



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел:02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajdane.com

БИЗНЕС ПЛАН

за развитие на „ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ” ЕАД

за 2024 г.

I. ОБЩИ ПРИНЦИПИ НА ИКОНОМИЧЕСКА ДЕЙНОСТ

Основни принципи, залегнали в бизнес програмата на “Пазари Възраждане” ЕАД са стабилност на развитие и гарантиране на устойчив стопански растеж.

Основна цел в икономическата дейност ще бъде стремеж към увеличаване на приходите и оптимизиране на разходите на дружеството и гарантирането на стабилна и прогнозируема печалба.

Ще се прилага гъвкава политика/такава действа и в момента/ по отношение на приходите и разходите, с цел осигуряване на нормалното функциониране на пазарите и постигане на максимален икономически резултат. Част от тази политика са : търсене на потенциални атрактивни наематели и провеждане на преговори със заинтересованите-активна реклама на свободните обекти на пазарните площадки, актуализация /при необходимост/ на наемните цени, организиране на допълнителни събития вкл. изнесени - Фермерски пазари, изложби и културни събития в „Галерия Сердика“, Нощ на Женски пазар, Коледен фест и др. на територията на Столична община, увеличаване на приходите от онлайн магазина и Фермерския магазин, чрез по активна рекламна кампания и обогатяване на асортимента на предлаганите стоки и услуги.

Ръководството на „Пазари Възраждане” ЕАД ще продължи своята инвестиционна и маркетингова политика за постигане на устойчивост на икономическите показатели и за максимално увеличаване на растежа на приходите.

Дружеството ще инвестира, както в изграждането на нови и съществуващи търговски звена и структури, така и в политики, които ще запазят, развият и направят атрактивни пазарните площадки и търговските зони в тях.

Постигането на повишена конкурентоспособност на отделните пазари е пряко свързано с повишаване на качеството и разнообразието на предлаганите продукти, както и концептуално-целевото насочване и адаптивност на отделните пазари към съвременните пазарни условия. Развитие на дружеството е пряко обвързано с подхода за надграждане на традиционната конкурентна позиция на общинските пазари, а именно превръщането им на места в столицата, където да има база за интензивно търговско общуване и възможности за социално сплотяване.

Този подход, заедно с адекватната поддръжка на материално-техническата база на пазарите (обновени закрити павилиони и инсталирани модерни и функционални сергийни маси); повишаване на хигиенните условия, сигурността, достъпността на пазарите, обособяване на био и еко сектори, и т.н., биха спомогнали за привличането на различни групи от крайни потребители. Така може да се акцентира върху привличането на млади и на платежоспособни потребители и клиенти, които пазаруват от



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajdane.com

специализирани био - магазини и големите търговски вериги и са готови да заплащат по-високи цени.

Привличането на тези, досега нетипични за пазарите потребители, спомага и за привличането на търговци, които предлагат стоки и услуги с по-висока добавена стойност, т.е. разширяване на кръга от наематели на търговски обекти: търговци, предлагащи продукция с по-висока добавена стойност и съответно готови да заплащат и по-висока наемна цена, което води и до повишаване на приходите на дружеството.

Допълнителна, по-скоро подпомагаща цел е значително подобряване на администрирането на отделните пазари, включително електронизиране на процедурите за отдаване под наем на търговските обекти; внедряване на системи за управление на качеството на база показатели за качество на изпълнение, подобряване условията на труд и работна среда на пазарите собственост на дружеството; както и съответно повишаване квалификацията на служителите на дружеството в отделните пазари. Тези допълнителни действия ще имат благоприятен ефект върху функционирането, ефективността и качеството на обслужване, и от тази гледна точка, за повишаване на привлекателността на общинските пазари.

Основни насоки за развитието на тези политики са:

1. Икономическа целесъобразност и ефективност.

