



Програма за развитие на селските райони.
Европейският земеделски фонд за развитие на селските райони -
„Европа инвестира в селските райони”

СДРУЖЕНИЕ “МИГ ТЕРВЕЛ-КРУШАРИ”

Тервел – 9450, ул. ” Цар Калоян” № 11 , Номератор 05751 / 2070 ; 2075 , Факс 2391,
e-mail: migtk@abv.bg

СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ АНАЛИЗ

на общностите на младежите и на жените от територията на МИГ Тервел-Крушари

Декември 2012 г.

Този документ е създаден в рамките на Договор за предоставяне на финансова помощ № РД50-97/У-5/1 от 15.11.2012 г. по Мярка „Управление на местни инициативни групи, придобиване на умения и постигане на обществена активност на съответната територия за местните инициативни групи, прилагащи стратегии за местно развитие”, финансиран по Програмата за развитие на селските райони за периода 2007-2013 година, подкрепена от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони. Цялата отговорност за съдържанието му се носи от изпълнителя на поръчката – „Авангард Персонал Консултинг“ ООД и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган.



Съдържание

Въведение	3
1. Преглед на наличната информация за проекта	3
1.1. Общи данни за общините Тервел и Крушари	3
2. Идентифициране на проблемната ситуация.....	5
3. Целева група.....	6
4. Модел на проучването	6
4.1. Цел на проучването.....	6
4.2. Предмет и обект на проучването	6
4.3. Операционализация на понятията.....	7
4.4. Изследователска стратегия	7
4.5. Организация на работата на терен в общините Тервел и Крушари.....	9
5. Анализ на набраната информация	9
6. Сравнителен анализ на целевите групи	23
Демографски характеристики на изследваните лица	38
7. Обобщения.....	40
Приложения	41
Ползвани съкращения	48
Източници	49



Въведение

Настоящото проучване се провежда във връзка с дейността на сдружение МИГ Тервел-Крушари, чиято цел е да осигури подкрепа на общността на територията на двете общини за реализирането на интегрирана стратегия за устойчиво развитие посредством прилагането на подхода ЛИДЕР като инструмент за децентрализирано развитие и насърчаване “ученето чрез правене” в местната общност, повишавайки капацитета ѝ за планиране.

Проучването е насочено към две социални групи – младежи и жени, за идентифициране на техните потребности и възможни инициативи, които да бъдат подпомогнати чрез Стратегията за местно развитие на МИГ-а.

Проучването е осъществено през месеците ноември-декември 2012 г.

1. Преглед на наличната информация за проекта

1.1. Общи данни за общините Тервел и Крушари

Територията на МИГ-а включва две съседни общини – Тервел и Крушари от област Добрич. Община Тервел включва 26 населени места, а община Крушари включва 19 населени места, или общо 45 населени места.

Населението на територията на двете общини по данни на НСИ към 31.12.2010 г. наброява общо 22 415 души, което представлява 11.35 % от населението на област Добрич. Мъжете са 11 190 души, а жените 11 225. Община Тервел обхваща 77,17 % (17 297 души) от общото население на територията, а община Крушари – 22.83 % (5 118 души).

В селата живеят 15 733 души, които съставляват 70.19 % от общия брой на населението, а в единственият град на територията (Тервел) – 6 682 души, т.е. 29.81 % от населението. Подрастващите (до 19 годишна възраст) са 4 788 души – 21.36 % от населението на територията. Хората в трудоспособна възраст са 11 673 души – 52,07 % от населението в двете общини. От тях 5 619 души – 25,07 % от общия брой на населението са хора от 18 до 40 год. възраст. Лицата в пенсионна възраст са 4 264 души - 19.02% от населението на общата територия. Динамиката в показателите за населението на територията очертава ясна тенденция към намаляване броя на жителите на



общините. За периода 2001-2010 г. то е намаляло с 2 088 души или 8,52 % от общия брой на населението. Отрицателният демографски темп се дължи на негативната комбинация от ниска раждаемост и висока смъртност, в съчетание с миграция на млади квалифицирани хора в трудоспособна възраст към големи градски центрове и чужбина, и увеличаване на дела на населението в пенсионна възраст. Най-малките населени места се обезлюдяват с най-бързи темпове. Налице са миграционни процеси, насочени извън общините. Тенденцията сочи, че населението във всички възрастови групи намалява, като най-силно това се отразява сред младите, висококвалифицирани хора. В тази група се отчитат най-силни процеси на миграция към столицата и други големи градове. Въпреки това, процентът на населението под трудоспособна възраст (15,3%) е по-висок процент от средното за страната (13,8%) и за областта (13,9%).

Община Тервел е разположена на площ от 579, 677 кв. км, Община Крушари – 417,458 кв.км и общата площ на територията на МИГ възлиза на 997, 135 кв.км или 21% от площта на област Добрич.

Селското стопанство съставлява най-важният дял на икономиката на двете общини. Районът е един от големите производители на селскостопанска продукция в страната. Природните условия са изключително благоприятни за развитието на растениевъдство - за отглеждане на зърнени, технически и фуражни култури. Застъпени са и двата подотрасъла на селското стопанство - растениевъдство и животновъдство.

Земеделската земя е основно частна собственост и се стопанисва от земеделски кооперации, арендатори и частни стопани. Селското стопанство е застъпено във всички селища на общините и има важна роля за цялостното им развитие. Независимо от значителното намаляване на произведената продукция през 90-те години на миналия век, отрасълът си остава основен източник на доходи за голяма част от населението на общината. Благоприятните агро-климатични и релефни условия са утвърдили производството на зърнени, зърненофуражни и маслодайни култури. Открояват се три култури - пшеница, царевица за зърно и слънчоглед. Те заемат най-голям процент от обработваемата земя в общината. В последните години се наблюдава тенденция за изграждане на масиви с етерично-маслени



култури, които са изцяло нови за региона – култивирана шипка, маточина, салвия, лайка и други. Отглеждат се също кореандър, соя, боб, тикви и други технически култури. В общината се засилва интересът на земеделските производители към отглеждане на култивирани билки и създаване на овощни градини – ябълки, сливи, кайсии. Наличието на съхранена природна среда и екологично чистият район са предпоставка за развитие на екологично чисто земеделие.

Основен отрасъл от животновъдството е говедовъдството. То е изцяло съсредоточено в частния сектор, където е преобладаващ броят на дребните ферми с по 1-3 броя крави и много малко средните ферми 5-10 броя крави. Големи ферми няма. През последните години се наблюдава намаление на броя на говедата и на кравите, както и на птиците. Увеличават се животните в овцевъдството и зайцевъдството. Интересът към производството и търговията с пчелен мен и пчелни продукти се засилва от страна на населението, но няма предприятия за производство и търговия с пчелен мед и пчелни продукти, както и предприятие за преработка на восък и производство на восъчни основи, което затруднява контрола върху качеството на меда. Животновъдството е далеч от оптималния си капацитет. Продукцията се затваря в кръговете на натуралната микроикономика.

Броят на фирмите, които оперират в общината е малък, а равнището на предлаганите бизнес услуги в двете общини също е незадоволително. Няма и изградени структури в подкрепа на бизнеса. Броят на заетите в МСП е значително по-малък от средния за страната.

2. Идентифициране на проблемната ситуация

При подготовката на изследването бяха взети предвид данните от анкета, проведена сред кметовете на всички населени места на територията и участници в информационни срещи, интервюта с представители на местните администрации, НПО, бизнес и местни активни жители, резултати от социологическо проучване в Община Крушари, проведено в рамките на проект CSDP 2005-064 „Администрация и гражданско общество заедно за устойчиво развитие на община Крушари”, както и разговори с екипа на МИГ.

Установи се, че във връзка с дейностите, които се осъществяват за популяризиране дейността на МИГ и възможностите на Стратегията за местно

развитие за финансиране на предприемачески проекти е необходимо да се изследват детайлно вижданията на заинтересованите страни за развитието на бизнеса в региона, намеренията им за развиване на собствен бизнес и конкретните икономически области и бизнес идеи, препятствията пред предприемачите, желанието за партньорство и др.

3. Целева група

- младежи до 40 г., живеещи на територията на общините Тервел и Крушари, които имат интерес към започването на собствен бизнес.
- жени в трудоспособна възраст, живеещи на територията на общините Тервел и Крушари, които имат интерес към започването на собствен бизнес.

4. Модел на проучването

4.1. Цел на проучването

Основната цел на това изследване е да се проучат и анализират:

- потребностите от подпомагане на всяка една от целевите групи при стартиране или разширяване на собствения им бизнес или професионална реализация;
- направлението за реализиране на предприемаческа идея или за трудова реализация;
- приложимостта на мерките на СМР към интересите на целевите групи;
- степенната на съответствие на целите на СМР с очакванията на целевите групи, интереси и капацитета им.

4.2. Предмет и обект на проучването

Предмет на изследване са потребностите от подкрепа във връзка със стартиране на самостоятелна стопанска дейност на две социални групи – младежи (до 40 г.) и жени.

Обект на изследване са младежи и жени, жители на общините Тервел и Крушари, които имат интерес да развият свой собствен бизнес, и които търсят възможности за финансова подкрепа в рамките на Стратегията за местно развитие на МИГ Тервел - Крушари.

4.3. Операционализация на понятията

За целите на настоящото изследване е необходимо изясняване съдържанието (операционализация) на следните понятия:

Перспективни области за развитие на бизнес. Тук се има предвид конкретните браншове и икономически дейности, които имат перспектива за развитие в региона. При определянето им са взети предвид общинските и областна стратегия за развитие.

Собствен бизнес е осъществяването на предприемаческа идея чрез на стопанско предприятие, регистрирано по смисъла на Търговския закон (едноличен търговец, дружество с ограничена отговорност и др.) или други нормативни документи (кооперация, земеделски производител и др.).

Предизвикателства пред бизнеса са всички фактори, които възпрепятстват развитието на стопанската дейност. Те биха могли да бъдат свързани с неблагоприятни фактори, свързани с географското положение, демографската характеристика на населението, квалификацията на работната сила, достъп до финансиране, технологии и др.

Източници на финансиране са различните форми и начини за осигуряване на финансов ресурс за развитие на собствен бизнес. Обхватът на тези източници е от лични финансови средства и заеми от други хора и нефинансови институции до банкови кредити, финансиране по различни национални програми и програми на ЕС, лизинг, субсидии и др.

Бизнес партньорство е възможността за стопанска дейност съвместно с други хора и/или организации. Понятието включва всички форми на коопериране и сдружаване, както и взаимоотношенията между производители, търговци и доставчици.

4.4. Изследователска стратегия

Изследователска стратегия - използваната изследователска стратегия е дескриптивна. Изследването се основава върху първични данни. Информацията се регистрира посредством пряко интервюиране на представители на целевите групи, живеещи на територията на общините Тервал и Крушари. Този метод за събиране на информация е предпочетен, поради следните причини:

- намалява броя на отказите за участие в проучването;

- не се допускат грешки при самостоятелно попълване на въпросника;
- има възможност за проследяване реакциите на респондентите;
- получава се допълнителна информация, посредством дискусия по темата;
- упражнява се контрол върху разбирането на въпросите от включените в проучването лица;
- има възможност за вникване в същността на въпросите от страна на интервюираното лице без да му се предоставя допълнителна помощ за разясняване на отделните въпроси и за разбиране на логическите връзки между различните блокове въпроси.

Във въпросника са включени въпроси с множествен избор, като за всеки въпрос и е предвидена възможност за свободен отговор. Изцяло затворени са въпросите, свързани с конкретните мерки за отпускане на безвъзмездна финансова помощ от МИГ Тервел-Крушари.

Формулирани са и отворени въпроси, които дават възможност на респондентите да споделят в свободна форма своето мнение.

Въпросникът е тестван предварително. Тестването на въпросника е осъществено с помощта на метода "протоколен анализ", като средната продължителност на пробното изследване е 20 - 22 минути. Същинското проучване е проведено през периода 01.12.2012 г. – 20.12.2012 г.

