ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ЗЕМЕДЕЛСКИ ФОНД ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ-ЕВРОПА ИНВЕСТИРА В СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ

ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2014-2020г.

ПРОУЧВАНЕ

НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ И ФАКТОРИТЕ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА ВЪТРЕШНО ОБЩНОСТНАТА КОМУНИКАЦИЯ С ОГЛЕД НА ГОЛЕМИЯ БРОЙ НАСЕЛЕНИ МЕСТА В РАМКИТЕ НА МИГ„СТАМБОЛОВО-КЪРДЖАЛИ 54“

септември 2019 г.

Съдържание

СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ СЪКРАЩЕНИЯ 3
СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ И ФИГУРИТЕ 4
I. ВЪВЕДЕНИЕ 5
II. Комуникация – преглед и проблеми 7
1. Преглед и същност на комуникацията 7
2. Проблеми пред комуникацията 8
III. Изследване на комуникационните процеси в МИГ „Стамболово-Кърджали 54“ 10
1. Демографски профил на анкетираните 10
2. Комуникация с други населени места и етноси 14
3. Трудноси при комуникацията 16
4. Ролята на МИГ в комуникационните процеси 22
IV. Преглед на добри практики от ЕС 26
1. Франция 27
1.1. Селска мрежа на Нормандия (Réseau Rural Normand) 27
1.2. Кооператив Graine des Champs 28
2. Великобритания 30
2.1. Селска мрежа на Северна Ирландия 30
2.2. Селски връзки (Village Links) 32
3. Холандия 32
3.1. Национална селска мрежа в Холандия (Netwerk Platteland) 33
3.2. Платформа за хранителни вещества (Nutrient Platform) 34
V. Предложения за подобряване 36
VI. Заключение 41
VII. Използвани източници 43
VIII. Приложения 44

СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ СЪКРАЩЕНИЯ

Таблица 1: Списък на използваните съкращения

ЕС	Европейски съюз
МИГ	Местна инициативна група
НПО	Неправителствена организация
ПРСР	Програма за развитие на селските райони
ЕЗФРСР	Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони
DAERA	Департамент по земеделие, околна среда и селските въпроси (Department of Agriculture, Environment and Rural Affairs)
НСМ	Национална Селска Мрежа
ENRD	Европейска мрежа за селско развитие (European Network for Rural Development)
САЩ	Съединени Американски Щати

СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ И ФИГУРИТЕ

Таблица 2: Списък на използваните таблици

Таблица 1: Списък на използваните съкращения 3
Таблица 2: Списък на използваните таблици 4
Таблица 3: Списък на използваните фигури 4
Таблица 4 :Отговор на въпрос №10 „Моля, споделете, ако имате конкретна идея или препоръка за по-ефективна комуникация на територията на МИГ“ от анкетните карти 25

Таблица 3: Списък на използваните фигури

Фигура 1: Отговор на въпрос №1 „Вие живеете в?“ от анкетните карти 11
Фигура 2: Отговор на въпрос №11 „Вашата възраст“ от анкетните карти 12
Фигура 3: Отговор на въпрос №12 „Вашият пол“ от анкетните карти 13
Фигура 4: Отговор на въпрос №13 „Вие сте жител на“ от анкетните карти 13
Фигура 5: Отговор на въпрос №14 „Вие попълване анкетната карта в качеството си на“ от анкетните карти 13
Фигура 6: Отговор на въпрос №2 „Общувате ли често с жители на“ от анкетните карти 14
Фигура 7: Отговор на въпрос №5 „По какви поводи най-често поддържате контакти с тях“ от анкетните карти 15
Фигура 8: Отговор на въпрос №6 „Имате ли комуникация/общуване с представителите на други етнически общности“ от анкетните карти 16
Фигура 9: Отговор на въпрос №3 „Срещате ли трудности при комуникацията с жителите от другите населени места“ от анкетните карти 17
Фигура 10: Местожителство на респондентите, които изпитват затруднения при комуникацията с жителите от другите населени места 17
Фигура 11: Профил на респондентите, които изпитват затруднения при комуникацията с жителите от другите населени места 18
Фигура 12: Местожителство на респондентите, които „отчасти“ изпитват затруднения при комуникацията с жителите от другите населени места 19
Фигура 13: Отговор на въпрос №4 „Ако срещате трудности, от какво естество са те“ от анкетните карти 21
Фигура 14: Отговор на въпрос №7 „Мислите ли, че комуникацията ви е недостатъчна и би било полезно да се подобри“ от анкетните карти 22
Фигура 15: Отговор на въпрос №8 „Как определяте комуникацията между вас и представителите на институциите на територията на МИГ, както и със самия МИГ“ от анкетните карти 23
Фигура 16: Отговор на въпрос №9 „Според вас, може ли МИГ да помогнеза подобряване на комуникация ви с?“ от анкетните карти 24
Фигура 17: Принос на земеделската индустрия в отделните държави към общата селскостопанска продукция в ЕС 26

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящото проучване е направено с оглед необходимостта от подобряване на вътрешно общностната комуникация на територията на МИГ„Стамболово-Кърджали 54“. Общо, на територията на МИГ са разположени 80 населени места, от които 54 села в община Кърджали и всички 26 населени места в община Стамболово. Голямата територия и разположението ѝ в различни региони (административните области Кърджали и Хасково), създават допълнителни предпоставки за затруднения в комуникацията, които са детайлно анализирани в настоящото проучване.

Проучването се провежда във връзка с изпълнение дейности по подмярка 19.4 „Текущи разходи и популяризиране на СВОМР“ на мярка 19 „Водено от общностите местно развитие” по Програмата за развитие на селските райони 2014-2020 (ПРСР). Докладът се разработва съгласно Споразумение за изпълнение на СВОМР с №РД 50-37/20.04.2018 г. Дейността е предвидена в съответствие с изискванията на Наредба №1 от 22 януари 2016 г. за прилагане на подмярка 19.4 от Програмата и е извършена в периода юни-септември 2019 година, по възлагане на Сдружение МИГ „Стамболово-Кърджали 54“.

Цел на проучването е да подобри комуникацията в рамките на територията на общността. Използваните методи на проучването са предимно анкетно проучване и експертен анализ.

При експертния анализ на възможностите за това подобряване, е поставен фокус в следните направления:

- Регистриране на отделните общности и формите им на взаимодействие на територията;
- Проучване на опита на територии със сходни характеристики;
- Проследяване и дефиниране ролята на екипа на МИГ в процеса на това взаимодействие;
- Визуализиране на работещите модели за взаимодействие между отделните общности на територията, обхващаща населението на 80 села.
- Осигуряване на необходимата информация, която ще подобри комуникационната среда между партньорите на територията.

Анкетното проучване е проведено сред 62 граждани, бизнес, НПО и администрацията от община Стамболово и община Кърджали. С него са изследвани следните основни въпроси:

- Има ли трудности при вътрешно-общностната комуникация;

- Какви са трудностите и може ли МИГ да помогне.

В рамките на проучването са изследвани 3 добри европейски практики от Холандия, Франция и Великобритания, представляващи мрежи на различно ниво, които обединяват местни общности от различни региони.

II. Комуникация – преглед и проблеми

1. Преглед и същност на комуникацията

Комуникацията може да се разглежда като личностен процес, който включва трансфер на информация, както и известно поведенческо съдържание. Комуникацията е нещо, което хората правят и не може да съществува без те да са предприели някакъв вид действие, защото се отнася до взаимоотношенията между индивидите. Тя може да бъде много сложна или много проста, много формална или много неформална – всичко зависи от естеството на посланието, което трябва да бъде предадено и от взаимоотношенията между онзи, който изпраща и онзи, който получава съобщението.

Комуникацията се състои от трансфер на информация и разбирателство между отделните членове на общността, както и от различните начини и средства, въвлечени в техния комуникативния обмен. Ефективната комуникация следователно е критична за успеха на общността или организацията.

Организациите стават все по-сложни и като структура, и като технология. Икономическите и пазарните условия изискват все по-голяма ефективност и качество на услугите. Също така, държавното законодателство изисква от ръководителите да интерпретират промените и последствията от тях за политиките и практиките в собствените си организации. Служителите, особено по-младите, очакват повече от работодателите – не само по-високи възнаграждения, но и по-високо удовлетворение от работата си.

Организациите са все по-зависими от хоризонталните комуникационни канали. Ставайки все по-сложна, информацията трябва да протича бързо между отделните специалисти, а не да се движи надолу и нагоре по йерархията, свързано с неизбежни забавяния и изкривяване на съобщенията. За да бъде ефективна една организация, тя трябва да е в състояние да комуникира на непознати досега нива на съвършенство.

Въпросът защо да комуникираме е изследван от Лъдлоу и Пантон през 1992 г., като най-обичайните отговори на въпроса „Защо да комуникираме?“ са:

- Това води до по-голяма ефективност.
- Помага на хората да „останат в картината“

- Въвлича хората в делата на организацията, като повишава ангажираното поведение спрямо нея и мотивацията за добра работа.
- Подпомага по-добрите взаимоотношения и разбирането между: ръководители и подчинени; колеги; хора в организацията и извън нея.
- Помага на хората да разберат необходимостта от промяна: да осъзнаят по-добре как да я управляват или да намалят съпротивата срещу нея.

2. Проблеми пред комуникацията

Осъществяването на добра комуникацията може да срещне различни проблеми. Това са т.нар. „комуникационни бариери“ (Лъдлоу и Пантон, 1992 г.), които могат да се групират в следните категории:

- Бариери пред възприятието: стимули на обкръжението; нагласите и ценностите на слушателя; нуждите и очакванията на слушателя.
- Бариери пред разбирането: език, семантични проблеми; умението на получаващия съобщението да слуша и възприема, особено когато бива заплашена неговата самооценка; дължина на комуникацията; ефект на статута.
- Бариери пред приемането: предразсъдъци; междуличностни конфликти между говорещия и слушателя.

Най-популярните бариери, според Лъдлоу, са:

- „Ефект на статута“ – може да се прояви, когато единият събеседник е значително по-високо в йерархията от другия. Четиримата рицари, които чуват крал Хенри II да казва „Кой ще ме отърве от този размирен свещеник?!“ изтълкуват това като кралска заповед, а не като проява на гняв и отчаяние. В резултат, те убиват архиепископ Томас Бекет, смятайки, че са получили кралска благословия за това. За тях последицата от това недоразумение била смърт, за Хенри II – поклонение до Кентърбъри пеша с боси крака, за Томас Бекет – канонизиране.
- Семантични проблеми се появяват, когато хората използват една и съща дума по различни начини или различни думи по един и същ начин. Знаете ли, че има 15 различни значения на думата „промяна“ в английския език? Семантични проблеми възникват също и

когато използваме жаргон, професионална терминология или език извън речника на събеседниците, които очакваме те да разберат.

