ОТЧЕТ
ЗА
УПРАВЛЕНИЕТО

на "Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД

гр.Лом, ул."Белоградчишко шосе" № 21

2010г.

ПРАВЕН СТАТУТ И КАПИТАЛ

"Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД, наричано по-нататък за краткост ДРУЖЕСТВОТО, е еднолично акционерно дружество по смисъла на чл.158 от Търговския закон. ДРУЖЕСТВОТО е юридическо лице, отделно от акционерите, учредено съгласно разпоредбите на Търговски закон. Същото е регистрирано от Софийски градски съд с решение № 1 от 26.10.2007г., вписано в регистъра на търговските дружества под № 126363, том 1744, рег.1, стр.158 по ф.д. № 15966 / 2007г. ЕИК 175388436 при Търговски регистър към Агенцията по вписванията

ДРУЖЕСТВОТО е със седалище и адрес на управление
Гр.Лом 3600, община Лом, област Монтана, ул."Белоградчишко шосе" № 21

Адресът за кореспонденция е
гр.София 1407, община Столична, област София, бул."Джеймс Баучер" № 51, ет.19

През отчетната 2010г. ДРУЖЕСТВОТО се управлява и представлява от Марийка Кръстева Кръстева, ЕГН 4611044036.

Регистрираният основен капитал на ДРУЖЕСТВОТО е 120 000 (сто и двадесет хиляди) лева, и е разделен на акции, както следва:
Брой на регистрираните акции – 1 200 (хиляда и двеста);
Номинална стойност на една акция – 100 (сто) лева;
Брой на платените акции – 1 200 (хиляда и двеста);
Вид на акции – обикновени налични;
Права на акциите – поименни с право на глас;
Особени условия за прехвърляне на акции – няма;

ДРУЖЕСТВОТО е **100%** частна собственост. Едноличен собственик на капитала е Марийка Кръстева Кръстева, ЕГН 4611044036.

Няма акции, държани от дъщерни или асоциирани предприятия.

През 2010г. няма промяна в сумата на регистрирания капитал.
Предприятието не е издало акции, запазени за издаване под опция или по договори за продажба. Няма записани акции.

През отчетния период не са настъпили промени в състава на акционерите. Няма изкупени собствени акции.

През 2010г. в ДРУЖЕСТВОТО не са начислявани дивиденти.

ДРУЖЕСТВОТО е с едностепенна система на управление. Органите на ДРУЖЕСТВОТО са Общо събрание на акционерите и Съвет на директорите.

ДРУЖЕСТВОТО има Съвет на директорите в състав:
Председател на СД и Изпълнителен директор - Марийка Кръстева Кръстева, ЕГН 4611044036;
Заместник Председател на СД – Евгени Стоянов Гърдев, ЕГН 6406266267 и
Член на СД – Светлана Димитрова Димитрова, ЕГН 7401271051;

ДРУЖЕСТВОТО е с неограничен срок.

ПРЕДМЕТ НА ДЕЙНОСТ

Регистрираният предмет на дейност е: Изграждане, реконструкция, преустройство, поддръжка и възстановяване на надземни, полуподземни, подземни и подводни сгради, постройки, пристройки, надстройки, мрежи и съоръжения на техническата

инфраструктура, предприемачество, строителство, строителни и монтажни работи, вътрешен и външен дизайн, производство и маркетингова дейност на стоки и услуги, търговия със строителни материали, търговско представителство, посредничество и комисионерство, външнотърговска дейност, експорт, импорт и реекспорт на всякакъв вид стоки, консултантска, рекламна дейност, покупка на стоки или други вещи с цел продажбата им в първоначален, преработен или обработен вид, както и извършване и на всяка друга дейност, която не е забранена от закона, като за дейностите изискващи лиценз, същите ще се извършват след издаването на такъв.

Основна дейност по НКИД –
3510 Производство, пренос и разпределение на електрическа енергия

ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДЕЙНОСТТА

От края на 2009г., дружеството стартира подготовката на проект, свързан с изграждане на енергиен обект за производство на електрическа енергия от възобновяеми и алтернативни източници, а именно ФОТОВОЛТАИЧНА ЦЕНТРАЛА – "ФОТОСОЛАРЕН ПАРК – ЛОМ" за срок от 30г. Проектът се осъществява в два етапа, както следва:

Първи етап – Изграждане на Фотоволтаична грид-електроцентрала с инсталирана мощност 1 000,5 kVp; и

Втори етап, включващ изграждане на Фотоволтаична грид-електроцентрала с инсталирана мощност 3 998,5 kVp.

Строителството на описания по-горе енергиен обект, се осъществява върху урегулирани поземлени имоти XV и XVI, кв.300 по плана на гр.Лом, находящи се на административен адрес: гр.Лом, общ.Лом, обл.Монтана, ул."Белоградчишко шосе" № 21, собственост на "Кей Дивелъпмънт" ЕООД.

С *Нотариален акт за учредяване право на строеж върху недвижими имоти № 85, том III, рег.№ 2241, дело № 97 от 08.04.2010г.*, "Кей Дивелъпмънт" ЕООД учредява на "Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД за срок от 30 години право на строеж за изграждане на фотосоларен парк върху следните поземлени имоти:

2 002,17 кв.м. в Поземлен имот с идентификатор 44238.508.158, целия с площ 87 580 кв.м. и

172,82 кв.м. в Поземлен имот с идентификатор 44238.508.157, целия с площ 7 560 кв.м.

Със Заповед № 274 / 24.07.2009г. на Кмета на Община Лом, на основание чл.134, ал.1, т.1, чл.126, ал.5 и чл.129, ал.2 от ЗУТ1 във връзка с Протокол на ОбЕС по Устройство но територията № 4, т.1 от 30.04.2009г. е одобрен **ПУП – План за регулация за УПИ XV и УПИ XVI - за "ФОТОСОЛАРЕН ПАРК".**

На 28.12.2009г. влиза в сила Разрешение за строеж № 49 / 14.12.2009г. на Главния архитект на Община Лом за строителство на "Фотосоларен парк – Лом" от "Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД.

На 03.02.2010г. е подписан Протокол за откриване на строителна площадка и определяне на строителна линия и ниво на строежа: "ФОТОСОЛАРЕН ПАРК – ЛОМ" I-ви етап: Изграждане на Фотоволтаична грид-електроцентрала с инсталирана мощност 1 000,5 kVp и II-ри етап: Фотоволтаична грид-електроцентрала с инсталирана мощност 3 998,5 kVp, между представители на възложителя: "Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД, проектантския колектив, фирмата за строителен надзор: "Интерконсулт" ЕООД и строителите (главен изпълнител и подизпълнител).

С решение № Ц-018 / 31.03.2001г. на Държавната комисия за енергийно и водно регулиране, се определя преференциална цена за изкупуване на електроенергия от фотоволтаични системи с инсталирана мощност над 5 kVp, а именно 728,29 лв./ mVh.

С нанесена поправка през 2008г., задължителното изкупуване на електрическата енергия от фотоволтаични системи, следва да се извършва по силата на договори за изкупуване, сключени между дружествата, производители на същата и енергоразпределителните дружества в страната. Срокът на договорите следва да бъде 25 години.

В тази връзка, на основание чл.143, ал.1, т.3 от Закона за устройство на територията, чл.117 от Закона за енергетиката, чл.56, ал.1, т.1 от Наредба № 6 / 09.06.2004г. за присъединяване на производители и потребители на електрическа енергия към преносната и разпределителните електрически мрежи, чл.13-чл.15 от Закона за възобновяемите и алтернативните енергийни източници и биогоривата на 04.12.2009г. „Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД подписва Предварителен договор за присъединяване на обект: **Фотоволтаична централа, с местонахождение гр.Лом, УПИ XV и УПИ XVI, кв.300** към електроразпределителната мрежа на „ЧЕЗ Разпределение България" АД.