В съответствие с формулирания обект на изследване, проучването е осъществено по метода „според отзовалите се“, като целта е да се включат възможно повече представители на целевите групи от тези общини, които са проявили интерес към дейността на МИГ-а и са търсели информация за финансиране. Изчерпателно проучване е практически невъзможно да се осъществи, поради отказа на част от лицата да участват в изследването.

Като основни методи за анализ на информацията от проучването се използват: статистическа групировка (посредством табличен и графичен метод) и статистически анализ (анализ на разпределението на единиците по интересувачи ни признаци).

Статистическата обработка на информацията е осъществена със статистическия пакет SPSS.

4.5. Организация на работата на терен в общините Тервел и Крушари

Изследването на терен бе организирано в периода 1 – 20 декември 2012 г. С голяма част от респондентите бяха осъществени индивидуални интервюта на място при респондента след предварителна уговорка. С някои от респондентите интервютата бяха проведени по телефона. Изследването на терен се осъществи от подготвени членове на изследователския екип.

5. Анализ на набраната информация

Анализът на данните е разделен на три части. В началото са интерпретирани данните за всички изследвани лица, а след това е представена информацията поотделно за двете целеви групи – жени и младежи (до 40 г.).

Мнението на изследваните лица за перспективните области за развитие на бизнеса в региона до голяма степен съответства на общите тенденции, които са отразени във всички стратегически документи. Най-голям е дялът на земеделието, факт, който се предопределя от природните особености на територията на двете общини. Естествено, респондентите са поставили на първо място в областта на земеделието производството на житни култури (69%) – сектор, който в момента е водещ, а на второ - овощарство (24 %). Обяснение за второто място може да се търси именно в откриването на нови ниши за развитие на бизнеса и особено за по-малките производители, които вероятно биха насочили усилията си в производства, които не са вече заети от големи стопански субекти (арендатори и кооперации). В рамките на бранша „животновъдство“ лидерската позиция е на овцевъдството (38%), следвано от „говедовъдството“ (33%). С далеч по-малки проценти са традиционно развитите за региона в миналото свиневъдство и птицевъдство, които са изпреварени от пчеларството – отрасъл, който се развива с всяка година и е добра алтернатива за стопанска дейност. Прави впечатление, че някои от изследваните лица (2%) са посочили и бубарството като алтернатива за развитие на селскостопански бизнес в региона.

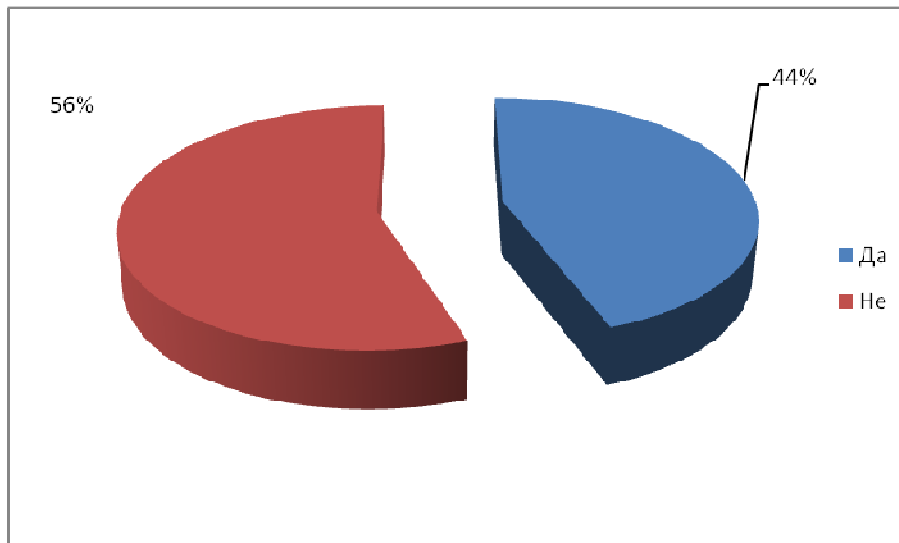
От неземеделските дейности най-висок е дялът на селския туризъм. 40 % от интервюираните са го посочили като перспективна област за развитие на бизнеса в региона. Този факт би могъл да се обясни от една страна с

увеличаване броя на хората, предлагащи селски туризъм в различни населени места, както и с добрите природни дадености.

Кои според Вас са перспективните области за развитие на бизнес в региона?

Земеделие	
Производство на житни култури	69%
Зеленчукопроизводство	16%
Овощарство	24%
Билкопроизводство	9%
друго	2%
Животновъдство	
Говедовъдство	33%
Свиневъдство	9%
Овцевъдство	38%
Птицевъдство	7%
друго	
пчеларство	11%
бубарство	2%
Търговия	11%
Производство	11%
Строителство	11%
Туризъм	13%
Селски туризъм	40%
Ресторантьорство	11%
Услуги	16%
Транспорт	2%
Друго	0%

На въпроса „Развивате ли собствен бизнес?“ положителен отговор са дали по-малката част (44%) от всички изследвани лица.

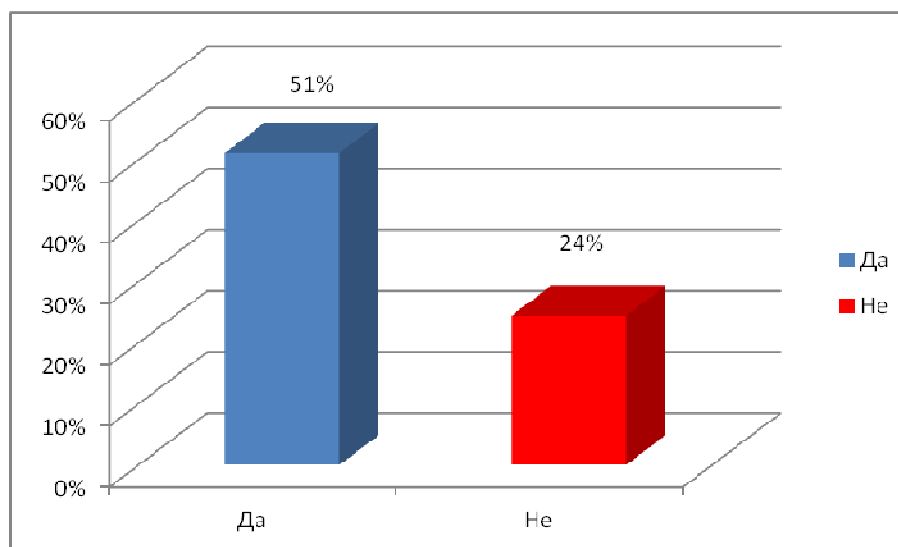


От отговорилите с „Да“ на въпроса, най-висок е дялът (13%) на занимаващите се с производство на житни култури (13%). Резултатът, както вече бе казано по-горе, е лесно обясним с факта, че това производство е водещо в региона. На втора позиция с 9% са занимаващите се с овощарство – факт, който е доказателство за увеличаване на масивите с овощни дръвчета в региона и би могъл да се интерпретира положително за търсенето на алтернативи за самостоятелна стопанска дейност. Много от новите овощни масиви бяха създадени именно с помощта на ЕС в миналото по програма ФАР, а в последствие и от Програмата за развитие на селските райони.

Земеделие	
Производство на житни култури	13%
Зеленчукопроизводство	2%
Овощарство	9%
Билкопроизводство	2%
друго	0%
Животновъдство	
Говедовъдство	7%
Свиневъдство	0%
Овцевъдство	0%
Птицевъдство	0%
друго	

пчеларство	11%
Търговия	4%
Производство	7%
Строителство	0%
Туризм	2%
Селски туризъм	0%
Ресторантьорство	7%
Услуги	0%
Транспорт	0%
Друго	0%

Що се отнася до плановете на изследваните лица за развитие на собствен бизнес, повече от половината от респондентите (51%) отговарят положително. С „Не“ отговарят (24%), а останалите очевидно все още не са сигурни в бъдещите си планове. Последното е обяснимо с оглед на продължаващата икономическа криза и липсата на известна доза сигурност, която да послужи като мотив за започване на самостоятелна стопанска дейност.



Относно основните предизвикателства пред бизнеса в региона, интервюираните посочват на първо място (71%) липсата на средства за инвестиции. Това е лесно обяснимо, тъй като в основата на всеки бизнес наред с добрата бизнес идея са и финансовите ресурси. Като второ по сила предизвикателство се посочва слабата покупателна възможност на

населението. Последното е неоспорим факт, но този голям процент на посочилите това предизвикателство очевидно ограничават вижданията си за развитие на бизнес само в рамките на сравнително ограничавания пазар на територията на региона без да визират възможностите за износ на стоки извън територията на региона и страната. Сравнително висок е и делът (20%) на посочилите като предизвикателство пред развитието на бизнеса неразвитата пазарна и техническа инфраструктура. Веднага след тях със 16% се нарежда липсата на квалифицирана работна ръка. Този фактор корелира с цитираните по-горе обобщени данни за намаляване броя на населението, ниското му образование и слаба професионална квалификация. Такъв е и процентът на посочилите „слабата предприемаческа и инвестиционна активност“ като пречка пред развитието на собствен бизнес. Със значително по-малка тежест са отговорите „ограничено използване на нови технологии“ (13%) и „слаб достъп до информационни и комуникационни технологии и услуги“ (11%).

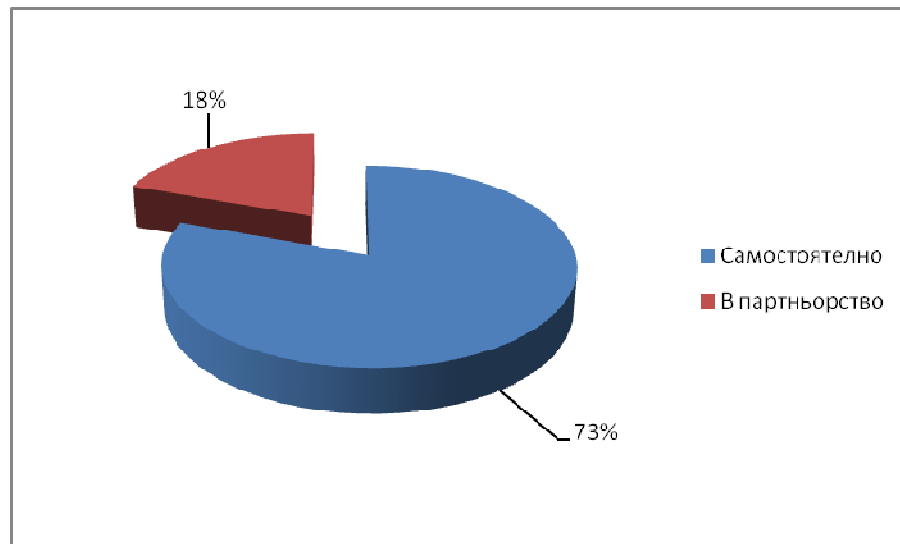
Липса на средства за инвестиции	71%
Ограничено използване на нови технологии	13%
Слаба покупателна възможност на населението	53%
Слабо развита пазарна инфраструктура	20%
Неблагоприятно географско разположение	7%
Недобре развита техническа инфраструктура	20%
Слаб достъп до информационни и комуникационни технологии и услуги	11%
Липса на квалифицирана работна ръка	16%
Слаба предприемаческа и инвестиционна активност	16%
Друго (моля посочете):	0%

С най-голям процент (51%) сред отговорите относно възможните източници за финансиране на собствен бизнес са посочени собствените средства, следвани от банкови кредити (42%), субдисии (31%) и финансираня по програми (24%). Това подреждане до голяма степен обяснява и недостатъчната подготвеност за стартиране на собствен бизнес, разчитайки най-вече на собствените спестявания. От друга страна тези резултати са продиктувани и от не особено голямото доверие в други източници на финансиране. Логично е банковите кредити да са посочени от относително висок процент от изследваните лица, тъй като банките са институциите, чиято

мисия е да подпомагат развитието на икономиката, предоставяйки финансов ресурс за предприемачите. Интересен е фактът, че в сравнително голям процент от отговорите (31%) като източник на финансиране са посочени субсидиите. Вероятно тук изследваните лица са имали предвид директните плащания от ЕС, чиято цел е по-скоро стимулирането на развитието на определени отрасли и компенсиране на спадовете в пазарите, отколкото финансиране на бизнесите. Интересен факт е също, че заемите от хора (9%) далеч превишават лизингите и заемите от нефинансови институции, посочени от 2% от изследваните лица, дотолкова доколкото последните две са много по-естествени инструменти за търсене на допълнителни финансови ресурси за бизнес развитие.

