

Брой 7

ИНФОРМАЦИОНЕН  
БЮЛЕТЕН

2003

7 Броя:

3 стр.

**ИМИДЖЪТ НА КМЕТА:  
ОТ ИЗБОРИ ДО ИЗБОРИ**

3 стр.

**ЛЪЧЕЗАР РОСЕНОВ:  
ЗАСЛУЖЕНО ИЛИ НЕ  
И УСПЕХИ, И ПРОБЛЕМИ  
ИМАТ ЕДИН АДРЕС И ТОВА Е  
ДЕЙСТВАЩИЯТ КМЕТ.**

9 стр.

**МИРА ЯНОВА:  
ГОЛЕМИЯТ ПРОБИВ НА  
МЕСТНИТЕ УПРАВИ, ИЗБРАНИ  
ПРЕЗ 1999 ГОДИНА, Е В ТОВА, ЧЕ  
БЛАГОДАРЕНИЕ НА ТЯХНАТА  
РАБОТА ХОРАТА ЗАПОЧНАХА ДА  
ОТДЕЛЯТ РЕАЛНИТЕ ПРОБЛЕМИ,  
С КОИТО СЕ БОРИ ЕЖЕДНЕВНО  
ЕДНА ОБЩИНА.**

11 стр.

**ГАЛИНА СПАСОВА:  
ЗАКОНИТЕ НА МЕДИИТЕ НЕ СА  
НИ ПОДВЛАСТНИ, НИЕ НИКОГА  
НЯМА ДА ГИ ПРОМЕНИМ. САМО  
МОЖЕМ ДА ГИ РАЗБЕРЕМ И ДА СЕ  
АДАПТИРАМЕ КЪМ ТЯХ.**

13/14 стр.

**Работема: РОЛЯТА НА  
БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ  
В УСВОЯВАНЕТО НА  
ПРЕДПРИСЪЕДИНИТЕЛНИТЕ  
ФОНДОВЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ**

14/15 стр.

**ЗА МЕСТНАТА ВЛАСТ**

16 стр.

**КАЛЕНДАР**



## БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ И ФОНДАЦИЯ ЗА РЕФОРМА В МЕСТНОТО САМОУПРАВЛЕНИЕ

### ГОРДЕЕМ СЕ С РЕЗУЛТАТИТЕ, КОИТО ПОСТИГНАХМЕ ЗАЕДНО ПРЕЗ МАНДАТ 1999 - 2003

#### ⇒ ДИАЛОГ И КОНСЕНСУС 22 ДИСКУСИОННИ ФОРУМА С 2134 УЧАСТНИЦИ И 170 ПРЕПОРЪКИ КЪМ ЗАКОНОДАТЕЛИТЕ

Стимулирахме партньорство и ефективен диалог между различните нива на управление, отразяващ гледната точка и на местната власт. Постигнахме обществен консенсус за нужните законодателни промени в ключовите области регионално развитие, устройство на територията, общинска собственост, икономическо развитие.

#### ⇒ ПРОФЕСИОНАЛНО РАЗВИТИЕ 4000 ОБЩИНСКИ СЛУЖИТЕЛИ ОБУЧЕНИ В 158 СЕМИНАРА

Определихме актуалните потребности от професионално развитие на служителите в местното самоуправление. С помощта на лектори-практици, голяма част от тях действащи общински експерти, дадохме възможност на ръководители и специалисти от различни ресори да се обучават в интерактивни модули и програми.





### ⇒ ИНФОРМАЦИОНЕН ОБМЕН

**НАД 100 ИЗДАНИЯ**

**И 350 ИНОВАЦИОННИ ПРАКТИКИ**

Описахме и разпространихме в широка мрежа актуална информация и професионален опит.

Източник на две трети от публикациите в месечния бюлетин на ФРМС са представители на българските общини. Общината с най-много споделени иновационни практики за целия мандат е град Добрич. Община Силистра спечели първата награда „Община новатор“ за периода 1999 - 2002, а носителят на наградата за 2003 година ще бъде отличен през месец септември.



### ⇒ РЕАЛИЗАЦИЯ НА ПРОЕКТИ

**ИЗГРАДЕНИ 150 ОБЩИНСКИ ОБЕКТА  
С БЕЗВЪЗМЕЗДНА ПОМОЩ**

Посрещнахме належащи потребности на гражданите и решихме актуални проблеми в общините, като реализирахме:

- 88 благоустройствени проекта;
- 17 инфраструктурни проекта;
- 37 центъра за услуги и информация;
- 5 центъра за развитие и туризъм;
- 3 регионални стратегии за развитие;
- 3 общински маркетингови кампании;
- проекти на 18 регионални и професионални асоциации на общините.

На конкурсен принцип бе инвестирана донорска подкрепа от 2,84 млн. щ. д. и осъществени проекти на 65 общини и 161 нестопански организации, чийто собствен принос възлиза на 539 600 щ. д.



### ⇒ МЕЖДУНАРОДНО СЪТРУДНИЧЕСТВО

**ЕФЕКТИВНИ МЕЖДУНАРОДНИ МОДЕЛИ  
В 26 ОБЩИНИ**

Заедно развихме устойчиви модели за международно сътрудничество на общините. Чрез прякото партньорство на 13 общини с американски градове бяха осъществени 26 проекта от полза за общността и местното развитие. Успешните проекти бяха приложени в по-широк кръг български общини и така утвърдиха международното сътрудничество като източник на новаторски практики, заимствани от чуждия опит и адаптирани към българските условия в областите: местно икономическо развитие и маркетинг на общините, управление на публичната инфраструктура, управление на твърдите битови отпадъци, градоустройство, възстановяване и развитие на паркови зони.



### ⇒ УСТОЙЧИВО ПАРТНЬОРСТВО

**ПРЯКО И ПОЛЕЗНО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

Представителите на общините и служителите от екипа на ФРМС непрекъснато работиха заедно в равнопоставено и взаимно полезно професионално сътрудничество. Експертните познания и опит на широк кръг общински специалисти са в основата на всички дейности и програми на ФРМС през мандата. В работата си по конкретни общински проекти, стажове в общини, посещения по места и срещи в офиса на ФРМС, служителите на фондацията допринасяха с уменията си за утвърждаване на капацитета на местната власт.

**ФОНДАЦИЯТА ЗА РЕФОРМА В МЕСТНОТО  
САМОУПРАВЛЕНИЕ БЛАГОДАРИ НА  
ВСИЧКИ КМЕТОВЕ НА ОБЩИНИ,  
ПРЕДСЕДАТЕЛИ НА ОБЩИНСКИ СЪВЕТИ,  
ОБЩИНСКИ СЪВЕТНИЦИ, ОБЩИНСКИ  
СЛУЖИТЕЛИ И СПЕЦИАЛИСТИ  
ОТ МАНДАТ 1999 - 2003  
ЗА ДОБРОТО СЪТРУДНИЧЕСТВО  
И РЕЗУЛТАТИТЕ, КОИТО ПОСТИГНАХМЕ  
ЗАЕДНО В ОБЩИЯ НИ СТРЕМЕЖ КЪМ  
ПО-ДЕМОКРАТИЧНО И ПО-ЕФЕКТИВНО  
МЕСТНО САМОУПРАВЛЕНИЕ  
В БЪЛГАРИЯ!!!**

## ИМИДЖЪТ НА КМЕТА: ОТ ИЗБОРИ ДО ИЗБОРИ



На 12 юли, в рамките на третия работен ден от последното за мандата Общо събрание на НСОРБ в Боровец, Фондацията за реформа в местното самоуправление проведе Дискусионен семинар, озаглавен „Имиджът на кмета: от избори до избори“. За проявения интерес към темата свидетелства броят участници на семинара - над 80 души - по-голямата част от които кметове на общини.