Към 31.07.2010г. „Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД представя за съгласуване в „ЧЕЗ Разпределение България" АД необходимите документи за подписване на окончателен „Договор за присъединяване", а именно работен проект за обекта част „Електро", в частта, засягаща съоръженията за присъединяване; работни проекти на съоръженията по присъединяване и Разрешение за строеж № 49 / 14.12.2009г. на Главния архитект на Община Лом.

На 06.08.2010г. е сключен окончателен договор за присъединяване на обекта на "Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД (като обект на производител на електрическа енергия) към електроразпределителната мрежа на „ЧЕЗ Разпределение България" АД. С този договор са определени окончателните условия за изграждане на съоръженията за присъединяване, цената на присъединяване и начина на нейното заплащане.

На 31.03.2010г. е подписан Договор за банков кредит в евро № 606 / 31.03.2010г. между „Българска банка за развитие" АД и „Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД за предоставяне на инвестиционен кредит в размер до 2 581 000,00 евро за изграждане на Фотоволтаична централа, с местонахождение УПИ XV и УПИ XVI, кв.300 по плана на гр.Лом.

С така осигуреното финансиране, на 05.05.2010г. стартират строителните и монтажните работи по изграждането на енергийния проект в гр.Лом., а към 31.07.2010г. строителството на фотосоларния парк е вече в своята финална фаза.

На 12.08.2010г. на основание Заповед № РД-13-333 от 28.07.2010г., Дирекцията за национален строителен контрол – Северозападен район, издава Разрешение за ползване № ДК-07-СЗР-21 / 21.08.2010г., с което разрешава ползването на строеж: **„Фотосоларен парк – Лом" I-ви етап: „Фотоволтаична грид-електроцентрала с инсталирана мощност 1000,5 KW (със ЗРУ и кабелно трасе СН)".**

СТРАТЕГИЯ И ФИРМЕНА ПОЛИТИКА

Стратегията и фирмената политика на *"Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД* са съобразени с основните елементи на бизнеса, като клиенти, пазари, дейност на фирмата.

I. СТРАТЕГИЯ ЗА ПАЗАРНО РАЗВИТИЕ

1. *Фаза Внедряване*

Тази фаза характеризира появата на продуктите на пазара и наличните им стъпки към увеличаване на продажбите. Тя поставя началото на пазарния "живот" на

продуктите. Обикновено се развива на пробен пазар. Тук отначало пласмента расте бавно и постепенно се ускорява във времето. Целта е да се създаде пазар на новите продукти. Затова е нужно време. По принцип по-бързо на пазара се внедряват модифицирани продукти, отколкото съвършено нови.

2. *Фаза Нарастване*

Обхваща периода на бързо нарастване на продажбите (признаване на продуктите на пазара) и забележително увеличаване на печалбата от продажбите. Пазарът приема продуктите, в резултат на което пазарният дял на ДРУЖЕСТВОТО расте. В началото се излиза с еднотипен продукт, но впоследствие предприятието започва да го модифицира, за да се приближи до специфичните изисквания на купувачите.

3. *Фаза Насищане*

При тази фаза се достига достатъчно висок размер на пласментното количество или продажбите в резултат на масовото утвърждаване на продуктите на пазара. Както броя на купувачите така и обемът на индивидуалните покупки достигат висок размер. Продуктите се намират в своята пазарна зрялост. Темповете на растеж на пласмента обаче започват да намаляват главно поради достигнатото високо равнище на задоволеност на потенциалните купувачи.

Конкуренцията на тази фаза достига своя апогей – продуктите са познати на пазара и са усвоени като производство от много производители и в различни модификации. В крайните точки за дистрибуция има разнообразен асортимент от продуктите, покрити са всички възможни купувачи, в резултат на което се развива силна конкуренция в търговията. Провежда се гъвкава ценова политика.

II . СТРАТЕГИИ ЗА ПРОДУКТОВА ИНОВАЦИЯ

Продуктовата иновация означава създаване и въвеждане на новости при продуктовите решения на бизнесорганизацията. В най-общ смисъл на думата продуктовата иновация е организирана, систематизирана и рационализирана работа по създаване и въвеждане на нови продукти за достигане на благоприятни резултати от гледна точка както на бизнесорганизацията, така и на пазара.

За да се определи един продукт като нов, той трябва достатъчно съществено да се отличава по своите характеристики от съществуващите до момента други изделия и това различие да има значение за купувача. С понятието "нов продукт" се определя както съвършено новата разработка, не появявала се до момента на пазара, така и добавянето на допълнителни компоненти към продукта, които го правят достатъчно различен и му придават нова полезност – производствена и потребителска, а също и препозиционираните продукти към нови пазари или пазарни сегменти. Достатъчно е различието от досегашните продукти да бъде съществено и значимо, за да послужи като основа за обособяването на отделен вид и за предпочитането му страна на купувачите.

Релативността на понятието "новост" има няколко измерения:
а) обективно измерение *(ново чрез какво?)*
б) субективно измерение *(ново за кого?)*
в) интензивно измерение *(ново с колко?)*
г) времево измерение *(ново до кога?)*
д) икономическо измерение *(ново за колко?)*

Оценките за новост на продукта се правят чрез разглеждане в единство на измененията в неговите производствено-експлоатационни и функционално-потребителски характеристики. Стремежът към систематизиране определя две групи критерии за новост на продукта:

а) новост от гледна точка на бизнесорганизацията производител и
б) новост от гледна точка на пазара (купувачите)

От гледна точка на пазара едно изделие е ново, когато:

- се появява за пръв път на съответния пазар
- задоволява принципно нови нужди на купувачите
- осигурява по-високо количествено равнище на задоволяване на нуждите
- осигурява по-пълно качествено равнище на задоволяване на нуждите

Единството на производствените и потребителските характеристики при анализа на понятието "новост" е гаранция, че на пазара ще се осигуряват, от една страна, продукти с по-високо техническо равнище, а от друга – продукти с по-съвършено потребителско предназначение. Това налага решенията тук да се обосновават двустранно, както като производствени оценки за ефективност, така и като потребителски оценки за полезност.

Това са всъщност два стратегически подхода за оценяване на иновациите:
а) от гледна точка на тяхното физическо изпълнение
б) от гледна точка на тяхното пазарно реализиране

Първият подход търси най-благоприятна оценка за техническото създаване и икономическото обособяване на новия продукт. Вторият подход е насочен към намиране на най-благоприятна оценка за началното пазарно въвеждане на продукта.

Изборът на подхода и конкретните продукти за иновация трябва да се основава на пазарните оценки за действителното търсене и предпочитанията на купувачите в даден момент и за потенциала в перспектива. Интересът към новия продукт не се ограничава само до неговото лансиране на пазара, а е процес на непрекъснато следене на поведението на продуктите на пазара. Именно от тук могат да дойдат много от идеите за иновациите – както поради констатираните недостатъци и пропуски в продукта, така и поради непълноти на пазара.

Иновацията на продуктите като стратегически подход има за задача да развие варианти на продуктови алтернативи, да оцени шансовете и рисковете на всеки отделен вариант и да направи прецизен избор за пазарно внедряване. Стратегическият подход изисква още в началото на разработването на нов продукт да се определят целите, към реализирането на които той ще се насочи. През цялото им разнообразие доминират финансовите, пазарните, пласментните и производствените цели.

Най-разнообразни и достъпни при обосноваване на решенията за продуктовата иновация са различните оценъчни (рейтинг) скали. При тях чрез социологическите проучвания и експертни оценки се измерва значимостта на присъщите на продукта (идеята) характеристики и чрез извеждане на комплексни оценки и сравнителен анализ се избират най-подходящите решения. Могат да се използват различни скали. Най-често оценките се извеждат в семантична скала, при която обобщаването и сравняването се извършват в оценъчни групи от вида "високо – средно - ниско", "лошо – слабо – средно – добро - много добро - отлично" и др. При тях комплексната оценка е качествена – преобладаващите случаи подсказват тенденцията.

Могат да се разработват и количествени рейтинг-скали. При тях чрез балове, коефициенти на важност, относителни тегла и др. се измерва значимостта на различните характеристики.