Собствени средства	51%
Субсидии	31%
Финансова помощ от проекти, финансирани от различни източници	24%
Банкови кредити	42%
Лизинги	2%
Заеми от нефинансови институции	2%
Заеми от хора	9%
Друго	0%

Отговаряйки на въпроса „Самостоятелно или в партньорство с друга организация развивате/бихте желали да развивате своята бизнес идея?“ значително по-големия процент от отговорите (73%) са за самостоятелност при осъществяването на бизнес идея. Това разпределение на отговорите за пореден път свидетелства за липсата на готовност от страна на хората за търсене на партньорство и коопериране. Това недоверие към съвместната работа от една страна би могло да се обясни с негативния опит в миналото, но също и в липсата на достатъчно мащабни идеи, които предполагат търсенето на съмишленици за тяхното осъществяване. Очевидно не се взема предвид и факта, че партньорството не означава непременно да се създаде съвместен икономически субект, а също така и сътрудничество с доставчици и дистрибутори, обединяване на усилията при внедряване на иновации, колективна защита на правата и интересите на производителите и т.н.



Онези от респондентите (18%), които са посочили партньорството (коопериране) като предпочитана форма на развитие на бизнес са посочили като най-желан партньор изкупвателните организации (33%), следвани от други фирми и земеделски производители от региона (22%) и други компании със сроден предмет на дейност. Готовност за партньорство с преработвателни предприятия и складови /логистични бази са декларирали 9% от онези, които разбират необходимостта от обединяване на усилията за постигане на по-високи и сигурни темпове на развитие на бизнеса.

С други фирми или земеделски производители от региона	22%
С други компании със сроден предмет на дейност	20%
С доставчици на суровини и материали	9%
С изкупвателни организации	33%
С преработвателни предприятия	11%
Със складови/логистични бази	9%
Със занаятчии и/или занаятчийски организации	4%
Друго (моля посочете):	0%

Що се отнася до мотивите за работа в партньорство с друга организация респондентите посочват като най-важно изкупуването и пласмента на производствена продукция (53%). Този резултат е релевантен на желанието на голяма част от изследваните лица да си партнират с изкупвателните организации. Очевидно именно в сферата на изкупуването и пласмента на готовата продукция са най-често срещаните проблеми, пред които са изправени производителите на земеделска продукция. С почти същата тежест

е посочена и обмяната на опит в областта на производството и услугите (47%). Осъзнаване необходимостта от модернизиране и въвеждане на нови технологии очевидно започва да се разбира от все по-голям процент от хората.

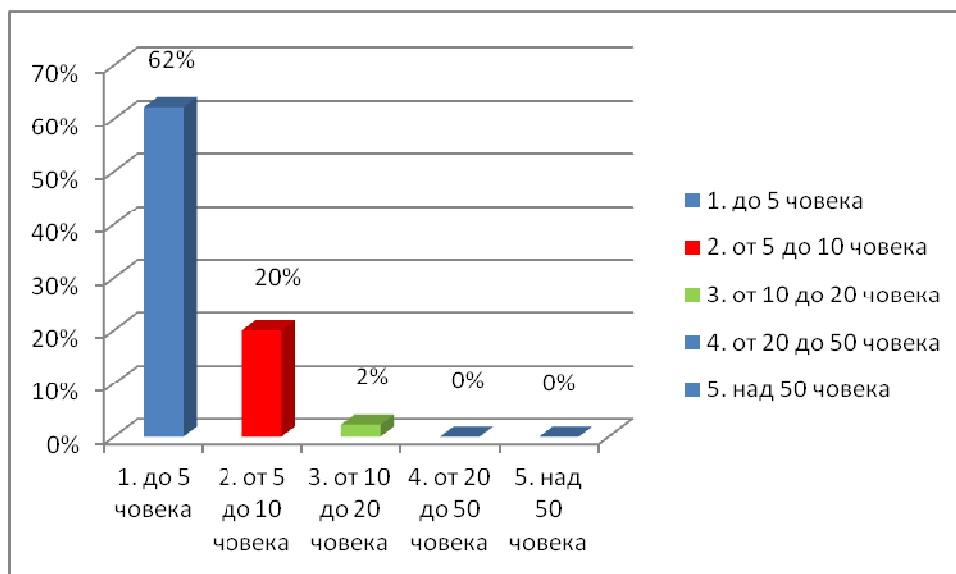
Обмяна на опит в областта на производството (респ. услугите)	47%
Услуги по съхранение на продукцията (за производствената сфера)	11%
Съвместно закупуване и/или използване на дълготрайни материални активи	11%
Съвместно закупуване на производствени средства (за производств. сфера)	4%
Изкупуване и пласмент на произведената продукция	53%
Преработка на продукцията	13%
Съвместен маркетинг	16%

На въпроса „Ако се предоставят безвъзмездно средства, Вие за реализирането на бизнес идея в коя сфера бихте ги инвестирали?“ са посочени почти всички предварително зададени възможности за отговор. Начело в класацията е селският туризъм с 49%. Следват овощарството с 29 %, традиционното производство на житни култури (26%), пчеларство и търговия (13%), зеленчукопроизводство (12%), говедовъдство (9%) и др. Заслужава да се отбележи и факта, че свиневъдството, строителството и транспорта не са посочени от нито един човек като сфера, в която биха инвестирали безвъзмездно предоставени средства.

Земеделие	
Производство на житни култури	26%
Зеленчукопроизводство	12%
Овощарство	29%
Билкопроизводство	9%
друго	3%
Животновъдство	
Говедовъдство	9%
Свиневъдство	0%
Овцевъдство	2%
Птицевъдство	2%
друго	9%
Пчеларство	13%
Бубарство	2%
Търговия	13%
Производство	11%
Строителство	0%

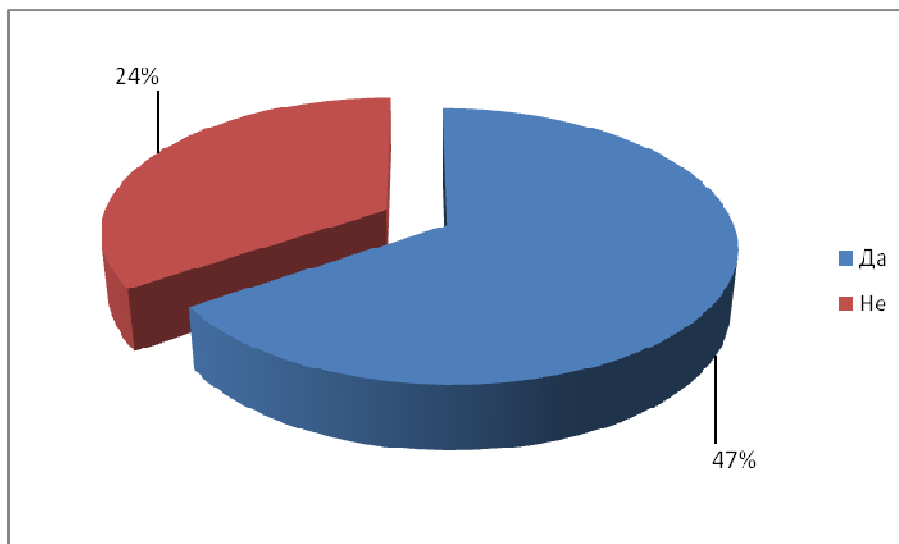
Туризм	4%
Селски туризъм	49%
Ресторантьорство	9%
Услуги	4%
Транспорт	0%
Друго	0%

На много важния въпрос за осигуряване на заетост посредством реализацията на своята бизнес идея, най голям брой от изследваните лица (62%) посочват, че биха наели от 1 до пет човека. 20% са сметнали, че могат да осигурят заетост от 5 до 10 човека. Тези резултати са показателни от една страна за мащабите на настоящите и бъдещи бизнеси в региона, а от друга за сравнително ограничените идеи за развитие на собствен бизнес.



По-голямата част от интервюираните (47%) биха кандидаствали с проект за финансиране от МИГ Тервел – Крушари, а 24% са категорични, че не биха го направили. Останалите респонденти се колебаят в отговорите си. Причините, които изтъкват желаещите да разработят свой собствен проект, са увереността в собствения успех, информираността за възможностите на МИГ Тервел-Крушари, подкрепата му и облекчената процедура, необходимостта от средства и др.

Отговорилите с „Не“ посочват като причина за това недостатъчната запознатост, липсата на интерес, липсата на информация и голямото количество документи, които трябва да се подготвят, липсата на конкретна бизнес идея и несигурността за одобрението на проектите и свързаното с това предварително инвестиране на средства.



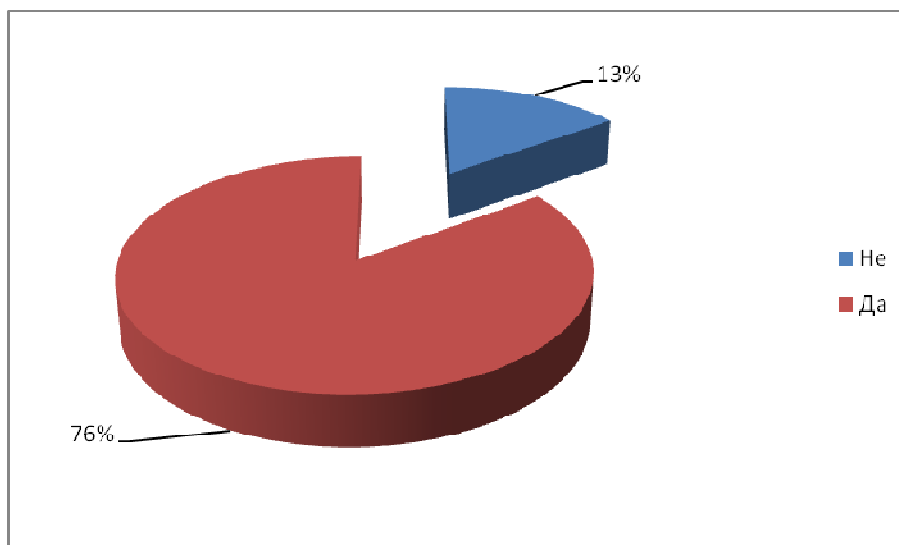
Като цяло изследваните лица демонстрират познания за мерките, по които МИГ Тервел-Крушари отпуска безвъзмездна финансова помощ. С най-висока разпознаваемост (47%) е мярка 121 „Модернизация на земеделските стопанства“, следвана от мярка 322 „Обновяване и развитие на населените места“ (27%), мярка 313 „Насърчаване на туристическите дейности“ (22%) и мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделските продукти“ (18%). Тези данни до голяма степен са в синхрон с отговорите на въпросите, свързани с конкретните сфери, в които респондентите биха започнали собствен бизнес.

Мярка 121 „Модернизация на земеделските стопанства“	47%
Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски продукти“	18%
Мярка 311. „Разнообразяване към неземеделски дейности“	13%
Мярка 312. „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия“	16%
Мярка 322. „Обновяване и развитие на населените места“	27%
Мярка 321: „Основни услуги за населението и икономиката в селските райони“	11%
Мярка 313: „Насърчаване на туристическите дейности“	22%

Тази тенденция се вижда и в отговора на въпроса „По кои от мерките, по които МИГ Тервел-Крушари отпуска безвъзмездна финансова помощ, бихте кандидатствали за получаване на финансиране?“ Тук също водеща е мярка 121 (49%), следвана от мярка 313 (22%), мярка 123 (18%) и мярка 312 (16%).

