

Инвестираме във вашето бъдеще



ЕВРОПЕЙСКИ
СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



Проект №0015-ЦИО-3.1 „Осигуряване на надеждни мониторинг и оценка на Комуникационния план и дейностите по информация и публичност на Оперативна програма „Техническа помощ“, финансиран по Приоритетна ос 3 „Популяризиране на Кохезионната политика на ЕС и осигуряване на обща и статистическа информация“ на Оперативна програма „Техническа помощ“

МЕТОДИКА

за мониторинг и оценка на
Комуникационния план на ОПТП за
програмен период 2007-2013 г.

Документът е изготвен от:

Консорциум „RESEARCH & PR UNION“

estat.
research and consultancy

K&M
Communications

Съдържание

Списък на използваните съкращения.....	3
I. Описание и цели на методиката.....	4
II. Кратко представяне на КП на ОПТП	5
III. Мониторинг и оценка на КП на ОПТП.....	8
IV. Принос на КП на ОПТП към изпълнението на КС на НСРР.....	29
V. Анекси	38

Списък на използваните съкращения

ЕК	Европейска комисия
ЕС	Европейски съюз
ЕФРР	Европейски фонд за регионално развитие
ЕСФ	Европейски социален фонд
ЗМФ	Заповед на Министерство на финансите
ИСУН	Информационната система за управление и наблюдение на средствата от Структурните инструменти на ЕС
КП	Комуникационен план
КС	Комуникационна стратегия
МЗ	Междинно звено
МСП	Малки и средни предприятия
МФ	Министерство на финансите
НПО	Неправителствена организация
НСРР	Национална стратегическа референтна рамка
ОИЦ	Областни информационни центрове
ОО	Одитиращ орган
ОП	Оперативна програма
ОПТП	Оперативна програма „Техническа помощ”
СО	Сертифициращ орган
СКФ	Структурни и Кохезионен фондове
СФ	Структурни фондове
УО	Управляващ орган
ЦГ	Целеви групи
ЦИО	Централен информационен офис

I. Описание и цели на методиката

Комуникационните мерки и дейности, включително техните мониторинг и оценка, се явяват нормативно изискуеми за получаване средства от ЕС, както и практически необходими за постигане по-висока усвояемост. По отношение на нормативния си характер, според Регламент 1083/2006 на Европейския съюз (ЕС), българската страна е длъжна да информира своите граждани за помощта, предоставена от фондовете на ЕС, както и за ефекта, който осъществяването на даден приоритет, мярка или проект ще има върху страната, регион, общност или отделна личност. По отношение на практиката, успешното усвояване на средствата от фондовете на ЕС се оказва в пряка зависимост от прозрачността и в този смисъл започва с успешното планиране, подготовка и изпълнение на мерките за информация и публичност. В този контекст към всяка оперативна програма е изготвен Комуникационен план (КП), а кохерентният подход за осигуряване на максимална прозрачност и популяризиране на приоритетите за развитие в контекста на общата кохезионна политика на ЕС за периода 2007-2013 г. се осигурява от Комуникационната стратегия на Националната стратегическа референтна рамка (НСРР).

Съобразявайки се с изискванията на европейското законодателство, със спецификата и КП на ОПТП, както и с КС на НСРР и добрите практики в областта на социологията и връзките с обществеността, настоящият документ цели по отношение комуникационните дейности да:

- систематизира основните изисквания към всеки от елементите - медиен мониторинг, контент анализ на материалите в медиите, индикатори за оценка, инструменти за измерването им, както и структура и съдържание на годишните отчетни доклади;
- осигурява и гарантира трайно сравнимост на резултатите, независимо от възможните различни изпълнители на мониторинга и оценката.

С други думи, методиката представлява надеждна и логически издържана рамка за осъществяването на непрекъснати във времето мониторинг и оценка на КП на ОПТП и приноса към изпълнението на КС на НСРР, като се комбинира общата логика на ОПТП, връзката ѝ с останалите оперативни програми и НСРР.

Методиката и базираните на нея дейности подпомагат пряко изпълнението на чл. 4 от Регламент 1828/2006 на Европейската комисия (ЕК). Годишният доклад през 2010 г. и финалният доклад на всеки Управляващ орган (УО) трябва да съдържат отделна глава, в която да бъде представена оценка на резултатите от изпълнението на мерките за информация и публичност. По-конкретно се описва приносът им към постигането на прозрачност и обществено признание по отношение на усвояването на средствата по оперативната програма и на Общността. Едновременно с това, УО има задължението да информира Комитета за наблюдение за етапа на изпълнение на КП и да предоставя

примери за проведени комуникационни дейности. Подобни примери следва да се включват и във всеки годишен доклад по оперативната програма. Не на последно място, пред Комитета за наблюдение на НСРР се отчита изпълнението на Комуникационната стратегия (КС) на база комуникационните планове и Приоритетна ос 3 на Оперативна програма „Техническа помощ” (ОПТП).

II. Кратко представяне на КП на ОПТП

В съответствие с изискванията на Регламент №1083/2006 на ЕС и Регламент 1828/2006 на ЕК, свързан с мерките за информация и публичност, Управляващият орган на Оперативна програма „Техническа помощ” 2007-2013 г., съвместно с Централния информационен офис, изработва седемгодишен Комуникационен план на ОПТП, одобрен от Европейската комисия на 16 юли 2008 г. Той е съобразен с насоките на Комуникационна стратегия на НСРР, както и с Приоритетна ос 3 „Популяризиране на Кохезионната политика на ЕС и осигуряване на обща и статистическа информация” на ОПТП.

Общите цели на Комуникационния план за периода 2007-2013 г. са:

- да информира за наличието, ползата и изпълнението на СКФ в България;
- да способства за пълната прозрачност на изразходването и управлението на публичните средства на ЕС;
- да популяризира постиженията и резултатите от дейностите по фондовете на ЕС в България

Специфичните цели на Комуникационния план са:

- да подкрепя добре функциониращите информационни мрежи на централно и местно ниво;
- да способства да постигането на целите на КС на НСРР;
- да комуникира основните цели, мерки и дейности на ОПТП, като подпомага успешната комуникация между участниците за постигането на диалог между страните, който да бъде взаимно полезен и в полза за цялото общество.

В Комуникационния план на ОПТП са дефинирани следните **основни (приоритетни) дейности, инструменти и канали**:

- **създаване на визуална марка за общата структурна политика на ЕС в България** - разработване на лого на НСРР, изобразяващо интервенциите на общата структурна политика на ЕС в България, с цел да се даде възможност за визуализиране и популяризиране на единната концепция, съдържаща се в НСРР. Логото следва да се използва за всички програми, заедно с логото на ЕС;
- **единен интернет портал за информация за управлението и прилагането на Структурните фондове** - www.eufunds.bg - порталът е регламентиран с

Постановление на Министерски съвет №6 от 19 януари 2007 г. Неговата цел е да предоставя обща информация на заинтересованите страни, предлагайки лесен и бърз достъп до желаната информация. Порталът следва да изпълнява две основни функции:

- да бъде интернет наръчник за информация за СКФ, насочена към широката общественост, потенциалните кандидати, социалните и икономическите партньори, общините и НПО;
 - да бъде виртуален офис, осигуряващ ограничен достъп на определена група служители от държавната администрация, които ще участват в процеса на подаване на информация за ОП. Той трябва да подпомага координацията между институциите и по-конкретно между служителите, ангажирани в процеса на усвояване на средствата от СКФ;
- *информационна мрежа на централно ниво* - съгласно КС на НСРР, ЦИО отговаря за изграждането и поддържането на информационна мрежа, включваща експертите, ангажирани с мерките за информация и публичност в рамките на УО на ОП. Целта на Националната мрежа е осъществяване на координация между планираните комуникационни дейности и осигуряване на ефикасно използване на ресурсите за разпространение на информация, предаване на единни послания за повишаване на обществената информираност по отношение на ЕС, НСРР и ОП;
 - *информационна мрежа на местно ниво* - за осигуряване на географско покритие за територията на България е приет мрежови подход на ресурсни центрове; предвижда се създаването на мрежа от 28 областни информационни центъра (ОИЦ). Тяхната координация ще бъде осъществявана от ЦИО. Тяхната цел е да гарантират правото на справедлив и пълен достъп до информация за възможностите за финансиране за всички социални, етнически и възрастови групи в страната, като осигуряват широк набор от възможности за получаване на тази информация. ОИЦ ще функционират на принципа „обслужване на едно гише”. Те ще имат на разположение специално разработена база данни, осигуряваща цялата необходима информация в структурирана и удобна за потребителите форма, което ще даде възможност да се отговаря на запитвания от всякакъв вид или те да бъдат пренасочвани компетентно, осигурявайки възможност на клиентите да задават въпроси от различен характер. Всеки ОИЦ ще разполага със специално оборудване за самоинформиране, което ще бъде разположение на посетителите в режим 24-7 (непрекъснато).

Обособени са и следните *други дейности, инструменти и канали*:

- *събития* - серии от информационни събития като публични форуми, срещи по места, семинари, конференции и представяне на помощни информационни и промоционални материали (като папки, прес-материали, химикалки, сувенири с лого по време на събитията) за постигане на висока публична осведоменост за главните стратегически и програмни документи за усвояването на СКФ на ЕС и ясно разбиране на процеса, както и осигуряване на разбиране и признаване на ролята на Общността;
- *връзки с медиите* - активен диалог с журналистите, осигуряване на съдействие за статии и програми, осъществяване на копродукции, пресконференции, брифинги, прессъобщения, журналистически дискусии и пътувания, обучения и консултации, целящи популяризиране на планираните цели и насочени към представители на медиите, широката общественост, бенефициентите, потенциалните кандидати, професионалните общности, проектните целеви групи, вътрешните целеви групи и органите, отговорни за изпълнението;
- *публикации* - оформяне, отпечатване и разпространение на материали (външни - документи, програми, доклади, насоки, плакати, брошури, листовки и т.н., и вътрешни - наръчници, инструкции, правила и т.н.) за популяризиране на мерки и отделни аспекти на процеса на управление, контрол и изпълнение на проектите, а в последствие и примери за добри практики.
- *стандартна медия* - създаване и разпространение на информационни и образователни текстове, които да се публикуват и излъчват в печатните и електронни медии, външни медии, Интернет рекламиране, телевизионни и радио предавания, рекламни филми, реклама в национални и регионални вестници и списания, редакционни и рекламни материали.

