

ПЛОВДИВ – ЕВРОПЕЙСКА СТОЛИЦА НА КУЛТУРАТА 2019

ВТОРИ БАЗОВ МОНИТОРИНГОВ ДОКЛАД

2015-2017

Април 2018

Съдържание

Резюме.....	1
1. Трансформация на културния сектор	2
2. Образ и идентичност	8
3. Социални въздействия	10
4. Икономически растеж	17
I. Въведение	21
II. Описание на актуалната ситуация – базова линия по индикатори.....	22
1. Трансформация на културния сектор	22
1.1. Достъп до култура и участие	22
1.2. Културна жизненост	35
2. Образ и идентичност	38
2.1. Признаване на Пловдив като важен Европейски културен център	38
2.2. Усещане за идентичност	43
Конкретни събития, към които се посочва интерес (идеи и съществуващи събития), база 4,6% от всички анкетиранни	50
3. Социални въздействия	52
3.1. Социална и културна интеграция на маргинализирани групи	52
3.3. Качество на живот	59
4. Икономически растеж	76
4.1. Ръст в туризма	76
4.2. Нови бизнес и възможности за заетост.....	79
4.3. Икономическа жизненост на културния сектор.....	81
III. Изводи	82

Резюме

Заложената в Апликационната книга рамка за мониторинг и оценка на Пловдив - Европейска столица на културата 2019, въвежда четири зони за оценка, които покриват четирите ключови области на въздействие на инициативата:

- 1) Трансформация на културния сектор
- 2) Образ и идентичност
- 3) Социални въздействия
- 4) Икономически растеж

Настоящият доклад представя резултати от проведените проучвания в периода 2015-2017 г. по посочените теми, включително състояние на регистрираната изходна ситуация, установени базови стойности, настъпилата динамика в периода 2015-2017 г. по предвидените за проследяване индикатори. Извършен е преглед и прецизиране на индикатори и целеви стойности.

Използвана е следната методология и източници на информация:

- национално представително изследване на пълнолетното население в България (обем на извадката 800 души, интервю по метода „лице в лице“);
- представително изследване на пълнолетното население на гр. Пловдив (обем на извадката 450 души, интервю по метода „лице в лице“);
- анкетно проучване сред публиката на културни събития по метода на отзовалите се (анкетирани 456 лица, посетители на 5 събития в различни сфери на културата);
- количествено изследване сред ромски домакинства в Столипиново (300) и анкетиране на главата на домакинството по метода „лице в лице“). Подборът по домакинства позволява получаване на косвена информация за целия състав на домакинството, в случая 1454 лица;
- представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието (обем на извадката 450 души, интервю по метода „лице в лице“). Осигурява количествена информация, свързана с въздействието на ЕСК върху качеството на живот в града и най-широките социални въздействия на инициативата ЕСК;
- кабинетно проучване и обобщение на информацията от отчетите на ОФ Пловдив 2019 относно проведените събития от програмата и осъществената международна дейност за периода;
- кабинетно проучване относно посещаемостта на гр. Пловдив - данни от НСИ за посетители в града и района, нощувки, развитие на отраслите в града, включително заетите в тях, и др.;
- проучване сред читалища и културни институции - интервюта с представители на културни институции от гр. Пловдив (50 броя).

1. Трансформация на културния сектор

Достъп до култура и участие

Растеж в културното участие

Културното участие се разглежда на две нива:

- 1) общ интерес към някаква област, свързана с култура и изкуство (свободно посочена сфера на интерес в отворен въпрос) и осъзната ангажираност с култура и изкуство (принципна самооценка и бюджет за култура);
- 2) конкретни действия/поведение в рамките на съответната година – посещаемост на културни събития в гр. Пловдив.

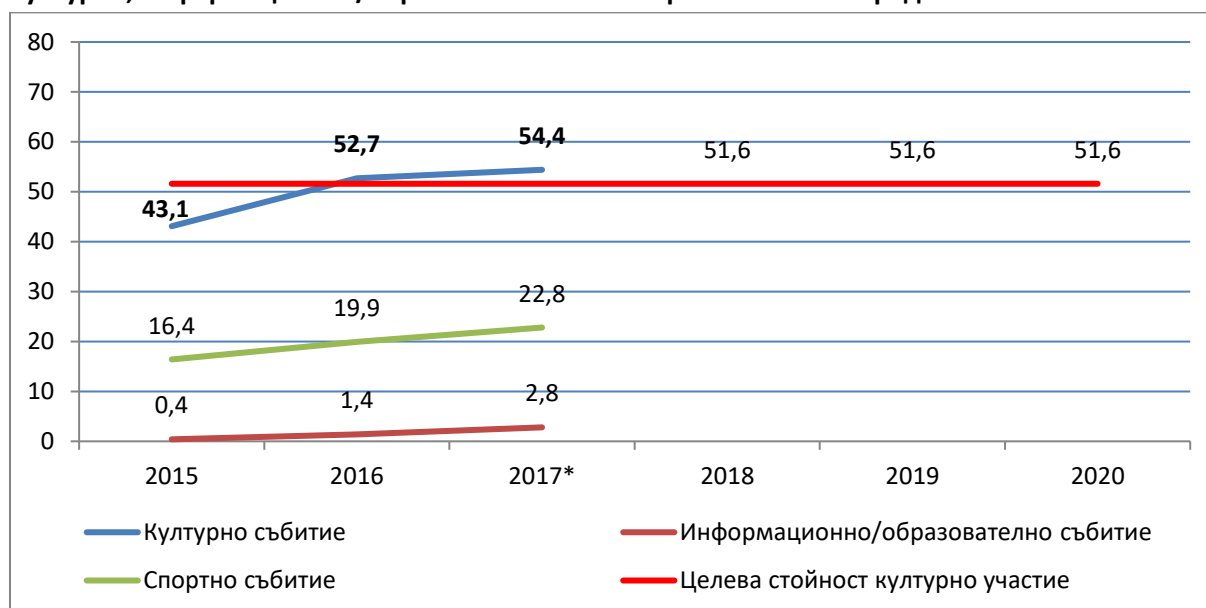
Най-широка е съвкупността на проявяващите най-общ интерес към някаква област на културата или вид изкуство – около 80% от пълнолетното население на страната и града посочва на въпрос без предварително зададени отговори поне една област на културата или вид изкуство, към което има интерес.

Съвкупността на лицата с ясно осъзната ангажираност с култура и изкуство обаче е 49% от пълнолетното население на гр. Пловдив, като тази съвкупност се свива до 14% при най-активната форма на ангажираност от посочените – посещение на културно събитие в друго населено място. Логично, близък е делът на анкетираните пловдивчани (малко над 50%), които посочват, че отделят средства за посещение на културни събития и закупуване на творчески продукти (средно на месец по 24 лв.), докато останалите 48% заявяват, че в момента не могат да отделят средства за такива дейности.

Разликата между най-общия принципен интерес и осъзната ангажираност с култура и изкуство установява условните граници на възможно въздействие за мобилизация и нарастване на културното участие по време на подготовката и провеждането на инициативата през 2019 г.

В този контекст логично се вписват данните за посещаемостта на културни събития – делът на пловдивчани, посетили поне едно културно събитие в града, е нараснал от 43% през 2015 г. (базова стойност) до 54,4% през 2017 г. С това на този етап се реализира заложената цел за 20-процентно нарастване на културното участие (при 51,6% целева стойност). Напълно реалистично е тенденцията да се задържи и да се постигне и друга от заложените цели – 50% от населението на гр. Пловдив (или 142 000 души) да участват в събития на Пловдив ЕСК през 2019 г. В подкрепа на посоченото очакване е и плавното нарастване на участниците в спортни и информационно-образователни събития.

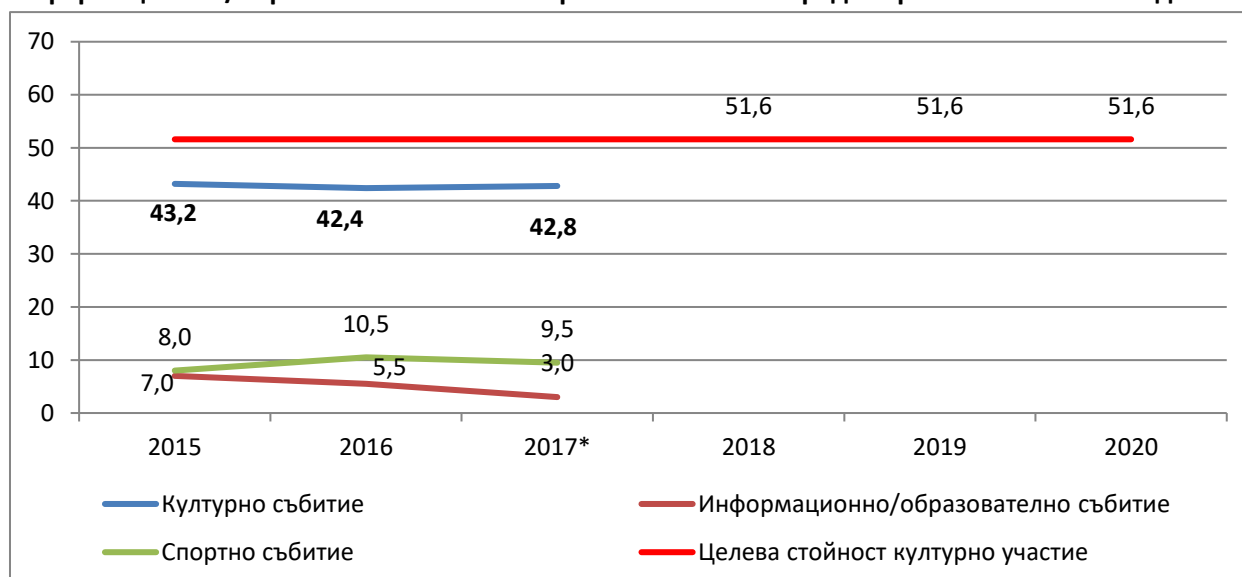
Дялове от пълнолетното население на гр. Пловдив, посочили, че са посетили поне едно културно, информационно/образователно или спортно събитие в града



Източник: Национално представително изследване

Докато сред пловдивчани се наблюдава устойчива тенденция на растеж на посещаемостта на културни събития в града, същото не може да се каже по отношение на неговите гости от други места в страната. Базовата стойност от 2015 г. е почти същата като при жителите на града – 43% от посетителите на гр. Пловдив са посетили поне едно културно събитие, но при тази група не се отчита растеж до момента. В този смисъл постигането на крайната целева стойност – ръст до 51,6% за 2021 г. е предстояща задача.

Дял от посетителите на гр. Пловдив от страната, които са посетили поне едно културно, информационно/образователно или спортно събитие в града през съответната година



Източник: Национално представително изследване

Тенденцията относно културното участие на жителите от региона показва, че 31,8% от тях средногодишно в периода 2015-2017 г. посещават поне едно културно събитие в гр. Пловдив. В

този смисъл може да се очаква, че заложената цел – 30% от населението на региона (или около 342 000 души) да посетят ЕСК събития през 2019 г., е повече от реалистична и може да бъде постигнато и по-високо ниво на участие и приобщаване към инициативата в годината на нейното провеждане.

