



**ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ**  
**Европейски фонд**  
**за регионално развитие**  
*Инвестираме във вашето бъдеще*



НАЦИОНАЛНА  
СТРАТЕГИЧЕСКА  
РЕФЕРЕНТНА РАМКА  
2007 – 2013

[www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg)



**ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА**  
**„Развитие на конкурентоспособността**  
**на българската икономика” 2007-2013**  
[www.opcompetitiveness.bg](http://www.opcompetitiveness.bg)

## **Информираност и информационни нужди на целевите групи на ОП „Конкурентоспособност”, 2013 г.**

**Аналитичен доклад с приложения на база на данни от  
проучвания сред целевите групи**

Документът е изготвен от ЕСТАТ ООД, съгласно договор за възлагане на обособена позиция № 1 „Провеждане на социологически проучвания и изготвяне на изследователски доклади” от обществена поръчка с предмет „Социологически проучвания за изпълнение, мониторинг и оценка на Комуникационния план на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013”

**estat.**  
research and consultancy

Проект BG161PO003-5.0.01-0004 „Осигуряване на публичност и прозрачност на дейностите по Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013” е финансиран по Приоритетна ос 5 „Техническа помощ” на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие

## СЪДЪРЖАНИЕ

<b>1   ОСНОВНИ НАБЛЮДЕНИЯ, ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ .....</b>	<b>3</b>
<b>2   МЕТОДИЧЕСКИ БЕЛЕЖКИ .....</b>	<b>8</b>
2.1. Обща информация .....	9
2.2. Изследване сред целевата група на потенциалните бенефициенти.....	10
2.3. Изследване сред външната целева група - широка общественост.....	11
<b>3   ИНФОРМИРАНост ЗА ФОНДОВЕТЕ НА ЕС И ОПРКБИ .....</b>	<b>12</b>
3.1. Запознатост със СКФ на ЕС .....	13
3.2. Запознатост с ОПРКБИ и останалите оперативни програми .....	13
3.3. Конкретна информираност за програмата .....	15
<b>4   ИНФОРМАЦИОННИ ПОТРЕБНОСТИ И КАНАЛИ.....</b>	<b>17</b>
4.1. Информационни потребности по отношение на ОПК .....	18
4.2. Запознатост с информационни материали, събития и кампании по ОПК.....	19
4.3. Интернет страницата на ОПК .....	20
<b>5   ПОДГОТОВКА И ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОЕКТИ ПО ОПК – ОПИТ И КАПАЦИТЕТ. ПЕРСПЕКТИВИ ЗА 2013 Г. И СЛЕДВАЩИЯ ПРОГРАМЕН ПЕРИОД.....</b>	<b>23</b>
5.1. Опит, намерения и капацитет за кандидатстване и изпълнение на проекти .....	24
5.2. Трудности при подготовката и изпълнението на проекти по ОПК.....	26
<b>6   ИМИДЖ НА ОП „КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ“ .....</b>	<b>31</b>
6.1. Доверие към програмата .....	32
6.2. Оценка за общия икономически ефект .....	33
6.3. Оценка на усвояването на предвидените средства .....	35
6.4. Оценка за работата на институциите.....	36
6.5. Отношение към ЕС и политиката на Съюза .....	37

# 1

## ОСНОВНИ НАБЛЮДЕНИЯ, ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

## #1. Разпознаваемост

За ОП „Конкурентоспособност“ са чували 42% от населението (~2 617 000 души) и 59% от фирмите в страната (~216 000 бр.). Непрекъснатите комуникационни усилия на УО на ОПК през 2012 г. са довели до значим положителен резултат – сред широката общественост ОПРКБИ реализира най-голям ръст в разпознаваемостта в сравнение с всички останали оперативни програми в последната година – 16%, т.е. дейностите по информация и публичност са обхванали още 340 000 души. Сред потенциалните бенефициенти (фирми) ръстът е по-скромен – 7.3% или още 15 000 компании. Делът на чувалите за ОПК сред другите организации се запазва около 90 на сто.

## #2. Информираност

Въпреки че нивото на информираност по конкретни аспекти на ОПК сред населението остава ниско, през 2013 г. се наблюдава среден ръст от 7% по отношение познанията за основните й съдържателни елементи. При потенциалните бенефициенти самооценките значително се повишават, особено сред тези, които са в пряк контакт с програмата. Това е индикация за повече самоувереност по отношение на ОПК и възможностите за успешно изпълнение на проекти.

## #3. Информационни потребности

Наблюдава се ясна профилираност на информационните потребности. Очертават се три основни съвкупности потенциални бенефициенти, на база на чиито характеристики следва да бъде диференцирана комуникацията по програмата: с общ интерес към ОПК, фирми с идеи за проекти и група компании в реално взаимодействие с програмата (в т.ч. изпълнили проект). И през следващата година, за постигане на по-висока ефективност на събитията и комуникацията изобщо, е необходимо да се отчита степента на ангажираност с програмата и в съответствие с това – да се подбира информационното съдържание, което ще бъде представено.

## #4. Комуникационни инструменти

Информационните бюлетини, брошури и наръчници на ОПК като комуникационен инструмент по отношение на широката общественост и бизнеса остават без особен ефект. Продължава да важи препоръката за всички съществуващи материали да се търси допълнителна популяризация чрез препратки към тях в електронни бюлетини, в новини и в публикации и излъчвания в медиите и най-вече в интернет.

Броят на участвалите в събития по ОПК до 2013 г. достига до 10.8% или ~39 500 компании (национална база).

Електронният информационен бюлетин на ОПК като комуникационен инструмент обхваща 9.1% от фирмите в страната или ~33 500 предприятия.

## #5. Интернет страница

Въпреки че сред широката общественост е регистриран значителен ръст в интереса към интернет страницата на ОПК, делът на посещаващите я не е особено висок -

10.7% от населението като цяло (~673 000 души, за сравнение - ~267 000 души до 2012 г.).

В групата на потенциалните бенефициенти картината остава сходна – през 2013 г. делът на ползвалите някога страницата на УО на ОПК е 28.8% от бизнеса общо или лица от 105 400 фирми. Налице е ръст от близо 11% в посещаемостта. Въпреки това страницата на програмата все още има нереализиран потенциал като информационен източник. В процеса на „разработването“ ѝ следва да се отчита, че тя се ползва и възприема по-скоро като информационен канал за конкретна, практическа информация, а не толкова като общ канал за комуникация с аудиторията и тази ѝ функция в никакъв случай не бива да бъде ограничавана.

Значително се повишават оценките на потенциалните бенефициенти за страницата на ОПК – за потребителите сайтът се е превърнал в надежден източник на информация за програмата.

#### **#6. Намерения за кандидатстване**

Намеренията за кандидатстване през настоящия програмен период рязко са намалели, докато плановете за 2014-2020 г. изглеждат още по-оптимистични. В групата на ИКТ спадът се дължи на факта, че намеренията са осъществени, докато при бизнеса се наблюдава по-скоро отдръпване от програмата и изчакване на новите схеми за финансиране. Предвид тези обстоятелства може да се твърди, че вероятно пикът в кандидатстването е преминал и оттук нататък броят на подадените проектни предложения ще бъде по-скоро ограничен.

Ниският капацитет за изготвяне, изпълнение на дейностите и администриране на проект по ОПК е основната причина фирмите да се оттеглят от участие по програмата. Други причини са сложността на процедурите, недостатъчните познания и преценката за липсата на смисъл. В комуникационно отношение подобни отговори предполагат две стъпки – първо, допълнително опростяване на процедурите или (по-вероятно) улеснено говорене за тях, така че да не предизвикват у фирмите съмнения за възможностите им да се справят; и второ – информиране за принципите и допустимите бенефициенти по програмата, тъй като все още се наблюдава дефицит на обща информация за ОПК.

#### **#7. Трудности в процеса на кандидатстване и изпълнение**

Основните трудности в процеса на кандидатстване, с които се сблъскват потенциалните бенефициенти остават сходни и през двете години. Най-значимият проблем е осигуряването на съфинансиране. Останалите проблеми са по-скоро техническо-административни и вероятно, с подходяща подкрепа (от страна на УО чрез информационни дни или експерти или чрез консултанти), могат да бъдат преодолени.

Проблемите при изпълнението на проектите са практически и решаването им (или ограничаването им) отново може да бъде постигнато чрез продължаване на многократно провежданите през 2013 г. обучения/ инфо дни, целящи да облекчат работата на бенефициентите.

Трудност, която е основна за ИКТ и другите организации и сред първите за бизнеса е комуникацията с институциите – аспект, на който следва да се обърне допълнително внимание, тъй като успешното взаимодействие между двете страни е пряко свързано с успеха на програмата.

## **#8. Имидж и доверие**

Недоверието към институциите в България като цяло продължава да влияе негативно върху имиджа на програмата сред населението – по-голямата част от хората не вярват в прозрачността и целесъобразността на изразходването на средствата. Въпреки това, ситуацията бавно се променя в положителна посока. Преодоляването на негативизма по условие (тезата „виновен до доказване на противното“) е особено тежка задача в комуникационен план. Тази ситуация следва да се отчита и при планирането на дейностите по информация и публичност и за следващия програмен период, тъй като е малко вероятно да настъпи съществена промяна в обозримо бъдеще.

Сред бизнеса едновременно се наблюдава ръст в групите, смятащи, че средствата се изразходват правилно и прозрачно, но още по-голям в тези на обратното мнение. Необходими са допълнителни усилия в посока повишаване на доверието към управлението.

## **#9. Очаквания за приноса**

Очакванията на гражданите за приноса на ОП „Конкурентоспособност“ към икономиката на страната не са се променили особено за период от една година. Като цяло, нагласите на обществеността за възможностите на ОПК остават положителни.

Вижданията на бизнеса и на останалите потенциални бенефициенти също остават позитивни. Нещо повече, делът на очакващите, че ОПК ще има значително влияние върху страната е увеличен. Подобни данни, заедно с растящата информираност за програмата, са предпоставка за подобряване на имиджа ѝ в оставащия срок на действие, но също и база за успешно стартиране на новата програма.

## **#10. Очаквания за усвояемостта**

Задвижването на процедурите по програмата в последната година се оценява позитивно от широката общественост – делът на хората на мнение, че голямата част или всички средства ще бъдат усвоени нараства значително.

Сред бизнеса се наблюдава обратният процес - делът на скептичните нараства с 52%. Вероятно, с приближаване на края на действие на програмата първоначалният оптимизъм се заменя от по-реалистични оценки, тъй като към настоящия момент за всички е ясно, че пълното усвояване на средствата би било трудна задача.

Обективизирането на оценките сред бизнеса и оптимистичните нагласи сред населението са индикация, че в периода между двете изследвания програмата е комуникирана по-активно и по-прозрачно, което се отразява благоприятно на имиджа ѝ и оценките на целевите групи.

## #11. Управление

Налице е повишение в оценките за институциите, свързани с управлението на програмата. Данните позволяват да се предположи, че е настъпила значителна положителна промяна във взаимоотношенията между администрация и бенефициенти. Сериозен принос за това вероятно имат закриването на Междинното звено, опростяването на комуникацията, съкращаването на времето за реакция и намаляването на документооборота.

Оценките са още по-високи сред изпълняващите или изпълнените проект, което е индикация, че голяма част от негативното отношение е отражение на недоверието към институциите изобщо, а не е форма на критика конкретно към МИЕТ и Дирекция „ЕФК“. Необходима е допълнителна комуникация, пряко свързана с механизмите на управление, така че да се създаде внушение за прозрачност в работата и да се обясни, че всъщност двете страни полагат усилия за изпълнението на една и съща обща цел – подобряване на състоянието на българския бизнес и оттам – на стандарта на населението като цяло.