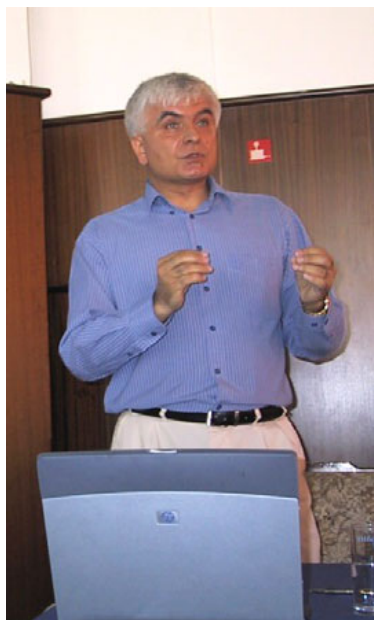
Презентатори на семинара бяха **Лъчезар Росенов**, кмет на Община град Добрич, социологът **Мира Янова**,

директор на МВМД, и журналистката **Галина Спасова**, главен редактор на „Хоризонт“ към БНР. Техните експозета с дълбоко познаване и чувство за хумор адресираха ключовите въпроси: как могат да се представят успехите на мандата като основа на позитивна предизборна кампания, какви са обществените нагласи и очаквания сега за разлика от 1999 г., как да се формулират правилни послания и др. С коментари от публиката в дискусиата се включиха кметовете на Сливница, Криводол и Разград.

Предлагаме ви интересни моменти от срещата.



### ЛЪЧЕЗАР РОСЕНОВ, КМЕТ НА ОБЩИНА ГРАД ДОБРИЧ:



От набора теми, които ми предложи г-жа Капитанова, аз избрах да се спра на три: как да се представят успехите на мандата като основа на позитивна предизборна кампания и, разбира се, неуспехите, които са неотделима част от нашата работа.

Искам да ви кажа няколко думи за това какви послания имах през 1999-а година, как стигнах до тях, бяха ли успешни и защо, и накрая да ви кажа няколко думи за това дали това, че си бил вече кмет или не, е плюс или минус за кампанията. Разбира се, всяка една от тия теми е много обширна, а аз разполагам с 15 минути, така че ще бъде кратък. В хода на дискусиата, мисля, че ще можем да се допълваме.

Ще започна със значението на отчета за работата на кмета. Трябва да кажа, че отчетът се подценява. Но той представлява неотделима и завършваща част от мандата. Ако не бъде направен добър отчет и той не бъде представен на гражданите, този мандат, дори и успешен, може да остане незабелязан. Подценяването на отчета до голяма степен лишава кметовете, които четири, осем или дванадесет години са се трудили, от паметта на съгражданите им.





### ОСНОВНИ ТЕМИ

- Как да се представят успехите на мандата като основа на позитивна предизборна кампания? А неуспехите?
- Какви послания сте имали? Как сте стигнали до тях? Кое от посланията е било най-успешно и защо?
- Опитът като кмет плюс или минус е?



Към отчета се отнасяме като към досадно задължение, което трябва да се направи. Отчетът представлява набор, често недообмислен, от изречения, събрани от служителите. А всъщност така, както има послания за изборите, така трябва да има и послания за отчета. Вие трябва да завършите Вашия мандат с ясни послания към гражданите: какво сте направили. Тези послания трябва да останат в главите им. Един критерий за това какви трябва да бъдат тези послания е да се върнете назад и да помислите с какво са запомнени вашите предшественици. Ще се убедите, че хората помнят за тях само няколко изречения: Това го направи този кмет, това го направи онзи кмет... И именно тази памет, която е съхранена през годините, ще ви насочи какви трябва да бъдат вашите послания в края на мандата.

Бих определил отчета като завършваща, неотделима фаза от мандата. Това е базата за подготовка на новата кампания. Вие не може да стартирате една нова кампания, без да направите равностметка какво всъщност е направено, без да използвате като плюс постиженията си и без да обясните по някакъв начин неуспехите, които имате. Сериозният подход към отчета е добро начало на предизборната кампания.

В същото време отчетът дава възможност на кмета да започне предизборната си кампания още през май или през юни, докато законът позволява това едва 30 дена преди изборите. Вие можете да стартирате много по-рано в качеството си на действащ кмет и това е едно от предимствата Ви.

Добрият отчет ограничава полето на действие на вашите конкуренти, които обикновено съобщават на избирателите, че по време на Вашия мандат нищо не е направено, че Вие сте напълно провален като кмет, че това са четири загубени години за общината и сега с новия човек ще започне историята и той ще прави всичко отначало...

Правейки добър отчет, Вие силно ограничавате възможностите за такива действия.

### ЗНАЧЕНИЕТО НА ОТЧЕТА

- Отчетът се подценява, но всъщност той е неотделима част от мандата.
- Предизборната кампания се обмисля, отчетът се смята за нещо елементарно.
- Така както има послания за изборите, трябва да има послания и за отчета.
- Върнете се назад и помислете с какво са запомнени Вашите предшественици. В това е истината.

### ЗНАЧЕНИЕТО НА ОТЧЕТА - 2

- Завършваща фаза на мандата.
- Необходима база за подготовката на новата кампания.
- Дава възможност на кмета да започне законно по-рано кампанията си за нов мандат.
- Ограничава полето за действие на конкурентите.

### НЯКОИ ИЛЮЗИИ

- Гражданите помнят какво е направено.
- Нещата, които сте вкарали в ред, са забелязани.
- Имате документи и снимки за всички важни събития.
- Някой се е постарал да запише или съхрани добрите думи, казани за Вашата работа.
- Медиите ще отразят всичките Ви достойнства.

Една от илюзиите, които имаме ние като кметове, е, че гражданите помнят какво е направено. Това просто не е вярно. Това, което правите, минава и отминава. Поговорете с някой от приятелите си, за да видите какво са запомнили от нещата, които са направени. Ще установите, че то е много малко.

Друга илюзия е, че нещата, които сте вкарали в ред, се забелязват. Това не е така. Аз бих оприличил общината на орган в организма, да кажем сърцето. И ако абсолютно всичко в общината е наред, гражданите няма да забелязват, че има община. Както, ако сърцето е здраво, човек не забелязва как бие то. Гражданите забелязват това, което не е наред, а това, което сте усъвършенствали, те не смятат за Ваш плюс.

Следваща илюзия е представата, че имате документи и снимки за всички важни събития, които са се случили. Когато съберете купчината със снимки, ще установите, че на 90 на сто от тях сте някъде с приятели, с чаши в ръце и си казвате „Наздраве!“ по някакъв повод. Едната от възможностите да компенсирате това е да потърсите в архивите на фоторепортерите, но и там не всичко се съхранява. Малко са кметовете, които систематично събират материали през мандата си и са в състояние накрая да предложат документални, визуални свидетелства за това, което е правено през мандата.

Още една илюзия е, че някой се е постарал да запише или да съхрани добрите думи, казани за Вашата работа - това също не е вярно. Ако някой го прави, то това сте Вие или Ваш съмишленик. През годините са казани много неща за Вашата работа. Получили сте много адмирации от хората, които са посетили Вашата община, от хора, които са присъствали на едно или друго събитие. Лошото е, че се сещаме за това, че тези оценки на нашата работа ще ни трябват, в края на мандата или когато трябва да напишем нещо... Но те обикновено изчезват.

Илюзия е и идеята, че медиите ще отразят Вашите достойнства. Тука не искам да се разпростирам (пред журналист и социолог) на тази тема, но хубавата новина не е новина и Вие го знаете много добре от ежедневната си практика. Така че не разчитайте точно медиите да са тия, които ще изградят Вашият имидж.

Ще се спра и на някои проблеми, така както ги виждам.

Гражданите и местните медии нямат база за сравнение. Всъщност вие може би сте пилотна община и сте направили най-доброто нещо в България, каквото няма в страните от Централна и Източна Европа! Но гражданите нямат база за сравнение, нямат база, на която да го оценят. За съжаление и местните медии нямат такава база. За националните не искам да се

### НЯКОИ ПРОБЛЕМИ

- Гражданите и местните медии нямат база за сравнение.
- Обещанията на всичките Ви съперници от миналите избори са акумулирани върху вас.
- Заслужено или не, и успехи, и проблеми имат предимно един адрес - действащия кмет.
- Служителите Ви са чиновници, а не политици и си пишат отчетите като чиновници.

простирам. Тоест отсъства критерият, на който може да се стъпи, за да се оценят Вашите усилия.

