

Междинен доклад

за дейността на “СЛЪНЧЕВ ДЕН” АД
към 30 септември 2009 г.

1. Данни за емитента.

Към 30.09.2009 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.б;
- **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**. Месец октомври представителят на

юридическото лице “Съни Тур” ЕООД *Георги Гергов* е заменен от *Митко Атанасов*

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.-30.09.2009г са балнеологичните програми, предлагани от туроператорите – контрагенти. Специализирана в продажбите на балнеопрограмите на комплекса е туроператорска фирма – традиционен партньор *King Club*.

По отчетни данни към дата 30.09.2009г. се наблюдава следната структура на продажбите по пазари на база показатели за брой туристи и туродни:

към 30 септември 2009 г.

Пазар	Брой туристи			Брой нощувки		
	2009	2008	%	2009	2008	%
Германия	5 137	8 232	-37.60	62 568	101 037	-38.07
Русия	1 442	2 610	- 44.75	18 582	33 518	-44.56
Франция		148			1 211	-
Скандинавия	103	184	-44.02	912	1 731	- 47.31
Румъния	360	253	+29,72	1 809	1 562	+15.81
Други	1178	1174	+ 0,34	9002	9881	-8,89
Общо чужд.	8 220	12 601	+34.77	92 873	148 940	+ 37.64
България	4 820	3 499	+37.75	21 262	12 643	+68.17
Общо	13 040	16 100	-19.00	114 135	161 583	-29.36

От посочените данни в таблицата ясно се вижда, че като цяло се е увеличил броя на българските и румънските туристи, 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 (екстраси) и детски намаления

Анализът на структурата на реализираните туродни е базиран на два основни параметъра: търсене ,формула на изхранване (ВВ, НВ, FB, All inclusive), и като се вземат 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 нощувките по пансион за периода 01.01.-30.09.2009 по хотели е следният:

Борд/хотел	Палас 5*	Марина 4*	Мираж 4*	Вероника 3*	TOTAL
ALL	847	31 704	18 805	16 094	67 450
FB	553	2 120	842		3 515
НВ	15 750	670	20	542	16 982
ВВ	14 082	1 005	9 200	1 901	26 188

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 септември 2009 г. показва следното:

Германия

Пазар Германия	2008 г.		2009 г.	
	<i>% от общ бр. туродни</i>	<i>% на безпл. туродни</i>	<i>% от общ бр.туродни</i>	<i>% на безпл. туродни</i>
All Inclusive	81.38 %	18.92 %	73.73 %	20.30 %
ВВ	1.98 %	5.01 %	2.20 %	6.67 %
НВ	16.43 %	1.16 %	13.10 %	1.93 %
FB	0.14 %	14.00 %	0.31 %	0.00 %

Русия

Пазар Русия	2008 г.		2009 г.	
	<i>% от общ бр. туродни</i>	<i>% на безпл. туродни</i>	<i>% от общ бр.туродни</i>	<i>% на безпл. туродни</i>
All Inclusive	90.10 %	11.34 %	83.19 %	1.88 %
ВВ	9.91 %	9.23 %	12.19 %	0.27 %
НВ	0.00 %	0.00 %	3.21 %	0.00 %
FB	0.00 %	0.00 %	1.42 %	0.00 %

България

Пазар България	2008 г.		2009 г.	
	<i>% от общ бр. туродни</i>	<i>% на безпл. туродни</i>	<i>% от общ бр.туродни</i>	<i>% на безпл. туродни</i>
All Inclusive	20.00 %	0.00 %	55.31 %	11.10 %
ВВ	75.47 %	0.00 %	20.17 %	0.00 %
НВ	4.53 %	0.00 %	1.29 %	0.00 %
FB	-	0.00 %	16.47 %	0.00 %

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 – основно участвалите в мероприятията са били на ВВ а почти всички индивидуално настанени са ползвали ALL Inclusive

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 2008/2009			
	2009 г.	2008 г.	2009/2008 %
Брой мероприятия	114	46	+60%
Брутоприход в лева	652726.00	610820.00	+ 0.06%
Общ брой участници	4785	3335	+30%
Общ брой нощувки	2952	3390	-13%

От посочените в таблицата данни става ясно, че броя на проведените мероприятия се е увеличил спрямо 2008г. Финансовото изражение на brutните приходи от конгресни мероприятия за 2009г. показва, че фирмите свиват бюджетите си за мероприятия, но продължават да ги организират съзнавайки необходимостта от такива дейности и една част от тях не са ползвали нощувка. Увеличаването на броя на проведените мероприятия а също така и активните интернет продажби показват, гъвкавост от страна на маркетинга в търсенето и стремеж за адаптиране към икономическата криза.

ИЗВОД:

Данните за деветмесечието сочат намаление на финансовите показатели и от организирани туристи и увеличение на интернет продажбите. 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 грижише 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, непрекъснатото обновяване на сайта и започването на по ранни интернет продажби на българския и руски и румънски пазар да привлече повече 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.

	30.09.2009	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 30.09.2009		към 30.09.2008		ръст % 2009/2008
	ХИЛ.ЛВ	отн. тегло %	ХИЛ.ЛВ	отн. тегло %	
п-ди от стоки	1 436	18	3 509	33	-59
п-ди от услуги	6 241	78	6 601	62	-5
други приходи	345	4	466	5	-26

Общо приходи	8 022	100	10 576	100	-24
---------------------	--------------	------------	---------------	------------	------------

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 30.09.2009		към 30.09.2008		рѳст % 2009/2008
	хил.лв	отн. тегло %	хил.лв	отн. тегло %	
Разходи по икон. елементи	6 823	84	8 984	77	-31
р-ди за материали	1 636		2 219		-26
р-ди за вѳнш.услуги	999		985		1
р-ди за амортизации	1 592		1 655		-4
р-ди за възнагражд.	1 088		1 209		-10
р-ди за осигуровки	206		244		-15
бал.с/ст прод.активи	1 015		1 535		-33
други разходи	287		1 137		-75
Финансови разходи	1 280	16	2 651	23	-51
разходи за лихви	1 177		5 509		-78
отр.р/ки с фин.акт.					
отр.р/ки вал.курсове	3		9		-67
други фин. разходи	100		133		-25
Общо р/ди за дейността	8 103	100	11 635	100	-30

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 септември 2009 год. е печалба в размер на 103 хил. лв. срещу загуба в размер на 905 хил.лв. за същия период на миналата година.

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

През трето 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 фактическата 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 които 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 постянни 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 трето 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 трето 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 30.09.2009 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 30.09.2009 год.

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

8.7. Към 30.09.2009 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 трето 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:

Митко Атанасов