## #12. Отношение към ЕС

Общата комуникация, свързана с финансовите инструменти на ЕС, включително дейностите по информация и публичност на ОПК, допринасят за изпълнение на посочените в регламента на ЕС изисквания за популяризация на помощта и изграждане на позитивен имидж на Общността в държавите-членки.

## #13. Перспективи за следващия програмен период

Перспективите за следващия програмен период са благоприятни. Делът на фирмите, декларирали намерения за кандидатстване през 2014-2020 г. е 52%, а на ИКТ и други организации – 80% от чувалите за ОПК. Налице е растяща увереност на компаниите във възможностите на еврофинансирането и преодоляване на първоначалните страхове.

## #14. Изисквания към новата оперативна програма

По отношение на новата програма за иновации и конкурентоспособност потенциалните бенефициенти имат конкретни изисквания, касаещи опростяване на процедурите, подкрепа на предприятията за осигуряване на съфинансирането и перспектива за развитие под формата на акцент върху сектори с потенциал. Изпълнението на тези условия би довело до увеличаване на броя на кандидатите и на успешно приключените проекти.

С най-голяма вероятност да кандидатстват при изпълнение на посочените условия са фирмите, които и към момента са в някакво взаимодействие с програмата. От гледна точка на комуникацията, това означава, че в следващия период една от основните целеви групи на програмата следва да бъдат онези организации, които по някакъв начин са били ангажирани с ОПК, независимо дали са осъществили проект или само са кандидатствали и са били отхвърлен.

Възможност за привличане на вниманието и стимулиране на кандидатстването още в този програмен период е изпълнението на някои от условията още сега.

# 2

## МЕТОДИЧЕСКИ БЕЛЕЖКИ



## 2.1. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ

Настоящият доклад е изготвен в рамките на договор №361 от 13.06.2012 г. между Министерството на икономиката, енергетиката и туризма (МИЕТ) и ЕСТАТ ООД за възлагане на Обособена позиция №1 „Провеждане на социологически проучвания и изготвяне на изследователски доклади“ от обществена поръчка с предмет „Социологически проучвания за изпълнение, мониторинг и оценка на Комуникационния план на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013“ по проект BG161PO003-5.0.01-0004 „Осигуряване на публичност и прозрачност на дейностите по Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013“, финансиран по Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

В съответствие с изискванията на договора (Дейност Б), през 2013 г. ЕСТАТ проведе **втора вълна проучвания за оценка на степента на информираност и информационните нужди** на двете основни целеви групи на КП на ОП „Конкурентоспособност“, както следва:

- национално представително изследване сред **потенциалните бенефициенти** - 862 нефинансови предприятия и 80 представители на останалите целеви групи потенциални бенефициенти - обществени и частни организации; НПО в подкрепа на бизнеса; бизнес и браншови организации; образователни институции, изследователски организации, научни звена; гаранционни фондове; фондове за рисков капитал и за микрокредитиране; консултантски организации; представители на ИКТ-сектора чрез техните професионални сдружения;
- в допълнение (съгласно Техническото предложение) - национално представително изследване сред **населението (широката общественост като съставна част на външната целева група)** – 1000 души на възраст над 15 години, като част от проучване тип „омнибус“.

Въпросниците по двете изследвания са предоставени на екипа на МИЕТ на 29.03.2013 г. и одобрени, съответно, на 15.04.2013 г. (изследване сред потенциалните бенефициенти) и на 03.04.2013 г. (изследване сред широката общественост). Голяма част от въпросите са идентични с тези от 2012 г. с цел осигуряване на сравнимост на данните.

Теренната работа по изследванията е осъществена, както следва:

- изследване сред потенциалните бенефициенти – в периода 17.04-17.05.2013;
- изследване сред широката общественост – в периода 06.04-18.04.2013 г.

Предвид необходимостта да се направи оценка на постиженията на ОПРКБИ в областта на информираността и публичността за 2013 г. и, впоследствие за целия период на действие на програмата, настоящият доклад е базиран на сравнителен анализ между резултатите за двете целеви групи през 2012 и 2013 г. в следните направления: информираност за фондовете на ЕС и оперативните програми, информационни потребности на целевите групи, подготовка и изпълнение на проекти по ОПК – опит и капацитет, перспективи за 2013 г. и следващия програмен

период, имидж на програмата. Докладът включва и конкретни изводи на база на получените данни и препоръки за подобряване на представянето.

## 2.2. ИЗСЛЕДВАНЕ СРЕД ЦЕЛЕВАТА ГРУПА НА ПОТЕНЦИАЛНИТЕ БЕНЕФИЦИЕНТИ

Проучването сред целевата група на потенциалните бенефициенти е проведено на база на национална извадка от предприятия с размер **800 компании**, представителна по основни диференциращи признаци – сектор на дейност, размер (според броя на заетите лица) и местоположение (район за планиране). Извадката възпроизвежда генералната съвкупност от 366 240<sup>1</sup> нефинансови предприятия в страната. Максималната извадковата грешка за 50-процентен дял е  $\pm 3,5\%$ , при 95% гаранционна вероятност. **На 1% от извадката отговарят ~3 660 компании.**

За осигуряване на възможност за обработка на резултатите по район за планиране, извадката е подсилена с общо 62 предприятия в Северозападния и в Северния централен райони (съответно 38 в СЗ район и 24 – в СЦ район), където броят на фирмите традиционно е по-нисък. По този начин общият размер на извадката достига **862 компании.**

Таблица 1. Изпълнение на извадката с подсилване по райони за планиране при проучването сред потенциалните бенефициенти (бизнес)

Район за планиране	Извадка	Подсилване
Северозападен	93	38
Северен централен	92	24
Североизточен	107	-
Югоизточен	113	-
Югозападен	265	-
Южен централен	130	-
<b>общо</b>	<b>800</b>	<b>62</b>

В изследването са обхванати и **80 представители** на останалите целеви групи потенциални бенефициенти - обществени и частни организации; неправителствени организации в подкрепа на бизнеса; бизнес и браншови организации; образователни институции, изследователски организации, научни звена; гаранционни фондове, фондове за рисков капитал и за микрокредитиране; консултантски организации; представители на ИКТ сектора.

Така общият размер на извадката сред целевата група на потенциалните бенефициенти е достига **942 фирми/ организации.**

Инструментариумът за набиране на информацията е изготвен от ЕСТАТ и е одобрен от Възложителя. Тъй като въпросникът е почти идентичен с този от 2012 г., не е провеждано пилотно проучване.

За набиране на информацията е използван методът **„пряко стандартизирано телефонно интервю на работното място на респондента“**. Интервюирани са

<sup>1</sup> НСИ, <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=70&a1=2461&a2=2462&a3=2463#cont>, към 31.12.2011 г.

ръководители (собственици, съсобственици) на фирми или лица, имащи право да вземат управленски решения (търговски, финансов, маркетингов, друг директор).

### 2.3. ИЗСЛЕДВАНЕ СРЕД ВЪНШНАТА ЦЕЛЕВА ГРУПА - ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ

За установяване на информираността и информационните нужди на целевата група на широката общественост по отношение на ОПК е проведено национално представително изследване сред българските граждани на възраст над 15 години. Проучването обхваща съвкупност от 6 292 255 души<sup>2</sup> и е със следните основни параметри (табл.2):

ТАБЛИЦА 2. ПАРАМЕТРИ НА ГЕНЕРАЛНАТА СЪВКУПНОСТ КЪМ 31.12.2012 г.

Тип населено място		15-29 г.	30-39 г.	40-49 г.	50-59 г.	60+ г.	общо
град	всичко	975 968	833 496	760 301	754 574	1 257 317	4 581 656
	мъже	497 667	426 382	382 040	361 192	523 471	2 190 752
	жени	478 301	407 114	378 261	393 382	733 846	2 390 904
село	всичко	306 169	230 809	244 348	267 080	662 193	1 710 599
	мъже	163 804	124 222	132 277	139 667	284 009	843 979
	жени	142 365	106 587	112 071	127 413	378 184	866 620
общо	всичко	1 282 137	1 064 305	1 004 649	1 021 654	1 919 510	6 292 255
	мъже	661 471	550 604	514 317	500 859	807 480	3 034 731
	жени	620 666	513 701	490 332	520 795	1 112 030	3 257 524

За целите на проучването е изработена национална, двустепенна гнездова извадки със стартови адреси с размер **1 000 души**. За подбор на респондентите е използван методът на Лесли Киш "Next Birthday". Извадката е представителна по демографските признаци тип населено място, пол и възраст и осигурява висока точност на оценките – максимална извадкова грешка от  $\pm 3,1\%$  за 50-процентен дял, при гаранционна вероятност 95%. **На 1% от извадката отговарят ~62 920 души.**

Инструментариумът за набиране на информацията е изготвен от ЕСТАТ и е одобрен от Възложителя. Тъй като въпросникът е почти идентичен с този от 2012 г., не е провеждано пилотно проучване.

Набирането на информацията е осъществено по метода „**пряко стандартизирано интервю в дома на респондента**“.

<sup>2</sup> НСИ, <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=19&a1=376&a2=377&a3=379#cont>, към 31.12.2012 г.

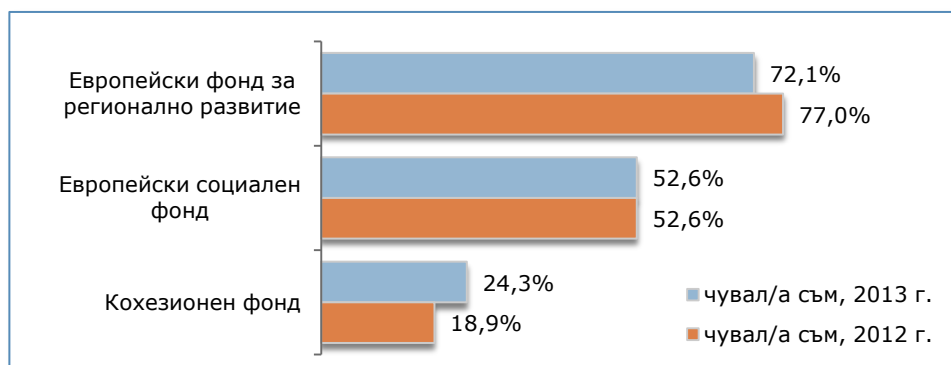
# 3

## ИНФОРМИРАНост ЗА ФОНДОВЕТЕ НА ЕС И ОПРКБИ

### 3.1. Запознатост със СКФ на ЕС

Сравнителният анализ на данните от изследванията от 2012 и 2013 г. показва, че разпознаваемостта на фондовете на ЕС не е нараснала особено за периода. Запознатите с ЕФРР остават най-много, макар да се наблюдава намаление на дела спрямо 2012 г. (граф.1). Това вероятно се дължи на факта, че проучването е провеждано в предизборна обстановка и комуникацията по отношение на средствата от ЕС, и в частност фондовете, не е толкова активна. Ако трябва да се обобщи, то може да се каже, че през 2013 г. поне за един фонд на ЕС са чували близо  $\frac{3}{4}$  от населението (74.4%) или **~4 681 000 души**.

Графика 1. РАЗПОЗНАВАЕМОСТ НА ФОНДОВЕТЕ НА ЕС (ЧУВАЛИ ЛИ СТЕ ЗА...?) [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ,  $N_{(2013)}=1000$ ,  $N_{(2012)}=1008$ ]



Групата на информираниите запазва профила си - предимно младите (82% сред 18-39 годишните са чували поне за един от фондовете), висшистите (91%), работещите на високи позиции, с доходи над средните (92% сред хората с личен доход над 900 лв.) и живеещите в София (90%). По етнически признак, запознатост декларират българите.