Основните съображения при избирането на стратегии за иновациите се свързват с целите на ДРУЖЕСТВОТО. В предварителната оценка се проверява дали предложенията за иновации съответстват на философията на продуктовата концепция на предприятието. След като се вмести в тази концепция, иновацията се подлага на по-строги и детайлизирани икономически и пазарни оценки. Те се извеждат по специфичен начин на отделни етапи на иновационния процес.

III. ЦЕНОВА ПОЛИТИКА

Ценовата политика обхваща всички съображения, които се отчитат при определяне на цените на продуктите и мотивите за тяхното изменение съобразно промените в условията на реализация. При пазарната икономика водещ момент в ценовата политика е определянето на цените на база състоянието на пазара и специално на съотношението между търсене и предлагане.

Ценовата политика включва решение за:

- определяне на равнището на цените, по които продуктите да се продават на пазара;
- постоянно изменение на цените с оглед тяхното съответствие с динамиката на пазара;
- поддържане на привлекателни ценови равнища по отношение на конкурентите;
- определяне на система на отбиви от цените за насърчаване на продажбите;
- избиране на форми на разплащане с оглед привличане на купувачите и осигуряване на бърза ликвидност;
- установяване на система на франкировка за отчитане - чрез цените на различни други плащания (транспортни разходи, мита, застраховки и др.);
- използване на психологически аспекти при цените и др.

Ценовите решения се разработват в тясно взаимодействие с продуктовите, дистрибуционните и комуникационните решения. Те имат решаваща роля за успеха на бизнеса, защото фокусират в себе си ефектите от решенията за другите елементи на маркетинговия микс.

Чрез провеждане на подходяща ценова политика се цели да се постигнат такива пазарни цени на продуктите, които са изгодни за продавачите и приемливи за купувачите при конкретните условия на реализация. Ценовата политика акумулира в себе си резултатите от всички маркетингови усилия на бизнеса съобразно глобалните цели на неговото развитие. Тя е и най-гъвкавият инструмент за постигане на тези цели. Всяка промяна в цените поражда моментни реакции на другите елементи на маркетинговия микс. В съдържателно отношение провеждането на ценовата политика предполага надлежно информационно осигуряване и активни маркетингови действия.

Ценовото информационно осигуряване има за задача да уточни:

- необходимата информация за нуждите на ценообразуването
- източниците на ценовата информация
- каналите за предаване на ценовата информация
- технологиите и методите за събиране, обработване, съхраняване и ползване на ценовата информация
- маркетинговата информационна система за цените

Ценовите маркетингови действия обхващат:

- дефинирането на ценовите цели
- избирането на ценовите стратегии
- определянето на методите на ценообразуване
- координирането на цените в маркетинговия микс
- следенето на цените по дистрибуционната верига
- обосноваването на цените при асортиментни и качествени различия
- диференцирането на цените по различие признаци
- вариране на цените във времето

Провеждането на ценовата политика на една организация се сблъсква с различни проблеми. В маркетингов аспект те могат да се породят от:

- не добри продуктови решения, които не осигуряват създаването на търсени и конкурентноспособни продукти;
- нерационални пласментни решения, които не осигуряват продуктите на нужното място и в желаното време и утежняват издръжката;
- неефективни комуникационни решения, които поемат висока издръжка при ниска възвращаемост;
- активна регулираща намеса на държавните органи върху равнището на цените или по отношение на организацията на разплащане;
- лоша финансова дисциплина в предприятието, проявяваща се чрез нарушаване на регламента на финансовите задължения и несъблюдаване на финансовите интереси;
- липса на квалифицирани специалисти по цени и ценообразуване;
- отсъствие на надеждна ценова информация и осигурена система за ценови маркетингови проучвания и др.

Типични маркетингови принципи на ценовата политика на *"Кей Дивелъпмънт Констракшън" ЕАД* са:

Конкретност

Всяка цена е конкретна по продуктови признаци, по място, по време, по преследвани цели, по типови купувачи. Маркетинговото ценообразуване изключва наличието на универсални цени. Вниманието при ценообразуването се насочва към онези пазарни сегменти, които са стратегически важни за организацията.

Гъвкавост

Цените трябва да могат да се променят съобразно конкретните условия. Всяка цена е оптимална за конкретните условия на продажба и потребление. Гъвкавостта предполага да се разработят варианти на цените по равнища, по отбиви, по форми на разплащане и други, съобразно условията на пазара.

Психологичност

Всяка цена е психологичен феномен. Тя е добра, когато и продавачите, и купувачите я приемат като такава. Цените се обосновават с психологичната представа за равнището, за динамиката и за съотношението между тях.

Конкурентност

Реалните цени се формират в условията на конкурентна среда, т.е. на "пазара на купувача". При формирането на цените предприятието трябва да помисли както за реализацията на купувачите, така и за реализацията на конкурентите. Конкуренцията позволява да се сравнят условията на производство и потребление и на тази база да се диференцират цените на продуктите.

Реалност

Реалните цени се определят при осъществяване на сделката. Независимо от другите намерения, цените в крайна сметка се равняват на получените пари за единица продукт при всяка сделка. Докато продуктите не се продадат, техните цени са нула, независимо от ценовата оферта. Сделката се осъществява на нулеви цени. А всяка цена над нула носи приход.

IV. ДЕЙСТВИЯ ПО ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИТЕ И ПО ТЯХНАТА ЗАЩИТА

Обслужването на клиентите обхваща маркетингови действия, насочени към създаването на веществени и персонални предпочитания преди, по време на, и след осъществяването на определен компонент.

Политиката за обслужване на клиентите включва предоставяне информацията относно пазарните услуги и обхваща тяхното консултиране по отношение на условията на снабдяване. Тя дава отговор на писмени и устни запитвания на клиентите по отношение на предлагани продукти и услуги. Информацията и консултирането в повечето случаи се извършват безвъзмездно.

Финансови показатели

Настоящото изложение представлява изследване на финансовото и имуществено състояние на Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД

Данните, необходими за анализа, са представени в счетоводните отчети на компанията за периода, приключващ към декември 31, 2010

Анализът обхваща посочените по-долу *абсолютни* и *относителни* финансови показатели, за които в изложението са посочени съответните бележки.

(Показател, бележка, хил.лв., процент)	*бележка*	2010	2009
АКТИВИ, ПАСИВИ, РЕЗУЛТАТ			
Активи	1	**5 923**	**122**
Пасиви	2	**5 923**	**122**
Финансов резултат	3	**-167**	**1**
РЕНТАБИЛНОСТ			
Рентабилност на реалните активи	4	**-5,5%**	n/a
Рентабилност на собствения капитал	5	**-363,0%**	0,8%
Рентабилност на нетните приходи от продажби	6	**-72,3%**	50,0%
Нетни приходи от продажби към реални активи	7	**7,6%**	n/a
ЛИКВИДНОСТ			
Постоянен капитал	8	**-46**	121
Оборотен капитал	9	**-4 331**	105
Обща ликвидност	10	**0,27**	106,00
Бърза ликвидност	11	**0,27**	106,00
Незабавна ликвидност	12	**0,18**	106,00
Абсолютна ликвидност	12	**0,18**	106,00
Оборотен капитал към приходи от продажби	13	**-1874,9%**	5250,0%
Посрещане на лихвените плащания	14	**0,45**	0,00
КАПИТАЛОВА АДЕКВАТНОСТ			
Финансова задлъжнялост	15	**100,8%**	0,8%
Общ дълг към собствен капитал	16	**-12976%**	0,8%
Действащо предприятие	17		

Бележки към финансовите показатели

1. Активи

Активите характеризират имущественото състояние на всяка компания. От тяхната структура може да се съди за промените в това състояние.

Абсолютните и относителни (процентни) увеличения, респективно намаления на видовете активи за анализирания период са представени в Таблица 1.

