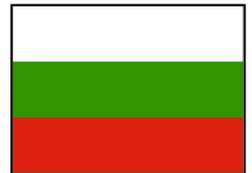




**МИГ**  
НОВИ ПАЗАР - КАСПИЧАН



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони –

Европа инвестира в селските райони

ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.

**Искате ли да развivate собствен бизнес в общините Нови пазар и  
Каспичан ?**

**Свържете се с нас - Местна инициативна група Нови пазар – Каспичан.**

**Ние ще ви помогаме с компетентен съвет, ще разгледаме и оценим  
проекта Ви, а Европа ще финансира Вашето начинание .**

**Приятно ни е да се запознаем.**

**Ние сме екипа на СНЦ „МИГ Нови пазар – Каспичан“.**

**С настоящия бюлетин искаме да ви запознаем с изпълнението на  
Стратегията на МИГ Нови пазар – Каспичан.**

**МЕСТНА ИНИЦИАТИВНА ГРУПА**

**„МИГ Нови пазар – Каспичан“**

Стратегията за местно развитие на територията на Общините Нови Пазар и Каспичан е средносрочен планов документ, изготвен за периода 2011-2013 година. Разработена е в периода 2010-2011, в рамките на проект "Придобиване на умения и постигане на обществена активност за потенциална местна инициативна група на територията на общините Нови пазар и Каспичан", на основание Програмата за развитие на селските райони 2007- 2013 година, ос 4 ЛИДЕР.

МИГ Нови пазар – Каспичан е Сдружение с нестопанска цел за осъществяване на общественополезна дейност, в което участват представители на местната власт, местни неправителствени и бизнес организации и физически лица. Седалището на МИГ Нови пазар- Каспичан е: гр. Нови пазар, обл. Шумен, ул. "Оборище" N:1.

Дейността на Сдружението се реализира на две нива от Управленско и Изпълнително звено. Всички дейности, свързани с управлението на Сдружението, контрола по изпълнението и актуализирането на СМР се реализират от Общото събрание и Управителния съвет на МИГ.

#### **Територията на МИГ Нови пазар – Каспичан включва двете Общини Нови пазар и Каспичан.**

- Териториален обхват: Общините Нови пазар и Каспичан. Обща площ, обхваната от МИГ - 592 кв.км
- Населението на територията е 27 347 жители (в т.ч. Община Каспичан- 8 871 жители и Община Нови пазар- 18 476 жители)
- Отстояния: София – 400 км, Варна – 70 км, Шумен – 25 км, Русе – 150 км.
- Обща стойност на СМР 2012-2013г.: 2 581 696 лв. /1 320 000 euro/

**Община Нови пазар** се състои от 16 населени места. Административен център е град Нови пазар. Включва селищата: Стоян Михайловски, Мировци, Зайчино Ореше, Енево, Сечище, Правенци, Жилино, Избул, Тръница, Стан, Беджене, Писарево, Преселка, Войвода, Памукчи

**Община Каспичан** се състои от 9 населени места. Административен център е град Каспичан. Включва градовете Каспичан и Плиска, и селата Върбяне, Златна нива, Каспичан, Косово, Кюлевча, Марково, Могила

Инвестициите за подпомагане по мерките от Стратегията за местно развитие, трябва да се осъществяват само на територията , на която действа МИГ Нови пазар – Каспичан. Кандидатите трябва да имат постоянен адрес – за физически лица, и седалище – за юридически и еднолични търговци на територията на МИГ .



## СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ НА СМР НА МИГ НОВИ ПАЗАР-КАСПИЧАН

Повишаване качеството на живот и постигане на устойчиво развитие на района при съхранена местна идентичност и околна среда



## **ПРИОРИТЕТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА МИГ НОВИ ПАЗАР-КАСПИЧАН**

1. **ПРИОРИТЕТ 1:** Развитие на местен туристически продукт, чрез разширяване на туристическата зона на Варненското Черноморие към Първата Българска столица Плиска .
2. **ПРИОРИТЕТ 2:** Разнообразяване на земеделието, чрез развитие и модернизация в областта на лозарството, трайните насаждения и зеленчукопроизводството .
3. **ПРИОРИТЕТ 3:** Изграждане и укрепване на местен капацитет за развитие.

### **Мерки от СМР на МИГ Нови пазар - Каспичан**

1. **Мярка 41111- „Професионално обучение, информационни дейности и разпространение на научни знания”.**
2. **Мярка 41121 - Модернизиране на земеделските стопанства**
3. **Мярка 41123 - Добавяне на стойност към земеделски и горски продукти**
4. **Мярка 41311 - Разнообразяване към неземеделски дейности**
5. **Мярка 41312 - Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия**
6. **Мярка 411313 – „Насърчаване на туристическите дейности”**
7. **Мярка 41321 - „ Основни услуги за населението и икономиката в селските райони”.**
8. **Мярка 41322 - Обновяване и развитие на населените места**
9. **Мярка 41323 -„Опазване и подобряване на селското наследство”.**



## **Процес на кандидатстване**

1. Информирайте се за целите на Стратегията за местно развитие на Местна инициативна група Нови пазар - Каспичан от брошурите, публикациите или сайта на МИГ-а ([www.migbg.org](http://www.migbg.org)). От тях ще получите полезна информация за начина, по който можете да кандидатствате и за мерките, по които се отпуска безвъзмездна помощ от МИГ Нови пазар-Каспичан.

