

СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР	3
2006-ТА – ГОДИНАТА НА БЪЛГАРСКОТО ЧЛЕНСТВО В ЕС	5
1. СЪБИТИЕ ВЪВ ВЪТРЕШНО ПОЛИТИЧЕСКИ ПЛАН	5
2. СЪБИТИЕ ВЪВ ВЪНШНО ПОЛИТИЧЕСКИ ПЛАН	7
НА ПРАГА НА ЕС: МЕЖДУ НЕСИГУРНОСТТА И СКЕПТИЦИЗМА	8
1. Очаквания, ползи и притеснения	8
2. БЪЛГАРИЯ В ЕС: Равнопоставеност и защита на БЪЛГАРСКИТЕ ИНТЕРЕСИ	11
3. Членството в ЕС и намерения за трудова мобилност	13
ИНСТИТУЦИИ БЕЗ ГРАЖДАНИ	14
1. Отношение към правителството	16
2. ПРЕЗИДЕНТ – ЗАПАЗЕНА ПОДКРЕПА В ГОДИНАТА НА ПРЕЗИДЕНТСКИ ИЗБОРИ	20
3. ПОЗИТИВНИ НАГЛАСИ КЪМ АРМИЯТА, ПОЛЯРИЗИРАНО ОТНОШЕНИЕ КЪМ ПОЛИЦИЯТА	21
4. ОСНОВАТА НА ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА СЛАБОСТ – НЕДОВЕРИЕТО КЪМ ЗАКОНОДАТЕЛНАТА ВЛАСТ И ПРАВОСЪДНАТА СИСТЕМА	23
ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ПАРТИИ: ИНСТИТУЦИОНАЛНА НЕЕФЕКТИВНОСТ И ЕЛЕКТОРАЛЕН ВАКУУМ	27
1. ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА НЕЕФЕКТИВНОСТ – СЛАБОСТ НА УПРАВЛЯВАЩИТЕ КОАЛИЦИОННИ ПАРТНЬОРИ ..	28
2. ФРАГМЕНТИРАНОСТ И ЛИПСА НА РЕАЛНИ АЛТЕРНАТИВИ – ПРОБЛЕМ НА ДЯСНАТА ОПОЗИЦИЯ	30
3. АТАКА И ГЕРБ – ОПИТ ЗА САНКЦИОНИРАНЕ НА ИНСТИТУЦИОНАЛНАТА НЕЕФЕКТИВНОСТ	33
ЕЛЕКТОРАЛНИ ПРОФИЛИ – УСТОЙЧИВОСТ VS ДИНАМИКА НА БЪЛГАРСКИТЕ ИЗБИРАТЕЛИ	37
1. ЛЕВИТЕ ИЗБИРАТЕЛИ: РАЗНОЛИКИ, НО (ВСЕ ОЩЕ) ЕДИННИ В ИЗБОРИТЕ	37
2. ДЕСНИТЕ ИЗБИРАТЕЛИ: ЗАТВОРЕНИЯТ ПОТЕНЦИАЛ, ИЛИ КАК ПАРТИИТЕ ГУБЯТ ПРИВЪРЖЕНИЦИ	40
3. ВРЕМЕННА ЛИ Е АТАКА-ТА?	42
4. НЕУЧАСТВАЩИТЕ – ВСЕ ПО-ВАЖНИТЕ УЧАСТНИЦИ В ИЗБОРИТЕ	44
НАРАСТВАЩА КРИТИЧНОСТ КЪМ ДЕЙНОСТТА НА МЕСТНИТЕ ВЛАСТИ В ГОДИНАТА НА ИЗБОРИТЕ	47
1. Задълбочаване на социално-икономическите различия между общините	48
2. Подценяване на прозрачността и гражданското участие в местното самоуправление	50
3. НАРАСТВАЩА НЕУДОВЛЕТВОРЕНOST ОТ ДЕЙНОСТТА НА МЕСТНИТЕ ВЛАСТИ	52
ПОЛИТИКИТЕ В ОБРАЗОВАНИЕТО – ЛЕГИТИМНОСТ, ОБЩЕСТВЕНА ПОДКРЕПА И СЪПРОТИВИ	54
1. ОБРАЗОВАНИЕТО – ОБЩЕСТВЕНО ПРИЗНАТ ПРОБЛЕМ	54
2. ПОЛЯРИЗИРАНИ ОБЩЕСТВЕНИ ПОЗИЦИИ КЪМ ПРОМЕНЕТЕ В ОБРАЗОВАНИЕТО	57
НАСИЛИЕТО МЕЖДУ ДЕЦАТА: ЕДНА ОЦЕНКА, МНОГО ПРИЧИНИ	61
1. ДИАГНОЗА НА ПРОБЛЕМА	61
2. ИЗТОЧНИЦИ НА НАСИЛИЕТО	64
3. ПОДХОДИ ЗА СПРАВЯНЕ С ПРОБЛЕМА	65
4. ПОВЕДЕНИЕТО НА РОДИТЕЛИТЕ	68
ДЕМОГРАФСКИ ТЕНДЕНЦИИ В БЪЛГАРИЯ	70
1. ЗАСТАРЯВАНЕ НА НАСЕЛЕНИЕТО	70
2. ПЛАВНО УВЕЛИЧАВАНЕ НА РАЖДАЕМОСТТА	71
3. МИГРАЦИЯ КЪМ ГОЛЕМИТЕ ГРАДСКИ ЦЕНТРОВЕ	74
МАСОВАТА ЕМИГРАЦИЯ – ПРОЦЕСЪТ ВЕЧЕ СЕ Е СЪСТОЯЛ	79
1. ПОПУЛЯРНИ ПРЕДСТАВИ ЗА ЕМИГРАЦИЯТА	79
2. НАМЕРЕНИЯ ЗА ЕМИГРАЦИЯ	81
3. КОСМОПОЛИТИЗЪМ VS. САМОЗАТВАРЯНЕ	83

ПАЗАРЪТ НА ТРУДА – ПРЕСТРУКТУРИРАНЕТО Е В СВОЯ АПОГЕЙ	86
1. Какво се случи за период от шест години?	86
2. Условието на труд – все повече в интерес на служителите и работниците.....	88
3. Критерии за избор на работа и удовлетвореност от работното място	88
ИНДЕКСЪТ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ПОВЕДЕНИЕ СЕ ПОВИШАВА	91
1. Положителни оценки за бизнес климата.....	92
2. Ускореното икономическо развитие динамизира пазара на труда	94
3. Ръст в доходите и ръст в потреблението	95
4. Слаба промяна в оценките.....	97
5. Очакванията.....	98
2006: АКТИВИЗИРАНЕ НА ПОТРЕБЛЕНИЕТО ПРИ ПРЕОБЛАДАВАЩО НИСКА ПОТРЕБИТЕЛСКА КУЛТУРА	100
1. Динамика в търговията с бързо оборотни стоки в големите градски центрове	100
2. Пазарът на домакинска техника: нарастващо значение на модерните, високо технологични и енергийно ефективни уреди.....	102
3. Пазарът на недвижими имоти: апартамент на кредит	105
4. Автомобилният парк – от наличната “Лада” към желаните “Мерцедес”.....	106
5. Застрахователните и осигурителни продукти – конкурент на банковите депозити.....	108
6. Незащитаващият се български потребител	109
НАРАСТВАЩИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВЛЕЧЕНИЯ ИЗМЕСТВАТ ЧЕТЕНЕТО ОТ ЖИВОТА НА СЪВРЕМЕННИЯ БЪЛГАРИН.....	111
1. Читателска активност.....	112
2. Четенето в перспектива	114
ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ	118
1. Пазар на мобилни телекомуникации - настоящи потребители и потенциал на пазара.	119
2. Дялове на операторите.....	119
3. Тенденции в пазара на мобилни услуги	120
4. Интерес към смяна на оператор при въвеждане на услугата „възможност за пренос на номер”	121
5. Потребители на БТК.....	125
6. Интернет потребление	127
ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ В БЪЛГАРИЯ	130
1. Развитие на телевизионния пазар.....	130
2. Развитие на радио пазара	134
БЪЛГАРИТЕ И СПОРТА: С ПРЕДПОЧИТАНИЯ КЪМ КОЛЕКТИВНИ СПОРТОВЕ, НО САМИ ВЪВ ФИТНЕС ЗАЛАТА	136
1. Кой и къде спортува ?	136
2. Спорт, държава и общество	139

ПРЕДГОВОР

И през 2006 година, Социологическа агенция „Алфа Рисърч“ остана вярна на стремежа си да търси по-широките обществени тенденции, да съпоставя събитията, нещата от живота и реакциите спрямо тях. В това ни усилие не търсим изкуственото създаване на прилики и допирни точки, там където те не съществуват, но се опитваме да открием контурите на по-обобщеното усещане, което годините остават във всеки от нас. Този годишник не е опит социологията да измести историята и да ѝ отнеме извоюваната привилегия да прави мащабни оценки „от позицията на времето“. Това е опит да бъдат възможно най-пълно и точно уловени промените, движенията, разместванията в публичния и частния живот – в обществото, икономиката и политиката, но и в самите нас като индивиди, предприемачи, хора на наемния труд, избиратели, потребители, мигранти.

Годишник 2006 отделя особено внимание на съвместяването на изследователските усилия, както към публични, така и към по-лични проблеми и пространства. Изданието продължава традицията да анализира най-важните обществени и политически събития от изминалата година. Очакваното членство в Европейския съюз е представено през призмата на надеждите, ползите притесненията, на разбиранията за равнопоставеността между България и останалите страни-членки. Подобаващо внимание е отделено и на винаги актуалните въпроси на политическата система, електоралната динамика, състоянието на партиите, държавното и местното управление. Акцент в книгата са и някои от най-важните публични политики, които имат все по-голямо отражение върху живота на всеки отделен гражданин. Сред тях са въпросите на образованието, с усилията за неговото реформиране и модернизирание, демографските тенденции, със силния им публичен резонанс и противоречиви интерпретации, митичните и реалните миграционни намерения на българите, предизвикали множество коментари в западната преса в месеците непосредствено преди членството на страната ни в ЕС. Сериозно внимание е отделено и на темите икономика, потребление, трудов пазар, които са сред приоритетите на съвременния българин.

Едно от най-силните колективни усещания за 2006-та бе като за година – завършващ етап, гранична точка, отвъд която се откриват много възможности, но и чакат много неизвестни. Четена по този начин, книгата предлага, според нас, и един поглед към предизвикателствата, с които ще трябва да продължим да се справяме, както като

държава, така и като индивиди. Без съмнение, към този поглед могат да бъдат добавени впечатленията, мненията, интерпретациите на всеки един читател. Искрената ни надежда е, че изложените теми, тези и данни ще могат да послужат като една колективна отправна точка за по-пълното разбиране на социалните процеси в страната. А защо не и за тяхното по-качествено управление?

2006-ТА – ГОДИНАТА НА БЪЛГАРСКОТО ЧЛЕНСТВО В ЕС

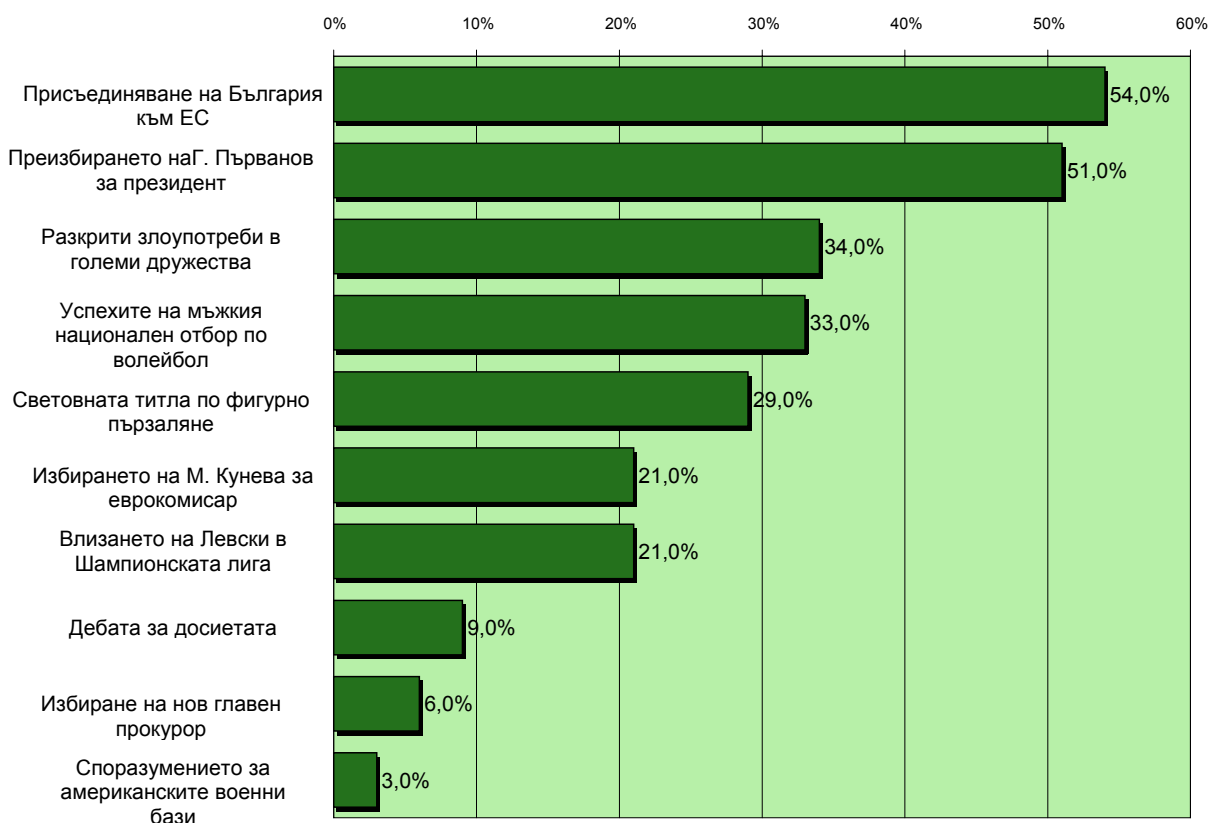
Годината на влизането ни в Европейския Съюз – така са определили 2006-та интервюираните през декември пълнолетни българи. В международен план на първо място е поставено Световното първенство по футбол, провело се през лятото в Германия. Така отминалата 2006-та година е белязана за сънародниците ни с позитивни събития, което не бе характерно за предходните.

1. Събитие във вътрешно политически план

Що се отнася до събитията в България, две са основните теми, които се конкурират: приемането на страната в ЕС и преизбирането на Георги Първанов за президент. И двете са на значима дистанция пред останалите алтернативни събития, като процентният им дял е много близък. Очевидно първото по рода си за страната преизбиране на действащ президент, впечатлява значимо.



Събитие на 2006-та година България



По-внимателният анализ обаче показва, че двете поставени напред събития всъщност впечатляват различни групи и типажии от населението на страната. Ако погледнем групите, които са поставили напред преизбирането на Георги Първанов, можем да заключим, че той е изпълнил (или поне се приема, че е изпълнил) намерението си да бъде „социален президент”, с което спечели изборите през 2001-ва година. Именно социално слабите групи – безработни, пенсионери, жители на по-малките населени места (градчета и села), поставят върху президентските избори от миналата година доста по-силен и отчетлив акцент. Значимата тежест на тези групи сред населението на страната, обяснява и доближаването на преизбирането на Г. Първанов до историческото членство на България в ЕС.

Приемането ни в ЕС е най-значимо за по-младите поколения – при хората на възраст до 30 години то е обявено за събитие „номер 1” от 65%; при учащите – от 72%. Силен акцент са поставили още групите с високо образование и висок икономически статус (съответно по 60%); жителите на столицата – 58%.

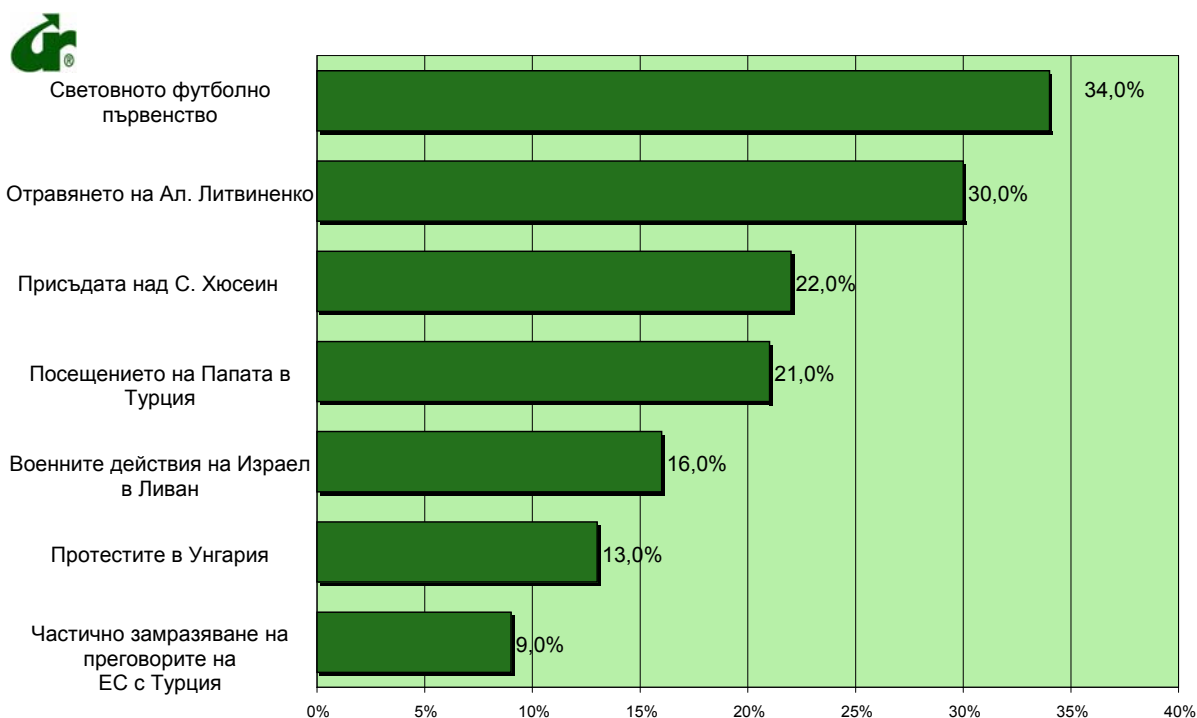
За страната ни изминалата година донесе поредица спортни успехи, които намериха място и сред най-важните събития. Успехите на българските волейболисти, влизането на Левски в Шампионската лига, световната титла по фигурно пързаяне, са все събития, впечатлили една специфична аудитория: по-млади хора (под 40 години), професионално активни, с добри доходи, живеещи в областните центрове, самонаети или заети в частния бизнес. Вероятно това не е случайно: очевидно става въпрос за „успешни” в личната си биография хора, които и поради това са склонни да ценят спортния успех, който е резултат на положени значими лични усилия.

С водещото спортно събитие (успехите на волейболистите) обаче, се изравняват и финансовите злоупотреби в големи дружества като Топлофикация и Енергоснабдяване. Вероятно е излишно да се подчертава, че това събитие получава значим акцент в столицата, но е любопитно да се отбележи, че то прави по-силно впечатление на високообразованата част от сънародниците ни. Не можем да подминем и избирането на първия български еврокомисар – Меглена Кунева, което е посочено като събитие на годината от всеки пети пълнолетен българин.

2. Събитие във външно политически план

Що се отнася до световните събития, акцентът върху поставеното на първо място събитие не е така отчетлив, както при касещите България. В международен план, сънародниците ни предпочитат да запомнят отиващата си година със Световното първенство по футбол, демонстрирало желанието на милиони хора за живот в свят, „воюващ” единствено на спортна територия. Вероятно и поради тази причина дори сериозния конфликт между Израел и Ливан остава с два пъти по-нисък резултат от Мондиала.

Световно събитие на 2006-та година



НА ПРАГА НА ЕС: МЕЖДУ НЕСИГУРНОСТТА И СКЕПТИЦИЗМА

Дългоочакваната дата 1 януари 2007 година намира голяма част от българското общество в състояние на евронесигурност с известни наценки на скептицизъм. Въпреки продължаващата висока подкрепа за еврочленството, изминалата година донесе изравняване на групите, които очакват ползи и негативи за себе си и своите семейства. Успоредно с това, разделната дата носи и много притеснения, най-вече по посока нарастване на цените на стоките и услугите. В същото време е прибързано да се говори за евроскептицизъм. Условия за поява на такъв биха се проявили при системно не реализиране на по-дългосрочните очаквания и надежди, свързани с присъединяването.

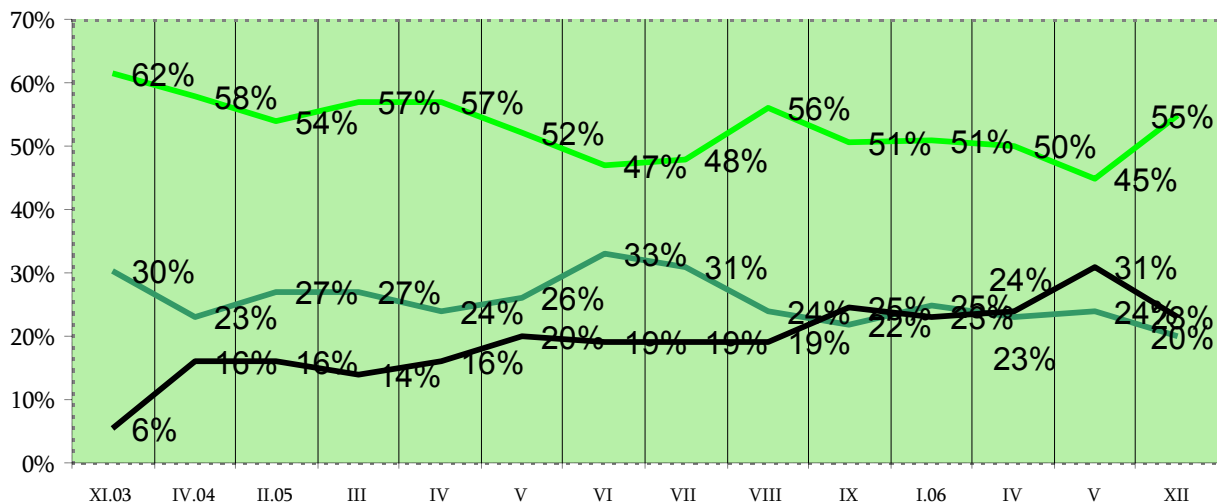
1. Очаквания, ползи и притеснения

През 2006 година продължава устойчивата за целия преход тенденция на много висока декларативна подкрепа за членството в ЕС (около 70-75%). Една четвърт от хората изказват неодобрение за европейското членство. В същото време, през 2006 година продължава процесът на плавно увеличение на хората, които в личен план очакват загуби от присъединяването, като намаляваха гражданите, които смятат, че ще спечелят. Така броят на оптимистите е вече по-малък от този на песимистите. Почти всеки четвърти предполага, че ще загуби от членството, докато всеки пети посочва ползи за себе си и собственото си семейство. Най-голяма динамика през първите месеци на годината може да настъпи в групата на хората (общо 55% от интервюираните), които смятат, че европейското членство няма да им се отрази съществено.



Лично на вас как ще ви се отрази присъединяването на България към ЕС?

- Ще спечеля
- Няма да ми се отрази
- Ще загубя



Това разколебаване в оценките за ефектите от членството се наблюдава и в цялостната оценка за възможностите, които страната ни ще има в ЕС. Едва с няколко процента надделява мнението, че след 1 януари 2007 година за България ползите ще са повече от ограниченията - 49% споделят първата теза, докато 46% остават на обратното мнение. Като социален профил групите на оптимистите и песимистите за членството продължават да бъдат устойчиви. При първите доминират по-младите, жителите на София и големите градове, както и хората с висше и средно образование. Далеч по-често оптимисти остават хората със свободни професии, частните собственици, служащите и учащите, както и граждани с по-високи месечни доходи. В същото време, сред песимистите надделяват по-възрастните (над 50 години), жителите на малките градове и селата, както и тези с основно образование. По-често негативно настроени са и земеделските стопани и пенсионерите, както и хората с под 100 лева месечен доход на член от домакинството.

Самото присъединяване към организацията поражда много притеснения от по-краткосрочен характер, които ще бъдат от особено значение през първата година на членството. Съществуват обаче и не малко позитивни очаквания. По подобие на другите нови страни-членки и в България очакванията за сериозно нарастване на цените доминират над всички останали страхове. Постоянно увеличаващата се информация за

високите стандарти на ЕС в различни области водят и до сериозни притеснения относно съдбата на българските фирми. Четири от десет интервюирани очакват фалити на много предприятия. В непосредствен план, като най-големи ползи от присъединяването, гражданите възприемат навлизането на българския пазар на по-качествени стоки, както и ускоряването на общото икономическо развитие на страната.

Кои от следните неща очаквате да се случат през 2007 година в резултат на членството в ЕС?*

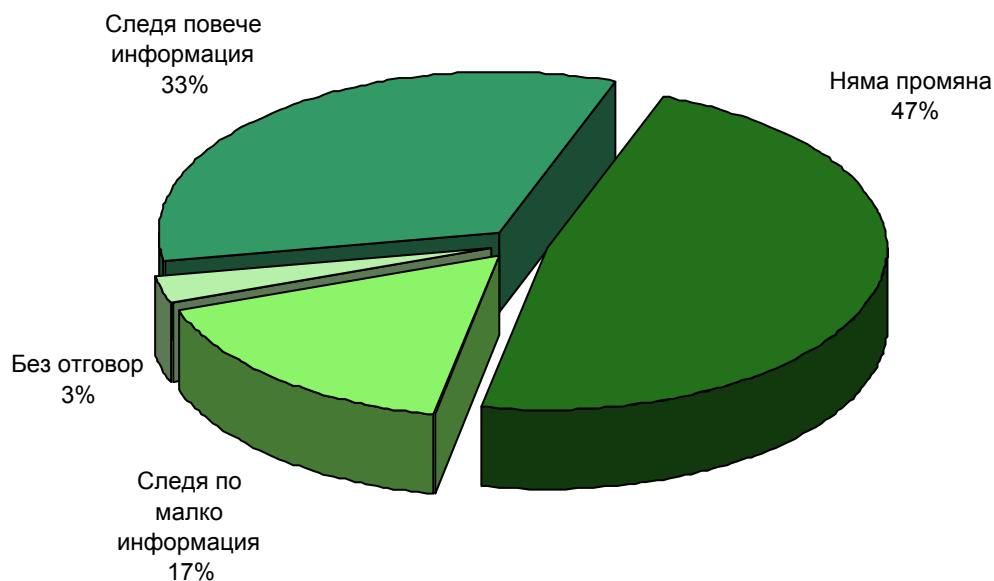
Ще се увеличат цените	84%
Ще фалират много предприятия	41%
Стоките, които се предлагат ще са по-качествени	38%
Ще се засили икономическото развитие	29%
Ще се понижи стандарта ми на живот	28%
Ще бъде защитен по-добре като потребител	26%

**Сборът на процентите надхвърля 100 %, тъй като интервюираните са имали възможност да посочат повече от един отговор.*

Приближаването на самото членство и нарастващата несигурност около него и последствията му, са довели и до по-висока информационна активност на гражданите в страната. В сравнение с предходната година всеки трети е започнал да следи по-интензивно информацията, свързана с ЕС. Все пак, почти половината от хората не намират основания за промяна на своето поведение и не са променили навиците си. При 17% от интервюираните интересът към подобна информация е намалял.



Сравнено с преди една година, вие лично повече или по-малко информация, свързана с ЕС, следите ?



2. България в ЕС: Равнопоставеност и защита на българските интереси

На прага на ЕС българските граждани продължават да имат сериозни съмнения, че страната ще бъде третирана като равна редом с останалите страни-членки. Дългите години на водене на преговори, които изискваха по-скоро приемане на европейското законодателство, отколкото реално договаряне, оставят сериозен отпечатък в общественото мнение. Мнозинството от хората очакват България да бъде равнопоставена с другите европейски страни, но една немалка част е на обратното мнение.

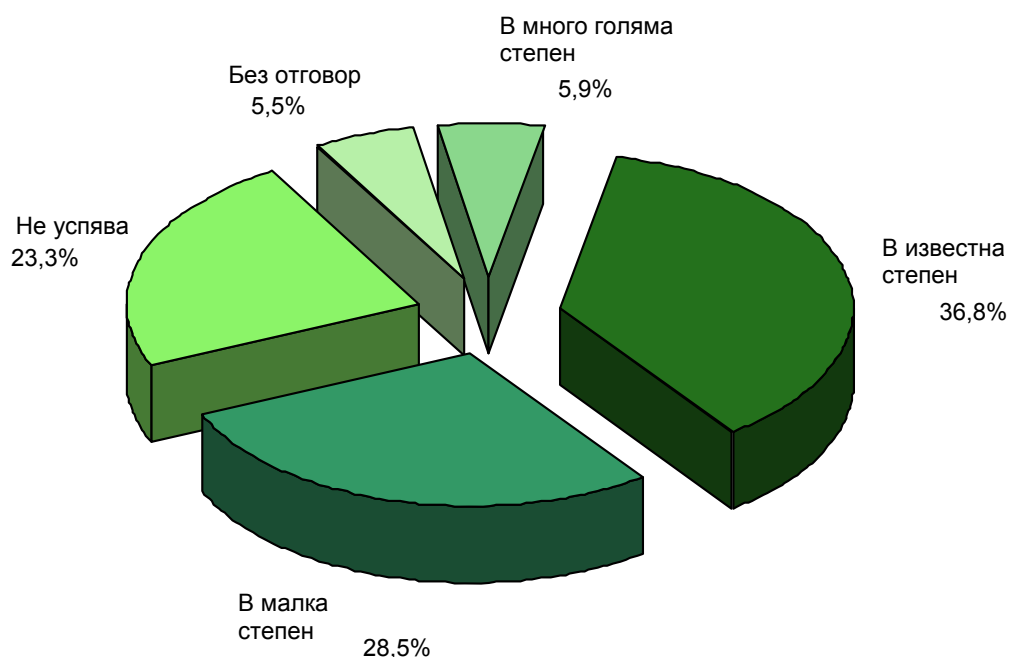
С кое от следните твърдения сте съгласни ?

България ще бъде равнопоставена с другите европейски страни	51%
България няма да бъде равнопоставена с другите страни от ЕС	42%
Без отговор	7%

Пред българския политически елит предстои и задачата да убеди обществото, че е в състояние да защитава националните интереси в лабиринта на брюкселската дипломация. Изпитания за това през 2007 година ще има немалко – ярък пример е процесът срещу българските медицински сестри в Либия и различните казуси по прилагането на европейското законодателство в страната. Към настоящия момент мнозинството от българите (52%) не са убедени, че българските институции са в състояние да правят това. Едва 6 % от тях считат, че техните интереси са много добре защитени в ЕС.



Доколко България успява да защити такива позиции в ЕС, които да са от полза за българските граждани ?



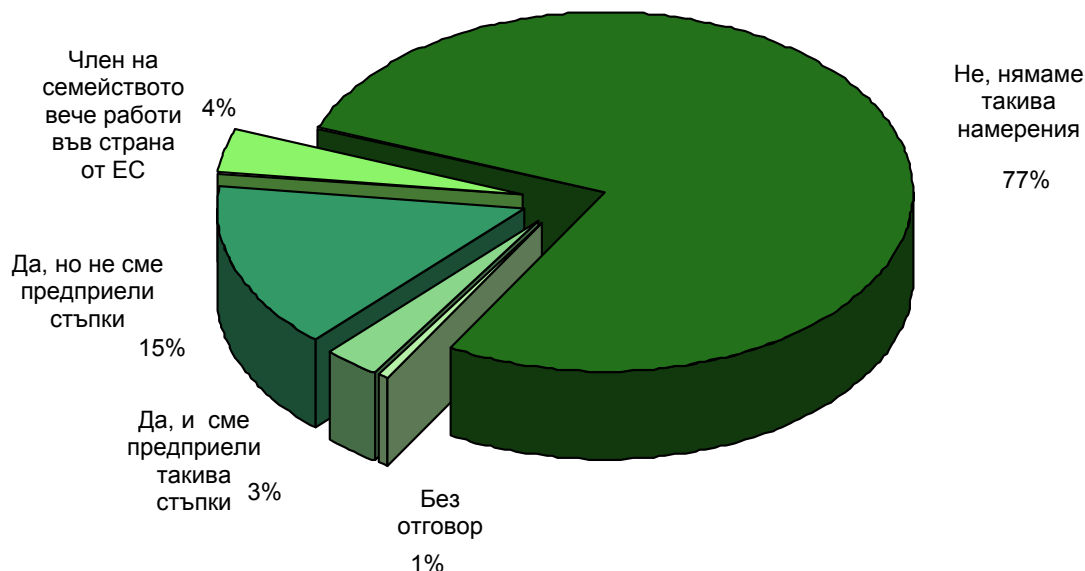
Ако голяма част от гражданите имат съмнения относно способността на държавните институции да защитят българските интереси след 1 януари 2007 година, то в мнозинството си те са убедени в по-големите възможности сами да защитят своите права след тази дата. 46% свързват членството с нарастване на възможностите за защита на своите права, а едва 15% виждат обратния процес. За почти четири от десет души (38%) е трудно да направят еднозначна оценка.

3. Членството в ЕС и намерения за трудова мобилност

Нарастващите възможности за свободно пътуване, учене и работа са сред най-изтъкваните през годините аргументи в полза на еврочленството. Извън това очакване, голяма част от международния интерес към България, в седмиците преди 1 януари 2007 г., бе именно свързан със страховете на различни групи в старите страни-членки от масова имиграция от Изток. Почти 80% от интервюираните граждани нямат намерения да полагат усилия за търсене и започване на работа в ЕС. 15% споделят, че имат подобни нагласи, но те остават по-скоро абстрактни. Едва 3% от гражданите заявяват, че имат намерение за търсене на работа и са предприели някакви конкретни стъпки. До 4% от българите вече имат членове на семействата им, които са на временна или постоянна заетост в страна - член на ЕС.



Смятате ли вие, или член от вашето семейство да предприемете конкретни стъпки, за да заминете на работа в страна членка на ЕС след присъединяването на България на 1 януари 2007 ?



ИНСТИТУЦИИ БЕЗ ГРАЖДАНИ

България влиза в Европейския съюз с едни от най-ниските равнища на доверие към своите институции – законодателни, изпълнителни, правораздавателни, граждански. През годините на прехода не се наблюдава нито един по-значим времеви период, в който основните държавни институции да са се ползвали с устойчива обществена подкрепа. Най-честият модел, който изследванията регистрират е следният – взрив на очаквания в първите месеци след сформирането на нов парламент и правителство, последвани от срив в оценките, продължаващ до края на съответния мандат.

Демократическият дефицит и кризата на доверие в политическото представителство не са нови феномени на европейската сцена, но в отделните страни те имат различни форми и степени на проява. Ако проследим устойчивите трендове в изследването Евробарометър, ще видим, че според степента на институционално доверие се очертават няколко групи страни:

- Северните – Финландия, Дания, Швеция, Холандия се отличават като правило с относително високо гражданско доверие, съпроводено от висока институционална стабилност.
- Голяма част от западноевропейските страни – като Франция, Германия, Испания, Италия се характеризират с общо взето стабилно доверие към по-слабо или неполитизираните институции – армия, полиция, съдебна система, синдикати, но и с твърде силни колебания по отношение на парламент и правителство.
- Сред новоприетите десет страни от предпоследната вълна на разширяването се наблюдават едни от най-високите нива на динамика в отношението и недоверие по отношение на правосъдие, изпълнителна и законодателна власт, като тук особено се открояват Полша и Унгария.

България не е изключение от европейските страни що се отнася до честите амплитуди в отношението към правителствата и критичността към политическите партии. Тя обаче контрастира рязко, първо, с много по-високите нива на негативизъм, измерени поотделно към институциите (с изключение на армия и полиция) и второ, с отсъствието на доверие към правосъдните и граждански институции, като коректори на политическите. Ако в голяма част от западноевропейските страни “стабилизираща” функция изпълняват

именно съдебната система и гражданските институции, то в България, недоверието е “ан блок”.

Отношение към някои основни институции в България и в ЕС*

	<i>Доверие</i>		<i>Недоверие</i>	
	ЕС 25	БГ	ЕС 25	БГ
Политически партии	22%	10%	72%	84%
Парламент	38%	17%	54%	75%
Правителство	35%	24%	59%	66%
Съдебна система	48%	20%	47%	73%
Синдикати	38%	13%	48%	64%

* Източник: Евробарометър, № 66

Устойчиво възпроизвеждащото се недоверие към почти цялата палитра от държавни институции е както резултат от редица особености в историческото развитие на страната, дефицити на прехода и липса на ясни регулативи, така, от своя страна, то е и предпоставка за слаба ефективност на институциите, за още по-голямо отчуждение на гражданите от държавата и утвърждаване на такива модели за разрешаване на отделни проблеми, които елиминират държавните институции. Точно тези модели се превръщат в съществена част от социалната база на корупционните практики, икономическата престъпност, заобикалянето на съдебната система при решаването на спорове, отглеждането на клиентелистки партийни структури и пр.

2006г. не прави изключение. Независимо от факта, че през годината липсваха силни политически или институционални сътресения, че натискът от ЕС за реформи в съдебната система и по-голяма ефективност на институциите продължи, че след станалата нарицателна ера “Филчев”, встъпи в длъжност нов главен прокурор, значителни промени в начина на функционирането на основните властови институции и респективно, в степента на доверие към тях, не се наблюдават. Напротив, както достигането до втори тур в президентския вот на лидера на националистическата формация Атака, Волен Сидеров, така и началният успех в конституирането на

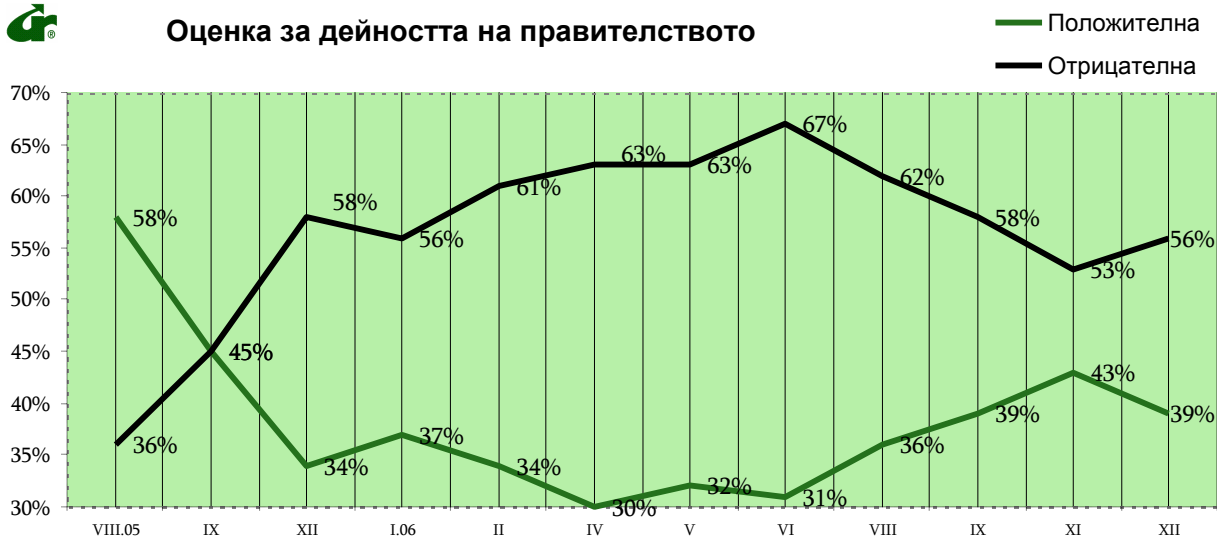
поредната партия, залагаща на недоверието в институциите, са силни индикатори, че този процес продължава да се развива. Слабостта на институциите подпомага възхода на съответния политически актьор, а в последствие тъкмо тя се явява предпоставката за неговото изместване от “новия нов”. Тази неустойчивост в отношението към институциите може да бъде проследена в оценките за повечето от тях и през 2006г.

1. Отношение към правителството

Правителството на тройната коалиция се радва на обществена подкрепа само през първите три месеца от своя мандат, след което оценките за него започват стръмно да слизат надолу. Отрицателните мнения достигат своя пик през май-юни 2006, след публикуването на критичния доклад на Европейската комисия за напредъка на България към европейското членство. От края на лятото обаче, до декември, кабинетът успява да преодолее частично острия дефицит на доверие и да затвори донякъде ножицата между положителни и отрицателни оценки. Принос за тази промяна имат както по-позитивния втори доклад на Европейската комисия и обявеното на практика за сигурно присъединяване на България към ЕС от 1 януари 2007г., добрите икономически индикатори от втората половина на годината и стабилизиращата роля, която кандидат-президентската кампания на Г. Първанов изигра, в контекста на противопоставянето му на един краен националист и при липсата на сериозен опонент в дясно. Така, въпреки критиките относно готовността на България за европейското членство, страхът от поскъпването на живота след присъединяването към ЕС, някои скандали във властта и недоволството от решения в областта на енергийната политика и здравеопазването, дистанцията между отрицателни и положителни оценки пада до 10 на сто.



Оценка за дейността на правителството



Зад тези движения стои ясно очертана динамика в отношението към правителството от страна на различни социални групи. Така например, в началните месеци от дейността на сегашния кабинет, подкрепата си за него оттеглиха значителни части от традиционно леви социални слоеве – хората с най-нисък финансов и социален статус, които очакваха изпълнение на предизборните обещания за бързо подобряване на материалното си положение. Нереализирането на преките социални ангажменти от страна на БСП предизвика сериозен отлив на доверие за кабинета именно сред тези икономически най-слаби социални слоеве. Към средата на годината се очерта друга съществена група гласоподаватели, която все по-категорично декларира недоверие към управляващите. Сред тях преобладаваха центристски ориентирани и с по-добро икономическо положение граждани – жителите на областните центрове, хората в активна трудова възраст, служащите, дребните частни собственици, заемащите средни изпълнителски длъжности в служебната йерархия. Приоритет за тези избиратели са не толкова непосредствените социални решения, колкото провеждането на последователни, ефективни и отговорни управленски политики, като реформа в системата на здравеопазване (49% я посочват като проблем), създаване на възможности за професионална реализация (33%), предприемане на мерки за ограничаване на корупцията (32%), подобряване на образованието (28%) и условията на труд (28%). За всички тези направления, избирателите декларираат, че са свидетели не на цялостни и последователни политики, а на хаотични, постфактум реакции на вече случили се събития.

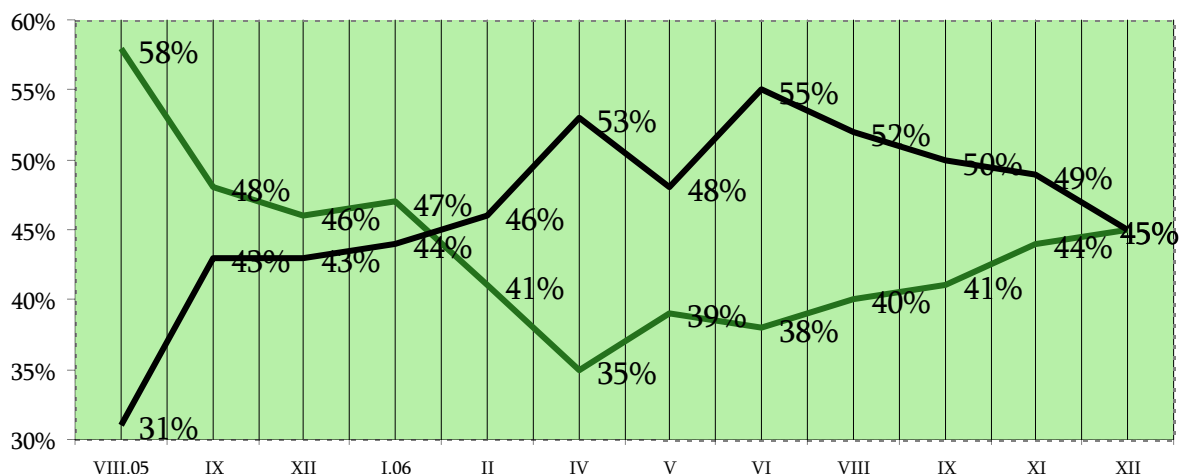
До края на годината стабилни в подкрепата за правителството остават единствено симпатизантите на ДПС. Настроенията сред избирателите на НДСВ бяха критични още на старта и останаха такива и в последствие. Над половината от жълтите симпатизанти даже оттеглиха подкрепата си и от партията, за която бяха гласували. В средите на БСП първоначалното одобрение беше заменено от критични настроения, които обаче бяха преодоляни от мобилизиращата за тях роля на президентската кампания.

Министър-председателят Сергей Станишев, както и предшествениците му, се ползва с по-високо обществено доверие, отколкото правителството като цяло. Оценките за него са поляризираны между положителните и отрицателните.



**Оценка за дейността на министър-председателят
Сергей Станишев**

— Положителна
— Отрицателна



Както и при правителството, оценките за министър-председателя са най-негативни в периода май-юни, след което започва преодоляването на най-негативните настроения. В края на годината положителните и отрицателните оценки се изравняват, с тенденция в началото на 2007г. доверието, макар и леко, да преобладава над недоверието. Симпатизантите на БСП дават изключително високи оценки за своя партийен лидер. Извън левите среди позитивно отношение към министър-председателя има единствено сред избирателите на ДПС, а сред привържениците на десните политически сили, Атака и негласуващите – преобладава отрицателното.

През 2006г. най-силно повиши своя личен рейтинг министърът по европейските въпроси Меглена Кунева, която стана и първият български еврокомисар. Висока популярност

запази и министърът на културата Стефан Данаилов. Другите трима министри с открояващи се позитивни стойности са външният - Ивайло Калфин, финансовият - Пламен Орешарски и на образованието и науката - Даниел Вълчев. С устойчиво обществено недоверие се ползват министри, чиито ресори са особено проблемни с провежданата в тях политика и които оказват пряко влияние върху ежедневието на гражданите – министъра на здравеопазването Радослав Гайдарски, на бедствията и аварийите – Емел Етем, на земеделието – Нихат Кабил, на икономиката и енергетиката – Румен Овчаров, на правосъдието – Георги Петканов.

