

Издание на Фондацията за реформа в местното самоуправление

Брой 11 (131) информационен бюллетин

2006

3 броя:

3/4 стр.
**ВЪЗМОЖНОСТИТЕ
ЗА МЕСТНИТЕ ОБЩНОСТИ
И СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ
В РАМКИТЕ НА
ПОДХОДА ЛИДЕР**

5 стр.

**ИЗГРАЖДАНЕТО
НА ИМИДЖ И
ПРИВЛИЧАНЕТО
НА ИНВЕСТИЦИИ ЩЕ
ПОДОБРИ ЖИВОТА
В БЪЛГАРСКИТЕ СЕЛА**

6/13 стр.

**ПЛАНИРАНЕ
И ИЗГРАЖДАНЕ
НА ИНДУСТРИАЛНИ
ПАРКОВЕ ОТ НОВ ТИП**

14/15 стр.

ЗА МЕСТНАТА ВЛАСТ...

16 стр.

**ПРИКЛЮЧВАТ
ДОГОВОРИТЕ ПО ФОНД
ЗА МАЛКИ ПРОЕКТИ
ЗА ТРАНСГРАНИЧНО
СЪТРУДНИЧЕСТВО
БЪЛГАРИЯ - ГЪРЦИЯ**



НАЦИОНАЛНАТА СЕЛСКА МРЕЖА НАПРАВИ ПЪРВАТА КРАЧКА



Националната конференция „Първи стъпки на Националната селска мрежа“ се проведе на 22 ноември 2006 г. в София

и събра над 250 участници от цялата страна - земеделски производители, фермери, представители на бизнеса, нестопански организации, национални и регионални браншови асоциации, читалища, бизнес-центрове, общини, кметства, синдикални организации, международни донорски програми, местни инициативни групи; представители на министерства, национални агенции и регионални структури на централната власт. Конференцията е част от проект „Селска мрежа и ЛИДЕР“, осъществяван от Министерството на земеделието и горите и Програмата на ООН за развитие, в партньорство с Фондацията за реформа в местното самоуправление.

Националният форум е първият, който даде възможност на представителите на различни заинтересовани страни да обсъдят заедно бъдещето на едно **отворено национално движение** - партньорската мрежа за развитие на селските райони.

По време на конференцията **Хельн Уилямс**, администратор за България в Главна дирекция „Земеделие и развитие на селските райони“ на Европейската комисия, запозна участниците с правната и политическата рамка на ниво Европейски съюз относно изграждането и укрепването на националните селски мрежи за периода 2007 - 2013 г.

Основното послание в представянето беше, че, съгласно **Регламент 1698/2005** на Европейския съюз, всяка страна членка трябва да създаде своя национална селска мрежа, която да обединява и подпомага организацията и административните органи, работещи за развитието на селските райони. Нейни основни функции са:

- идентифициране и обмен на добри практики;
- организация на обмен на опит и знания между участниците в Мрежата;
- обучение и подпомагане на процеса на създаване на местни инициативни групи;

■ насърчаване на сътрудничеството между районите и международното сътрудничество.

Г-жа Уилямс подчертала, че Селската мрежа на всяка страна обединява всички социално-икономически партньори на местно, регионално и национално ниво и **участва активно в процеса на консултиране на националната политика за развитие на селските райони на етапа, когато тази политика се формулира**. В последствие, когато Националният стратегически план за развитие на селските райони (НСПРСР) 2007 - 2013 г. започне да се осъществява, ролята на Мрежата е **да бъде коректив и да участва в наблюдението и оценката при прилагане на политиката за развитие на селските райони**. Именно от тези възможности може да се възползва и нашата Селска мрежа, включвайки се в сегашния дебат за обсъждане и консултиране на Националния стратегически план за развитие на селските райони, Програмата и всички мерки, които ще се прилагат в България.

Втората част от програмата на конференцията постави акцент върху очертаване на националната политика за развитие на селските райони и подкрепата за създаване на Селската мрежа на България, които бяха представени от **Мирослава Георгиева**, директор на дирекция „Развитие на селските райони“ в Министерството на земеделието и горите.

Цялостната идея, цели, участници, предизвикателствата и възможностите пред Националната селска мрежа бяха представени от **Марина Димова**, програмен координатор на ФРМС. Финалната част от програмата на конференцията бе споделянето на постиженията и резултатите в рамките на проект „Селска мрежа и ЛИДЕР“, представени от **Тания Шумкова**, ръководител на проекта.

Общата дискусия по време на конференцията постави на дневен ред няколко основни предизвикателства, свързани основно с факта, че **на практика финансовата помощ по линия на Програмата за развитие на селските райони за осигуряване на дейността на Селската мрежа ще може да се използва едва след избора на Секретариат на Мрежата, вероятно през 2008 г.** Процесът на формиране на Селската мрежа и включване на участници набира скорост и същевременно е свързан с много очаквания и ентузиазъм от представителите на всички заинтересовани страни. Участниците изразиха своите опасения, че **набраният ентузиазъм на първите участници в Мрежата може много бързо да се пречупи и изчезне в случай, че няма възможност за координирани дейности, достъп до услугите, механизми за координация и единен и достъпен информационен поток**.

До този момент в Мрежата са се включили над 550 участници - организации, институции, граждани и представители на бизнеса и администрацията, местната власт и селата.



В продължение на досегашната си подкрепа за формиране на Селската мрежа и в качеството си на Временен секретариат, ФРМС създаде **общ регистър на участниците**, с контактна информация и областта, в която работят те. Регистърът ще бъде постоянно актуализиран и допълван с новите участници в Мрежата, както и публикуван на Интернет-страницата на ФРМС, бутон „Селска мрежа“ (www.flgr.bg).

ФРМС ще генерира обща база данни с електронните адреси на участниците и ще изпраща актуална информация, свързана с възможности за консултиране на проекта на Програмата за развитие на селските райони (ПРСР) 2007 - 2013 г.; актуални новини и възможности за финансиране. По този начин ще се създаде механизъм за целенасочено информиране и задействане на Мрежата, както и ще се използва възможността за широко консултиране на проекта на Програмата за развитие на селските райони 2007 - 2013 г. сред всички заинтересовани страни.

Бъдещето на Националната селска мрежа ще зависи както от националната рамка и подкрепата от страна на Министерството на земеделието и горите като цялостна политика, така и от подкрепата на работещи в момента международни организации, които имат волята да подпомогнат дейността и укрепването на Мрежата до периода на нейното финансиране от ПРСР. Но преди всичко бъдещето на Мрежата ще зависи най-вече от активността и участието на всички заинтересовани страни и ясното виждане за начина, по който Мрежата ще бъде структурирана и координирана.

Форумът изльчи посланието, че Националната селска мрежа не е панацея за разрешаване на всички съществуващи проблеми в селските райони на България, или пък инструмент за влияние върху политиките на национално ниво, а по-скоро възможност за участие в процеса на консултиране на политиките, насърчаване на партньорството, общите инициативи и обмена на информация между всички участници. ◇

ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА МЕСТНИТЕ ОБЩНОСТИ И СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ В РАМКИТЕ НА ПОДХОДА ЛИДЕР

Дилян Мълзев

модератор на процеса по създаване на МИГ Кресна-Струмяни „Развитие без граници“, подкрепен от ФРМС в рамките на Програма „Подобряване на социалната среда“

Няколко думи за въведение:

Националният стратегически план за развитие на селските райони (НСПРСР) определя следните **приоритетни области за развитие** (по-нататък наричани за краткото **оси**), подчинени на целите за периода 2007 - 2013 г.:

- Ос 1:** Повишаване конкурентоспособността на селското и горско стопанство;
- Ос 2:** Развитие на селскостопански методи, целящи опазване и съхранение на околната среда;
- Ос 3:** Подобряване качеството на живот и разнообразяване на икономиката в селските райони;
- Ос 4:** Инвестиции в участието на местните общности в развитието на селските райони.