Таблица 1. *Структура и динамика на активите*
на ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Активи, хил.лв., процент)	2010	% [i]	2009	%	ИСБП [ii]	К [iii]
Дълготрайни материални активи	4 080	69	16	13	4 064	254,00
Нематериални дълготрайни активи	205	3	0	0	205	n/a
Дълготрайни финансови активи	0	0	0	0	0	n/a
Търговска репутация	0	0	0	0	0	n/a
Разходи за бъдещи периоди	0	0	0	0	0	n/a
	4 285	72	16	13	4 269	266,81
Материални запаси	0	0	0	0	0	n/a
Краткосрочни вземания	573	10	0	0	573	n/a
Краткосрочни финансови активи	0	0	0	0	0	n/a
Парични средства	1 065	18	106	87	959	9,05
Разходи за бъдещи периоди	0	0	0	0	0	n/a
	1 638	28	106	87	1 532	14,45
	5 923	100	122	100	5 801	47,55
Реални активи	5 923	100	122	100	5 801	47,55
Текущи активи	1 638	28	106	87	1 532	14,45

(i) Процент от общата сума на активите

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева)

(iii) Изменението спрямо базисния период, представено като коефициент, например: 144% = 1.44

Сравняването на абсолютните суми по *видове активи* за текущия и предходните периоди помага да се измерят измененията в имуществената структура. Този вид анализ е известен като *хоризонтален анализ*. Измененията в абсолютните суми на активите следва да се разглеждат като увеличаване или намаляване на *капитала*. *Увеличаването* на активите е свързано с увеличаване на капитала и обратно: намаляването на активите е намаляване на капитала. Съпоставянето на различните видове активи с общата сума на активите е известно като *вертикален анализ*.

През анализирания период общата сума на активите се увеличава с 5801 хил.лв. спрямо 2009 година.

Увеличаването на общата сума на активите спрямо базисния период се дължи на факторите:

1. Увеличение на материалните дълготрайни активи с **4 064** хил.лв.
2. Увеличение на нематериалните дълготрайни активи с **205** хил.лв.
3. Запазване дълготрайните финансови активи активи.
4. Запазване размера на търговската репутация.
5. Запазване размера на разходите за бъдещи периоди.
6. Запазване размера на материалните запаси.
7. Увеличение на краткосрочните вземания с **573** хил.лв.
8. Запазване размера на краткосрочните финансови активи.

9. Увеличение на паричните средства с **959** хил.лв.
10. Запазване размера на разходите за бъдещи периоди.

Общо влияние на факторите (увеличение): ***5 801*** *хил.лв.*

За 2010 година краткотрайните активи съставляват 28 % от сумата на активите, а през базовата 2009 година те са 87 %. Намалението, респективно увеличението, на краткотрайните активи следва да се анализира детайлно от гледна точка на ликвидността. При равни други условия по-малкият дял на краткотрайните активи е фактор за влошаване на ликвидността. Разликата между размера на *краткотрайните активи* и сумата на разходите за бъдещи периоди се дефинира като *текущи активи*.

По-ниският дял на текущите активи може да бъде отрицателен фактор при определянето на ликвидността в случай, че те са с *добро качество*. При наличието на неликвидни активи високият размер на текущите активи води до влошаване на ефективността на капитала.

Реалните активи, представляващи разлика между общата сума на активите и разходите за бъдещи периоди, имат стойност в размер на 5923 х. лева за 2010 година и 122 хил. лева през 2009 година.
Намалението на размера на реалните активи спрямо базисния период се дължи на влиянието на факторите:

1. Запазване размера на дълг. разходи за бъдещи периоди.
2. Запазване размера на кратк. разходи за бъдещи периоди.
3. Увеличение на общата сума на активите с **5 801** хил.лв.

Общо влияние на факторите (увеличение): ***5 801*** *хил.лв.*

Диаграма 1*. Динамика на общите и текущи активи (в х.лв.)*



2. Пасиви

Пасивите най-често се разглеждат като показател, характеризиращ финансовото състояние на компанията. От *структурата* на пасивите може да се съди за промените в това състояние. Структурата на общите пасиви е свързана с определянето на редица финансови съотношения, например общ дълг към пасиви, а също и размер на постоянния капитал.

Изменението в абсолютната сума на пасивите следва да се разглежда като увеличение или намаление на капитала. *Намалението* на пасивите е свързано с *увеличаване* на капитала и обратно-увеличаването на пасивите е намаление на капитала. При анализа на изменението на дяла на собствения капитал следва да се обърне внимание на преоценъчния резерв. Изключвайки *преоценъчния резерв* от факторите, влияещи върху увеличението на собствения капитал, ще получим *действителното* увеличение, което е резултат на *дохода* от капитал, т.е. на печалбата.

През анализирания период размерът на собствения капитал намалява с 167 х. лв.

спрямо базисната 2009 година. Данните са представени в Таблица 2.

***Таблица 2.** Структура и динамика на пасивите*
Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД
на

(Пасиви, хил.лв., процент)	2010	% [i]	2009	%	ИСБП [ii]	K [iii]
Основен капитал	120	2	120	98	0	n/a
Резерви	0	0	0	0	0	n/a
Финансов резултат	-166	-3	1	1	-167	-167,00
	-46	-1	121	99	-167	-1,38
Дългосрочни задължения	0	0	0	0	0	n/a
Приходи за бъдещи периоди	0	0	0	0	0	n/a
	0	0	0	0	0	n/a
Краткосрочни задължения	5 969	101	1	1	5 968	5 968,00
Приходи за бъдещи периоди	0	0	0	0	0	n/a
	5 969	101	1	1	5 968	5 968,00
	5 923	100	122	100	5 801	47,55
Собствен капитал/Дълг. активи	-1,1%		756,3%		-757,4%	-1,00
Кратк. активи/Краткоср. пасиви	0,27		106,00		-105,73	-1,00

(i) Процент от общата сума на пасивите

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(iii) Изменението спрямо базисния период, представено като коефициент, например: 144% = 1.44

***Диаграма 2**. Динамика на собствения капитал (х.лв.)*





Факторите, влияещи върху намаляването на собствения капитал спрямо базисния период, са:

1. Увеличение (+) на дълготрайните активи с **4 269** хил.лв.
2. Увеличение (+) на краткотрайните активи с **1 532** хил.лв.
3. Запазване размера на дългосрочните пасиви.
4. Увеличение (-) на краткосрочните пасиви с **5 968** хил.лв.

Общо влияние на факторите (намаление) ***167*** *хил.лв.*

Делът на собствения капитал в пасивите през отчетната 2010 година е -1 процента, като намалението спрямо предходната година е 100 пункта.

Дългосрочните пасиви намаляват дела си в размера на общите пасиви с 0 пункта спрямо 2009 год.
Изменението на краткосрочните пасиви през 2010 година спрямо базовата 2009 год. е 5968 хил.лева - увеличение.
През 2010 година делът на краткосрочните пасиви в общите пасиви е 101 %, като увеличението спрямо базовия период е 100 пункта.

През анализирания период размерът на собствения капитал не покрива изцяло дълготрайните активи, което не гарантира дългосрочното им използване. Същевременно краткосрочните пасиви превишават краткотрайните активи.

3. Финансов резултат

Като *печалба* и, следователно, като доход от капитала, се смятат само активите, придобити над сумите, необходими за поддържането на капитала, т.е. *печалбата* е остатъкът след отчисляването на разходите от приходите. Когато разходите превишават приходите, остатъкът е чиста загуба.