Един от много сериозните проблеми е, че каквото и да сте приказвали в предизборната си кампания, върху избрания кмет се акумулират обещанията, дадени от всички кандидати. И Вие сигурно сте се сблъскали с това, когато са Ви казвали: „Ти обеща това да стане“, за нещо, което не сте и помисляли да споменавате. Но в процеса на кампанията гражданите са заливани с толкова много обещания, които влизат в главата им, че те не правят разлика кой какво е обещал, те просто търсят обещаното.

Заслужено или не и успехи, и проблеми имат един адрес и това е действащият кмет. В това има и плюсове. Ако пет инвеститора са дошли във Вашата община, без общината да си е мръднала пръста, и има работни места, Вие сте добрият кмет. Ако сте се скъсали от работа, обаче ВиК са минали и са ви разкопали улиците, Вие сте виновни, нищо че предприятието е държавно. И това се превръща в много сериозен проблем, когато се отчитат мандатът. Ако ръстът на инвестициите показва, че общината Ви е жива, че има интерес към нея, че тя не е със затихващи функции, ще можете да превърнете в свой „плюс“ този факт, независимо, че Вашият личен принос като кмет не е толкова голям, но обстановката, която сте създали, и начинът, по който се развива общината, са положителни.

Друг проблем е, че Вашите служители са чиновници, а не са политици. И не могат да Ви напишат отчетите като политици. Те ще са подготвени съвсем формално и няма да вършат политическа работа.

### КАК ДА СЕ ПОДНАСЯТ ФАКТИТЕ?

- „Дава редовно заплатите“ - не става!
- „В училищата имаше осветление и отопление“ - не става!
- За Вас това е постижение, защото си знаете как сте го направили.
- Но за гражданите това просто си е задължение на общината. Трябва да направите успеха си видим от тяхната гледна точка.



### КАК ДА ПРЕДСТАВИМ УСПЕХИТЕ?

- Сами обмислете съдържанието. Никой по-добре от Вас не знае към какво сте се стремили и защо сте правили едно или друго нещо.
- Може да наемете професионалисти да ви подготвят структурата на отчета, графичното оформление, начина на представяне, можете да поискате Вашите служители да Ви подготвят материалите, но ако Вие не обмислите и уточните сам съдържателната страна, рискувате много.
- Бъдете кратки. Вместо огромен отчет, който никой не чете, по-добре направете проста таблица: „Обещах - Изпълних“.
- Езикът на отчета трябва да е пределно ясен, прост, разбираем, достъпен.
- Търсете максимална нагледност, използвайте графики, диаграми, снимки, но внимателно ги обмислете от гледна точка на възприемане.

Преди всичко, смятам, че Вие като кметове сами трябва да обмислите съдържанието на това, което представяте пред Вашите съграждани, защото никой по-добре от Вас не знае какво сте правили и защо сте го правили, кое смятате за „плюс“, кое смятате за разочарование и какви са бъдещите Ви планове, какво ще промените. Разбира се, трябва да се използват професионалисти, които да Ви посъветват каква да е структурата, какво да е графичното оформление, какви да са формите за отчитане и така нататък. Но ако Вие лично не направите съдържателната част на Вашия отчет, рискувате изключително много.

Изключително важно е да сте кратки. Никой не чете дълги отчети. Оказва се обаче, че когато натрупате купчината от отчети на Вашите служители, е изключително трудно да се обобщава. Както е казал Оскар Уайлд: „Нямам време да ти пиша кратко, затова ти пиша дълго.“

Иска се страшно много време и мислене какво да изкараш от цялата тая купчина. Убеден съм, че е по-добре да направите една таблица „Обещах - изпълних“ и да я дадете на гражданите, отколкото да напишете десет страници отчет, който никой няма да прочете.

Езикът на отчета трябва да бъде пределно ясен, прост, разбираем и достъпен. Вие ползвате професионална терминология, която не е позната на гражданите. Тоест начинът, по който се изразявате, трябва да бъде съобразен с гражданите.

По подобен начин трябва да се мисли, когато се търси нагледност чрез диаграми, графики, снимки. Те трябва да могат да бъдат възприемани. В нашата община много дълго време мислехме, как да отчетем (аз отчитам осем

години работа в момента) финансовите условия, в които сме работили, което е изключително трудно. Защото имаше, знаете, инфлация, имаше най-различни условия, смяна на правителства и така нататък. Накрая решихме, че може би е най-добре да видим средногодишно на един гражданин с колко бюджет сме разполагали: оказаха се около 230 лева. И да покажем от тази средногодишна сума за един гражданин колко са отишли за заплати и осигуровки, колко - за горива, колко - за електроенергия. Оказа се, че като разпределиш така купчинката с пари, за функциите на общината остават много малко. Аз не виждам по-нагледен начин от този (сигурно има и по-добър начин, но за нас това е един много добър начин) да покажем при какви финансови условия сме работили през осемте години и с какво сме разполагали. Така че в диаграми, в които има препратки, различни цветове, малки кутийки, от които трябва да видиш цвета, пък после да потърсиш сектора с този цвят на диаграмата - в такива диаграми никой не може да се ориентира.

Как да поднасяме фактите? „Дават редовно заплати“ - не става. (Ние сме давали редовно заплати и това по какъв начин да го представим също беше предмет на дълбок размисъл.) Не става и „в училищата имаше отопление и осветление“. И то не става, защото, макар за Вас това да е голямо постижение и Вие да знаете как сте го постигнали, според гражданите така трябва и да бъде. Това е нещо, което се разбира от само себе си. Така че, това, което за Вас е голямо постижение, за гражданите е в реда на нещата и те няма да могат да разберат какво пък толкова се хвалите с това.

Вашият успех трябва да бъде направен видим с очите на гражданите. Трябва да се формулират прости, цялостни заключения за мандата, които да останат в съзнанието им.

Има и групи от населението, които не се интересуват от това, че Вие сте компютъризирали общината, например, или напредвате в е-Управление или сте направили фронт-офис - това нищо не им говори. Трябва да имате и послания за ромите, например, или за хора, които имат твърде малко очаквания, тоест, искат да бъде решен един, но техен въпрос и каквото и да им говорите, те се интересуват от техния си въпрос. Трябва да имате отговор и за тях.

Не правете залпов отчет. Разполагате с достатъчно време и имате възможност да разпределите отчета в него. И така, през цялото време трябва да се водите от съзнанието, че това не е еднократен акт. Това, което сте правили четири години, не може да бъде възприето за половин час, в който Вие на пресконференция или някъде другаде ще кажете какво сте направили. Използвайте времето по-дълго, така, за да внушавате успехите, които сте постигнали. И, разбира се, дайте възможност и на други да говорят за Вашите успехи. Прив-

лечете хора с обществено влияние. Вие правите курси, фестивали и така нататък. Обърнете се към хората, които са присъствали на тях и които са с добро чувство към Вас и наистина отчитат това, което сте направили. Те могат да кажат няколкото добри думи.

Доброто отношение към Вашия мандат се формира за около половин година и всяка възможност за това трябва да бъде използвана. Това е времето, когато сте най-уязвими и най-критикувани и трябва да използвате всяка своя възможност.

Споделете успеха с кметския екип, с общинския съвет, с неправителствените организации, защото това ще ви даде възможност да поделите и неуспехите. Не бъдете ревниви и не изземвайте всички успехи, благодарете и правете съпричастни хората на постиженията си, те пак ще искат да се идентифицират с Вашия успех. Те са Вашите гласоподаватели. Всички, на които Вие благодарите искрено за това, че са Ви помогнали, ще Ви поддържат и за следващия мандат.

И нещо от областта на тактиката, което, мисля, е много характерно за българския политически живот. Обявявайки в публичното пространство, че Ваши преки конкуренти са съпричастни на Вашия успех, Вие постигате два много сериозни резултата: първо, стеснявате техните възможности за атаки и, второ, така им създавате изключително много проблеми в тяхната политическа централа или в щаба им. Аз наблюдавах това през 1999-а година и не вярвах на очите си, когато хората, с които бях работил успешно през първия мандат, бяха набутани в дъното на листите. Тази година наблюдавам същото. Хората, с които работихме добре, са в дъното на листите и те веднага тръгнаха да работят против своите кандидати.