Всяка от осите 1, 2 и 3 включва **мерки (операции)**, които представляват конкретни проекти или действия, които ще се осъществяват от крайните бенефициенти (хора, фирми или организации, изпълняващи проекти, и получатели на финансовата помощ по линия на Националния план).

Четвъртата ос е по-различна от останалите. Тя включва някои от мерките по Ос 1, 2 и 3, но с тази разлика, че **се реализира на местно ниво**. В този смисъл първите три оси са „**вертикални**“ и включват мерки от определени области, а четвъртата ос е по-скоро „**хоризонтална**“, като обхваща различни по същност мерки, реализирани на ниво местни общности.

Именно това е **същността на подхода ЛИДЕР**. Основният му принцип е да дава на местните хора и общности **власт и финансови възможности да развиват своите собствени селски райони**. Решенията се вземат и развитието на селските райони се планира „**отдолу-нагоре**“ чрез реализация на новаторски идеи,

които представят характера и уникалността на селския район. Означението на подхода **ЛИДЕР** е абревиатура от френски език за „Връзки на дейностите за развитие на икономиката в селските райони“.

Селскостопанските производители и местният бизнес ще могат да кандидатстват по **ЛИДЕР** с проекти в **рамките на Ос 1**, насочени към:

- Професионално обучение и информационни дейности;
- Ползване на съвети и консултации в земеделието и горския сектор;
- Модернизиране на стопанствата за постигане на европейските изисквания;
- Подобряване на икономическата стойност на горите;
- Повишаване добавената стойност на производствените земеделски и горски продукти чрез преработване на продукцията на място;
- Подпомагане създаването на групи производители за защита на общите им интереси.

Проектите по Ос 2 и Ос 3 ще могат да бъдат в следните основни области:

- Възстановяване на горския потенциал и въвеждане на превантивни мерки;
- Разнообразяване на икономиката чрез развитие на неземеделските дейности;
- Подпомагане създаването и развитието на малък бизнес;
- Насърчаване на туристическите дейности;
- Основни услуги за икономиката и селското население;
- Обновяване и развитие на селата;
- Запазване и подобряване на културното и природното наследство в селските райони;
- Придобиване на умения и оживяване на територии с оглед на подготовката и прилагането на местна стратегия за развитие.

Особено важно е да се знае, че **подборът и финансирането на проекти ще бъде извършвано на местно ниво**, т.е. ще бъде осигурен ресурс, с който ще



разполага не някой друг, а местната общност чрез Местната инициативна група.

За да стане възможно изпълнението на мерките по **ЛИДЕР** в селските райони, обаче, е необходимо да бъдат изпълнени няколко **условия**:

1. Постигнато **съгласие** между две или повече общини, обикновено близки по територия и характеристики, за формиране на **район за развитие** по смисъла на подхода ЛИДЕР. Населението на тази територия трябва да бъде минимум 10 000 души и да не надвишава 100 000 души;

2. Създава се **Местна инициативна група** (МИГ) - организация, регистрирана по Закона за юридическите лица с нестопанска цел, със свои ръководни и оперативни органи, устав, правила и процедури;

3. Местната инициативна група разработва **Местна стратегия за развитие** (МСР), отговаряща на целите

за развитие на НСПРСР и работеща за развитието на територията на МИГ;

4. Признаване на процеса на изготвяне на МСР и създаване на МИГ от Министерството на земеделието и горите.

За да бъде изпълнено **четвъртото условие**, е важно всички заинтересовани страни - общински съвет и общинска администрация, селскостопански производители и местен бизнес, образователна и социална сфера, работещите в здравеопазването, неправителствени организации и активни граждани и в двете общини - да участват в процеса на публични обсъждания и вземане на решения, за да бъдат отчетени и техните мнения.

Широкото участие на всички заинтересовани страни е необходимо и за да бъде признат от Министерството на земеделието и горите процесът на създаване на МИГ и изготвяне на МСР. ◇

ИЗ ИЗЛОЖБАТА "МАГИЯТА НА СЕЛСКИТЕ РЕГИОНИ НА БЪЛГАРИЯ"



Бабици
Теодор Василев, Копривщица

**Благодарим на всички автори,
които ни изпратиха сите снимки!**



Красотата на Ивайловград
Данчо Йорданов

**Дядо Иван община
Дилия Стойчева, Търговище**

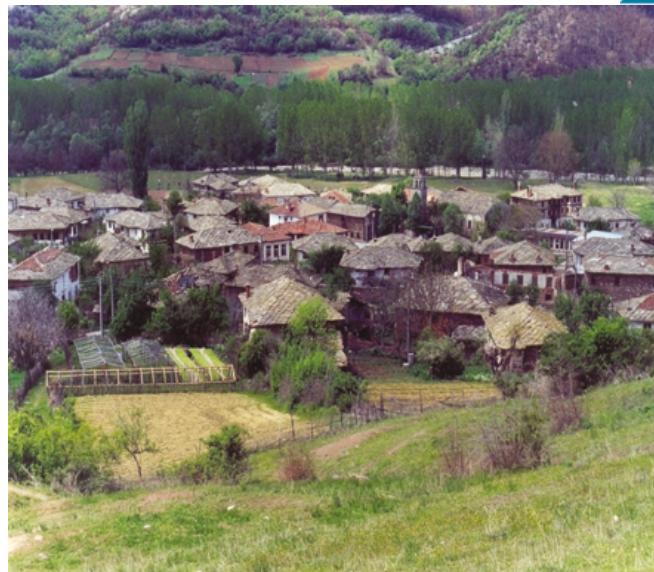
ИЗГРАЖДАНЕТО НА ИМИДЖ И ПРИВЛИЧАНЕТО НА ИНВЕСТИЦИИ ЩЕ ПОДОБРИ ЖИВОТА В БЪЛГАРСКИТЕ СЕЛА

■ Милка Димитрова

Aсociация на българските села е неправителствена организация, създадена наскоро. Основната ѝ цел е да работи за възраждането на българските села.“ - разказва председателят на Асоциацията Борислав Борисов, - „Създаването на Асоциацията на българските села е резултат от осъзнаването на нуждата българското село да има едно лице пред обществеността в България и в чужбина. Асоциацията си поставя като основни задачи **привличането на инвестиции в селата, които ще ги възродят**. Тя ще защитава правата и интересите на хората, живеещи в тях. И един много важен момент - желанието ни е да се запази типичната селска самобитност в българските села, която е съхранила традиционните ценности и духовност до днес.“

Първите стъпки на Асоциацията са окуражаващи. На 13 ноември стартира кампанията „**Да възродим българското село**“. В нея вземат участие кметове, кметски наместници, експерти от всички сфери на административния, социалния, икономическия и културен живот. На срещи и дискусии с членове на Асоциацията в различни селища на страната се обсъждат начините, по които едно селище може да привлече инвестиционния интерес. Търсят се и начини за подпомагане на дребните земеделски производители в селата, както и възможностите отделните селища да получат европейско финансиране. Борислав Борисов казва още:

