

Междинен доклад

за дейността на “СЛЪНЧЕВ ДЕН” АД

към 30 юни 2009 г.

1. Данни за емитента.

Към 30.06.2009 г. “Слънчев ден” АД е търговско дружество, вписано във Регистъра за търговски дружества от Варненският Окръжен съд с решение № 423/15.03.2002 г. под №41, том 249, стр.162 по ф.д.№ 423/2002г., пререгистрирано в търговския регистър, воден от Агенция по вписванията към министерство на правосъдието, ЕИК/код по БУЛСТАТ 813095508, ЕФН 0302004232 със седалище гр.Варна и адрес на управление к.к. “Св. Константин”, електронен адрес ggergov@sunnydaybg.com, електронна страница в Интернет www.sunnydaybg.com и телефон за връзка 052/361917.

Дружеството е с едностепенна система на управление.

Дружеството се управлява от **Съвет на директорите** в състав:

- **Цветомир Георгиев Гергов**, ЕГН 7901104448 , гр.Пловдив,ул.”Полк.Сава Муткуров” № 47 ет.6;
- **Тодор Георгиев Гергов**, ЕГН 7607074400, гр.Пловдив,ул “Иван Радославов” № 13;
- **Ташонка Атанасова Иванова**, ЕГН 5104214370, с. Манолско Конаре, ул.13-та 12.
- **“Съни Тур” ЕООД** чрез представител **Георги Тодоров Гергов**, ЕГН 5612124380,гр.Пловдив,ул ”Цар Ивайло” № 16

“Слънчев ден” АД се представлява от председателя на Съвета на директорите **“Съни Тур” ЕООД** чрез представител **Георги Тодоров Гергов**

Предмет на дейност: сделки с чуждестранни средства за плащане в брой, вътрешен и международен туризъм, хотелиерство, ресторантьорство, туроператорска дейност и туристическа агентска дейност /след лиценз/, балнеолечение, комплексно обслужване на конгреси, симпозиуми, конференции, спортни прояви, транспортни услуги, обслужване на плавателни съдове, развлекателни игри /след съответното разрешение/, търговия.

2. Анализ на туристическия продукт

2.1. Основни показатели на реализацията на продукта

Комплексният туристически продукт на “Слънчев ден“ има три основни направления:

- морски рекреативен туризъм
 - продажби по ваучер на международния и вътрешния туристически пазари
 - продажби на място (главно на клиенти от вътрешния пазар);
- балнеоложки туризъм – продажби по ваучер и на място;
- конгресен туризъм, сватбен туризъм и корпоративни прояви – главно в началото и в края на сезона.

Определящ мотив за покупка на продукта на комплекса на международния пазар през отчетния период 01.01.-30.06.2009г са балнеологичните програми, предлагани от туроператорите – контрагенти. Специализирана в продажбите на балнеопрограмите на комплекса е туроператорска фирма – традиционен партньор Kur Club.

По отчетни данни към дата 30.06.2009г. се наблюдава следната структура на продажбите по пазари на база показатели за брой туристи и туродни:

Пазар	Брой туристи			Брой нощувки		
	2009	2008	%	2009	2008	%
Германия	2266	2969	-24.68	26507	34935	-24.12
Русия	551	922	- 40.23	4747	7800	-39.14

към 30 юни 2009 г.

Франция	14	49	-71.43	90	317	-71.61
Скандинавия	41	79	-48.10	374	748	+35.12
Румъния	153	101	+51.48	569	535	+6.36
Общо чужд.	3375	4542	+25.70	34131	46643	+26.83
България	2548	2147	+18.78	8371	5079	+64.82
Общо	5923	6685	-11.40	42502	51722	-17.83

От посочените данни в таблицата ясно се вижда, че като цяло се е увеличил броя на българските и румънските туристите, които са почивали в "Слънчев Ден", но те не могат да компенсират спада на немски и руски пазар.