Не разчитайте на местните вестници да Ви свършат работата по отчета. Защото много малко хора се информират реално от местните вестници. Ако направите проучване, ще видите, че информацията идва основно от централните издания - и поради тираж, и поради качеството на информацията. Много малко хора се информират от местни вестници, а отчайващо малко пък четат големи материали. Освен това качеството е много ниско, печатът е едноцветен... Всичко това говори, че трябва да се търсят други форми.

Дотук за успехите.

Неуспехите?

Честността е най-добрата политика, абсолютно съм убеден в това. Трябва да гледате да обяснявате какво Вие сте правили. „Световният империализъм“ е универсалният виновник, но гражданите няма да разберат това. Те ще Ви простят, ако честно си признаете какво не сте

### КАК ДА ПРЕДСТАВИМ УСПЕХИТЕ?

- Не правете „залпов“ отчет. Разпределете го във времето. Отчетът не е еднократен акт, а процес. Той изисква продължително въздействие върху гражданите, за да бъде възприет.
- Дайте възможност и на други да отчитат постигнатото, привлечете хора с обществено влияние да кажат мнението си за Вашата работа.
- Споделете успеха с кметския екип, с общинския съвет, с неправителствените организации. Така ще разделите и неуспехите.
- Благодарете, правете хората съпричастни на постиженията си. Те пак ще искат да се идентифицират с него.
- Ще постигнете сериозни тактически резултати, споделяйки заслугата за постигнатите успехи със съперниците си. Стеснявате възможностите за атаки. Предизвиквате проблеми в отношенията в политическите им партии и предизборните им щабовете.
- Не разчитайте на местните вестници да Ви свършат работата по отчета: ще се изненадате, като установите колко нисък процент от хората се информират от местния печат; ще се отчаяте, като разберете, колко от тях прочитат обширните материали, като отчети например; качеството обикновено е ниско, печатът е едноцветен.

успели да направите и няма да Ви простят, ако ги заблуждавате, прехвърляте вината на някой друг и се правите, че все едно нищо не е станало. Това е просто изключено. Хората са много чувствителни, болезнено чувствителни вече. Това, което, според мен, трябва да се прави, е: ненаправеното и грешките трябва да бъдат изложени честно, но трябва да покажете разбиране на проблема и стъпки, които сте предприели и ще предприемете. Освен това, трябва да покажете развитие: „Опитах се, не го направих. Ходих в Щатите и там видях, че се прави по друг начин и в следващия мандат ще го направим и ние така...“ Между другото, така ще обясните някои от пътуванията си в чужбина.

### КАК ДА ПРЕДСТАВИМ НЕУСПЕХИТЕ?

- Изложете ненаправеното и грешките, но покажете разбиране на проблема и стъпките, които сте предприели.
- Демонстрирайте развитие - „Това го мислех така, но не стана. В САЩ видях, че се прави по друг начин, ще го направим и ние!“
- Така мимоходом ще оправдаете и пътуванията си в чужбина.





### Посланията?

Никои не чете платформи (не съм сигурен даже, че предизборните щабове четат платформите на конкурентите си - един голям екип пише нещо и то остава някъде). Това, което е работило през 1999-а година, със сигурност няма да сработи през 2003-та. Всъщност това, което влиза в главите на хората, са Вашите послания. И те имат решаващо значение. Няма универсални рецепти, а и аз не се наемам да давам рецепти. Посланията касаят конкретната община, конкретното населено място даже - там, където в общината има няколко населени места.

Трудно е да измислиш послание. През 1999-а година аз бях в ситуация, в която и БСП, и „Коалиция за България“, и ОДС бяха абсолютно сигурни, че в Добрич ще спечелят изборите и че ще имат мнозинство в Общинския съвет. С мене просто не се съобразяваха. И, разбира се, основното, което се опитвах да направя, беше да направя добри послания. Едното от тях беше визуално. И всъщност моето внушение беше, че аз съм кмет: каквото и да говорят другите - кметът е Росенов. А другото беше един много малък текст, който съм кръстил „философия на управлението“, който е от осем кратки твърдения, които ми дадоха възможност през цялата ми кампания много гъвкаво да си служа с тях. И сега при отчета също ми помагат.

### ОПИТЪТ КАТО КМЕТ „+“ ИЛИ „-“?

- Всеобщо е мнението, че участието във властта носи негативи за следваща кампания.
- Направете си честно равностойно положение на негативите и ако преобладават, просто не се кандидатирайте.
- При правилно построена кампания опитът от предишен мандат е значителен плюс.

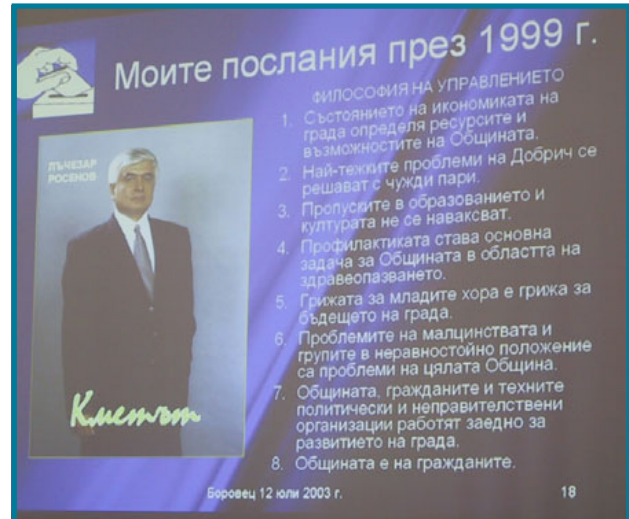
Всеобщо е мнението, че участието във властта носи негативи. Ако наистина, след като претеглите плюсовете и минусите на това, което сте постигнали, решите, че негативите са повече, просто се откажете от кампанията. Обаче при правилно построена кампания опитът от предишна кампания е значителен „плюс“.

Всеки от новите кандидати идва със своите „800 дни“. Тези кандидати просто нямат представа за какво става дума. Ако той/тя не е бил/била заместник-кмет или не е вътре в общинската работа, всеки един от тях идва със своите илюзии, със своето незнание. Те са оптимисти, защото не знаят. Вие можете да ги приземявате през цялото време. Вие знаете нещата и можете да говорите реални неща. Това е огромен „плюс“, който трябва да използвате.

Споделете всичко с конкурентите, защото, давайки

### ПОСЛАНИЯТА

- Имат решаващо значение за кампанията. Никои не чете платформи.
- Няма универсални рецепти. Това, което е сработило на миналите избори, вероятно няма да въздейства на тези. Това, което е успешно в една община, може да доведе до лоши резултати в съседната.



### Моите послания през 1999 г.

#### ФИЛОСОФИЯ НА УПРАВЛЕНИЕТО

- Състоянието на икономиката на града определя ресурсите и възможностите на Общината.
- Най-тежките проблеми на Добрич се решават с чужди пари.
- Пропуските в образованието и културата не се наваксват.
- Профилактиката става основна задача за Общината в областта на здравеопазването.
- Грижата за младите хора е грижа за бъдещето на града.
- Проблемите на малцинствата и групите в неравностойно положение са проблеми на цялата Община.
- Общината, гражданите и техните политически и неправителствени организации работят заедно за развитието на града.
- Общината е на гражданите.

им информация, вие стеснявате полето им за маневреност. Накарайте ги да работят за вас. Давайки им Вашите успехи, базата, те или трябва да стъпят на нея



и да работят за Вас, за Вашия имидж, или трябва черногледо да я отричат, което хората ще видят.

И последно, също от областта на тактиката. Обмислете на кого от съперниците да помогнете пряко, защото Вие като кмет имате изключителен ресурс. Можете да изберете на кого да помогнете, къде да разсеете гласовете. Не всички кандидати са тръгнали с мисълта, че ще станат кмет. Някои от тях имат по-скромни намерения - да станат съветник или просто да станат популярни. Преценете. Не разчитайте на политическите центри, те имат свършено други виждания как трябва да си направите кампанията. Но Вие се явявате като кандидат и Вие трябва да си подготвите нещата. Разсейте гласовете където трябва, помогнете на някои от кандидатите да се представят достойно, те ще бъдат Ваши верни съюзници в бъдещия Общински съвет.

