

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРЕДМЕТА НА ОБЩЕСТВЕНА ПОРЪЧКА

за участие в обществена поръчка чрез събиране на оферти с обява с предмет:

„Провеждане на социологически проучвания за изследване на общественото мнение към ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014-2020 г., прилагане на задълбочени анализи и представяне на резултатите от проучванията чрез съвременни методи“

(Участникът попълва този формуляр, за да покаже своите опит и подход за изпълнение на всички изисквания, съгласно изискванията на Техническата спецификация (Приложение №1).

Представянето на исканата информация е задължително за всички точки. В полетата, в които информацията е неприложима за участника, моля да се запише „Неприложимо“)

Административни сведения:

Наименование на Участника:	„Център за анализи и маркетинг“ ЕООД
Документ за упълномощаване, когато лицето, което подава офертата, не е законният представител на участника /Моля, приложете към документацията на офертата/	Представявано от: Юлий <i>На осн. Чл.2.ал.1 от ЗЗЛП</i> Павлов В качеството му на: Управител
Седалище по регистрация:	Република България, гр. София, ул. „Хан Крум“ № 10
Точен адрес за кореспонденция	ул. „Хан Крум“ № 10, гр. София, ПК 1000, Република България
Лице за контакти	Юлий <i>На осн. Чл.2.ал.1 от ЗЗЛП</i> Павлов Управител
Телефонен номер	+ 359 2; 0887 890174
Факс номер	+ 359 2/986 2554
Електронен адрес	juliuspavloff@gmail.com
Интернет адрес
Правен статус	Учредено с фирмено дело №1849 от 2004 г. Еднолично дружество с ограничена отговорност – Последно вписване в Агенцията по вписванията – на 27.07. 2016 г.

ИН по ЗДДС № и държава на данъчна регистрация съгласно данъчната декларация	BG 131207140, България
ИН/ЕИК	131207140
Банкови реквизити	Банка: Общинска банка IBAN: BG68SOMB91301029086101 BIC: SOMBBGSF
Друго (ако е приложимо) /Посочва се документа/
Предмет на поръчката	„Провеждане на социологически проучвания за изследване на общественото мнение към ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура” 2014-2020 г., прилагане на задълбочени анализи и представяне на резултатите от проучванията чрез съвременни методи“
Дата на изготвяне на офертата	04.09. 2018 г.

УВАЖАЕМИ ДАМИ И ГОСПОДА,

След запознаване с всички документи и образци за участие, предлагаме да изпълним настоящата обществена поръчка в съответствие с изискванията на Техническата спецификация (Приложение №1) и за цената, предложена в Ценовото предложение (Приложение №3), което е неразделна част от нашата оферта.

Поръчката ще изпълним, като използваме/не използваме подизпълнител.

1. Декларираме, че:

- ✓ сме съгласни с клаузите на проекта на договор;
- ✓ срокът на валидност на офертата е 31.03.2019г., считано от крайния срок за представяне на оферти;
- ✓ всички описани по-долу в настоящето „Предложение за изпълнение на предмета на обществената поръчка“, извън изискванията на Възложителя от Приложение № 1 – „Техническа спецификация“, допълнителни разрези и видове анализи са калкулирани при определяне на единичните цени за видовете проучвания, посочени в Приложение № 3 - „Ценово предложение на ИЗПЪЛНИТЕЛЯ“ от офертата ни.

2. С настоящото представяме нашето „Предложение за изпълнение на предмета на обществената поръчка“ за изпълнение на предмета на обществената поръчка по публикуваната от Вас обява за събиране на оферти с горепосочения предмет, което най-общо обхваща следните дейности:

А. Национално-представителни проучвания:

Целта на настоящата обществена поръчка е да бъдат проведени социологически проучвания, да бъдат приложени задълбочени анализи за изследване на общественото мнение и нагласи към Оперативна програма „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014-2020 г. (ОПТТИ 2014-2020 г.) и представени резултатите от проучванията чрез съвременни методи. Проучванията са необходими за целенасочено планиране и ефикасно изразходване на публичния ресурс за комуникационните дейности свързани с програмата.

Националната комуникационна стратегия 2014-2020 г. на Оперативна програма „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014-2020 г. е фокусирана върху следните целеви групи:

1. Широка общественост;
2. Потенциални бенефициенти;
3. Бенефициенти;
4. Администрация, ангажирана с управлението на фондовете на ЕС в България;
5. Медиатори/разпространители на информация.

Целевите групи на бенефициентите, потенциалните бенефициенти, ангажираната администрация и медиаторите/разпространителите на информация са и основните заинтересовани страни (stakeholders), с различна роля и функции в процеса на подготовка, осъществяване, отчитане и комуникиране на програмата.

За всяка от основните целеви групи могат да бъдат дефинирани следните целеви подгрупи:

1. Широката общественост – това е целевата група на гражданите на национално и регионално ниво, като в нея са включени:

- 1.1. Специфични демографско-икономически групи (икономически неактивни лица, заети, безработни, учащи/ студенти и други);
- 1.2. Социално-уязвими групи (хора в неравностойно положение, хора с увреждания и други);
- 1.3. Други специфични под-групи и общности (културни и етнически общности, живеещите в близост до реализирания проект и др.).

2. Потенциални бенефициенти – допустими бенефициенти, отговарящи на условията за участие в конкретна процедура за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ

Целевите подгрупи на потенциалните бенефициенти включват:

2.1. Конкретни бенефициенти (включително администрация и административни структури, държавни компании /предприятия/ структури със стопанска дейност и други структури, изрично упоменати като бенефициенти в съответната програма (например финансови инструменти);

2.2. Микро, малки и средни предприятия;

2.3. Големи предприятия/компани;

2.4. Други стопански субекти: кооперации, самонаети;

2.5. Юридически лица с нестопанска цел;

2.6. Професионални организации и сдружения – браншови, работодателски, синдикални (тъй неречените социално - икономически партньори), бизнес асоциации и други;

2.7. Други асоциации/организации – НПО, центрове, асоциации и клубове с нестопанска цел, научни, образователни, обучителни и културни центрове и институции, граждански сдружения, доставчици на социални и здравни услуги, финансови институции и други;

2.8. Други администрации/институции, включително разпоредители с бюджетни средства – училища и други, които не са изрично поименно определени като бенефициенти.

3. Бенефициенти – организации, сключили договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ при изпълнението на проект, финансиран със средства от европейските фондове. Тази целева група има следните подгрупи:

3.1. Конкретни бенефициенти (включително администрация и административни структури, държавни компании /предприятия/ структури със стопанска дейност и други, изрично упоменати като конкретни бенефициенти в съответната програма (например финансови инструменти):

3.2. Микро, малки и средни предприятия;

3.3. Големи предприятия/компани;

3.4. Други стопански субекти: кооперации, самонаети;

3.5. Юридически лица с нестопанска цел:

3.6. Професионални организации и сдружения – браншови, работодателски, синдикални (тъй наречените социално-икономически партньори), бизнес асоциации и други;

3.7. Други асоциации/организации – НПО, центрове, асоциации и клубове с нестопанска цел, научни, образователни, обучителни и културни центрове и институции, граждански сдружения, доставчици на социални и здравни услуги, финансови институции и други.

3.8. Други администрации/ институции, включително съдебна система, разпоредители с бюджетни средства – училища и др., които не са изрично поименно определени като бенефициенти.

4. Администрация, ангажирана с управлението на фондовете на ЕС в България – всички звена и органи с функции в управлението и администрирането на оперативните програми: ЦКЗ, СО, управляващи органи (УО) на програма, и КН на ОП, Одитен орган, Договарящ орган (ДО).

