

## Витоша рисърч

Витоша рисърч възниква като продължение на дейността на Центъра за изследване на демокрацията в областта на социалните и маркетинговите изследвания, започнала с провеждането на първите независими пре-дизборни и следизборни изследвания през 1990 г. Агенцията е търговско дружество, собственост на Центъра за изследване на демокрацията и специализира в няколко изследователски области: маркетингови и пазарни проучвания, социална политика и социално оценяване, политическо и електорално поведение, скрита икономика, корупция и виктимизационни изследвания, развитие на информационните и комуникационни технологии, оценка на медийни аудитории и програми.

- През 2009 бяха проведени множество социални, икономически, маркетингови и медийни изследвания. Чрез **количествени и качествени методи** бяха осъществени около 35 000 персонални стандартизирани, полу-стандартизирани и телефонни интервюта и значителен брой дълбочинни интервюта. Резултатите от тези изследвания бяха използвани за изготвяне на аналитични доклада.
- Тематично преобладаващи **изследователски области** в дейността на Витоша рисърч през 2009 г. бяха – нагласи на гражданите и бизнеса по актуални национални и общоевропейски въпроси, изследвания на електоралното поведение, пазара на труда и възможностите за бизнес, жертвите на престъпления, положението на хората с увреждания, равнищата на корупция и сива икономика в страната, съгласно ежегодния мониторинг, провеждан от Центъра за изследване на демокрацията.
- В рамките на проекта **Флаш Евробарометър** бяха проведени серия изследвания сред обществеността и бизнес сектора в страната. Флаш Евробарометър се изпълнява по поръчка на Европейската комисия и е основен инструмент в работата на европейските политици. Основни акценти в проектите на Витоша Рисърч с други международни партньори бяха Европейското електорално изследване, проектът „Връщане към Берлинската стена“, изследването на корпоративните престъпления и корупцията в бизнес-сектора.
- През 2009 г. бяха проведени и множество **маркетингови изследвания**, като най-голям дял от тях заемат изследванията за потреблението на алкохолни напитки и на биопродукти.

## **I. Социални и икономически изследвания**

### *Местни условия за бизнес в България*

Основната цел на изследователския проект, осъществен по поръчка на „Индъстри уоч“ ЕООД, е да направи оценка на местните условия за бизнес във всичките 28 области на страната, от гледна точка на работата на фирмите с местната администрация: основни трудности и конфликтни точки при предоставянето на административни услуги на ниво местна власт, равнището на корупция и ефективността на антикорупционните мерки на местната администрация. Изследването обхваща общо 281 фирми, като приоритетно бяха търсени големи фирми в сферата на строителството, търговията и производството, на които им се е налагало да работят с местната администрация.

### *Проучване и прогнозиране на потребностите на работодателите от работна сила с определена квалификация*

Витоша рисърч проведе изследване за потребностите на работодателите от работна сила с определена квалификация. Целта на това проучване беше анализът на моментното състояние на пазара на труда и изготвянето на прогнози за неговото бъдещо развитие. Проведени бяха 400 персонални стандартизирани интервюта сред собственици и ръководители на фирми с над 10 души персонал.

### *Общественото мнение за последиците от кризата и отражението върху ползването на банковите услуги в страната*

Основната цел на това национално представително изследване беше да

събере информация за отражението на икономическата криза върху поведението на домакинствата, свързано с ползването на банкови услуги, да очертае доверието в българския банков сектор и да идентифицира мненията за принципите на икономическата политика в настоящата ситуация. По-конкретно акцентът на изследването е насочен към отражението на икономическата криза върху обема, вида и структурата на активите на домакинствата, както и върху заетостта, приходите и разходите на населението. Предвид проблемите на страната през 1996-1997 г. се прави опит да се извлече прогноза за банковия сектор, валутния борд и националната икономика като цяло.

