



IDS GROUP UKRAINE 2022–2023

1. Застереження

IDS Group Ukraine (тут і далі – Група) публікує цей Огляд бізнесу з метою підвищення прозорості бізнесу Групи для суспільства, зокрема з метою висвітлення результатів діяльності Групи як ключового гравця ринку упакованої води та надання заінтересованій частині українського суспільства можливості для оцінювання ефективності управління Групою.

Зміст Огляду, частота та спосіб публікації, відповідальні особи тощо не регулюються законодавством України. Менеджмент Групи може на власний розсуд змінювати будь-які аспекти цього Огляду в майбутньому, як і припинити його публікацію.

Інформація, що міститься в цьому Огляді, жодним чином не є перевіреною будь-якою третьою стороною, але є, на думку менеджменту, достатньо акуратною та повною, аби широкий загал міг мати уявлення про роботу Групи. Тим не менш інформація в цьому Огляді може містити суттєві неточності. Менеджмент та учасники Групи застерігають користувачів Огляду від ухвалення комерційних чи будь-яких інших рішень на підставі інформації, котра в ньому міститься.

2. Склад Групи

Група є найбільшим виробником мінеральної та питної води в Україні, посідаючи лідируючу позицію як в сегменті упакованої води (пластикові та скляні пляшки та жерстяні банки одноразового використання обсягом зазвичай не більш ніж 6 літрів – Сегмент PET), так і в сегменті доставки води до оселі й офісу (бутлі багаторазового використання обсягом 18,9 літра, а також супутні товари – Сегмент HOD).

Компанії Групи зазвичай є компаніями так званого суспільного інтересу, а Група загалом відіграє критичну роль у забезпеченні харчової безпеки країни.

Наразі виробництво продукції відбувається на виробничих потужностях у м. Моршин Львівської області та в м. Миргород Полтавської області.

Ключовими операційними компаніями Групи є:

Назва	ЄДРПОУ	Роль у Групі
ПрАТ «ІДС»	24364528	Дистрибуція продукції Сегмента PET
ТОВ «ІДС АКВА СЕРВІС»	42201052	Дистрибуція продукції Сегмента HOD
ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”»	22415322	Виробництво продукції під торговими марками «Моршинська», «Моршинка», «Моршинська Лимонада», «Воля», «Аляска»
ПрАТ «Миргородський завод мінеральних вод»	00382651	Виробництво продукції під торговими марками «Миргородська», «Миргородська Лагідна», «Аляска», «Аква Лайф»

Усі компанії групи взаємопов’язані процесами планування, керування ланцюгами поставок, продажів, маркетингом, а також централізованим менеджментом, процесами управління персоналом і є інтегрованими в єдині IT-системи, включаючи інформаційні системи підтримки операцій, бухгалтерського обліку, податкової та іншої звітності.

3. Благодійність і корпоративна соціальна відповідальність

З початку повномасштабного вторгнення Група регулярно передає свою продукцію для ЗСУ та лікарень, рятувальників, людей на деокупованих територіях і тих, хто був змушений залишити свої домівки та переїхати до більш безпечних регіонів України. Загальна сума допомоги Група за період повномасштабного вторгнення перевищує 320 млн грн, з них за 2023 рік — 220 млн грн.

Долаючи наслідки катастрофи на Каховській ГЕС, Група доставила на Херсонщину 5 млн літрів питної води загальною вартістю 35 млн гривень, загалом від початку повномасштабної російської агресії компанія надала питної води на суму понад 213 млн грн, а також профінансувала військове спорядження та закупівлю техніки для Збройних сил України майже на 45 млн грн.

Починаючи з 2014 року компанія системно співпрацює з благодійними фондами й організаціями, а з початком повномасштабного вторгнення обсяги допомоги значно збільшились. На сьогодні серед партнерів Групи понад 200 фондів, громадських рухів і волонтерських організацій.

Крім цього, Група продовжує виплачувати заробітну плату своїм мобілізованим співробітникам, хоча держава й скасувала таку вимогу для бізнесу в липні 2022 року. За весь час повномасштабного вторгнення сума таких виплат сягає більш як 62 млн грн.

Попри важкий для бізнесу час Група впроваджує ініціативи, що покликані поліпшувати вплив операцій Групи на довкілля. У 2023 році розпочалась програма інвестицій у спеціалізовані пластикові піддони довготривалого використання, що дасть змогу зменшити кількість одноразового таропакувального матеріалу. Також було розширено покриття ініціативи «Зелена торба» на більшу частину території країни. Метою цієї ініціативи є допомогти споживачам легко й без зайвих зусиль сортувати пластикові пляшки та віддавати їх на переробку.