Дял от посетителите на гр. Пловдив от региона, които са посетили поне едно културно събитие в града през съответната година



Източник: Национално представително изследване

Удовлетвореност от културното съдържание и обратна връзка

Обратна връзка от на публиката относно удовлетвореността от културното съдържание и организацията на събитията е измерена посредством проведено анкетно проучване сред посетители на поредица различни по характер културни събития. Данните показват, че към настоящия момент е постигната относително висока степен на удовлетвореност:

- близо 2/3 от анкетираните поставят отлична оценка („силно одобрявам“) на съдържанието на събитията и още 29% – много добра оценка („одобрявам“);
- сходни дялове – около и над 2/3 от анкетираните посетители, дават най-високата възможна оценка за всеки от три основни организационни аспекта на събитията – местоположение, цена за вход и условия по време на събитието.

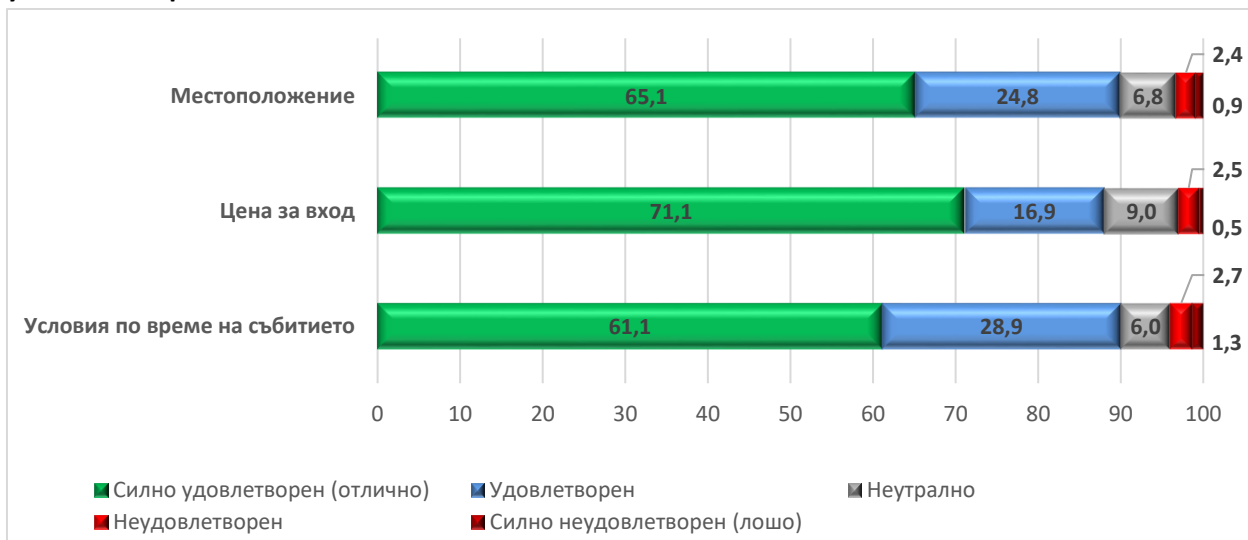
В допълнение следва да се отбележи, че анкетираните лица съставляват предимно публика с опит – 75% посочват, че са посещавали подобни събития и преди, т.е. притежават необходимата „квалификация“ и база за сравнение за обективна и реалистична оценка. На база на своя опит те също така формулират и някои много практични препоръки, насочени основно към организационни аспекти (като напр. по-добра организация на достъпа за хората с фестивални пасове, повече места, от които може да се закупи вода и др.)

Оценка на съдържанието на събитието



Източник: анкетно проучване сред публиката на събития

Удовлетвореност от аспекти на провеждането на събитията – местоположение, цена за вход и условия по време на събитието



Източник: анкетно проучване сред публиката на събития

Важен аспект на обратната връзка от посетителите на културни събития са източниците на информация за съответното събитие. Като основен информационен източник се очертават социалните мрежи – 46,5% от анкетираните са се информирали за съответното събитие по този начин, като това включва както официалните фейсбук страници на събитията/организаторите, така и неформалните приятелски мрежи, в които събитията се споделят и коментират. Следващ по влияние източник са приятелите и познатите (независимо от канала на достъп), което в комбинация с горното показва силното влияние на неформалната комуникация относно културни събития. Това е добра новина – културните събития са част от ежедневието и нещо, за което хората говорят; по този начин се постига и много ефикасно мултиплициране на ефекта от комуникационните дейности.

Дяловете на информиралите се за конкретните събития от източници като външна реклама (10,5%), печатна реклама (8,3%), радио и телевизия (3,9%) обаче показват, че също така е необходимо допълнително да се наблегне на класическите формални канали за информиране. Така например от проучването сред националната общественост е видно, че телевизията е водещ източник на информацията за Пловдив ЕСК 2019 като цяло (59,5%) – респективно логично

развитие в бъдеще би било по-активното използване на тези канали и за комуникиране на конкретни събития от програмата на инициативата.

Събития извън центъра на града

В периода 2015-2017 г. общият годишен брой събития, проведени като част от Пловдив ЕСК 2019, нараства с около 5 пъти – до малко над 50 събития през 2017 г., която е определена като базова по настоящия индикатор. Делът на осъществените извън центъра на града събития през 2017 г. е около 1/5 или 20%.

С това се регистрира тенденция към увеличение спрямо предходния период. Очаква се тази тенденция да се запази с увеличаването на общия брой събития и тяхното разнообразие, както и с включването на все повече оператори – напр. в началото на 2018 г. стартира отворена покана за финансиране на проекти на читалища в Пловдив и региона, която ще подпомогне пряко инициативи извън центъра на града и в региона.

Демография на участниците в събития и достъп до нови публики

Проведените количествени проучвания определят базовия социално-демографски профил на участниците в културни събития, който ще бъде проследен с последващите количествени проучвания през 2019 и 2020 г. и ще даде възможност да се проследи изпълнението на цели, свързани с въвлечането на нови публики – например мобилизиране на хора от селата, млади хора (16-18 г.), пенсионери, хора с по-ниско образование, по-ниски доходи, хора с етническа принадлежност, различна от българската и др. Настоящият доклад представя широки социално-демографски профили на две групи посетители на културни събития – жители на гр. Пловдив („вътрешни посетители“) и посетители на Пловдив от други места в страната („външни посетители“), които показват значими различия по отношение на пол, възраст, социален статус, образование, осъзната ангажираност с култура. Проследяването на динамиката както вътре в профила на отделната група, така и в сравнителен план, ще даде възможност за поставяне на реалистични цели, адекватни на ресурсите и времето за тяхното постигане.

Въвлечането на нови публики може да бъде паралелно проследено и посредством анализа на социално-демографските признаци на анкетираните на място лица в анкетното проучване сред посетители на културни събития. Той показва едно относително добро обхващане на по-млада аудитория - около 1/5 от анкетираните са на възраст 12-17 г., респективно ученици. В същото време се очертават и основните дефицити – по-слабо представени са възрастните лица над 60-годишна възраст, съответно пенсионерите, които представляват една от уязвимите групи в българското общество от гледна точка на доходи; както и представители на ромската етническа група.

Културни събития с безплатен вход

В подготвителния период до 2017 г. дейността в рамките на инициативата Пловдив ЕСК 2017 акцентира върху информационни и дискуссионни формати, насочени към изграждане на капацитет и партньорства – обучителни и информационни събития. Броят на специфично културните събития от Пловдив ЕСК 2019 през 2017 г. нараства 2 пъти в сравнение с подготвителния период до 20 събития, от които половината са с фестивален характер, т.е. представляват обединена програма от няколко художествени изпълнения. От тях с възможност

за безплатен и свободен достъп до културния продукт са повече от половината, включително 3 фестивала, с което на този етап се изпълнява заложената цел поне 10% от събитията да са с безплатен вход.

Културни събития в кв. Столипиново

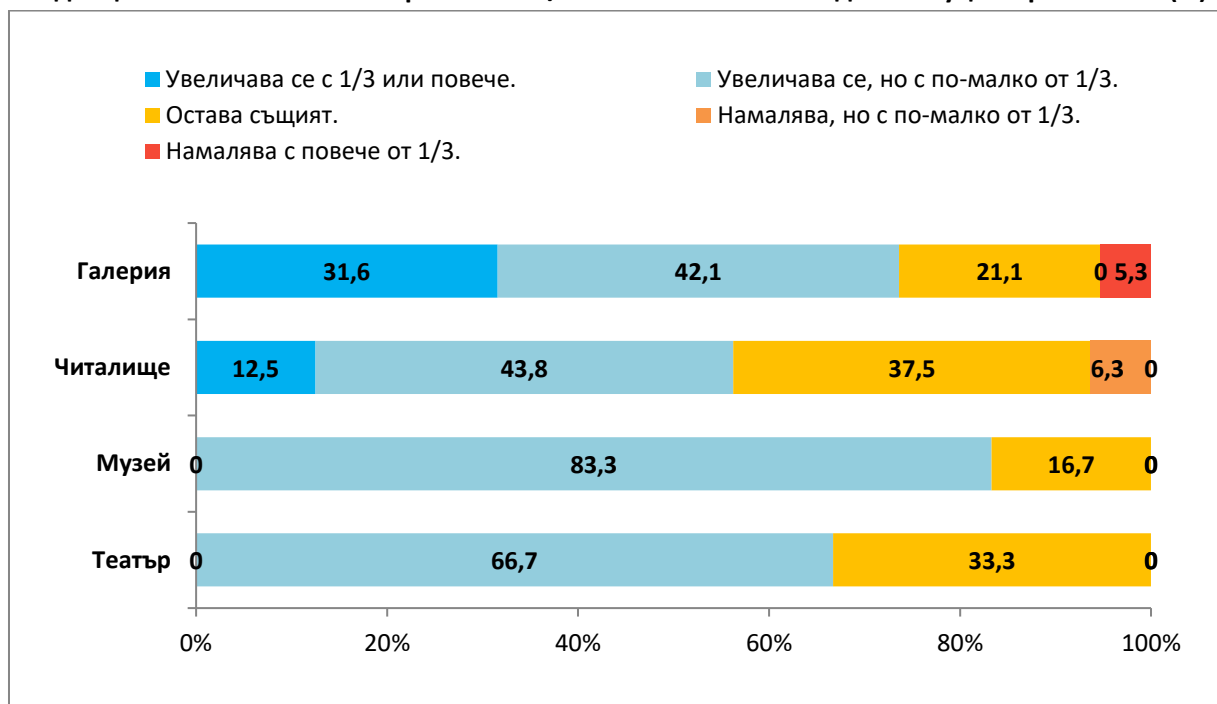
Като резултат от проведените подготвителни дейности в предходния период, през 2017 г. територията на квартала е включена в 2 проекта, насочени към промотиране на изкуството и културата сред деца и младежи в неравностойно положение и насърчаване на по-доброто образование и здраве, в рамките на които на територията на Столипиново са проведени 9 събития (7 творчески ателиета, изложба и обучителен семинар). В Столипиново е проведен и Фестивал на светлината Лумикс. Целевата стойност за този индикатор е увеличаване на броя на събитията с 30% спрямо проведените през 2017 г. 10 събития.

