

## Европейската комисия настоява за активно взаимодействие между националните и регионалните власти

Европейската комисия прие ново комюнике, в което се настоява за активно взаимодействие в Европейския съюз между националните и регионалните власти, което да стимулира свободното движение на граждани и предприятия в рамките на вътрешния пазар.

Според Европейската комисия липсата на активно взаимодействие (Interoperability) между властите на различни равнища в Европа е основната пречка за осъществяването на електронни административни услуги в рамките на цяла Европа. Комюникето ще поощри сътрудничеството между държавите членки и индустрията, за да бъде сигурно, че тази пречка може да бъде преодоляна.

Според Гюнтер Ферхойген, зам.-председател на Европейската комисия, "активното взаимодействие е основа за сътрудничеството в рамките на вътрешния пазар. То допринася за превръщането на Европа в място, където е хубаво да се живее, работи и инвестира". Комисарят Вириан Рединг, отговаряща за информационното общество, добави, че трябва да се работи усилено за усъвършенстване на електронните административни услуги, които реално да улесняват и подпомагат гражданите и предприятията, без да пренебрегват когото и да е.

В комюникето се определя необходимостта от унифициране на три плоскости: унифициране на административните процедури в живота на гражданите (раждане и женитба) и в бизнеса (създаване на предприятие, плащане на данъци); семантично унифициране, при което документи като акт за раждане съдържат едни и същи данни, така че на различните управленски равнища да могат да се разчитат данните; техническо унифициране, при което съществуват норми, които дават гаранция, че компютърните системи са съвместими.

В комюникето Европейската комисия изразява своята готовност да работи с държавите членки за определянето на приоритети, изготвя-

нето на политически директиви и технически препоръки. Конкретни инициативи за стимулиране на взаимодействието ще залегнат в бъдещия план за действие "е-правителство".

В рамките на инициативата i2010 комисарят Рединг посочва активното взаимодействие като едно от четирите предизвикателства при създаването на единно европейско информационно



пространство и като основен фактор за публичните услуги, основаващи се на информационните и комуникационните технологии. Комисар Рединг обещава, че темата за активното взаимодействие на електронните услуги за гражданите ще остане и занапред важна тема за Европейския съюз.

По данни на Европейската комисия  
По-подробна информация можете да намерите  
на интернет адрес:

<http://europa.eu.int/idabc/en/home>  
[http://europa.eu.int/information\\_society/eeurope/i2010/](http://europa.eu.int/information_society/eeurope/i2010/)

Източник:  
CORDIS Focus 264/2006

## Дискусия за възможностите за увеличаване на даренията на средства за научни изследвания и технологично развитие

Приносът на донорските фондации и на други нестопански организации за финансирането на научните изследвания и технологичното развитие в Европа може да бъде увеличен, ако на европейско равнище се активизират обмяната на опит и сътрудничеството - това е заключението, направено на конференция в Брюксел.

За разлика от САЩ, където почти 13 млрд. евро (респ. 4,5 % за 2003 г.) от общите инвестиции в научните изследвания и технологичното развитие идват от нестопанския сектор, в Европа приносът на фондациите в изследователската дейност продължава да е незначителен. Обединеното кралство е изключение: дарителската култура е силно изразена, а организации като Wellcome Trust и Cancer Research UK инвестират значителни суми.

За да проучи подробно тази често подценявана тема, Европейската комисия сформира експертна група. Резултатът от нейната работа е докладът "Ролята на фондациите и нестопанския сектор за увеличаването на инвестициите в научните изследвания и технологичното развитие", публикуван през септември 2005 г. Докладът беше последван от конференция на тема: "Да се инвестира повече в научните изследвания и технологичното развитие", проведена в Брюксел на 27 и 28 март 2006 г. Нейната цел беше да се дискутират препоръките от доклада и да се очертаят необходимите стъпки за подобряване на положението.

В своето слово при откриването на конференцията европейският комисар по науката и изследванията Янез Поточник подчерта, че приносът на фондациите в Европа при финансирането на научните изследвания е все така незначителен, но че някои европейски правителства са предприели успешни мерки и законодателни инициативи, за да променят съществуващото положение. Тези инициативи би трябвало да бъдат популяризирани по подходящ начин, за да могат да служат като добър пример за останалите държави. Поради тази причина комисарят подкрепя една от основните препоръки на доклада на експертната група, а именно създаване на европейски форум за дарения за научни изследвания. Според групата форумът предлага постоянен механизъм на европейско равнище за обмяна на опит, тестване на добри практики и стимулиране на синергията и сътрудничеството.

Препоръката среща широката подкрепа на участниците в конференцията - представители на фондации, университети, изследователски институти и власти от цяла Европа. Д-р Уилям Крул, зам.-председател на Европейския дарителски център (European Foundation Centre - EFC), съорганизатор на събитието, призна, че фондациите са "хетерогенна

група", която обаче има много допирни точки. Съществуват възможности да се учим един от друг и ние подкрепяме създаването на подобен европейски форум" - сподели д-р Крул.

Други докладчици подчертаха, че за фондациите е особено важна трансграничната дейност, за да могат да се възползват от синергията, ефекта на скалата и по-голямата прозрачност, които се получават в резултат от подобно коопериране. Това е много важно, когато нестопанските организации работят в слабо финансирани области.

Дискусиите показаха, че са необходими редица основни фактори на равнище отделна организация, за да могат да бъдат увеличени средствата за научни изследвания и технологично развитие. Според общото мнение на участниците безусловно са необходими прозрачност и отчетност, за да могат фондациите да печелят доверието на дарителите. Идеята за създаване на европейски поведенски кодекс на фондациите също намери отзвук.

Робин Стефенсон от Health Foundation, Обединено кралство, изрази мнение, че поведенският кодекс би могъл не само да премахне опасенията на обществеността от злоупотреби с дарените средства - например за тероризъм, но и да подобри общия подход на фондациите и способността им да реагират. Според г-н Стефенсон повечето фондации са легитимни и функционират коректно. Ето защо на кодекса би трябвало да се гледа като на нещо, което ще бъде от полза за всички от бранша.

Друг участник подчерта факта, че организациите, които могат да се похвалят с най-много набрани средства, имат ясно дефинирана и дългосрочна стратегия за тяхното набиране, както и професионалисти, които да работят за тях. Според общото мнение на участниците всяка фондация трябва да формулира ясно мисията и целите си и да обясни на обществеността ползите от своята дейност, като същевременно се съобразява с местните условия и местната култура.

Успоредно с това съществуват много външни фактори, които влияят върху работата на фондациите и които също трябва да бъдат взети под внимание. Най-често тук се споменават регулаторната и данъчната среда, в която работят фондациите. Правителствата бяха призовани да помислят как биха могли да стимулират донорските организации. В някои случаи

действително са необходими законодателни мерки, но в други биха били достатъчни и "по-меки" мерки, които властите биха могли да използват - например т.нар. фондове за съфинансиране (matching funds). "Много често е по-лесно да се създаде фонд за съфинансиране, отколкото да се прокарат данъчни преференции" - заяви, позовавайки се на собствения си опит, Кари Ойсет от Министерството на образованието и научните изследвания на Норвегия.

Европейската комисия би могла да играе централна роля и да преодолее съществуващия дефицит от информационни данни за финансирането на научните изследвания от донорски организации. Изпълнителният съвет на ЕС беше призован да обмисли идеята за формулиране на европейски устав на фондациите. Той би могъл да бъде правният инструмент, който да стимулира трансграничното сътрудничество между организациите и международните дарения на "европейски настроените" граждани.

Изи Сарагоси от Генерална дирекция "Изследвания" подчерта, че и в бъдеще Комисията може да поеме функцията на катализатор и посочи, че невинни законодателните мерки са за предпочитане пред регулаторните. Според него обаче една от зада-

чите на Комисията е да съгласува по-добре финансирането на изследователската дейност чрез фондации и публични дарители. Тъй като фондациите не са в състояние да запълнят сами липсата на достатъчно финансиране, синергията и сътрудничеството в тази област ще стават все по-важни.

Генералният директор на Генерална дирекция "Изследвания" Жозе Мануел Родригес подчерта при закриването на конференцията, че дарителската подкрепа на научните изследвания като източник на инвестиции в знанието заслужава много сериозно внимание. Според него е много важно да се проумее, че бъдещето на фондациите е в собствените им ръце. То зависи от това, до каква степен те могат да избера стратегически подход към научните изследвания. Европа притежава извънредно много и разнообразни дарителски организации. Това е една силна страна, която трябва да се съхрани. Но организациите трябва да търсят пътища за поощряване на синергията и обмяната на знания чрез сътрудничество.

По-подробна информация можете да намерите на адрес: [http://europa.eu.int/invest-in-research/policy/philanthropy\\_en.htm](http://europa.eu.int/invest-in-research/policy/philanthropy_en.htm)

Източник:  
CORDIS-Focus 265/2006

## Система за управление на отношенията с клиентите - философия и технология

Ангел Милев, Фондация "Приложни изследвания и комуникации"

Управлението на отношенията с клиентите, или CRM (Customer Relationship Management), възниква като понятие в средата на 90-те години на миналия век. По това време то обобщава технологиите, които автоматизират процесите на продажби, и дейността на центровете за информация, т.е. свързвало се е главно с техническото и софтуерното обезпечение - най-вече с обработка и групиране на клиентски профили в бази данни на фирмите и др.

Налагането на интернет като глобална информационна система и нарастването на значението му за работата на фирмите; използването на електронна търговия; развитието на нови методи за маркетинг чрез електронните мрежи; маркетинговата политика на международните конгломерати и множество други промени в пазарната среда налагат управлението на връзките с клиентите да излезе от рамките на строго техническото/технологичното определение. Днес управлението на отношенията с клиенти не се възприема само като техника, софтуер или съвкупност от системи. Техническото решение еволюира в бизнес философия, основана на информационните технологии. Вече говорим за стратегия, която поставя клиента на челно място в бизнес процесите и дей-

ностите на една организация или фирма, а високотехнологичните решения са незаменим помощник в осъществяването на тази стратегия. В този смисъл CRM е съвкупност от философия и технологии и част от най-новите тенденции за управление на бизнес дейностите, добиващи напоследък популярност като Complexity Management. Специалистите твърдят, че много проблеми, които често възникват в процеса на внедряване на системите за управление на отношенията с клиентите, се дължат именно на погрешното възприемане на CRM единствено и само като чиста технология. С други думи, управлението на отношенията с клиентите представлява пакет от приложения, специално разработени, за да автоматизират бизнес процесите, свързани с продажбите, с маркетинга и рекламата, с обслужването и поддръжката. Концепцията за CRM поставя акцента върху клиента с цел по-ефективен маркетинг, увеличаване на продажбите и подобряване на обслужването. Крайната цел на тази концепция е и да бъдат задържани постоянните клиенти, т.е. фирмата да увеличава печалбите си не само чрез нарастване на броя на новите клиенти, но и чрез добро управление на връзките с вече съществуващите.

Управлението на отношенията с клиентите е комплексен процес, инструмент, чието основно предназначение е повишаване на ефективността на дейността на фирмата. Всичко, включено в този процес, всяка стъпка от изпълнението му е свързана с динамиката на дейностите във фирмата. Нещо повече, като основен инструмент в изграждането на отношенията на фирмата с клиентите той постоянно се надгражда и осъвременява в зависимост от конюнктура на заобикалящата среда и възникващите вътрешни потребности, т.е. CRM - успешното изграждане на подобна система, "не е дестинация, а пътешествие".<sup>1</sup>

"CRM е термин за методологии, технологии и възможности за електронна търговия, използвани от фирмите за управление на връзките с клиентите. В частност CRM софтуерни пакети подпомагат взаимодействието между клиентите и компанията, позволявайки на компанията да координира цялата комуникационна дейност, така че на клиента се предоставя унифицирано съобщение и представа за фирмата/продукта.... Основният принцип, стоящ зад CRM, е фирмата, нейният персонал, има еднозначен подход и виждане към всеки отделен клиент"<sup>2</sup>.

Основните елементи, гарантиращи добрата работа на CRM, са три:

- хората;
- процесът;
- технологията.

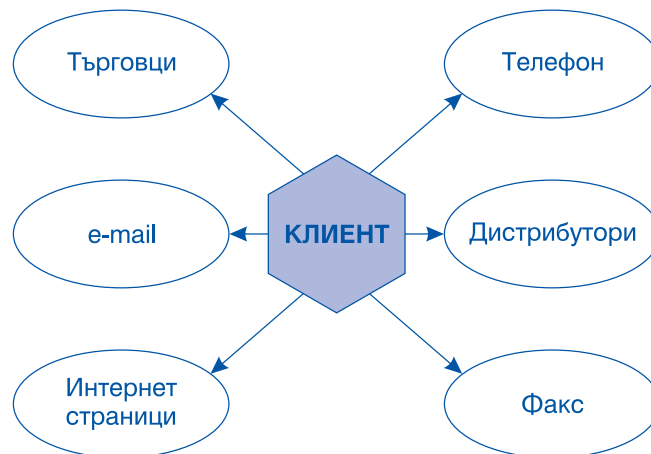
**Ефективно действащата CRM спомага за успешното управление на следните дейности във фирмите, в които се внедрява/изгражда:**

**1. Управление на продажбите. Повишаване на ефективността. Намаляване на дебиторската задлъжнялост. Намаляване на разходите за сметка на компютризацията на рутинните процеси.**

Както вече беше споменато, CRM е всеобхватна бизнес стратегия на фирмата, създадена с цел да намали разходите и да увеличи печалбите чрез увеличаване на лоялността на клиентите.

Истинската CRM обединява информацията от всички източници на данни във фирмата (а когато е необходимо и извън нея), за да изгради цялостен образ на всеки клиент в реално време (вж. фиг. 1<sup>3</sup>). Това позволява ефективното управление на продажбите. Натрупването на данните от продажбите към определен клиент улеснява воденето на статистика на взаимоотношенията, на оборотите на фирмата, на

колебанията и отклоненията. Тези данни са полезни и за прогнозирането на бъдещите продажби, търсенето на определени стоки и т.н.