Изпълнението на КП на ОПТП по своята същност отразява изпълнението на конкретни дейности и под-дейности, заложен в Приоритетна ос 3 на ОПТП:

Мярка 1

Подпомагане на публичните информационни кампании за европейската политика за сближаване и управление на Информационната мрежа на национално ниво

- Под-дейност 1. Събития и информационна мрежа на централно ниво
- Под-дейност 2. Връзки с медиите
- Под-дейност 3. Публикации и разпространение на информация
- Под-дейност 4. Комбинация от стандартни медии

Мярка 2

Осигуряване на подходящи статистически данни и анализи и управление на единния информационен Интернет портал за СКФ

Мярка 3

Функциониране на Информационна мрежа на регионално ниво от 28 областни информационни центрове за политиката за сближаване в България.

Общият бюджет на КП на ОПТП е в размер на 16 043 777 евро, разпределени по години както следва (табл.1):

Таблица 1

Бюджет, отделен по Приоритетна ос 3 на ОП „Техническа помощ”¹

Период	Година	Средства от ЕФРР	Национално съфинансиране	Общо	% за година
N+3	2007	991 777	175 019	1 166 796	7,3
	2008	1 451 832	256 206	1 708 038	10,7
	2009	1 976 837	348 854	2 325 691	14,5
	2010	2 083 074	367 601	2 450 675	15,3
N+2	2011	2 230 131	393 553	2 623 684	16,3
	2012	2 378 010	419 649	2 797 659	17,4
	2013	2 525 549	445 685	2 971 234	18,5
Общ бюджет (в евро)		13 637 210	2 406 567	16 043 777	100,00%
Общ бюджет (в лв.)		26 672 064	4 706 836	31 378 900	100,00%
% от бюджета на ОПТП		24%	4%	28%	-

III. Мониторинг и оценка на КП на ОПТП

3.1. Дефиниции

Както е записано в Комуникационната стратегия на НСРР за програмен период 2007-2013 г., мониторингът и оценката са взаимосвързани инструменти, които се използват за целите на управлението.

Мониторингът е продължаващ във времето систематичен процес на набиране и анализ на информация за целите на управлението и отчетността, както и за вземане на текущи и последващи решения. Целта на мониторинга е предоставянето на ключова информация за осъществения напредък на компетентните органи, отговорни за изпълнението и контрола на Оперативна програма „Техническа помощ” и НСРР, както и пред други заинтересовани страни.

¹ Източник: КП на ОПТП

Ефективността на оперативните функции изисква пряка връзка между процеса на мониторинг и оценка. Системата за мониторинг трябва да бъде разработена по начин, позволяващ своевременно набиране на релевантни данни, които да имат ефективен практически принос и към процеса на оценяване.

Европейската комисия определя оценката като “оценяване на интервенции по отношение на техните преки резултати и дълготрайни ефекти, както и на потребностите, които целят да задоволят”.² Терминът “интервенция” може да се отнася до политика, програма или проект, а в конкретния случай фокусът е върху комуникационната политика. Оценката трябва да се базира на внимателно планиране и последователно изследователски техники, при спазване на изискването оценителния процес да не се влияе от лични и субективни мнения. Оценителният процес представлява формиране на оценка въз основа на определени критерии.

Таблица 2

Критерии за оценка	За целите на:	Етап на оценка
Съответствие (relevance)	- програмирането - изпълнението	- предварителна - текуща
Ефективност (effectiveness)	- изпълнението	- текуща - последваща
Ефикасност/ полезност (efficiency)	- изпълнението - отчетността	- текуща - последваща
Въздействие и устойчивост (sustainability)	- отчетността	- текуща - последваща

Всички оперативни програми в България, включително ОПТП, бяха обект на предварителна оценка през периода 2006-2007 г., като резултатите и препоръките са взети предвид в окончателните варианти на програмите, одобрени от ЕК.

Текущата оценка се отнася до оценителните дейности, които ще се извършват в периода на изпълнение на КП. Функцията на ориентираната към резултатите оценка е да подпомага изпълнението на плана и насочва управленските решения към промени с цел подобряване на качеството и ефективността.

Заклученията на последващата оценка обобщават постигнатото, вадят заключения относно трайността на резултатите и въздействието и трябва да се имат предвид при подготовката и планирането на бъдещи комуникационни планове и стратегии.

3.2. Видове мониторинг и оценка

² Communication on Evaluation: *Focus on Results: Strengthening Evaluation of Commission Activities* (SEC(2000) 1051).

Настоящата методика разграничава два вида мониторинг и оценка (M&O), съответно два вида индикатори:

оперативни M&O → **индикатори за изпълнение на комуникационни дейности**

стратегически M&O → **индикатори за изпълнение на КП на ОПТП**

Оперативните мониторинг и оценка служат най-вече на Управляващия орган и/или ЦИО за ежедневната работа по изпълнението на Комуникационния план и неговите дейности.

Стратегическите мониторинг и оценка следват предписанията за отчетност и докладване към Комитета за наблюдение на ОПТП, Централния информационен офис, Комитета за наблюдение на НСРР и Европейската комисия. Затова, в този случай, вниманието следва да се фокусира върху заложените в Комуникационния план индикатори.

3.3. Целеви групи

В Комуникационния план на ОПТП са дефинирани *три основни целеви групи*, които предопределят избора на комуникационни канали и инструменти. Целевите групи са:

Вътрешни

- в Министерството на финансите:
 - Централно координационно звено - дирекция „Управление на средствата от ЕС”;
 - Сертифициращ орган (СО) - дирекция „Национален фонд”;
 - Одитиращ орган (ОО) - Изпълнителна агенция „Одит на средствата от ЕС” към МФ;
 - Управляващ орган (УО) на ОПТП;
 - Централен информационен офис (ЦИО);
- Комитет за наблюдение на НСРР;
- Комитет за наблюдение на ОПТП;
- потребители на ИСУН на всички нива на администрацията.

Отчитайки настъпилите промени в административните структури на национално ниво, в тази група се включват и ресорните дирекции в МС, отговорни за координацията и наблюдението на средствата от ЕС на национално ниво, Съвет за управление на средствата от ЕС и „Координация на борбата с правонарушенията, засягащи финансовите интереси на Европейските общности” в Министерство на вътрешните работи.

Външни

- широката общественост в България;
- регионалните и местните власти;

- лицата, вземащи решения и институциите, които участват в програмирането за
- следващия период;
- гражданите на Европейския съюз.

Имайки предвид общите и специфичните цели на КП, основният фокус на комуникацията е поставен върху широката общественост в България.

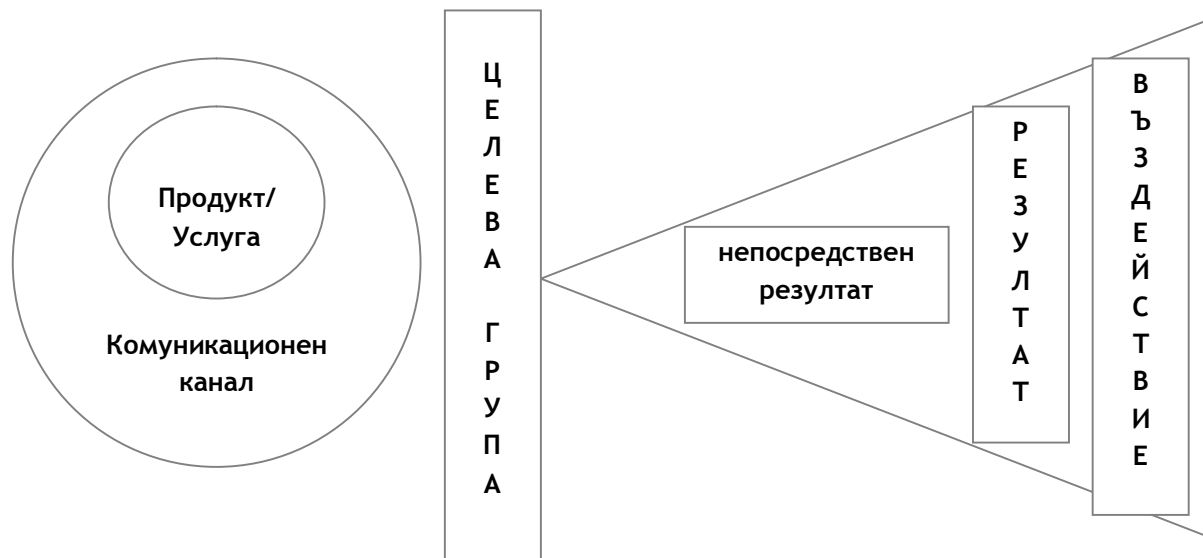
Медиатори

- социално-икономически партньори (работодателски и синдикални организации);
- неправителствени организации;
- средствата за масово осведомяване - журналисти;
- лидери на общественото мнение;
- политици;
- експерти или звена в рамките на УО и МЗ на ОП, отговорни за мерките за информация и публичност;
- Информационна служба на ЕК и информационни центрове на ЕК, регионални информационни центрове на ЦИО и други.

Разделението на целевите групи не дефинира взаимноизключващи се категории, а задава рамка за разработването на подходящи комуникационни продукти/ услуги, както и за подбора на най-ефективни комуникационни канали. Типът целева група е логически свързан с индикаторите, въз основа на които ще се оценява изпълнението на Комуникационния план на ОПТП.

Схемата по-долу визуализира пътя от различните форми на “посланието” през комуникационния канал до целевата група, като се постигат непосредствени резултати, резултати и въздействие, който следва да могат да бъдат измерени с индикатори.

Схема 1.



3.4. Провеждане на мониторинг и оценка

3.4.1. Медиян мониторинг и архивиране

Успешната реализация на Комуникационния план на ОПТП и оценката на ефекта от отделните комуникационни дейности изисква регулярно получаване на навременна и систематизирана информация за представянето на оперативната програма в националните и регионалните медии. Тази информация трябва да се получава под формата на медиян клипинг - преглед или мониторинг на основните национални и регионални медии.

