

ПРЕСТИЖ АКВА ООД
ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

За годината, приключваща на 31 декември 2015 г.

Ръководството представя своя годишен доклад и годишния финансов отчет към 31 декември 2015 г., изготвен в съответствие с Националните стандарти за финансови отчети за малки и средни предприятия, приложими в България до 31 декември 2015 г.

Престиж Аква ООД е основано през 2002 год. като дружество с ограничена отговорност, регистрирано от Софийски градски съд с решение № 1 от 2002 г., вписано в регистъра на търговските дружества под № 72035, том 844, стр. 7 по ф. д. № 10415/2002 г. / ЕИК 131003020 при Търговски регистър към Агенцията по вписванията. Предприятието е със седалище и адрес на управление: гр. София, община Красно село, жк. Лагера, бл. 2, вх. А, ап. 2.

Адресът за кореспонденция е: гр. София, община Красно село жк. Лагера, бл. 2, вх. А, ап. 2.
През отчетната 2015 г. се управлява и се представлява от Катя Еленкова Чардаклиева.

Дружеството е 100% частна собственост.

Регистрираният основен капитал на дружеството е разделен на дялове, както следва:
Владимир Димитров Чардаклиев – 50 дяла по 50 лв.
Катя Еленкова Чардаклиева – 50 дяла по 50 лв.

Предмета на дейност е производство и продажба на долно облекло и бански костюми, продажба на други текстилни изделия, и шивашки услуги.

Седалището и адресът на управление на предприятието е в гр. София. Фирмата осъществява дейност и в друг обект-шивашки цех в с. Долна Вереница.

Мисия:

Мисията на ПРЕСТИЖ АКВА ООД е да продължава да бъде конкурентно способно както на вътрешния, така и на Европейските пазари. Мисията и мотото са съобразени с основните елементи на бизнеса, като клиенти, пазари, дейността на фирмата.

Нашата мисия се състои в това, да реагираме на новите предизвикателства с креативни инициативи, като използваме възможностите си, за да постигнем високи резултати в областта на търговията, и достойно да защитим лидерската си позиция.

Пазарен обхват

Обхватът на пазара включва клиенти от:

- България
- Европейски страни

Производствени мощности:

- Шивашки цехове
- Машины и оборудване

СТРАТЕГИИ НА „Престиж Аква ” ООД

1. Стратегия за пазарно развитие:

В условията на самостоятелност предприятието трябва да разработва своята стратегия за развитие за по-дълъг период от време, съвместно с отрасъла, като съчетава националните интереси с фирмените. Стопанското управление трябва да се подчини на дългосрочните цели, които да осигуряват не само оцеляване на фирмата, но и нейното ефективно функциониране в националната икономика.

ПРЕСТИЖ АКВА ООД
ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

За годината, приключваща на 31 декември 2015 г.

2. Стратегията на вътрешно развитие включва дългосрочни и краткосрочни цели по отношение на продукта, персонала, финансовата стабилност :

Цели:

Краткосрочни:

- Увеличаване на производството на долно облекло и бански с 10 %;
- Автоматизация на административно- управленските процеси;
- Повишаване нивото на квалификация на персонала;
- Привличане на нови клиенти;
- Разработване на ефективна рекламна стратегия;
- Събиране на вземания, с които ще се погасят част от текущите разходи.

Дългосрочни:

- Установяване на трайни тенденции към увеличаване на положителния финансов резултат;
- По-нататъшно утвърждаване на международния пазар и запазване на вътрешния пазар;
- Оптимално използване на производствените мощности ;
- Проучване на потребителските предпочитания;
- Подобряване на социално-битовите условия на труд;
- Повишаване имиджа на фирмата.

Резултати от дейността на дружеството през годината:

Всяко едно функциониращо дружество е изложено на определени рискове, които могат да окажат въздействие върху резултатите от дейността му.