5. Медиатори/разпространители на информация – институции и лица, които информират, формират мнения и нагласи, оказват влияние в процеса на вземане на решения, подпомагат дейността на бенефициенти/потенциални бенефициенти и управляващата администрация под една или друга форма, със следните целеви под - групи:

5.1. Медии на централно и местно ниво: електронни, печатни, интернет, социални мрежи, медии за генериране на потребителско съдържание;

5.2. Юридически лица с нестопанска цел/Браншови организации/Консултантски организации;

5.3. Участниците в процеса на взимане на решение/ лидери на мнение в България;

5.4. Политици/лидери на мнение в ЕС/европейските институции;

5.5. Информационни мрежи;

5.6. Крайни ползватели на финансова помощ по проекти – напр. студенти, ползващи стипендии; лица, ползващи ваучери за обучение и други.

При изпълнението на поръчката Центърът за анализи и маркетинг ще проведе 3 или 4 национално представителни социологически проучвания (в зависимост от желанието на Възложителя) сред външните целеви групи, като в изследванията ще бъде включен блок със стандартни въпроси, който включен при нулевото замерване през 2007 г. и ще позволи съпоставимост на резултатите, проследимост на динамиката на общественото мнение през годините и ще разшири евристичния капацитет на проучванията. За осигуряването на тази сравнимост ще бъде обхваната целевата група на широката общественост. Съгласно Техническата спецификация на поръчката, изготвена от Възложителя при проучванията задължително трябва да бъдат обхванати следните две целеви групи:

1. Население на страната над 15 годишна възраст;

2. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура.

Заложеното изискване за минимален обем на извадките от 2 000 души дава възможност за получаването на надеждни, представителни оценки за мнението на активно пътуващите и ползващите националната транспортна инфраструктура. Големият обем на

извадка позволява да се получи и достоверна информация и за други целеви под-групи на широката общественост, а именно:

1. Заети лица;
2. Безработни лица, които не търсят активно работа на пазара на труда;
3. Икономически неактивни;
4. Учащи и студенти;
5. Хора в неравностойно положение (хора живеещи с доходи под жизнения минимум);
6. Хора с увреждания;
7. Българи;
8. Турци;
9. Роми;
10. Живеещи в близост до реализираните проекти по ОПТТИ 2014-2020 г.
11. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно със собствен транспорт;
12. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с автобусен транспорт;
13. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с железопътен транспорт.

Включването на тези целеви под-групи в изследването на ОПТТИ 2014-2020 г. ще позволи задълбочаване на анализа на резултатите. Интересът към тези под-групи се предопределя от специфичните им потребности, които те имат и различните възможности, които създава ОПТТИ 2014-2020г. за тях.

В под-групата на заетите лица се включват хората с най-високи доходи в страната. Това са и хората, които пътуват най-активно и ползват националната инфраструктура в страната. Хората от тази група предприемат и най-много служебни и лични пътувания в страната. Изпълнението на проектите ОПТТИ 2014-2020 г. ще улесни техните пътувания и може да се очаква, че те са хора, които подкрепят нейното изпълнение.

В под-групата на безработните лица влизат лицата, които са безработни и активно търсят работа на пазара на труда. Лицата от тази под-група са с ниски доходи. При сегашната актуална икономическа ситуация в страната намирането на нова работа е свързано до голяма степен с предприемането на ежедневни трудови пътувания или преместването за живеене в друго населено място. В тази връзка изпълнението на проектите по ОПТТИ 2014-2020 г. улеснява мобилността на работната сила, а освен това създава и условия за намиране на нова работа при изпълнението на проектите по програмата. Едновременно с това може да се предположи, че лицата от тази група са по-негативно настроени към ОПТТИ и имат желание за пренасочване на средства към социалната сфера.

В под-групата на икономически неактивните лица влизат пенсионерите, които не работят, лицата в трудоспособна възраст, които по различни причини не работят и не търсят работа на пазара на труда и други. Хората от тази група са с по-ниски доходи в сравнение със заетите. Те не предприемат трудови и служебни пътувания. Предприемат лични пътувания по-рядко в сравнение със заетите и използват по-различни видове транспорт в сравнение с останалите поради по-ниски доходи или възрастови ограничения. Изпълнението на проектите по ОПТТИ 2014-2020 г. създава предпоставки за съкращаване на времето им за пътуване. За тази под-група може да се очаква, че е най-негативно настроена към програмата със силно изразени настроения за пренасочване на средства в социалната сфера.

В под-групата на учащите и студентите влизат учениците и студентите. Достъпът до разнообразно и качествено образование на лицата от тази група им налага да предприемат ежедневни или по-чести пътувания в сравнение с останалите хора. Освен това възрастовите и икономически ограничения за лицата от тази група им налагат използването на по-различни видове транспорт в сравнение с останалите. Изпълнението на ОПТТИ 2014-2020

г. съкращава времето за тези пътувания, улеснява достъпа им до образование и създава положително отношение към програмата.

В под-групата на хората в неравностойно положение влизат хората, които живеят при по-лоши условия в сравнение с останалите по различни причини. За улеснение при провеждането на проучванията ще бъде прието, че това са хората с доходи под жизнения минимум за страната. Тази група е нехомогенна по своя състав. Влизащите в нея са имат ограничени възможности за пътувания и пътуват по-рядко в сравнение с останалите. ОПТТИ 2014-2020 г. улеснява техните пътувания, но може да се очаква, че членовете на тази група имат по-негативно отношение към програмата и по-силно изразени желаниа за пренасочване на средства към социалната сфера.

Под-групата на хората с увреждания е с по-ограничени възможности за пътувания с определени видове транспорт, както и с по-малки финансови възможности. Изпълнението на ОПТТИ 2014-2020 г. създава за тях по-добри възможности за пътуване и съкращава времето за това.

Под-групата на българите е най-голямата и най-често ползващата се група от проектите реализирани по ОПТТИ 2014-2020 г.. Тази група е и най-информираната за ОПТТИ 2014-2020 г. и може да се очаква, че тя има най-положителното отношение към програмата.

Под-групата на турците е обхваща живеещите предимно в определени географски територии на страната, които са сравнително отдалечени от проектите изпълнявани по ОПТТИ 2014-2020 г.. Последното се явява предпоставка за незаинтересованост към програмата. Освен това голяма част от това население не следи българските медии и може да се предположи, че то е слабо информирано за програмата и трудно достижимо чрез използването на традиционните комуникационни канали в страната.

Под-група на ромите е най-ниски финансови възможности. Тя е и групата с най-ниско образование, с произтичащата от това лоша трудова реализация и висока безработица. Може да се очаква, че това е най-лошо информираната група за ОПТТИ 2014-2020 г., в която също преобладават настроения за пренасочване на средства от програмата към социалната сфера.

Под-групата на живеещи в близост до реализираните проекти по ОПТТИ 2014-2020 г. е най-силно заинтересованата от изпълнението на програмата. Изпълнението на програмата съкращава времето за техните пътувания, разширява възможностите за икономическо развитие на регионите, в които живеят, увеличава възможностите за трудова мобилност, създава нови работни места и много други. В тази под-група може да се очаква силна подкрепа за ОПТТИ 2014-2020 г..

