



БИЗНЕС ПЛАН ЗА РАЗВИТИЕ НА „ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ“ ЕАД за 2026 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, включително изнесени - Фермерски пазари, изложби и културни събития в „Галерия Сердика", Коледен фест, Пролетен фест и други на територията на Столична община.

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. Развитието 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 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 потребители с интерес към свежите храни и прясно 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 продукти и културни програми;
- ▶ Оптимизиране на разходите по издръжката на дружеството;
- ▶ 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. Това е инвестиция в изграждането на имиджа на пазара, която 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“, „Коледен фест“, „Пролетен 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.

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 принадена 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“.

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 модернизирването 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;
- ▶ Привличане на клиенти, търсещи по-високо качество на услугите, които реализират по-висока принадена стойност, съответно плащат по-висок наем и развиват по-устойчив бизнес;
- ▶ Извършване на текущи ремонти на компонентите на пазарната среда - освежаване и модернизирване 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



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

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

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;

▶ Продължаваща 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 1 - 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“.



Дружеството е разработило инвестиционно предложение, което предвижда след като демонтирахме старата административна сграда, да бъдат изградени преместваеми търговски павилиони на кота терен, в зоната откъм бул. Стефан Стамболов" и ул. „Георг Вашингтон”. Това предложение премина през обществено обсъждане със заинтересованите страни и обществеността, в резултат на което се изготвиха нова визуализация на бъдещия проект, документация, анализ, маркетингово проучване, икономическа обосновка и препоръки за бъдещата инвестиция в проекта. Предложението от икономическата обосновка, което е представено в СОС и утвърдено с Решение № 692 от 19.12.2024 г. за изграждане на павилиони на едно ниво. През 2025 г. схемата на проекта бе одобрена от ОЕСУТ и гласувана от СОС. Същата е внесена за становище в НИНКН и другите експлоатационни дружества, получени са съгласувателните писма. През 2026г. се очаква финално разрешение от НАГ, след което ще стартира процедура за избор на изпълнител за реализирането на инвестиционното предложение и изпълнение на решението на СОС. 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.

Необходимите ресурси за планираната инвестиция са в размер на 256 734 евро /502 128,00 лв./ - одобрени съгласно Решение на СОС №692/19.12.2024г. Инвестицията ще се финансира със собствени средства.

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. „Дар 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 -



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

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

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.

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. След провеждане на необходимите процедури, дружеството изгради своя „специализиран временен пазар за продажба на цветя“, като усилията, които положихме бяха огромни, но оправдани. Към 1-ви май 2023 г. на временен цветен пазар са настанени 80 бр. търговци, към 31.12.2024г. разширихме търговските терени и вече разполагаме с 92 броя. През месеците август-септември 2024 г. изградихме и покрит навес, с което изпълнихме цялостно Решение №708 на СОС, както и създадохме 12 допълнителни търговски терена. Поради желанието на нови търговци за наемане на търговски терени и разширение с цел създаване на допълнителни търговски места и създаване на паркинг, предвидихме новото разширение. През 2025г. се надгради постигнатото през 2024г, като с решение на СОС №291/10.04.2025г. и проведена процедура по ЗОП се асфалтира и подготви терена за създаване на допълнителни парко места за отдаване под наем – около 60 места. Направената инвестиция, позволи създаването на нови търговски терени, по-добри условия на търговците и повишен интерес към пазарната площадка, респективно и по-високи приходи от терена.

Предстои доставка и монтаж на втора автоматична бариера на входа на пазарната площадка, доставка и монтаж на антипаркинг колчета и разчертаване на терени за търговия и паркоместа във връзка с Решение на Съвета на директорите на дружеството от месец ноември



2025г.

3. Пазарна площадка „Димитър Петков“

Във връзка с постъпило писмо от Кмета на СО – район „Възраждане“ за необходимостта от подобряване на състоянието на територията на пазар „Димитър Петков“ в отсечката между бул. „Ал. Стамболийски“ и бул. „Тодор Александров“ „Пазари Възраждане“ ЕАД предвижда през 2026г. да се извърши обновяване и модернизация на пазарната площадка. Инвестицията ще включва модернизация в пространството между бул. „Александър Стамболийски“ и бул. „Тодор Александров“.

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

Дружеството е изпълнило своите ангажименти към настоящия момент. „Пазари Възраждане“ ЕАД ще продължи своята дейност по поддържането и отдаването под наем на търговските обекти, като се предвижда да продължат текущите ремонти на част от обектите, поради заявен интерес от потенциални наематели.

5. 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.

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, модернизирание и по този начин превръщането им в още по-успешни градски пространства, които могат да носят още по-големи и стабилни приходи. Без модернизирание 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, де-карбонизиране 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 модернизирание, без това да нарушава основната им функция.

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

Важно е 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 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 обекти.

▶ 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 реконструирания участъци, както и от тези, които предстои да бъдат открити;



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

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

- ✓ 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;
 - ✓ 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.



2. 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 конкурентноспособни 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 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 околно 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.

3. Ценова стратегия

От изключителна важност в дейността на дружеството заема



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

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

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. 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 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 приходите и оптимизиране на предлаганите услуги.

4. 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. Развитието на това културно пространство пряко кореспондира с изложената по-горе концепция за трайна и устойчива промяна на социалната среда на Женски пазар.

5. 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 дружеството 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



"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

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

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 да 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 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;
- ✓ 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 наематели;
- ✓ Прилагане на целенасочена комуникационна стратегия,




"ПАЗАРИ ВЪЗРАЖДАНЕ" ЕАД

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

следвайки конкретни препоръки за насърчаване и стимулиране на наемателите 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.

Изпълнителен директор: 
/Маргарита Александрова-Манова/