В медияния клипинг се включват материали, отговарящи на следните ключови думи:

- Структурни и Кохезионен фондове; структурни инструменти; европейски фондове; фондове на ЕС; еврофондове, европари, евросредства и възможните съкращения и вариации, средствата по оперативните програми - *всички материали, в които се споменават средствата на ЕС за България, отпуснати по фондовете;*
- Кохезионна политика на ЕС/ Политика на сближаване на ЕС/ Регионална политика на ЕС - *всички материали, в които е изписано по тези начини, т.е. тези конкретни ключови думи;*
- Национална стратегическа референтна рамка 2007-2013 г. (НСРР), Комуникационна стратегия (КС) на НСРР и възможните съкращения, включително общи материали за Рамката; материали, свързани с Национален

план за развитие, Европейския фонд за регионално развитие, Европейски социален фонд; слоган и лого на НСРР, Комитет за наблюдение на НСРР, Комуникационна стратегия на НСРР, слоган и лого на НСРР;

- Оперативна програма „Техническа помощ” 2007-2013 г. (ОПТП) и възможните съкращения, както и:
 - Общи материали за ОПТП; Данни за усвояемост; Запознавателни данни; Материали за други оперативни програми, където се споменава за техническа помощ; Информации за Европейския фонд за регионално развитие; Комитет за наблюдение, Комуникационен план, Слоган и лого на ОПТП
 - Приоритетна ос 1 на ОПТП: Подпомагане реализирането на дейностите на структурите на централно ниво: Централното координационно звено, Сертифициращия орган, Одитиращия орган, Комитета за наблюдение на НСРР, Управляващия орган на ОПТП и Комитета за наблюдение на ОПТП. Мерки за изграждане на капацитет на институциите, работещи по Структурните фондове, включително: Мярка 1: Техническа помощ за Централното координационно звено; Мярка 2: Техническа помощ за Сертифициращия орган; Мярка 3: Техническа помощ за Одитиращия орган; Мярка 4: Осигуряване на подкрепа за изпълнението на оперативна програма „Техническа помощ”; Мярка 5: Подкрепа на структурите, отговорни за изпълнението на Структурните фондове, по-специално на местно ниво чрез осигуряване на обучения и други мерки за укрепване на капацитета в съответствие с идентифицираните нужди
 - Приоритетна ос 2 на ОПТП: Допълнително разработване и подпомагане на функционирането на Унифицирана информационна система за управление и наблюдение, включително: Мярка 1: Цялостна подкрепа за стартирането на ИСУН, функционирането, допълнителното разработване и адаптиране на софтуера; Мярка 2: Постоянна подкрепа и обучение за потребителите на ИСУН; Мярка 3: Създаване на помощна система (Help Desk) за ИСУН; Мярка 4: Осигуряване на хардуер за нуждите на ИСУН
 - Приоритетна ос 3 на ОПТП: Популяризиране на европейската кохезионна политика и нейните цели в България и осигуряване на обща и статистическа информация, включително: Мярка 1: Подпомагане на публичните информационни кампании за европейската кохезионна политика; Мярка 2: Осигуряване на подходяща статистическа информация, данни и анализи на въздействието през текущия и през следващия програмен период; Мярка 3: Функциониране на национална мрежа от областни информационни центрове за кохезионната политика в България

- Министерство на финансите/ министър на финансите, като ресорно министерство на ОПТП, включително:
 - интервюта: вицепремиер и министър на финансите, заместник-министри на финансите; ръководител на УО на ОПТП, ръководител на Сертифициращия орган и други официални представители на МФ;
 - общи материали; информация; системата LOTNAR; статии и коментари; административен капацитет; координация с ЕК и други институции

- Съвет за управление на средствата от ЕС:
 - материали, изказвания и цитати на министър председателя на Р България, секретаря на Съвета за управление на средствата от ЕС (СЕВ); членове на СЕВ; информация; статии; административен капацитет; комуникация и координация с ЕК и други институции;
 - интервюта: министър председател, секретар на Съвета за управление на средствата от ЕС, директори на дирекции в МС, съветници, други официално представители на МС;
 - общи материали, включително материали относно Съвета по европейски въпроси.

За осигуряване на пълнота при провеждането на медиен мониторинг е препоръчително към клипинга, базиран на гореизброените ключови думи, да се добавя и справка за останалите шест оперативни програми по брой материали:

- ОП “Регионално развитие” 2007-2013 г., приоритети, бенефициенти, изпълнители, лого и слоган, УО на ОПРР, Министерство на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ)
- ОП “Транспорт” 2007-2013 г., приоритети, бенефициенти, изпълнители, лого и слоган, УО на ОПТ, Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МИТС);
- ОП “Развитие на човешките ресурси” 2007-2013 г., приоритети, бенефициенти, изпълнители, лого и слоган, УО на ОПЧР, междинни звена, Министерство на труда и социалната политика (МТСП)
- ОП “Околна среда” 2007-2013 г., приоритети, бенефициенти, изпълнители, лого и слоган, УО на ОПОС, междинно звено, Министерство на околната среда и водите (МОСВ)
- ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007-2013 г., приоритети, бенефициенти, изпълнители, лого и слоган, УО на ОПРКБИ, междинно звено, Министерство на икономиката, енергетиката и туризма (МИЕТ)
- ОП “Административен капацитет” 2007-2013 г., приоритети, бенефициенти, изпълнители, лого, слоган, УО на ОПАК, Министерство на финансите (МФ).

Примерен формат за справка за шестте оперативни програми

Оперативна програма	Брой материали
Общо за деня	... (сумарно)
ОП “Регионално развитие”	...
ОП “Транспорт”	...
ОП “Развитие на човешките ресурси”	...
ОП “Околна среда”	...
ОП “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика”	...
ОП “Административен капацитет”	...

Медийният клипинг трябва да обхваща минимум националните телевизии, националните новинарски радиостанции, националните ежедневници и седмичници, както и водещите регионални печатни издания, периодичните издания с бизнес тематика, основните новинарски интернет сайтове и специализираните издания по темата. Предвид интензивното развитие на медийния пазар, при необходимост, този списък следва да бъде актуализиран и /или допълван и/или съкращаван.

По-долу е представен примерен списък с медии, актуален към датата на разработване на настоящия документ, които следва да бъдат обхванати:

Национални телевизии:

bTV, Нова телевизия, Българска национална телевизия

Национални новинарски радиостанции:

Дарик радио, Българско национално радио - Програма Хоризонт

Национални печатни издания:

а. Седмичници: в. 168 часа, в. Банкеръ, в. Капитал, в. Кеш, в. Политика, в. Седем, в. Поглед, в. Национална бизнес поща, в. Икономически живот

б. Ежедневници: в. 24 часа, в. Дневен труд, в. Дневник, в. Дума, в. Експрес, в. Земя, в. Класа, в. Монитор, в. Новинар, в. Нощен труд, в. Пари, в. Сега, в. Седмичен труд, в. Стандарт, в. Телеграф, в. Атака

Водещи регионални печатни издания:

в. 24 часа - Бургас, Варна и Пловдив, в. Дневен труд - Бургас, Варна и Пловдив, в. Струма - Благоевград, в. Черноморски фар - Бургас, в. Черно море - Варна, Народно дело - Варна, в. Борба - Велико Търново, Янтра днес - Велико Търново, в. Конкурент - Враца, в. 100 вести - Габрово, в. Нова добруджанска трибуна - Добрич, в. Марица - Пловдив, в. Марица - Хасково, в. Бряг - Русе, в. Утро - Русе, в. Сливенски новини - Сливен, в. Старозагорски новини - Стара Загора, в. Новинар - Юг - Хасково, в. Шуменска зря - Шумен

Периодични издания: сп. Businessweek, сп. Банки, сп. Инвестиции и пари, сп. БМ, сп. Мениджър, сп. ПИК, сп. Твоят бизнес, сп. Тема, в. Еврорегион

Новинарски интернет сайтове: www.actualno.com, www.dir.bg, www.dnes.bg, www.econ.bg, www.europe.bg, www.dariknews.bg, www.money.bg, www.focus-news.net, www.investor.bg, www.mediapool.bg, www.netinfo.bg, www.news.bg, www.novinite.com, www.vsekiden.com.

Актуализацията и/или допълнението на списъка се извършва по предложение на възложителя и се съгласува с избрания изпълнител. При предложение за актуализация на списъка от страна на изпълнителя, предложението се представя на възложителя в писмена форма, с изрична обосновка на мотивите за промяната.

3.4.1.1. Формат на клипинга. Видове клипинг

Прегледът на информацията в медиите се организира в MS Word (.doc) формат, размер на страницата А4. Осъществява се дневно и целево (например, при публично събитие, финансирано по ОПТП).

Дневният клипинг представлява файл с текстове. Файлът е подреден по типове медии, както следва - телевизии и радиостанции, национални печатни издания, включително специализирани, регионални печатни издания, периодични печатни издания, интернет издания. Файлът трябва да съдържа минимум:

- Заглавна страница, включваща символа на ЕС, лого и слоган на Оперативна програма „Техническа помощ”, логото на НСРР, заглавие на документа, дата на клипинга;
- Обобщение на материалите за деня по типове медии, в реда, посочен по-горе, под формата на таблица
- Съдържание по типове медии с връзка (линк) към съответния материал, като линкът съдържа минимум име на медията, заглавие на материала и номер на страница във файла
- Преглед на информацията в медиите в указания формат

Във всеки файл, над всеки текст се изписва минимум следната информация - наименование на медията; дата на публикуване/ излъчване; заглавие (в случаите, в които има заглавие); за печатните издания - номер на страницата; размер на материала в брой думи; за интернет изданията - линк към интернет страницата, на която е публикуван материалът; размер на материала в брой думи; за електронните медии - пореден номер на обекта в емисията новини; поредност на анонса (ако е анонсирана); продължителност в секунди и размер на материала в брой думи.

Информацията от различните типове медии трябва да бъде представена, както следва: за телевизиите и радиостанциите - форматиран текст; за печатните медии - форматиран текст; за интернет сайтовете - форматиран текст с линк към страницата.

По поръчка на Управляващия орган или ЦИО може да бъде изработен и **целев клипинг** - например за проследяване на медийното отразяване на публично събитие. Целевият клипинг обхваща период от минимум 7 календарни дни от датата на провеждане на събитието (включително със съответния ден). Публикуваните и излъчените в медиите материали се обобщават в отделен файл, който се изпраща на Управляващия орган на ОПТП и/или ЦИО допълнително и който съответства на изискванията за форматиране и представяне на съдържанието за дневния клипинг.

3.4.1.2. Начин на получаване

Възможни са два варианта на предоставяне на медийния клипинг.

Първи вариант. Клипингът се изпраща по електронна поща на списък от получатели, предварително определен от Управляващия орган на ОПТП и ЦИО.

Втори вариант. Информацията се публикува на интернет страница, достъпът до която е ограничен с потребителско име и парола. Достъпът до страницата трябва да бъде обвързан и с IP адрес, посочен от Управляващия орган на ОПТП или ЦИО. В зависимост от материалите, които Управляващият орган на ОПТП или ЦИО желае да бъдат публикувани там, изпълнителят следва да предложи и възможност за дефиниране на две или повече нива на достъп. Предоставянето на пароли със съответните нива на достъп е отговорност на изпълнителя, а определянето на нивата на достъп на отделните потребители и разпределението на паролите между потребителя е отговорност на УО на ОПТП, съответно ЦИО.

Трети вариант. Клипингът се публикува на интранет страницата на МФ в рубриката „Преглед на печата”. УО на ОПТП или ЦИО предоставя отделна парола на Изпълнителя с ограничени права да публикува информацията и права да прави преглед на публикуваните вече документи в рубриката. Права за изтриване на вече публикувана информация имат само експертите от УО на ОПТП или ЦИО.

Дневният медия клипинг трябва да бъде получаван най-късно до 9,30 ч., всеки работен ден, независимо от избрания вариант на предоставяне. Съботно-неделният преглед следва да бъде изпращан или ъплоудван в интернет най-късно в понеделник.

Целевият медиен мониторинг се изготвя в рамките на два работни дни от края на седемдневния период, който се обобщава.

3.4.1.3. Архивиране

Медийният архив представлява папки и под-папки (folders and sub-folders), в които материалите от клипинга са хронологично подредени и разпределени по следната схема:

Схема 2. Архивиране на информацията от медийния мониторинг

Папка Кохезионна политика на ЕС/Политика на сближаване 2007-2013 г.
общи материали; обща информация; данни от европейските институции; регионални политики; териториално сътрудничество; принос на Кохезионната политика към развитието на българската икономика; сравнения между държави-членки, включително България
Папка Национална стратегическа референтна рамка (НСРР) 2007-2013 г. и структурните инструменти като цяло
Общи материали; обща информация; данни за усвояемост; познавателни данни; материали за всички оперативни програми или за Структурни и Кохезионен фондове (СКФ), структурни инструменти, европейски фондове, фондове на ЕС, еврофондове; национален план за развитие; информации за Европейския фонд за регионално развитие, Кохезионен фонд, Европейски социален фонд; слоган и лого на НСРР, Комитет за наблюдение, Комуникационна стратегия на НСРР, слоган и лого на НСРР
Папка Оперативна програма “Техническа помощ” 2007-2013 г. (ОПТП; ОП “Техническа помощ”, програма Техническа помощ и всички възможни съкращения)
Общи материали; обща информация; данни за усвояемост; познавателни данни; материали за други оперативни програми, където се споменава за техническа помощ; информации за Европейския фонд за регионално развитие; Комитет за наблюдение на ОПТП; Комуникационен план на ОПТП; слоган и лого на ОПТП
Папка Приоритетна ос 1 на ОПТП: Подпомагане реализирането на дейностите на структурите на централно ниво: Централното координационно звено, Сертифициращия орган, Одитиращия орган, Комитета за наблюдение на НСРР, Управляващия орган на ОПТП и Комитета за наблюдение на ОПТП. Мерки за изграждане на капацитет на институциите, работещи по Структурните фондове
Под-папки: Мярка 1: Техническа помощ за Централното координационно звено; Мярка 2: Техническа помощ за Сертифициращия орган; Мярка 3: Техническа помощ за Одитиращия орган; Мярка 4: Осигуряване на подкрепа за изпълнението на ОПТП; Мярка 5: Подкрепа на структурите, отговорни за изпълнението на Структурните фондове, по-специално на местно ниво чрез осигуряване на обучения и други мерки за укрепване на капацитета в съответствие с идентифицираните нужди
Папка Приоритетна ос 2 на ОПТП: Допълнително разработване и подпомагане на функционирането на Унифицирана информационна система за управление и наблюдение
Под-папки: Мярка 1: Цялостна подкрепа за стартирането на ИСУН, функционирането, допълнителното разработване и адаптиране на софтуера; Мярка 2: Постоянна подкрепа и обучение за потребителите на ИСУН; Мярка 3: Създаване на помощна система (Help Desk) за ИСУН; Мярка 4: Осигуряване на хардуер за нуждите на ИСУН
Папка Приоритетна ос 3 на ОПТП: Популяризиране на европейската кохезионна политика и нейните цели в България и осигуряване на обща и статистическа информация
Под-папки: Мярка 1: Подпомагане на публичните информационни кампании за европейската кохезионна политика; Мярка 2: Осигуряване на подходяща статистическа информация, данни и анализи на въздействието през текущия и през следващия програмен период; Мярка 3: Функциониране на национална мрежа от областни информационни центрове за кохезионната политика в България
Папка Министерство на финансите/ вицепремиер и министър на финансите

Под-папки: Обща: материали; информация; системата LOTNAR; статии и коментари; административен капацитет; координация с ЕК и други институции; Интервюта: Министър на финансите, заместник-министри, ръководител на УО на ОПТП, други официални представители на МФ
Папка Съвет за управление на средствата от ЕС
Под-папки: Информация: статии; административен капацитет; комуникация и координация с ЕК и други институции; Интервюта: министър председател, секретар на СЕВ, членове на СЕВ, директори на дирекции в МС, съветници, други официални представители на МС; Обща: материали, включително относно Съвета по европейски въпроси
Други
Материали, които отговарят на критериите за да бъдат в медийния клипинг, но не могат да бъдат позиционирани в гореизброените папки

Архивът се предоставя на Управляващия орган на ОПТП или ЦИО поне един път месечно на електронен носител.

3.4.2. Анализ на съдържанието (контент анализ)

3.4.2.1. Дефиниция

„Контент анализът по своята същност е ръчно или автоматизирано кодиране (присвояване на числова стойност на дума, фраза, характеристика) на документи, стенограми, вестници и аудио/видео материали с цел регистриране на броя на думите, фразите или групите от думи и фрази за целите на статистически анализ” (Берелсон, 1952 г.)

Контент анализът се използва за описание на тенденции в съдържанието, за отсяване на информационни акценти сред широк набор от теми, за оценка на различията в тематичното представяне и стила при отделни групи (например по типове медии, по автори и т.н.) и други. Той дава възможност за тестване на зависимости между различни теми, между теми и автори, между теми и характеристики на материалите и т.н.

3.4.2.2. Съдържание

Контент анализът трябва да обхваща текстовете, големината (продължителността) и позиционирането на материалите (независимо дали са печатни, аудио или видео). Приложението на метода се базира върху систематизираната под формата на дневен клипинг информация.

3.4.2.3. Основания за подбор

Материалите, които се включват в контент анализа трябва да са пряко или косвено свързани с финансовата рамка от ЕС за България за периода 2007-2013 г., в т.ч. информация, анализи, данни, коментари и др. отнасящи се за:

- Структурни и Кохезионен фондове на ЕС в България;
- Оперативна програма „Техническа помощ” 2007-2013 г. (ОПТП) и всички нейни приоритени оси и бенефициенти;
- Национална стратегическа референтна рамка 2007-2013 г. (НСРР), както и в частност Комуникационната стратегия на НСРР;
- Кохезионна политика на ЕС/Политика на сближаване на ЕС/Регионална политика, когато се споменава и България;
- Оперативните програми (в мн. ч.)³.

3.4.2.4. Схема за контент анализ

Общият подход към оценката на представянето на фондовете и конкретно ОПТП в медиите трябва да е маркетингов и да изхожда от презумпцията, че фондовете на ЕС марка, с типичните особености на всяка друга марка, която следва да бъде наложена на пазара, популяризирана и познана от обществеността.

Схемата на регистрация и форматът на контент анализа трябва да бъдат съобразени изцяло със специфичните нужди на Управляващия орган на ОПТП и ЦИО. Същевременно, с оглед финалното отчитане на изпълнението на Комуникационния план, се изисква осигуряването на сравнимост на данните, включени в контент анализите през целия период. По тази причина, всички промени в предложената схема за контент анализ трябва да бъдат методически обосновани и съгласувани с Управляващия орган и ЦИО.

Тъй като анализът обхваща много и различни по начин на достигане до аудиторията медии, трябва да бъдат подбрани характеристики, които са сравними (или които след допълнителна обработка да могат да бъдат сведени до сравними) и с еднаква тежест при всеки тип медия.

Схемата за контент анализ на материалите, свързани с НСРР и ОПТП в медиите трябва да съдържа минимум следните раздели:

1. общо описание на изданието/предаването
2. характеристика на конкретната публикация/аудио или видео материал
3. анализ на съдържанието
4. анализ на отношението и въздействието.

³ Материалите, засягащи само една оперативна програма извън ОПТП, се анализират в рамките на бюджета по съответната програма и не само не следва да се анализират тук, но, ако това се прави, има риск от припокриване (overlap).

По-долу е представено примерно описание на съдържанието на всеки раздел.

Раздел 1. Общо описание на изданието/ предаването - разделът касае медията, в която е поместен/ излъчен материалът и нейните най-обща характеристики. Регистрират се елементите: име на медията, тип медия, честота на издаване, обхват, дата на издаване/ излъчване, ден от седмицата.

Данните от този раздел трябва да бъдат използвани при изчислението на индикаторите за резултат „Брой излъчвания в аудио-визуалните медии” и „Брой публикации в печатните и интернет медиите”.

Раздел 2. Характеристика на публикацията, аудио или видео материала - отнася се до конкретния материал и неговите особености. Регистрират се елементите: име на предаването, поредност на излъчване в общия блок, наличие на предварителен анонс в новинарските емисии, продължителност в секунди (за електронните медии); номер на страницата, наличие на пренос от първа страница (за печатните медии); обем на материала в брой думи (за всички медии); автор на материала; жанр; източник на информацията.

Раздел 3. Анализ на съдържанието - обхваща съдържателните аспекти на материала. Регистрираните елементи са: брой на информационните акценти; основна или периферна е темата за фондовете/ОПТП; кратко описание с ключови думи; насоченост; други теми, извън основната; обект в материала - проект/бенефициент/МФ и т.н.; брой повторения на ЕК/ЕС; броя повторения на структурни фондове, ЕФРР, Кохезионен фонд; брой повторения НСРР и ОПТП.

Раздел 4. Анализ на отношението и въздействието - касае отношението на медията (или конкретния автор) към дискутираната тема. Регистрира се: общо отношение на медията, което включва отношение към фондовете и НСРР; Оперативна програма „Техническа помощ”, към проектите и бенефициентите по ОПТП, както и отношение в останалата част; тон на заглавието.

3.4.2.5. Честота на предоставяне

Резултатите от контент анализа се представят в два варианта - седмичен и месечен.

Седмичният контент анализ се предоставя в електронен вид в MS Excel формат, в рамките на три работни дни от изтичането на седмицата, подлежаща на обработка.

Месечният контент анализ се представя под формата на доклад с приложения, изводи и препоръки в MS Word формат. Разработва се в срок от 15 работни дни от приключването на месеца, който подлежи на анализ.