Оценка за дейността на министрите през годината

Индекс за дейността на министрите:*	I.2006	IV.2006	V.2006	VI.2006	VIII.2006	IX.2006	XI.2006	XII.2006
Меглена Кунева	13,7	9,9	20,7	21,1	25,9	26,2	22	24,6
Стефан Данаилов	21,4	20,2	23,2	29,5	26,9	26,9	23,4	22
Ивайло Калфин	7,2	4,4	15,9	8,0	11,2	11,2	14,4	10,5
Пламен Орешарски	7,4	6,5	6,6	3,6	11,1	11,1	8,1	7,5
Даниел Вълчев	1,7	2,6	5	6,5	8,4	8,4	4,7	5,8
Веселин Близнаков	0,7	0	0,6	0,0	0,4	0,4	0,3	-0,3
Румен Петков	7,4	1,2	-10,2	-5,8	-5,2	-5,2	-5	-3,5
Петър Мутафчиев	-2,2	-1,4	-0,6	-1,5	-3,3	-3,3	-1,9	-4
Асен Гагаузов	-6,5	-2,2	-2,9	-4,3	-0,8	-0,8	-1,8	-4
Николай Василев	-5,7	-3,2	-4,4	-3,1	-5,3	-5,3	-4,2	-4,1
Радослав Гайдарски	0,7	-6,5	-10,3	-11,4	-10,2	-10,2	-9,4	-7,6
Джевдет Чакъров	-6,9	-7,4	-7,8	-8,0	-10	-10	-9,3	-9,5
Георги Петканов	-1,8	-8,8	-11,2	-10,9	-10	-10	-5,6	-10,1
Нихат Кабил	-9,3	-14,5	-15,6	-15,6	-14,8	-14,8	-11	-10,9
Емилия Масларова	-10,1	-6,3	-6,9	-3,2	0,5	0,5	-13	-12,1
Румен Овчаров	-8,8	-3,8	-14,7	-15,7	-22,3	-22,3	-14,6	-13,0
Емел Етем	-1,3	-16,6	-17,4	-17,1	-18,4	-18,4	-14,2	-16,3

**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за отделните министри. При министрите с отрицателни стойности, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните*

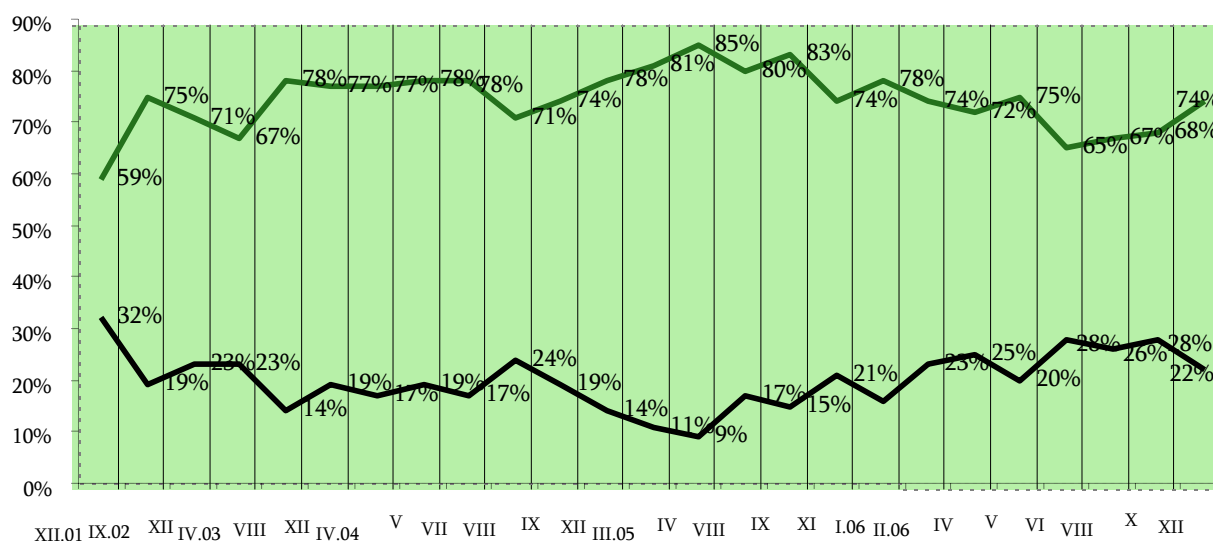
2. Президент – запазена подкрепа в годината на президентски избори

От създаването си след демократичните промени в България, институцията “президент” традиционно се ползва с висок обществен рейтинг. Президентът Георги Първанов също запази високата си популярност по време на целия си мандат.



Оценка за дейността на президента Георги Първанов

— Положително
— Отрицателно



В годината на президентските избори съществени вариации в кривата на доверие не се наблюдават, което в значителна степен се дължи на два основни фактора - липсата на силни конкурентни кандидатури и отсъствие на сериозен идеен и електорален сблъсък в хода на кампанията. През месеците юни – октомври, които съвпаднаха с активизирането на дебата около президентския пост и последствията от скандала с папката на “агент Гоце”, изследванията регистрираха известен спад в положителните оценки, но той не постави под съмнение претендентското място на Първанов за втори мандат. След категоричната победа на втори тур с три четвърти от подадените гласове, рейтингът на президента възвръща стойностите си от преди началото на кампанията (75% доверие : 22% недоверие).

3. Позитивни нагласи към армията, поляризирано отношение към полицията

В дългосрочен план, подобно на мнозина европейски страни, армията и полицията се ползват с преобладаващо одобрение и в българското общество. През 2006г. обаче са налице съществени разлики в отношението към двете институции.

Отношение към армия и полиция в България и в ЕС*

	<i>Доверие</i> ЕС 25	<i>Доверие</i> БГ	<i>Недоверие</i> ЕС 25	<i>Недоверие</i> БГ
Армия	68%	67%	22%	29%
Полиция	65%	52%	30%	43%

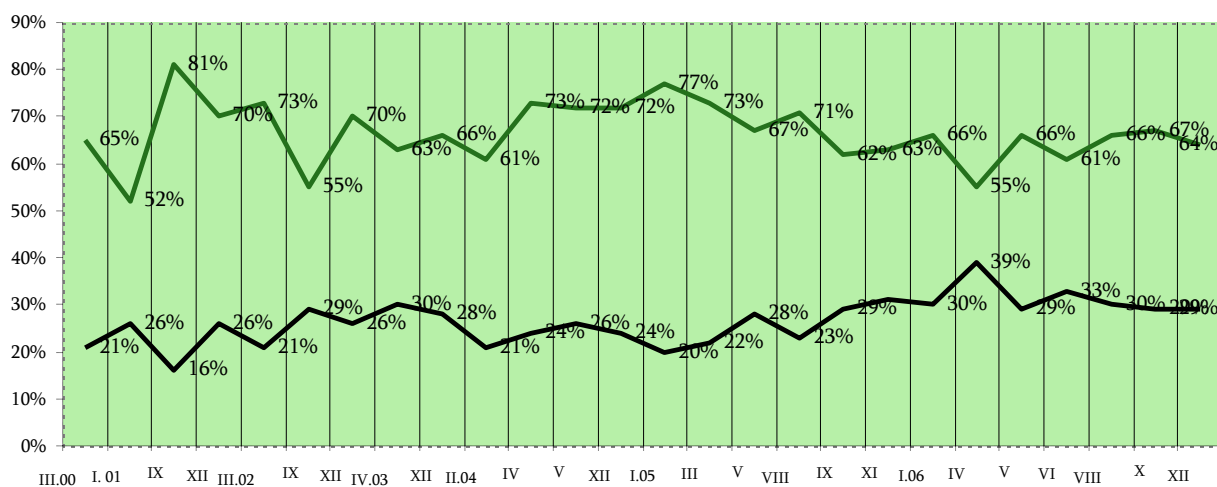
* Източник: Евробарометър, № 66 за ЕС и Алфа Рисърч за България

Армията запазва традиционния си висок рейтинг от предишните години. При нея не се наблюдават значими вариации в кривата на одобрение. Като най-значим факт за 2006г. трябва да се отбележи широката подкрепа, особено от страна на по-младите поколения, за отмяната на задължителната военна служба и замяната ѝ с професионална армия.



Армия

— Положителна
— Отрицателна



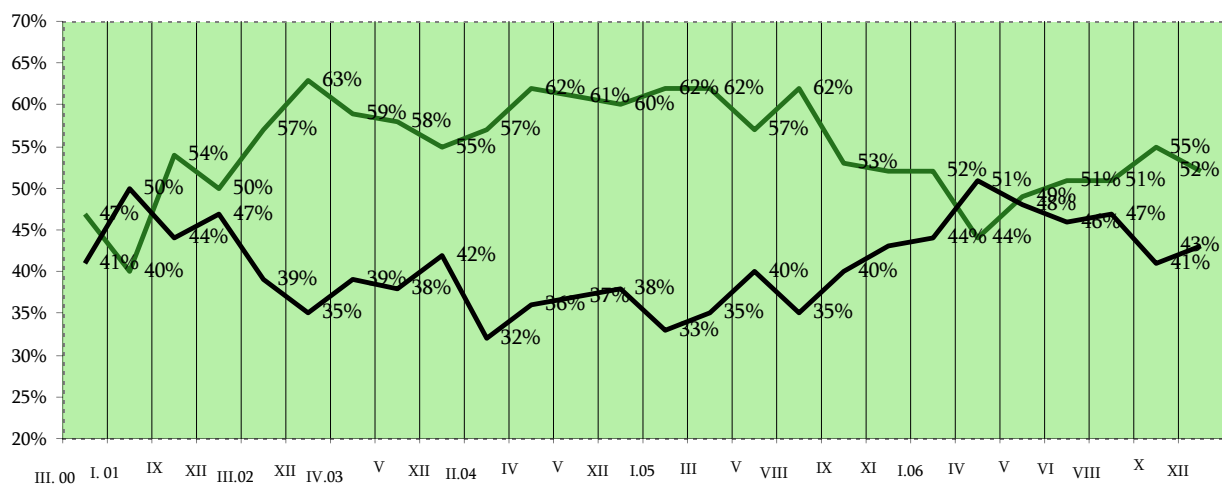
За полицията 2006г. е в известен смисъл знакова. От началото на 2001г., когато два трагични инцидента изправиха на “нокти” обществото и предизвикаха силни граждански протести, негативните оценки към полицията не бяха вземали превес. Точно това се случи в периода април-юни 2006г., когато дейността на МВР беше силно критикувана както от външни, така и от вътрешни експерти, и когато силно спадна популярността на вътрешния министър Румен Петков (спад в индекса на одобрение – с 10.2 пункта). След тези критични месеци полицията бавно започва да възвръща традиционно благосклонното отношение на обществеността към себе си и в края на годината позитивните оценки с десетина пункта надвишават негативните. Като цяло обаче съотношението доверие-недоверие е много по-ниско, отколкото през предходните години, когато дистанцията се е движила между 20 и 30 на сто. Много важна характеристика на това отношение е изключително високата поляризация в оценките на жителите на по-големите градове и на останалата част от страната.

Преобладаващата част от градското население изразява недоверие към дейността на полицията в своите населени места. Позитивните оценки идват от страна преди всичко на селското и по-възрастното население, което е по-слабо мобилно и по-слабо изложено на рискове. Недоверието в способността на полицията да защити живота, сигурността или собствеността на гражданите е изключително мощен проводник на недоверие към управляващите и държавните институции като цяло. Още повече, че за първи път през последните шест години се наблюдава толкова силен превес на отрицателните оценки в големите градски центрове, които са местата с потенциално най-висока концентрация на престъпност и които биха могли да предизвикат бурни обществени реакции.



Полиция

— Положителна
— Отрицателна

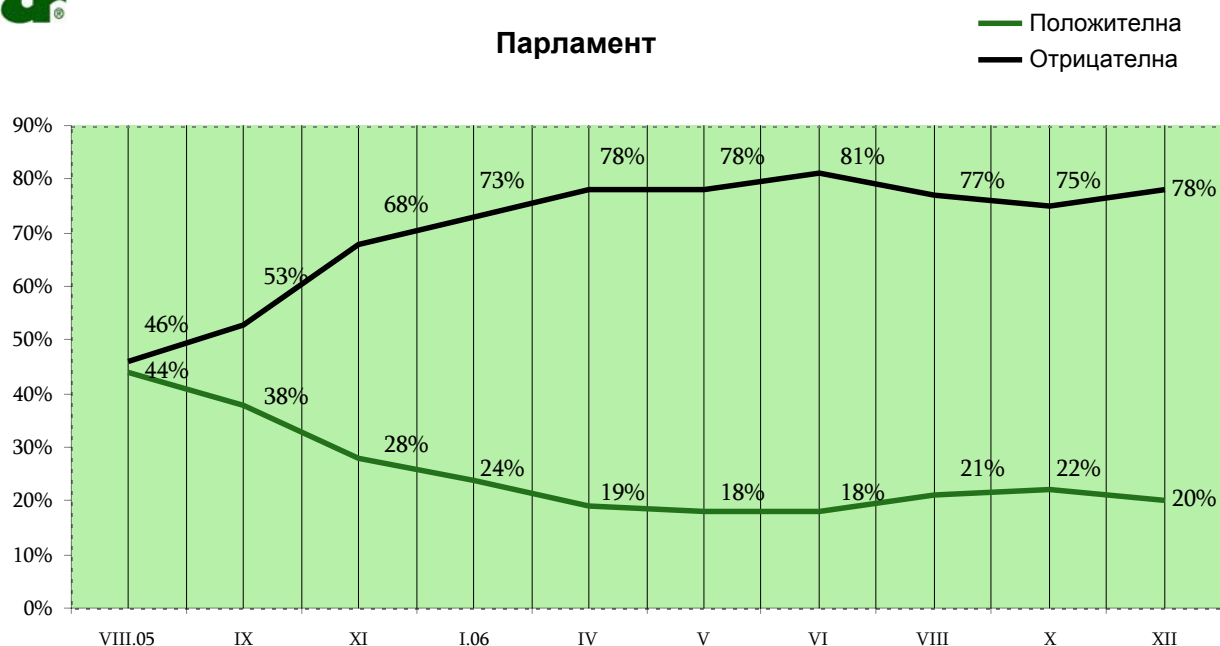


4. Основата на институционалната слабост – недоверието към законодателната власт и правосъдната система

Отношението към институциите на законодателната и съдебната власти е не само негативно, но и устойчиво критично. Ако промяната, включително и спадът на доверие към институциите, свързани с политическите представителства, отразява съотношението на силите в страната, влия се от конюнктурни, ситуативни и личности фактори и в този смисъл е донякъде закономерно и вътрешно присъщо на политическия процес, то устойчивият негативизъм към правосъдната система изразява принципното недоверие на гражданите към способността на институциите да налагат справедлив ред в обществото, да гарантират неговото спазване, да осигуряват равенството на всички пред закона. В този смисъл за общественото мнение те не служат като коректив на политическите решения, а се явяват поредното средство за получаване на привилегии, безнаказаност и недосегаемост на елита. Поради всичко това степента на доверие към тези институции не е просто “едно” от множеството измерения на институционалната стабилност, а ключово, доколкото касае по-фундаментални отношения на гражданите към обществото, в което живеят.

Още от началото на 2006г. парламентът прехвърля 70% неодобрение, а в края на годината тази стойност достига почти 80 на сто. Изключение от отрицателните оценки

правят част от твърдите БСП и ДПС симпатизанти, но дори и сред тях критичните настроения вземат връх. Няма действие на парламента или отделни негови представители, които да са предизвикали промяна в отношението към него през цялата 2006г.

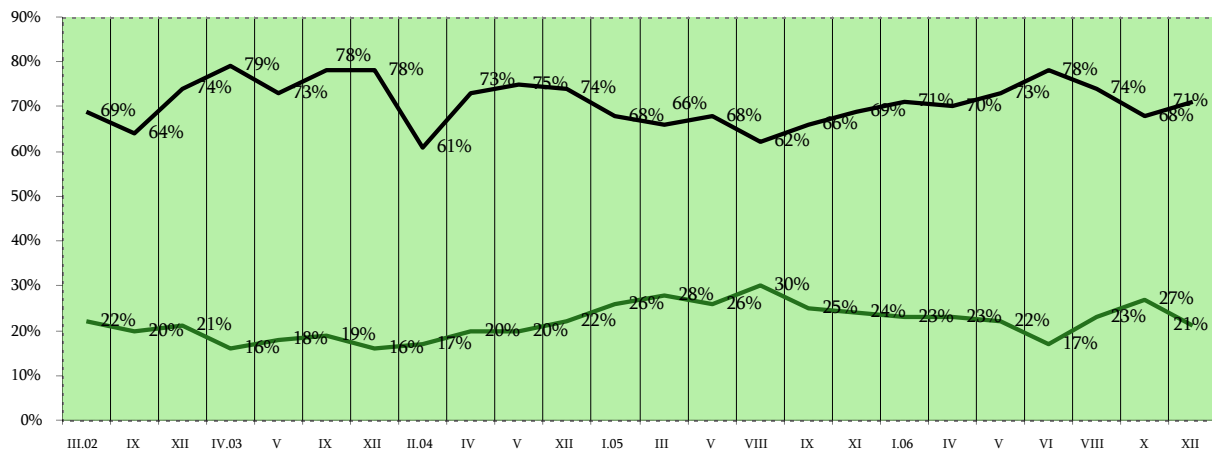


Много сходни по профил са оценките за работата на съда, следствието и прокуратурата. Устойчиво равната крива на неодобрение, върху която влияние не оказват нито по-успешни, нито по-неуспешни действия на правосъдната система, нито дейността на новия главен прокурор, нито конституционните реформи, показва, че освен вътрешни реформи в дейността на тези институции, е необходим и много по-различен подход в запознаване на обществото с принципите, подходите и резултатите от тяхната дейност.

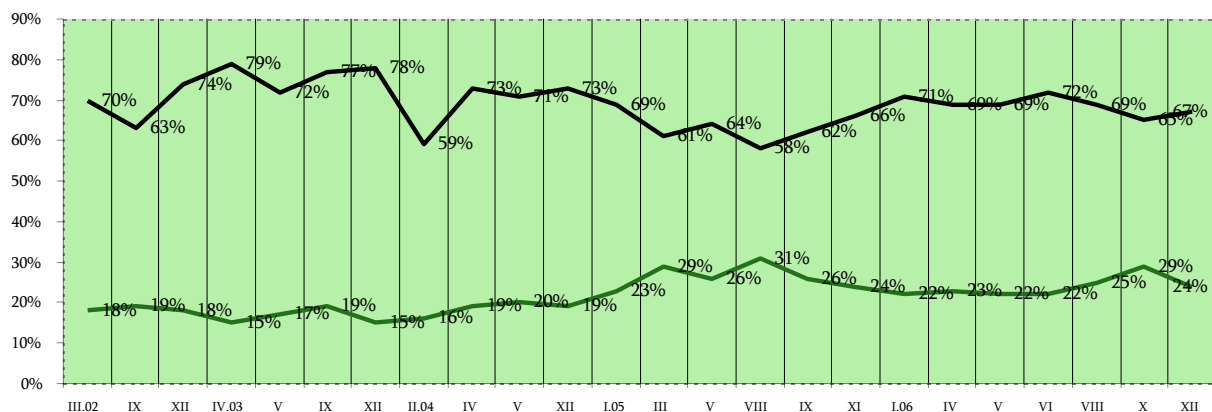


Съд

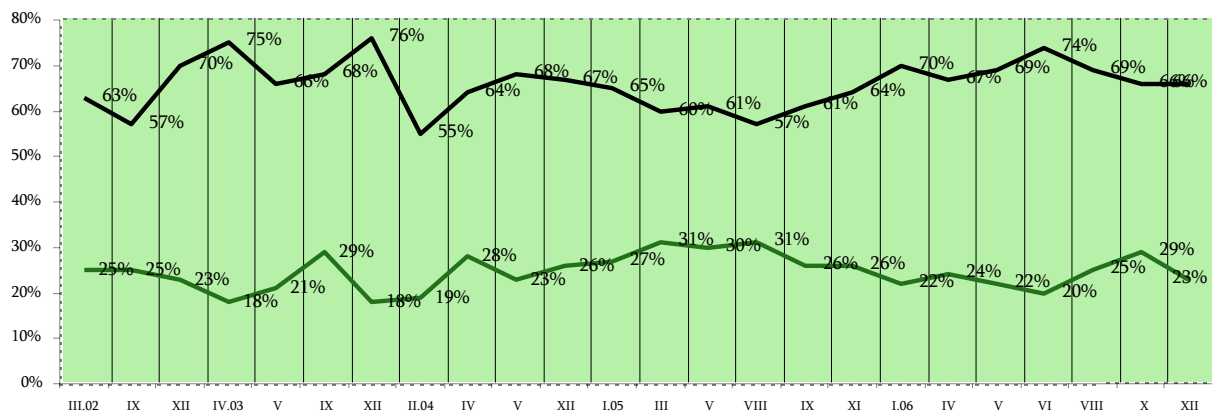
— Положителна
— Отрицателна



Прокуратура



Следствие



Противодействието на един силен обществен стереотип, оформил се и намирал потвърждение през последните десет години, е доста бавен и сложен процес, но високата степен на прозрачност и диференцираност в отразяването на отделните страни от дейността на тези институции, със сигурност би съдействала и за едни по-детайлизирани обществени реакции.

*

Добре известно е, че каквито и вътрешни критерии за ефективност да съществуват, изключването на гражданската оценка, води до отчуждение и постепенно “изключване” на гражданите, което обезсмисля действието на която и да било институция в демократичните общества.

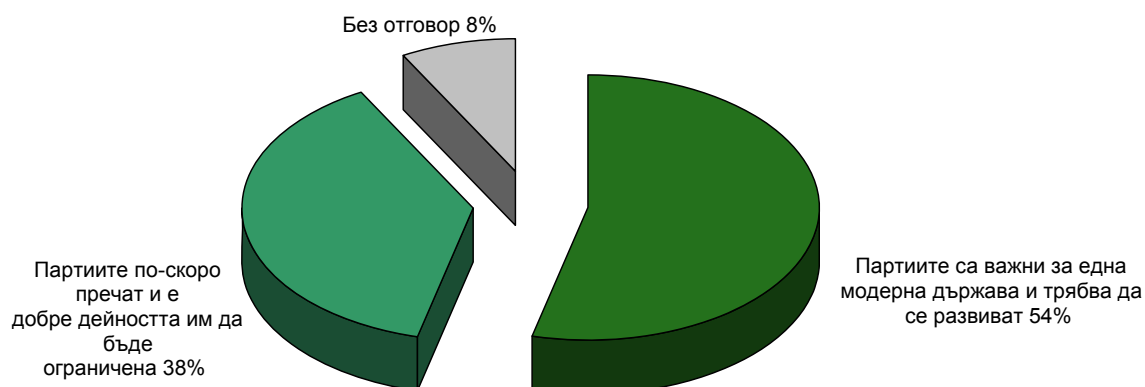
Очакванията на българското общество, че с влизането на страната в Европейския съюз, ще бъде гарантирано върховенството на закона, или най-малкото, ще има много по-силен натиск за строго прилагане на законите и правилата са много силни и изразяват едни от най-големите дефицити в българското общество. Те обаче са и силен потенциал за ръст на евроскептицизма, ако не бъдат реализирани.

ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ПАРТИИ: ИНСТИТУЦИОНАЛНА НЕЕФЕКТИВНОСТ И ЕЛЕКТОРАЛЕН ВАКУУМ

Установената в предишните години тенденция към липса на устойчиво доверие в политическите партии се откроява като лайтмотив на общественото мнение и през 2006-та. Въпреки отчуждението на избирателите, намаляващото влияние на традиционните партии и разпространението на анти-системни послания със силен социален отзвук, мнозинството от българските избиратели са на мнение, че политическите партии са важни за модерната държава и трябва да се развиват. Същевременно, критичността към дейността на партиите в България остава висока, поради което значителна част от обществото застъпва позицията за ограничаване на дейността им.



Оценка за важността на политическите партии



Силното разочарование от политическите партии през последните години се изразява в поредица негативни обществени оценки. Огромното мнозинство от 80 на сто от избирателите са на мнение, че българските партии не могат да се справят с управлението на страната. Критика по този въпрос отправят представителите на всички социални слоеве, независимо от тяхната икономическа активност, материално положение и политически симпатии. В основата на позицията за ниска управленска ефективност на партиите стои разбирането, че действията на политическите субекти се водят от интересите на близки до партийните ръководства кръгове.

В резултат, за една година делът на убедените, че в България има партия, която защитава интересите им, намалява от 39% на 33%. Отчуждени от политическите партии се чувстват представителите на всички социално-демографски групи. Изключение правят единствено представителите на турския етнос, които в съотношение 58%:38% посочват, че има партия, която защитава интересите им. Колкото по-добър е социално-материалният статус на избирателите, толкова по-силно изразено е убеждението, че те нямат добро политическо представителство. Освен невъзможността за справяне с управлението, причините за нарастващия песимизъм се допълват от мнението, че лидерите напълно контролират партиите си (50%), а вътрешно-партийните правила и процедури не се спазват (32%). Макар и в различна степен, тези нагласи засягат всички основни политически формации. Индикатор за това влияние са общественото доверие в партиите, техните лидери и електоралният им потенциал.

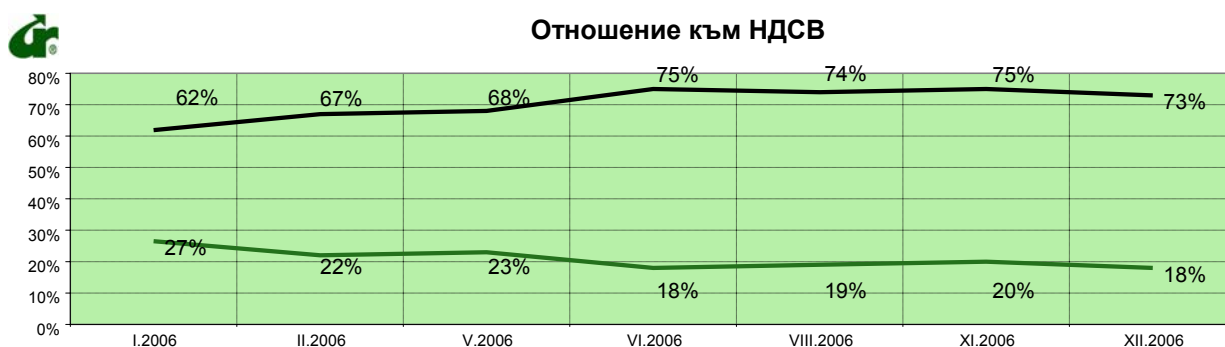
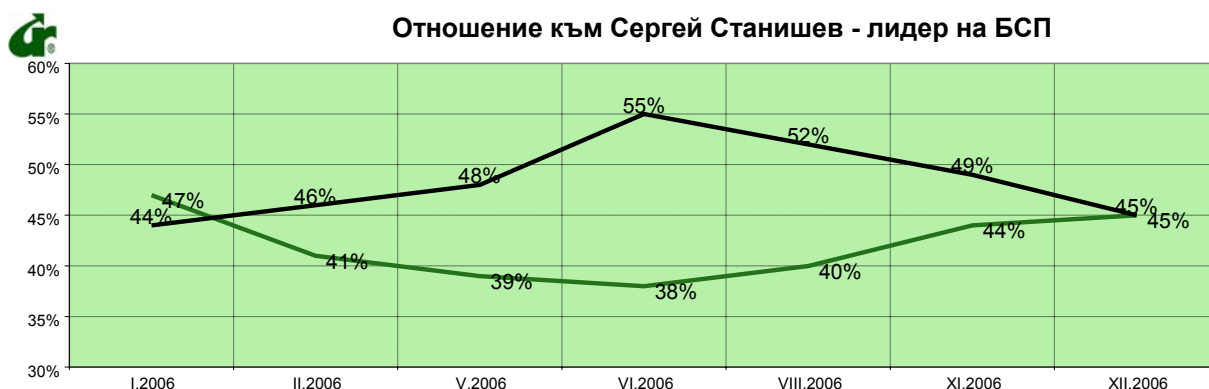
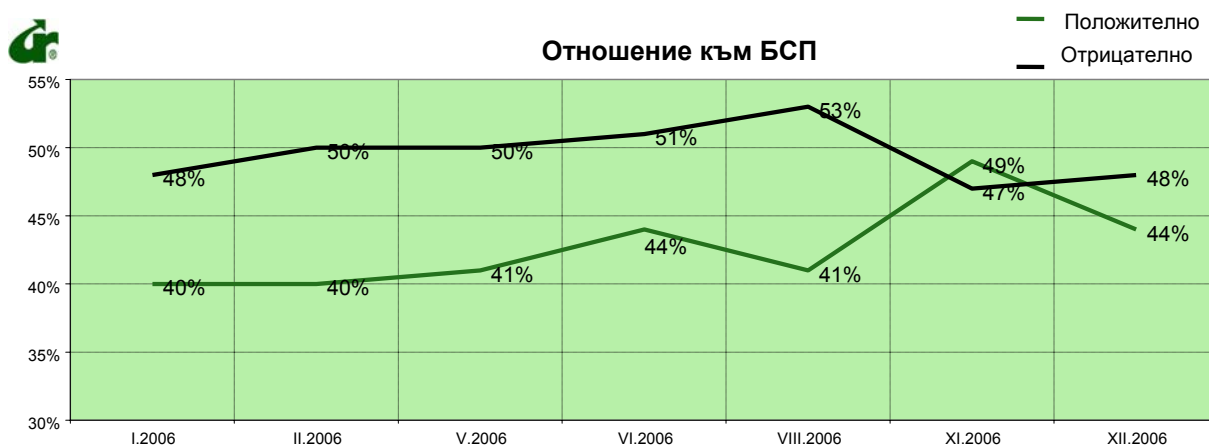
1. Институционалната неефективност – слабост на управляващите коалиционни партньори

Отношението на обществото към правителството е нееднозначно през цялата 2006-та година. Кабинетът успява да запази доверие в границите на около 40%, но дейността на ключови негови представители е съпътствана със силно обществено недоволство през отделните месеци. Най-силно критикувани през годината бяха министрите на социалната политика, здравеопазването, вътрешните работи, икономиката, земеделието, околната среда, бедствията и аварията. В отделни моменти неудовлетвореност изразяваха както хората с по-нисък социален статус, така и тези в по-добро материално положение. Както бе посочено по-горе избирателите в затруднено социално-икономическо състояние на този етап са по-склонни да останат лоялни към предпочитаните от тях партии, въпреки неудовлетвореността от управлението. За разлика от тях, на икономически активните и респ., по-взискателни гласоподаватели не им липсва увереност да оттеглят доверието си от партиите след като не виждат да се провежда последователна и прагматична политика в отделните сектори.

В резултат, доверието в БСП през годината е силно поляризирано, но социалистите запазват позициите си на водеща политическа сила с електорален потенциал между 21% и 25%.

Отношението към ДПС в българското общество продължава да бъде силно негативно, но използваните от партията механизми за електорална мобилизация осигуряват на Движението неизменния потенциал от 7% от общия брой избиратели.

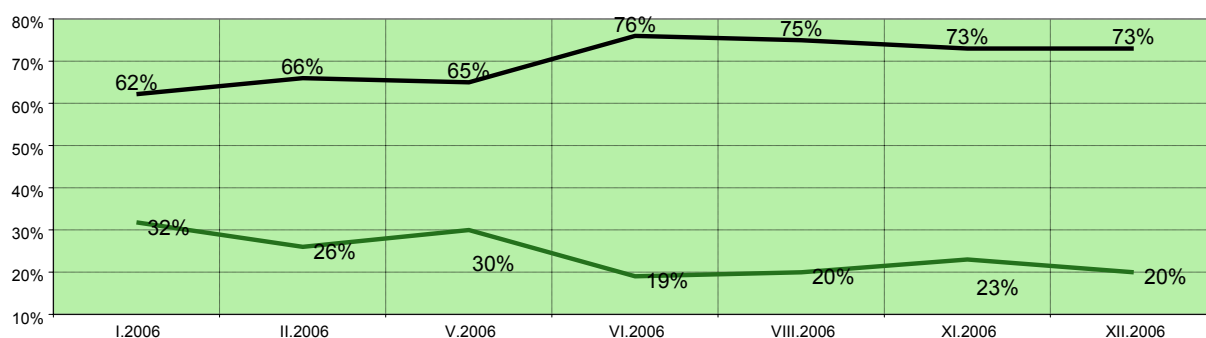
За разлика от БСП и ДПС, които запазват позиции, НДСВ постепенно губи общественото доверие. Положителните оценки за дейността на партията спадат с близо 10 на сто, а електоралният ѝ потенциал се свива до ядрото от най-твърди привърженици, възлизащо на около 3% от имащите право на глас.



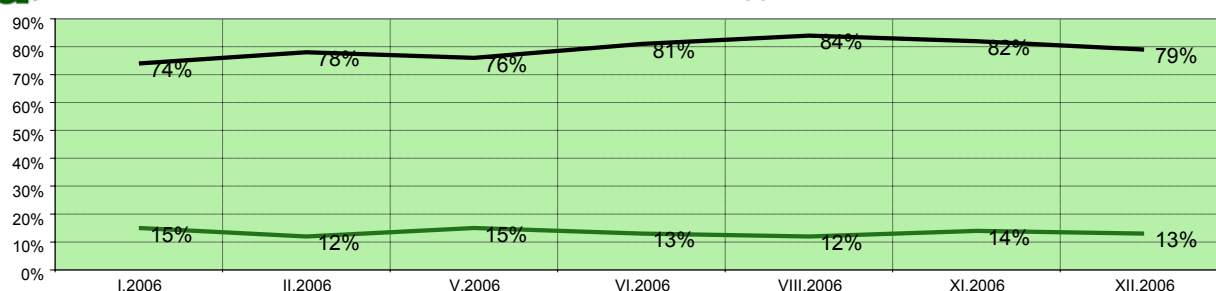


Отношение към Симеон Сакскобурготски - лидер на НДСВ

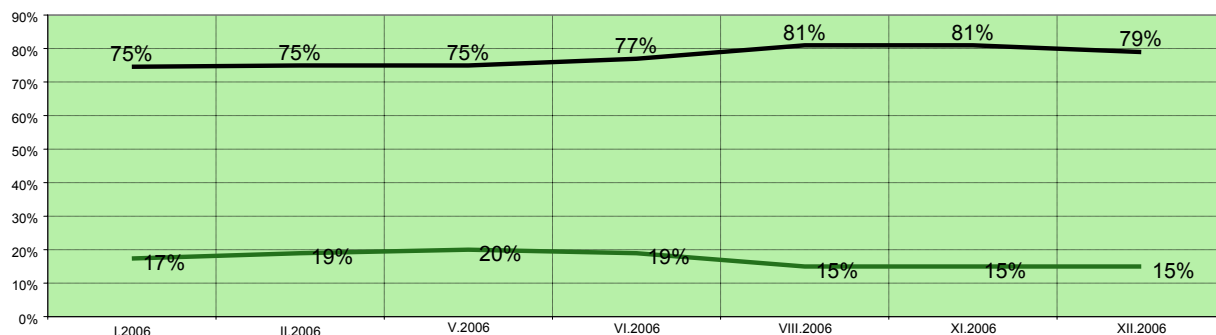
— Положителна
— Отрицателна



Отношение към ДПС



Отношение към Ахмед Доган - лидер на ДПС



2. Фрагментираност и липса на реални алтернативи – проблем на дясната опозиция

През 2006-та в обществото продължава да доминира недоверието към десните партии. Липсата на ясно формулирани алтернативи на управлението и конфронтацията между самите десни партии (проявила се включително в опита за излъчване на обща дясна

кандидатура за президент) водят до силно фрагментаризирана и изключително ниска електорална подкрепа.

За разлика от последните години, когато доверието към СДС непрекъснато спадеше, през 2006 г. одобрението за синята партия се стабилизира в рамките на 12 – 15 на сто. И партията, и лидера ѝ обаче продължават да се ползват със силно обществено неодобрение, поради което и електоралната ѝ подкрепа през дванадесетте месеца се движи в рамките на 3.5% - 4.5%.

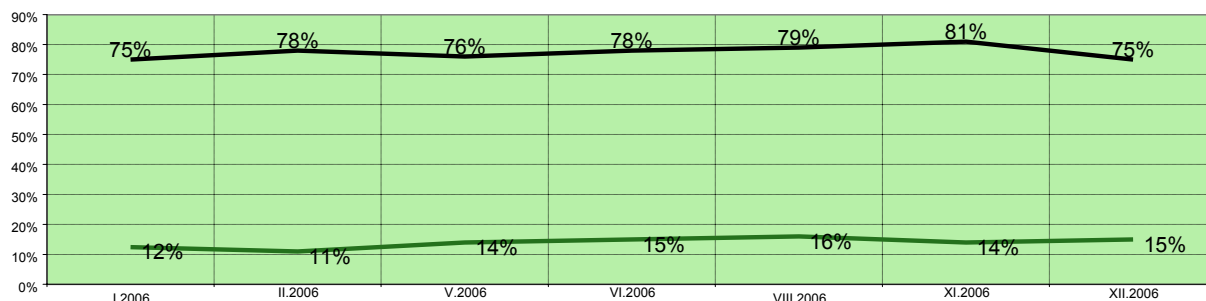
ДОВЕРИЕ В ДЕСНИТЕ ПАРТИИ И ЛИДЕРИ



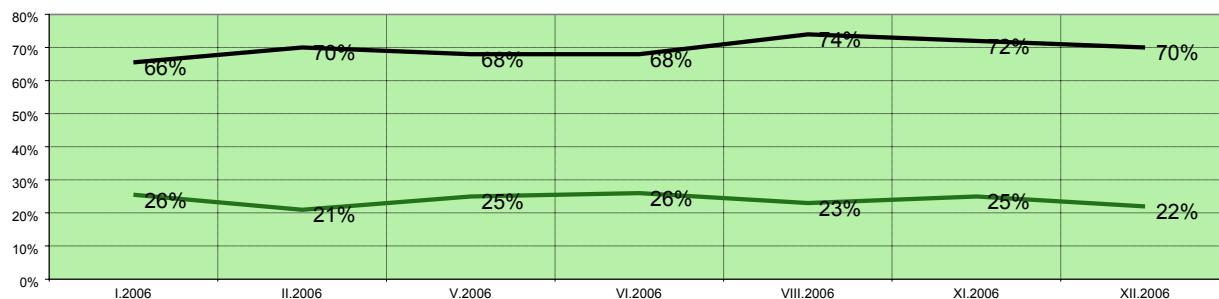
Отношение към СДС

— Положително

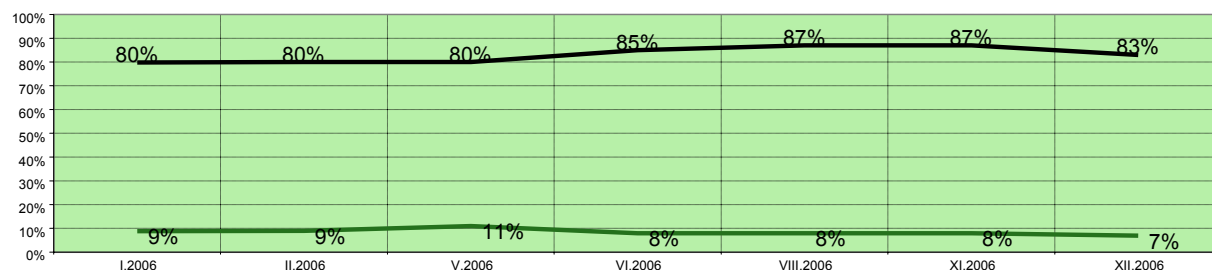
— Отрицателно



Отношение към Петър Стоянов - лидер на СДС



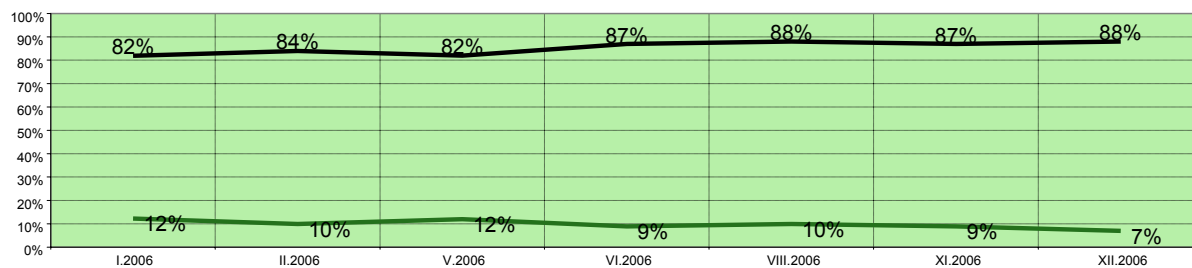
Отношение към ДСБ



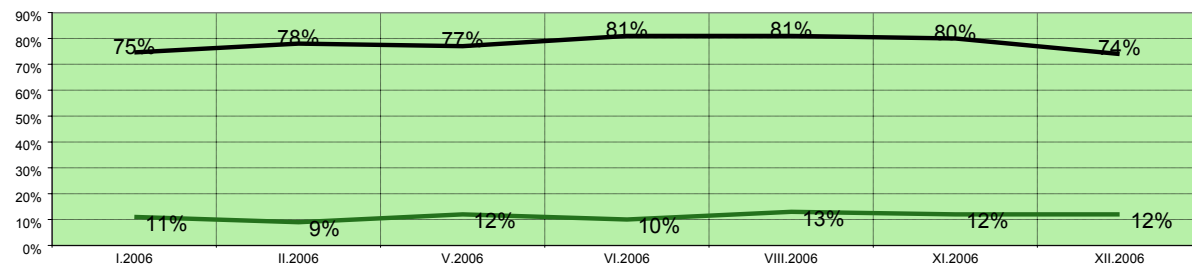


Отношение към Иван Костов - лидер на ДСБ

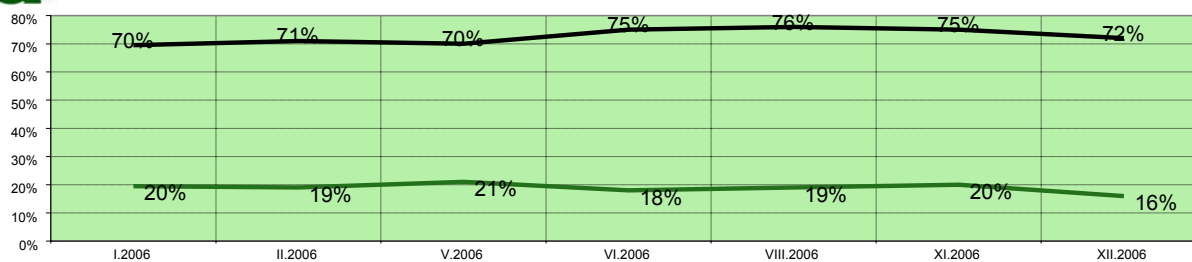
— Положително
— Отрицателно



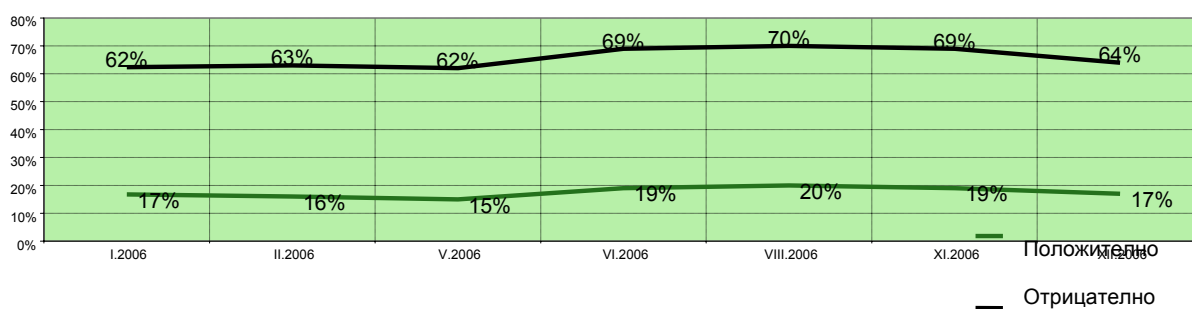
Отношение към БНС



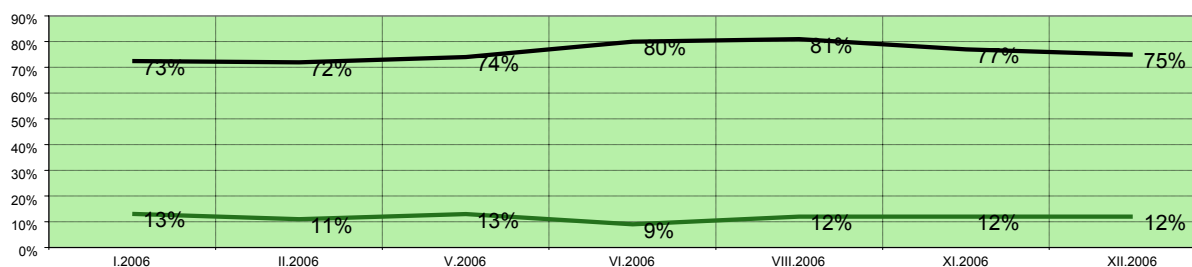
Отношение към Стефан Софиянски - лидер на ССД и съпредседател на БНС



Отношение към Красимир Каракачанов - лидер на ВМРО и съпредседател на БНС



Отношение към Анастасия Мозер - лидер на БЗНС-НС и съпредседател на БНС



ДСБ се очерта като най-решително опозиционната дясна партия, което ѝ носи предимство от гледна точка на консолидиране и мобилизиране на твърдите ѝ симпатизанти. Проблем за партията обаче продължава да бъде привличането на нови привърженици. В резултат, ДСБ се ползва устойчиво с подкрепата на 2.5% - 3% от общия брой избиратели, но през цялата година остава партията с най-ниско обществено доверие. ДСБ е единствената политическа сила, която регистрира близки стойности между общо одобрение и електорален потенциал, което е индикатор за липса на резерв от избиратели.

Общото доверие към БНС през годината е съизмеримо с това към СДС и НДСВ. Същевременно, поредица от фактори като аморфния характер на коалицията и скандалите около лидерите ѝ не позволяват на формацията да консолидира значима подкрепа. Готовност да дадат глас си за БНС през годината заявяват около 1% - 1.5% от избирателите, предимно привърженици на ВМРО.