### *Изследване на приложението на биофизични методи в медицината, екологията и селското стопанство в България*

В края на 2009 г. Витоша рисърч започна това проучване по поръчка на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и Българската академия на науките. То е посветено на използването на биотехнологични и биофизични методи в българската наука и икономика. Целта е чрез персонално стандартизирано интервю да се изследват до 100 фирми и научни институти, които използват в практиката си такива методи.

### *Природен парк „Врагански Баalkan“ – публично-частните партньорства в услуга на природата и хората*

Основната цел на този изследователски проект, осъществен по поръчка на Дирекция на Природен парк „Витоша“ към Държавна агенция по горите, е да се идентифицират потенциални публично-частни партньорства, чието евентуално реализиране в бъдеще би

облагородило територията на парка, би популяризирано неговите природни забележителности и би го превърнал в привлекателна туристическа цел. Чрез качествени методи на изследване – анализ на документи и провеждане на 11 дълбочинни интервюта – беше

събрана и анализирана информация за успешни ПЧП в аналогични области и беше разработен пакет от конкретни проекти за партньорство на ПП „Врачански Балкан“ с потенциални партньори – представители на бизнеса и на граждански организации.

### **Стратегиите за осъществяване на ПЧП от страна на Дирекцията на ПП „Врачански Балкан“:**

**Политика на „малки стъпки“ и надграждане** на изпълнени проекти. В общи линии може да се твърди, че това е досега следваният от Дирекцията на парка модел. Той се състои в изпълнението на сравнително малки проекти, като много често като ресурси за стартирането на нова дейност се ползват резултатите, постигнати от предходен проект. Основна част от финансирането се осигурява посредством кандидатстване по оперативни програми и европейски проекти. Взаимодействията с други институции и организации съдържат елементи на публично-частни партньорства, но не са типични ПЧП, поради сравнително големия дял на вложените публични средства и малкият мащаб на генерираните финансови и материални ресурси.

**Предприемане на малко на брой, но мащабни инициативи**, посредством механизмите на Закона за обществените поръчки и Закона за концесиите. Това може да се извършва едновременно с политиката на „малки стъпки“, но следва да се има предвид, че широкомащабните проекти изискват детайлно планиране и множество предварителни оценки и консултации, които ще отнемат времеви и експертен потенциал. Това изисква мобилизирането както на капацитета на Дирекцията на парка, така и на външна помощ.

В сравнение с малките проекти, степента на поетите рискове се увеличава и за публичната страна, независимо от това, че по-голямата част от тях се прехвърля върху частната страна на партньорствата. Този тип стратегия изключва възможността за предварителен избор на партньорите, с които ще се работи, тъй като националното законодателство постановява задължителност на конкурсното начало. Според юридически експерти, с които екипът на Витоша рисърч се консултира, процедура по ЗОП е задължително да бъде обявена за всяка дейност, която може да бъде финансово остойностена.

**Създаване на обединения от организации със сходни цели и сфери на дейност, които да образуват търговски дружества.** За да се използва тази възможност, е необходимо да се проучи по-подробно законодателството, регламентиращо създаването на такива дружества, и да се установи какво може да бъде участието на природните паркове. Според информацията, събрана досега от изследователския екип, не би следвало да съществуват формални юридически пречки природните паркове да участват в организации и асоциации с идеална цел, а тези организации от своя страна да създават и при-

тежават търговски дружества. Въпреки това, подобни възможности трябва да бъдат детайлно проверени и консултирани с юридически експерти.

Тези дружества биха могли да изпълняват разнообразни дейности, свързани с опазване на природната среда и популяризиране на богатствата на природните паркове. От една страна, ще съществуват надеждни гаранции за качеството на тяхната дейност и съобразеността ѝ с действащото национално и международно законодателство, а от друга, те представляват механизъм, който е в състояние да генерира средства за опазване на природната среда и осигуряване на устойчивост на природозащитни дейности и проекти.