Под-групата на активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно със собствен транспорт включва хората, които пътуват активно със собствен транспорт (моторни превозни средства). Тази група ползва най-активно ползващата националната шосейна мрежа и прилежащите към нея обекти (бензиностанции, заведения за хранене и други.). Тази група е и най-заинтересованата от реализирането на проектите свързани с изграждането на автомобилни пътища в страната по ОПТТИ 2014-2020 г., които съкращават времето за пътуване и подобряват комфорта при пътуване;

Под-групата на активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с автобусен транспорт включва хората, които пътуват основно с автобусен транспорт. Тази група също активно ползва националната шосейна мрежа, но ползва по-ограничено прилежащите към нея обекти. Тази група също е заинтересована от реализирането на проектите свързани с изграждането на автомобилни пътища в страната по ОПТТИ 2014-2020 г., които съкращават времето за пътуване и подобряват комфорта на пътуването.

Под-групата на активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с железопътен транспорт включва хората, които пътуват основно с железопътен транспорт. Тази група ползва активно националната железопътна мрежа и ползва активно прилежащите към нея гари. Тази група е заинтересована от

реализирането на проектите свързани с реконструкцията и модернизацията на железопътната мрежа в страната по ОПТТИ 2014-2020 г., които съкращават времето за пътуване и подобряват комфорта на пътуването.

Дефинираните 13 допълнителни под-групи ще позволят допълнително задълбочаване на анализа и подобряване на изпълнението на Комуникационната стратегия на ОПТТИ 2014-2020 г.

Съгласно Техническата спецификация, изготвена от Възложителя целевата група на широката общественост включва лицата на 15 и повече навършени години. По този начин генералната съвкупност, която ще бъде изследвана обхваща населението на 15 и повече навършени години, живеещо на територията на цялата страна. В рамките на нея са обособени посочените по-горе целеви под-групи. Единица на наблюдение и източник на информация е отделното лице на 15 и повече навършени години на територията на цялата страна.

За провеждането на всяко от 3-те или 4-те планирани национално представителни проучвания ще бъде изготвена отделна стохастична извадка. Изпълнителят предвижда да използва двустепенен гнездови подбор с вероятност пропорционална на размера на гнездата. Планираният обем на извадката при трите изследвания е по 2 000 души. Този обем на извадката позволява да се направи детайлен анализ на нагласите и медийното поведение на важните, но по-малобройни целеви под-групи по ОПТТИ 2014-2020 г.. На първата степен на извадката по случаен начин, с вероятност пропорционална на размера на гнездата ще бъдат подбрани 200 гнезда, в които ще бъдат интервюирани средно по 10 души. В качеството на гнезда ще бъдат използвани съществуващите избирателни секции на територията на цялата страна. На втората степен на извадката подборът ще бъде случаен. Той ще се извърши по метода на „последен рожден ден“. За неговото провеждане ще се изготвят обходни маршрути за анкеторите в избраните гнезда. Интервютата ще се проведат във всяко четвърто домакинство по маршрута на движение с този член на домакинството, който е имал последен рожден ден. Интервютата ще се проведат по домовете на респондентите. С цел постигането на достоверни резултати интервютата с респондентите ще се провеждат само вечер през делничните дни и в събота и неделя. По това време респондентите са по домовете си и изследваната генерална съвкупност е в нормално състояние.

За провеждането на национално представителните проучвания Центърът за анализи и маркетинг ще изготви методология. Тя ще включва описание на целите и задачите на изследванията, изследваната съвкупност, единица на наблюдение, източниците на информация, метод на провеждане на изследването, използвана извадка, въпросник за провеждане на изследването и списък с индикатори, които ще бъдат изчислени.

Във въпросника провежда на проучванията ще бъдат включени въпроси за информираност, разпознаваемост, одобрение, разпознаваемост, отношение, очаквания, критики към ОПТТИ 2014-2020 г. като цяло и за включените в нея проекти, въпроси за подходящите комуникационни канали за специфичните целеви групи, оценка на комуникационни послания, комуникационни канали и говорители и информираност на целевите групи относно постигането на целите на „Националната комуникационна стратегия 2014-2020“.

Най-общо въпросникът, който ще бъде използван за провеждането на трите национални представителни проучвания ще изглежда по следния начин:

ВЪПРОСНИК

за провеждане на национално представително проучване

Добър ден, казвам се и съм анкетъор към Центъра за анализи и маркетинг. В момента провеждаме социологическо проучване. Бихте ли били така любезни да отделите малко време и да ни отговорите на няколко въпроса?

1. През програмния период 2014-2020 г. в България се изпълняват множество оперативни програми. Можете ли да назовете някои от тези програми? (Отворен въпрос.) (Моля отбележете отговора)

- (1) Да, програма (запишете назованите програми).....
- (2) Чувал съм за такива програми, но не мога да ги назова
- (3) Не съм чувал за такива програми

2. Чували сте за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) Да
- (2) Не

3. Бихте ли казали за вас лично, че сте запознати с Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не съм чувал за тази програма

4. Според вас откъде основно се финансира Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) От Европейски фондове
- (2) От Държавния бюджет на България
- (3) Не знам/Не мога да преценя

5. Знаете ли, че Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. се финансира със средства от Европейския съюз?

- (1) Да
- (2) Не

6. Знаете ли от кои фондове на Европейския съюз се финансира Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

6.1. Програмата финансира ли се от Кохезионния фонд на Европейския съюз?

- (1) Да
- (2) Не

6.2. Програмата финансира ли се от Европейския фонд за регионално развитие?

- (1) Да
- (2) Не

7. Обикновено от къде търсите информация за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.? (Възможен е повече от един отговор.)

- (1) От телевизията
- (2) От вестниците
- (3) От близки и познати
- (4) От радиото
- (5) От Интернет
- (6) От брошури, дипляни
- (7) От списания
- (8) Друго (Запишете.).....
- (9) Не се информирам за програмата

8. Колко често се информирате за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) Всеки ден
- (2) Веднъж седмично
- (3) Веднъж месечно
- (4) По-рядко
- (5) Не се информирам за програмата

9. Какво е вашето отношение към Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) Одобрявам
- (2) Не одобрявам
- (3) Не мога да преценя

10. Свързвате ли Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. с някое конкретно министерство? (Възможен е повече от един отговор.)

- (1) Да, с Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията
- (2) Да, с Министерството на регионалното развитие и благоустройството
- (3) Да, с Министерството на финансите
- (4) Да, с друго министерство (Запишете.).....
- (5) Не знам/Не мога да преценя

11. Свързвате ли Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. с конкретни длъжностни лица? (До три имена.)

- (1) Да, с (Запишете имената.).....
- (2) Не

12. Бихте ли могли да назовете слогана/мотото на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) Да (верен отговор)
- (2) Да (друг неверен отговор)
- (3) Не, не го знам

13. Имате ли информация за проектите включени в Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) По-скоро да
- (2) По-скоро не

14. А сега ви моля за всеки един от следните основни проекти по Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. да ни кажете до каква степен сте запознати и какво е вашето отношение към изграждането на всеки един конкретен проект.

14.1.1. Запознати ли сте с проекта Автомагистрала „Струма“ Лот 3 „Благоевград-Сандански“?

- (1) Да, напълно (2) Да, отчасти (3) Не, не съм чувал за такъв проект

14.1.2. Какво е вашето отношение към изграждането на този проект?

- (1) Одобрявам
- (2) Не одобрявам
- (3) Не мога да преценя

14.1.3. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху икономиката на страната?

- (1) Проектът ще повлияе положително на икономиката в страната
- (2) Проектът ще повлияе отрицателно върху икономиката на страната
- (3) Не мога да преценя

14.1.4. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху частния живот на гражданите?

- (1) Проектът ще се отрази положително върху живота на гражданите
- (2) Проектът ще се отрази отрицателно върху живота на гражданите
- (3) Не мога да преценя

14.2.1. Запознати ли сте с проекта „Изграждане на трети метро диаметър в София“

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

14.2.2. Какво е вашето отношение към изграждането на този проект?

