

**ГОДИШЕН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА
СЪГЛ. ЧЛ. 33 ОТ ЗАКОНА ЗА СЧЕТОВОДСТВОТО
НА "ЛЛП СОФИЯ" ООД
КЪМ 31.12.2009 Г.**

март 2010 г.

1. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДРУЖЕСТВОТО

1.1. Дата и място на създаване, адрес, управление, правна форма, основни собственици и принадлежност към група

„ЛЛП София” ООД е търговско дружество, създадено съгласно Решение № 1 от 11.10.1999 г. на СГС, фирмено дело № 12706/ 1999 г., партиден № 52751, том 573, стр. 74.

Дружеството е със седалище и адрес на управление: **гр. София, ул. "Златен рог" № 22.**
Адресът за кореспонденция е: гр. София, ул. „Майстор Алекси Рилец” № 38, секция Б, ет.2.

През 2007 г. е извършена пререгистрация на дружеството, промяна в правната му форма от ЕООД в ООД и увеличение на капитала. Капиталът на дружеството е увеличен от 65 000 лв. на 68 000 лв. и е разделен на 680 дружествени дяла.

Собственици в „ЛЛП София” ООД към 31.12.2009 г. са следните лица:

- „Лондон Лоджик Братислава” с.р.о. с дял от 80 %
- Божидар Георгиев Крапчев с дял от 20 %

„ЛЛП София” ООД се управлява и представлява от Божидар Георгиев Крапчев. Оперативната дейност на дружеството се управлява от Стели Косева Димитрова- Изпълнителен директор.

Към 31.12.2009 година „ЛЛП София” ООД няма локации и клонове.

1.2. Основен предмет на дейност

Предметът на дейност на дружеството е:

- Внос и лицензиране на компютърни програмни продукти (ERP системи);
- Предоставяне на услуги за поддръжка на компютърни програмни продукти;
- Предоставяне на консултации, свързани с компютърни програмни продукти;
- Както и всякаква друга дейност, която не е забранена от закона и която е търговска по смисъла на търговския закон /във всички случаи- след получаване на необходимите лицензи и разрешения, когато такива се изискват/.

LLP Group е чуждестранна група от фирми, основана през 1992 година. През 1995 година LLP започна своето развитие в Европа и днес има дъщерни фирми в Прага, Братислава, Загреб, Букурещ, Будапеща, София и Белград. Освен това компанията има проекти в над 50

други държави, между които Германия, Италия, Египет, Венецуела, Япония, САЩ и Канада. Във фирмата работят над 200 служители.

LLP е един от водещите доставчици на софтуерни решения в Централна и Източна Европа. Решенията предлагани от фирмата засягат различни аспекти от бизнеса на всяка компания – управление на производството, финансово управление, управление взаимоотношенията с доставчици и клиенти (CRM), автоматизация на професионални услуги (PSA), електронно управление на доставките и управление на ремонтната дейност. Всички продукти предлагани от компанията са локализирани и пригодени за работа във всяка държава, в която фирмата присъства. През 17-годишната си история LLP си сътрудничи с водещи производители на утвърдени софтуерни системи.

Клиенти на фирмата са компании от различни сегменти – от химическа промишленост, хотели, фармацевтични компании до телевизионни станции. LLP има изпълнени над 700 успешни проекта в повече от 50 държави.

LLP също така предлага квалифицирани консултантски услуги в различни области – финансово управление, производство, търговска политика, маркетинг, ИТ. Оптимизирането на потока на бизнес процеси е пряк резултат от оптимизиране на информационния поток. Ето защо фокусът на LLP е управление на проектите включващи внедряване на Управленски Информационни Системи, консултиране, поддръжка на внедрени системи, гореща линия за поддръжка, обучение и последващ контрол и оптимизация.

1.3. Основни продукти

Microsoft Dynamics NAV е интегрирана информационна система за финансов контрол и управление на бизнес процесите във фирмата (ERP). Microsoft Dynamics NAV обхваща всички аспекти от бизнеса като: финансово управление и счетоводство, управление на взаимоотношенията с клиентите, управление и планиране на процесите в производството, Управление на сервизната дейност, Е-бизнес решения.



Microsoft Dynamics AX е всеобхватна информационна система от висок клас за финансов контрол и управление на бизнес процесите във фирмата. Представява интегрирано решение, което подпомага управлението на цялостната дейност на средни и по-големи

предприятия, като автоматизира процесите: планиране на производството, управление на веригата доставки, складово управление, управление и планиране на продажбите, управление и контрол на проекти, финансово управление и контрол, управление на взаимоотношения с клиенти, управление на човешки ресурси, бизнес анализи.



Infor FMS SunSystems е бизнес и финансов софтуер за управление дейността на една или множество фирми (ERP). Системата е подходяща за холдингови структури и чуждестранни фирми опериращи в различни държави и с различни счетоводни стандарти. Позволява автоматично изготвяне на всички изисквани от българското законодателство отчети и необходимите корпоративни справки. Възможностите за анализ на данните по зададен пакет от критерии способства за правилна и навременна оценка на финансовите резултати във всяка сфера на действие на фирмата.



2. ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА НА ДРУЖЕСТВОТО ПРЕЗ 2009 Г.