3. Атака и ГЕРБ – опит за санкциониране на институционалната неефективност

Доминиращото разочарование от партиите в България води до перманентното им роене и установяване на нови политически формации. Независимо от това как се самоидентифицират идеологически, те възникват като алтернатива на статуквото и скоро след създаването си получават достъп до властови ресурс. През 2005-2006 тази роля играят Атака и ГЕРБ. Макар че Атака се позиционира категорично в семейството на националистическите партии, а ГЕРБ залага на европейската перспектива, обществената подкрепа за двете партии се подчинява на еднаква логика. Повече от привържениците на всички останали партии, техните симпатизанти споделят мнението, че:

- Партиите в България пречат на развитието на страната и дейността им трябва да бъде ограничена. При средно 38% за цялото население, тази позиция застъпват 44% от привържениците на Атака и 41% от тези на ГЕРБ.
- В действията си останалите партии се водят не от интересите на страната, а от интересите на близки до ръководствата им хора: 48% от привържениците на Атака и 47% от тези на ГЕРБ, при средно 44% за страната.
- Вътрешните правила и процедури в българските партии не се спазват: 37% от избирателите на Атака и 40% от тези на ГЕРБ при средно 32% за страната.

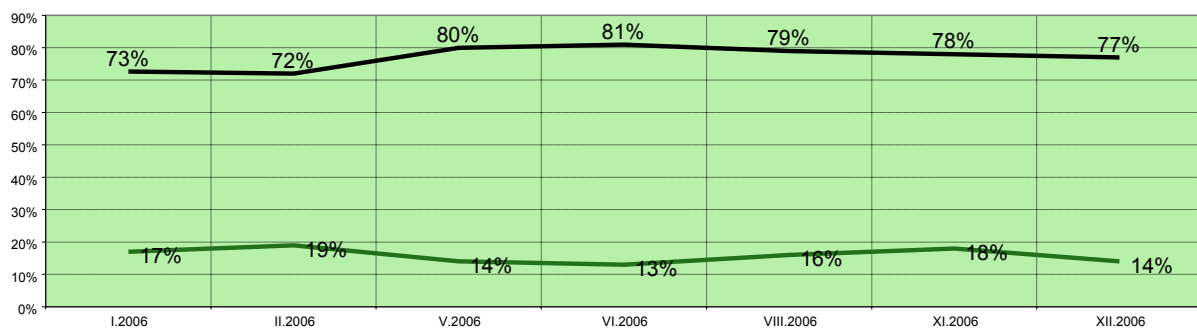
Това прави подкрепата за двете партии силно мотивирана, но слабо устойчива. Подкрепа за тях заявяват предимно мобилните избиратели, които се отличават със силна и относително честа промяна на предпочитанията и по правило се ориентират към фаворитите на политическата сцена. Вътрешно-партийните проблеми в Атака и появата на ГЕРБ доведоха до спад от 9% на 6% в електоралната подкрепа за Атака и до нарастване потенциала на ГЕРБ. Респективно, неучастието на ГЕРБ в президентските избори върна значителна част от тези избиратели към Волен Сидеров, а Атака възстанови подкрепата си до 8% от общия брой избиратели.



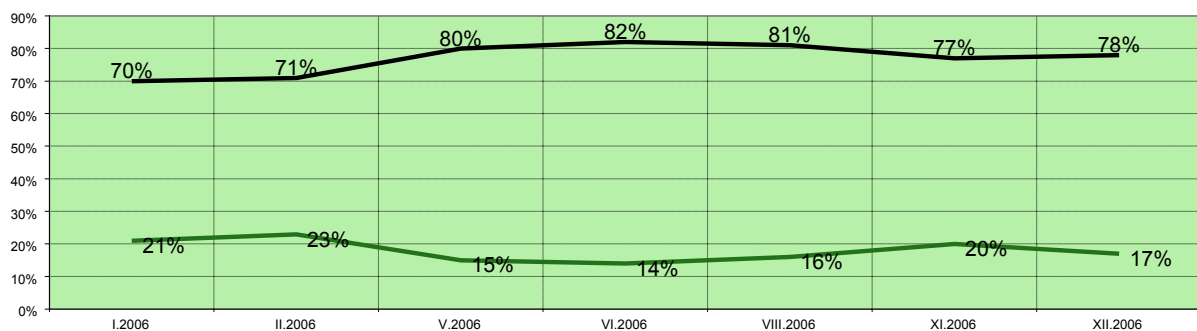
Отношение към Атака

— Положително

— Отрицателно



Отношение към Волен Сидеров - лидер на Атака

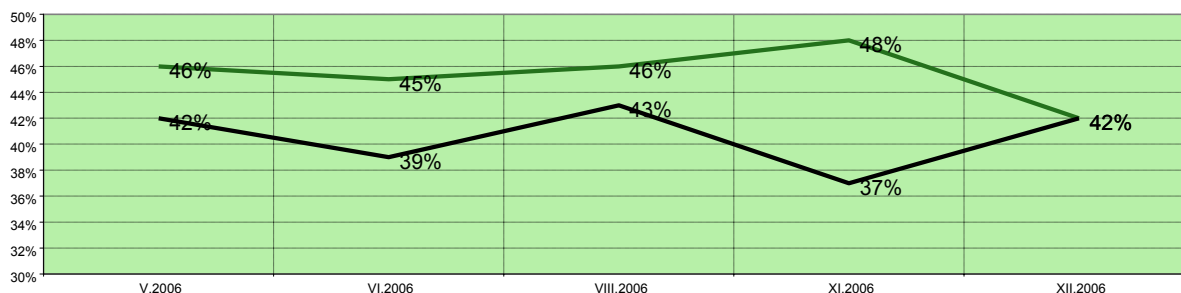




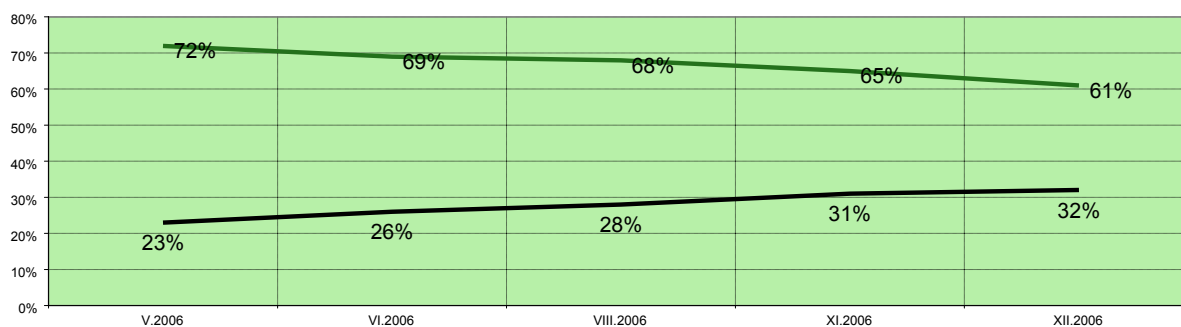
Отношение към ГЕРБ

— Положително

— Отрицателно



Отношение към Бойко Борисов - лидер на ГЕРБ



ГЕРБ се позиционира като втора политическа сила още с появата си на политическата сцена. Движението на столичния кмет има потенциал от около 14 на сто от общия брой избиратели и разполага с резерв от около 10-15%, който обаче в зависимост от обстоятелствата може да бъде реализиран в по-голяма или по-малка степен. Общото доверие в партията и особено в неформалния ѝ лидер Бойко Борисов е по-високо, отколкото към всяка друга партия и лидер. Ако успее да задържи одобрението на чувстващите се недостатъчно представени мобилни избиратели, шансовете ГЕРБ да се превърне в електорален лидер са реални. Възможностите за изграждане на по-дълготрайна и устойчива подкрепа обаче са твърде ограничени. Въпреки високото доверие в Бойко Борисов и формацията му, още в първите месеци след основаването ѝ общественото мнение проявява висока степен на съмнение, че тя разполага с достатъчно добри професионалисти, че може да се справи успешно с управлението на страната и подозират, че поставя партийните интереси пред държавните.

В българското политическо пространство за пореден път се отваря значителен електорален вакуум. В годината, когато няма да има чисто пропорционални партийни избори, това позволява на управляващите да заемат водещи позиции в предпочитанията

на избирателите. В реална изборна ситуация обаче и при наличието на силни мажоритарни фигури (например в предстоящата през 2007 кметска надпревара), тези нагласи могат да предизвикат силно разместване на пластовете.

ЕЛЕКТОРАЛНИ ПРОФИЛИ – УСТОЙЧИВОСТ VS ДИНАМИКА НА БЪЛГАРСКИТЕ ИЗБИРАТЕЛИ

По почти единодушните мнения на всички анализатори президентските избори 2006г. бяха до голяма степен предизвестени. Надпреварата, в която основни участници бяха действащият президент Георги Първанов, подкрепен от БСП и ДПС, лидерът на националистическата формация Атака Волен Сидеров и трудно излъченият общ кандидат на десните политически сили Неделчо Беров, не създаде ситуация, в която да се оформи силен идеологически и електорален сблъсък, нито пък предпоставки за разместване на политическото статукво. Поради това не толкова самите избори, колкото очерталите се профили на симпатизантите на участващите и неучастващите в тях политически сили, разглеждани като потенциална социална база на партиите в поредицата от вотове през 2007г., представляват интересното поле за анализ. Както партиите, така и избирателите в България, са в процес на трансформация и това каква ще бъде политическата реалност в края на сегашния изборен цикъл, до голяма степен ще зависи именно от нагласите, ценностите, характеристиките на променящите се български гласоподаватели.

1. Левите избиратели: разнолики, но (все още) единни в изборите

Изследванията на общественото мнение в България показват, че през последните няколко години левите идеологии успяват да разширят влиянието си, експанзирайки към по-младите, живеещи в големите градски центрове, добре образовани и с добър социален и материален статус избиратели. В навечерието на президентските избори, около една трета от пълнолетните жители на страната определяха политическите си възгледи като леви, а всеки пети – като ляво-центристки.

Традиционно леви продължават да бъдат по-възрастните поколения, жителите на малките населени места и особено селата, по-ниско образованите избиратели, хората с ниски до средни доходи. Очертаващите се като “нови леви” млади поколения от

големите градски центрове са сред основните, които се самоопределят като ляво-центристи.

В президентската надпревара две кандидатури се самоидентифицираха чрез левия политически спектър: действащият президент Георги Първанов и напусналият БСП генерал Любен Петров. Интересното както от гледна точка на отминалата надпревара, така и от гледна точка на бъдещите избори е, че вече започват да се явяват кандидати-олицетворение на основните типажни леви избиратели. Единият – с претенция да представлява интересите на автентичното ляво, а другият – с опита да се наложи като по-умерен, балансиран, приел чужди и до днес на крайно-левия избирател приоритети като европейската перспектива и членството на България в НАТО.

Всички изследвания по време на предизборната кампания, както и резултатите от изборите, показаха значително предимство на действащия президент Георги Първанов, докато заявяващия себе си като автентичен ляв кандидат Любен Петров достигна скромен потенциал от по-малко от 1% от общия брой избиратели. Тази картина поставя на преден план по-общия и значим от гледна точка на бъдещите електорални процеси и на предстоящите местни избори (в които стана правило леви кандидати да противостоят на други “леви”) въпрос – как изневерилия на изконни леви ценности Георги Първанов успява да привлече симпатиите на по-голямата част, традиционно леви избиратели, а идентифициращия се с тях кандидат не може да прескочи границите на статистическата грешка?

Силно влияние в тази посока имат два ключови в електорален план фактора: мажоритарния имидж и партийната идентификация. През целия си петгодишен президентски мандат Георги Първанов се ползва с устойчиво високо доверие от над 80 на сто. През 2006-та одобрението за дейността му продължава силно да доминира над неодобрението, но за периода от съставянето на правителството (и неговия личен принос за формиране на коалицията) до старта на предизборната кампания спада до 65%. Казусът с папката на агент “Гоце”, също се отрази на рейтинга му, който спадна с 10% само в рамките на един месец. Маркираните тенденции засегнаха предимно личния имидж на президента. Нарастващото неодобрение бе компенсирано с изключително висока активност и посещения на множество населени места.

В резултат, на старта на кампанията водещите характеристики в имиджа на Първанов бяха умереност, балансираност и умение да общува с хората. Респективно, като най-слаби страни от публичния му образ обществото оценяваше (не)отстояване на националните интереси, (без)визия за развитие на страната и (не)последователност. През последната една година тези проблеми са “запазена марка” на радикалния националистически лидер на Атака. Поради тази причина, именно Волен Сидеров, а не Любен Петров се възприе като алтернатива на Георги Първанов от най-разочарованите традиционни леви избиратели.

Ползвайки се от предимството на институционалния си статут, Първанов влезе в предизборната надпревара със значителен аванс пред конкурентите си. Наред с умерените, ляво-центристки гласоподаватели, Георги Първанов запази силно влияние и сред по-крайните леви социални слоеве, които не приемат нито ключовата роля на ДПС в управлението, нито разполагането на чужди военни бази в страната, нито икономическата и социална политика на правителството.

Факторът, който въпреки силното недоволство, продължи да осигурява предимство на Георги Първанов пред конкурентите му е консолидирането на партийния вот. За разлика от десните партии, БСП и партньорите ѝ от Коалиция за България, застанаха единодушно зад неговата кандидатура. Нещо повече – Първанов получи и очакваната подкрепа от ДПС. В резултат, той можеше да разчита на два от най-значимите не само по обем, а и по мобилизираност за участие в изборите партийни електората. Освен с мотивация за участие, електоратите на двете партии се открояват и с хомогенността на подкрепата си. Подкрепата за Георги Първанов сред привържениците на двете партии е над 70 на сто. Единствено Волен Сидеров отнема около 10 на сто от вече споменатите крайно-леви гласоподаватели.

Предимство за Първанов донесе и подкрепата на съществена част от силно разколебаните и останали без собствен кандидат електорати на НДСВ (около 40%) и ГЕРБ (около 25%), което до голяма степен компенсира отлива на леви привърженици към Волен Сидеров.

И така, левият избирател, такъв какъвто се очерта на отминалите президентски избори, се оказва доста разнолик. До голяма степен той напомня един от предизборните плакати

на Първанов: много на брой, но различни лица. Точно тази разноликост обаче, която в специфичната кандидат-президентска надпревара на 2006 се оказа плюс, е и най-голямата заплаха за поредицата от избори през 2007. Експанзията на местни интереси, невидимите на повърхността, но все по-мощни локални икономически обвързаности, конкурентните леви кандидатури, могат да катализират разнопосочността на левия вот и да възпрепятстват неговото концентриране в официалното ляво представителство.

2. Десните избиратели: затвореният потенциал, или как партиите губят привърженици

Може би най-важната задача пред десните партии на отминалите президентски избори беше да зададат модела, по който да се извърши обединението на дясно-мислещите избиратели, така че те да получат адекватно на електоралната им тежест представителство и да формират реална обществена алтернатива.

На президентския вот обаче нивото на подкрепа за десните кандидати достигна най-ниските възможни стойности от началото на прехода. Особено драматичен е постигнатият резултат в условията на мажоритарен вот, който по правило консолидира, а не разпилява гласовете, както това става при пропорционалните избори. Процесите на разцепление в десницата, личностните противопоставяния и неудачния механизъм на излъчване на кандидати до голяма степен предопределиха отлива на десни избиратели в конкретния вот, но те имат и по-дългосрочно измерение, доколкото очертават границите на влияние на този политически спектър в настоящия му вид.

Добре известно е, че дясното в България е разнолико. То включва – романтично-носталгичните десни от началото на прехода, антикомунистическите избиратели, прагматично-икономически ориентирани млади десни, и още неколцина социални типажа. Излъчването на кандидат, който да съчетава представите, интересите и визиите на всички тях за “подходящия” президент безспорно не е лесно. Десните партии обаче следваше да си дадат ясна сметка поне за това кои са перспективните групи техни избиратели и кои са техните водещи ценности и послания.

Както показаха проучванията по време на кампанията, а и окончателните резултати от изборите, кандидат-президентската двойка Беров-Николова събра не повече от една пета от гласовете на хората, които сами определят себе си като “десни” или “дясно-центристки” ориентирани избиратели. Всеки четвърти от тази група бойкотира урните. И ако тази позиция може донякъде да бъде обяснена с неудовлетворението на част от разнородните десни гласоподаватели от конкретния кандидат, или от поведението на подкрепящите партии, то съвсем не така стои въпросът с ориентацията на 19% от избирателите от този спектър да подкрепят крайния националист Сидеров. След като на парламентарните избори през 2005г. Атака събра значителна част от гласовете на недоволните “леви”, на тези избори тя започна да привлича гласовете на недоволните “десни”, или поне обявяващи се за такива избиратели.

Анализите на данните показват, че подкрепата за десните кандидати е съсредоточена в едни и същи социални групи – служащи и хора със свободни професии, сред столичани и най-твърдите ядра на ДСБ и СДС. Известна, слаба диференциация на дясното, може да бъде видяна в нюансите на електоралния профил на гласуващите за двете съперничаещи си десни кандидатури. Гласовете за Неделчо Беров идват предимно от София, от средното поколение и част от “синята” трета възраст. Гласовете за него са силно концентрирани сред интелигенцията и упражняващите свободни професии, както и сред служащите и учащите. Другият, обявил се за “десен” кандидат, Георги Марков, също получава голяма част от своите гласове от средите на учащите, хората със свободни професии и служащите, но има по-сериозна подкрепа в градската провинция, както и сред по-широки социални групи, бивши поддръжници на “синята идея”. По всяка вероятност, тези различия в десницата ще послужат като база за формиране на различни конфигурации по време на местните избори и ще определят осите на разделение между отделните партии.

Проведените социологически проучвания показаха и сериозно разпръскване на намеренията за гласуване сред гражданите, които на предните парламентарни избори са дали своя вот за ДСБ или СДС. Едва половината от гласувалите за ДСБ подкрепиха Неделчо Беров, една трета се отказаха от участие в изборите. Ситуацията при гласувалите за СДС на Парламентарни избори 2005 е още по-фрагментаризирана. Около една трета застанаха зад Неделчо Беров, но всеки десети се ориентира към Георги Марков или Волен Сидеров. Значителни групи традиционно десни избиратели –

представители на големите градски центрове, младите, хората със свободни професии и частните собственици заявявиха отказ от участие в изборите. Не поради дезангажираност или пасивност, а като санкция срещу една неприемлива за тях политика.

Разпределението на вота в президентските избори показва ясно, че като основен проблем пред българската десница се очертава, първо, консолидирането на собствена електорална база, която да ѝ позволи да бъде фактор в политическия живот и второ, недопускане формирането на една агресивна националистическа десница. Електоратът на десните партии в сегашния им вид не е голям и такъв развой би бил пагубен за тях.

Във всички случаи, с излизането на сцената на ГЕРБ, може да се очаква поредното преструктуриране на вота, който в България гравитира около десницата, но не е запазена територия на нито една от обявяващите се понастоящем за десни партии.

3. Временна ли е атака-та?

Когато преди пет години НДСВ успя да привлече около себе си за два месеца два милиона българи, коментатори отбелязаха, че това се дължи и на стила на посланията: отворени към различни социални групи, „незавършени” - всеки ги „дописва” по своите очаквания и надежди. Като демографски характеристики вотът за НДСВ през 2001 година бе един от най-разнородните през новата ни политическа история.

Нещо сходно с това наблюдавахме през последната година и половина около Атака. И тук, както при НДСВ, я има очертана същата разнородност на привържениците, и тук са събрани различни очаквания, коалицията сякаш всеки момент ще се разпадне и ще потъне в „нищото”, от където ни се струва, че е дошла. И точно тук е една от силните страни на атаката – част от симпатизантите приемат едни послания и са склонни напълно да загърбят други, които откровено не им допадат. Компромис, който правят в името на „голямото”, което очакват от Атака. А от Атака все още се очакват много и различни неща, които най-лесно се съвместяват под общия знаменател на модните „патриотизъм” и „родолюбие”. В тези принципи интервюираните се припознават в най-голяма степен, тях приписват и на Атака. Патриотизъм и национално достойнство, които дават сили за преодоляване на няколко основни комплекса, натрупани в последните години. Същевременно, симпатизантите на Атака се оказват и онези, които са най-радикално

настроени към политическата система, институции и действащия президент. Те са най-твърдо за смяна на Първанов (97%), като в това си мнение са най-категорични от всички електорати. В това число дори и от избирателите на десните партии - в СДС има 19% открито симпатизиращи на настоящия президент, а дори и в ДСБ този дял е 5%.

В края на септември, т.е. още в средата на кампанията, по-голяма част от имащите право на глас българи са споделяли мнението, че най-силния конкурент на настоящия президент е именно Волен Сидеров (49% „за” срещу 41% „против” подобно твърдение). Най-значима подкрепа това мнение е срещало в областните центрове и малките градове на страната, а категорично отхвърляно е единствено в столицата.

Две са посоките, от които дойде почти удвояването на електоралната база на Атака в сравнение с парламентарните избори: малките населени места и възрастното население (хората над 55 години). Именно тук Сидеров реализира своя нов пробив и именно тук най-значимо атакува позициите на настоящия президент. Коего прави електората му днес по-различен от електората на Атака през 2005г. Предишният бе по балансиран във възрастов план, доминираше население от големите градски центрове. За настоящия очевидно работи не само прословутия национализъм (или ксенофобия). Сред новите попълнения от малките градове и селата Сидеров вероятно се възприема и като истински „социалния” президент; човекът, който ще „преразгледа договорите” и „ще върне парите на бедните”, „единствената истинска алтернатива на Първанов”.

Аморфният характер на „Атака-та”, примесът от стари и нови нейни избиратели не бива да подвежда. В дъното ѝ стоят сериозни социални противоречия и напрежения, които не дават основание да се мисли, че краят ѝ наближава. Възможно е част от нейните симпатизанти да преминават и към други, повече или по-малко сходни политически формирания. Но твърде вероятно е процесът на интегриране в Европейския съюз да я захрани и с допълнителна енергия.

4. Неучастващите – все по-важните участници в изборите

Над три милиона български граждани не взеха участие в проведените през 2006г. президентски избори. Независимо дали става дума за учещите в западни университети или заминали на гурбет, за останалите в страната разочаровани от всичко и от всички, или за тези, които въпреки усилията и желанието си, не могат да видят в седмината участници “своя” кандидат, числото е внушително и не може да бъде пренебрегнато.

Неучастието в избори не е нов феномен за съвременните демокрации. То обаче може да се дължи на различни причини и да е симптом за различни тенденции:

- Мнозина наблюдатели свързват намаляването на активните гласоподаватели с безпроблемното функциониране на политическите системи. Добрите икономически показатели, високият жизнен стандарт и качествените социални услуги дезинтересират избирателите от това кой точно е на власт, ако те самите запазват стабилен материален статус.
- Съществена част от негласуващите, обаче, дори и в страни с развити политически и икономически системи, идва от средите на маргинализираните, с ниско образование и доходи граждани. Колкото по-слабо интегриран е индивидът в обществото, толкова по-слаба е готовността му да участва в изборите. Мотивацията тук е точно противоположната на първия случай – тези хора споделят убеждението, че изборите не биха променили по никакъв начин техните мрачни житейски перспективи, затова и се дистанцират максимално от излъчването на “елита”.
- Трета група причини за въздържането от гласуване е свързана с качеството на политическия живот, със “здравето” на партията, до която гражданите се чувстват най-близки, с разочарованието от определен тип лидери и политици. Като правило тя засяга активните политически избиратели, тези, които следят отблизо политическия процес и са много по-чувствителни към начина на правене на политика.

Независимо от конкретните причини, резкият спад в дела на гласуващите е винаги тревожен знак, защото отнема от легитимността на избраните с малък брой гласове представители, симптом е за криза в отношенията между управляващи и управлявани, а в един по-широк план, поставя под въпрос адекватността на самите електорални

механизми. Високата степен на политизация и поляризация на едно общество увеличава броя на гласуващите. Намалването на противопоставянето, размиването на алтернативите, води и до оттегляне на избиратели.

В кой от трите модела попада негласуващият българин?

В първия - несъмнено, най-малко. Делът на хората, които декларират висок материален и социален статус, не се интересуват от политика, нямат определена политическа ориентация и няма да вземат участие на настоящите избори, е около 5-8 на сто. В мнозинството си тези хора смятат ролята на президента за декоративна, не виждат особен залог в президентската битка, нито пък възможност изходът ѝ да повлияе значимо върху собствената им съдба. За повечето от тях Г.Първанов е удобна фигура. Дори и някои негови действия да не им допадат, не виждат сериозни основания, т.е. заплахи, за да се активизират в изборния ден.

Най-високият дял избиратели, които не отидоха до урните, са онези, които не са “радикално”, а “тихо” недоволни от социалното статукво. Онези, които търсят начини да се справят с икономическата конюнктура, работейки на по няколко места, разочаровани са от прехода и политиците. Те намират развлечение в “реалити шоуто”, напълно измествашо интереса им от предизборните “реалити дебати”. Този типаж, обхващащ над една трета от избирателите, е характерен за почти 90 на сто от трудовите мигранти. В България това са хората с нисък социален статус, най-често в активна възраст и особено често – младежи. Хора, които не се интересуват от политика, защото са убедени, че и тя не се интересува от тях. Те са част от т. нар. “мобилни избиратели”, които сменят вота си от избори на избори, или пък се оттеглят от гласуване, когато липсва харизматичен лидер, концентриращ техните надежди. В случаи, когато определени политически сили или личности са натоварени с високи очаквания (1997г. - парламентарният вот след Виденовото управление, 2001г. - влизането на Симеон Сакскобургготски в политическия живот и пр.) те се включват в изборите и това рязко вдига процента на участие. Мобилните избиратели и негласуващите са като два скачени съда. В момента най-голяма част от тях са потенциални избиратели на ГЕРБ, частично – на НДСВ, БНС и една по-широка периферия на БСП. Границата между тези избиратели и радикално настроените привърженици на Атака е твърде крехка. Докато избирателите на Сидеров са, макар и ситуативно, но все пак политизирани, то негласуващите остават встрани от политическата изява.

И третата група ”неучастващи”, която до голяма степен определи спецификата на кандидат-президентска кампания 2006, а възможно – и на предстоящите през 2007г. избори, е оттеглянето на политически активните симпатизанти на десните партии. Между 15% и 20% от избирателите в България се самоопределят като хора с десни или дясно-центристки ориентации. От тях едва половината възнамеряват да подкрепят някой кандидат на настоящите избори. Традиционно гласуващи слоеве като жителите на София и най-големите градове, представители на свободните професии, висшисти, хора с високи доходи и ясни ценностни идентификации, не гласуваха, което определи и изключително ниските резултати за дясната кандидат-президентска двойка. В тази група влизат бивши симпатизанти на СДС, НДСВ, ДСБ, на земеделските партии. Тези избиратели относително най-лесно могат да бъдат върнати в активната политика. Те не мислят негласуването си като безразличие или гражданска пасивност, а като начин да санкционират безперспективни според тях политики, или кандидати.

Президентски избори 2006г. са ярък пример за наслагването и на трите модела на негласуване, което определи и ниската избирателна активност. По-важното е, че тези модели, бидейки обвързани със социалните и политически процеси в страната, ще продължат да действат в близко бъдеще и до голяма степен ще определят резултатите от вота за евродепутати и местна власт. Освен по-ниската легитимност на политическите представителства, излъчени с нисък брой гласове, тази тенденция има и още два резултата със значими последствия - първо, възможността все по-малки, но силно мобилизирани “мнозинства” да определят изхода от вота и второ, участието, респ. неучастието на специфични социални групи да деформира силно баланса на представяните позиции и интереси в обществото.

НАРАСТВАЩА КРИТИЧНОСТ КЪМ ДЕЙНОСТТА НА МЕСТНИТЕ ВЛАСТИ В ГОДИНАТА НА ИЗБОРИТЕ

През 2006г., по инициатива на Американската агенция за международно развитие и Националното сдружение на общините в Република България, за трети пореден път агенция Алфа Рисърч реализира проучването “Индекс на ефективността и отговорността на местното самоуправление”. Целта на изследването бе да очертае основните тенденции в развитието на местното самоуправление в България, интегрирайки в общ коефициент гледните точки и позиции на всички заинтересовани страни: местни власти, граждани, представители на бизнеса, медиите, НПО.

За трета поредна година индексът на ефективността и отговорността на местното самоуправление (който има минимална стойност “0” и максимална “1”) бележи ръст. За период от дванадесет месеца стойността му нараства от 0.591 през 2005-та на 0.621 през 2006-та. Положителната промяна в индекса се дължи на факта, че местните власти въвеждат в работата си все повече механизми, целящи оптимизиране на тяхната дейност.

Същевременно, в оценките на гражданите се откроява нарастваща критичност към успеваемостта на общинските управи да постигнат:

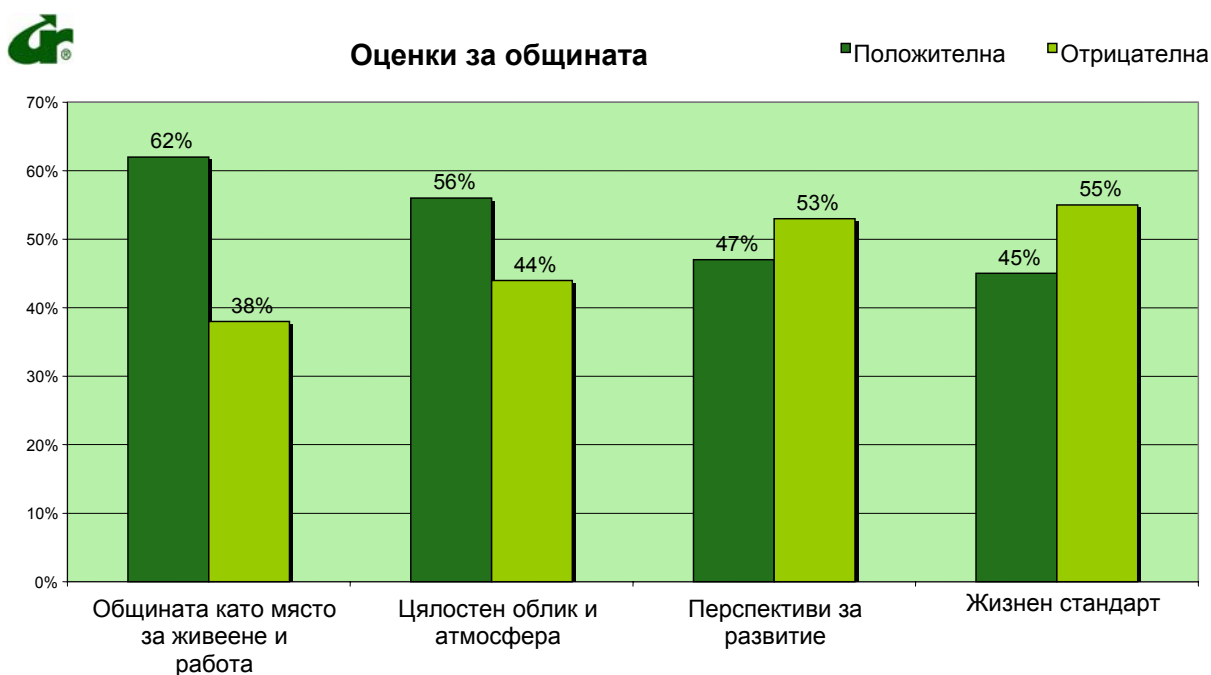
- По-добро икономическо състояние на общините и
- Реална прозрачност и включване на гражданите в процеса на самоуправление.

Тази критичност съвсем не подценява наличието на въведените през годините добри практики, а по-скоро е насочена към начина, по който те (не) се прилагат в работата на местните власти. Като се има предвид, че 2006-та е последната година от текущия мандат, мнението за дейността на кметовете и общинските съвети все повече ще се формира под влияние на оценката за постигнатото, а не за условията, в които те работят. Поради това, може да се очаква още по-силно покачване на възискателността на обществото. С приближаване на местните избори гражданите все повече ще изискват от общинските управи реално постигнати резултати, ще очакват все по-голяма отчетност и прозрачност на управлението и ще стават все по-критични към съществуващите

проблеми. В случаите на въпроси със силен социален отзвук те биха могли дори да обезценят част от постигнатите успехи по време на мандата.

1. Задълбочаване на социално-икономическите различия между общините

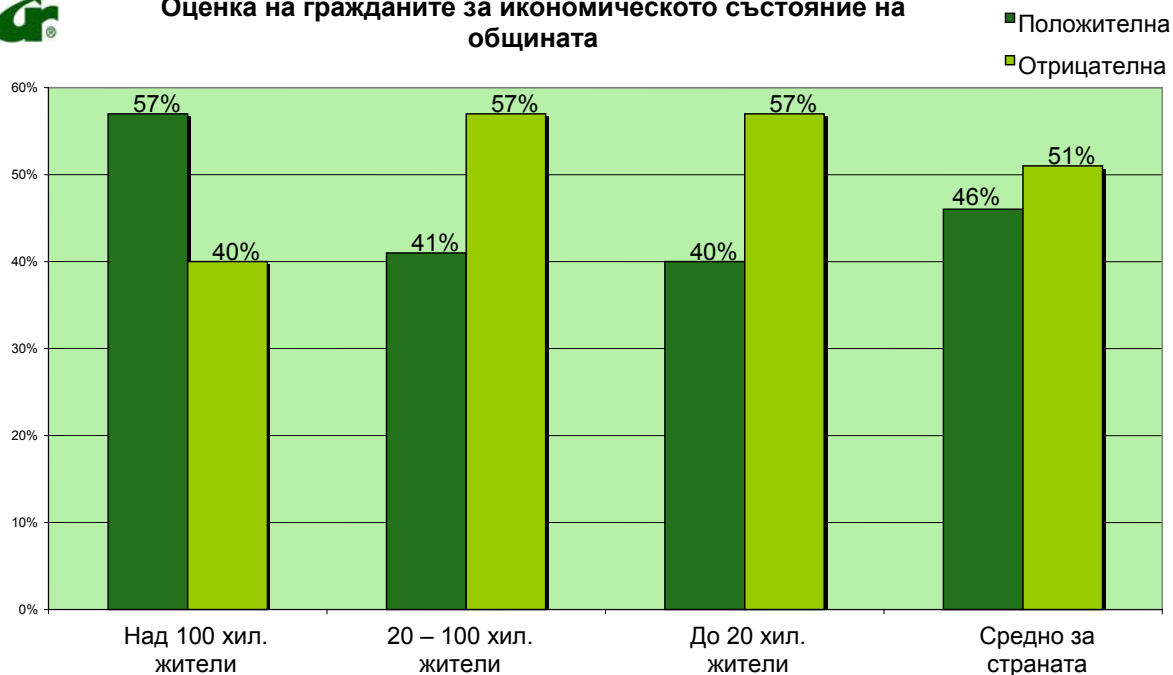
Тенденцията към задълбочаване на различията в социално-икономическото равнище на общините проличава в общото мнение за тяхното състояние. Отчитайки реализираните в мнозинството общини проекти по благоустрояване на населените места, преобладаваща част от гражданите имат положителна оценка за общината като място за живеене и работа (62%), за цялостния облик и атмосфера в нея (56%). Що се отнася до жизнения стандарт и перспективите за развитие на местно равнище, обаче, доминиращи са отрицателните мнения – респективно 55% и 53%. Оптимизъм за бъдещето споделят само жителите на най-големите общини, а в най-малките категорично доминира песимизмът.



През последните три години е налице плавен ръст на положителните оценки за икономическото развитие на общините: от 35% през 2004 до 46% през 2006. Същевременно обаче, ясно се очертава задълбочаващата се разлика в социално-икономическото развитие на различните по големина общини. В най-големите с население над 100 хиляди жители в съотношение 57%:40% доминират положителните мнения, докато в останалите превес имат отрицателните (57%).



Оценка на гражданите за икономическото състояние на общината



В резултат, по въпроса за визията на местните власти за дългосрочното развитие на общините се очертава ясна негативна тенденция. За период от една година делът на гражданите, които смятат, че местните власти имат идеи за дългосрочното развитие на общината намалява от 55% на 49%, а критиците нарастват от 34% на 42%. Промяната се проявява във всички общини, но е най-силна в най-малките, където съотношението има отрицателен знак.

Една от най-силните критики на избирателите е, че общинските управи реализират предимно малки проекти, свързани с битови нужди и облагородяване на населените места, но кардиналните проблеми на икономическото развитие и инфраструктурата остават неразрешени. Ремонтването на сгради, изграждането на паметници и паркове се оценява положително, но не е достатъчно, за да неутрализира социалното недоволство от бавните, неравномерни темпове на икономическо развитие.

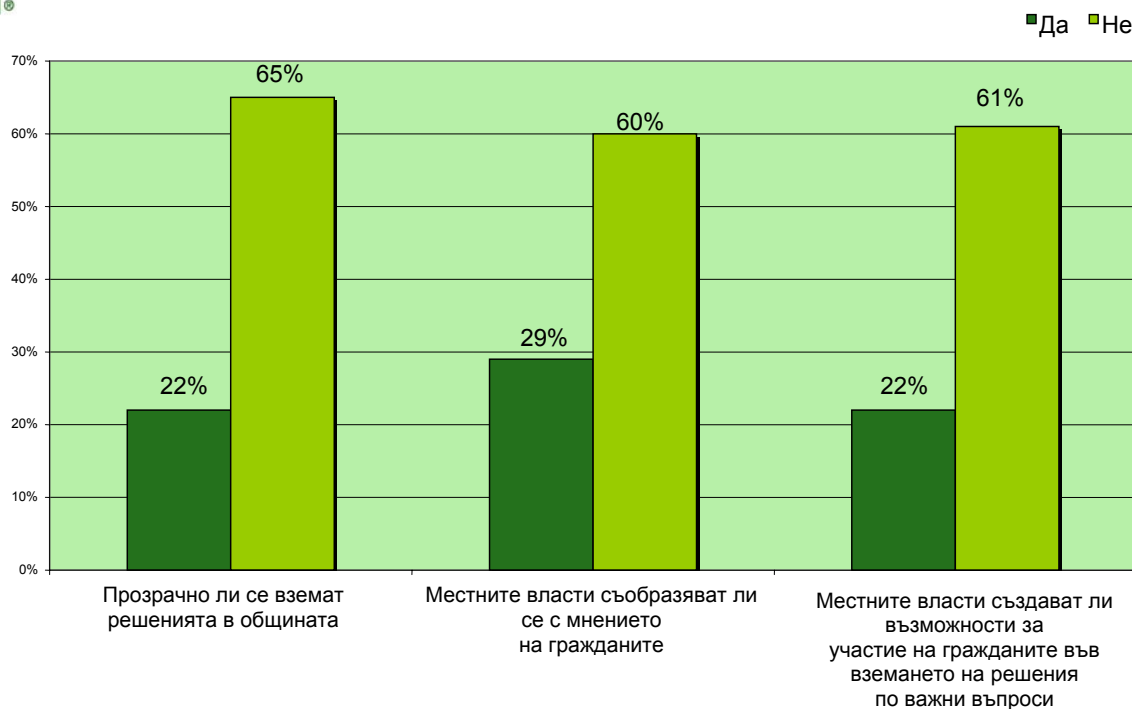
2. Подценяване на прозрачността и гражданското участие в местното самоуправление

Поредицата от проведени изследвания показва, че подобряването на икономическото състояние и постигането на по-добри условия за живот в общината са приоритетна цел за местните управи. Възможностите им се свеждат до активизиран диалог с бизнеса и действия за привличане на чужди инвеститори. Усилията им в тази посока обаче често са съпътствани с публични скандали, повдигнати обвинения и директни посегателства срещу отделни общински управници. Така отговорността на местната власт се оформя като друг ключов проблем. В общ план, той се изразява в подценяване на гражданското участие в местното самоуправление и недостатъчна прозрачност на дейността.

Във всяка следваща година от мандата, общинските ръководства увеличават официалното, регламентирано използване на механизми за информиране на гражданите и за постигане на по-голяма отчетност от страна на местната власт. Разнообразяването на палитрата от механизми за разпространение на информация обаче не допринася за съществено подобряване на нейното качество, пълнота и задълбоченост.

У гражданите се затвърждава мнението, че съществуват официални и неофициални информационни полета, като същински значимата и полезна информация циркулира основно във вторите. Самите те се чувстват силно незапознати с ключови въпроси като: как се изразходват парите от данъци и такси (73%), как се стопанисва общинската собственост (73%), какви мерки за подобряване на икономическото състояние предприемат местните власти (75%).

Оценка за прозрачността и начина на участие на гражданите във вземането на решения



Наред с многообразието от официални информационни канали е налице и разнообразие от регламентирани механизми за достъп на гражданите до процеса на самоуправление. Тези форми обаче не успяват да мобилизират по-активно гражданско участие. Слабият обществен интерес бива извеждан като основен аргумент от местните власти за подценяване на гражданското участие. Същевременно, незапознатото и неангажирано обществено мнение рефлектира в нарастващи подозрения за непрозрачност и безотчетност в действията на общинските власти:

- 61% смятат, че местните власти не предоставят възможности на гражданите да участват във вземането на решения по важни проблеми.
- 65% застъпват позицията, че решенията в тяхната община не се вземат прозрачно.
- 60% смятат, че местните власти не вземат предвид позицията и мнението на гражданите когато вземат решения.

Подценяването от страна на местната власт на аспектите “информираност”, “гражданско участие” и “принос в процеса на вземане на решения” се очертава като много сериозен дефицит в тяхната дейност. Насочвайки вниманието си основно към бюджета, спечелването на проекти и пр. административни дейности, местните власти изхождат от допускането, че това само по себе си ще им осигури гражданската подкрепа. Вниманието, което се отделя на гражданското участие, е слабо, а в редица случаи общинските власти са и откровено обезкуражени да го насърчават предвид ниският интерес от страна на гражданите.

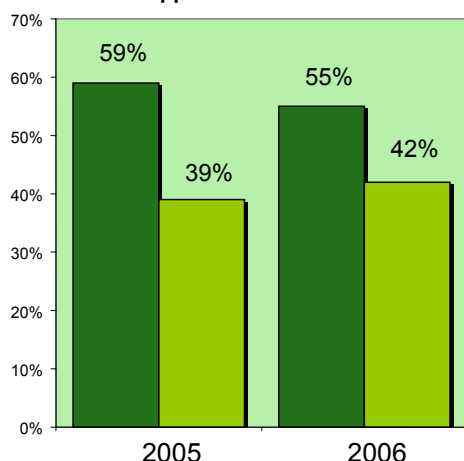
В контекста на предстоящите местни избори обаче това не привлича устойчива обществена подкрепа, а отваря пътя на неформални (а понякога и нелегитимни) форми за излъчване и избор на представители в органите на местно самоуправление. И както показва опитът от последните години, преките последствия са поредица от заплетени юридически казуси и остри конфликти, които затрудняват ефективното осъществяване на местното самоуправление.

3. Нарастваща неудовлетвореност от дейността на местните власти

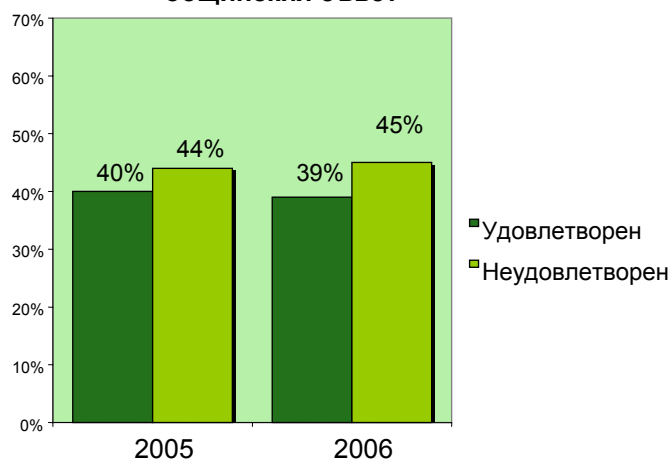
Очертаните проблеми водят до плавен ръст в неудовлетвореността на гражданите от дейността на местните власти с наближаване на изборите. Тенденцията е валидна за всички по големина общини, като е най-силно изразена в тези с население над 100 хиляди души. Въпреки че в средните и малки общини и през 2006-та удовлетвореността продължава да доминира над неудовлетвореността, там също е налице потенциал за нарастване на критичното отношение.



**Удовлетвореност от
дейността на кмета**



**Удовлетвореност от дейността на
общинския съвет**



Фактът, че по-висока критичност изказват жителите на икономически най-добре развитите големи общини красноречиво говори за остротата на проблема “по-достъпна и прозрачна местна власт”. По-достъпна и прозрачна не само по формални критерии, а и като усилия на самите общински управи да повишат заинтересоваността и ангажираността на населението.

Частична неудовлетвореност от собствената си работа изразяват и самите представители на местната власт. Те приписват отговорността за съпътстващите ги проблеми както на слабия граждански интерес, така и на недостатъчната финансова обезпеченост, на ограниченията от страна на централната власт и респективно – на все още нереализирания докрай процес на финансова децентрализация. През 2006г. в контекста на възпрепятстващите дейността фактори, особено силно се открояват и проблемите на взаимодействието кмет – общински съвет. По мнението на самите общински управници, приближаването на местните избори извежда напред както политическите, така и базирани на лични икономически интереси противоборства. В случай, че очертаните тенденции запазят посоката си на развитие, е налице реален риск в предстоящите местни избори общественото доверие да ерозира, а влиянието на икономически интереси, купуването на гласове, организираното и контролирано гласуване да се превърнат в ключови фактори за изборния резултат.

ПОЛИТИКИТЕ В ОБРАЗОВАНИЕТО – ЛЕГИТИМНОСТ, ОБЩЕСТВЕНА ПОДКРЕПА И СЪПРОТИВИ

През последните няколко години образованието трайно се определя от общественото мнение като проблемна публична сфера – ако през 1999 г. едва 9% намират образованието за сериозен проблем, то през 2006 г. техният дял се увеличава на една четвърт. Нарасналата проблемност на образованието не е продиктувана “отвън”, а по-скоро отразява вътрешни за страната тенденции, имайки предвид факта, че Европейският съюз – откъдето обичайно идват конструктивните критики към публичната власт, не провежда общи политики в тази област и не наблюдава критически нейното развитие.

За беда обаче проблемите в образованието се подменят в обществения дебат от сензационни случаи като агресия в училищата, или липсата на компютри. Несъмнено, тези проблеми имат голяма обществена значимост, но те по-скоро са симптом за дефицити в институционалната организация на образованието, свързани с принципите на оценяване, управление, финансиране и методи на обучение. Тъкмо в тях са утаени образователните предпоставки за проявите на насилие. Само един пример. Когато методите на обучение поставят учител-ученик в асиметрични отношения на знаещ-незнаещ, и не позволяват публична образователна изява на учениците, тогава децата закономерно компенсират тази липса чрез изграждане на “неформални” групи и изразяване на агресия. Общественият дебат обаче не третира неефективните методи на обучение, а се фокусира върху нуждата от увеличаване на дисциплината и контрола върху учениците. Дисциплинарният подход обаче едва ли ще помогне – социологически изследвания в САЩ още преди десетилетия показват, че авторитарното поведение на учители и родители е предпоставка за бунт сред децата и преднамерен отказ от спазване на общоприети норми на поведение.