2. Прочетете внимателно „Насоките за кандидатстване“ по съответните мерки. Проучете правилата за кандидатстване и условията, на които трябва да отговаряте, за да кандидатствате по интересуващата Ви мярка.

3. Попълнете формуляр за „Проява на интерес“, в който опишете накратко идеята си за проектно предложение. Формулярът можете да получите в офиса на МИГ (гр.Нови пазар, ул.”Оборище”№ 1, ет.3) или да го изтеглите от сайта ни ([www.migbg.org](http://www.migbg.org)). Попълнената бланка за проява на интерес подайте в офиса на МИГ-а или изпратете като прикачен файл на пощата ни ([mignrk@abv.bg](mailto:mignrk@abv.bg)). Екипът на МИГ ще разгледа Вашето предложение и в срок от 10 дни ще Ви покани за консултация в определените за това дни. На нея ще имате възможност да се консултирате с екипа на МИГ Нови пазар - Каспичан относно възможностите да кандидатствате по Стратегията за местно развитие и подготовката на проектното ви предложение.

4. Изтеглетe формулярите за кандидатстване по интересуващата Ви мярка от сайта на Държавен фонд „Земеделие“ ([www.dfz.bg](http://www.dfz.bg)). Там ще намерите образци на формулярите за кандидатстване, както и указания за тяхното попълване, за всяка от деветте мерки от Стратегията на МИГ Нови пазар-Каспичан. Обърнете специално внимание на списъка от документи, които ще трябва да приложите към заявлението си.

5. Самостоятелно или с помощта на външен консултант подгответе проектното си предложение - попълнете Вашите „Заявление за кандидатстване“ и „Бизнес план“ и набавете изискуемите придружаващи документи.

6. Информирайте се за периодите на прием на проектни предложения от МИГ Нови пазар-Каспичан в офиса на МИГ всеки ден от 10:00 и 17:00 часа, в предварително записан по телефона (0886656822) час. Вашето проектно предложение ще бъде разгледано и класирано от Комисия за избор на проекти на МИГ Нови пазар-Каспичан. Движението на подаденото от Вас заявление можете да проследявате в сайта ([www.migbg.org](http://www.migbg.org)).

## УЧЕБНО ПЪТУВАНЕ НА МИГ НОВИ ПАЗАР-КАСПИЧАН В УНГАРИЯ И СЛОВАКИЯ

През месец юни 2013 г. представители на СНЦ „МИГ Нови пазар-Каспичан“ осъществиха учебно посещение за обмяна на добри практики в МИГ Унгария и Словакия. Участници в посещението бяха членове на Управителния съвет, оперативния екип и членове от Общото събрание на Местна инициативна група Нови пазар-Каспичан. Основните цели на учебното посещение е придобиване на знания и обмен на „добри практики“ с МИГ от друга страна членка на ЕС; да се проучи начина на работа на МИГ, на активизиране и организиране участието на местната общност, на прилагане на стратегията за местно развитие в рамките на подхода ЛИДЕР.

Делегацията на МИГ Нови пазар – Каспичан беше посрещната официално от представител на екипа на МИГ“Кошпалаг“-Тамара Габор. Представителите на МИГ“Нови пазар-Каспичан“ се срещнаха с членове на УС на МИГ“Кошпалаг“ и със собственика на обект “Малинова градина“, финансиран по Лидер, включващ къща за гости, басейн, изба и СПА-център. Собствениците на имота възстановяват стари производства, традиционни за региона, предоставят ги като услуги в туризма и чрез тях посетителите могат да се докоснат до миналото на селския район.

Местното население са особено находчиви и креативни в уменията си да използват всички ресурси и възможности за бизнес.

От работната среща с представителите на МИГ стана ясно, че МИГ“Кошпалаг“ работят при същите условия като МИГ в България и имат сходни като население и структура територии.

Интересно и полезно бе посещението в офиса на МИГ в град Железовце, Словакия. Групата бе посрещната от председателят на МИГ, от членове на УС на МИГ и от екипа. По-голяма част от проектите са в сферата на възстановяване на занаяти, туризъм, съхраняване на традиционни дейности. МИГ Железовце сподели, че успешно си сътрудничи с други европейски МИГ по мярка 421.

Територията на словашкия МИГ включва 17 населени места, най-малкото от които е със 78 жители. Територията на МИГ е защитена и е част от национален природен парк. В МИГ членуват активно около 80 члена, които през 2008г. са изготвили своята СМР, която е финансирана. Стратегията се финансира и отчита пред словашкото Министерство на селското стопанство и Министерство на регионалното развитие.

За периода 2009-2013г. МИГ Железовце има обявени 15 приема с общо 41 проекта, от които одобрените са 31.

Основните проекти са в сектора на туризма-изграждане на туристически пътеки, места за настаняване, велоалеи, паркове и автобусни спирки, атракции и услуги.

МИГ активно участва в словашката селска мрежа .

Третият посетен МИГ бе унгарският МИГ“Панония-Кинче“, където МИГ Нови пазар-Каспичан направи своя презентация с много снимки и раздаде на домакините свои рекламни материали за населените места и своята дейност.

Представителите на МИГ Нови пазар – Каспичан посетиха обекти по Лидер, свързани с поминъка на местното население: “Дом на ловеца“, намиращ се в парк Чису, обновени винарски изби – интегриран социален обект. Проектът интегрира минало и съвремие, тъй

като там с реновираните по Лидер технологии и сгради ще се преработват местни сортове грозде. Видът на избите е запазен автентичен отреди 200 години.