2.1 Кризата за пазара на ERP решения в България

Кризата изненада множество мениджъри в страната, които панически се впуснаха да съкращават средства и хора. В този смисъл инвестицията в такива системи беше един от последните им приоритети – някъде между купуването на последен модел автомобил и раздаването на 13-та заплата. В пъти намаляха запитванията за бизнес софтуер. Изчезнаха и традиционните компании, които с години си избират бизнес софтуер, без да могат да вземат окончателно решение.

Сега активните на пазара фирми са тези с обучен мениджмънт, който не е изненадан от настъпването на кризата и ефектите за конкретната компания. Това са компании като Грестокмерс, Арома, JTI, ВРЗ Карлово, Чеполеч майнинг. Ръководителите на тези фирми приемат кризата като процес, който неминуемо има начало и край и те разбират, че това е добро време за реструктуриране и подготовка за периода след кризата. Именно тези компании ще излязат по-бързо от кризата с много повече сили и закономерно ще завладеят по-голям пазарен дял от тези, които ще се колебаят дали кризата е свършила и какво да правят след това.

Четири са най-силно открояващите се през 2009 година тенденции:

- От пазара, в ролята на потенциални потребители на ERP решения, изчезнаха онези малките компании, които дълго време се колебаеха дали изобщо имат нужда от ERP софтуер и които бяха изключително ценово ориентирани. Това позволи усилията на консултантите да се фокусират върху клиенти, при които наистина има потенциал за продажби, както и върху по-доброто обслужване на съществуващите клиенти.

- Напълно в съгласие с очакванията, през годината се реализираха по-малък брой сделки на пазара. Противно на предварителните очаквания реализирахме няколко по-мощни проекта в български компании, които използваха времето на "затишие" да подредят компаниите си и при съживяване на икономическата активност да имат по-силни позиции, чрез новите технологии.

- Може да се каже, че през 2009 г. инвестиция в ERP софтуер направиха компании със стабилни пазарни позиции и ясна визия за бъдещето. Внедряването на ERP софтуера изисква както неизбежната инвестиция, така и значителен човешки ресурс от страна на компанията-клиент. При нормална икономическа ситуация, нерядко част от служителите, ангажирани в процеса на внедряване, работят извънредно, дори за известно време и „на две работи“ – изпълняват едновременно преките си служебни задължения и подготвят необходимата информация за новата система или участват в екипите по описване и реинженеринг на процесите. Онези компании, които можеха да си позволят да мислят за инвестиции в условията на криза, се възползваха точно от този момент на забавяне в темповете на икономиката. Те успяха да фокусират необходимия човешки ресурс в процеса на внедряване. Това като цяло снизи свързания с едно внедряване стрес и ни позволи по-фокусирано да работим с индивидуалните клиенти.

- Не е изненада, че по-малкият брой сделки засили конкуренцията между внедрителите. Това обаче оказва положително влияние за пазарното „съзряване“ на бранша като цяло. Ако до момента развитието на по-голямата част от ИКТ (Информационни и комуникационни технологии- за по- кратко ИКТ) фирмите се дължеше на естествения ръст на пазара, то кризата помогна да се открие кой колко е „пораснал“ наистина. Борбата за спечелването на клиенти провокира иновативността – свидетели сме как някои компании разработиха нови подходи за комуникация с потенциалните клиенти, други представиха

авангардни технологии, трети предизвикаха смях с опит за прилагане на техники, характерни за други индустрии.

Представителствата на чуждестранните компании в България са все още основните потребители на бизнес софтуер, затова спадът на чуждестранните инвестиции, в резултат на глобалната криза, директно доведе до свиване на ERP пазара у нас. Не бяхме изненадани от реализирания по-малък брой сделки. Това, обаче, се отрази най-тежко на малките играчи в бранша. Онези, които разполагат с до 5 консултанти и които преди кризата бяха привлекли не повече от 2 до 3 клиента.

В началото на 2009 г. експертите съветваха ERP консултантите да се съсредоточат върху съществуващите си клиенти – да се погрижат първо за увеличаване на тяхната удовлетвореност и евентуално да им предложат допълнителни услуги/решения. От съществена важност беше наличието на добра база от клиенти, с които да се работи активно. Фокусирахме усилията си в тази посока и успяхме да реализираме няколко ключови за ЛЛП София ООД сделки, които допълнително ни позволиха да затвърдим компетенциите си във внедряването на допълнителни решения – CRM, BI, PM.

Компаниите, които инвестираха въпреки кризата, естествено предпочитаха да заложат „на сигурно“ – на утвърден партньор с добра репутация на пазара и добри референции. Търсейки „гаранция“, че внедряването ще бъде изпълнено в срок и спрямо техните конкретни изисквания, те в същото време бяха склонни да заплатят дори малко по-висока цена за това – интересна тенденция за традиционно ценово чувствителния ни пазар.

Забелязва се тенденция на повишен интерес към решения надграждащи основната функционалност на ERP системите – като например системи за управление взаимоотношенията с клиенти (CRM), системи за генериране на отчети и анализи (BI). Това в известна степен показва зрялост на пазара – вече има критична маса от компании, които ползват основни бизнес решения и имат потребност от надграждане. Все пак остава на много ниско ниво използването на ERP системите от българските компании – не повече от 400 български компании имат внедрени ERP системи, което нищожен процент на фона на около 15 000 български фирми, които са потенциални потребители.