- Инвестирането в проекти, които ще развият собствеността и управляваните от дружеството обекти и територии, чрез които ще се увеличат приходите и ще се постигне стабилен икономически растеж. Приоритетно целево инвестиране в проекти, които водят пряко до увеличаване на приходите, както и до подобряване на ефективността на дружеството. Инвестирането в проекти, които ще развият пазарните площадки като привлекателна градска среда, която ще привлича все повече млади хора и хора с интерес към свежите храни и пряко приготвената храна;
- Осигуряване на максимална заетост на наличните търговски площи и обекти, което ще доведе до увеличаване на приходите като цяло;
- Търсене на възможности за реализация на нови търговски площи и изграждането на допълнителни търговски обекти, в рамките на съществуващите пазарни площадки;
- Създаването и развитието на проекти, които са свързани с представянето на фермерски храни, съчетани с обособяването на зони за модерна храна, занаятчийски напитки и културни програми;
- Оптимизиране на дейността на създадената интернет платформа за търговия и доставки до дома и офиса;
- Оптимизиране на разходите по издръжката на дружеството;
- Обновяване на сградите, което е една от водещите програми по Зелената сделка. Под реновиране се разбира повишаване на енергийната ефективност, което да допринесе до намаляване на разходите за отопление и ток;
- Оптимизиране на наемните цени на търговските обекти;
- Актуализация на началните наемни цени на някои търговски обекти, като се има в предвид разположението на обектите, тяхната амортизация, търговския интерес към тях, както и конюнктурата на пазара за недвижими имоти в София;



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел:02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajdane.com

- Активно търсене на целеви наематели за обекти, които са с по-ниско потребителско търсене от клиенти;
- Активна рекламна дейност при провеждането на конкурсите за отдаване под наем на свободни търговски обекти;
- Маркетингови дейности и съпътстващите ги разходи, относно развиването на нови модерни подходи в развиването на пазарните площадки - създаването на маркетингови стратегии и осъществяването им за да се развива имиджа на пазарите и представяните от тях услуги. Целеви маркетинг на платформата за предоставяне на интернет търговия и доставки до дома и офиса, осъществяваща се от Женски пазар. За целите на реализация, дружеството ще продължава да извършва необходимите маркетингови разходи за популяризиране и реклама на тази дейност. Тя по същността си е инвестиция в изграждането на имиджа на пазара, а това ще доведе до платежоспособни и перспективни клиенти и ще привлече наематели, които ще изградят още по-привлекателен и икономически работещ модел на пазара;
- Провеждане на събития и фестивали като: изложби на картини, представяне на книги, авторски рецитали и поетични четения в „Галерия Сердика“, „Бакхус Стрийт Фест“, „Нощ на Женски пазар“, „Коледен фест“ и други, които да бъдат организирани от “Пазари Възраждане” ЕАД не само на територията на „Женски пазар“, а и в пространствата около НДК, Градска градина, Княжеска градина и др;
- Ползване и интегриране на нови технологии, като изграждането на електроколонки за зареждане на електромобили на двата пазара, които управляваме, както и поставяне на електронни информационни табла.

2. Профил на бизнеса. Стабилност на бизнеса. Подобряване икономическият ефект от функционирането на пазарните територии:

- Стимулиране на българските производители на традиционни стоки и търговията с произведения на българските занаяти;
- Организиране на Фермерски пазари и стимулиране на малките български производители и занаятчии;
- Организиране на събития, представящи пазарните площадки като градски територии, на които се провеждат фестивали, празници и всички други събития характерни за градската култура;
- Организиране на традиционните базари, свързани с различни български празници;
- Въвеждане на политики за привличане на търговци, които предлагат услуги с по-голяма принадлежна стойност и задържането им, което ще доведе до повишаване на приходите в дългосрочен план и ще даде възможност за устойчиво развитие на дружеството;
- Предоставяне на възможност за онлайн продажба на картини и произведения на изкуството, които са представяни в „Галерия Сердика“;



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

3. Промяна на социалната картина на пазарните площадки.

- Това е основна стратегическа цел на дружеството;
- Провеждане на политики за превръщането на пазарните площадки в привлекателна градска територия. Инвестиране в модернизирани на тази среда, чрез технически иновации, поддръжка и развитие на средата на пазарните площадки и създаването на събития, характерни за модерната градска среда. По този начин ще бъдат привлечени, посетители, туристи, клиенти и търговци, които ще направят бизнеса по устойчив и печеливш;
- Продължаване на въведената практика за провеждане на събития с участието на търговци, които предлагат по-висок клас услуги, различни от тези, които се предлагат на пазарите;
- Включването на Женски пазар в европейски програми, които подпомагат развитието на този тип градски райони;
- Привличане на клиенти, търсещи по-високо качество на услугите, които реализират по-висока принадлежна стойност, съответно плащат по-висок наем и развиват по-устойчив бизнес;
- Въвеждане на иновативни технологии в дейността на дружеството: провеждане на конкурс за отдаване под наем на терени, предназначени за изграждане на зарядни станции за електромобили, както и поставяне на фотоволтаични панели;
- Извършване на текущи ремонти на компонентите на пазарната среда - освежаване на масите за сергийна търговия и павилионите;

4. Сигурност, ред и чистота.