4. Співробітники

Незважаючи на серйозний удар по продажах і грошовому потоку на початку вторгнення, Група навіть у найважчі часи залишалась надійним роботодавцем – ніколи не затримувала виплату зарплати і протягом воєнного стану неодноразово вдавалась до авансових платежів зарплати на 1-2 місяці з метою підтримки й утримання співробітників. Наразі Група продовжує в повному обсязі виплачувати заробітну плату всім своїм мобілізованим співробітникам.

У зв'язку з падінням обсягу операцій Група мусила закрити деякі проекти й інші активності після вторгнення, що, врешті-решт, призвело до скорочення переважно старшого та середнього менеджменту у вересні 2022-го. Група виплатила співробітникам вихідну допомогу розміром від 3 до 6 місяців окладу залежно від часу, який співробітники пропрацювали в Групі. У 2023 році чисельність персоналу залишалась переважно стабільною.

	2021	2022	2023
Власний персонал:	2,242	1,909	1,891
Дистрибуція	1,234	977	920
Виробництво	1,008	932	971
Аутстафінг (дистрибуція та логістика)	442	405	400
Всього робочих місць	2,684	2,314	2,291

Група регулярно бере участь у дослідженнях ринку оплати праці та слідкує за ринковими рівнями оплати праці для підтримання заробітних плат співробітників на конкурентоспроможному рівні. Такі перегляди відбуваються щорічно, а за наявності індикацій і декілька разів на рік. Основним критерієм підняття заробітної плати є співвідношення поточного рівня заробітної плати з ринковим показником. Отже, відсоток підняття заробітної плати може суттєво відрізнятись між регіонами, департаментами та рівнями співробітників.

У 2022 році Група майже не переглядала зарплати. У 2023-му середня зарплата по Групі підвищилась на 22% – найзначніші перегляди стосувались молодшого та середнього персоналу торговельної команди. Подальший перегляд забюджетовано на 2024 рік.

У компаніях Групи продовжують працювати системи мотивації персоналу. Залежно від встановленої схеми оцінювання розглядаються результати досягнення встановлених цілей, які були поставлені працівнику на оцінювальний період, і проводиться преміювання співробітників згідно з внутрішніми положеннями.

Незважаючи на бюджетні обмеження воєнного часу, в 2023 році Група відновила процеси навчання та підвищення кваліфікації за допомогою внутрішніх і зовнішніх ресурсів. У результаті Групу було визнано однією з трьох найкращих компаній у номінації «Місце для амбітних» за версією OBOZ.UA.

5. Податки

Попри різке падіння обсягів продажів через російське вторгнення, що призвело як до втрати територій, так і до масового відтоку споживачів з країни, Група залишається великим і сумлінним платником податків.

У млн грн	2021	2022	2023
ПДВ (окрім ПДВ при імпорті)	266	279	387
Податки, пов'язані з оплатою праці	308	331	279
Інші податки	179	89	134
Всього сплачено	752	699	800
<i>Консолідоване податкове навантаження⁽¹⁾</i>	<i>13%</i>	<i>15%</i>	<i>15%</i>
ПДВ при імпорті ⁽²⁾	241	73	2
Податок на репатріацію дивідендів	15	0	0

(1) Консолідоване податкове навантаження розраховано як сума всіх сплачених у відповідному році податків (окрім імпортного ПДВ і податку на репатріацію), поділена на консолідовану чисту виручку Групи, розраховану за правилами МСФО.

(2) Наприкінці 2022 року Група припинила імпорт мінеральної води під ТМ «Боржомі».

6. Ринкові показники

У 2022 році ринок бутильованої води суттєво скоротився через значний відтік населення. У каналі сучасної торгівлі скорочення становило 17–20% (тут і далі ринкові показники беруться за даними МРС, яке узагальнює дані щодо продажів у 18 великих мережах сучасної торгівлі). У 2023-му спостерігається позитивний тренд, якщо порівнювати з попереднім роком (+3,5% у каналі сучасної торгівлі), але про зростання до рівня довоєнних показників зараз не йдеться. Беручи до уваги відсутність продажів «Боржомі» та продаж на МОУ в 2023 році, співставні продажі Групи виросли в 2023 році на 17%.

2023 рік відзначився зростанням газованого сегмента, який є домінуючим у структурі ринку: 60% загального обсягу продажів категорії в каналі сучасного роздробу забезпечується газованим сегментом.