- Изкривявания на възприятието може да бъдат причинени от наличието на ниска самооценка, от лоша преценка за самите себе си или за останалите.
- Културните различия въздействат върху комуникацията между служители от различни отдели на една и съща организация. Те се появяват често и между хора, които идват от различни социални и религиозни обкръжения. В Англия покана за вечеря от 20.00 часа ще доведе повечето гости в 20.15; в Германия точността е цар; в Гърция нормата ще е между 21.00 и 21.30; в Индия – още по-късно, ако въобще. В повечето части на света кимането с глава означава съгласие, поклащането – не – с изключение на някои части от Индия, където е обратното. Комуникацията може да бъде много трудна понякога.
- Физически дразнителите може да причинят много шум и разсейване, дори буквално – недостатъчно изолираните стаи, пълни шум от трафика, с лошо осветление, с тракане на офис техника от съседното помещение, както и неща като честа смяна на положението на тялото, игра с химикал или запалка, дори пристигането на кафетата в неподходящ момент.
- Лош избор на комуникационни канали. Ако искате незабавно действие от получателя на съобщението, няма да изпратите дълъг дискусионен доклад, най-вероятно ще вдигнете телефона или ще отидете до неговия офис, за да му кажете какво да направи. Помнете също, че „една картина струва колкото хиляда думи“ и в нашето време на компютърна графика информацията може да бъде предадена по-бързо и по този начин.
- Липса на обратна връзка. Въпреки че еднопосочната комуникация е по-бърза, двупосочната е по-точна. В сложни ситуации би било полезно, ако изпращащият и получаващият информацията сравнят разбиранията си, което би подпомогнало и тяхната съвместна ангажираност със задачата. Това ще позволи на двете страни да открият и отстранят недоразуменията и ще доведе до по-високо качество на взаимното възприятие и приемане.

Проблемите пред комуникацията могат да бъдат предизвикани от много различни фактори. Затова, най-добрият начин да се намали ефектът от тези бариери, е да се проверява непрекъснато по време на процеса на комуникация какво всъщност е съобщението.

III. Изследване на комуникационните процеси в МИГ „Стамболово-Кърджали 54“

Първият метод на настоящото проучване е провеждане на анкети сред жители на община Стамболово и община Кърджали. Подготвени са анкетни карти, с 14 въпроса, от които един отворен въпрос. Анкетите са попълнени от 62 души, които са представили необходимата информация:

- Статистическа информация;
- Има ли трудности при ввътрешно-общностната комуникация;
- Какви трудности се срещат;
- Ролята на МИГ.

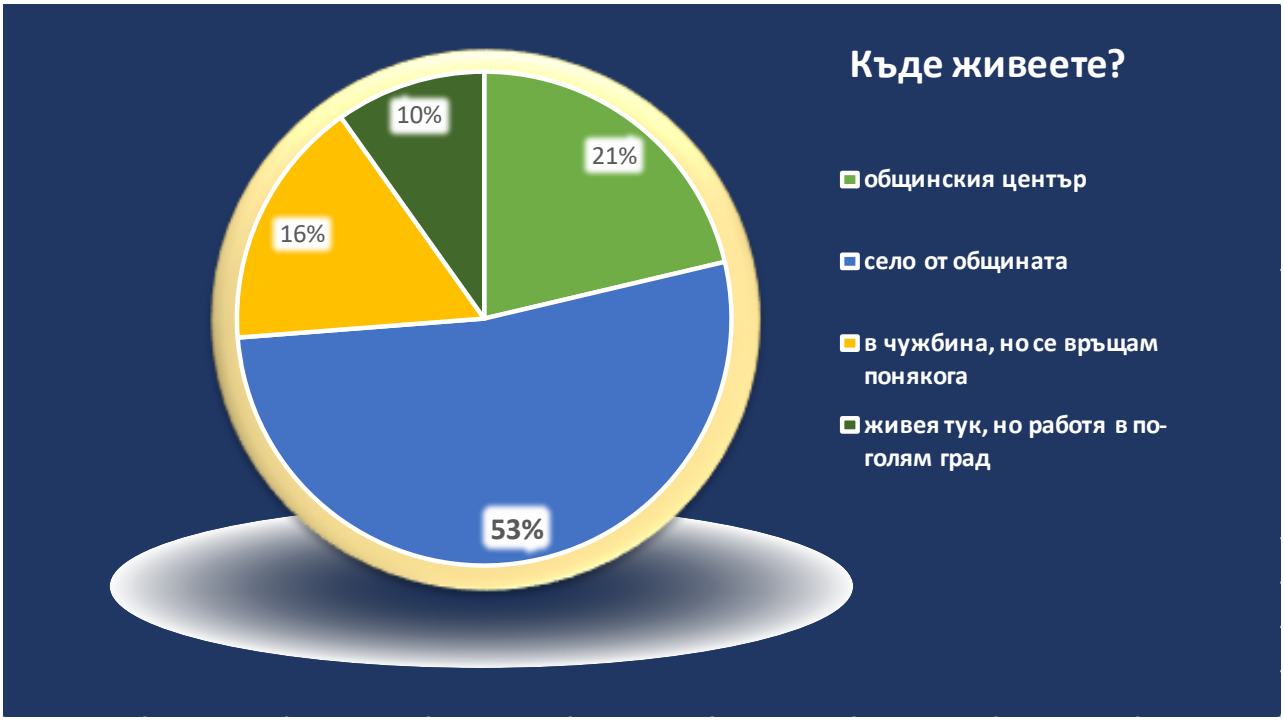
Общите данни показват, че мнозинството от хората (58%) са заявили, че не изпитват трудности при комуникацията. Направено е вторично проучване на данните от анкетните карти на участниците, които са заявили, че изпитват проблеми. Повече проблеми изпитват гражданите от община Кърджали – почти половината респонденти (12) от общия брой (25) са отбелязали, че изпитват проблеми. Участниците смятат, че МИГ може да има роля при подобряване на комуникацията със съседните села (64.5%), а конкретните предложения са провеждане на различни инициативи, мероприятия, срещи, обучения, празници и др. Необходимо е подобряване на комуникацията, което заявяват 64% анкетирани, а най-честата трудност е липсата на удобни транспортни връзки (37%).

1. Демографски профил на анкетираните

Профилът на участниците в анкетното проучване, е изследван чрез 5 въпроса, свързани с местожителство, възраст, пол и работа.

Първият въпрос в анкетата има за цел да определи местожителството на респондентите по отношение на района - село, общински център, по-голям град или чужбина. На този въпрос са отговорили почти всички респонденти – 61 бр., като повече от половината (32) живеят в село от общината, или 53% от анкетираните.

Фигура 1: Отговор на въпрос №1 „Вие живеете в?“ от анкетните карти

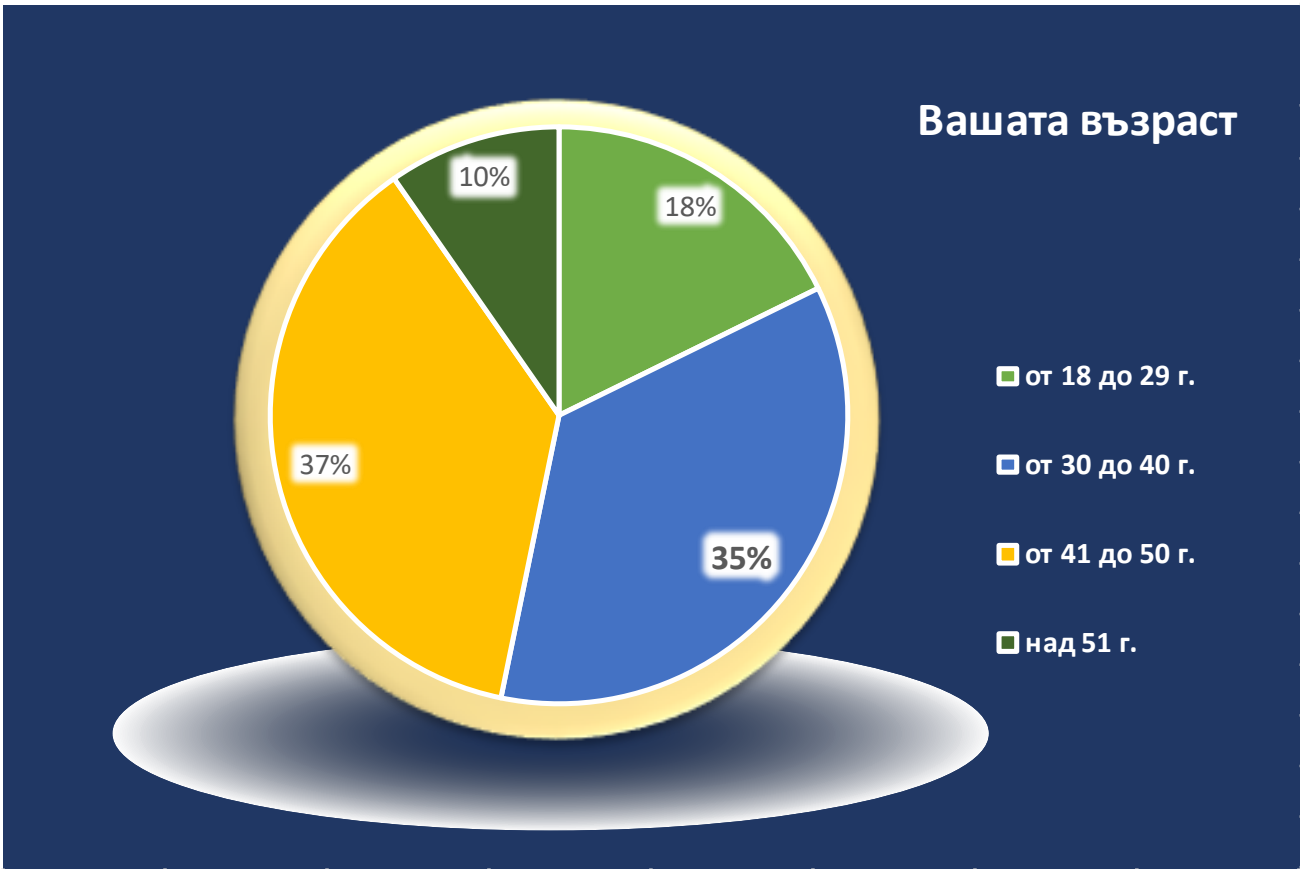


Прави впечатление също така ниския брой на онези, които работят в по-голям град – едва 6 души, или около 10% от анкетираните. Това означава, че трудовата мобилност не е развита в района, а хората, които работят в по-големи градове, предпочитат да са по-близо до работата, отколкото да пътуват ежедневно.

Сравнително сходни са показателите на отговорилите, че живеят в общински център (13) или в чужбина, но се връщат (10).

Възрастта на участниците е основно от 30 до 50 г., която са посочили 72.5% от всички анкетирани. В по-детайлна разбивка, участниците от 31 до 40 г. са 23 души, а от 41 до 50 г. са 22 души. Прави впечатление ниския брой анкетирани над 51 г. – едва 6 души или около 10%.