## II. Корупция, сива икономика и престъпност

### *Мониторинг на сивата икономика сред населението*

Основната цел на изследването беше да проведе систематичен мониторинг на размера и динамиката на скритата икономика в България. Проектът е възложен от Центъра за изследване на демокрацията. Беше събрана по-подробна информация по следните въпроси:

- Трудова заетост на населението по типове трудова дейност;
- Наличие на трудови договори с работодателите;
- Дял на заетите с договор със „скрити клаузи“;
- Наличие на социални и здравни осигуровки;
- Издаване на данъчни документи при покупки на стоки за дълготрайна и ежедневна употреба;
- Издаване на данъчни документи при ползване на различни видове услуги.

### *Мониторинг на сивата икономика в бизнес-сектора*

Изследването на бизнес сектора обхваща фирми от цялата страна. Основната цел на изследването е да проведе систематичен мониторинг

на размера и динамиката на скритата икономика в България. Някои от най-важните теми в изследването са:

- Обща оценка на предприемачите към бизнес климата, качество на законодателството и административните изисквания в България;
- Основни пречки пред развитието на бизнеса;
- Дял на заетите без договор в съответния сектор;
- Дял на заетите с договор със „скрити клаузи“ в съответния сектор;
- Неиздаването на данъчни фактури за продажби в съответния сектор;
- Практики за укриване на обороти в съответния сектор;
- Практики за укриване на печалби в съответния сектор;
- Незаконен внос/износ в съответния сектор;
- „Източване“ на ДДС в съответния сектор;
- Избягване/укриване на данъци, мита и акцизни задължения в съответния сектор.

### *Система за мониторинг на корупцията*

Корупционните индекси обобщават най-важните изводи от количествените изследвания сред пълнолетно-

то население и бизнеса по отношение разпространението на корупционни практики сред различни социални групи и техните нагласи към различни аспекти на корупционното поведение.

Корупционните индекси са групирани в няколко категории:

- Нагласи към корупцията;
- Корупционни практики;
- Разпространение на корупцията;
- Очаквания, свързани с корупцията.

### *Корупционни рискове и противодействие на корупцията в НАП*

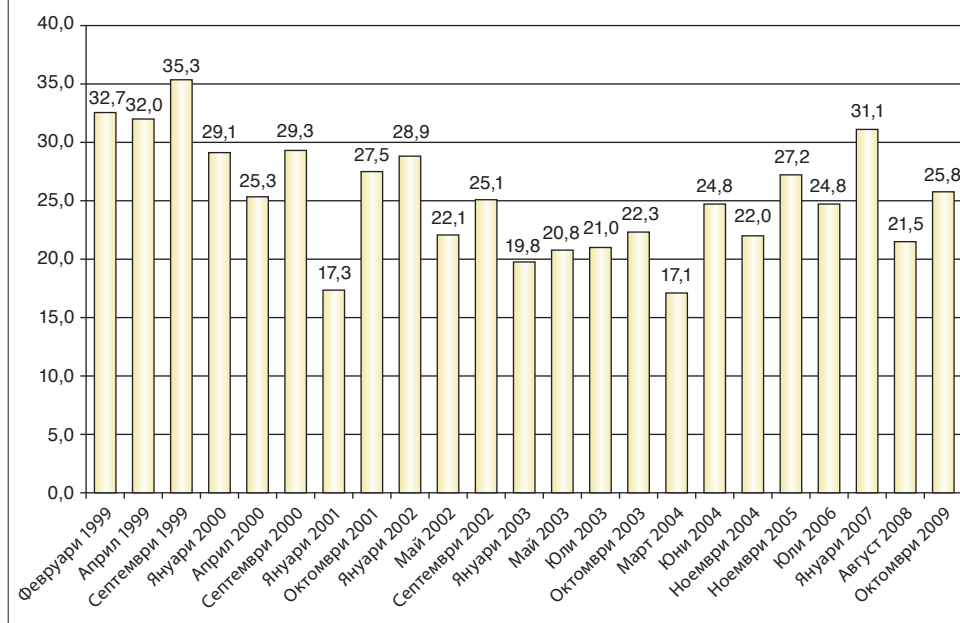
През ноември 2009 г. Витоша рибърч проведе изследване сред служителите в ТД на НАП на тема „Корупционни рискове и противодействие на корупцията в НАП“. Използван е

методът на анкетата сред 432 служители от всички териториални дирекции, включително ТД „Големи данъкоплатци и осигурители“. Повечето изследвания на корупцията се правят сред фирмите и домакинствата, т.е. сред потърпевшите от корупцията, докато това изследване се насочи към една група от администрацията, възприемана от гражданите като потенциален инициатор на корупционни практики и беше анализиран ефекта както на положителните стимули в борбата с корупцията (заплати, премии и др.), така и на отрицателните (контрол и санкции за нарушения на етичните норми на поведение).