- Гарантиране на сигурността на имуществото на търговците и гражданите посещаващи пазарните площадки;
- Осигуряване на превантивни мерки за предотвратяване на антиобществени прояви съвместно с органите на реда;
- Засилване на сътрудничеството със СДВР, Общинска полиция, Дирекция Сигурност към СО, Столичен инспекторат с цел осигуряване на 24 часово полицейско присъствие и недопускане на прояви извън регламента и реда на пазарните площадки;
- Нулево замърсяване, без значение дали говорим за замърсяване на почви, въздух или вода - целта е нулево замърсяване до 2050 г.;
- Като част от Кръговата икономика, която се основава на принципите на: отпадъци = суровина и поправи / рециклирай и използвай отново, ще се положат активни усилия и работа по поддръжката на чистотата на територията на пазарните площадки. Целта е да се сведе до минимум експлоатирането на природни ресурси, суровини и отпадъци. Това се постига чрез възстановяване и ремонтване на продукти и материали, доколкото е възможно, по системен начин, отново и отново;
- Засилване на взаимодействието с фирмите, които осъществяват почистването и сметоизвозването на пазарните площадки. Активност при организирането на работата им;



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

- Разработване на стратегии и практики за безотпадна работа, създаване на Zero waste пазари, в които найлоновите транспортни опаковки ще бъдат заменени с хартиени. В крак с Кръговата икономика ще се разработи практика за отделно събиране на отпадъците или така наречената „Култура на изхвърляне“. Биологичният отпадък ще продължи да се дава за компостиране. Отпадъците ще бъдат разглеждани като суровина, която би могла да се използва в икономиката и да носи допълнителни приходи на дружеството и да повиши имиджа на пазарите в обществото. Това косвено ще привлича повече и нови клиенти;
- Дискусия и диалог с гражданите живущи около пазарните площадки с цел подобряване на инфраструктурата.

II. ИНВЕСТИЦИОННИ ПРОЕКТИ

1. Проект за стара административна сграда в УПИ I - за пазар по плана на м. „Зона - Б2 кв. 106а, бул. „Стефан Стамболов“ - „Женски пазар“, гр. София“

През 2023 година с решение № 449 от 15.06.2023г. на СОС беше премахната старата административна сграда на „Пазари Възраждане“ ЕАД, намираща се на бул. „Сливница“ 168 А, УПИ I, кв. 106-а, местност Зона-Б-2. Разработен е идеен проект, който е изцяло съобразен с интересите на живущите около пазара, така наречен „граждански проект“. В процес на разработка е работен проект за изграждане на преместваеми павилиони за цветя и цветни продукти. Точното ситуиране, външен вид, материали на изпълнение и цялостно решение ще бъдат предмет на проекта. Това ще позволи да се запази характера на пазарната площадка, ще се увеличи закритата търговска площ близо до бул. „Сливница“, като в тази зона се запази архитектурния облик на Стара София.

2. Проект „Временен пазар за цветя“

От месец април 2023 година стартира преместването на „Пазар за цветя“ от терена в близост до пазар „Димитър Петков“, в частта от ул. „Безименна“ до ул. „Цар Симеон“ в ПИ 11, УПИ I в кв. 165Б, ЦГЧ, Зона Б18, - Пазар „Димитър Петков“, гр. София, на нов терен намиращ се на комуникативно място. С решение №587 от 21.07.2022г. на СОС, е предоставен терен за безвъзмездно ползване за срок от 10 години на „Пазари Възраждане“ ЕАД, находящ се в ПИ 68134.609.1258 част от УПИ III – за автогара, кв. 400, м. „Левски – Ботевградско шосе – рамка“, район „Подуяне“, гр. София с цел разполагане на временен цветен пазар. Към момента всички досегашни наематели са настанени в новоизградената търговска база, след проведен конкурс за отдаване под наем.

Предприети са действия за популяризиране на мястото, чрез които да се увеличи интереса от страна на потенциални бъдещи наематели.

Значителна част от приходите на дружеството са свързани именно с дейността на този цветен пазар, като до голяма степен този факт се е превърнал в структуроопределящ фактор за финансовата устойчивост на дружеството.



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

Предприети бяха действия по строително-монтажни работи на първи етап за привеждане на терена с възможност да се разположат превозните средства на търговците, както и доставка и монтаж на сервизни помещения.