3.4.2.6. Формати (седмичен, месечен)

а. седмичен контент анализ

Файлът трябва да бъде организиран в минимум четири sheet-а със следното съдържание:

- пълна база данни - това са всички данни от медийния клипинг, които подлежат на включване в контент анализа. В тази таблица всеки материал се описва на отделен ред. Информация може да се филтрира по различни признаци, така че да има възможност за директно сравнение (например, по автор на статията, по име на медията и т.н.);
- показатели в обобщен вид - тази част от файла съдържа всички показатели в обобщен вид, разпределени по седмици и сумарно. За да могат тези данни да бъдат използвани за допълнителни изчисления, те са в абсолютни стойности, а не в проценти;
- графично представяне - показателите (там, където данните позволяват) са представени графично.
- схема за анализ - за удобство на Управляващия орган на ОПТП и ЦИО е представена и използваната схема за контент анализ. Така всеки потребител може да направи бърза справка по какъв начин се регистрира всеки показател и какви скали са използвани.

Примерни формати са представени в Анекс 4.

б. месечен контент анализ

Докладът на база на контент анализа се представя под формата на текст с таблични и графични приложения на хартия и в електронен формат. Изработва се на база данните от седмичния мониторинг, като се филтрират данните само за съответния месец. Документът трябва да има минимум следното съдържание:

- заглавна страница - лого и слоган на ОПТП, символът на ЕС, лого на НСРР, заглавие, изследван период;
- съдържание с връзки към всяка глава от доклада;
- методически бележки - общо описание на метода, обхванатия период, специфики на анализа (ако има такива);
- тема на месеца и критични области;
- анализ на представянето в медиите - общо за фондовете и ОП „Техническа помощ”; преглед на съотношението на материалите по тип медии, по жанр, по автор; проследяване на отношението на медиите и т.н.;

- изводи и препоръки;
- приложения, в т.ч. едномерни разпределения под формата на таблици и графики; списък, под формата на таблица, с всички публикации за месеца и основни техни характеристики (изведени от пълната база данни); текстове на публикациите/ стенограми от излъчванията на всички материали, върху които е базиран контент анализът.

3.4.3. Провеждане на проучвания

3.4.3.1. Дефиниции

Изследването (проучването) е система от методологически инструменти за събиране, обработка и интерпретация на данни, чиято основна функция е да подпомага вземането на управленски решения и решаването на възникнали проблеми.

Според изследователските задачи и използваните методи за набиране на информацията, различаваме количествени и качествени проучвания.

Количествените проучвания се използват за набиране на голяма по обем структурирана информация, за която е необходимо постигане на определена точност. Изследването може да бъде извадково или изчерпателно, но данните при всички случаи се получават директно от изследваните лица. Основните количествени методи за набиране на информация са анкета (въпросник за самостоятелно попълване); пряко интервю в дома, на работното място на респондента или на улицата; телефонно интервю.

Качествените проучвания се използват при необходимост от анализ на нови аспекти, неизвестни нюанси, алтернативни гледни точки, нестандартни идеи, свързани с изследвания проблем. Броят на респондентите е ограничен. Основните качествени методи са:

- дълбочинно интервю - представлява разговор с един човек, който продължава между 60 и 90 минути, в зависимост от целите и задачите на изследването. Разговорът се записва на аудио или видео касета. Дешифрираният в текст запис се нарича „стенограма”.
- фокус група - разговор с 6 до 8 души от определени целеви групи, който продължава между 90 и 120 минути. Обсъждат се няколко теми, в зависимост от целите на изследването. Разговорът се записва на аудио и/или видео касета. Представителите на УО трябва да имат възможност да наблюдават дискусиата зад огледално стъкло и да задават допълнителни въпроси при нужда.
- case study (изследване на случаи) - насочен е към подробно описание и анализ на отделна проблемна ситуация. Използват се различни източници, информацията се подрежда в хронологическа последователност, наличието на много детайли е от особена важност.

В зависимост честотата на провеждане и тематичния обхват и задълбоченост, могат да бъдат обособени следните типове изследвания:

- ad-hoc - провеждат се еднократно и засягат определен проблем или група от проблеми. Препоръчва се, когато е необходимо да бъдат получени задълбочени познания по определен въпрос и разработката на детайлен анализ;
- continuous - провеждат се през определен период от време, обикновено с панел от едни и същи респонденти, който се подновява на определен принцип (например, на всяка вълна от изследването по 10% от участниците);
- омнибус - изследване, в което са включени блокове въпроси. Препоръчва се, когато броят на въпросите е по-малък от 10.

3.4.3.2. Регулярни национални представителни проучвания

Измерването на индикаторите за информираност на аудиторията, познаване и нагласи по отношение на ОПТП, Структурните и Кохезионния фондове на ЕС, се осъществява чрез минимум едно национално представително изследване сред населението годишно.

В зависимост от конкретните информационни нужди на УО и ЦИО към момента на провеждането на проучванията и необходимия набор от теми, който трябва да бъде обхванат, са налице два варианта. Първият, въпросите по темата (в случай, че са под 10), да бъдат включени в изследване тип „омнибус”, и вторият - да бъде проведено самостоятелно (ad-hoc) изследване, когато е необходимо набирането на по-голяма по обем и по-задълбочена информация.

За да има пълна сравнимост между данните от 2007 година и стойностите за следващите периоди, е препоръчително да се използва същата методология за набиране на информацията, каквато е използвана в „нулевото замерване”.

Въпросникът по изследването трябва да включва минимум следните 3 въпроса:

1. Чували ли сте за:

Посочете по един отговор на всеки ред!

1. да
2. не

1. Национална стратегическа референтна рамка	
2. Оперативна програма „Техническа помощ”	
3. Кохезионна политика на ЕС (наричана още регионална политика)	
4. Структурните (и Кохезионния) фондове на ЕС	

2. Как бихте оценили информираността си за структурните фондове на ЕС?

ПРОЧЕТЕТЕ! Само един отговор

1. много добра
2. по-скоро добра
3. по-скоро слаба
4. много слаба
5. изобщо не съм информиран/а

3. Търсили ли сте някога, независимо по какъв повод, информация във връзка със структурните фондове на ЕС?

ПРОЧЕТЕТЕ! Само един отговор

1. да, и намерих бързо
2. да, но намерих трудно
3. да, но не можах да намеря информация
4. не

Други два ключови въпроса, които биха могли да бъдат включени, предвид важноста и възможните ефекти от фондовете на ЕС в България, са следните:

4. Като страна-членка, България получава финансиране от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС. Според вас, доколко ще бъдат усвоени средствата от европейските фондове от България?

ПРОЧЕТЕТЕ! Само един отговор

1. ще бъдат усвоени изцяло
2. ще бъде усвоена голямата част от тях
3. ще бъде усвоена малка част от тях
4. изобщо няма да бъдат усвоени
5. не мога да преценя

5. Какви са вашите очаквания за ефекта от усвояването на европейските структурни фондове върху българската икономика?

ПРОЧЕТЕТЕ! Само един отговор

1. ще има значителен ефект
2. ще има частичен ефект
3. няма да има никакъв ефект
4. не мога да преценя

При необходимост от изследване на други проблематични области, Управляващият орган на ОПТП или ЦИО следва да ги дефинира и да постави основните въпроси, които го интересуват. Задължение на изпълнителя е да разработи изследователския инструментариум, като междинните и крайният вариант трябва да бъдат одобрени от Управляващия орган на ОПТП, съответно ЦИО.

В зависимост от типа изследване, резултатите се представят под формата на основни изводи и препоръки с приложения (при омнибус) или като аналитичен доклад с изводи, препоръки и приложения - едномерни и двумерни разпределения (при ad-hoc изследване). Препоръчителният срок на изпълнение е 4 седмици.

При подготовката на докладите следва да се имат предвид и предстоящите през 2010 г. и 2014 г. стратегически оценки на Комуникационния план по ОПТП, в рамките на които трябва да бъде отчетен напредъкът по заложените цели.

Таблица 3. Примерна таблица за представяне на напредъка по изпълнението на КП на ОПТП (Година X)

ЦЕЛИ	Постижения за ГОДИНА X
------	------------------------

ЦЕЛИ	Постижения за ГОДИНА X
Общи цели	<i>(примерен метод за отчитане на напредък)</i>
Да информира за наличието, ползата и изпълнението на СКФ в България;	Познаваемост на СКФ
Да способства за пълната прозрачност на изразходването и управлението на публичните средства на ЕС	Оценка на информацията за СКФ: Показател „ясна” Показател „достоверна” Показател „конкретна” Показател „актуална”
Да популяризира постиженията и резултатите от дейностите по фондовете на ЕС в България	Информираност за СКФ
Специфични цели	
Да подкрепя добре функциониращите информационни мрежи на централно и местно ниво;	Брой проведени заседания на информационната мрежа на национално ниво Брой създадени ОИЦ
Да способства за постигането на целите на КС на НСРР;	Познаваемост на СКФ
Да комуникира основните цели, мерки и дейности на ОПТП, като подпомага успешната комуникация между участниците за постигането на диалог между страните, който да бъде взаимно полезен и в полза за цялото общество.	Степен на удовлетвореност на целевите групи от организирания събития/ кампании

3.4.3.3. Конкретни проучвания (изследвания за удовлетворяване на конкретни информационни нужди)

а. Изследвания за тестване на информационни, рекламни и промоционални материали

Оценката на информационни и рекламни материали се осъществява чрез използването на качествени методи (обикновено фокус групи). Участници във фокус групите са типични представители на целевата аудитория, например потенциални бенефициенти, широка общественост и т.н. Минималният брой на фокус групите е 2. За провеждането на изследването Управляващият орган на ОПТП или ЦИО следва да представи мостри на материалите, във вид близък до окончателния. Дискусията се провежда в рамките на 90-120 минути. Участват от 8 до 10 души. Разговорът се води от модератор. При приключването на дискусията участниците попълват количествени въпросници за оценка на всеки от представените материали.

При тестването на информационни, рекламни и промоционални материали в разговора и в по-съкратен вариант - във въпросника за количествена оценка, следва да бъдат включени минимум следните теми:

- въведение - представяне на участниците, навлизане в темата, оценка на заинтересоваността и познанията им по темата;
- представяне на материалите - цели, структура, визуализация;
- оценка на съдържанието - точност и разбираемост на текстовете, възможност за бързо намиране на необходимата информация, наличие на отговор на

основните въпроси на потребителите, съответствие на съдържанието с целите на материала;

- оценка на дизайна - общ изглед, шрифтове, цветове, снимков материал, съответствие на дизайна с целите на материала, качество на хартията и печата.