### *Корпоративни престъпления и корупция*

Това проучване е част от изследователския проект „Чиновническата ко-

**Графика 9. Участие в корупционни практики през последната година (население, %)**



рупция и корпоративния сектор: Два европейски случая”, който анализира ситуацията в България и Словакия. Проектът се осъществява от Изследователското бюро към Университета в Мелбърн, Австралия. Изследва се информираността, възприятието и отношението на бизнесмените към погрешното корпоративно поведение (склонността на компаниите да предложат подкупи, целящи да им осигурят сключването на договори) и към корупцията сред държавните служители.

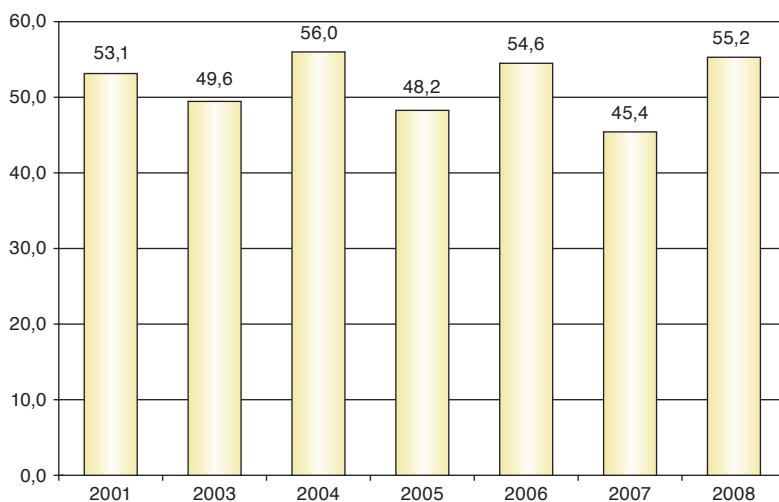
### *Национално изследване на престъпността 2009*

През февруари 2009 г. Витоша рибърч проведе поредното национално представително изследване по поръчка на Министерство на вътрешните работи, целящо проучването на различни аспекти на престъпността, честотата на извършваните престъп-

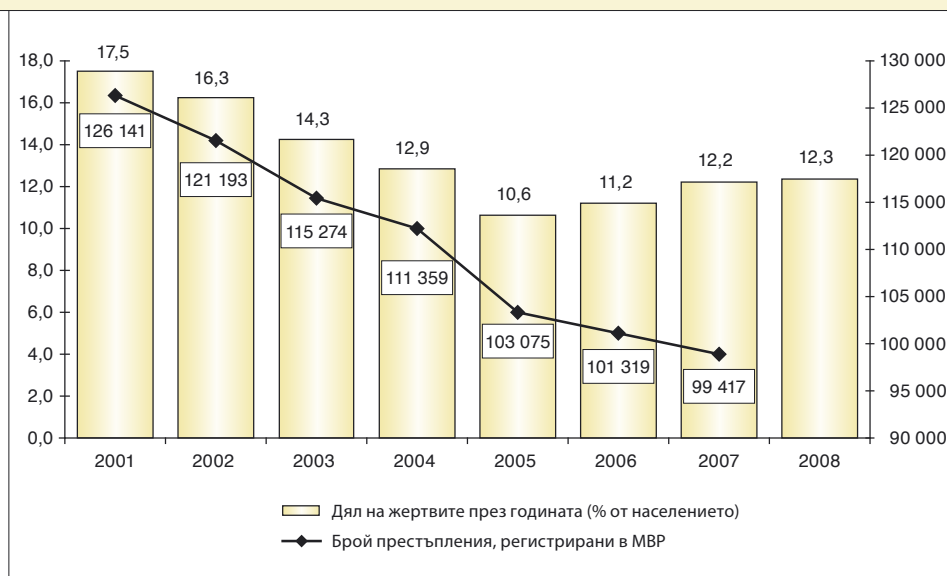
ления, тяхната тежест, оценка на действията на полицията и т.н. Обхващат се две основни групи престъпления: **срещу собствеността** (кражби на и от автомобили, кражби на велосипеди и мотоциклети, кражби и опити за кражби от дома) и **престъпления срещу личността** (грабежи, кражби на лично имущество, сексуални престъпления и нападения).