- (1) Одобрявам
- (2) Не одобрявам
- (3) Не мога да преценя

14.2.3. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху икономиката на страната?

- (1) Проектът ще повлияе положително на икономиката в страната
- (2) Проектът ще повлияе отрицателно върху икономиката на страната
- (3) Не мога да преценя

14.2.4. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху частния живот на гражданите?

- (1) Проектът ще се отрази положително върху живота на гражданите
- (2) Проектът ще се отрази отрицателно върху живота на гражданите
- (3) Не мога да преценя

14.3.1. Запознати ли сте с проекта Модернизация на железопътен участък София-Септември?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

14.3.2. Какво е вашето отношение към изграждането на този проект?

- (1) Одобрявам
- (2) Не одобрявам
- (3) Не мога да преценя

14.3.3. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху икономиката на страната?

- (1) Проектът ще повлияе положително на икономиката в страната
- (2) Проектът ще повлияе отрицателно върху икономиката на страната
- (3) Не мога да преценя

14.3.4. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху частния живот на гражданите?

- (1) Проектът ще се отрази положително върху живота на гражданите
- (2) Проектът ще се отрази отрицателно върху живота на гражданите
- (3) Не мога да преценя

14.4.1. Запознати ли сте с проекта Рехабилитация на железопътна линия Пловдив-Бургас Фаза 2?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

14.4.2. Какво е вашето отношение към изграждането на този проект?

- (1) Одобрявам
- (2) Не одобрявам
- (3) Не мога да преценя

14.4.3. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху икономиката на страната?

- (1) Проектът ще повлияе положително на икономиката в страната
- (2) Проектът ще повлияе отрицателно върху икономиката на страната
- (3) Не мога да преценя

14.4.4. Как оценявате влиянието на този проект от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. върху частния живот на гражданите?

- (1) Проектът ще се отрази положително върху живота на гражданите
- (2) Проектът ще се отрази отрицателно върху живота на гражданите
- (3) Не мога да преценя

15. Имате ли някакви критични бележки по отношение на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) Да, (Запишете.)
- (2) Не

16. Запознати ли сте с проекта за доизграждане на АМ „Тракия“ в участъка от Стара Загора до Карнобат?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

17. Запознати ли сте с проекта за доизграждане на АМ „Струма“ в участъка от Долпа Диканя до Благоевград и от Сандански до Кулата?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

18. Запознати ли сте с проекта за доизграждане на АМ „Марица“ в участъка от Оризово до Харманли и пътя от Кърджали до Подкова?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

19. Запознати ли сте с проекта за доизграждане на АМ „Хемус“ в участъка от Софийски околоръстен път до пътеп възел Яна?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

20. Запознати ли сте с проекта за доизграждане на втория метродиаметър на Софийското метро?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

21. Запознати ли сте с проекта на електрификация и модернизация на ЖП линията от Пловдив до Свиленград и модернизацията на линията Пловдив-Бургас?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

22. Запознати ли сте с проекта за изграждане на обходни пътища на град Монтана и град Враца?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

23. Запознати ли сте с проекта за изграждане на речна информационна система на българската част на река Дунав – БУЛРИС?

- (1) Да, напълно
- (2) Да, отчасти
- (3) Не, не съм чувал за такъв проект

24. Колко често гледате телевизия?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) По-рядко
- (6) Не гледам телевизия

25. Колко често слушате радио?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) По-рядко
- (6) Не слушам радио

26. Колко често четете ежедневни вестници?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) По-рядко
- (6) Не чета ежедневни вестници

27. Колко често използвате Интернет?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) По-рядко
- (6) Не ползвам Интернет

28. От кои телевизионни канали се информирате за изпълнението на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.? (До 3 отговора.) (Запишете.)

.....
29. От кои радиостанции се информирате за изпълнението на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.? (До 3 отговора.) (Запишете.)

.....
30. От кои ежедневници се информирате за изпълнението на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.? (До 3 отговора.) (Запишете.)

.....
31. От кои вестници предпочитате да се информирате за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.?

- (1) От централна преса
- (2) От местни вестници
- (3) От регионални притурки на централна преса
- (4) Не чета вестници

32. От кои Интернет сайтове се информирате за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.? (До 3 отговора.) (Запишете.)

.....
33. Колко често се информирате от Интернет страницата на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. и Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията?

- (1) Веднъж седмично
- (2) Веднъж месечно
- (3) По-рядко
- (4) Не се информирам от там

34. Какъв вид реклама за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. ви е направила най-силно впечатление?

- (1) Рекламен клип по телевизията
- (2) Рекламен клип по радиото
- (3) Рекламен клип в Интернет
- (4) Рекламен билборд
- (5) Рекламна брошура с кратка информация и снимки
- (6) Реклама във вестник или списание
- (7) Друго (Запишете.)
- (8) Никаква реклама не ми е направила впечатление
- (9) Не мога да преценя
- (10) Не се интересувам от тези реклами

35. На информация за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г. поднесена от кой говорител бихте се доверили?

- (1) Министър и негови заместници на транспорта, информационните технологии и съобщенията
- (2) Министър и негови заместници на регионалното развитие и благоустройството
- (3) Членове на управляващия орган на програмата
- (4) Ръководители на изпълняваните проекти
- (5) Политици
- (6) Журналисти
- (6) Друго (Запишете.).....
- (7) Не знам/Не мога да преценя

Социално-демографски данни за респондента:

1. Пол

- (1) Мъж
- (2) Жена

2. Каква е вашата възраст? (Запишете.)г.

3. Какво е вашето образование?

- (1) Висше и полувисше
- (2) Средно
- (3) Основно
- (4) Начално и по-ниско

4. Вие живеете в:

- (1) Столицата
- (2) Областен град
- (3) Друг град
- (4) Село

5. Какъв е вашият трудов статус?

- (1) Работещ
- (2) Безработен, регистриран в бюрото по труда
- (3) Безработен, нерегистриран в бюрото по труда
- (4) Домакия
- (5) Учащ/студент
- (6) Пенсионер

6. Имате ли някаква степен на увреждане установена от Трудово експертна лекарска комисия (ТЕЛК)?

- (1) Да
- (2) Не

7. Какъв е средният месечен доход на едно лице от вашето домакинство? (Моля запишете.)

.....лв.

8. Към коя от следните социални групи принадлежите?

- (1) Работодател, самонаемащ се, фермер
- (2) Висш ръководен мениджмънт – директор, управител
- (3) Мениджър
- (4) Работник
- (5) Безработен
- (6) Учащ, студент
- (7) Домакиня
- (8) Пенсионер

9. Към коя етническа група принадлежите?

- (1) Българин
- (2) Турчин
- (3) Ром
- (4) Друг етнос

10. Колко често пътувате в страната?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) 1-2 пъти на тримесечие
- (6) 1-2 пъти на полугодие
- (7) По-рядко
- (8) Не пътувам

11. Колко често пътувате в чужбина?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) 1-2 пъти на тримесечие
- (6) 1-2 пъти на полугодие
- (7) По-рядко
- (8) Не пътувам

12. Кой от следните видове транспорт ползвате основно при вашите пътувания в страната и чужбина?

- (1) Собствен автомобилен транспорт
- (2) Автобусен
- (3) Железопътен
- (4) Въздушен

13. Колко често пътувате по автомагистрала „Струма“, използвате софийското метро, или пътувате с железопътен транспорт по направленията София-Пловдив или Пловдив-Бургас?