Местните лидери обединяват хората и заедно работят за развитие на населеното място.

Умеят да съхраняват своите традиции, занаяти и произвеждат изцяло местни продукти.

МИГ“Панония-Кинче“ работи от 2008г. и обхваща 78 хиляди души население.СМР има бюджет 13 мил.евро, финансираните до момента проекти са 399 на брой, МИГ подготвя и проекти по мярка 421 с партньори от Словакия и Австрия.

Екипа на МИГ също среща бюрократични трудности, Стратегията им за местно развитие е променяна 3 пъти при изключително сложна процедура от страна на институциите.

Дейността на местния МИГ е насочена изцяло към реализиране на проекти за туристически продукти.

МИГ Нови пазар – Каспичан посети и други обекти, получили финансова подкрепа по ЛИДЕР: цех за дървопреработване, цех за металообработване, епископска обител с цех за производство на билкови продукти и цех за бутилиране на минерална вода.

Във всички посетени обекти се прилагат безотпадни технологии на производство и дейности, сертифицирани от ЕС. Има взаимосвързаност между проектите по ЛИДЕР.

Например: дърводелския цех от своите отпадъци произвежда еко-брикети, с които се отопляват сградите на абатството.Този пример е уникален и това е модел за приемственост и допълняемост между реализираните проекти по ЛИДЕР.

Изключително предприемчиви представители на местната власт и бизнеса. Добри партньорства между различните сектори, включващи активни НПО.



Тамара Габор в “Малинова градина“ Кошпалаг.



“Малинова градина“ в финансирана по Лидер проект подаден в МИГ “Кошпалаг”.



На посещение в МИГ Железовце в Словакия



Военен музей

## Обекти финансирани по ЛИДЕР



Винарна

Детска площадка



Цех за лавандула



Място за одих



Обработка на дървен материал

### **Проведени обучения от МИГ Нови пазар – Каспичан**

През месец юни 2013г. се проведоха две обучения от Стратегията за местно развитие /СМР/ на Сдружение „МИГ Нови пазар-Каспичан“. Обученията бяха на теми: „Обучение по стратегическо планиране, финансово управление и отчитане на проекти“ и „Актуални форми и условия на кредитиране и друга финансова/гаранционна подкрепа при реализиране на проекти, свързани с подхода ЛИДЕР“. Те се проведоха в гр.Каспичан, хотел-ресторант „Канцлера“. В тях взеха участие представители на бизнеса, неправителствени организации, кметове на населени места, земеделски производители и физически лица. На присъстващите на обученията бяха издадени сертификати.



**„Уникалното в нас“, с цел установяване и по-нататъшно налагане на местна/и марка и продукти с висока добавена стойност“**



Местната марка цели да развие местни продукти, селско стопанство, туристически услуги, базирани на устойчивото ползване на природните ресурси и културно-историческото минало на района. В допълнение ще се укрепят партньорството и стопанските възможности на предприемачи в селския и екологичен туризъм, фермери, пчелари, събирачи на билки и др.

Местната марка ще бъде гаранция за качество на услугите и произведените стоки на територията на МИГ и ще носи тяхната идентичност, определена от местното население.

Защо е нужна местна марка за територията на МИГ?

Главната причина за това е, за да може територията на МИГ, съставена от две общини с богати ресурси и културно-историческо наследство да бъдат разпознати като уникални и идентични в обществото под определен знак, който е защитен.

Марката е отличителен знак, признат включително и от Европейския съюз, той носи послания и описание на една територия и утвърждава името на тази територия с неповторими характеристики.

Идентифицирането на местна марка за територията на МИГ е основна стъпка към повишаване на конкурентноспособността на региона.

Разработване и въвеждане на запазена марка за територията на МИГ се основава на необходимостта от създаване и налагане на по-ефективен маркетингов инструмент, чрез който продуктите от региона на общините Нови пазар и Каспичан да са по-конкурентноспособни на пазара и да популяризират своите населени места заедно с ресурсите на местната общност.

Местната марка цели да развие местни продукти, селско стопанство, туристически услуги, базирани на устойчивото ползване на природните ресурси и културно-историческото минало на района. В допълнение ще се укрепят партньорството и стопанските

възможности на предприемачи в селския и екологичен туризъм, фермери, пчелари, събирачи на билки и др.

Местната марка ще бъде гаранция за качество на услугите и произведените стоки на територията на МИГ и ще носи тяхната идентичност, определена от местното население.

За реализиране на проучването са разработени и попълнени на терен 3 вида анкетни карти/листове за индивидуално попълване по територията на МИГ.

Проучването на терен е осъществено в градовете: Нови пазар, Каспичан, Плиска и няколко по-малки населени места, като следва да се отчете, че в градовете на анкети отговаряха на случаен принцип и жители на други населени места от територията на МИГ, но в момента на теренното проучване анкетите са ги анкетирали в градовете.

За постигане на целите на проучването са разработени 3 различни по съдържание и насоченост анкетни карти.

- Общо отпечатани за проучването анкетни карти-150 бр.
- Извадка от изчерпателно попълнени анкетни карти: 116 броя



Регионална марка е един от многото начини за насърчаване развитието на селските райони и може да бъде пряка подкрепа за развитие на социално, културно и екологично ориентирани икономики в области, които са интересни поради тяхното природно и културно наследство.