1. Образованието – обществено признат проблем

Защо, все пак, едва сега образованието започва да се разглежда като значим обществен проблем, при все че още от средата на 90-те български и международни изследвания алармират за недостатъци, наблюдавани и днес: намаляваща успеваемост и нарастване на отпадащите ученици; демографски спад, съпроводен със запазване на неефективната училищна мрежа, в резултат от което над 95% от оскъдните публични средства не се

инвестират, а отиват за текущи разходи (заплати, осигуровки, ремонти, горива); формиране на маломерни и смесени паралелки, в които не протича качествен учебен процес; неефективно съотношение учител–ученик, от което следва ниското качеството на преподаване и занижения контрол; абстрактни и неадекватни педагогически методи с твърде малко акцент върху непосредствените практически занятия; прекомерно голям обем на учебното съдържание с акцент върху дисциплинарното зазубряне на фактологични данни.

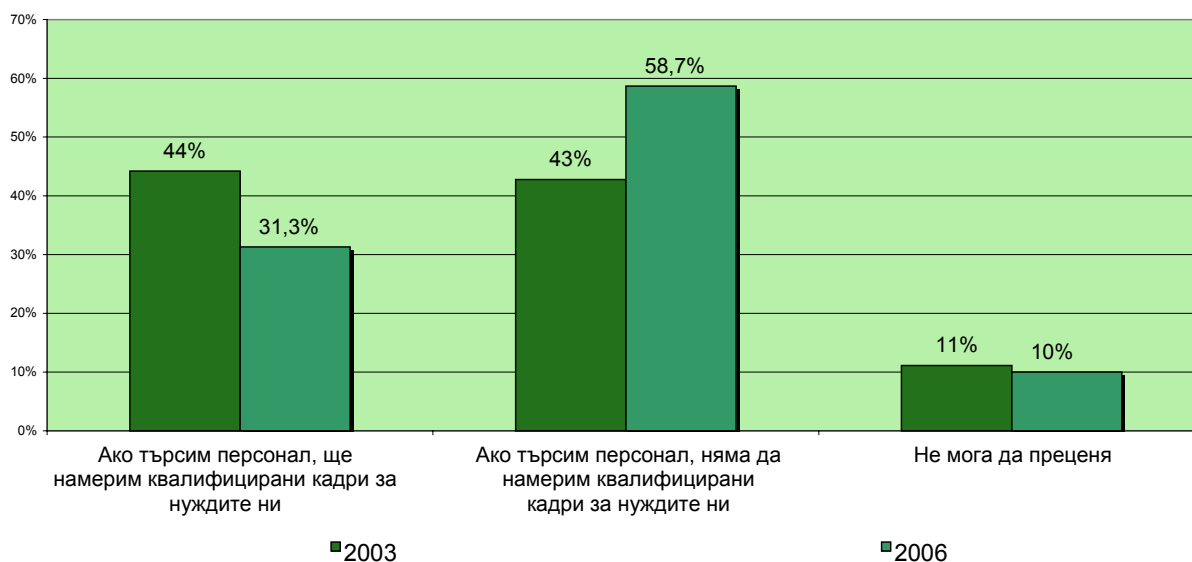
Очевидно образованието съвсем не е било безпроблемно, но общественото мнение не е регистрирало реалното състояние. То става публично видимо едва през последните години, при относително същата организация и принципи на образованието. Това е знак, че установяването на образователната криза не се дължи на “образованието само по себе си”, а на цялостни социални промени, от чиято перспектива актуалното образование започва да изглежда проблематично. Кои са тези промени?

На първо място, относителното стабилизиране на живота в страната и предвидимост на всекидневните взаимодействия, най-вече в по-големите градове. Ако през 90-те години доминира масовото усещане за хаос и безпътица, а “бързото и лесно забогатяване” е публично валидна норма, дискредитираща усилията за постъпателно и системно обучение, то в актуалния период се формират групи с дългосрочна перспектива и стабилизиран начин на живот, за които инвестирането в образователен резултат – а не формалното ходене на училище – се превръща в основна ценност. Присъединяването към ЕС също увеличава перспективите пред високообразованите и гарантира възвращаемостта на инвестициите в образованието.

Второ, динамизиране на трудовия пазар и трайно пазарно търсене на специализирани кадри с квалифицирани умения, придобити по образователен път. В икономически развитите сектори образователният фактор започва да доминира на трудовия пазар. Този процес е съпроводен от друг – трудовата емиграция, в резултат на което бизнесът изпитва системни затруднения при наемане на специализирани позиции – през 2003 г. трудности при намиране на квалифицирани кадри имат 43% от фирмите, докато през 2006 г. техният дял нараства на 59%.



Кое от следните твърдения за пазара на труда важи за вашата фирма



Този процес осветлява дефицитите в качеството на българското образование и същевременно повишава обществените изисквания към образователния продукт.

Трето, устойчивите във времето проблеми на образованието през последните години ескалират и изплуват на социалната повърхност под формата на “агресия в училищата”, “корупция”, “частни уроци”.

С усилване процесите на обществена промяна се формира обществено одобрение за съществени изменения в образователната система, най-вече в масовото училищно образование. В отговор на повишените очаквания беше разработена управленска програма за развитие на училищното образование. С нея Министерството на образованието и науката си поставя за цел подобряване на качеството и осигуряване на равен достъп до образование. Няколко промени, заложи в Програмата, провокираха публично-медийна дискусия: въвеждане на национално външно оценяване, навлизане на тестовите, оптимизиране на училищната мрежа, диференциация на училищните заплати и промяна в образователната структура.

2. Поляризирани обществени позиции към промените в образованието

Ако на ниво официален документ наболелите проблеми и тяхното решаване изглежда относително непротиворечиво, на равнище обществени нагласи въпросът е твърде полемичен.

Дилемата е в това – какви промени да се извършат и как да бъдат проведени? Обществените позиции се разделят и поляризират както при идентификация на проблемите, така и при механизмите за тяхното решаване.

Условно можем да откروим два типа обществени позиции.

Първата е защитавана от хора с по-нисък образователен статус, минимални доходи, заети с нискоквалифициран труд, пенсионери, жители на малки населени места. Те оценяват българското образование като традиционно добро и интерпретират неговите актуални проблеми като отдалечаване от високите образци на миналото. Държавата се разглежда като основен субект на управление и финансиране. Сред тези групи е значително по-слаба подкрепата за децентрализация на училищата и въвличане на различни ангажирани страни – ученици, родители, неправителствени организации – в тяхното управление. От тази позиция проблемите на училищното обучение се виждат основно в недостатъчното финансиране и отслабената възпитателно-дисциплинарна роля на образованието. Упованието в държавата и дисциплината не се дължи само на тяхната легитимност в предходното социалистическо училище, но и на третирането на образованието като инструмент за справяне с негативните социализационни ефекти от прехода сред младото поколение.

Въпросният типаж разглежда образованието през призмата на общността, поради което се обявява за запазване на местното училище, запазване на дългогодишните местни учители на работа и оставане на децата в рамките на населеното място и семейния кръг. Индивидуалните перспективи за децата и качеството на придобитото образование имат много маргинално значение в тази интерпретативна рамка. Оттук е разбираемо противопоставянето на външното национално оценяване и оптимизирането на училищната мрежа.

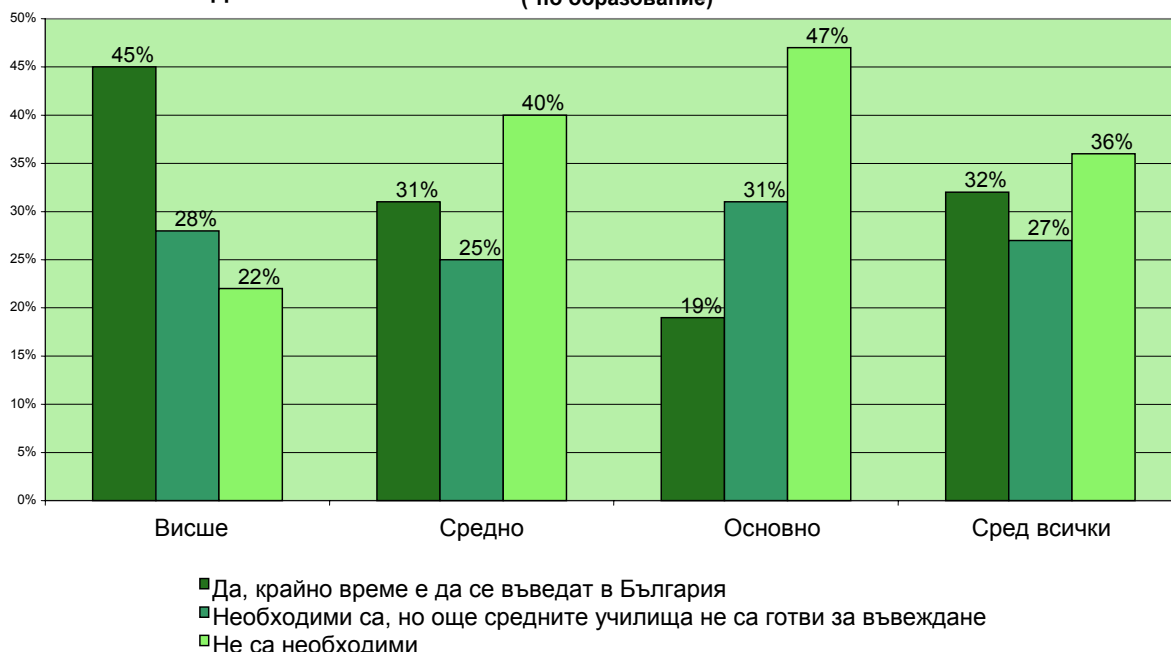
Парадоксът е, че тъкмо в по-малки населени места и маргинални училища в по-големите градове качеството на училищното образование – доколкото може да бъде оценено – е по-ниско, предвид недостатъчния брой ученици, маломерните и смесени паралелки, по-нисккоквалифицирания учителски състав, слабата успеваемост в следваща образователна

степен. Въпреки това, тъкмо в тях учители, родители и ученици се обявяват в голяма степен против промените. Основанията за съпротивата не са маловажни.



По принцип, смятате ли, че националните стандартизирани изпити са необходими*?

(*по образование)



Съществена част от тях произтичат от обстоятелството, че промените, в частност националното външно оценяване, ще въведат безпристрастни принципи за оценка, което ще покаже както фрапантни дефицити в квалификацията и подготовката на учителите, така и нереално високите оценки на учениците. Оттук по всяка вероятност ще последва закриване на местни/квартални училища, доколкото те реализират социално-патронажни функции, но не постигат задоволителни образователни резултати и така декласират обучаваните деца.

Другата типична позиция е защитавана основно от хора с по-високо образование, квалифицирани служители, работодатели, упражняващи свободни професии, живеещи предимно в по-големите градове. Според тази група актуалното училищно образование страда от понижено качество, неравнопоставеност на учениците в отделните региони и неадекватна квалификация на учителите. Поради това то следва да претърпи реални промени с оглед постигане на по-високо качество и адекватност на образователните услуги. От тази перспектива образованието няма за цел да запазва населеното място, работните места, или щатове в него. То има за цел да дава шансове на децата и да подпомага тяхната бъдеща биографична и професионална реализация. Не случайно този

типаж защитава в голяма степен тезата, че в училище децата следва да формират позиции и да участват в управлението на училищата. Със същата цел акцентират върху въвеждането на национални стандартизирани изпити като критерий за качеството на предлаганото образование и диференциация на учителското заплащане.

Приемането на стандартизираните изпити обаче е съпроводено със скептицизъм относно готовността на образователната система да интегрира този инструмент. За гражданите е съществено системата да формира умения и знания у децата, а те се гарантират именно в рамките на учебния процес. Националните изпити само регистрират и стимулират постиженията. Тъкмо поради това националното оценяване не се разглежда само по себе си, а като стъпка към гарантиране качеството на учебния процес и обективността на оценките.

Поляризираните обществени позиции към промените в образованието поставят много неизвестни пред публичните политики в сферата, още повече, че те се впитат в логиката на политическата конюнктура, централизираната институционална организация и слабо ефективния разходопокривен принцип на финансиране на публичния сектор.

В тази несигурна ситуация изключително се увеличава ролята на публичните политики – идентифициране на проблемите, изработване на взаимно допълващи се механизми за тяхното решаване и популяризиране на предприетите мерки. Защото реформите в публичния сектор са немислими без участието на ангажираните страни и преките адресати на промените. През последните десетина години промените, доколкото ги имаше, бяха реализирани “на парче” и “на тъмно” – затваряха се неефективни училища, но тази практика беше публично нелегитимна, защото отсъстваше ясна методология и обективни критерии, които да обосноват защо се затваря едно училище, а друго – не. Самата аргументация би следвало да се основава не само на принципа на икономическата рационалност, но и на въвеждане на национално външно оценяване, което да открие училищата с незадоволителни образователни резултати. Донякъде сходен е проблемът с диференцираното заплащане на учителите. С този ход се интегрират в образователната система институционални стимули за учителите. Те са необходима предпоставка за постигане на реални промени в училищната стая, а не както досега – “реформи на хартия”. Но от друга страна, предприемането на политика на диференцирано заплащане на учителския труд може да произведе негативни обществени и образователни ефекти, ако не се основава на прозрачна процедура и публично измерими критерии.

Условие за ефективна промяна на образованието е провеждане на последователни стъпки и публично разясняване на търсения образователен ефект. Едва последователността на промените и реализирането на обществени резултати създава общественото усещане за провеждане на реални политики и придава легитимност на промяната.

НАСИЛИЕТО МЕЖДУ ДЕЦАТА: ЕДНА ОЦЕНКА, МНОГО ПРИЧИНИ

Един от значимите проблеми, които събитията през 2006 година произведоха, е този за насилието между децата. Няколко тежки престъпления, извършени от непълнолетни, както и цяла поредица инциденти с физическа саморазправа накараха медии и родители да говорят за появата на нов, голям проблем в българското училище. В същото време, стартиралата обществена дискусия не даде еднозначен отговор, дали става въпрос за ново явление, или за явление с определена давност, което сега получава публично и политическо внимание.

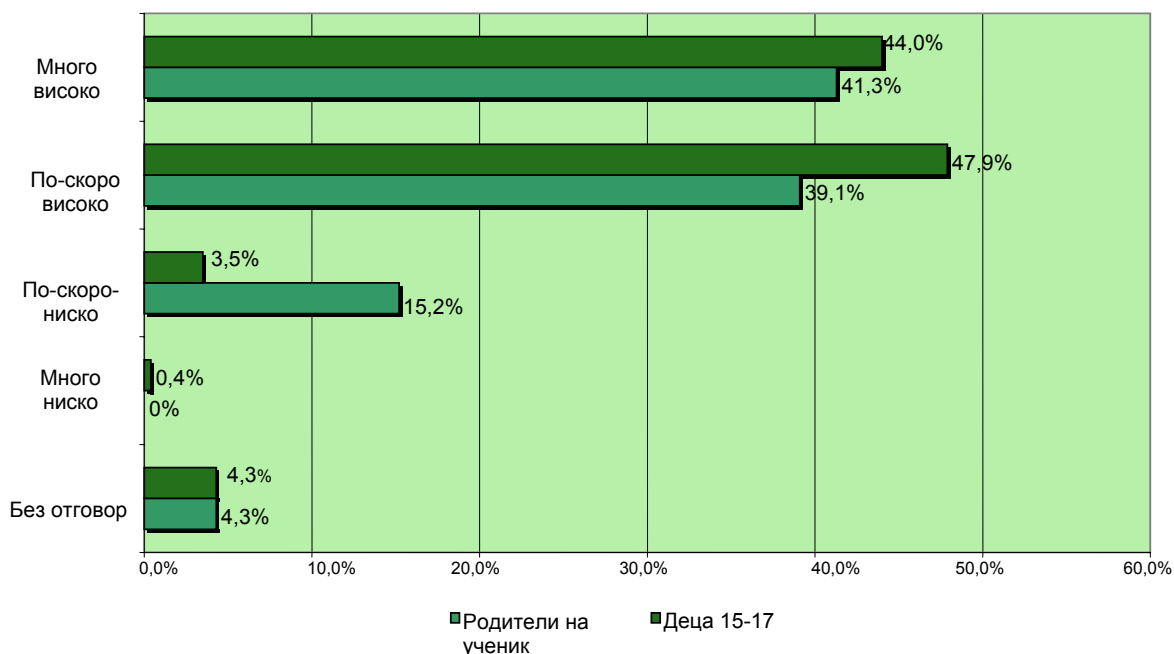
1. Диагностика на проблема

Ако обществените дискусии не откриха факторите за появата на насилието между децата, то мненията на родителите, чиито деца са ученици, дават достатъчно еднозначна оценка. Девет от всеки десет родители са на мнение, че степента на агресия в българските училища е много висока или по-скоро висока. Едва 3% са склонни да я оценят като по-скоро ниска. Макар и с по-малко еднозначна позиция, тази оценка се споделя и от самите ученици.

Оценката за много високо ниво на агресия в училищата се споделя най-вече от хората над 50 години, тези със средно и висше образование, частните собственици, хората със свободни професии, служащите и пенсионерите, както и живеещите в София и малките градове. Като по-скоро ниско оценяват нивото на агресия най-вече самите деца между 15 и 17 години и хората под 40 години, учащите, служащите и частните собственици.



Изхождайки от Вашето знание и разбиране, Вие лично как намирате нивото на агресия в българските училища ?



Нагласите на родители и ученици сочат, че увеличаващата се публичност по темата за насилието между децата отразява реално състояние на отношенията, а не е продукт на моментно медийно внимание. В съотношение 2:1 при родителите е налице разбирането, че става въпрос за нарастване на честотата на проявите на агресия, а не просто за започване на пореден публичен разговор по темата. Макар и в по-малка степен, тази нагласа се споделя от самите ученици. 54% от тях са на мнение, че агресията нараства, докато 46% отдават актуалността на медийното внимание. Това разминаване в нагласите може да се дължи на поне две причини. От една страна, то може да е продукт на засилена загриженост от страна на родителите, които възприемат съвременното училище и средата около него като много несигурна и надценяват опасността. От друга страна е възможно за много от учениците случаите на агресия да са в някаква степен естествен елемент на училищната среда, което пък води до подценяване на проблема.

В общественото мнение има отчетливо оформени различия по този въпрос. В подкрепа на тезата за наличието на обективно нарастване на агресията застават предимно хората над средна възраст (над 40 години), жителите на София и селата, хората с по-ниски месечни доходи (между 50 и 150 лева на член на домакинството), както и хората, упражняващи ръчен труд, безработните и пенсионерите. В същото време, тезата за отколешното наличие на насилие и настоящото засилено медийно внимание се споделя главно от хората до 40 години и живеещите в регионалните центрове и малките градове. Това мнение е разпространено и сред учащите, служащите, частните собственици и

хората със свободни професии, както и сред гражданите с месечни доходи над 150 лева на човек от домакинството.

Най-сериозни проблеми в училище

	Деца 15-17 години	Възрастни, в чиито семейства :		Общо за страната
		Няма ученик	Има ученик	
Липса на ред и дисциплина	28,3%	25,7%	25,7%	25,7%
Насилие, агресия, хулиганство	17,4%	20,8%	20,6%	20,8%
Лоша материална база	17,4%	4,1%	8,2%	5,1%
Лошо възпитание	2,2%	9,4%	7,0%	8,8%
Наркотици	8,7%	4,7%	5,1%	4,8%
Прекалена намеса на гражданските структури в системата	6,5%	3,3%	5,1%	3,8%
Ниско заплащане на учителите		3,3%	4,7%	3,7%
Манталитет на учителите	6,5%	3,1%	7,0%	4,0%
Липса на финансови средства (и на родителите)	4,3%	2,6%	5,4%	3,3%
Пушене, пиене	4,3%	2,2%	2,3%	2,3%
Лошо отношение ученици/учители	4,3%	1,4%	1,9%	1,5%
Скъпи учебници	4,3%	0,9%	2,7%	1,3%
Ниска квалификация на учителите	2,2%	4,1%	7,4%	4,9%
Лоша учебна програма	2,2%	2,5%	4,3%	2,9%
Отсъствия на учениците	2,2%	1,4%	2,7%	1,7%
Натовареност на учениците	2,2%	1,6%	1,9%	1,7%
Невъзможност на преподавателите да се справят с дисциплината		1,5%	1,2%	1,4%
Семейство		0,7%	1,9%	1,0%
Социално и материално неравенство		0,6%	1,2%	0,8%
Условия за корупция		0,5%	0,4%	0,5%
Заетост на родителите		0,2%	0,4%	0,3%
Политиката на МОН		0,1%	0,8%	0,3%
Отсъствия на учителите		0,1%	0,4%	0,2%
Не добре писани учебници		0,1%	0,4%	0,2%
Неувереност за бъдеща реализация			0,4%	0,1%

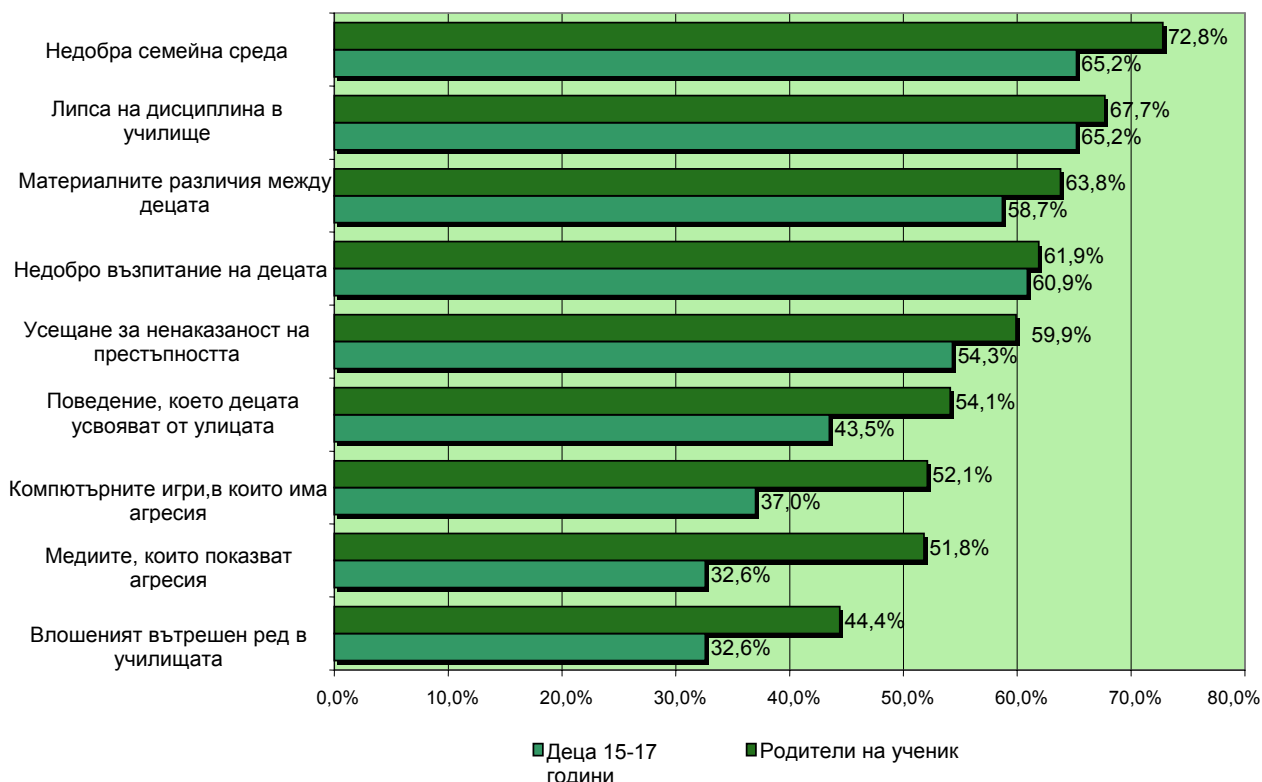
Нарасналото внимание към проблемите с насилието дава своето отражение и върху мненията за основните проблеми в училищата. За родителите над всички останали стоят проблемите за липсата на ред и дисциплина, както и наличието на агресия и насилие в училищата. Прави впечатление, че далеч назад в класацията на проблемите остават въпроси, които много специалисти считат за изключително важни в развитието на образованието. Такива са, например, въпроси като недостатъчната подготовка на учителите, лошата материална база, недобре написаните учебници, пренатовареността на учениците и лошата учебна програма.

2. Източници на насилието

Относително високата степен на съгласие за съществуването на проблема с насилието сред непълнолетните не води до съгласие относно причините, които го пораждат. Все пак, няколко са факторите, които изпъкват. Най-често за източник на агресия се приема недобрата семейна среда, както и липсата на дисциплина в училище. На следващо място, родители и ученици сочат материалните различия между децата, които генерират напрежения, и недоброто възпитание на децата. По-общото усещане за безнаказаност на престъпността в българското общество също се изтъква като важна причина за нарастване на агресията. Влошеният вътрешен ред в самите училища, най-рядко се възприема като причинител на насилие.



Кои причини според вас имат най-голяма значимост за съществуването на агресия между децата в училище ?



3. Подходи за справяне с проблема

Макар родители и ученици да търсят немалка част от причините за насилието извън семейството и училището, те не са склонни да товарят други институции с решаването на проблема. Седем от всеки десет от тях определят семейството като основното място, откъдето следва да започне разрешаването на проблема. Следващото по сила очакване е за по-голяма роля на училището. Интерес представлява фактът, че учениците са по-склонни да разчитат на училището, отколкото това правят техните родители.

Кой, според Вас, трябва да има основната роля в справяне с агресията?

	Тийнейджъри 15-17 години	Възрастни, в чиито семейства:		ОБЩО ЗА ЦЯЛОТО НАСЕЛЕНИЕ
		Няма ученик	Има ученик	
Семейство, родители	71,7%	63,9%	70,4%	65,4%
Училище	60,9%	43,6%	48,2%	44,7%
Институции	8,7%	7,8%	9,7%	8,3%
Полиция	4,3%	4,3%	2,7%	3,9%
Психолози		3,1%	5,8%	3,8%
Училищна проява	2,2%	2,5%	2,7%	2,5%
Приятели	4,3%	0,4%		0,3%
Педагози	2,2%	0,6%	0,8%	0,7%
МОН		2,0%	1,6%	1,9%
Самите ученици		0,4%	0,8%	0,5%

По отношение на възможните конкретни подходи за противопоставяне на тенденцията за нарастване на насилието най-висока подкрепа получават две групи мерки. Първата е свързана със засилване на комуникацията и общуването между родители и ученици, и респ. учители и ученици. Втората група включва по-дисциплинарни подходи като засилване на общата дисциплина в училищата и повишаване на родителския контрол.

Прави впечатление доста ниската степен на доверие във възможностите на извънучилищните институции да помогнат за справяне с проблема за насилието. В най-малка степен, родители и ученици са склонни да се доверят на подходи като политика на превенция от страна на Министерството на образованието и науката, повишаване на ролята на полицията и прилагането на различни програми за възпитание и непоносимост към агресията. Тук, както и при други сериозни въпроси на публичната политика, надделява скептичното отношение към способността на тези институции да допринесат за реалното решаване на проблемите.

Решения и политики за справяне с детското насилие

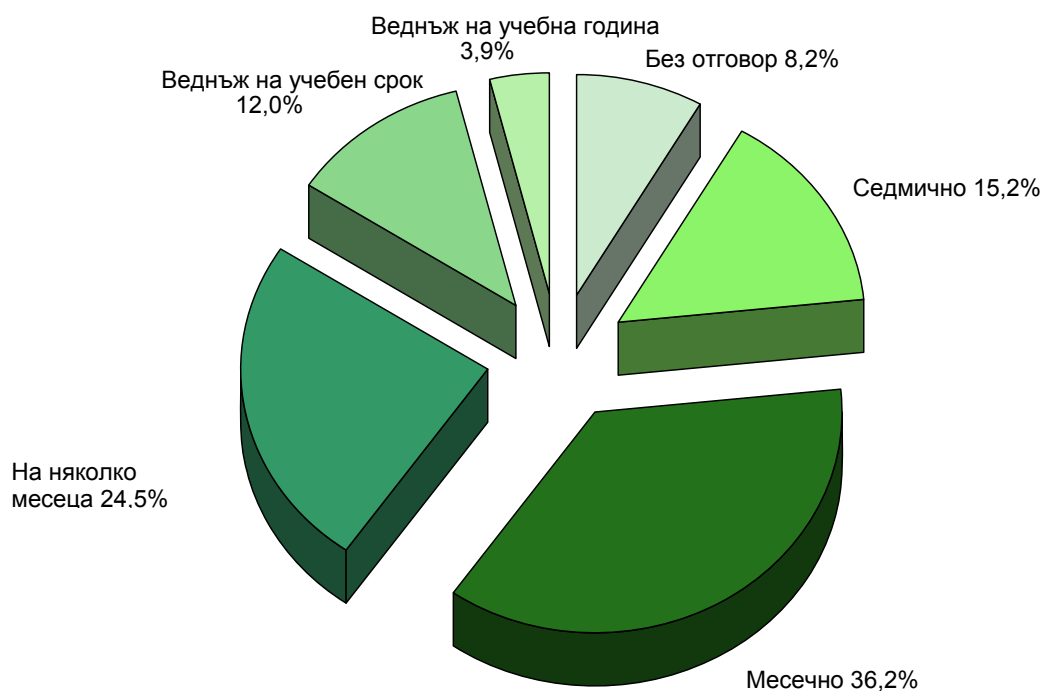
Скала : 1 е неподходящо решение, а 5 най-подходящо	Деца 15-17 години	Възрастни, в чиито семейства:		ОБЩО ЗА НАСЕЛЕНИЕТО
		Нямат ученик	Имат ученик	
Повишаване на дисциплината в училище	4,58	4,74	4,74	4,74
Общуване на родителите с децата	4,64	4,74	4,68	4,73
Повишаване на родителския контрол над децата	4,47	4,74	4,68	4,73
Организиране на извънкласни занимания, в които децата учат, спортуват и общуват заедно	4,02	4,27	4,27	4,27
Засилване на ролята на психолозите и педагозите в училище	4,02	4,11	4,27	4,15
По-интересно представяне на уроците	4,00	4,05	4,26	4,10
Повишаване на ролята на полицията в и около училищата	4,02	3,99	4,13	4,03
Изработване на програми за възпитание на учениците в непоносимост към агресията	3,73	4,08	4,22	4,11
Търсене на форми за засилване на връзките и регулярността на контактите между учители и родители	4,00	4,00	4,00	4,00
Политика от страна на МОН за превенция на агресията	3,00	4,00	4,00	4,00

4. Поведението на родителите

Едно от често тиражираните обяснения за нарастването на насилието сред децата е липсата на достатъчна ангажираност и внимание от страна на родителите. В същото време, данните за поведението им показват картина на доста висока активност спрямо учебния процес на техните деца. Например, 36 % от родителите общуват поне веднъж месечно с класния ръководител на тяхното дете, а други 15% правят това всяка седмица. Едва 4% осъществяват подобен контакт само веднъж в годината.



Колко често контактувате с класния ръководител на вашето дете?*



*възрастни които имат в семейството ученик

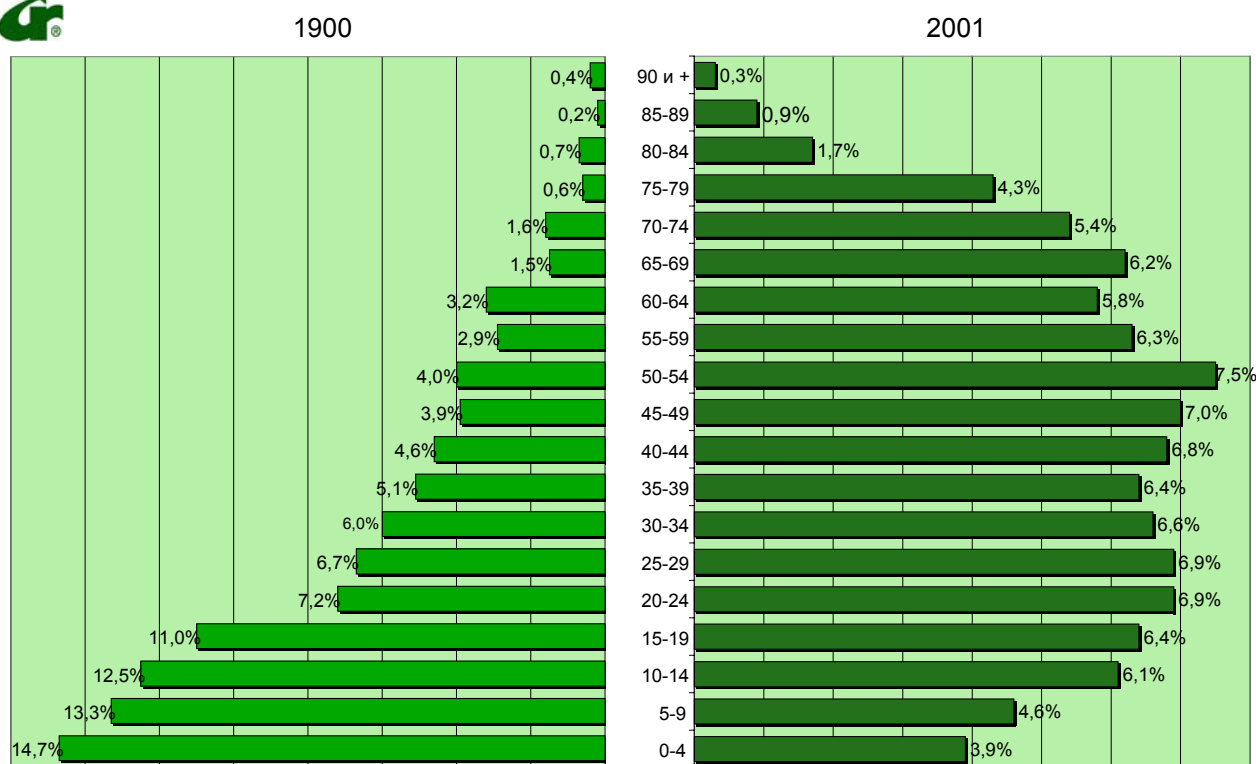
Изследванията показват и сравнително висока готовност на родителите за личен ангажимент и отделяне на време по въпроси, свързани с учебния процес. Над 55% от тях са склонни да участват във формални и неформални училищни структури, които се занимават с различните въпроси на образованието.

Голямата емоционалност, с която се дискутира въпроса за насилието между децата вече трайно превръща темата в централна за обществени институции и медии. Високата чувствителност на родителите спрямо средата, в която техните деца получават своето образование и навици, ще гарантира продължаващ натиск върху държавата. В същото време, темата за насилието постепенно се включва в една цяла група проблеми, свързани с качеството на средата и живота на гражданите. Остава въпросът дали в рамките на идните няколко години, този процес ще катализира институционална и културна промяна, която да отговори на нарасналата загриженост на родители и ученици.

ДЕМОГРАФСКИ ТЕНДЕНЦИИ В БЪЛГАРИЯ

1. Застаряване на населението

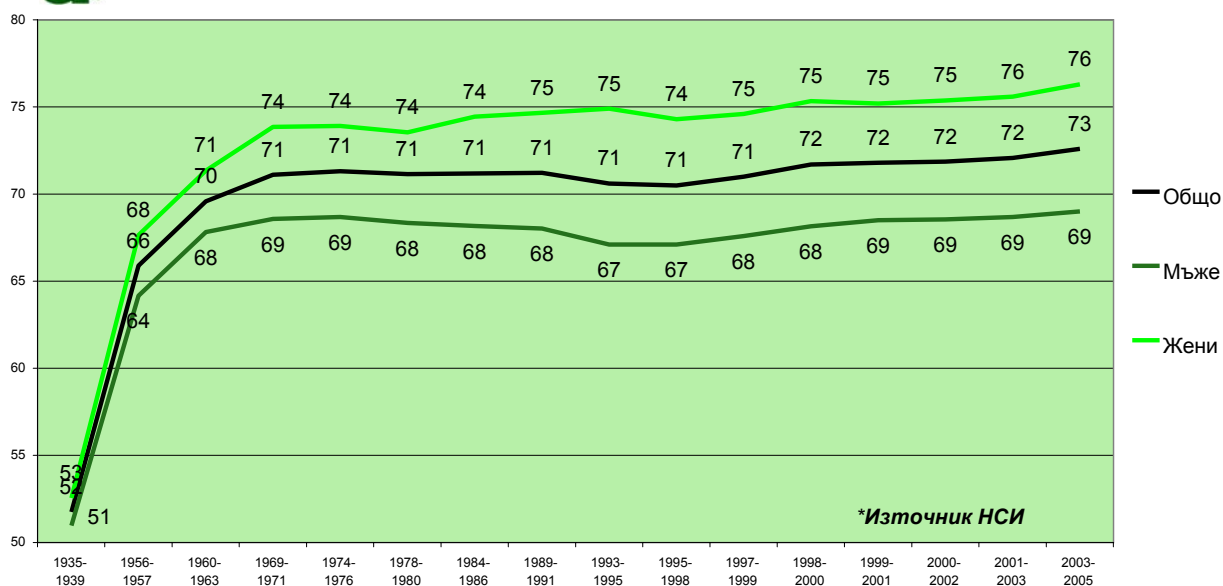
В резултат на високата раждаемост, ниската продължителност на живот и високата смъртност, половината от населението в България в началото на 20 в. са деца до 18 г. (51%). Век по-късно делът на децата е по-малко от една пета от цялото население (18%). До голяма степен промяната във възрастовата структура на населението през XX в. се дължи на спад в раждаемостта и повишаване на средната продължителност на живот.



Източник: Национален статистически институт.



Средна продължителност на живота (в години)*



Застаряването е един от най-сериозните аспекти на демографската криза в България. Ефектите от него засягат множество социални сфери – здравна и пенсионна система, заетост, пазар на труда, икономически растеж, не на последно място адаптивността и потенциала за промяна на цялото общество. Ниската раждаемост и емиграцията са причините, които обуславят намаляващият дял на младите хора и постепенното застаряване на нацията. Средната възраст на българите днес е 41,2 години (малко по-млади са живеещите в градовете – 39,5 години средна възраст срещу 45,2 години в селата). Делът на младежите до 14 години постоянно намалява и понастоящем е едва 14%, за сметка на нарастването на възрастното население над 60 г.

2. Плавно увеличаване на раждаемостта

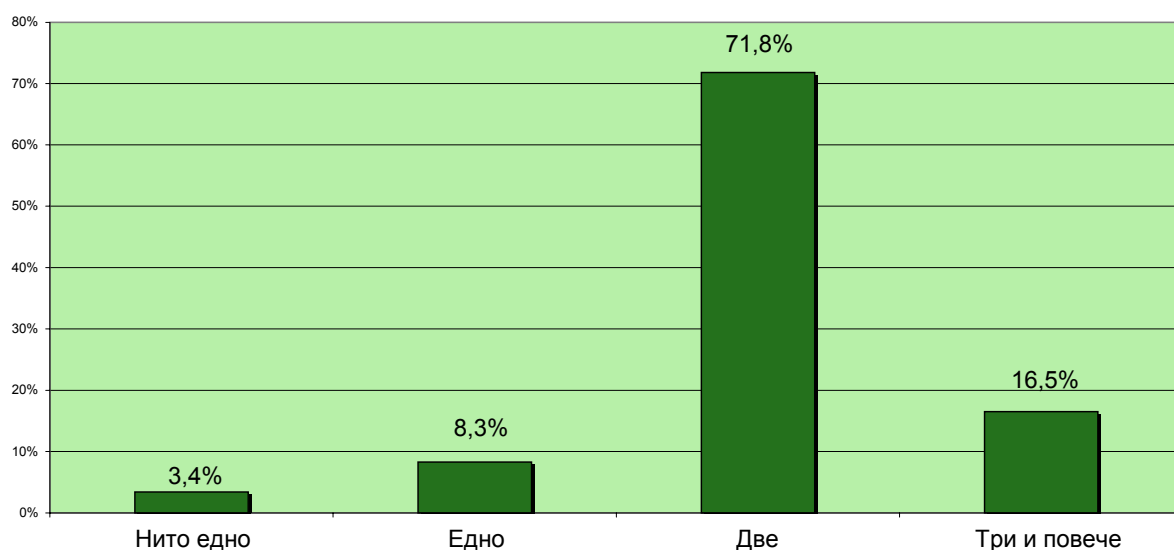
Днес проблемът за раждаемостта все по-често фокусира вниманието на управляващи и анализатори. През последните години е налице макар и плавно повишаване в броя на новородените. Увеличението за 2004 спрямо 2003 е 3.7%, а за 2005 спрямо 2004 – 1.7%.

Факторите за повишаване на раждаемостта са предимно икономически - стабилизиране и относителна предвидимост на икономиката, макар и леко, нарастване на доходите, особено сред трудовоактивните групи.

Въпреки повишаване броят на новородените, коефициентът на раждаемост остава нисък (9.2 раждания на 1000 души). Основната причина за това е промяната в социалния модел на раждаемостта – отлагане на ражданията за по-късна възраст и намаляване на желанния брой деца. Обществените оценки за това колко деца е добре да има едно семейство рядко надхвърлят числото 2.



Колко деца според вас трябва да има човек?



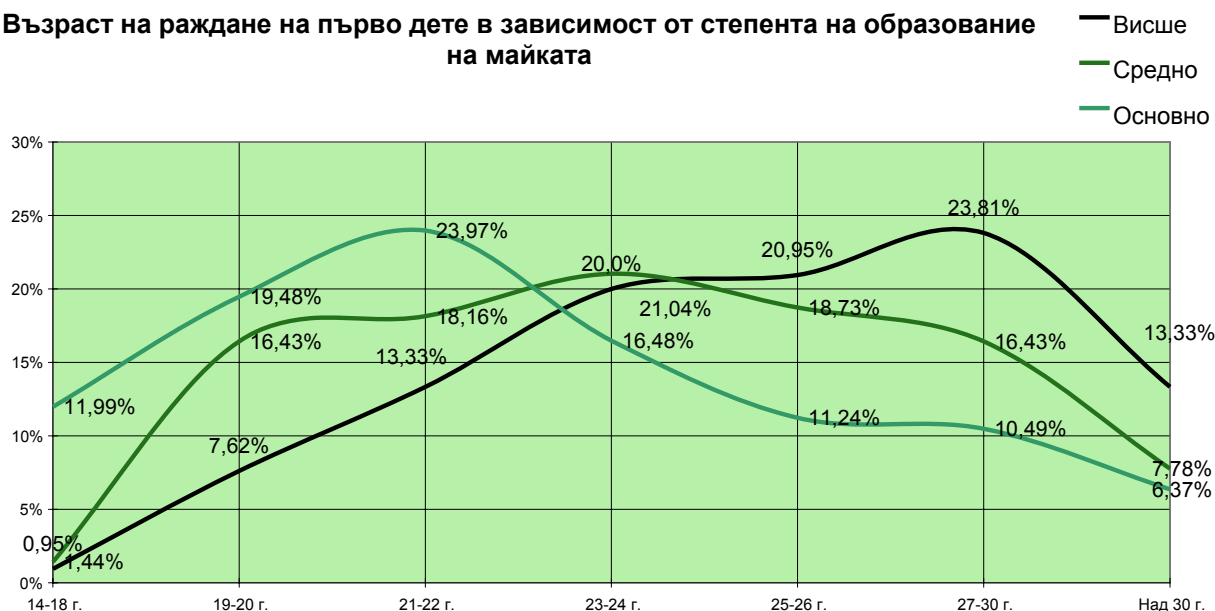
Раждането в по-късна възраст е особено ясно изразено при високообразованите млади хора, които поставят силен акцент върху професионалното развитие и кариера.

Първото обяснение на този феномен е по-широко и се разполага в ценностно-културното поле на модерния хедонизъм – желанието за повече свободно време, неограничавано от ангажименти и отговорности, максимално удовлетворяване на собствените потребителски нагласи и пр. Второто обяснение е стремежът към реализация, образование, кариера. Като трети пласт можем да открием завишените критерии на високообразованите групи. За тях създаването на поколение е не просто отговорност за грижите, но и отговорност за това какви възможности за живот, образование и развитие ще предоставят те на децата си. Ето защо младите и високообразовани поколения не просто отлагат брака и децата за по-късна възраст, но и приемат това за „норма”. По

техни осреднени оценки най-подходящата възраст да имат първо дете за мъжете е 30 г., а за жените 26 г. При това нагласите динамично се променят – само преди четири години младите и високообразовани българи са посочвали средно с две години по-ранна възраст - 28 при мъжете и 24 при жените. Обратно, ниско образованите и ниско статусни групи полагат в по-ранна възраст тези биографични моменти. Като подходящи за първо дете те определят 25 години за мъжете и 22 години за жените. В тези групи нагласите се променят сравнително бавно. Разлика между определената като обществена „норма” възраст през 2002 г. и сега е под една година.

Към момента средната възраст за раждане на дете при младите висшисти е 26-27 години, докато при младите със средно образование тя е 26 години при мъжете и 23 години при жените. При младите с основно образование средната възраст за поява на първото дете е 25 години при мъжете и 20 години при жените. И докато при високообразованите е налице повишаване на възрастта за раждане на първо дете в сравнение с хората със същото образование от предходните поколения, при средно и ниско образованите тенденцията е обратна – днес те раждат по-рано, отколкото по-възрастните поколения със същото образование.