Понад 70% продукції в категорії бутильованої води споживається в середньому форматі (1,5–2 л). Постійні повітряні тривоги та скорочення ситуацій споживання поза домом негативно вплинули на малий формат, але у 2023 цей формат почав демонструвати ознаки відновлення.

Частка Групи в 2023 році становить 41% (у літрах), у тому числі: «Моршинська» – 31%, «Миргородська» – 7%, «Аква Лайф» – 3%. Найближчі конкуренти Групи в категорії бутильованої води: «Карпатська Джерельна» з часткою ринку 9%, «Buvette» – 9% та «Природне Джерело» – 3%. У 2023 році спостерігається зростання частки Групи на ринку порівняно з 2021 і 2022 роками.

Частка Групи в газovanому сегменті в каналі сучасної торгівлі становить 35%, у негазованому – 49%. ТМ «Моршинська» була і залишається потужним драйвером негазованого сегмента та займає понад 40%. У газovanому сегменті бренд також посідає лідерську позицію з часткою майже 25% з тенденцією до зростання. Частка ринку «Миргородської» в газovanому сегменті перевищує 10%.

За даними дослідження здоров'я бренда, «Моршинська» залишається найбажанішою маркою для покупки та споживання, цей показник зростає порівняно з 2021 роком (інший бренд Групи – «Миргородська» – посідає другу позицію). З цього ж дослідження відомо, що 100% споживачів знають бренд, а 45% називають його першим, коли їх питають про бренди бутильованої води. Нині 97% мають досвід споживання «Моршинської», а для 35% українців «Моршинська» – основний бренд.

7. Портфель та інновації

Ринок безалкогольних напоїв поступово відновлюється в обсягах після падіння у 2022 року. Ринок солодких газovaných напоїв у 2023-му зріс більше ніж на 12%, порівнюючи з попереднім роком, але ще не досяг показників 2021-го. Ринок енергетичних напоїв стрімко зростає протягом останніх кількох років, перевищуючи у 2023 році обсяги 2021-го і 2022-го в каналі сучасного роздробу.

Попри війну Група дотримується своєї стратегії, в серці якої, серед іншого, вихід в нові для Групи категорії. Для цього в 2020 році було розпочато і в 2023-му успішно завершено низку інвестиційних проєктів, а одним із найбільших був запуск асептичної лінії на Моршинському заводі.

У 2023 році Група запустила новий продукт під брендом «Моршинська Лимонада». Вже в перший сезон після запуску частка продукту сягнула 2,6%. Декілька дослідницьких агенцій відзначили новинку як найуспішніший запуск року (Nielsen) з ефективною комунікаційною підтримкою (Effie).

Для енергетичною напою «Воля» 2023 рік став не лише дебютним, але й був позначений розширенням смакової лінійки, що в результаті дозволило отримати 3,3% ринку. Наразі в деяких мережах частка «Воли» перевищує 10% в категорії енергетиків.

У 2023 році Група інвестувала значні ресурси в розробку та планування нових продуктів, які будуть задовольняти вимоги найвибагливіших споживачів, сприяти створенню нових ситуацій споживання та розвивати ринок.

8. Клієнти

Будучи найбільшим національним виробником, Група має і найбільшу національну дистрибуцію (покриття торговельних точок). Загальна кількість торговельних точок, в яких представлена продукція Групи, оцінюється в майже 64 тисячі, серед яких 6,3 тис. – сучасна торгівля, 41 тис. – традиційна торгівля, решта – інші канали продажів (HoReCa, АЗС, аптеки тощо). За даними АС Nielsen за 2021 рік (останні, які доступні Групі) дистрибуція Групи сягає 98% в традиційній торгівлі та 100% в сучасній торгівлі.

Частка сучасної торгівлі в продажах Групи сягає 57%, традиційної – 33%. На частку 10 найбільших клієнтів Групи в сучасній торгівлі припадає 39% усіх продажів Групи.

У 2022 році Група двічі виграла тендер МОУ на поставку води для ЗСУ і виконала відповідні контракти без зауважень. Всього за цими контрактами було поставлено 29 млн пляшок води. Зараз протермінована заборгованість бюджету за поставки 2022 року становить близько 30 млн грн.

9. Сегмент НОД

Група є беззаперечним національним лідером в Сегменті НОД (home and office delivery) – постачанні бутильованої води в багаторазовій тарі об'ємом 18,9 л до осель та в офіси. Разом із водою компанія також продає та надає в оренду обладнання для розливу, підігріву й охолодження питної води (кулери, диспенсери, помпи), а також постачає різноманітні супутні товари.