На следващ етап при получаване на необходимите разрешения и след съгласуване със СО и СОС са налице възможности за предприемане и на действия по осъществяване на цялостния проект и разгръщане потенциала на мястото чрез изграждане на още магазини и павилиони, които да бъдат отдавани под наем, което ще доведе до увеличение на приходите и бърза възвращаемост на инвестицията на дружеството.

3. Проект "Реконструкция и капитален ремонт на Предгаров площад - Ротонда"

Дружеството е изпълнило своите ангажименти към настоящия момент.

След проведения през 2018 г. със съдействието на Направление „Архитектура и градоустройство“ архитектурен конкурс на тема „Вторичен градски център, зона „Централна гара“ - София“, се промени концепцията за цялостна визия на района и в частност на този обект. „Пазари Възраждане“ ЕАД ще продължи своята дейност по поддържането и отдаването под наем на търговските обекти, като се предвиждат текущи ремонти на част от обектите, поради заявен интерес от потенциални наематели.

4. Обект Амфитеатър, намиращ се в София, североизточна част на УПИ I, кв. 369, м. Центъра. Южен парк I част - пред НДК

Обектът е отдаден за ползване на „Пазари Възраждане“ ЕАД, с Решение №614/28.09.2017 г. на СОС и последвал договор за съвместна дейност между дружеството и Столична община, сключен на 14.11.2017 г., съгласно който страните обединяват усилията си за съвместна дейност за реновирането и експлоатацията на Амфитеатър с поли - функционална сцена, за срок от пет години. С Решение №72/09.03.2023 г. на СОС обектът отново е отдаден за ползване на дружеството за срок от 5 години. Въз основа на решението се извършват и ще продължават да се извършват /при необходимост/поддържащи ремонтни дейности, с цел осигуряване на функционирането му и реализацията на „Лятната културна програма“ на Столична община.

5. Идеен проект за ФТЕЦ

Изготвен е подробен анализ на потреблението на електрическа енергия на „Пазари Възраждане“ ЕАД. Използваният период е от м.09.2022г. до м.08.2023г., като всички стойности и данни са предоставени от счетоводството на дружеството. „Пазари Възраждане“ ЕАД се състои от няколко обекта, като основният - „Женски Пазар“ в гр. София, представлява малък потребител на база на обема на пазара на електроенергия в Република България, но като общинско дружество потреблението не е незначително. В своята същност потреблението е на система от битови потребители, свързано основно с климатизация на помещения и поддръжка на хладилници и витрини, както и поддръжка на компютърни работни места в администрацията. Вторият обект е пазар „Димитър



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

Петков", който по същество е аналогичен, но в по-малък обем. Третият обект, който е наблюдаван и записан е Ротонда – Централна жп гара. Последният четвърти обект – Цветен пазар е в процес на проектиране и последващо изграждане. Данните за наличните три обекта са представени по-долу в графичен вид, като количество използвана електроенергия в киловат часове и като изразходвани средства от „Пазари Възраждане“ ЕАД за период от една година. Анализът е направен на база сума от общото потребление на енергия от дружеството – върхова, дневна и нощна, по отчетена от редовно инспектирани и пломбирани електромери на пазарните площадки.

Също така е направен анализ на „Слънчевия потенциал“ на „Пазари Възраждане" ЕАД, който е значителен и предлага отлични възможности за внедряване на фотоволтаична инсталация. Метеорологичните данни за областта показват, че за голяма част от годината има достатъчно слънчево време, което може да се използва за ефективно производство на електроенергия. При правилно проектиране и инсталация на системата, тя може да допринесе значително за енергийната независимост и устойчивостта на пазара.

Този анализ подчертава необходимостта от детайлен инженерен проект, който да определи оптималния дизайн, локация и размер на фотоволтаичната система, като се вземат предвид специфичните условия и изисквания на „Пазари Възраждане" ЕАД.

III. ВИЗИЯ

Визията за развитие на дружеството предполага създаването на дългосрочна политика при стопанисването на пазарните и градски пространства с цел тяхното развитие; облагородяване, социално комуникиране, модернизиране и по този начин превръщането им в още по-успешни градски пространства, които могат да носят още по-големи и стабилни приходи. Без модернизиране и развитие тези градски пространства са подложени на силен конкурентен натиск и възможността от деградиране и западане са напълно реална заплаха за тях.