Мярка 121 „Модернизирание на земеделските стопанства“	49%
Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски продукти“	18%
Мярка 311. „Разнообразяване към неземеделски дейности“	9%
Мярка 312. „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия“	16%
Мярка 322. „Обновяване и развитие на населените места“	9%
Мярка 321: „Основни услуги за населението и икономиката в селските райони“	2%
Мярка 313: „Насърчаване на туристическите дейности“	22%

Значителна част (76%) от изследваните лица са запознати с дейността на МИГ Тервел-Крушари. Този резултат е показателен за ефективната работа на екипа на МИГ-а от неговото създаване до сега. Използването на различни форми за информиране, организацията на различни семинари, срещи и обучения, както и достъпността до преките бенефициенти, допринасят за този резултат. В същото време все още има хора (13%), които нямат информация за дейността – факт, който трябва да съсредоточи вниманието към търсене на допълнителни възможности информацията да достигне до всички заинтересовани.

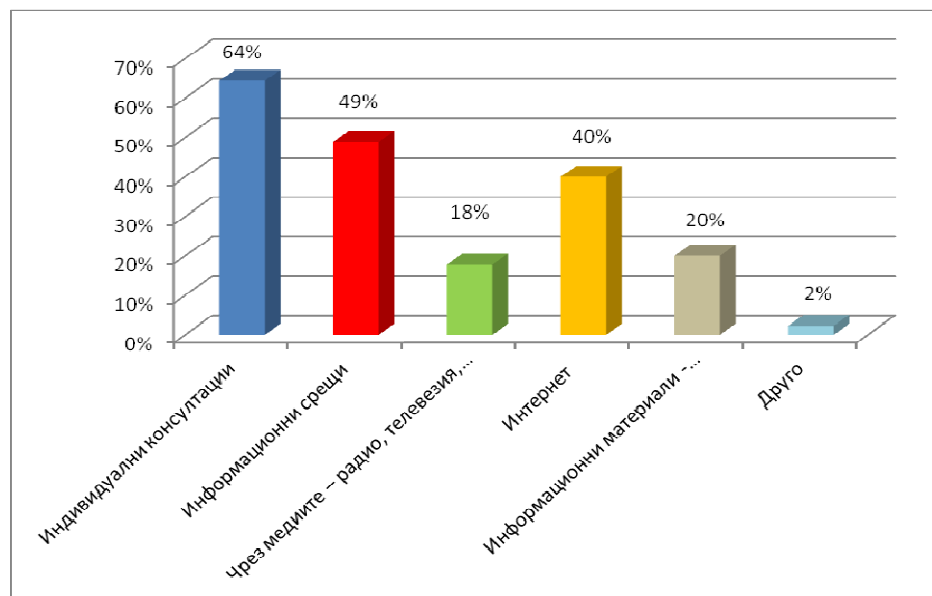


Като най-полезни от дейностите на МИГ-а, запознатите с тях посочват информирането, консултирането и подпомагането подготовката на проекти

(60%). На второ място поставят организирането на работни срещи, обучения, семинари (38%).

Информирание, консултиране и подпомагане подготовката на проекти за финансиране по Стратегията за местно развитие, по Програмата за развитие на селските райони в България и/или по други програми за развитие, основани на участието на местните общности	60%
Организиране, провеждане на работни срещи, обучения, семинари, конференции, обществени форуми, дебати и обсъждания с представители на всички нива на държавно управление, бизнес средите и нестопанските организации	38%
Осъществяване на изследователски програми, социологически проучвания и експертна дейност	4%
Разработване на анализи, стратегии, доклади, програмни документи	7%
Осигуряване на обмен на информация и успешни практики	20%

Като най-удобен начин за получаване на информация за възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ Тервел – Крушари, респондентите посочват индивидуалните консултации (64%), информационните срещи (49%) и Интернет (40%). Очевидно това би следвало да са и основните информационни канали, които да се използват за достигане до всички заинтересовани от дейностите на МИГ-а жители на двете общини. На първо място би следвало да се търсят възможности за индивидуални срещи, тъй като очевидно това е най-познатия и ефективен канал за комуникация с потенциалните бенефициенти.



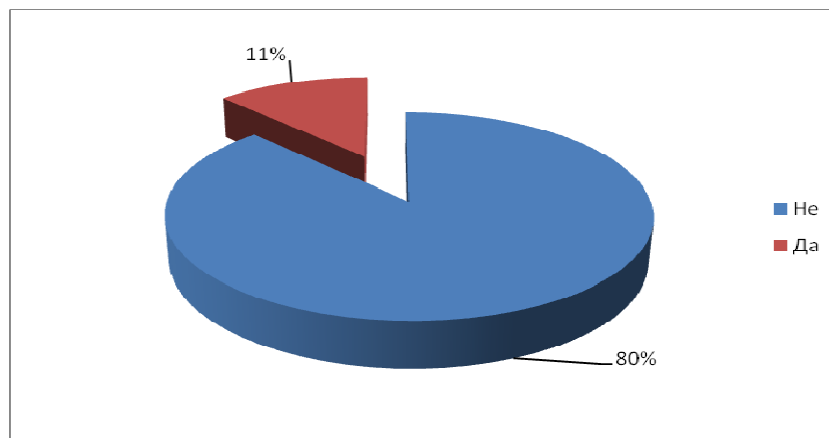
На въпроса дали са достатъчно добре информирани за възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ-а, най-голям процент от отговорите са „Разполагам с частична информация“ (44%), а 24% са посочили, че разполагат с необходимата информация, и също така 24%, че имат нужда от допълнителна информация. Само 4% от интервюираните декларират, че нямат никаква информация за възможностите за финансиране. Тези резултати навеждат на мисълта, че все още има резерв за разширяване на информационната и консултативна дейност на МИГ-а с оглед обогатяване на информацията и достигането и до още повече хора.

Да, разполагам с необходимата информация	24%
Разполагам с частична информация	44%
Не, имам нужда от допълнителна информация	24%
Не, нямам никаква информация	4%

Като най-голяма спирачка пред възможностите за финансиране изследваните лица отбелязват делът на собствено финансиране, посочен от 42% от тях. Еднаква е тежестта (24%) на липсата на достатъчно информация за процедурата за кандидатстване и изпълнение на проекта и обема документация. 22% от отговорилите са посочили сложното отчитане на проектните дейности. Тези данни са свидетелство за липсата на собствен или привлечен финансов ресурс, който да покрие делът на съфинансиране от страна на бенефициентите, а също така и за недостатъчния опит в подготовката, реализацията и отчитането на проекти. Още повече, че процедурата, респективно документацията за кандидастване с проекти в рамките на Стратегията за развитие на МИГ Тервел-Крушари, е значително олекотена в сравнение с Оперативните програми например.

Липса на достатъчно информация за процедурата на кандидатстване и изпълнение на проекта	24%
Делът на собствено съфинансиране	42%
Обемът документация, която трябва да бъде изготвена	24%
Сложното отчитане на проектните дейности	22%
Друго	9%

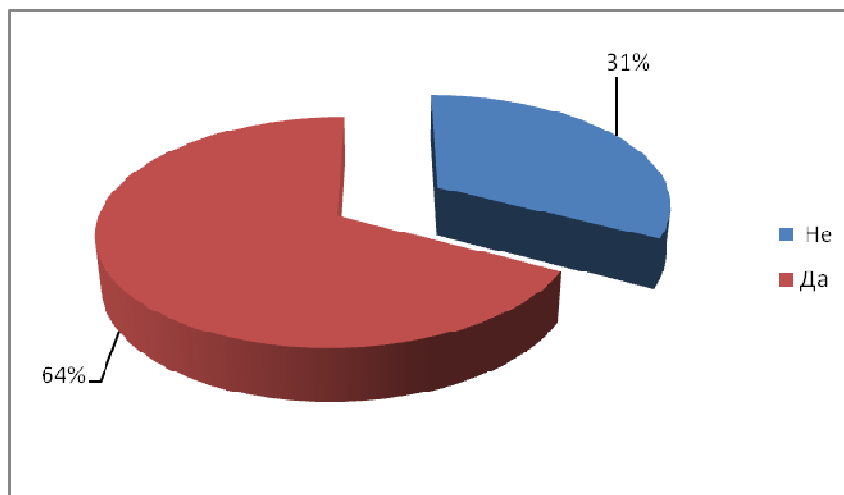
Това се потвърждава и от факта, че 80% от респондентите са посочили, че до момента не са работили по проекти за получаване на безвъзмездна финансова помощ.



Относно необходимостта от подкрепа при подготовката и реализирането на проектните предложения най-големият процент от отговорите (56%) са за консултиране при разработването на бизнес планове. 36% от интервюираните имат потребност от финансова консултация, 29% от предпроектно консултиране и информация, 22% от подготовка на цялостната проектна документация, а 20% от управление на проекта.

Консултиране за разработване на бизнес план	56%
Финансова консултация	36%
Специализирана консултация	4%
Предпроектно консултиране и информация	29%
Подготовка на цялостна проектна документация за кандидатстване	22%
Управление на проекта – координиране на проектните дейности, подготовка на документация, отчетност	20%

Във връзка с потребностите от допълнително обучение за стартиране и развитие на собствен бизнес, по-голямата част от изследваните лица (64%) са на мнение, че им е необходимо подобно обучение.



6. Сравнителен анализ на целевите групи

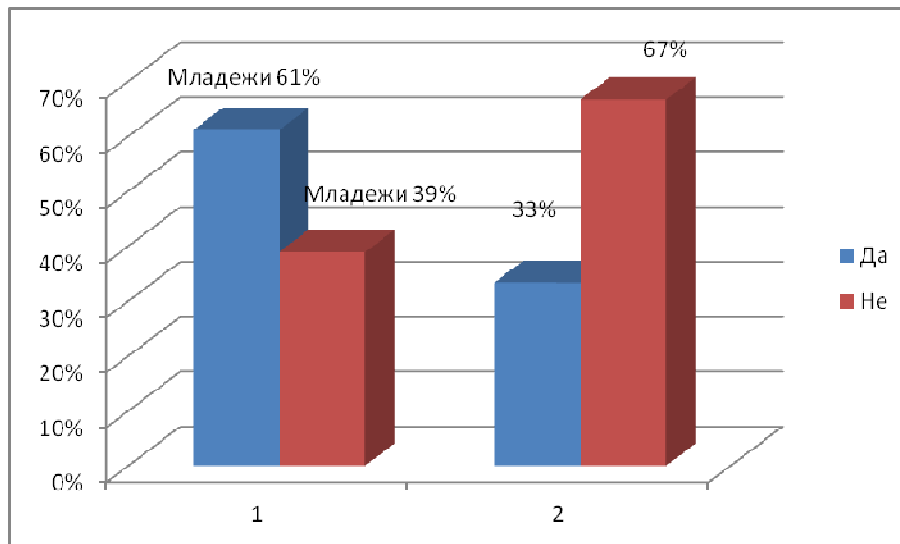
В предходната част бе направен анализ на отговорите на всички респонденти. Следва сравнителен анализ на отговорите на респондентите, представители на двете целеви групи – групата на младежите (до 40г.) и на жените. В анализа ще се обърне по-голямо внимание на свободните отговори, които целенасочено не бяха коментирани в общата част с оглед възможността за сравнение на качествена информация и търсене на приликите и разликите в отговорите на двете целеви групи.

По отношение на вижданията на респондентите за перспективните области за развитие на бизнес в региона, се наблюдават известни различия между отговорите на двете целеви групи. Те вероятно са обусловени и от половите различия. Овощарството например е предпочетено от 39% от младежите срещу 15% от жените. 22 % от мъжете и само 4 % от жените са посочили пчеларството като перспективна сфера. Това разминаване е обяснимо, тъй като статистически погледнато повече мъже отколкото жени се занимават с този вид дейност. При туризма съотношението е обратно. По-голяма група от жените 19% го намират за перспективен за региона срещу 6% при младежите. Докато при ресторантьството отново по-големия процент предпочитания (22%) е от групата на мъжете, докато само 4% от жените са посочили тази дейност като възможност за развитие на бизнес в региона. В

свободните отговори е посочена само една конкретна дейност - малко предприятие за преработка на суровини от овощарството.