Станом на кінець 2023 року доставка води здійснюється в 1658 населених пунктів країни. У Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі та Львові доставку здійснюють власні підрозділи Групи, в інших містах доставка забезпечується мережею партнерів-франчайзі. Через початок повномасштабного вторгнення кількість франчайзі зменшилась від 60 партнерів в 2021 року до 45 наприкінці 2023 року.

Клієнтами Групи в Сегменті НОД є домогосподарства (80%) та компанії (20%). Група надає широкі можливості для оформлення замовлень: на сайті mywatershop.com.ua, в застосунку та через контакт-центр. Кількість замовлень через online-канали становить 75%.

	Од.	2021	2022	2023
Загальні продажі води	млн л	201	110	124
Загальна кількість замовлень	тис.	3 735	2 074	2 262
Активна клієнтська база	тис.	157	94	101

Наразі розлив води формату 18,9 л виконується на Моршинському та Миргородському заводах мінеральних вод. Третій виробничий майданчик у м. Гола Пристань, на якому здійснювався налив для споживачів північних регіонів країни, в перші тижні вторгнення опинився на тимчасово окупованій території.

10. Виробничі потужності

Виробничі потужності Групи представлені двома заводами – в м. Моршин Львівської області та м. Миргород Полтавської області. Моршинський завод мінеральних вод виробляє весь асортимент продукції під ТМ «Моршинська», «Моршинка», «Лимонада», «Воля» й «Аляска». Миргородський завод мінеральних вод виробляє продукцію під ТМ «Миргородська», «Миргородська Лагідна», «Аляска» й «Аква Лайф».

Група володіє ліцензіями на видобуток природної мінеральної води з відповідних джерел і свердловин, наразі за різними типами вод використовує від 20% до 50% доступного ліцензованого дебету, отже, забезпеченість водними ресурсами є задовільною.

Виробничі потужності заводів складаються з 13 виробничих ліній сукупною максимальною паспортною виробничою потужністю 263 тисячі пляшок на годину. Ця потужність забезпечена відповідними потужностями водопідготовки, а також складськими та відвантажувальними потужностями.

Усі виробництва Групи сертифіковані за стандартом FSSC22000, що надає право реалізовувати продукцію у будь-яких торговельних точках по всьому світу без додаткових аудитів виробництва.

11. Капітальні інвестиції

Протягом 2019–2021 років Група впровадила амбіційну програму капітальних інвестицій, спрямовану на виконання довгострокової стратегії до 2030 року, яка передбачає інноваційне зростання. Серед іншого було побудовано новий склад на Моршинському заводі, придбано та встановлено три нові лінії розливу, включаючи надсучасну асептичну лінію виробництва KRONES вартістю більш як 15 млн євро. Також значні інвестиції було скеровано в оновлення та розширення парку торговельного обладнання.

У млн. грн.	2021	2022	2023
Виробництво	656	155	86
Логістика	22	7	5
Торгівля	138	6	39
Інформаційні технології	35	14	4
	850	182	133

З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну Група значно скоротила капітальні інвестиції, сфокусувавши свої ресурси на закінченні проєктів 2021 року та підтриманні наявних виробничих і торговельних потужностей.

12. Зовнішнє фінансування

Боргові та прирівняні до них фінансові інструменти групи складаються з банківського фінансування, фінансового лізингу (переважно офісні приміщення та парк легкових автомобілів) та протермінованої кредиторської заборгованості за поставки «Боржомі». Залишки по відповідних групах на кінець відповідних років наведені в таблиці нижче:

У млн грн	2021	2022	2023
Банківське фінансування:			
в іноземній валюті	179	215	104
в гривні	311	260	149
Фінансовий лізинг	176	121	93
Кредиторська заборгованість за поставки «Боржомі» в 2022 році	0	259	270

Протягом 2022–2023 років група мала протерміновану заборгованість перед іноземним банком, погашення якої було заборонено НБУ з початку вторгнення. У липні 2023 року НБУ зняв певні обмеження щодо обслуговування таких кредитів. Станом на кінець 2023 року Група не має протермінованої заборгованості перед банками та не порушує жодних зобов'язань за кредитними договорами, що могли б надати кредиторам право вимагати дострокового погашення відповідних кредитів.