Таблица 3. *Структура и динамика на приходите и разходите*
на ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	% [i]	2009	%	ИСБП [ii]	К [iii]
Приходи от дейността, в т.ч.	232	100	2	100	230	115,00
Приходи от продажби	231	100	2	100	229	114,50
Финансови приходи	1	0	0	0	1	n/a
Разходи за дейността, в т.ч.	417	181	1	50	416	416,00
Финансови разходи, в т.ч.	339	147	0	0	339	n/a
Разходи за лихви	339	147	0	0	339	n/a
Резултат от дейността	-185	-80	1	50	-186	-186,00
Извънредни приходи	0	0	0	0	0	n/a
Извънредни разходи	0	0	0	0	0	n/a
Счетоводна печалба	-185	-80	1	50	-186	-186,00
Разходи за данъци	-18	-8	0	0	-18	n/a
Финансов резултат	-167	-72	1	50	-168	-168,00

(i) Процент от сумата на приходите

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева)

(iii) Изменението спрямо базисния период, представено като коефициент, например: 144% = 1.44

Определението за *печалба (респективно загуба)* детерминира и подходите при нейното анализиране, а именно:
1. Анализ на активите и пасивите *(виж бележка 1 и бележка 2)* и
2. Анализ на приходите и разходите.

Структурата и динамиката на приходите и разходите са представени в Таблица 3.

Реализираният финансов резултат (загуба) е в размер на 167 х.лв., като намалението спрямо предходната година е 168 хил. лева. Факторите, влияещи върху изменението на финансовия резултат спрямо базисния период, са:

1. Увеличение (+) на приходите от дейността с	**230**	хил.лв.
2. Увеличение (-) на разходите за дейността с	**416**	хил.лв.
3. Запазване размера на извънредните приходи.		
4. Запазване размера на извънредните разходи.		
5. Намаляване (+) на разходите за данъци с	**18**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление)	***168***	*хил.лв.*

През анализирания период *финансовият резултат*, реализиран от 1 лев нетни приходи от продажби, е: -0,72 лева за 2010 година и 0,50 лева за 2009 година.

Диаграма 3. *Динамика на приходите и финансовия резултат (х.лв.)*

Динамика на приходите от продажби



Динамика на финансовия резултат



4. Рентабилност на реалните активи

Печалбата често се използва като *мярка за рентабилността* на всяко предприятие. Като мярка за *възможността да се генерира печалба* съпоставянето на реалните активи и финансовия резултат е сред най-използваните финансови съотношения.

Съотношението на финансовия резултат към реалните активи *(Return on total assets)* може да се представи чрез различни стойности на финансовия резултат и активите. Необходимите данни са представени в Таблица 4.

Таблица 4. *Рентабилност на реалните активи*
Кей Дивелъпмънт Констракшън *на* ***ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [i]	ИСБП [ii]
Финансов резултат *(а)*	-167	1	-168	-16800%
Реални активи *(б)*	5 923	122	5 801	4755%
Рентаб. на реалните активи *(iii)*	-2,8%	0,8%	-3,6%	-450%
Рентаб. на реалните активи *(iv)*	-5,5%	n/a	n/a	n/a

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

(iii) Съответно: (а)/(б)

(iv) Активите са представени като ср. аритм. непретеглена величина: (а)/(б1+б2)х0.5

Съпоставянето на финансовия резултат със средната аритметична непретеглена наличност на активите е често използван показател, отчитащ промените в движението на активите. За да се отчете влиянието на лихвените и данъчни равнища, при изчисляването на рентабилността на *реалните активи* се използва финансовият резултат преди данъци и лихви *(Profit before Interest and Taxes)*. Разглежданото съотношение изразява общата способност на използвания от предприятието капитал да генерира печалба, *независимо от източниците*, от които е получен капиталът, както и от измененията в данъчното законодателство (Таблица 5).

През анализирания период печалбата преди лихви и данъци ***(PBIT)***, генерирана от 100 лева *реални активи,* е -2,80 лева за 2010 година и 0,80 лева за 2009 год.

Факторите, влияещи върху намалението на ефективността на реалните активи, са:

1. Намаляване (-) на счетоводната печалба с	**186**	хил.лв.
2. Увеличение (-) на разходите за лихви с	**339**	хил.лв.
3. Увеличение (-) на реалните активи с	**5 801**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление)	***3,6***	*процента.*

Таблица 5. *Рентабилност на реалните активи*
Кей Дивелъпмънт Констракшън *на* ***ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [i]	ИСБП [ii]
Финансов резултат *(а)*	-167	1	-168	-16800%

Разходи за данъци *(б)*	-18	0	-18	n/a
Разходи за лихви *(в)*	339	0	339	n/a
Счетоводна печалба *(г)*	-185	1	-186	-18600%
Резултат преди лихви и данъци *(в)+(г)*	154	1	153	15300%
Реални активи *(д)*	5 923	122	5 801	4755%
***PBIT към реалните активи** (iii)*	-2,8%	0,8%	-3,6%	-450%
***PBIT към реалните активи** (iv)*	-5,5%	n/a	n/a	n/a

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

(iii) Съответно: (в)+(г) / (д)

(iv) Активите са представени като ср. аритм. непретеглена величина: (в)+(г) / (б1+б2)х0.5

5. Рентабилност на собствения капитал

Съотношението *финансов резултат към собствен капитал* е най-често използваният показател за измерване на доходността на вложените от собствениците инвестиции. Тъй като собственият капитал представлява общата сума на активите след приспадане на пасивите, то съотношението *финансов резултат към собствен капитал (Return on Equity, Return on Net Worth)* изразява резултата от използването на собствените активи (Таблица 6).

***Таблица 6.** Рентабилност на собствения капитал*
на ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП (i)	ИСБП (ii)
Финансов резултат *(а)*	-167	1	-168	-16800%
Собствен капитал *(б)*	-46	121	-167	-138%
***Рентаб. на собств. капитал** (iii)*	-363,0%	0,8%	-363,8%	-45475%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

(iii) Съответно: (а)/(б)

През анализирания период финансовият резултат от използването на *100 лева* собствен капитал
е 363,00 лева загуба. Факторите, влияещи върху доходността на собствения капитал, са:

1. Намаляване (-) на финансовия резултат с	**168**	хил.лв.
2. Намаляване (+) на собствения капитал с	**167**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление)	***363,8***	*процента.*

6. Рентабилност на продажбите

Съотношението на финансов резултат към приходите от продажби (*Return on Sales, Net Profit Margin*) се използва за измерване на доходността (*рентабилността*) на приходите от продажби. Данните са представени в Таблица 7.

През анализирания период рентабилността на 100 лева продажби намалява с 122,30 лева, спрямо базисния период. Това изменение се дължи на факторите:

1. Намаляване (-) на финансовия резултат с	**168**	хил.лв.
2. Увеличение (-) на приходите от продажби с	**229**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление)	***122,3***	*процента.*

***Таблица 7.** Рентабилност на приходите от продажби*

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП (i)	ИСБП (ii)
Финансов резултат *(а)*	-167	1	-168	-16800%
Приходи от продажби *(б)*	231	2	229	11450%

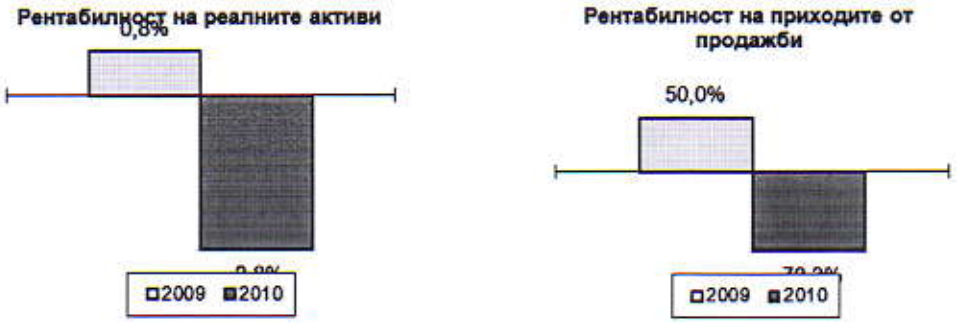
Рентабилност на продажбите (iii)	**-72,3%**	50,0%	-122,3%	-244,6%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

(iii) Съответно: (а)/(б)

***Диаграма 4**. Рентабилност на реалните активи и на продажбите*



7. Продажби към реални активи

Съпоставянето на *сумата на продажбите към реалните активи* прави възможно да се определи размерът на активите, необходими за осъществяването на определено ниво продажби или колко лева продажби са получени от 100 лева вложени в дейността активи.