Възраст на раждане на първо дете в зависимост от степента на образование на майката

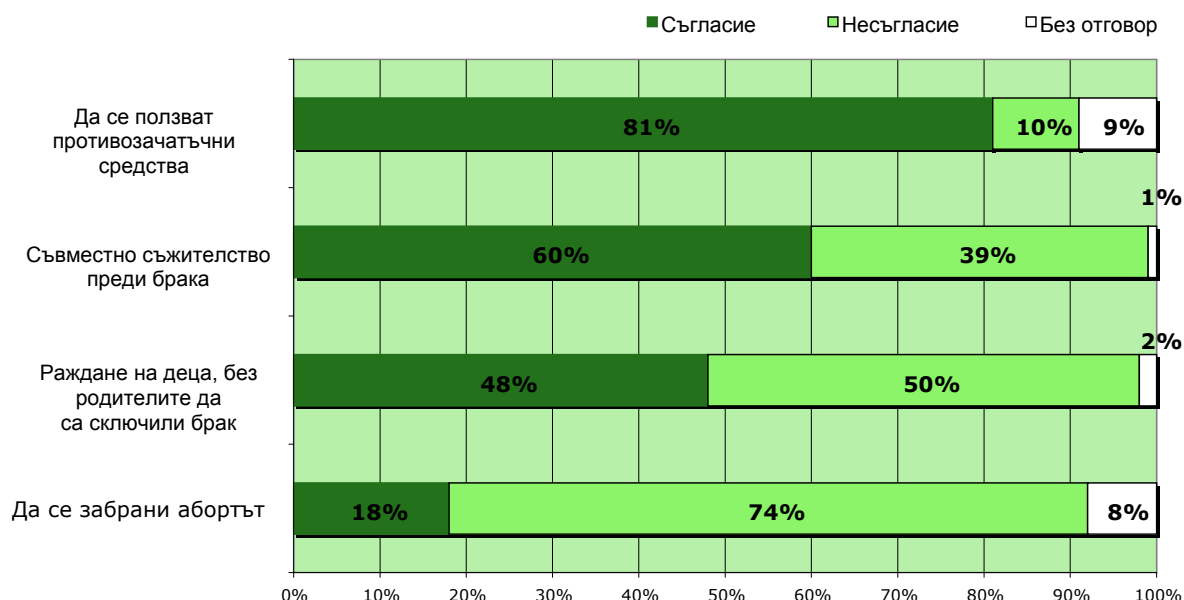


Освен отлагане на средната възраст за сключване на брак и раждане на първо дете, промяна е налице и по отношение на нагласите към семейството. Все по-приемливи социално са форми на брачно съжителство без официално сключване на брак (конкубинат). Съвместното съжителство се приема като допустимо от 60% от

пълнолетните българи, а в такива отношения на съжителство вече са 6% от хората на 18 и повече години (преобладаващо от по-младите поколения). Противниците са предимно от средите на по-възрастните и поради това по-консервативни групи. Обратно, сред младите конкубината среща изключително висока подкрепа (80%). Малко по-резервирано е общественото мнение, когато става въпрос за раждане на деца без формално сключване на брак. Тук мненията се поляризират (48% “за” срещу 50% “против”) като подкрепата сред младите достига две трети, а неприемането сред възрастните – три четвърти. През изминалата година близо половината от децата са родени без брак, но тъй като в повечето случаи бащата е известен, НСИ смята, че това са бракове от съвместно съжителство и в доста по-малка част (19%) са деца на самотни майки.



Съгласие с различни твърдения относно семейството и брака

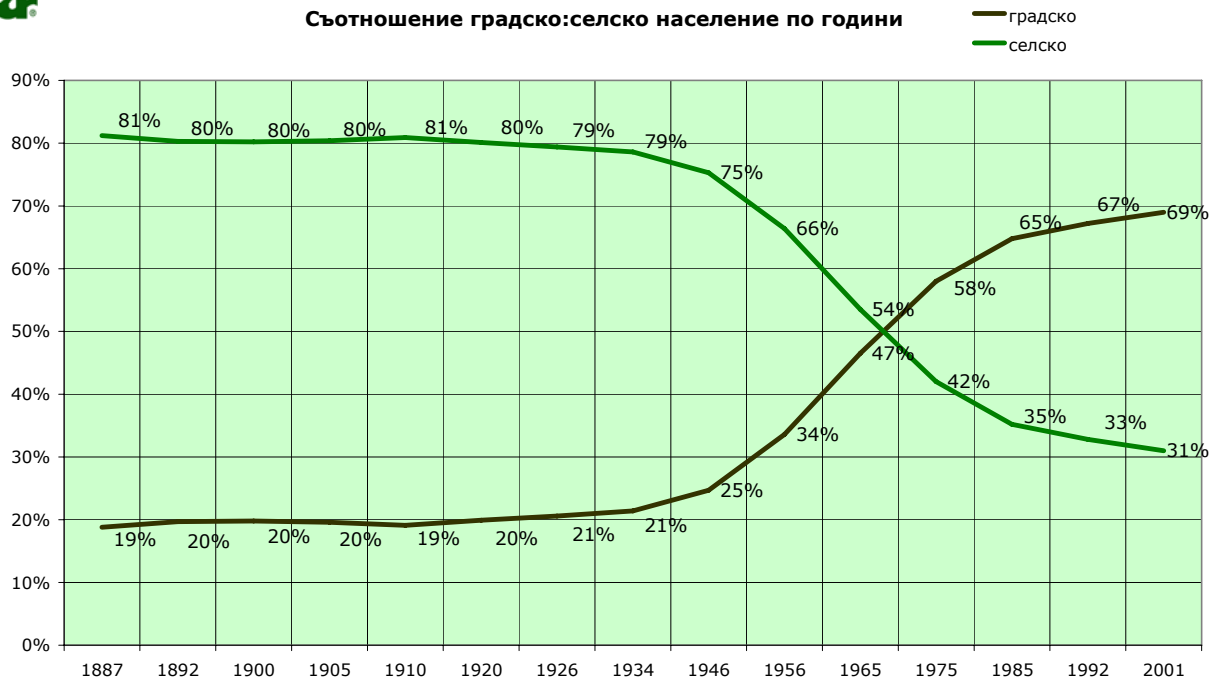


И докато отлагането на брака и децата е вече факт, може би е въпрос на време конкубинатът да стане основен модел на българското семейство.

3. Миграция към големите градски центрове

До средата на миналия век три четвърти от населението е концентрирано в селата. В края на века, в резултат от бързата индустриализация и миграцията към градовете, съотношението се обръща и днес 70% от населението живее в градовете. Със своите 1,4 млн. жители според официалната статистика, София е най-големият град в България.

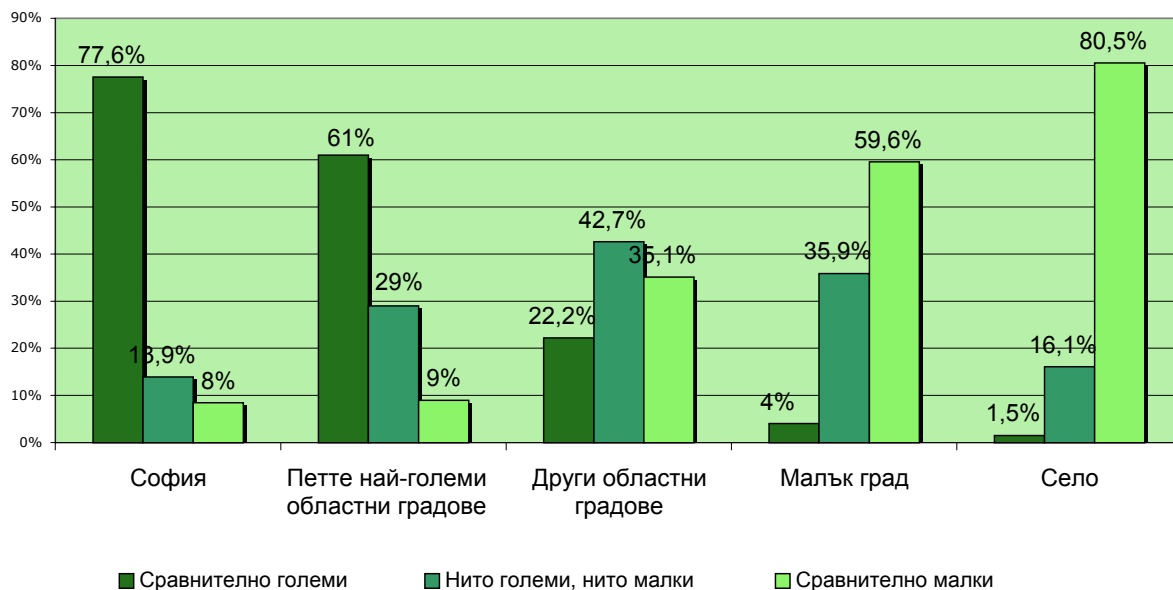
Според експерти в резултат на нерегистрираната миграция към столицата населението ѝ е вероятно над 2 млн. души. Седем града са с население над 100 хил. и в тях живее близо една трета от населението. Между 50 и 100 хил. жители имат други 14 града. В най-големите 20 града живее над 40% от населението.



Голямата концентрация на населението и най-вече на младите хора в градовете води до неравномерно разпределение в ползването на инфраструктурата, здравни и развлекателни услуги. Дистанциите между различните типове населени места са не само твърде големи, но и често увеличаващи се. Тази тенденция неминуемо определя и нарастващата миграция към големите градове. Оценките на възможностите за образование, намиране на работа, постигане на висок материален стандарт и развлечения са в пъти по-високи в София и големите градове (Пловдив, Варна, Бургас, Стара Загора и Благоевград) в сравнение с другите областни градове, малките градове и селата. Ако в столицата 78% смятат, че в населеното място, в което живеят имат сравнително големи възможности за по-добро образование, в големите областни центрове този отговор се посочва от 61%, а в по-малките, необластните градове и селата това мнение “пада” съответно до 22%, 4% и 2%.



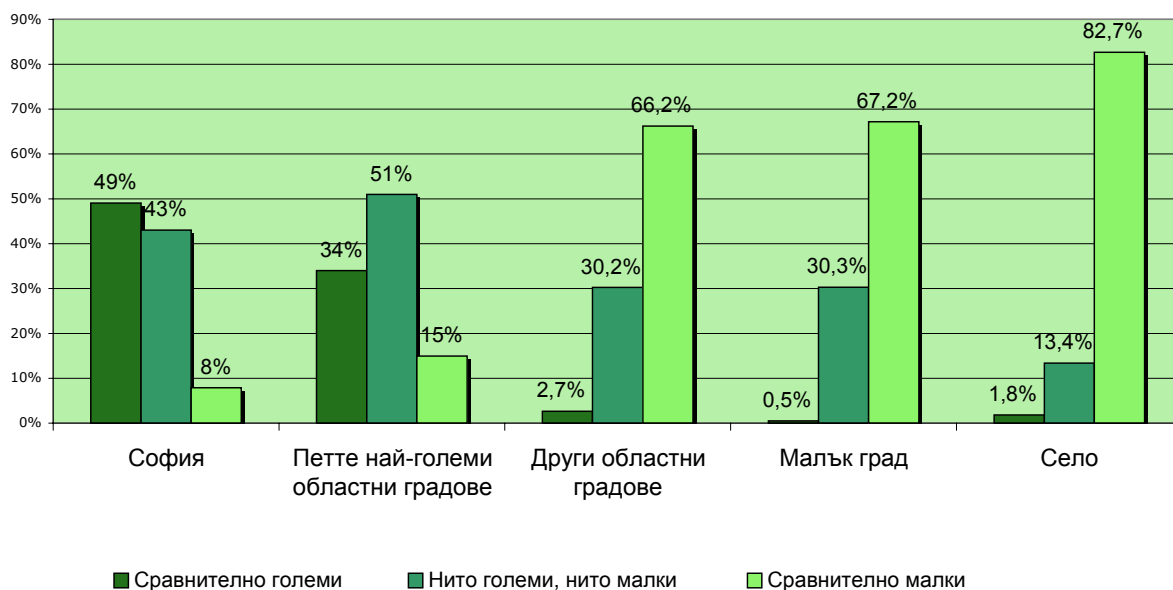
Оценка на възможностите за получаване на добро образование



Високият материален стандарт също остава „затворен“ предимно в големите градски центрове. Наличие на възможности за по-добро заплащане в населеното място, където живеят, посочват 49% от софиянци, 34% от жителите на големите градове и едва 1-3% от хората в останалите областни градове, малките градове и селата.



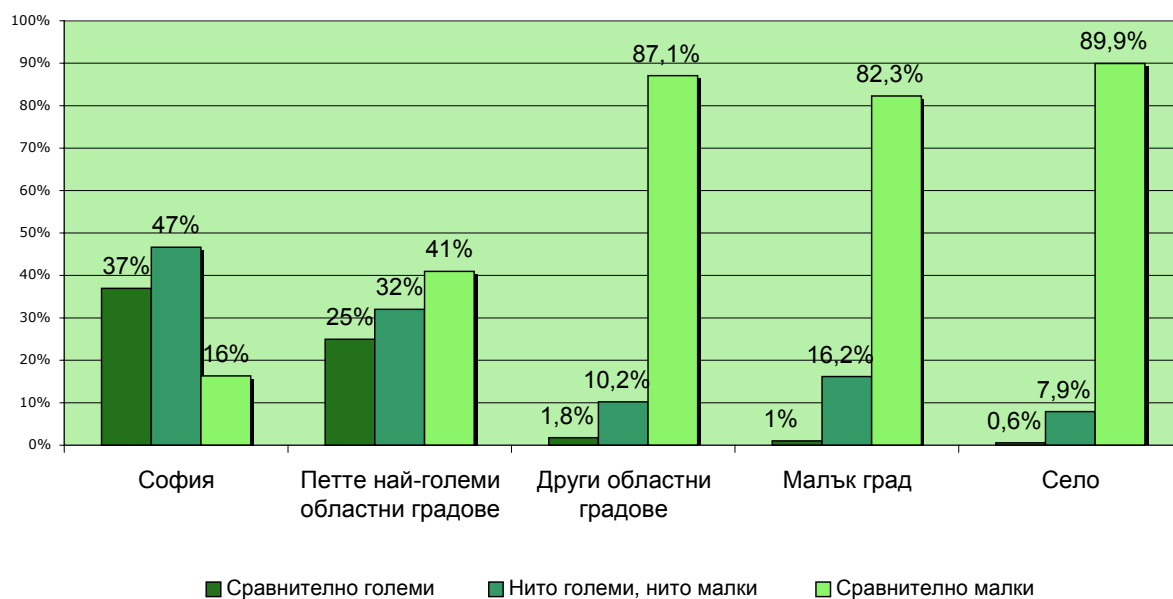
Оценка на възможностите за постигане на висок материален стандарт



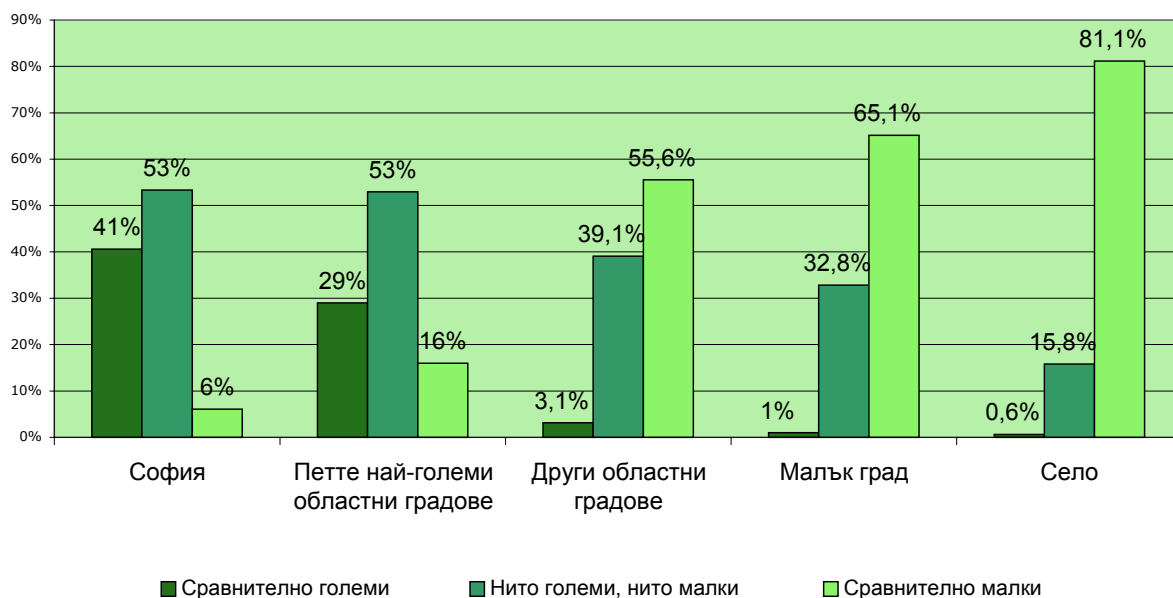
От гледна точка на възможностите за бизнес и работа повечето областни центрове приличат на малките (необластни) градове. Изключение правят отново 5 големи града - Пловдив, Варна, Бургас, Стара Загора и Благоевград. Като сравнително големи оценяват възможностите за бизнес 41% от софиянци, 29% от жителите на петте големи града и едва 1-3% от тези в останалите населени места.



Оценка на възможностите за намиране на добре платена работа



Оценка на възможностите за развиване на бизнес

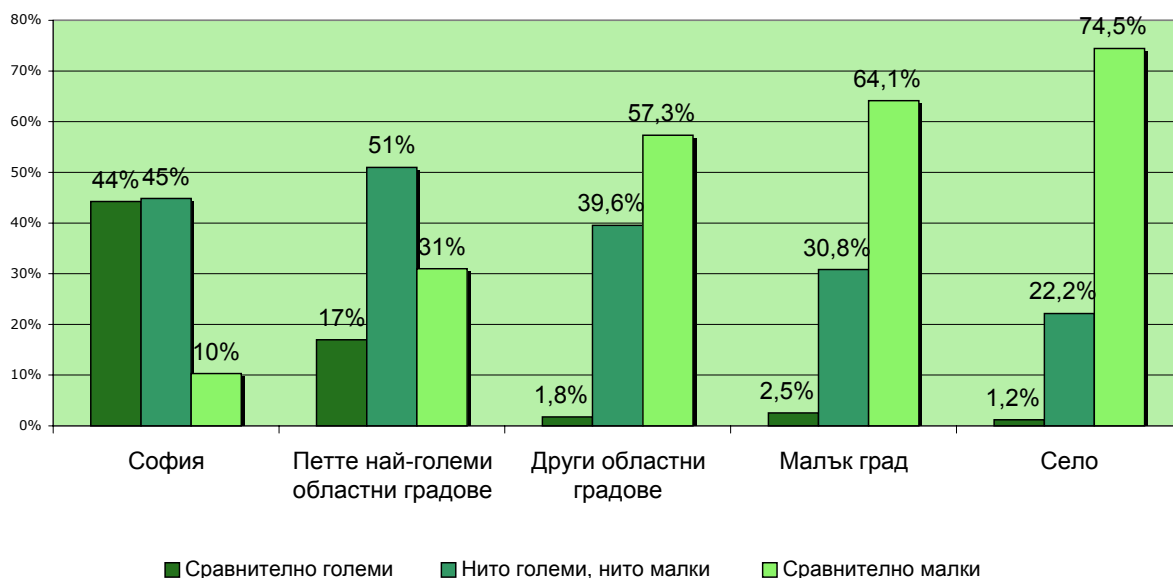


Здравните услуги също не са с еднакво качество по цялата територия на страната. Ако в София почти всеки втори посочва, че има сравнително широки възможности да получи

добри здравни услуги и едва 10 на сто смятат, че тези възможности са малки, в големите областни градове това съотношение е 17%:31%, а в останалите населени места варира от 2%:57% в по-малките областни центрове, 3%:64% в малките градове и 2%:75% в селата.



Оценка на възможностите за получаване на качествени здравни услуги



Един друг модус на социалния живот също се променя съществено по оста „център-периферия”. Става въпрос за възможностите за развлечения. 63% от софиянци ги определят като големи. Така смятат 55% от жителите на областните центрове, в останалите този процент пада на 10%, а в малките градове и селата е едва 2 на сто.

Това, в което оценките на жителите на различните типове населени места са сходни, е възможността за спокоен живот.

Не е тайна, че отдалечавайки се от столицата възможностите за услуги, доходи и развитие намаляват, по-важното е обаче какви усилия за привличане на инвестиции и оживяване на селището полагат местната и централната власт. Защото очакванията на гражданите са предимно в социалната и икономическа сфера – повишаване на жизнения стандарт, откриване на работни места, по-добро здравеопазване. И ако сега по-добрите възможности, които големите градски центрове предлагат, привличат голяма част от активните българи, то твърде скоро, при запазване на темповете на миграция, е вероятно да възникнат сериозни проблеми с инфраструктурата: жилища, транспорт, места за паркиране и пр., които да се превърнат в съществен негатив за тези населени места, привличащи към момента със своите социално-икономически предимства.

МАСОВАТА ЕМИГРАЦИЯ – ПРОЦЕСЪТ ВЕЧЕ СЕ Е СЪСТОЯЛ

През последните години темата за миграцията застана в центъра на политическия и обществен дневен ред както в европейски мащаб, така и в български контекст. Проблемът обаче се разглежда от различна перспектива. Общественото мнение в старите страни-членки на Европейския съюз се фокусира върху негативните ефекти от *имиграцията* – трафик на хора, ръст на организираната престъпност, гетоизиране на емигрантски общности и натиск върху трудовия пазар. Дебатът в България и другите посткомунистически страни се съсредоточава върху огледалния проблем – *емиграцията*.

За разлика от времето преди 90-те, когато се изчерпваше със спорадични индивидуални пътувания, в актуалната ситуация миграцията се превръща в комплексен социален процес с мащабни ефекти не само върху икономиката и трудовия пазар, но и върху общественото мнение и политическите залози. Не случайно една от основните оси, през които в края на 2006 година се дискутираше бъдещото еврочленство на България и Румъния, беше казусът с потенциалния имигрантски поток към западноевропейски страни и пакетът от мерки за ограничаване достъпа на имигрантите до трудовия пазар.

Рестриktivната политика се явява отговор на значителния ръст на миграцията към Западна Европа през последните 15 години, голяма част от която идва от Централна и Източна Европа.

1. Популярни представи за емиграцията

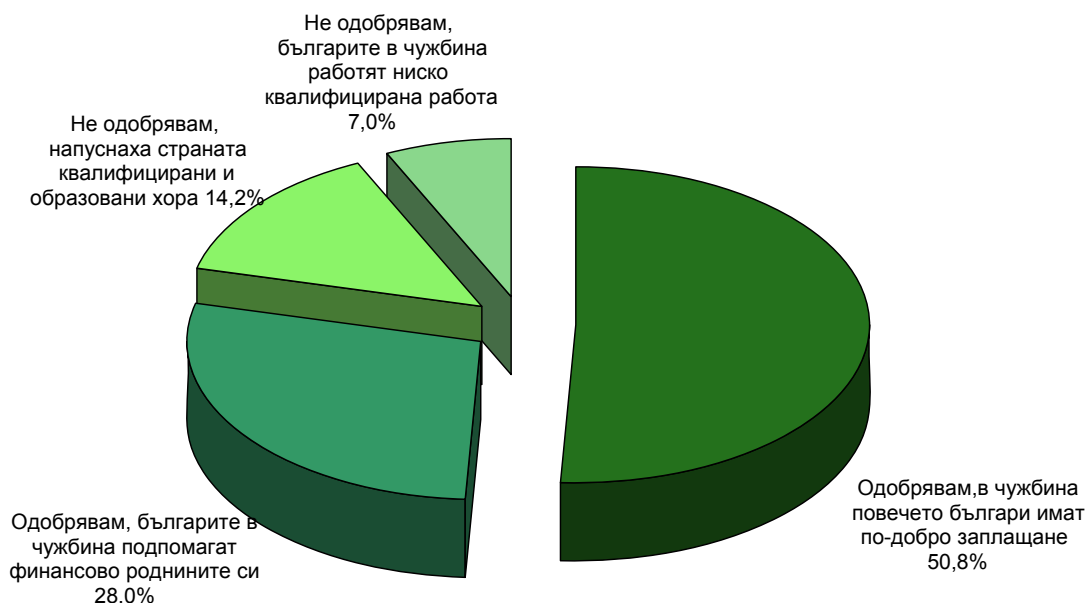
Две са популярните медийни представи за българските емигранти. Първата акцентира на успешните българи в чужбина с висок социален статус. Тази представа се базира върху една тънка прослойка на високообразовани емигранти, напуснали предимно през първата емигрантска вълна в началото на 90-те. Алтернативното схващане разглежда емиграцията като негативен процес и акцентира на напусналите страната квалифицирани работници, упражняващи нискоквалифициран труд в чужбина. Тези медийни представи описват емиграцията в крайна опозиция – между индивидуалния успех и държавните загуби, без да взимат предвид очакванията на редовия емигрант и неговите близки.

Масовата част от българите се отнасят към трудовата мобилност като към “необходимо зло”. Емигрирането не се разглежда като индивидуален акт на избор или средство за личностно развитие, а по-скоро като реакция на две социални принуди – недобрите икономически условия в страната и нископлатената работа.

Тъкмо защото емигрантите се определят като “жертва” на икономическата ситуация, около 80% от гражданите одобряват емиграцията. На всекидневно ниво, далеч от патоса на пропагандното говорене, емиграцията се мисли не през накърнените интереси на държавата, а през призмата, че в чужбина българите получават по-добро заплащане (51%) и подпомагат финансово роднините си (28%).



Какво е вашето отношение към българите които напускат страната ?



Против емиграцията се обявяват 20% от българите. Скептицизмът идва най-вече от хора в пенсионна възраст и такива, които нямат близки, емигрирали от страната. Тъкмо поради това те свързват емиграцията основно с напусналите страната хора с добро образование и професионални качества. Отрицателното отношение към емиграцията е израз и на “носталгията по миналото”, когато работещите не се ориентират спрямо динамиката на трудовия пазар, а пасивно очакват от държавата осигуряване на постоянна професионална реализация.

Тъкмо защото емиграцията се оценява през носталгията по индустриалната пълна заетост, на заден план остават проблемите от прагматично естество, в частност,

дефицитът на работна сила, който става все по-осезаем в определени сектори на икономиката, но не подлежи на публично обсъждане, нито на регулация. Този дебат стартира в страни в региона, срещащи сходни проблеми, които вече обсъждат превантивни мерки за минимизиране на емиграцията в определени сектори и привличане на чуждестранни работници от по-слаборазвити страни.

2. Намерения за емиграция

Обществените дебати в европейските страни върху имиграционната политика спрямо новите страни-членки доведоха до формална заявка от Великобритания, Ирландия, Испания и Дания за налагане на ограничения на трудовия пазар за български и румънски работници. Не стана ясно обаче в каква степен тези политически решения отговаряха на обществени опасения в западните страни от масов прилив на работници имигранти и доколко – на реално прогнозиран емиграционен поток от България и Румъния.

Данните показват, че пътуване в чужбина през следващите две години предвиждат – с различна степен на категоричност – по-малко от една пета от българските граждани (19%). Те не са хомогенна група – различават се както по социално-икономически и образователен статус, така и спрямо целите на посещението в чужбина. Няма единен образ на “българския емигрант”, подобен на клишето за “полския водопроводчик”. Хомогенният профил на емигрантите е картина от 90-те, когато относително еднородни групи напускаха страната на обособени вълни. В новите условия миграцията е много по-разнородна и протича на множество писти:

Ако планирате пътуване в чужбина, с каква цел?	
Намиране на добре платена работа, независимо в коя сфера	15%
Отиване при семейството	3%
Намиране на работа по специалността	2%
Образование	1%
Друго	4%

- Най-големият дял от напускащите страната си поставят за цел намиране на добре платена работа, независимо в коя сфера (15%). Различни типажки следват тази стратегия. Основно това са хора със средно и по-високо образование, живеещи в по-големите градове, квалифицирани служители и заети в свободни професии, с доходи над средното за страната. На следващо място – млади хора, студенти, посещаващи краткосрочни бригади в САЩ и някои европейски страни. Като трета група се оформят безработните, или упражняващите нископлатен ръчен труд, с ниски доходи (около 50-100 лв. на член от домакинството), предимно с основно и средно образование. Противно на популярното клише, че безработицата води до емиграция, само малък дял от декларираните намерения за емиграция са безработни. Основният дял са хора със средни доходи, квалифицирани служители, работещи ръчен квалифициран труд, заети в свободни професии или студенти, които са постигнали относително добър социален статус, но актуалната ситуация в страната не благоприятства тяхното развитие и финансова обезпеченост.
- Около 2% планират пътуване в чужбина, за да си намерят работа по специалността. Тази група е относително хомогенна – 25-35 годишни, с висше образование или завършващи студенти, с високи доходи.
- Едва 1% от пълнолетните граждани смятат в близките години да продължат образованието си в чужбина – те са основно учащи младежи.

Най-предпочитаните страни за емиграция с цел намиране на работа по специалността са Испания, Германия и САЩ, далеч по-назад са Франция и Холандия. Когато целта е каква да е работа, най-предпочитаните дестинации са Италия, Испания, Великобритания.

Досегашните изследвания показват, че декларираните намерения за емиграция отразяват по-скоро субективна оценка за перспективите в България, отколкото реална заявка за емиграция. От всички граждани с намерение да *напуснат страната* за постоянно (6%), мнозинството (5%) остават на нивото на абстрактното желание и едва 1% са предприели конкретни стъпки. Те в никакъв случай не могат да бъдат определени като нискостатусни или аутсайдери – основната част от тях имат високи доходи и оценяват своето материално състояние като по-високо от средното.

По-голям е дялът на хората, деклариращи намерение за *временна работа* в чужбина (13%). В този пункт се откроява важна тенденция – ако в периода на приватизацията и структурната безработица преобладаваха практиките на дългосрочна емиграция, то в настоящия момент най-разпространена е стратегията за намиране на временна работа,

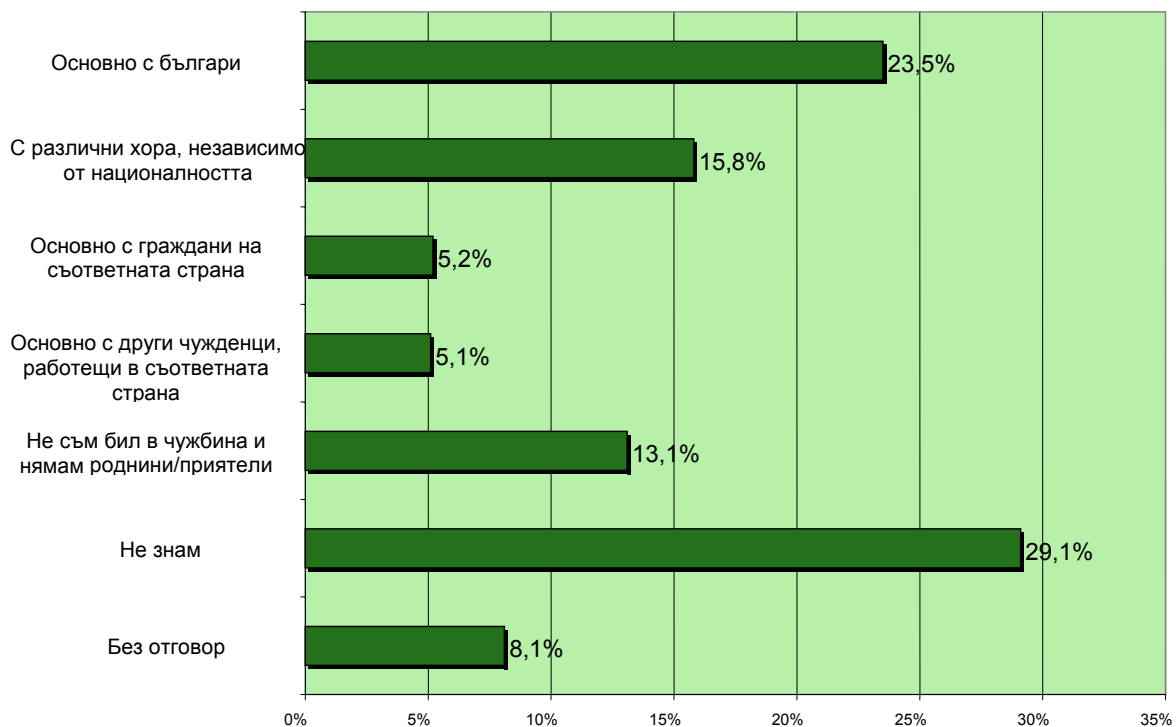
включително в рамките на максималния тримесечен срок за свободно пребиваване в чужбина, с цел увеличаване на доходите и повишаване на жизнения стандарт след завръщането си в страната.

3. Космополитизъм vs. самозатваряне

Две хипотези обясняват влиянието на емигрантския начин на живот. Според първата, пребивавайки в друга национална среда, емигрантите формират сетива за уважение към културното различие, изграждат се като активни, самостоятелни и предприемчиви личности, отворени към срещите с нови хора, култури и предизвикателства. Другата хипотеза изхожда от различен опит и твърди, че емигрантите не влизат в пълноценен досег с чуждата култура, а по-скоро пренасят механично своята общност и начин на живот в другата страна. Последиците от тази тенденция са самозатваряне и гетоизиране на имигрантските общности, което от своя страна е фактор за генериране на ксенофобски настроения и “вода в мелницата” на популистко-националистичните партии и движения.



С какви хора Вие и Вашите приятели, роднини се срещате и общувате когато сте в чужбина ?



Косвени данни показват, че основен дял от българската емиграция се вписва във втората хипотеза – приблизително една трета от гражданите заявяват, че когато те или техни близки са в чужбина, общуват основно с българи или други чужденци-имигранти (Испания, Италия). Друг знак за самозатварянето в собствената общност е формирането на политически партии от български и румънски емигранти в испански провинции, в които езикът на доминиращата общност – румънската, се превръща практически в “официален” език.

“Космополитните” емигранти са относително по-малък дял – едва 5% комуникират предимно с граждани на съответната страна, в която са отседнали, а други 16% се срещат и общуват с различни хора, независимо от националността.

Данните показват, че рестриктивната политика на някои западни държави към имигрантите се опира предимно на минали процеси и миграционното поведение на последните страни членки. Но тя не отчита фактът, че масовият процес на имиграция е преминал своя пик – по последни данни само от България са напуснали около 1 млн. български граждани, предимно в трудоспособна възраст. Към днешна дата 12% от българските граждани имат член от семейството в чужбина, 56% имат приятел или близък в друга страна.

Познавате ли хора, които са в чужбина?

Да, приятели, съседни, близки на семейството са в чужбина	56,3%
Да, мои далечни познати са в чужбина	20,6%
Да, член от семейството ни е в чужбина	12,0%
Не познавам	16,8%

Практически над две трети от живеещите в страната имат близки отношения с емигрирали българи, но от това не следва нито масово желание за заминаване в чужбина, нито устойчиви нагласи за емиграция. Налице е друга тенденция – паричните потоци от имигрантите в чужбина повишават доходите и потреблението на домакинствата в България.

Намеренията за постоянна работа са спорадични и предимно с хипотетичен характер, а желаещите да намерят временна работа, първо, се ориентират към широк диапазон от държави, второ – част от тях и сега работят сезонно в чужбина, и трето – представляват твърде разнородна социално-образователна група. Тази ситуация не предполага ескалираща масова емиграционна вълна, а по-скоро нормализирана трудова мобилност, която може да бъде регулирана в рамките на рутинния миграционен режим.

Съществен проблем на миграцията е гетоизирането на имигрантските общности. Той не може да се реши с рестриктивни мерки, а предполага политики на европейско ниво за интеграция на имигрантите в публично-институционалните отношения, разбира се, запазвайки етнокултурното многообразие. В сегашната ситуация имигрантските общности функционират предимно като “малко общество”, затворено в “голямото”. Тази обособеност поставя в центъра неформалните общностни взаимоотношения на имигрантите и маргинализира публичните регулатори на европейско и национално ниво.

ПАЗАРЪТ НА ТРУДА – ПРЕСТРУКТУРИРАНЕТО Е В СВОЯ АПОГЕЙ

Поредица от социално-икономически тенденции през последните години водят до съществени промени в пазара на труда. В периода 2002-2003 г. имаше значително разминаване между търсене и предлагане. Работодателите трудно намираха висококвалифицирани специалисти, въпреки наличието на доста свободна работна ръка на пазара, предимно с ниска или неподходяща за потребностите на бизнеса квалификация. През последните години трудностите пред работодателите се запазиха и дори се задълбочиха, но от гледна точка на предлагането настъпиха съществени промени. Свободната работна ръка намаля два пъти, а усещането за „страх“ от безработица остана само сред по-възрастните поколения и предимно в малките населени места. За периода 2002-2006 г. делът на мениджърите, които посочват „липсата на квалифицирана работна ръка“ като един от най-сериозните проблеми при развитието на техния бизнес се увеличи от 27% на 40%. Според експерти до голяма степен заплащането на труда вече се диктува от кандидатите.

1. Какво се случи за период от шест години?

Непопулярните реформи в периода 2000-2001 г. (приватизация и съкращаване на персонала в бившите държавни предприятия) доведоха до най-високите нива на безработицата за целия преходен за българската икономика период (Юни 2000 г.- безработицата беше 18,19%). За шест години безработицата плавно намаля и към ноември 2006 г. тя е на най-ниските нива от седем години насам - 8,69%. На практика в групата на безработните останаха най-ниско квалифицираните (5-6%), дълготрайно безработни, за които трудностите при намиране на работа са по-скоро резултат от тяхната (не) квалифицираност, а не толкова резултат от структурни характеристики на пазара на труда. Около една пета от настоящите безработни са временно пребиваващи в този статус за период не по-дълъг от 1-2 месеца, през които са в процес на търсене на работа. С изключение на най-дълготрайно безработните, намирането на работа вече не е проблем; проблем е намирането на добре платена работа. Колкото по-близо до големи градски центрове живее човек, толкова по-лесно му се струва, че може да се реализира на пазара на труда. Тези нагласи значително променят и очакваното заплащане. В

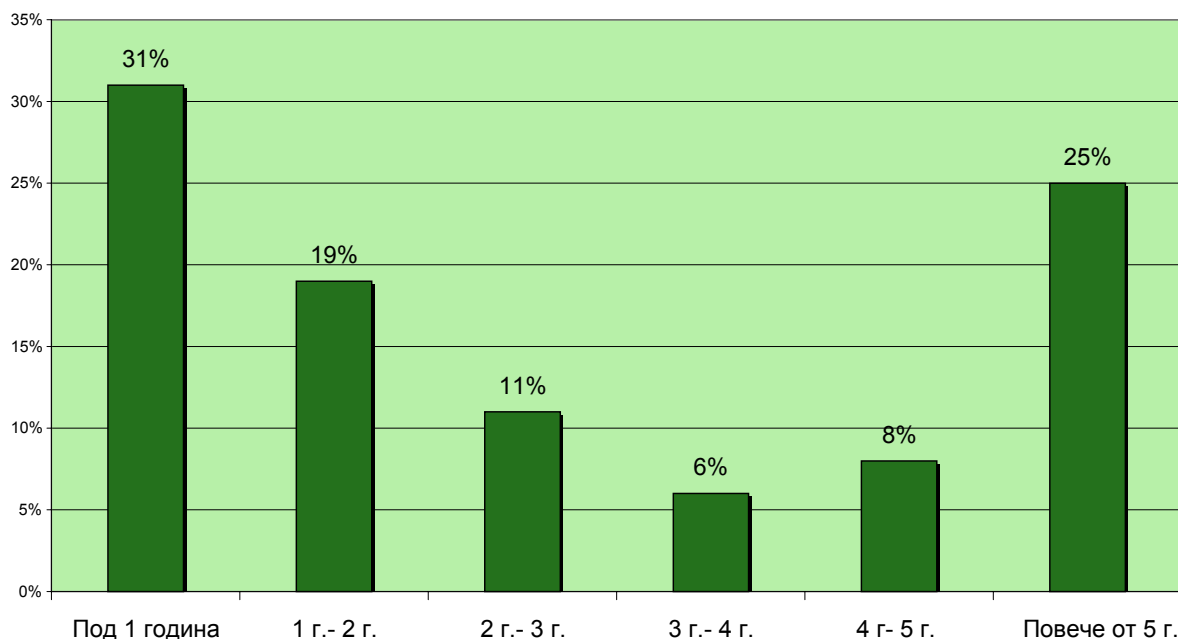
зависимост от предходния опит и квалификация над 20% от българите очакват заплащане над 500 лв. (14% над 700 лв., 5% над 1000 лв.).

Друга съществена промяна в ситуацията на пазара на труда е следствие от демографски процеси. Една от най-уязвимите групи – безработните в пред-пенсионна възраст, които в най-голяма степен понесоха тежестите на реформите вече излязоха от тази категория. Те бяха най-трудно адаптивни и не успяваха да отговарят на променящите се изисквания на пазара. Постепенно част от тях преминаха в категорията „пенсионер”, а други се включиха в програми, насърчаващи участието в пазара на труда на хора, на които не им достига малко трудов стаж, за да се пенсионират.

Освен в спад на безработицата, промяната в пазара на труда се изразява и в силното текучество на кадри. Под влияние на тези фактори средната продължителност на едно работно място е пет години. Този феномен обаче, съвсем не е равномерно разпределен. Около 12% от работещите не са сменяли своята работа повече от 10 години, а близо 50 на сто имат по-малко от две години стаж на позицията, която заемат в момента.



От колко време работите работата, на която сте в момента?



Кариерното израстване все по-често става чрез смяна на фирмата, или преминаване от една сфера на развитие в друга. Все по-популярно става привличането на утвърдени специалисти от конкурентни фирми – head-hunting (особено във високо професионализираните сектори). Като резултат, заплащането на труда се увеличава значително - най-чувствително в столицата и големите градове на страната.

Най-същественият компонент, който изостава и е все още встрани от динамичните промени в пазара на труда, е образованието. При определяне на своите програми, университетските кръгове твърде слабо взимат предвид изискванията на работодателите. А те ще се оказват все по-силен фактор в избора, който младите хора правят.

2. Условиата на труд – все повече в интерес на служителите и работниците

Динамизирането на пазара на труда и излизането на голяма част от бизнеса на „светло” промени условията на труд за голяма част от работещите. Промяната се състои не просто в заплащането на данъци и осигуровки, но и в нарастването на социалните придобивки и „защити”, които ползват работещите.

Кои от следните възможности използвате?*

	2000		2007	
	Държавен сектор	Частен сектор	Държавен сектор	Частен сектор
Платен годишен отпуск	81%	42%	93%	69%
Болнични	69%	40%	86%	62%
Обедна почивка	71%	61%	81%	67%
Неплатен годишен отпуск	34%	21%	43%	32%
Служебен телефон	-	-	47%	25%
Пари за дрехи	-	-	33%	10%
Пари за храна/храна	-	-	16%	6%
Служебна кола	-	-	5%	7%

**Само сред работещите*

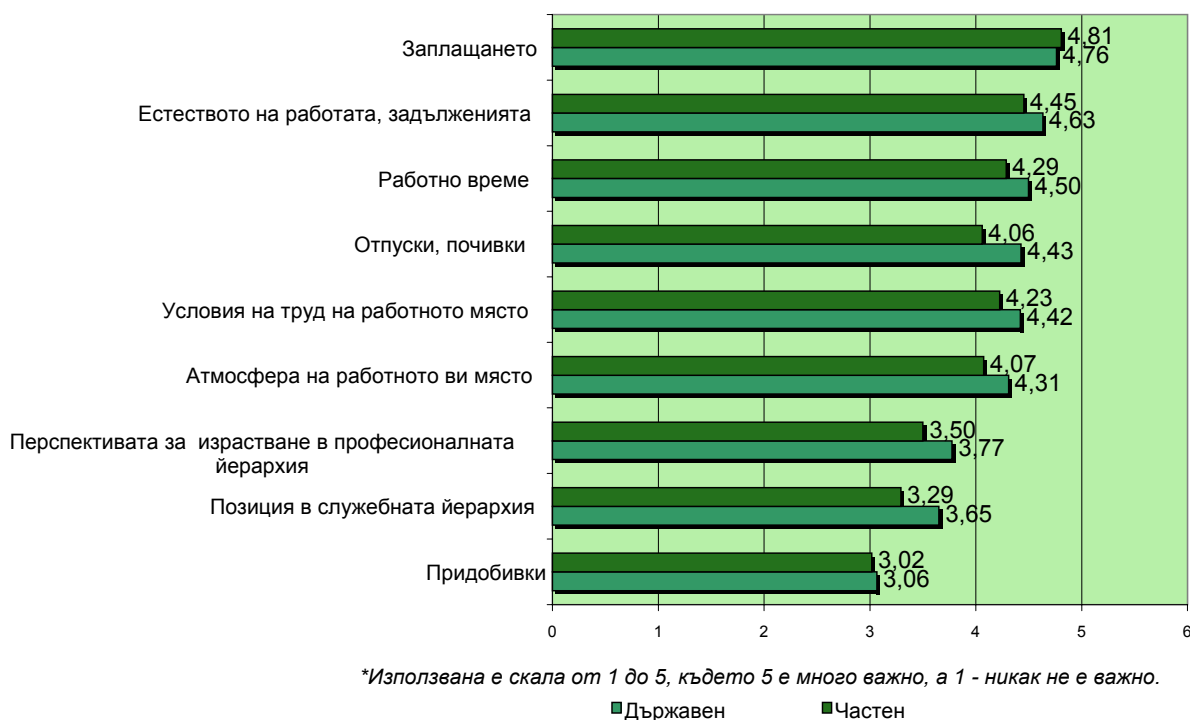
Въпреки нарастването на възможностите и придобивките, те остават все още значително по-слабо застъпени в частния сектор. Урегулиране на тези взаимоотношения, вкл. и под натиска на пазара, все още предстои.

3. Критерии за избор на работа и удовлетвореност от работното място

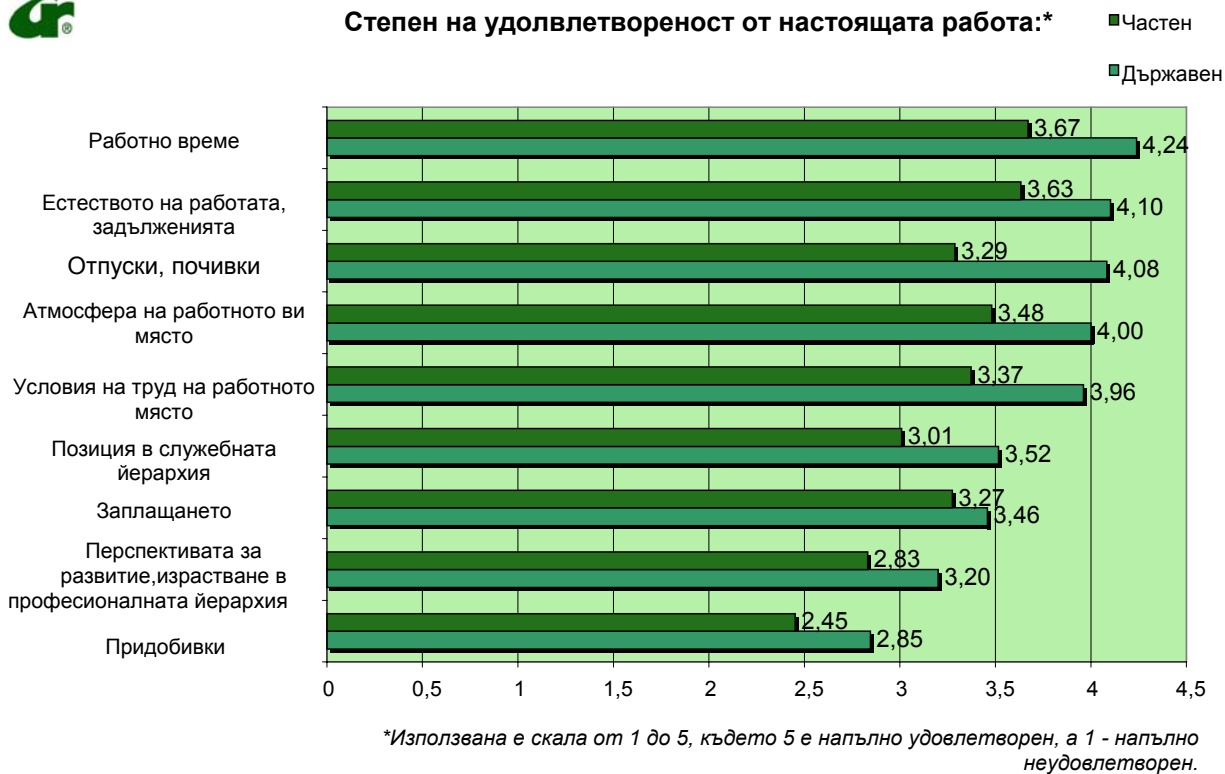
Водещ критерий за избор на работа е заплащането. Върху него акцентират в по-голяма степен работещите в частни фирми. Заетите в държавния сектор отделят значително по-голямо внимание на условията за отпуски и почивка и на възможностите за израстване в йерархията.