Важно събитие за пазара като цяло беше представянето на новите ролево-базирани версии на ERP решения от групата Microsoft Dynamics, в резултат на което българските

компании се запознаха с иновативната концепция на Майкрософт за развитието на бизнес софтуера и получиха възможност да оптимизират още по-добре инвестицията си в ERP.

2.2 Кризата за „ЛЛП София” ООД

Още в края на 2008 година направихме сериозен анализ на различните проявления на кризата в другите държави от региона. Като част от международна компания имаме представа за общите тенденции и локалните специфики за повечето пазари в Централна и Източна Европа. Предвидихме по-късното проявление на кризата у нас. Разбира се приложихме мерки за ограничаване или по-скоро по-внимателно контролиране на разходите, но в планирането ни основния акцент беше насочен към бизнес мерки свързани с повишаване на ефективността. В един консултантски бизнес това означава по-оптимално използване на ресурсите, така че да доведат до по-голяма производителност на екипите. Това ни позволи да не съкращаваме служители, което в средносрочен план можеше да бъде голяма заплаха. Имахме възможност да обърнем повече внимание на съществуващите клиенти, което беше част от антикризисните ни мерки. Това решение имаше положителен отзвук и сред клиентите ни. Диверсифицирахме продуктовото ни портфолио в България, добавяйки някои продукти, които са нови и за групата изобщо. Така успяхме да се подготвим да посрещнем дългоочакваното отминаване на кризата с по-подготвен екип и повече възможности, за да бъдем по-полезни на потенциалните ни клиенти.

За ЛЛП 2009 година беше предизвикателство. Още в края на 2008 година имаме внимателно обмислен план, както за стратегическите мерки, които трябва да предвидим за работа в среда на свит пазар, така и чисто оперативните мерки, които трябва да бъдат приложени, за да неутрализираме ефектите от влошените икономически условия.

Кризата за нас не предизвика абсолютно никакви изненади – нито като проявление, нито като период, нито като тежест. Все пак като част от консултантска група, представена в страни в цяла Европа, знаехме предварително какво трябва да очакваме от кризата. Имахме планирани мерки, които приложихме в точните моменти. Мерките бяха двустранни – от една страна свързани с по-добър контрол на разходите и намаляване там където е възможно. Но всъщност по-интересните мерки бяха свързани с осигуряването на приходите. Приложихме на практика една теория, че всъщност не е важно колко харчиш, а е важно да изкарваш повече от колкото харчиш. В този смисъл значителна част от мерките ни бяха насочени към продажбите и различни мерки и стимули към потенциалните и съществуващи клиенти. Това помогна в значителна степен.

През първото тримесечие на 2009 година компанията ни в България имаше ръст от 30%. В следващите периоди имаме рязко влошаване на резултатите. С наближаването на края на годината забелязахме сериозно стабилизиране на пазара и финансовите резултати на компанията.

Не сме съкращавали служители като мярка за справяне с кризата. На практика тази година увеличихме екипа. Кризата действа изключително отрезвяващо на хората, които имаха нереални очаквания за заплати, които не заслужават и за бързо израстване, за което не са готови. Разко намаля и трудовия туризъм – прехвърлянето на служители от компания в компания с цел получаване на повече облаги или по-висока заплата. Сега екипът на компанията е съставен изключително от отговорни и квалифицирани млади хора, които проявиха огромно разбиране във връзка с някои от ограниченията, които реализирахме. И през следващата година ще работим за консолидиране на екипа и поддържането на високо качество, не само от гледна точка на работа при клиентите, но и на разбирането и следването на нашите корпоративни ценности. Вече знаем, че това е ключово за успеха ни, като компания.

През 2009 г. реализирахме общо над 30 сделки и спечелихме почти 20 нови клиента, при които е започнало внедряване на ERP решение. Това са по-малко на брой сделки, отколкото нормално реализираме в други години, но обемите бяха по-големи. Компаниите са предимно в сферата на производството – водещи чужди и български компании, които имат далновиден мениджмънт. Реализирахме и някои проекти с продукти, които до момента не бяхме продавали в България – най-вече в областта на BI софтуера.

През изминалата година ЛЛП София ООД сключи няколко сделки от стратегическа важност. Успяхме да направим няколко нови внедрявания на Microsoft Dynamics AX, които затвърдиха позицията ни на пазарен лидер и практически останахме без конкуренция в предлагането на това решение.

Не на последно място за нас е старта на новия ни проект **ERP Test Drive**. Чрез него се опитахме по нов и различен за пазара начин да представим ползите от внедряването на ERP софтуер. Благодарение на него вече над 60 компании тестваха сами решенията от групата Microsoft Dynamics, а в допълнение получиха безплатно и професионална консултация от ЛЛП България.



ERP Test Drive

„ЛЛП София“ ООД, като част от международна група представена на различни европейски пазари, влезе в 2009 г. с внимателно обмислен план и реалистични очаквания. През цялата година пазарното ни представяне се движеше близо до заложеното в бюджета ни.