Групите от местната общност на територията на МИГ, които могат да участват най-активно и да са най-полезни при създаването на местна марка на база "идентичност" са местните хора от бизнеса, т.е. занаятчии, земеделски производители, малки и средни предприятия, чиито умения и владение ще помогне да се разпространява известността на региона, и в същото време- идентификацията с региона представлява голяма пазарна възможност за тях. Водещата роля е на местната власт и на местната инициативна група, които имат институционалния, финансов и времеви ресурс да работят за местна марка и местна идентичност.

Чрез налагане на местна марка, носеща местен почерк и уникалност, идентифицираща по определен признак една обща територия-на общините Нови пазар и Каспичан ще позволи закупуване на местни продукти и използване на местни суровини за местно развитие и местна икономика. Марката ще спомогне за създаване и утвърждаване на маркови продукти, тяхното популяризиране и продажба, а може би и възможност да се отговори на търсещите пазар местни производители, които ще окажат положително въздействие върху възприемането на региона като цяло.

В момента, примери на местно или регионално брандиране са различни, но най-често

които могат да имат положително въздействие върху икономическата структура на селските райони. За развитие на местните общности е съпътстваща и не по-малко необходима инвестиция, която може да стане възможна чрез ЛИДЕР и МИГ .

Местните продукти носят специална визуализация-лого и специални послания до околния свят.

Местната марка включва и хората на региона със техните специфики, уникалности, таланти. В цял свят, местната марка има за цел да запази и развие местната идентичност , да го съхрани в автентичен вид, да го представи в глобалното пространство, чрез марката околните припознават селския регион и го опознават.



### **Марка с местна идентичност:**

Марката е символ (знак, емблема, лого), който е способен да отличава продуктите от един и същи вид. Това са означенията, които отличават стоките на конкурентните пазари.

Съвсем различно е когато става въпрос за местна марка на цял регион. Местната марка на територията на общините Нови пазар и Каспичан трябва да представи района с нещо уникално, неповторимо, единствено.

Според събраните и обработени мнения от направеното проучване, местната марка трябва да има следните характерни черти, взети от територията на общините нови пазар и Каспичан:

- уникална природа, местоположение, историческо наследство, култура, фолклор, неповторима местна идентичност.

#### **Предложение за местна марка с изброените признаци:**

„Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“

Марката би съчетала наличните ресурси като историческо наследство, природно наследство, местоположение, култура, фолклор и дейности, които са неповторими за друг регион в България и чужбина.

Тази марка би дала гордост и идентифициране на местното население, тъй като разпознаваема от местните хора.

Всички анкетирани посочват историческото наследство на региона с което се гордеят и почти не разпознават в днешно време други ресурси с които да се самоопределят.

В същото време не посочват уникални продукти, които да се разработват с местния ресурс и с тяхно активно участие.

Анкетираните не посочиха уникални и традиционни само за региона на двете общини храни, напитки, занаятчийски продукти, земеделски стоки, професии и услуги. Запазената местна марка ще бъде в бъдеще като ключ към местната културна идентичност.

Всеки продукт с местна марка може да бъде продукт с висока добавена стойност, тъй като ще бъде произведен от местното население с местни ресурси и ще подпомогне пряко местната икономика.

✓ **Предложение за подкатегории на основната местна марка:**

Местната марка „Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“ е марка на регион Нови пазар-Каспичан и с нея могат да бъдат регистрирани още няколко запазени уникални марки, свързани с продуктите, характеризиращи основната марка.

- ✓ -местна културна марка;
- ✓ -местна историческа марка;
- ✓ -местна фолклорна марка
- ✓ -местни марка за храни и напитки;
- ✓ -местна марка за туризъм и развлечения;
- ✓ -местна марка за стоки и услуги в сферата на занаятите и традиционните дейности.



България не е от най-конкурентноспособните страни за производство на продукти с висока добавена стойност, но продуктите с местна марка могат да бъдат такива. На чуждия пазар и сред чуждестранните клиенти все повече се налага мнението, че е добре да се ползват продуктите с добавена стойност, маркови продукти и продукти, за чието производство се изискват определени умения. Местната марка ще произвежда точно такива продукти. Производството на храни и напитки е най-големият сектор във който се

налагат местните марки, който сектор продължава да расте много по-бързо в сравнение с повечето други сектори. Едно от основните предизвикателства за българската икономика на този етап е да се увеличи износът на стоки с висока добавена стойност, както и увеличаване на обемите на целия износ. Изключително важно е в България да се извършват всички процеси от началния продукт – суровина, до крайния продукт изложен на витрината. Много от продуктите се изнасят в начален вид. Продуктът с местна марка трябва да премине целия цикъл на производство на територията на МИГ, но да ползва чужди пазари за реализация .

Една от посоките, в които селските региони трябва да насочат усилията си, е развитието на нишовите пазари, производството на продукти с висока добавена стойност, които никой няма да може да конкурира поради тяхната специфичност и уникалност.

Наред с развитието на другите сектори, се препоръчва да се наблегне и на продуктите, за които квотите за пазарите са неограничени не само в рамките на ЕС.

Към тях спадат вината, десертното грозде, млечните и месни продукти от местни породи животни. Тук се включват и редица плодове и зеленчуци, отглеждани биологично, тъй като България е една от страните в света с най-добри природни дадености за такова производство. Всички сме наясно, че едно от ключовите неща, необходими за развитието на успешен бизнес, е пряко свързано с изграждането на популярна марка с добър имидж. В условията на глобализация местните пазари и продукти може да противодействат на процеса на унификация на производството и потреблението, налагани от големите търговски вериги. Техният дял нараства и продуктово разнообразие и специфичните характеристики на местните продукти отиват на заден план.

