

## **РАЗРАБОТВАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ ДЕЙНОСТТА НА АРТ ГАЛЕРИЯ -МУЗЕЙ „ИЗГРЕВ”**

**Корнелия Генадиева, Нели Торолова, Мария Мирчева и Назифе Карабоюк**  
[neli\\_torolova@abv.bg](mailto:neli_torolova@abv.bg), [genadiewa\\_korneliq@abv.bg](mailto:genadiewa_korneliq@abv.bg)

**ВТУ “Тодор Каблешков”**  
**гр. София, 1574, ул. „Гео Милев” №158,**  
**БЪЛГАРИЯ**

**Ключови думи:** *галерия, антики, експонати, изкуство, изложби*

**Резюме:** *Бизнес планът на тема „Разработване и управление на дейността на арт галерия – музей “Изгрев” е разработен по проект „Откриване на галерия за алтернативни изкуства в старинен Пловдив” през зимен семестър на учебната 2011/2012 във Висше транспортно училище „Тодор Каблешков”, гр. София.*

*С настоящият бизнес план искаме да представим как ще развиваме дейността на арт галерия – музей „Изгрев” през следващите 3 години, като успеем да я направим културната визитка на гр. Пловдив.*

*Галерията ще се развива в сферата на културата, като за това ще се организират различни и авангардни изложби с цел популяризиране и съхраняване на българското. Ние като нови в областта залагаме на нестандартното. Решихме да създадем арт галерия – музей за алтернативни изкуства, като при нас посетителите могат да видят събрани на едно място старинни бижута и накити, съчетани с уникални картини на именити български художници, утвърдили се в изкуството и живописа.*

### **I. PEST(EL) анализ**

#### **➤ ПРАВНО-ПОЛИТИЧЕСКИ СИЛИ**

Осъществяването на бизнес плана косвено е свързано със Закона за развитие и закрила на културата, според който се насърчават подобен род прояви.

#### **➤ ИКОНОМИЧЕСКИ СИЛИ**

За макросредата в България е характерна ниска инфлация и ускоряването на темпа на растеж на БВП (до 3,3% на база последния тримесечен анализ за икономиката през 2012 г.) В стремеж към защита на спестяванията си хората инвестират в покупката на благородни метали, скъпоценни камъни и други

видове произведения на изкуството, които като правило увеличават стойността си по време на криза.

### ➤ **СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ СИЛИ**

Като цяло, обстановката в България е неблагоприятна по отношение на финансовата стабилност на голяма част от населението, но едновременно с това е формирана и прослойка на финансово стабилни потребители.

Групата на купувачите на произведения на изкуството е представена от по-заможни хора, които са в състояние да удовлетворяват напълно и духовно-естетическите си потребности. Съществуват обаче и по-ниско платежоспособни потребители, проявяващи склонност към произведения на изкуството. Целевите сегменти са два на брой:

- Богатите (рентиери) - склонни към закупуване на уникални предмети;
- Младежи –интересуващи се от ръчно изработените уникати.

В България определено нараства интересът към изкуството и културното наследство.

### ➤ **ТЕХНОЛОГИЧЕН**

Новите технологии се прилагат при обособяването на арт галерията посредством използване на най-съвременни средства за охрана, които се предлагат на пазара, за да бъдат защитени уникатите от посегателство. Изпълнени са технологични предписания за съхраняване на произведения на изкуството - нови технологии за комуникация.

За по-голяма популяризация на галерията и експозициите е разработен сайт и група във Facebook. При всяко ново събитие се публикува актуална информация с цел запознаване на аудиторията.

### ➤ **ЕКОЛОГИЧЕН**

Като цяло предлаганата дейност е екологично чиста.

С цел опазване на околната среда в галерията е монтирано енергоспестяващо осветление.

За брошурите, плакатите и входните билети се използва рециклирана хартия.

## **II. SWOT анализ на арт галерия-музей „Изгрев”**

### ❖ **Силни страни:**

- добро разположение;
- изложбите ще са различни и авангардни, съпроводени с интересни дейности свързани с изложбите;
- квалифициран персонал с богат опит в областта;
- оптимално използване на работното пространство;
- оптимални разходи за експлоатация на галерията (например, използване на съвременни енергоикономично и екологично осветление).

### ❖ **Слаби страни:**

- Начинанието е първо по рода си, уникално и крие рискове;
- Ползване на външно финансиране за част от дейността;
- Ограничен срок за действие на всяка експозиция.

#### ❖ **Благоприятни възможности:**

- представяне на културното наследство;
- голям поток от хора;
- Възможности за финансиране от Европейски програми;
- галерията се намира в центъра на стария град, което позволява да има интерес от страна на туристите;
- Галерията се намира в центъра на стария град, което позволява да има интерес от страна на туристите;
- посетителите имат възможността освен да се запознаят с историята, също така и да си закупят произведения на изкуството;
- поддържане на националната идентичност;
- представяне на изложбата в други страни;
- Възможности за организиране на търгове.

#### ❖ **Заплахи:**

- не достатъчна популярност, тъй като фирмата е нова в областта;
- Трудности с подбора на персонал;
- заплаха от текучество на персонала голяма конкуренция, защото в Стария град най-добре се развива изкуството и е възможна нелоялна конкуренция;
- Задълбочаващата се икономическа криза – липса на средства за култура и изкуство.

### **III. Анализ на отрасъла**

В град Пловдив има колко 30 галерии, изложбени зали и музеи, които популяризират българското изкуство и съхраняват автентичната история през вековете, като цяло са специализирани в определено направление.

За да успеем да пробием на пазара ще залагаме на нестандартното. Само при нас посетителите ще могат да видят събрани в колекция старинни бижута и накити, съчетани с уникални картини на именити български художници, утвърдили се в изкуството и живописа, както и на младите таланти в различни области на изкуството.

Старият град в Пловдив е културно и исторически запазила се през вековете столица на България. В града вече има една утвърдена арт галерия – музей „Филипополис”, която е основен конкурент. Тя е на пазара от 10 години, като са събрани ценни експозиции от картини, които могат да се видят от всички ценители.

#### ❖ **Провеждане на търгове**

След провеждане на традиционните ни изложби и нереализирани продажби на уникатите, два пъти годишно ще провеждаме традиционен търг по предварително установен ред.

За да се проведе търг първо трябва да се съберат достатъчно експонати, антики и др. произведения на изкуството. Една част от предлаганите предмети ще са от приключилите изложби, организирани в арт галерия – музей „Изгрев”. Това ще са предмети, към които има проявен голям интерес от няколко купувачи или такива, към които не е проявен интерес за закупуване. След изготвяне и публикуване на обява за провеждане на търг, всеки от авторите на

предоставените предмети може да участва, като бъде изготвена оценка за първоначалната цена.

### ❖ АНКЕТА

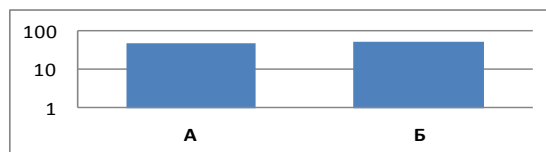
За да придобием по-добра представа от какво се интересуват хората, си възложихме за цел да направим анкета и да обобщим резултатите.

Анкетираните с интерес отговаряха на следните въпроси:

#### Анкета:

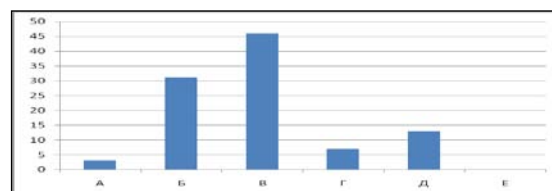
##### 1. Вие сте:

- А. Мъж - 48
- Б. Жена - 52



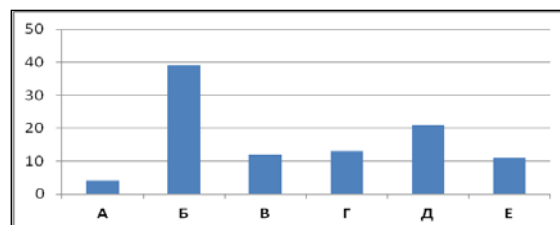
##### 2. С какво се занимавате:

- А. Ученик - 3
- Б. Студент - 31
- В. Работещ - 46
- Г. Безработен - 7
- Д. Пенсионер - 13
- Е. Рентиер - 0



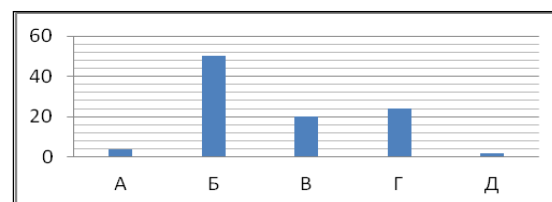
##### 3. Възраст:

- А. До 20 год. - 4
- Б. От 20 до 30 год. - 39
- В. От 30 до 40 год. - 12
- Г. От 40 до 50 год. - 13
- Д. От 50 до 60 год. - 21
- Е. Над 60 год. - 11



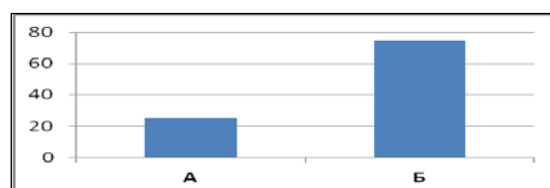
##### 4. Степен на образование:

- А. Основно - 4
- Б. Средно - 50
- В. Висше „Бакалавър” - 20
- Г. Висше „Магистър” - 24
- Д. Друго - 2