Важно за нас е, че успяхме да запазим екипа си и да инвестираме в развитието на нашите консултанти. Изминалата година оказа положително влияние за пазарното „съзряване“ на бранша като цяло. Ако до момента развитието на по-голямата част от ИКТ фирмите се дължеше на естествения ръст на пазара ни, то кризата засили конкуренцията в бранша и открои кой колко е „пораснал“ наистина. Борбата за спечелването на клиенти провокира иновативността – свидетели сме как някои компании разработиха нови подходи за комуникация с потенциалните клиенти, други представиха авангардни технологии, трети копираха методи от други индустрии чрез обявяването на сезонни намаления.

3. ПРОГНОЗИ ЗА РАЗВИТИЕТО ПРЕЗ 2010 Г.

За България кризата дойде със закъснение и естествено ще излезе със закъснение. Докато в държавите от Западна Европа на практика кризата приключи, в нашия регион – в страни, като например Чехия, Словакия и Румъния кризата продължава. Все пак според нас преминахме дъното през август и септември 2009 година, и вече има значителни признаци за подобряване на състоянието. В различните сектори в икономиката ще има разбира се и различен темп на подобрене. Очакваме сериозен ръст в нашата индустрия през 2010 година. Може би той ще бъде малко плах през второто тримесечие, но със сигурност осезаем към края на годината. Традиционно след криза голяма част от инвестициите отиват за подобряване на производителността – с по-малко хора да можем да правим повече. В този смисъл пазарът на ИТ и в частност на бизнес софтуер е закономерно този, който прави и най-сериозни ръстове. За 2010 година сме заложили двуцифрен ръст, който считам за реално постижим.

Това на практика ще бъде краят на кризата в сектора. Повишеният интерес към ИТ решения ще бъде резултат от традиционното обръщане на компаниите към търсене на оптимизация в периоди след криза. Компаниите ориентирани към външни пазари ще бъдат най-активни поради факта, че икономическите условия в Западна Европа и други региони вече официално отпразнуваха стабилизиране на показателите и гледат към растеж.

Революционни новости в сектора едва ли ще има. Все пак очакваме засилване на тенденцията към комуникационното усъвършенстване на системите – по-добра комуникация между потребителите, опростяване на интерфейса на системите – тенденция инициирана от

Майкрософт през последните години, която ще продължи с пускането на нови версии не само на ERP системите, но и на традиционните продукти на компанията. Сигурен съм, че интересът към CRM решения ще бъде много по-голям отколкото сега, както и към допълнителни системи – например за отчетност, за управление на ремонтна дейност и т.н.

В България трудно можем да говорим за сегментиране, поради все още много малкия брой компании, които използват ERP системи. Дори и разделението на малки, средни и големи не е приложимо – има огромни холдинги, които работят като през 80те, и много малки фирми, които ползват съвременни ERP системи. Единственото разделение, което според нас е валидно за нашия пазар е чужди компании, български компании с млади и обучени мениджъри, и български компании управлявани като в миналото. Очевидно последните няма да са тези, които ще търсят съвременни решения веднага след кризата. Надали и инвестициите в България, ще бъдат чак толкова много. Така че остават динамичните български компании със съвременно мислещи мениджъри, които имат представа от практиките в развитите държави.

Очакванията ни са, че както и през 2009 г., ИКТ компаниите ще се стремят да реализират всяка възможност за продажба, затова ще се стремят да достигнат до най-голям брой потенциални клиенти без значение на тип бизнес и отрасъл. Очаква се през 2010 г. по ОПАК да се откриват нови възможности за въвеждане на ИКТ в държавната администрация. Без съмнение, частният сектор много по-бързо ще реагира на променящите се пазарни условия и ще търси нови средства за повишаване на производителността. Силно раздвижване очакваме сред изцяло българските компании, които активно работят с чуждестранни партньори.

Въпреки че нивото на приемане на ERP технологиите като цяло не е високо за нашия пазар – не повече от 400 български компании, при 15000 потенциални потребители, използват интегрирани системи за управление. Въпреки това се забелязва повишаващ се интерес към решенията, надграждащи основната функционалност на ERP системите – системи за управление на взаимоотношенията с клиенти (CRM), системи за бизнес анализи (BI), за бюджетиране и прогнозиране (PM).

Наскоро от Майкрософт споделиха очакването за двоен ръст през 2010 г. в броят на компаниите, които използват тяхното CRM приложение. Нашето очакване е за по-умерен растеж, но значително по-висок в сравнение с изминалата година.

4. УПРАВЛЕНИЕ НА РИСКА

Управление на финансовия риск

В хода на обичайната си дейност дружеството може да бъде изложено на различни финансови рискове, най-важните от които са: пазарен риск (включващ валутен риск, риск от промяна на справедливата стойност и ценови риск), кредитен риск, ликвиден риск и риск на лихвено-обвързаните парични потоци. Общото управление на риска е фокусирано върху прогнозиране на резултатите от определени области на пазара за постигане на минимизиране на потенциалните отрицателни ефекти, които биха могли да се отразят върху финансовите резултати и състояние на дружеството.

Финансовите рискове текущо се идентифицират, измерват и наблюдават с помощта на различни контролни механизми, за да се определят адекватни цени на услугите, предоставяни от дружеството, да се оценят адекватно пазарните обстоятелства на извършваните от него инвестиции и формите на поддържане на свободните ликвидни средства, без да се допуска неоправдана концентрация на даден риск.