Съотношението на продажби към активи е известно като *обръщаемост на активите* (*Assets turnover*). При изчисляването могат да се използват различни стойности на активите. Използването на *средна аритметична непретеглена* стойност на активите прави изчисленията по-точни с оглед на резултатите и формираните изводи. Използваният при анализа модел следва да бъде един и същ през няколко последователни периода. Данните, необходими за анализа, са представени в Таблица 8.

През анализирания период продажбите, реализирани от 100 лв. активи, са 3,90 лева, а за предходната 2009 година тази сума е 1,60 лева. Намалението на обръщаемостта на реалните активи се дължи на влиянието на факторите:

1. Увеличение (+) на приходите от продажби с	**229**	хил.лв.
2. Увеличение (-) на реалните активи с	**5 801**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (увеличение):	***2,3***	*процента.*

***Таблица 8**. Обръщаемост на реалните активи*

Кей Дивелъпмънт Констракшън *на* ***ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [i]	ИСБП [ii]
Приходи от продажби *(а)*	231	2	229	11450%
Реални активи *(б)*	5 923	122	5 801	4754,9%
***Продажби / Реалните активи** (iii)*	3,9%	1,6%	2,3%	143,8%
***Продажби / Реалните активи** (iv)*	7,6%	n/a	n/a	n/a

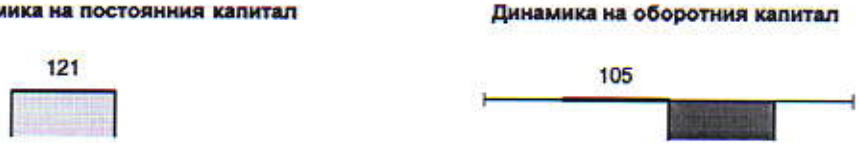
(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

(iii) Съответно: (а)/(б)

(iv) Активите са представени като ср. аритм. непретеглена величина: (а)/(б1+б2)х0.5

***Диаграма 5**. Постоянен и оборотен капитал (х.лв.)*



8. Постоянен капитал

Постоянният капитал се асоциира с нетните активи (*Net assets*) и може да бъде представен като сума от собствения капитал и дългосрочните задължения. Постоянният капитал най-често се сравнява с дълготрайните активи. Съотношението постоянен капитал към дълготрайни активи е показател за възможността да се финансират краткотрайните активи със собствени източници, от което пряко зависи *ликвидността* на компанията. Необходимите данни са представени в Таблица 9.

***Таблица 9.** Изменения в постоянния капитал*
Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Собствен капитал *(а)*	-46	121	-167	-138,0%
Дългосрочни пасиви *(б)*	0	0	0	n/a
***Постоянен капитал** (а+б)*	-46	121	-167	-138,0%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

През анализирания период *постоянният капитал* е -46 хил. лева, като изменението спрямо базисната 2009 година е 167 хил. лева - намаление.
Факторите, оказващи влияние върху намалението на постоянния капитал, са:

1. Намаляване (-) на собствения капитал с	**167** хил.лв.
2. Запазване размера на дългосрочните пасиви.	
Общо влияние на факторите (намаление)	***167*** *хил.лв.*

9. Оборотен капитал

Оборотният капитал (*Working capital*) се дефинира като разлика между текущите активи и текущите пасиви. *Оборотният капитал* показва сумата на собствените капиталови ресурси, която може да се използва за финансиране на *текущата дейност*. Тази сума е индикатор за ликвидността на компанията. Необходимите данни са представени в Таблица 10.

***Таблица 10.** Изменения в оборотния капитал*
Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Краткотрайни материални активи	0	0	0	n/a
Краткосрочни вземания	573	0	573	n/a
Краткосрочни инвестиции	0	0	0	n/a
Парични средства	1 065	106	959	904,7%
Текущи активи (а)	1 638	106	1 532	1445,3%
Краткосрочни задължения (б)	5 969	1	5 968	596800%
***Оборотен капитал** (а-б)*	-4 331	105	-4 436	-4224,8%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

През 2010 година оборотният капитал е в размер на -4331 хил. лева. Намалението спрямо базисната 2009 година е в размер на 4436 хил. лева. Факторите, които оказват влияние върху намалението на оборотния капитал, са:

1. Увеличение (+) на текущите активи с	**1 532** хил.лв.
2. Увеличение (-) на краткосрочните задължения с	**5 968** хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление):	***4 436*** *хил.лв.*

10. Обща ликвидност

Под *ликвидност* се разбира *наличността на парични средства* в близкото бъдеще при отчитането на *финансовите задължения* за същия период. Общата ликвидност (*Current ratio*) е съотношение между *текущите активи* и *текущите задължения*. Данните са представени в Таблица 11.

Високият коефициент на *обща ликвидност* е израз на *добро финансово състояние*. От друга страна, *твърде високите стойности* на показателя могат да бъдат *признак за лошо управление*. Например: 1. Наличие на неизползвани и/или *блокирани парични средства*; 2. Наличие на *излишни за дейността* краткотрайни материални активи (материални запаси); 3. *Неправилна кредитна политика*, в резултат на която се е увеличила *дебиторската* задлъжнялост.

Коефициентът на обща ликвидност *не показва* компанията в нейното развитие. Намалението на показателя може да се дължи на *намаление на дебиторската задлъжнялост*, намаление на *материалните запаси* и/или минимално *увеличение на задълженията*. Икономическото значение на общата ликвидност е да покаже *колко лева* текущи активи покриват 1 лев текущи задължения.

През анализирания период *общата ликвидност* е 0,27 , т.е. 0,27 лева *текущи* активи покриват 1 лев текущи задължения. Намалението спрямо базисния период се дължи на влиянието на факторите:

1. Увеличение (+) на текущите активи с	**1 532** хил.лв.
2. Увеличение (-) на краткосрочните задължения с	**5 968** хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление):	***105,73*** *пункта.*

Таблица 11. *Изменения в общата ликвидност на* ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Материални запаси	0	0	0	n/a
Краткосрочни вземания	573	0	573	n/a
Краткосрочни финансови активи	0	0	0	n/a
Парични средства	1 065	106	959	904,7%
Текущи активи (а)	1 638	106	1 532	1445,3%
Краткосрочни задължения (б)	5 969	1	5 968	596800%
Обща ликвидност *(а/б)*	0,27	106,00	-105,73	-99,7%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в коефициент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

11. Бърза ликвидност

Краткотрайните материални активи (*материалните запаси*) се включват при определянето на текущите активи, независимо от факта, че те могат да съдържат пера, за които не се очаква да бъдат реализирани в *рамките на една календарна година* или в *рамките на нормалния производствен* цикъл. Ето защо *материалните запаси* се изваждат от текущите активи при

изчисляването на показателя за *бърза ликвидност* (*Acid Test, Quick Ratio*). Данните са представени в Таблица 12.

***Таблица 12.** Изменения в бързата ликвидност*
Кей Дивелъпмънт Констракшън** на **ЕАД

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Краткосрочни вземания	573	0	573	n/a
Краткосрочни финансови активи	0	0	0	n/a
Парични средства	1 065	106	959	904,7%
Ликвидни активи (а)	1 638	106	1 532	1445,3%
Краткосрочни задължения (б)	5 969	1	5 968	596800%
***Бърза ликвидност** (а/б)*	0,27	106,00	-105,73	-99,7%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в коефициент)
(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

Идеята на показателя за *бърза ликвидност* се състои в това да се оцени вероятността за погасяване на текущите задължения в случай, че реализацията на *материалните запаси* се окаже проблемна. Тук изводите ще бъдат погрешни, ако не се отчете характерът на дейността на компанията и отделните компоненти на текущите активи и текущите пасиви.