Използваният изследователски метод е персонално стандартизирано интервю сред 2500 души на възраст над 15 години, при което е получена информация за престъпления, на които интервюираните са били жертви в предходната година и през последните 5 години. Получените данни за извършените в предходната година престъпления се отнасят за периода януари – декември 2008 г., а за престъпленията през последните пет години – за периода 2004-2009 г.

**Графика 10. Докладване в полицията – общо (% от жертвите)**



**Графика 11. Жертви на престъпления според НИП и регистрирани престъпления от полицията**



Националното изследване на престъпността (НИП) регистрира запазване нивото на криминална активност през 2008 г. спрямо 2009 г. През 2008 г. 12,3% (срещу 12,2% през 2007 г.) от домакинствата в страната са станали жертва на някой от 10-те групи престъпления, с които се измерва равнището на престъпността в страната.

### III. Социални изследвания

#### Флаш Евробарометър

През 2009 г. Витоша рисърч продължи своето участие във Флаш Евробарометър – периодичните изследвания, провеждани сред гражданите в Европейския съюз и в страни извън ЕС по най-актуалните социални, икономически и политически въпроси. Изследването се провежда в 34 държави и подпомага вземането на решения на ниво Европейски съюз, като

дава бърза и точна „моментна снимка“ на вижданията и настроеността на населението по горещите проблеми.

През тази година бяха проведени 21 изследвания по метода на стандартизираното телефонно и персонално стандартизирано интервю, като основната част бяха насочени към населението на възраст над 15 години. Бяха изследвани проблеми като въвеждане на еврото в новите страни-членки на ЕС, разширяването на ЕС, защитата на потребителите на вътрешния пазар, отношението между поколенията в обществото, младежите и техните права, жените и Европейския парламент, финансовата криза и др. Проведеха се и три изследвания сред фирми, с цел установяване на икономическия климат за развитие на бизнеса – възможностите за финансиране на предприятията, иновационните им стратегии, търговията в рамките на европейския пазар.

### *Европейско електорално изследване – 2009*

Непосредствено след изборите за Европейски парламент през юни 2009 г., сред гражданите на ЕС беше проведено Европейско електорално изследване по поръчка на Института за политически науки към Университета в Лайден, Холандия. Витоша рисърч проведе проучване сред българските гласоподаватели. Чрез 700 персонални стандартизирани интервюта и чрез 300 телефонни интервюта бяха регистрирани електоралните нагласи спрямо българските политически партии, самоопределението в схемата „ляво – дясно“, индивидуалната удовлетвореност от мястото в социалната йерархия, влиянието на националните и европейски политики върху живота на отделния човек, мнението за дейностите на ЕС, религиозната и национална самоидентификация на гражданите и др.

### *Връщане към Берлинската стена – 2009*

Проектът прави сравнение на обществените нагласи по основни въпроси на икономическото, политическото и социалното развитие в страните от Източна Европа за периода от 1990 до 2009 г. Засегнати са въпроси за основополагащите принципи на политическата и икономическата система в страната, оценки за работата на институциите, очаквания за развитието на страната и личните перспективи, етнически и актуални геополитически въпроси.