Сред управителите (собствениците) на фирми делът на чувалите за поне един фонд на ЕС е 95%, което представлява нарастване с 5 процентни пункта спрямо 2012 г. (в сравнение с данните за потенциалните бенефициенти)<sup>3</sup>. В стойности това означава, че **фондовете на ЕС са познати сред ръководството на ~347 000 фирми**.

### 3.2. Запознатост с ОПРКБИ и останалите оперативни програми

През 2013 г. ОП „Конкурентоспособност“ запазва петото си място в класацията по познаваемост в сравнение с останалите оперативни програми с дял на чувалите от **42% от населението** (табл.3) или **~2 617 000 души**. Първенците по относителен дял на запознатите също не се променят – програмите „Развитие на човешките ресурси“, „Регионално развитие“ и „Околна среда“ (с около 67-69% дял на чувалите). При тях не само, че почти не се наблюдава ръст, но при някои (ОПОС) дори е регистриран спад в познаваемостта извън рамките на статистическата грешка. На какво се дължи това е трудно да се каже, предвид факта, че програмата доста често присъства в медиите. Сред най-вероятните причини, обаче, е

<sup>3</sup> Въпросът не е задаван в изследването сред потенциалните бенефициенти с цел съкращаване на общия обем на въпросника.

възможността аудиторията да е информационно пренаситена и, вследствие на това, способността ѝ да различава финансовите инструменти на ЕС да е притъпена.

По-важно, обаче, е да се отбележи, че **непрекъснатите комуникационни усилия през 2012 г. в крайна сметка водят до значим положителен резултат** - ОПРКБИ реализира **най-голям ръст в разпознаваемостта** в сравнение с всички останали оперативни програми в последната година – 16%. В числа - дейностите по информация и публичност са обхванали **още 340 000 души**.

Таблица 3. РАЗПОЗНАВАЕМОСТ НА ОПЕРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ (ЧУВАЛИ ЛИ СТЕ ЗА...?) [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕНОСТ, N<sub>(2013)</sub>=1000, N<sub>(2012)</sub>=1008, N<sub>(2010)</sub>=1000<sup>4</sup>, N<sub>(2009)</sub>=1050<sup>5</sup>]

Оперативна програма	Чували за програмата по години				Ръст – 2013 г. спрямо 2012 г.
	2013 г.	2012 г.	2010 г.	2009 г.	
„Техническа помощ“	28.7%	26.1%	25.3%	23%	10.0%
„Административен капацитет“	35.9%	31.2%	32.6%	28%	15.1%
<b>„Конкурентоспособност“</b>	<b>41.6%</b>	<b>35.9%</b>	<b>36.3%</b>	<b>27%</b>	<b>15.9%</b>
„Транспорт“	43.6%	42.5%	37.9%	35%	2.6%
„Околна среда“	67.3%	74.2%	64.0%	52%	-9.3%
„Регионално развитие“	68.0%	69.5%	54.7%	50%	-2.2%
„Развитие на човешките ресурси“	68.6%	66.9%	51.2%	47%	2.5%

Бележка: при отбелязаните с „-“ разликата в процентите е в рамките на статистическата грешка

Чувалите за ОПК и през 2013 г. са представители на високостатусните групи. Схемата долу съдържа някои по-интересни детайли в това отношение. Данните в скоби показват картината в други групи в рамките на съответния признак.

ПРОФИЛ НА ЧУВАЛИТЕ ЗА ОПК				
<b>52% от 18-39 годишните</b> (30% от хората над 60 г.)	<b>65% от висшите</b> (15% от хората с основно и по-ниско образование)	<b>73% от хората с личен доход над 900 лв.</b> (36% от тези с месечен доход под 200 лв.)	<b>64% от живеещите в София</b> (36% от живеещите в селата)	<b>68/ 71% от работещите на ръководни позиции и управителите</b> (40% сред работещите на изпълнителска длъжност)

Особено важно е да се отбележи, че сред групата на работещите на високи позиции делът на чувалите за ОПК нараства значително – от близо 55 на сто през 2012 г. до 68-71% през 2013 г. Следователно, е реализиран ръст от над 27% в разпознаваемостта сред потенциално заинтересованите от програмата.

Ситуацията в групата на потенциалните бенефициенти остава аналогична – **ОПК е на четвърто място в класацията по познаваемост с дял от близо 59%**

<sup>4</sup> <http://eufunds.bg/bg/page/888>, „Информираност на широката аудитория, национално представително проучване /март, 2010 г./“, проведено от Консорциум „RESEARCH & PR UNION“ по Проект №0015–ЦИО-3.1 „Осигуряване на надеждни мониторинг и оценка на Комуникационния план и дейностите по информация и публичност на ОП „Техническа помощ“, финансиран по Приоритетна ос 3 „Популяризиране на Кохезионната политика на ЕС и осигуряване на обща и статистическа информация“ на ОПТП

<sup>5</sup> <http://eufunds.bg/bg/page/888>, Проучване на тема „Запознатост и обществени нагласи към процеса на усвояване на еврофондовете /юни, 2009 г./“, проведено сред пълнолетното население на страната, от Алфа Рисърч ООД, финансирано от ЕФРР чрез ОП „Техническа помощ“

(табл.4). За програмата са чували **представители на близо 216 000 фирми или с около 15 000 повече от миналата година** (ръст от 7.3%). Предприемачите са най-запознати, както и населението, с оперативните програми „Регионално развитие“, „Развитие на човешките ресурси“ и „Околна среда“. И тук, както и сред външната целева група се наблюдава спад (извън рамките на статистическата грешка) по отношение на познаваемостта на водещите програми, вероятно поради пренасищане на средата с информация.

Значителен е дялът на чувалите за ОПК сред останалите групи потенциални бенефициенти (извън фирмите) – близо 90 на сто. Той остава най-висок, в сравнение с всички останали програми, въпреки че ръстът в дела е незначителен (1.0%). Това може да се дължи на факта, че информацията за оперативната програма на практика е достигнала до цялата потенциална аудитория.

Таблица 4. **РАЗПОЗНАВАЕМОСТ НА ОПЕРАТИВНИТЕ ПРОГРАМИ (ЧУВАЛИ ЛИ СТЕ ЗА...?)** [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, N<sub>(2013)</sub>=800 НАЦИОН. ИЗВАДКА, 80 ДРУГИ; N<sub>(2012)</sub>= 800 НАЦИОН. ИЗВАДКА, 80 ДРУГИ]

Оперативна програма	Чували за програмата по години				Ръст – 2013 г. спрямо 2012 г.	
	2013 г.		2012 г.		Бизнес	ИКТ и други
	Бизнес	ИКТ и други	Бизнес	ИКТ и други		
„Техническа помощ“	34.5%	35.9%	25.4%	47.5%	35.8%	-24.4%
„Административен капацитет“	37.8%	53.8%	35.0%	63.8%	8.0%	-15.7%
„Транспорт“	50.3%	71.8%	50.9%	66.3%	-1.2%	8.3%
<b>„Конкурентоспособност“</b>	<b>58.6%</b>	<b>89.7%</b>	<b>54.6%</b>	<b>88.8%</b>	7.3%	1.0%
„Околна среда“	70.7%	74.4%	75.9%	73.8%	-6.9%	0.8%
„Регионално развитие“	71.2%	76.9%	81.8%	86.3%	-13.0%	-10.9%
„Развитие на човешките ресурси“	73.2%	89.7%	76.6%	82.5%	-4.4%	8.7%

Дялът на чувалите за ОПК е по-голям от средния в секторите „Преработваща промишленост“, „Строителство“, „Транспорт, складиране и пощи“, „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“, „Професионални дейности и научни изследвания“, в Югозападен район за планиране, сред малките и средните предприятия, които основно попадат в обхвата на програмата, сред фирмите в много добро и добро състояние.

### 3.3. КОНКРЕТНА ИНФОРМИРАНост ЗА ПРОГРАМАТА

Макар нивото на информираност по конкретни аспекти на ОПК да остава ниско, през 2013 г. се наблюдава **среден ръст от 7% в самооценката за запознатостта с всеки от основните съдържателни елементи на програмата** (табл.4).

Особено внимание следва да се обърне на „изисквания за изпълнението на проектите“, при който е налице най-голямо увеличение - от близо 10%. Този показател е важен от гледна точка на факта, че ОПК 2007-2013 г. върви към своя край и колкото по-висока е запознатостта с изискванията, толкова по-голяма е вероятността програмата да приключи успешно (т.е. с необходимата висока усвояемост).

Профилът на хората, оценяващи по-високо запознатостта си с аспектите на ОПК и през 2013 г. повтаря този на информираните за Структурните и Кохезионния фондове на ЕС, т.е. включва активните, високостатусни групи от по-млади хора.

Таблица 5. Оценка на запознатостта със следните аспекти на ОПК по шестобалната система [База: широка общественост, чували за ОПК, N<sub>(2013)</sub>=416, N<sub>(2012)</sub>=361]

Аспекти	2013 г.	2012 г.
Обща насоченост на програмата (за какво можете да получите средства)	3.20	2.95
Критерии за допустимост (кой и при какви условия може да кандидатства)	2.95	2.82
Как се разработват проекти (обща изисквания и добри практики)	2.97	2.77
Процедури за кандидатстване и критерии за одобрение на проекти	2.88	2.76
Изисквания за изпълнението на проектите	3.01	2.75
Развитие на програмата (как се движи, как върви усвояването на средствата)	2.94	-
<b>Средна по години</b>	<b>3.00</b>	<b>2.80</b>

През 2013 г. самооценките за познанията по конкретни аспекти на ОПК сред потенциалните бенефициенти значително се повишават. Ако през 2012 г. те едва надхвърлят слаб (2), множеството информационни кампании и доброто представяне на програмата в медиите резултират в цяла единица увеличение (табл.6) – за бизнеса до среден (3.33), а за останалите потенциални бенефициенти до добър (4.06). Със самооценки малко над средната за извадката се отличават фирмите в много добро и добро състояние, както и компаниите с 10 и повече заети лица.

Таблица 6. Информираност по елементи (оценки по шестобална система) [База: потенциални бенефициенти фирми, чували за ОПК (N<sub>(2013)</sub>=469 БР., N<sub>(2012)</sub>=437 БР.) и други организации, чували за ОПК (N<sub>(2013)</sub>=72 БР., N<sub>(2012)</sub>=71 БР.)

Аспекти	2013 г.		2012 г.	
	Бизнес	ИКТ и други	Бизнес	ИКТ и други
обща насоченост на програмата (за какво можете да получите средства)	3.50	4.40	2.48	3.14
критерии за допустимост (кой и при какви условия може да кандидатства)	3.38	4.20	2.28	2.99
как се разработват проекти (обща изисквания и добри практики)	3.29	4.20	2.25	2.85
процедури за кандидатстване и критерии за одобрение	3.35	4.00	2.21	2.88
условия за предоставяне на финансиране	3.35	4.14	2.28	2.85
изисквания за изпълнението на проектите	3.33	4.03	2.34	2.79
осигуряване на съфинансиране	3.29	4.17	2.24	2.82
развитие на програмата (как се движи най-общо, как върви усвояването на средствата)	3.14	3.35	-	-
<b>Средна по години</b>	<b>3.33</b>	<b>4.06</b>	<b>2.29</b>	<b>2.90</b>

Данните позволяват да се заключи, че идентифицираният през 2012 г. проблем с „теорията и практиката“ в програмата, към момента вече не е валиден, т.е. сред бенефициентите няма притеснения, че не са достатъчно запознати със спецификите на ОПК. Усреднените самооценки (за всички аспекти) са много по-високи (национална извадка) – сред подготвящите конкретен проект – 4.58, сред кандидатствалите – 4.84, сред изпълняващите проект по ОПК – 5.30. Подобни много по-добри оценки (и по-голяма самоувереност по отношение на програмата) най-вероятно са резултат от множеството информационни дни за разясняване на особеностите на отделните схеми, проведени през годината в цялата страна.