Културна жизненост

Увеличение на посещенията в различни културни институции

Изследването сред различни културни институции (50 броя) показва оптимистични резултати относно културната жизненост. Оценката на анкетираните представители на културни институции/оператори показва положителна тенденция на повишаване на потребителския поток към различните културни институции (галерии, музеи, театри, читалища) за периода 2016-2017 г., като при това мнозинството определят нарастването като значително - с 1/3 и повече. Институциите, регистриращи спад, са едва около 2%. Най-значителен и устойчив ръст се отбелязва при галериите, а най-слаб – при музеите, които обаче регистрират значителен растеж в предишен период (2015 г.). През 2018 г. е предвидено разширяване на обхвата на изследването чрез включване на по-голям брой културни институции.

Тенденции относно потока потребители и/или посетители по вид институции през 2016 г. (%)



Източник: Изследване сред представители на културни институции

Трансгранични и съвместни продукции и обмени

През 2017 г. са проведени общо 19 събития с трансгранично измерение, включително:

- проведени фестивали с гостуващи международни артисти (4);
- проведени срещи/дискусии и дни на отворените врати, организирани съвместно с чуждестранни организации и културни институти в България по актуални теми за ЕСК (6);
- осъществени изнесени представления и участия в чужбина (3);
- проведени международни обучения/уъркшопи/семинари (3);
- включване на Пловдив 2019 в глобални международни инициативи (1);
- участие международен доброволчески и младежки обмен (1);
- издателска дейност (1).

2. Образ и идентичност

Пловдив като важен европейски културен център

Пловдив като дестинация за културен туризъм

Като втори по големина град в страната Пловдив е много популярен сред националната общественост и културните елементи присъстват много категорично в неговия имидж:

- 90% от респондентите в националното представително проучване имат конкретни асоциации за града (асоциации на отворен въпрос);
- 47% свързват Пловдив с категорично културни елементи (асоциации на отворен въпрос);
- 68,5% могат да назоват конкретна културна забележителност или събитие в града, с които го свързват;
- 40% са напълно съгласни, че Пловдив е културната столица на България;
- 74% напълно споделят твърдението, че всеки българин трябва да посети Пловдив поне веднъж в живота си и 69%, че всеки чужденец, посетил България, трябва да посети Пловдив.

Положителна тенденция се наблюдава по отношение на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм сред българската общественост. Нараства делът на посетителите, които декларират като основен повод за визита в града посещението на културни събития или обекти – от 10,7% през 2015 г. до 15,1% през 2016 г. и 19,5% през 2017 г. Понататъшното развитие на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм може да се измерва именно чрез увеличаването на дела посетители, чиято основна цел е посещение на културни събития/обекти/културен туризъм, а не просто съпътстваща дейност при посещение на града по друг повод, т.е. наблюдение развитието на тази специфична целева група в рамките на общия поток посетители в града, който е значителен.

Усещане за идентичност на жителите на град Пловдив

Чувство на гордост с Пловдив и чувство за принадлежност към Европа сред гражданите на града

Мониторингът потвърждава хипотезата за много висока степен на идентифициране на пловдивчани с техния град и респективно силно развито чувство за гордост с него.

- 86% се чувстват силно свързани с града си и не биха желали да го напуснат;
- 92% заявяват, че се гордеят с Пловдив и изтъкват конкретна причина за това, като за около 40% тя е свързана с историята и културата на града;
- Изборът на Пловдив за Европейска столица на културата за 2019 г. поражда очакване за световно признание и прослава на града сред почти половината (46%) от неговите жители и е допълнителен повод за гордост за още 18%;
- Над 1/3 от гражданите на Пловдив (34,9%) се определят като граждани на Европа в „много висока“ и „висока“ степен, като много сходен е делът на посочилите, че чувството им за принадлежност към Европа се е засилило в последните години в контекста на кампанията за избор на Европейска столица на културата.

При проследяване на динамиката на тези изходни стойности е логично да се проследи развитието на дела на културните елементи като повод за гордост и задържането на ниските нива на нагласите за напускане на града.

Национална информираност и възприятие на ЕСК

Разпознаване на ЕСК, интерес и вероятност за посещение

До 2017 г. са достигнати относително високи нива на информираност/разпознаване:

- 61,1% от анкетиранияте в националното представително проучване посочват, че са чували за инициативата Европейска столица на културата;
- 56,6% знаят, че гр. Пловдив е избран за Европейска столица на културата за 2019 г.;
- 90% от жителите на самия гр. Пловдив знаят, че Пловдив е ЕСК за 2019 г.

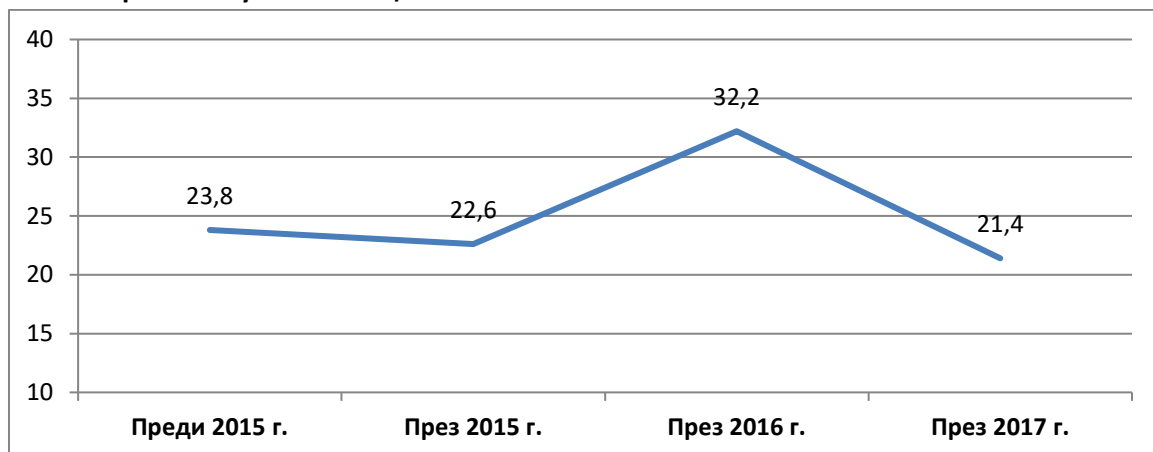
За почти половината (45%) от националната общественост фактът, че Пловдив е Европейска столица на културата през 2019 г., оказва влияние върху желанието да го посетят. Сериозен дял (37,8%) от анкетиранияте в националното представително изследване посочват, че имат интерес към посещение на събитие от програмата на Пловдив – ЕСК 2019 и още около 27% се колебаят, тъй като все още не знаят какви събития предстоят, като двете съвкупности формират групата на потенциалните посетители. За обществеността обаче на този етап няма голяма яснота кои конкретни събития са част от Пловдив – ЕСК 2019 и какво точно ще включва програмата, което е предстояща задача както за утвърждаване на имиджа на града като културна дестинация, така и за привличане на повече посетители.

Източници на информация за Пловдив ЕСК 2019

Сред източниците, откъдето обществеността в страната е научила нещо по темата, в разглеждания период силно доминират националните телевизии, които се очертават като най-успешния канал за разпространение на информация по темата. Сред другите канали – източник на информация за по над 20% от анкетиранията лица в националното представително изследване, са билбордовете и плакатите. Важно е да се отбележи, че над 1/3 от анкетиранията са получили информация за Пловдив ЕСК 2019 от приятели и познати, от което можем да съдим, че темата се е превърнала в част от неформалното ежедневие и тема за разговор за значителен дял от населението.

Националната общественост е била информирана за инициативата основно във връзка с кампанията и след избирането на гр. Пловдив – 1/4 от тези, които знаят за инициативата, са научили за нея преди 2015 г. (22,6%), което съвпада по време с провеждането на кампанията за избор на български град, обявяване решението на журито и одобряването на победителя. Логично, развитието на кампанията води до най-голям брой информирани за инициативата през 2016 г. (32,2%). С това се достига и пикът, след който делът на информиранията закономерно започва да спада, тъй като вече е постигната относително висока степен на информираност.

Кога за пръв път чухте за инициативата?



Източник: Национално представително изследване

3. Социални въздействия

Социална и културна интеграция на маргинализирани групи

Повишено ниво на толерантност

Представителното количествено изследване сред жителите на град Пловдив акцентира върху три основни групи, дефинирани в редица документи като уязвими групи, а именно: лица с физически увреждания, лица с интелектуални затруднения и ромския етнос. За постигане на необходимата пълнота изследването установява и отношението към представители на още 5 етноса (български, арменски, турски, гръцки, еврейски), които са част от традиционно пъстрата етническа мозайка на града. За измерване на толерантността е използвана скала на Богардус,

която е адаптирана към съдържателната проблематика на инициативата ЕСК. Изследването потвърждава маргинализираната позиция на ромския етнос като цяло, но също така показва, че почти 1/4 от най-големия етнос (българите) приемат ромите за свои съседи, а 1/6 и за приятели; 1/4 биха посетили културно събитие в ромски квартал. Въздействието на инициативата ЕСК за промяна на фундаментални личностни нагласи за толкова кратък период очаквано е опосредствано и ограничено, и в този смисъл като повишаване на толерантността може да се разглежда не само повишаването на дяловете на приемащите различните от тях, но и повишаването на дяловете на колебаещите се, респективно намаляване на дяловете на отрицателните отговори.

Информираност и участие в ЕСК на ромската общност

Ромската общност, населяваща компактно кв. Столипиново, представлява специален фокус в цялостната концепция на инициативата ЕСК. За целта е проведено отделно изследване, което е изключително важно, тъй като осигурява конкретни данни и информация, за които няма други източници, и очертава базова линия и проследяване на промените чрез няколко основни индикатора.

Значителен дял – 45% от анкетиранията лица в ромските домакинства, декларират, че знаят за обявяването на гр. Пловдив за Европейска столица на културата, като този дял за населението на Пловдив е 90%. Източниците, от които са научили, са много слабо диверсифицирани и се свеждат до два основни – приятели и познати (33%) и национална телевизия (17%), като всички други са посочени от под 8%. Отговорите на въпроса „Какво означава този факт за вас?“ идентифицират значителна група от почти 1/3, която демонстрира значително дистанциране и скептицизъм към инициативата, което прави работата с тази група трудна.

Какво означава за Вас избирането на Пловдив за Европейска столица на културата?



Източник: изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

Около 12% от респондентите декларират някакъв принципен интерес в областта на културата и изкуството, основно свързан с музика, кино, танци и театър, като в същото време този дял сред националната общественост и населението на Пловдив е 80%. Около 2% от членовете на анкетираните домакинства посещават относително редовно културни събития най-вече в града; почти няма практика да се посещават културни събития в квартала или пък извън Пловдив. През 2017 г. 4% от членовете на домакинствата са посетили някакво културно събитие (този дял за населението на Пловдив е 54%) – основно са ходили на кино (72% от посетилите), концерт (14%), театър (13%) и улични изпълнения (3%). Също така само 13% от домакинствата отделят месечно пари за култура, средно по 20 лв. За сравнение този дял при населението на Пловдив е 52%, а сумата е сходна - 24 лв.