Фиг. 1.

Автоматизирането на продажбите управлява процеса на сключване на сделките. Тук се включват дейности като планиране, поръчки и др., като понякога се стига и до недотам приятния момент на преустановяване на взаимоотношенията с даден клиент.

Автоматизираното обслужване на клиентите означава техническа поддръжка (гаранционна или извънгаранционна), консултации, бази данни на клиентски проблеми и маршрутизация на запитвания на клиенти. Към тези основни модули могат да се добавят и други средства, включени в CRM системите. Напоследък особено популярни са управлението на телефонните центрове за услуги (call centers) и модулите за обработка на заявки, направени по интернет.

Статистическата обработка и добавянето към софтуерните системи на пакети за проследяване могат да доведат до много по-добро проследяване на финансовите резултати и потоци. Това позволява своевременно да се реагира при възникнала задлъжнялост от страна на клиента, а също там, където е необходимо, своевременно предизвестяване при приближаване на срока за погасяване на задължения от страна на фирмата към нейни доставчици. Тази система, обвързана със съвременните системи за електронно банкиране, може да доведе до пълно автоматизиране на процесите по разплащанията.

Пример за управление на процесите на дебиторската задлъжнялост е системата за управление на отношенията с клиенти за услуга over draft в една българска банка<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Compton, J., CRM Magazine, May 2005.

<sup>2</sup> Jobber, D., G. Lancaster, Selling and Sales Management, FT Prentice Hall, Sixth Edition, 2003.

<sup>3</sup> Jobber, D., G. Lancaster, Selling and Sales Management, FT Prentice Hall, Sixth Edition, 2003.

<sup>4</sup> Името на банката не е споменато от съображения за конфиденциалност.

Системата е част от изградената вътрешна CRM - състои се от масив с данните на всички клиенти на банката, ползващи споменатата услуга, като основната ѝ функция е проследяването на всички движения по картовите сметки на клиентите и своевременното изплащане на месечните вноски по погасяване на задълженията на картодържателите. Проследява се и навременното превеждане на работната заплата на тези клиенти по картовите сметки, което е част от договорните задължения на техните работодатели към обслужващата банка.

Цитираната система позволява изграждането на кредитен профил на всеки клиент на банката, което ѝ дава възможност да оценява много по-точно степента на риска при отпускането на кредит както към определен клиент, така и към групи клиенти.

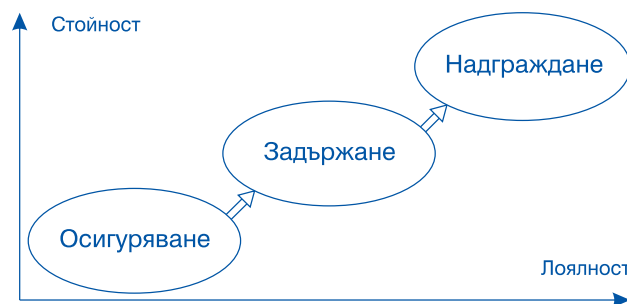
Обвързването на споменатата система с Държавния кредитен регистър дава още по-големи възможности за оценяване на риска още преди възникването на договорни отношения с нови, непознати за банката клиенти, както и проследяването на задлъжността на вече съществуващи клиенти.

Описаното дотук е и пример за намаляване на разходите за сметка на компютризацията на рутинните процеси в една организация. С помощта на описаната система за проследяване на процесите в картовия отдел на банката десетки хиляди клиенти на услугата over draft се обслужват от петима служители, като те отговарят и за изготвянето на цялата документация и обслужването на клиентите от сключването на договора и отпускането на over draft през проследяване на потоците по сметките до прекратяването на договора.

Спецификата на описания кредит предполага дългосрочни взаимоотношения с клиента; възобновяемият кредит (каквото е over draft) е предпоставка за създаване на доверие между клиента и обслужващата го банка и изграждане на по-различни взаимоотношения. Услугата over draft предполага наличието на дебитна карта (в случая това е пример за мястото на CRM в маркетинговата стратегия на банката, т.е. "пазарна специализация" - типична за този вид дейности сегментационна стратегия) към банката. Именно тези взаимоотношения са предпоставка за стремеж у банката както да гарантира своите кредити по възможно най-добрия начин, така и да изгради чувство на удовлетвореност и сигурност у своя клиент, спечелвайки неговата лоялност.

Именно лоялността на клиента е една от основните предпоставки за намаляване на разходите по обслужване. Статистиката недвусмислено показва, че задържането на един клиент е много по-евтино от осигуряването на нов (според някои източници става въпрос за 5 пъти по-ниски разходи). Връзката между

фазите на контакт с клиента, неговата лоялност и стойността му за фирмата е представена на фиг. 2<sup>5</sup>.



Фиг. 2.

**2. Управление на персонала. Повишаване на производителността на труда на служителите на компанията. Възможност за оперативен системен анализ на ефективността на пласмента. Ограничаване на текучеството на персонала и повишаване на степента на неговата мотивация.**

Въвеждането и използването на CRM в една организация оказват огромно влияние и върху персонала. Тук става въпрос не за въвеждане на техническа информационна система, а за цялостна ориентация на фирмата в определена насока - изграждане на фирмена стратегия, ориентирана към клиента. Това е ключът към осъществяване на успешна CRM, това е и основният преход и насока, които трябва да се осъществяват във всяка фирма, решила да изгражда система за управление на отношенията с клиента. С други думи, реализирането на фирмената стратегия предполага съответната нагласа у персонала да бъде постоянен проводник на политиката между фирмата и клиентите.

Тези фактори налагат и вграждането на ефективни механизми за управление на персонала в тези системи. Осигуряването на цялостен поглед върху клиентите дава възможност за цялостен поглед, на първо място, върху вътрешните процеси и тяхната предварителна инвентаризация. Включването на персонала и неговото управление гарантират успешното изграждане и функциониране на система за управление на отношенията с клиента.

В този аспект управлението на персонала включва необходимото условие всички отдели по хоризонталата, контактуващи с клиентите, да отправят един и същи сигнал/послание, да осъществяват този контакт по една и съща методология и да действат в пълна синергия - независимо дали става въпрос за маркетинговия отдел, отдел "Продажби", центъра за информация и всички други. Те трябва да имат една обща цел,

<sup>5</sup> Chaffey, D., R. Mayer, K. Johnston. F. Ellis-Chadwick, Internet Marketing & Strategy, Implementation and Practice, FT Prentice Hall, Sec. ed., 2003.

която в случая е изградена около изискванията на клиента и черпи своите ресурси от взаимоотношенията с него. Неуспешната реализация на CRM в повечето случаи се дължи именно на липсата на синхронизация/единно действие на отделите на фирмата и клиентите ѝ.

Въвеждането на CRM позволява натрупването на голямо количество данни за клиентите на фирмата. Към тях се отнасят както адресни данни, така и данни за извършените покупки, тяхното количество, периодичност, място на доставка и други данни, които е преценено, че ще бъдат от полза за фирмата при въвеждането в експлоатация на CRM и създадените във връзка с това бази данни.

Събирането на подобна критична маса от данни на едно място позволява автоматизиране на определени процеси във фирмата и повишаване на производителността на труда. Систематизирането на тези данни позволява например автоматичното попълване на стандартни документи, свързани с ежедневната работа във фирмата - попълване на фактури, приходно-разходни документи, заявки и др. Това е и предпоставка за извършване на различни статистически разрези, влияещи върху маркетинговата дейност на фирмата, финансовите отчети и прогнози и други основни управленски инструменти и процеси в организацията.

Някои таксиметрови фирми в София например използват информацията от предишните поръчки на клиенти, като по номера на техния телефон лесно определят името на клиента и мястото на най-често извършваните от него поръчки или мястото на живеене. По този начин се пести време на клиента и оператора за обясняване на адреса, съответно се повишава капацитетът на центъра за поръчки и се намалява времето за придвижване на автомобилите до адресите на повикване. Съчетаването на тази система с допълнителни технически средства като GPS (Global Positioning System) позволява допълнително оптимизиране на информационните потоци и ресурси чрез препращането на автоматични съобщения за явяване на адрес на повикване, като тези съобщения достигат само до автомобилите, които се намират в най-близкия периметър. От друга страна, това засилва доброто впечатление у клиента за полаганите за него грижи и повишава доверието му във фирмата.

Добре структурираната информация в базата данни позволява да се разработят методологии и процедури за изпълнение на рутинни задачи, което съответно води и до стандартизиране на голяма част от дейностите. Това рефлектира както в съкращаване на времето за изпълнение на рутинните задачи, така и в гарантиране на постоянното им качество. От друга страна, по този начин се улесняват и съкращават

процедурите по обучение на нов персонал и по-бързото му въвеждане в ежедневната работа. Структурираната информация и базата данни обясняват и връзката между системите за управление на отношенията с клиентите и системите за управление на качеството. Обикновено въвеждането на една от тях е пряко следствие от въвеждането на другата, а често двете се въвеждат едновременно.

Натрупването на големи количества информация при правилно систематизиране и правилно подбрани критерии и задачи за обработка може да доведе до извършването на анализ, подпомагащ дейността на фирмата. Освен това се създава и възможност за извършване на оперативен системен анализ на ефективността на пласмента. Пласментът е една от най-важните дейности в работата на всяка фирма. При него се осъществява пряк контакт с клиентите, от който до голяма степен зависи реализацията на стратегията за продажби във фирмата. Проследяването на дейността на този отдел е особено важно за организацията. Събирането на данни от пласментната дейност предопределя възможността за извършване на анализ на дейността на отдела от гледна точка на ефективността на неговата работа.

Както е известно, системният анализ е задълбочено проучване, чиято цел е подпомагане на вземащия решения да избере по-добър път за действие и да достигне до по-добро решение на проблема. Характерните белези на ситуацията, в която се налага използването на този вид анализ, са свързани с комплексни проблеми и нееднозначност на решението, което може да бъде взето. Системният анализ е комбинация от:

- идентифициране на целите, ограничителните условия и алтернативните пътища на действие;
- проучване на възможните последствия от гледна точка на разходите, ползите и рисковете;
- представяне на резултатите в сравнителна таблица, така че вземащият решение да може да направи най-добрия избор между предложените алтернативи.

Системният анализ се прилага също при съставянето на корпоративни планове и програми, използването на ресурси; разработването на протекционистични политики; развойна и изследователска дейност и др. Естеството на този вид проблеми изисква интердисциплинарен подход. Именно пласментът е една от дейностите, в която се срещат ограничения и проблеми от различно естество. Ето защо анализирането на тази дейност в много голяма степен зависи от събирането и обработката на различен вид данни. Правилно изградената система за управление на отношенията с клиентите повишава надеждността и качеството на получаваната информация.

В резултат на извършените анализи правилно функциониращата CRM осигурява възможност да се разработват различни програми за стимулиране на персонала, ограничаване на текучеството и повишаване на неговата мотивация. Тя оказва пряко влияние върху работата и функционирането на отделите за човешки ресурси.

### 3. Маркетинг. Целенасочен маркетинг. Ефективно управление на маркетинговите кампании. Изследване на конкурентната среда.

Предимството на CRM при маркетинговите дейности на фирмата е недвусмислено и се заключава най-вече в автоматизирането на обработката на данните за неговите цели. Автоматизирането на маркетинга включва информация за клиента - поява, благоприятни фактори, управление, организация и планиране на маркетингови или PR кампании, рейтинг на добрите клиенти, възлагане на текущи задачи, генериране на потенциални нови клиенти.

Съчетаването на техническите възможности на съвременните компютри и системи направи възможно създаването и използването на големи маркетингови бази данни по силите на всяка, дори и на най-малката фирма.

Достъпността на хардуерните устройства за съхраняване на информация и софтуер за обработка на данните определя масовото им прилагане и представлява много малка част от фирмените разходи. От маркетингова гледна точка това технологично развитие доведе до коренна промяна.

Прилагането на CRM в маркетинга се свежда до<sup>6</sup>:

- автоматизиране на продажбите - чрез инструменти за продавачите за осчетоводяване, както и за управление на срещите с клиентите;
- управление на услугите за клиентите - контактните центрове отговарят на клиентите, използвайки бази данни с информация за клиента, предишните му покупки и запитвания;
- управление на процесите на продажби - може да се осъществява на базата на интернет страници или в контекста на B2B (business to business) отношенията за описване на продажбените процеси;
- управление на кампаниите - реклами, директна поща, e-mail и други кампании;
- анализ на дейността - за оптимизиране на маркетинговия микс.

В практически аспект сега проблемът не е дали да се сегментира пазарът (има ли данни, по кои характеристики и т.н.), а дали да се използват макросег-

менти, или да се премине към типично микросегментиране - днес всеки клиент би могъл да бъде отделен сегмент, за който да се разработва отделен маркетингов микс. С други думи, предоставя се възможност за извършване на **целенасочен (целиви/диференциран) маркетинг**. Освен посочените предимства използването на вътрешна база данни, интегрирана в система за управление на отношенията с клиентите, е многократно по-евтино, отколкото възлагането на съответното маркетингово изследване на външна маркетингова фирма.

Не бива да забравяме, че сам по себе си CRM не дава най-ефективните решения. Това е свързано с правилното подаване на началните условия с оглед на коректни данни на изхода на системата. Един такъв пример за сегментиране може да бъде следното: нека се върнем към примера с банката и предположим, че тя желае да доразвие портфолиото си от услуги и към вече предлаганата услуга дебитна карта (услуга А) желае да обвърже издаването на кредитна карта (услуга Б). Маркетинговият специалист може да действа по следния начин с цел сегментиране - задава параметри за обособяване на сегмент във връзка с неизползването на услуга Б. Подходът е лесен и гарантира голяма извадка. Но рационално ли е това - използвани са възможностите на CRM, направена е бърза извадка и са спестени усилия по обработка на масивите от клиенти на ръка или по някакъв друг метод, **обаче** не са взети под внимание множество други специфични фактори и връзки. Много по-рационално е, ако се извърши анализ на съчетанието от услуги, които ползват клиентите, имащи кредитни карти, да се направи опит да се изгради един по-точен потребителски профил и да се концентрираме върху отличителните черти на този "клиент - модел". Именно тук CRM ще бъде използван най-ефективно с възможностите му за извършване на различни разрези и подбор на групи по множество критерии. Така може да се получи много по-тесен кръг клиенти с вероятен интерес към услуга Б. Това ще доведе не само до относително по-голям успех на последващата кампания, но и ще се избегне вероятността от безпредметното контактуване с незаинтересовани клиенти. Съвсем не на последно място изразходването на средствата по комуникацията с клиентите ще бъде много по-целесъобразно, т.е. ще бъде постигната възвръщаемост на инвестицията в това направление<sup>7</sup>.