## МИРА ЯНОВА, МВМД:



През мандата 1999 - 2003 година в социално-икономически план се наблюдават два процеса. Единият е процесът на икономическа стабилизация. Този процес е важен, защото той даде въз-

можност на общините да започнат да осмислят локалната си проблематика, да започнат да гледат на събитията вече не от ъгъла „какво става в държавата въобще“, а „какво става на нашето място, в нашия град“. Затова вторият, много съществен момент на този мандат е, че сега, правейки нова серия от изследвания, виждам събуждането на общините. Изключително се чувствам щастлива за това, че много общини започнаха да се осъзнават като такива, че вече не се сещат, не се осъзнават едва ли не под крилото на София, под крилото на държавата, че са започнали да разбират, че имат местни ресурси, които могат да мобилизират. Вие ще видите в част от данните, че такъв процес тече, а възползвайте се от това и там, където това не се е случило, гледайте на бъдещия мандат като на мандат на регионализма.

### СРАВНЕНИЕ В ДОВЕРИЕТО В:

	юни 1999	юли 2003
<b>МИНИСТЪР ПРЕДСЕДАТЕЛЯ</b>		
Доверие	41%	29%
Недоверие	45%	60%
<b>ПРАВИТЕЛСТВОТО</b>		
Доверие	46%	21%
Недоверие	41%	69%
<b>ПАРЛАМЕНТА</b>		
Доверие	35%	15%
Недоверие	52%	76%

Като цяло и министър председателят, и правителството, и парламента са с доста по-нисък авторитет, отколкото това е било през 1999 година. Но това не означава автоматично, че вие, критикувайки правителството или министър-председателя, или парламента, печелите точки. През 1999 година имаше популярни личности, виждате, че в момента практически липсват такива.

### НАЙ-ПОПУЛЯРНИ ЛИЧНОСТИ

	доверие	недоверие
<b>1999</b>		
Петър Стоянов	66%	26%
Богомил Бонев	61%	25%
Стефан Софийски	60%	22%
Надежда Михайлова	55%	31%
Никола Филчев	41%	20%
<b>2003</b>		
Бойко Борисов	67%	24%
Георги Първанов	56%	34%
Стефан Софийски	40%	45%
Соломон Паси	40%	49%

Готовността за участие в местните избори е резултат от общото недоверие в политиката. Сигурните, че ще участват в местните избори, през октомври месец са едва 33% - наполовина спрямо това, което сме регистрирали през 1999 година. Истината е, че хората се чувстват тотално несигурни, че политическото действие може да им донесе дивиденди, може да реши някакъв техен личен проблем. Те се чувстват изоставени. Те се чувстват като едно стадо, което е останало без пастир, не вярват, че политиките могат да им помогнат, не



вярват, че могат да им решат някакъв проблем.

#### ПОЛИТИЧЕСКА ОПРЕДЕЛЕНОСТ НА ИЗБИРАТЕЛИТЕ

	юни 1999	юли 2003
<b>ПОЛИТИЧЕСКИ</b>		
<b>ИДЕНТИФИЦИРАЩИ СЕ</b>	<b>60%</b>	<b>45%</b>
В т.ч.		
ОДС	33%	
БСП	17%	17%
СДС		8%
НДСВ		10%
Други	10%	11%
<b>НЕОПРЕДЕЛЕНИ</b>	<b>40%</b>	<b>55%</b>

Нашето общество, помнете това, е застаряло, едно от най-застарелите в Европа, то не говори на езика на младите - един огромен проблем за нас самите. В този смисъл може би е нужно в екипа на кметовете да се помисли за сериозно младежко присъствие, защото те ще внесат друга комуникация, друг начин на мислене, друго светоусещане.

Всички изследвания показват, че политическата идентификация играе намаляващо значение в българския политически живот и в този смисъл одобрявам поведението на онези кметове, които искат да представят работата си като личности, независими от партийните централи. Още повече, че и партийните централи доста често дават основания за разочарования в действията си. Искам да кажа, че формират също този общ, негативен климат. Ето, да сравним какви са били проблемите на хората през 1999 година, когато те са ги осъзнавали и през 2003-та.

#### НАЙ-ТЕЖКИ ПРОБЛЕМИ ПРЕД ХОРАТА В СТРАНАТА

	май 1999	май 2003	
безработица	66%	безработица	75%
бедността	62%	бедността	56%
престъпност	52%	корупция	38%
корупция	30%	престъпност	27%
неработеща		здравеопазване	23%
икономика	24%	неработеща	
здравеопазване	18%	икономика	23%
лошото	14%	лошото управление	21%
управление			

През 1999 година водещ проблем е безработицата, следвана от бедността и престъпността. Забележете високите проценти, с които са показани и трите основни проблема и по-сериозното отстояване на следващите след тях. На четвърто място е била корупцията. Безработицата продължава да бъде номер едно, при това с увеличаваща се дистанция спрямо останалите проблеми. Бедността е намалила значението си, запазвайки второто място, но корупцията сериозно е изпреварила престъпността като е качила процента си. Престъпността вече е сериозно застигана от друг сериозен проблем. Това е реформата в здравеопазването. Не трябва да се подценява в този смисъл вашата работа във връзка с общинските болници. Хората се чувстват, повтарям ви това, като стадо без пастир.

#### НАЙ-НАЛЕЖАЩИ ПРОБЛЕМИ В ОБЩИНИТЕ

##### Големи общини

София - юни 2003		Пловдив - април 2003	
Бездомните кучета	25%	Пътища, улици	21%
Чистотата	22%	Чистотата	18%
Дупки по улиците	16%	Безработица	11%
Нови булеварди, улици	6%	Улично осветление	8%

##### Малки общини

Петрич - юни 2003		Свиленград - април 2003 г.	
Пътища, улици	29%	Безработица	23%
ВиК	10%	Улиците	19%
Безработица	7%	Здравеопазване	7%
Чистота	5%	Чистота	7%

През 1999 година хората, когато ги питахме за проблемите на общината, буквално папагалски повтаряха проблемите на страната. Тоест и там започваха с „безработица, обедняване, корупция, икономиката не работи“ и така нататък. Обаче, струва ми се, че **големият пробив на местните управи, избрани през 1999 година**, е в това, че благодарение на тяхната работа хората започнаха да отделят онези неща, които биха могли да свършат в тази сфера, от реалните проблеми, с които се бори ежедневно една община. Хората, както виждате, не поставят въпроса за бедността, за безработицата, а са изцяло фокусирани върху бездомните кучета, чистотата, дупките по улиците, новите булеварди и улици, в очакването да бъдат направени нови булеварди и улици. Подобно е положението, както виждате, и в Пловдив, един град е с позитивно икономическо развитие.

Когато безработицата, тоест общите проблеми на страната, отстъпят място на такива проблеми като пътища, улици, канализации, водопровод, чистота и така нататък, това означава, че голяма част от проблемите

вече се фокусират върху местните неща, които тревожат хората и които смятат, че са в прерогативите на един кмет да реши от тук нататък.

Сега ще ви кажа и няколко думи за посланията. Посланието трябва да бъде едно или две неща и те да бъдат ясни и прости, да се изразяват от не повече от три-четири думи. Никакви дълги, пространни, сложни, наукообразни изречения. Помнете, че който говори наукообразно, той просто възпроизвежда една традиция, която беше преди: че който говори най-неясно, той е най-умният. Това беше по Живково време. Забравете този подход.

Фокусирайте се върху локалната проблематика, върху локалните проблеми и кажете три-четири неща, които са ясни за хората. Хубаво е, ако посланията ви изхождат, се извличат на база информацията и изследванията за проблемите.

Изключително тъжно е да гледаш едно общество, първо, застаряло, второ, неефективно, трето - вгледало се в пъпа си и, четвърто, необразовано. Ние не интегрираме нискообразованите, малцинствата, социално-слабите в образователната система, а това утре ще ни докара невероятни проблеми, защото това означава хора, които не могат да се интегрират на пазара на труда, хора, които ще носят безработица, престъпност, социални проблеми.