### *Анализ на положението на хората с увреждания в България*

През 2009 г. Витоша рисърч проведе мащабно изследване на тема *Анализ на положението на хората с увреждания в България* с оглед разширя-

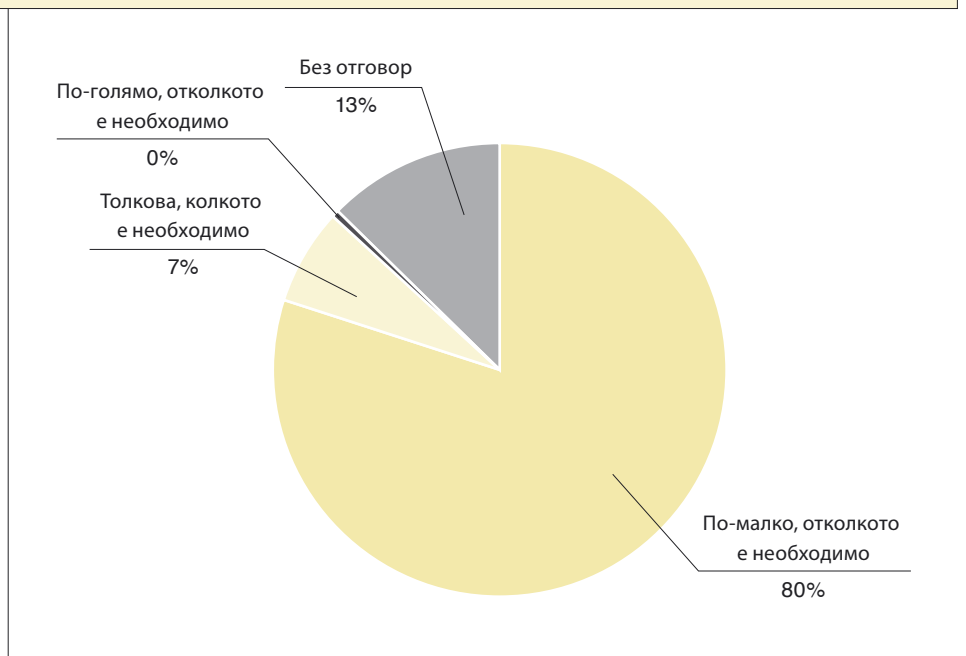
ване на капацитета на Агенцията за хора с увреждания в анализирането, планирането и изпълнението на държавната политика за интеграция на хората с увреждания. В проекта се използва комбинация от количествени и качествени методи. Беше проведено национално представително проучване сред пълнолетното население на страната и национално представително проучване сред хората с увреждания. И двете целеви групи бяха изследвани чрез персонално стандартизирано интервю с извадка от 1000 души. Освен това бяха проведени 40 дълбочинни интервюта с представители на институции на национално и местно ниво, НПО, социални институции, а също и контент-анализ на медийното представяне на хората с увреждания и отношение на представителите на медиите към хората с увреждания.

Изследването се извърши в две основни направления. Първото направление обхваща изследване на държавната политика по отношение на хората с увреждания – бяха анализирани официални национални, международни и европейски документи, регламентиращи и формиращи държавната политика, както и – статистически данни, илюстриращи резултатите от тази политика в различни нейни области. Второто направление включи изследване на социално-икономическия профил на хората с увреждания и на отношението на обществото към тях.

Делът на хората с трайни увреждания у нас беше оценен на приблизително 9% от населението, или около 715 000 души. Преобладаващото мнозинство от тези хора са изключени от трудовия пазар – заети са едва 11% от тях, а близо половината от работещите са намерили работното си място самостоятелно. Средният брутен ме-



**Графика 12. Вниманиe на обществото към проблемите на хората с трайни увреждания – според населението на страната (в %)**



сечен доход на член от домакинството при хората с трайни увреждания е с 31% по-нисък, отколкото сред останалата част от населението. Хората с увреждания и техните семейства често финансират необходимите им лекарства, медицински изделия и рехабилитация – в 3/4 от случаите те са заплатени или доплатени от самите тях, а в 29 на сто – от техни близки.