Лихвен риск

Дружеството е изложено на риск от промяна в пазарните лихвени проценти, основно по отношение краткосрочните и дългосрочни си финансови пасиви с променлив (плаващ) лихвен процент. Поради ниската оценка на последния, Дружеството не използва финансови инструменти за намаляване на лихвения риск .

Ликвиден риск

Ефективното управление на ликвидността на Дружеството предполага осигуряване на достатъчно оборотни средства, предимно, чрез поддържане на разрешени кредитни линии и разполагаеми собствени парични средства. Към 31 декември 2015 г. не са налице задължения, дължими и изискуеми след повече от 5 г.

Валутен риск

Дружеството извършва покупки и продажби в чуждестранни валути – евро, щатски долари и сръбски динари. Част от тези операции се осъществяват в евро. Тъй като валутният курс лев/евро е фиксиран на 1.95583, валутният риск, произтичащ от евровите експозиции на Дружеството е минимален. Заключителните валутни курсове, използвани за преизчисляване в отчетна валута на паричните позиции в чуждестранна валута са както следва:

EUR 1 = BGN 1.95583

USD 1 = BGN 1.734

RSD 1 = BGN 0.0161

Кредитен риск

Дружеството търгува единствено с утвърдени, платежоспособни контрагенти. Неговата политика е, че всички клиенти, които желаят да търгуват на отложено плащане, подлежат на процедури за проверка на тяхната платежоспособност. Освен това, салдата по търговските вземанията се следят текущо, в резултат на което експозицията на Дружеството по трудносъбираеми и несъбираеми вземания не е съществена. Няма значителни концентрации на кредитен риск в Дружеството. Кредитният риск, който възниква от другите финансови активи на

ПРЕСТИЖ АКВА ООД
ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

За годината, приключваща на 31 декември 2015 г.

Дружеството, представляващи кредитната му експозицията, произтича от възможността неговите контрагенти да не изпълнят своите задължения.

Максималната кредитна експозиция на Дружеството по повод на признатите финансови активи, възлиза на съответната им стойност по счетоводния баланс към 31 декември 2015 г.

ФИРМЕНИ ПОЛИТИКИ НА „Престиж Аква” ООД

Продуктова политика

1. Решения за стоковата номенклатура
2. Решения за новите артикули
3. Решения за премахване на продукт
4. Решения относно търговската марка
5. Решения относно опаковката, маркировката и етикета

Пласментна политика

Тя включва цялостния материален поток от доставката на суровините до довеждане на готовата продукция до крайния потребител, както и свързаните с него информационни потоци.

Първият процес е избор на доставчици и завършва с доставянето на количествата до фирмата получател.

Оперативното управление на производството обхваща втория процес.

Третият процес е свързан с планирането и реализирането на произведената продукция. Този процес е комплекс от дейности свързани с физическата дистрибуция. Това са: обработка на поръчките; складиране; управление на запасите; транспортиране; опаковане и информационно осигуряване.

Ефективността на физическата дистрибуция има голямо отражение върху потребителското удовлетворение и върху разходите на фирмата.

Обработка на поръчките

Цикълът на изпълнение на поръчките в „Престиж Аква” ООД започва с приемането на поръчката. Следва проверка, установяване на наличност на дадения артикул, потвърждаване, производство на артикула, експедиция, доставка на клиента. След това е необходимо да се попълнят запасите и да се извършат няколко счетоводни процедури – фактури, осчетоводяване и плащане.

Складиране

Важна част е съхранението и складирането, защото производствените и потребителските цели рядко съвпадат. Складовете изпълняват основна роля при физическата дистрибуция. Чрез тях се изпълняват различни функции, като идентифициране, сортиране, доставка, съхранение, формиране и разпределяне.