Именно защото сме застарели, ние сме обърнали гръб на надеждата. Обществото е заредено с негативизъм. Някой си мисли, че като плиска с кал някого, от това той самият ще блесне, а е точно обратното. Знайте, че, плискайки с кал съперниците си, на практика вие задължително оцапвате и себе си. Още повече, че нашето общество, именно заради този войнстващ негативизъм, който цари навсякъде, на практика губи социалната си база, социалната опора за каквото и да било социално действие, за каквато и да била промяна. Между впрочем, тук няма невинни. Тук не са виновни просто партиите, които и в момента за съжаление създават основание и усещане за вътрешни конфликти, неразбории, скандали и така нататък. Тук сме виновни всички ние, които по някакъв начин представляваме елита на държавата, всички ние, които в безсилието си казваме: „Ами да, тука нищо не става.“

Така че заредете с оптимизъм кампанията си, ако искате да привлечете младите, накарайте ги да гледат позитивно, дайте на хората усещане за перспектива. Като кажете - „Да, ето, аз в този мандат успех да свърша, примерно, да направя един булевард, да обновя фасадите на централната улица“, нищо че всичко това не е направено само с вашите усилия, но нека хората видят тази промяна. „Следващия мандат, ви казвам, ще бъде направен този булевард, тук ще имаме нови магазини и така нататък.“ Но използвайте конкретни послания. И то неща, които да могат, именно защото са прости, да влязат в главите на хората.



## ГАЛИНА СПАСОВА, БВР:

Кметът, персоната на кмета е чудесна възможност да се акцентира върху нещо, което е принципно ново за България. От десетилетие акцентът в нашето живеее започва да отива не към колектива, а към конкретната персона. Ние всички знаем, че има общини, които са изправени пред едни и същи трудности и предизвикателства, с които трябва да се справят. Въпреки това в начина, по който те се справят, има големи разлики. Което означава, че персоната на кмета е страшно важна. И сега е моментът Вие да покажете, ако вече сте били кмет, както сте били, да акцентирате върху Вашата персона, и това е принципно важно за медиите. Защото съвременните медии започват да се стремят да изместват ъгъла, погледа, да акцентират върху конкретен човек, върху персона, върху човешка история. Това са неща, които само преди десетина години оставаха малко встрани. Ние гледахме на живота си по-скоро институционално, по-скоро се обръщаме към институцията, отколкото към конкретния човек.

Друго обстоятелство, което смятам, че е важно да отчитате като характеристика на нашето българско живеее в момента, е изначалното подозрение на българите, че властта, в това число и местната власт, е много податлива и непременно е свързана с някаква облага. И това изначално подозрение на всичко отгоре като утежняващо обстоятелство според мен се комбинира с това, че е една повсеместна, битова практика в България. От една страна, хората постоянно подозират в корупция тези, които са овластили. От друга страна, на всекидневно, битово ниво това някак си не е осъдително.

Следващото нещо, което е различно за България, е, че на всички управленски нива и като приближават изборите, все повече ще чуваме: „Има проблем в комуникациите“. Има такъв проблем. Ето защо работата ви с медиите, вашето образование за това как да работите с медиите и обучението на вашите отдели, спе-





циално формирани за работа с медиите и с обществеността, трябва да бъде акцент в следващата ви работа.

Не разчитайте на медиите да изградят вашият имидж, това не е тяхна работа. Медиите не работят за вас. Те работят за своята аудитория. И не разчитайте на медиите да бъдат активната страна. У нас все още масово се смята, че когато вършим нещо добро, положително за хората, когато имаме човешки ориентирана стратегия и добре я осъществяваме, то медиите са длъжни да го забележат и да го покажат по съответния добър за нас начин. Това е остаряло схващане. В отношенията с медиите активната страна винаги е институцията. Вие трябва да направите така, щото това, което искате да кажете на гражданството, да достигне до него чрез медиите, но вие първо трябва да заинтригувате медиите.

Друго нещо, което трябва непременно да се съобщава, според мен, е отсъствието на нагласа да акцентираме и да възприемаме приемствеността. Много добро впечатление прави, ако вие подчертаете приемствеността. Ако по време на вашия мандат са газифицирани няколко училища, това е много хубаво и го кажете по подходящия начин. Само че ще бъде много хубаво, ако не пропуснете да споменете, че примерно, при вашия предшественик е започнала тази газификация, а при неговият предшественик е подписан договорът. Това създава усещане за сигурност у хората.

Искам да наблегна на въпроса за езика. Той е изключителен проблем за медиите, включително и за журналистите в медиите. Ако вие ще говорите на гражданите за, например, инфраструктура, по-добре им кажете нещо конкретно, кажете им, че ще бъде направен този или е направен онзи път, или са направени тези два тротоара оттук до тук. Вместо да говорите, примерно, за комуналното обслужване, кажете нещо конкретно, примерно: закупени са или ще бъдат закупени два автомобила, които ще събират боклука или двадесет нови кофи.

Това, което искам непременно да подчертая, е как да реагирате на неблагоприятна ситуация, когато има някаква публикация за вас. Никога не влизайте във война с журналистите! Тази война няма как да бъде спечелена. Днешното време е времето на медиите и затова има цели институти в света, които работят за това как да представим своя имидж, как да изградим своя имидж чрез медиите. И тези правила, които се изработват в тези институции, категорично забраняват да се скарваме с медиите. Да ги поучаваме - също. Да им казваме какви въпроси да ни задават - също.

Не фаворизирайте журналисти. Това е изключително вредно за вашата работа. Не бива да има никакво предпочитание към медиите. Има кметове, които дори преценяват сами коя информация би била важна за националните медии и коя би била важна и интересна

само за местните. Оставете журналистите сами да си преценят. Понякога дадена информация, която вие считате за абсолютно маловажна за националните медии, може да се окаже интересна за тях в този момент, защото те искат да я вържат в една по-цялостна тема, в един обзор, представен, да речем, в цялата страна. Оставете това на медиите да решават сами.

Също толкова опасен е флиртът с журналистите. И високомерното отношение, и прекомерно близките отношения са вредни.

Никога не забравяйте, че журналистът, дори и в неформален разговор с вас, е на работа.

Никога не забравяйте, че ако не искате да прочетете нещо или да чуете нещо, казано от вас, не бива да го казвате.

Никога не забравяйте, че има значение с кого седате на софра. Това се вижда, особено в малкия град.

Искам да ви насоча към нещо много важно за всички нива на властта у нас: хората не знаят какви са правомощията на отделните власти. Хората искат от кмета и очакват от кмета неща, които по принцип не са негова работа. Имайте го наум при следващ мандат: това да е един от вашите приоритети - да обясните на достъпен език, с една стройна стратегия на хората - какво вие можете.

И непременно имайте предвид, че журналистите смятат масово (и с това завършвам), че си имат работа с непрофесионални „Връзки с обществеността“, служби за „Връзки с обществеността“. На много места случайно попаднали хора не умеят да формулират най-важното, което трябва да се каже, хора, които организират редовни пресконференции, в които кметът един час разказва според него важни, но от гледна точка на журналистите абсолютно скучни и приспиващи ги, ненужни неща. Голямо майсторство е, когато свика журналистите, този ваш ПР-отдел да формулира в половин страничка най-важното, ама така да го формулира, че на журналиста да му хване окото.

Нобичайното, различното е новина. Затова вашите добри новини трябва да имат по-необичаен, по-различен характер. Иайте предвид, че законите на медиите не са ни подвластни, ние никога няма да ги променим. Ние само можем да ги разберем и да се адаптираме към тях. А те са толкова прости, колкото проста е комуникацията в едно малко село. Когато жените си седнат пред къщите, там, на мегдана, по вечерно време и започнат да си говорят нещо, те говорят ли си за обичайните неща? Те не си говорят: „тази нарами мотиката и отиде на работа“. Те си говорят, че някой може би е прескочил тази нощ нечий плет, че някоя жена се е облякла по-необичайно. Те винаги говорят за нещо различно. Това са законите на комуникацията. Затова произвеждайте нещо различно, ако искате то да влезе в медиите. ◆



## РАДИОТЕМА: РОЛЯТА НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ В УСВОЯВАНЕТО НА ПРЕДПРИСЪЕДИНИТЕЛНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

*15-тото поредно издание на съвместната рубрика на Българското национално радио и Фондацията за реформа в местното самоуправление „Общински радиофорум“, излъчена на 26 юни, бе посветена на темата за ролята на българските общини в усвояването на предприсъединителните фондове на Европейския съюз. Събеседници по темата бяха Димитър Матев, заместник председател на Балканския институт по труда и социалната политика, и Мирослава Георгиева, директор на дирекция „Развитие на селските райони и инвестиции“ в Министерството на земеделието и горите. В разговор с тях потърсихме отговори на въпросите: Какъв капацитет притежават общините за управление на средства от фондовете на ЕС? Какво е значението на гражданското участие в този процес? В предаването се включиха с примери от практиката на своите общини кметовете на Мадан Валентин Гаджев и на Тополовград - Данчо Трифонов.*

*Представяме ви интересни моменти от предаването.*

### **ДИМИТЪР МАТЕВ, ЗАМЕСТИК ПРЕДСЕДАТЕЛ НА БАЛКАНСКИЯ ИНСТИТУТ ПО ТРУДА И СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА:**

Предприсъединителните програми са модерна и много популярна тема напоследък. Интересното е, че доста малко хора знаят какво точно се крие зад тях, защо ги дават, откъде тръгват и какъв е интересът на Европейския съюз да дава такива предприсъединителни фондове на страни като България.