„Едно от основните неща по време на националната кампания „Да възродим българското село“ е създаването на **инвестиционен профил на всички села в България**. В момента сме получили информация за над 1300 села, която се обработва. След като съберем информацията за всички села в една база данни, тя ще бъде предоставена на вниманието на български и чужди инвеститори, които имат интерес да развиват дейност в селата. Към момента имаме доста запитвания от чужди инвеститори, които искат да инвестират в областта на екологичното земеделие, в имоти в селата, които да се ползват или за селски туризъм, или за изграждане на модерни старчески домове за по-богати европейци. В селата има много помещения, които да могат да се



използват. Част от тях са изоставените сгради, които се продават на ниски цени, а в същото време там има и работна ръка, която е свободна. Това са фактори, които наистина привличат чуждите инвеститори.“

Навлизането на инвестиции в селата ще ги съживи и ще повиши благосъстоянието на хората, убеден е Борислав Борисов. Един от основните проблеми в селата, според него, е **липсата на информация**. Дори кметовете и кметските наместници не са запознати с възможностите, които им дават национални или европейски програми за възраждането на селата. Липсва и добра връзка между хората, които управляват селата, и жителите на даденото селище. Асоциацията ще се опита да спомогне за създаването на по-прям диалог между тях. Засега от Асоциацията разчитат на собствени средства, но се надяват след 1 януари 2007 г. да получат и външна финансова подкрепа за дейността си. „Българските села имат много потенциал“, - казва Борислав Борисов, - „остава той да се реализира. Нашите селища има какво да покажат на Европа и да я учудят. Все още са съхранени самобитни традиции, уникални занаяти, а красивата природа и плодородната земя крият много възможности.“



ПЛАНИРАНЕ И ИЗГРАЖДАНЕ НА ИНДУСТРИАЛНИ ПАРКОВЕ ОТ НОВ ТИП

ФРМС изказва благодарност на г-н Алън Леслър и на Международната асоциация на градските управи, Вашингтон, за предоставените материали.

Какво представлява индустриалният парк от нов тип ?

Концепцията за индустриален парк, зона или терен се появява в промишлените държави в края на 19 век. Най-просто казано, това е географски район, в който се стимулира, планира и управлява промишлено развитие.

Първите индустриални паркове са площи, разделени на парцели и използвани предимно от едно или повече предприятия от тежката промишленост, производството, дистрибуцията и складовите дейности. Индустриалните паркове се създават от предприемачи с цел осигуряване на печелившо индустриално развитие чрез близки транспортни връзки, особено железопътни и водни.

Днес индустриалните паркове осигуряват **предварително изградена инфраструктура** и се подготвят така, че при настаняването си бизнесът да може да наеме/закупи парцел, или да наеме/закупи **сграда** за своите производствени нужди, и в максимална степен да съкрати времето за стартиране на своето производство или търговска дейност. Сградите са или частично изградени, така че дадена фирма да ги довърши в съответствие със спецификата на производството си, или пък са от типа „спекулативни постройки“, в които фирмата може да се настани веднага, с минимален обем довършителни работи. Повечето ръководни екипи на индустриални паркове са истински загрижени за имиджа на своите паркове и за начина, по който ги възприема обществеността. Те искат да бъдат възприемани като добри съседи, допринасящи за доброто и за благосъстоянието на общностите, в които се намират, и се стремят да създават по-привлекателна среда, като съчетават имотите с производствено или търговско предназначение с паркова атмосфера. Оттам идва и думата „парк“, която постепенно се утвърди в наименованието им.

От 1970 година насам броят индустриални паркове, създавани от властите или от частни предприемачи, непрекъснато се увеличава. Според проучване на Съвета за изследване на международното развитие през

1996 година броят на индустриалните паркове в 90 държави е бил над 12 000, а само няколко години по-късно числото им доближава 20 000, от които над 2 000 се намират в Китай.

Видове индустриални паркове

Различаваме различни видове паркове в зависимост от:

- ◆ Функциите;
- ◆ Размерите;
- ◆ Собствеността.

В зависимост от функциите различаваме:

■ **Индустриални паркове с производствени функции**, в които са съсредоточени главно производствени фирми (тежка и лека промишленост);

■ **Индустриални паркове със смесени функции** - съчетание на производствени и офис сгради, както и складове и съоръжения за дистрибуция. Понякога в парковете се създават и места за отдих и хранене на служителите, магазини за търговия на дребно, банки и кина;

■ Следва да се отбележи, че индустриалният парк е само един функционален вид от една по-широка категория, позната като „**бизнес паркове**“. Бизнес паркът може да бъде построен за фирми, занимаващи се с развойно-внедрителска дейност, високи технологии, офиси, дистрибуция, или комбинация от различни дейности, в зависимост от това кое би било най-печелившо от гледна точка на инвеститора. Фирмите в бизнес парковете, които се занимават с развойно-внедрителска дейност и високи технологии, работят в тясно партньорство с академични и технологични институции, намиращи се в близост до парка.

Съществуват и корпоративни бизнес паркове. В тях може да е разположена не само централата на някоя корпорация, но и изложбени зали за фирмени продукти, фирми от леката промишленост, дистрибуцията и складовите дейности, заедно със собствени развойно-внедрителски лаборатории.

Международни търговски зони/свободни икономически зони - те са специфични инструменти за осъществяване на политиката на правителството за агресивно привличане на инвестиции. Те предлагат много силни пакети от стимули във формата на митни-

чески и данъчни облекчения за фирмите, които могат да извършват производствена, търговска, или складова дейност.

Индустриалните парковете се различават **по размери**. Най-малките паркове представляват икономически зони в покрайнините на градовете. Най-големите паркове сами по себе си са нови промишлени градове. Такива са например: Свободна зона „Джебел Али“ - Дубай - 1 600 фирми на площ от 100 км²; Свободна зона „Колон“ - Панама - 1 700 фирми на 397 хектара; Окръг Монтгомъри, Мериленд, САЩ - четири, свързани помежду си, индустриски парка и летище на обща площ от 2 319 хектара.

В зависимост от собствеността индустриски паркове могат да бъдат:

- **частни** - когато са създадени самостоятелно, от частни предприятия;
- **обществено-частно партньорство** - когато са създадени от частни предприятия в партньорство с местните власти; или
- **публични**.

Общините могат да разработват, притежават и управляват индустриски паркове. В този случай е необходимо кметът и общинският съвет да проявят инициатива за създаване на индустриски парк.

Планиране и изграждане на индустриски парк

Процесът на разработване на индустриски паркове обхваща следните дейности:

- Предварително проучване;
- Пазарен, финансов и политически анализ;
- Инженерен анализ и подробни теренни проучвания;
- Финансиране;
- Водене на преговори, сключване на договори, осигуряване на необходимите разрешителни;
- Строителство на парка;
- Маркетинг;
- Управление.

■ Предварителното проучване

В рамките на предварителното проучване се прави анализ на икономическите и демографските показатели като основа за определяне на прогнозната доходност на индустриския парк.

Осигуряването и използването на актуална информация, на точни и приложими статистически данни е важна стъпка за осъществяване на анализите. Освен

от националния статистически институт информация може да се получи от общинската и областната администрация, от областните агенции по заетостта, бизнес средите и неправителствените организации на местно ниво, които обслужват бизнеса. Специализираните отдели по икономическо развитие в общините, които участват в Българското партньорство за местно икономическо развитие (www.invest.bg), разполагат с тази информация, тъй като целенасочено разработват и поддържат широкообхватни бази данни в областта на икономическото развитие.

За да се прецени доколко е стабилна общинската икономика, по-конкретно е необходимо да се съберат и анализират данни (за период най-малко от 5 години) за **БВП, отрасловата и търговската структура на икономиката**. Важно е да се знае дали навлизат нови отрасли и фирми в общината и ако да - какви? Ако не - защо? Отговаря ли местната инфраструктура на нуждите на проекта за нов индустриски парк? Строят ли се нови магистрали в общината или в близост до нея? Има ли заеми за индустриски цели в общината и/или областта и каква е цената им? А в съседните области?

Другата група важни въпроси, по които се набира и анализира информация, са свързани с **населението и работната сила**: Има ли стабилен ръст на населението? Как се променя броят на населението в трудоспособна възраст? Какво е разпределението на заетите по отрасли? Какви са техническите умения и образоването на работната сила и какво е заплащането на труда? Какви са промените в заетостта и какво е нивото на безработица в момента; структура на безработните по квалификация и възраст?

На база на събраната информация се прави анализ и след проследяване на тенденциите може да се прецени доколко проектът се намира на „пътя на растежа“, как ще се отрази върху общинската икономика, доколко ще спомогне за реализиране на целите, залегнали в стратегическия план за икономическо развитие на общината и региона.

Изборът на място, подходящо за разполагане на индустриския парк, следва правилото „времето е пари“. Местоположението на парка е подходящо, ако осигурява:

- по-ниски транспортни разходи (близост до основни магистрали, ж.п. трасета, летища и пристанища);
- по-голям пазар на работната сила;
- по-голям пазар на стоки и услуги.

Изборът на място за парка зависи и от това каква част от целия парцел може да се използва (без свлачища и др. проблемни зони, на които не може да се строи).





След поредица от разговори с потенциални инвеститори, собственици на имоти, предприемачи, партньори и консултанти, се прави **груба преценка** дали проектът е печеливш. Ако на този етап проектът за индустриален парк се очертава като печеливш, се предприемат мерки да се осигури собствеността върху имота (в случай, че това вече не е направено).

Внимателното запознаване със **съществуващи индустриални паркове в България**, за да се определи кои от тях са успешни и защо, е една от стъпките, които е добре да се предприемат още в етапа на предварителното проучване. Извличането на поуки от грешките на другите в процеса на разработване на индустриални паркове може да спести време и усилия. Добре е да се направят посещения на индустриални паркове, които имат сходство с типа парк, който предстои да се изгражда.

В етапа на предварителните проучвания е важно също така да се направи **преглед на националните политики**, подкрепящи икономическото развитие и изграждането на индустриални паркове. Националната стратегия за насырчаване на инвестициите в Република България 2005-2010 г. предвижда мерки за създаване и развитие на индустриални паркове като едно от приоритетните направления за насырчаване на инвестициите и трябва да се провери кои от тези мерки действат в момента. Част от тези мерки ще се реализират чрез Програма ФАР, чрез Национална оперативна програма „Регионално развитие“ 2007 - 2013 г. и Оперативна програма „Развитие на конкурентноспособността на българската икономика“ 2007 - 2013 г. Очаква се грантовите схеми по двете програми да бъдат отворени през есента на 2007 г. Освен това е необходимо да се направи преглед на Закона за насырчаване на инвестициите (който периодично търпи промени), законодателните актове, наредбите и административните политики за земеползване и устройство на територията на национално и областно ниво с цел да се определи кои от тях са приложими за предлагания индустриален парк.

Не на последно място следва да се направи преглед и да се обобщи информация за **качеството на живот в община**: достъп до исторически, природни и екологични ресурси, здравни и образователни заведения, културни институции, търговски и жилищни възможности, които могат да се предложат на потенциалните клиенти на индустриалния парк, ако преместят бизнеса си в района, както и дали има сериозни проблеми пред общината и областта, които биха могли да затруднят успешното развитие на индустриалния парк.

■ Пазарен, финансов и политически анализ

На този етап се извършват пълни и задълбочени проучвания и анализи, имащи за цел да се определи способността на индустриалния парк да привлече и задържа наематели. Решение за изпълнение на проекта може да се вземе само ако той е с доказана целесъобразност от пазарна, финансова и политическа гледна точка. Най-важното е да не се предприемат стъпки и особено да не се започват строителни работи преди вземането на окончателно решение в резултат на направените анализи и проучвания.

В тази фаза се правят проучвания, които целят да се отговори на три основни въпроса:

- **Има ли търсене на пазара?**
- **Ще бъде ли осигурена добра възвръщаемост на вложените средства?**
- **Има ли политическа подкрепа за осъществяване на проекта?**, т.е. дали той е подкрепен от публичния сектор.

Инвеститорът на парка прави **анализ на пазара на недвижими имоти** в местен и регионален аспект, като се отчитат тенденциите на национално и международно ниво. Отделя се специално внимание на това, дали има диспропорции в наемането и/или закупуването на свободни промишлени, офис и търговски площи на територията на общината и региона. Резултатът от проучването в този аспект е да се определи какъв е размерът на пазара на офиси, търговски и промишлени площи.

В подкрепа на този анализ е задължително да се направи пълен списък на съществуващите търговски и промишлени имоти в района, тяхното местоположение, процентът и времето за запълване на свободните площи, актуалните нива на наемите и цените за продажба. Списъкът трябва да обхваща всички частни, общински и държавни имоти. Необходимата информация може да се набави чрез срещи с агенции за недвижими имоти, преглед на страниците с обяви в местните вестници и списания, интернет страници, преглед на общинските, областните и националните регистри.

Анализът включва също проучване на целевата група, от която ще се привличат наематели/инвеститори в парка. Проучването е по отношение на техните нужди от пространство - за офиси, търговия, производство; какви цени плащат в момента и какви цени са готови да плащат и при какви условия; какъв следва да бъде срокът на договорите им.

Преди да се обобщят резултатите от маркетинговото проучване, следва да се провери дали има съществуващи индустриски паркове в близост до мястото на проекта или дали има големи имоти с промишлено предназначение, с които проектът ще трябва да се конкурира. Един от въпросите, на които ще се търси отговор, е какво могат да направят инвеститорите, за да се справят с конкуренцията. Така, макар и на този ранен етап, се формира основата за разработване на пакет от стимули и отстъпки, които могат да се предлагат по-късно на бъдещите наематели/инвеститори в парка.

■ Финансова обосновка на проекта

Финансовият анализ и обосновка дават отговори на два основни въпроса: Проектът ще бъде ли печеливш и дали може да бъде обезначен с банкови кредити.

Проектът е финансово обвързан, ако нетните приходи от продажбите и наемите възстановяват средствата, вложени от инвеститора, като се калкулират свързаните с това рискове.

Рискът е степента на вероятност за възвръщане на инвестициите. Ако тези вероятности варираят в много широк диапазон, казваме, че проектът е много рисков. В този случай инвеститорите калкулират висок процент риск като компенсация за поемането на такъв вид риск. Ако проектът е в голяма степен предсказуем по отношение на очакваната възвръщаемост, инвеститорите го поставят в категорията проекти с нисък процент риск. Степента на риска зависи от фактори като търсенето на пазара, вида на проекта, конкурентните му предимства, проблеми по строителството, регуляторна среда, ликвидност.

За всички очаквани приходи и разходи по проекта се изготвят финансови прогнози, като се наблюдават и прогнозират потоците от пари. Те включват следните основни категории:

- разход на средства: за придобиване на собственост, разработване на терените, оперативни разходи, обслужване на дълга, капиталови разходи, разходи, свързани с продажбите;

- приход на средства: от оперативни приходи, приходи от продажби.

Финансовите прогнози се използват от предприемачите, заемодателите, и участниците от публичния сек-

тор за оценка на жизнеността на проекта. Предприемачите изготвят финансовите прогнози, за да определят процента на възвръщаемост на проекта, да го сравнят с рисковия процент и да преценят потенциала на проекта. Заемодателите използват прогнозите, за да направят оценка на нуждите от средствата за инвеститора на проекта и дали проектът ще генерира достатъчно средства, за да се обслужва кредитът. Публичният сектор, ако не е инвеститор, използва финансовите прогнози, за да определи нуждите от финансиране на частния предприемач и да определи пакет от стимули за проекта.

Като цяло приходите от продажби и наеми за парцелите и сградите в парка трябва да надвишават капиталните вложения и оперативните разходи, направени в процеса на изграждане на парка.

■ Осигуряване на политическа подкрепа за проекта

Политическата подкрепа за проекта е необходима, за да се осигури съдействие за издаване на необходимите разрешителни в разумни срокове. Тази подкрепа е критерий за потенциалното одобрение или съпротивата от страна на местната общност. Необходимо е да се осигури подкрепа за проекта от страна на ключови фигури на изборна длъжност, лицата на ръководна длъжност от службите и институциите, които одобряват устройствените планове, които осигуряват комуналнобитово обслужване, природозащитните организации, както и на цялата местна общност.

Негативното отношение към проекта от страна на широката общественост, нежеланието за сътрудничество от страна на местните власти (когато инвеститорът е от частния бизнес), както и наличието на неблагоприятна законова уредба на практика могат да станат причина да не се вземе решение за изпълнението на проекта, независимо от резултатите от пазарните проучвания. Времето наистина е пари, когато става въпрос за инвестиции. Закъсненията и неспазването на сроковете за планиране и за получаване на необходимите разрешителни означава допълнителни разходи за проектиране, за юридически консултации и в крайна сметка води до повече разходи и пропуснати печалби.

■ Инженерен анализ и подробни теренни проучвания

Инженерният анализ и проучването на терена са необходими с цел подготовка и извършване на техническо планиране на парка.

Мястото, предвидено за парка, се анализира и сравнява с параметрите на проекта, за да се прецени доколко всички



характеристики на терена са подходящи за разработването му. Резултатите от инженерните анализи и теренните проучвания определят конкретните дейности и разходите за подготовката на терена и изграждане на инфраструктурата на парка, която ще бъде необходима за неговото функциониране. По време на анализа трябва също така да се идентифицират проблемите, чието решаване ще изисква специално внимание или заделянето на допълнителни средства и време.

Проучванията се правят в следните направления:

Общи проучвания:

- Визуална връзка - вижда ли се теренът от пътя/магистралата и доколко;
- Достъп до терена - наличие на пътища, които осигуряват достъп;
- Характеристика на съседните имоти - по отношение на функционалното предназначение на земята, собственост, вид дейност, която се извършва на тях. Проучването на съседните имоти, на първо място, може да означава необходимост от въвеждане на ограничения, ако е налице несъвместимост на определени видове производства и дейности. Тези ограничения може да повлият върху определянето на целевата група от потенциални инвеститори/наематели на бъдещия парк. Такива ограничения могат например да възникнат, ако паркът е в непосредствена близост до жилищни квартали или до предприятия от химическата, тежката или друга промишленост, които не могат да работят в съседство с предприятия от хранително-вкусовата промишленост и др. Проучването на съседните имоти влияе върху предназначението и разпределението на отделните парцели в парка. То дава също така ценна информация за възможностите за евентуално разширяване на проекта в бъдеще.

Природни характеристики на терена:

- Топография, растителност - необходимо ли е изравняване на терена или разчистване от трайни насаждения;
- Размери и обозначаване;
- Почви - вид, структура, товароносимост;
- Наличие на подпочвени води, и ако има такива: къде, на каква дълбочина са;
- Наличие на предишни замърсявания и ако има такива - от какъв характер са, какви мерки трябва да се вземат за отстраняването им;
- Сейзмичност на района;
- Защитени територии/защитени видове - ако има такива, колко са големи териториите; кои са защитените видове, какви мерки трябва да се предприемат за опазването им, как това може да се отрази на целевата

группа от потенциални инвеститори/наематели на парка;

- Има ли археологически находки, кога за последен път са правени разкопки, доколко е вероятно períметърът на разкопките да се увеличи и др.

Транспортна инфраструктура в рамките на терена:

Ако има налична транспортна инфраструктура, се проучват всичките ѝ характеристики. Ако няма такава, се правят разчети за необходимата пътна инфраструктура в съответствие с параметрите на проекта и нормативите за изграждането ѝ:

- Пътна инфраструктура, включително тротоари, бордюри;
- Нормативни документи, определящи предназначението на земята във връзка с условията за достъп до отделните парцели;
- Зони за паркиране, вътрешни улици;
- Отклонения и вътрешни пътни платна.

Транспортна инфраструктура за достъп до терена:

Анализът в тази си част се прави основно за съществуващата пътна инфраструктура в близост до терена с цел да се установи доколко тя осигурява подходящ достъп на коли, камиони, пешеходци (доколкото е необходимо), както и какви мерки и подобрения трябва да се направят за осигуряване на адекватен транспортен достъп до границите на терена. По-конкретно се проучват:

- Характеристиките на пътищата в непосредствена близост до терена на парка - широчина на пътя, брой ленти, състояние на настилката, маркировка, обозначаване с пътни знаци; възможности за паркиране на пътя; възможности за осигуряване на достъп на полиция и пожарната;
- Наличие на мостове, подлези, ж.п. прелези;
- Достъп до магистрала, транзитен ли е достъпът, ако има такъв; възможности за осигуряването му чрез изграждане на нови пътни съоръжения;
- Достъп до най-близкото летище, пристанище, ж.п. гара - има ли достъп, директен ли е достъпът, характеристики на достъпа; възможности за свързване (ако няма достъп към момента, но се налага в съответствие с параметрите за разработване на проекта).

Инфраструктура на и около терена:

- ВиК - възможности за снабдяване с промишлени и питейни води, изградена ли е ВиК мрежа до границите на терена, в какво състояние е, респективно дали са необходими подобрения и разширяване, ако да - какви; налягане на водата; наличие на свободен капацитет на

пречиствателната станция за отпадни води, алтернативи за строеж на малки пречиствателни станции;

- Условия за отвеждане на повърхностни води, ретенционни обеми;
- Газификация и електроснабдяване - налични мощности, достъп до терена; разчети за достъп, ако не е осигурен достъп до границите на терена;
- Телекомуникации - наличие и спецификация на кабелните и интернет услуги.

Като част от анализа се прави преглед на видовете процедури и изискванията във връзка с промяна предназначението на земята (ако е необходимо); съгласуване/одобряване на ПУП; възлагане, изготвяне, съгласуване и одобряване на работните проекти за изграждане на необходимата инфраструктура вътре в границите на парка, или за допълване на съществуващата (ако има инфраструктура на терена), за ОВОС и комплексни разрешителни и др., които ще бъдат необходими за цялостната реализация на проекта.

Първоначално проектите могат да бъдат обсъдени и да се съгласуват на идейна фаза. В много случаи това е за предпочитане, защото в идейна фаза могат да се сравнят възможните варианти, да се избере най-доброто решение и едва тогава да се премине към фазата пълно проектиране.

Всички резултати от анализа се отразяват върху графика на дейностите и бюджета на проекта.

■ Маркетинг на индустриски парк

Индустриалният парк трябва да се маркетира и да се популяризира. Казано съвсем просто - трябва да се продава. За тази цел е необходимо съставянето на маркетингов план и провеждането на поредица от успешни маркетингови дейности. При съставянето на маркетинговия план се определят целите, подходите и специфичните маркетингови инструменти за постигане тези цели. Определя се кога ще започне маркетинговият процес и кой отговаря за маркетирането на проекта.

Инвеститорът по проекта може да възложи задачата за разработване на маркетинговия план на своя отдел по маркетинг или да го договори с екип от външни специалисти по маркетинг.

Няма универсална рецепта за маркетиране на индустриски паркове, защото маркетингът винаги е съобразен със спецификата на проекта. Процесът за разработване на маркетингова стратегия и маркетингов план обаче в повечето случаи е един и същ. Той започва веднага след като са готови пазарните анализи, финансова обосновка и инженерните проучвания, като се прави внимателен преглед на резултатите от тях.



Изготвя се писменото описание на проекта, на мисията, целите и задачите на парка, така че да се систематизира поредицата от въпроси и отговори, свързани с това кой, какво, кога, къде и защо ще бъде свързан с маркетинга на проекта. Определя се кои са силните страни на проекта, които дават възможност за успешно привличане на потенциални клиенти. Те трябва да се използват, за да се изтъкне, че паркът предоставя точно това, от което клиентите се нуждаят по отношение на пространство, сгради, комунално-битови услуги, места за паркиране, гъвкавост на терена и сградите, престиж, удобство, естетика, цени и условия за наем.

Разработването на маркетингова стратегия е свързано с четирите „П“-та на маркетинга:

- **Promotion** - промоция
- **Price** - цена
- **Product** - продукт
- **Place** - място

Каква **промоция** ще се прави на проекта? Промоцията отнема най-много време и финансов ресурс. Тя е основата на маркетинговата стратегия, защото е свързана с позиционирането на продукта на пазара, определя набора от маркетингови инструменти и как ще бъдат организирани дейностите, с които ще се търси достъп до клиентите от целевата група: чрез лични контакти, телефонни разговори, информация по пощата, реклама и контакти чрез трети лица. Промоцията може да включва издаване на маркетингова брошура и изпращането ѝ по пощата до целевата група; използване на възможностите на Интернет, PR-кампании, кампании за привличане на брокери на недвижими имоти, реклама в медиите, бюлетини, стимули за клиентите и други, или пък комбинация на посочените по-горе инструменти. Изборът на видовете или комбинацията от средствата за реклама, които ще се използват, се залага в маркетинговия план.

Цените са един от най-важните елементи на маркетинга на вашия продукт. Най-честно използваният метод за определяне на цените е сравнителен анализ с други подобни продукти. Цените могат да се променят



в процеса на маркетиране на парка. Например първите наематели или купувачи на парцили в парка, които са готови да склучат договори преди започване на строителството, обикновено получават отстъпки от цената.

Продуктът трябва да се дефинира точно, както и да се определи за кого представлява интерес. Какви са особеностите на целевата група от купувачи и дали е хомогенна? Какви са особеностите на отделни сегменти от целевата група? С какво вашият продукт е по-различен от подобни продукти в местен и международен мащаб? Разбирате ли добре предимствата и недостатъците на вашия продукт, който е на пазара?

В маркетинговия процес инвеститорът трябва да покаже, че индустриалният парк притежава уникални характеристики - особено добро местоположение, близост до ж.п. линия или национални магистрали, големи гъвкави пространства и гъвкави сгради, особено привлекателна архитектура и оформление на зелените площи, добра синергия или дори кълъстър на взаимодопълващи се фирми и отрасли, отлична охрана, възможност за преместване на фирмите в по-големи помещения при нужда, възможност за осигуряване на растеж за фирмите поради факта, че паркът е престижно място за бизнес.

Място/местоположение - Местоположението на индустриалния парк е толкова важна характеристика, че по принцип се включва като част от описанието на продукта.

Маркетинговият план трябва да е обезпечен с адекватен бюджет, планиран за неколкогодишен период, така че да се осигури финансов ресурс за изпълнение на предлаганите стратегии и дейности. Размерът на бюджета се определя от качеството и видовете дейности, от интензивността на рекламната кампания, планирана от инвеститора. Както и от това колко е склонен да похарчи инвеститорът за маркетинг по проекта.

Освен инвеститора в маркетинга на индустриалния парк може да се включат различни заинтересовани страни. Това могат да бъдат: общината (специалистите по местно икономическо развитие и маркетинг), в случай че тя не е инвеститор на проекта за парка, фирми за недвижими имоти, местната търговско-промишлена палата или бизнес център. Заинтересованите страни могат да сформират специален екип, който да работи за изпълнението на маркетинговия план. Ако обаче не е сформиран специален екип, задължително трябва да се осигури информация и координация между всички лица и институции, които маркетират парка, така че всички да изпращат едно и също послание към потенциалните клиенти.



Крайната цел на маркетинговия процес е провеждането на преговори и склучването на договори за продажба или наем и настаняване в индустриалния парк.

■ Управление. Разработване на общ план за изграждане на индустриалния парк

Проектът за изграждане на индустриален парк е свързан с разработването на общ план. Той съдържа **мисия, цели, задачи, стратегии и дейности за развитието на парка**. С плана се определя какъв според инвеститорите трябва да бъде видът на индустриалния парк, какви основни функции ще изпълнява, какви ще са неговите размери и граници, как ще се финансира, проектира, строи, управлява и поддържа на печалба във времето. Или с други думи, планът включва концепцията за парка, всички подробни проучвателни дейности, неговото изграждане, маркетиране и управление, както и график за изпълнение на отделните дейности.

Един от ключовите фактори за успеха на управлението на парковете е изграждането и поддържането на гъвкави пространства в сградите и по улиците, които да отговарят на различните нужди на потенциалните и реалните наематели и да задоволяват променящите се нужди на фирмите и отраслите.

Като част от общия план се разработва подробен устройствен план, който отразява резултатите от всички аспекти на предпроектните проучвания и на общия план за разработване на парка. Разположението и видът на парцелите, улиците и сградите в парка следва във възможно най-голяма степен да отговарят на нуждите на потенциалните наематели.

За целите на проекта се прави **прогнозен бюджет** за период поне от три до пет години след откриването на индустриалния парк. Трябва да се съставят прогнозни баланси, отчети за приходите и разходите и отчети за паричните потоци. Изключително важно е да може

да се покаже, че с времето проектът ще генерира достатъчно приходи за изплащане на заемите, капиталовите разходи, разходите за поддръжката на парка, застраховките, данъците и т.н., както и че строителите/инвеститорите ще получат адекватна възвращаемост спрямо рисковете, които поемат.

Всички разходи, свързани с изграждането на индустриалния парк, трябва да бъдат взети предвид: закупуване на терена, проучване на терена, включително геологически проучвания, подготовка и разпределение на парцелите, изграждане на улици, озеленяване, разрешения за строителство, места за паркиране, архитектура, инженерни дейности, комунално-битова инфраструктура, правни и счетоводни услуги, агенции за недвижими имоти, охрана, маркетинг и реклама, финансиране, застраховки, обслужване на заемите, данъци, строителни разходи, поддръжка, управленски разходи, резерви и непредвидени разходи.