2.2. Структура на реализираните туродни. Влияние на безплатни туродни (експраси) и детски намаления

Анализът на структурата на реализираните туродни е базиран на два основни параметъра: емитивен пазар и формула на изхранване (ВВ, НВ, FB, All inclusive), като се взема под внимание детските намаления в различните формули на изхранване.

Спецификата на установените традиции в пътуванията на различните пазари по отношение на избора на сезон, както и особеностите на предлагания продукт са причина за преобладаващото присъствие на туристи от пазар Германия на ол инклюдив през отчетния период. Броя на туристите по пансион за периода 01.01.-30.06.2009 по хотели е следният:

Борд/хотел	Палас 5*	Марина 4*	Мираж 4*	Вероника 3*	TOTAL
ALL	461	12 316	5 866	6 188	24 831
FB	171	1 346	780		2 297
НВ	9 515	226	12	18	9 771
ВВ	4 264	216	432	201	5 113

Данните сочат тенденция към утвърждаване предлагането на AI-формулата като основна форма на предлагане на хотелите на "Слънчев ден".

Сравнението 2008/2009 на структурата на туродните за този пазар по пансион за периода 01 януари-30 юни 2009 г. показва следното:

Германия

Пазар Германия	2008 г.		2009 г.	
	% от общ бр. туродни	% на безпл. туродни	% от общ бр. туродни	% на безпл. туродни
All Inclusive	72.79%	25.13%	72.92 %	25.79%
ВВ	1.93%	6.23%	1.27 %	8.44%
НВ	25.12%	1.67%	25.30 %	2.38%
FB	0.15%	0%	0.51 %	0%

Русия

Пазар Русия	2008 г.		2009 г.	
	% от общ бр. туродни	% на безпл. туродни	% от общ бр. туродни	% на безпл. туродни
All Inclusive	91.57%	11.61%	88.44%	1.97%
ВВ	8.43%	7.69%	11.56%	0.79%
НВ	0%	0%	0%	0%
FB	0%	0%	0%	0%

България

Пазар България	2008 г.		2009 г.	
	% от общ бр. туродни	% на безпл. туродни	% от общ бр. туродни	% на безпл. туродни
All Inclusive	44.03%	0%	58.58%	17.68%
ВВ	53.14%	0%	30.07%	0%
НВ	2.84%	0%	7.30%	0%
FB	0%	0%	3.97%	0%

Пазар Германия показва относително непроменени стойности на съотношение на безплатни дни по различните типове изхранване. Пазар Русия показва леко намаление на гостите на ол инклузив. Това се дължи на факта, че все по-малко руски гости от х-л Палас закупуват ол инклузивни пакети в х-л Марина и се ориентират към хранене в х-л Палас.

Пазар България – по-малкият дял на гостите на ол инклузив се обяснява с това, че основна част от гостите до юни месец са участници в мероприятия, организирани в комплекса.

2.3. Основни конкуренти и клиенти – предимства и недостатъци на емитента спрямо тях

Основни конкуренти за “Слънчев ден” са фирмите, работещи в системата на туризма главно по Северното Черноморие (ВК “Ривиера”, КК “Св. Константин” и др.). Този факт се обуславя от разположението на базата на самия морски бряг и спецификата на продукта при сравнително сходни локализация и условия.

За разлика от големите курортни комплекси, като “Златни пясъци” и “Албена” например, “Слънчев ден” има забележително предимство – уникалността по отношение на природни дадености в съчетание със спокойствието и компактността на комплекса. Всичко това прави комплекса предпочитан като спокоен и уютен оазис на Северното Черноморие със специфична атмосфера.

Като предимство бихме могли да отбележим както разнообразието от различни по категория хотели локализирани в един затворен комплекс, така и наличието на минерални извори на територията му. Това създава предпоставки за привличане на туристи с различна покупателна способност и потребности и стимулира продажбите на вътрешния туристически пазар.