По-специално, постигането на тази цел ще изисква действия от всички сектори на нашата икономика, включително инвестиране в екологично-чисти технологии, декарбонизиране на енергийния сектор, гарантиране на по-добра енергийна ефективност на сградите или въвеждане на по-чисти форми на частен и обществен транспорт.

В този смисъл, от изключителна важност е тяхното модернизиране, без това да нарушава основната им функция.

Едно такова модерно решение за модернизирането на „Пазари Възраждане“ ЕАД и за превръщането му в първото общинско дружество, което да изпълнява **Европейската зелена сделка** на ЕС за климата, която има за цел Европа да стане първият климатично неутрален континент до 2050 година, е изграждането на модерна фотоволтаична система, с която да постигне енергийна независимост, която ще повиши стойността на пазарните площадки и обектите стопанисвани от дружеството, ще допринесе и за развитието на градската среда.

Друго модерно решение което би подобрило имиджа на дружеството са така наречените живи или зелени покриви. Този тип конструкции са много подходящи за градски пространства като пазарите, поради което „Пазари Възраждане“ ЕАД има амбицията да разработи идеен проект за облагородяване на стопанисваните от него площи.



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

Живите или зелени покриви се състоят от хидроизолирана мембрана, почва и живи растения, които при правилно инсталиране имат среден живот от около 40 години. Този тип покривни конструкции имат редица предимства, които биха били приложими на пазарните площадки и биха допринесли за облагородяването и оптимизирането на разходите. Основните предимства на този тип покриви са:

- Изолация – проучвания показват, че през лятото зеленият покрив намалява загубата на хладен въздух от помещенията с 70-90% и съответно намаляват значително сметките за охлаждане в по-горещи райони. През студените месеци пък зеленият покрив намалява загубите на топлина с 72%;
- По-добър въздух – освен, че намаляват нуждите от енергия за охлаждане и затопляне на сградата и съответно въглеродните емисии за производството на енергията, то зелените покриви и растенията, които живеят на тях абсорбират CO₂ и други замърсители на въздуха;
- Шумоизолация – проучвания показват, че зелените живи покриви са сериозни шумоизолатори и могат да намалят шумовете с 40-60 децибела;
- Повишава стойността на имота – енергийната ефективност, която това решение носи повишава стойността на имота, защото зелените живи покриви са отличителни и тренда за зелено строителство става все по-сериозен в цял свят.
- LEED – според световният стандарт за устойчиво, енергийно ефективно и екологично строителство, инсталирането на зелен жив покрив може да добави 15 LEED кредита към имота, което го отличава и прави още по-интересен, както за наематели, така и за посетители на пазарното пространство. Освен това, зеленият жив покрив спомага за възстановяването на биоразнообразието и природния баланс в градската „джунгла“.

В „Пазари Възраждане“ ЕАД е в ход програма за изграждане на колонки за електромобили на двата пазара, въз основа на решение № 662 по Протокол № 60 т. 3 от 21.07.2022г. на СОС.

Съществуващата материално техническа база подлежи на непрекъснатата поддръжка и модернизация съобразно възможните технически решения и модерни практики.

В момента се търсят фирми-партньори за осъществяване на интернет поръчки и доставки до офиса или дома на характерни за пазара стоки.

Тук е място да се обърне внимание и на един друг тип дейности, които определят, развиват, облагородяват и модернизират пазарната среда. Това са провеждането на фестивали, културни и социални мероприятия и кампании, създаване на условия за подобряване на градската среда, които се оказват една задължителна политика за развитие на пазарите. Опитът в Европа и вероятно по света показва, че пазарите не са само място за търговия, макар това да е основната им функция. Те са социални пространства, места на които хората идват за да пазаруват пресни и свежи продукти, но и места на които посетителите и гостите могат и трябва да създават своите социални контакти и преживявания и да присъстват на културни и забавни



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajdane.com

събития. Това е нещото, което прави пазарите привлекателни и променя и изгражда нов профил от посетители.

В „Пазари Възраждане“ ЕАД бе създаден стандарт на партньорство с изявени, водещи представители от частния сектор, които стават партньори в реализацията на много от нашите проекти за развитие на пазарите, които стопанисваме.

1. Маркетингова стратегия

➤ Мисия, цели и планове за развитие

Маркетинговата стратегия очертава подходите, посредством които се подреждат, обвързват и съгласуват усилията (дейности, средства, инструменти) за достигане на набелязаните цели на фирмата. Стратегията изяснява направленията, пътищата, начините за развитие на бизнесорганизацията съобразно набелязаните цели. Поради тази причина първо е необходимо наличието на ясна мисия и поставяне на конкретни цели.

