

ГОДИШЕН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

ДОКЛАД на управлението по чл. 33 от Закона за счетоводството

2015 година

**“БУДМАКС“ ЕООД
1138 София, ул. ”Самоковско шосе” 2 А**

Тел. (+359 2) 923 19 23; факс: (+359 2) 923 19 24

www.budmax.bg

Този доклад е изготвен съгласно чл. 33 ал. 1 от Закона за счетоводство. При изготвянето на доклада са спазени принципите на вярно и честно представяне на развитието и резултатите от дейността на дружеството.

Обща информация за дружеството

“Будмакс” ЕООД, гр. София, рег. по ф.д. № 11375 по описа на СГС, ФО, за 2006 г., парт. № 109332, том 1475, стр. 86, БУЛСТАТ 175152788, ЕФН № 2106113758.

“Будмакс” ЕООД, гр. София е учредено и вписано като Еднолично дружество с ограничена отговорност с Решение № 1 по ф.д. № 11375 на СГС на 11.10.2006 г. Дружеството е учредено безсрочно.

“Будмакс” ЕООД е учредено в Република България, със седалище в гр. София и адрес на управление кв. “Горубляне”, ул. “Самоковско шосе” № 2 А, тел. /02/ 923 19 23, факс /02/ 923 19 24, e-mail: office@budmax.bg, web-site: <http://www.budmax.bg>

Управление:

Дружеството се управлява и представлява от Даниел Аурел Динулеску.

Локации и клонове:

Административната и търговска дейност на “Будмакс” ЕООД е локализирана на адреса на управлението на дружеството – гр. София, 1138, кв. “Горубляне”, ул. “Самоковско шосе” № 2 А. Дружеството няма регистрирани клонове в страната и чужбина.

Основни собственици:

Към 31.12.2015 г. едноличен собственик на капитала е:

„Арабеск” СРЛ, Република Румъния, със седалище гр. Галати, ул. „Тимусулуй” 1, код 6200 - едноличен собственик на капитала, в размер на 9 088 000 лв.

Организационна структура:

„Будмакс” ЕООД е фирма, търгуваща на едро с дървени и строителни материали.

Дружеството е маркетингово ориентирано с обект на внимание нуждата на потребителя. Маркетингова концепция, чийто средства за достигане са комплексни за получаване на печалба за сметка на осигуряване удовлетвореност на потребителя.

Пазарите на компанията са идентифицирани като релевантни на база концепция за предполагаема конкурентна реакция.

При дефиниране на основни пазари на компанията се прилага стратегия на фокусиране, която предполага концентриране на маркетинговите усилия само върху определени пазарни сегменти и завоюване на лидерска позиция при задоволяване на конкретни потребителски потребности.

2. Преглед на дейността на дружеството през 2015 г.

Микрообкръжаващата среда, която се формира от частта на елементите на маркетинговата среда и която има непосредствено отношение към възможностите на предприятието да обслужва своите клиенти в условията на непрекъснато развиваща се конкурентна среда, налага гъвкава политика по адаптация към тях. С тази цел компанията прие програма, с която бяха дефинирани необходимите етапи към успешно бъдеще, както следва:

- Съставяне на нов оперативен план на компанията;
- Оптимизация на процесите при транспорта и доставките на стоките;
- Дефиниция на необходимите ресурси;
- Определяне на нови механизми за оптимизация и разпределяне на разходите.

Съставянето на новия оперативен план през отчетния период целеше постигане на оптимална структура на компанията, ефективност в бизнес процесите и търговията. Ръководството фокусира вниманието и усилията си върху контрол и съкращаване на разходите на компанията при новите условия, в т.ч. постигане на максимална гъвкавост при планиране на търговската дейност и доставка на стоки за постигане на висока икономическа ефективност на дружеството.

Дружеството обслужва редовно задълженията си към доставчици, като няма просрочени изискуеми задължения.

Към 31.12.2015 Будмакс ЕООД няма стари задължения към персонала си, бюджета и социалното осигуряване. Срещу дружеството няма заведени съдебни дела.

През изминалия период се наблюдава увеличение на търговските обороти на дружеството. Бяха постигнати нови търговски договорености с доставчици за добро съвместно сътрудничество, разширена продуктова гама и клиентска мрежа. Разширението на търговските отдели и логистичната база, спомогнаха за добрите резултати през годината. Въпреки, трудната икономическа ситуация, в която се намира бранша, който е един от най-силно засегнатите в условията на икономическа криза, ръководството на дружеството успява да запази лидерски позиции на пазара. За предпазване и преодоляване максимално на рисковите фактори ръководството на дружеството направи множество анализи и наблюдения на средата, за да понесе минимални загуби.

2.1. ПРИХОДИ

	31.12.2015 <u>хил. лв.</u>	31.12.2014 <u>хил. лв.</u>
Приходи от продажби на стоки	19 019	15 878
Приходи от услуги	76	64
Други приходи	41	44
Общо приходи	19 136	15 986

2.1.1. ПРИХОДИ ОТ ПРОДАЖБА НА УСЛУГИ

Приходите от продажби на услуги са формирани от:

извършени транспортни услуги по доставка на стоки на клиенти; съпътстващи услуги към предлаганите продукти : 2015г. – 76 хил. лв., 2014г. – 64 хил. лв.