Необходимо е да бъде създаден процес за включване и надзор на строителите, включително геодезисти, фирми за архитектура и озеленяване, изпълнители на строителни работи, електрически и механични системи, главен изпълнител и подизпълнители.

Управленският екип за изграждане на индустриалния парк може да разработи също **правила за работа с клиентите**, които проявяват интерес да се настанят в парка. Това определя рамката за водене на преговори с потенциалните наематели и купувачи и се избягва опасността от работа на парче, т.е. безразборната продажба на парцели в парка на всеки, който пожелае.

Трябва да се определи какви **стимули** е готова да предостави общината на фирмите, които ще се настанят в индустриалния парк, и да се подгответ пакет от стимули, който да се предлага на потенциалните клиенти. Пакетът от стимули например може да съдържа данъчни облекчения, отстъпки или отсрочки, бесплатни терени или терени на цена под пазарната, отстъпки за общински комунално-битови услуги, изключения от някои строителни изисквания, съкратени срокове за издаване на всички видове разрешителни и др.

■ Оптимизиране и развитие на съществуващи индустриални зони

Една от основните дилеми, които стоят пред местните общности, са свързани с това доколко растежът трябва да бъде за сметка на използването на плодородни земи със селскостопанско предназначение. Оптимизирането и възстановяването на съществуващите индустриални зони, както и възстановяването и реконструкцията на свободни сгради е част от тъй наречения „интелигентен растеж на икономиката“, защото те разкриват сериозни резерви, които могат да обезпечат

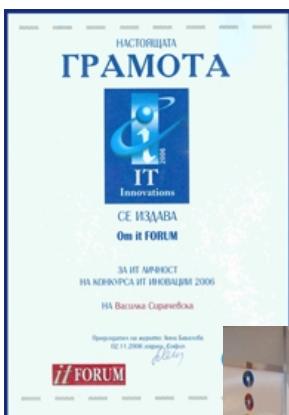
част от нуждите за развитие на икономиката. На практика в България немалка част от собствениците на фирми в традиционните индустриски зони не използват изцяло терените и сградния фонд, които са придобили в резултат на приватизацията в годините на прехода. Има ясна тенденция за нарастване броя на новите фирми, които се настаняват в сграден фонд или на неизползван терен, принадлежащ към някое от съществуващите предприятия. Тревожното е, че тези процеси са хаотични, противчат без намесата на общините и липсата на адекватно устройствено планиране създава проблеми за новите фирми, а понякога и за съществуващите.

Възможностите, които предоставят такъв тип проекти, трябва да се разглеждат като алтернатива в процеса на проучване на целесъобразността от разработване на индустриален парк „на зелено“, като се преценяват предимствата и недостатъците, които те предлагат. Предимствата са свързани с това, че терените са с индустриско предназначение, основната инфраструктура е налице и обикновено има на разположение достащен капацитет от енергийни мощности. Инфраструктурата обаче може да е остатяла, парцелите да са с по-малки размери, фрагментирани и да изискват окрупняване; много е вероятно да има замърсяване на отделни участъци от свободните терени от предишни производства.

Успехът от разработването на проекти за оптимизиране и развитие на съществуващите индустриски зони зависи от изграждането на ефективни партньорства между общината и бизнеса, които отчитат интересите и на двете страни.

Необходимо е първоначално да се направи пълен списък на сградите и терените, които могат да се предложат за продажба или да се дават под наем, да се определи тяхното местоположение, да се изясни собствеността, да се направи пълна характеристика на всеки отделен парцел и/или сграда, включително на инфраструктурата на терена и на тази, която осигурява достъп до него, да се провери има ли замърсявания, от какъв тип са и т.н.

Резултатите от икономическия и пазарния анализ трябва да се обсъждат съвместно с бизнеса преди да се вземе решение дали да се запази характерът на икономическата зона или да се преструктурира, като се даде възможност на фирми от нови отрасли да влязат в зоната. В резултат на това обсъждане се разработва план за действие, който прилича на общия план за действие при разработване на индустриски паркове, защото съдържа общата концепция на зоната, всички проучвателни дейности, които е необходимо да се извършат и от кого, финансиране, проектиране и изграждане на необходимата допълваща инфраструктура, благоустройстване, маркетинг. 



ронното правителство. Последният от тях - пускането на **17 административни услуги в област Благоевград** - бе завършен това лято.

Официалното връчване на наградите се състоя по време на изложението БАИТ Експо. ИТ иновации '2006 се организира от it FORUM за трети път, като тази година конкурсът бе под егидата на ДАИТС.

Целият екип на ФРМС честити на г-жа Сирачевска блестящото отличие и ѝ желае много нови творчески и лични успехи!!



На 8 ноември (сряда) 2006 година в заседателната зала на 5-ти етаж в сградата на Столична община - ул. „Московска“ 33 се проведе семинар за представяне на методологията за подобряване на административното обслужване, който бе организиран във връзка с изпълнение на дейностите по проект „Застъпническа кампания за въвеждане на обслужването на едно гише в софийските районни администрации“, осъществяван с финансовата подкрепа на Фондация „Институт Отворено общество“. Семинарът бе организиран от Василка

Нашата колега г-жа Василка Сирачевска стана носител на приза **ИТ ЛИЧНОСТ НА ГОДИНАТА** в конкурса ИТ иновации 2006!

Г-жа Сирачевска е програмен координатор във ФРМС и от години работи по проекти в областта на елект-

Сирачевска, ФРМС, и екип.

Цветан Цветанов, зам.-кмет на Столична община, и Ася Кавръкова, Институт „Отворено общество“ - София, приветстваха участниците в семинара.

Инициативите и ролята на ФРМС в сферата на административното обслужване в Р България представи Гинка Капитанова, изпълнителен директор на ФРМС.

Лилия Иванова, директор „Административно регулиране и обслужване“, МДААР, разгледа Наредбата за общите правила за организация на административното обслужване.

За проектозакона за електронно управление като предизвикателство за администрацията говори Юрий Алкалай, директор „Електронно правителство“, МДААР.

Национална ATM мрежа на държавната администрация бе представена от Весelin Rачев, Министерски съвет.

Информационната система за гражданска регистрация и административно обслужване и нейните информационни нива - общинско, регионално и национално - бе тема на изказването на Венцислав Христов, началник отдел „Електронна обработка на информация“, МРРБ.

Витали Барух, Технически университет, разгледа Националната документоборотна инфраструктура - възможности, принцип на действие, управление; както и обмена на документи и съобщения; реализацията на комплексни административни услуги.

Опита на столичните административни райони при изграждане на ЦУИ представиха Валентина Въжарова, секретар на район „Студентски“, Александър Тзвевела, секретар на район „Младост“, и Савина Савова, секретар на район „Възраждане“.

На 16 и на 17 ноември 2006 год. в София Фондацията за реформа в местното самоуправление и Камарата на инженерите в инвестиционното проектиране, Областна колегия София-град, организираха семинар на тема „**Реконструкция на съществуващи сгради - правни и технически аспекти**“.

В обучението участваха **над 70 главни архитекти и главни инженери на общински администрации в Р България, както и частни проектанти**, имащи отношение към процеса на преустройство на съществуващи сгради.

По време на семинара беше предоставена актуална информация за действащата нормативна уредба в страната и предстоящите процеси на хармонизиране с европейските стандарти. Участниците имаха възможност да се запознят и да коментират реални казуси на преустройства на сгради, да задават въпроси и да дискутират по конкретни теми от своята практика.