Мисията на „Пазари Възраждане“ ЕАД може да се определи като: предоставяне на съвременни услуги – отдаване под наем на все по-модерни, привлекателни, сигурни, поддържани и качествени търговски площи и съоръжения.

- Краткосрочни цели, съобразени с мисията са:
 - ✓ затвърждаване на позициите на пазарите като търговски средища;
 - ✓ актуализиране и диференциране на наемните цени, предоставяне на възможност за преференциални цени и гъвкави условия по договорите с цел привличане на повече наематели и търговци;
 - ✓ увеличаване броя на заетите помещения, площи, маси, павилиони и сергии от съществуващите стопанисвани пазари, от реконструиранияте участъци, както и от тези, които предстои да бъдат открити;
 - ✓ осигуряване по-голяма гъвкавост относно часа за отваряне на пазарите с оглед по-добро адаптиране на работното време към целевите групи крайни клиенти;
 - ✓ извършване на налагащото се благоустрояване и реконструиране на наличната търговска база чрез реинвестиране на свободни парични ресурси на дружеството и използване възможностите за външно финансиране;
 - ✓ преразглеждане на всички въпроси, свързани с изграждането на пазарите - за чистотата, за санитарните възли, за електроснабдяването и осветяването им, за сигурността и охраната, за сметоизвозването;
 - ✓ формулиране на конкретна цялостна комуникационна стратегия и повишаване ефективността на разходите за популяризиране на пазарите.
- Дългосрочни цели:
 - ✓ разширяване обема и дейността на стопанисваните пазари;
 - ✓ благоустрояване и увеличаване на възможностите за паркиране в близост до пазарите;
 - ✓ подобряване на достъпността - масов обществен транспорт, на две колела, достъп на хора с увреждания и детски колички;
 - ✓ подобряване на охраната и сигурността на наемателите и клиентите



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

- ✓ подобряване имиджа на пазарите и тяхната роля в градското пространство на София.

Придържането към набелязаните цели и следването на основната мисия на „Пазари Възраждане“ ЕАД ще доведе до увеличаване на търговците, желаещи да наемат търговски площи на територията на пазарите, а оттам съответно и до увеличение на приходите на дружеството.

➤ Конкурентна стратегия

За да развива успешно дейността си и да бъде дружеството „Пазари Възраждане“ ЕАД конкурентоспособно в съществуващата икономическа ситуация, трябва да бъдат проучени и анализирани преките конкуренти, техните предложения, силни и слаби страни. Този анализ е съществена предпоставка за изграждането на обоснована продуктово-пазарна и конкурентна стратегия и позволява да се сравни собствената ефективност с тази на конкурентите.

Дружествата на СО, стопанисващи общинските пазари няма да бъдат разглеждани като конкурентни поради общият им едноличен собственик и спецификата на дейността им - стопанисване и отдаване под наем на търговска площ, която е локализирана в различни райони и квартали на град София. Поради тази териториална обусловеност на дейността като преки конкуренти ще бъдат разглеждани единствено търговските обекти (открити или закрити), разположени в близост до стопанисваните пазари, в рамките на съответния район. Те ще бъдат разглеждани като конкурентни от гледна точка на предпочитано място за пазаруване от крайните клиенти, което предопределя и желанието за присъствие в техните структури и пласирането чрез тях на продукцията на производители, прекупвачи и търговци на дребно, които представляват наемателите на търговска площ, тоест потребителите на предлаганите услуги от „Пазари Възраждане“ ЕАД.

За преодоляването на тези негативи, както и за подобряването на условията на труд на наемателите на търговска площ, трябва да бъдат насочени усилията и инвестициите на дружеството, което стопанисва пазарите. Трябва да бъдат изпълнени подходящи инвестиционни дейности, които дружеството може да реализира само или чрез външно финансиране (оперативни програми или публично-частни партньорства (ПЧП)). Инвестиционните мерки са онзи елемент от бизнес програмата, който ще промени значително статуса на пазарите и ще ги направи конкурентоспособни спрямо другите форми на търговия в София. Като най-важни от тях можем да определим подобряване на достъпността, мобилността, сигурността, енергийната ефективност, хигиенните и пожар безопасните показатели.