Коефициентът на *бърза ликвидност* през 2010 година е 0,27, т.е. 0,27 лева ликвидни активи покриват 1 лев текущи задължения. Изменението спрямо базисния период се дължи на влиянието на факторите:

1. Увеличение (+) на ликвидните активи с	**1 532**	хил.лв.
2. Увеличение (-) на краткосрочните задължения с	**5 968**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление):	**105,73**	*пункта.*

12. Незабавна и абсолютна ликвидност

Краткосрочните вземания, както и *краткосрочните финансови активи*, могат да се окажат трудно реализируеми в рамките на *един отчетен период*, поради което *съпоставянето* на същите с текущите пасиви е неприемливо. Игнорирането на *краткосрочните вземания* и краткосрочните *финансови активи* е следващото *равнище* при изчисляване на ликвидността. За целта се използват *показателите за незабавна* и *абсолютна ликвидност*. Данните са представени в Таблица 13.

***Таблица 13.** Изменения в незабавната и абсолютна ликвидност*
Кей Дивелъпмънт Констракшън** на **ЕАД

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Краткосрочни финансови активи (а)	0	0	0	n/a
Парични средства (б)	1 065	106	959	904,7%
Краткосрочни задължения (в)	5 969	1	5 968	596800%
***Незабавна ликвидност** (а+б)/в*	0,18	106,00	-105,82	-99,8%
***Абсолютна ликвидност** (б/в)*	0,18	106,00	-105,82	-99,8%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в коефициент)
(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

***Диаграма 6.** Динамика на ликвидността*



През анализирания период коефициентът на *абсолютна ликвидност* е 0,18 ,а този на *незабавна ликвидност* - 0,18 .

13. Оборотен капитал към приходи от продажби

Оборотният капитал обикновено финансира текущата дейност. Същевременно пряк резултат от дейността са приходите от продажби. Съпоставяйки оборотния капитал с нетните приходи, ще получим *относителния дял* на приходите от продажби, които се финансират от собствени източници. Данните са представени в Таблица 14.

През 2010 година 100 лева приходи се финансират от -1874,90 лева оборотен капитал.

За базисната 2009 година това съотношение е 5250,00 лева *оборотен капитал* към 100 лева приходи. Намалението спрямо базисния период се дължи на:

1. Намаляване (-) на оборотния капитал с	**4 436**	хил.лв.
2. Увеличение (+) на приходите от продажби с	**229**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление):	**7124,9**	*пункта.*

Таблица 14. *Оборотен капитал към продажби на* ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП (i)	ИСБП (ii)
Оборотен капитал (а)	-4 331	105	-4 436	-4224,8%
Приходи от продажби (б)	231	2	229	11450%
Оборотен капитал / Приходи *(а/б)*	-1874,9%	5250,0%	-7124,9%	-135,7%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

14. Коефициент на посрещане на лихвените плащания

Кредиторите се интересуват от възможността да си получат *лихвените плащания*, когато същите станат дължими. Отговор на този въпрос дава *съотношението за посрещане на* лихвените плащания (*Interest coverage ratio*). Печалбата *преди лихви и данъци* е единственият източник за покриване на *лихвените плащания и тези по главниците*. Тази печалба се съпоставя с разходите за лихви. Необходимите данни са представени в Таблица 15.

Коефициентът на посрещане (покритие) на лихвените плащания през 2010 година е 0,45 пъти, като намалението спрямо 2009 година е 0,45 пъти. Намалението се дължи на факторите:

1. Намаляване (-) на счетоводната печалба с	**186**	хил.лв.
2. Увеличение (-) на разходите за лихви с	**339**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (без изменение):	***0,45***	*пъти.*

Таблица 15. *Коефициент на посрещане на лихвените плащания*

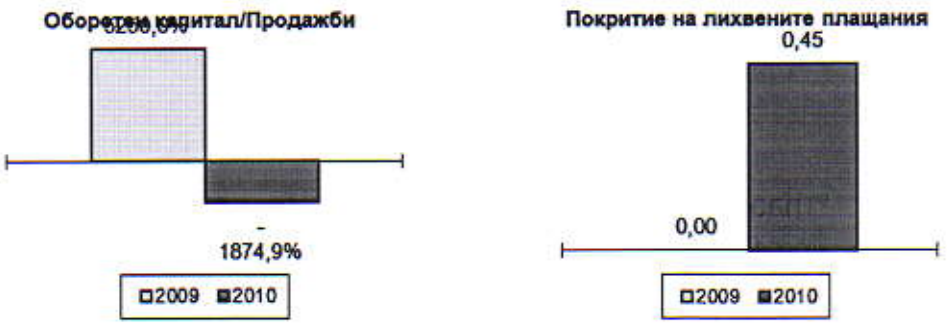
на ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [i]	ИСБП [ii]
Счетоводна печалба (а)	-185	1	-186	-18600%
Разходи за лихви (б)	339	0	339	n/a
Резултат преди лихви и данъци (в)	154	1	153	15300%
Коефициент на посрещане на лихвените плащания (а+б)/б	0,45	0,00	0,45	n/a

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и коефициент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

Диаграма 7*. Оборотен капитал към продажби и покритие на лихвените плащания*



15. Финансова задлъжнялост

Съотношението *привлечен капитал* към *инвестиран капитал* отразява степента на *"претенцията"* върху *активите* от страна на кредиторите. Показателят за *финансова задлъжнялост* (*Debt to Assets*) *не дава* оценка за реалната способност на компанията да покрие своите задължения, нито отразява възможността да се получат *доходи в бъдеще*. Този факт следва да се отчит с оглед на изводите.

Данните, необходими за анализа, са представени в Таблица 16.

Финансовата задлъжнялост през 2010 година е 100,8 процента, т.е. на 100 лева активи съответстват 100,80 лева *привлечен капитал*. През базисната 2009 това съотношение е 0,80 лева общ дълг на 100 лева активи. Увеличението се дължи на:

1. Запазване размера на дългосрочните пасиви.		
2. Увеличение (-) на краткосрочните пасиви с	**5 968**	хил.лв.
3. Увеличение (+) на общите активи с	**5 801**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (увеличение):	**100,0**	*процента.*

Таблица 16. *Финансова задлъжнялост*

на ***Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД***

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [i]	ИСБП [ii]
Дългосрочни пасиви (а)	0	0	0	n/a
Краткосрочни пасиви (б)	5 969	1	5 968	596800%
Общ дълг (а+б)	5 969	1	5 968	596800%
Общи активи (в)	5 923	122	5 801	4754,9%
Финансова задлъжнялост (а+б)/в	100,8%	0,8%	100,0%	12500%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

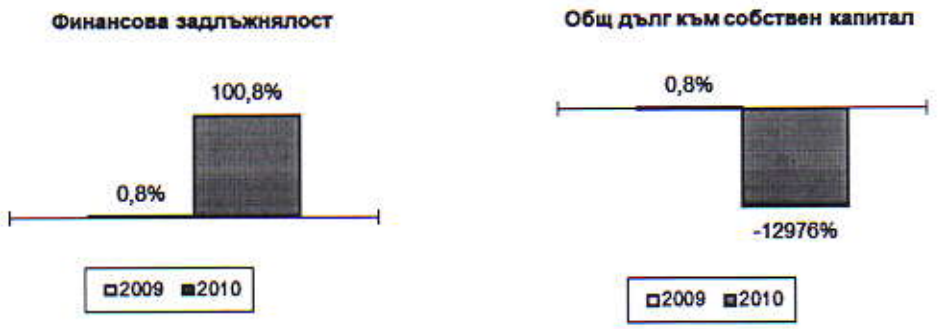
(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

16. Общ дълг към собствен капитал

Съотношението *общ дълг към собствен капитал* (*Debt to Equity*) показва дела на *"претенциите"* на кредиторите към собствениците и се използва като мярка за *риск* при кредитиране. Данните са представени в Таблица 17.