### *Biggest Cities Review*

Витоша рисърч и Индъстри уоч продължиха започналия в началото на 2006 г. общ изследователски проект *Biggest Cities Review*. Той предвижда изготвянето на *периодични доклади, които включват тримесечни обзори* по избрани теми. Основната цел на тези анализи е да предоставят надеждна и актуална информация, която да може да бъде използвана като основа за

вземане на инвестиционни решения. Основните теми, които се засягат в периодичните доклади, са:

- Различия в цената на труда по градове;
- Средна работна заплата и предлагане на труд;
- Различия в цената на живота по градове.

Анализът се основава на данни от омнибусни изследвания, представителни за населението на възраст 15 или повече години.

### *Телесното наказание като метод за възпитание на децата в България*

Изследването се проведе през май 2009 г. и основната му цел беше да се определи какво е отношението на

българите към ползване на телесно наказание при възпитанието на децата, както и да се оцени относителния дял на българските деца, които понасят телесни наказания от родителите си. Резултатите бяха сравнени с данните от аналогично изследване, проведено през 2005 година. Бяха интервюирани 1000 души на възраст 15 или повече години. Като цяло, мненията на респондентите относно физическите наказания над деца не са претърпели съществени промени през последните 4 години. Както и през 2005г., така и сега, четирима от всеки пет смятат, че определена част от децата са подложени на подобно третиране. Повечето хора допускат, че подложените на телесно наказание деца са в рамките на 20% от децата в страната, като най-често смятат, че са не повече от 10%. Все пак

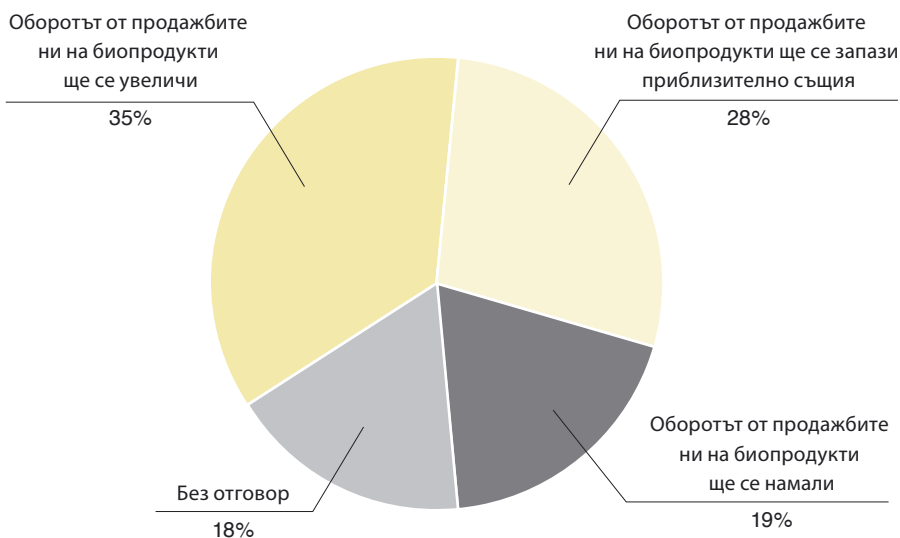
всеки втори българин е на мнение, че физическото наказание никога не бива да се използва при отглеждането на деца. Малко над една трета от интервюираните са на мнение, че то може да е оправдано в определени ситуации. Най-малко (11%) остават тези, според които телесното наказание може да се прилага по преценка на родителя.