Ефективната конкурентна стратегия предвижда офанзивни или защитни действия, за да се изгради защитна позиция по отношение на петте конкурентни сили (съществуващи конкуренти, навлизане на нови участници, силата в преговорите на доставчиците и на купувачите, продукти-заместители). Подходът на „Пазари Възраждане“ ЕАД трябва да бъде: позициониране на дружеството така, че да е в състояние да се защити по най-добрия възможен начин срещу съществуващите конкурентни сили. Имайки предвид наличните ресурси и конкурентни предимства на дружеството, силната конкуренция, както и съществуващите възможности, най-целесъобразно е да се следва стратегията за диверсификация на предлаганите услуги и



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

целевите групи клиенти.

За да бъде ефективна тази стратегия е необходимо да бъде обезпечена със съответните ресурси, качество, инфраструктура, нужните умения на персонала, както и конкретни организационни изисквания. Трябва да бъде следвана инвестиционна програма за обновяване не само сградния фонд на пазарите, стопанисвани от дружеството, но и на цялостното околno пространство, за да се намери баланс между търговските площи, обслужващите зони и движението на клиентите.

Основните дейности, към които трябва да се придържа ръководството на дружеството, както и съответните изисквания към фирмената политика са:

- ✓ устойчиви капиталови инвестиции;
- ✓ непрекъснат контрол върху разходите;
- ✓ умело ценообразуване;
- ✓ привлекателни условия на предлаганите услуги и промотиране на новите и незаетите търговски площи.

2. Ценова стратегия

От изключителна важност в дейността на дружеството заема ценовата стратегия, тъй като тя е най-пряко свързана с продажбите, а чрез тях и с финансовата стабилност на бизнесорганизацията. Едновременно с това ценовата стратегия очертава и адекватните действия за поддържане/подобряване на способността за гъвкаво реагиране на изменящото се пазарно търсене и рентабилността.

Ценовата политика на „Пазари Възраждане“ ЕАД, съобразена с конкретната пазарна ситуация – много конкуренти, голямо значение на цената за клиента, трябва да бъде свързана с предприемане на подходи, съобразени със стратегия за оптимизиране на разходите, предлагане на по-ниски цени от конкурентите и отдаване под наем на по-голям дял от търговската площ за по-дълго време.

Друг подход в ценовата си политика, който „Пазари Възраждане“ ЕАД трябва да предприема и който би допринесъл за увеличаване на обема, отдадени под наем търговски площи, е стратегията за приспособяване на цените. Целесъобразна е политиката на диференцираните цени за различните потребители - фиксира се конкретен ценови диапазон, на различните наематели (производители в т.ч. регистрирани земеделски производители, търговци, хора с увреждания и т.н.) се правят специфични отстъпки, съобразени с местоположението, размера и състоянието на съответните търговски обекти и др. Предимство е възможността за по-гъвкаво адаптиране на цените в зависимост от типа клиент, конкуренцията, промените в търсенето, умението да се водят преговори. Целите на този подход са: гъвкаво адаптиране към съществуващите условия и особености в различните категории бизнес-клиенти; въздействие върху потребителското поведение с цел получаване изгоди за дружеството. Основните инструменти на фирмата са: използване на различни по вид и характер допълнителни отстъпки от цената за отделните клиенти. Основните видове допълнителни отстъпки са – функционални (в зависимост от дейността на наемателя), количествени (когато един клиент е наел повече търговски площи), временни (промоции), за лоялност, за плащане в брой, предплащане и т.н. По този начин се създава специално отношение у целевата група клиенти към „Пазари Възраждане“ ЕАД и е предпоставка за тяхната лоялност, което в дългосрочен план води до нарастване на



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajidane.com

приходите и оптимизиране на предлаганите услуги.

3. Развитие на Галерия „Сердика“

Съществен аспект в политиката на дружеството е развитието и утвърждаването на арт пространството на галерия Сердика като притегателен център за млади творци от различни сфери на изкуството.

Ще утвърдим наложената през годините политика на домакинство и съ-организаторство на значими културни събития и прояви, включващи представяне на нови книги, поетични четения, късометражно кино, музикални събития и творчески базари. Ще продължим да представяме млади или утвърдени художници, скулптури и фотографии в месечни изложби. Целта ни е да превърнем галерия Сердика в популярно и харесвано арт пространство, достъпно за най – широк кръг млади автори и граждани. За целта ще се ползват допълнителни консултантски услуги, като е осигурено съдействие от Дирекция „Култура“ към Столична община. Развитие на това културно пространство пряко кореспондира с изложената по – горе концепция за трайна и устойчива промяна на социалната среда на Женски пазар.