Лекторите на семинара бяха водещи специалисти в областта на реконструкцията на сгради и представители на изпълнителната власт: инж. Соня Георгиева, н-к отдел „Хармонизация на техническата нормативна уредба“ в МРРБ, н.с. инж. Георги Кордов от НИСИ, представители на Дирекция „Архитектура и градоустройство“ на Столична община, Георги Даракчиев, директор на Дирекция „Строителство“, инж. Красимир Петков, главен инспектор в отдел „Строителен контрол“ на ДНСК и др.

На 20 и 21 ноември в град Александриполис, Гърция, се проведе среща на **Регионалната мрежа от практици и експерти в реформата в публичната администрация (ФРМС е член на мрежата от февруари 2005 г.)**. Мрежата се състои от представители на министерства, агенции и други организации от 24 държави, тясно свързани с реформата и модернизирането на публичната администрация в страни от Централна и Източна Европа.

Срещата бе организирана от Регионалния център на ПРООН в Братислава в сътрудничество с Центъра за професионализъм в публичните услуги - Солун.

Целта на срещата бе да се представи идеята за петгодишна програма, подкрепяща проекти в сферата на реформата в публичната администрация, и да се дискутира ролята на Регионалната мрежа от експерти при инициирането и изработването на проекти.

В рамките на дискусии по три основни теми „Развитие на човешките ресурси“, „Предоставяне на качествени услуги“ и „Политики на местно ниво“ бяха установени основните потребности в отделните страни и инициирани първите партньорски проекти. Очаква се първите реални проекти да стартират есента на 2007 г.

От българска страна на срещата присъстваха Николета Ефремова, ФРМС, и Ралица Йовчева, МДАР.

Община Севлиево приключи разработването на **финансов план за управление и поддръжка на уличната мрежа**. Планът бе представен на обществено обсъждане на 22 ноември 2006 г. в сградата на общината. В общественото обсъждане участваха представители на Общинския съвет, пътно-строителни

фирми, банки, медии, гражданско сдружения и организации, общински служители от съседни общини.

Финансовият план беше разработен в рамките на Програмата за техническо побратимяване между български и американски общини на ФРМС/МАГУ, финансово подкрепена от Американската агенция за международно развитие, съвместно с американски експерти от Голдън, Колорадо, САЩ, и Община Велико Търново по проект за мултилициране на успешни практики за управление на инфраструктурата.

Финансовият план е изготвен на базата на модел, по който работят американските колеги. Той дава възможност за ефективно управление на средствата за поддръжка на уличната мрежа и общинските пътища в дългосрочен аспект. Моделът вече е приложен при разработването на финансовите планове за управление и поддръжка на уличната и общинска пътна мрежа в общините **Велико Търново, Пловдив, Свищов, Тунджа, Горна Оряховица**. Очакваме в най-скоро време и останалите общини, които мултилицират проекта - **Берковица, Свиленград и Стралджа** - да представят своите финансови планове за обсъждане пред местната общност.

През ноември ФРМС проведе две обучения на тема „**Разработване на проекти за кандидатстване и финансиране от фондовете на ЕС**“, в рамките на проект на Българо-швейцарската програма за горите, Фондация „Силвика“ и Научно-технически съюз по лесотехника. Обученията бяха предназначени за **докторанти, асистенти и научни сътрудници към Лесотехнически университет - София**.

По време на обучението участниците бяха запознати с процеса на изготвяне на проекто-предложение и неговите основни елементи: цели, логическа рамка, план-график на дейностите, бюджет. Лекторите представиха пред аудиторията ползите от изграждане на партньорства при разработване и изпълнение на съвместни проекти, както и основни източници на информация за отворени програми в България.

Участниците в семинара имаха възможност да се запознаят с добри техники, които могат да приложат при попълване на проектен фиш и с богат практически опит от вече финансиирани и успешно изпълнени проекти.

Лектори на обучението бяха Николета Ефремова и Татяна Цанева, ФРМС.

**Приключват договорите по
Фонд за малки проекти за трансгранично сътрудничество
България - Гърция**

На 30 ноември 2006 г. приключват договорите по Фонд за малки проекти (ФМП) 2003. Фондът имаше за цел да подпомага малки неинвестиционни проекти от типа „от хора за хора“, да наಸърчава дейности от трансгранично естество, включващи местни институции и организации от граничните региони.

Общата цел е да подпомогне граничните региони (**Благоевград, Кърджали, Смолян и Хасково**) да преодолеят трудностите, породени от относителната им изолация, и да създаде реални предпоставки за създаване на устойчиви мрежи за сътрудничество от двете страни на границата.

Общата стойност на всички финансираны проекти е 506 227 евро. Осигуреното от програмата финансиране възлиза на 447 757 евро, или 88,45% от общата стойност на проектите. Останалите 58 470 евро (11,55%) от общата стойност на проектите е съфинансирането, осигурено от изпълнителите на проектите, техните партньори или ресурси различни от PHARE. Договорите са склучени е Министерство на регионалното развитие и благоустройството.

Финансирането на проекти, които отговарят на условията по Програмата, е в следните граници: минимум 10 000 евро и максимум 50 000 евро. Фондът за малки проекти наಸърчава сътрудничеството в следните области:

- Местно икономическо развитие, включително туризъм;
- Мерки за развитие на сътрудничеството в областта на здравеопазването и по-специално за споделяне на ресурсите и възможностите за това на трансгранична основа;
- Развитие или създаване на възможности и ресурси за подобряване на комуникацията между трансграничните региони, включително в подкрепа на радио, телевизия, вестници и други медии;
- Културен обмен;
- Инициативи за наಸърчаване на заетостта, образоването и обучението.

Стартиралото през 2005 година набиране на проекти бе по Програма 2003. До крайния срок бяха подадени 78 предложения за финансиране. След тяхната оценка бяха подбрани 12 проекти: 5 от бенефициентите са гражданска организација, 3 - образователни институции (2 училища и 1 университет) и 4 общини.

В изпълнението на подкрепените проекти са вклучени 13 партньорски организации, от които 1 е в България, а 12 са гръцки организации и/или местни администрации.

Резултати по Програмата накратко:

По отношение на подобряване на информацията, умения, знания и опит:

- 9 изследвания/проучвания;
- 3 съвместни предложения за финансиране - разработени и внесени;
- 9 обменни визити между България и Гърция;
- 5 състезания в различни области;
- 3 мултимедийни продукта;
- 6 отпечатани каталога;
- 5 вида брошури/пътеводители;
- 6 информационни листовки с общ тираж над 7 500 броя - разпространени;
- 5 интернет-страници;
- 31 обучения с над 320 участници.

По отношение на работата в мрежа:

- 9 нови структури (Инфо-центрове, мрежи, асоциации, клубове) бяха учредени и регистрирани;
- Повече от 30 работни срещи.

Културни събития:

- 3 значими културни събития, в това чисто изложби и фестивали.

Промоционални инициативи за Програмата:

- 6 публикации в пресата и едно телевизионно предаване;
- 5 пресконференции (2 в Гърция).

Изданието се финансира от Американската агенция за международно развитие
Главен редактор Гинка Капитанова **Редакционна колегия** Росица Раичева, Марина Димова
 бул. „Йерусалим“ бл. 51, Близнес-страла, Офис 2, жк Младост-1, София 1784
 тел.: (02) 976 89 89 факс: (02) 976 89 30 www.flgr.bg flgr@flgr.bg