2.1.2. ДРУГИ ПРИХОДИ

Другите приходи за 2015г. са формирани от:

- приходи от застрахователни обезщетения – 10 хил. лв.
- приходи от маркетингови услуги и отписани непотвърдени задържания – 31 хил. лв.

Другите приходи през 2014г. са формирани от:

- приходи от застрахователни обезщетения – 25 хил. лв.
- приходи от маркетингови услуги и отписани непотвърдени задържания – 17 хил. лв.
- излишъци от инвентаризация – 2 хил. лв.

2.2. СЕБЕСТОЙНОСТ НА ПРОДАЖБИТЕ

	31.12.2015 <u>ХИЛ. ЛВ.</u>	31.12.2014 <u>ХИЛ. ЛВ.</u>
Балансова стойност на продадените стоки:	(15 830)	(13 150)

2.3. АДМИНИСТРАТИВНИ РАЗХОДИ

	31.12.2015 <u>ХИЛ. ЛВ.</u>	31.12.2014 <u>ХИЛ. ЛВ.</u>
Възнаграждения на персонала	1 173	1 047
Разходи за социални осигуровки и надбавки	192	165
Разходи за наем	321	312

Професионални услуги	128	134
Комуникация	21	30
Разходи за материали	521	504
Разходи за провизии	55	64
Амортизации	76	102
Други	51	67
Общо:	2 538	2 425

В разходите за професионални услуги са включени:

разходи за ремонт на автомобили, разходи за застраховки, разходи за абонаменти, , разходи за одит, разходи за правна помощ, трудова медицина, разходи за почистване и други.

В разходите за материали са включени разходи:

Разходи за горива на автомобили , разходи за резервни части за автомобили, разходи за ел. енергия, разходи за канцеларски материали, разходи за рекламни материали и други материали .

Другите разходи са:

разходи за данъци и такси, в т.ч. разходи за винетни такси, данък МПС , митнически услуги , данъци върху разходите, разходи за командировки, представителни разходи и други.

2.4. ФИНАНСОВИ ПРИХОДИ/РАЗХОДИ

	31.12.2015	31.12.2014
	<u>ХИЛ. ЛВ.</u>	<u>ХИЛ. ЛВ.</u>
Печалба/Загуба от промяна на		
валутни курсове	(4)	(3)
Други финансови разходи	(18)	(27)
Общо:	(22)	(20)

3. Анализ на резултатите от дейността през 2015г.

Източник на финансиране на дружеството са генерираните парични средства от дейността.

За текущия и предходен период финансовия резултат е, както следва:

31.12.2015	31.12.2014
Хил. лв.	Хил. лв.
746	391

Собствения капитал на дружеството е, както следва:

31.12.2015	31.12.2014
Хил. лв.	Хил. лв.
1 660	914

4. Икономическите показатели в обобщен вид за последните две години са, както следва:

	2014	2015
Ликвидност		
Обща ликвидност	1.35	2.32
Бърза ликвидност	0.39	0.79
Незабавна ликвидност	0.09	0.20
Управление на активите		
Брой на оборотите в дни	8	11
Времетраене на оборотите в дни	45	32
Събираемост на вземанията в дни	12	12
Финансова устойчивост		
Коеф. на задлъжнялост	0.22	0.12
Коеф. на автономност	0.44	1.52
Ефективност		
Ефективност на разходите	1.03	1.04
Ефективност на приходите	0.97	0.96
Рентабилност		
Рентабилност на приходите от продаж.	0.02	0.04
Рентабилност на собствения капитал	0.43	0.45
Рентабилност на привлечения капитал	0.19	0.68
Рентабилност на активите	0.13	0.27

При анализ на горните показатели може да се обобщи, че компанията адекватно реагира на променящите се пазарни условия и успява да подобри своя

финансов профил . Дружеството продължава да се стреми към развитие и запазване на финансовата си устойчивост.

5. Действия в областта на научноизследователската и развойна дейност.

Дружеството не развива научноизследователска и развойна дейност.

6. Планове за развитие на дружеството през 2016 г.

Фокусът на компанията е към максимална оптимизация на организацията и процесите. Целите, заложи в Бизнес плана на дружеството са:

1. Ръст на продажбите спрямо 2015г.;
2. Подобряване на ценовата политика;
3. Оптимизиране на разходите на компанията;
4. Повишаване на ефективността от основна дейност;
5. Внедряване на нови продукти на пазара;
6. Запазване и разширяване на пазарните дялове;
7. Подобряване и разширяване на материалната база;

В дружеството се изпълнява стриктно програмата за прилагане на международно признатите стандарти за добро корпоративно управление.

Дейността на управителните и на контролните органи на дружеството е изцяло в съответствие с програмата, съответно със стандартите за добро корпоративно управление.



(Управител - Даниел Динулеску)