#### IV. Медийни и маркетингови изследвания

##### *Производство, разпространение и потребление на биологични продукти в България*

Основна цел на този изследователски проект, осъществен по поръчка на Министерството на земеделието и хра-

**Графика 13. Очаквания на производители/ вносители/ износители за оборота от продажбите им на биопродукти през следващите 2 години**

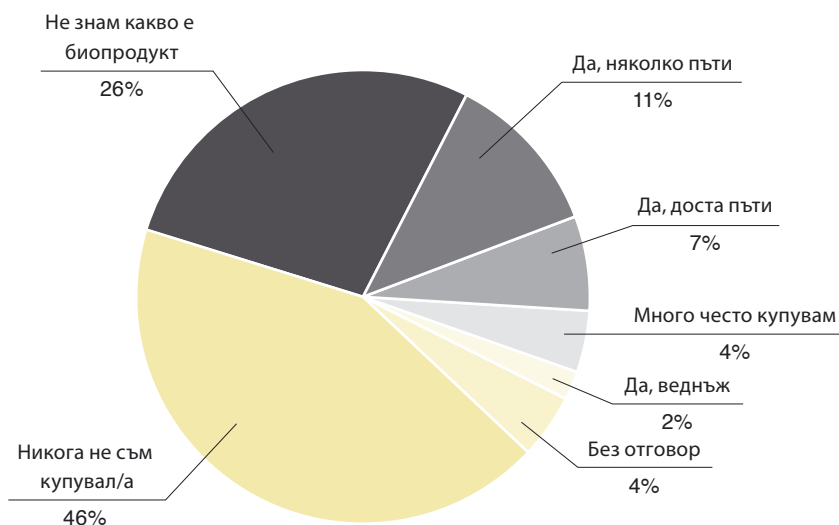


ните (МЗХ), беше да се очертае общата картина на пазара на биологични продукти в България чрез изследване на основните субекти на този пазар – потребители, производители, търговци.

Групата на потребителите беше обхваната чрез национално представително изследване сред 1000 души по метода на персонално стандартизирано интервю в дома на респондентите. Беше събрана информацията относно потребителските нагласи и отношението на потребителите към биологични продукти, степента им на информираност, възможностите им за различаване на сертифицираните биологични продукти от евентуални имитации. Беше установен и пазарният дял на тези продукти по отношение на конвенционалните им еквиваленти.

Изследвани бяха също така 125 производители, преработватели, вносители и износители на биологични продукти, като по този начин бяха събрани данни за производството на биологични продукти у нас, възможностите за разширяването му, както и за конкурентоспособността на българските спрямо вносните продукти. Изследвани бяха и 205 търговски обекта (магазини, ресторанти, хотели), с цел събиране на информацията за асортимента на предлаганите продукти, съотношението български/вносни биологични продукти и беше направен сравнителен ценови анализ на биологичните и конвенционалните продукти в търговската мрежа. Проведе се също и представително изследване сред 84 хотели и ресторанти от висок клас.

Графика 14. Някога купували ли сте биопродукти?



Чрез кабинетно проучване (анализ на документи) беше очертана правно-нормативната рамка на биологичното производство у нас. Основен извод от проведеното изследване беше, че в България съществуват много добри условия за биологично производство, но въпреки това, то засега е в начален стадий на развитие и се нуждае от финансовата подкрепа на държавата. На българския пазар биологичните продукти имат нисък пазарен дял в сравнение с конвенционалните продукти. Българският потребител не е достатъчно информиран за съществуването на биопродукти – малко над 1/5 от интервюираните потребители не знаят за съществуването им, а „информираните“ потребители не познават достатъчно добре характеристиките им, поради което трудно биха ги различили от фалшификатите и имитациите, които се появяват нерядко на пазара. Недостатъчната информираност е един от основните фактори за свитото потребление на пазара. В същото време, изследване-

то установи, че настоящите потребители на биологични продукти дават висока оценка на качеството на българските продукти и отбелязват ценовите им предимства пред вносните биопродукти.

**Други маркетингови изследвания**, които Витоша рисърч проведе през 2009 г., обхващаха основно следните области:

- Проследяващи изследвания на марки спиртни напитки;
- Нагласи на педиатрите спрямо ваксинациите, невключени в задължителния имунизационен календар;
- Тестване на рекламното послание за лекарствен препарат;
- Изследване на пазара на фиксирани телефонни услуги;
- Изследване на познаването и потреблението на определени марки хигиенни и козметични продукти.