По-долу са описани различните видове рискове, на които е изложено дружеството при осъществяване на търговските му операции, както и възприетият подход при управлението на тези рискове.

Валутен риск

Дружеството не е изложено на значителен валутен риск, защото почти изцяло неговите операции и сделки са деноминирани в български лева и/или евро. То поддържа минимална валутна експозиция, деноминирана в чуждестранна валута различна от националната валута и еврото.

Ценови риск

Дружеството не е изложено на ценови риск за негативни промени в цените на услугите, обект на неговите операции, защото те са специфични за определен кръг клиенти и има установени процедури за периодично актуализиране спрямо промените на пазара.

Кредитен риск

При осъществяване на своята дейност дружеството е изложено на кредитен риск, който е свързан с риска някой от контрагентите му да не бъде в състояние да изпълни изцяло и в обичайно предвидените срокове задълженията си към него.

Финансовите активи на дружеството са концентрирани в следните групи: парични средства, търговски вземания от клиенти и свързани лица. За ограничаване на риска относно паричните средства политика на дружеството е да оперира само със стабилни финансови институции в България.

По отношение на клиентите, политиката на дружеството е да извършва продажбите си при обичайни, пазарни условия. Събираемостта и концентрацията на вземанията се контролират текущо и стриктно, съгласно установената политика на дружеството. За целта ежедневно се прави преглед на откритите позиции по клиенти, както и получените постъпления, като се извършва сравнение и анализ.

Ликвиден риск

Ликвидният риск се изразява в негативната ситуация дружеството да не бъде в състояние да посрещне безусловно всички свои задължения съгласно техния падеж. То провежда консервативна политика по управление на ликвидността, чрез която постоянно поддържа оптимален ликвиден запас парични средства и добра способност за финансиране на стопанската си дейност. Текущо матуритетът и своевременното осъществяване на плащанията се следи от финансовия отдел, като се поддържа ежедневна информация за наличните парични средства и предстоящите плащания.

Дружеството разполага с ликвидни средства за посрещане на текущите си задължения.

5. ПОЯСНЕНИЯ КЪМ ГОДИШНИЯ ФИНАНСОВ ОТЧЕТ ЗА 2009 Г.

5.1 Приходи

През 2009 г. основните приходи на „ЛЛП София“ ООД са от продажби на:

- Лицензи на компютърни програмни продукти;
- Поддръжка на компютърни програмни продукти;
- Предоставяне на консултации, свързани с компютърни програмни продукти;

Стойността на основните приходи от продажби възлиза на 3417 хил. лв., което представлява 99 % от общите приходи на дружеството.

Приходите на „ЛЛП София“ ООД за отчетната 2009 г. са, както следва:

Приходи	в хил. лв.
1. Приходи от продажби	3417
2. Други приходи	5
3. Положителни разлики от промяна на валутни курсове	21
Общо:	3444

В сравнение с 2008 г. Общите приходи са намалели с 20.5 %, като това се дължи най-вече на намаляване обема на приходите от продажба на услуги, които се явяват основни за дейността на фирмата. Приходите от продажба на услуги са намалели през отчетната година с около 899 хил. лв. или почти 22 %.

Трябва да се отбележи и липсата на приходите от финансираня. Това се дължи на приключване през 2008 г. на проекта по програма ФАР. През 2009 г. Завърши одита на МТСП по проекта и беше получено финалното плащане.

Прави впечатление ръста на приходите от продажба на стоки и увеличението на финансовите приходи. Приходите от продажба на стоки са нараснали с 86 %, а финансовите приходи, които основно се формират от положителни разлики от промяна на валутни курсове, отбелязват 91 % ръст- от 11 хил. лв. на 21 хил. лв.

Коефициент на рентабилност на приходите от продажби- изчислена както следва:

$$\text{Коефициент на рентабилност} = \frac{\text{Нетен размер на приходите от продажби} - \text{Разходи за дейността}}{\text{Нетен размер на приходите от продажби}} = 0.07$$

Коефициента на рентабилност на приходите от продажби е намалял през 2009 г. в сравнение с 2008 г. от **0.10** на **0.07**.