През анализираният период на 100 лева *собствен капитал* съответстват 12976,10 лева общ дълг (привлечен капитал). За 2009 година съотношението е 0,80 лева дълг на 100 лева собствен капитал. Увеличението се дължи на влиянието на факторите:

Диаграма 8. *Финансова задлъжнялост и дълг към собствен капитал*



1. Запазване размера на дългосрочните пасиви.		
2. Увеличение (-) на краткосрочните пасиви с	**5 968**	хил.лв.
3. Намаляване (-) на собственият капитал с	**167**	хил.лв.
Общо влияние на факторите (намаление)	**12977%**	*процента.*

Таблица 17. *Общ дълг към собствен капитал*

Кей Дивелъпмънт Констракшън ЕАД

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Дългосрочни пасиви (а)	0	0	0	n/a
Краткосрочни пасиви (б)	5 969	1	5 968	596800%
Общ дълг (а+б)	5 969	1	5 968	596800%
Собствен капитал (в)	-46	121	-167	-138,0%
Дълг / Собствен капитал *(а+б)/в*	-12976%	0,8%	-12977%	########

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период (хил.лева и в процент)

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

17. Действащо предприятие

Принципът *"действащо предприятие"* предполага, че предприятието няма необходимост и намерение да *ограничи* или *намали чувствително* размера на дейността си. Отрицателният размер на собствения капитал и печалбата са индикатори за съществуващо намаляване или ограничаване на дейността. Данните са представени в Таблица 18.

Таблица 18. *Действащо предприятие*

(Приходи, разходи, хил.лв., процент)	2010	2009	ИСБП [(i)]	ИСБП [(ii)]
Финансов резултат (а)	-167	1	-168	-16800%
Собствен капитал (в)	-46	121	-167	-138,0%

(i) ИСБП - изменение спрямо базисния период в хил.лева

(ii) ИСБП - изменение спрямо базисния период, представено като процент

Предвид на посочените данни може да се направи изводът, че предприятието е действащо.

Финансово резюме

(сума в х.лв.; коефициент; дни)	2010	2009
ПОКАЗАТЕЛИ ЗА РЕНТАБИЛНОСТ		
Коефициент на рентабилност на приходите от продажби (i)	-0,72	0,50
Коефициент на рентабилност на собствения капитал (ii)	-3,63	0,01
Коефициент на рентабилност на пасивите (iii)	-0,03	1,00
Коефициент на капитализация на активите (iv)	-0,03	0,01
ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ		
Коефициент на ефективност на разходите (v)	0,56	2,00
Коефициент на ефективност на приходите (vi)	1,80	0,50

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ЛИКВИДНОСТ		
Коефициент на обща ликвидност (vii)	0,27	106,00
Коефициент на бърза ликвидност (viii)	0,27	106,00
Коефициент на незабавна ликвидност (ix)	0,18	106,00
Коефициент на абсолютна ликвидност (x)	0,18	106,00
ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ФИНАНСОВА АВТОНОМНОСТ		
Коефициент на финансова автономност (xi)	-0,01	121,00
Коефициент на задлъжнялост (xii)	-129,76	0,01
ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОБРАЩАЕМОСТ		
Времетраене на един оборот в дни (xiii)	0	n/a
Брой на оборотите (xiv)	0,00	n/a
Заетост на материалните запаси (xv)	0,00	n/a

(i) Коефициент на рентабилност на приходите от продажби = финансов резултат / нетни приходи

(ii) Коефициент на рентабилност на собствения капитал = финансов резултат / собствен капитал

(iii) Коефициент на рентабилност на пасивите = финансов резултат / пасиви

(iv) Коефициент на капитализация на активите = финансов резултат / сума на реалните активи

(v) Коефициент на ефективност на разходите = приходи / разходи

(vi) Коефициент на ефективност на приходите = разходи / приходи

(vii) Коефициент на обща ликвидност = краткотрайни активи / краткосрочни задължения

(viii) Коефициент на бърза ликвидност = (краткотрайни активи - краткотрайни материални активи) / краткосрочни задължения

(ix) Коефициент на незабавна ликвидност = (краткосрочни инвестиции + парични средства) / краткосрочни задължения

(x) Коефициент на абсолютна ликвидност = парични средства / краткосрочни задължения

(xi) Коефициент на финансова автономност = собствен капитал / пасиви

(xii) Коефициент на задлъжнялост = пасиви / собствен капитал

(xiii) Времетраене на един оборот в дни = средна наличност на краткотрайни материални активи x 360 към нетен размер на приходите от продажби

(xiv) Брой на оборотите = нетен размер на приходите от продажби / средна наличност на краткотрайни материални активи

(xv) Заетост на материалните запаси = средна наличност на материалните запаси към нетен размер на приходите от продажби

Бележки и диаграми

9. Динамика на основния капитал

(Година, хил.лева)

2010	***2009***
120	*120*

-



10. Динамика на преоценъчния резерв

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
-166	1	



11. Динамика на резервите

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
0	0	



12. Натрупана печалба (загуба)

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
1	0	



13. Динамика на текущите пасиви

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
5 969	1	



Бележки и диаграми

(Продължение)

14. Динамика на разходите за материали

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
2 624	0	



15. Разходи за външни услуги

(Година, хил.лева)

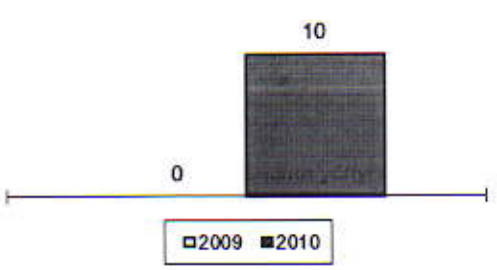
2010	2009	-
1 433	1	



16. Разходи за амортизации

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
10	0	



17. Разходи за заплати

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
0	0	



18. Разходи за осигуровки

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
0	0	



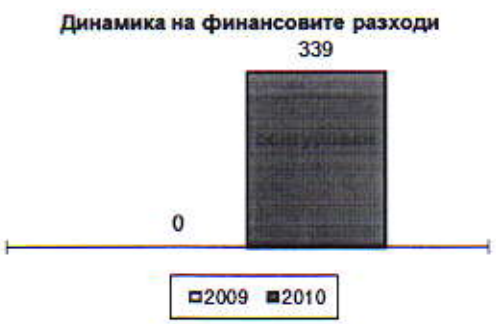
Бележки и диаграми

(Продължение)

19. Динамика на финансовите разходи

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
339	0	



20. Динамика на разходите за лихви

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
339	0	



21. Динамика на извънредните разходи

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
0	0	



22. Динамика на разходите за данъци

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
-18	0	



23. Нетни приходи от продажби

(Година, хил.лева)

2010	2009	-
231	2	



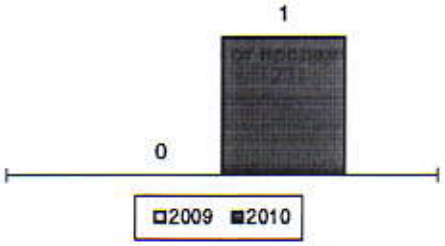
Бележки и диаграми

(Продължение)

24. Динамика на финансовите приходи

(Година, коефициент)

2010	2009	-
1	0	

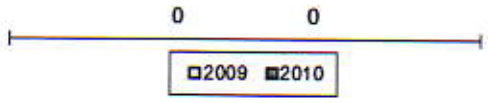


25. Динамика на извънредните приходи

(Година, процент)

2010	2009	
0	0	-

Извънредни приходи

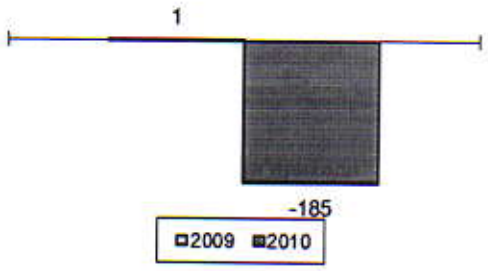


26. Динамика на счетоводната печалба

(Година, коефициент)

2010	2009	
-185	1	-

Динамика на счетоводната печалба



Дата: 20.02.2011г.
гр. Лом

Управител:.....
/Марийка Кръстева/