Наличието на два балнеологични центъра в “Слънчев ден”, в които се предлагат над 100 вида различни медицински процедури и Спа услуги е фактор, определящ по-дългият туристически сезон от 15 март до 15 октомври.

Безспорни са и предимствата на комплекса и атрактивността му за привличане на повече клиенти за конгресен туризъм и корпоративни прояви. Това е един от важните елементи за повишаване на ефективността от дейността му и увеличаване на продажбите на туристически услуги.

Основни наши партньори са туроператорските фирми REWE Touristik, Kur Club – Franz Rais, BG Tours, ALL Tours, Солвекс, Екип 2М, BVT и много други чужди и български туроператори с опит и традиции на туристическия пазар.

2.4. Реализация на конгресни мероприятия

ТК “Слънчев ден” е с традиции в провеждането на конгресни, конферентни и корпоративни мероприятия, фирмени срещи, семейни и сватбени тържества

Сравнителна таблица 2006/2007			
	2009 г.	2008 г.	2009/2008 %
Брой мероприятия	39	30	+30%
Брутоприход в лева	226 000.01	413 139.16	-45.30%
Общ брой участници	2 056	2 457	-16.32%
Общ брой нощувки	1 053	1 936	-45.61%

От посочените в таблицата данни става ясно, че броя на проведените мероприятия се е увеличил спрямо 2008г. Финансовото изражение на брутните приходи от конгресни мероприятия за 2009г. е намалял, което показва, че фирмите свиват бюджетите си за мероприятия, но продължават да ги организират съзнавайки необходимостта от такива дейности. Увеличването на броя на проведените мероприятия показва гъвкавост от страна на Слънчев ден и умерен стремеж за адаптиране към икономическата криза.

ИЗВОД:

Данните за шестмесечието сочат намаление на финансовите показатели, в това число и на приходите от проведените мероприятия. Регистрираният спад от 11% в броя на туристите е по-малък от процента намаление на преминали туристи на летище Варна, което показва по-слабото влияние на комплекса от трудностите при подобряване на заетостта през това лято. Тенденциите са към увеличаване на присъствието на български и румънски туристи. Нов анимационен екип се грижи за развлекателната програма на гостите в комплекса на 4 езика: български, руски, немски и английски. Надяваме се, че това в краткосрочен план, наред с подобряване на храненето на ол инклузивните хотели, да привлече повече български и руски гости в комплекса

3. Капитал и акции

Капиталът на дружеството е в размер на 11 326 296 /единадесет милиона триста двадесет и шест хиляди двеста деветдесет и шест/ лева, разпределен в 11 326 296 поименни акции с номинална стойност 1 лев всяка. Увеличението и намалението на капитала, докато Дружеството е публично, става при спазване на ЗППЦК. Капиталът на Дружеството може да бъде увеличен чрез издаване на нови акции, чрез увеличаване на номиналната стойност на вече издадени акции или чрез превръщане на облигации в акции.

Капиталът на Дружеството може да се намали чрез намаляване на номиналната стойност на акциите или чрез обезсилване на акции след придобиването им от Дружеството. Решенията на ОС за увеличаване или намаляване на капитала се приемат с мнозинство 3/4 от съдебно регистрирания капитал. Прехвърлянето на поименните акции се извършва по реда на закона и се вписва в книгата на акционерите при Централния Депозитар.

4. Дългосрочни инвестиции.

	30.06.2009	31.12.2008
	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ. ЛВ.
ЗПАД "България" –0,08 % от капитала	2	2
"Пълдин Туринвест" АД- 1,66 % от капитала	2 825	2 825
"Търговски дом" АД – 21,25 % от капитала	9 780	9 780
"Пътища" АД- 6,24 % от капитала	16 000	16 000
Общо:	28 607	28 607

Няма промяна в дългосрочните инвестиции на Дружеството.

5. Основни финансово икономически резултати.