5.2 Разходи

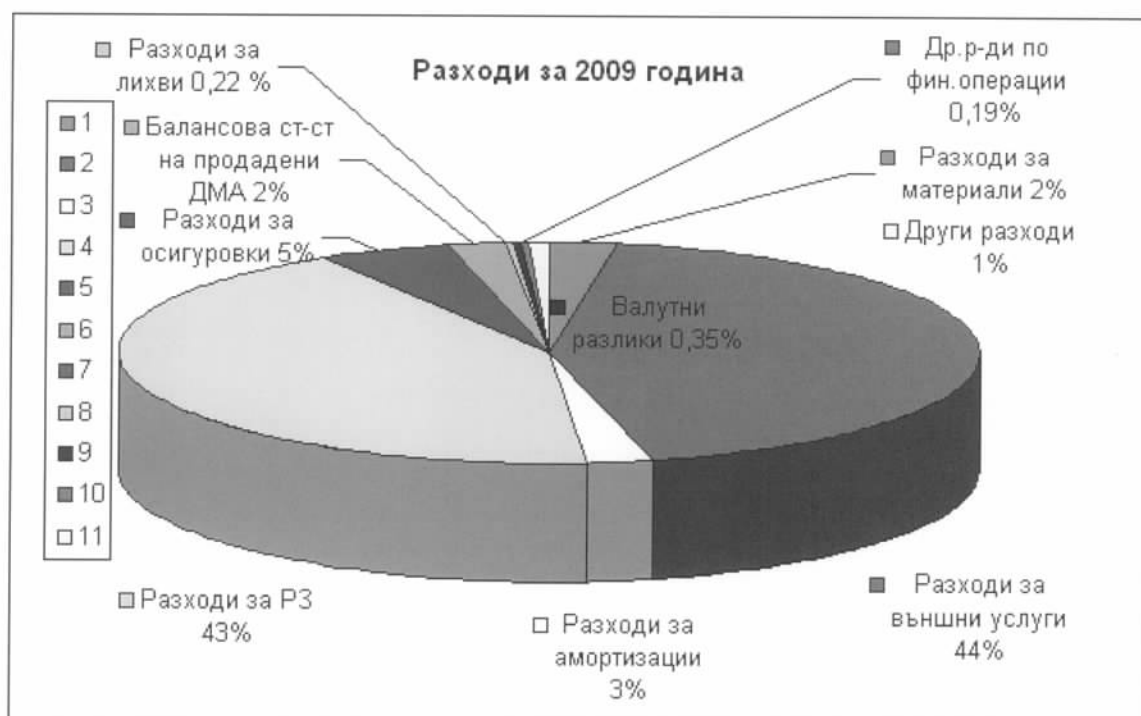
Разходите преди данъци през 2009 г. са намалели в сравнение с тези от 2008 г. с 18 % (интересно е да се отбележи че през 2008 г. имаше ръст на тези разходи в сравнение с 2007 г. с 22 %), като основно промяната се дължи на намалението на най- голямото перо- разходи за външни услуги с почти 26 %.

Трябва да се отбележи, че най- малък спад има в разходите за персонала. Той е символичен- около 5 %. Това е в резултат на стремежа на дружеството да запази

съществуващия персонал и да го мотивира и насърчи в условията на криза. Постигането на по-добра ефективност е търсено в посока на намаляване на останалите разходи: разходите за материали с около 19 %, разходите свързани с отрицателни разлики от промяна на валутните курсове- с 59 %, разходите за лихви- с 65 %, намаляване на другите разходи с 39 % и не на последно място упоменатите по- горе разходи за външни услуги- с 26 %. Най- значителен е спада в разходите за лихви, което се дължи на погасяване на взетите заеми от свързани лица.

През 2009 г. дружеството е извършило следните видове разходи:

Разходи на „ЛП София“ ООД за 2009 г.	в хил.лв.
1. Разходи за материали	76
2. Разходи за външни услуги	1 390
3. Разходи за амортизации	84
4. Разходи за възнаграждения	1 358
5. Разходи за осигуровки	159
6. Балансова стойност на продадени активи	71
7. Разходи за обезценка на ДМА	-
8. Разходи за лихви	7
9. Отрицателни разлики от промяна на валутни курсове	11
10. Други разходи по финансови операции	6
11. Други разходи	25
ОБЩО:	3 187



ГОДИШЕН ДОКЛАД ЗА ДЕЙНОСТТА

- Външни услуги- 1 390 хил. лв. /В разходи за външни услуги се включват: разходи за наеми- 139 хил. лв., разходи за обучение и подбор- 42 хил. лв., разходи за лицензи за програмни продукти- 251 хил. лв., разходи за поддръжка на програмни продукти- 323 хил. лв., консултации свързани с програмни продукти- 164 хил. лв., разходи за реклама- 65 хил. лева и други/

Разходите за външни услуги са 43 % от общия размер на разходите.

- Възнаграждения- 1 358 хил. лв. и осигуровки- 159 хил. лв. /От които разходите за възнаграждения на администрацията и управителните органи на „ЛЛП София” ООД са на стойност съответно 263 хил. лв. и 200 хил. лв./

Разходите за възнаграждения и осигуровки на целия персонал през 2009 г. представляват **47 %** от общата стойност на разходите. /През 2008 г. този процент е бил **41 %**, а през 2007 г. този процент е бил **39%**. Видна е тенденцията към увеличение на дела на разходите свързани с персонала в сумата на общите разходи през последните 3 години.

- Разходите за амортизации са на стойност 84 хил. лв. и дял в общите разходи от 2,6%.

Съпоставка и процентно изменение на разходите за 2008 г. и 2009 г.:

	за 2008 г. в хил.лв.	за 2009 г. в хил.лв.	изменение през 2009 г. в %
Разходи на „ЛЛП София” ООД			
1.Разходи за материали	94	76	- 19 %
2.Разходи за външни услуги	1 867	1 390	- 26 %
3.Разходи за амортизации	111	84	- 24 %
4.Разходи за възнаграждения	1 404	1 358	- 3 %
5.Разходи за осигуровки	194	159	- 18 %
6.Балансова стойност на продадени активи	99	71	- 28 %
7.Разходи за обезценка на ДМА	30	-	- 100 %
8.Разходи за лихви	23	7	- 70 %
9.Отрицателни разлики от промяна на валутни курсове	27	11	- 59 %
10.Други разходи по финансови операции	8	6	- 25 %
11.Други разходи	41	25	- 39 %
ОБЩО:	3 898	3 187	- 18 %

Съпоставка на разходите за 2008 г. и 2009 г. (в хил. лв.)