**Маркетинговите кампании могат да бъдат много по-ефективно управлявани.** При наличието на CRM това се постига чрез възможността тези кампании и

<sup>6</sup> Chaffey, D., R. Mayer, K. Johnston. F. Ellis-Chadwick, Internet Marketing & Strategy, Implementation and Practice, FT Prentice Hall, Sec. ed., 2003.

<sup>7</sup> Използвани са материали от Jobber, D., G. Lancaster, Selling and Sales Management, FT Prentice Hall, Sixth Edition, 2003, p. 218-220.

инструментите им да бъдат предварително анализирани, да бъдат разиграни различни сценарии и в крайна сметка да се подбере най-ефикасният инструментариум на база натрупания опит и пряката връзка с клиентите.

Чрез използване на традиционните инструменти на комуникационния микс - промоциите, отстъпките и други стимулиращи инструменти - клиентът може да бъде накаран да предоставя ценна статистическа маркетингова информация. Освен като инструменти за стимулиране на лоялността на клиентите абонаментните планове, клубните карти, корпоративните договори са мощен източник за събиране на маркетингова информация и съответно за управление на предстоящи кампании.

Поддържането на двупосочна информация с клиентите допринася и за натрупването на значителни по количество и важност данни за **конкурентната среда**. Извършването на анкети и допитвания до клиентите разкрива техните предпочитания и причините за възникването им към определени продукти, стоки и марки. Разбира се, към този инструментариум трябва да се прибегва **внимателно** поради вероятността клиентите да се почувстват обременени от "вниманието", което им се оказва.

#### **4. Обслужване на клиента. Намаляване на разходите за обслужване на клиентите. Поява на нови идеи за модификация на продуктите.**

Съвсем доскоро (допреди по-малко от век, а все още в някои сфери и в наши дни) предприемачеството е обхващало главно малки фирми - търговски и производствени, където собствениците и управителите са общували всекидневно очи в очи с клиентите си. Те са ги познавали лично, знаели са предпочитанията им, навиците, имали са представа за финансовите им възможности. Персоналният подход към всеки потребител е бил и е ключът към лоялност, върху която се е крепял и тогавашният, и сегашният бизнес.

Днес, в ерата на големите магазини, или т.нар. хипермаркети, когато се печели от оборот, личният контакт е много трудно осъществим. Нашите потребности като клиенти се задоволяват от тези огромни магазини с разнообразие от стоки и широк ценови диапазон до такава степен, че качественият избор на най-подходящия за нас продукт на моменти е изключително затруднен поради наличието на множество продукти с аналогични характеристики.

В такава среда конкуренцията е изключително сериозна, лоялността към марки и продукти - много ниска поради малката разлика в цените и огромното количество приличащи си търговски марки. В някои сектори "битката" между конкурентите се води изключително на равнище цена, в други - на равнище каче-

ство, в трети - на равнище информационно осигуряване, и т.н.

Основният въпрос е как да бъдем по-конкурентни? Винаги се е знаело, че персоналният подход е печеливш. Това води до идеята, въплътена в **качественото обслужване на клиента**. Но ако естеството на бизнеса налага фирмата да влиза във взаимодействие ежедневно с хиляди, няма как служителите да запомнят всички клиенти с особеностите и желанията им. Едва появата на новите технологии като бази данни, бързи компютри и евтини комуникации прави възможно създаването на система, способна да достигне до всеки клиент и да му предложи точния продукт или услуга. Именно CRM е система, която съхранява и интерпретира цялата съществена информация за клиентите ни, помага ни в комуникацията с тях, създава и поддържа лоялността.

Трябва да уточним, че тук става въпрос не само за класическата лоялност на клиента към фирмата (търговската марка, продукта), но и за лоялността на фирмата към клиента, която я кара непрекъснато да следи неговите потребности и предпочитания и да решава по възможно най-добрия начин проблемите му.

Основният стремеж на всеки бизнес е получаването на печалба. В среда с висока конкуренция и ниски средни доходи на клиентите (каквато например е обстановката у нас) това се постига най-вече чрез постоянното усъвършенстване и автоматизиране на вътрешните процеси, водещо до **намаляване на разходите** по производството или **за обслужването на клиентите**. Практиката и извършваните анализи многократно са доказвали, че **качеството на обслужването води до повторни покупки и допълнителна печалба**. Доволният клиент е най-добрата и най-ефикасната реклама за всяка фирма - постоянното събиране на данни за клиентите и стремежът за задоволяване на потребностите им водят до постигането на така желаното високо качество на обслужване. Това става много по-лесно чрез използването на CRM.

Някои големи хотелски вериги например разполагат с обща база данни, събираща информация за предпочитанията на клиентите им, техните поръчки и навици, установени по време на престойте им в различните хотели в различни точки на света. Посредством централизираната обработка и функциите на CRM на тези вериги редовните клиенти получават персонално внимание - любима напитка при пристигане, конкретен вид ястие и даже определена поредба на стаята. Това е нагледен пример за възможностите на CRM при разработването и предлагането на качествени услуги за клиентите и изграждането на чувство за лоялност към определена фирма у тях.

BMW например предлага възможност всеки клиент да поръча своя единствен по рода си автомо-



бил. Това се постига чрез богата гама от допълнителни екстри към серийния модел на автомобилите им<sup>8</sup>. Стратегията на компанията е разработена именно на базата на отзивите на клиентите на фирмата - грижливо събирани и анализирани в течение на годините. Тук естествено не става въпрос само за една CRM, а за по-комплексна система, обхващаща всички дейности във фирмата - от производството до реализацията на продукта. Няма съмнение обаче, че най-съществена е ролята на CRM като източник на информация при пряката връзка с клиента.

Това е основата за натрупване на **нови идеи за модификация** на съществуващите и проектирането и производството на **нови продукти** в голяма част от съвременните фирми.

### **5. За компанията като цяло. По-сигурна защита на базите данни за компанията и ограничаване на достъпа до вътрешнофирмена информация. По-тясно и ефективно взаимодействие между поделенията на компанията.**

Напоследък все по-често се говори за управление на знанието, или известно като knowledge management. Това е процес, свързан със събирането, систематизирането и обработването на различните видове познание, което се трупа по време на дейността на всяка организация. Това познание естествено включва и придобитото познание от външни източници, както и познанието, което може да се събере с цел развитие на бъдещи дейности във фирмата.

Известно е, че данните сами по себе си не биха могли да бъдат полезни, ако не бъдат систематизирани, сравнени и поднесени по определен начин, така че да предоставят достатъчно условия за вземане на информирано решение в различни ситуации.

Натрупването на тези данни и обработката им са изключително ценен ресурс за дейността на фирмите, който изисква и съответната защита. Наличието на системи за управление на отношенията с клиентите предполага **по-сигурна защита на базите данни за компанията и ограничаване на достъпа до вътрешнофирмена информация**. Това се постига чрез различни механизми за съхранение, създаване на нива за достъп до информацията в зависимост от длъжностните функции и характеристики на служителите. Тези системи предполагат множество входни точки за събиране на данни и ограничаване на достъпа до резултатите от тяхното систематизиране на изхода. Това позволява ефективно запазване на фирмените познания и предлага богат управленски инструментариум на мениджърския състав.

Много важен елемент при наличието на подобни информационни системи е значителното ограничаване на негласното знание у персонала (tacit knowledge). Минимизирането на количеството такова знание във всяка фирма минимизира и риска от изпадане в прекалена зависимост от наличните кадри и персонал и води до много по-голяма информираност на ръководството, като му дава възможност за по-лесно управление и обучение на персонала и въвеждането на добри практики в процесите на организацията.

Естествено изграждането на CRM и свързването на всички фирмени поделения в нея допринася и за **по-тясно и ефективно взаимодействие** между тях. Посочените примери за CRM във веригата хотели позволяват събирането на информация за клиентските навици и оформянето на клиентски профили, които се споделят посредством съвременните комуникационни технологии с всички хотели от веригата в различни точки на света. Фирмата BMW успява да подобри работата на производството и да даде нови идеи на дизайнерите посредством предоставянето и систематизирането на клиентските отзиви и желания при закупуването и поръчката на автомобили. Приведеният пример с банката пък дава представа за това, как в тази структура могат да бъдат обвързани два на пръв поглед напълно различни отдела - на картите и отдел "Кредити".

Всъщност повишаването на ефективността и изграждането на по-добра комуникация между отделите и поделенията на фирмата са основната задача на подобна система. Ключовите, основните процеси, които покрива CRM системата, са маркетингът, продажбите и обслужването на клиентите. Тя дава основната връзка между тях, но далеч не изключва общаването на производствените и проектантските звена. Напротив, колкото по-всеобхватна е тази система, толкова по-гарантирано е достигането до потребителските желания и най-вече правилното им прогнозиране и съответното качествено удовлетворяване.

Мениджмънтът на фирмата, кандидат да внедрява система за управление на връзките с клиентите, трябва да предприеме сериозно и подробно изследване на своите бизнес процеси, но от гледна точка именно на отношенията с клиентите. Това означава ясно да бъдат дефинирани функциите, които биха искали да внедрят, на базата на проучване и анализ на действащия пазар и на нуждите на потребителите.

CRM приложенията показват ефективност и оправдават доверието само когато цялата компания, всичките ѝ отдели променят философията си по отношение на клиента и преминават към взаимодействие.

<sup>8</sup> Котляр, Ф., Котляр за маркетинга - как да създаваме, печелим и управляваме пазарите, Класика и стил, С., 2000.

В най-общи линии въвеждането на CRM подобрява комуникацията с клиентите, намалява разходите за маркетинг и реклама и създава близки отношения с клиентите, основани на доверието.

Страничен, но немаловажен ефект, е подобряването и на вътрешните комуникационни процеси, особено ако фирмата не е внедрила до момента ERP система (Enterprise Resource Planning - система за автоматизирано управление на ресурсите).

Въвеждането на CRM е скъпо, особено на фона на доходите на фирмите в България.

Ефектът от внедряването е косвен и не може да бъде оценен веднага. Той се проявява в следните показатели:

- повишена ефективност на фирмата
- подобрен имидж
- повишаване на стойността на търговските марки
- гъвкава и прецизно насочена ценова политика, която да реагира изпреварващо на пазара.

Ефективността на CRM расте с времето, тъй като натрупаната база данни с клиентска информация се обогатява, познаването на клиента е все по-детайлно и ясно.

Често, както и при други системи, внедряването на система за управление на връзките с клиентите е свързано с проблеми, които нямат еднозначно решение. И макар че проблемите са индивидуални, специалистите посочват няколко основни стъпки, чието спазване улеснява процеса на внедряване и до голяма степен допринася за постигането на положителни резултати.

На **първо място**, е необходимо проектът да бъде детайлно описан, и то преди същинското му начало. Практиката показва, че в много случаи точно този момент бива пропускан.

На **второ място**, мениджърите на фирмата трябва да осигурят широка подкрепа за начинанието сред персонала. Както стана ясно, CRM не е само технология, а философия, начин на мислене. Успехът на внедряването е немислим, ако има вътрешна съпротива, а тя може да се появи по различни, често непредвидени причини.

**Трето**, важно е да бъдат подсигурени допълнителен бюджет и време за възникнали в хода на внедряването проблеми. Ако не се наложи актуализация на бюджета, средствата могат да бъдат използвани за допълнително обучение на персонала.

Накрая трябва да се има предвид, че никоя от т.нар. интелигентни системи за управление на бизнеса не бива да бъде възприемана като еднократен акт. Всяка от тях, включително и CRM, по своята същност представлява непрекъснат процес на преоценка и усъвършенстване в името на клиента и в крайна

сметка на собствения бизнес и просперитет. Както вече беше споменато, изграждането на система за управление на отношенията с клиентите не е дестинация, а пътешествие.

Специалистите съветват мениджърите да се консултират с **местни доставчици** на CRM системи или с локалните представителства на международни доставчици (те са най-близо до потребностите на фирмите, познават местните навици и култура и в много аспекти са по-добре подготвени от чуждестранните консултанти от гледна точка на специфичната, местна среда). При това, ако фирмата вече има внедрена ERP система, е добре да започне консултации именно с доставчика и най-малкото заради по-добрата интеграция със системата за планиране на ресурсите. В някои случаи това може да се окаже и по-евтиният вариант, което при най-често немалката цена на тези продукти също не е за пренебрегване.