Шансът на малките стопанства, където разходите за труд са по-големи, е в желанието на потребителите да купуват качествени продукти, свързани с определен регион.



С други думи - да произвеждат качествени продукти с висока добавена стойност. Развитието на местните пазари трябва да заема по-значимо място в селскостопанската политика.

#### □ □ Съвети за местна марка „Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“:

- уникално лого, присъстващо във всички продукти на марката;
- апела на марката си, основните послания;
- интегриране на марката;
- “глас” който да отразява марката;

- слоган на марката- запомнящо се, смислено и кратко изявление, което улавя същността на марката;
  - шаблони и брандингови стандарти за марката;
- Идентифициране на продукти с марката;
- регистрация на марката в патентно ведомство на РБългария.

#### □□Избор на местна марка.

Някои от основните елементи на които трябва да се обърне внимание при осъществяване на избор са:

- Съобразяване с продукта/услугата за която ще си използва марката;
- Името трябва да се произнася, пише и запомня лесно;
- При използване в чужбина, името трябва да бъде подходящо за съответният чужд език;
- Името не трябва да бъде описателно за продукта или услугата;
- Името трябва да бъде отличително;
- Избраната марка не трябва да нарушава чужди по-ранни права върху идентични или сходни марки;
- Оценка на важността на марката;
- Определяне на класовете стоки и услуги за които ще се регистрира марката;
- Определяне на финансовият бюджет;

Колкото повече един продукт има своя собствена идентичност, толкова по-голяма стойност притежава. Марките предлагат на купувачите гаранция за качество, услуга, стойност и нововъведение.

**Силните марки имат ясна визия. Те застават зад нещо важно за целевата аудитория и това им поведение е постоянно. Добрите марки са като добрите приятели, те са постоянни от гледна точка на силата и качеството на взаимоотношенията си с потребителите.**

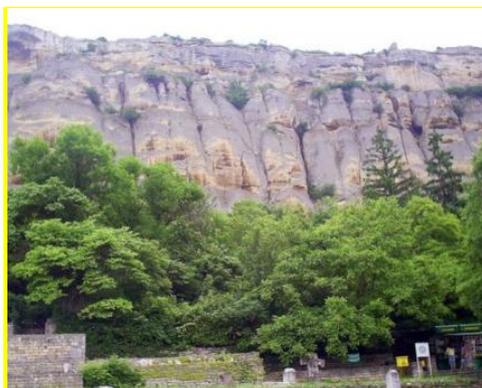
### **УНИКАЛНОСТ НА МИГ НОВИ ПАЗАР-КАСПИЧАН**

***Богато културно-историческо и природно наследство:***

- първата българска столица Плиска



- **Мадарският конник /под закрилата на ЮНЕСКО/**



**„Проучване за възприятията на населението по прилагането и администрирането на СМР, вкл. оценка за въздействието на СМР върху социално-икономическото развитие на територията и околната среда“**

Местното развитие е процес на икономическо развитие и структурна промяна, което води до повишаване на жизнения стандарт на населението, като се отличават най-малко две измерения: първо – икономическо измерение, при което местните предприемачи използват способността си да организират местните производствени фактори, така че да бъдат достатъчно производителни, за да бъдат конкурентоспособни на пазарите; на второ място – социално-културно измерение – при което местните институции и техният стандарт са в основата на процеса на развитие.

За реализиране на проучването са разработени и попълнени на терен 6 вида анкетни карти/листове за индивидуално попълване по територията на МИГ. Проучването на терен е осъществено в градовете: Нови пазар, Каспичан, Плиска и няколко по-малки населени места, като следва да се отчете, че в градовете на анкети отговаряха на случаен принцип и жители на други населени места от територията на МИГ, но в момента на теренното проучване анкетъорите са ги анкетирали в градовете.

За постигане на целите на проучването са разработени 5 различни по съдържание и насоченост анкетни карти.

- Общо отпечатани за проучването анкетни карти-250 бр.
- Извадка от изчерпателно попълнени анкетни карти: 232 броя

За територията на МИГ, която обхваща населените места на общините Нови пазар и Каспичан може да се отбележи ниво на добра информираност относно реализирането на Стратегия за местно развитие, въпреки че на анкетиранияте им беше трудно да определят каква е стойността на Стратегията. Горяма част от анкетиранияте са жители на градовете Нови пазар, Каспичан и Плиска, както и на по-големите села около градските центрове. Като се има в предвид, че изпълнението на СМР е стартирало преди 1 година, % на осведомените е от задоволителен към добър.