Структурната политика е нещо, което Европейският съюз е измислил, още когато се е създавал. Съвсем образно тази структурна политика би могла да бъде определена като Робин Худ: взима от по-богатите, по-развитите региони на Европейския съюз и дава на по-недоразвитите, за да може да се изравни разликата между тях. Предприсъединителните инструменти играят точно тази роля. Те имитират структурните фондове на Европейския съюз. Два от основните фондове на Европейския съюз са Европейският фонд за регионално развитие и Европейският социален фонд. Те се имитират от програма „ФАР“. Практиката на страните членки на Европейския съюз показва, че най-големият фонд е Европейският фонд за регионално развитие, той координира и всички структурни фондове.

В процеса, наречен „предприсъединяване“, „предприсъединителни фондове и структурна политика“, има двама основни партньори. Това е държавата, като под държавата може да се разбира най-общо Европейската комисия, която е правителството на Европейския съюз, българското правителство, и, от друга страна, стои гражданският сектор. Като в гражданския сектор влизат общините, гражданското общество с неправителствените си организации. Ако някой от тези партньори не е на висота и няма капацитет да усвоява предприсъединителните фондове, нещата няма да потръгнат. В този смисъл общините са важен, основен партньор на държавата. Задачата на държавата е да докара парите в България. Но държавата не може да ги харчи. Трябва да ги изхарчат, трябва да ги усвоят, трябва да направят програми и проекти общините и неправителствените организации по места.

Капацитетът на една община да усвоява средства не зависи от размера ѝ. Има много малки общини с много успешна реализация. Има общини, които имат по 10-15 проекта на стойност над няколко милиона евро: Мадан, Ардино, Белоградчик...

### **МИРОСЛАВА ГЕОРГИЕВА, ДИРЕКТОР НА ДИРЕКЦИЯ „РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ И ИНВЕСТИЦИИ“, МЗГ:**

Общините имат много важна, двойка роля. От една страна, местните власти са партньори на държавата при подготовката на документите за прилагане на предприсъединителни и структурни фондове. В основния нормативен акт за страните членки е записано, че партньорството е задължителен елемент в целия програмен цикъл.

Особеното в предприсъединителната програма „Сапард“ е това, че тя в момента на 90% работи върху принципите, върху които ще работи структурният фонд след присъединяването ни, като начин на програмиране и управление. И в този смисъл общините са представени чрез НСОРБ още при подготовката на програмата в работните групи, после участват в прилагането в комисиите по избор на проекти и в комитетите за наблюдение или мониторинговите комитети. От друга страна, обаче, общините са преки ползватели на средствата.

Относно държавната администрация една от целите на предприсъединителните инструменти е също така да изгради тази администрация, която впоследствие, след



присъединяването, ще управлява структурните фондове.

Моите впечатления от обученията, които проведохме за общинската администрация в рамките на проекта на ФРМС „Българските общини – компетентни участници в усвояване на средствата от ЕС“, са, че има голям интерес и има много инициативни и мотивирани хора за развитие на мястото, в което работят.

Програма „Сапард“ цели развитие на земеделието и селските райони. Избираеми по три от мерките на програма „Сапард“ като преки бенефициенти са общините от селските райони в България или това са 231 общини в страната. Това е разликата с програмите по „Фар“, където географско покритие е цялата страна. Определението, което ползваме е, разбира се, гъстота на населението (най-големият град да бъде по-малко от 30 000 души), териториални, инфраструктурни проблеми, отдалеченост от големи градски центрове. Тоест не говорим за села и градове, а за компактни територии на общинско равнище. Това е и подходът, който се прилага в Европейския съюз.

По „Фар“ и „Икономическо и социално сближаване“ често изискването е проектите да се предават на английски език. При „Сапард“ няма такова изискване.

По принцип при структурните фондове се изисква съфинансиране от страна на общините. Но в България е взето решение селските общини да не съфинансират, а държавният бюджет да поема националното съфинансиране в размер на 25%. Изисква се проектът, с който се кандидатства, да е влязъл в общинската стратегия за развитие до 2006-та година.

### ДАНЧО ТРИФОНОВ, КМЕТ НА ОБЩИНА ТОПОЛОВГРАД:

Реализираме проекта „Устойчиво развитие на селските райони“ на ПРООН (януари 2003 г. - декември 2005 г.). Освен обективните показатели, които ни позволиха да се включим, немаловажен е фактът, че за две години сме реализирали пет проекта по ПРООН. Положителното в този проект е, че тук говорим за мобилизиране на местния потенциал – местна инициативна група, съставена от хора на бизнеса, заети в селското стопанство, в туризма, в горското стопанство.

### ВАЛЕНТИН ГАДЖЕВ, КМЕТ НА ОБЩИНА МАДАН:

Община Мадан преди няколко години разработи своя стратегия за развитието на общината, която е за период 2000-2006 година. Стратегията е задълбочена, обмислена, добре анализирана и реалистична и е база за подготовката на проекти и за тяхната реализация.

Трябва да има взаимно доверие и разбиране между институциите, които реализират проектите – държавата, съответните предприемачески фондове и общината.

Реализирахме три проекта по думите и оценките на експертите и представителите на програма „Фар“ – успешно. След усвояването на средствата „Фар“ коренно се промени жизнената среда в Община Мадан, околната среда, подобри се централното площадно пространство, паркът, алеите, обнови се градът, неговите артерии, подобри се учебната база в училище. И всичко това е видимо. Хората сега гледат по друг начин на своя град и дори са поотговорни. ◆

## ОДОБРЕНИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ ПРОЕКТИ ПО ПРОГРАМА „ОБЩЕСТВЕН ФОРУМ“:

**Дряново (общ брой разработени проекти - 15, одобрени за финансиране - 9 с финансиране 147 264 лв., осигурено от ШАРС и Община Дряново):**

1. Туристическо сдружение съвет по туризъм: „Туристическата информация - гаранция за развитие на туристическия бизнес в община Дряново“
2. Баскетболен клуб „Локомотив“ - Дряново: „Планетата на маймуните“
3. Училищно настоятелство при ОУ „Св. Св. Кирил и Методий“: „Спорт и здраве“
4. Училищно настоятелство при СОУ „Максим Райкович“: „Реконструкция на санитарен възел в СОУ“
5. Спортен клуб по ориентиране „Бачо Киро - 94“: „Крайградските зони - зони за активен отдих сред природата“
6. Света Великотърновска митрополия: „Възстановяване на църковния комплекс към храм „Въведение Богородично“ - град Дряново“
7. Сдружение „Младежка общност за граждански алтернативи „МОГА“: „Младите в защита на човешките права“
8. Районна организация на слепите в град Дряново: „Достъпна градска среда за зрително затруднени лица в ж.к. „Успех“

9. Народно читалище „Развитие“ - Дряново: „Кино-зала“.