Нива на неграмотност и отпадане от училище

Изследването показва, че в 21% от домакинствата има неграмотно лице, средно по 1 човек (MEAN = 1,22), което прави 8% дял от пълнолетните членове на домакинствата.

В 60% от домакинствата има деца в училищна възраст, като 60% от тях са на възраст 7-14 години. От тези деца 9,7% никога не са ходили на училище и още 11,8% са отпаднали през последните години, което общо прави около 22% деца извън училище. Прави впечатление, че обратно на възрастовата структура на децата, 64% от отпадналите са на възраст над 14 години, което показва, че по-често ромските деца отпадат в по-висока училищна възраст, като логиката на дезинтересиране от учене в по-висока училищна възраст е свързана както с икономически така и с културно битови характеристики на тази етническа група.

Ако имате деца в училищна възраст, които не ходят на училище, какви са причините за това



Източник: изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

От друга страна, делът на никога неходилите на училище, макар и с малко, е по-висок сред 7-14 годишните (10% срещу 8% при 15-18 годишните), което навежда на хипотезата, че през последните години по-често се случва децата изобщо да не тръгват на училище.

Като референтни данни може да посочим данните от преброяването на населението през 2011 г., където неграмотните лица общо за страната са 1,7% и са налице значителни разлики относно

неграмотните лица при трите основни етнически групи. При самоопределилите се като българи делът е 0,5%; при турската етническа група – 4,7%, а при ромската – 11,8%. Също така децата, които трябва да бъдат в образователната система, но не учат, към 1.02.2011 г. при ромския етнос са 23,2%, при турската етническа група – 11,9%, а при българската – 5,6%.

Качество на живот

Емигранти, които биха обмислили да се върнат в Пловдив

Напускането на градовете и на страната като цяло от млади хора е сериозен проблем за България. Проведените в рамките на мониторинга на Пловдив ЕСК 2019 проучвания показват, че в 18% от пловдивските домакинства има лице, което е напуснало града през последните 15-20 години. 90% от анкетираните в тези домакинства считат, че напусналите лица не биха се върнали в Пловдив. Най-често посочваната причина (69,5%) за това е, че този член на домакинството вече се е установил, има дом/къща и семейство. Други посочвани причини включват по-добър живот на новото място, повече пари, работа, възможности за реализация. В значителна част случаите става въпрос за лица, които са се установили в чужбина (а не на друго място в България). В този контекст се счита, че въздействието на ЕСК върху този индикатор е твърде ограничено и е препоръчително той да отпадне.

Индекс за качеството на живот и щастието

Щастието се разглежда като чувство и състояние на пълно задоволство и удовлетворение от живота, което е възприетата дефиниция от Тълковния речник. За измерването доколко удовлетворени, респективно щастливи, са гражданите на Пловдив, е използвана комплексна скала от пет позиции, наречена скала за оценка на удовлетвореността от живота. Скалата е разработена от проф. Едуард Ф. “Ед” Дийнър, професор по психология в университета на Юта и университета на Вирджиния, както и старши научен сътрудник за Gallup Organization, известен като Доктор Щастие, и негови колеги. Използва се успешно от над 30 години и измерва цялостна удовлетвореност, а не моментни настроения, което я прави надеждна и респективно често прилагана.

Всяко лице използва седем степени, за да посочи до каква степен е съгласно с пет твърдения, като възможният общ резултат е от 5 до 35. В зависимост от резултата, авторът е обособил 6 групи, според нивото на удовлетвореност или щастие.

Група	Общ резултат
Изключително щастлив	32-35
Много щастлив	28-31
Щастлив	23-27
Не чак толкова щастлив	18-22
Нещастен	13-17
Депресиран	12 и по-малко

Според получените резултати населението на гр. Пловдив като цяло попада в групата на щастливите. Съобразно скалата е направена и детайлна сегментация на жителите на града и е определен делът на всяка от шестте групи. С цел проследяване на динамиката и осигуряване на надеждност е направена и ретроспективна оценка за нивото на удовлетвореност и щастие за

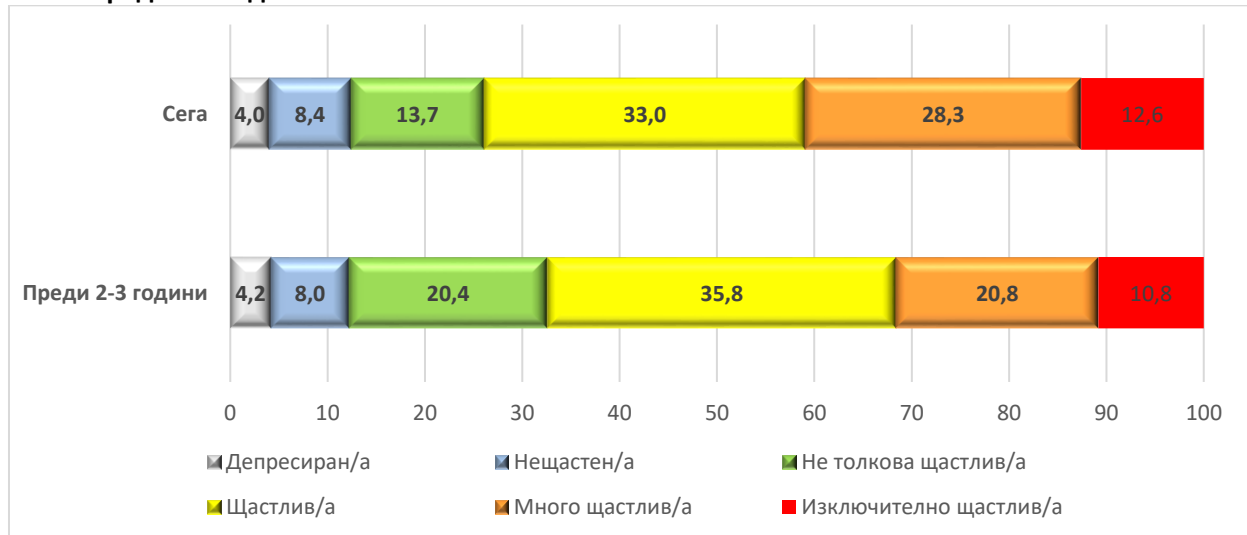
времето преди 2-3 години. Резултатите показват наличие на устойчиви групи „щастливи“, както и позитивна тенденция на леко нарастване на „много щастливите“.

Резултати общо за пълнолетното население на град Пловдив:

До каква степен сте съгласен/а: от 1 (напълно несъгласен) до 7 (напълно съгласен)	Средна стойност (mean)
В повечето си аспекти животът ми е близък до моя идеал	4,91
Удовлетворен съм от живота си	5,17
условията в моя живот са отлични	5,04
Засега имам важните неща, които искам от живота	5,29
Ако мога да живея живота си отново, не бих променил почти нищо	4,82
Общ резултат: „Щастливи“	25,23

Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Сегментиране на жителите на Пловдив по ниво на удовлетвореността от живота и щастие – сега и преди 2-3 години



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Вторият важен акцент в изследването е идентифицирането на тематични дефицити, включително такива, свързани с инициативата ЕСК – като потребление на културни продукти и културно участие, управление на града – тъй като те очертават и сфера на бъдещи действия. Анкетиранията са дали оценка за степента на важност за тях и степента им на удовлетвореност относно 20 сфери на живота, като разликата между измерените нива на удовлетвореност и нива на важност идентифицира: 1) области на дефицит (отрицателни стойности); 2) области, в които имат повече, отколкото им трябва (положителни стойности) и 3) области, в които има баланс или са много близко до баланс, т.е. имат толкова, колкото им трябва (стойност 0 или около 0). Направеният анализ както общо за всички анкетираните, така и за всяка от шестте групи по удовлетвореност и щастие насочва към следните изводи:

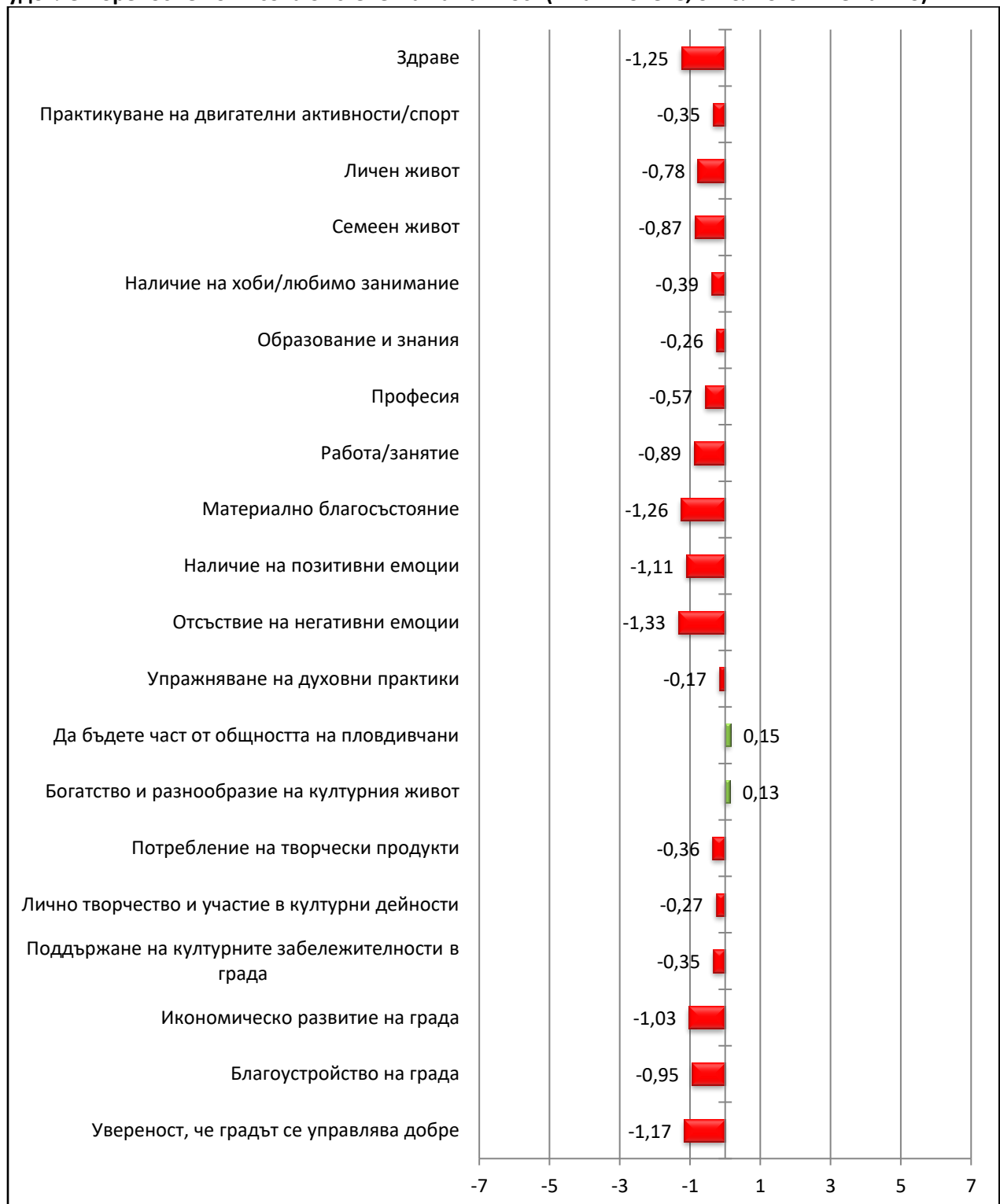
- ✓ Дефицити се наблюдават при всички групи и практически по всички изследвани сфери, но логично, колкото по-щастлив е човек, толкова по-слабо изразени са те.