Общите впечатления и трудности по време на анкетиранияте, срещнати от екипа анкетатори са следните:

- нежелание и в отделни случаи враждебност и лошо отношение от страна на анкетиранияте, които са подбирани на случаен принцип: по улици, в заведения, в институции и др.
- незаинтересованост от страна на потенциални според анкетаторите граждани, от които би имало смисъл да се получи информация;
- нежелание за анкетиране, снимане и попълване на анкетите;
- ниско ниво на грамотност от страна на анкетиранияте;
- липса на мисъл и интерес към темите на анкетите;
- липса на съпричастност към провеждането на анкетата;
- трудна комуникация с анкетиранияте;
- наличие на голям брой малцинства, с които екипа не успя да установи контакт и да включи тяхното мнение в анкетите;
- недоверие към анкетаторите и лошо отношение към тях от страна на анкетиранияте;
- припознаване на анкетаторите с представители на други институции към които вече има формирано лошо отношение;
- липса на доверие;
- липса на навик и култура на местното население да бъде активно, съпричастно и да участва в анкетите, да дава своето мнение и да формира мнение;



Т.е. местните хора свързват МИГ с местната власт и свои предишни впечатления. Оставаме с мнението, че местното население не е особено наясно за статута на МИГ, за функциите на МИГ и реализирането на СМР. Долавя се висок процент на обществено неразбиране относно МИГ и СМР. Т.е., когато са допитвани обикновени граждани, които не са от сектора на местната власт, културата, НПО, бизнеса и др., анкетиранияте нямат

знания и информация за СМР и МИГ. Масови са нагласите за неразбиране на ЛИДЕР, на ПРСР, на МИГ, на СМР и на проектите. Мнозина от анкетирания не знаят, че МИГ има пиреми и ще финансира различни проекти идие по сектори.

Според достатъчен брой от анкетирания местни жители от територията на МИГ, информацията в публичното пространство, свързана с дейността на МИГ, свързана с прилагането на СМР е достатъчно. Малка част от анкетирания смятат, че може и повече, докато малка част не могат да преценят, които анкетирания можем да присъединим по-скоро към незнаещите и отрицателно отговорилите.

Задоволително е нивото на информираните относно това кога МИГ обявява своите покани за прием на проекти. Остава висок и процента на тези, които имат намерение и очакват текущо да се информират по темата.

**Темите по които желаят да получат повече информация във връзка със Стратегията за местно развитие са следните, посочени от анкетирания:**

Мерките от Стратегията за местно развитие; Покани и срокове за приеми към Стратегията за местно развитие; Бюджет по мерките от Стратегията; С какви проекти може да се кандидатства към МИГ; Какви са условията за допустимост на проекти и кандидати; Видове интервенции за местно развитие по Лидер; Какви са възможностите за участие в дейности на МИГ-обучения, информационни и други.

68% от анкетирания са от територията на община Нови пазар и 32% са жители от територията на община Каспичан;

Сравнително една трета от анкетирания лица могат да поставят оценка за изпълнение на Стратегията за местно развитие. Останалите отговарят отрицателно или че по-скоро не знаят дали могат да оценят изпълнението на Стратегията.

От отговорилите, че могат да дадат оценка за изпълнение на Стратегията на МИГ, отговорите са разпределени по следния начин, голяма част от преобладаващата оценка е висока и според тях изпълнението на Стратегията върви добре и има реални ползи за територията на МИГ.

Малка част от анкетирания смятат да кандидатстват със свои проекти и то предимно в сферата на: туризъм, лека промишленост, услуги, производство/развойна дейност, земеделие/фермерство, преработвателна промишленост, търговска дейност.

На територията на МИГ съществува реална потребност от задоволяване на потребността на бенефициенти и общност от обучение за включване в дейността и работата по изпълнение на Стратегията за местно развитие и необходимост от помощ за включване на собствените им идеи и проекти в СМР.



Проучването ясно показва чрез мнението на анкетираните, че Стратегията за местно развитие си е поставила реалистично изпълнението на целите, задачите и приоритетите до края на 2015г.

За година от внедряване на Стратегията за местно развитие, сред местната общност са определени като добри нагласите и като положителни впечатления от развитието на Стратегията и нейното отражение като добро влияние върху качество на живот като цяло, доходите, възможностите за заетост, природата и околната среда, инфраструктурата, младежките дейности и достъпа до информация. Положително влияние оказва и ще окаже Стратегията върху развитието на спорта, културата, образованието, социалните услуги, селското стопанство и услугите.

**По време на поручването не са установени индикации относно мнения за негативно влияние на Стратегията за местно развитие върху социално-икономическото развитие на територията и околната среда.**



Основна част от анкетираните са на мнение, че по отношение на администрирането на СМР може да се подобрят следните параметри от страна на МИГ:

- подобряване на информираността;
- повече популяризиране на дейността на МИГ на територията;
- провеждане на ефективни рекламни и промоционални дейности и връзки с обществеността, насочени към точните целеви групи и бенефициенти по СМР;
- стимулиране и провокиране на бенефициентите да кандидатстват с проекти към СМР;
- осигуряване на достатъчен брой квалифициран персонал и експерти в помощ на кандидатите;
- подобряване на комуникацията между МИГ и местната общност/бенефициентите;
- стимулиране на малкия и среден бизнес да внася проекти за развитие на дейности;

-популяризиране на мерки от СМР по които няма интерес ;  
-достъпно поднасяне на информацията за СМР и мерките за финансиране пред населението;

В следствие на проучването се установява добра осведоменост на местното население относно мерките в СМР, бюджета за който може да се кандидата, изискванията и периодите на приеми.

За основна част от населението, европейското финансиране си остава неразбираемо и по тази причина произхожда незаинтересованост към темата за Лидер, МИГ и възможностите за проекти към СМР.

Въпрос над който трябва да се работи е идентифицираният проблем, свързан с това, че анкетираните не посещават/нямат навика да посещават офиса на МИГ за информация, също така голям процент от тях(измежду които със сигурност има и потенциални бенефициенти) нямат навик да ползват публичното пространство за информиране относно дейностите на МИГ и възможностите, които предлага СМР.

