

1. Проучване на: „Тренд”  
По поръчка на: вестник „24 часа”.  
Размер на извадката: 1008 на възраст 18+  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод : Пряко полустандартизирано интервю „лице в лице”.  
Период на провеждане: 12-19 януари 2021г.  
Максимално допустима стохастична грешка: +/- 3,1%.
2. Проучване на: „Алфа Рисърч”  
По поръчка на: част от тримесечния мониторинг на общественно-политическите нагласи на българските граждани на „Алфа Рисърч”  
Размер на извадката: 1017 пълнолетни граждани  
Представителност: Националното представително проучване  
Метод: Пряко стандартизирано интервю по домовете с таблети  
Период на провеждане: 5-21 декември 2020г.
3. Проучване на: „Галъп интернешънъл”  
По поръчка на: Част от ежемесечната независима изследователска програма на „Галъп интернешънъл”.  
Размер на извадката: 1010 пълнолетни българи  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод: „Лице в лице”  
Период на провеждане: 7-15 януари 2021 г.  
Максимално стандартно отклонение: +/- 3,1%.
4. Проучване на: „Маркет Линкс”  
По поръчка на: Реализирано съвместно от БТВ и „Маркет Линкс”  
Размер на извадката: 1000 лица над 18 г.  
Представителност:  
Метод: Пряко-лично интервю и онлайн анкета  
Период на провеждане: 23 – 31 януари 2021 г.
5. Проучване на: „Сова Харис”  
По поръчка на: Вестник „Труд”  
Размер на извадката: 1000 български граждани  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод: Стандартизирано интервю лице в лице в дома на респондента  
Период на провеждане: 26-31 януари 2021 г.

6. Проучване на: „Барометър България”  
По поръчка на: Собствено финансиране  
Размер на извадката: 853 лица над 18г.  
Представителност: Населението на България с избирателни права  
Метод: Телефонно интервю  
Период на провеждане: 10-15 февруари 2021 г.
7. Проучване на: „Галъп интернешънъл”  
По поръчка на: Част от вълните на изследване на „Галъп интернешънъл” на ежемесечна база  
Размер на извадката: 1011 души (за периода 4-12) и 1010 души (за периода 7-15)  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод: „Лице в лице”  
Период на провеждане: 4-12 февруари 2021 г. и 7-15 януари 2021г.  
Максимално стандартно отклонение: +/- 3,1%.
8. Проучване на: „АФИС”  
По поръчка на: Собствени средства на „АФИС”  
Размер на извадката: 1000 пълнолетни български граждани  
Представителност: Национално представително проучване  
Метод: Интервю „лице в лице”  
Период на провеждане: 12-17 февруари 2021 г.
9. Проучване на: „Тренд”  
По поръчка на: вестник „24 часа”.  
Размер на извадката: 1008 на възраст 18+  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод : Пряко полустандартизирано интервю „лице в лице”.  
Период на провеждане: 12-19 февруари 2021г.  
Максимално допустима стохастична грешка: +/- 3,1%.
10. Проучване на: „Маркет Линкс”  
По поръчка на: Реализирано съвместно от БТВ и „Маркет Линкс”  
Размер на извадката: 1019 лица над 18 г.  
Метод: Пряко-лично интервю и онлайн анкета  
Период на провеждане: 17-24 февруари 2021 г.
11. Проучване на: „Екзакта”  
По поръчка на: Собствени средства в рамките на изследователската програма на „Екзакта”  
Размер на извадката: 1005 пълнолетни българи  
Представителност: Национално изследване  
Метод : Интервю „лице в лице”  
Период на провеждане: 15-22 февруари 2021 г.
12. Проучване на: „Медиана”

- По поръчка на: Липсва информация  
Размер на извадката: 943 лица (18+ години)  
Представителност: Представително за страната  
Метод :Пряко стандартизирано интервю  
Период на провеждане: 22-26 февруари 2021 г.
13. Проучване на: „Алфа Рисърч“  
По поръчка на: съфинасирано от „Алфа Рисърч“ и БТВ  
Размер на извадката: 1013 пълнолетни граждани  
Представителност: Националното представително проучване  
Метод: Пряко стандартизирано интервю с таблети  
Период на провеждане: 26 февруари – 1 март 2021г.
14. Проучване на: „Галъп интернешънъл“  
По поръчка на: БНР и БНТ  
Размер на извадката: 1008 души  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод: Изследване „Лице в лице“ с таблети  
Период на провеждане: 22 февруари - 1 март 2021 г.  
Максимално стандартно отклонение: +/- 3,1%.
15. Проучване на: „Тренд“  
По поръчка на: вестник „24 часа“.  
Размер на извадката: 1004 на възраст 18+  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод : Пряко полустандартизирано интервю „лице в лице“.  
Период на провеждане: 9-14 март 2021г.  
Максимално допустима стохастична грешка: +/- 3,1%.
16. Проучване на: „Медиана“  
По поръчка на: собствени средства на агенцията  
Размер на извадката: 1004 на възраст 18+  
Представителност: Представително за страната  
Метод: Пряко стандартизирано интервю  
Период на провеждане: 16-23 март 2021 г.  
Максимално допустима стохастична грешка:
17. Проучване на: „Маркет Линкс“  
По поръчка на: Реализирано съвместно от БТВ и „Маркет Линкс“  
Размер на извадката: 1026 лица над 18 г.  
Метод: Пряко-лично интервю и онлайн анкета  
Период на провеждане: 18-25 март 2021 г.
16. Проучване на: „Галъп интернешънъл“  
По поръчка на: БНР  
Размер на извадката: 1013 души  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод: Изследване „Лице в лице“ с таблети

Период на провеждане: 24-31 март  
Максимално стандартно отклонение: +/- 3,1%.

17. Проучване на: „Тренд”

По поръчка на: Nova Broadcasting Group  
Размер на извадката: 1005 на възраст 18+  
Представителност: За пълнолетното население на страната  
Метод : Пряко полустандартизирано интервю „лице в лице”.  
Период на провеждане: 26-30 март 2021г.  
Максимално допустима стохастична грешка: +/- 3,1%.

18. Проучване на: „Алфа Рисърч”

По поръчка на: реализирано със собствени средства  
Размер на извадката: 1007 пълнолетни граждани  
Представителност: Националното представително проучване  
Метод: Пряко стандартизирано интервю с таблети по домовете  
Период на провеждане: 27-30 март 2021г.