Фигура 2: Отговор на въпрос №11 „Вашата възраст“ от анкетните карти

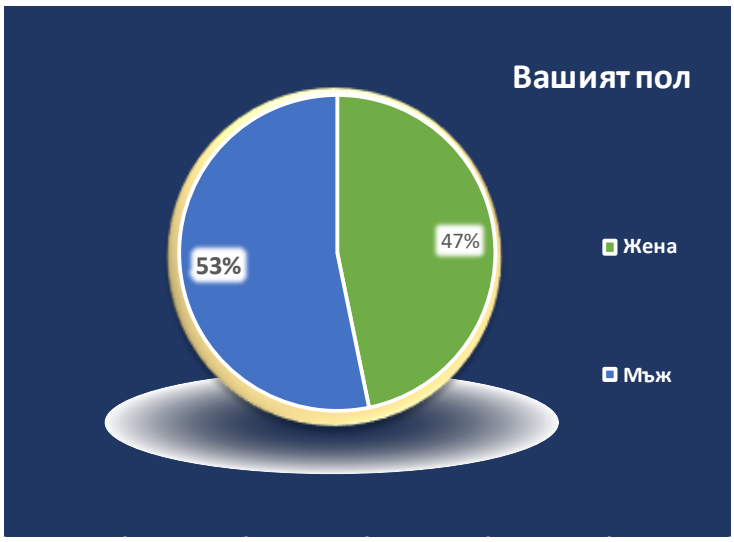


Анкетните карти са попълвани от почти равен брой мъже/жени – общо 33 мъже и 29 жени, от общо 62 отговорили на този въпрос.

По отношение на жителството на анкетираните, по-голямата част са жители на община Стамболово (37), а останалите са жители на община Кърджали (25). Няма анкетирани респонденти, които да са жители на други общини.

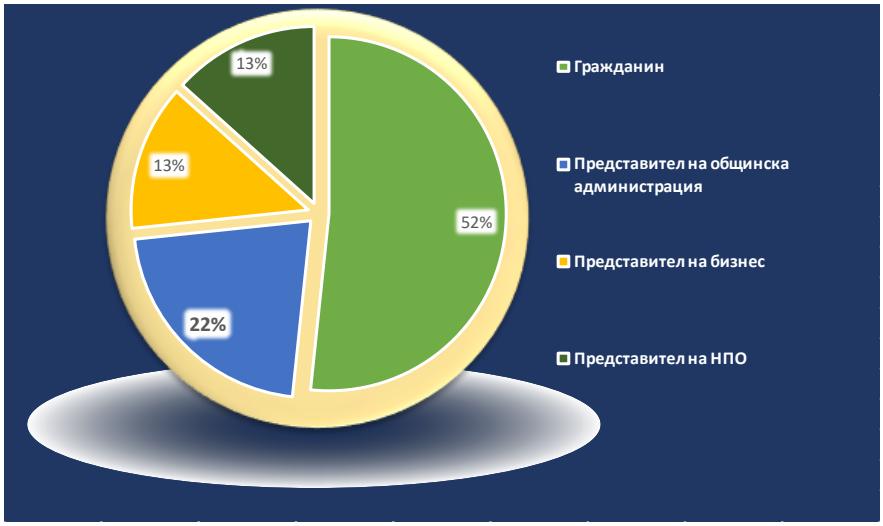
Повече от половината респонденти, са попълнили анкетата в качеството си на граждани (31), следвани от представителите на общинска администрация (13) и представителите на НПО (8) и бизнес (8).

Фигура 3: Отговор на въпрос №12 „Вашият пол“ от анкетните карти



Фигура 4: Отговор на въпрос №13 „Вие сте жител на“ от анкетните карти

Фигура 5: Отговор на въпрос №14 „Вие попълване анкетната карта в качеството си на“ от анкетните карти

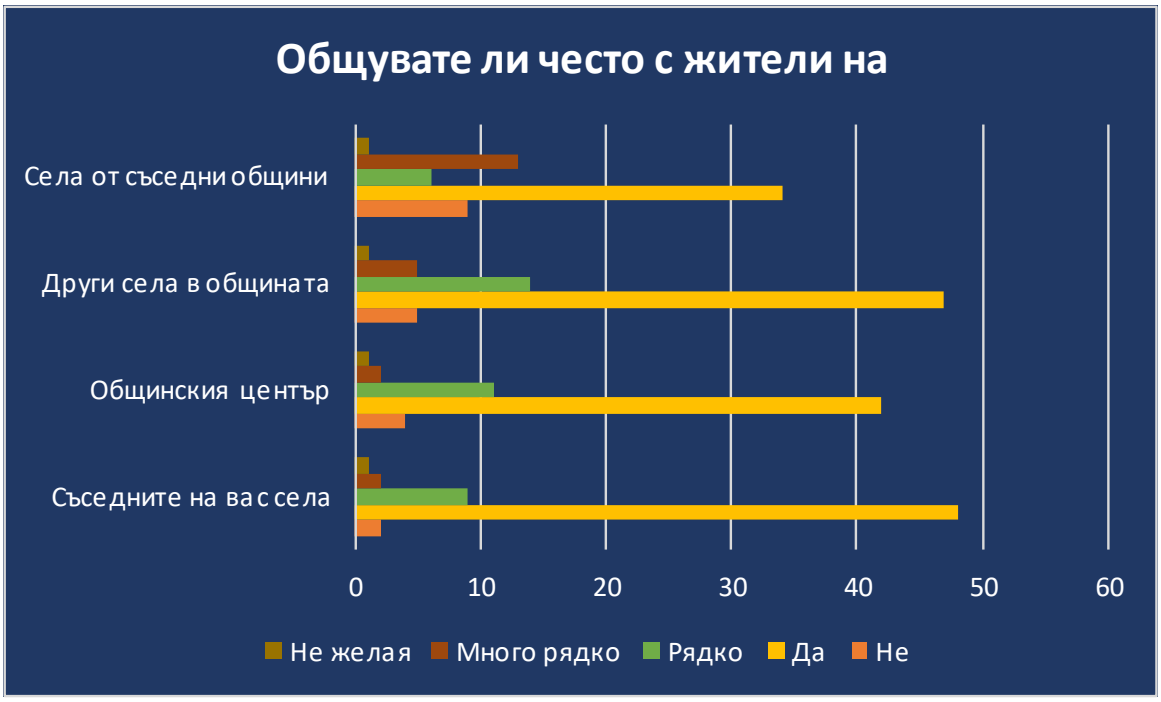


2. Комуникация с други населени места и етноси

Както беше посочено, осъществяването на добра комуникацията може да срещне различни проблеми. За изследването им, са предвидени няколко въпроса, като следващите три определят комуникацията с останалите населени места и етноси в региона.

Общуването с другите населени места е интензивно и често – най-много респонденти общуват със съседните села (48) и с други села в общината (47). По-ниска, но отново над средната е комуникацията със села от съседни общини – 13 респонденти са заявили, че много рядко общуват с такива села, а 9 респонденти изобщо не общуват със селата от съседни общини.

Фигура 6: Отговор на въпрос №2 „Общувате ли често с жители на“ от анкетните карти



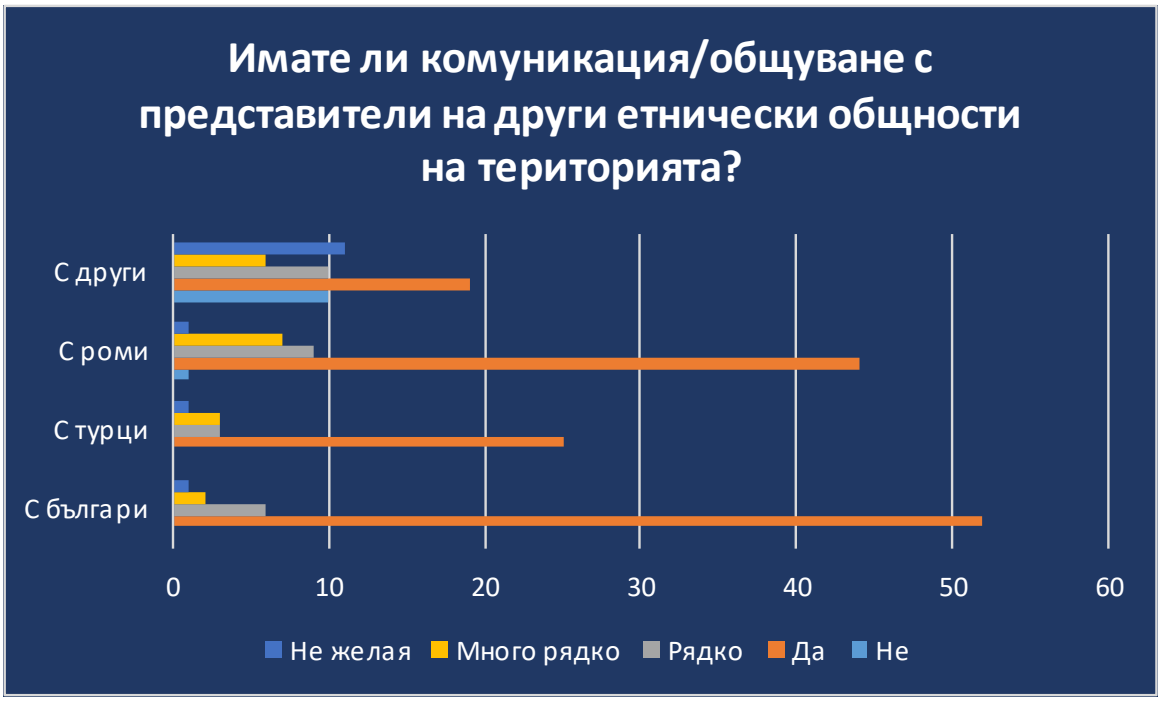
Най-често, причината за комуникацията между жителите на отделните населени места, е свързана с работата. Такъв отговор са дали 43 респонденти. Това показва, че има възможности и местните общности се стремят да поддържат взаимен контакт, за реализацията на тези възможности. Поводите за комуникация по житейски въпроси и празници също са едни

от най-честите – съответно 37 и 34 респонденти са ги посочили като причина за комуникацията. Един от участниците е посочил друг повод за комуникация, но не е конкретизирал неговото същност.

Фигура 7: Отговор на въпрос №5 „По какви поводи най-често поддържате контакти с тях“ от анкетните карти

Следващият въпрос оценява комуникацията между отделните етноси в региона. На територията на МИГ „Стамболово – Кърджали 54“ живее население с по-малката хомогенност и задаването на този въпрос е важно, от гледна точка оценката на евентуални междуетносни проблеми. Резултатите показват, че такива няма и е налице общуване с всички етнически общности – българи, турци и роми. Интересен е резултата по отношение на другите етнически групи, които не са посочени в списъка – 10 респонденати са заявили, че не поддържат такава комуникация, а други 11 не желаят комуникация с други етнически общности.