# 4

## ИНФОРМАЦИОННИ ПОТРЕБНОСТИ И КАНАЛИ

#### 4.1. ИНФОРМАЦИОННИ ПОТРЕБНОСТИ ПО ОТНОШЕНИЕ НА ОПК

Медийната и комуникационна активност на ОПК през 2013 година резултира в промяна на информационните потребности на аудиторията по отношение на програмата. От данните ясно се вижда, че докато през 2012 г. респондентите са посочвали средно по 6 от общо 16 възможности за отговор (бизнес и ИКТ общо), сега аналогичната стойност е 3. Не се променят особено, обаче, направленията, в които има дефицит на информация – общото: за какво могат да бъдат получени средства (39%, дял за бизнес и ИКТ общо) и конкретното: за критериите за допустимост (кой и при какви условия може да кандидатства, 34%) и за процедурите за кандидатстване и критериите за одобрение на проектите (32%). По-специфичен интерес към осигуряването на финансиране имат ИКТ и другите организации. При тях този аспект е поставен на трето място.

Нуждите на потенциалните бенефициенти от информация, за разлика от през 2012 г., не варират особено в зависимост вида им (бизнес/ други). Запазват се обаче различията в групите, диференцирани според статуса им по отношение на ОПК (ангажирани/ неангажирани с програмата).

- **в зависимост от степента на ангажираност с програмата**

##### с общ интерес

- за какво могат да бъдат получени средства /обща насоченост/
- кой и при какви условия може да кандидатства /критерии за допустимост/
- какви са процедурите и критериите за одобрение

##### с идея за конкретен проект

- за какво могат да бъдат получени средства /обща насоченост/
- кой и при какви условия може да кандидатства /критерии за допустимост/
- какви са процедурите и критериите за одобрение

##### подготвящи конкретен проект

- какви са процедурите и критериите за одобрение
- за какво могат да бъдат получени средства /обща насоченост/
- обща информация за развитието на програмата и усвояването на средствата

##### кандидатствали с проект

- осигуряване на съфинансирането
- получаване на плащанията по договорите
- текущ мониторинг - админ. проверки и проверките на място
- кой и при какви условия може да кандидатства /критерии за допустимост/

##### изпълняващи конкретен проект

- осигуряване на съфинансирането
- получаване на плащанията по договорите
- отчитане на изпълнението (междинни и финални техн. и фин. отчети)

##### неангажирани с програмата

- 44% - нямат нужда от информация
- кой и при какви условия може да кандидатства /критерии за допустимост/
- за какво могат да бъдат получени средства /обща насоченост/
- какви са процедурите и критериите за одобрение

Данните, както и през 2012 г., показват ясна профилираност на информационните потребности на потенциалните и реалните бенефициенти – докато едните се интересуват повече от общите параметри на ОПК и от възможностите ѝ като цяло,

другите търсят информация, която ще им помогне безпроблемно да реализират проектите си. Следователно, и през следващата година, за постигане на по-висока ефективност на събитията и комуникацията изобщо, е необходимо да се отчита степента на ангажираност с програмата и в съответствие с това – да се подбира информационното съдържание, което ще бъде представено.

#### 4.2. Запознатост с информационни материали, събития и кампании по ОПК

Значението на информационните бюлетини, брошури и наръчници на ОП „Конкурентоспособност“ като комуникационен инструмент по отношение на широката общественост **не се променя и през 2013 г., т.е. те остават без особен ефект**. Делът на срещалите такъв материал е съответно 7.6% и 6.5% от населението като цяло през 2012 г. и 2013 г.<sup>6</sup>, т.е. достигнали са до близо 410 000 души.

Отново сред тази група най-голям е делът на по-младите (18-39 годишни, както и хората между 40 и 59 години), висшистите, високодоходните групи, работещите на ръководна длъжност и жителите на областните центрове и София.

Предвид факта, че населението не е основна целева група на програмата, делът на присъствалите на събития по ОПК бележи известно повишение, но въпреки това остава много нисък – 2.6 на национална база през 2013 г. (1.6% през 2012 г.).

**През 2013 г. информационно-рекламните материали са стигнали до 14 на сто от всички фирми** (национална база) или, в стойности - **до ~ 52 000 компании** (за сравнение, аналогичните стойности през 2012 г. са съответно 16% от фирмите, или ~59 000).

Проникването сред групите с различна степен на ангажираност по ОПК, за разлика от 2012 г., е различно – информационните материали се ползват в по-голяма степен от предприятията с конкретни интереси по отношение на програмата (най-често подготвящи конкретен проект по ОПК). С дял на потребление над средния в националната извадка са фирмите от сектори „Преработваща промишленост“, „Транспорт, складиране и пощи“ и „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“, от Северозападен и Югозападен райони за планиране, предприятията с брой на заетите между 50 и 249 души и фирмите в много добро и добро състояние.

И през 2013 г. остава валидна препоръката за всички съществуващи материали да се търси **допълнителна популяризация чрез препратки към тях в електронни бюлетини, в новини и в публикации и излъчвания в медиите и най-вече в интернет**.

**Нараства делът на присъствалите на събитие по ОПК – от 9.1 от всички фирми (~33 500 бр.) през 2012 г. до 10.8 (~39 500 компании) през 2013 г.** Както и през миналата година, участвалите са повече в групите на конкретно ангажираните с програмата – 22% (от чувалите за ОПК) от предприемачите с идеи за проект, 47% от подготвящите проект по ОПК, 57% от кандидатствалите и 67% от

<sup>6</sup> Разликата е в рамките на статистическата грешка.

изпълняващите проект по програмата. Тези дялове показват степента на активност на взаимодействието между бенефициентите (реални и потенциални) и администрацията, което е предпоставка за успешна реализация на проектите. Косвен белег за ефективността на комуникацията са и по-високите оценки за специфичните познания за програмата, особено в групите с конкретна ангажираност с ОПК.

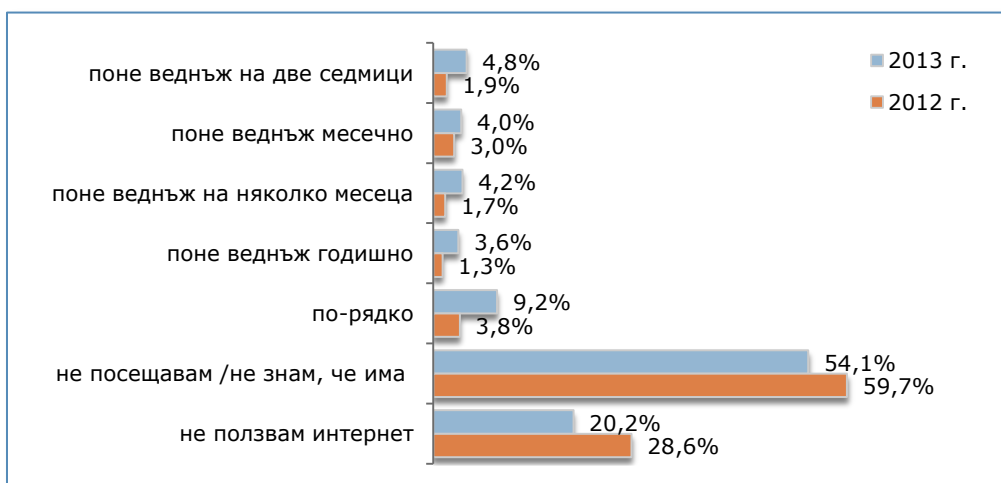
Малко по-често от останалите на събитията на ОПК присъстват представители на фирми от Северозападния и Северен централен райони за планиране, на компании с брой на заетите лица между 50 и 249 души и на предприятия в много добро и добро състояние.

В изследването през 2013 г. за първи път е зададен въпрос дали респондентите получават електронния информационен бюлетин на ОПК. Данните показват, че **този комуникационен инструмент обхваща 9.1% от фирмите в страната (или ~33 500 бр.)**. Бюлетинът получават най-вече фирми с брой на заетите 50-249 души и оборот над 1 млн. лв. Би било удачно тези резултати да бъдат съпоставени с информацията на УО на ОПК по този показател.

#### 4.3. ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦАТА НА ОПК

Въпреки че интересът към специализираната страница на ОПК сред широката общественост не е особено висок, **делът на посещавалите я нараства над два пъти (119.7%) – от 11.7% (2012 г.) до 25.7% (2013 г.) от чувалите за ОПК или, съответно, 4.2% и 10.7% от населението като цяло**. Тези които не знаят, че такава страница съществува намаляват с 5 процентни пункта в сравнение с 2012 (граф.2). Ако данните бъдат преизчислени в стойности, то до 2013 г. страницата е посетена поне веднъж от приблизително 673 000 души (за сравнение, ~267 000 души до 2012 г.).

Графика 2. ЧЕСТОТА НА ПОСЕЩЕНИЕ НА СТРАНИЦАТА НА ОПК [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, N<sub>(2013)</sub>=416, N<sub>(2012)</sub>=361]



Посещавалите страницата са предимно млади (дял на посещавалите някога сред 18-39 годишните – 32% от чувалите за ОПК), висшисти (39%), високодоходните групи

(50% от хората с личен доход над 900 лв.), софиянци (31%), хората на ръководни позиции (59%), управителите/ собствениците на фирми (48%) и учащите (47%).

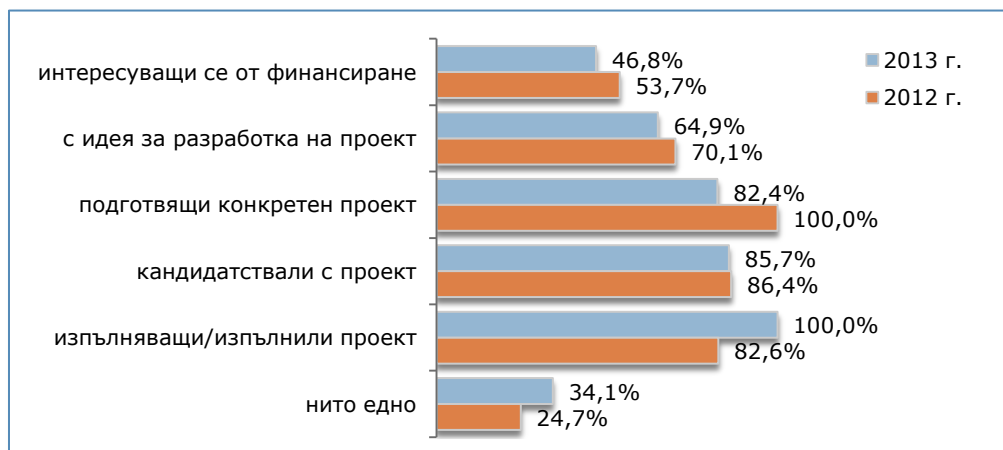
В групата на потенциалните бенефициенти картината остава сходна с тази от 2012 г. – през 2013 г. делът на ползвалите някога страницата на УО на ОПК е малко над 49 на сто (за сравнение през 2012 г. е почти 48%, табл.7). Ако данните бъдат преизчислени към всички фирми в страната, то **посещавалите страницата през 2013 г. са 28.8% от бизнеса общо или лица от 105 400 фирми** (през 2012 г. аналогичните стойности са – 26% и ~95 400 компании). Следователно, налице е **ръст от близо 11% в посещаемостта на сайта**. Въпреки това, подобни данни са индикация, че страницата на ОПК все още има нереализиран потенциал като информационен източник.