#### Използвани източници

1. Каракашева, Л., Б. Боева, Маркетинг в международния бизнес - учебник за дистанционно обучение, ИСК при УНСС, С., 2003.
2. Котлър, Ф., Котлър за маркетинга - как да създаваме, печелим и управляваме пазарите, Класика и стил, С., 2000.
3. Coakes, E., Knowledge Management: Current Issues and Challenges, University of Westminster, United Kingdom, 2003.
4. Jobber, D., G. Lancaster, Selling and Sales Management, FT Prentice Hall, Sixth Edition, 2003.
5. Jobber, D., Principles and Practice of Marketing, McGraw-Hill Book Company, London, 2002.
6. Chaffey, D., R. Mayer, K. Johnston. F. Ellis-Chadwick, Internet Marketing & Strategy, Implementation and Practice, FT Prentice Hall, Sec. ed., 2003.
7. Kotler, Ph., Marketing management, 11th ed., Prentice Hall, 2003.
8. [www.marketingteacher.com](http://www.marketingteacher.com)
9. [www.dnevnik.bg](http://www.dnevnik.bg)
10. [members.tripod.com](http://members.tripod.com)
11. [www.marketingpower.com](http://www.marketingpower.com)
12. [www.trimata.bg](http://www.trimata.bg)
13. [www.planware.org](http://www.planware.org)
14. [www.bam.bg](http://www.bam.bg)
15. [www.ibsus.com/](http://www.ibsus.com/)
16. [www.managementhelp.org](http://www.managementhelp.org)
17. [www.destinationcrm.com/](http://www.destinationcrm.com/)
18. [www.sps.org.uk](http://www.sps.org.uk)
19. [www-it.fmi.uni-sofia.bg/tosca-bg/index.htm](http://www-it.fmi.uni-sofia.bg/tosca-bg/index.htm)
20. [www-it.fmi.uni-sofia.bg/tosca-bg/seminar/latona.exe](http://www-it.fmi.uni-sofia.bg/tosca-bg/seminar/latona.exe)

## Ролята на партньорствата за повишеното усвояване на средствата от фондовете на ЕС

Иванка Душкова, Съюз за възстановяване и развитие

Една от важните предпоставки за добрата подготовка на България за членство в Европейския съюз е способността на страната ни да абсорбира средствата от структурните фондове в рамките на общностната регионална политика.

Целта на настоящата разработка е да се представят различните подходи, създаващи партньорства, които ще подобрят средата за ефективно усвояване на средствата от европейските структурни фондове на общинско и регионално равнище.

Предмет на разработката е готовността на българските общини за усвояване на средствата, разглеждана през призмата на регионалната политика и бюджетната обезпеченост на планираните проекти.

Глобализацията на икономиката, бъдещата европейска интеграция и новите пазарни условия са определящи фактори за развитието на нашата страна. България има голямата възможност да използва финансирането от международни източници като Кохезионния фонд, Структурните фондове, Европейската банка за възстановяване и развитие, Европейската инвестиционна банка, Световната банка, особено след придобития опит от предприєдинителните източници, ако прояви гъвкавост и адаптивност към променящата се среда.

Сега България изпълнява проекти по предприєдинителните програми ФАР, ИСПА и САПАРД на стойност 980 млн. евро. Около 1.2 млрд. са парите по тези програми за 2004 - 2006 г. Тези ресурси трябва да бъдат усвоени до 2009 г., за когато са предвидени последните плащания. Трудностите идват от това, че успоредно с усвояването на парите по предприєдинителните програми ще трябва да се оползотворяват и средствата от Структурните и Кохезионния фонд. За първите три години (засега само те са договорени) това са 2.3 млрд. евро. Основните приоритетни политики на Европа - сближаване (за тях ЕС е предвидил общо 30 млрд. евро) и развитие на селските райони, определят насоката на получените средства. За подкрепа на политиката на сближаване България ще получи около 5.9 млрд. евро (според предишното разпределение тези пари трябваше да надхвърлят 6.6 млрд. евро). Те ще бъдат разпределени за транспортна инфраструктура, за регионална политика, за повишаване на конкурентоспособността и др. Още около 5 млрд. евро ще бъдат предоставени на България по линия на общата селскостопанска политика, като част от тях ще бъдат отделени за общинската инфраструктура<sup>1</sup>.

Усвояването на средствата от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС до голяма степен зависи от ефективното използване на партньорствата в областта на регионалната политика. При разработването на стратегически и програмни документи в страната са

постигнати известни успехи на всички равнища на управление. Плановият процес се извършва на базата на активното прилагане на различните видове партньорства и механизмите за тяхното развитие. От друга страна, комбинирането на европейското финансиране с предимствата на публично-частното партньорство (ПЧП) ще подпомогне реализацията на тези стратегически и програмни документи и в бъдеще. България има възможност да развие бързо своята инфраструктура и да осъвремени публичните си услуги, прилагайки потенциала на партньорствата. Основните проблеми, които все още чакат своето решение, са: създаване на необходимата правна рамка; организиране на специално подготвени екипи на всяко равнище; обучение за работа по публично-частното партньорство; фискална децентрализация, която да създаде и насърчи сигурна финансова среда и да осигури подготвени специалисти.

Прилагането на социално-икономическите и особено на публично-частните партньорства за страните в процес на присъединяване към Европейския съюз може да има широк политически и социален отзвук. От гледна точка на правителството тази практика може да намали товара върху бюджета, а в същото време да осигури изграждането на необходимата инфраструктура, да повиши икономическата ефективност на проектите, като скъси срока им на реализация, да използва и приложи в максимална степен опита на частния сектор в областта на публичните услуги. Така до голяма степен би се увеличил местният потенциал, би се ускорил икономическият растеж, а част от рисковете биха се прехвърлили върху частните партньори.

### Произход на партньорството

**Партньорството** произлиза от английската дума **partnership**. Това е фундаментален принцип, който се прилага както в частния, така и в обществения живот на хората. Партньорството подпомага и укрепва икономическия и социалния живот, като спомага за стабилното и устойчивото развитие на общността, общината, региона и страната.

<sup>1</sup> Вж. в. "Строителство Градът", Василева, М., бр. 11 от 20.03.2006 г.

Най-общо партньорството може да се определи като споделяне на работа, ресурси, изпитания и сътрудничество между представителите на различните сектори и на различните равнища на управление. То се разбира като нещо по-голямо от сумата на неговите части ("заедно сме по-силни"), т.е. като механизъм за постигане на синергия, ефикасност и ефективност. Партньорството е сътрудничество между органите на властта, бизнеса и гражданския сектор, което в страните с развита демокрация се осъществява по определена взаимно договорена схема с цел определяне процеса на планиране, управление и отговорност в полза на дадената общност или на обществото като цяло.

Партньорството за пръв път е представено официално в реформата на Структурните фондове през 1988 г. Става дума за широк термин с възможност за гъвкавост при интерпретирането му. Регламент от същата година го определя по следния начин: "включва тясно сътрудничество между Европейската комисия и всички съответни власти на национално, регионално или местно равнище, определени от всяка страна - членка в Програмата". Партньорството има не само водещо значение, но е представено от Европейската комисия като водещ принцип в предприетата реформа, тъй като е планирано да се прилага на всички управленски равнища в процеса на изготвянето на политика, т.е. в процеса на подготовката, финансирането, мониторинга и оценката. Принципът на партньорството се доразвива през 1993 г., за да включи "икономическите и социалните партньори, определени от страната членка" в рамките на компетентните институции и власти.

Принципът на партньорството се прилага в ЕС като един от принципите за функциониране на Структурните фондове, който предполага най-тясното възможно сътрудничество между Европейската комисия и съответните власти на национално, регионално и местно равнище във всяка страна членка - от подготовителните етапи до реализацията на мерките, съфинансирани от Структурните фондове. Този принцип изисква прилагането на механизмите на консултации и участие, които да осигурят ефективното включване на организациите и сдруженията на работодателите, профсъюзите, неправителствените организации (НПО), гражданското общество и други заинтересовани страни в планирането и програмирането на регионалната политика. С други думи, за да бъдат постигнати на практика различните партньорства, са необходими няколко конкретни условия:

- демократично управление;
- децентрализация и прилагане на принципа на субсидиарността;
- активно гражданско общество;
- адекватна нормативна уредба.

Въпреки наличието на редица европейски документи все още ЕС няма целенасочена обща политика в подкрепа за партньорствата, която да ги регламентира комплексно. В същото време през последните години се наблюдават редица официални изявления на институциите на ЕС, както и редица техни инициативи, които по същество са предпоставки за бъдещото развитие на публично-частните партньорства (ПЧП). Сред тях са възприетите нови техники на отчитане от Евростат, приемането на Зелената книга за ПЧП, обществените поръчки, концесиите и др. Практиката показва, че ЕС не само подкрепя, но при изграждането на трансевропейските транспортни коридори и във водния сектор той е дори страна в партньорствата.

### Европейските структурни фондове и развитието на регионите

Финансирането от страна на европейските структурни фондове е насочено към създаване на условия за ускорено и конкурентоспособно развитие на регионите, поддържане на икономическия им растеж и разкриване на нови работни места.

Регионалната политика на Европейския съюз е основана на финансова солидарност, тъй като част от приноса на всяка страна членка към бюджета на Общността се насочва към по-слабо развитите региони. За периода 2000 - 2006 г. тези прехвърляния ще възлизат на една трета от бюджета на Общността<sup>2</sup>:

- 195 млрд. евро ще бъдат предоставени от Структурните фондове (Европейски фонд за регионално развитие, Европейски социален фонд, Финансов инструмент за развитие на риболова и селското стопанство, Гаранционен фонд);
- 18 млрд. евро ще бъдат предоставени от Фонда за социално и икономическо сближаване (т.нар. Кохезионен фонд).

Оползотворяването на тези средства изисква осигуряването на необходимото съфинансиране от страните членки. Ресурсните затруднения, с които се сблъскват държавите през последните десетилетия, промениха акцента на европейските демокрации и го насочиха към Общността и нейния вътрешен потенциал. Така започна глобалният процес на търсене на вътрешни резерви, разкриване на нови възможности и собствен потенциал, който до този момент бе територия единствено на държавата. Глобалните социално-икономически промени насочиха вниманието на държавните, регионалните и местните власти върху регионалното развитие, което цели подобряването на социалната и икономическата среда на базата на активното използване на алтернативни методи и подходи в тяхното управление и финансиране. Рязко променящата се международна среда и ролята на

<sup>2</sup> Вж. Регионална политика на ЕС, Фондация за развитие на предприемачеството, [www.fed-bg.org/bg/project\\_1.html](http://www.fed-bg.org/bg/project_1.html)

държавата доведоха до все по-активното прилагане на различните видове партньорства между публичния и частния сектор в регионалната политика с цел осигуряване на балансирано развитие на регионите.

### Партньорствата в регионалната политика

В процеса на стратегическото планиране на регионалната политика и програмирането са привлечени голям брой социално-икономически партньори и неправителствени организации с цел постигане на по-голяма прозрачност, обективност и ефикасност на цялостния процес.

Съществуват разнообразни партньорства: на национално и местно равнище, джойнт партньорства, между малкия и големия бизнес, между неправителствените организации, профсъюзите и др. При разработването на регионалната и местната политика се използват предимно социално-икономическите партньорства.

**Социално-икономически партньорства** се изграждат между властта и нейните социално-икономически партньори с цел разработване и изпълнение на конкретни политики, обслужващи различните равнища на управление. Основните структури на тези социално-икономически партньорства са различните обществени съвети, създадени с цел обединяване на усилията на основните актьори за подобряване на управлението, провеждане на политиките и осъществяване на мониторинг в дадения сектор.

В България социално-икономическите партньорства като цяло са значително по-развити от публично-частните. Социалните партньори участват при разработването и провеждането на различните секторни и регионални политики на национално, регионално и местно равнище. Основните структури на тези социално-икономически партньорства са най-често различните обществени съвети, създадени с цел обединяване на усилията на основните актьори за подобряването на управлението, провеждането и мониторинга на политиката на даден сектор. Практиката показва, че консолидирането и функционирането на подобни обществени органи в страната е доста разнообразно. Понякога те се регламентират от нормативни или поднормативни документи, какъвто е примерът със Закона за регионалното развитие и регламентирани в него Регионални съвети за развитие, Областни съвети за развитие и общински групи. В други случаи подобни обществени съвети се създават на базата на споразумения и договорености между заинтересованите страни. Проблемът е, че тези съвети не се използват рационално.

Националната оперативна програма за регионално развитие е основният програмен документ за ресурсно осигуряване на регионалното развитие. В него са посочени приоритетните области за постигането на устойчиво развитие на регионите в страната, с

които трябва да се съобразяват местните и регионалните партньорства.

За постигане целите на регионалната политика основна роля в бъдеще ще играят общините и тяхната готовност за разработването и изпълнението на проекти, които ще се финансират от Структурните фондове. За да се постигне това изискване, трябва да се намери решение на трите основни предизвикателства, стоящи пред общините:

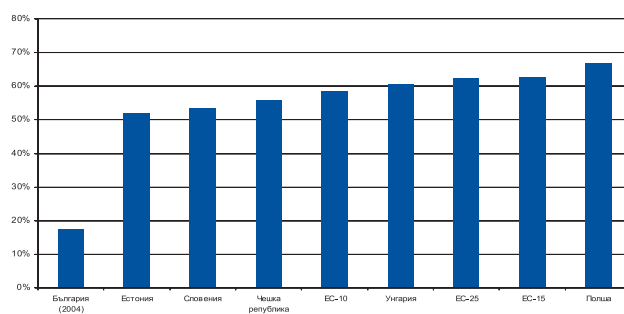
- изграждане на капацитет;
- подготовка на проекти;
- подготовка за използване на финансови инструменти и публично-частни партньорства.

Изоставането на нашата страна в областта на общинските инвестиции е факт. Състоянието на общинските инвестиции спрямо другите европейски страни може да се види от следващите фигури (вж. фиг. 1 и фиг. 2)<sup>3</sup>.

## ФИНАНСИРАНЕ НА ОБЩИНСКАТА ИНФРАСТРУКТУРА

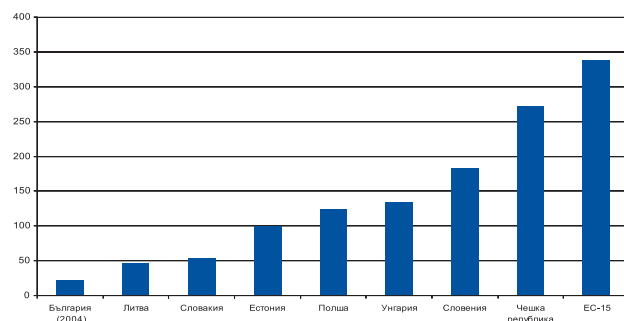
### Актуални тенденции и сравнения

Общински инвестиции като % от общите публични инвестиции, 2003



Фиг. 1.

Общински инвестиции на жител, 2003 (USD)



Фиг. 2.