	Младежи	Жени
Земеделие		
Производство на житни култури	61%	70%
Зеленчукопроизводство	11%	19%
Овощарство	39%	15%
Билкопроизводство	17%	4%
друго	6%	0%
Животновъдство		
Говедовъдство	39%	30%
Свиневъдство	11%	7%
Овцевъдство	39%	37%
Птицевъдство	11%	4%
друго		
пчеларство	22%	4%
бубарство	6%	0%
Търговия	11%	11%
Производство	17%	7%
Строителство	6%	15%
Туризм	6%	19%
Селски туризъм	44%	37%
Ресторантьорство	22%	4%
Услуги	11%	19%
Транспорт	6%	0%
Друго	0%	0%

Както се вижда от графиката по-долу младежите, които развиват собствен бизнес са почти един път повече (61%) от жените, занимаващи се със самостоятелна стопанска дейност (33%).



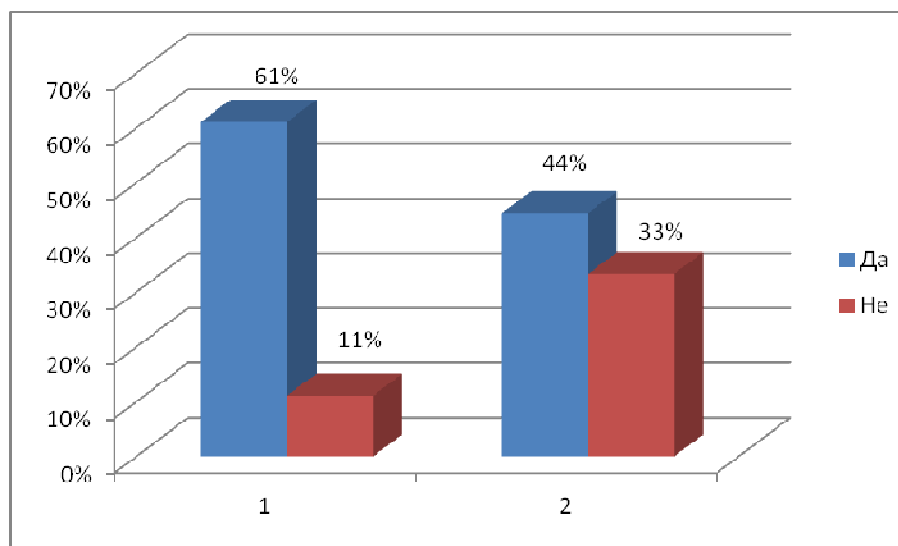
Що се отнася до конкретните сфери за развиване на собствен бизнес, то почти по равно са разпределени изследваните лица, които се занимават с производство на житни култури като превес имат жените (15%) към 11% за младежите. Със зеленчукопроизводство, билкопроизводство, говедовъдство и промишлено производство се занимават само младежи, а обратна е тенденцията при туризма и ресторантьорството, които са занимания за представители на другата целева група.

Като допълнителен бизнес, невключен предварително във въпросника като възможен отговор е добавена обработката на камък, изработване на артикули от камък – дейност, с която се занимава представител на групата на младежите.

Земеделие	Младежи	Жени
Производство на житни култури	11%	15%
Зеленчукопроизводство	6%	0%
Овощарство	11%	7%
Билкопроизводство	6%	0%
друго	0%	0%
Животновъдство		
Говедовъдство	17%	0%
Свиневъдство	0%	0%
Овцевъдство	0%	0%
Птицевъдство	0%	0%
друго		
пчеларство	17%	7%

Търговия	6%	4%
Производство	17%	0%
Строителство	0%	0%
Туризм	0%	4%
Селски туризъм	0%	0%
Ресторантьорство	0%	11%
Услуги	0%	0%
Транспорт	0%	0%
Друго	0%	0%

На въпрос за бъдещи планове за развитие на собствен бизнес 61% от младежите и 44% от жените отговарят утвърдително. Съответно с „Не“ са отговорили 11% от младежите и 33% от жените. Има известен процент от колебаещи се и в двете изследвани групи.



Като желани сфери за развитие на бизнес мъжете са посочили говедовъдството, преработката на суровини от овощарството, животновъдство, отглеждане на застрашени видове и зеленчукопроизводство. При жените намеренията са в сферата на туризма, ресторантьорството и търговията. Има и дейности, които са предпочитани и от двете групи. Това са овощарството, селския туризъм, услугите, пчеларството и билкопроизводството. Прави впечатление, че няма идеи за развитие на бизнес в промишлеността, което е обяснимо от една страна със спецификата на региона, от друга вероятно с липсата на необходимата професионална квалификация и/или на квалифицирана работна ръка.



Относително различни са и вижданията за перспективите за развитие на собствените бизнес идеи през следващите 4-5 години на респондентите от двете изследвани групи.

Младежите смятат, че перспективите и условията за бизнеса са обнадеждаващи и са свързани с възможността за собствено производство и затваряне на производствения цикъл, възможностите за финансиране и закупуване на машини и оборудване.

За дамите перспективите са свързани с възможности за предоставяне на комунално-битови услуги, посещения на повече туристи, наличието на земеделска земя, сграден фонд и работна ръка, увеличаването на трайните насаждения и възможностите за финансиране на малките производители и фирми.

Има разбира се и песимистични мнения и в двете групи, според които през следващите години не може да се очаква развитие на бизнеса.

Като предимства на предприемачеството в региона респондентите посочват чистата околна среда, наличието на добра като качество земеделска земя, самоорганизацията, природата и местностите, плодородната почва и благоприятен климат, близост до румънската граница, туристическите обекти и близостта до Черноморието, развитието на региона като цяло, горите и възможностите за ловен туризъм, създаването на нови работни места и задържането на хората в региона, привличане на интерес от други региони, добрите условия за развитие на селски туризъм.

Различия между мненията на изследваните лица от двете целеви групи има и по отношение на основните предизвикателства пред бизнеса в региона. 89% от младежите посочват като голямо предизвикателство липсата на средства. Такъв отговор са дали 59% от жените. Още по-голяма е разликата при оценката на ограниченото използване на новите технологии като предизвикателство пред бизнеса. 28% от младежите са посочили това предизвикателство срещу само 4% от групата на жените. Много близки са отговорите на двете групи при оценка на предизвикателства като слаба покупателна възможност на населението, неразвитата техническа инфраструктура и слабия достъп до информационни технологии.

Същевременно по-голям процент от жените (22%) посочват като предизвикателства липсата на квалифицирана работна ръка и слабата предприемаческа и инвестиционна активност.

	Младежи	Жени
Липса на средства за инвестиции	89%	59%
Ограничено използване на нови технологии	28%	4%
Слаба покупателна възможност на населението	44%	59%
Слабо развита пазарна инфраструктура	28%	15%
Неблагоприятно географско разположение	11%	4%
Недобре развита техническа инфраструктура	22%	19%
Слаб достъп до информационни и комуникационни технологии и услуги	11%	11%
Липса на квалифицирана работна ръка	6%	22%
Слаба предприемаческа и инвестиционна активност	6%	22%
Друго (моля посочете):	0%	0%

Онези от респондентите, които все още не са започнали собствен бизнес досега дават различни обяснения. Младежите изтъкват като причини за това липсата на средства, липсата на познания в това число и за оперативните програми, липсата на желание и несигурността в икономиката. Жените пък посочват наред с липсата на финансови ресурси, липсата на интерес и липсата на достатъчно развита бизнес идея.

Различен е размерът на необходимата финансова подкрепа за стартиране на собствен бизнес. Сумите варират от 800 лв. до 100 000 лв. Най-често срещаните суми са от 10 хил. до 20 хил. лв. Тези разлики могат да се обяснят със съвсем разнопосочните бизнес идеи, но също така и с възможностите на респондентите да намерят и собствени средства.

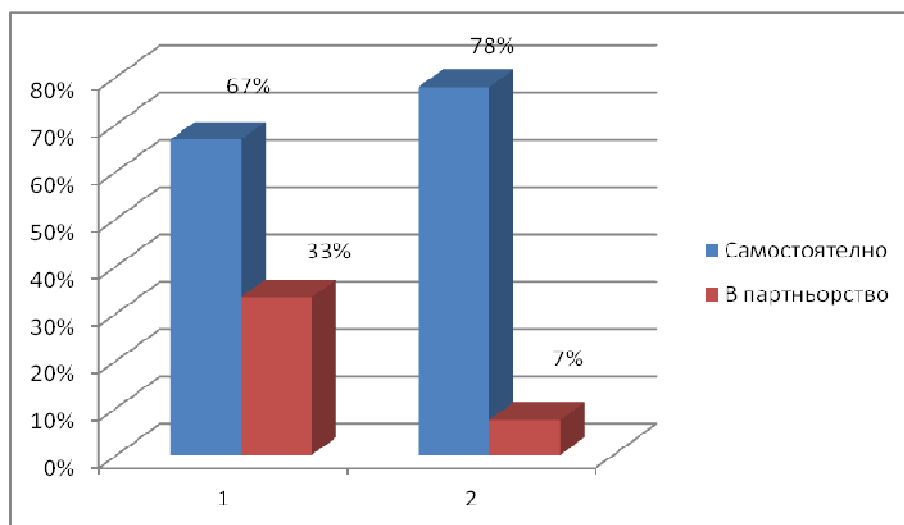
В подобен размер са и сумите, които изследваните лица посочват като необходими за покриване на най-належащите разходи в своя бизнес. Тук най-често срещаните суми са 5 000 лв. – посочен от пет от респондентите, както и 20 000 лв. и 50 000 лв. посочени от 4 от респондентите. Един от респондентите е посочил сумата от 150 000 лв.

На въпроса „Кои са източниците на финансиране, които използвате в момента/бихте използвали, за да развivate своя бизнес?“ респондентите и от двете групи дават близки отговори. Най-значимото различие е по отношение на използването на собствени средства. Тук 72% от младежите посочват собствените средства като използван от тях източник на финансиране на

бизнеса срещу 37 % от групата на жените, които посочват този финансов източник. Тези отговори корелират с процентите на респондентите, които се занимават със собствен бизнес.

	Младежи	Жени
Собствени средства	72%	37%
Субсидии	33%	30%
Финансова помощ от проекти, финансирани от различни източници	17%	30%
Банкови кредити	44%	41%
Лизинги	0%	4%
Заеми от нефинансови институции	6%	0%
Заеми от хора	6%	11%
Друго	0%	0%

Докато по отношение на идеята да развият самостоятелно бизнес отговорите на двете групи са доста близки – 67% за младежите и 78% за жените, то желанието за партньорство е с повече тежест (67%) при младежите срещу 7% при жените.



Интересът към коопериране също е относително различен за представителите на двете целеви групи. Докато 33% от младежите имат интерес от коопериране с други фирми или земеделски производители от региона, то само 15% от жените предпочитат тази опция. Обратно е съотношението при желанието за коопериране с други компании със сроден предмет на дейност – 26% за жените и 11% за младежите. Партньорството с изкупвателните организации е оценено значително по-високо от младежите

(61%) срещу 15% от жените. Тези разлики също биха могли да се обяснят с различията в осъществявания в момента или желан в бъдеще бизнес от респондентите.

	Младежи	Жени
С други фирми или земеделски производители от региона	33%	15%
С други компании със сроден предмет на дейност	11%	26%
С доставчици на суровини и материали	11%	7%
С изкупвателни организации	61%	15%
С преработвателни предприятия	17%	7%
Със складови/логистични бази	17%	4%
Със занаятчийски и/или занаятчийски организации	6%	4%
Друго (моля посочете):	0%	0%

Запитани за основните мотиви за работа в партньорство с друга организация и двете групи дават сравнително близки отговори. Единствената значима разлика наблюдаваме при изкупуването и пласмента на произведената продукция и при преработката на продукцията.