13. Ключові фінансові показники

Як і для всієї економіки України, повномасштабне вторгнення росії в Україну мало шоковий ефект на операції Групи. Перші тижні вторгнення відзначились колапсом ланцюгів постачання як таропакувальних матеріалів (ТПМ), так і готової продукції, тотальним дефіцитом транспорту, переходом у розрахунках на передоплату тощо. Вкрай гостра ситуація з ланцюгами постачання зберігалась принаймні до кінця паливної кризи в липні 2022 року. Всі ці ефекти загострювались девальвацією гривні з 28 на початку 2022-го до 37 за 1 долар США наприкінці року.

Група відповіла на ці виклики переорієнтацією з прибутковості та зростання на підтримання виробництва задля збереження постачання українцям критично важливого продукту харчування, а також на підтримці власних співробітників і благодійності. У результаті такої зміни парадигми Група абсорбувала величезне зростання витрат, не вдаючись до підвищення цін в 2022 році, що відобразилось на фінансових результатах за 2022 рік.

	Од.	2021	2022	2023
Продажі сегмента PET				
Пляшки	Тис.	600,896	435,309	449,250
Літри	Тис.	762,589	612,758	594,469
Чиста виручка	Тис. грн	4822,870	4098,384	4732,226
Продажі сегмента HOD				
Пляшки	Тис.	26,230	14,212	16,316
Літри	Тис.	201,291	110,116	124,287
Чиста виручка	Тис. грн	847,489	569,566	751,037
Сумарна чиста виручка	Тис. грн	5670,359	4667,950	5483,263
ЕВІТДА ⁽³⁾	Тис. грн	903,237	335,773	841,409
ЕВІТ	Тис. грн	614,357	-70,663	449,662
Чистий прибуток	Тис. грн	480,702	-180,255	306,848
Операційний грошовий потік	Тис. грн	870,947	298,728	699,388
Вільний грошовий потік	Тис. грн	22,798	134,825	586,495
Загальний грошовий потік	Тис. грн	-195,524	-11,014	264,992
Загальний борг	Тис. грн	480,999	478,281	263,659
Чистий борг	Тис. грн	81,839	63,021	-312,890
Коефіцієнт загальної ліквідності		1,41	1,27	1,61
Коефіцієнт покриття відсотків		203	-6	65

(3) Показник ЕВІТДА (прибуток до вирахування відсотків, податку на прибуток та амортизації) розраховується за політикою Групи та не включає певні операційні витрати, такі як результати тесту на знецінення, екстраординарні витрати, витрати на благодійність тощо.

Найбільшими факторами впливу на продажі 2023 року залишаються еміграція населення, втрата територій, зменшення ситуацій споживання (повітряні тривоги, зміна поведінки тощо) та вимушене підняття цін.

На фоні подальшого зростання витрат на ТПМ в 2023 році Група вимушена була вдатись до помірною підняття цін, що привело до відчутного покращення фінансових показників.

14. Основні ризики та невизначеності

Неспровокована агресивна війна росії проти України була та залишається домінуючим джерелом різноманітних ризиків для стабільності операцій Групи, а саме:

- зменшення ринку через подальшу еміграцію населення;
- знищення запасів і виробничих потужностей у результаті обстрілів, у тому числі далеко від лінії фронту;
- перебої в електропостачанні в результаті пошкодження об'єктів енергетичної інфраструктури через ракетні обстріли;
- втрати виробничого часу через повітряні тривоги;
- дефіцит персоналу через мобілізацію – як висококваліфікованого інженерно-технічного персоналу, так і менш спеціалізованого, але масового персоналу.

Дії АРМА з передання корпоративних прав ПрАТ «ІДС» та ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» в управління третій стороні (якщо будуть успішні) матимуть не тільки серйозні негативні наслідки для конкуренції на ринку упакованої води через надмірну концентрацію, але й, напевно, призведуть до тривалого припинення виробництва на обох виробничих майданчиках та, відповідно, припинення постачання продукції в торговельні мережі на невизначений термін через критичну взаємозалежність всіх компаній Групи, які перебувають в єдиному інформаційно-мережевому середовищі.

Санкційне законодавство в частині надання та/або продовження спеціальних дозволів на користування надрами в поточному вигляді призведе до втрати Групою можливості використання суттєвої частини дебету (водного ресурсу), що призведе до падіння виробництва та дефіциту упакованої води на ринку.

Обмінний курс гривні, вартість РЕТ-грануляту, а також динаміка тарифів на **міжнародний і національний автомобільних фрахт** були до війни й наразі залишаються одними з основних драйверів прибутковості та цінової політики Групи.