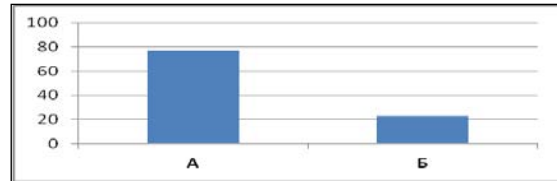
##### 5. Живеете:

- А. В Пловдив - 25
- Б. В друг град / село - 75



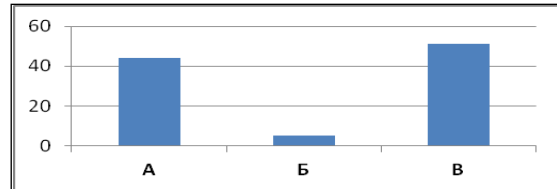
**6. Ходили ли сте в Старинен Пловдив?**

- А. Да – 77
- Б. Не – 23



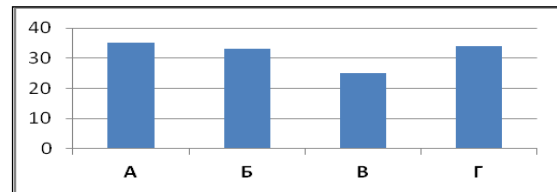
**7. Интересувате ли се от изкуство?**

- А. Да - 48
- Б. Не - 9
- В. Понякога – 43



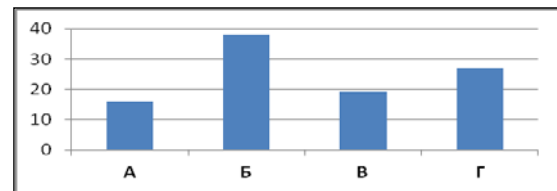
**8. Как прекарвате свободното си време?**

- А. С приятели - 35
- Б. В разходки - 33
- В. Ходя на културни мероприятия - 25
- Г. По друг начин - 34



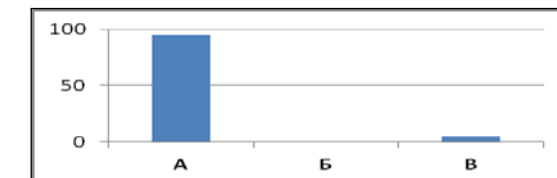
**9. Получавате ли покани и запитвания за интерес към културни и научни събития във Фейсбук или от други информационни източници?**

- А. Да, редовно - 16
- Б. Да, но – рядко - 38
- В. Не - 19
- Г. Нямам профил във Фейсбук - 27



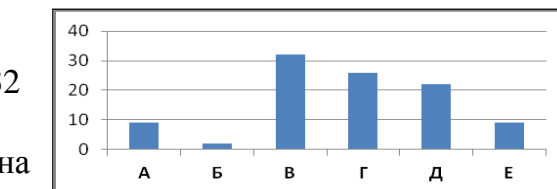
**10. Цените ли националното ни богатство?**

- А. Да -95
- Б. Не - 0
- В. Нямам мнение - 5



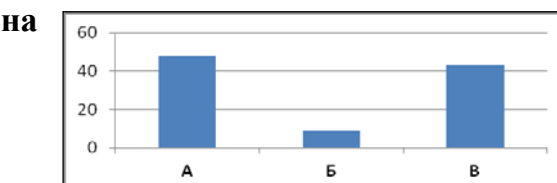
**11. Колко често посещавате българските музеи и галерии?**

- А. Повече от веднъж в месеца - 9
- Б. По веднъж в месеца - 2
- В. Веднъж-дваж на няколко месеца - 32
- Г. По няколко пъти в годината - 26
- Д. Веднъж годишно - в нощта на музеите и галериите.- 22
- Е. До този момент никога не съм ги посещавал/а - 9



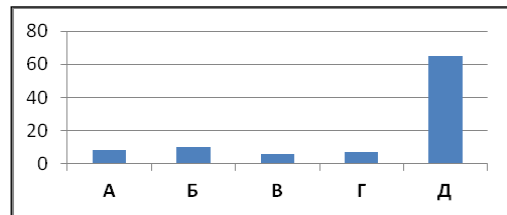
**12. Бихте ли купили произведение на изкуството от изложба?**

- А. Да - 44
- Б. Не - 5
- В. Може би - 51



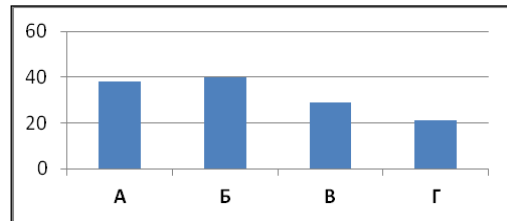
**13. Кога последно сте влагали средства в произведения на изкуството?**