Таблица 7. ЧЕСТОТА НА ПОСЕЩЕНИЕ НА СТРАНИЦАТА НА ОПК [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК – НАЦИОН.ИЗВАДКА:  $N_{(2013)}=469$  БР.,  $N_{(2012)}=437$  БР., И ДРУГИ ОРГАН. -  $N_{(2013)}=72$  БР.,  $N_{(2012)}=71$  БР.]

	2013 г.		2012 г.	
	бизнес	ИКТ и други	бизнес	ИКТ и други
поне веднъж на две седмици	6.7%	17.1%	8.2%	19.7%
поне веднъж месечно	11.8%	8.6%	9.8%	12.7%
поне веднъж на няколко месеца	15.8%	31.4%	13.3%	23.9%
поне веднъж годишно	4.5%	11.4%	7.3%	11.3%
по-рядко	10.4%	2.9%	8.9%	8.5%
не съм посещавал страницата	50.5%	28.6%	51.5%	23.9%
не ползвам интернет	0.3%	-	0.9%	-
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

**Все още „необлъчена“, макар и в по-малка степен, остава аудиторията, която по принцип не се интересува от програмата**, т.е. ползватели на сайта са фирми, които имат конкретни идеи и търсят финансиране, подготвят проекти, очакват резултати от кандидатстване или вече са бенефициенти по ОПК. Сред тези групи дяловете на потребителите на сайта и през двете години са значителни (граф. 3). Следователно, страницата на програмата се ползва и възприема по-скоро като информационен канал за конкретна, практическа информация, а не толкова като общ канал за комуникация с аудиторията.

Графика 3. Дял ползвали интернет сайта на ОПК по групи [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА:  $N_{(2013)}=469$  БР.,  $N_{(2012)}=437$  БР.]



Данните от 2013 г. показват зависимост между броя на заетите лица във фирмата и посещението на страницата на ОПК – с нарастване на големината на компаниите нараства и дела на предприемачите потребители, като достига до 100% в групата 50-249 заети лица. За сравнение, при микро- предприятията (до 9 души) аналогичният дял е 43 на сто.

Таблица 8. Оценки на страницата на ОПК [база: потенциални бенефициенти, чували за ОПК, посещавали сайта на ОПК – национална извадка:  $N_{(2013)}=231$  БР.,  $N_{(2012)}=208$  БР., и други организации -  $N_{(2013)}=51$  БР.,  $N_{(2012)}=54$  БР.]

	2013 г.		2012 г.	
	бизнес	ИКТ и други	бизнес	ИКТ и други
изчерпателност на информацията	4.38	4.70	3.46	3.45
полезност на информацията	4.46	4.74	3.53	3.53
възможности за търсене на информация	4.20	4.04	3.34	3.13
дизайн на страницата	4.36	3.95	3.40	3.15
<b>средно за годината</b>	<b>4.35</b>	<b>4.36</b>	<b>3.43</b>	<b>3.32</b>

За разлика от 2012 г., когато усреднените оценки за интернет страницата на ОПК едва надхвърлят среден (3), през 2012 г. се наблюдава напълно различна ситуация – повишена е значително полезността и изчерпателността на информацията, което на практика означава, че **за потребителите сайтът се е превърнал в надежден източник на данни за програмата**. В известна степен са се подобрили възможностите за търсене, повишили са се също и оценките на дизайна, вероятно вследствие на останалите подобрения. Общите оценки за бизнеса и останалите потенциални бенефициенти през 2013 г. са с близо и над единица по-високи от тези през предходната година – съответно, добър (4.35) и добър (4.36).

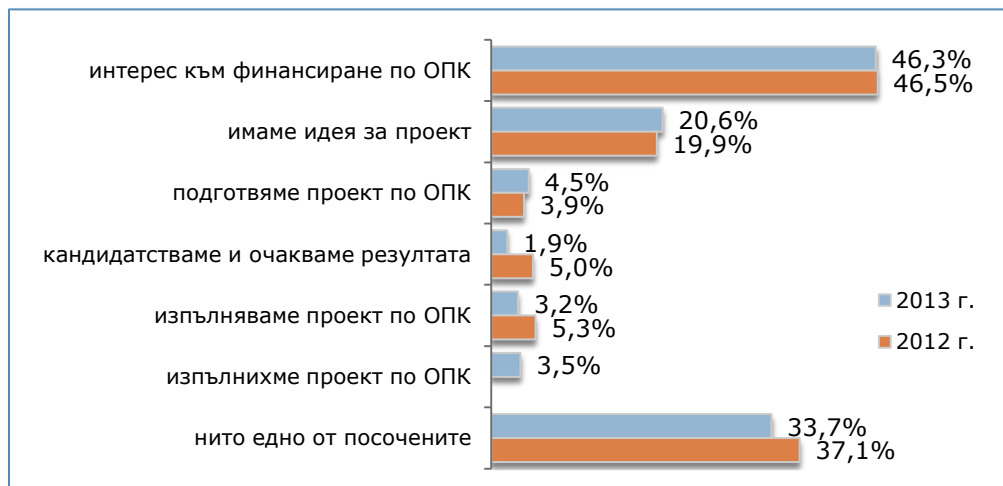
# 5

## **ПОДГОТОВКА И ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОЕКТИ ПО ОПК – ОПИТ И КАПАЦИТЕТ. ПЕРСПЕКТИВИ ЗА 2013 Г. И СЛЕДВАЩИЯ ПРОГРАМЕН ПЕРИОД**

## 5.1. ОПИТ, НАМЕРЕНИЯ И КАПАЦИТЕТ ЗА КАНДИДАТСТВАНЕ И ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОЕКТИ

Резултатите от проведеното национално представително проучване сред бизнеса, както и през 2012 г., показват **високо равнище на интерес сред познаващите ОП „Конкурентоспособност“ не само за търсене на информация по темата, но и за по-конкретни стъпки** по разработване на проектни предложения, кандидатстване по някоя от мерките за финансиране и работа по изпълнението на проекти.

Графика 4. СТАТУС ПО ОТНОШЕНИЕ НА ОПК [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА: N<sub>(2013)</sub>=469 БР., N<sub>(2012)</sub>=437 БР.]



Може да се говори за три основни съвкупности потенциални бенефициенти – с общ интерес към ОПК – малко над 46% от чувалите за програмата, фирми с идеи за проекти – близо 20 на сто, и група **компаниии в реално взаимодействие с програмата – около 13%** (включително изпълнилите проект). Това, на практика, са трите групи, на база на чиито характеристики следва да бъде диференцирана комуникацията по програмата.

Важно е да се отбележи, че в Югозападен и Южен централен райони за планиране делът на фирмите с идеи за проекти е най-голям, което означава, че за да се увеличи броят на идеите превърнали се в конкретни предложения, би било добре да се засили комуникацията точно в тези региони. От друга страна, компаниите, които изобщо не се интересуват от ОПК са най-много в Северен централен (51%) и Североизточен (43%) райони за планиране.

За разлика от фирмите на национално ниво, при които не се наблюдава особена промяна в сравнение с 2012 г., в специализираната съвкупност от ИКТ и други организации е регистрирано съвсем различно поведение. При тях е налице сериозно свиване на групата с общ интерес към програмата (от 45% през 2012 г. до 29% през 2013 г.) за сметка на изпълняващите проекти по ОПК (ръст от 18% до 49%). Следователно, може да се твърди, че **общият интерес към програмата се е материализирал в конкретни, най-вероятно, успешни проекти.**

Данните, обаче, показват един не особено благоприятен факт, който би могъл да повлияе върху общото изпълнение на ОПК – намеренията за кандидатстване в този програмен период рязко са намалели, докато плановете за 2014-2020 г. изглеждат



още по-оптимистични. Конкретно, делът на фирмите, планиращи кандидатстване с проект през настоящата година е намалял от 21.5% през 2012 г. до 4.3% сега, а този на ИКТ и другите организации – от близо 36% до 8.6%. Докато при втората група спадът се дължи на факта, че намеренията са осъществени, то при първата се наблюдава по-скоро отдръпване от програмата и изчакване на новите схеми за финансиране. Предвид тези обстоятелства може да се твърди, че **вероятно пикът в кандидатстването е преминал и отгук нататък броят на подадените проектни предложения ще бъде по-скоро ограничен.**

Малко повече кандидати могат да бъдат очаквани от Югозападен район – резултат, който не е учудващ, предвид степента на икономическо развитие на региона.

**Според проучването перспективите за следващия програмен период са повече от благоприятни.** Делът на фирмите, декларирали намерения за кандидатстване през 2014-2020 г. е 52%, а на ИКТ и други организации – 80%. Подобни данни показват растяща увереност на компаниите във възможностите на еврофинансирането и преодоляване на първоначалните страхове. Вероятно този ръст се дължи и на значително опростените и улеснени процедури по кандидатстване и изпълнение на проектите.

Повече фирми с намерения за кандидатстване в следващите седем години има в Южен централен (65%) и Югозападен (55%) райони за планиране. При останалите този дял варира между 43% и 49%.

Намеренията за кандидатстване през този и следващия програмни периоди са пряко обвързани със самооценката за капацитета на фирмите (табл.9).

Таблица 9. Самооценки за капацитета на фирмите според намеренията за кандидатстване по ОПК [База: потенциални бенефициенти, чували за ОПК – национална извадка:  $N_{(2013)}=461$  бр., други организации:  $N_{(2013)}=72$  бр.]

Капацитет за:	с намерение да кандидатстват:				без намерения да кандидатстват	
	през 2013 г.		през 2014-2020 г.		бизнес	ИКТ и други
	бизнес	ИКТ и други	бизнес	ИКТ и други		
изготвяне на проект по ОПК	4.81	5.67	4.04	4.71	3.25	4.43
изпълнение на дейностите по проекта	5.13	5.67	4.30	5.22	3.20	4.14
администриране (поддържане на документооборота и отчетност) на проекта	5.13	5.33	4.61	4.85	3.47	4.50

Както ясно се вижда, **ниският капацитет за изготвяне, изпълнение на дейностите и администриране на проект по ОПК е основната причина фирмите да се оттеглят от участие по програмата.** Нещо повече, за напълно готови, с оценки около много добър (5) за националната извадка и почти отличен (6) за извадката от ИКТ и други организации, се смятат само тези с намерения да кандидатстват още тази година, докато тези с очаквания за следващия програмен период вероятно разчитат на оставащото време да подобрят възможностите си или просто в настоящия момент не считат, че са готови за подобна стъпка.

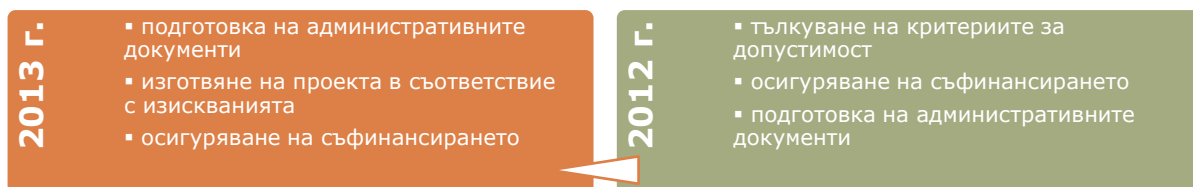
На директен въпрос „Каква е причината да не планирате да кандидатствате по ОПК?“ преобладават отговори като „сложни, тежки процедури за кандидатстване, големи

изисквания“ (14%, бизнес и ИКТ и други, общо), „не познавам програмите и не знам какви възможности предлагат“ (14%) и „нямаме необходимост, няма смисъл“ (22%). В комуникационно отношение подобни отговори предполагат две стъпки – **първо, допълнително опростяване на процедурите или (по-вероятно) улеснено говорене за тях, така че да не предизвикват у фирмите съмнения за възможностите им да се справят; и второ – информирание за общите принципи и допустими бенефициенти по програмата** (както ясно се видя и по-горе, налице е дефицит на обща информация за ОПК).