Данните недвусмислено показват, че липсата на реални финансови ресурси в общините и тяхното използване за подобряване на инфраструктурата и со-

<sup>3</sup> Международен семинар на Банка ДСК, 21.02.2006 г., Димчо Михалевски, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството.

циалната среда за населението е стратегически проблем за успешното усвояване на фондовете.

Другото предизвикателство е подготовката на проекти и готовността на общините да предлагат добре разработени проекти, които да бъдат финансирани от Структурните фондове. Досегашният опит в осъществяването на проекти дава възможност да бъдат направени някои основни изводи за най-често срещаните грешки и слабости. Те могат да бъдат обобщени, както следва:

- беден и недостатъчно задълбочен анализ на съществуващата ситуация;
- недостатъчно ясна стратегическа рамка;
- недостатъчно добро планиране;
- формулиране на неясни или нереалистични цели;
- трудно установяване на влиянието на проекта;
- предлагане на краткосрочни действия без ясна дългосрочна визия;
- недостатъчно съобразяване с потенциалните рискове при осъществяването на проекта;
- пренебрегване на факторите, които са свързани с дълготрайната устойчивост на проекта и ползите от него;
- неточна и непълна документация по проекта;
- предложения за проекти, които не са релевантни за бенефициентите.

Тези проблеми, допълнени с финансовите затруднения на общините, са сериозна заплата, която може да се превърне в препятствие за устойчивото и балансирано развитие на регионите и за ефективното използване на Структурните фондове.

### **Ролята на партньорствата на общинско равнище**

Според Националната стратегия за регионално развитие за задълбочаване на процеса на финансовата децентрализация са необходими редица промени, които ще: предоставят правомощия на общините при определяне размера на местните данъци, както и вида и размера на местните такси; определяне на трайни законови собствени приходиизточници; приемане на законодателство, регламентиращо облекчени процедури за емитиране на дълг от общините; по-голям достъп на гражданите и фирмите до информацията за бюджетните прогнози и резултатите от изпълнението на общинските бюджети; подобряване на условията за отдаване на общинска собственост под наем с цел създаване на инвестиционен климат, насърчаващ развитието на малкия и средния бизнес; изграждане на публично-частни партньорства за финансиране на съвместни проекти за регионално и местно развитие и др.

За реализацията на финансовата децентрализация е необходимо още:

- да се направи ясно разграничение на отговорностите по отношение на съфинансирането между централните държавни органи и общините;
- да се регламентират механизмите, стимулиращи участието на частния сектор и междуобщинското коопериране за мобилизиране на ресурсите на местно равнище.

Тези стъпки биха ускорили инвестиционните процеси в общините, биха осигурили инфраструктурното им обновление чрез привличане на частните финансови ресурси и трансформирането им от свободни парични ресурси в "работещ" капитал.

В новите условия общините ще трябва да разчитат в много по-голяма степен на собствения си капацитет и ресурси за финансиране на подготовката на проектите и тяхното съфинансиране. От една страна, това означава, че при съставянето на бюджетите общинските съвети въз основа на определените приоритети трябва да осигуряват средства за разработване и съфинансиране на приоритетните за общината проекти. От друга страна, се изисква възприемането на активна позиция за мобилизиране на алтернативни ресурси чрез създаването на партньорства както с неправителствените организации, така и с частни фирми за акумулиране на средства и ресурси. Друг подход за осигуряване на финансови средства е кооперирането между няколко общини, между държавни структури, общини и частен бизнес. За реализирането на тези възможности са необходими нови финансови източници, форми за обединяване и инвестиране в конкретни проекти.

Въвеждането на предприемаческия подход в общините ще ги направи по-ангажирани, по-отговорни и по-инициативни. Трябва да се има предвид и фактът, че редица общини не притежават добра икономическа база и следователно не могат да реализират необходимите им средства по пътя на собствените си приходиизточници, така че е необходима и трезва преценка на ситуацията.

Оперативните програми като форма на финансово съдействие от Структурните фондове обхващат серия от съвместими дългосрочни мерки, които могат да се прилагат с помощта на един или няколко Структурни фонда, на един или повече финансови инструменти и на Европейската инвестиционна банка. В този случай се прилага т.нар. интегриран подход в отделни общини (изразен чрез разработването на индикативни финансови таблици) с оглед кандидатстването им с конкретни проекти за финансиране от различните фондове; провеждане на диференцирана политика за балансирано регионално развитие; развитие и усъвършенстване на националната и регионалната инфраструктурна съоръженост (европейски транс-

портни коридори, ГКПП, телекомуникации) с оглед бързото приобщаване на страната към европейското пространство; насърчаване развитието, кооперирането и сътрудничеството в трансграничните райони и зони; създаване на институционална инфраструктура, подпомагаща социално-икономическото развитие и предприемаческата активност в отделните региони; създаване на национални фондове за регионално развитие, чрез които да се осигури участието на страната в програмите за регионално сътрудничество, съфинансирани от ЕС.

Създаването на фонд за съфинансиране при безвъзмездно отпускане на средства от ЕС е едно от възможните решения, което обаче не може да бъде панацея за многобройните проблеми, които най-осезателно се усещат на равнище община. Съгласно изискванията за извършване на необходимата подготовка за усвояване на Структурните фондове е важно да се осигурят:

- средства за изпълнение идеите на проекта вместо напасване на проекта според наличните средства;
- добре обосновани и добре подготвени предложения за проекти (подкрепени с проучвания и планове);
- прецизно планиране на средствата (устойчивост и съфинансиране);
- насърчаване на сътрудничеството (многостранни проекти, микрорегионални проекти).

Тези нови подходи налагат да се осигури гъвкавост на подкрепата в зависимост от характера на инвестиционните проекти и финансовото състояние на отделните общини.

В момента в България участието на частния сектор в изпълнението на програмите за регионално развитие е доста ограничено. То се свежда предимно до съфинансирането на проекти с крайни бенефициенти МСП. Почти липсват съвместни проекти между местните власти и частния капитал в сферата на публичните услуги. Ето защо разширяването на публично-частните партньорства става особено важно за използването на Структурните фондове.

### Публично-частните партньорства и тяхната роля за изпълнението на големи обществени поръчки

В Европейския съюз публично-частните партньорства (ПЧП) се възприемат предимно като нова форма на организиране на обществени поръчки, която обхваща процеса на организирането на тръжната процедура и следенето на изпълнението на поетите ангажменти от партньорите до завършването на обекта по проекта. Липсата на опит в подобни проекти е едно от основните предизвикателства пред публичния сектор, което изисква укрепване на администра-

тивния капацитет, по-конкретно инвестиции от страна на публичния сектор за запознаване с принципите на ПЧП и развитие на умения за работа със съответните тръжни процедури.

Съществуват доказателства, че организирането на обществени поръчки на принципа на ПЧП осигурява по-добри резултати в сравнение с възлагането на обществени поръчки посредством традиционните тръжни процедури. От друга страна, не бива да се приема и тезата, че ПЧП е панацея, защото това партньорство не е подходящо за всички случаи. Приложението на ПЧП в ЕС се е утвърдило при изпълнението главно на обществените поръчки в определени сфери като: изграждане на физическа инфраструктура, изпълнение на сложни инвестиционни проекти и публични услуги.

На този етап по-сериозни опити за регламентиране на публично-частните партньорства в България се срещат най-вече през последните 2 години. От края на 2004 г. бяха приети някои документи и решения в тази област като: **Вътрешни правила за приложение на ПЧП**, приети със Заповед № РД 16-408 на министъра на икономиката и енергетиката, и **Методически указания за попълване на проектна документация, оценка и управление на инвестиционни проекти** на дирекция "Управление на средствата от Европейския съюз" към Министерството на финансите, УСЕС №1/21.09.2005 г.

Посочените два документа са сериозна крачка напред, защото те до голяма степен определят механизмите за създаване на конкретните публично-частни партньорства.

За успешното прилагане на новите подходи и регламентиации е особено важно да се познаят и **трудностите, с които се сблъскват европейските страни при прилагането на ПЧП**. Както вече споменахме, в практиката на ЕС има малко примери, при които грантовото финансиране от бюджета на ЕС се съфинансира от частни източници. Правителствата на страните членки предпочитат това да става с публични ресурси от националните бюджети. Реално не съществува причина, поради която правителствата да се въздържат от съфинансиране на грантовете от бюджета на ЕС с частни ресурси. Подобни намерения са дори насърчавани в редица официални изявления на висши представители на европейската администрация. На практика обаче дискутираната схема на съфинансиране от страна на частния партньор се използва рядко. Причините за това са няколко:

- несигурност по отношение на документацията и протичането на тръжните процедури по избора на частния партньор;
- усложняване на процеса по осигуряване на съфинансирането;
- съфинансирането на еврогрантовете със сред-

ства от националните бюджети на страните членки е много по-лесно от организирането на тръжни процедури за избор на частен партньор;

- малкото прецеденти при подобни практики също допринасят за предпазливостта на правителствата на страните членки да използват подобни "хибридни" инструменти.

Имайки предвид комплексния характер на публично-частните партньорства, съществува потенциално напрежение между необходимостта да се поддържа прозрачност и конкуренция, от една страна, и сложните структури, които възникват в договорите за публично-частните партньорства и преди всичко за концесиите, от друга.

Липсата на комплексна публична политика в областта на партньорствата, на специализирана нормативна уредба, на ясни регламенти, определящи различните форми на партньорства, и изискванията към тях затрудняват прилагането на партньорствата в България. Проблемът се мултиплицира от "несъзнателните" пропуски във връзка със: осигуряването на предварителен задълбочен анализ от независими експерти, обезпечаването на условия за провеждане на коректна тръжна процедура за избор на изпълнител, защитата на публичните интереси в договорните споразумения, прозрачността на информацията и прецизният последващ контрол на сделката. Всичко това, допълнено със слабото познаване на европейския и световния опит, липсата на достатъчно систематизирана информация и анализи по темата за партньорствата, създава доста препятствия и притеснения за успешното им прилагане в практиката.

За да може България да ползва средствата от еврофондовете, е необходимо да бъдат взети под внимание всички плюсове и минуси на различните видове партньорства и да се изгради комплексен механизъм за програмиране, управление, разплащане, мониторинг, оценка и финансов контрол на усвояване на средствата, тясно свързан с планирането и програмирането на регионалната политика.

България се намира в период на преход, в който изграждането на различни партньорства на национално, регионално и местно равнище между представителите на публичния, частния и неправителствения сектор ще доведе най-бързо и ефективно до реална промяна на обществената ни действителност.

Изложената концепция прави опит за обединяване на различни подходи и механизми на базата на прилагането на предприемачески подходи, разширени правомощия, подобрена координация и контрол за разкриване на съществуващия потенциал, възможности и ресурси за ефективно местно и регионално развитие.

## Европейските фондове и държавният бюджет

За разлика от проектите, които се осъществяват със средства от ФАР, ИСПА и САПАРД, обектите, които ще се изграждат със средства от Кохезионния и Структурните фондове, имат времеви хоризонт и не могат да бъдат бавени. Строителството трябва да бъде съобразено със сроковете, а търговете ще бъдат обявявани по Закона за обществените поръчки, който след обновяването си трябва да започне да действа от юли 2006 г. Тогава ще влезе в сила и Законът за концесиите.

Същевременно българското правителство като член на Общността ще трябва да внася определени средства в европейския бюджет. Тези вноски най-вероятно ще са около 2 млрд. евро за седемгодишния период от 2007 до 2013 г. и те ще трябва да бъдат внесени независимо от усвояването на средствата, отпуснати от ЕС.

От друга страна, програмите и проектите, които ще се финансират от ЕС, ще имат нужда от българско съфинансиране. Най-общо казано, българският бюджет ще трябва да отделя допълнителни средства, за да се получават пари от европейските фондове. Минималното съфинансиране от българския бюджет е поне 15 %. Държавният бюджет трябва да мобилизира 700 млн. евро за 7-те години. Като имаме предвид инвестиционния компонент на консолидирания бюджет, който нараства с повече от милиард лева през 2004 г., а за 2006 г. е записано 2.2 млрд. лева, спорен е въпросът дали националното съфинансиране трябва да се приеме (изцяло или частично) за разход и съответно с него да се намали нетният размер на финансирането от ЕС или не.

За периода 2007 - 2009 г. общата сума на финансиране от предприсъединителните фондове за България е 2300 млн. евро<sup>4</sup>. Очаква се между 2007 и 2013 г. на българското правителство да бъдат отпуснати почти 11 млрд. евро по програми на Европейския съюз. Разбира се, имайки предвид досегашния опит на българската администрация с европейските фондове, е невъзможно да се използват изцяло средствата, отпуснати от ЕС. Вероятно усвоената сума няма да надхвърли 80 %.

Отчитайки финансовата ситуация, може да се заключи, че ангажиментите ни, свързани с осигуряване на съфинансирането и на задължителните вноски, стават доста сериозни. Друг проблем, който може силно да намали процента на усвояване на средствата, е ограниченият ни опит при управлението на големи програми и финансови потоци.

Тази нова ситуация за нашата страна налага да се търсят и да се прилагат нови решения и нови подхо-

<sup>4</sup> Вж. "Структурни инструменти на ЕС: Възможности за общинските власти". Пенчева, Б., Директор на дирекция "Управление на средствата на ЕС", Министерство на финансите, Международен семинар на Банка ДСК, 21.02.2006 г.



ди. Партньорствата са едно от възможните решения в условията на силно ограничени публични финанси.

Прилагането на принципа на партньорство само по себе си е механизъм за повишаване на капацитета за усвояване на средства от фондовете на ЕС. Усвояването на значителните по размер средства по Структурните фондове и Кохезионния фонд не би било възможно, без да се мобилизират усилията на широк кръг от местните и регионалните партньори, т.е.

на цялата общност, за разработването и предлагането на голям брой висококачествени проекти. В пазарната икономика финансовите средства са съсредоточени предимно в частния сектор. Здравите местни и регионални партньорства с частния сектор откриват пътя към частното съфинансиране, с което ще се осигуряват допълнителни средства за реализацията на местните и регионалните проекти.