- А. През последният един месец - 8
- Б. През последните три месеца - 10
- В. През последните шест месеца - 6
- Г. През последните девет месеца - 7
- Д. През последната една година - 65



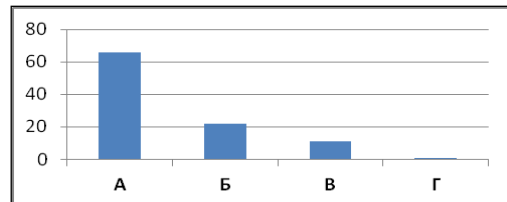
**14. Какви произведения на изкуството предпочитате?**

- А. Картини - 38
- Б. Бижута - 40
- В. Антики - 29
- Г. Други – 21



**15. Бихте ли посетили изложба на старинни бижута и картини?**

- А. Да, звучи интересно - 66
- Б. Може би - 22
- В. Не знам - 11
- Г. Не, нямам време за такива неща - 1



**IV. План за създаване на услугата**

❖ Цели:

➤ Краткосрочни:

- ♦ Изграждане на контакти и лични отношения с управители и мениджъри на хотели, информационни бюра, туроператорски фирми;
- ♦ Запознаване със законите и митническите особености при изнасяне на ценни предмети;
- ♦ Създаване на по-добри познания в областта на културата;

➤ Средносрочни:

- ♦ Връщане на банковия заем;
- ♦ Реализиране на печалба;

➤ Дългосрочни:

- ♦ Реализиране на висок пазарен дял;
- ♦ Разширяване на дейността;
- ♦ Нарастване на продажбите на външния пазар;
- ♦ Реализация на маркетинговата стратегия.

Арт галерия - Музей „Изгрев” е дружество с ограничена отговорност, със седалище гр. Пловдив, ул. „Съборна”, 18. Дружеството е учредено на проведено учредително събрание. Първоначалният му капитал е 10 000 лв., който е разделен на 4-ри равни дялови вноски между четиримата съдружници – Корнелия Геннадиева, Нели Торолова, Мария Мирчева и Назифе Карабоюк.



## ✓ Цена

Таблица 1

**Цени на билетите за различните посетители и беседи**

<b>възрастни</b>	<b>5.00 лв.</b>	
<b>учащи</b>	<b>2.50 лв.</b>	
<b>други</b>	• войници • инвалиди • пенсионери	<b>2.50 лв.</b>
<b>беседа</b>	• български език	<b>10.00 лв.</b>
	• английски	<b>15.00 лв.</b>
	• френски	

- надценка на експонатите, които ще представяме в изложбите си и посетителите имат възможност да закупят.

Таблица 2

**Надценка при продаване на експонати**

<b>Цена на експонатите ( лв.)</b>	<b>Търговска надбавка (%)</b>
<b>50 - 100</b>	<b>35</b>
<b>101 – 500</b>	<b>30</b>
<b>501 – 1 000</b>	<b>25</b>
<b>1001 – 1 500</b>	<b>20</b>
<b>1 501 – 2 000</b>	<b>15</b>
<b>2 001 – 3 000</b>	<b>12</b>
<b>3 001 – 4 000</b>	<b>10</b>
<b>4 001 – 5 000</b>	<b>8</b>
<b>над 5 000</b>	<b>5</b>

✓ Пласмент – ще организираме 4 тематични изложби в годината, всяка първа седмица от откриването на нова изложба ще има занаятчия на място в галерията, който ще изработва тематични предмети свързани с експозицията. Посетителите ще имат възможност да си закупят от тези предмети. Изложбите ще се представят и в някои европейски страни, за което ще получим допълнително финансиране. Чрез тези допълнителни изложби освен че ще можем да си осигурим и допълнителни приходи от входните такси ще популяризираме националната ни идентичност. Ще организираме търгове на която ще предлагаме предметите останали незакупени от изложбите.

- **Доставка на експонатите**

Експонатите ще бъдат доставени със инкасов автомобил специално предназначен за транспортиране на скъпи вещи, пари и т.н. При такъв тип транспортиране задължително се сключва и „Карго” застраховка. Сключена е и застраховка “Защитен дом”, която е предназначена за комплексно застраховане на имущества. Обект на застраховане са произведения на изкуството и др.

Прилагаме Застрахователна полица за „Карго” застраховка и сертификат на ЗД „Армеец” за застрахователна полица.



**• Изисквания за износ зад граница на произведения на изкуството (картина, пластика, бижута)**

Регионален исторически музей – Пловдив извършва оценки на произведения на изкуството (картина, пластика, бижута) и културата, собственост на физически и юридически лица, съгласно наредба №1 / 28.01.2012 г. за реда за извършване на оценка за деклариране (ДВ бр. 12 / 2012 г.).

За целта желаещите да изнасят в чужбина произведения на изкуството (картини, пластика) трябва да получат специален сертификат (удостоверение, че предметът, който трябва да се изнесе зад граница, не притежава качества на движим паметник на културата).