	Младежи	Жени
Обмяна на опит в областта на производството (респ. услугите)	56%	41%
Услуги по съхранение на продукцията (за производствената сфера)	6%	15%
Съвместно закупуване и/или използване на дълготрайни материални активи	6%	15%
Съвместно закупуване на производствени средства (за производств. сфера)	6%	4%
Изкупуване и пласмент на произведената продукция	50%	19%
Преработка на продукцията	28%	4%
Съвместен маркетинг	22%	11%

Известни различия между двете групи се наблюдават при почти всички възможни отговори на въпроса „Ако се предоставят безвъзмездно средства, Вие за реализирането на бизнес идея в коя сфера бихте ги инвестирали?“. Младежите имат предпочитания към селския туризъм (72%), овощарството (21%), говедовъдството (17%), пчеларството (22%) и промишленото производство (17%). От своя страна жените предпочитат производството на житни култури (21%), търговията (19%) и селския туризъм (33%).

Земеделие	Младежи	Жени
Производство на житни култури	6%	21%
Зеленчукопроизводство	6%	6%
Овощарство	21%	9%
Билкопроизводство	6%	3%
друго	0%	3%
Животновъдство		
Говедовъдство	17%	4%
Свиневъдство	0%	0%
Овцевъдство	0%	4%
Птицевъдство	0%	4%
друго		
Пчеларство	22%	7%
Бубарство	6%	0%
Търговия	6%	19%
Производство	17%	7%
Строителство	0%	0%
Туризм	6%	4%
Селски туризъм	72%	33%
Ресторантьорство	6%	11%
Услуги	0%	7%
Транспорт	0%	0%
Друго	0%	0%

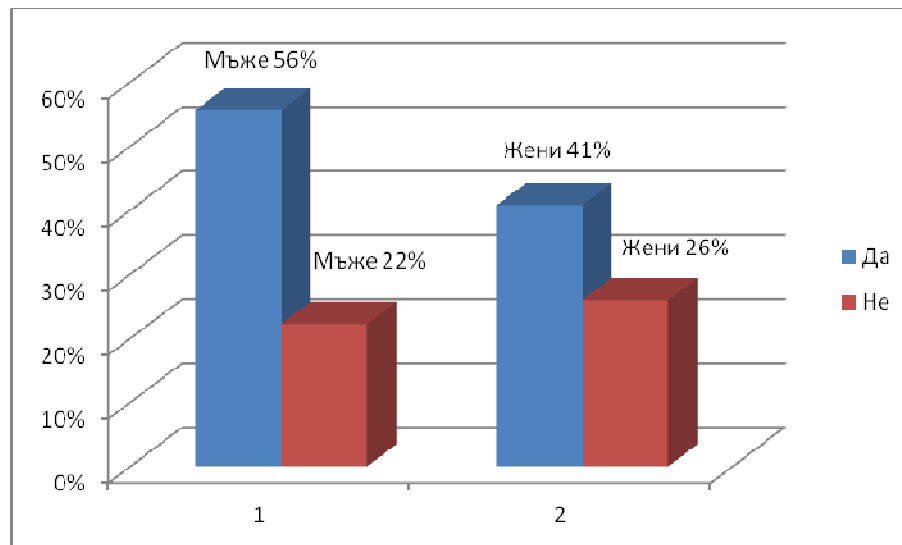
В свободните отговори младежите са допълнили: предприятие за преработка на суровини и предприятие за производство на изделия от камък, а жените: лозарството и търговията с препарати, семена и торове за растителна защита.

Различия между двете групи има и в предполагаемата заетост, която респондентите осигуряват или биха осигурили посредством реализацията на техните бизнес идеи. Най-голям е процентът на онези, които са дали отговор „до 5 човека“. Това са 83% от младежите и 48% от жените. Отговор „от 5 до 10“ човека дават 26% от жените и 11% от младежите.

	Младежи	Жени
до 5 човека	83%	48%
от 5 до 10 човека	11%	26%
от 10 до 20 човека	0%	4%
от 20 до 50 човека	0%	0%
над 50 човека	0%	0%

При възможност за получаване на безвъзмездна финансова помощ за реализиране на своята бизнес идея респондентите са заявили готовността си да инвестират собствени средства между 1 000 и 40 000 лв. Тук младежите са склонни да инвестират по-големи суми – между 15 000 и 40 000 лв., докато жените са по-предпазливи – между 1 000 и 3 000 лв.

От своя страна, отговаряйки на въпроса дали биха кандидатствали с проект за финансиране от МИГ Тервел – Крушари, 56% от младежите и 41% от жените казват „Да“. Категоричен отговор „Не“ дават 22% от младежите и 26% от жените. И при двете групи има хора, които се въздържат от отговор.



Обяснявайки положителния си отговор на въпроса, младежите посочват като причина увереността в успеха, познаването на идеите на МИГ Тервел-Крушари, шанса за одобряване на идеята, нуждата от допълнително финансиране в т.ч. и безвъзмездно. За жените причините за тяхното евентуално кандидатаване са също възможността за финансиране, възможността за развитие на бизнес идеята им и по-леката процедура.

Негативните отговори и при двете групи са липсата на интерес, липсата на информация и обема на исканата документация, липсата на конкретна бизнес идея, липсата на достатъчно собствени финансови средства, както и притеснението, че проектът няма да бъде финансиран, а за неговата подготовка ще бъдат инвестирани средства от страна на бенефициентите.

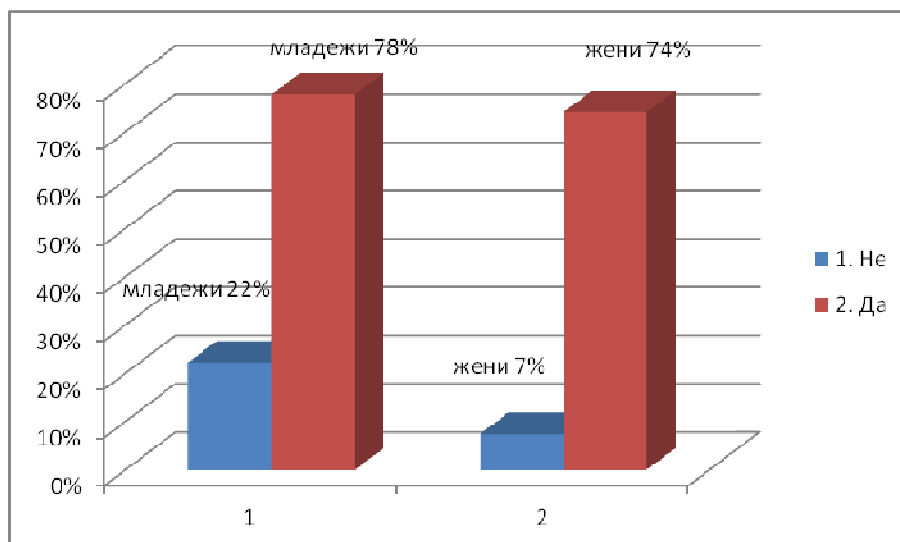
Във връзка с познаването от страна на бенефициентите на мерките, по които МИГ Тервел-Крушари отпуска безвъзмездна финансова помощ, то най-позната за групата на младежите е Мярка 121(67%) и Мярка 123 (33%), а за групата на жените това са Мярка 322 (37%), Мярка 121 (33%) и мярка 313 (30%). Тези резултати са и косвено свидетелство за известните разлики в интереса на двете целеви групи към различните мярки.

	Младежи	Жени
Подкрепа на местното земеделие за постигане на конкурентноспособност и добавена стойност на селскостопанския продукт		
Мярка 121 „Модернизирани на земеделските стопанства”	67%	33%
Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски продукти”	33%	7%
Подкрепа на предприемачеството за разнообразяване на бизнеса на територията		
Мярка 311. „Разнообразяване към неземеделски дейности”	11%	15%
Мярка 312. „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия”	11%	19%
Мярка 322. „Обновяване и развитие на населените места”	11%	37%
Подобряване на достъпа до услуги за населението в малките населени места		
Мярка 321: „Основни услуги за населението и икономиката в селските райони“	6%	15%
Местните традиции и наследство – мотор за устойчиви общности		
Мярка 313: „Насърчаване на туристическите дейности”	11%	30%

Отбелязаната по-горе тенденция се вижда и в желанието за кандидатстване по мерките, по които МИГ Тервел-Крушари отпуска безвъзмездна финансова помощ. Най-големият интерес е към Мярка 121 „Модернизирани на земеделските стопанства”. 72% от младежите и 33% от жените биха кандидатствали по тази мярка. Другите приоритетни за кандидатстване мерки и от двете групи са 312 и 313.

	Младежи	Жени
Подкрепа на местното земеделие за постигане на конкурентноспособност и добавена стойност на селскостопанския продукт		
Мярка 121 „Модернизирани земеделски стопанства“	72%	33%
Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски продукти“	33%	7%
Подкрепа на предприемачеството за разнообразяване на бизнеса на територията		
Мярка 311. „Разнообразяване към неземеделски дейности“	6%	11%
Мярка 312. „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия“	17%	15%
Мярка 322. „Обновяване и развитие на населените места“	0%	15%
Подобряване на достъпа до услуги за населението в малките населени места		
Мярка 321: „Основни услуги за населението и икономиката в селските райони“	0%	4%
Местните традиции и наследство – мотор за устойчиви общности		
Мярка 313: „Насърчаване на туристическите дейности“	17%	26%

Може да се каже, че и двете изследвани групи са запознати с дейността на МИГ Тервел-Крушари. Позитивен отговор на този въпрос дават 78% от младежите и 74% от жените. Прави впечатление, че има известна разлика между отрицателните отговори. 22% от младежите и 7% от жените са отговорили с „Не“.



Като цяло респондентите и от двете групи оценяват високо полезността на дейностите на МИГ-а. Най-високо е оценено информирането, консултирането и подпомагане подготовката на проекти, както и организирането и провеждането на работни срещи, обучения, семинари и др.

	Младежи	Жени
Информирани, консултиране и подпомагане подготовката на проекти за финансиране по Стратегията за местно развитие, по Програмата за развитие на селските райони в България и/или по други програми за развитие, основани на участието на местните общности	78%	48%
Организиране, провеждане на работни срещи, обучения, семинари, конференции, обществени форуми, дебати и обсъждания с представители на всички нива на държавно управление, бизнес средите и нестопанските организации	44%	33%
Осъществяване на изследователски програми, социологически проучвания и експертна дейност	11%	0%
Разработване на анализи, стратегии, доклади, програмни документи	11%	4%
Осигуряване на обмен на информация и успешни практики	17%	22%

Единственото желание за допълнителни услуги, които да се предоставят от МИГ Тервел-Крушари е да се отворят повече офиси извън общинските центрове.

Отговорите на въпроса за удобните начини за получаване на информация за възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ Тервел – Крушари следват една и съща тенденция и при двете групи. Най-високо са оценени индивидуалните консултации, следвани от информационните срещи и Интернет.

	Младежи	Жени
Индивидуални консултации	72%	59%
Информационни срещи	44%	52%
Чрез медиите – радио, телевизия, вестници	22%	15%
Интернет	50%	33%
Информационни материали - брошури, дигитални	11%	26%
Друго	6%	0%

При самооценката на собствената информираност за възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ-а 17% от младежите и 30% от жените смятат, че разполагат с необходимата информация. 44% и от двете групи твърдят, че разполагат само с частична информация.