## 5.2. Трудности при подготовката и изпълнението на проекти по ОПК

При **подготовката на проектните предложения** представителите на бизнеса и ИКТ и другите организации срещат сходни трудности и през двете години, но ги степенуват по важност по различен начин.

- Бизнес:



- ИКТ и други организации:



От данните може да се заключи, че сред основните проблеми е осигуряването на съфинансирането, което присъства в отговорите и на двете групи и то – на челни места. Останалите проблеми са по-скоро техническо-административни и вероятно, с подходяща подкрепа (от страна на УО чрез информационни дни или експерти или чрез консултанти), могат да бъдат преодоляни.

В **процеса на изпълнение на проектите** се наблюдава същото правило - проблемите в двете години са сходни, но приоритизирани по различен начин.

- Бизнес:



- ИКТ и други организации:



Тук проблемите са практически и решаването им (или ограничаването им) отново може да бъде постигнато чрез продължаване на многократно провежданите през 2013 г. обучения/ инфо дни, целящи да облекчат работата на бенефициентите.

Трудност, която е основна за ИКТ и другите организации и сред първите за бизнеса е **комуникацията с институциите** – аспект, на който следва да се обърне допълнително внимание, тъй като успешното взаимодействие между двете страни е пряко свързано с успеха на програмата.

Тъй като делът на кандидатствалите и изпълняващите/ изпълнилите проект по ОПК е сравнително малък, няма възможност да бъде представена информация по райони за планиране или други характеристики на фирмите.

### 5.3. ПРЕПОРЪКИ КЪМ СЛЕДВАЩИЯ ПРОГРАМЕН ПЕРИОД

Основната препоръка и на бизнеса, и на останалите потенциални бенефициенти по ОПК е опростяване на административните правила и процедури, в т.ч. опростяване на документацията за кандидатстване, съкращаване на времето за оценка на проектите и сключване на договори, облекчаване на административните изисквания за отчетност, въвеждане на електронно кандидатстване и отчитане по проектите (табл.10).

Таблица 10. ПРИОРИТЕТИ ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА ОПЕРАТИВНАТА ПРОГРАМА ЗА ИНОВАЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ ЗА НОВИЯ ПРОГРАМЕН ПЕРИОД [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ – НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА:  $N_{(2013)}=800$  БР., ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ:  $N_{(2013)}=80$  БР., ВЪПРОС С ДО 3 ОТГОВОРА]

	Бизнес	ИКТ и други
отваряне към предприятията от всички допустими сектори на икономиката	34.3%	<b>35.9%</b>
фокусиране на програмата върху приоритетни сектори	10.3%	<b>48.7%</b>
фокусиране върху определени региони от територията на страната	10.5%	17.9%
фокусиране върху регионални инициативи и клъстери на база естествена концентрация на предприятия, образователен капацитет и потенциал за конкурентоспособност	3.6%	17.9%
предоставяне на подкрепа за МСП чрез грантове	<b>21.9%</b>	<b>48.7%</b>
предоставяне на подкрепа за МСП чрез други форми на финансиране (заеми/ гаранции при облекчени условия, инвестиции в капитала на предприятието)	14.7%	33.3%
опростяване на административните правила и процедури	<b>43.1%</b>	<b>51.3%</b>
делегиране на функции от страна на УО за подбора, управлението и отчитането на изпълнението към общ. организации, експертни екипи и т.н.	1.9%	7.7%
друго	1.4%	2.6%
не мога да преценя	36.7%	2.6%
<b>общо</b>	<b>178.5%</b>	<b>266.7%</b>

В контекста на проблемите с осигуряването на съфинансиране, вторият най-важен приоритет и за двете групи е предоставянето на подкрепа за МСП чрез грантове.

Изключването на някои сектори от обхвата на ОПК в предходните години и свързаното с това недоволство предопределя третата ключова препоръка на бизнеса - отваряне на програмата към предприятията от всички допустими сектори на икономиката.

Предвид спецификата на собствената си работа, останалите потенциални бенефициенти смятат, че е важно новата оперативна програма да се фокусира върху приоритетни сектори - с висока добавена стойност, експортно-ориентирани, иновативни и други.

**Накратко, бизнесът заявява, че иска прости процедури, помощ при съфинансирането, възможности да получи средства и привилегии за сектори, които могат да окажат влияние върху икономическото развитие в бъдеще.**

Приблизително това са и условията, които предприемачите и другите потенциални бенефициенти поставят, за да разработят проект по новата оперативна програма (табл.11). От данните ясно се вижда, че при вероятността за кандидатстване би следвало да нарасне, в случай, че бъдат предвидени подобни стъпки в следващия програмен период.

Таблица 11. Средна вероятност (в %) за разработка на проект за финансиране в новия програмен период на оперативната програма, ако се случи всяка от изброените хипотези [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ – НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА:  $N_{(2013)}=476-612$  ОТГОВОРИЛИ В %, ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ:  $N_{(2013)}=46-64$  ОТГОВОРИЛИ В %, ВЪПРОС С ДО 3 ОТГОВОРА]

	бизнес	ИКТ и други
Ако програмата се отвори към предприятията от всички допустими сектори на икономиката	46%	53%
Ако програмата се фокусира върху приоритетни сектори (с висока добавена стойност, експортно-ориентирани, иновативни и други)	41%	57%
Ако програмата се фокусира върху определени региони от територията на страната	38%	37%
Ако програмата се фокусира върху регионални инициативи и клъстери на база естествена концентрация на предприятия, образователен капацитет и потенциал за конкурентоспособност	39%	46%
Ако се предоставя подкрепа за МСП чрез грантове	51%	68%
Ако се предоставя подкрепа за МСП чрез други форми на финансиране (предоставяне на заеми/гаранции при облекчени условия, инвестиции в капитала на предприятието)	48%	51%
Ако се опростят административните правила и процедури	58%	69%
Ако се делегират функции от страна на УО относно подбора, управлението и отчитането на изпълнението на проекти, към обществени организации, експертни екипи и т.н.	48%	48%
<b>Средна вероятност за кандидатстване общо за всички хипотези</b>	<b>49%</b>	<b>56%</b>

С най-голяма вероятност да кандидатстват при изпълнение на посочените условия са именно фирмите, които и към момента са в някакво взаимодействие с програмата. При тях вероятността достига до близо 80%. От гледна точка на комуникацията, това означава, че **в следващия период една от основните целеви групи на програмата следва да бъдат онези организации, които по някакъв начин са**

**били ангажирани с ОПК, независимо дали са осъществили проект или само са кандидатствали и са били отхвърлени.**

Възможност за привличане на вниманието и стимулиране на кандидатстването още в този програмен период е **изпълнението на някои от условията още сега.**

Данните показват, че средната вероятност за кандидатстване е най-висока (отново близо 80%) сред заявките намерение да подадат предложение още през 2013 г.

В настоящото проучване, на респондентите от двете групи са предложени за оценка трите инвестиционни направления, предвидени в новата оперативна програма за иновации и конкурентоспособност, от гледна точка на три аспекта – полза за икономиката, полза за фирмите и вероятност за изготвяне на проект по направлението. Получените отговори показват, че като цяло избраните насоки за работа се приемат добре, особено от групата на ИКТ и други потенциални бенефициенти. Това се отнася най-вече първите две, които касаят пряката работа на компаниите и оперативната им ефективност (табл.12).

Таблица 12. Оценка на инвестиционните направления в новата оперативна програма за иновации и конкурентоспособност (шестобална система, от слаб 2 до отл.6) [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ – НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА: N<sub>(2013)</sub>=568-656 ОТГОВОРИЛИ, ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ: N<sub>(2013)</sub>=77-80 ОТГОВОРИЛИ]

	полза за развитието на икономиката		полза за фирмите		вероятност за изготвяне на проект по направлението	
	бизнес	ИКТ и други	бизнес	ИКТ и други	бизнес	ИКТ и други
1во направление: <b>Изследвания и иновации</b> – включва подкрепа за иновативни стартиращи предприятия, разработване и внедряване на иновативни продукти/ процеси, подкрепа за сътрудничество на бизнеса с научни организации, институти и висши училища; подкрепа за създаване на високо-технологични инкубатори; създаване на технологични паркове; инвестиции в НИРД	4.59	5.26	4.55	5.34	3.51	4.41
2ро направление: <b>Технологична модернизация на предприятията</b> – включва подкрепа за инвестиции в нови технологии и оборудване; насърчаване развитието на клъстери; създаване на бизнес инкубатори за стартиращи и новосъздадени предприятия; въвеждане на международно признати стандарти	4.61	5.13	4.60	5.39	3.73	4.32
3то направление: <b>Енергийна и ресурсна ефективност</b> – внедряване на технологии и оборудване, които подобряват енергийната и ресурсна ефективност или намаляват енергоемкостта на производството, включително енергийни одити, предпроектни проучвания и др. под.	4.54	4.72	4.54	4.79	3.61	3.65

Интересно е да се отбележи, че **оценките за ползата за икономиката и са фирмите са почти равни**, вероятно заради презумпцията, че каквото е добре за бизнеса е добре и за страната като цяло.

Фирмите в различните райони за планиране се диференцират в оценките на направленията в различните аспекти (схема 1). Подобен факт е важен от гледна точка на първоначалното планиране на комуникацията за старта на новата оперативна програма.

СХЕМА 1. РАЗЛИЧИЯ В ОЦЕНКИТЕ НА ИНВЕСТИЦИОННИТЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПО РАЙОН ЗА ПЛАНИРАНЕ



От табл.12 се вижда ясно, че оценките за вероятността за изготвяне на проекти в конкретните инвестиционни направления са доста ниски. Този факт, обаче, не бива да се приема буквално, поради две причини:

- Програмата още не е публична – предприятията не са наясно с подробностите и най-важното – с условията по схемите за финансиране, от които, както стана ясно по-горе, зависи всяко тяхно конкретно решение;
- Бизнесът е предпазлив – предвид факта, че работи в условията на икономическа криза, всяка инвестиция (каквато е разработката на проект) изисква надеждна обосновка, а в момента ситуацията е доста неясна.

Като обобщение, може да се каже, че по отношение на новата програма за иновации и конкурентоспособност потенциалните бенефициенти имат конкретни изисквания, касаещи опростяване на процедурите, подкрепа на предприятията за осигуряване на съфинансирането и перспектива за развитие под формата на акцент върху сектори с потенциал. Изпълнението на тези условия би довело до увеличаване на броя на кандидатите и на успешно приключените проекти.

# 6

## ИМИДЖ НА ОП „КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ“

## 6.1. ДОВЕРИЕ КЪМ ПРОГРАМАТА

И през 2013 г., както през предходната година, **по-голямата част от населението на страната изпитва недоверие към начина на управление на средствата по програмата** – дяловете на посочилите, че парите се харчат неправилно и непрозрачно се запазват над 60 на сто. Въпреки това, е важно да се отбележи, че ситуацията бавно се променя в положителна посока и, вследствие на положените комуникационни усилия, е реализиран 21-процентен ръст при групата на отговорилите, че механизмите за изразходване на средствата са прозрачни. Подобен резултат може да бъде определен като значим, ако се изхожда от хипотезата, че програмата трябва да преодолее наслоено през годините на прехода недоверие към работата на администрацията и институциите в полза на обществото.