Фигура 8: Отговор на въпрос №6 „Имате ли комуникация/общуване с представителите на други етнически общности“ от анкетните карти



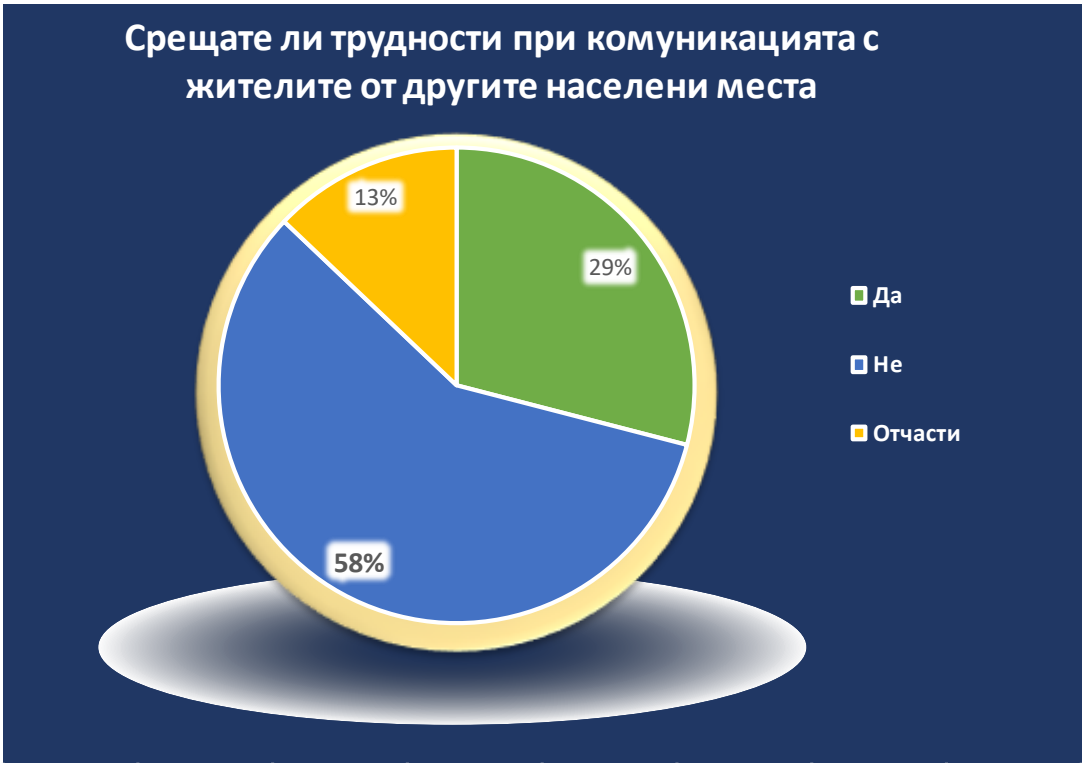
3. Трудноси при комуникацията

За изследването различни проблеми в комуникацията, т.нар. „комуникационни бариери“ (Лъдлоу и Пантон, 1992 г.), са предвидени и конкретни въпроси за трудностите, които срещат респондентите. Следващите три определят естеството на трудностите и оценка на необходимостта от подобряване.

По-голямата част от анкетираните – около 58% или 36 респондента са заявили, че не срещат трудности при комуникацията с жителите на други населени места.

Два пъти по-малък (18) е броя на респондентите, които са отговорили с „да“ на въпроса дали срещат трудности при комуникацията с жителите от другите населени места. Направено е вторично проучване на техните анкетни карти, което установява, че по-голямата част от респондентите (12), които са отговорили с „да“ на въпроса, са жители на община Кърджали. Броя на респондентите в анкетното проучване от Кърджали 25 (Виж Фигура №4), но половината от тях усещат затруднения при комуникацията с другите населени места.

Фигура 9: Отговор на въпрос №3 „Срещате ли трудности при комуникацията с жителите от другите населени места“ от анкетните карти



Фигура 10: Местожителство на респондентите, които изпитват затруднения при комуникацията с жителите от другите населени места

Този вид вторични анализи на анкетите, спрямо отговорите по определен въпрос, помага да се анализира по-добре проблема с комуникацията. Другите данни от анализа на анкетните резултати на респондентите, които изпитват проблем с комуникацията, показват също, че те живеят в чужбина (7), общинския център (5), село от общината (5) или работи в по-голям град (1). Прави впечатление, че въпреки преобладаващия дял на респонденти, които живеят в село от общината - 32 (виж Фигура №1), относително малък дял от тях заявяват, че изпитват проблеми при комуникацията с останалите населени места. В същото време, 7 от общо 10 респонденти, живеещи в чужбина, са посочили, че изпитват затруднения в комуникацията с останалите населени места. Това може да е показател, че изградените връзки между общности в отделните села, предоставят ограничена публичност и възможност за присъединяване на хора, които не живеят постоянно на територията на МИГ.

От 16 респонденти, заявили че изпитват трудности при комуникацията с другите населени места, най-много са граждани (10), а останалата част от тях са представители на НПО (2), бизнес (2) и общинска администрация (2).

Фигура 11: Профил на респондентите, които изпитват затруднения при комуникацията с жителите от другите населени места

Ако се погледне общия брой на всяка от тези групи респонденти (виж Фигура №5), се забелязва, че всеки трети гражданин изпитва трудности. Допълнително, 4 граждани са заявили, че изпитват затруднения „отчасти“, което означава, че почти половината граждани имат проблем при комуникацията. Това е насочва вниманието, че представителите на НПО, бизнеса и общинската администрация, имат изградени канали на комуникация с останалите населени места. Проблемът обаче се фокусира върху гражданите, с които трябва да се работи допълнително, за насърчаване комуникацията с други населени места, чрез различни инициативи.

За пълнота на анализа, за изследвани анкетните карти на респондентите, които са отговорили с „отчасти“ на въпроса дали срещат трудности при комуникацията с жителите от другите населени места (8). Направеното вторично проучване на техните анкетни карти е установило, че всички са жители на община Стамболово. Също така, това са предимно граждани (4) или представители на общинска администрация (3), а местожителството на тези респонденти е в село от общината (7) Техните резултати показват, че действително има трудности при комуникацията с жителите от другите населени места, но не е толкова съществена.

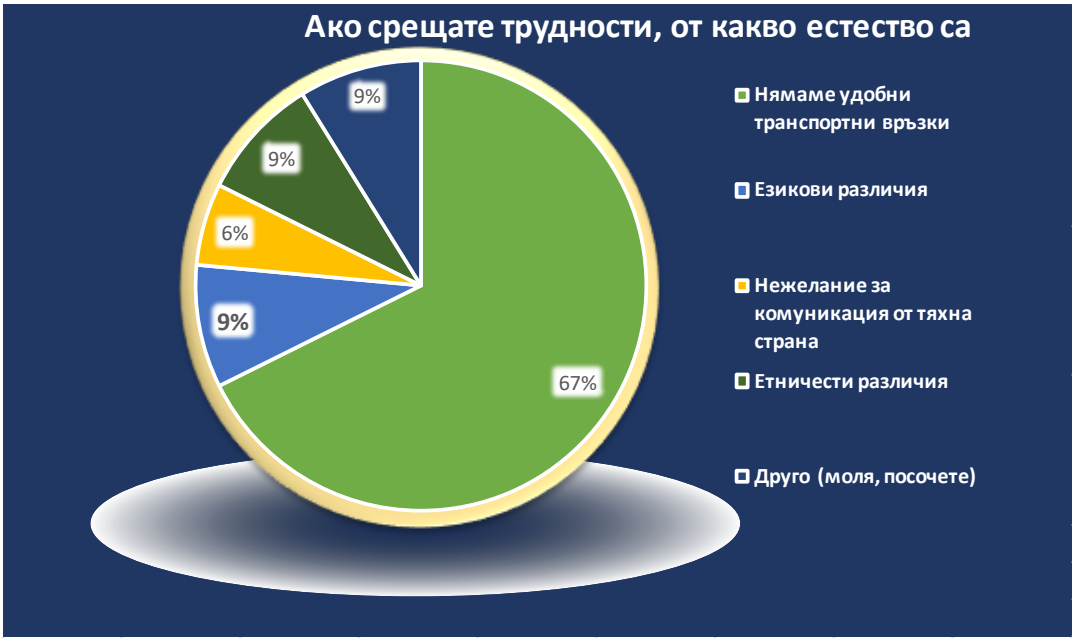
Фигура 12: Местожителство на респондентите, които „отчасти“ изпитват затруднения при комуникацията с жителите от другите населени места

Вторичните анализи показват, че е налице различно усещане по отношение на комуникационните трудности при жителите от община Кърджали и община Стамболово. Високият брой на респондентите от община Кърджали, които заявяват катерогично, че има трудности при комуникацията с жителите на другите населени места е показателен. В същото време, единствено жителите на община Стамболово имат усещане за частични затруднения при комуникацията.

Различните гледни точки, които изразяват двете групи, означават липса на единни позиции по съществуващи проблеми. Такъва настъпват в резултат на недостатъчна комуникация и съгласувателни действия между отделните групи на територията на общността. Необходимо е да се говори открито с гражданите в двете общини, за изясняване на проблемите в комуникацията между отделните населени места. НПО, бизнеса и общинската администрация, от своя страна, следва да помагат на гражданите за преодоляване на тези проблеми, тъй като вече са изградили комуникационни връзки с останалите населени места.

Общо 26 респондента са заявили че срещат някакви трудности (отогворили са с „да“ или „отчасти“ на въпрос №3 – виж Фигура №9 и Фигура №12). Въпрос №4 търси повече информация за същността на трудностите, изпитват респондентите, които са посочили общо 36 проблема. Най-често посочаният проблем е липсата на удобни транспортни връзки (23), а сред другите проблеми фигурират езикови различия (3) и етнически различия (3).

Фигура 13: Отговор на въпрос №4 „Ако срещате трудности, от какво естество са те“ от анкетните карти



Липсата на удобни транспортни връзки се обуславя от административното деление в различни региони с областни центрове в Хасково и Кърджали. Това създава фокус върху комуникацията с областния център, вместо с община от съседна област.

Въпрос №7 изследва мнението на респондентите, относно състоянието на комуникацията и необходимостта ѝ от подобрение. На този въпрос са отговорили 60 респондента, като повече от половината (31) са категорични, че комуникацията е недостатъчна и би било полезно да се подобри. Други 9 респондента, подкрепят подобно мнение, като отговарят с „по-скоро да“ на въпроса. Въпреки, че мнозинството анкетирани не срещат трудности (виж Фигура №9), все пак признават, че комуникацията трябва да се подобри – въпреки, че не срещат трудности.

