це поширена практика на ринку

Можливості

- Подальше розширення Мережі в Україні шляхом відкриття нових магазинів
- Розвиток Компанії у зв'язку з ростом доходів населення та зростанням рівня споживання
- Впровадження та продаж продуктів під власними торговельними марками

Загрози

- Короткострокове погіршення деяких фінансових показників через збільшення боргового навантаження у зв'язку з фінансуванням розширення групи і коливаннями курсу валют
- Збільшення конкуренції на ринку з боку вітчизняних компаній
- Вихід на ринок України зарубіжних компаній, які мають дешевші джерела фінансування
- Погіршення платоспроможності населення