Коефициент на ефективност на разходите- изчислен, както следва:

$$\text{Коефициент на ефективност на разходите} = \frac{\text{Общо приходи}}{\text{Общо разходи}} = 1.07$$

5.3 Вземания

Към 31.12.2009 г. „ЛЛП София“ ООД има вземания от клиенти и доставчици 944 хил. лв., вземания от предприятия от група- 39 хил.лв. и други вземания на стойност 205 хил. лв.

Вземанията от клиенти представляват вземания по продажби на услуги. Сумата на вземанията от клиенти общо към края на 2009 г. възлиза на 983 хил. лв. От тях вземанията от български клиенти са на стойност 672 хил. лв. Вземанията от чуждестранни клиенти са едва 27% от сумата на общите вземания от клиенти и са на стойност от 265 хил. лв. /В тази сума са включени вземанията от предприятия от група, които също се явяват чуждестранни лица/. Останалите 46 хил. лв. са вземания от клиенти по фактури издадени през 2010 г., част от прихода, по които в размер на 46 хил. лв. се отнася за 2009 г.

Важно е да се отбележи, намалението на вземанията от клиенти- от 1551 хил. лв. в края

на 2008 г. до 983 хил. лв. в края на 2009 г. Намалението е почти 37 %, което е в резултат на по-консервативната политика и по-голямата „дисциплина“ на Дружеството през отчетната година по отношение на вземанията от клиенти. Бяха взети и редица нехарактерни за Дружеството мерки за събиране на вземанията- между тях е и помощта на съдебните власти.

Класифицираните като „Други вземания“ активи на стойност 205 хил. лв., са съставени от вземания от подотчетни лица в размер на 24 хил. лв., вземания свързани с депозити по договори с доставчици за 23 хил. лв., вземания за надвнесен корпоративен данък в размер на 18 хил.лв. , както и вземания по съдебни спорове в размер на 136 хил. лв., и присъдени вземания в размер на 4 хил. лв..

Надвнесеният корпоративен данък в размер на 18 хил. лв. ще се приспада през следващите данъчни периоди.

5.4 Задължения

Задълженията към доставчици към края на 2009 г. възлизат общо на 355 хил. лв. От тях едва 28 хил. лв. са към български доставчици, а 337 хил. лв. са към чуждестранни доставчици.

Задълженията към чуждестранните доставчици, които се явяват предприятия от група са посочени в отделна статия „Задължения към предприятия от група“ и са на стойност 44 хил. лв. Остатъка от сумата в статията „Задължения към предприятия от група“ в размер на 131 хил. лв. се състои от задължения към чуждестранния собственик свързани с начислени, но неизплатени дивиденди.

По-голямата част от чуждестранните контрагенти на дружеството са доставчици на софтуер и поддръжка за него, както и консултации свързани със закупуваните програмни продукти. Доходите реализирани от чуждестранните контрагенти- доставчици на лицензи за ERP системи, поддръжка и консултации свързани с тях, се облагат с данък при източника в размер на 10 %. Не се облагат доходите само на онези чуждестранни доставчици, за които има Становище на НАП за прилагане на СИДДО, както и за онези, чиито доходи са под 100 хил. лв. и може да се приложи чл. 142 от ДОПК.

През отчетната 2009 г. е платен данък при източника в размер на 75 хил. лв. В Баланса на дружеството към 31.12.2009 г. е отразено задължение свързано с данък при източника в размер на 35 хил. лв. Необходимо е да се отбележи същественото намаление на задълженията свързани с данък при източника към края на 2009 г. в сравнение с края на 2008 г.- намалението е от 74 хил. лв. на 35 хил. лв. или с повече от 52 %.

5.5 Свързани лица- вземания и задължения

Към 31.12.2009 г. вземанията от свързани лица, са както следва:

Вземания от клиенти- свързани лица	сума в лв.
LLP Budapest Kft.	7654
London Logic Partners d.o.o.	2795
LLP Bucharest SRL	3333
London Logic Partners d.o.o.	22872
London Logic Slovakia s.r.o.	2415
Общо:	39069

Към 31.12.2009 г. задълженията към доставчици- свързани лица, са както следва:

Задължения към доставчици- свързани лица	сума в лв.
LLP Budapest Kft.	3626
LLP Prague s.r.o.	33175
London Logic Partners d.o.o.	1321
LLP Bucharest SRL	5620
Общо:	43742

Към края на отчетния период Дружеството няма задължения/ вземания по заеми към/ от свързани лица.

5.6 Оповестяване на изплатени дивиденди през отчетния период

Към 31.12.2009 год. дружеството отчита остатък за изплащане на дивиденди от минали години 153 хил. лв.

За отчетната 2009 г. дружеството отчита счетоводна печалба в размер на 231 хил. лв..