**• Охрана**

За запазването на нашите ценности от посегателство ще подпишем договор с пловдивска охранителна фирма „СОТ – 161” ООД. Осигурена ни е квалифицирана въоръжена охрана при транспортирането на уникатите със специализиран брониран автомобил, внос от Германия, където бронировката е изпълнена по изисквания на Европейските стандарти. Автомобилите са оборудвани с радиостанции, мобилни телефони и GPS устройства за контрол на маршрута от Мониторинг центъра.

Контролът на обекта се осъществява чрез мониторинг център, посредством напълно контролируем GPRS канал за връзка и монтирани в обекта предавателни устройства – трансмитери. Сключили сме „Карго” застраховка, за да можем безопасно да превозим ценностите до Арт галерия – музей „Изгрев”. Ценните пратки и товари са 100% застраховани. Фирмата осигурява въоръжена охрана на сградата и помещенията, както и изготвяне на съответната нормативна лицензирана пред органите на МВР.

**• Реклама**

Таблица 3

**Реклама**

№	Вид реклама	Време	Размер/продължителност	Брой	Цена (лв.)	Общо (лв.)
1	Вестник „Анонс”	1 седмица	¼ страница (80/100 мм)	220 000	950	950
2	Собствен сайт <a href="http://www.izgrev.bg">www.izgrev.bg</a>	постоянно	Собствен сайт с подробна информация за галерията и организирани изложби и събития	-	0	0
3	Радио „Пловдив” – рекламен пакет	4 седмици	Ежедневно (11:00 - 12:00 ч., 18:00 - 19:00 ч.)	40 спота/до 30 сек.	100	100
4	Малки плакати	-	A3+ (310 x 440 мм)	50	59.20	59.20

№	Вид реклама	Време	Размер/продължителност	Брой	Цена (лв.)	Общо (лв.)
5	Флаери – разпространение и печат	-	A6 (10 x 14,5 см)	5 000	245 лв.	245
6	Социални мрежи „facebook”	постоянно	Собствена страница с подробна информация и публикуване на събития	-	0	0
<b>Всичко:</b>						<b>1354,20</b>

За представяне на първата ни изложба “Бижутата през вековете”, решихме да бъдем креативни и иновативни. За тази цел се доверихме на известен пловдивски дизайнер- Светослав Колчагов. Откриването на изложбата съвпадна с представянето на неговата нова колекция „Пролет- лято”. Така ние му предоставихме нашите уникални бижута, които стояха изящно на нежните тела на неговите манекенки. Това предизвика истинска еуфория, защото самото ревю се проведе в Арт галерия-музеи „Изгрев”. Всички гости бяха очаровани от пресъздалата се антична обстановка.

#### ❖ Маркетингова стратегия

##### • „3 П” анализ на полезността:

###### 1. Пазарна полезност

- уникални предмети - предлагаме предмети, които се изработват на място;
- благотворителни търгове – организиране на търгове след приключване на изложбите, както и на търгове с благотворителна цел;

###### 2. Информационна

- обогатяване на културата;
- запознаване с идентичността на България;
- запознаване с известни художници, бижутери и различни занаятчии;

###### 3. Екологична

- енергоспестяващо осветление - за опазване на околната среда;
- рециклирана хартия - използваме я за направата на билети и каталози;

##### • Матрица “ПРОИЗВОДСТВО-ПАЗАР” (МАТРИЦА НА АНСОФФ)

Като най-подходяща за нашето проучване за мястото ни на пазара използваме „Матрицата Продукт / Пазар”. Тя има две измерения: продукти и пазари. От тях произтичат четири основни типа стратегии.

Съществуващи пазари	Продукти	
	<i>Произведени продукти</i>	<i>Бъдещи (нови) продукти</i>
Налични клиенти	Пазарно проникване	Развитие на продукти
Бъдещи (нови очаквани) клиенти	Развитие на пазара	Диверсификация

• **Пазарно проникване /настоящ продукт на настоящ пазар/** – Фирмените стратегии основани на пазарното проникване обикновено се фокусират върху търсената промяна на клиентите от инцидентни в регулярни, от регулярни в големи. Обикновено се акцентира върху активизиране на продажбите на съществуващите пазари.

• **Пазарно развитие /настоящ продукт на нов пазар/** – фирмените стратегии основани на пазарното развитие се опитват да “примамят” клиентите от конкурентите, да представят съществуващи продукти на нови пазари или да внедрят нови брандове на пазара.

Тъй като не сме единствени на пазара използваме тази стратегия при която целим да привлечем всички клиенти.

Опитваме се да представим нашите произведения на изкуството по нови и атрактивни начини. Това става чрез организиране на изложби чрез ревюта, концерти и търгове.

Целта ни не е само да покорим Българският пазар но и да изнасяме произведенията извън страната.