След проучването стана ясен факта, че голям процент от местното население се информира характерно за малките населени места чрез местната преса: вестник, кабелна телевизия, местно радио. Това е валидно особено за селата.

Същите анкетираните лица ползват за информация листовки и дигитални, които МИГ разработва и разпространява.

България е от европейските страни с гарантирано право на достъп до информация. Нашето изследване показва, че общото ниво на запознатост на гражданите по темите, свързани със Стратегията за местно развитие и работата на Местната инициативна група е от задоволително към добро.

### **Най-добре информирани за дейността на МИГ са членовете на МИГ, местните власти, местния бизнес и читалищата.**

С реализацията на Стратегията за местно развитие, една трета от анкетираните виждат виждат подобрение в повишаване качеството на живот и постигане на устойчиво развитие на района при съхранена местна идентичност и околна среда.

За основна част от групата анкетираните надделява мнението за положително въздействие от прилагането на Стратегията за местно развитие върху разнообразяване на земеделието, развитието и модернизацията в областта на лозарството, трайните насаждения и зеленчукопроизводството.

Все още е рано да се каже, но с перспектива има шанс реализирането на Стратегията за местно развитие да спомогне за изграждане и укрепване на местен капацитет за развитие на територията на Нови пазар и Каспичан.

Стратегията на МИГ“Нови пазар-Каспичан“ се реализира в продължение на 1 година през която местния оперативен екип полага усилие за администриране на покани за финансиране на проекти, тяхната оценка и договориране, за информиране на населението, работа с бенефициентите, повишаване капацитета на територията.

МИГ до края на 2013г. трябва да положи максимални усилия и да създаде добри условия за да информира потенциалните кандидати от територията на общините Нови пазар и Каспичан за възможностите за финансиране на проекти чрез Стратегията за местно развитие и подхода Лидер и да ги насърчи да се възползват от предоставеното подпомагане;

Анализа показва, че нужно време за утвърждаването на СНЦ „ МИГ Нови пазар – Каспичан” като нужен партньор на общността. Вниманието на сдружението в момента е

насочено за информиране на обществото и приемането на проектни предложения , отличаващи се с полезност, с осигурен достъп до местната общност.



**МИГ Нови пазар – Каспичан със сътрудничеството на Местни инициативни групи от Сардиния(Италия) и Полша входира проект по мярка 421.**

На 11.10.2013 г. Сдружение МИГ Нови пазар – Каспичан входира в ДФЗ проектно предложение по мярка 421 „Вътрешнотериториално и транснационално сътрудничество” по Ос 4 от Програмта за развитие на селските райони 2007- 2013 г.

Сътрудничеството между МИГ е водещ принцип в прилагането на подхода ЛИДЕР. Проектите по мярка 421 съдействат за популяризирането на територията на МИГ и създаването на европейска идентичност в допълнение към местната, регионалната и националната идентичност.

МИГ Нови пазар – Каспичан заедно с партньорите си МИГ Сулчис Иглесиенте Капотера е Кампидано ди Каляри (Сардиния, Италия),МИГ Жилоне-Перстен(„Зелен пояс”), МИГ Линас Кампидано и МИГ Соле грано тера кандидират с проектно предложение „Смартуризм: култура и традиции на открито”/SmarTourist:culture and tradition outdoor/.

**Описание на проекта:**

Проектът има идеята да създаде нова възможност за местно развитие, която би могла да завърши предлагането на териториите и в същото време да разшири растежа на големите географски райони посредством създаването на маршрути за спортове на открито, като например: ходене, планински туризъм, колоездене, скално катерене, както и водни спортове като плуване, сърфинг, гмуркане и т.н. Този проект очертава една нова идея за изживяване на спорта като удоволствие и един нов начин да почувстваш територията. Тази перспектива позволява превръщането на спорта във феномен на селската идентичност и културна дейност. Спортният туризъм има важно значение и с оглед на

сезонния характер на туристическото търсене. В допълнение, практикуването на спорт и провеждането на спортни събития привлича голям поток чуждестранни туристи и териториите, участващи в проекта, могат да бъдат използвани на практика за всички видове спорт от голф, ветроходство, конна езда и екстремни спортове до преходи и др.



## Проектни предложения

През 2013 година СНЦ „МИГ Нови пазар – Каспичан” входира единадесет проекта по мерките от СМР. Одобрени са 9 от проектите входиран в ОД на ДФЗ гр.Шумен. Подписани са шест договора за финансиране по мерките 312,313,321,322. Бенефициентите и председателя на УС на МИГ Нови пазар – Каспичан Николай Николов подписаха договорите за отпускане на безвъзмездна финансова помощ в Обласна Дирекция на ДФЗ гр.Шумен. Очаква се одобрението на още два проекта по мерките 321,322.

На 23.07.2013 г. Председателят на УС на МИГ Нови пазар - Каспичан подписа първият тристранен договор за финансиране по мярка 312 проект "Увеличаване на легловата база и разнообразяване на предлаганите туристически услуги от къща за гости „Ралица” с.Кюлевча” – Райчеви Ко”ЕООД с.Кюлевча.Стойност на субсидия на проектното предложение е **133341.75 лв.**

Инвестицията **ще е** увеличаване на легловата база и разнообразяване на предлаганите туристически услуги от Къща за гости „Ралица”. Място на реализация на проекта в с.Кюлевча,община Каспичан .