Фигура 14: Отговор на въпрос №7 „Мислите ли, че комуникацията ви е недостатъчна и би било полезно да се подобри“ от анкетните карти

4. Ролята на МИГ в комуникационните процеси

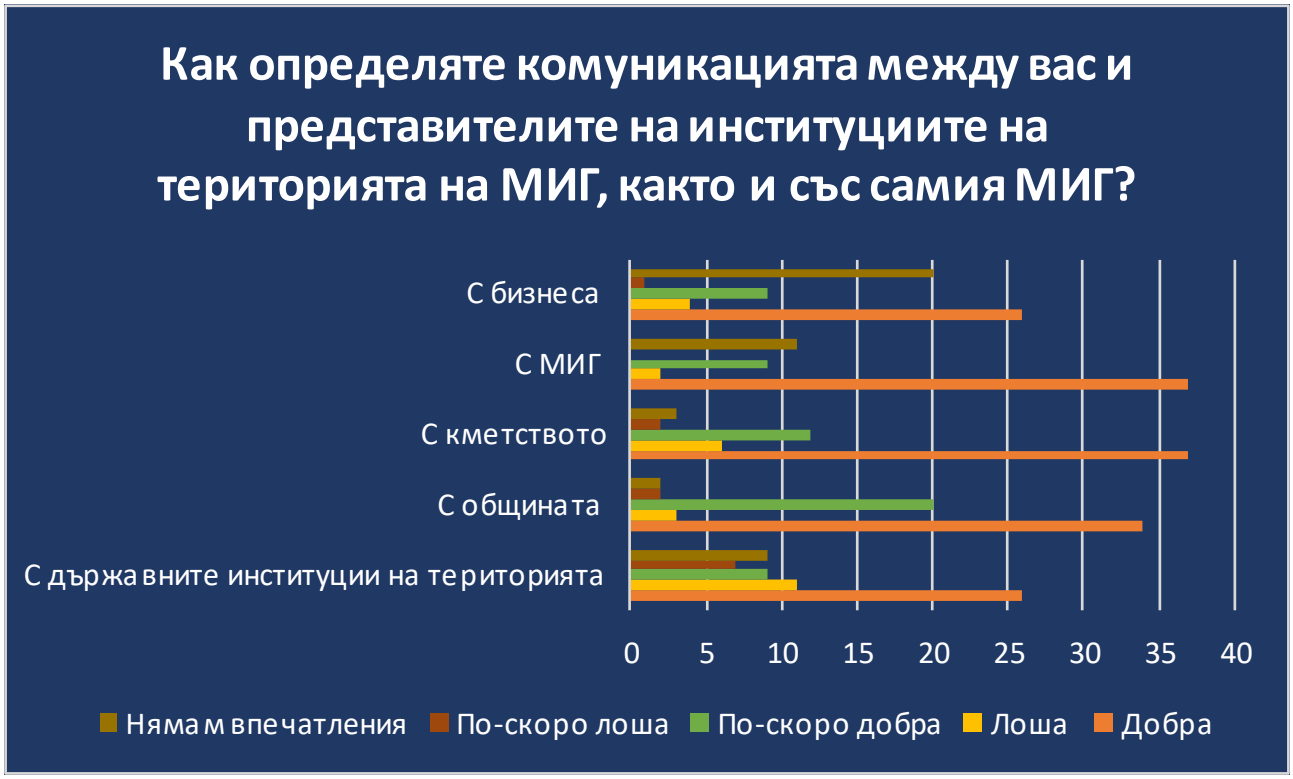
В анкетата, респондентите са отговорили на три въпроса, свързани с ролята на МИГ в комуникационните процеси. Участниците смятат, че МИГ може да има роля при подобряване на комуникацията с другите населени места.

В анкетата, участниците са посочили, че имат добра комуникация предмино с кметството и с МИГ – 37 респонденти са отбелязали комуникацията с тях като „добра“. 34 респонденти имат добра комуникация с общината. Най-малко положителни оценки за комуникация имат държавните институции на територията - 26 респонденти са посочили, че оценяват добре комуникацията си с тях.

Индикациите за влошена комуникация с държавните институции на територията на общността се потвърждава и от респондентите, които са посочили отговори „лоша“ и „по-скоро лоша“ за комуникацията си с тях. За 11 респонденти, комуникацията с държавните институции е „лоша“, а други 7 респонденти е „по-скоро лоша“ (най-много от всички отговори

„лоша“ и „по-скоро лоша“ на Въпрос №8 – виж Фигура №15 по-долу). Този индикатор показва, че е необходимо да се работи в посока подобряване на комуникацията между гражданите и държавните институции, които функционират на територията на местната инициативна група. Подкрепа в това отношение могат да оказват бизнеса, общинската администрация, НПО и най-вече МИГ, предвид добрата комуникация, която осъществява с гражданите.

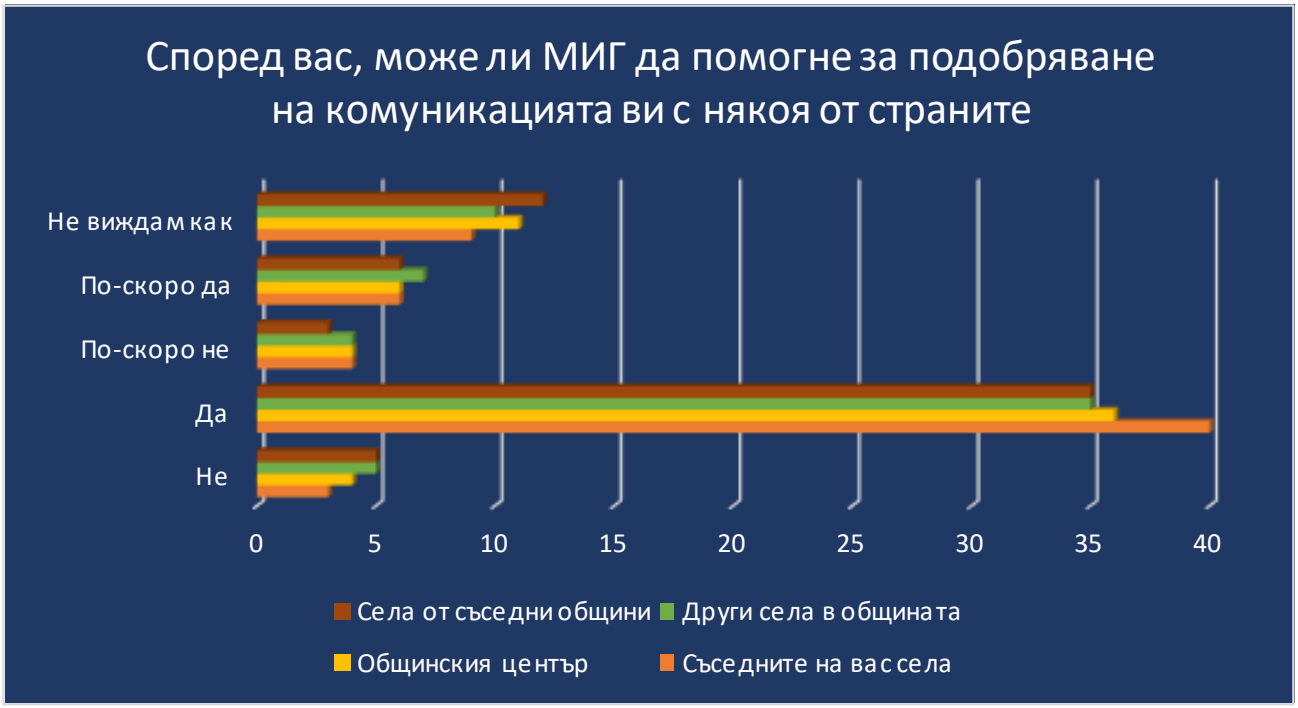
Фигура 15: Отговор на въпрос №8 „Как определяте комуникацията между вас и представителите на институциите на територията на МИГ, както и със самия МИГ“ от анкетните карти



Едни от най-важните въпроси за целите на настоящия анализ е дали и как може местната инициативна група да помогне за подобряване на комуникацията на територията на общността. В анкетното проучване, това са Въпрос №9 и Въпрос №10, които показват интересни тенденции. Мнозинството от анкетираните смятат, че МИГ може да помогне за подобряване на комуникация, напр. 46 респонденти са отговорили на Въпрос №9 (виж Фигура №16) с „да“ или „по-скоро да“ на въпроса дали може МИГ да подобри комуникацията със съседните села. Същевременно, на Въпрос №10 (виж Таблица №4), едва 8 респонденти са посочили конкретни идеи или препоръки, като 7 от тях са свързани с провеждане на събития.

Това показва, че респондентите очакват МИГ да подобри комуникацията в региона, но самите те не могат да дефинират достатъчен брой идеи и начини за това. Ето защо, е необходимо да бъдат изследвани добри европейски практики (виж Раздел IV. „Преглед на добри практики от ЕС“), с цел генериране на свежи идеи и препоръки за подобряване на комуникационните процеси.

Фигура 16: Отговор на въпрос №9 „Според вас, може ли МИГ да помогне за подобряване на комуникация ви с?“ от анкетните карти



По отношение на конкретните идеи или препоръки за по-ефективна комуникация на територията на МИГ, повечето респонденти (17) изрично са посочили, че нямат такива. Дадени са обаче препоръки в посока провеждане на различни съвместни събития, като срещи и инфо срещи (3), мероприятия, инициативи, обучения и празници. Един респондент е препоръчал по-често получаване на информация от местната инициативна група.

Таблица 4 :Отговор на въпрос №10 „Моля, споделете, ако имате конкретна идея или препоръка за по-ефективна комуникация на територията на МИГ“ от анкетните карти

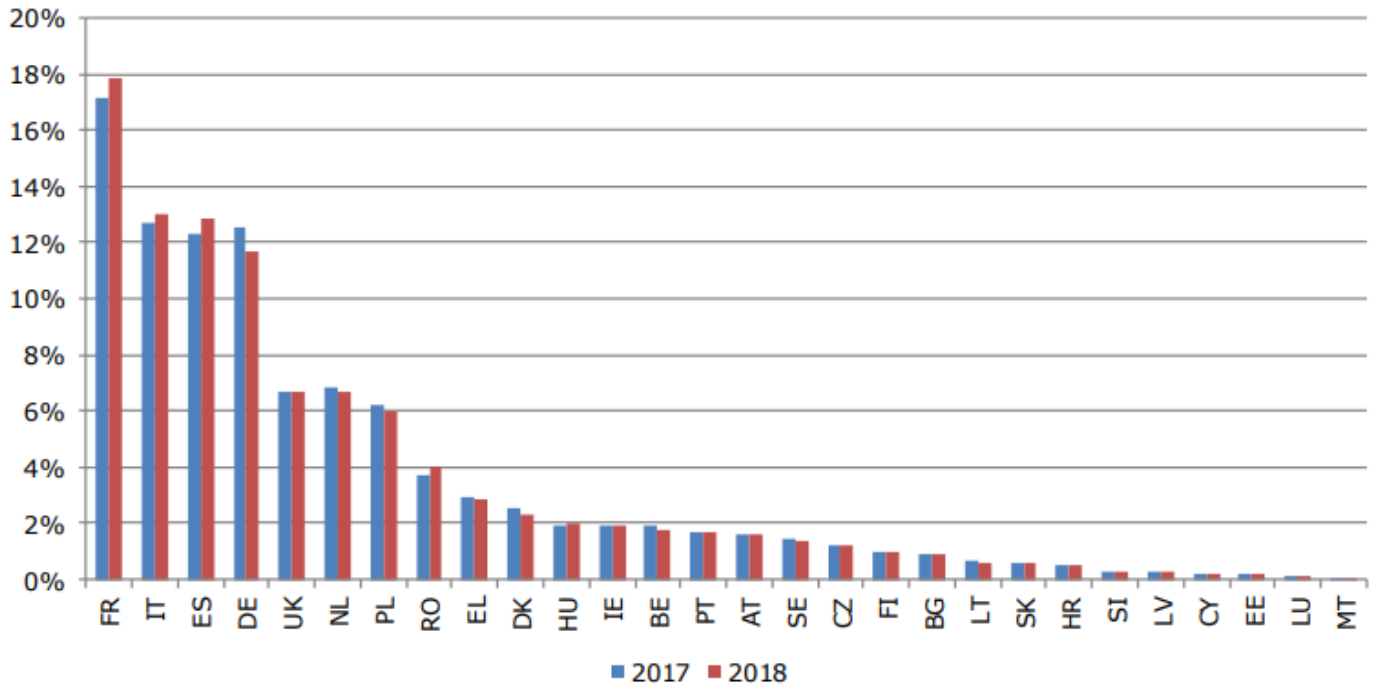
Предложение	Респонденти
Провеждане на различни събития**:**	**7**, *от които:*
Инициативи	1
Мероприятия	1
Инфо срещи	3
Обучения	1
Ппразници	1
Нямам предложение	**17**
По-често информиране на населението чрез МИГ	**1**

Изводите от проучването, съобразно с изследваните добри европейски практики, са представени в Раздел V. „Предложения за подобряване“.