- ✓ При най-ниско щастливите групи – „депресиран“ и „нешастен“, най-високите дефицити са в областта на личния и семейния живот, материалното благополучие, наличието на позитивни и отсъствието на негативни емоции, работата и здравето.
- ✓ При тези групи в областта на културата като цяло (разнообразието на културния живот, участието в културни дейности, опазване на културните забележителности в града), също духовните практики и образованието, се наблюдават положителни стойности, т.е. имат повече отколкото им трябва, тъй като тяхната важност за лицата е ниска и те са повече от удовлетворени с това, което имат. В дългосрочен план следва да се работи за промяна на това отношение, формиране на потребности и съответно повишаване на важността на тези сфери за личността, което би променило и практиките, съответно увеличило и позитивните емоции и удовлетвореността от живота.
- ✓ Материалното благосъстояние определено е от значение, то е производно и от работата и професията, съответно удовлетвореността от тях. Това се потвърждава и от данните за доходите (както месечен доход на домакинството, така и разполагаема сума за харчене за себе си на ден) сред различните групи – той устойчиво нараства при по-щастливите и става почти двойно по-висок при групата на „изключително щастливите“ в сравнение с „депресираните“.
- ✓ По-високо щастливите хора са постигнали или са много близко до баланса в редица сфери – например двигателни активности/спорт, здраве, личен живот, практикуване на хоби, образование, професия, културата като цяло. При тях основните дефицити са свързани с доброто управление на града, където очевидно има очаквания и възможност за действия.

Специфичната за жителите на Пловдив силна идентификация с родния им град, намираща израз в голямата гордост и желание да останат да живеят там, намира косвено потвърждение и в това изследване – делът на щастливите, много щастливите и изключително щастливите е значително по-висок сред родените в града, спрямо родените на друго място настоящи жители на Пловдив. Резултатите също така позволяват хипотезата, че по-високото образование допринася или е предпоставка за изкачването по стълбицата на щастието, доколкото влияе върху доходи, работа, ценностна система, т.н. Обратно на това, повишаването на възрастта е по-скоро повод за слизване към по-ниски нива на щастие. Също така, противно на клишето, че ромите са бедни, безотговорни и щастливи, данните показват, че делът на депресираните и нещастните сред тях е много по-висок, а делът на много щастливите и изключително щастливите по-нисък в сравнение с българската общност. Този аспект би могло да се проучи по-надеждно при следващото проучване на ромската общност в кв. Столипиново.

По отношение на културата, в крайна сметка можем да кажем, че тя се превръща в доза щастие когато стане важен, ценен елемент за отделния човек, което е основната мотивация за действия в посока потребление на творчески продукти, участие в културни дейности и съответно постигане на удовлетвореност от живота, получавайки повече позитивни емоции, общуване с други хора, по-разнообразни начини на прекарване на свободното време и др. В този смисъл основната задача на ЕСК е да използва този действащ механизъм за формиране на културни потребности и повишаване на тяхната значимост за отделния човек, създавайки основа за постигане на щастие.

Разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

4. Икономически растеж

Ръст в туризма

Увеличение на националните и чуждестранните туристи в Пловдив

Данните от проучванията показват, че около 30% от пълнолетното население на страната годишно посещава Пловдив по различни поводи, но в повечето случаи престоят в града има и туристически елемент. Заложеният ръст на увеличение изглежда реалистичен, но все още не се е случил.

Дял на лица от страната, посетили Пловдив през съответната година



Източник: Национално представително изследване

Относно чуждестранните посетители в гр. Пловдив като най-надежден източник е използвана информация от НСИ, която включва пренощуващите лица само в места за настаняване с над 10 легла, което означава, че реално броят на чуждестранните посетители е подценен. Данните показват покачване и реалистично достигане на заложеното увеличение от 30%.

Пренощували лица в места за настаняване с над 10 легла в гр. Пловдив - чужди граждани

Година	Пренощували лица – чужди граждани
2015	95 284
2016	102 525
2017	115 458
2020 – целева стойност	123 869

Източник: НСИ

Увеличение на нощувките

Данните за реализираните нощувки показват, че заложеното годишно нарастване от 6% на броя на нощувките е постигнато (ръст с 12% за 2016 спрямо 2015 г. и 7% за 2017 спрямо 2016 г.)

Реализирани нощувки в места за настаняване с над 10 легла в гр. Пловдив

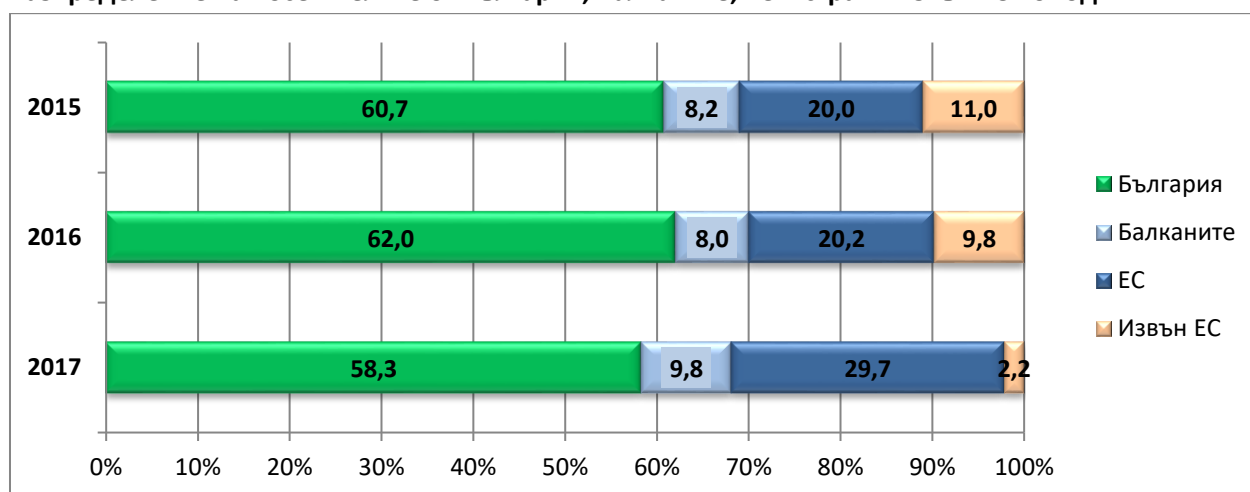
Година	Реализирани нощувки
2015	432 110
2016	483 762
2017	516 776

Източник: НСИ

Разпределение на посетителите по място на произход

Сред чуждестранните посетители най-голям и с тенденция за нарастване е делът на посетителите от страни от ЕС.

Разпределение на посетителите от България, Балканите, ЕС и страни извън ЕС по години



Източник: НСИ

Увеличение на регионалния туризъм

По отношение на регионалния туризъм по данни на НСИ броят на нощувките и на посетителите с нощувка в района е нараснал спрямо 2015 г. с пик през 2016 г. Препоръчително е мониторингът да продължи, отдавайки значение на посещенията на предвидените в програмата на Пловдив ЕСК 2019 бъдещи регионални събития.

Реализирани нощувки и пренощували лица в места за настаняване в Южен централен район без гр. Пловдив

Година	Реализирани нощувки в места за настаняване с над 10 легла	Пренощували лица в места за настаняване с над 10 легла	Продължителност на престоя в нощувки
2015	1 984 347	844 744	2,3
2016	2 199 457	942 544	2,3
2017	2 014 209	848 436	2,4

Източник: НСИ

Нови работни места в сектора

Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности са структурирани съгласно Класификатора на икономическите дейности, където секторът на туризма е обхванат от икономическа дейност „Хотелиерство и ресторантьорство“. В сферата на обслужването на туристи попадат и част от заетите в икономическа дейност „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“. И в двете дейности броят на заетите по данни на НСИ за 2015 и 2016 г. бележи ръст.

Брой заети лица в икономически дейности по КИД „Хотелиерство и ресторантьорство“ и „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“

Година	Брой заети лица	
	„Хотелиерство и ресторантьорство“	„Търговия...“
2015	7 646	30 646
2016	8 039	30 882

Източник: НСИ

Нови бизнес възможности и заетост

Безработица

Заложената цел за намаляване на безработицата под 10% е реалност за Пловдив в последните години, поради което се препоръчва отпадане на индикатора като цяло, доколкото в момента безработицата в Пловдив е под 5%.

Равнище на безработица сред ромската общност

В изследваните домакинства безработните лица над 16 г. представляват 27%, като една малка част от тях посещават училище и след приспадане на техния брой нивото на безработица се очертава около 24%. Близко до тези дялове е и дялът на домакинствата, които декларират доходи от обезщетения за безработица – 22%. Въпреки че данните от изследването за заетост са декларации на лицата, а не формален статус на безработни лица, може с достатъчна сигурност за се заключи, че безработицата в ромската общност е около 5 пъти по-висока в сравнение с безработицата в града като цяло.

Брой нови бизнеси в града

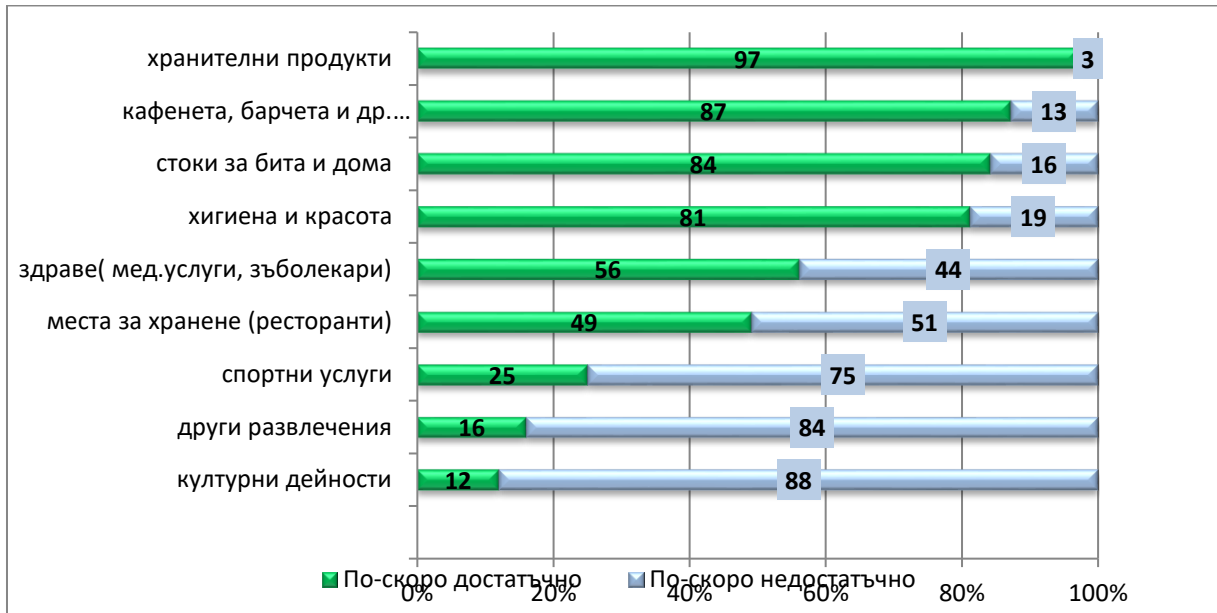
По данни на НСИ броят на регистрираните предприятия на територията на Пловдив е нараснал от 24 300 до 25 184 или 884 новорегистрирани предприятия. В допълнение може да се каже, че като цяло в района на Пловдив се наблюдава инвеститорски интерес, който обаче среща някои проблеми, като недостиг на работна ръка и др., и това представлява спънка пред икономическото развитие на града.