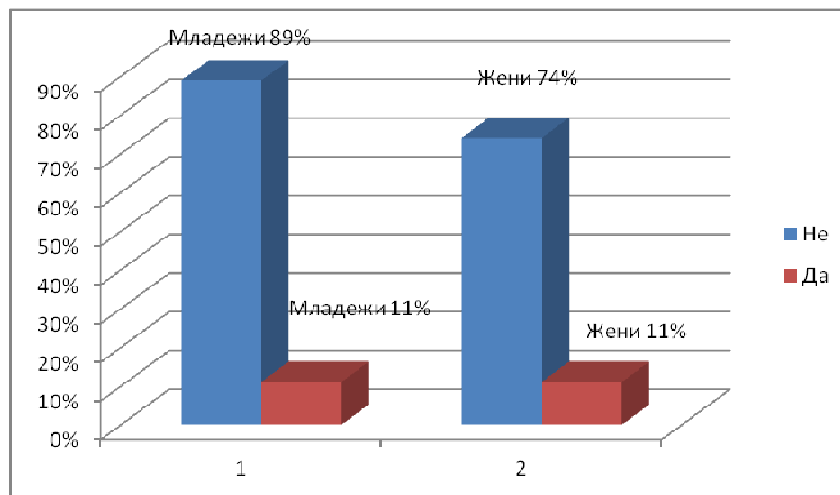
	Младежи	Жени
Да, разполагам с необходимата информация	17%	30%
Разполагам с частична информация	44%	44%
Не, имам нужда от допълнителна информация	28%	22%
Не, нямам никаква информация	6%	4%

Ограниченията пред респондентите да се възползват от възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ Тервел-Крушари са класирани от двете целеви групи както следва: Най-високият процент (44%) от младежите са притеснени от обема документация, която трябва да бъде изготвена. Същият процент от жените (44%) пък са притеснени от дела на собствено финансиране. Както се вижда в таблицата при останалите пречки процентите и при двете групи са близки.

	Младежи	Жени
Липса на достатъчно информация за процедурата на кандидатстване и изпълнение на проекта	22%	26%
Делът на собствено съфинансиране	39%	44%
Обемът документация, която трябва да бъде изготвена	44%	11%
Сложното отчитане на проектните дейности	28%	19%
Друго	6%	11%

Като допълнителни пречки в свободните отговори са посочени законово ограничение върху възможността държавните служители да са регистрирани като ЕТ, малкият размер на отпускните суми и вече закупено оборудване.

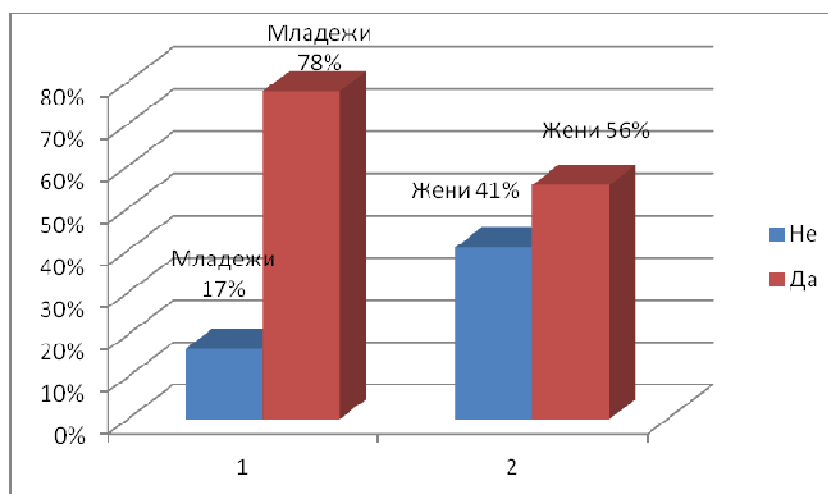
По отношение на предишния опит, който респондентите имат в работа по проекти и програми, то от графиката по-долу е видно, че в групата на младежите процентът на хората с опит (89%) е по-голям от този на жените (74%).



Като примери са дадени Оперативните програми „Развитие на човешките ресурси“, „Регионално развитие“, Програмата за развитие на селските райони, Програма Сапард и програмите на Фонд Земеделие за закупуване на селскостопанска техника.

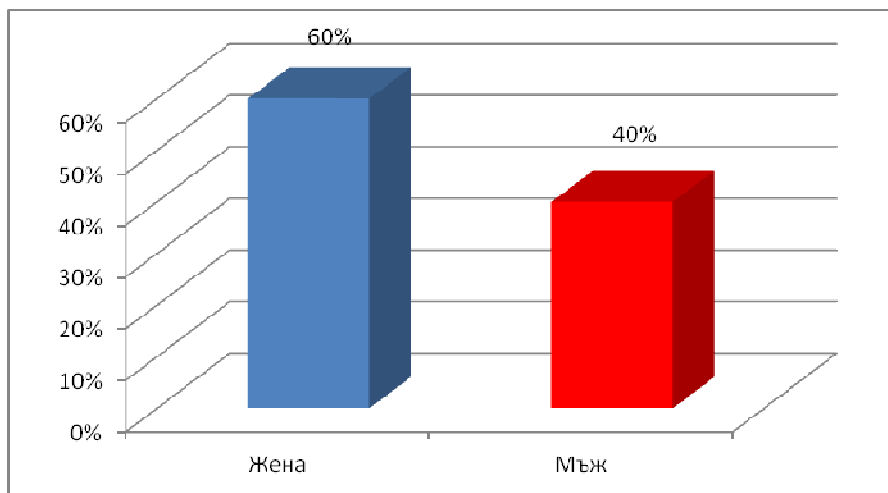
Отговаряйки на въпрос за нуждата от допълнително обучение за да стартират собствен бизнес, 78% от младежите и 56% от жените заявяват своето желание МИГ Тервел-Крушари да продължи да организира събития, които да допринесат за повишаване на тяхната информираност и подготвеност за разработване на предложения, които да бъдат финансирани в рамките на Стратегията.

Като възможности са посочени даването на допълнителна и актуална информация, организирането на срещи за разясняване на счетоводната отчетност на фирмите, както и организиране на обучения, свързани най-общо с аграрната икономика.

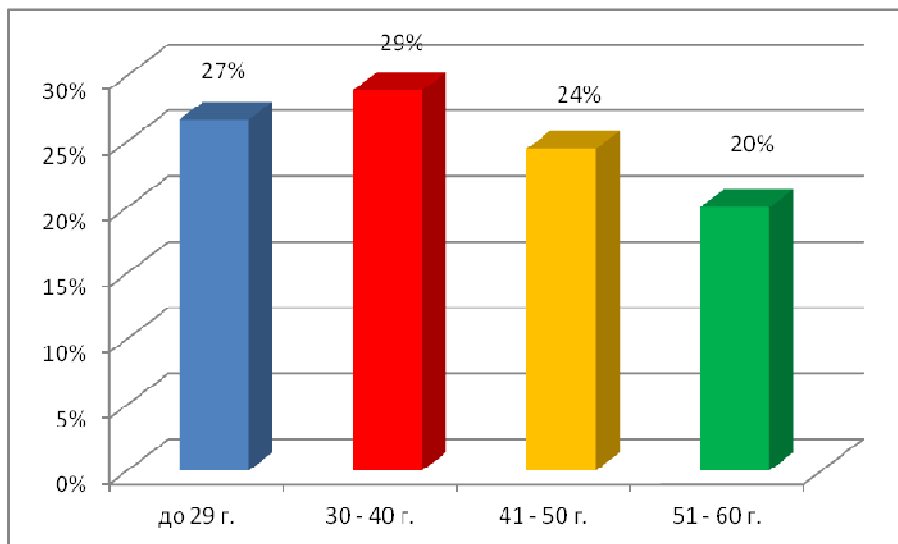


Демографски характеристики на изследваните лица

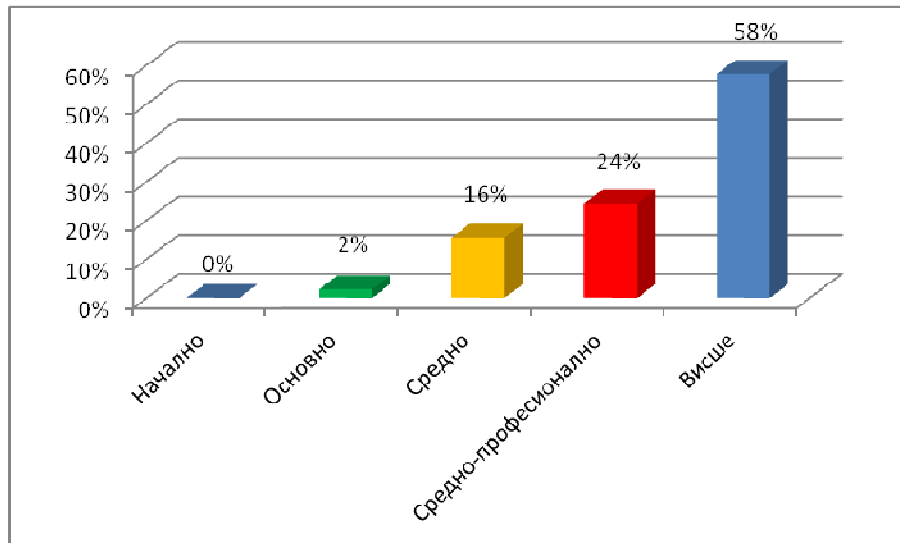
Разпределение на респондентите по пол



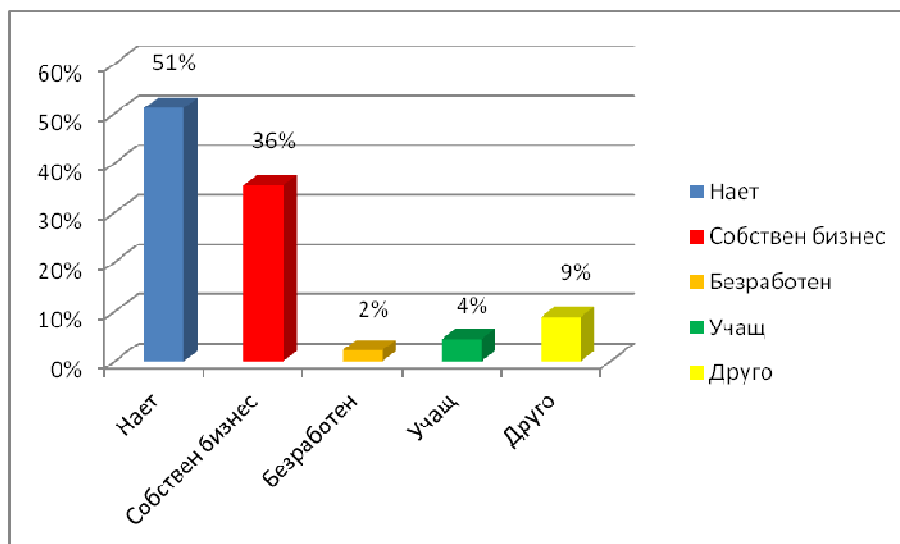
Разпределение на респондентите по възраст



Разпределение на респондентите по образование



Разпределение на респондентите по форма на заетост



Посочен от респондентите среден месечен доход: в границите от 200 до 5 000 лв.



7. Обобщения

В заключение трябва да посочим, че като цяло интересът към дейността на МИГ Тервел-Крушари е много силен сред потенциалните бенефициенти, които биха кандидатствали за безвъзмездна помощ. Въпреки известните различия, като цяло мненията на двете изследвани групи са близки. Различията идват преди всичко от видовете бизнеси, които реализират или желаят да реализират изследваните лица от двете групи, както и в готовността да инвестират различен размер собствени средства.

Бизнес идеите на респондентите също не се отличават с особена оригиналност и разнообразие. Те до голяма степен се ограничават в традиционните за региона бизнес дейности. В земеделието се наблюдава пренасочване на интереса от производството на зърнени култури към производството на плодове, зеленчуци и билки. Има и идеи за развиване на преработвателна промишленост и затваряне на цикъла.

Мнозинството от изследваните лица предпочитат самостоятелното развиване на бизнес пред възможностите за партньорство.

Приложения

**Въпросник
за проучване
на потребности и идентифициране на възможни начинания за
подпомагане чрез Стратегията за местно развитие на МИГ Тервел-
Крушари**

1. Кои според Вас са перспективните области за развитие на бизнес в региона?