- (1) Всеки ден
- (2) 2-3 пъти седмично
- (3) 3-4 пъти месечно
- (4) 1-2 пъти месечно
- (5) 1-2 пъти на тримесечие
- (6) 1-2 пъти на полугодие
- (7) По-рядко
- (8) Не пътувам

И на края искам да ви благодаря ви за времето, което ни отделихте.

Въпросите, които са включени във въпросника дават възможност за изчисляването на следните основни индикатори за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.:

1. Одобрение на Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.;
2. Разпознаваемост Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.;
3. Отношение към Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.;
4. Очаквания от Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.;
5. Критичност към Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.;
6. Информираност за Оперативна програма Транспорт и транспортна инфраструктура 2014-2020 г.;

На базата на изготвения въпросник ще бъде подготвена инструкция за работа на интервюерите.

След изготвянето на въпросника ще бъде проведено пилотно проучване с обем от 25 интервюирани с цел тестване на въпросника. В пилотното проучване ще вземат участие 5 анкетьори, които ще направят по 5 интервюта. След провеждането на интервютата анкетьорите ще изготвят доклади за проблемите при работата с въпросника. Докладите ще бъдат обобщени и ще бъдат внесени необходимите корекции във въпросника.

Разработеният инструментариум за проучването - изготвената методология, въпросник и инструкция за работа на анкетьорите ще бъдат предоставени на Възложителя за одобрение. След отстраняването на направените бележки ще бъдат изготвени окончателните варианти на методологията, въпросника и инструкцията за работа на анкетьорите.

След одобрението на методологията от страна на Възложителя на всяко едно от планираните 3 или 4 проучвания ще бъде проведен инструктаж на анкетьорите. На него те ще бъдат запознати с целите на изследването и въпросника и ще получат подробни разяснения за начина на работа на терен. В планираните проучвания ще бъдат включени анкетьори с доказан опит от съвместната ни работа. С оглед на не повлияване върху крайните резултати на един анкетьор ще бъдат възлагани по не повече от 40 интервюта при едно проучване. След провеждането на инструктажа на анкетьорите ще се пристъпи към провеждане на теренната работа. Нейното изпълнение ще бъде текущо проследявано.

След приключването на теренната работа ще бъде направен задължителен 15% контрол на работата на всички анкетьори. В случай, че бъдат констатирани нередности при работата на някои анкетьорите, работата им ще бъде анулирана и ще бъдат проведени нови интервюта.

Всички въпросници ще бъдат подложени на задълбочен логически оглед. Отворените и полуотворените въпроси ще бъдат кодирани и въведени на електронен носител. За избягването на грешки при въвеждането ще бъде извършено двойно въвеждане. Получените два файла ще бъдат сравнени и ще бъдат отстранени грешките от въвеждането. След това информацията ще бъде обработена и ще бъдат изчислени всички необходими за анализа показатели.

След провеждане на всяко количествено социологическо проучване, екипът на Центъра за анализи и маркетинг ще изготви доклад с изводи, препоръки и графично представяне на данните от проведеното проучване, както и кратка презентация в „MS Power point“ формат за представяне на основните изводи от проучването и основните графики. В доклада ще бъдат включени визитка на изследването (място и период на проучване, брой респонденти, използван метод и други.), резюме с основни изводи и препоръки и аналитична част с изводи. Аналитичната част ще включва:

1. Таблици и графики, които ще представят основните социално-демографски разрези, които ще бъдат разделени по подходящ начин по теми;

2. При установяване на наличие на статистически значими релевантни корелации и установени зависимости, ще бъде използван факторен анализ и ще бъде извършена допълнителна обработка на първичните данни за изготвянето на по-задълбочени и прецизни изводи.

При анализът ще бъдат използвани следните анализи:

1. Анализ на едномерни и двумерни разпределения;

2. Дискриптивен анализ;

3. Социо-демографски анализ по:

3.1. Пол;

3.2. Възраст;

3.3. Местоживееене;

3.4. Социална група;

3.5. Икономическо състояние

3.6. Образование;

3.7. Честотата на пътуване в страната и чужбина;

3.8. Честота на ползване на националната транспортна инфраструктура, включена в проекти по ОПТТИ 2014-2020 г.;

3.9. Анализ на важните фактори при пътуване;

3.10. Запознатост с проектите по ОПТ 2007-2013 г. и ОПТТИ 2014-2020 г.

Ще бъде направена и допълнителна обработка на първичните данни за по-задълбочени и прецизни изводи, при наличие на релевантни корелации и установени зависимости.

За задълбочаване на анализа ще бъдат използвани следните видове допълнителни анализи:

1. Хи-квадрат анализ. Този метод ще бъде приложен при наличието на номинални и ординални скали. Той ще даде отговор доколко предполагаемата зависимост съществува обективно и се проявява обективно в изследваната съвкупност. По своята същност това е метод за проверка на хипотези. При него може да бъде измерена силата на връзката чрез използване на Фи-квадрат коефициенти и коефициентите на Чупров, Крамер и Фишер.

2. Дисперсионен анализ (анализ на вариацията) (ANOVA). Този метод може да бъде приложен при резултативна променлива на интервална скала и факторни променливи на номинална или ординална скала. По същество и този метод е проверка на хипотези. Нулевата хипотеза при него гласи, че факторната променлива не оказва влияние върху резултативната и по същество средните при отделни категории на резултативната променлива са равни. Алтернативната хипотеза гласи, че факторната променлива оказва съществено влияние върху резултативната и поради това средните при отделните категории на резултативната променлива са различни. Методът позволява да се оцени липсата или наличието на статистически значима връзка между изследваните променливи.

3. Регресионен анализ. Този метод е приложим при променливи измерени на интервални скали. Той позволява да се установи наличието на връзка между факторните променливи и резултативната. При него се разработва модел на факторната зависимост и се проверява нейната статистическа значимост.

4. Корелационен анализ. Корелационният анализ е приложим при променливи измерени на интервални скали. Той позволява да се измери силата на връзката и се провери нейната статистическа значимост.

5. Клъстърен анализ. Този метод е приложим при различни скали за измерване на променливите. Той позволява групирането на изследваните респонденти в групи със сходно мнение и поведение по предварително зададени критерии за различия между групите или хомогенност на групите.

6. Анализ на тенденциите за развитие. Чрез този метод ще бъдат проследени тенденциите за развитие в показателите за ОПТ 2007-2013 г. и ОПТТИ 2014-2020 г.

На базата на доклада ще бъде изготвена кратка „MS Power Point“ презентация с основните изводи от проучването (около 15-20 слайда, на хартиен и електронен носител, на български и английски език).

Освен тази презентация ще бъде изготвена и презентация на основните изводи и препоръки от социологическите проучвания чрез интерактивни карти. Интерактивните карти ще позволят да се представят резултатите по отделни проекти включени в ОПТТИ 2014-2020 г. и по региони на страната. На електронен носител към офертата е приложен примерен вариант на презентацията. На него е представена средната работна заплата в страната като цяло и по отделни области в странат за 2016 г..

Изготвеният доклад (на хартиен и електронен носител) и презентациите ще бъдат предоставени па Възложителя за одобрение. В случай, че Възложителят има бележки те ще бъдат отстранени от Изпълнителя.

При необходимост и изразено желание от страна на УО на ОПТТИ 2014-2020 г. с официално писмо от страна на директора на дирекция „Координация на програми и проекти“, Изпълнителят се задължава да представи еднократно презентацията с основните резултати от проучването пред подходяща аудитория. В този случай Възложителят не дължи допълнително възнаграждение.

Провеждането на количествените проучвания ще бъде извършено в описаната по-горе последователност.