Резултатите от изследването се представят под формата на аналитичен доклад с изводи, препоръки и приложения (стенограми от дискусиите). Препоръчителният срок на изпълнение е 4 седмици. Срокът може да бъде удължен в зависимост от броя на фокус групите.

б. Изследвания за измерване на удовлетвореността на потребителите на интернет сайта

След първоначалните тестове на използваемостта и полезността на сайта www.eufunds.bg сред целевите групи, е необходимо извършването на регулярни оценки с цел установяване на удовлетвореността на потребителите и на нуждите от публикуването на допълнителна информация, подобряване на функционалността и дизайна⁴.

Тези проучвания следва да бъдат извършвани на базата на онлайн анкети под формата на рор-уп прозорци, появяващи се на всеки *n*-ти уникален потребител на сайта⁵. Периодът за провеждане на изследването се определя според броя на необходимите попълнени анкетни карти. Предвид обхвата на целевата група и изискванията за надеждност на анализа, минималният брой попълнени анкетни карти трябва да бъде 100.

Въпросникът за измерване на удовлетвореността на потребителите на интернет сайта трябва да включва минимум следното: честота на използване на страницата и причини, количествена оценка на сайта като информационен източник (по шестобалната система, например), необходимост от допълнителна информация и нейното описание, демографски данни на респондента, институцията, която представлява и/или целева група.

Резултатите от изследването се представят под формата на основни изводи и препоръки с приложения - едномерни и двумерни разпределения. Препоръчителният срок на изпълнение е 4 седмици. Срокът може да бъде удължен, в случай, че сайтът няма достатъчно потребители и необходимият брой попълнени анкетни карти не може да бъде достигнат.

⁴ Ако на изпълнител по проект за поддръжка на единния портал са възложени дейности с подобен характер, следва стриктно да се следи да се избягват припокривания.

⁵ *n*-тият уникален потребител се определя на база на данните за средната дневна посещаемост на сайта. Тези данни трябва да бъдат предоставени на изпълнителя от Управляващия орган на ОПТП, ЦИО или от компанията, на която е възложена поддръжката на интернет сайта на програмата.

в. Изследвания за измерване на удовлетвореността на участниците и качеството на организираните събития

За информационно обезпечаване на индикаторите за удовлетвореност на различните аудитории от организираните събития ще бъдат проведени количествени изследвания на мястото на събитията. Оценката трябва да се извършва на базата на унифициран въпросник за всички събития с цел осигуряване на сравнимост между данните. Препоръчителният метод на регистрация е „анкета”.

При провеждане на този тип проучвания представители на изпълнителя раздават и събират попълнените анкетни карти на мястото на организация на събитията.

Въпросникът се разработва от изпълнителя и одобрява от Управляващия орган на ОПТП/ЦИО. Той трябва да съдържа минимум оценка на организацията на събитието, оценка на залата, озвучаването, визуализацията, информационните материали (ако има такива), информационната стойност на събитието, степен на удовлетвореност на участниците в събитието.

Обработката на данните се извършва от изпълнителя, резултатите се представят под формата на основни изводи, препоръки и приложения - едномерни разпределения. Препоръчителният срок на изпълнение е 1 седмица от деня на събитието. От особена полза за ЦИО би било получаването на прегледа на медийното отразяване на събитието (целевия клипинг) да съвпадне с предаването на тези резултати.

IV. Принос на КП на ОПТП към изпълнението на КС на НСРР

Имайки предвид, че Комуникационната стратегия за програмен период 2007-2013 г. се изпълнява чрез комуникационните планове на оперативните програми, мониторингът и оценката на стратегията, включени в ОПТП, се базират на данните, предоставени регулярно от управляващите органи на оперативните програми.

Схема 3



За да се гарантира, че данните могат да бъдат сравнявани и обобщавани, е разработен общовалиден табличен модел (в ексел формат), който покрива три нива на отчетност: финансово изпълнение, напредък на база проекти и напредък на база комуникационни мерки и инструменти.

Включването на данни за Програмата за развитие на селските региони и за програмата в сектор „Рибарство” е препоръчително с цел пълнота от гледна точка на след-присъединителното финансиране от ЕС за България.

4.1. Финансово изпълнение⁶

Безспорно анализирането на финансовия напредък е един от най-важните методи при отразяването на общия напредък на комуникационните мерки и дейности. В таблицата по-долу следва да се регистрира ежегодно т.нар. „усвояемост” по комуникационните планове, включително по КП на ОПТП⁷.

⁶ Предвид фиксирания курс на лева към еврото (1,95583), не би следвало да има разлика дали данните се предоставят в лева или евро. Уточнения са необходими обаче, когато са правени закръгляния на бюджетите или на курса.

⁷ Посочените данни ползват практически най-необходимите суми и процентни съотношения. Разбира се те могат да бъдат разширени, като се изчисляват съотношенията разплатен към контракуван бюджет за Година X и др.

Таблица 4. Примерна таблица за отчитане на усвояемостта

в евро

	Общ бюджет по КП	(планиран) бюджет ГОДИНА X	% Бюджет за ГОДИНА X от общия бюджет по КП	Контрактуван бюджет ГОДИНА X	Верифицирани от УО на ОП разходи за ГОДИНА X	% ¹	% ²	% ³	% ⁴
КП на ОП „Регионално развитие”	€ 10 000 000,00								
КП на ОП “Конкурентоспособност”	€ 5 811 077,75								
КП на ОП “Околна среда”	€ 11 177 541,00								
КП на ОП “Транспорт”	€ 12 000 000,00								
КП на ОП “Развитие на човешките ресурси”	€ 8 000 000,00								
КП на ОП “Административен капацитет”	€ 2 169 468,00								
КП на ОП “Техническа помощ”	€ 16 043 777,00								
общо за ОП	€ 65 201 863,75								
Програма за развитие на селските райони	€ 18 477 193,00								
ОП за развитие на сектор “Рибарство”	€ 500 000,00								
общо	€ 18 977 193,00								
общо всички	€ 84 179 056,75								

в лева

в лева (по курс 1 евро=1,95583 лв.)	Общ бюджет по КП	(планиран) Бюджет ГОДИНА X	% Бюджет за ГОДИНА X от общия бюджет по КП	Контрактуван бюджет ГОДИНА X	Верифици- рани от УО на ОП разходи за ГОДИНА X	% ¹	% ²	% ³	% ⁴
КП на ОП "Регионално развитие"	19 558 300,00 лв.								
КП на ОП "Конкурентоспособност"	11 365 480,20 лв.								
КП на ОП "Околна среда"	21 861 370,01 лв.								
КП на ОП "Транспорт"	23 469 960,00 лв.								
КП на ОП "Развитие на човешките ресурси"	15 646 640,00 лв.								
КП на ОП "Административен капацитет"	4 243 110,60 лв.								
КП на ОП "Техническа помощ"	31 378 900,37 лв.								
общо за ОП	127 523 761,18 лв.								
Програма за развитие на селските райони	36 138 248,39 лв.								
ОП за развитие на сектор "Рибарство"	977 915,00 лв.								
общо	37 116 163,39 лв.								
общо всички	164 639 924,56 лв.								

%¹ - отразява съотношението между контрактуван бюджет за Година X към планирания бюджет за Година X

%² - отразява съотношението между контрактуван бюджет за Година X към планирания общ бюджет по КП

%³ - отразява съотношението между разплатен бюджет за Година X към планирания бюджет за Година X

%⁴ - отразява съотношението между разплатен бюджет за Година X към планирания общ бюджет по КП

За да се получи реална картина на усвояемостта във всеки определен момент през програмния период 2007-2013 г., годишните данни следва да се изчисляват и кумулативно (за ГОДИНА X + n), напр. смята се заедно контракуван бюджет за 2007 г. и 2008 г. като сума в лева (евро) и като процент от общия бюджет по Комуникационния план и съответно от планирания за 2007 г. и 2008 г.

4.2. Напредък на база проекти

По всяка оперативна програма, включително ОПТП, следва на годишна база да се събират данни за броя проведени търгове (схеми за набиране на проектни предложения), броя подадени проектни предложения и съответно броя одобрени за финансиране проектни предложения. В случаите когато оперативната програма предполага (фиксиран) институционални бенефициенти, като например ОП „Транспорт”, данните касаят проведените търгове за изпълнител и получените оферти. Когато обаче ОП позволява финансиране от типа „грантови схеми”, например по ОП „Развитие на конкурентноспособността на българската икономика”, данните покриват както търговете за избор на изпълнител, така и поканите за набиране на проекти.

Таблица 5. Примерна таблица за отчитане на напредък на база проекти

Индикатор	Целева група*	Пояснения	Базова стойност 2007 г. (ако е прилож.)	Целева стойност 2015 г. (ако е прилож.)	Данни за ГОДИНА X	Данни за ГОДИНА X + n (кумулятивно)	Забележки
СХЕМИ/ ТЪРГОВЕ, ПРОЕКТНИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ПРОЕКТИ							
1. Брой обявени схеми/търгове	за всички	напр. № на заповед, тип търг, източник на финансиране и т.н.					напр. провалени търгове, обжалване и т.н.
2. Брой подадени проектни предложения	за всички	напр. в определен срок или до изчерпване на бюджет и т.н.					
3. Брой одобрени за финансиране проекти	за всички	напр. № на заповед и т.н.					

* Целевите групи се базират на КС на НСРР и са както следва:

Целева група 1: Потенциални и настоящи структури за подготовка и изпълнение на проекти, включително бенефициентите

Тази група може да включва:

- Актуални и потенциални бенефициенти - публични и частни структури (без посочените в Група 2);
- Регионални и местни власти;
- Социално-икономически партньори, МСП и НПО.

Целева група 2: ЦИО, СО, ОО, УО на ОП, МЗ (където е приложимо), координационни структури, структури в МС и Комитети за наблюдение на ОП

Целева група 3: Европейски парламент, Съвет на ЕС, ЕК, Комитет на регионите, Европейски социален и икономически комитет

Целева група 4: Представители на медиите:
- Местни, регионални, национални и на ниво ЕС;
- Печатни, аудио-визуални и интернет-базирани.
Целева група 5: Широка общественост

Обобщението може да се представи по следния начин:

		КП на ОП	...	КП на ОП "Техническа помощ"	общо
Брой обявени схеми/търгове	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
Брой подадени проектни предложения	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
Брой одобрени за финансиране проекти	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				

Общият брой търгове по всички оперативни програми, макар и интересен за цитиране например пред медиите, не дава сериозна представа за успеха на комуникациите по програмите или на самите оперативни програми. По-важно е да се анализират:

- А) напредъкът спрямо целевите стойности като измерител за успешно изпълнение;
- Б) обемът на подадени проектни предложения (оферти) като измерител за интереса към ОП и ефективността на комуникациите;
- В) обемът на финансирани проекти като измерител за ‘ефекта на доминото’ (т.е. реализираните проекти като естествен метод за атрактивна комуникация).