Земеделие	
Производство на житни култури	1
Зеленчукопроизводство	2
Овощарство	3
Билкопроизводство	4
Друго (моля посочете):	5
Животновъдство	
Говедовъдство	6
Свиневъдство	7
Овцевъдство	8
Птицевъдство	9
Друго (моля посочете):	10
Търговия	11
Производство	12
Моля посочете:	
Строителство	13
Туризм	14
Селски туризъм	15
Ресторантьорство	16
Услуги	17
Транспорт	18
Друго (моля посочете):	19

2. Развивате ли собствен бизнес?

Да	1
Не	2

3. Ако Да, в коя сфера?

Земеделие	
Производство на житни култури	1
Зеленчукопроизводство	2
Овощарство	3

Билкопроизводство	4
Друго (моля посочете):	5
Животновъдство	
Говедовъдство	6
Свиневъдство	7
Овцевъдство	8
Птицевъдство	9
Друго (моля посочете):	10
Търговия	11
Производство	12
Моля посочете:	
Строителство	13
Туризм	14
Селски туризм	15
Ресторантьорство	16
Услуги	17
Транспорт	18
Друго (моля посочете):	19

4. Имате ли планове/желание за развитие на Ваш бизнес?

Да	1
Не	2

Ако отговорът е „Да“, в коя сфера?

.....

5. Какви перспективи за развитие на Вашите собствени бизнес идеи виждате през следващите 4 – 5 години?

.....

.....

6. Какви според Вас са предимствата на предприемачеството в региона?

.....

.....

.....

7. Какви според Вас са основните предизвикателства пред бизнеса в региона?

Липса на средства за инвестиции	1
Ограничено използване на нови технологии	2
Слаба покупателна възможност на населението	3
Слабо развита пазарна инфраструктура	4
Неблагоприятно географско разположение	5
Недобре развита техническа инфраструктура	6

Слаб достъп до информационни и комуникационни технологии и услуги	7
Липса на квалифицирана работна ръка	8
Слаба предприемаческа и инвестиционна активност	9
Друго (моля посочете):	10

8. Не сте започнали да развивате собствен бизнес досега, защото:

.....

9. От каква финансова помощ имате нужда, за да стартирате собствен бизнес?

..... лв.

10. Финансиране в какъв размер Ви е необходимо, за да покриете най-налогожащите разходи в бизнеса си?

..... лв.

11. Кои са източниците на финансиране, които използвате в момента/бихте използвали, за да развивате своя бизнес?

Собствени средства	1
Субсидии	2
Финансова помощ от проекти, финансирани от различни източници	3
Банкови кредити	4
Лизинги	5
Заеми от нефинансови институции	6
Заеми от хора	7
Друго (моля посочете):	8

12. Самостоятелно или в партньорство с друга организация развивате/бихте желали да развивате своята бизнес идея?

Самостоятелно	1
В партньорство	2

13. Какъв вид партньорство (коопериране) представлява/би представлявало интерес за Вас?

С други фирми или земеделски производители от региона	1
С други компании със сроден предмет на дейност	2
С доставчици на суровини и материали	3
С изкупвателни организации	4
С преработвателни предприятия	5
Със складови/логистични бази	6
Със занаятчии и/или занаятчийски организации	7

Друго (моля посочете):	8
------------------------	---

14. Какви са/биха били основните Ви мотиви да работите в партньорство с друга организация?

Обмяна на опит в областта на производството (респ. услугите)	1
Услуги по съхранение на продукцията (за производствената сфера)	2
Съвместно закупуване и/или използване на дълготрайни материални активи	3
Съвместно закупуване на производствени средства (за производств. сфера)	4
Изкупуване и пласмент на произведената продукция	5
Преработка на продукцията	6
Съвместен маркетинг	7

15. Ако се предоставят безвъзмездно средства, Вие за реализирането на бизнес идея в коя сфера бихте ги инвестирали?

Земеделие	
Производство на житни култури	1
Зеленчукопроизводство	2
Овощарство	3
Билкопроизводство	4
Друго (моля посочете):	5
Животновъдство	
Говедовъдство	6
Свиневъдство	7
Овцевъдство	8
Птицевъдство	9
Друго (моля посочете):	10
Търговия	11
Производство	12
Моля посочете:	
Строителство	13
Туризм	14
Селски туризъм	15
Ресторантьорство	16
Услуги	17
Транспорт	18
Друго (моля посочете):	19

Моля, споделете конкретната си идея:

.....

16. Каква заетост осигуряват/бихте осигурявали посредством реализацията на Вашата бизнес идея?

до 5 човека	1
от 5 до 10 човека	2
от 10 до 20 човека	3
от 20 до 50 човека	4
над 50 човека	5

17. В случай, че съществува възможност да получите безвъзмездна финансова помощ за реализиране на бизнес идея, до каква сума лични средства сте готови да инвестирате?

..... ЛВ.

18. Бихте ли кандидатавали с проект за финансиране от МИГ Тервел – Крушари?

18.1. Да, защото

18.2. Не, защото

19. Кои от следните мерки, по които МИГ Тервел-Крушари отпуска безвъзмездна финансова помощ, са Ви познати:

Подкрепа на местното земеделие за постигане на конкурентноспособност и добавена стойност на селскостопанския продукт	
Мярка 121 „Модернизиране на земеделските стопанства”	1
Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски продукти”	2
Подкрепа на предприемачеството за разнообразяване на бизнеса на територията	
Мярка 311. „Разнообразяване към неземеделски дейности”	3
Мярка 312. „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия”	4
Мярка 322. „Обновяване и развитие на населените места”	5
Подобряване на достъпа до услуги за населението в малките населени	
Мярка 321: „Основни услуги за населението и икономиката в селските райони“	6
Местните традиции и наследство – мотор за устойчиви общности	
Мярка 313: „Насърчаване на туристическите дейности”	7

20. По кои от мерките, по които МИГ Тервел-Крушари отпуска безвъзмездна финансова помощ, бихте кандидатавали за получаване на финансиране:

Подкрепа на местното земеделие за постигане на конкурентноспособност и добавена стойност на селскостопанския продукт	
Мярка 121 „Модернизиране на земеделските стопанства”	1

Мярка 123 „Добавяне на стойност към земеделски продукти”	2
Подкрепа на предприемачеството за разнообразяване на бизнеса на територията	
Мярка 311. „Разнообразяване към неземеделски дейности”	3
Мярка 312. „Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия”	4
Мярка 322. „Обновяване и развитие на населените места”	5
Подобряване на достъпа до услуги за населението в малките населени	
Мярка 321: „Основни услуги за населението и икономиката в селските райони“	6
Местните традиции и наследство – мотор за устойчиви общности	
Мярка 313: „Насърчаване на туристическите дейности”	7

21. Запознати ли сте с дейността на МИГ Тервел-Крушари?

Не	1
Да	2

22. В случай, че сте запознати, кои дейности на МИГ-а са най-полезни за Вас?

Информиране, консултиране и подпомагане подготовката на проекти за финансиране по Стратегията за местно развитие, по Програмата за развитие на селските райони в България и/или по други програми за развитие, основани на участието на местните общности	1
Организиране, провеждане на работни срещи, обучения, семинари, конференции, обществени форуми, дебати и обсъждания с представители на всички нива на държавно управление, бизнес средите и нестопанските организации	2
Осъществяване на изследователски програми, социологически проучвания и експертна дейност	3
Разработване на анализи, стратегии, доклади, програмни документи	4
Осигуряване на обмен на информация и успешни практики	5

23. Какви допълнителни услуги бихте желали да предоставя МИГ Тервел-Крушари?

.....

24. Според Вас, по какъв начин ще е най-удобно/полезно да получавате информация за възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ Тервел - Крушари?

Индивидуални консултации	1
Информационни срещи	2
Чрез медиите – радио, телевизия, вестници	3
Интернет	4

Информационни материали - брошури, дигитални	5
Друго (моля посочете):	6

25. Смятате ли, че сте достатъчно добре информирани за възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ-а?

Да, разполагам с необходимата информация	1
Разполагам с частична информация	2
Не, имам нужда от допълнителна информация	3
Не, нямам никаква информация	4

26. Какво Ви спира да се възползвате от възможностите за финансиране, предоставяни от МИГ Тервел-Крушари?

Липса на достатъчно информация за процедурата на кандидатстване и изпълнение на проекта	1
Делът на собствено съфинансиране	2
Обемът документация, която трябва да бъде изготвена	3
Сложното отчитане на проектните дейности	4
Друго (моля посочете)	5

27. Работили ли сте досега по проекти/програми за получаване на безвъзмездна финансова помощ?

Не	1
Да	2

Ако отговорът Ви е „Да“, посочете кои са програмите:

.....

28. От каква подкрепа при подготовката и реализирането на проектните предложения имате нужда?

Консултиране за разработване на бизнес план	1
Финансова консултация	2
Специализирана консултация (растителна защита, биологично земеделие, друго:	3
Предпроектно консултиране и информация	4
Подготовка на цялостна проектна документация за кандидатстване	5
Управление на проекта – координиране на проектните дейности, подготовка на документация, отчетност	6

29. Смятате ли, че имате нужда от допълнително обучение/квалификация, за да стартирате/развивате собствен бизнес?

Не	1
Да	2

Ако отговорът Ви е „Да“, моля конкретизирайте:.....

Статистически данни:

1. Пол:

Жена	1
Мъж	2

2. Възраст:

до 29 г.	1
30 – 40 г.	2
41 – 50 г.	3
51 – 60 г.	4

3. Образование (посочете последното):

Начално	1
Основно	2
Средно	3
Средно-професионално	4
Висше	5

4. Трудова заетост:

Нает	1
Собствен бизнес	2
Безработен	3
Учащ	4
Друго:	5

5. Среден месечен доход: лв.

Име на анкетираното лице:
Населено място:
Координати:

Ползвани съкращения

ДФЗ	Държавен фонд "Земеделие"
ЕЗФРСР	Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони
ЕС	Европейски съюз
ЕСФ	Европейския социален фонд



ЕФРР	Европейския фонд за регионално развитие
ЕФР	Европейски фонд по рибарство
ИЗП	Използвана земеделска площ
ИКТ	Информационни и комуникационни технологии
ИЕ	Икономически единици
МЗГ	Министерство на земеделието и горите
МИГ	Местни инициативни групи
МСП	Малки и средни предприятия
МФ	Министерство на финансите
НПРЗСР	Национален план за развитие на земеделието и селските райони (по програма САПАРД)
НПО	Неправителствена организация
НСИ	Национален статистически институт
НСПРСР	Национален стратегически план за развитие на селските райони
НСРР	Национална стратегическа референтна рамка
НССЗ	Национална служба за съвети в земеделието
ОП	Организация на производители

Източници

Национален стратегически план за развитие на селските райони (2007 – 2013 г.)

Стратегия за местно развитие на МИГ Тервел – Крушари 2011 – 2013 г.

Областна стратегия за развитие 2005 – 2015 г., Област Добрич (ОСРР);

Общински план за развитие на община Тервел, 2006-2013 г.

Програма за управление и разпореждане с имотите общинска собственост в община Тервел за 2009 г.;

Програма за опазване на околната среда на община Тервел;

Програма за управление на община Тервел за срока на мандат 2007-2011 г.

Отчет за свършеното, поетите ангажименти и инвестиционните намерения на кметския екип за

първата и втората година на мандата за община Тервел.

Общински план за развитие на община Крушари, 2007-2013 г.



Програма за управление и разпореждане с имотите общинска собственост в община Крушари за 2009 г.;

Дългосрочна стратегия за адаптиране на най-добри практики в сферата на туризма в общините Крушари и Тервел (България) и Ефкарпия (Гърция), създадена в рамките на проект № BG161PO001/4.2- 01/2008/010 «Споделяне на успешни европейски практики в алтернативния туризъм – ключ към устойчиво регионално развитие в общините Крушари и Тервел»

Регионален план за развитие 2007-2013 г. на Североизточен регион за планиране (РПР на СИРП);

Национална стратегическа референтна рамка на България 2007 – 2013 г.