Приходи от дейността /нетни приходи от продажби/

Нетни приходи от продажба на:	към 30.06.2009		към 30.06.2008		ръст % 2009/2008
	ХИЛ.ЛВ	отн. тегло %	ХИЛ.ЛВ	отн. тегло %	
п-ди от стоки	605		1284	34	-53
п-ди от услуги	2212		2232	59	-1
други приходи	268		299	7	-10
Общо приходи	2985	100	3 815	100	-22

Наблюдава се намаление на нетни приходи от продажби, спрямо същия период за миналата година, отражение на икономическата криза и стагнация на туристическия пазар.

Разходи за дейността

Раздели	към 30.06.2009		към 30.06.2008		ръст % 2009/2008
	хил.лв	отн. тегло %	хил.лв	отн. тегло %	
Разходи по икон. елементи	3 877	80	5 284	75	-27
р-ди за материали	910		1 184		-23
р-ди за външ.услуги	655		615		6
р-ди за амортизации	1070		1 105		-3
р-ди за възнагражд.	564		653		-14
р-ди за осигуровки	107		132		-19
бал.с/ст прод.активи	403		576		-30
други разходи	168		1 019		-83
Финансови разходи	960	20	1 763	25	-46
разходи за лихви	883		1 659		-47
отр.р/ки с фин.акт.					
отр.р/ки вал.курсове	2		7		-71
други фин. разходи	75		97		-23
Общо р/ди за дейността	4837	100	7 045	100	-31

От сравнителния анализ е видно значително намаление на разходите спрямо същия период за 2008 год. и то по всички елементи на разходите с цел компенсиране намалените приходи.

Счетоводният финансов резултат на "Слънчев ден" АД към 30 юни 2009 год. е загуба в размер на 1 697 хил. лв. срещу 3 202 хил.лв. за същия период на миналата година.

6. Важни събития, настъпили през тримесечието и с натрупване от началото на финансовата годината

През второ тримесечие на 2009 год. няма настъпили промени, сделки и събития, които да оказват значимо влияние върху резултатите във финансовия отчет на дружеството.

7. Фактори на финансовия риск

Рисковете, които влияят върху дейността на “Слънчев ден” АД могат да се разделят на две основни групи: систематичен и несистематичен риск.

7.1 Систематичен риск

Систематичният риск е генериран от икономиката като цяло в резултат на колебанията на основните макроикономически параметри. Той влияе на дейността на всички стопански субекти и по принцип върху него не може да се въздейства. Въпреки това отделните стопански субекти могат да прогнозират вероятните параметри на неговото проявление и да предприемат конкретни мерки за намаляване на негативното му влияние.

7.1.1. Ценови риск

Ценовият риск е резултат от вероятността, пазарите на ценни книжа да повлияят върху доходността на инвестиционните активи по начин различен от очакванията.

7.1.2. Лихвен риск

Поражда се от въздействието на колебанията в лихвените проценти и оказва пряко влияние върху всеки заем или инвестиране на средства. В ситуацията на валутен борд колебанието на лихвените равнища е незначително и това намалява въздействието на лихвения риск върху дейността на “Слънчев ден” АД.

7.1.3. Инфлационен риск

Инфлационният риск е свързан с отклоненията на фактичката инфлация от очакваната. Това води до колебания в реалното изражение на възвращаемостта на вложените в дейността парични средства. В условията на валутен борд този риск оказва незначително въздействие върху дейността на дружеството.

7.1.4. Риск, свързан със задълженията към бюджета

Измененията в законодателството, свързани със задълженията към бюджета, оказват влияние върху размера на разходите, съответно нетния финансов резултат и финансов ресурс на “Слънчев ден” АД. Прогнозирането и планирането на паричните потоци позволяват при настъпване на подобни изменения да се направят бърз анализ и оптимизиране на разходните потоци.