5.7 Печалба

Данъчната печалба за 2009 г. по Годишна данъчна декларация (ГДД) по чл. 92 от ЗКПО е 278 632,20 лв. Респективно данъка върху печалбата е 27 863,22 лв.

Внесенят авансов корпоративен данък за 2009 г. е на стойност 33 640,08 лв.

Размерът на признатия данъчен кредит за удържан данък в чужбина е 12 691,61 лв.

Надвнесения корпоративен данък за 2009 г. е в размер на 18 468,47 лв. Тази сума ще се приспада през следващите данъчни периоди.

5.8 Изчислени коефициенти на рентабилност и ликвидност:

Коефициент на рентабилност на собствения капитал:

$$\text{Коефициент на рентабилност на собствения капитал} = \frac{\text{Финансов резултат за текущия период}}{\text{Собствен капитал}} = 0.24$$

За сравнение през 2008 г. Коефициент на рентабилност на собствения капитал е бил **0,53**. Голямата разлика в коефициентите по години се дължи на това, че печалбата за 2008 г. беше отнесена, като неразмеселена печалба за минали години и дивиденти не бяха разпределяни.

Коефициент на рентабилност на пасивите:

$$\text{Коефициент на рентабилност на привлечения капитал} = \frac{\text{Финансов резултат за текущия период}}{\text{Пасиви}} = 0.19$$

За 2008 г. Коефициента на рентабилност на собствения капитал е бил **0,30**.

Коефициент на обща ликвидност

$$\text{Коефициент на обща ликвидност} = \frac{\text{Краткотрайни активи} - \text{Разходи за бъдещи периоди}}{\text{Краткосрочни задължения}} = 2,60$$

За 2008 г. Коефициента на обща ликвидност е бил 1,66.

Коефициент на абсолютна ликвидност

$$\text{Коефициент на абсолютна ликвидност} = \frac{\text{Парични средства}}{\text{Краткосрочни задължения}} = 0,73$$

Коефициента на абсолютна ликвидност за 2008 г. е бил 0,28.

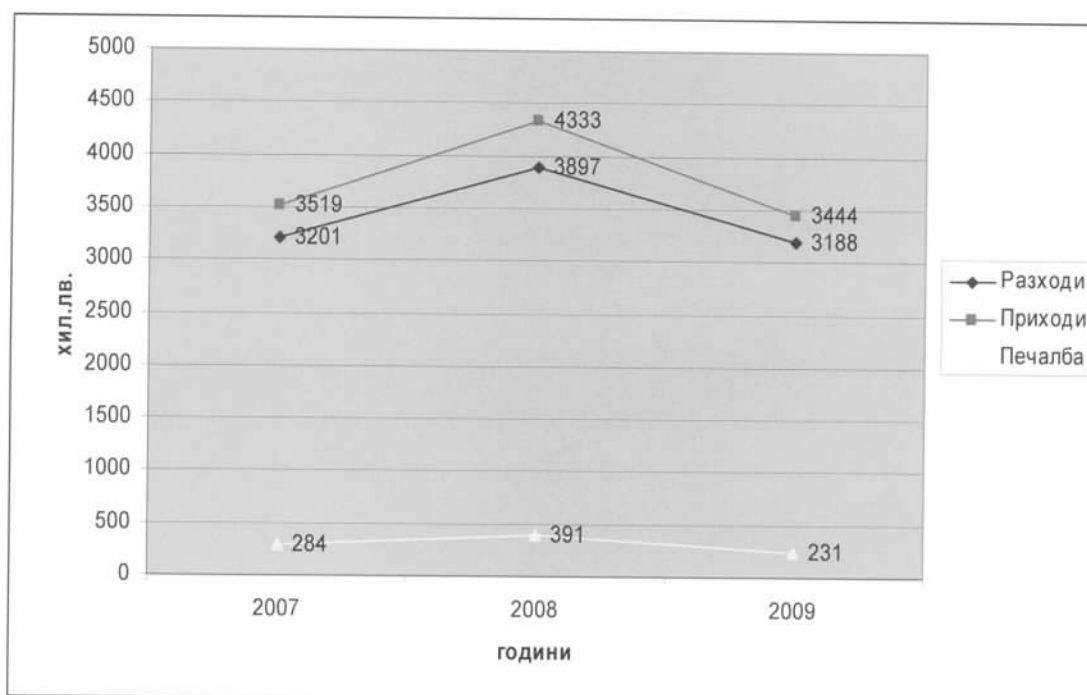
Общата и абсолютната ликвидност са значително по- високи през 2009 г., отколкото през 2008 г. поради значително по- голямата парична наличност в брой и по разплащателните сметки. В края на 2008 г. паричните наличности са били общо 331 хил. лв., докато в края на 2009 г. са 520 хил. лв.

5.9 Съпоставка на приходи, разходи и печалба за 2007 г., 2008 г. и 2009 г.

Съпоставка на общо разходи, общо
приходи и печалба за периода
2007 г. - 2009 г.

Години	2007	2008	2009
Разходи	3201	3897	3188
Приходи	3519	4333	3444
Печалба	284	391	231

Графика на съпоставяните показатели:



12.03.2010 г.

гр. София

Изготвил:.....

/Елена Рожанская/

Ръководител:.....

/Стели Димитрова/