4. Комуникационна политика

В комуникационната си политика „Пазари Възраждане“ ЕАД трябва да наблегне на връзките с обществеността, чрез които да се постигне изграждане на доверие, усещане за стабилност, добра търговска репутация и имидж сред наличните и потенциални бизнес и крайни клиенти. Поради спецификата на дейността и формата на управление и собственост на акционерното дружество, то изпълнява и съществени социални функции, освен икономическата си насоченост. В този случай най-подходящата маркетингова политика за дружеството трябва да се основава на концепцията за социално-етичния маркетинг или т. нар. „обществено отговорен маркетинг“. Той поддържа тезата, че компанията задоволява нуждите на потребителите по-добре от конкурентите, чрез комбиниран комплекс от дейности, които позволяват на организацията да постига целите си, като ги съчетава с интересите на обществото в дългосрочна перспектива, което е от значителна важност за едно общинско дружество.

Комуникационна стратегия е това, което става, когато съберем на едно място всички онези инструменти и процеси, които ни помагат да доставим правилното послание на точните хора по максимално ефективен начин и чрез правилните канали на комуникация, а това са всички онези канали, чрез които възнамеряваме да стигнем до вече дефинираната целева група – телевизия, радио, принт, външна реклама, дигитална реклама, социални медии и други модерни и съвременни методи.

Целенасоченото използване на изброените комуникационни подходи в комбинация с другите стратегии на маркетинг микса ще доведе до оптимизиране дейността на „Пазари Възраждане“ ЕАД, подобряване на имиджа на дружеството и СО като институция, повишаване на приходите и подобряване на финансовите резултати.

Препоръчаната маркетингова стратегия за развитие на дружеството „Пазари Възраждане“ ЕАД може да се обобщи в предприемането на съответните мерки и целенасоченото прилагане на изброените подходи:

✓ Формулиране на ясни и реалистични дружествени цели, съобразени с



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

София, ул. "Цар Самуил" №90Б, сграда №10, тел: 02/983 21 84; e-mail: office@pazari-vazrajdane.com

- вътрешнофирмените ресурси и отразяващи пазарните възможности, стриктното придържане към тях и целенасочени действия за постигането им;
- ✓ Придържане към политиката за реконструкция, модернизация и благоустройството на наличната база и целеви инвестиции за постигането на оптимална конкурентна позиция по отношение на местоположението, достъпността и благоустройството;
 - ✓ Гъвкава ценова политика и диференциация в ценообразуването на предлаганите услуги;
 - ✓ Предприемане на конкурентна стратегия, защитаваща сегашните пазарни позиции и поставяща високи бариери за навлизане на нови конкуренти и за излизане на настоящите клиенти (наематели) от взаимоотношенията с дружеството;
 - ✓ Прилагане на стратегия за диверсификация на предлаганите услуги и типа контрагенти;
 - ✓ Прилагане на гъвкава ценова стратегия, обезпечена от нискоразходната позиция и съобразена със съответствията на пазара и конкретните възможности на индивидуалните бизнес-клиенти;
 - ✓ Прилагане на целенасочена комуникационна стратегия, следвайки конкретни препоръки за насърчаване и стимулиране на бизнес-клиентите за наемане на търговски площи, повишаване на фирмения имидж чрез прилагане на социално-етичен маркетинг и усилено използване на връзките с обществеността, както и максималното използване потенциала на интернет рекламата.

Основно, маркетинговите усилия на „Пазари Възраждане“ ЕАД трябва да бъдат насочени към изграждане на по-добър имидж и популяризиране на новостопанисваната база.

5. Благотворителност и социална ангажираност

Считам, че дружеството, въпреки своя чисто търговски характер, би трябвало да има и обществени ангажименти. Дори само поради факта, че е общинска собственост и представлява авторитета и политиката на Столична община. „Пазари Възраждане“ ЕАД трябва, да застане зад някои проекти и благотворителни инициативи, като ги подкрепя чисто логистично и улесни постигането на целите им. Проектите и инициативите, които дружеството би подкрепило или би се включило като участник, ще бъдат избирани според връзката, която имат с визията и дейността на „Пазари Възраждане“ ЕАД и ще се оценяват според техните икономически, екологични, социални и културни аспекти.

Това ще рефлектира, както върху авторитета и обществената значимост на дружеството, така и ще гарантира обществена подкрепа на пазарите, като по този начин ще подобри и укрепи авторитета на принципала си.

Изпълнителен директор:

/Мargarита Александрова-Манова/