## Схема за безвъзмездна помощ за стимулиране на публично-частното партньорство

### Проект BG2004/016-711.11.04/ ESC/G/PPP

На 20-ти януари 2006 г. Министерството на икономиката и енергетиката стартира набирането на предложения за финансиране по схема за безвъзмездна помощ за развитието на публично-частното партньорство (ПЧП) по проект на Програма ФАР BG2004/016-711.11.04 "Подкрепа за повишаване конкурентноспособността на българските предприятия" по Финансов меморандум 2004.

По схемата за безвъзмездна помощ (грантова схема) ще бъдат финансирани предложения в следните области:

- подготовката на проектни идеи за развитие на местни услуги и бизнес инфраструктура, като се следва подхода на публично-частното партньорство, с цел укрепване капацитета на местно ниво да се генерират проектни идеи, да се подготвят и осъществяват проекти;
- анализиране местните нужди от обучение по публично-частно партньорство, вкл. за частни партньори, разработване на обучителни модули на различни теми, свързани с ПЧП, инвестиции и местно икономическо развитие, както и реализация на предвидените обучения;
- създаване на концепция за събиране на данни, обработка и наблюдение на бизнес информацията на регионално ниво; разработване на web-базирани бази данни, които да предоставят информация на потенциалните инвеститори и на публичните институции, като напр. относно възможностите за развиване на бизнес, съществуващи частни и публични компании, налични ресурси, потенциални партньори, и др.
- модернизиране на съществуващи бизнес центрове, за да функционират като информационни центрове за потенциални инвеститори, т.е. да бъдат контактна точка за възможните партньори (публични и частни), които са ангажирани на местно ниво с развитието на бизнеса, и др.

Потенциални бенефициенти на грантовата схема са общини и неправителствени организации, като

бизнес центрове, други съществуващи регионални структури за подкрепа на бизнеса, агенции за регионално развитие, бизнес инкубатори и др.

Крайният срок за подаване на проектопредложения изтече на 24 март 2006 г., 16:00 ч.

### 167 проектни предложения кандидатстваха по схемата за публично-частното партньорство

Общо 167 проектни предложения се получиха в Министерството на икономиката и енергетиката за кандидатстване по Грантовата схема за безвъзмездна помощ в областта на публично-частното партньорство, която стартира на 20 януари т.г. От тях 109 са предложения на общински администрации, а 58 - на неправителствени организации. Общият бюджет на схемата е 1 млн. евро, от които 250 000 са осигурени от републиканския бюджет. Това е първата Грантова схема, която Министерството на икономиката и енергетиката реализира в качеството си на Изпълнителна агенция по програма ФАР.

Целта на грантовата схема е осигуряване на финансова подкрепа за подобряване на бизнес средата в България чрез стимулиране развитието на публично-частни партньорства. Тя е част от проект "Подкрепа за повишаване на конкурентноспособността на българските предприятия" и е един от инструментите за изпълнение на проекти за регионално развитие в синхрон с приетата през 2005 г. Национална стратегия за регионално развитие на България за периода 2005-2015.

Грантовата схема за публично-частно партньорство подпомага 2 области на дейност - разработване на проекти за публично-частно партньорство (компонент А) и създаване или модернизиране на съществуващи местни центрове за подпомагане на потенциални инвеститори (компонент Б). Схемата предвижда подкрепа в размер 700 000 евро за общини (по първи компонент) и 300 000 евро по втори компонент.

Помощта по всеки проект ще бъде в рамките на 5 000 - 25 000 евро, които ще представляват максимум 75% от бюджета на проекта.

Останалите минимум 25% ще трябва да бъдат осигурени от бенефициента.

Одобрените проекти трябва да бъдат изпълнени за период от 6 до 12 месеца.

Резултатите от оценката на получените проекто-предложения по грантова схема за публично-частно партньорство (проект BG2004/016-711.11.04 "Подкрепа за повишаване конкурентноспособността на българските предприятия") се очакват след одобрение от страна на Делегацията на ЕК в София, т.е. в рамките на предстоящите два месеца (индикативна дата: до края на м.юли).

Всички кандидати, включително неспечелилите, ще бъдат уведомени с писма от ИА-ФАР, МИЕ.

Спечелилите кандидати ще бъдат поканени с писмо за сключване на договорите след одобрението на резултатите от оценката от страна на Делегацията на ЕК в България. В допълнение, списък с всички спечелили грант бенефициенти ще бъде публикуван на страницата на ИА-ФАР.

Източник: Изпълнителна агенция по Програма ФАР  
Министерство на икономиката и енергетиката  
<http://www.iaphare.org/bg/index.php>

## Избрани оферти (Technology Offers), получени чрез мрежата от иновационни центрове

Интернет страницата [www.irc.bg](http://www.irc.bg) (рубрика „Технологичен трансфер - Технологии от IRC Network - Search engine“) дава възможност да се запознаете с по-подробното описание на технологията, която ви интересува.

За да декларирате този интерес, можете да изтеглите електронния формуляр за интерес или да го изискате на адрес: [angel.milev@online.bg](mailto:angel.milev@online.bg), [maria.alexandrova@online.bg](mailto:maria.alexandrova@online.bg).

### Biosensor platform technology for point-of-use detection of contaminants in the environment

**Reference number** 06 GB EAST OEOV

**Deadline** 10 September 2006

**Abstract** A UK company has developed a low cost potentiometric biosensor that uses standard immunoassay techniques. The technology enables the quantitative detection of multi-analytes in complex aqueous based samples with minimal sample preparation. Advantages include speed, sensitivity and ease of use. It can also be automated, multiplexed and miniaturised. With two 'market sector' agreements now in place, the company is seeking a major commercial partner to exploit the environmental market.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Joint Venture Agreement; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting); Financial Resources

### Modular bicycle for one or more people

**Reference number** 05 IT IRVI 0D9A

**Deadline** 18 September 2006

**Abstract** An Italian architect has designed, patented and realised a modular bicycle that can be assembled for the use of one or more people thanks to very easy assembly of one or more additional frame elements while at the same time keeping its complete safe structure. The modular construction allows easier transport in comparison with any other bike. The architect is interested in selling his patent while providing his know-how and his assistance for the construction.

**Collaboration Type** License Agreement; Financial Resources

### New, efficient, professional and low-cost Intranet Mobile System

**Reference number** 05 IT LOAS 0C7Q

**Deadline** 22 September 2006

**Abstract** An Italian company skilled in ICT sector and Internet solutions offers a new Intranet system that is able to facilitate communication between Intranet systems and to organise and share activities. The offered technology is new, efficient, professional and low-cost. The company is looking for partners for technical cooperation in order to implement the technology.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance

### A new CNC (Computer Numerical Control) Turning Lathe Machine

**Reference number** 05 TR TEEU OCM4  
**Deadline** 22 September 2006  
**Abstract** A Turkish SME has developed a new CNC (Computer Numerical Control) turning lathe machine that is capable of performing difficult operations on all materials in a short time and with the best quality. The company is looking for a commercial agreement with technical assistance in all European countries.  
**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance

### Latest generation rice products

**Reference number** TO-RICE  
**Deadline** 25 September 2006  
**Abstract** A Spanish company has developed several technologies to manufacture a wide range of innovative rice products as new parboiled rice and quick cooking rice. The main differences compared to traditional technologies are a whiter colour, less cooking time, less taste/smell of bran (once cooked) and minimisation of broken and stuck grains. The technology is fully developed and ready to be applied. Food companies are sought to transfer the technologies and set up manufacturing plants.  
**Collaboration Type** License Agreement; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

### Advanced bread and pastry production technologies

**Reference number** 04 ES SEOT 0B7R  
**Deadline** 25 September 2006  
**Abstract** A Spanish company has developed technologies to produce a vast range of advanced and new products based on dough (refrigerated, frozen and pre-fermented frozen), parbaked bread and pastry (to be finished in a microwave oven, frozen, refrigerated and at room temperature) and long-life bread and pastry (from 2 weeks to 2 years). The technology is fully developed and tested in industrial clients. Food companies are sought to transfer the technology and set up manufacturing plants.  
**Collaboration Type** License Agreement

### Innovative production control and monitoring software

**Reference number** 06 GB NMRT 0F3J  
**Deadline** 30 September 2006  
**Abstract** A company based in the North East of England has developed an innovative production and control monitoring software. The software takes data directly from control systems to give highly secure historical data, so that you can prove that your products and processes meet expected standards. The company is looking for hardware manufacturers to further develop and integrate the software into existing hardware.  
**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance

### High Quality, Low Cost Position Sensing systems for Modern Joysticks

**Reference number** 05 GB EAST 0C8W  
**Deadline** 1 October 2006  
**Abstract** A UK company has developed a new, non-contact sensor technology to replace traditional potentiometers and Hall effect sensors in joysticks. With applications in aerospace, defence, medical and industry the low cost inductive sensor systems use simple printed circuit boards and permit simplification of the Joystick's mechanical engineering. Advantages include accuracy, long-life, and compactness. The company is seeking industrial partners with volume applications.  
**Collaboration Type** Technical Co-operation; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance

### Automated analysis of cardiac magnetic resonance images

**Reference number** 05 FI FILC 0DFM  
**Deadline** 2 October 2006  
**Abstract** A Finnish research centre has developed a new software tool that provides quantitative analysis and automated segmentation of cardiac structures for magnetic resonance or computed tomography applications. The technology includes a novel method for correcting movement artefacts from magnetic resonance images, as well as a novel shape model and segmentation of the atria. Research centre is looking imaging companies for a license.  
**Collaboration Type** License Agreement

### Measurement of drainage in sewage networks, hydrodynamic calculations and long-run simulation of sewage networks

**Reference number** 05 DE NSUH 0DD1  
**Deadline** 4 October 2006  
**Abstract** A German engineering company has developed an innovative measurement system for drainage in sewage networks. Due to their broad experience, expertise and know-how in measurement, calibration of computer design model and long-run simulation of sewage networks, they found a method that identifies weak points of the network or possibilities for reconstruction. It can also be used to plan area enlargements. This firm is looking for partners interested in a know-how transfer or joint developments.  
**Collaboration Type** Technical Co-operation

**Simple digital CAD technology for rapid prototyping of products with complex geometrical design****Reference number** 05 BE FLIW OCB6**Deadline** 5 October 2006**Abstract** A Belgian company has developed a total solution for rapid prototyping of products with a very complex geometrical design. Instead of classical CAD-models the technology uses facet models that can be generated automatically from existing scanning technologies (like computer tomography), which renders this technology extremely fast and user-friendly. The company is interested in license agreements and technical co-operation agreements aiming at exploiting new application fields.**Collaboration Type** Technical Co-operation; License Agreement**Complex car anti-theft protection system****Reference number** 05 HU HUBU OCB8**Deadline** 6 October 2006**Abstract** A Hungarian SME offers complex car anti-theft protection system for companies operating motor vehicle fleets and renting cars. The complex, electronic and mechanic protection is physically inaccessible, therefore it cannot be made inactivated by the thief; the car cannot be stolen on its wheels. The protection electronics are equipped with a 3-circuit interruption, and the microwave sensors consist of 2 zones. The company is looking for cooperation partners.**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)**Automated quality test system for video images****Reference number** 05 FI FIFS OD6D**Deadline** 10 October 2006**Abstract** A Finnish company offers a machine-vision-based measurement and monitoring solution for control of the perceptual quality of a video image. The solution is targeted for test laboratories for multimedia products or video equipment with displays or video outputs. With the solution manufacturers can shorten their R&D process times and improve test methods in test laboratories. The company seeks partners in test and R&D area of electronics industry.**Collaboration Type** Technical Co-operation; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance**Technology that effectively substitutes switching power supplies and transformers****Reference number** 05 CZ CZTC ODFH**Deadline** 12 October 2006**Abstract** A Czech inventor developed an innovative technology that effectively substitutes commonly used switching power supplies and transformers. This highly innovative technology with very competitive features can be applied in every product that uses power supply (20W +), especially LCD monitors and TV sets but likely other electrical appliances, too. License, joint venture or manufacturing agreement with a large-scale relevant manufacturer is sought.**Collaboration Type** Joint Venture Agreement; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting; Co-contracting)**Secure Documents using Microsoft Word****Reference number** 05 DE SDST OCET**Deadline** 15 October 2006**Abstract** German SME-network has developed a plug in for Microsoft Word, to protect printed documents from falsification using the printed S2i-seal. The S2i seal is a stamp of credence e.g. for (school) reports, certificates and testimonials. World wide verification is possible using a standard flat bed scanner and the free S2i-reader software available via Internet, e.g. from a public authority, notary or owner of the document. They look for license or commercial agreements and technical co-operations.**Collaboration Type** Technical Co-operation; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance**Invisible fixation system for wooden and composite terraces****Reference number** 05 LU TSLU ODGC**Deadline** 17 October 2006**Abstract** A Luxembourg-based SME is offering a new fixation system to build terraces, which allows the planks to be fixed to the support without visible screws or nails. This system improves the resistance of the structure (no more weak points in the planks or sheared screws) and gives a clean and aesthetical appearance to the terrace. The company is looking for partners active in the field of wood construction to license the system.**Collaboration Type** License Agreement

### Fluorescent Lamp Armature with Low Emission and Interference

**Reference number** 05 SE CSAA ODGL

**Deadline** 18 October 2006

**Abstract** A Swedish SME has developed an interference-free armature for fluorescent lamps. It has a minimum level of electro-magnetic emissions, which makes it suitable for electrically sensitive environments such as military vehicles, submarines and for electrically sensitive people. The armature gives a flicker-free and comfortable light. The company is looking for commercial agreements with technical assistance. The offer also includes design and construction of Low Emission environments.