- **Продуктово развитие** – Фирмените стратегии основани на продуктовото развитие акцентират върху възможностите за продажби на други продукти на регулярните клиенти. Това могат да бъдат и принадлежности, добавки или изцяло нови продукти.
- **Диверсификация** – фирмените стратегии свързани с диверсификацията са най-рискови. Обикновено във фокуса е създадения имидж на фирмата и комуникацията, чрез която се обяснява защо компанията влиза на нови пазари с нови продукти. В тази алтернатива могат да бъдат допълнително разграничени следните възможности.
  - Хоризонтална диверсификация (нов продукт на настоящия пазар)
    - Вертикална интеграция (преместване в бизнеса на доставчиците или купувачите).
    - Концентрирана диверсификация (нов продукт тясно свързан с настоящия продукт на пазара);
    - Конгломератна диверсификация (нов продукт на нов пазар).

## VI. План за човешките ресурси

За наемането на персонала на Арт галерия-музей „Изгрев” община Пловдив ще ни сътрудничи по Оперативна програма за „Човешките ресурси”, по този начин ще бъдем спонсорирани с минимална заплата, която ще се заплаща по програмата за една година, а останалите пари ще осигурим ние.

Таблица 4

### Месечен разход за заплати на персонала по категории

Длъжност	Финансиране	Доплащане от галерията
Управител-счетоводител	290	510
Уредник на галерия (x2)	290	310
Касиер-домакин	290	110
Общо	-	1240

За охраната на нашата галерия община „Пловдив” ще ни включи в списъкът на общинската охранителна фирма. Те ще ни осигуряват 24 часова видео контрол, а през 2 часа и оглед на полицаи.

Управленската структура на галерия „Изгрев” е следната:



### ❖ **Намиране на занаятчии**

Сътрудничим си със Националната занаятчийска камара, която ни помогна да се свържем със сертифицирани майстори бижутери. Те ни предоставят своите бижута за първата ни изложба на тема „Бижутата през вековете”. На занаятчиите ще им бъдат изплатени парите от продадените бижута след приключване на изложбата, ако има непродадени бижута, то те ще бъдат върнати на изработилите ги майстори.

За доказателство на опита и професионализма на занаятчиите им изискваме Майсторско свидетелство за бижутери.

## **VII. Видове рискове**

### ❖ **Маркетингов (Търговски) риск**

Основен проблем е завладяването на пазарен дял. Пазарът като цяло е свит и е трудно да се навлезе особено за нова и нестандартна организация, каквато е арт галерия - музей „Изгрев”. Голям риск е и зле преценения пазарен дял, който бихме могли да завладеем. Трябва да се постареем да сме популярни и интересни, за да привлечем повече посетители и да останат изключително доволни, за да ни посетят отново, както и да доведат свой приятели.

Един от начините за справяне с тези рискове са допълнителните маркетингови проучвания. Ще вложим усилия да намерим рентиери, които се интересуват от изкуство и ще ги убедим да закупуват ценни предмети и антики от нашите изложби и по този начин да ги привлечем за постоянни посетители, на които може да правим и персонални отстъпки.

### ❖ **Производствен риск**

Застрашени сме от кражби на ценностите, които ще излагаме в нашите изложби.

За да се предпазим от кражби сме се подготвили със солидна охранителна система, която да опазва ценните предмети от злонамерено влияние, както денем така и нощем. При евентуално посегателство ще има незабавна реакция от наша страна и от страна на охраната.

### ❖ **Финансов риск**

Има заплахата постъпления да не са достатъчни за покриване на разходите от дейността.

Рисков момент е и плащанията да се забавят - плащания от програми за финансиране и подпомагане по които кандидатстваме.

Плащанията от клиенти ще бъдат обвързани със строги договори и наказателни клаузи при забавяне на плащанията или други нарушения.

За да успеем да си гарантираме постъпления ще планираме дейността си за няколко месеца напред, като ще организираме и рекламираме събития за различни поводи и празници. Така ще имаме поне по едно събитие в месеца, с помощта на което да доведем хората в галерията.

## **VIII. Финансов план**

1. Личното финансиране е на стойност 10 000 лв. като тази сума е разделена по равно между съдружниците 2 500 лв. – внесена е като дялови вноски.

2. Заем – за осъществяване дейността на арт галерия – музей „Изгрев” се нуждаем и от допълнително финансиране. Стойността на заема е 10 000 лв., времето за което е получен е 2 г., а това е погасителния план месечните вноски са по 461.45 лв.