Критерии при избор на работа*



Степен на удовлетвореност от настоящата работа:*

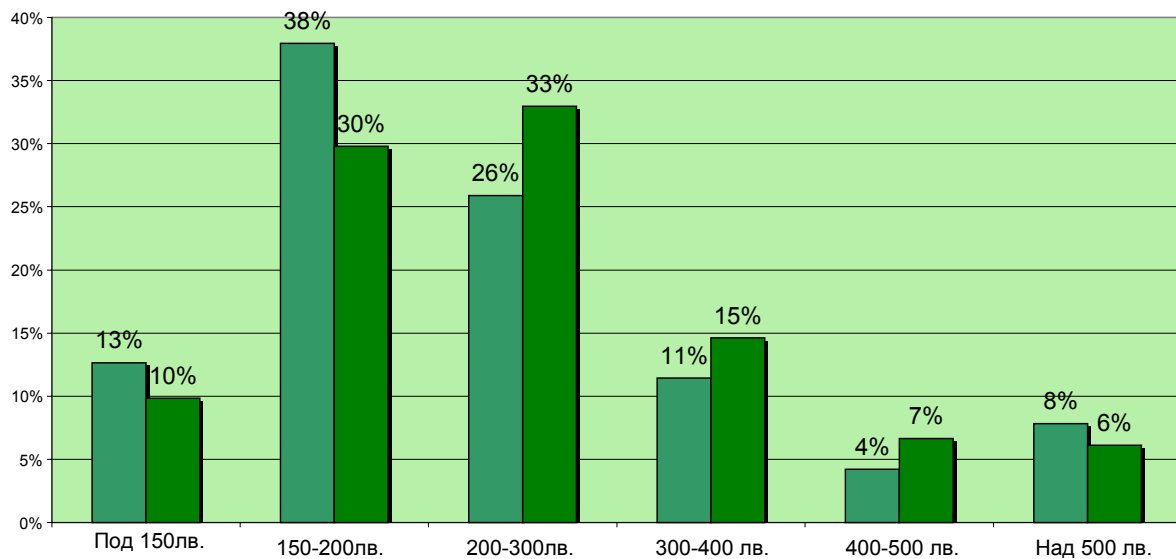


Работещите в държавния сектор имат по-големи изисквания към условията на труд, но изразяват и по-висока удовлетвореност от това, което реално получават от своята работа. По нито един от показателите оценките, дадени от работещите в частен сектор, не надвишават тези от държавния. Нещо повече, в държавния сектор оценките по редица показатели са много високи (средните оценки по пет степенна скала надвишават 4). Такива са - работно време, задължения, отпуски и почивки.



Личен месечен доход в държавния и частен сектор

■ Държавен
■ Частен



**само сред работещите*

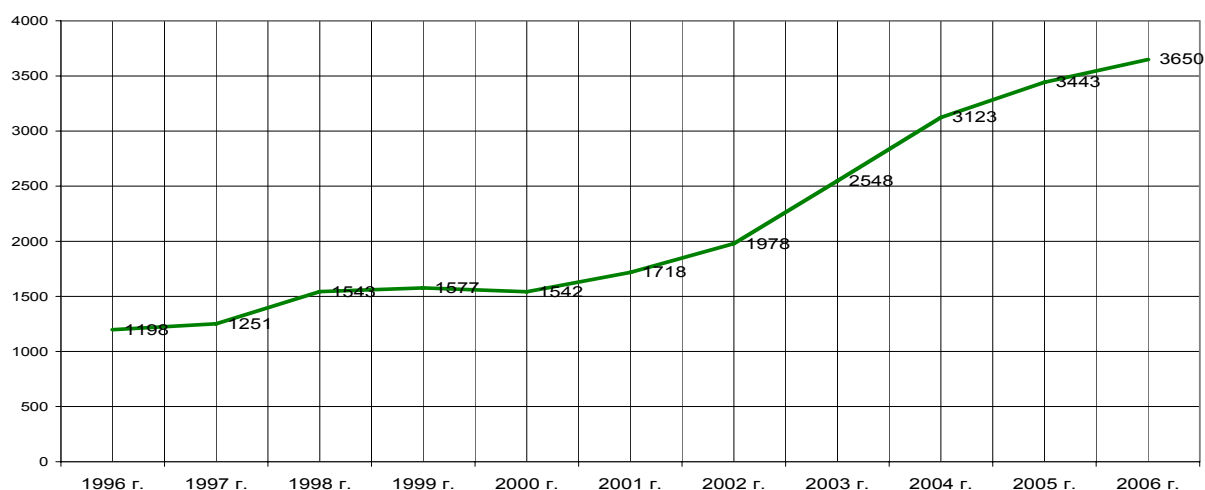
Любопитно е да се отбележи, че по отношение на заплащането удовлетвореността на работещите в държавния сектор отново е по-висока отколкото в частния. Реалното заплащане обаче е по-голямо в частния сектор. Ключът към това разминаване би могъл бъде в съотношението между възнаграждение, от една страна и положени усилия и инвестирано време, от друга. Отвъд това интересно противоречие, трябва да имаме предвид, че заплащането, което е сред най-важните критерии при избор на работа, е на практика на последните места в йерархията на удовлетвореността сред работещите.

ИНДЕКСЪТ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ПОВЕДЕНИЕ СЕ ПОВИШАВА

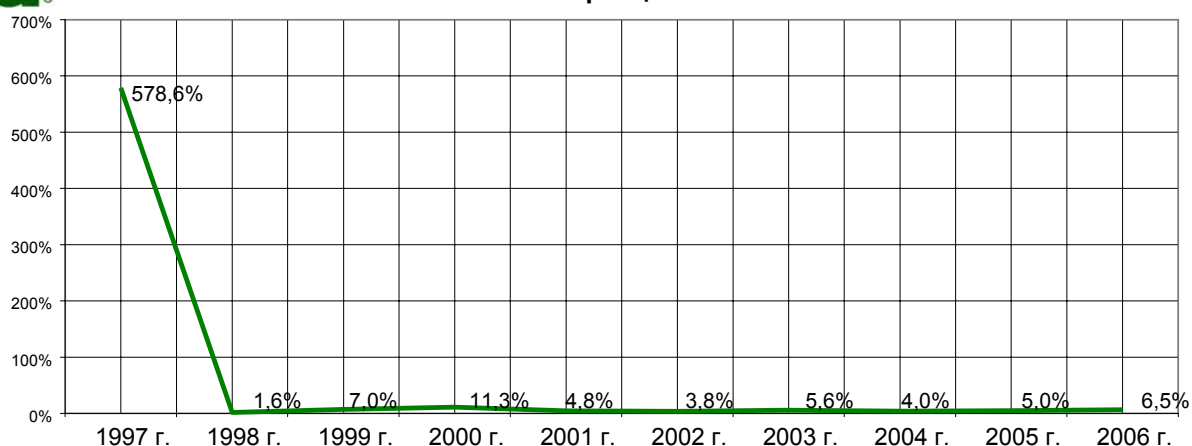
На прага на членството на България в Европейския съюз икономическата ситуация в страната се характеризираше с няколко много важни тенденции: нарастващи позитивни оценки за бизнес климата, ръст на brutния вътрешен продукт, намаляване на безработицата, повишаване на покупателната способност, запазване на инфлацията в рамките на 6.5%. Въпреки положителните тенденции на макро равнище, в субективните си оценки за собственото материално положение българите остават все още твърде резервирани.



Брутен вътрешен продукт на глава от населението в USD



Инфлация



1. Положителни оценки за бизнес климата

39% от анкетиранияте от Алфа Рисърч фирми посочват, че бизнесът им се развива добре, 45% - че запазват равнището си и едва 15% заявяват, че е налице влошаване. Особено силно се развиват браншовете строителство, финанси, туризъм, промишленост и образование. По-скоро негативни са оценките сред мениджърите в сферите здравеопазване, земеделие, търговия и транспорт. Допълнителен косвен индикатор за положителното икономическо развитие са промените в йерархията на проблемите, с които фирмите се сблъскват. Сравнения между 2002 г. и 2006г. показват, че доста напред в класацията на проблемите се изкачват трудностите при намиране на работна ръка (от десето място през 2002 г. на пето през 2006 г.), докато обратно – заниженото търсене, което през 2002 г. е заемало шеста позиция, сега остава твърде назад и се нарежда на осемнадесета позиция. Икономическата стабилност се отразява и на корпоративното кредитиране. Банковите услуги за фирми се развиха значително и трудностите на бизнеса с получаване на кредити от проблем номер едно през 2002 г. днес заема осма позиция.

Динамика на оценките на проблемите в бизнеса

	2006	2002
1.Нелоялна конкуренция	57,0%	40,6% (5*)
2.Високи осигуровки	51,3%	42,4% (4)
3.Високи данъци	44,6%	47,6% (3)
4.Липса на данъчни облекчения в моята сфера	40,0%	27,9% (9)
5.Липса на квалифицирана работна ръка	39,8%	26,9% (10)
6.Сложни процедури при спазване на данъчното законодателство	31,7%	33,4% (7)
7.Силно текучество на кадри	30,5%	13,8% (19)
8.Трудности при получаването на кредит	30,3%	55,7% (1)
9.Висока цена на труда поради високите осигуровки	28,3%	51,3% (2)
10.Липса на инвестиционен капитал	27,1%	29,7% (8)
11.Административни и бюрократични пречки и бариери	25,4%	20,5% (12)
12.Неясноти и противоречия на данъчното законодателство	25,0%	25,5% (11)
13.Забавяне на регистрация, лицензиране и т.н.	22,6%	16,2% (15)
14.Липса на не-банкови източници за финансиране	21,2%	17,7% (14)
15.Усложнени лицензионни и регулативни режими	21,0%	10,7% (22)
16.Неясноти и противоречия в трудовото законодателство	17,0%	18,1% (13)
17.Непрозрачен контрол от страна на данъчната администрация	16,8%	13,3% (20)
18.Занижено търсене	15,8%	37,3% (6)
19. Скъпи и сложни процедури за заплащане на данъци и осигуровки	13,7%	15,5% (16)
20.Забавяне или неефективност при водене на съдебни дела, свързани с бизнеса	12,7%	14,4% (17)
21.Неравнопоставеност на МСП и големи фирми по отношение на контрола	12,5%	11,4% (21)
22.Липса на добра система за специфични услуги и улеснения за МСП.	9,7%	6,8% (23)
23.Липса на преференции за МСП спрямо големите фирми по ЗОП.	8,9%	14,4% (18)
24.Ограничения пред износа - мита, квоти и т.н.	4,4%	3,1% (24)

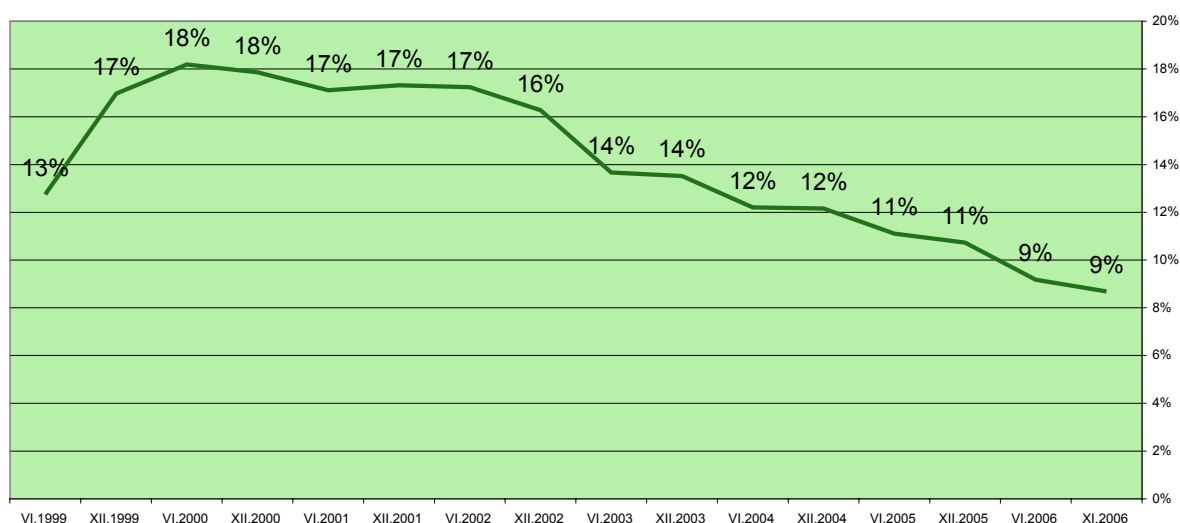
**Позиция на оценките през 2002*

2. Ускореното икономическо развитие динамизира пазара на труда

Непопулярните реформи в периода 2000-2001 г. доведоха до увеличение на безработицата (през юни 2000 г. тя достига до 18,19%). От тази пикова точка безработицата започва плавно да намалява, като към ноември 2006 г. тя е на най-ниските нива от седем години насам - 8,69%. Освен до спад в безработицата, съживеният пазар на труда води и до силно текучество на кадри, нарастващи трудности пред бизнеса за намиране на квалифицирани специалисти, до повишаване на трудовите възнаграждения, особено в бързо развиващи се сектори. Все по-популярно става привличането на утвърдени специалисти от конкурентни фирми (особено във високо професионализираните сектори). Средната работна заплата за период от четири години се повишава от 2 880 на 3 885 лв. (приблизително с 35%). Въпреки този ръст обаче заплащането на труда остава все още твърде ниско, сравнено със страни от ЕС. По осреднени стойности **българите получават едва 7% от това, което получават гражданите на 25-те страни членки на съюза, което е една не толкова оптимистична констатация.**



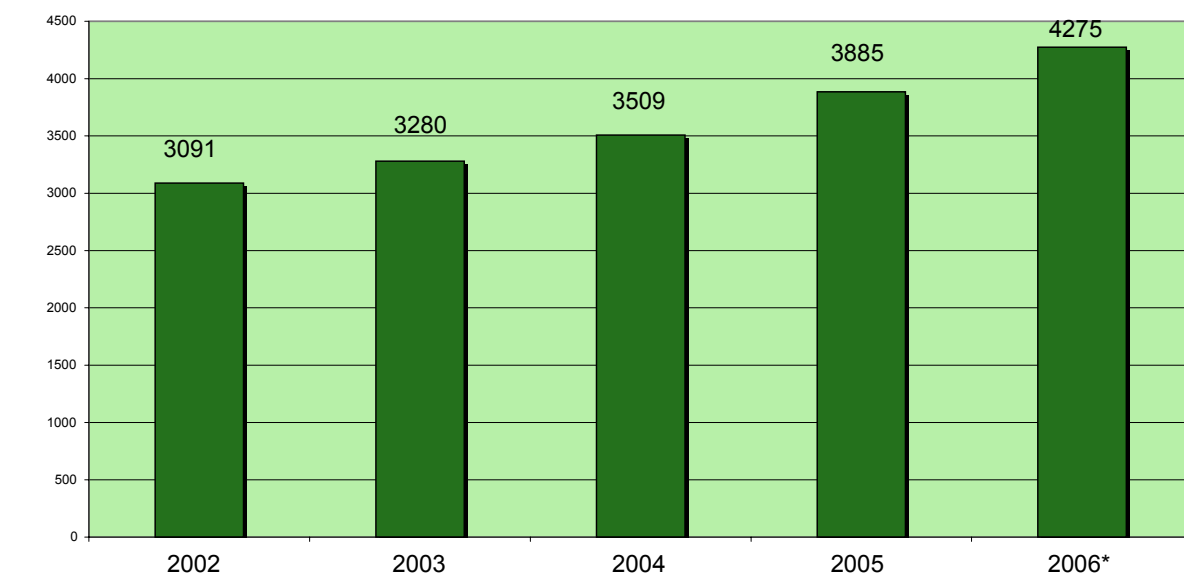
Безработица*



*източник: Агенция по заетостта



Средна годишна работна заплата в лева*



*Източник : НСИ

*Данните за 2006 г. са прогнозни.

3. Ръст в доходите и ръст в потреблението

Макар и постепенно нарастваща, покупателната способност остава в границите на „средна” към „ниска” и все още е далеч от европейското ниво. Между 12% и 17% е делът на хората, които са увеличили потреблението си на бързо оборотни стоки (измерено в парични разходи). Около 60% са запазили нивата си на покупки, а около 25% дори бележат спад. При различните стоки тези проценти варират – най-високо е увеличението при хранителните стоки, а по-слабо при дрехи, обувки, парфюмерия и козметика.

При домакинските уреди и техника също имаме увеличение както в дела на хората, които притежават всеки един от уредите на бита, така и в дела на домакинствата, които са успели да реализират поне една по-значима покупка за дома си (от 30% през 2004 г., 33% през 2005 г. до 39% 2006 г.). Изключение от общата тенденция на нарастване са стационарните телефони, където освен, че имаме много малко новопривлечени клиенти, делът на актуалните абонати постепенно намалява (от 68% през 2000 г. на 61% сега).

Най-слабо е увеличението в покупките на уреди, които към момента вече имат много висока степен на пенетрация (над 90%). Такива са готварските печки, хладилниците,

цветните телевизори. Покупките в тази група са по-често подмяна и по-рядко придобиване на уреди от тази група за първи път.

Със средна степен на увеличение са отдавна появили се, но малко по-скъпи и трудно достъпни уреди и технологии, които вече се отварят към по-широки групи потребители и постепенно достигат между 20% и 50% от населението. Тази категория уреди бележат ръст между 15% и 30% спрямо собственото си разпространение предходната година. Такива са кабелна телевизия, мобилни телефони, фризери, микровълнови печки, музикални уредби, домашни и преносими компютри, системи за домашно кино и пр. Все още в категорията лукс (както поради слабата пенетрация, така и поради бавните темпове на увеличение в покупките) остават дигиталните фотоапарати и камери, съдомиялните машини, плазмените и LCD телевизори, цифровата телевизия.

Структура на населението по разполагаем доход на човек от домакинството*

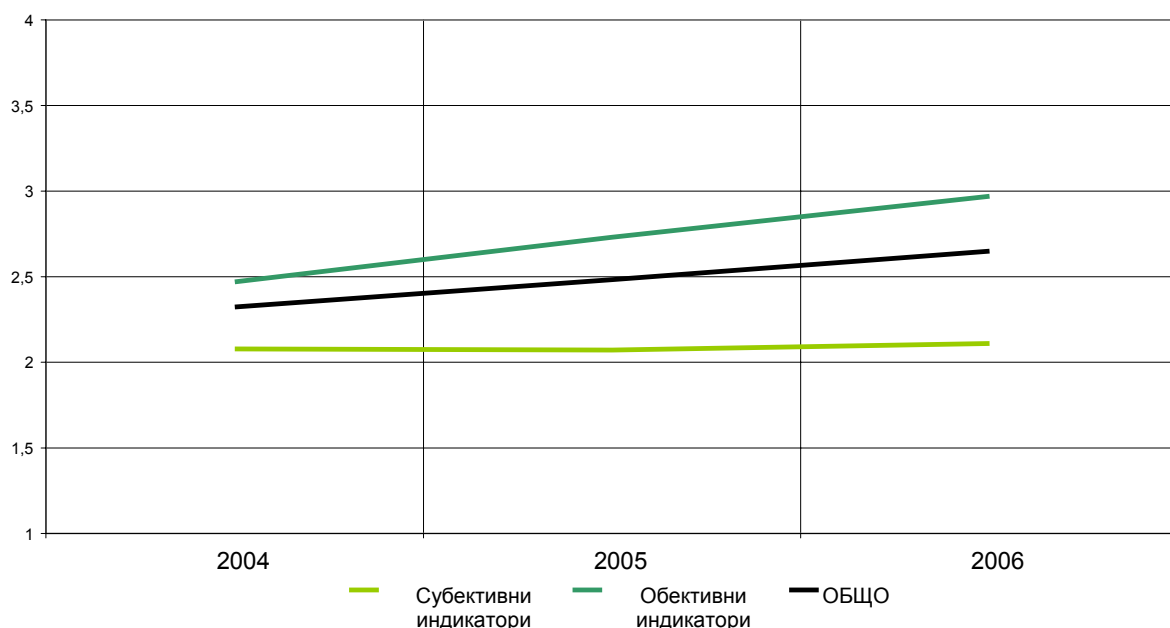
	V.2001	XII.2002	XII.2003	XII.2004	XII.2005	IV.2006	XII.2006
Общо до 100 лв.	76%	66%	54%	46%	41%	36%	31%
От 100 до 150 лв.	14%	18%	22%	25%	26%	23%	28%
Общо над 150 лв.	10%	16%	24%	29%	33%	41%	41%

**В групите с месечен доход на човек от домакинството над 100 лв. имаме най-активно покупателно поведение.*

Индексът на потребителско поведение, изработен от Алфа Рисърч показва сравнително интензивно нарастване на доходите и реалното покупателно поведение, но слаба промяна в оценките, които българите дават на своето „положение” и на развитието на страната.



Индекс на потребителско поведение



4. Слаба промяна в оценките

Плавното нарастване на доходите и покупателната способност и съсредоточаването им в не много големи по обем групи (предимно жители на столицата и големите градове, млади и високо образовани българи), НЕ успяват да променят съществено начина, по който българите като цяло гледат на своето материално положение и на икономическото развитие на страната.

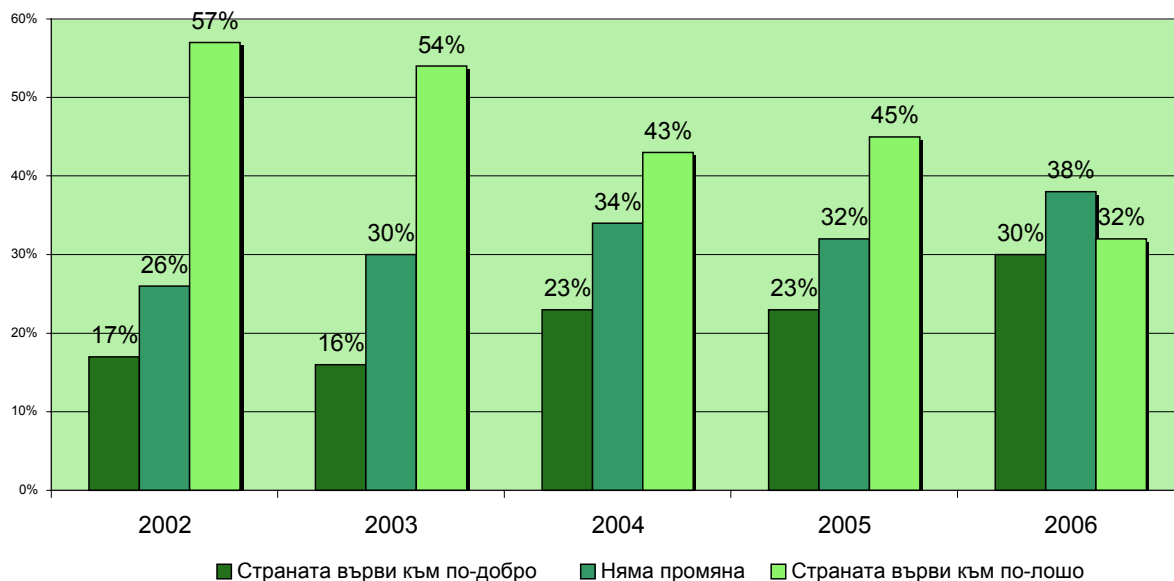
Изходната база и на доходите и на потреблението е толкова ниска, че независимо от ръста тя не успява да достигне значими размери и да засегне по-широк кръг социални групи, за да може оценките за материалното положение в личен план съществено да се променят.

Все пак оценките за развитието на страната през последните 16 години бележат значителен ръст. В навечерието на членството на България в ЕС почти два пъти по-малко българи в сравнение с 2002 г. са посочили, че страната се променя към по-лошо. От 17% на 30% се повишават положителните оценки. Присъединяването към ЕС генерира положителни промени в някои области, а в други постави на дневен ред извършването на значителни реформи. Всичко това даде основания за положителни оценки за посоката, в която върви страната. Въпреки този ръст обаче, очакванията за финансови промени в личен план и за промените в икономическата ситуация на страната вече трета поредна

година остават на нивата на „умерения оптимизъм”. 37% очакват положителни промени в личен план, а 22% - влошаване. Подобрене на икономическата ситуация в страната очакват 42%, а влошаване 20%. Погледнато обаче в дългосрочен план – очакванията са станали значително по-позитивни. През 2000 г. песимистично настроени са били над 50%.



Оценка за развитието на страната след промените 1989 г.



5. Очакванията

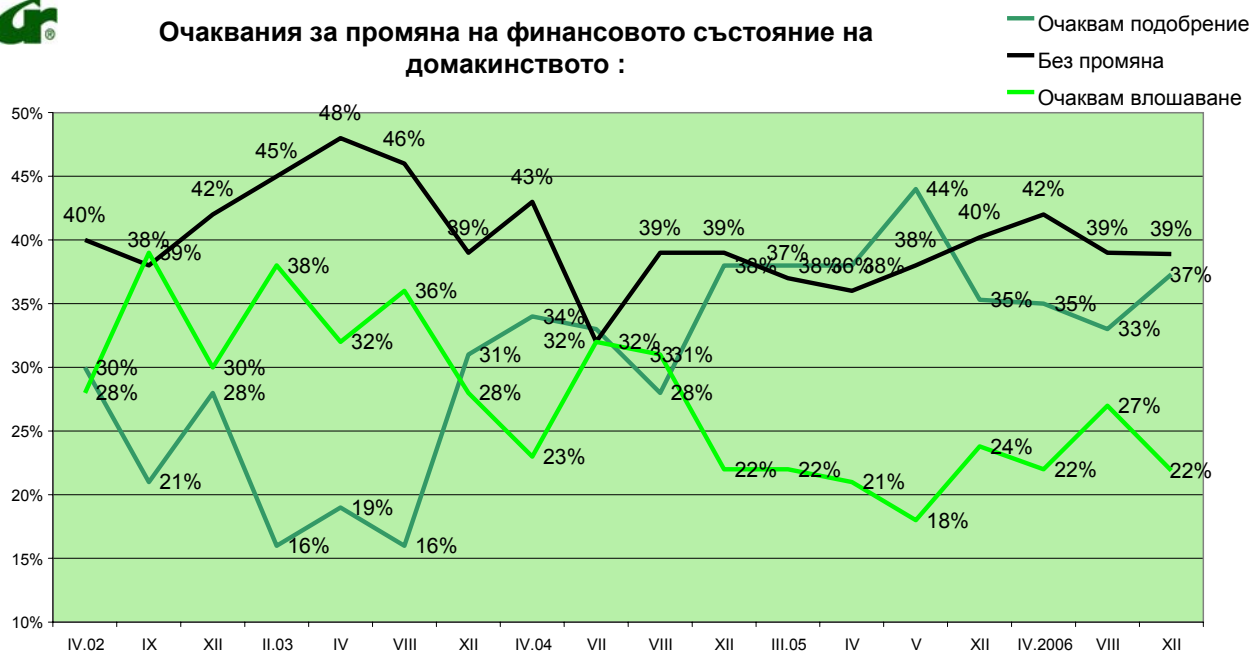
Непосредствено преди реалното влизане на страната в ЕС на 1 януари 2007 г. започват да се активизират страховете от бъдещото членство. Само преди три години, когато присъединяването изглеждаше твърде далеч във времето, страховете бяха в латентна форма, макар и споделяни от приблизително същия дял хора. Днес една трета от българите търсят и следят повече информация, свързана с членството в съюза.

84% смятат, че след влизането на страната в ЕС цените ще се увеличат. Останалите страхове се споделят в по-малка степен – фалит на предприятия поради невъзможност да покрият стандартите - 41%, понижаване стандарта на живот - 28%, увеличение на безработицата -25%. Поне един от тези страхове споделят 87% от българите.

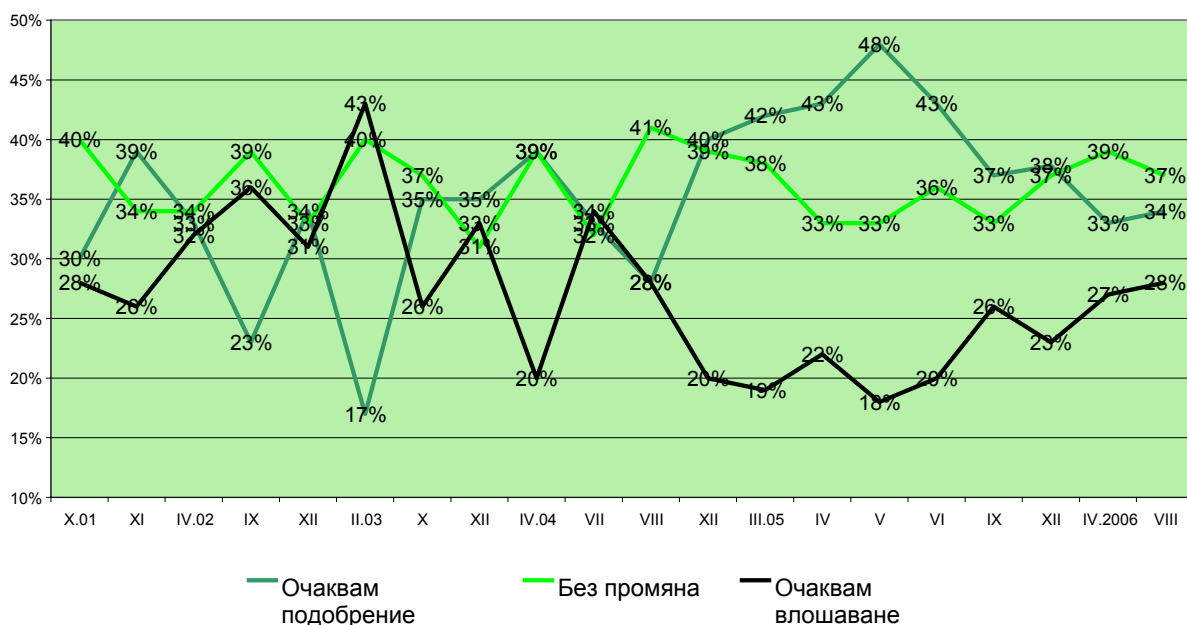
Въпреки неизвестните около икономическите ефекти на членството страховете от влошаване на икономическата ситуация на страната и домакинствата не се забелязва. Общите очакванията остават умерено оптимистични.



Очаквания за промяна на финансовото състояние на домакинството :



Очаквания за промяна на икономическата ситуация в България в близко бъдеще



Макар и присъединяваща се към ЕС с по-ниски от европейските доходи и не твърде оптимистични оценки, ако запази темповете на растеж и икономически напредък, в рамките на 6-7 години България има шансовете значително да се доближи по икономически показатели до страните от ЕС.

2006: АКТИВИЗИРАНЕ НА ПОТРЕБЛЕНИЕТО ПРИ ПРЕОБЛАДАВАЩО НИСКА ПОТРЕБИТЕЛСКА КУЛТУРА

През 2006 потребителското поведение продължава да следва установената през предишните години тенденция към плавно активизиране, което в съчетание с диференцирания социално-икономическия статус на потребителите води до няколко основни тенденции:

- Повишено търсене в редица пазари – на бързо оборотни стоки, на стоки за дълготрайна употреба, на имоти, автомобили, финансови продукти и услуги.
- Запазване на силно ценово ориентиран пазар: цената продължава да е не само първостепенен фактор, но и с отчетливо по-голяма тежест сред всички останали при избора на продукти. В резултат, мнозинството от продажбите се реализират в ниския до среден ценови клас.
- Доминираща практика при пазаруването е традиционният модел, при който липсва свобода и спонтанност на потреблението; то е ограничено до купуване на *нужните стоки в момент на необходимост*.
- По-сериозно навлизане на т.нар. “собствени марки” на търговските вериги (както при бързо оборотните, така и при стоките за дълготрайна употреба), които се предлагат на по-ниска цена, но отстъпват по качество на традиционните марки.
- Все още слаба потребителска култура на българина: силно съмнение в качеството на някои стоки, съпътствано от незапознатост с правата на потребителите и слаба активност в отстояването им.

1. Динамика в търговията с бързо оборотни стоки в големите градски центрове

Огромното мнозинство от българските граждани продължава да пазарува бързо оборотни стоки по установения в минали години модел на потребителско поведение:

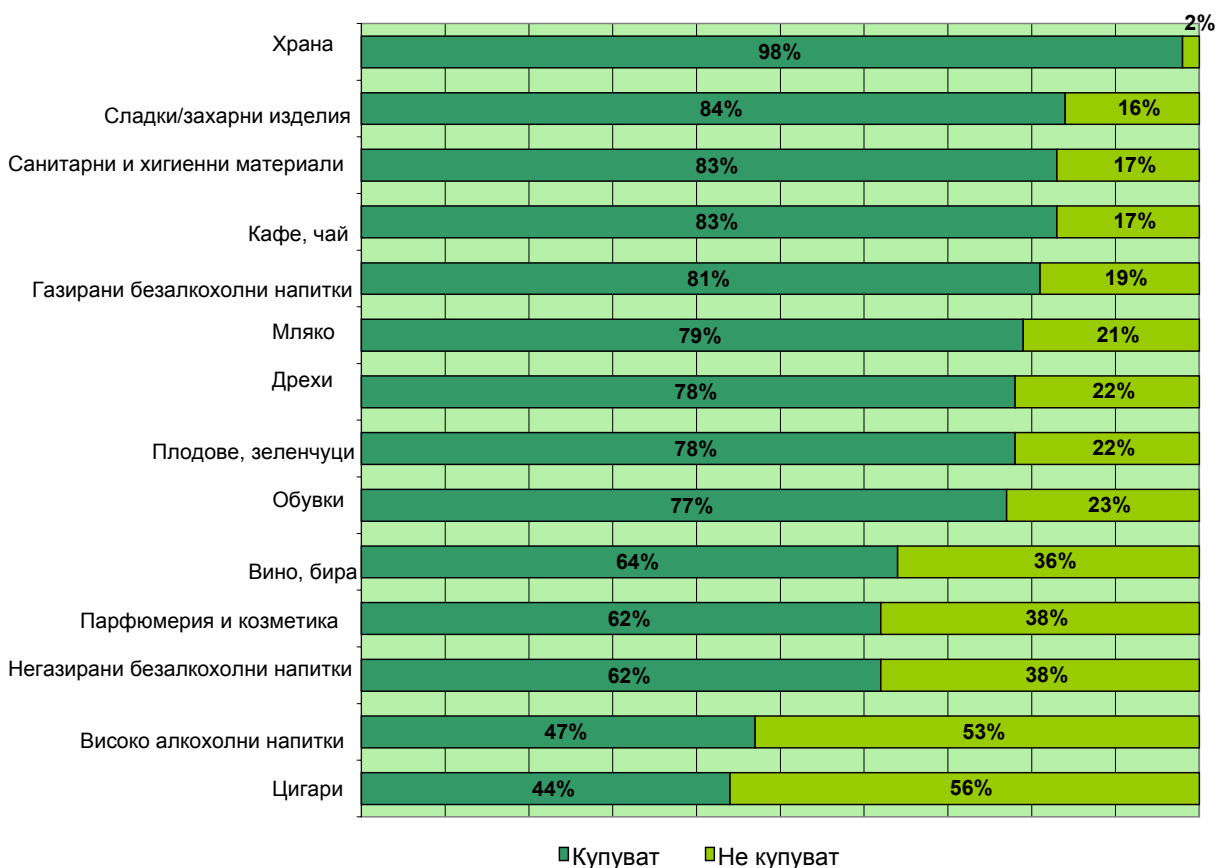
- 83% пазаруват толкова, колкото им е необходимо в момента, срещу 17%, които си позволяват да купуват по-голямо количество продукти за по-дълъг период от време.
- 68 на сто купуват само това, което предварително са решили, а спонтанни покупки са склонни да направят едва 18%.

Разчупването на тази практика се проявява в големите градски центрове, където през последните години стъпват повече големи търговски вериги. Така, например, делът на пазаруващите за по-дълъг период от време в София и областните центрове е три пъти по-висок в сравнение с по-малките населени места. Склонните да правят спонтанни покупки в големите градове са средно два пъти повече, отколкото в малките.

Най-активно купуваните бързо оборотни стоки са храна, захарни изделия, хигиенни материали, кафе, чай, газирани безалкохолни напитки, мляко. Това са и продуктите, за които през 2006-та потребителите успяват да запазят, или увеличат обема на изразходваните средства.



Потребление на бързо оборотни стоки



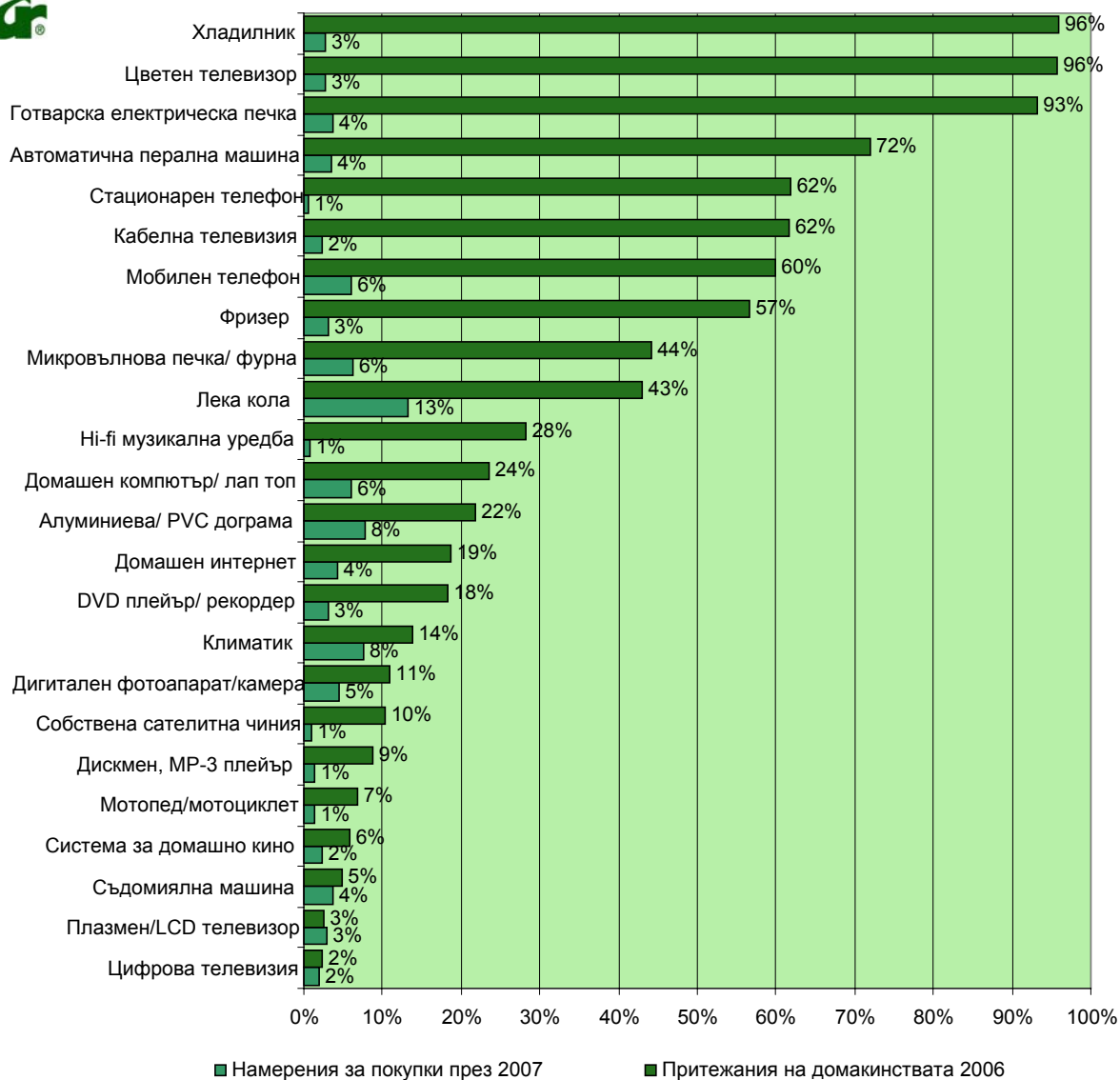
Продуктите, за които относително най-малък дял българи харчат пари, са цигари, високо алкохолни напитки, вино, парфюмерия и козметика, негазирани безалкохолни напитки. Мотивите за тази практика при отделните продукти са различни. При алкохолните

напитки (каквито с различна честота употребяват над 80 на сто от пълнолетните българи) и негазираните безалкохолни напитки се разчита предимно на домашно производство. За разлика от тях, при недостиг на средства за парфюмерия и козметика тя просто не се използва. Като най-проблемни се очертават дрехите и обувките – двата продукта, от които човек трудно може да се лиши и за които всеки трети твърди, че се е затруднявал да отдели пари през 2006-та.

2. Пазарът на домакинска техника: нарастващо значение на модерните, високо технологични и енергийно ефективни уреди

Според периодичността в закупуването на бяла домакинска техника българските домакинства се разделят на три почти равни групи – на всеки две до пет години (35%), на всеки шест до десет години (32%) и на повече от десет години (31%). Тези три групи съответстват в общи линии на три основни типажа сред българските потребители – по-младите, високодоходни групи от големите градски центрове; средното поколение със средни към по-ниски доходи от градската провинция; поколението над средна възраст от селата и малките населени места, което е с най-ниски доходи. Най-младите и най-високо доходни български граждани са най-активните клиенти на магазините за бяла техника. Освен, че подменят техниката си често, те са мотивирани основно от желанието да притежават по-модерни и високо технологични уреди. Обратно, най-възрастните поколения и хората с ниски доходи подменят домакинска техника само в случай на непоправима повреда.

Притежания на домакинствата и намерения за покупки през 2007

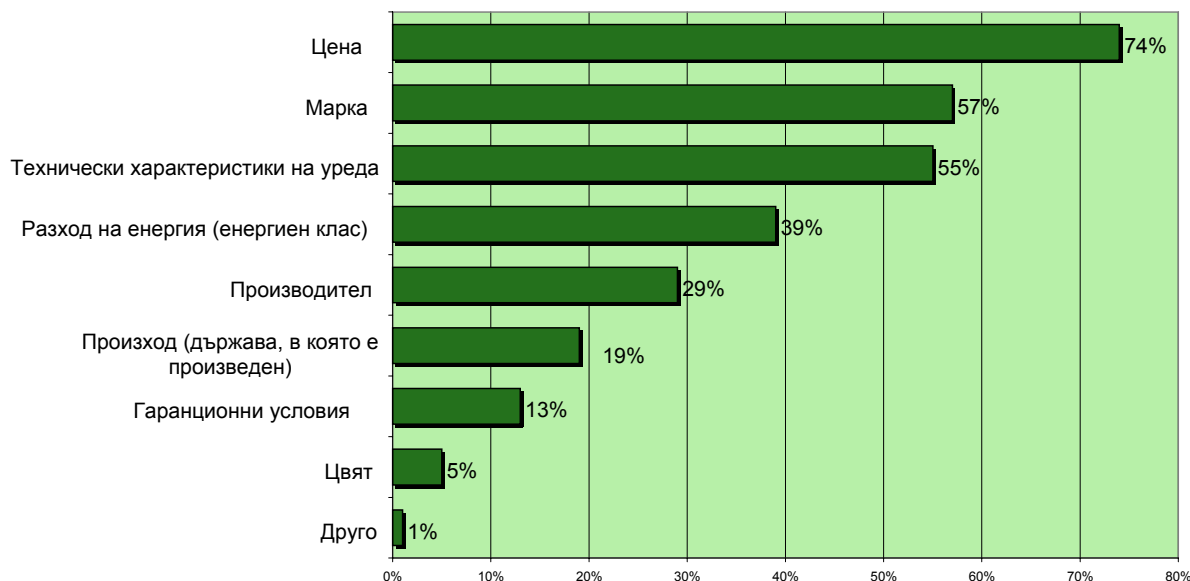


Интензивността на най-често купуваната едра домакинска техника – хладилници, печки, автоматични перални през 2006-та се запазва в границите на установената през последните две години и възлиза на 4% - 5% от пълнолетните жители на страната.

През 2006 е налице най-голям ръст на потребление на нови и по-високо технологични продукти. Средно между 6% и 8% от пълнолетните жители на страната са си закупили мобилен телефон, DVD, домашен компютър и Интернет достъп. Впечатление прави и активизирането в закупуването на алуминиева и PVC дограма, което за дванадесет месеца се удвоява.