**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance

### Security technology for incorporation into new and existing airport scanners for the detection of explosives detonators in baggage or cargo

**Reference number** 04 GB LSDD OB5L

**Deadline** 18 October 2006

**Abstract** A UK company has developed an element-specific X-ray imaging technology for detecting explosives detonators in baggage or cargo, which can be incorporated into existing and new airport security scanners. The company seeks partners for technical co-operation, joint venture, licensing or financial investment.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Joint Venture Agreement; License Agreement

### Innovative plasticised PVC (polyvinyl chloride) compound suitable for the realisation of films, cables and profiles

**Reference number** 4.27VEIN27

**Deadline** 19 October 2006

**Abstract** An Italian company developed a plasticised PVC (polyvinyl chloride) compound with an innovative formulation, characterised by notable burning features, suitable for extrusion technology of transformation. This material offers resistance to fire and has a very low black smoke emission; moreover, the composition of this compound avoids heavy metals, such as Pb, Ba, Cd, Sb, and phthalates. This company is looking for manufacturer companies interested in using this compound in their own products.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

### Beverages that glow in the dark

**Reference number** 4.27VEIN30

**Deadline** 25 October 2006

**Abstract** An Italian company has developed a new colouring technology for beverages without using colouring additives. This new technical solution allows the beverages to glow with several colours and with a very particular and unique visual effect. The company is looking for industries interested to the development of the technology or to license the patents.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Joint Venture Agreement; License Agreement; Financial Resources

### System for management of business procedures and business activities

**Reference number** EI/M-WorkFlow

**Deadline** 27 October 2006

**Abstract** A small Italian company has developed a system that is able to create, to implement and to manage a business process. It is more and more important, and necessary for a company to improve its organization and efficiency, to optimize their resources and to offer the customers an advanced service. They are looking for partners who need to create and to manage large amounts of documents, in particular for those documents that are frequently modified or written by different operators.

**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance

### Development and Manufacturing of a newly designed Rotational Dobby Mechanism for Weaving Machine

**Reference number** 05 TR TEEU ODL7

**Deadline** 30 October 2006

**Abstract** A Turkish university has developed a new Rotational Dobby Mechanism for weaving machines. The new doobby mechanism has been designed to manage high-speed motion without entailing a high level of working noise and also high production costs. The company is seeking for a technical co-operation agreement. Partner(s) should be involved in machine manufacturing and research; preferably in textile machinery.

**Collaboration Type** Technical Co-operation

### Power management IP blocks for system on chip applications and battery and fuel cell management systems

**Reference number** 05 GB SCTI OCGK

**Deadline** 31 October 2006

**Abstract** A Scottish SME is actively developing embedded power and battery management solutions for a range of single - and multi-cell applications. These include mobile phones, PDAs, digital cameras and multi-cell, lithium-based battery applications. The main advantages include significant cost reductions and efficiency increases of 20% over current technology. The company seeks opportunities for technical collaboration and licensing.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Joint Venture Agreement; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance

**Method of fermentation of biomass****Reference number** 05 DE NDTU ODE5**Deadline** 2 November 2006**Abstract** The development of the invention sponsored by a private German environmental foundation offers a multi-variable control of the fermentation process done by fuzzy technology. For this process it is sufficient to measure three (or even less) parameters with standard instruments. The automated data entry needs no personal control. A manufacturer of biogas plant is sought for installation of a pilot plant.**Collaboration Type** Technical Co-operation; License Agreement; Financial Resources**Dual-band antenna for mobile terminals****Reference number** 05 ES SEOT ODOQ**Deadline** 14 November 2006**Abstract** A Spanish research group has developed and patented a dual band antenna incorporating a feeding-only pin and a short circuit, which connect the antenna to the Earth reference. This antenna is very small in space and is able to extend to other frequency bands, essentially able for mobile terminals. With this technological offer the group seeks collaboration for a licence agreement or a commercial agreement with technical assistance.**Collaboration Type** License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance**Innovative technology for producing various kinds of dairies in one small-scaled mini-plant****Reference number** MAIplag1**Deadline** 15 November 2006**Abstract** An Israeli company has developed a mini-dairy for processing 1,000 - 10,000 Litre/Day. The small system can produce a large variety of dairy products, due to the ability to end pasteurisation of the raw milk at the specifically defined temperature. The system is flexible, can produce practically all known dairy products according to world standards. The company is looking for marketing partners in Mediterranean and other European countries: local businessmen and agricultural organisations.**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting); Financial Resources**Enisolvex: soil washing remediation and solvent extraction****Reference number** 04 IT LADA OBCW**Deadline** 18 November 2006**Abstract** An Italian SME has developed a process for the treatment of soils contaminated by organic compounds, using eco-friendly solvents. The main advantages are: lower environmental impact of the solvents when compared to existing thermal treatments; the possibility to achieve an excellent reclamation efficiency level; the effectiveness for a large array of organic pollutants in a broad spectrum of concentrations. The company is looking for collaboration with industries or research organisations.**Collaboration Type** License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance**System to reduce fuel consumption and emissions from vehicles without power reduction****Reference number** 05 ES MAAH ODR0**Deadline** 23 November 2006**Abstract** A Spanish SME has developed an electronically controlled fuel pre-processing system applied to internal combustion engines of vehicles. The patented technology consists of two units and sensors controlled by a different module (control centre). This system reduces up to 99% of unburned particles, 10 % of the CO2 emission and 5 % of the fuel consumption without reduction of the engine's power. The company is looking for companies to reach a commercial agreement with technical assistance.**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance**Actuator with linear stroke****Reference number** 04 FR SOCM OB7K**Deadline** 30 November 2006**Abstract** As part of a national R&D programme, a French laboratory and a French SME developed in partnership an electromagnetic actuator with linear stroke and its electrical actuation for space application. It operates between 0 and more than 300 Hz. Its advantages are: great efficiency, great compactness, reliability, and great accuracy of regulation of either stroke or force. The partners seek companies interested in other applications of this effective tested technology.**Collaboration Type** Technical Co-operation; License Agreement

**Real-time acquisition of TV & radio channels, around the clock, with automatic indexing of data**

**Reference number** 05 FR IFAN OCOP  
**Deadline** 2 December 2006  
**Abstract** A French SME has developed a system of real-time media capture with no limit regarding the number of sources being acquired and the size of files being recorded. Each audio or video source is automatically indexed and intelligently classified and identified; relevant audio or video document can be identified very quickly. The SME is looking for integrators that could help identify final client needs in media management, archiving solutions and in media indexing and publishing or storage.  
**Collaboration Type** Technical Co-operation; Joint Venture Agreement

**Transparent soft compound based on PVC characterised by notable flame retardant behaviour, lead and antimony free, suitable for realisation of extruded articles**

**Reference number** 05 IT IRVI OBOP  
**Deadline** 9 December 2006  
**Abstract** An Italian company, with 30 years of experience in the production of PVC compounds, developed the formulation of a transparent soft PVC compound with modulable hardness with a minimum Shore A value of 70, with notable flame retardant properties, lead and antimony free. This material is suitable for realisation of extruded articles with various shapes and dimensions. Companies interested in using this material are sought.  
**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

**An Electronic Anti-Dialler for Internet Dial-Up Connection**

**Reference number** CRESOJanuary 04  
**Deadline** 15 December 2006  
**Abstract** A small Italian company has developed a new electronic system to avoid malicious software dialling very expensive service telephone numbers instead of dialling the right ISP number. The developed system is cheap, easy to install and automatically operated. The installation of this device guarantees the user secure Internet browsing and avoids the risk of very expensive telephone bills. The company is looking for partners for both license and manufacturing/commercial agreements.  
**Collaboration Type** License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

**Focused Light Radiation Unit (FRU) for Heat Treatment of Various Materials**

**Reference number** MAImanvil2  
**Deadline** 26 December 2006  
**Abstract** An Israeli SME has developed a compact unit for focusing light radiation into a small heating spot. FRU may be used in brazing & soldering steel and nonferrous metals, welding plastics/polymers, pre-heating, heat treatment etc. The unit is 1.5 times more effective than those on the market, simple, compact, cheap, reliable and thus has a wide spectrum of applications. They are searching industrial partners for further development and manufacturing the units.  
**Collaboration Type** Joint Venture Agreement; License Agreement; Financial Resources

**Technology to deliver reliable digital data communications for remote sensing and monitoring applications**

**Reference number** 05 IT LAAP OBPE  
**Deadline** 28 December 2006  
**Abstract** An Italian company, specialised in the satellite telecommunication market, offers a technology designed to deliver reliable digital data communications for remote sensing and monitoring applications. They are looking for industry, system integrators, VAR, meter manufacturer and utilities for commercial agreement with technical assistance and license agreement.  
**Collaboration Type** License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance

**Anticorrosive protection by thermal pulverisation for marine and industrial environments**

**Reference number** PTHEP1003  
**Deadline** 30 December 2006  
**Abstract** A Romanian research institute has developed a technology for anticorrosive protection, by thermal pulverisation, in marine & industrial environments. The institute is also offering services for experimental checking of the lifetime of the protection realised for a corrosive environment in fast conditions. The institute wishes to collaborate with companies and research institutes interested in partnership, to develop and design specific technologies of thermal pulverisation for new applications.  
**Collaboration Type** Technical Co-operation; Financial Resources

## Избрани заявки за търсене на технологии (Technology Requests), получени чрез мрежата от иновационни центрове

Интернет страницата [www.irc.bg](http://www.irc.bg) (рубрика „Технологичен трансфер - Технологии от IRC Network - Search engine“) дава възможност да се запознаете с по-подробното описание на заявката за технология, която ви интересува.

За да декларирате този интерес, можете да изтеглите електронния формуляр за интерес или да го изискате на адрес: [angel.milev@online.bg](mailto:angel.milev@online.bg), [maria.alexandrova@online.bg](mailto:maria.alexandrova@online.bg).

### Extrusion Technology to extrude PVC (polyvinyl chloride) tubes

**Reference number** 05 MT NRME 0CHD

**Deadline** 10 October 2006

**Abstract** A multinational enterprise (MNE) operating from Malta in the manufacturing of healthcare devices is looking for a complete state-of-the-art extrusion line that is to include a cooling bath, a puller system and a tube cutter. This extrusion system will be used to manufacture semi-transparent flexible PVC (polyvinyl chloride) tubing. The company is looking for a commercial agreement with technical assistance.

**Collaboration Type** Commercial Agreement with Technical Assistance

### Clear compostable bio-plastic film from renewable resources to provide an alternative to low-density polyethylene

**Reference number** 05 GB EAST 0DHL

**Deadline** 25 October 2006

**Abstract** A leading UK manufacturer supplying products to the packaging and stationery markets requires an innovative compostable bio-plastic film with characteristics similar to low-density polyethylene (LDPE). Suitable films should be produced from renewable resources, be non-toxic, and capable of high-volume manufacture. Compliance with European Standard EN 13432 (compostability) is also preferred. The company seeks partners with suitable technology for joint exploitation or commercial agreement.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

### Efficient automatic systems for leather cutting

**Reference number** 05 IT SUTC 0DHE

**Deadline** 30 October 2006

**Abstract** An Italian company specialised in leather cutting, with particular interest in the automotive sector, adopts automatic cutting systems based on knife and waterjet tools. The company is interested in technical cooperation with an enterprise specialised in cutting machines, aimed at developing innovative and more efficient solutions for hide cutting.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance

### High-quality food preservation methods

**Reference number** tr26-250303

**Deadline** 1 December 2006

**Abstract** A cluster of Italian SMEs operating in the food industry, and specialised in production of typical Sicilian products, is looking for new methods enabling better food preservation. The requested technology has to be already available on the market. Type of co-operation sought is mainly technical at this stage.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Commercial Agreement with Technical Assistance

### Products and new developments for manufacturing by pultrusion

**Reference number** 05 ES SEOT 0DV2

**Deadline** 9 December 2006

**Abstract** A Spanish company dedicated to moulds manufacturing & plastic injection is looking for companies with expertise in composite transformation by means of pultrusion. The company has already planned a pultrusion process line that will rig shortly and is looking for products, new developments and technical assistance so they can manufacture and distribute the licensed products in Spain. The sector does not make any difference, although they show special interest in patents from the building sector.

**Collaboration Type** Technical Co-operation; Joint Venture Agreement; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

### Innovative technologies in the field of oil production (innovative packaging, production technologies, functional properties)

**Reference number** 05 IT IREN 0DWO

**Deadline** 13 December 2006

**Abstract** An Italian company, part of an important industrial group that works in the of agro-food sector, is looking for some innovations regarding different aspects of oil production (packaging, production technologies, functional properties) in order to enrich its portfolio of products and increase their added value. The technology should be already developed, at least at laboratory scale.

**Collaboration Type** License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance



### Technology integration in quality control for the food industry

<b>Reference number</b>	ALPS-CCIAA-TR-05
<b>Deadline</b>	15 December 2006
<b>Abstract</b>	An Italian manufacturer of X-ray inspection systems and sorting machines is searching for partners to develop combined quality control systems. These systems could be sold directly from the system integrators through their network and/or from the companies. The company is looking for technologies already on the market.
<b>Collaboration Type</b>	Technical Co-operation; Joint Venture Agreement; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

### Innovative technology to sanitize packed viscous cream

<b>Reference number</b>	05 IT SUTC 0BYW
<b>Deadline</b>	30 December 2006
<b>Abstract</b>	An Italian SME from the confectionery sector is looking for an innovative technology suitable for sanitizing packaging. The technology could be already on the market or laboratory tested. The SME is interested in technical cooperation or manufacturing agreement or commercial agreement or license agreement.
<b>Collaboration Type</b>	Technical Co-operation; License Agreement; Commercial Agreement with Technical Assistance; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

### Laser equipment for medical use

<b>Reference number</b>	05 RO ROSM 0C0R
<b>Deadline</b>	31 December 2006
<b>Abstract</b>	Within the framework of the development of its activities, a Romanian company active and experienced in the optoelectronics sector is looking for a medical laser manufacturing partner in order to conclude a joint venture or a subcontracting agreement. The Romanian company is offering its expertise, the production facilities and a significant Romanian market for the new products.
<b>Collaboration Type</b>	Joint Venture Agreement; Manufacturing Agreement (Subcontracting & Co-contracting)

## Виртуален инкубатор за иновативни фирми (e3I)

От средата на май 2006 г. фондация "Приложни изследвания и комуникации" съвместно с Българската стопанска камара започна работа по проект, финансиран от Световната банка - "Виртуален инкубатор за иновативни фирми (e3I)".