7.2 Несистематичен(специфичен) риск

Несистематичният риск обхваща всички специфични за “Слънчев ден” АД фактори, които въздействат върху дейността му. Той е различен в зависимост от сферата на дейността на компанията и включва:

7.2.1. Инвестиционен риск

Рискът в инвестиционния процес е свързан с вероятността фактическите постъпления да се различават от прогнозираните. Намаляването на този риск се постига чрез влагане на капитала в търговски дружества от различни отрасли, както и оптималното съчетание на дългосрочни и краткосрочни инвестиции.

7.2.2. Секторен риск

Това е рискът да се инвестира в търговски дружества от даден отрасъл. Един от основните принципи на управление е ротация на секторите, при който ресурсите се преместват към сектора, в който се смята, че ще има по голяма възвращаемост.

7.2.3. Финансов риск

Този риск е свързан с вероятността от настъпване на евентуални финансови проблеми като неплащане на задължения, трудно събираеми вземания, високи постоянни разходи и други. За “Слънчев ден” АД този риск системно се анализира с цел взимане на навременни мерки в зависимост от конкретната ситуация.

8. Допълнителна информация

8.1. Информация за промени в счетоводната политика през отчетния период, причините за тяхното извършване и по какъв начин се отразяват на финансовият резултат и собствения капитал на емитента.

За периода на второ тримесечие на 2009 год. няма настъпили промени в счетоводната политика на Дружеството.

8.2. Информация за икономическата група на емитента

Емитентът не участва в икономическа група.

8.3. Информация за резултатите от организационни промени в рамките на емитента

8.3.1. За периода няма настъпило преобразуване в рамките на Дружеството

8.3.2. Информация за настъпили промени в дългосрочните инвестиции на Дружеството

През второ тримесечие на 2009 год. не са настъпили промени в дългосрочните инвестиции на Дружеството.

8.3.3. За текущия период Дружеството няма преустановени дейности.

8.4. Становище на управителния орган относно възможностите за реализация на публикувани прогнози за резултатите от текущата финансова година, като се отчитат резултатите от текущото тримесечие, както и информация за факторите и обстоятелствата, които ще повлияят на постигането на прогнозните резултати най малко за следващото тримесечие

Дружеството няма публикувани прогнози за резултатите от текущата финансова година, включително за резултатите от текущото тримесечие.

8.5. Данни за лицата, притежаващи пряко и непряко най малко 5 на сто от гласовете в общото събрание към края на съответното тримесечие, и промените в притежаваните от лицата гласове за периода от края на предходния тримесечен период

№	Акционер	ЕГН/ЕИН	бр.акции	% от капитала
1.	Съни Тур ЕООД	121635623	6229464	55,00
2.	Цветомир Георгиев Гергов	7901104448	2309136	20,39
3.	Тодор Георгиев Гергов	7607074400	2265264	20,00

*Представената информация е към 30.06.2009 год.

Няма промени в притежаваните от лицата гласове за периода от края на предходния тримесечен период.

8.6. Данни за акциите, притежавани, от управителните и контролни органи на емитента към края на съответното тримесечие, както и промените, настъпили за периода от края на предходния тримесечен период за всяко лице поотделно

№	Акционер	ЕГН/ЕИН	бр.акции	% от капитала
1.	Съни Тур ЕООД	121635623	6229464	55,00
2.	Цветомир Георгиев Гергов	7901104448	2309136	20,39
3.	Тодор Георгиев Гергов	7607074400	2265264	20,00

*Представената информация е към 30.06.2009 год.

Няма промени в притежаваните от лицата гласове за периода от края на предходния тримесечен период.

8.7. Към 30.06.2009 год. Дружеството няма висящи съдебни, административни или арбитражни производства, касаещи задължения или вземания в размер най малко 10 на сто от собствения капитал.

8.8. Към второ тримесечие няма изменение в отпуснатите от емитента заеми, предоставяне на гаранции или поемане на задължения общо към едно лице или негово дъщерно дружество, в това число и на свързани лица. В рамките на тримесечието Дружеството не е сключвало сделки със свързани лица, които да са повлияли съществено на финансовото състояние или резултатите от дейността.

Ръководител:

Георги Гергов