Б. Качествени проучвания – фокус-групови дискусии:

При изпълнението на обществената поръчка Изпълнителят планира да проведе качествени проучвания по метода на фокус-групови дискусии. Основните цели на качествените проучвания са:

1. Детайлно проучване на разпознаваемостта, нивото на одобрение, очакванията и нагласите към ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014-2020 г. сред различните целеви групи;
2. Изследване на различните комуникационни канали и апробация на послания, текстово, видео- и аудио съдържание, представящо Оперативната програма и включените в нея проекти с цел постигане на оптимална комуникационна ефективност и ефикасност;
3. Изследване на степента на информираност на целевите групи относно постигането на целите на „Националната комуникационна стратегия 2014-2020 г.“, както и на Годишните планове за действие на ОПТТИ 2014-2020 г. в изпълнение на „Националната комуникационна стратегия 2014-2020 г.“

При провеждането на качествените изследвания ще бъдат обхванати и покрити в пълна степен вътрешните и външните целеви групи, посочени в Националната комуникационна стратегия 2014-2020, а именно:

1. Широка общественост;
2. Потенциални бенефициенти;
3. Бенефициенти;
4. Администрация, ангажирана с управлението на фондовете на ЕС в България;
5. Медиатори/разпространители на информация.

Целевите групи на бенефициентите, потенциалните бенефициенти, ангажираната администрация и медиаторите/разпространителите на информация съставляват основните

заинтересовани страни (stakeholders), с различна роля и функция в процеса на подготовка, осъществяване, отчитане и комуникиране на програмите.

За всяка от основните целеви групи са дефинирани целеви под-групи както следва:

1. Широката общественост – това е целевата група на гражданите на национално и регионално ниво в това число:

1.1. Специфични демографско-икономически групи (икономически неактивни лица, заети, безработни, учащи/ студенти и други);

1.2. Социално-уязвими групи (хора в неравностойно положение, хора с увреждания и други);

1.3. Други специфични под-групи и общности (културни и етнически общности; живеещите в близост до реализирания проект и други).

2. Потенциални бенефициенти – допустими бенефициенти, отговарящи на условията за участие в конкретна процедура за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ

Целевите подгрупи на потенциалните бенефициенти са както следва:

2.1. Конкретни бенефициенти (включително администрация и административни структури, държавни компании /предприятия/ структури със стопанска дейност и други структури, изрично упоменати като бенефициенти в съответната програма (например финансови инструменти);

2.2. Микро, малки и средни предприятия;

2.3. Големи предприятия/компани;

2.4. Други стопански субекти: кооперации, самонаети;

2.5. Юридически лица с нестопанска цел:

2.6. Професионални организации и сдружения – браншови, работодателски, синдикални (тъй наречените социално - икономически партньори), бизнес асоциации и други;

2.7. Други асоциации/организации – НПО, центрове, асоциации и клубове с нестопанска цел, научни, образователни, обучителни и културни центрове и институции, граждански сдружения, доставчици на социални и здравни услуги, финансови институции и други;

2.8. Други администрации/институции, вкл. разпоредители с бюджетни средства – училища и други, които не са изрично поименно определени като бенефициенти.

3. Бенефициенти – организации, сключили договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ при изпълнението на проект, финансиран със средства от европейските фондове. Тази целева група има следните под-групи:

3.1. Конкретни бенефициенти (вкл. администрация и административни структури, държавни компании /предприятия/ структури със стопанска дейност и други, изрично упоменати като конкретни бенефициенти в съответната програма (например финансови инструменти):

3.2. Микро, малки и средни предприятия;

3.3. Големи предприятия/компани;

3.4. Други стопански субекти: кооперации, самонаети;

3.5. Юридически лица с нестопанска цел:

3.6. Професионални организации и сдружения – браншови, работодателски, синдикални (тъй наречените социално-икономически партньори), бизнес асоциации и други;

3.7. Други асоциации/организации – НПО, центрове, асоциации и клубове с нестопанска цел, научни, образователни, обучителни и културни центрове и институции, граждански сдружения, доставчици на социални и здравни услуги, финансови институции и други;

3.8. Други администрации/ институции, включително съдебна система, разпоредители с бюджетни средства – училища и други, които не са изрично поименно определени като бенефициенти.

4. Администрация, ангажирана с управлението на фондовете на ЕС в България – всички звена и органи с функции в управлението и администрирането на оперативните

програми: ЦКЗ, СО, управляващи органи (УО) на програма, и КН на ОП, Одитен орган, Договарящ орган (ДО).

5. Медиатори/разпространители на информация – институции и лица, които информират, формират мнения и нагласи, оказват влияние в процеса на вземане на решения, подпомагат дейността на бенефициенти/потенциални бенефициенти и управляващата администрация под една или друга форма, със следните цели под - групи:

5.1. Медии на централно и местно ниво: електронни, печатни, интернет, социални мрежи, медии за генериране на потребителско съдържание;

5.2. Юридически лица с нестопанска цел/Браншови организации/Консултантски организации;

5.3. Участниците в процеса на вземане на решение/ лидери на мнение в България;

5.4. Политици/лидери на мнение в ЕС/европейските институции;

5.5. Информационни мрежи;

5.6. Крайни ползватели на финансова помощ по проекти – например студенти, ползващи стипендии; лица, ползващи ваучери за обучение и друг.

Съгласно Техническата спецификация на поръчката основните задължителни цели групи, които проучването ще изследва са:

1. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура;

2. Ученици и студенти;

3. Представители на транспортни фирми;

4. Вътрешни цели групи (бенефициенти и УО, администрация).

Освен задължителните цели групи определен интерес представляват и следните цели групи:

1. Заети лица;

2. Безработни лица;

3. Икономически неактивни;

4. Хора в неравностойно положение;

5. Хора с увреждания;

6. Българи;

7. Турци;

8. Роми;

9. Живеещи в близост до реализираните проекти по ОПТТИ 2014-2020 г.

10. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно със собствен транспорт;

11. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с автобусен транспорт;

12. Активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с железопътен транспорт.

Интересът към тези под-групи се обуславя от специфичните им потребности и различните възможности, които създава ОП за тях.

В под-групата на заетите лица са влизат хората с най-високи доходи в страната. Това са и хората, които пътуват най-активно и ползват националната инфраструктура в страната. Хората от тази група предприемат и най-много служебни и лични пътувания в страната. Изпълнението на проектите ОПТТИ 2014-2020 г. ще улесни техните пътувания и може да се очаква, че това са хора, които подкрепят нейното изпълнение.

В под-групата на безработните лица влизат лицата, които са безработни и активно търсят работа на пазара на труда. Лицата от тази група са с ниски доходи. Предвид на актуалната икономическа ситуация в страната намирането на нова работа е свързано до голяма степен с предприемането на ежедневни трудови пътувания или преместването за живеене в друго населено място. В тази връзка изпълнението на проектите по ОПТТИ 2014-2020 г. улеснява мобилността на работната сила, а освен това създава и условия за намиране на нова работа при изпълнението на проектите по програмата. Същевременно

може да се предположи, че лицата от тази група са по-негативно настроени към програмата с желание за пренасочване на средства към социалната сфера.

В под-групата на икономически неактивните лица влизат пенсионерите, които не работят, лицата в трудоспособна възраст, които по различни причини не работят и не търсят работа на пазара на труда и други. Хората от тази група са с по-ниски доходи от заетите. Те не предприемат трудови и служебни пътувания. Предприемат лични пътувания по-рядко и използват по-различни видове транспорт в сравнение с останалите поради по-ниски доходи или възрастови ограничения. Изпълнението на проектите по ОПТТИ 2014-2020 г. създава предпоставки за съкращаване на времето им за пътуване. За тази под-група може да се очаква, че е най-негативно настроена към програмата със силно изразени настроения за пренасочване на средства в социалната сфера.