Удовлетвореност от броя на фирми, работещи в ромските квартали

Оценката за броя на фирмите, предоставящи различни услуги и стоки на територията на квартала, показва най-голяма удовлетвореност по отношение наличието на доставчици на

хранителни стоки, кафенета, стоки за бита и хигиената и красотата. Като по-скоро недостатъчен се очертава броят на доставчици в областта на културата, развлеченията и спорта.

Според Вас има ли достатъчно фирми в квартала, в който живеете, които предоставят на живущите там стоки и услуги, свързани с/със:



Източник: изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

Също така около 13% от ромските домакинства в Столипиново декларират, че имат доходи от собствен бизнес, като 2/3 от тях работят на територията на кв. Столипиново.

Икономическа жизненост на културния сектор

Увеличение на частното спонсорство

Посочените данни са от изследване сред представители на културни институции, представляват качествена оценка на лицата и дават възможност да се оцени делът на институциите, които отбелязват ръст на спонсорството с 5% – целевата стойност за индикатора. Данните показват, че повече от половината институции имат частни спонсори през 2017 г. и това е нарастване с 10 пункта спрямо предходната 2016 г. Развитието на частното спонсорство по вид институция показва диференциация – докато за останалите има нарастване, при театрите и музеите няма съществена промяна. И докато при театрите това може да се обясни с вече постигнато високо ниво на частно спонсорство (66%, което е най-висок от всички институции дял), то музеите по-скоро не могат да осигурят достатъчно спонсори към момента.

Ръст на заетостта в културния сектор

Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности са структурирани съгласно Класификатора на икономическите дейности, където културният сектор е обхванат в дейност „Култура, спорт и развлечения“. Броят на заетите в тази дейност е нараснал от 1569 до 1909 лица. Това представлява ръст от 22% спрямо изходната стойност.

I. Въведение

Заложената в Апликационната книга рамка за мониторинг и оценка на Пловдив - Европейска столица на културата 2019, въвежда четири зони за оценка, които покриват четирите ключови области на въздействие на инициативата:

- 1) Трансформация на културния сектор
- 2) Образ и идентичност
- 3) Социални въздействия
- 4) Икономически растеж

Настоящият доклад представя резултати от проведените проучвания в периода 2015-2017 г. по посочените теми, включително състояние на регистрираната изходна ситуация, установени базови стойности, настъпилата динамика в периода 2015-2017 г. по предвидените за проследяване индикатори. Извършен е преглед и прецизиране на индикатори и целеви стойности.

Използвана е следната методология и източници на информация:

- национално представително изследване на пълнолетното население в България (обем на извадката 800 души, интервю по метода „лице в лице“);
- представително изследване на пълнолетното население на гр. Пловдив (обем на извадката 450 души, интервю по метода „лице в лице“);
- анкетно проучване сред публиката на културни събития по метода на отзовалите се (анкетирани 456 лица, посетители на 5 събития в различни сфери на културата);
- количествено изследване сред ромски домакинства в Столипиново (300) и анкетиране на главата на домакинството по метода „лице в лице“). Подборът по домакинства позволява получаване на косвена информация за целия състав на домакинството, в случая 1454 лица;
- представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието (обем на извадката 450 души, интервю по метода „лице в лице“). Осигурява количествена информация, свързана с въздействието на ЕСК върху качеството на живот в града и най-широките социални въздействия на инициативата ЕСК;
- кабинетно проучване и обобщение на информацията от отчетите на ОФ Пловдив 2019 относно проведените събития от програмата и осъществената международна дейност за периода;
- кабинетно проучване относно посещаемостта на гр. Пловдив - данни от НСИ за посетители в града и района, нощувки, развитие на отраслите в града, включително заетите в тях, и др.;
- проучване сред читалища и културни институции - интервюта с представители на културни институции от гр. Пловдив (50 броя).

В таблицата в последния раздел е представен преглед на индикаторите от рамката за мониторинг в апликационната книга и техните цели/целеви стойности, както и предложения за ревизия.

II. Описание на актуалната ситуация – базова линия по индикатори

1. Трансформация на културния сектор

1.1. Достъп до култура и участие

Индикатор 2: 50% от жителите на Пловдив, 30% от регионалните да посетят ЕСК събития през 2019 г.

Целевите стойности на този индикатор при екстраполиране към пълнолетното население означават около 142 000 души от гр. Пловдив (50%) и около 342 000 души от региона (30%) да посетят ЕСК събития през 2019 г.

Като жители на региона се разглеждат жители от областите на Южен централен район за планиране – областите Кърджали, Пазарджик, Смолян, Хасково и Пловдив без гр. Пловдив (анализът е на база 127 лица от ЮЦР в националното представително изследване).

Този индикатор се измерва само през 2019 г., но в рамките на проведените проучвания са установени нива на посещаемост на културни събития за периода 2015-2017 г., като тези дялове включват посетители на всякакъв вид културни събития, вкл. посещения на кино. Посочените по-долу нива служат за отправна точка и ориентир за оценка на възможностите за постигане на целите. Данните показват, че в подготвителния период 2015-2017 г. посещаемостта достига целевите стойности – в този смисъл заложените цели по индикатора са реалистични и може да се очаква, че през 2019 г. могат да бъдат постигнати дори по-високи нива, с оглед по-наситената програма и продължаващите активни комуникационни дейности.

- ✓ 50,1% от жителите на гр. Пловдив средногодишно за периода 2015-2017 г. са посетили поне едно културно събитие в града.
- ✓ 31,8% от жителите на региона средногодишно за периода 2015-2017 г. са посетили поне едно културно събитие в гр. Пловдив.

Този индикатор е логически свързан също така и с Индикатор 3 и заложените стойности са съвместими (20% ръст в културното участие означава посещение на културно събитие от малко над 50% от пълнолетното население на гр. Пловдив).

Допълнителна информация

Дялове на посетилите гр. Пловдив с каквато и да било цел поне веднъж през 2015, 2016 и 2017 г. – население на региона и население на страната

Година	Население от региона	Население от страната
2015 г.	59,9	28,0
2016 г.	60,6	31,4
2017 г.	63,0	26,5
	Средно около 684 732*	

*Средногодишно 60% от 1 141 220 (пълнолетно население на региона)

70% от посещаващите Пловдив жители на региона са го посещавали повече от веднъж за годината (чести посетители).

Индикатор 3: 20% растеж в културното участие между 2015 - 2021

Културното участие се разглежда на две нива:

- 1) общ интерес към някаква област, свързана с култура и изкуство (свободно посочена сфера на интерес в отворен въпрос) и осъзната ангажираност с култура и изкуство (самооценка на ангажираността и бюджет за култура)
- 2) конкретни действия/поведение в рамките на съответната година – посещаемост на културни събития в гр. Пловдив.

1) Общ интерес и осъзната ангажираност с култура и изкуство

Най-широка е съвкупността на проявяващите най-общ интерес към някаква област на културата или вид изкуство – около 80% от пълнолетното население на страната и града посочва на въпрос без предварително зададени отговори поне една област на културата или вид изкуство, към което има интерес.

Съвкупността на лицата с ясно осъзната ангажираност с култура и изкуство обаче е 49% от пълнолетното население на гр. Пловдив, като тази съвкупност се свива до 14% при най-активната форма на ангажираност от посочените – посещение на културно събитие в друго населено място. Логично, близък е делът на анкетираните пловдивчани (малко над 50%), които посочват, че отделят средства за посещение на културни събития и закупуване на творчески продукти (средно на месец по 24 лв.), докато останалите 48% заявяват, че в момента не могат да отделят средства за такива дейности.

Разликата между най-общия принципен интерес и осъзната ангажираност с култура и изкуство установява условните граници на възможно въздействие за мобилизация и нарастване на културното участие по време на подготовката и провеждането на инициативата през 2019 г.

Бихте ли казали за себе си, че сте човек, който:



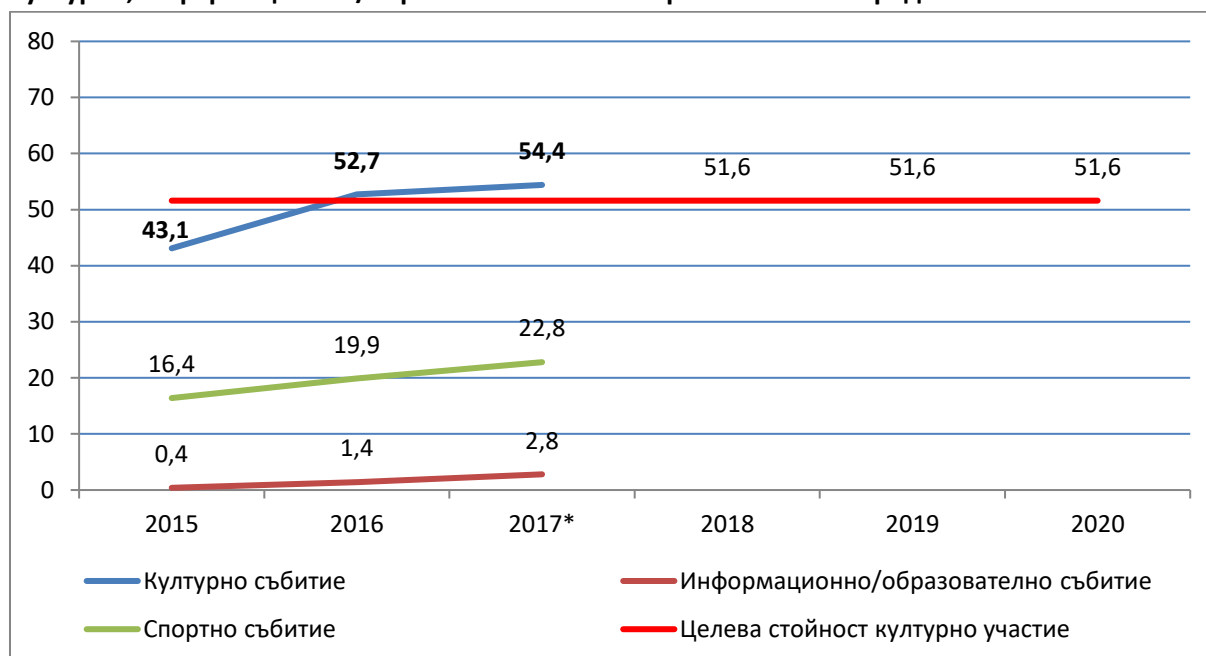
Източник: Представително изследване сред населението на гр. Пловдив

2) Посещаемост на културни събития в гр. Пловдив

Конкретните измерени стойности за индикатора могат да се отнесат за две съвкупности и са показани в графиките по-долу:

- 1) **население на гр. Пловдив** - при базова стойност от 43% посетили културно събитие през 2015 г., 20% растеж в културното участие дефинира крайната целева стойност - 51,6% за 2021 г. В този смисъл динамиката на този индикатор показва, че за 2016 г. той е постигнат и е напълно реалистично тенденцията да се задържи и дори повиши при предстоящите по-активни събития.