На 03.10.2013 г. в село Кюлевча , бе направена първа копка на проект „Увеличаване на легловата база и разнообразяване на предлаганите туристически услуги от къща за гости „Ралица” с.Кюлевча” – „Райчеви Ко”ЕООД . Реализирането на проекта трябва да приключи през 2014 г.

На 19.08.2013 г. Председателят на УС на МИГ Нови пазар - Каспичан подписа втория тристранен договор за финансиране по мярка 312 проект "Преустройство и основен ремонт на съществуваща жилищна сграда, пристройки и лятна кухня в къща за гости, благоустрояване, ремонт на ограда в УПИ XVII кв.15 с.Могила, общ.Каспичан, обл.Шумен, закупуване на оборудване и обзавеждане за посрещане на туристи” – ЕТ „Татар – Гинка Йорданова” гр.Нови пазар. Стойност на **субсидия на проектното предложение 125356.11. Инвестицията на проекта, ще се създаде база за туристическо настаняване чрез преустройство и основен ремонт на съществуваща жилищна сграда, а мястото на реализация е в с.Могила,община Каспичан.**



През месец септември Председателят на УС на МИГ Нови пазар - Каспичан Николай Николов и кмета на Община Каспичан Милена Недева подписа тристранен договор за финансиране по мярка 322 проект „Обновяване на парк в гр.Каспичан, изграждане на детска площадка в с.Марково и поставяне на съоръжения за спорт и отдых в с.Могила, община Каспичан” – Община Каспичан. Стойност на субсидия на проектно предложение 33097.5 лв. . Описание на проектът е свързан с една от основните дейности на кандидата – Община Каспичан, насочена към благоустрояване и развитие на съществуващата инфраструктура на територията на общината, чрез дейности построителство/обновяване/рехабилитиране на терени/зелени площи/паркове/градини и сгради с обществено значение. Мястото на реализация на проектно предложение е в гр Каспичан, с.Марково,с.Могила



На 01.10.2013 г. Председателят на УС на МИГ Нови пазар - Каспичан Николай Николов съвместно с кмета на Община Каспичан Милена Недева, Председателя на НЧ"Христо Ботев-1872" гр.Нови пазар - Емил Мирчев и Управителя на "Медицински Цетър 1- Нови пазар"ООД – Огнян Илиев подписаха тристранни договори за финансиране по мерките :

### **Мярка 313 :**

„Въвеждане на съвременни форми за представяне на местното природно, културно и историческо наследство в община Каспичан” – Община Каспичан. Стойност на субсидия 58595.57 лв. Описание на инвестицията закупуване и поставяне на три броя информационни киоск терминала.Киоските ще бъдат разположени на ключови места, посещавани от туристи. Място на реализация гр.Плиска, гр. Каспичан, с.Кюлевча,община Каспичан .

### **Мярка 312:**

" Закупуване на оборудване и стопански инвентар,необходими за медицински център за извънболнична помощ". -Медицински Цетър 1- Нови пазар" ООД . Стойност на субсидия **20937.21** лв. Описание на инвестицията , ще бъде използвана за закупуване на съвременна техника (медицинска апаратура). Място на реализация в гр Нови пазар .



### Мярка 321:

„Доставка и монтаж на ефектно сценично художествено осветление” – Народно читалище „Христо Ботев-1872” гр.Нови пазар. Стойност на субсидия **29904 лв.** Описание на инвестицията ще бъде за доставката и монтажа на ефектно сценично художествено осветление ще бъде поставено в Народно Читалище „Христо Ботев – 1872”. Място на реализация в гр Нови пазар .



**Посписване на договори за финансиране на проекти в Од на ДФЗ Шумен**

Следете актуалните новини, събития и инициативи, свързани с МИГ Нови пазар-Каспичан на сайта ни: [www.migbg.org](http://www.migbg.org), на страниците на вестник „Шуменска заря“ и в ефира на Телевизионна програма „Часът на Нови пазар“ по Кабелната телевизионна мрежа на гр.Нови пазар .

Екипът на МИГ Нови пазар-Каспичан е на разположение (в рамките на работното време) на всички заинтересовани за консултации и методическа помощ при изготвяне на проектната документация, както и за оказване на съдействие за получаване на необходимите придружаващи заявленията изискуеми документи.

Офисът на МИГ Нови пазар-Каспичан се намира в гр.Нови пазар, ул. „Оборище“ № 1, ет.3.

За контакти: тел. 0886656822, e-mail: [mignpk@abv.bg](mailto:mignpk@abv.bg)



**МИГ**  
НОВИ ПАЗАР - КАСПИЧАН

*Този бюлетин е създаден в рамките на тристранен договор № РД 50-99/13.06.2012г. между МЗХ, ДФ „ЗЕМЕДЕЛИЕ“ – РАЗПЛАЩАТЕЛНА АГЕНЦИЯ и СДРУЖЕНИЕ „МИГ Нови паза - Каспичан“ за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по мярка “Прилагане на стратегиите за местно развитие” и по мярка “Управление наместни инициативни групи, придобиване на умения и постигане на обществена активност на съответната територия за местните инициативни групи, при-лагащи стратегии за местно развитие” от Ос 4 ЛИДЕР на Програмата за развитие на селските райони за периода 2007 - 2013 г, подкрепена от ЕВРОПЕЙСКИЯ ЗЕМЕДЕЛСКИ ФОНД ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от МИГ НОВИ ПАЗАР - КАСПИЧАН и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз, МЗХ или ДФ «Земеделие» - Разплащателна агенция.*