В под-групата на хората в неравностойно положение влизат хората, които живеят при по-лоши условия в сравнение с останалите по различни причини. За улеснение при провеждането на проучванията ще бъде прието, че това са хората с доходи под жизнения минимум. Тази група е много разнородна по своя състав. Влизащите в нея са с ограничени възможности за пътувания и пътуват по-рядко. ОПТТИ 2014-2020 г. улеснява техните пътувания, но може да се очаква, че членовете на този група имат по-негативно отношение към програмата и по-силно изразени желания за пренасочване на средства към социалната сфера.

Под-групата на хората с увреждания е с по-ограничени възможности за пътувания с определени видове транспорт, както и с по-ограничени финансови възможности. Изпълнението на ОПТТИ 2014-2020 г. създава по-добри възможности за пътуването им и съкращава времето за това.

Под-групата на българите е най-голямата и най-често ползващата се група от проектите реализирани по ОПТТИ 2014-2020 г.. Тази група е най-информираната за ОПТТИ 2014-2020 г. и може да се очаква, че тя има най-положителното отношение към програмата.

Под-групата на турците е обхваща живеещите на определени географски територии на страната, които са сравнително отдалечени от проектите изпълнявани по ОПТТИ 2014-2020 г.. Последното създава предпоставки за незаинтересованост към програмата. Освен това голяма част от това население не следи българските медии и може да се предположи, че то е слабо информирано за програмата и трудно достижимо чрез използването на традиционните комуникационни канали.

Под-група на ромите е най-ниски финансови възможности. Тя е и групата с най-ниско образование и произтичащата от това лоша трудова реализация на пазара на труда и висока безработица. Може да се очаква, че това е най-лошо информираната група за ОПТТИ 2014-2020 г., в която също преобладават настроения за пренасочване на средства от програмата към социалната сфера.

Под-групата на живеещи в близост до реализиращите се проекти по ОПТТИ 2014-2020 г. е най-силно заинтересованата от програмата. Изпълнението на програмата съкращава времето за техните пътувания, разширява възможностите за икономическо развитие на регионите, в които живеят, увеличава възможностите за трудова мобилност, създава трудови места и много други. В тази под-група може да се очаква силна подкрепа за ОПТТИ 2014-2020 г..

Под-групата на активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно със собствен транспорт включва хората, които пътуват активно със собствен транспорт (моторни превозни средства). Тази група ползва най-активно ползващата национална шосейна мрежа и прилежащите към нея обекти (бензиностанции, заведения за хранене и други.). Тази група е и най-заинтересованата от реализирането на проектите свързани с изграждането на автомобилни пътища в страната по ОПТТИ 2014-2020 г., които съкращават времето за пътуване и подобряват комфорта при пътуване;

Под-групата на активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с автобусен транспорт включва хората, които пътуват

основно с автобусен транспорт. Тази група също активно ползва националната шосейна мрежа, но ползва по-ограничено прилежащите към нея обекти. Тази група също е заинтересована от реализирането на проектите свързани с изграждането на автомобилни пътища в страната по ОПТТИ 2014-2020 г., които съкращават времето за пътуване и подобряват комфорта на пътуването.

Под-групата на активно пътуващи и ползващи националната транспортна инфраструктура пътуващи основно с железопътен транспорт включва хората, които пътуват основно с железопътен транспорт. Тази група ползва активно националната железопътна мрежа и ползва активно прилежащите към нея гари. Тази група е заинтересована от реализирането на проектите свързани с реконструкцията и модернизацията на железопътната мрежа в страната по ОПТТИ 2014-2020 г., които съкращават времето за пътуване и подобряват комфорта на пътуването.

Дефинираните 12 допълнителни под-групи ще бъдат изследвани посредством фокус групи с предварително разработени от Изпълнителя сценарии, които ще бъдат одобрени от Възложителя. Местата на провеждане на фокус групите подлежат на допълнително уточнение с Възложителя.

Центърът за анализи и маркетинг ще проведе всяка от фокус-груповите дискусии с по 12 участници от целевите групи. При изпълнението на поръчката Изпълнителят планира да проведе между 10 и 12 фокус-групови дискусии в зависимост от желанието на Възложителя. Изпълнителят планира да проведе по 2 или 3 фокус-групови дискусии в рамките на всяко от качествените проучвания. Провеждането на 2 или 3 фокус-групови дискусии в рамките на едно проучване е с цел избягване на лидерско влияние на отделни участници при провеждането на отделните фокус-групови дискусии.

Предвид на различните цели на планираните фокус - групови дискусии – генериране на идеи за послания и дизайн на аудио-визуални материали; тестване на готови информационни и рекламни материали; установяване на най-подходящите комуникационни канали и инструменти Центърът за анализи и маркетинг ще изготви и предложи подходяща форма на провеждане на фокус-групите и на изследователския инструментариум – сценарии за тяхното провеждане. Най-общо сценариите ще включват:

1. Въстъпителен блок, който включва представяне на модератора и участниците, запознаване с целите на дискусиата и правилата за нейното провеждане;

2. Блок от теми за отношението към ОПТТИ 2014-2020 г, а именно разпознаваемост, одобрение, отношение, очаквания, критики и информираност за програмата и други;

3. Блок от теми за изследване на различните комуникационни канали и апробация на послания, текстово, видео и аудио съдържание, представящо Оперативната програма и включените в нея проекти с цел постигане на оптимална комуникационна ефективност и ефикасност;

4. Блок от теми за изследване на степента на информираност на целевите групи относно постигането на целите на „Националната комуникационна стратегия 2014-2020 г.“, както и на Годишните планове за действие на ОПТТИ 2014-2020 г. в изпълнение на „Националната комуникационна стратегия 2014-2020 г.“

В разработения инструментариум на качествените проучвания ще бъдат описани целевите групи, с които те ще се проведат, начина на подбор на участниците, местата на тяхното провеждане и други. Разработеният инструментариум ще бъде предоставен за писмено одобрение на Управляващия орган на ОПТТИ 2014-2020 г..

След одобрението на инструментариума ще се пристъпи към провеждане на фокус-груповите дискусии. За провеждането на всяка фокус група ще бъдат рекрутирани по 15 участници от съответните целеви групи с цел осигуряване на минимум 12 участника във всяка фокус група. Два дни преди провеждането на всяка фокус група участниците ще бъдат потърсени по телефона за потвърждаване на участието си. В случай, че някой от далите съгласие участници не потвърди своето участие ще бъдат набрани нови участници. Участието в дискусиите ще бъде срещу заплащане с цел стимулиране на участниците в групите.

За провеждането на фокус групите ще бъдат осигурени подходящи условия. Центърът за анализи и маркетинг разполага със зала за провеждане на фокус групи в столицата, с осигурена възможност за непосредствено наблюдение на тяхното провеждане в реално време. В останалите населени места ще бъдат наети подходящи помещения за провеждането на фокус-групите. За представянето на аудио-визуалните материали ще бъдат осигурени подходящи технически средства. Провеждането на фокус групите ще бъде записано на аудио и видео носител.

Участниците във фокус-групите ще бъдат посрещнати и настанени. В случай, че за участие дойдат повече от 12 участника, част от тях ще бъдат върнати, като ще им бъде заплатено. За участниците и наблюдаващите ще бъдат осигурени безалкохолни напитки и лека храна.