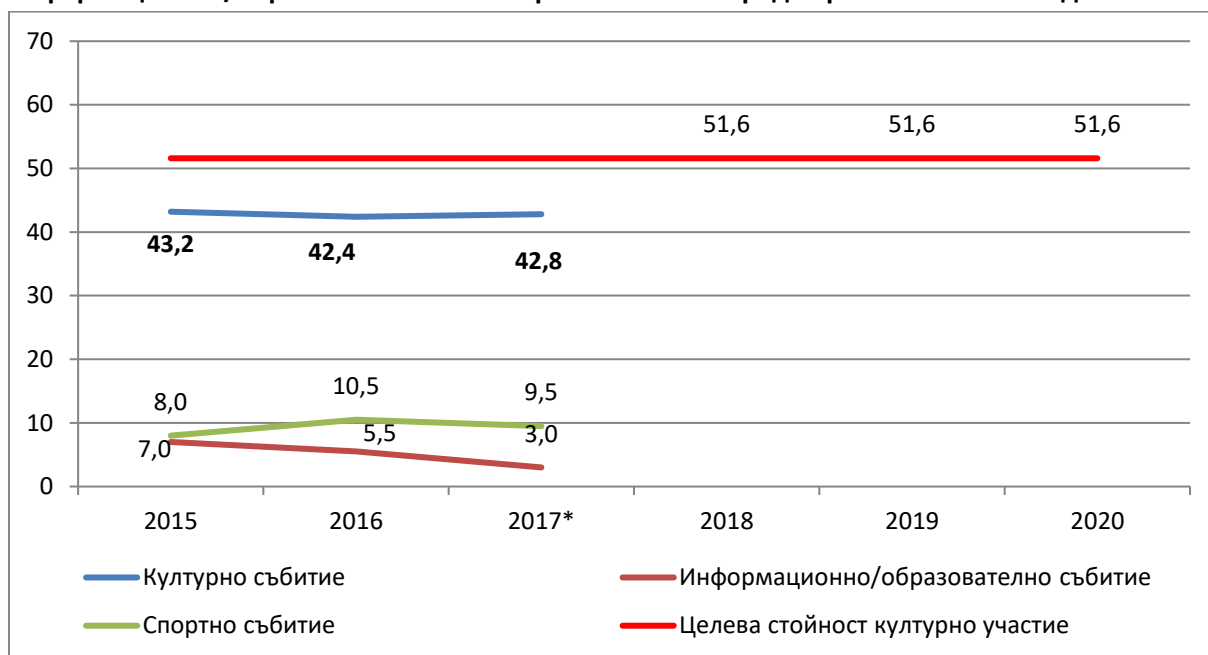
Дялове от пълнолетното население на гр. Пловдив, посочили, че са посетили поне едно културно, информационно/образователно или спортно събитие в града



Източник: Представително изследване сред населението на гр. Пловдив

- 1) **посетители на гр. Пловдив** – базовата стойност – 43% посетили културно събитие през 2015 г., е същата като при „вътрешните“ посетители, но тенденцията тук е тя да се запазва и не се отчита растеж. В този смисъл, ако индикаторът се приложи към тази съвкупност, то постигането на крайната целева стойност - 51,6% за 2021 г., е предстояща задача.

Дял от посетителите на гр. Пловдив от страната, които са посетили поне едно културно, информационно/образователно или спортно събитие в града през съответната година

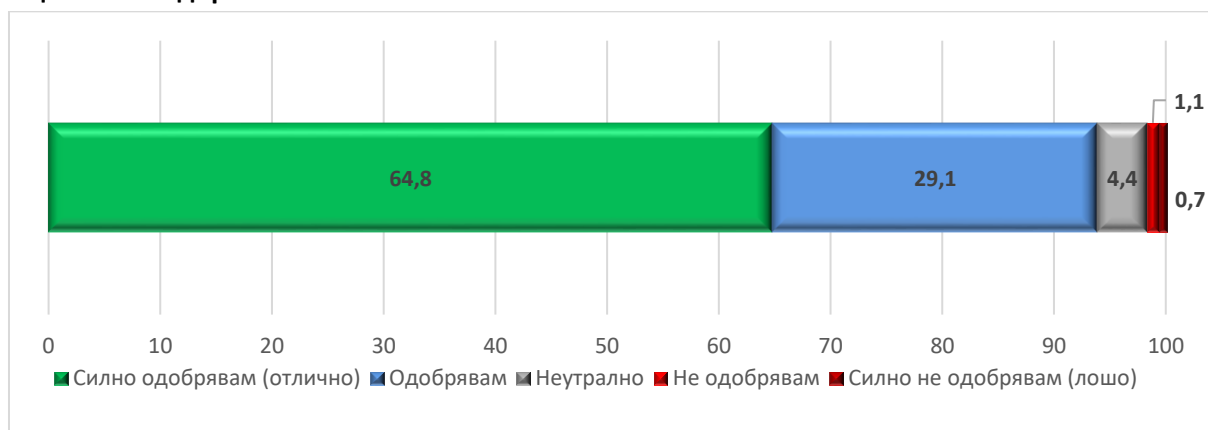


Източник: Национално представително изследване

Индикатор 4: Удовлетвореност на публиката от културното съдържание

Удовлетвореността на публиката е измерена посредством проведеното анкетно проучване сред посетители на различни по характер културни събития, по петстепенна скала, съгласно заложеното в мониторинговата рамка. Данните показват, че е налице висока степен на удовлетвореност на публиката – почти 2/3 от анкетираните поставят отлична оценка („силно одобрявам“) и още 29% - много добра („одобрявам“). Следва да се отбележи, че анкетираните лица съставляват предимно публика с опит – 75% посочват, че са посещавали подобни събития и преди, и 60% – че са посещавали събития на същите организатори - т.е. притежават необходимата „квалификация“ и база за сравнение за реалистична оценка за съдържанието.

Оценка на съдържанието на събитието



Източник: анкетно проучване сред публиката на събития

Индикатор 5: Обратна информация относно организирането на събития

Обратна информация е осигурена чрез проведеното анкетно проучване по метода на отзовалите се сред посетителите на различни културни събития, като част от тази информация са и представените данни по Индикатор 4. Анкетирани са посетители на културни събития с различна насоченост (класическа опера, модерно изкуство, рок музика, улично изкуство), което осигурява обхващането на различни видове аудитория.

Подробен демографски профил на посетителите на културни събития е представен в Индикатор 7 „Демография на участниците в събития и увеличен достъп до нови публики“ на база на съвкупностите, набрани чрез проведените представителни проучвания на населението в страната и в гр. Пловдив. В същото време представените тук основни социално-демографски характеристики на анкетирани на място посетители са един от важните аспекти на получената обратна връзка. Те в значителна степен кореспондират с по-широкия демографски профил и верифицират получената обратна връзка за организирането на събития, както и допълват информацията относно степента на включване на специфични групи и публики.

Прегледът на социално-демографските характеристики на анкетирани участници в събития показва следните особености:

- преобладават жените (67%), което кореспондира и с профила на посетители на културни събития, установен в представителното изследване на населението от гр. Пловдив, където съотношението е 60% жени към 40% мъже. Така от различни източници се потвърждава хипотезата, че публиката на културни събития към момента е малко повече (около 60%) женска;
- около 1/5 от анкетирани са на възраст 12-17 г., респективно ученици, което показва едно относително добро обхващане и на по-млада аудитория;
- По-слабо представени са възрастните лица над 60-годишна възраст, съответно пенсионерите, които представляват една от уязвимите групи в българското общество от гледна точка на доходи. В този смисъл и за по-добро обхващане на тази група, която е значителна част от обществото, програмата на Пловдив ЕСК 2019 би трябвало да включва както събития със свободен вход (делът на събития със свободен вход е и един от индикаторите в мониторинговата рамка), така и с подходяща насоченост – един от коментарите на анкетирани лица е в смисъл, че се наблюдава много силен акцент в сферата на модерното изкуство, докато класическото остава относително по-подценено.
- Закономерно най-голям дял от посетителите на събития в Пловдив са от Пловдив (почти 2/3), но значителна група са софиянци (23,7% или близо 1/4), което косвено потвърждава добрия имидж на Пловдив като дестинация за културен туризъм. Участниците от Южен централен район са представени по-слабо (4,2%), което обаче може да се дължи на ефект от методиката на подбор, с оглед факта, че националното представително изследване регистрира по-високи нива на посетители от региона на културни събития в Пловдив. Проследяването във времето на този показател ще осигури информация за тенденциите в привличането на публика от региона.

- Събитията са привлекли и чуждестранна публика – посетители на Пловдив от чужбина, които са представени в анкетата (3,3%). Анкетата сред посетители на културни събития е единственият източник на информация и обратна връзка относно чуждестранната публика, която не може да бъде обхваната чрез представителни количествени изследвания и тази група подлежи на специално внимание в следващите години;
- Около 2% са и лицата – посетители на културни събития, които са се определили като представители на ромската етническа група, което кореспондира с данните от широкия социално-демографски профил в Индикатор 7.
- От гледна точка на заетост най-голяма е групата на работещите. Това е закономерно, с оглед на възрастовото разпределение от една страна и на ниските генерални нива на безработица в Пловдив. В този контекст усилията за включване на уязвими групи следва да се насочат към пенсионерите, които имат традиционно ниски доходи и представителите на ромската общност, сред които безработицата е традиционно по-висока – това са групите, които в момента са по-слабо представени сред публиките на културни събития.