Управление на запасите

Те са функция, която има за цел да удовлетвори всички потребности на клиентите. Управлението на запасите се разделя на две основни групи: първата група осъществява предлагане, базирано на прогнози, а втората предлагане, базирано на поръчки. Настояща тенденция при „Престиж Аква” ООД е фирмата да се ориентира все повече към предлагане, базирано на конкретни поръчки, защото значително се намаляват разходите за запаси и в същото време намаляват рисковете, свързани с тях.

ПРЕСТИЖ АКВА ООД
ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

За годината, приключваща на 31 декември 2015 г.

Транспортен модел на обслужване

Третият етап е свързан с транспортните операции. Избор на транспортен модел.

Транспортът създава удобства от време и място на продуктите на фирмата, като ги придвижва от мястото на производство до мястото на тяхното крайно потребление. Изборът на транспорт влияе на ценообразуването на продукта, на навременната доставка и на състоянието на продуктите при пристигането, като всичко това засяга удовлетворението на клиента и формира неговото бъдещо поведение.

Основните моменти, на които се набляга в пласментната политика при „Престиж Аква“ ООД са:

- Подбор на множеството канали на дистрибуция чрез интегриране с различна организационна собственост;
- Изграждане на единични собствени канали;
- Смяна на организацията на дистрибуцията чрез отчитане на изискванията на жизнения цикъл на продукта и на типа на избрания маркетинг;
- Интегриране на финансирането в производството.

Ценова политика

Ценовата политика на „Престиж Аква“ ООД обхваща всички съображения, които се отчитат при определяне на цените на продуктите и мотивите за тяхното изменение съобразно промените в условията на производство и реализация. Водещ момент в ценовата политика е определянето на цените на база състоянието на пазара и специално на съотношението между търсене и предлагане.

Ценовата политика на фирмата 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;
- други плащания (транспортни разходи, мита, застраховки и др.);
- използване на психологически аспекти при цените и др.

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 производство и реализация. Ценовата политика акумулира в себе си резултатите от всички маркетингови усилия на бизнеса съобразно глобалните цели на неговото развитие. Тя е и най гъвкавия инструмент за постигане на тези цели. 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.

Рекламната политика се състои в :

- идентифициране и анализиране на рекламната цел
- определяне на рекламните цели
- създаване на рекламна платформа
- определяне на рекламния бюджет
- разработка на план за медиите
- създаване на рекламно послание

ПРЕСТИЖ АКВА ООД
ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

За годината, приключваща на 31 декември 2015 г.

- изпълнение на кампанията
- оценка на ефективността ѝ

Фирмена култура

- Да приемаме предизвикателствата за постигане на по-високи цели.
- Да се уважаваме взаимно за една по-добра работна атмосфера.
- Да превърнем „Престиж Аква ” ООД в една компания с международна известност

ОРГАНИТЕ НА УПРАВЛЕНИЕ ДЕКЛАРИРАТ ЧЕ:

- Не е имало нередности, в които да са участвали ръководители и служители, играещи значителна роля в системата на вътрешния контрол или нередности, които могат да бъдат съществени по отношение на счетоводния отчет
- Всички фактури и други документи, свързани с осъществяваните сделки са надлежно осчетоводени и са намерили отражение в счетоводния отчет
- Дружеството се е съобразявало с всички аспекти на договорите, които е сключило и незачитането и несъобразяването с правната уредба би се отразило съществено върху счетоводния отчет
- Отразени са всички потенциални загуби от задължения свързани с продажби и покупки
- Дружеството притежава задоволителни права върху всички свои активи и не са налице искове или тежести върху имуществото, а ако съществуват такива, същите са отразени в доклада за дейността и оповестени.
- Всички реални и потенциални задължения са оповестени в приложението към годишния счетоводен отчет и гаранциите дадени на трети лица.
- Събития, след датата на приключване на счетоводния отчет, които изискват преизчисляване и задължително оповестяване, не са настъпили, а ако са настъпили такива, същите са оповестени и преизчислени.

29 януари 2016 година

Управител: