



**Програма за развитие на селските райони.**

**Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони**

## *Местно икономическо развитие – преглед върху някои добри практики*

*Провеждане на обучение на местни лидери. Град  
Златарица, 29 март 2016 г.*

## Основни теми

- Какво е местно икономическо развитие (МИР)?
- Настоящ прогрес в МИР
- Стратегии: процеси и програми
- Кой осъществява МИР
- Кое работи и кое не: Добри практики
- Различните равнища на властта и МИР
- Мониторинг и оценка

И така, какво е местно икономическо развитие?

Местното икономическо развитие е дейността на местните общности да постигнат устойчиво икономическо развитие като осигурят увеличение на заетостта, благосъстоянието и качеството на живот в общността.



## Местно икономическо развитие: някои разминавания

- Не става въпрос за космически технологии, затова не трябва да бъде скъпо
- Не става въпрос за високи технологии, а за дейности в малки, средни и големи градове
- Процесът е всестранен, партньорски и конкурентен
- Процесът е практически, включва всички, които желаят да участват

# Три вълни на местно икономическо развитие

<b>Вълна</b>	<b>Цел</b>	<b>Средства</b>
<b>Първа вълна 1960 – 1980</b>	<b>Фокус върху привличане на мобилни промишлени инвестиции извън нашия район</b>	<b>Субсидирани заеми, директно финансиране на фирми, данъчни улеснения, скъпи и конкуриращи се програми за индустриализация</b>
<b>Втора вълна 1980 – 1995</b>	<b>Фокусът се измества към запазване и разширяване на съществуващи (местни) производства</b>	<b>Използване на директно финансиране на фирми, предлагане на пространства за производство, консултиране и обучение на МСП, техническа и финансова подкрепа за бизнеса</b>
<b>Трета вълна след 1995</b>	<b>Фокусът се сменя от директна подкрепа за фирми към ориентиране на цялостното бизнес обкръжение да благоприятства развитието и оставането в района</b>	<b>Подробно обяснено на следващата страница. *приемането на техниките на третата вълна не изключва добрите практики, използвани в първата и втора вълна</b>

# Характеристики на Третата вълна

- Стратегическо планиране - цялостно
- Публично-частни партньорства
- Мрежи, които усилват ефекта
- Сътрудничество и конкуренция
- Развитие на собствените работни места за сметка на внос на работни места
- Бизнес-средата благоприятства всички, а не отделни фирми

# Основни елементи на стратегии за местно икономическо развитие

## (Процес на стратегическо развитие и приложение)

- Организация: вътрешни и външни процеси
- Проучвания и анализи: първични и вторични данни
- Оценка на конкурентноспособността: SWOT
- Изработване на визия от заинтересованите страни: работа в партньорство
- Извеждане на стратегически и специфични цели
- Избор на програми и проекти
- План за действие: избор на срокове, бюджет, отговорности
- Прилагане на проекта
- Мониторинг и оценка

# Основни елементи на стратегии за местно икономическо развитие

## (Възможни програми, някои идеи)

- Насърчаване на развитието на местните МСП
- Насърчаване на нови предприятия
- Съдействие на чужди инвестиции
- Изграждане на “твърда” бизнес инфраструктура
- Изграждане на “мека” бизнес инфраструктура
- Стратегии за сигурност и борба с престъпността
- Развитие на клъстери



# “Твърда” бизнес инфраструктура

- Строителство и подобряване на ключови пътища
- Подобряване на релсовия транспорт
- Развитие на местни летища/пристанища
- Развитие на индустриални/търговски зони и сгради
- Увеличаване достъпа до индустриална и питейна вода
- Подобряване/разширение на канализации
- Подобряване/разширение на телекомуникационни системи
- Подобряване/разширение на електрическата система
- Подобряване на екологичната обстановка
- Инсталиране на оборудване за предотвратяване на престъпления

# “Мека” бизнес инфраструктура

- Осигуряване на образование и обучение
- Подкрепа на проучванията и развитието
- Осигуряване на консултиране за бизнеса
- Осигуряване на достъп до капитали и финансиране
- Подкрепа развитието на бизнес асоциации
- Създаване на възможност за работа в мрежа
- Подобряване качеството на живота
- Подобряване на услугите на местните власти
- Стратегии за социално включване
- Мерки за предотвратяване на престъпността

# Местно икономическо развитие: Заинтересовани страни

## Власти

Наднационални  
Национална  
Областна  
Общинска

## Частен сектор

Търговска камара  
Бизнес асоциации  
Големи корпорации  
МСП  
Медии

## Граждански сектор

Индивиди  
Групи  
Професионални асоциации  
Образователни институции  
Младежки групи  
Екологични групи

**При обединяване уменията и ресурсите на трите групи, партньорството за МИР е по-ефективно. Затова е важно да бъдат формирани бизнес и граждански групи.**



# Какво не работи!

- Финансови инициативи за привличане на фирми
- “Стрелба с дребни сачми” за привличане на бизнеси и инвестиции
- Централизирана политика
- Разчитане на чуждестранни инвестиции и субсидии за задържане на бизнеса
- Разчитане на нискотехнологични техники, в т.ч.: евтина работна ръка и активи

# Стратегии за развитие: Какво работи

- **Системен (цялостен) подход** (социален, екологичен, икономически)
- **Партньорство** на заинтересованите страни с решаващо участие на частния сектор
- **Лидерство** на хора с позиции в обществото
- **Изграждане на капацитет** в трите сектора
- **Участие на всички нива на властта**
- **Секторна и клъстерна стратегия**

# Какво е клъстер

- Клъстерът е мрежа от взаимозависими бизнеси и институции, чиято съвместна дейност носи ползи на всички страни.