Целта на проекта е да подпомогне развитието на иновационни продукти, услуги и организации от България чрез използването на съвременни информационни и комуникационни технологии. Това ще бъде постигнато чрез създаването на интернет портал, предлагащ услуги за инкубиране на иновации (виртуален иновационен инкубатор). Виртуалният инкубатор ще обедини всички услуги, предлагани в момента от ЕИЦ - България, и организацията домакин - фондация ПИК, както и услуги в областта на иновациите, предлагани от БСК.

Концентрирането на услуги за фирмите във фондация ПИК, които се предлагат в момента най-вече по направление на технологични оценки и консултации, и подпомагането на фирмите за участие в проекти по европейски програми наложила необходимостта от създаване на удобна за клиентите среда, където да се предоставя информация за всички проблеми

в тази тематика, като се използват съвременни комуникационни технологии.

Все по-широкото навлизане на интернет услугите налага използването им и в работата на бъдещия инкубатор.

Чрез регистриран достъп клиентите на инкубатора ще имат възможност да ползват информация, съвети и услуги, свързани с тяхното технологично развитие и предлагани от експертите на фондацията.

Информацията ще включва:

- Възможности за финансиране на иновационни проекти:
  - национални и европейски инструменти (програми и фондове);
  - банково финансиране;
  - финансиране чрез рисков капитал.
- Достъп до бази данни с потенциални партньори в проекти по европейски програми за финансиране на иновационното развитие на фирмите.
- Консултации за подготовка на проекти по програми за финансиране на иновационното развитие на фирмите.
- Достъп до услуги, свързани с иновационното

развитие на фирмите - оценка на технологичното състояние; търсене и предлагане на иновативни продукти, услуги и процеси в Европа; договаряне с европейски бизнес партньори.

- Основни събития в страната и чужбина с възможности за участие в международни дни за двустранни бизнес срещи.

- Достъп до консултации в областта на закрилата на правата за интелектуална собственост.

За допълнителна информация и заявка за използване на услугите на инкубатора:

Фондация „Приложни изследвания и комуникации“  
София 1000, ул. Гурко 6, тел.: 02/986 7557; факс: 02/980 1833  
Ангел Милев, angel.milev@online.bg  
Мария Александрова, maria.alexandrova@online.bg

## Стартира проектът 4EM-MCP

През януари 2006 г. стартира проект, озаглавен **"Енергийно ефективни електродвигателни системи в новите страни членки и кандидатки за членство в ЕС" (4EM-MCP)**, който има за цел да изгради капацитет и да запознае правителствата и бизнеса с възможностите за повишаване на енергийната ефективност на електродвигателите, използвани в промишлеността.

Проектът се финансира по линия на програмата "Интелигентна енергия - Европа", на ЕО и включва партньори от България, Чехия, Унгария, Полша и Румъния, като същевременно цели да привлече партньори от всички нови страни членки и кандидатки за членство в ЕС. Българските участници в проекта са:

1. Агенция по енергийна ефективност.
2. "И Ес Ди - България" ООД.
3. Черноморски регионален енергиен център.

Проектът 4EM-MCP ще разпространи, разшири и приложи резултатите на програмата "Motor Challenge" ("Предизвикателства за двигателите") в новите страни членки и кандидатки за членство в ЕС.

Проектът включва следните дейности:

1. **Разпространение на информация** - технически публикации, семинари, демонстрации и обучение, включително и чрез интернет.
2. **Методи за оценка**, които биха направили енергийната ефективност по-достъпна за малки и средни предприятия. Ще бъде разработен и мощен софтуер с база данни.
3. **Пазарно проучване и оценка на потенциала за енергийна ефективност** чрез събиране на информация за навлизането на енергийно ефективни двигатели на пазара, както и за дейностите (минали, настоящи и планирани) за повишаване на енергийната ефективност на двигателите.
4. **Подпомагане на предприятия** чрез: демонстрационни проекти, обследване на енергийната ефективност, предложения за финансиране и др.
5. **Нови участници**. Привличане в проекта на нови

партньори както от страните - участнички в проекта, така и от други държави.

Резултатите от проекта ще:

- доведат до по-добро осмисляне на въпроса за енергийната ефективност и по-добро познаване на програмата "Motor Challenge" чрез разпространение на разработения помощен софтуер към нея и чрез предвидените дейности за всяка от участващите страни;
- предоставят по-достъпни инструменти за повишаване на енергийната ефективност за малките и средните предприятия в новите страни членки и кандидатки за членство в ЕС чрез специфични процедури, разработени по програмата "Motor Challenge" и отговарящи на техните нужди;
- бъдат публикувани в доклад, съдържащ статистическа информация за навлизането на пазара на енергийно ефективни електродвигатели и разглеждащ миналите, настоящите и планираните дейности за повишаване ефективността на електродвигателите и съответните системи. Доклади от обследването на 100 предприятия;
- бъдат демонстрирани чрез пилотни мероприятия в промишлеността: в рамките на проекта ще бъде организирано прилагането на помощния софтуер към програмата "Motor Challenge" в не повече от 22 промишлени обекта.

### Какво представлява програмата "MOTOR CHALLENGE"?

Програмата "Motor Challenge" ("Предизвикателства за двигателите") е създадена по инициатива на Европейската комисия и цели да подпомогне промишлените предприятия в повишаването на енергийната ефективност на техните задвижвани с електродвигатели системи. Програмата акцентира върху системите, за които е доказано, че съществува голям технически и икономически потенциал за повишаване на енергийната ефективност, а именно системите, използващи вентилатори/помпи, както и системите, работещи със съгъстен въздух.

Всяка организация, която желае да съдейства за постигане целите на програмата, може да участва,

<sup>1</sup> Подробности за програмата можете да намерите на следния адрес: [http://europa.eu.int/comm/energy/intelligent/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/energy/intelligent/index_en.html)

както следва:

- предприятия, използващи системи, задвижвани с електродвигатели, могат да кандидатстват за статут "партньор";
- предприятия, които предлагат системи, задвижвани с електродвигатели, могат да станат "поръчители".

На "партньорите" ще бъде предоставен софтуер, който ще им помогне при намаляването на експлоатационните разходи чрез рентабилни мерки за енергийна ефективност. Освен това те ще получат и обществено признание за приноса си за постигане на целите на енергийната политика на ЕС, а именно:

- намаляване до минимум на влиянието върху

околната среда и в частност намаляване на емисиите от CO<sub>2</sub>;

- повишаване на конкурентоспособността на европейската промишленост;
- намаляване на зависимостта от вносни енергийни източници.

Програмата "Motor Challenge" е напълно доброволна: предприятията са свободни да решат дали да участват, като същевременно имат възможност да се оттеглят от програмата във всеки момент без ущърб на правата им.

Програмата се подпомага активно от националните енергийни агенции на 15 европейски държави.

За повече информация посетете:  
<http://energyefficiency.jrc.ec.eu.int/motorchallenge/index.htm>

## Пазарна реализация на молекула

Участващи Европейски иновационни центрове (ЕИЦ):

ЕИЦ на Северен Рейн-Вестфалия/Малта (ZENIT - Zentrum fur Innovation & Technik in Nordrhein-Westfalen GmbH) и

ЕИЦ SOFRAA (Centre d'appui scientifique et technologique - Cast EPFL).

Немска биофармацевтична компания, разполагаща с експериментално терапевтично средство за лечение на заболяването миастения гравис (Myasthenia Gravis), използва мрежата от Европейски иновационни центрове, за да намери партньор, който да преведе кандидат-лекарството през следващите етапи на разработка. Откритият швейцарски партньор притежава необходимата експертност, която е от съществено значение при изминаването на дългия път от "молекулата до пазарната ѝ реализация". Възвръщаемостта от медицинска и търговска гледна точка при успешното приключване на този процес би могла да бъде голяма.

Миастения гравис (МГ) е сериозно заболяване, което най-често настъпва, когато имунната система на тялото атакува собствената си мрежа на комуникации между нервите и мускулите. Нарушението се изразява с различна степен на мускулна слабост, която може да доведе до фатални последици.

Всяка компания, разработваща ефикасно лекарство за МГ, би се радвала на голям търговски успех в допълнение към огромната полза за пациентите, страдащи от това заболяване.

Немската фармацевтична компания DeveloGen е получила предварителни резултати, според които специфична малка молекула, известна като пептид, има потенциално лечебно действие. Изолираният от изследователския екип пептид влияе върху имунния отговор чрез стимулиране на специфични промени в много важните клетки, наречени Т-клетки.

### Необходимостта от партньор

Първоначално компанията DeveloGen получава лицензия за интелектуални права върху пептида (известен като PTR-262) от страна на компанията YEDA Research & Development Company към Института Вайзман в Израел.

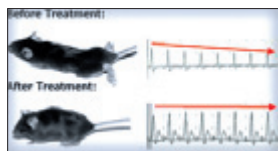
"Изследванията на заболяването МГ с помощта на моделни животни показва положително влияние на пептида", обяснява д-р Гюнтер Карман, изпълнителен директор на DeveloGen. "Животните могат отново нормално да движат крайниците си, чиито движения преди това са били сериозно нарушени от заболяването."

Първоначалният успех обаче поражда проблем. "Продуктът за лечение на МГ попада встрани от нашия бизнес фокус", обяснява г-н Карман. "Като малка компания ние трябва да сме сигурни, че не се разпростираме отвъд нашия капацитет. Ето защо, въпреки че бяхме много ентузиазирани от възможностите на този пептид, започнахме да търсим партньор, кой-

то да поеме пълното разработване и тестване, изисквани при пазарната реализация на ново лекарство."

Това е етапът, през който мрежата от Европейски иновационни центрове (ЕИЦ) доказва своята полезност. Екипът от DeveloGen публикува чрез ЕИЦ на Северен Рейн-Вестфалия/Малта своите изисквания за партньор, които бяха разпространени в цялата мрежа. На публикуваната заявка ЕИЦ SOFRAA намери подходяща оферта на швейцарската компания за разработване на лекарства Debiopharm.

"Бяхме много заинтригувани от иновативния подход за приложение на този пептид", обясни Флоранс Щайнхауслин, директор на отдел "Имунология и възпалителни процеси" към Debiopharm и ръководител на екипа за продуктна разработка на PTR-262. "Концепцията за овладяване на заболяването още при неговия източник, а не обичайното третиране на симптомите, представлява значително усъвършенстване на установените терапии."



**ЛЕЧЕНИЕТО С ПЕПТИДА PTR-262 ОБЛЕКЧАВА ЗАБОЛЯВАНЕТО МИАСТЕНИЯ ГРАВИС ПРИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛНИ ЖИВОТНИ, DEVELOGEN AG**

### Следващата фаза

В резултат на сделката, осъществена чрез посредничеството на мрежата от ЕИЦ, компанията Debiopharm получава правата върху по-нататъшната разработка на пептида PTR-262 и в момента провежда нови тестове с експериментални животни.

При потвърждение на предполагаемия добър потенциал на PTR-262 ще бъдат проведени детайлни фармакологични и токсикологични тестове, последвани от пълни клинични изпитвания с реални пациенти.

Изискват се няколко фази за тестване, преди кандидат-лекарството да достигне етап на регистрация за масова употреба.

Тестовите ще бъдат съпроводени с експериментална работа за определяне на подходящата дозировка и за разработване на специфична форма за ефективна доставка за пациентите.

Описаните дейности влизат в рамките на онзи комплексен и отнемащ много време етап от процеса на разработване на ново лекарство, за който швей-

царската фирма Debiopharm има необходимите експерти, а немската DeveloGen преценява, че рисковото ще надхвърли областта на собствената ѝ компетентност.

"Допълнителна полза за DeveloGen е, че от Debiopharm сме готови да поемем всички рискове, включително финансовите, възникващи по време на процеса на разработване", споделя Ким Бил, вице-президент, отдел "Бизнес развитие и лицензиране" към Debiopharm.

Гюнтер Карман подчертава, че сделката е илюстрация на начина, по който услугите на ЕИЦ позволяват на фирмите със сходни потребности да осъществят първоначалните си контакти, без да разкриват излишно конфиденциална информация за разработките си. Той споделя още, че това би било много трудно за малките фирми, които самостоятелно търсят партньори.

### От лабораторията до пазарната реализация

Ако предположим, че пептидът PTR-262 оправдае положителните очаквания, Debiopharm ще избере най-подходящата фармацевтична компания за следващ партньор, който да произвежда и продава крайния продукт.

Следователно преди да се стигне до пласирането на успешно изпитаното и одобрено ново лекарство на пазара, ще се премине през най-малко четирима партньори: от YEDA през DeveloGen и Debiopharm до промишления производител.

Този комплексен процес с участието на много партньори често е наложителен при изолирането и използването на молекули с обещаващи свойства от момента на тяхното откриване до клиничното им приложение.

Печалбата в крайна сметка може да се окаже значителна за двамата основни партньори. "Това е една много важна за нас сделка", коментира Карман във връзка с потенциалното ѝ влияние върху неговата компания.

Флоранс Щайнхауслин е на същото мнение: "Ние искрено се надяваме, че в резултат на тази сделка ще се получи едно специфично и ефективно лекарство за заболяване, което в момента няма установено лечение."

Източник: IRC Intranet

Издава:

**Европейски  
иновационен  
център**

Редакционна колегия:

Ангел Милев, angel.milev@online.bg  
 Стела Димитрова, stela.dimitrova@online.bg  
 Кристина Недева, christina.nedeva@online.bg  
 Теодора Георгиева, teodora.georgieva@online.bg  
 Димитър Ганев, dimitar.ganev@online.bg  
 Мария Александрова, maria.alexandrova@online.bg

Адрес:

София 1000  
 ул. „Гурко“ № 6  
 тел: 02/986 7557  
 тел: 02/986 7887  
 факс: 02/980 1833  
 www.irc.bg