IV. Преглед на добри практики от ЕС

На европейско ниво, страните с най-добре развита земеделска индустрия са Франция, Италия, Германия, Великобритания и Холандия. Това се потвърждава от данните на Евростат за приноса на земеделската индустрия в отделните държави към общата селскостопанска продукция[1]:

Фигура 17: Принос на земеделската индустрия в отделните държави към общата селскостопанска продукция в ЕС



Източник: Евростат, Agricultural industry contribution to the EU-28 total agricultural output %, 2018

С цел изследване на практики от страните с най-добри показатели в европейското селско стопанство, в рамките на настоящото проучване бяха избрани три от водещите държави, а именно – Франция, Великобритания и Холандия. Високата стойност на произведените обеми селскостопанска продукция във всяка от тези държави, е в резултат на добро взаимодействие с местните общности, залагането и постигането на високи стандарти и

[1] https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agri-statistical-factsheet-eu_en.pdf

успешната реализация. Ето защо, проучените практики във всяка една от тези държави е добър пример за ефективна комуникация между общности в различни региони от страната.

1. Франция

Франция е абсолютния лидер в земеделието на ниво Европейски съюз. В световен план, е най-големия износител на земеделска продукция, след САЩ. В ЕС, страната доставя 23% от продукцията в 15 държави-членки и е най-големия производител на вино, говеждо, птици и зърнени храни. На второ място е, след Германия, по отношение на мляко и захарно цвекло. Континенталната част на Франция е разделена на 13 региона, като в настоящото проучване е изследван опита в регион Нормандия.

1.1. Селска мрежа на Нормандия (Réseau Rural Normand)

Регионът се характеризира с висок дял на земеделската земя – около 2/3 от цялата площ. Създадени са 17 местни инициативни групи, които включват по-голямата част от региона. Всички департаменти на региона попада в обхвата на програмите за развитие на селските райони. Едната програма обхваща департаментите Йор, Калвадос и Манш, а другата – Орн - Сен Маритим, където е административния център на Нормандия.

Представените практики от Регион Нормандия, са пример за всички европейски страни. Наскоро, Регион Нормандия беше домакин на Agri Innovation Summit 2019, проведен на 25 и 26 юни 2019 г., в който участие взе и Френската селска мрежа, а сред обсъжданите въпроси беше обменът на знания, съвместното създаване и разпространението на иновациите на всички нива. Това показва, че постигането на добра комуникация и обмен на информация на всички нива, е основа за развитие на целия бранш и повишаване на общото благосъстояние, чрез внедряване на иновативни продукти.

Администрацията на Регион Нормандия (Région Normandie) е създала мрежа, която обхваща 17 местни инициативни групи от различните департаменти в региона. Мрежата има ключово значение за реализиране на проекти по ЕЗФРСР на територията на департаментите Йор, Калвадос и Манш, Орн и Сен Маритим. След целите на организацията е да управлява и свързва хората, включени в развитието на стопанствата на територията на различните местни инициативни групи. Свързването на отделни участници на територията на мрежата, се

реализира чрез формирането на общи интереси и увеличаване на обема на работа. Липсата на такива интереси не предполага допирни точки и повод за оперативна комуникация в тази връзка. Регионалните звена на централната власт също така са по-близо до крайните бенефициенти, което ѝ позволява да има пряка комуникация с представителите на местните общности.

Мрежата на Нормандия има за цел да подкрепя успешната реализация на проектите на местните инициативни групи. Затова, свързва потенциалните бенефициенти, още при формирането на интереси в различни съвместни проекти. Функционирането ѝ се осъществява със съфинансиране от ЕФЗРСР.

Дейностите на Селската мрежа на Нормандия включват:

- Свързване на заинтересованите страни в селското развитие на Нормандия – за обмен на практики, разработване на нови проекти, организиране на срещи, събития, уеб-конференции.
- Предоставяне на информация за ЕФЗРСР – уебсайт, брошури, информационни семинари;
- Предоставяне на техническа помощ на 17-те МИГ – насърчаване за разработване на трансгранични проекти за кооперация (срещи на МИГ, обучения, методически документи).

Стратегията ЛИДЕР в региона на Нормандия има 5 основни теми: околна среда и енергийна трансформация, местни услуги, култура, туризъм и икономическо развитие. Селската мрежа подпомага крайните бенефициенти да се включват и участват при разработването на проекти по тези теми. Това увеличава тяхната активност и създава условия за по-интензивна комуникация както с администрацията в лицето на селската мрежа на Регион Нормандия, така и с партньори в други области на земеделието или на територията на други департаменти.

В резултат, се формират общи инициативи, които намират общ интерес между отделните участници и им помага да обединят усилия в нови направления. Стимулира се иновативното мислене и създаването на нови продукти с по-висока добавена стойност, от което крайни бенефициенти са всички на територията на региона.

1.2. Кооператив Graine des Champs

Конкретни примери за дейността на Селската мрежа на Нормандия, е Кооператив Graine des Champs[2] – създаден с цел изкупуване на продукция от домашни производители и партньорски ферми. Създаден е през 2010 г., като включва 27 ферми в радиус от 50 км., в департамента Ори, а днес вече са 55 ферми от цяла Горна Нормандия. Промотирането на местни продукти е много по-успешно, когато в процеса се обединят максимално широк кръг от заинтересовани страни.

Ангажиментите, които обединяват фермите са 4 основни:

- Икономически;
- Екологични;
- Етични;
- Педагогически.

По този начин, партньорството полага основите на висок стандарт за местните продукти.

За реализирането на идеята, е била определена за ползване изоставена сграда от фонда на кметството в Vascoeuil, където да се доставя и продава стоката. Впоследствие, компания на един от партньорите разработва и уебсайт, през който се провежда цялата комуникация и доставка с бизнес, училища и др. клиенти. Включват се и нови партньорски ферми, а впоследствие, кооператива инвестира в различни машини (бутилиране, готвене, студено пресоване, лаборатория за изследване), с които разширява дейността си и увеличава добавената стойност на крайната продукция.

Кооперативите са добре познато средство за обединяване на местни общности, които искат да постигнат по-добра пазарна реализация. Високият стандарт при по-малките и дори домашни производители, ги прави конкурентни в региона. Практиката за създаване на кооперативи съществува и в други водещи европейски държави, което доказва нейното значение за местните общности

[2] http://www.grainedeschamps.com/

2. Великобритания

Великобритания също има водеща европейска роля в селското стопанство, особено в сектора на овцевъдството. Страната и лидер в това отношение, като произвежда два пъти повече месо от втората в ЕС държава по този показател – Испания. както и третия по големина производител на мляко (след Германия и Франция). Великобритания има традиции и в производството на пшеница, където също е третия най-голям производител (след Германия и Франция). Великобритания е разделена на селски мрежи в своите 4 съставни части – Англия, Шотландия, Уелс и Северна Ирландия, като в настоящото проучване е изселдван опита в Северна Ирландия.

2.1. Селска мрежа на Северна Ирландия

Северна Ирландия е разделена на 11 района с местно правителство: Белфаст; Ардс и Норд Даун; Козуей Коуст и Гленс; Дери Сити и Страбейн; Фърмана и Оума; Антрим и Нютаунаби; Лисбърн и Касълрига; Среден и Източен Антрим; Нюри, Морн и Даун; Арма, Банбридж и Креигавън; Среден Ълстър. Районите се намират на територията на 6 бивши дивизии на местната власт, т.нар. „counties“, или „графства“, които вече нямат административна тежест.

Подобно на общите данни за Великобритания, Северна Ирландия се характеризира с традиции в животновъдството. На територията на Северна Ирландия, има 10 местни инициативни групи, които обхващат всички 11 района на страната. Дори столицата Белфаст попада в обхвата на МИГ, като е включена в район Лисбърн и Касълрига.

Предвид по-малката територия – едва 14 хил. кв. км (област Кърджали и област Хасково са около 9 хил. кв. км), Северна Ирландия е обединила всички местни инициативни групи в една Селска мрежа (Rural Network for Northern Ireland). Мрежата е със седалище в Белфаст и се поддържа от Департамента по земеделие, околна среда и селските въпроси (DAERA, Department of Agriculture, Environment and Rural Affairs), с функция на министерство към правителството в Северна Ирландия (North Ireland Executive). Подкрепата се осъществява, чрез предоставяне на основни административни и технически функции от страна на департамента по земеделие. За целта е създадено Звено за поддръжка на мрежата (Network Support Unit), което осигурява необходимото администриране и управление на мрежата,

комуникация и разпространение на информация, обучения, иновации и кооперирane, осъществяване на съвместни дейности с други мрежи.

Подобно на селската мрежа, разгледана във Франция, и мрежата в Северна Ирландия подпомага всички, които живеят в селските региони и имат интерес от развитие на селско стопанство. Основната цел е да разшири нетуъркинга между жителите на селските райони, земеделските производители, бизнеса, еколозите и други организации на местно ниво.

Изпълнението на основната цел, се постига чрез работа в следните направления:

- По-активно включване в развитието на селските райони;
- Подобряване качеството на изпълнените програми за развитие;
- Информация на широката общественост и потенциалните бенефициенти относно възможностите за финансиране;
- Насърчаване на иновациите в селското стопанство, производството на храни и др.

Основните дейности на селската мрежа, включват:

- Подобряване на комуникацията и споделянето на практики от всички аспекти на програмата за селските райони в Северна Ирландия;
- Улесняване включването на заинтересованите страни в развитието на селските райони, споделяне и разпространение на резултати;
- Предоставяне на подкрепа на местните инициативни групи чрез възможности за обучение и работа в мрежа и по-специално подкрепа за инициативи за сътрудничество;
- Предоставяне на мрежи за съвети и услуги за подкрепа на иновациите;
- Преговори с Обединеното кралство, Ирландия и Европа за подобряване на изпълняваните проекти;
- Предоставяне на услуги за поддръжка във връзка с проверки.
- Отново, подобно на разгледания пример във Франция, се забелязва поставянето на ясен акцент върху иновации в селското стопанство. Това означава производство на продукти, с по-висока добавена стойност, а тяхната реализация на пазара носи икономически ползи за всички участници.

Членството в селската мрежа е напълно безплатно за всички участници в развитието на селското стопанство, което улеснява достъпа до информация, нетуъркинга между отделните заинтересовани лица и подобрява комуникацията между тях.

2.2. Селски връзки (Village Links)

Конкретен пример от работата на селската мрежа, за подобряване на комуникацията, е проектът „Селски връзки“ (Village Links), осъществяван от местната инициативна група в региона Среден и Източен Антрим, с население от 140 хил. души. В рамките на проекта, местната инициативна група, осъществява партньорство с Графство Уотърфорд от съседната Република Ирландия.