Таблица 13. ОЦЕНКА НА ИЗРАЗХОДВАНЕТО НА СРЕДСТВАТА [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК,  $N_{(2013)}=169-178$ ,  $N_{(2012)}=185-188^7$ ]

	2013 г.	2012 г.
средствата са достатъчни	50.8%	53.5%
средствата са недостатъчни	49.2%	46.5%
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
средствата се изразходват правилно	37.2%	35.0%
средствата се изразходват неправилно	62.8%	65.0%
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
механизмите за изразходване на средствата са прозрачни	35.0%	28.7%
механизмите за изразходване на средствата са непрозрачни	65.0%	71.3%
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

В подкрепа на горната хипотеза е и фактът, че информираността за програмата е по-висока сред посочващите, че средствата се изразходват правилно и прозрачно. На практика, това означава, че критичността е пряко свързана с непознаването на спецификите и колкото повече се увеличава запознатостта с програмата, толкова повече доверие в механизмите на управление, и съответно – положително отношение, може да се очаква. Преодоляването на негативизма по условие (тезата „виновен до доказване на противното“) е особено тежка задача в комуникационен план, тъй като изисква многогодишни, последователни усилия, без право на грешка. Тази ситуация следва да се отчита и при планирането на дейностите по информация и публичност и за следващия програмен период, тъй като е малко вероятно да настъпи съществена промяна в обозримо бъдеще.

Данните за 2012 и 2013 г. са сходни по отношение на обема на предвидените по ОПК средства – според половината са достатъчни, според останалите – не стигат. Вероятно преценката тук е по-обща и се прави по-скоро от гледна точка на нуждите на фирмите в страната от средства, тъй като не е свързана с информираността за програмата. Виждането за (не)достатъчността на средствата се предопределя и от видимите резултати от програмата. Въпреки че броят на договорените и изпълнените проекти е увеличен значително през последната година, гражданите трудно могат да усетят ясно различимо положително въздействие върху икономиката и обществото като цяло.

<sup>7</sup> Данните за 2013 г. са преизчислени без отговор „не мога да преценя“, тъй като през 2012 г. тази позиция не е включена във въпроса.



В проучването сред бизнеса впечатление прави намаляващият дял на посочилите „не мога да преценя“ – пряк резултат от повишаващите се познания за ОПК и, вследствие на това, на възможностите за обективна оценка на състоянието (табл.14).

Таблица 14. Оценка на изразходването на средствата [база: потенциални бенефициенти, чували за ОПК, национална извадка: N<sub>(2013)</sub>=461, N<sub>(2012)</sub>=437, други организации: N<sub>(2013)</sub>=72, N<sub>(2012)</sub>=71]

	2013 г.		2012 г.	
	Бизнес	ИКТ и други	Бизнес	ИКТ и други
средствата са достатъчни	38.8%	50.0%	26.3%	54.9%
средствата са недостатъчни	32.1%	50.0%	19.5%	43.7%
не мога да преценя	29.1%	-	54.2%	1.4%
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
средствата се изразходват правилно	30.2%	53.8%	21.1%	52.1%
средствата се изразходват неправилно	35.0%	46.2%	19.7%	46.5%
не мога да преценя	34.8%	-	59.3%	1.4%
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
механизмите за изразходване на средствата са прозрачни	31.0%	62.5%	25.6%	47.9%
механизмите за изразходване на средствата са непрозрачни	36.4%	37.5%	27.5%	50.7%
не мога да преценя	32.6%	-	46.9%	1.4%
<b>общо</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

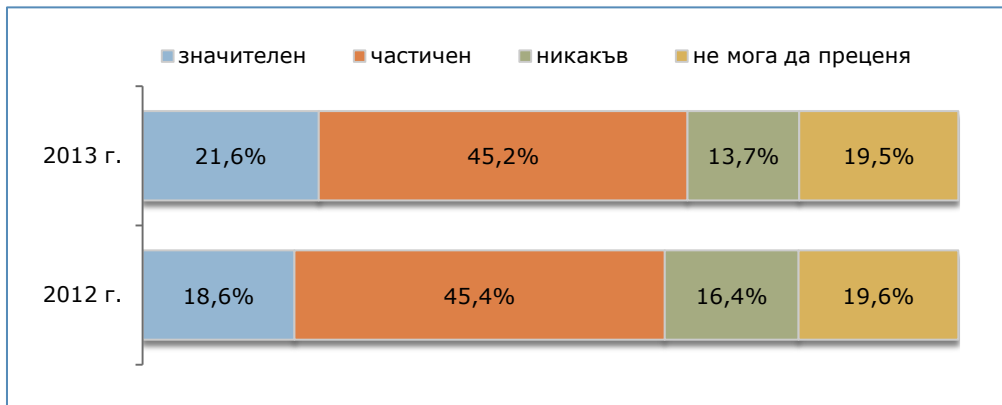
Резултатите от изследването сред бизнеса са в известна степен противоречиви – едновременно се наблюдава ръст в групите, смятащи, че средствата се изразходват правилно и прозрачно (съответно +43% и +21%), но още по-голям в тези на обратното мнение (съответно +78% и +32%). Подобни данни са индикация, че е **необходимо да се работи още по комуникацията на програмата и то точно за повишаване на доверието към управлението.**

При ИКТ сектора ситуацията е сходна с тази през 2012 г. Тук е важно единствено да се отбележи, че расте подкрепата за ОПК – делът на тези, които смятат, че механизмите за изразходване на финансирането са прозрачни се увеличава с над 30% - от 48% през 2012 г. до 63% през 2013 г.

## 6.2. Оценка за общия икономически ефект

Очакванията на българските граждани за приноса на ОП „Конкурентоспособност“ към икономиката на страната не са се променили особено за период от една година. Позитивен ефект очаква близо 1/5 от населението, като делът се увеличава с 3 процентни пункта в сравнение с 2012 г., скептично настроените са около 14 на сто – също с близо 3 процентни пункта по-малко. Като цяло, **нагласите на обществеността за възможностите на ОПК остават положителни.**

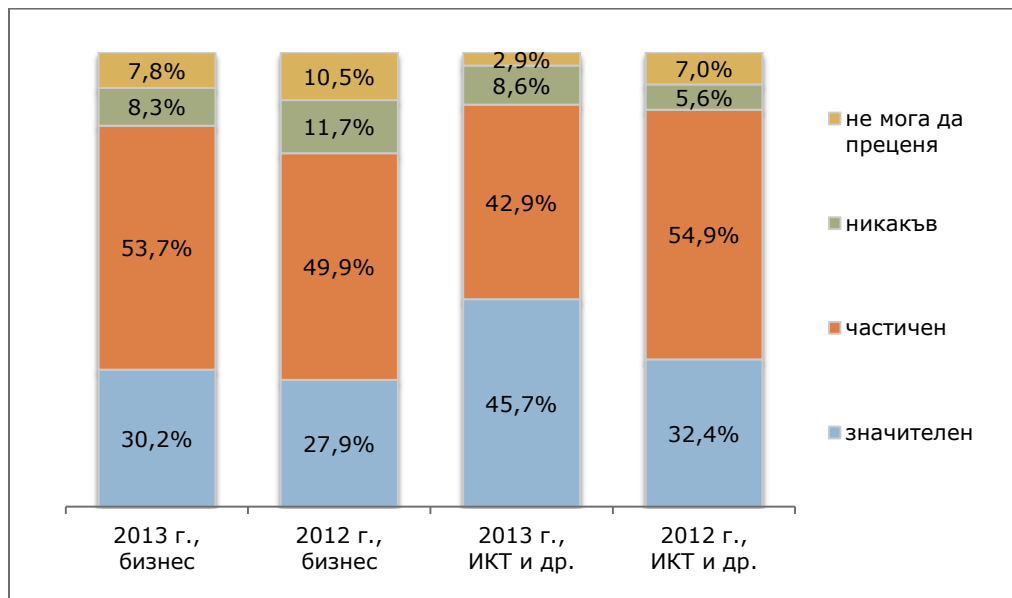
Графика 5. ОЧАКВАНИЯ ЗА ПРИНОСА НА ОПРКБИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК,  $N_{(2013)}=416$ ,  $N_{(2012)}=361$ ]



Очакванията към програмата са по-високи в групите на ниско образованите (42% смятат, че приносът на ОПК ще е значителен, срещу 16% от висшистите), хората с по-ограничени доходи (27% сред лицата с доход до 200 лв. срещу 18% в най-високодоходната група), жителите на селата.

Вижданията на бизнеса и на останалите потенциални бенефициенти за приноса на оперативната програма за развитието на икономиката също остават изтеглени в положителната част на спектъра (граф.6). Нещо повече, делът на очакващите, че ОПК ще има значително влияние върху страната е увеличен – при бизнеса с малко над 8%, а сред ИКТ сектора – с над 40 на сто.

Графика 6. ОЧАКВАНИЯ ЗА ПРИНОСА НА ОПРКБИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА -  $N_{(2013)}=461$ ,  $N_{(2012)}=437$ , ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ -  $N_{(2013)}=72$ ,  $N_{(2012)}=71$ ]

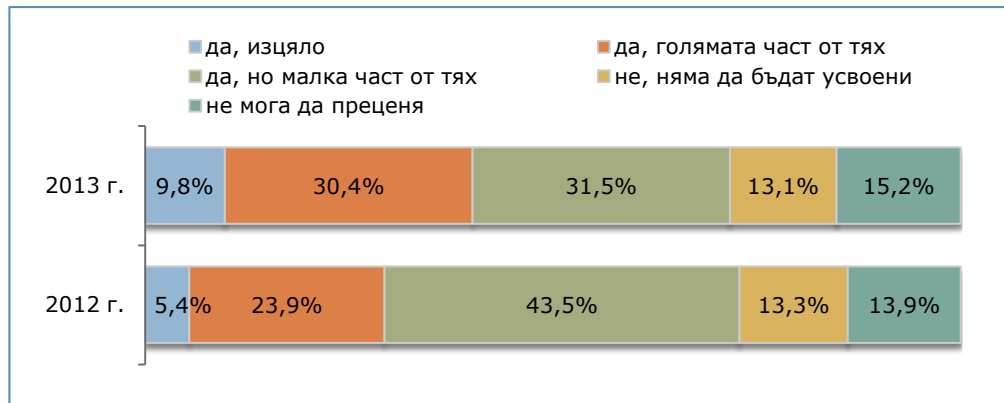


Подобни данни, заедно с растящата информираност за програмата, са предпоставка за подобряване на имиджа ѝ в оставащия срок на действие, но също и база за успешно стартиране на новата програма за иновации и конкурентоспособност.

### 6.3. ОЦЕНКА НА УСВОЯВАНЕТО НА ПРЕДВИДЕНИТЕ СРЕДСТВА

Задвижването на процедурите по програмата в последната година се оценява позитивно от широката общественост – **делът на хората на мнение, че голямата част или всички средства ще бъдат усвоени нараства значително – от 29.3% през 2012 г. до 40.2% през 2013 г. или с над 37%** (граф.7). При крайно песимистично настроените не се наблюдава промяна.