*Това означава, че фирмите, например в туристическия сектор, работейки заедно могат да увеличат размера на общите си пазари и капацитет, така че всяка фирма от сектора ще увеличи приходите си, възможностите си и капацитета си.*

## Развитие на туристически клъстер: Някои идеи

- **Цел:**

Да се обединят бизнесите и работните места за колективни инвестиции

### **Етапи на развитието:**

- Да се идентифицират съществуващите туристически продукти
- Да се обърне внимание на оценката за конкурентноспособността за туризъм
- Да се оформи стратегия за развитие на клъстера, ако секторът си заслужава

# Идентифициране на съществуващите туристически продукти

1. Идентифициране на ключовите туристически продукти и бизнеси
2. Идентифициране на допълващите туристически бизнеси и възможности
3. Идентифициране на свързаните услуги и подкрепящи бизнеси
4. Идентифициране на нуждите и възможностите от институционална подкрепа
5. Извършване на оценка за конкурентно-способност



# Избор на стратегия за туризма

- Бъдете реалисти
- Обърнете внимание на местния и регионалния пазар, и чак тогава – на националния и международния
- Работете в партньорство и конкуренция със съседните общини
- Стратегията трябва да бъде фокусирана и постижима

## Клъстерна стратегия за развитие на туризма: някои идеи

- Излъчете фокус група за ръководство на стратегическия процес
- Развийте солидна, обърната към клиентите инфраструктура ПРЕДИ да правите маркетинг на района
- Убедете се, че маркетинговата стратегия се базира на конкурентните предимства на общината
- Развийте бизнес сдружения за изграждане на капацитет, например, хотел, развлечения, културни пакети

# Клъстери в действие: *плюсове и минуси*

## ***Правете!***

- Облекчения за клъстера
- Използвайте ги като демонстрационен модел
- Разширете клъстера чрез изграждане на асоциации (вертикални и хоризонтални)
- Осигурете подкрепа за изграждане на капацитета
- Осигурете временно финансиране
- Намерете индустриален шампион/лидер
- Осигурете индустриален принос

## ***Не правете!***

- Изграждане на клъстер от нищото
- Разглеждате клъстера като крайна цел
- Да се посветите на индивидуална фирма или оцеляването на клъстера
- Финансирате клъстер в дългосрочен план
- Осигуряване на нефокусирана подкрепа
- Фокус върху иновация, когато е необходима модернизация

# Приложение на стратегията: добри практически програми

1. Подкрепа за местните МСП
2. Насърчаване на нови предприятия
3. Насърчаване на целенасочени външни инвестиции
4. Подкрепа за определени бизнес-сектори/клъстъри
5. Подобряване на бизнес-средата

# Успешна пряка подкрепа за МСП

- Изчерпателни бизнес-консултантски услуги чрез Центрове за обучение и консултиране
- Създаване на възможности за работа в мрежа по сектори
- Осигуряване на площи – предимно реновирани имоти
- Насърчаване на вериги на доставчици и “приятелски” процедури за обществени поръчки
- Осигуряване на основен и рисков капитал по сектори
- Свързване на МСП с университетски институции

# Успешна подкрепа за нови предприятия

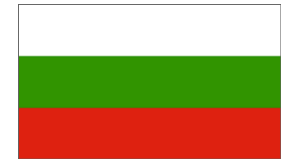
- Осигуряване на възможност за неформални и формални бизнес мрежи
- Подобряване на възможностите за достъп до финансиране
- Достъп до работно пространство
- Местни обществени поръчки за нови фирми
- Осигуряване на микрофинансиране
- Програми за бизнес обучение

# Стратегия за привличане на инвестиции, която работи

**Предпоставки:** част от усилията за МИР за задоволяване на потребностите на инвеститорите

**Препоръки:** необходимо е да бъде насочена към специфични сектори или географски райони на основата на внимателно проучване

- Проучване на капацитета на инвестиции на района
- Идентифициране на целевите сектори/райони
- Развитие на пакети за новодошли фирми
- Развитие на капацитет за привличане на нови фирми в общинската администрация
- Развитие на система за регистрация и следене на нови бизнеси
- Развитие на информационна система за инвеститорите
- Решение за границите на възможни схеми за поощряване
- Разработване на маркетингова стратегия и материали



Въпроси?



Благодаря за вниманието!