4.3. Напредък на база комуникационни мерки и инструменти

Индикатор	Целева група*	Пояснения	Базова стойност 2007 г. (ако е приложимо)	Целева стойност 2015 г. (ако е приложимо)	Данни за ГОДИНА X	Данни за ГОДИНА X + n (кумулятивно)	Забележки
КОМУНИКАЦИОННИ МЕРКИ							
1.1. Общ брой публикации/ излъчвания в медиите		напр. метод на събиране на данните (назначен служител, фирма изпълнител и т.н.)					напр. степен на точност на данните
1.2. Брой изнесени публични презентации		напр. брой по места					
1.3. Брой инициирани публикации/ излъчвания, вкл. платени							
1.4. Брой организирани интервюта							
1.5. Брой организирани публични събития		напр. по региони					
1.6. Други (моля, опишете - например: организирано посещение на представители на медиите в ЕК)							
КОМУНИКАЦИОННИ ИНСТРУМЕНТИ							
ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ							
2.1. Брой изработени печатни материали (ръководства, резюмета, книжки, брошури, информационни листовки и др.)		напр. тип материал					
2.2. Общ тираж на печатните материали							
2.3. Брой разпространени печатни материали							напр. степен на точност на данните
2.4. Степен на удовлетвореност** от печатните материали (средно)		напр. метод на събиране на данните					напр. проблемни области
АУДИО-ВИЗУАЛНИ МАТЕРИАЛИ							
3.1. Брой изработени аудио-		напр. тип материал					

визуални материали (филми, клипове и др.)							
3.2. Брой излъчвания на аудио-визуалните материали							
3.3. Брой изработени аудио-визуални материали на носител (флаш памет, CD и т.н)							
3.4. Брой разпространени носители с аудио-визуални материали							
3.5. Степен на удовлетвореност от аудио-визуалните материали (средно)							
ПРОМОЦИОНАЛНИ МАТЕРИАЛИ							
4.1. Брой изработени промоционални материали		напр. тип материал					
4.2. Общ брой/тираж на промоционални материали							
4.3. Брой разпространени промоционални материали							
4.4. Степен на удовлетвореност от промоционалните материали (средно)							
СЪБИТИЯ							
Общ брой събития							
Общ брой присъствали							
Събитие 1		напр. тип събитие, дата, място					
5.1.1. Брой поканени/присъствали							
5.1.2. Степен на удовлетвореност на присъствалите							
5.1.3. Брой поканени/присъствали медии							
5.1.4. Брой последвали публикации/излъчвания							
Събитие 2							
5.2.1. Брой							

поканени/присъствали							
5.2.2...							
СОЦИОЛОГИЧЕСКИ ПРОУЧВАНИЯ							
6.1. Общ брой проучвания		напр. тип, автор на доклади и т.н.					
6.2. Брой национално представителни проучвания		напр. период					
ОБУЧЕНИЯ И СЕМИНАРИ С ОБУЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР, ФИНАНСИРАНИ ОТ БЮДЖЕТА НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН							
7.1. Брой обучения и семинари с обучителен характер в страната		напр. дата, място					
7.2. Брой обучения и семинари с обучителен характер в чужбина							
7.3. Брой обучени							
7.4. Степен на удовлетвореност на обучените (средна стойност)							напр. направени препоръки
ПИСМА, ОФИЦИАЛНИ ДОКУМЕНТИ, СПРАВКИ И ДОКЛАДИ							
8.1. Брой писма, официални документи, писмена информация, справки, доклади и др.	(само Целева група 3)	напр. метод на отчитане, архив					напр. степен на точност на данните
8.2. Брой работни срещи, официални посещения и др.	(само Целева група 3)	напр. дата, място и т.н.					напр. източник на данните (протокол, отчетен доклад и т.н.)

** Използват се за степен на удовлетвореност данни в процент. Записва се дял (в процент) на присъствалите, поставили различна от негативна оценка. Тоест, ако се оценява по шестобалната система - от 2(слаб) до 6(отличен), се проверява колко са хората поставили оценка 4, 5 или 6. Например, ако на събитието са присъствали 20 души и 18 от тях са записали оценки 4, 5 или 6, делът на хората поставили различна от негативна оценка е $18/20=0,9*100=90\%$. в клетката се записва 90%.

На практика индикаторите в този вид дават представа за непосредствения резултат (output), както и за крайния резултат (result). За измерването на въздействието и устойчивостта на комуникационните мерки и инструменти (impact, sustainability) следва да се ползват данни от социологически и др. проучвания по отношение заложените цели в Комуникационните планове, по Приоритетна ос 3 на ОПТП и КС на НСРР.

Обобщението може да се представи по следния начин:

		КП на ОП	...	КП на ОП "Техническа помощ"	общо
КОМУНИКАЦИОННИ МЕРКИ					
Общ брой публикации/излъчвания в медиите	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
...	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ					
Брой изработени печатни материали	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
...	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				
...					
...	Базова стойност				
	Целева стойност 2015 г.				
	Данни за ГОДИНА X + n кумулативно				

Тук вече обобщените данни имат смисъл. Може да се ползват акумулираните данни за да се направи анализ на съвкупността от комуникационни дейности и техния резултат. В допълнение може да се направи анализ на съдържанието и посещаемостта на интернет страниците на Оперативните програми, най-често разработени и подържани със средства от Комуникационните планове, както и на единния информационен портал www.eufunds.bg.

V. Анекси

5.1. Анекс 1: Индикатори

Количествени и качествени индикатори за оценка на събитие

Тип	Индикатор	Мерна единица	Изходни данни - 2007 г.	Средно-срочна цел - 2010 г.	Крайна цел	Източник на информация
Output / количествен	Организираны събития	Брой				Програми, брошури, презентации, списъци, снимков материал
Output / количествен	Поканени участници	Брой				Списък с поканените участници
Output / количествен	Поканени журналисти	Брой				Списък с поканените журналисти
Output / количествен	Обсъждани теми	Брой				Програми, презентации
Output / количествен	Подготвени информационни и рекламни материали	Брой				Копия от материалите
Result / количествен	Участници в събитието	Брой				Списъци с участници
Result / количествен	Журналисти, участвали в събитието	Брой				Списъци с участници
Result / количествен	Раздадени информационни и рекламни материали	Брой				Отчет за предоставените информационни материали
Result / количествен	Попълнени въпросници	Брой				Оригинални попълнени въпросници
Result / качествен	Обща удовлетвореност на участниците	Процент				Анализ на попълнените въпросници
Result / качествен	Обща удовлетвореност на журналистите	Процент				Анализ на попълнените въпросници
Result / количествен	Последвали публикации/ излъчвания	Брой				Медиен мониторинг
Impact / качествен	Промени в удовлетвореността на участниците	Вериген индекс *				Годишен доклад
Impact / качествен	Промени в удовлетвореността на журналистите	Вериген индекс *				Годишен доклад

Количествени и качествени индикатори за оценка на информационни и рекламни материали

Тип	Индикатор	Мерна единица	Изходни данни - 2007 г.	Средно-срочна цел - 2010 г.	Крайна цел	Източник на информация
Output / количествен	Видове изработени информационни материали (ръководства, брошури, дигитални, други)	Брой				Копия от материалите
Output / количествен	Общ тираж на информационните материали	Брой				Технически предложения към договорите за изработка
Output / количествен	Видове произведени рекламни материали	Брой				Мостри от материалите
Output / количествен	Произведени рекламни материали общо и по видове	Брой				Технически предложения към договорите за изработка
Output / количествен	Произведени филми за големите инфраструктурни проекти	Брой				Копие от филмите
Result / количествен	Информационни материали, предоставени на целевите групи	Брой				Отчет за предоставените информационни материали
Result / количествен	Рекламни материали, предоставени на целевите групи	Брой				Отчет за предоставените рекламни материали
Result / качествен	Удовлетвореност от информационните материали	Процент				Проучване, качествени методи
Result / качествен	Удовлетвореност от рекламните материали	Процент				Проучване, качествени методи

Количествени и качествени индикатори за оценка на интернет сайт

Тип	Индикатор	Мерна единица	Изходни данни - 2007 г.	Средно-срочна цел - 2010 г.	Крайна цел - 2013-2014 г.	Източник на информация
Output / количествен	Страници в интернет сайта	Брой				Договор за изработка, действащ интернет сайт
Output / количествен	Публикувани материали на интернет сайта	Брой				Копие от материалите с линкове към тях
Result / количествен	Посещения на интернет сайта	Брой/месец				Брояч, анализ на log файловете
Result / количествен	Свалени документи от интернет сайта	Брой				Анализ на log файловете
Result / количествен	Представители на целевата аудитория, посетили сайта	Процент				Проучване, количествени методи
Result / качествен	Удовлетвореност на потребителите от интернет сайта	Процент				Проучване, количествени методи
Result / количествен	Рейтинг на сайта според теста за използваемост	Индекс				Проучване, количествени методи

5.2. Анекс 2: Информация за целите на годишните доклади

В изпълнение на изискванията на чл. 67 на Регламент 1083/2006, Управляващият орган изготвя годишен доклад за изпълнението на оперативната програма. Неразделна част от този документ е и докладът за мониторинг и оценка на мерките за публичност и информация. Форматът на доклада е дефиниран в Приложение 18 на Регламент 1828/2006 на Комисията.

Точка 7 от доклада представлява ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИЧНОСТ. Тя включва:

- Мерките за предоставяне на информация и публичност по отношение на оперативната програма, включително чрез предоставяне на примери за добри практики и подчертаване на важните изяви.
- Показатели, включително в табличен вид, в съответствие с глава III, а именно:

ИЗПЪЛНЕНИЕ ПО ПРИОРИТЕТИ

Реализиране на целите и анализ на постигнатия напредък (по приоритети)

Информация за материалния и финансов напредък по приоритети - за всеки от количествено оценяваните индикатори (финансов или материален, по-специално ключовите индикатори, свързани с целите и очакваните резултати) се представя информация за материалния и финансов напредък по приоритетите за годината N, за предходните години, както и с натрупване.

Индикатори	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Общо
Индикатор 1:					Индикатор					
Цел:										
Референтно положение:										
....									
Индикатор n:					Реализация:					
Цел:										
Референтно положение:										

Наред с това, информацията може да се представи и графично.