Фактори за избор продукт при закупуване на домакинска техника



През 2006 петте водещи фактора, с които потребителите се съобразяват при избора на техника, са цената (74%), марката (57%), техническите характеристики на продукта (55%), разхода на енергия (39%) и производителя (29%). Тази йерархия очертава няколко важни пазарни тенденции:

- Реализиране на продажби на домакинска техника най-вече в ниския и среден ценови клас.
- Силно фрагментиране на пазара от гледна точка на присъстващите марки. Доминиращи са продажбите на марки на утвърдени производители, но делът на т.нар. “собствени марки” на търговците постепенно нараства. През 2006 между 22% и 37% от продажбите на едра бяла техника са “собствени марки”. По-голямото търсене на определена група продукти води до появата на повече “собствени марки”. В резултат, на пазара присъстват между 30 и 40 марки в отделните продуктови групи.
- Все по-голямо значение при избора на продукти придобива разходът на енергия, означен от енергийния клас. Без да е водещ мотив за подмяна на уредите (едва 4% от потребителите ги подменят с цел по-малък разход на енергия), той се превръща във важен фактор при решението кой продукт да се закупи. Това води до все по-широко навлизане на пазара на уреди с енергиен клас “А”, особено в такива сегменти като хладилници, перални и съдомиялни машини. Пазарът на други големи консуматори

на енергия (климатици и готварски печки), които освен това са и наситени от марки с неустановен произход все още е доминиран от по-ниските енергийни класове.

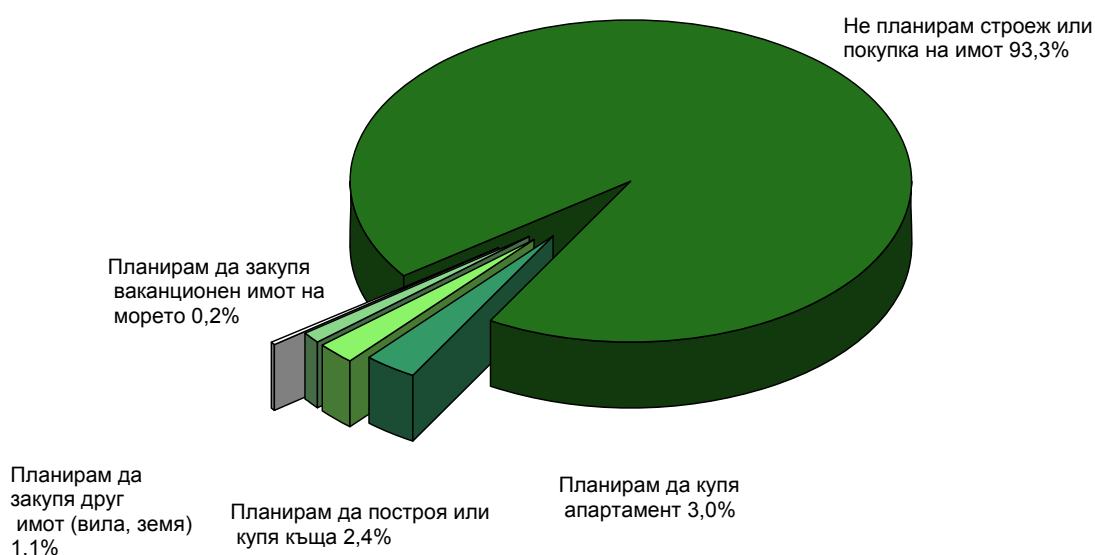
Намеренията на потребителите за закупуване на домакински уреди през 2007 очертават тенденция към запазване на активното потребление на модерни технологични продукти и предстоящ лек отлив при едрата техника. Плановите на домакинствата са ориентирани в най-голяма степен към закупуване на алуминиева и PVC дограма, климатици, компютри, мобилни телефони.

3. Пазарът на недвижими имоти: апартамент на кредит

За период от една година делът на притежаващите собствено жилище нараства от 68% на 73%. Планове за закупуване на нов имот имат 7 на сто от пълнолетните жители на страната. Намеренията са свързани преди всичко с покупка на апартамент (3%), строеж или закупуване на къща (2.4%) или друг имот – вила, земя (1.1%).



Намерение за покупка на недвижим имот



Като най-активни потенциални собственици на нови имоти се открояват младите и икономически активни поколения: жители на София и големите градски центрове, на възраст 18 – 40 години, с високи доходи и все още несемейни.

Намеренията за покупка на имот са свързани с два основни източника на средства. Две трети от планиралите придобиване на ново жилище смятат да ползват банков заем, а един от всеки трима ще разчита предимно на собствени спестявания. Към ипотечни кредити приоритетно се ориентират по-младите потребители със средни доходи. За разлика от тях, най-високо доходните групи разчитат предимно на собствени спестявания.

4. Автомобилният парк – от наличната “Лада” към желания “Мерцедес”

Две значими неща се случиха в областта на автомобилния парк през 2006 година. Първото е свързано със смяната на номерата на автомобилите, приключило в средата на годината, която беше използвана като последния възможен механизъм за налагане на задължителната застраховка “гражданска отговорност”. В началото на 2007 година вече едва 6% от собствениците на автомобили нямат гражданска отговорност. По една случайност точно такъв е и делът на онези, които възнамеряват да пътуват с личния си автомобил в страни от ЕС - 6%. Т.е. точно последните граждани ще могат да се възползват изцяло от смяната на номерата и постигнатият обхват в застраховането

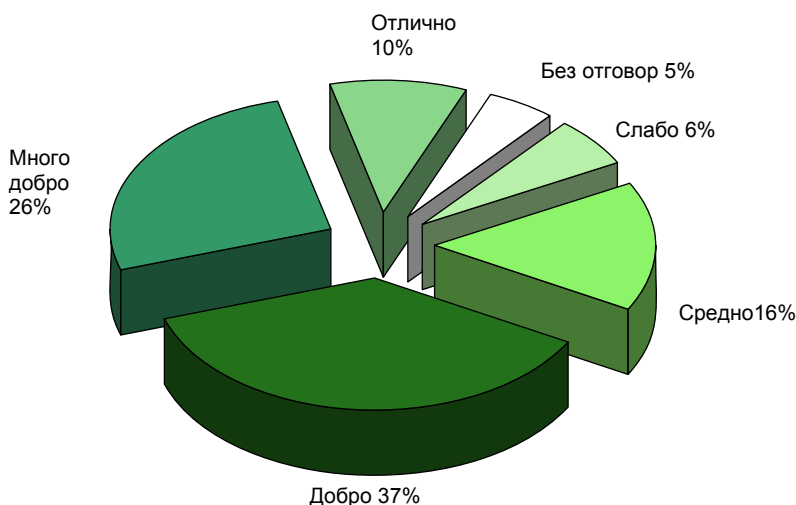
Вторият значим факт за 2006 година е отчетеният ръст на продадени нови автомобили у нас. За 2005 те са били 35 000, докато за 2006 са 45 300, или ръст с близо 30%. След влизането на страната ни в ЕС се прогнозира обаче лек спад в продажбите на нови автомобили поради две причини - приравняването на цената им в България с тази в останалите страни и заради евро-изискванията за включване на повече екстри, свързани с активна и пасивна безопасност, екоизисквания и пр. Успоредно с поскъпването на новите автомобили, се очаква и спад в цените на автомобилите втора ръка, което ще направи ценовата разлика между стар и нов автомобил по-значима. А за 73% от притежателите на автомобили у нас е по-важно да поевтинеят новите автомобили, отколкото автомобилите на старо, т.е. – налице е нарастващо желание за притежаване на новозакупен автомобил.

Въпреки това, „подмладяването” на автопарка у нас очевидно ще се забави. При настоящите реалности в България това буди сериозни притеснения: едва 14% от автомобилите в България са на възраст под 10 години. Над половината (58%) са от 10 до

19 години. Ако на този фон нещо все пак е оптимистично, то е че постепенно излизат от движение автомобилите над 25 години. Техният дял пада от 7% през 2005 година до 6% през 2006 година. При тази възраст на автомобилите въпросът за техническото им състояние е по-скоро риторичен. Въпреки това, интересна е оценката на самите собственици. Само една пета от тях дават лоша оценка (слаб или среден по шестобалната система) на техническото състояние на автомобила си, а над една трета го определят като много добро или даже отлично.



Как бихте оценили техническото състояние на личния си автомобил ?



Що се отнася до марката автомобили - най-разпространена в страната остава Лада с 19%. На второ място са Опел и Фолксваген с по 13%. В средата на класацията с по 8% са Рено и Форд, следвани от Москвич - 6%, Фиат и Ауди с по 5%.

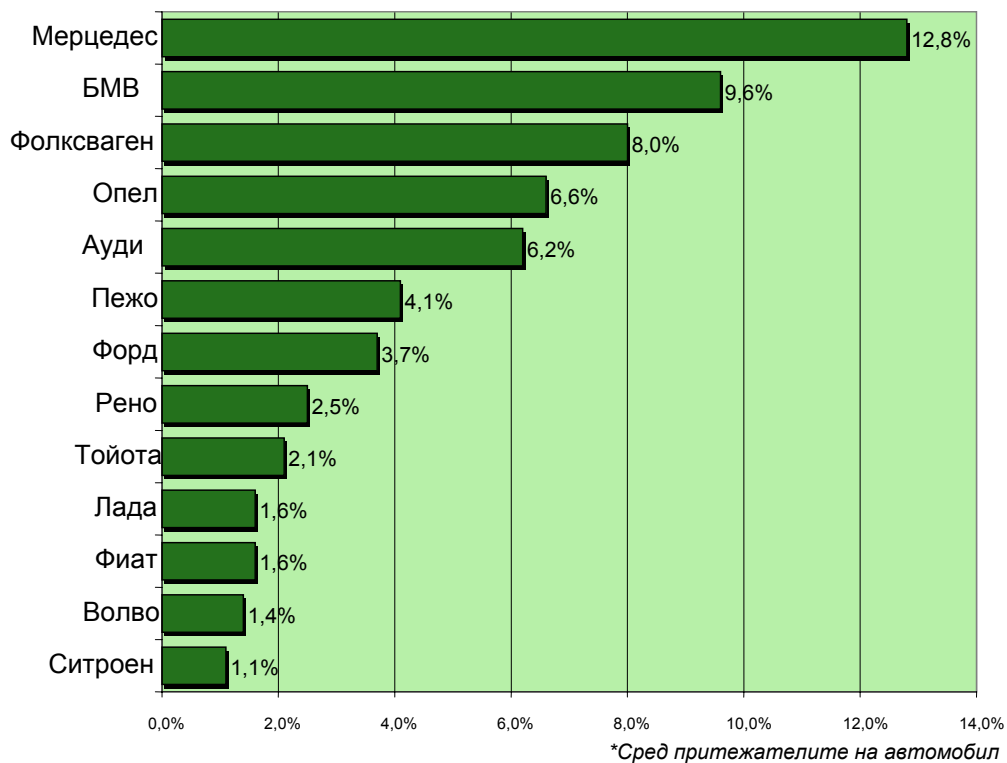
Ако опитаме да изградим обобщен образ на средностатистическия автомобил в България, то неговите параметри ще са:

- Възраст: 16 години
- Оценка на техническо състояние (по мнение на собственика) - добър 4 по шестобалната система
- Марка: Лада

Тези факти обаче не са пречка българите да мечтаят за друга марка автомобил. Какъв биха желали да е той, едва ли е трудно да се предположи.



Каква марка автомобил бихте искали да имате, би ви подходдала в най-голяма степен ?*

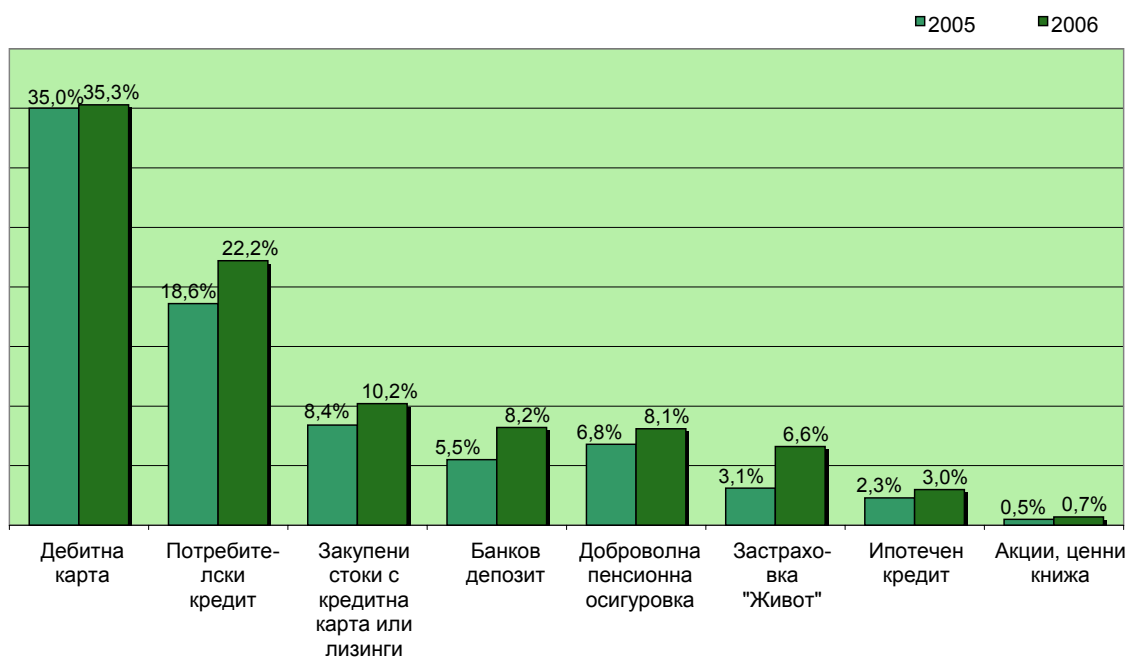


5. Застрахователните и осигурителни продукти – конкурент на банковите депозити

Активизирането на пазара на недвижими имоти, а и на потреблението като цяло, води до ръст и в използването на финансови продукти. Изследванията през 2006-та регистрират плавен темп на нарастване в общото потребление на банкови продукти. Единствено най-масово ползваният продукт – дебитната карта – запазва равнището на потребление от края на 2005-та. Делът на притежателите на дебитни карти е в рамките на 35 на сто. Средно с 2%-3% обаче нараства дела на хората, които имат потребителски кредит, банков влог, или закупуват стоки чрез кредитна карта, или лизинг.



Ползвани финансови продукти и услуги



През 2006-та е налице също така раздвижване на пазара на застраховки и доброволни пенсионни осигуровки, които са на път да изместят банковите депозити. Спестовният характер на тези продукти, съчетан със застрахователния и осигурителен елемент, са силен стимул за по-активното им потребление. Потребителите на застраховка “Живот” се удвояват за период от една година: от 3.1% на 6.6%. Делът на притежателите на доброволна пенсионна осигуровка нараства от 6.8% на 8.1%.

6. Незащитаващият се български потребител

Независимо от нарасналата конкуренция между марките, разширяващото се предлагане и активизацията на покупките, българинът запазва слаба потребителска култура. Изграждането ѝ се превръща във все по-голямо предизвикателство предвид високата степен на недоверие към качеството на едни от най-често купуваните продукти. Така например, огромното мнозинство (90%) от хората изпитват съмнение в качеството на редица хранителни продукти. Споделеният личен опит на потребителите сочи, че до

момента най-често са се натъквали на стока с изтекъл срок на годност (52%), надписани сметки за ток, вода, телефон (43%), дефектни дрехи или обувки (33%).

Слабата потребителска култура на българина се проявява в три основни направления: незапознатост с правата, слаб контрол в момента на покупката и слаба (или липсваща) реакция в случаи на нарушени потребителски права:

- Едва 13 на сто са търсили информация за правата си на потребители.
- Взискателността към качеството на продуктите се ограничава единствено до срока на годност (71%). Производителят и съставът на продуктите, които са не по-малко важни показатели за качество, се следят от значително по-малко хора – респективно 29% и 23%. При закупуване на домакинска техника, едва 13% са силно заинтересувани от гаранционните условия.
- Под 1% е делът на хората, които са се обръщали към съда, към организация за защита на потребителите или друга инстанция в случай на нарушени потребителски права. Ако изобщо се случва, реакцията най-често се ограничава до протест пред доставчика на услугата/продукта.

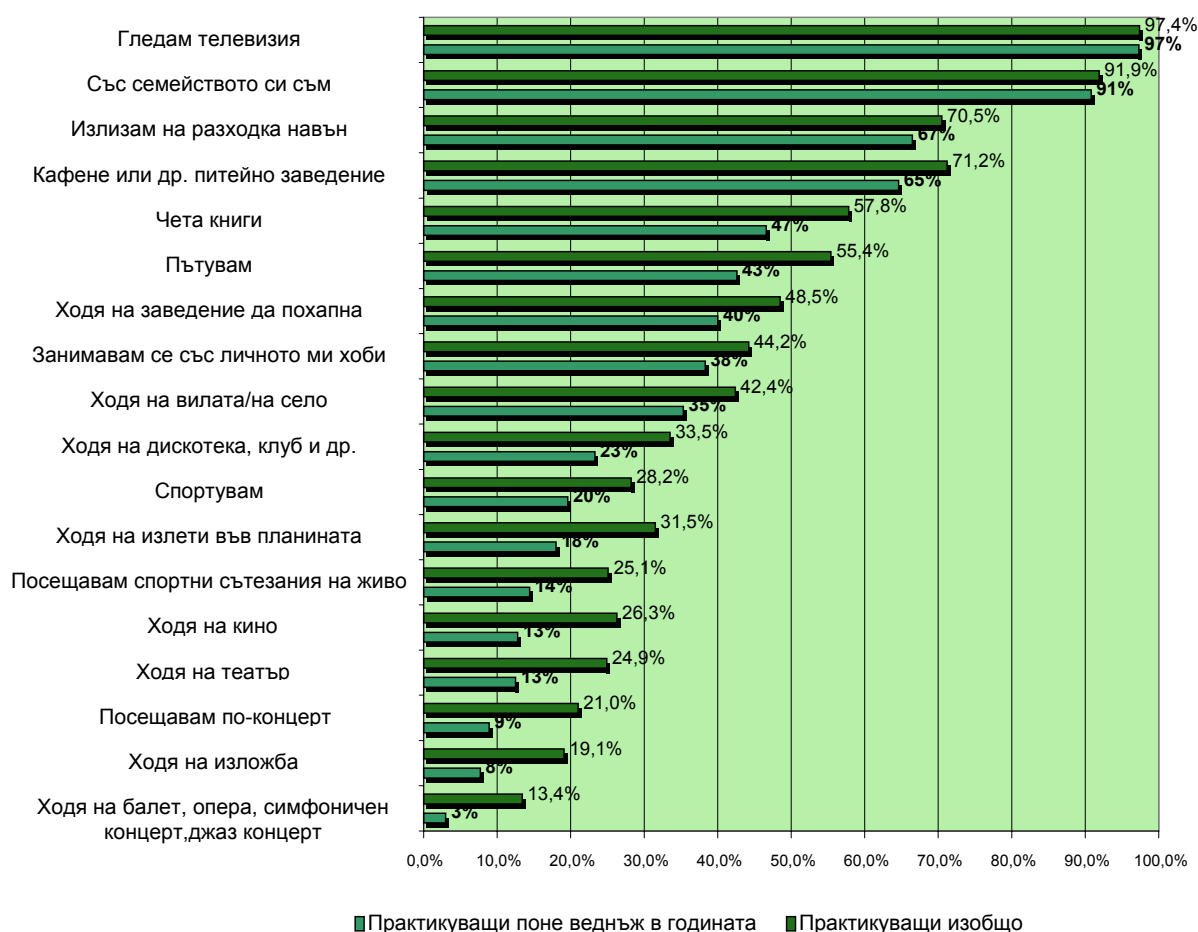
Така българският потребител се очертава като един от най-слабо запознатите и заинтересовани от правата си в общия европейски пазар. Което превръща изграждането на по-висока потребителска култура в едно от важните предизвикателства през българското общество.

НАРАСТВАЩИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВЛЕЧЕНИЯ ИЗМЕСТВАТ ЧЕТЕНЕТО ОТ ЖИВОТА НА СЪВРЕМЕННИЯ БЪЛГАРИН

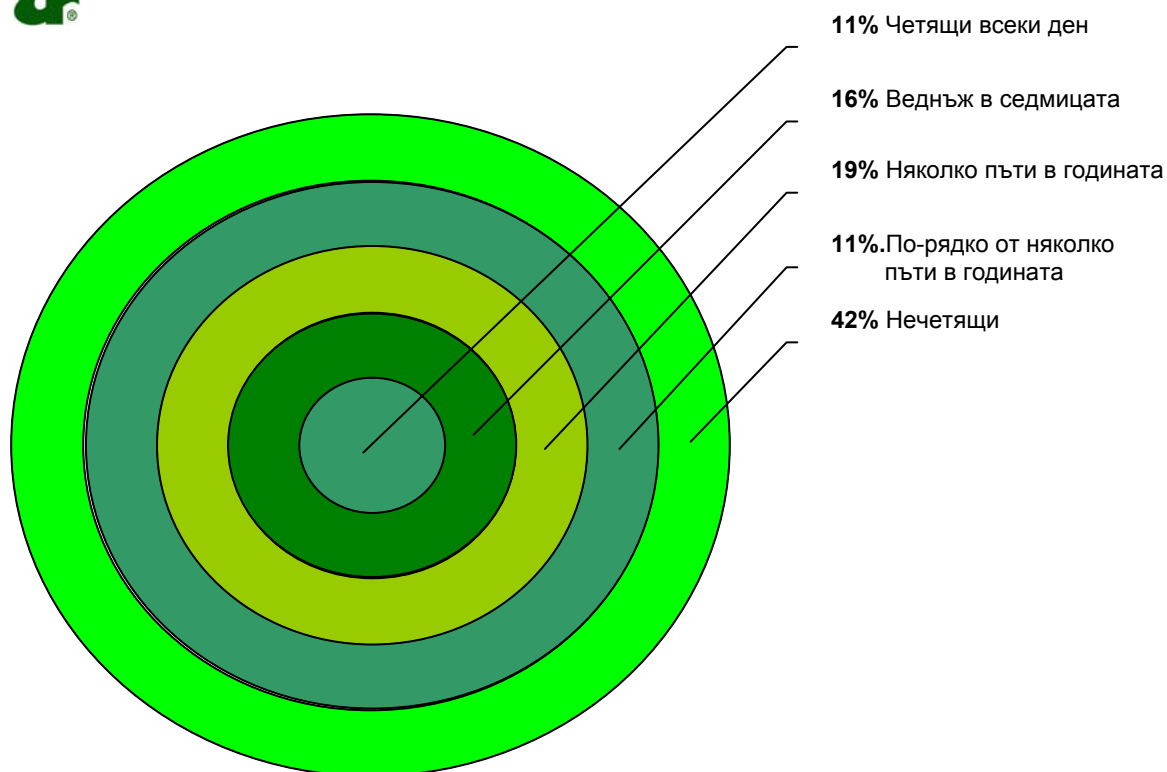
През последните години предлаганите възможности за развлечение, културно потребление и достъп до по-широка медийна среда рязко се увеличиха. Това създаде предпоставки за значително разнообразяване на формите и начините за прекарване на свободното време, особено сред поколенията и групите, които са в най-пряк достъп с новите технологии. На този фон е по-скоро добра новина фактът, че четенето остава сред петте най-практикувани занимания през свободното време. Наистина, изследванията очертават лек спад в дела на хората, които четат книги (от 62% през 2002 г. на 58% през 2006 г.), но те все остават мнозинство.



Как прекарвате свободното си време?



ЧИТАТЕЛСКА АКТИВНОСТ



1. Читателска активност

По внимателният анализ показва, че 58-те на сто четящи книги съвсем не са една хомогенна група – с еднаква степен на интерес, интензивност в четенето и покупателно поведение. От гледна точка на тези показатели читателите могат да бъдат разделени на две големи групи - активни читатели и слабо активни читатели.

Активните читатели са 27% от българите над 15 г. Те четат всеки ден (11%), или поне веднъж в седмицата (16%). Купуват книги предимно от книжарници, или улични сергии. Избират книгите си по препоръка на приятел, или се ръководят от мнението си за автора и неговата популярност. Макар и в по-малка степен, влияние им оказва и представянето на нови книги в медиите. Предпочитанията им са насочени към много широк спектър от жанрове. Най-голям е интересът към художествена литература, следват различни видове учебна, специализирана и справочна литература, пътеводители и др. Предпочитат да четат в домашна обстановка, поради което по-рядко посещават библиотеки.

Активните читатели четат предимно за развлечение, разширяване на хоризонта и повишаване на знанието.

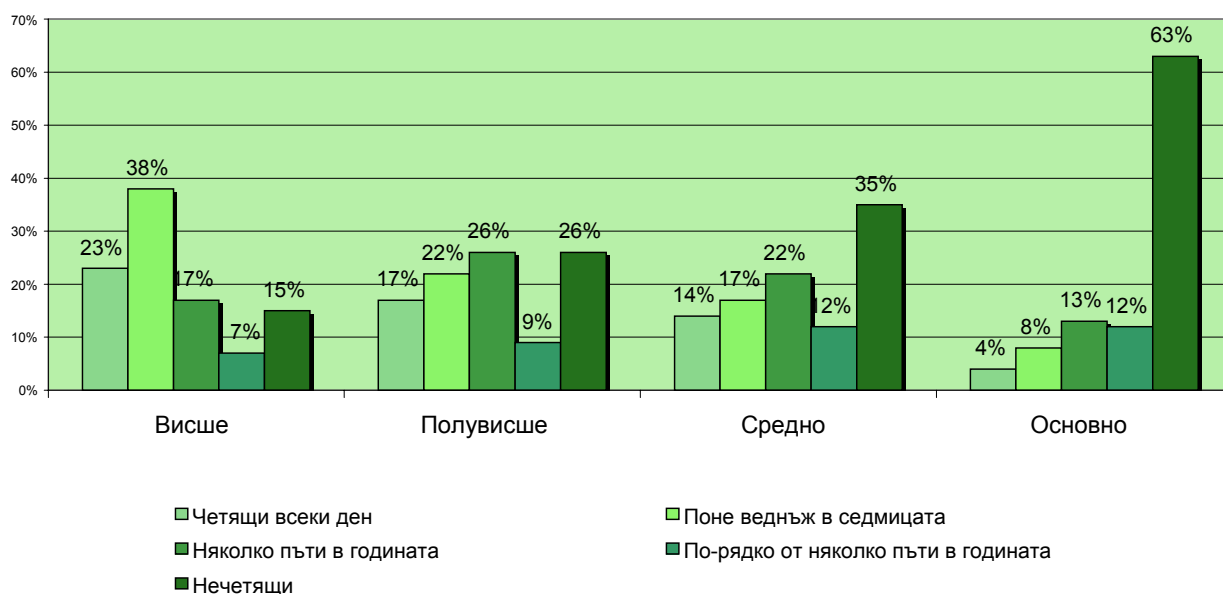
Активните читатели формират относително затворени приятелски кръгове, обсъждащи книги и даващи си взаимно препоръки за тях. В тези кръгове подаряването на книги е често срещащо се поведение. Активните читатели пренасят тази културна практика и върху своите деца. По-често това става като подтикват децата си да четат, но също и като четат книги на своите малки деца. Докато обаче „подтикването” към четене е всеобща практика, то четенето на приказки на малчуганите е силно застъпено само сред висшистите. Хората със средно и по-ниско образование по-рядко четат книги на децата си.

Активните читатели са концентрирани в няколко социално-демографски групи (които частично се припокриват): хора със средно или висше образование, жители на големите градове, високо статусни групи.

Образованието се явява най-силният фактор, определящ читателското поведение.



Активност на читателите според степента на образование



Слабо активните читатели са в рамките на 30%. Те четат няколко пъти в годината (19%) или по-рядко (11%). Освен, че четат по-малко, слабо активните читатели по-рядко купуват книги. В предпочитанията си онези, които купуват, не се различават съществено от активните читатели. Те остават в рамките на традиционните търговски форми – книжарници и улични сергии. Също както и активните читатели, те предпочитат да останат с книга у дома и по-рядко посещават библиотеки. Относително активни са в убеждаването на децата си колко е важно да четат, но по-рядко хващат книгата, за да прочетат приказка на своите малки деца. В социално-демографски план за тях може да се каже, че са местните елити в малките населени места – по-често хора със средно образование, живеещи в областни, малки градове и села, пенсионери.

2. Четенето в перспектива

Специално внимание би следвало да се обърне на младите хора. Високият дял четящи се дължи до голяма степен на по-възрастните поколения, за които четенето е било едновременно израз на престиж, навик и едно от основните занимания в свободното време. При младите обаче тази практика се видоизменя. Може би не толкова и само като обем, но като дължина на текстовете, които четат, предпочитани жанрове и пр.

Ако трябва да правим прогнози за бъдещото читателско поведение, можем да очакваме, че регистрираната тенденция на спад ще продължава, макар и с бавни темпове. Интересът на младите поколения към книгите е под средното за страната, а именно техните навици и нагласи ще влияят върху реалното читателско поведение в бъдеще.

Възможността за привличане на читатели от средите на нечетящите е доста проблематична. На първо място, това са хора с ниско образование и статус и по никакъв начин нямат интерес към четенето и книгите. По-скоро и с по-голяма вероятност за успех би било активизиране на слабо активните читатели, които към момента са около 30% (19% четящи няколко пъти в годината, 11% - по-рядко от няколко пъти годишно). Йерархията на източниците, от които тези читатели се информират за книги обаче се променя. Именно защото не са потопени в читателски среди и нямат в своето обкръжение активни читатели, те много по-често се влияят от медийната информация и от по-широката известност на автора.

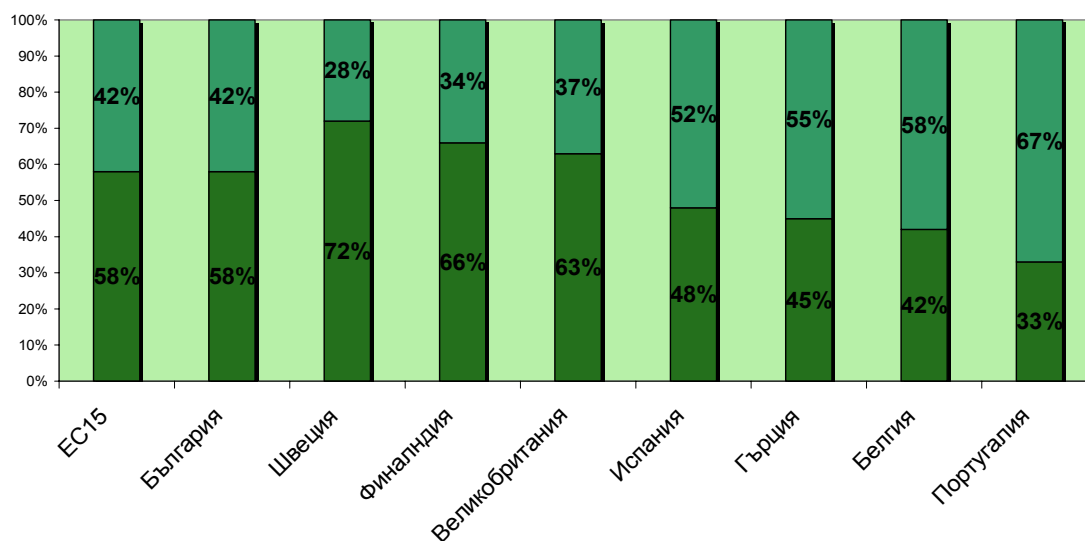
Погледнато **в сравнителен план**, делът на четящите книги в България напълно съвпада със средното за страните от Европейския съюз (58% четат книги, 42% не четат).¹ Държавите в Европа, в които делът на четящите е по-висок от средното, са северните страни: Швеция (72%), Финландия (66%), Великобритания (63%). Обратно, южните страни четат по-малко: Португалия (33%), Гърция (45%), Испания (48%). Към тази група с по-малко от средното читатели спада и Белгия, въпреки че не е сред южните страни (42% четат, 58% не четат). Средно в Европа, времето отделяно за четене, е 9% от общото свободно време. За отделните страни то е в рамките на 20-30 минути. В България четенето е средно в рамките на 18 минути дневно. В тях само 8 минути са посветени на книгите.

¹ Източник: „Участие на европейските граждани в културните дейности”, изследване Евробарометър, проведено по поръчка на Европейската комисия и Евростат. Изследването не включва 10-те новоприсъединили се страни през 2004 г.

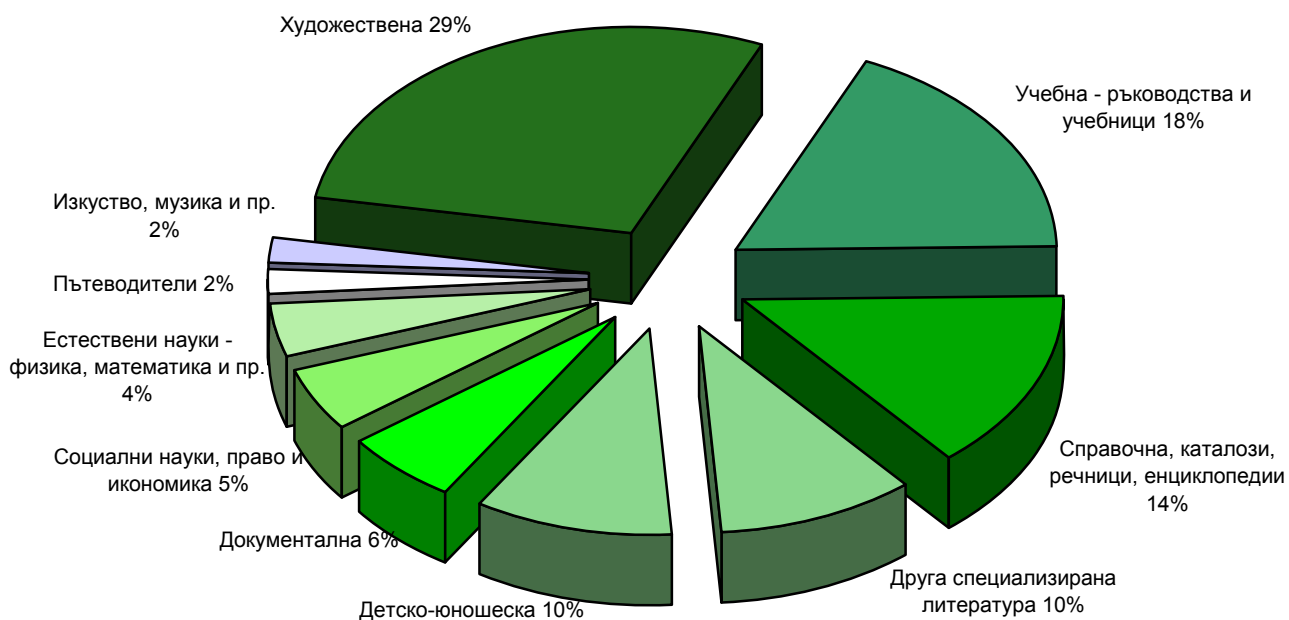


Четенето в Европа

■ Четат ■ Не четат



Пазарен дял на отделните жанрове



Според общественото мнение държавата трябва да има самостоятелна политика, която да насърчава развитието на издателската дейност и да се въведе преференциална ставка на ДДС за книгите. Като илюстрация, в почти всички страни-членки на ЕС ДДС върху книгите се движи в рамките на 3-8%. Изследването показва, че, според преобладаващата част от българите, книгоиздаването в България и българските автори трябва да се ползват със специална подкрепа.

Макар и бавно новите форми на четене (чрез компютър) навлизат и сред българските читатели. Доколко обаче в изключително натовареното и преситено с информация ежедневие книгата ще промени своето място, ще покаже времето.

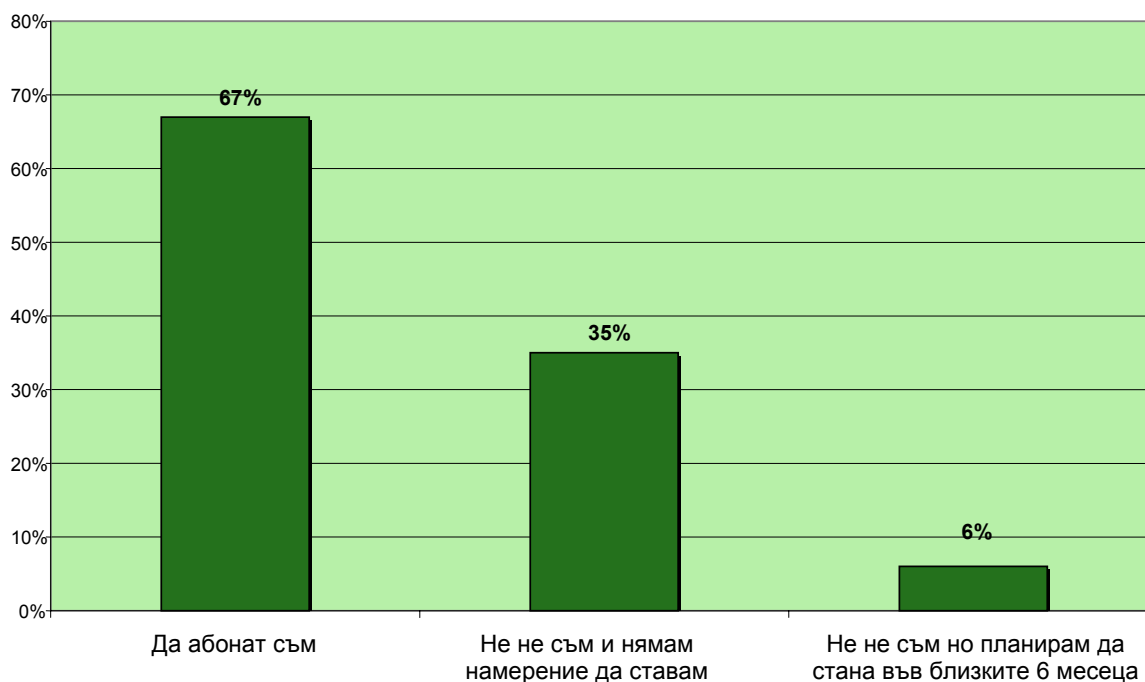
ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ

За период от пет години (от 2001 до 2006 година) делът на потребителите на мобилните оператори в страната буквално се е утроил – от 18% на 60%. През изминалата година ръстът на нови абонати вече не е от същия порядък, което подсказва, че пазарът на мобилни телекомуникации най-вероятно е достигнал своя предел. Привличането на нови абонати занапред ще е далеч по-трудна задача, а това обещава сериозна конкуренция за настоящите потребители.

Предстоящият старт на мрежите от трето поколение, както и нарушеният монопол в пазара на стационарни телефонни услуги, са другите ключови събития, които ще определят тенденциите в сферата на телекомуникациите през 2007-ма година.



Абонат ли сте на някои от мобилните оператори?*



**Сборът на процентите е над 100 защото са регистрирани и абонати на повече от един мобилен оператор*

1. Пазар на мобилни телекомуникации - настоящи потребители и потенциал на пазара.

Понастоящем 59% от българите ползват услугите на мобилните телекомуникационни мрежи, като 8% са абонати на повече от един оператор. Това означава, че в страната има малко над 4 милиона индивидуални абоната.

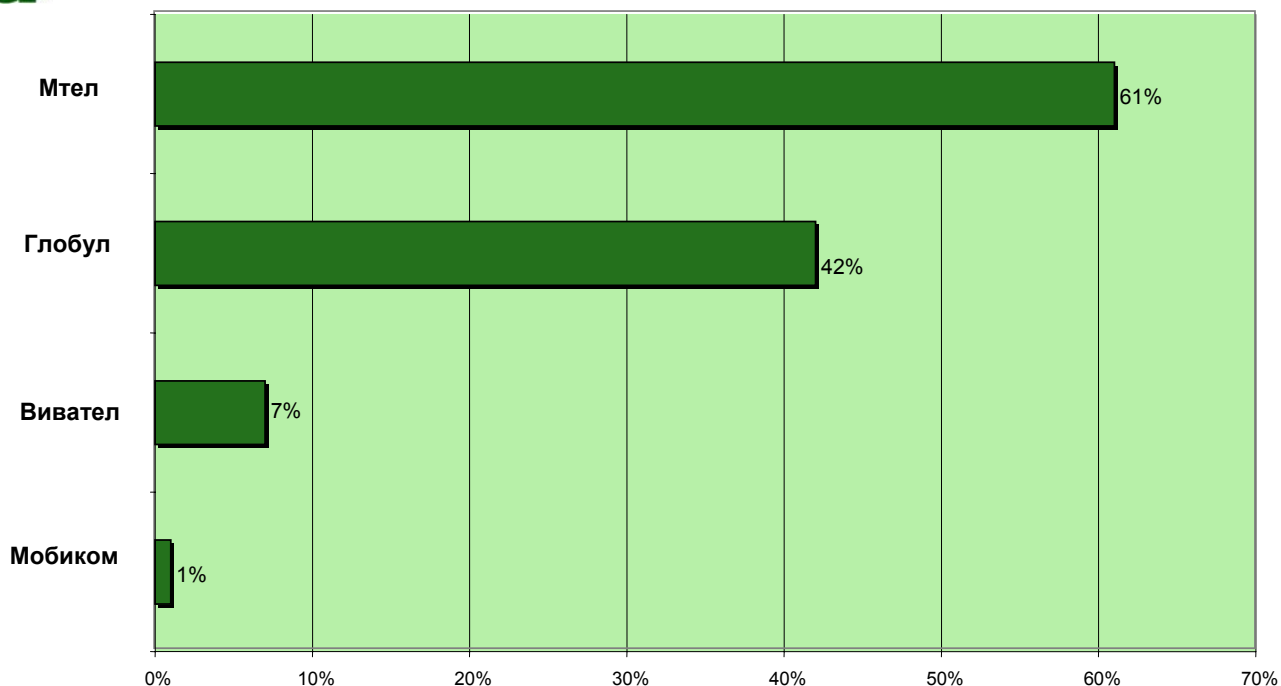
Налице са значими разлики в покриването на различни демографски групи, като най-силни вариации има по два фактора: възраст и тип на населеното място. В столицата са привлечени като потребители 80% от пълнолетното население, в областните центрове - до 75%, докато в малките градове и селата този дял е малко над 50%. Още по-значими са различията във възрастов план - 92% от хората под 30 години вече притежават мобилни телефони, при средната възраст (от 30 до 50 години) този дял е около 80%, във възрастов диапазон 51-60 години делът на потребители се задържа на 56%, а над 60 години пада значимо до една четвърт (23%).

Тези резултати показват масово насищане с мобилни телефони в най-активната част от населението и очертават бъдеща вътрешна конкуренция между операторите за преразпределение на настоящите клиенти.

2. Дялове на операторите

Към момента Мтел е лидер на пазара. Потребителите му са приблизително поравно разпределени между предплатени карти/пакети минути и абонаментни планове. При Глобул разликата е в полза на абонаментните планове (53% към 47% предплатени карти). При Вивател пък съотношението е в полза на предплатените карти (54% към 46% абонамент). Пазарният дял на Мобиком е твърде малък за подобна статистическа оценка.

Дялове на мобилните оператори сред абонатите над 18 годишна възраст



*Сборът на процентите е над 100, защото са регистрирани и абонати на повече от един мобилен оператор

Разликата в тарифите и по-високите цени при разговори между абонати на различни мобилни мрежи, карат част от потребителите да поддържат сметки при различни оператори. Така почти всеки десети пълнолетен българин е абонат на повече от един оператор.

Най-значимо е припокриването на клиенти между Мтел и Глобул – около 270 000 българи са едновременно абонати и на двата оператора. Следва припокриването между Мтел и Вивател (около 120 000 души), а по-незначимо е това между Глобул и Вивател (60 000 души).

3. Тенденции в пазара на мобилни услуги

Въпреки, че мобилните услуги стават все по-достъпни, наситеността на пазара до голяма степен зависи от доходите и възможностите на потребителите. На практика към момента в най-ниска степен действащите оператори са покрили хората с най-ниски доходи (под 50 лв. на член от домакинството), с основно образование, възрастните, жителите на малките населени места.

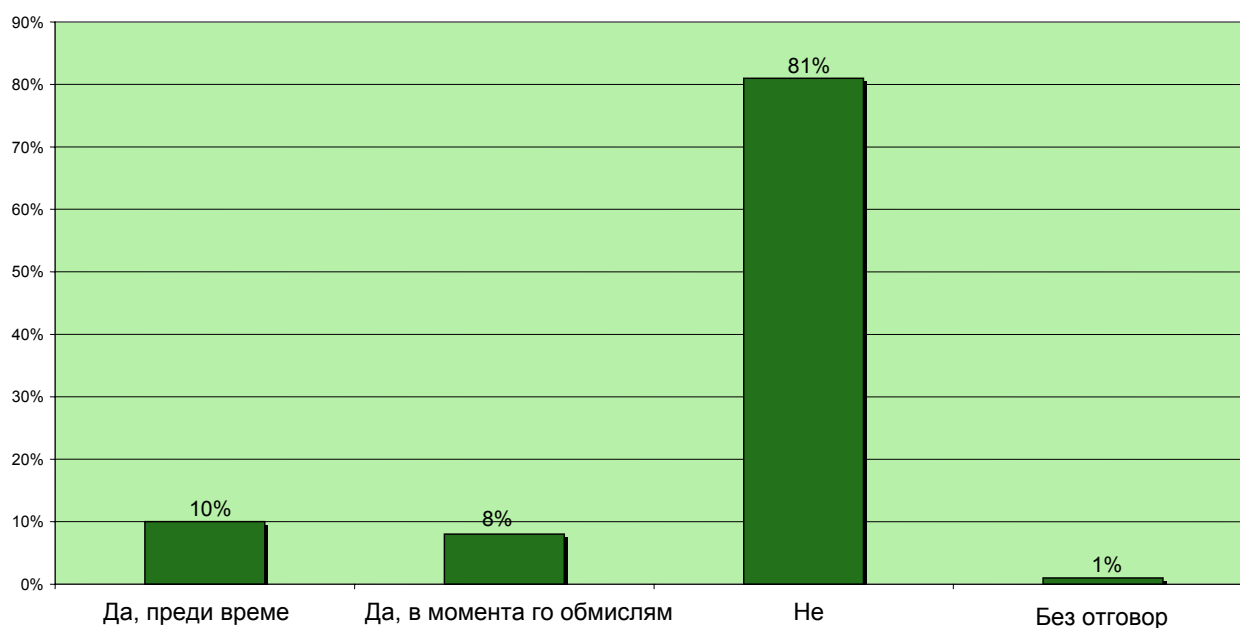
Това още веднъж показва, че бъдещото развитие на пазара в много по-голяма степен ще се изрази в преразпределение на настоящите клиенти и в по-незначителна степен – в привличане на нови. Проучването очертава потенциал от напълно нови клиенти в рамките на 300-400 хиляди души. При това тук става въпрос за не добре платежоспособни и следователно не така привлекателни потребители.

В тази ситуация два въпроса са от ключово значение – нагласите на настоящите клиенти за смяна на оператора и готовността за улесняване на преминаването от един оператор към друг.