Общата цел включва разглеждане на подходите за осигуряване на устойчиво развитие в селата и местните общности. Тестват се различни инициативи, за създаване на по-оживени селски райони и развиващи се местни общности. Селата, които искат да бъдат включени в програмата, заявяват участие и с тях се провеждат срещи на място. Работата директно с бенефициентите допринася за популяризирането на проекта и осъществяване на връзки между отделните села.

За всяко село, което заяви желание за участие, се предприемат конкретни действия. След обсъждането на действията, се предлага отпускането на определена сума, която ще подпомогне тяхното участие и взаимодействие с останалите села по различни теми в общ интерес.

Допълнително, се организират широки информационни кампании, срещи, семинари, обучения и конференции, които да изградят нужния капацитет за функционирането на мрежата от села в региона. Това, придружено с общите интереси, насърчава изграждането на трайни връзки между отделните села, а не само в периода на проекта.

3. Холандия

Холандия е страната, която има най-ефективното и ефикасно земеделие в Европа. Страната е със сходни показатели като Великобритания, по отношение на приноса на земеделската индустрия към общата селскостопанска продукция в ЕС. Това е забележително, тъй като площта на Холандия е едва 41 хил. кв. км (за сравнение – Великобритания е с 242 хил., а Франция със 643 хил. кв. км площ).

Над 7,6 хил. кв. км от площта на Холандия са покрити с вода, така че земята на територията на страна е само 33 хил. кв. км, от които почти 53% са земеделска земя. Според данните на правителството[3], през 2017 г. е изнесена селскостопанска продукция на стойност почти 92 млрд. евро, което е увеличение със 7% спрямо преходната година. Това прави страната втора в света по изнесени селскостопански продукти, след САЩ. Най-голяма стойност носи износът на лалета (9,1 млрд. евро) и на материали и технология (9,1 млрд. евро), следвани от млечните продукти и яйца (8,9 млрд. евро) и др.

Основната причина е холандския ноу-хау и иновациите, които се влагат при производството в селскостопанския сектор. От ключово значение за създаването и внедряването на иновации в селскостопанския сектор, е добрата хоризонтална комуникация между участниците. В настоящото проучване е изследвана работата на селската мрежа в страната.

3.1. Национална селска мрежа в Холандия (Netwerk Platteland)

Управляващият орган в Холандия (Regiebureau Plattelands Ontwikkelings Programma), отговорен за Програмата за развитие на селските райони в страната, е създал Националната селска мрежа (Netwerk Platteland). Съществуването на тези мрежи се финансира от ПРСР във всяка държава-членка, вкл. България, но в Холандия, те получават подкрепа също от провинциите (връзката между общините) и Правителството на Нидерландия (Rijksoverheid).

Със служители от провинциите и централната власт, е сформирано Звено за подкрепа на мрежата (Network Support Unit), което функционира към Управляващия орган. Звеното включва 5 служителя по следните направления:

- Иновация и обмен на партиди;
- ЛИДЕР и иновации в земеделие;
- Млади фермери и води;
- Уебмастър и служител по комуникацията;
- Комуникация.

[3] https://www.government.nl/latest/news/2018/01/19/agricultural-exports-worth-nearly-%E2%82%AC92-billion-in-2017

Самото приоритизиране на направленията, по които работи звеното, е показателно. Две от направленията, са насочени към комуникацията и техническата обезпечеността за това чрез платформата www.netwerkplatteland.nl. Още две направления са отделени за иновациите в сектора, чрез обмен на партиди с останалите участници и прилагане на ЛИДЕР стратегията.

Това означава, че за всички холандски земеделски производители се осигуряват условия за активно взаимодействие с останалите участници в селскостопанския сектор, с цел внедряване и обмен на иновативни практики. Координираните действия в тази посока носят единствено полза за всички производители в бранша. Посредством изградената мрежа, участниците получават актуална информация за разработваните иновативни практики в цялата страна. По този начин, всеки може да се включи в този процес, като чрез обмен на партиди в крайна сметка постигат усъвършенстван продукт с по-висока добавена стойност.

Принципът на работа на селската мрежа в Холандия, въпреки получаваната подкрепа и от ПРСР, създава нужните връзки между участниците в земеделието, изградени на основата на общ интерес. Високите икономически ползи, които носят иновациите в холандското земеделие, са силно мотивиращ фактор за активността на всички участници в комуникационния процес.

3.2. Платформа за хранителни вещества (Nutrient Platform)

Един от проектите на холандската национална селска мрежа е Платформата за хранителни вещества[4] (NutritientPlatform.Org). Това е крос-секторна мрежа от холандски организации с общи интереси, създадена през 2011 г. Всички членове са загрижени от начина, по който се разглеждат хранителните вещества, както и от глобалното използване на фосфати. Отпадъците и загуби при всяка стъпка от жизнения цикъл на фосфора, предизвиква загриженост относно бъдещите доставки и замърсяването на водите и почвите както в ЕС, така и по целия свят. В резултат, се събират 35 холандски компании от различни сектори, които искат да затворят целия цикъл на фосфатите в страната. Включват се компании от секторите за води и отпадъци, химическата индустрия, земеделието, хранителната промишленост и др. Тези сектори не са винаги партньори и нито един от тях няма затворен хранителен цикъл.

[4] https://www.nutrientplatform.org

Компаниите разработват съвместни инициативи за индивидуална обработка на повече оборска тор и осигуряване на повече количества за пазар. Целта е стопанствата в страната да бъдат подсигурени с достатъчно естествени торове, за да няма отпадъци и загуби от фосфатните.

Един от най-важните елементи на платформата е да улесни комуникацията и сътрудничеството между всички страни, които участват в процеса.

Интерес да участват в платформата, имат всички участници от различните вериги в жизнения цикъл на фосфата, на територията на страната. Предвид бъдещият световен недостиг на фосфати, Холандия може да се възползва от своя излишък, като ограничи загубите и отпадъците при използването му.

По-ефективната употреба на хранителните вещества е политика на Управляващия орган в страната. Чрез друг проект на селската мрежа - „Изпитание на минерални торове“ (Proeftuin mineralen en bemesting)[5], група животновъди, предприемачи и преработватели на тор от община Ньортен-Харденберг постигат по-ефективно използване на минералните торове на по-високо ниво (провинция Оверейсел). Това показва, че при наличието на наличието на общ интерес, инициативите не се ограничават до пределите на дадено населено място, община или провинция. Приемат се мерки на местно ниво за намаляване на водата в течната фракция на оборска тор, което улеснява транспортирането ѝ до различните точки в региона. Всичко това е в резултат на целенасочена политика от партньори с ясно изразен интерес, в полза на обществото и околната среда.

Иновативните подходи, които холандските фермери разработват, се доказват като успешни – през 2017 г. е приет План за намаляване на фосфатите в Холандия, който помага на всички участници да се включат в процеса. На европейско ниво също имаше реакция - през 2019 г. беше приет Регламент (ЕС) 2019/1009 на Европейския парламент и на Съвета от 5 юни 2019 година за определяне на правила за предоставяне на пазара на ЕС продукти за наторяване[6], в който основен фокус са именно фосфатните торове. Ето защо, работата на Холандия в сферата на земеделието, е важна от гледна точка на иновациите в селскостопанския сектор и предстоящи тенденции в европейски и световен мащаб.

[5] https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/find-connect/projects/proeftuin-mineralen-en-bemesting
[6] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX:32019R1009

V. Предложения за подобряване

Резултатите от анкетното проучване, заедно с информацията от изследваните добри европейски практики, извеждат няколко основни направления, в които е възможно да се обмисли предприемането на конкретни стъпки от страна на МИГ.

Комуникацията следва да се основава на няколко основни принципа:

Честност. Тя се постига чрез създаване на подходящи отношения с всички заинтересовани групи за предлагане, съдействие и обслужване без дискриминация, насърчаване на местния растеж, чрез подкрепа на инициативите, насочени в по-голяма степен към действителните нужди на общността.

Прозрачност. Тя се изразява в подаване на непрекъсната, точна и ясна информация към общността, в която се работи за това, което се прави и как се прави. Предоставяне на място и време за дискусии и диалог, по време на които взаимният обмен на информация може да подсили репутацията на МИГ.

Уважение. То се изразява в насърчаването на растеж, който е екологично и социално устойчив, в създаване на социални и културни отношения с местните общности, чиято отличителна характеристика да е равнопоставеността.

От анкетното проучване се налага извода, че съществуват проблеми в комуникацията на отделните граждани с жители на други населени места. За разлика от тях, представителите на бизнеса, НПО и общинската администрация, изпитват по-малко затруднения при комуникацията. Мнозинството анкетирани признават, че комуникацията трябва да се подобри, вкл. и тези, които не срещат трудности при нея. От проучването на европейските практики се забелязва, че в Северна Ирландия например, този проблем се решава със срещи на място в селата, където представители на селската мрежа се срещат с всеки жител, заявил интерес. Директният контакт и работата с отделните граждани в селските региони е от изключително значение. Препоръката в тази връзка е **да се насърчи работата с отделните граждани и включването им в различни инициативи**, от страна на МИГ.

Ефективната комуникацията се осъществява при наличието на **общи интереси между отделните участници, създадени в резултат на съвместна работа.** Това е общият извод от проучването на европейските добри практики. В голяма част от случаите, този процес се координира от селски мрежи, които осигуряват необходимите административни и технически

условия за реализиране на идеите на местните общности. Националните селски мрежи са задължителни по регламент на ЕС. В България това е Национална селска мрежа, към която има създадено и Звено за управлението на НСМ. Това обаче не пречи да се създаде селска мрежа от регионално ниво, по примера на Регион Нормандия във Франция. В тази връзка, следва да се обсъдят възможности с други местни инициативни групи на територията на областите Хасково, Кърджали, Смолян, Пловдив и Пазарджик за **създаване на селска мрежа на ниво Южен Централен Район**.

В този процес, освен местните инициативни групи, трябва да участват държавните институции на областно ниво и местната власт на общинско ниво. Иницииране на разговори в тази посока е препоръчително. Като първа стъпка в него, може да бъде **организирането на срещи между МИГ „Стамболово – Кърджали 54“ и съседни МИГ-ове** на територията на област Хасково и/или област Кърджали.

Местните инициативни групи имат различни инструменти, с които да засилят връзките между отделните участници на територията на общността. Организирането на събития не винаги следва да е свързано с транспортни и високи логистични разходи. Например, Селската мрежа в Регион Нормандия организира **уеб-конференции - сравнително евтина мярка, която е достъпна онлайн за всички**, които искат да се включат, да зададат въпроси и да получат информацията. Информацията до крайните бенефициенти следва да достига по всякакъв възможен начин, в т.ч. онлайн и през социални мрежи. Голяма част от хората в тези райони нямат възможности да пътуват до друго населено място за конференция, затова за подобряване на комуникацията с тях е нужно информацията да е максимално достъпна.

От взаимодействието между холандските производители, се откроява създаването на общ интерес на по-високо (надрегионално / национално) ниво, какъвто е проблема с фосфатните торове. Това дава възможност на по-широк кръг от заинтересовани страни да участват в съвместни разработки, обмен на партиди и в крайна сметка **постигане на земеделска продукция с по-висока добавена стойност** за всички. Ето защо, е необходимо внимателно да се следят тенденциите и **иновациите** в земеделието, с цел навременна реакция.