Всички индикатори трябва, в рамките на възможното, да се представят с разбивка по полове. Ако данните все още не са налични, в доклада се посочва датата, на която ще бъдат налични и тази, на която управителния орган ще ги представи на Комисията:

Количествен анализ

- За оперативните програми, съфинансирани от ЕСФ: информация по целеви групи, в съответствие с приложение 23 от Регламент 1828/2006.
- За оперативните програми, съфинансирани от ЕФРР и използващи финансиране от ЕФРР в качеството му на специална дотация в полза на крайно отдалечените райони: разпределение на разходите на функционални разходи и инвестиции в инфраструктура.

Качествен анализ

- Анализ на реализациите, измерени чрез материалните и финансовите индикатори, включително качествен анализ на постигнатия напредък по отношение на първоначално набелязаните цели.
- Когато е приложимо, демонстриране на ефекта върху поощряването на равнопоставеността на половете.
- Посочване на частта на отпуснатите кредити по приоритети, използвани в съответствие с член 34, параграф 2 от Регламент (ЕО) № 1083/2006.
- Посочване на незавършените операции и графика за завършването им (единствено в окончателния доклад).

Срещани важни проблеми и предприемани мерки за решаването им

Важни проблеми, свързани с изпълнението на оперативната програма, включително, когато е приложимо, обобщаване на тежките проблеми, откривани в приложение на процедурата по член 62, параграф 1, буква г), i) от Регламент (ЕО) № 1083/2006, както и мерките, предприети от УО или Комитета за наблюдение за тяхното решаване.

5.3. Анекс 3: Примерна структура и съдържание на доклад

В изпълнение на изискванията по договора изпълнителят представя краен отчетен доклад. Докладът за изпълнение на мерките за информация и публичност трябва да бъде структуриран по следния начин:

Резюме на доклада

В рамките на 1-2 страници се представя кратко доклада (текст от типа executive summary). Служител на ръководна длъжност от страна на възложителя следва да може да си създаде ясна представа за съдържанието и основните изводи от доклада.

Въведение

Уводната част обосновава нормативно и практически доклада, като включва представяне на нормативната рамка и целите му, както и етапа на изпълнение на Комуникационния пла към датата на подготовка на доклада, кога и от кого е изготвен документът.

Кратко представяне на КП на ОПТП

Тази част от доклада изважда същината на Комуникационния план на ОПТП, за да бъде удобно ползвана за референция.

Преглед на събитийната и медийна среда

Тази част от доклада съдържа събитийни и медийни акценти за периода на отчетност, който докладът покрива. Логично е да бъдат включени цитати и/или конкретни ключови заглавия, датата и медията, в която са публикувани или излъчени. Прегледът може да идентифицира специфични проблемни области, които да бъдат адресирани в частта *Заключения и препоръки*. Ако е приложимо, може да се добави актуализация на анализа на силните, слабите страни, възможностите и заплахите (SWOT-анализа) от Комуникационния план.

Анализ на комуникацията с целевите групи

Докладът съдържа резултати и интерпретация на проведените проучвания сред различни аудитории в периода на отчетност.

Оценка на напредъка на проектите в изпълнение на КП

Описва се:

- Изпълнението на задължителните изисквания
 - едно голямо публично събитие, популяризиращо старта на оперативната програма
 - поне едно голямо публично събитие на година, както е заложено в комуникационния план, което да представя постиженията на оперативната програма, включително и големите проекти, където е приложимо

- развяване на знамето на Европейския съюз на 9 май за една седмица пред помещението на УО
 - публикуване, електронно или по друг начин, на списъка с бенефициенти, наименованията на дейностите и стойността на публично финансиране, определено за дейностите
- Изпълнението на конкретните проекти, проектните дейности, постигнатите резултати и статуса⁸ на проектите

За всеки проект се дефинират:

- Бюджет на проекта
 - Срок за изпълнение
 - Дейности през г. по компоненти
 - Статус на проекта към (дата):
 - Резултати към (дата):
- Напредъка на проектно ниво

Като част от изпълнението на КП на ОПТП за всеки проект се поставя оценка, базирана на следните критерии (Evaluation Criteria):

- Съответствие (Relevance) - степента, в която проектът съответства на целите на КП и на нуждите, които трябва да бъдат удовлетворени;
- Ефективност (Effectiveness) - степента на изпълнение на целите на проекта и съответствие с времевия план-график;
- Ползност (Efficiency) - степента, в която планираният ефект е постигнат на приемлива цена (парични и непарични ресурси);
- Устойчивост на въздействието (Sustainability) - степен на вероятност постигнатите позитивни ефекти да се запазят след приключване на действието на проекта.

⁸ За обозначаване на статуса на проекта може да се използва поне следната опростена схема:

- стартирал - извършват се необходимите подготвителни дейности, предхождащи подписването на договор/и с изпълнител/и;
- текущ - заложените в договора/ите дейности се изпълняват;
- приключил - заложените в договора/ите дейности са изпълнени и приети от възложителя.

Оценката се извършва по скалата по-долу и се представя и обобщава в табличен вид:

[-2] „напълно незадоволително”,

[-1] „незадоволително”,

[0] „изпълнени са минималните изисквания”,

[+1] „добро”,

[+2] „много добро”.

[-] „на този етап не е налична информация за оценка на проекта по съответния критерий”.

Оценка на напредъка в изпълнението на КП на ОПТП

Анализират се:

- Напредъка по отношение на изпълнението на целите на КП на ОПТП
- Напредъка по индикатори
 - Индикатори на ОПТП - Приоритетна ос 3
 - Индикатори на Комуникационния план
- Напредъка във връзка с усвояването на бюджета на Комуникационния план.

Констатирани добри практики

Дефинираният в Приложение 18 на Регламент 1828/2006 на Комисията формат за годишен доклад за изпълнението на ОП включва изрично „предоставяне на примери за добри практики и подчертаване на важните изяви” в областта на информацията и публичността.

Заклучения и препоръки

В последната глава от доклада се правят заключения и препоръки въз основа на извършените дейности, като препоръките следва се разделят на оперативни и стратегически, за да бъде конкретизирано към кого са отнесени. По възможност се добавят препоръчителни срокове във времето за отразяване на препоръките.

Анекси

В приложения към доклада се представят доказателства за произведените продукти и извършените дейности.

Финалната одобрена версия на доклада се предоставя на възложителя в електронен формат и на хартия, на български и английски език, като при съмнение водеща е българската версия.

Примерен вариант за справка за представянето на ОП в медиите

седмична дата	ОПРР	ОПТ	ОПРЧР	ОПОС	ОПРКБИ	ОПАК	ОПТИ	общо
май 2009 г.								
1	01.05.2009	36	3	9	6	0	4	58
4	02.05.2009	1	1	5	2	0	0	9
5	03.05.2009	1	1	0	1	0	1	5
6	04.05.2009	1	0	0	0	0	0	1
7	05.05.2009	0	1	0	0	0	0	1
8	06.05.2009	0	1	1	0	0	1	3
9	07.05.2009	1	1	1	0	0	0	3
10	08.05.2009	4	1	3	2	1	0	11
11	09.05.2009	4	5	8	5	1	9	33
12	10.05.2009	0	0	2	2	0	1	5
13	11.05.2009	4	2	3	9	0	1	19
14	общо седм.1	52	16	32	27	2	17	148
15	12.05.2009	14	14	2	11	0	2	43
16	13.05.2009	20	1	17	1	0	3	42
17	14.05.2009	3	6	2	5	1	3	20
18	15.05.2009	2	2	4	8	0	1	17
19	16.05.2009	11	7	1	19	0	0	39
20	17.05.2009	0	2	1	22	0	1	26
21	18.05.2009	9	5	4	5	1	0	26
22	общо седм.2	59	37	31	71	2	10	213
23	19.05.2009	8	0	3	16	1	6	39
24	20.05.2009	3	1	11	4	4	2	27
25	21.05.2009	8	1	7	6	1	3	26
26	22.05.2009	11	3	27	8	11	13	73
27	23.05.2009	15	2	2	0	2	3	24
28	24.05.2009	8	1	1	3	0	2	15
29	25.05.2009	9	2	1	3	1	1	18
30	общо седм.3	62	10	52	40	20	30	222
31	26.05.2009	13	20	6	7	0	15	62
32	27.05.2009	11	5	11	6	4	7	44
33	28.05.2009	14	1	21	10	10	1	67
34	29.05.2009	5	3	12	9	6	3	43
35	30.05.2009	20	14	17	19	16	7	95
36	31.05.2009	4	0	3	8	1	0	16
37	2009-05	240	106	185	197	61	99	910
юни 2009 г.								
39	01.06.2009	16	1	3	3	3	4	30
40	общо седм.4	83	44	73	62	40	46	357
41	02.06.2009	4	4	3	1	1	0	14
42	03.06.2009	10	0	1	4	1	9	25
43	04.06.2009	1	0	5	2	0	1	9
44	05.06.2009	10	3	9	10	1	7	40

Примерен вариант за графично представяне на данните от контент анализа



Примерен вариант за представяне на схемата за контент анализ в .xls формат

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	СХЕМА ЗА КОНТЕНТ АНАЛИЗ										
2	Контент анализът покрива всички статии включени в медийния мониторинг, с изключение на тези, които касаят предприемаческите фондове, където не са споменати структурните инструменти (вкл. ОП, НСРР, Кохезионната политика на ЕС).										
3											
4											
5	РАЗДЕЛ А. ОБЩО ОПИСАНИЕ НА ИЗДАНИЕТО										
6											
7	1. Име на медиата:										
8	Един отговор. Използва се рубриката „Медии“.										
9											
10											
11	2. Вид медия:										
12	Един отговор.										
13	1. печатна (включително периодичните издания)										
14	2. интернет										
15	3. телевизия										
16	4. радио										
17											
18	3. Обхват на медиата:										
19	Един отговор.										
20	1. национален										
21	2. регионален										
22											
23	4. Честота на издаване:										
24	Един отговор. За електронните медии – посочва се честота на излъчване на предаването, в което е поместен материалът.										
25	1. ежедневник										
26	2. седмичник										
27	3. месечно издание										
28											
29	5. Дата:										
30	По един отговор на всеки ред. Съботно-неделните и седмичните издания се регистрират с деня на издаването им.										
31	1. ден:										
32	2. месец:										
33	3. година:										
34											
35	6. Ден от седмицата:										
36	Един отговор. Съботно-неделните и седмичните издания се регистрират с деня на издаването им.										
37	1. понеделник										
38	2. вторник										
39	3. сряда										