Таблица 5

**Погасителен план за получения заем от 10 000 лв.**

Към калкулатора ^								
Сумарни разходи	Годишен процент на разходите (ГПР):			10.4714 %				
ОБЩО	Погасени с лихви и такси:			11074.79	Такси и комисии:	0	Лихви: 1074.79	Вноски: 11074.79
МЕСЕЦ	ДАТА	ГЛАВНИЦА ПРЕДИ ПОГАСЯВАНЕ	ЛИХВА	ВНОСКА ПО ГЛАВНИЦАТА	МЕСЕЧНА ВНОСКА	ТАКСИ И КОМИСИОННИ	ПАРИЧЕН ПОТОК	
0	04/22/2012	10000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10000.00	
1	05/22/2012	10000.00	83.33	378.12	461.45	0.00	-461.45	
2	06/22/2012	9621.88	80.18	381.27	461.45	0.00	-461.45	
3	07/22/2012	9240.61	77.01	384.44	461.45	0.00	-461.45	
4	08/22/2012	8856.17	73.80	387.65	461.45	0.00	-461.45	
МЕСЕЦ	ДАТА	ГЛАВНИЦА ПРЕДИ ПОГАСЯВАНЕ	ЛИХВА	ВНОСКА ПО ГЛАВНИЦАТА	МЕСЕЧНА ВНОСКА	ТАКСИ И КОМИСИОННИ	ПАРИЧЕН ПОТОК	
6	10/22/2012	8077.64	67.31	394.14	461.45	0.00	-461.45	
7	11/22/2012	7683.50	64.03	397.42	461.45	0.00	-461.45	
8	12/22/2012	7286.08	60.72	400.73	461.45	0.00	-461.45	
9	01/22/2013	6885.35	57.38	404.07	461.45	0.00	-461.45	
10	02/22/2013	6481.28	54.01	407.44	461.45	0.00	-461.45	
11	03/22/2013	6073.84	50.62	410.83	461.45	0.00	-461.45	
12	04/22/2013	5663.01	47.19	414.26	461.45	0.00	-461.45	
13	05/22/2013	5248.75	43.74	417.71	461.45	0.00	-461.45	
14	06/22/2013	4831.04	40.26	421.19	461.45	0.00	-461.45	
15	07/22/2013	4409.85	36.75	424.70	461.45	0.00	-461.45	
16	08/22/2013	3985.15	33.21	428.24	461.45	0.00	-461.45	
17	09/22/2013	3556.91	29.64	431.81	461.45	0.00	-461.45	
18	10/22/2013	3125.10	26.04	435.41	461.45	0.00	-461.45	
19	11/22/2013	2689.69	22.41	439.04	461.45	0.00	-461.45	
20	12/22/2013	2250.65	18.76	442.69	461.45	0.00	-461.45	
21	01/22/2014	1807.96	15.07	446.38	461.45	0.00	-461.45	
22	02/22/2014	1361.58	11.35	450.10	461.45	0.00	-461.45	
23	03/22/2014	911.48	7.60	453.85	461.45	0.00	-461.45	
24	04/22/2014	457.63	3.81	457.63	461.44	0.00	-461.44	

Таблица 6

## Инвестиции и очаквани източници на финансиране

Инвестиции	1-ва година	2-ра година	3-та година
Общо дълготрайни активи	4 883,00 лв.	6 000,00 лв.	6 000,00 лв.

Очаквани източници на финансиране	1-ва година	2-ра година	3-та година
1) Парични вноски	10 000,00 лв.	- лв.	- лв.
2) Дългосрочни кредити	10 000,00 лв.	- лв.	- лв.
3) Овърдрафт	- лв.	- лв.	- лв.
4) Субсидии и други форми на финансиране	30 720,00 лв.	30 720,00 лв.	30 720,00 лв.
	50 720,00 лв.	30 720,00 лв.	30 720,00 лв.

45 837,00 лв.	24 720,00 лв.	24 720,00 лв.
------------------	------------------	------------------

Таблица 7

## Работни заплати за 1-вата година

Данъци(%)	7,20%					
социални плащания(%)	4,90%					
Предполагаеми регулярни разходи за персонал за 1 година						
бр. Заети	Длъжност	брутна заплата	Данъци	Социални надбавки	Общи разходи за заплати	Общо разходи за фирмата
1	Управител	800,00	80	144	59	1 083
2	Уредник на галерия	600,00	120	216	89	1 625
1	Касиер-домакин	400,00	40	72	30	542
Общо разходи за фирмата за 1 година			240	432	178	3 250

Таблица 8

## Работни заплати за 2-та година

Предполагаеми регулярни разходи за персонал за 2 година						
бр. Заети	Длъжност	брутна заплата	Данъци	Социални надбавки	Общи разходи за заплати	Общо разходи за фирмата
1	Управител	800,00	80	144	59	1 083
2	Уредник на галерия	600,00	120	216	89	1 625
1	Касиер-домакин	400,00	40	72	30	542
Общо разходи за фирмата за 1 година			240	432	178	3 250

Таблица 9

## Работни заплати за 3-тата година

Предполагаеми регулярни разходи за персонал за 3 година						
бр. Заети	Длъжност	брутна заплата	Данъци	Социални надбавки	Общи разходи за заплати	Общо разходи за фирмата
1	Управител	800,00	80	144	59	1 083
2	Уредник на галерия	600,00	120	216	89	1 625
1	Касиер-домакин	400,00	40	72	30	542
Общо разходи за фирмата за 1 година			240	432	178	3 250