Графика 7. ОЧАКВАНИЯ ЗА УСВОЯВАНЕТО НА СРЕДСТВАТА ПО ОПК [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, N<sub>(2013)</sub>=416, N<sub>(2012)</sub>=361]



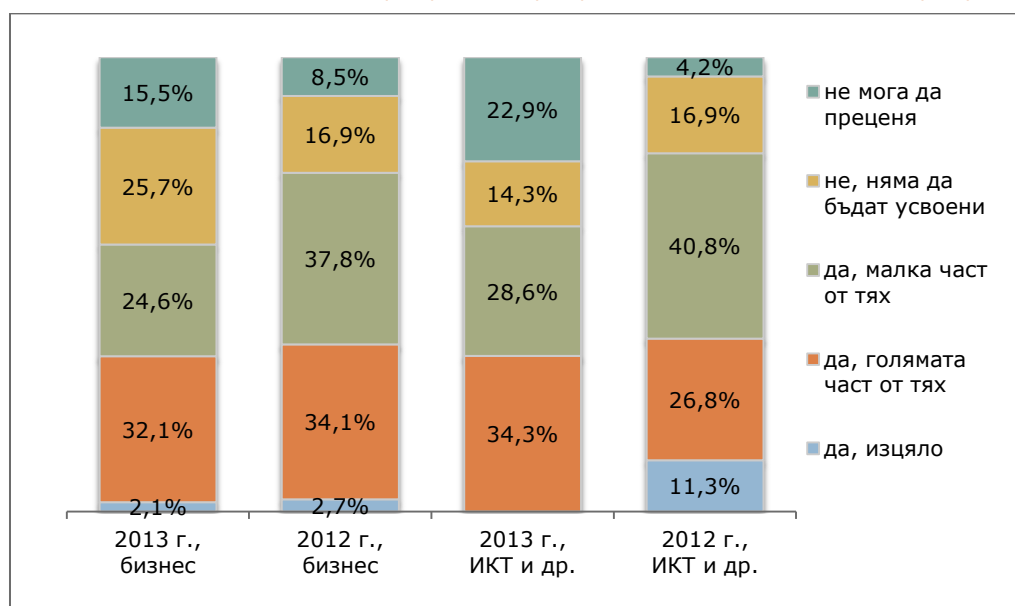
Положителен е фактът, че към групата на оптимистично настроените са привлечени висшистите, които през 2012 г. изразяват силен скептицизъм. Делът на смятащите, че средствата по ОПК ще бъдат усвоени в по-голямата си част или изцяло е по-висок от средния за извадката (44%). Хората в столицата – градът с най-голяма медийна активност и, съответно, по-висока информираност, също са по-уверени от останалите в успеха на програмата (52% при 34-38% за останалите населени места).

Сред бизнеса делът на скептичните (отговорили категорично „не, няма да бъдат усвоени“) нараства с 52% - от 17% през 2012 г. до близо 26% през 2013 г. (граф.8). При останалите бенефициенти се наблюдава дори известно свиване в този дял, но за сметка на това групата на другия полюс – очакващи пълно усвояване на средствата, се стопява напълно (от 11% през 2012 г. до 0% сега).

Песимизмът е по-голям сред фирмите от сектори „Преработваща промишленост“, „Търговия“ и „Строителство“, в Северозападен и Северен централен райони за планиране, както и сред самоопределящите се в много лошо състояние.

От данните ясно се вижда, че с приближаване на края на действие на програмата първоначалният оптимизъм се заменя от по-реалистични оценки, тъй като към настоящия момент за всички е ясно, че пълното усвояване на средствата би било трудно, дори невъзможна, задача.

Графика 8. ОЧАКВАНИЯ ЗА УСВОЯВАНЕТО НА СРЕДСТВАТА ПО ОПК [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА -  $N_{(2013)}=461$ ,  $N_{(2012)}=437$ , ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ -  $N_{(2013)}=72$ ,  $N_{(2012)}=71$ ]



Обективизирането на оценките сред бизнеса и оптимистичните нагласи сред населението са индикация, че в периода между двете изследвания **програмата е комуникирана по-активно и по-прозрачно, което се отразява благоприятно на имиджа ѝ и оценките на целевите групи**. Косвено това **влие положително и върху общото отношение на аудиторите към ЕС и финансовите инструменти на Съюза**, което е една от основните цели на дейностите по информираност и публичност.

#### 6.4. ОЦЕНКА ЗА РАБОТАТА НА ИНСТИТУЦИИТЕ

Доказателство за добрата работа по програмата в последната година са повишените оценки на институциите, свързани с управлението ѝ. Макар и под добър (4) за бизнеса и малко над добър (4) за ИКТ сектора (табл.15), данните позволяват да се предположи, че е настъпила значителна положителна промяна във взаимоотношенията между двете страни. Сериозен принос за това вероятно имат закриването на Междинното звено, опростяването на комуникацията и намаляването на документооборота.

Таблица 15. Оценки на институциите [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, ЧУВАЛИ ЗА ОПК, НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА -  $N_{(2013)}=461$ ,  $N_{(2012)}=437$ , ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ -  $N_{(2013)}=72$ ,  $N_{(2012)}=71$  (ПО ШЕСТОБАЛНАТА СИСТЕМА, КЪДЕТО СЛАБ Е 2, А 6 – ОТЛИЧЕН)]

	2013 г.		2012 г.	
	Бизнес	ИКТ и други	Бизнес	ИКТ и други
Министерство на икономиката, енергетиката и туризма	3.57	4.17	2.72	2.98
Управляващ орган (УО) на оперативната програма - Дирекция „Европейски фондове по конкурентоспособност“	3.72	4.23	2.70	3.14

Оценките са дори още по-високи сред изпълняващите или изпълнилите проект (доближават много добър (5)), което е индикация, че голяма част от негативното отношение е по-скоро отражение на недоверието към институциите изобщо, а не е форма на критика конкретно към МИЕТ и Дирекция „ЕФК“. Това, от своя страна,

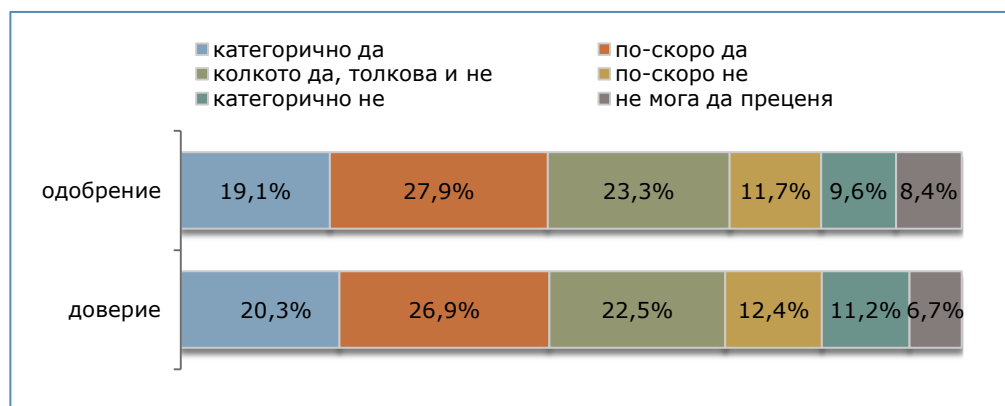
показва **необходимост от допълнителна комуникация, пряко свързана с механизмите на управление**, или отваряне на „кухнята“ за потенциалните бенефициенти, така че да се създаде внушение за прозрачност в работата и да се обясни, че всъщност двете страни полагат усилия за изпълнението на една и съща обща цел – подобряване на състоянието на българския бизнес и оттам – на стандарта на населението като цяло.

## 6.5. ОТНОШЕНИЕ КЪМ ЕС И ПОЛИТИКАТА НА СЪЮЗА

Дейностите по информация и публичност на всяка оперативна програма следва да допринасят не само за увеличаване на познаваемостта за финансовите инструменти и приноса на ЕС към развитието на икономиките на неговите членове, но и за подобряване на имиджа и повишаване на доверието към Съюза и неговите политики.

Данните от 2013 г. показват, че 47% от населението одобрява (категорично или по-скоро) общата политика на ЕС, а 47.2% имат доверие в Общността (граф.9).

Графика 9. ОДОБРЕНИЕ НА ПОЛИТИКАТА И ДОВЕРИЕ КЪМ ЕС [БАЗА: ШИРОКА ОБЩЕСТВЕННОСТ, N<sub>(2013)</sub>=1000]

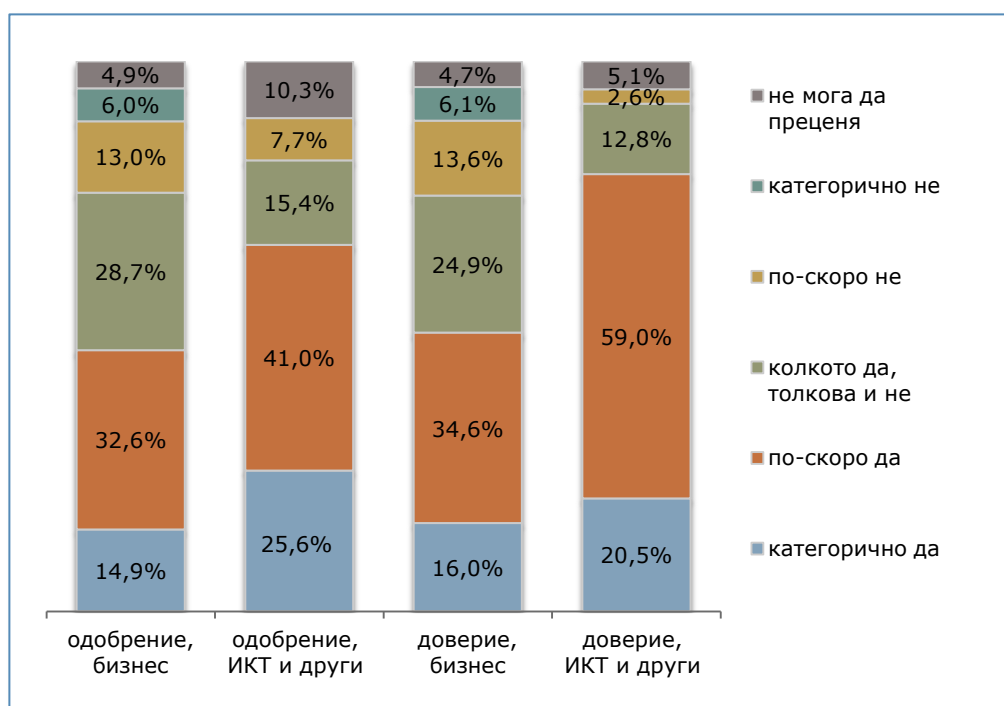


Изчисленията върху данните показват, че двата показателя са взаимно свързани – доверието е предпоставка за одобрение на политиката на Съюза и обратно – недоверието към Общността резултира в критицизъм в това отношение.

Доверието и одобрението е малко по-високо от средните за извадката сред по-младите (до 39 г.), висшистите, хората с повече средства, работещите и учащите, живеещите в по-малките населени места.

Резултатите от проучването сред бизнеса са сходни с тези сред широката общественост – делът на одобряващите (категорично или по-скоро) общата политика на ЕС е малко над 47%, а на тези, които имат доверие в Общността – близо 51%. При останалите потенциални бенефициенти данните са още по-благоприятни – одобрението достига до 67%, а доверието – до над 80 на сто.

Графика 10. ОДОБРЕНИЕ НА ПОЛИТИКАТА И ДОВЕРИЕ КЪМ ЕС [БАЗА: ПОТЕНЦИАЛНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ, НАЦИОНАЛНА ИЗВАДКА - N<sub>(2013)</sub>=800, ДРУГИ ОРГАНИЗАЦИИ - N<sub>(2013)</sub>=80]



В заключение може да се каже, че общата комуникация, свързана с финансовите инструменти на ЕС, включително дейностите по информация и публичност на ОПК, допринасят за изпълнение на посочените в регламента на ЕС изисквания за популяризация на помощта и изграждане на позитивен имидж на Общността в държавите-членки.