След това ще се пристъпи към провеждането фокус-групата по одобрената от Възложителя методология. Фокус-груповите дискусии ще бъдат водени от опитни модератори.

Непосредствено след провеждането на всяка фокус-група модераторите ще изготвят писмени брифове с първите си най-важни и непосредствени впечатления от нейното провеждане, които ще бъдат предоставени на Възложителя. Аудио записите от фокус-групите ще бъдат свалени на хартиен носител и предоставени на Възложителя.

След провеждане на всяко качествено социологическо проучване, екипът на Центърът за анализи и маркетинг ще изготви доклад с изводи и препоръки от проведените фокус-групови дискусии, както и кратка презентация в „MS Power point“ формат (около 15-20 слайда, на хартиен и електронен носител, на български и английски език) за представяне на основните изводи от проучването. В доклада ще бъдат включени визитка на изследването (място и период на проучване, брой респонденти, използван метод и др.), резюме с основни изводи и препоръки, аналитична част с изводи и графично представяне на основните изводи и препоръки.

Освен тази презентация ще бъде изготвена и презентация на основните изводи и препоръки от социологическите проучвания чрез интерактивни карти. Интерактивните карти ще позволят да се представят резултатите по отделни целеви групи на Комуникационната стратегия на ОПТТИ 2014-2020 г.

Изготвеният доклад и презентация ще бъдат предоставени на Възложителя за одобрение. В случай, че Възложителят има бележки те ще бъдат отстранени от Изпълнителя. При необходимост и изразено желание от страна на УО на ОПТТИ 2014-2020 г. с официално писмо от страна на директора на дирекция „Координация на програми и проекти“, Изпълнителят се задължава да представи еднократно презентацията с основните резултати от проучването пред подходяща аудитория. В този случай Възложителят не дължи допълнително възнаграждение.

Провеждането на качествените изследвания ще бъде извършено в описаната по-горе последователност.

При провеждане на количествените и качествените проучвания по поръчка Центърът за анализи и маркетинг се ангажира да следва всички изисквания и добри практики, възприети съгласно Етичния кодекс на ESOMAR (Международната асоциация маркетинговите специалисти и изследователите на общественото мнение), както и съгласно Етичния кодекс на Българската социологическа асоциация.

Реализацията на всяко от планираните количествени и качествени проучвания ще протече при следната последователност и организация на работата:

1. Изготвяне на методология за провеждане на планираните проучвания по описания по-горе начин на базата на задание от Възложителя. Одобрение на методологията от страна на възложителя;
2. Подготовка и провеждане на теренната работа;

3. Обработка на информацията;
4. Изготвяне на аналитични доклади, PPT презентации и интерактивни карти. Одобрение на докладите и презентациите от страна Възложителя.
5. Представяне на резултатите от проучванията пред подходяща аудитория.

Обхватът на дейностите в рамките на отделните етапи е описан подробно в предходното изложение.

Изпълнителят ще уведомява периодично Възложителя за изпълнението на всяка дейност. Центърът за анализи и маркетинг разполага с необходимата техника за провеждането на проучванията и не се налага закупуването на такава специално за изпълнението на поръчката.

Осигуряването на качеството на изпълнение на договора ще бъде постигнато чрез:

1. Осигуряване на опитен експертен екип

При изпълнението на договора Центърът за анализи и маркетинг ще използва експертен екип с богат опит. Експертният екип притежава необходимия опит и умения за успешното изпълнение на поръчката.

2. Съгласуване и одобрение от страна на Възложителя на методологията на изследванията

Съгласуването на методологията на проучванията с представителите на Възложителя ще гарантира нейното качество и постигането на целите на договора.

3. Използване на анкетиори с доказан опит от съвместната ни работа

При провеждането на проучванията ще бъдат използвани анкетиори с доказан опит от съвместната ни работа. Освен това с оглед на неповлияването на крайните резултати на един интервюер ще бъдат възлагани по не повече от 40 интервюта в рамките на едно количествено изследване.

4. Двойно въвеждане на информацията

Двойното въвеждане ще гарантира точността на въведената информация.

5. Съгласуване и одобрение от страна на Възложителя на аналитичните доклади и презентации

Съгласуването на аналитичните доклади и презентации от представителите на Възложителя ще гарантира неговото качество и постигането на целите на договора.

При изпълнението на договора се предвижда да бъде използван 15% контрол на качеството на работа на всички анкетиори. С това се гарантира реалното провеждане на интервюта. При констатиране на нередности ще бъдат проведени нови интервюта

При изпълнението на договора ще бъдат предприети следните мерки за преодоляване на евентуални рискове при изпълнението на поръчката:

1. Затруднено взаимодействие между Възложителя и Изпълнителя – умерен риск. Затрудненото взаимодействие между Възложителя и Изпълнителя може постави под заплаха изпълнението на поръчката в планираните срокове. За преодоляването на този риск Изпълнителят предвижда членовете на Експертния екип да са в постоянна комуникация с представителите на Възложителя. Изпълнителят разчита Възложителя да осигури постоянна наличност на свои компетентни представители за срока на изпълнение на поръчката предвид на планираните съгласувания и одобрения от негова страна.
2. Забавяне на изпълнението на дейностите – нисък риск. Изпълнителят ще използва експертен екип, който е добре сработен при работата си по предишни проекти. Изпълнителят разполага с необходимите човешки и технически ресурси за изпълнението на дейностите и при необходимост може да привлече допълнителни такива
3. Методологически разминавания при изпълнението на дейностите – нисък риск. В предложението от Центъра за анализи и маркетинг оферта е предвидено

- методологията и инструментариума на проучванията, както и аналитичните доклади и презентации да се съгласуват и одобряват от страна на Възложителя.
4. Некачествена работа на интервюерите – нисък риск. В проучванията се предвижда да вземат участие интервюери с доказан опит. Предвидени са и необходимите обучения и задължителен 15% контрол на работата на всички интервюери.
 5. Грешки при въвеждането на информацията - също слабо вероятен риск. Въвеждането на информацията ще бъде извършено двукратно. След това файловете с данни ще бъдат сравнени и при констатиране на различия между тях ще се отстранят грешките от въвеждането.
 6. Рискове от загуба на информация. Този риск също се оценява като нисък. Информацията от проучванията, резултатите и докладите от тях ще се съхраняват на сървър с огледално копиране на 2 диска. След приключването на отделните дейности информацията поетапно ще се предава на Възложителя на електронен носител.

Във връзка с горното правим следните обвързващи предложения за изпълнение на обществената поръчка:

1. Заявяваме, че сме запознати с изискванията за изпълнението, условията на плащане, както и всички документи, приложени към обявата и приемаме да изпълним всички задължения, произтичащи от обявените условия.

2. Декларираме, че сме запознати с условията за участие в публикуваната от Вас обява. Съгласни сме с поставените условия и ги приемаме без възражения.

3. Поемаме ангажимент да изпълним качествено и в срок поръчката в съответствие с изискванията Ви, заложиени в Техническата спецификация (*Приложение № 1*).

4. Предлаганата от нас цена е посочена в Ценово предложение (*Приложение № 3*) - неразделна част от офертата.

5. При така предложените от нас условия, в нашето Ценово предложение (*Приложение № 3*) сме включили всички разходи, свързани с качествено изпълнение на поръчката в описания вид и обхват.

На осн. Чл.2.ал.1 от ЗЗЛД

ПОДПИС и ПЕЧАТ:.....

Юлий *По осн. Чл.2.ал.1 от ЗЗЛД* Павлов

04. 09. 2018 г.

Управител

ЦАМ ЕООД