Таблица 10

## Очаквани приходи

Продукт или услуга	1-ва година			2-ра година			3-та година		
	единична цена	количе ство	приход и	единична цена	количе ство	приход и	единична цена	количе ство	приход и
Билети редовна цена	5	2 000	10 000	5	3 000	15 000	5	4 000	20 000
Билети с намаление	3	4 000	10 000	3	5 500	13 750	3	6 000	15 000
Експонати	300	600	180 000	300	700	210 000	300	800	240 000
	Общи приходи за 1-та година		200 000	Общи приходи за 2-та година		238 750	Общи приходи за 3-та година		275 000

Таблица 11

## ОПР

Наименование	1-ва година	% Оборот	2-ра година	% Оборот	3-та година	% Оборот
Приходи	200 000,00		238 750,00		275 000,00	
Други приходи						
Обща стойност на продукцията	200 000,00	100,00%	238 750,00	100,00%	275 000,00	100,00%
стойност на материалите		0,00%		0,00%		0,00%
други материали		0,00%		0,00%		0,00%
стойност на услуги		0,00%		0,00%		0,00%
цена на труда	3 249,78	1,62%	3 249,78	1,36%	3 249,78	1,18%
други разходи за персонал	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
комиссионни по продажби		0,00%		0,00%		0,00%
Разходи за хотели (командировачни)		0,00%		0,00%		0,00%
Общи променливи вразходи	3 249,78	1,62%	3 249,78	1,36%	3 249,78	1,18%
Общи амортизации	358,33	0,18%	358,33	0,15%	-	0,00%
Вода, газ, отпление	5 168,00	2,58%	5 168,00	2,16%	5 168,00	1,88%
Електроенергия	1 800,00	0,90%	1 800,00	0,75%	1 800,00	0,65%

Телефон	360,00	0,18%	360,00	0,15%	360,00	0,13%
Реклама	4 800,00	2,40%	4 000,00	1,68%	3 600,00	1,31%
Наем на къщата	-	0,00%	6 000,00	2,51%	6 000,00	2,18%
Поддръжка и ремонти	3 000,00	1,50%	-	0,00%	-	0,00%
Застраховки	3 200,00	1,60%	-	0,00%	-	0,00%
Други оперативни разходи		0,00%		0,00%		0,00%
Общо постоянни разходи	18 686,33	9,34%	17 686,33	7,41%	16 928,00	6,16%
Общо разходи[C]	21 936,10	10,97%	20 936,10	8,61%	20 177,78	7,34%
Оперативна печалба [R-C]	178 063,90	89,03%	217 813,90	91,39%	254 822,22	92,66%
Разходи за лихви	1 000,00	0,50%	523,81	0,22%	-	0,00%
Други финансови разходи		0,00%		0,00%		0,00%
Печалба преди данъци	177 063,90	88,53%	217 290,09	91,17%	254 822,22	92,66%
Корпоративен данък	7 387,08	3,69%	9 076,46	3,80%	10 649,31	3,87%
Социални разходи	58 557,01 лв	0,29 лв	71 705,73 лв	0,30 лв	84 091,33 лв	0,31 лв
Печалба	111 245,73	55,62%	136 507,90	57,28%	160 081,58	58,21%

Таблица 12

## Отчет за паричния поток

Наименование	1-ва година	2-ра година	3-та година
Чиста печалба	111 246	136 508	160 082
+ Амортизации	358	358	-
+ Провизии	178	178	178
= Паричен поток	111 782	137 044	160 259
- Промяна в материалните запаси	-	-	-
- Промяна в търговските вземания	- 11 000	7 250	- 467
+ Промяна в търговските плащания	-	-	-
- Промяна в активите	-	-	-
= Свободен паричен поток	100 782	144 294	159 793
- Погасения по кредита	4 762	5 238	-
- Платени дивиденди			
Сума на чистия паричен поток	96 020	139 056	159 793
Нетна настояща стойност	310 323,88 лв.		

## ЛИТЕРАТУРА:

- [1] Изготвяне на бизнес план, Практическо ръководство - Даниела Тодорова ВТУ „Т. Каблешков” 2011г.
- [2] <http://lex.bg/laws/ldoc/2134664704>
- [3] <http://www.plovdiv.bg/>
- [4] <http://www.anonce.bg/>
- [5] <https://sites.google.com/site/nzkamara/>
- [6] <http://www.historymuseum.org/>
- [7] <http://www.armeec.bg/bg#/home>
- [8] <http://www.sot.bg/>
- [9] <http://www.radioplovdiv.bg/>
- [10] <http://www.moitepari.bg/>
- [11] <http://www.euroins.bg/>