Не трябва да се пропускат и възможностите, които предлагат кооперативите между отделни производители в даден регион. Добрите примери за това във Франция показват, че **кооперативите са важен инструмент за обединяване на местни групи**, повишаване на стандартите и себестойността на продукцията. За прилагането на тази препоръка е необходимо

административно и техническо съдействие от страна на местната инициативна група и съответните държавни институции на територията на общността.

Широкото разпространение на **дигиталните технологии** направи комуникацията по – лесна и достъпна. Тази тенденция се оказва сериозно предизвикателство пред медиите, комуникационната общност и изследователите. Чрез профилите си в социалните мрежи всеки потребител получи възможност да бъде самостоятелна медия и да има собствена публика. В публичната комуникация социалните мрежи много често са наричани социални медии. Дори и традиционните медии разчитат на профилите си в социалните мрежи за да достигнат до своите читатели. Facebook, Twitter и LinkedIn все по-често са единствената инфраструктура през която читателите достъпват сайтовете на традиционните медии. Това доведе до цялостна промяна на новинарския поток и на начина, по който хората се информират за това кое е важно и кое не е. В този контекст все по-актуална става темата за изграждането на общности, чрез комуникацията в дигитална среда.

В последните години всички приемат и ползват плюсовете на дигиталната комуникация – тя е бърза, достъпна, предпочитана от аудиторията, а за таргет групи под 25 години е на практика единственият начин за достигане до тях. И въпреки че натрупаният опит по темата е сериозен, за голяма част от организациите и институциите общуването в дигитална среда се свежда до поддържане на позитивен диалог с аудиторията и модериране на негативните коментари. Много често обаче докато тази рутина се следва, истинските мнения си намират паралелно пространство и се разпространяват вирусно онлайн. За това е много важно да се разчита на развити онлайн общности, които могат за модерират, моделират и в крайна сметка да променят определени нагласи. В този смисъл въпреки спецификите (културни и други) МИГ следва да използва по активно и целенасочено тези канали за подобряване на комуникацията с местната общност.

Идентифицирането на информационните нужди на потенциалната аудитории и системното полагане на усилия за покритието на тези нужди е ключовото умение, което трябва да се изгради в екипа на МИГ. В този процес е от голямо значение да се говори на езика на съответната аудитория, да се спазва етиката и съдържанието да е максимално органично вградено в общия диалог на съответната общност. Скоростта на информацията онлайн, както и пренасищането с факти, събития и мнения налага съдържанието, което се предлага да бъде изключително конкурентно и ангажиращо. За целта следва да се прибягва към множество

методи след които собствени проучвания, ангажиране на лидери на мнение (т.нар. „инфлуенсъри“), привличане на известни лица с гарантирано одобрение от страна на аудиторията, влизане в директен контакти с възможност за задаване на въпроси и получаване на отговори в реално време.

Основни изисквания, на които трябва да отговаря дигиталното съдържание:

- Да бъде лесно достъпно;
- Да предизвиква емоция, за да подтиква към споделяне;
- Да има новинарска стойност и да бъде от значение за голям брой хора;
- Да носи добавена стойност.

При подготовката на съдържание за социалните мрежи е препоръчително да се използва и инструментариума на традиционните медии.

Не бива да се пренебрегват и жанровете на традиционните медии. Миксирането на канали и възможностите за споделяне дават по-добър резултат.

Конкретна препоръка	Отговорни страни за прилагането ѝ
Да се насърчи работата с отделните граждани и включването им в различни инициативи	НПО, МИГ, местна власт
Да се създадат общи интереси, в резултат на съвместна работа между отделните участници	Земеделски производители, селска мрежа, местна и централна власт
Да се използват иновациите за постигане на земеделска продукция с по-висока добавена стойност	Земеделски производители, селска мрежа, местна и централна власт, технологични компании в бранша
Да се инициират разговори и срещи с цел създаване на регионална селска мрежа на ниво Южен Централен Район	МИГ, местна власт, централна власт

Да се организират повече инфо събития, срещи със съседни местни инициативни групи; видео (уеб) конференции и др.	МИГ
Да се проучат възможностите за създаване на кооперативни съдружия в определени региони от общността	МИГ, земеделски производители
Да се използват по-активно дигиталните технологии и социалните мрежи за подобряване на комуникацията в и с местната общност	Екип на МИГ

VI. Заключение

Проучването на добри практики за подобряване на комуникацията във водещите европейски държави по отношение на селското стопанство показва, че е необходима подкрепа от централно ниво за инициативите в тази област.

В общия случай, това се получава чрез подкрепата на национална или регионална селска мрежа. Селската мрежа трябва да се подкрепя от местните власти и централната администрация, като не обременява с такси или регистрационни бариери потенциалните участници в нея.

При положение, че националните селски мрежи не могат да отразят конкретни регионални специфики, местните инициативни групи следва да търсят алтернативни варианти за свързване с други общности на регионално или специфично териториално ниво. В конкретния случай, с МИГ „Стамболово – Кърджали 54“ този процес може да започне със сближаване с останалите инициативни групи или НПО ангажирани с местното развитие на територията на Южен Централен Район. Затова е нужна подкрепа от деконцентрираните структури на държавата и на първо място от областните администрации в Хасково и Кърджали.

Включването на повече участници от региона в съвместни действия, ще увеличи допирните точки, а с това и възможностите за създаване на партньорства. Инициативи на областно ниво между местните общности в Хасково и Кърджали, ще засилят сътрудничеството помежду им и ще се подобри комуникацията. Примерите от европейските практики показват, че съвместната работа води до реализирането на по-качествени продукти с висока добавена стойност, което повишава общото благополучие.

Гражданите имат доверие в местната инициативна група и смятат, че тя може да има роля при подобряването на комуникационния процес с другите населени места. Това е добър атестат, който трябва да се използва и да се инициират конкретни разговори и действия в тази област, чрез широко участие на заинтересованите страни. Включването на гражданите в този процес, ще увеличи популярността на действията и ще насърчи тяхната активност, чрез генериране на различни идеи и предложения, обмен на практики и разработване на нови продукти.

Най-честият проблем, който гражданите посочват като трудност пред комуникацията, са липсите на удобни транспортни връзки. Отново, това е въпрос от компетенциите на по-високо ниво – между областните администрации в Хасково и Кърджали. Местните инициативни групи не могат да решат транспортните проблеми, но могат да проведат съответните срещи, проучвания и инициативи. Чрез тях, гражданите ще могат да обърнат внимание на тези въпроси пред органите на централната власт, а транспортните компании да вземат решение, предвид очакваните потоци от пътници, по какъв начин би било икономически обосновано да се създават такива връзки.

Местните инициативни групи, съгласно подхода ЛИДЕР, могат да провеждат различни дейности, свързани с информираност и публичност и др. Фокусът на тези събития трябва да бъде ясно поставен и да се даде възможност в него да вземат максимален брой участници. Дейността трябва да е широко достъпна, през различни комуникационни канали онлайн и офлайн.

VII. Използвани източници

1. Стратегия за ВОМР на МИГ „Стамболово – Кърджали 54“;
2. Лъдлоу, Р., Пантон, Ф. „Есенция на ефективната комуникация“, 1992 г., Прентинс Хол;
3. Принос на земеделската индустрия в отделните държави към общата селскостопанска продукция в ЕС, 2018 г., Евростат ;
4. Департамент по земеделие, околна среда и селските въпроси в Северна Ирландия, https://www.daera-ni.gov.uk/publications/statistical-review-ni-agriculture-2007-onward (септември 2019 г.)
5. Кабинет на Кралство Нидерландия, www.government.nl/latest/news/2018/01/19/agricultural-exports-worth-nearly-%E2%82%AC92-billion-in-2017 (септември 2019 г.)
6. https://www.nutrientplatform.org
7. https://www.reseaurural.fr

VIII. Приложения

АНКЕТНА КАРТА

„Проучване на възможностите и факторите за подобряване на вътрешно общностната комуникация с оглед на големия брой населени места в рамките на МИГ „Стамболово – Кърджали 54“

1. **Вие живеете в?**
   - ☐ общинския център
   - ☐ село от общината
   - ☐ в чужбина, но се връщам понякога
   - ☐ живея тук, но работя в по-голям град

2. **Общувате ли често с жителите на:**

	Не	Да	Рядко	Много рядко	Не желая
Съседните на вас села	☐	☐	☐	☐	☐
Общинския център	☐	☐	☐	☐	☐
Други села в общината	☐	☐	☐	☐	☐
Села от съседни общини	☐	☐	☐	☐	☐

3. **Срещате ли трудности при комуникацията с жителите от другите населени места?**
   - ☐ да
   - ☐ не
   - ☐ отчасти

4. **Ако срещате трудности от какво естество са те?**
   - ☐ нямаме удобни транспортни връзки
   - ☐ езикови различия
   - ☐ нежелание за комуникация от тяхна страна

☐ етнически различия
☐ друго, моля посочете .....

5. По какви поводи най-често поддържате контакти с тях:

☐ работа
☐ житейски въпроси
☐ празници и развлечения
☐ друго, моля посочете .....

6. Имате ли комуникация/общуване с представителите на други етнически общности на територията?

	Не	да	рядко	Много рядко	Не желая
С българи	☐	☐	☐	☐	☐
С турци	☐	☐	☐	☐	☐
С роми	☐	☐	☐	☐	☐
С други	☐	☐	☐	☐	☐

7. Мислите ли, че комуникацията ви е недостатъчна и би било полезно да се подобри?

☐ Да, напълно
☐ По-скоро да
☐ По-скоро не
☐ Не
☐ Не мога да преценя

8. Как определяте комуникацията между вас и представителите на институциите на територията на МИГ, както и със самият МИГ

	добра	лоша	по-скоро добра	по - скоро лоша	нямам впечатления
С държавните институции на територията	☐	☐	☐	☐	☐
С общината	☐	☐	☐	☐	☐
С кметството	☐	☐	☐	☐	☐
С МИГ	☐	☐	☐	☐	☐

С бизнеса	☐	☐	☐	☐	☐

9. Според вас, може ли МИГ да помогне за подобряване на комуникацията ви с?

	Не	Да	По скоро не	По скоро до	Не виждам как
Съседните на вас села	☐	☐	☐	☐	☐
Общинския център	☐	☐	☐	☐	☐
Други села в общината	☐	☐	☐	☐	☐
Села от съседни общини	☐	☐	☐	☐	☐

10. Моля, споделете, ако имате конкретна идея или препоръка за по-ефективна комуникация на територията на МИГ:

.....
.....

11. Вашата възраст: ☐ от 18 до 29 г. ☐ от 30 до 40 г. ☐ от 41 до 50 г. ☐ над 51 г.

12. Вашият пол: ☐ Жена ☐ Мъж

13. Вие сте жител на: ☐ община Стамболово ☐ община Кърджали ☐ Друго

14. Вие попълвате анкетната карта в качеството си на:

☐ Гражданин
☐ Представител на общинска администрация
☐ Представител на бизнес
☐ Представител на НПО
☐ Друго (моля, посочете) .....