**Ловеч (общ брой разработени проекти - 15, одобрени за финансиране - 13 с финансиране 285 000 лв., осигурено от ШАРС и Община Ловеч):**

1. Клуб по ориентиране - Ловеч: „Природата е нашият свят“
2. Община Ловеч с Исторически музей - Ловеч: „Следи от миналото“
3. Сдружение за общественополезна дейност „Екомисия 21 век“ - Ловеч: „Младежки център“
4. Дружество „Знание“ - Ловеч: „Общината сме всички ние“
5. Фондация „Обществен фонд за развитие на Община Ловеч“: „Кварталните съвети - един начин за постигане на устойчивост на гражданските инициативи“
6. Фондация „Скрибатур“: „Диксанска мечта за градинка“
7. Туристическо дружество „Стратеш“ - Ловеч: „Природните красоти на Ловеч - наша грижа и отговорност“
8. Фондация „Скрибатур“: „Компютърен център за обучение и преквалификация при ТК - Ловеч“
9. Община Ловеч: „Спортни площадки“
10. Сдружение „Съвет по туризъм“ - Ловеч: „Ловеч - мястото, което трябва да видите“



**Троян (общ брой разработени проекти - 8, одобрени за финансиране - 8, с финансиране 237 500 лв., осигурено от ШАРС и Община Троян. Община Троян заяви ангажимент да осигури допълнителен принос, който да позволи финансиране изпълнението на всичките 8 проекта):**

1. Музей на народните и художествени занаяти и приложните изкуства - Троян: „Искри от загаснало огнище - образователни програми и атракции за туристи в Музея на занаятите - Троян“
2. НЧ „Наука“ - Троян: „Шанс за младия талант - репетиционна и озвучителна техника“
3. НЧ „Наука“ - Троян: „Библиотека за всички, информация за всички (обновление на читалищната библиотека)“
4. Туристическо дружество „Амбарица“ - Троян: „Парк „Къпинчо“ - център за спорт, туризъм и културни развлечения“
5. Фондация „Природонаучен музей - Черни Осъм“ - „Природозащитен център на открито“
6. Сдружение „Комитет за побратимяване и евроинтеграция“: „Детски творчески център „Шошковата къща“
7. Община Троян: „Общински ученически парламент“
8. Сдружение „Дружество на троянските художници“ - Троян: „Създаване на модерен център за изкуство галерия „Серякова къща“

**Ябланица (общ брой разработени проекти - 11, одобрени за финансиране - 4 с финансиране 113 971 лв., осигурено от ШАРС и Община Ябланица):**

1. Община Ябланица: „Естетизиране на централна градска част - Ябланица“
2. Народно читалище „Наука“: „Ремонт на театрален салон и подновяване технически средства - читалище „Наука“, Ябланица“
3. Община Ябланица: „Център за услуги и информация на гражданите“
4. Туристическо дружество „Драгоица“ - гр. Ябланица: „Туристически маршрути - Драгоица“

Във връзка с посещението на представители на 11 американски фирми, водени от заместник министъра на търговията на САЩ, на 17 и 18 юли 2003 г. в хотел „Шератон“ Фондацията за реформа в местното самоуправление организира щанд „Българските общини в търсене на инвестиционни възможности“. На него бяха представени 17 общини и региони, с които ФРМС работи в областта на икономическото развитие. Общински профили, туристически брошури, мултимедийни презентации и справки за икономическия климат и възможностите за развитие на бизнес по места привличаха вниманието на български и чуждестранни фирми, представители на българското и американското правителство. Освен да презентират маркетинговите си материали, експерти по икономическо развитие на общините Пазарджик, Плевен и Монтана имаха възможност да осъществят директен контакт с американските инвеститори. Екипът на Фондацията им желае успех в повнатъшните разговори с тях.

В периода 8 - 11 юли Фондацията за реформа в местното самоуправление организира и проведе четири еднокдневни срещи на регионален принцип за споделяне на конкретни проблеми и обмяна на практически решения и опит между представители на общини, изградени центрове за услуги и информация на гражданите по инициатива и с финансовата подкрепа и консултантска помощ на ФРМС.

Срещите се проведоха последователно в **Монтана, Габрово, Стара Загора и Добрич**, а участници в тях бяха 80 представители на 34 общини. Професионален интерес към срещите бе проявен и от общини, които тепърва ще създават центрове за услуги със собствени сили и ресурси.

В рамките на срещите представител на всяка участваща община сподели сегашното състояние на административното обслужване, степента на техническа обезпеченост, съществуващите проблеми и планираните бъдещи стъпки. Проведоха се и дискусии относно статута на централите в структурата на общинската администрация. В края на всяка среща участниците набелязаха изводи и препоръки, които да послужат като насоки на бъдещите съвместни усилия на ФРМС, Екипа за новаторски практики и общините за подобряване обслужването на гражданите.

Близко 70% от анкетиранияте участници дадоха много добра оценката на регионалните срещи, като абсолютно всички считат, че ще бъде полезно подобни срещи да станат постоянна практика.



**СНИМКА НА МЕСЕЦА**  
*На лятна вълна: този път изборът ни е снимка от Интернет!*



## календар - август

През месец август 2003 година предстои активна размяна на посещения между партньорите, които участват в четвърта фаза на Програмата за техническо побратимяване между български и американски общини:

Официална делегация на Община Плевен, водена от кмета на общината, г-н Зеленогорски, ще посети побратимения град Шарлотсвил, щат Вирджиния, САЩ, от 2 до 9 август. При първото посещение на делегацията от Шарлотсвил в Плевен през юни т.г. партньорите определиха като основна област за техническо сътрудничество икономическото развитие. По време на посещението си в САЩ делегацията на Община Плевен ще се запознае с работата на общинската администрация като цяло и по-специално с управленските подходи и методики, които домакините използват в областта на икономическото развитие. Очаква се партньорите да разработят и подпишат Работен план за осъществяването на двата проекта, по които се споразумяха да работят съвместно в рамките на четвърта фаза от Програмата: 1. Финансова обосновка на Проект за Бизнес и информационен център в град Плевен, и 2. Стратегия за привличане на чуждестранни инвестиции в гр. Плевен

В периода от 9 до 14 август в България пристига група от технически експерти от град Обърн, Алабама. Трима от тях ще работят с българските си колеги по проекта за експлоатация, мониторинг и управление на утайките от пречиствателната станция за отпадни води, която престои да бъде изградена в Община Благоевград. Тримата експерти от Обърн и специалистите от Благоевград ще работят съвместно с Кюстендил и Радомир по мултиплицирането на проект „Реконструкция и подобряване експлоатацията на сметището“ в тези две общини, който партньорството Благоевград/Обърн осъществи успешно в предишната трета фаза на Програмата.

Филип Дънлоп, директор „Икономическо развитие“ на Община Обърн, ще проведе консултации с експертите по бизнес развитие от три български общини, които участват екипа за икономическо развитие - Сливен, Добрич и Благоевград. Той ще им окаже техническа помощ за осъществяване на конкретни инициативи в рамките на големия проект „Местно икономическо развитие и маркетинг на българските общини“.

От 17 до 22 август е планирано посещение на трима технически експерти от град Уинчестър, Вирджиния, САЩ, в побратимената Община Карлово. Американските експерти ще работят съвместно с българските си колеги за изпълнение на задачите, залегнали в утвърдения Работен план за двата проекта: 1. Създаване на план за развитие на Беш Бунар, входа към Национален парк „Централен Балкан“; и 2. Разработване на идеен проект за временно стабилизиране и обезопасяване на съществуващото сметище в Карлово. Групите от експерти по всеки един от проектите ще работят паралелно по време на посещението на американските партньори.

Сара Филипс и Бил Брус, американски експерти в областта на управление на твърдите битови отпадъци, ще посетят от 25 до 30 август групата общини Елхово, Болярово и Тунджа, с които работят съвместно по въвеждането на пилотна програма за компостиране. Партньорите ще отчетат напредъка по изпълнение на проекта и ще проведат консултации за някои особености в процеса на осъществяването му. Г-н Брус ще проведе кратко обучение за общински специалисти по прилагането на методиката за анализ на разходите и ползите при подготовката на проекти за финансиране в областта на опазване на околната среда.

За периода 1 - 31 август електронният седмичник „За местната власт“ на ФРМС няма да излиза. Екипът на Фондацията за реформа в местното самоуправление пожелава на всички читатели и партньори приятен летен отдих (или успешна работа)! От 1 септември ще продължим да ви изпращаме актуална и полезна информация - както винаги в сряда.