4. Интерес към смяна на оператор при въвеждане на услугата „възможност за пренос на номер”



Мислили ли сте за смяна на мобилния оператор които до момента ви обслужва?



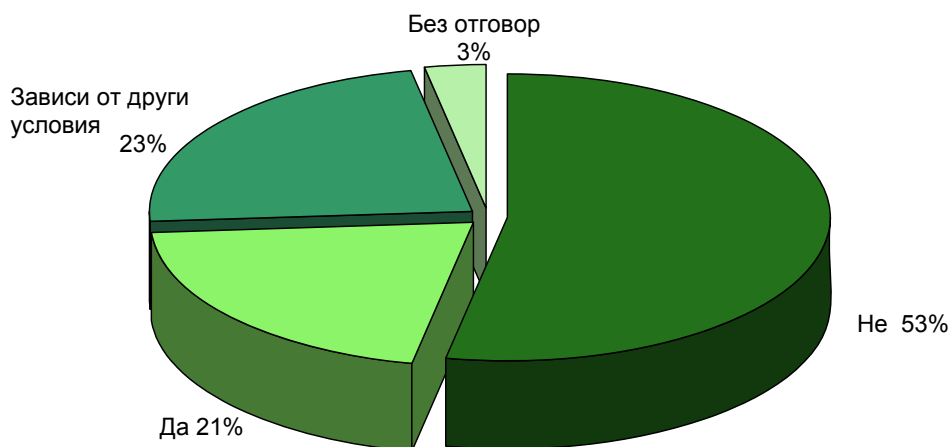
Около една пета от настоящите абонати са обмисляли или обмислят и в момента възможността да сменят оператора. Тези нагласи в по-голяма степен касаят двата утвърдени оператора (Мтел и Глобул) и в малко по-ниска степен последния – Вивател.

Възможността за пренос на номерата, която трябваше да бъде въведена в началото на 2007-ма година (преминаване към нова мрежа със запазване на настоящия номер на абоната в това число и първите четири цифри), значимо повишава интереса към смяна на

оператор. Така делът на заинтересованите от подобна смяна почти се утроява – от 8% до 21%.



Бихте ли си сменили мобилният оператор, ако можете да си запазите номера с кода (префикса) ?

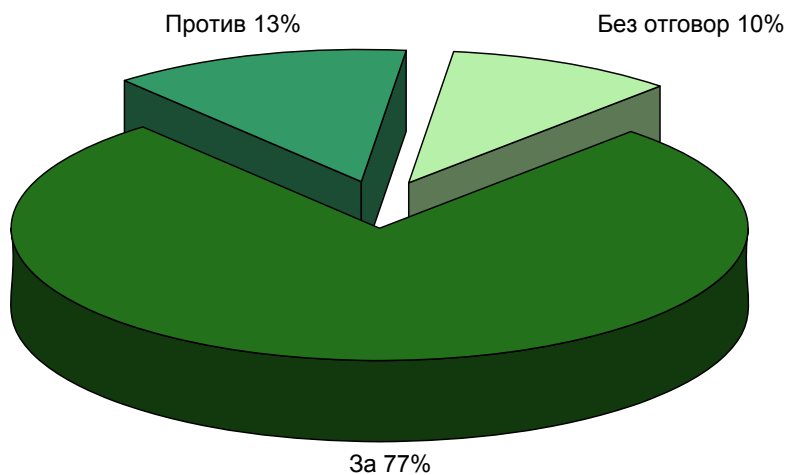


Ако към тази група добавим и онези 23%, за които смяната зависи и от други условия, потенциалът за преразпределение между операторите нараства чувствително и предполага динамика на пазара в бъдеще. Почти половината от хората, чието решение зависи и от други условия, поставят на първо място по-изгодните цени на разговорите при алтернативния оператор, наличие на промоции и бонуси.

При наличието на подобни промоции и разлики в цените на операторите, основен фактор обаче става именно възможността за пренос на номерата. Затова и огромната част от настоящите абонати се изказват положително за въвеждането на тази услуга.



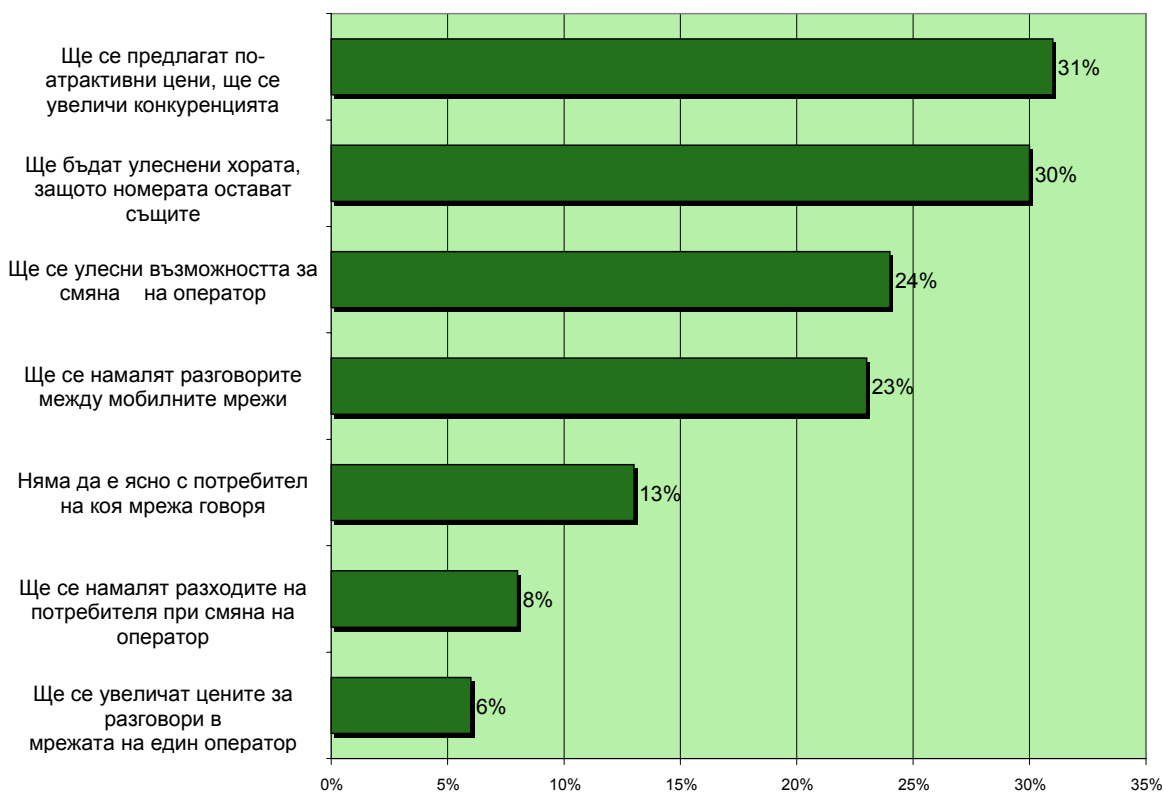
Вие лично, оценявайки всички плюсове и минуси, за или против възможността на преносимост на мобилни номера сте?



Три четвърти от абонатите са за въвеждането на възможност за пренос на номерата, като 61% очакват преимуществено положителни крайни ефекти от подобна услуга. Надеждите за положителен ефект са свързани с промени в ценовата политика:



Очаквани ефекти от въвеждането на възможност за преносимост на мобилни номера



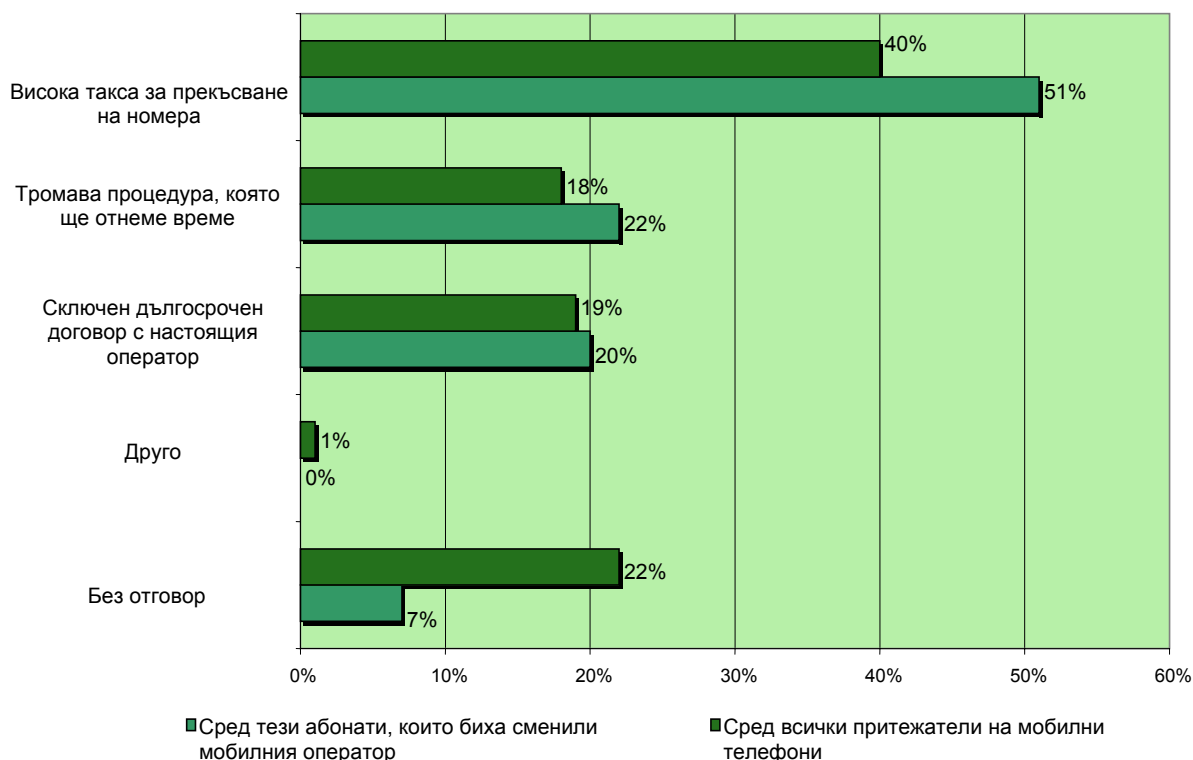
**Сборът от процентите надхвърля сто, тъй като анкетираните са давали повече от един отговор.*

Освен ценовите аспекти, потребителите оценяват и улеснението, свързано с услугата „пренос на номер”, която ще позволи на търсещите даден абонат да го открият безпроблемно дори и след преминаването му към друга мобилна мрежа.

Интересът към услугата обаче има и някои условия. На първо място това е евентуалната стойност на таксите за пренос. Условието е от много по-голяма значимост именно за хората, които и понастоящем активно обмислят възможността да сменят оператора си. Договорите с настоящия оператор касаят едва една пета от абонатите.



Какво би ви отказало да си смените оператора (при налична възможност за преносимост на номерата), дори и да искате да го направите ?



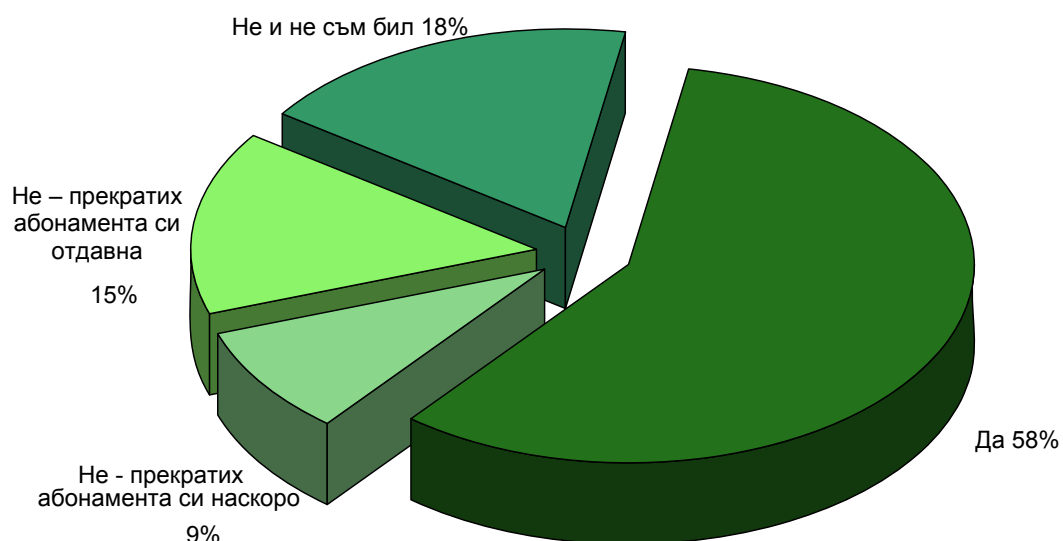
Еднократна такса до 20 лв. е напълно приемлива за хората, които и понастоящем обмислят прехвърляне, като очакването им е услугата да се извършва максимум в рамките на един ден.

5. Потребители на БТК

На пазара на стационарни телефонни услуги навлизат все повече алтернативни предложения. Въпреки това БТК все още е доминиращия лидер, но с тенденция за свиване на пазарния дял.



Абонат ли сте на БТК ?

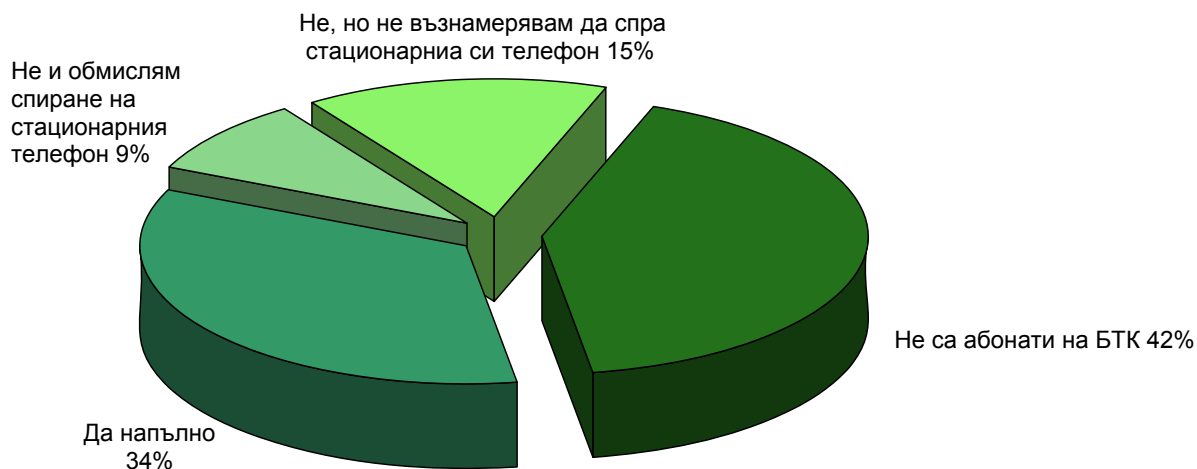


До момента БТК е загубила около 29% от потребителите на стационарна телефония, като всеки десети потребител се е отказал от услугата наскоро.

Процесът на отлив очевидно не е приключил. До 59% от настоящите абонати на БТК са напълно удовлетворени от получаваните услуги. Всеки шести настоящ абонат обаче обмисля спиране на стационарния си телефон, а всеки четвърти декларира неудовлетвореност. Тези факти откриват широк потенциал за конкуренция при стационарната телефония, която очевидно тепърва ще се разгръща.



Удовлетворен ли сте от качеството на услугите които получавате от БТК?

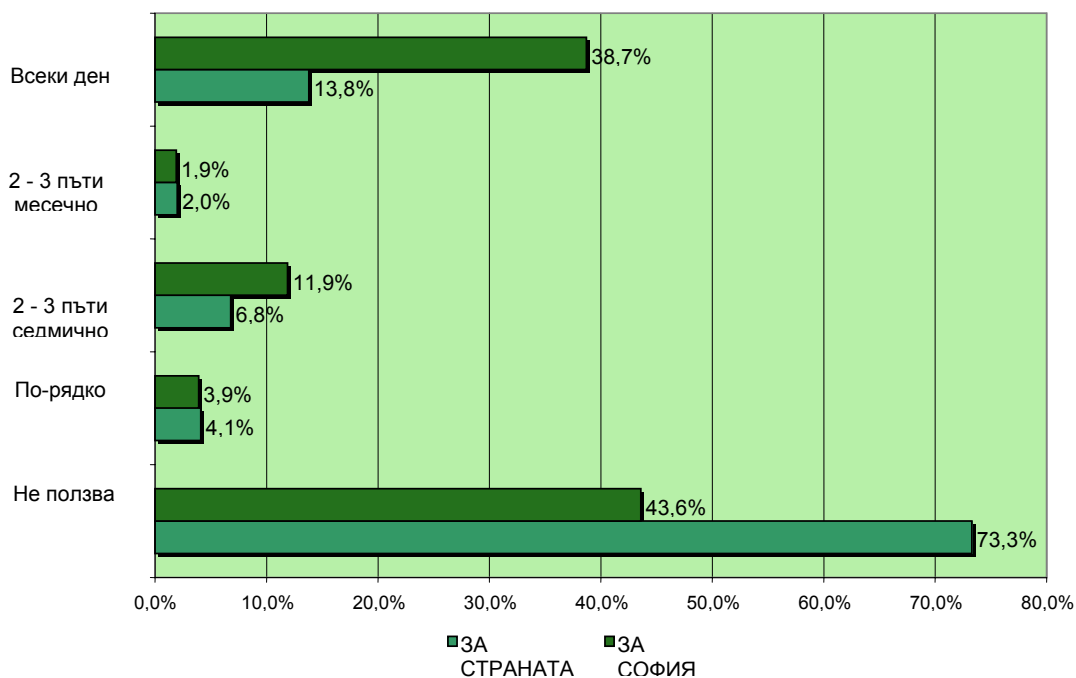


6. Интернет потребление

Нивото на интернет потребление показва изключително значими вариации при сравнение на средно потребление за страната и средно потребление в столицата. Докато в рамките на България едва една четвърт от населението изобщо ползва интернет, то само в рамките на София всеки трети интервюиран ползва интернет ежедневно.

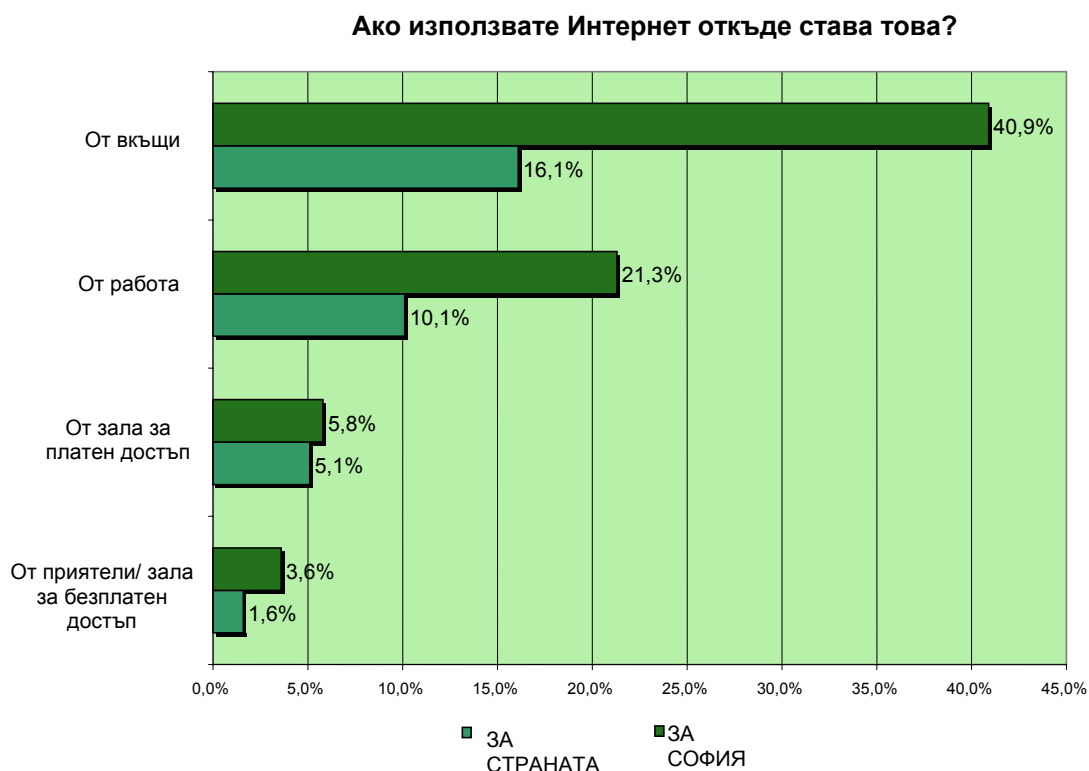


Ползвате ли Интернет и колко често ?



Подобни са разликите и по отношение на наличието на домашни компютри и домашен интернет достъп.

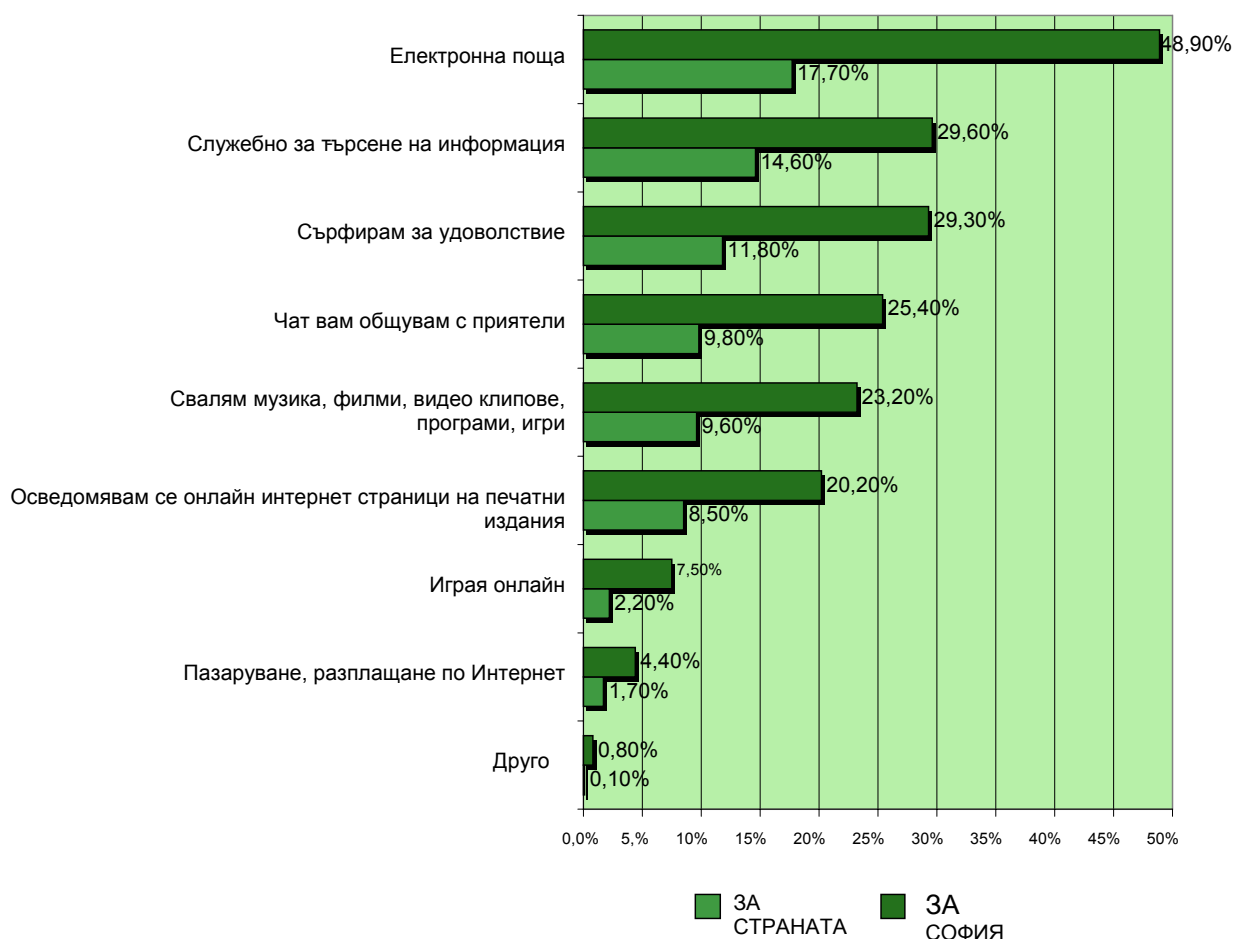
В София наситеността с домашни РС е два пъти и половина по-голяма от средната за страната. Изравняване в показателите за страната и столицата има единствено по отношение на платения достъп от зали – очевидно това е една все още значима алтернатива на домашния интернет за провинцията.



Интернет е популярен както за лични, така и за служебни цели, като потребителите намират все повече негови приложения в ежедневието си. Най-значимите разлики между потреблението в страната и столицата откриваме по линия на разпространение на електронна поща, онлайн игри и електронни разплащания и пазаруване. И трите възможности на интернет са значимо по-популярни сред жителите на София.



Ако използвате Интернет за какво го използвате ?



Около 120 000 българи вече пазаруват и извършват разплащания през интернет, като само в столицата техният дял е около 50 000 души.

*

Предлагането на интегрирани решения (интернет и телефония), успоредно с очертаните тенденции на развитие на трите пазара (мобилна и стационарна телефония, интернет) ще са с определящо значение за развитието на телекомуникационния сектор в бъдеще. Не на последно място, успоредно с навлизането и на алтернативните безжични интернет

мрежи, тези нововъведения ще играят ключова роля в състезанието за корпоративните клиенти – „битка”, която определено тепърва предстои да се случи на родния телекомуникационен пазар.

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ В БЪЛГАРИЯ

1. Развитие на телевизионния пазар

През последните години, след края на монопола на БНТ върху националния ефир, на телевизионния пазар в България се установи устойчиво статукво. Трите национални телевизии БНТ, БТВ и НТВ разпределят помежду си основния дял от аудиториите и заедно с тях - рекламните приходи. Неспособни да се конкурират с лидерите на пазара, регионалните ефирни и кабелни оператори трябва да се задоволяват с малката по обем периферна аудитория, немобилизирана от националните телевизии. Така телевизионния пазар се разделя на две. От едната страна стоят националните телевизии, които в ожесточената борба помежду си произвеждат все повече реалити шоута и разчупени новинарски емисии. Далеч назад, с аудиторен обем в пъти по малък от този на националните, регионалните ефирни и кабелни телевизии се борят за оцеляването си.

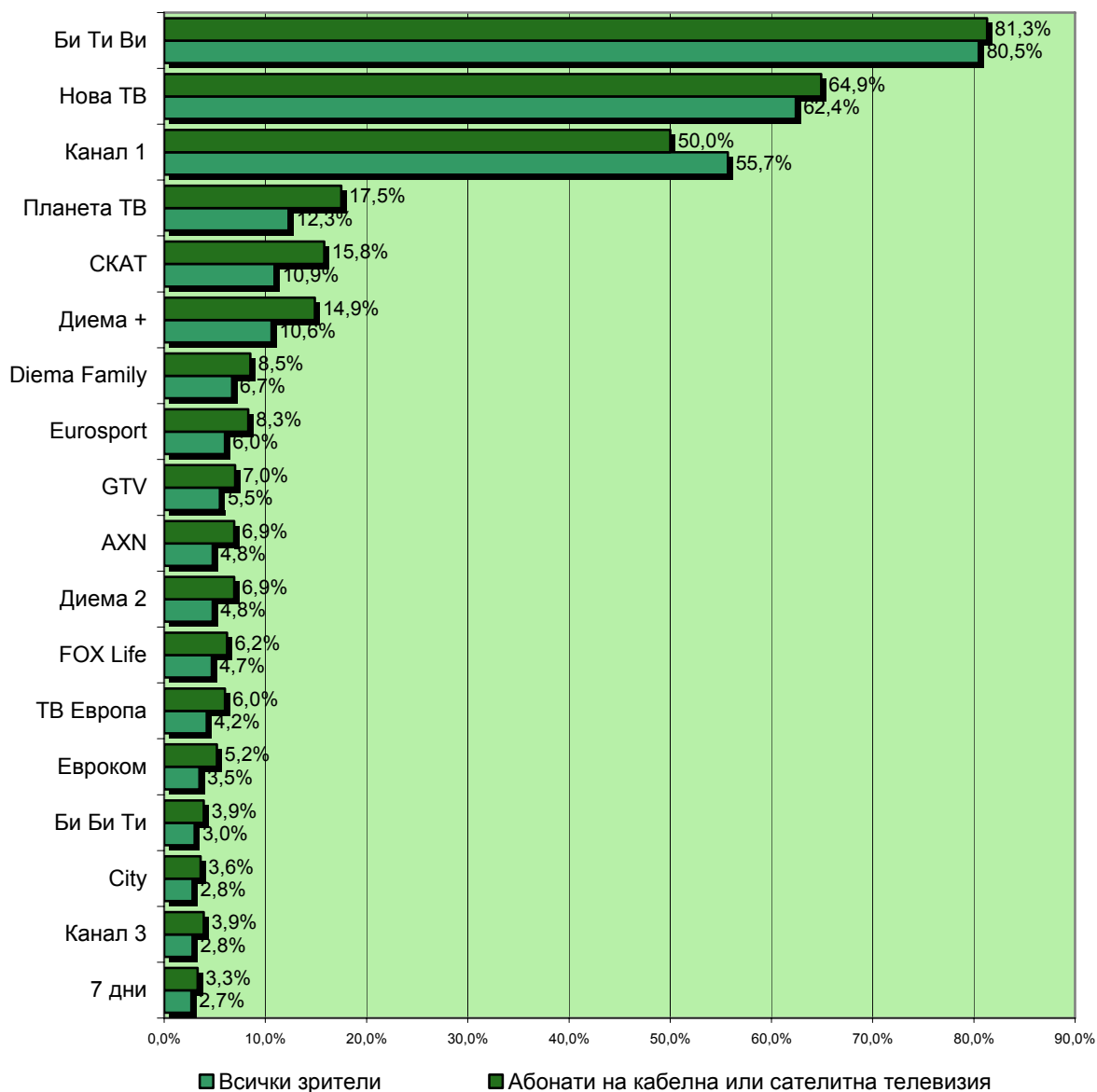
Една от основните причини статуквото да се запази толкова дълго е затвореният режим за издаване на национални лицензи. След увеличаването на националните телевизии от една на три, процедурата по предоставяне на нови лицензи беше отлагана на няколко пъти докато на 13 Юни 2006 г. Комисията за регулиране на съобщенията не реши да преустанови издаването на нови национални лицензи, с аргумента за необходимост от достатъчен честотен ресурс за предстоящото въвеждане на цифрова телевизия. Така на практика пазарът се монополизира от трите национални телевизии, които поради голямото си покритие, получават огромно търговско преимущество. По данни от края на 2006, 29,3% от респондентите са заявили, че ползват ефирно телевизионно

разпространение, 62,3% - кабелно и 6,2% - сателитно. Имайки достъп до по-голям зрителски обем, националните телевизии получават по-високи рекламни приходи и могат да реализират високобюджетна програмна схема, с която да привлекат дори и потребителите на кабелно разпространяваните програми. Тази регулативна затвореност на телевизионния пазар е важен фактор за дълготрайната липса на нови капитали, извън челната тройка на националните телевизии. Невъзможността да се съчетаят нуждите от големи инвестиции за подържане на конкурентноспособността и по-ниският потенциал възвръщаемост чрез реклами, обрекоха останалите телевизии на борба не толкова за обем аудитория, а за задържане на пазара.

През 2006 г. с нарастващото противоречие между повишаващото се търсене на телевизионни продукти и статичността на пазара, настъпи сериозно развитие сред телевизиите с кабелно и сателитно разпространение. На мястото на сегашното разделение на пазара на „бедни и богати”, се създаде един нов пазарен сегмент, паралелен на националните телевизии, обединяващ телевизионни канали със специализирано съдържание на програмната схема. През 2006 три телевизионни вериги направиха заявка за сериозно присъствие на този сегмент от пазара.



Честота на гледаните телевизии през последния месец*



* Данните са от национално изследване на Алфа Рисърч сред пълнолетното население на страната проведено през декември 2006 г.

Първата е Диема Вижън, която като име присъства от дълго време на пазара, но след закупуването ѝ от британската компания Apache Media, тя сериозно разви медийните си продукти. В момента Диема Вижън обхваща четири канала: Диема +, Диема 2, Диема Фемили и платения канал Диема Екстра. Освен сериали и игрални филми, Диема предлага много спортни програми, като притежава правата за излъчване на френското, английското и испанското първенство по футбол. Диема също така притежава правата за

излъчване в България на мачовете от Европейското първенство по футбол през 2008 година, което неминуемо ще промени сериозно пазарните ѝ позиции в бъдеще.

Втората верига е притежаваната от Sony телевизия AXN, която първоначално излъчваше един канал с обща програма за България и Румъния, но разшири дейността си и стъпи сериозно на българския пазар. В програмата на AXN присъстват серийни и игрални филми, които тя получава като част от голяма международна компания, като така се гарантира достъпа ѝ до високобюджетни телевизионни продукти. AXN обединява три телевизионни канала: основният AXN и тематичните AXN Sci-Fi, излъчващ научна фантастика, и AXN Crime, излъчващ криминални сериали.

Третата верига също така е част от голяма международна компания и обхваща водещата национална телевизия БТВ и каналите с кабелно разпространение FOX Life и FOX Crime. Тези два канала имат сходни със AXN и AXN Crime програмна схема и облик, но поради връзката си с телевизията-“майка”, излъчват и програми, които вече са постигнали висок рейтинг като част от национална програмната схема.

Други, вече наложени на пазара специализирани телевизии с кабелно разпространение, са българското издание на EUROSPORT, музикалната телевизия Планета и излъчващата предимно публицистика, телевизия Европа. Всяка една от тях е намерила специфична ниша и е мобилизирала аудитория, непокрита от националните телевизии.

Поради по-дългата си история и интензивното си развитие телевизия Диема + е на втора позиция в специализирания сегмент на пазара с твърда аудитория в национален мащаб от 10,6%. Другите две телевизии от нейната верига: Диема 2 и Диема Фемили, събират съответно 4,8% и 6,7%. Водач в сегмента е телевизия Планета с национална твърда аудитория от 12,3%, а българското издание на Eurosport има аудитория от 6%. За разлика от Диема, другите две телевизионни вериги, поради кратката си история, все още не са достигнали пълния си потенциал. Телевизиите FOX Life и FOX Crime имат национални твърди аудитории съответно 4,7% и 1,3%, а AXN, AXN Crime и AXN Sci-Fi съответно 4,8%, 2,5% и 0,9%.

Въпреки че някои от телевизиите в сегмента успяват да привлекат значителен брой зрители, твърда аудитория от 12,3% за водача в сегмента, е напълно различен порядък от

80,5% твърда аудитория на БТВ. В сегашната ситуация на пазара – висока хомогенност на нагласите за медийно потребление и ограничени възможности за предлагане на високо технологични продукти, е невъзможно успешното конкуриране на националните телевизии. Така за специализираните канали остава периферната аудитория, която националните телевизии не могат да привлекат, поради насочената си към множество таргет групи програмна схема. Навлизането на един неперспективен в момента пазар на компании със сериозни финансови и технологични ресурси показва готовността и дългосрочните намерения на бизнеса да предложи високотехнологични и качествени продукти в онзи момент, в който настъпи промяна в държавната регулация и в потребителските нагласи.

2. Развитие на радио пазара

За разлика от телевизионния, радио пазарът претърпя по-различно развитие. Въпреки че лидери са двете национални радиостанции: Хоризонт и Дарик, сериозен пробив през последните години претърпяха мрежите от регионални радиостанции, които се доближават до аудиторните обеми на националните радиа. Програмата на тези радио мрежи, които не покриват цялата територия на страната, а имат лицензи за излъчване в определени градове, е смес от предавания и реклами, излъчвани в даден регион и такива, излъчвани в цялата мрежа. Предимството на радио мрежите пред самостоятелните регионални радиостанции е възможността за по-разнообразни инвестиции и споделените разходи за авторски права на музика, техническо обезпечаване и други нужди. Причините за липсата на монопол на националните радиостанции са – на първо място, по-ниските инвестиции, нужни за една радиостанция, сравнени с тези за телевизионния пазар, и второ, спецификата на радиото, която изисква по-скъсена дистанция и по-голяма активност на общуването между медията и нейния потребител. Поради това, дори и националните радиостанции имат регионални студия, от които се излъчва определена част от програмата.

Аудиторни обеми на радиостанциите в страната, Ноември 2006

	Общо	Редовно следя програмата ѝ
Хоризонт	33,5%	20,6%
Дарик	19,8%	9,4%
Веселина	14,4%	7,6%
Христо Ботев	11,1%	5,8%
Радио 1	9,3%	4,5%
Фреш	7,7%	4,2%
БГ Радио	7,5%	4,1%
ФМ+	6,6%	3,7%
Сити	5,1%	2,8%
Ретро	4,7%	2,4%
N-Joy(Енджой)	4,7%	2,4%
Мила Голд	4,5%	2,2%
Инфо радио	3,7%	1,7%
Z-Rock (ЗИ РОК)	2,9%	1,3%
Експрес	2,6%	1,1%
Лиани	2,4%	1,0%
Браво	1,9%	1,0%
NRJ (Енерджи)	1,6%	0,7%
Хот ФМ	1,5%	0,7%
Тангра Мега Рок (интернет радио)	0,9%	0,3%
Фокус	0,7%	0,2%

През 2006 г. настъпи промяна на пазара като се създадоха радио мрежи, обхващащи не радиостанции разпространяващи сходна програма в различни градове, а специализирани в определен стил музика радиостанции, излъчващи сред една и съща аудитория. Най-амбициозно развиващата се мрежа е притежаваната от Balkan News Corporation. В нея са включени радиостанциите Z-Rock, Classic FM, Jazz FM и NJOY, излъчващи съответно рок, класическа, джаз и хитова музика. Първоначално бяха закупени Classic FM и Jazz FM, които излъчват само в София, а впоследствие на пазара бяха лансирани NJOY и Z-Rock, за да се даде завършеност на мрежата. Въпреки, че радиопазарът е значително по-либерализиран, по-ниският размер на рекламните приходи забавя донякъде навлизането на големи инвеститори на пазара.

БЪЛГАРИТЕ И СПОРТА: С ПРЕДПОЧИТАНИЯ КЪМ КОЛЕКТИВНИ СПОРТОВЕ, НО САМИ ВЪВ ФИТНЕС ЗАЛАТА

Постепенното отмиране на възвишения социалистически идеал за „здрав дух в здраво тяло” и заместилите го кампании за масово участие в различни спортни събития като маратона на София, например, върнаха физическите усилия отново в полето на индивидуалните решения и поведение. В същото време, българите са сред най-малко спортуващите нации в Европа и когато отделят време за спорт те го практикуват основно сами, във фитнес залата.

1. Кой и къде спортува ?

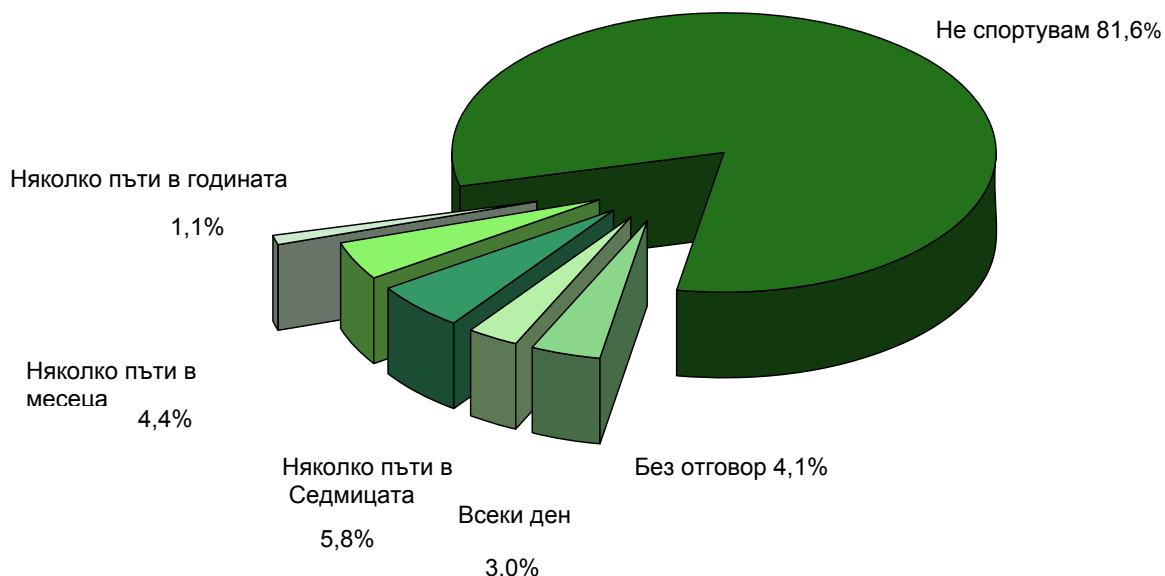
Едва 14% от интервюираните българи споделят, че отделят от свободното си време за спортуване. Изследвания на Европейската комисия показват степента, в която българската нация се е превърнала в една от най-мързеливите в Европа. Дори сред по-южните държави, където спортуването не е често явление, страната изостава значително. От останалите с най-ниска спортна активност се отличава Унгария, но дори и там 20% от хората спортуват поне веднъж в месеца. Страни като Португалия, Гърция и Словакия имат приблизително същите нива на спортна активност.

В рамките на българското общество най-много време за спорт отделят хората до 40 години, жителите на София и големите градове, както и хората с по-високо образование. Мъжете са видимо по-активни от жените. Сред различните социални групи, най-често спортуват учащите, частните собственици, хората със свободни професии, тези с по-високи доходи. Прави впечатление и влиянието на семейния статус. Несемейните и живеещите без брак имат далеч по-голяма степен на спортна активност.

Сред спортуващите 6% правят това няколко пъти през седмицата, 4% спортуват по няколко пъти в месеца, 3% - всеки ден.



Колко често имате възможност да спортувате ?



Повече от половината, занимаващи се със спорт, правят това предимно в края на седмицата, по време на уикендите. По равно се разпределят хората, които отделят време основно през седмицата и тези, които спортуват всеки ден.

В синхрон с общоевропейската тенденция, като най-популярно място за спортуване сред съвременните хора се оформят фитнес залите. Именно там могат да бъдат намерени повечето спортуващи българи. Все пак, популярни места за спорт остават планините и парковете, както и различните открити площадки, които продължават да съществуват в значителна част от кварталите в големите градове. Най-редовно спортуващите посещават фитнес залите, докато онези, които упражняват физическа активност от време на време, се отправят към зелените площи или игрищата. Впечатление прави ниската посещаемост на по-специализираните места за спортуване, които предполагат по-висок финансов разход за ползване на услугите и повече време за придвижване към тях. Това са частните спортни центрове и зали, комплексите на отделните клубове и басейн комплексите.

Спортните занимания в България са вече предимно чисто индивидуално занимание. Половината от занимаващите се със спорт правят това сами, а едва около 20 % от хората правят това в по-големи групи от по 4-5 човека.

В разрез с това силно индивидуализирано упражняване на спорт, българските граждани декларираят като най-предпочитани два колективни спорта: футбол и волейбол. Силно обичани са и фигурното пързаляне, баскетбола, художествената гимнастика и плуването. Ако неизменното челно място на „Цар Футбол” не е изненада, във второто и третото предпочитание може да се търси влиянието и на конкретни успехи на български спортисти през последните месеци. По всяка вероятност олимпийската титла на Албена Денкова и Максим Сталийски и успешното представяне на българските волейболисти на последното световно първенство са се отразили върху мненията на хората.

Кои са любимите ви спортове ?

Футбол	35,5%
Волейбол	13,7%
Фигурно пързаляне	11,7%
Баскетбол	8,0%
Художествена гимнастика	7,2%
Плуване	6,7%
Лека атлетика	6,4%
Тенис, ски	4,9%
Борба	3,1%
Бокс, кик бокс	2,9%
Спортна гимнастика	2,4%
Фитнес	2,1%
Спортни танци	1,7%
Формула 1	1,5%

Футболът е най-предпочитан в градовете, сред мъжете, както и при хората със средно образование. Той е най-популярен сред частните собственици, упражняващите ръчен труд, безработните и служащите. Вторият най-предпочитан спорт, волейболът, също е най-харесван в градовете, сред мъжете, както и хората с висше и средно образование. Най-привързани към него са учащите, частните собственици, както и служащите. От друга страна, фигурното пързаляне привлича предимно жените, жителите на София и големите градове, както и тези с висше и средно образование. Този спорт е най-популярен сред учащите, безработните и служащите.

2. Спорт, държава и общество

Превръщането на спорта в лично, доброволно занимание не означава отсъствие на очаквания на гражданите към функцията на държавата и общините. Почти 60% продължават да смятат, че именно държавата и общините следва да осигуряват възможности за спорт на българските граждани. Едва 17% са склонни да предоставят тази задача на частната инициатива. По-малко от 10% пък очакват техните работодатели да заделят средства за спорт за своите служители.

Съществуват много мнения относно това кой и как би следвало да осигурява възможности за спорт за хората.

С кое от следните мнения Вие лично бихте се съгласили ?

Държавата и общините трябва да осигуряват тези възможности	62,9%
Частната инициатива и сектор	16,8%
Работодателите следва да заделят средства за спорт	8,0%
Без отговор	12,3%

Прави впечатление, че тази нагласа е почти еднакво срещана, както сред неспортуващите, така и сред спортуващите (съответно 63% и 59%). Все пак, спортуващите са два пъти по-склонни да разчитат на частния сектор (31% при 14% сред неспортуващите).

Собствеността на много спортни съоръжения в страната продължава да бъде общинска или държавна, независимо от усилията на много клубове да получат поне права за стопанисване. Интервюираните български граждани имат отчетливи предпочитания относно ролята на държавата и общините по този въпрос. Почти седем от десет души подкрепят тезата за държавата като инвеститор и стопанин на спортните съоръжения. Друга една пета от хората отива още по-далеч и се обявява в подкрепа на директното финансиране на самите клубове от държавата, дори когато те са частни. Само 4% не виждат каквото и да било място за държавата в спорта.

Над изданието работиха:

Александър Екимов
Боряна Димитрова
Валентин Данчев
Владимир Шопов
Геновева Петрова
Павел Вълчев
Радостина Ангелова
Станислав Стоянов

Обработка на данни и техническо оформление:

Лора Милушева
Роман Китипов

Дизайн и предпечатна подготовка:

Галя Георгиева