Основни демографски характеристики на участниците в събития

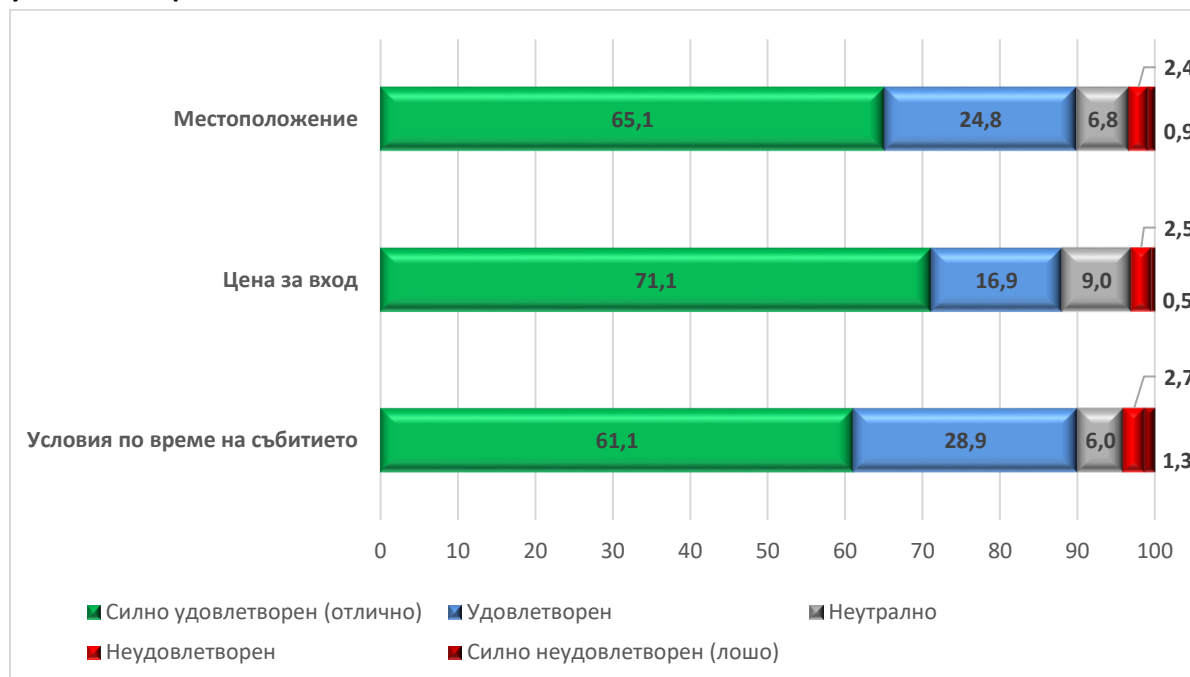
Пол	
Мъж	33,3
Жена	66,7
Възрастова група	
12-17	18,9
18-60	78,9
61 и повече	2,3
Местоживеене	
Пловдив	62,3
София	23,7
Южен централен район (без гр. Пловдив)	4,2
Други населени места в България	6,5
Чужбина	3,3
Заетост	
Ученик/студент	22,4
Работещ	46,5
Безработен	1,8
Непосочил/безработен*	24,1
Пенсионер	1,1
Етническа принадлежност	
Българска	72,8
Ромска	1,3
Арменска	0,7
Чужденец	3,9
Не посочва	21,3

*в броя на непосочилите се включват и безработни, които не са посочили изрично своя статус като такива

Източник: анкета сред посетители на културни събития

Като обратна връзка по отношение на организирането на събития данните показват, че около и над 2/3 от анкетираните посетители дават най-високата възможна оценка за три основни организационни аспекта на събитията – местоположение, цена за вход и условия по време на събитието. Най-голям дял (71,1%) са посочили силна удовлетвореност по отношение на цената за вход. От една страна това насочва към извода, че събитията не са трудно достъпни от гледна точка на цена, но от друга страна следва да се има предвид ниската представеност на по-уязвимите в това отношение групи, разгледани по-горе.

Удовлетвореност от аспекти на провеждането на събитията – местоположение, цена за вход и условия по време на събитието



Източник: анкета сред посетители на културни събития

Като основен източник на информация за събитията се очертават социалните мрежи (46,5% от анкетираните са се информирали за събитието по този начин), като това включва както официалните фейсбук страници на събитията/организаторите, така и неформалните приятелски мрежи, в които събитията се споделят и коментират. Информирането директно от страниците на организаторите/събитията вероятно има по-малка тежест, за което можем косвено да съдим от факта, че делът на посочилите, че са се информирали директно от канали на организатора, е 17%, а от канали на Фондация Пловдив 2019 – 9,6%.

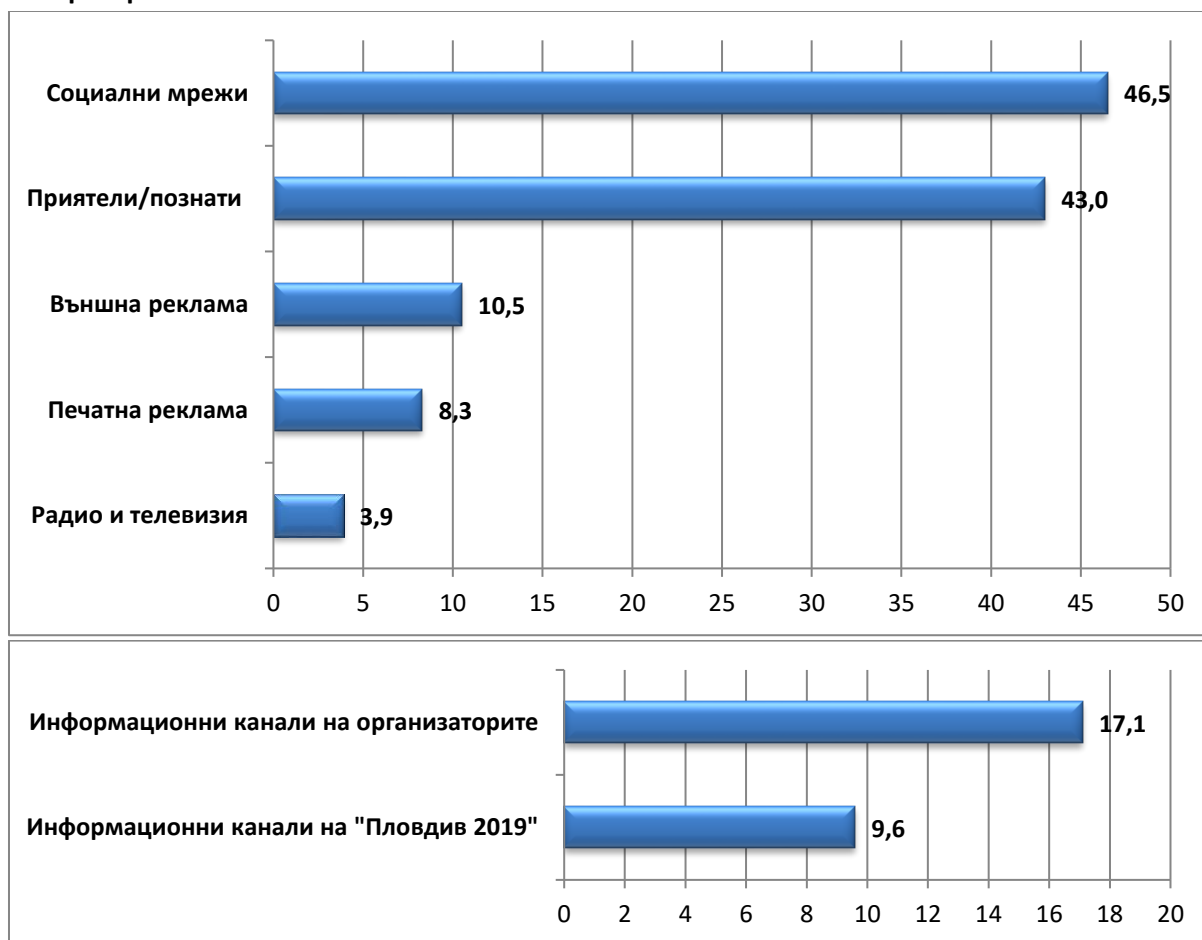
Следващ по влияние източник са приятелите и познатите (независимо от канала на достъп), което в комбинация с горното показва силното влияние на неформалната комуникация относно културни събития. Това е добра новина – културните събития са част от ежедневието и нещо, за което хората говорят; по този начин се постига и много ефикасно мултиплициране на ефекта от комуникационните дейности.

Дяловете на информиралите се за конкретните събития от източници като външна реклама (10,5%), печатна реклама (8,3%), радио и телевизия (3,9%) обаче показват, че също така е необходимо допълнително да се наблегне на класическите формални канали за информиране.

Така например от проучването сред националната общественост е видно, че телевизията е водещ източник на информацията за Пловдив ЕСК 2019 като цяло (59,5%) – респективно логично развитие в бъдеще би било по-активното използване на тези канали и за комуникиране на конкретни събития от програмата на инициативата.

Относително висок е дялът на посочилите че знаят, че събитието е част от програмата на Пловдив ЕСК 2019 - 77%. Това показва добри нива на комуникация и брандиране, като обаче категорично може да се търси повишаване на този дял в бъдеще.

Как разбрахте за събитието



Източник: анкета сред посетители на културни събития

Анкетираните в свободна форма дават препоръки в няколко насоки относно организацията и провеждането на събитията от програмата на Пловдив ЕСК 2019 в бъдеще:

Препоръки към условията на провеждане:

- По-добра организация на достъпа на хора с фестивални пасове
- По-добра организация на достъпа до фронтстейдж, за да се намали струпването на хора и блъсканицата
- Повече възможности за разхлаждане на публиката при горещо време
- Повече тоалетни

- По-добра организация на продажбата на билети, да се продават билети и на място

Препоръки към информиране и разгласа на събитията:

- Още повече разгласа и промотиране на събитията;
- По-голяма реклама във фейсбук;
- Повече целенасочена към младите хора разгласа
- По-голям достъп до подробната програма на събитията, както предварително, така и наличие/по-голям брой на разпечатани програми на място;

Препоръки към съдържанието:

- Много добра селекция на изпълнители - да се канят още повече висококласни творци; искаме да видим пак Иво Димчев;
- Да се подкрепят повече международни събития за модерно изкуство;
- В момента повечето събития са за модерно изкуство - да има и за класическо.

Други коментари и общи препоръки:

- Отделните събития по-ясно да се вписват в цялостната културна рамка на ЕСК;
- Да има повече информация какво ще остане за града след тези проекти;
- По-разнообразни събития, а не само спектакли и конференции. ЕСК не може да е само събития, трябва да има и постоянно достъпна информация за града, за културни забележителности и др.;
- Харесва ми, че толкова много музеи и сгради са включени – да се увеличи бройката по възможност;
- Прекрасно е осигуряването на жестомимичен превод – това дава достъп и за хората с увреден слух;
- Да има по-добро отношение към доброволците;
- Да има повече събития през уикендите, за да може да идват хора от София;
- Да продължат да се подкрепят културни проекти и след 2020 г.

Индикатор 6: Увеличаване на броя на събитията извън центъра на града (вкл. читалища)

Общият годишен брой събития, проведени като част от Пловдив ЕСК 2019, нараства с около 5 пъти в периода 2015-2017 г. – до 50 събития през 2017 г., която е определена като базова по настоящия индикатор. Броят на осъществените извън центъра на града събития е около 1/5 или 20%.

Очаква се тази тенденция да се запази с увеличаването на общия брой събития и тяхното разнообразие, както и с включването на все повече оператори – напр. в началото на 2018 г. стартира отворена покана за финансиране на проектни предложения по проект „Читалища“ – финансиране на проекти, инициирани от и за читалищата в Пловдив и региона, която ще подпомогне пряко инициативи на читалищата извън центъра на града.

Индикатор 7: Демография на участниците в събития и увеличен достъп до нови публики

Проведените количествени проучвания определят базовия социално-демографски профил на участниците в културни събития, който ще бъде проследен с последващите количествени проучвания през 2019 и 2020 г. и ще даде възможност да се проследи изпълнението на цели, свързани с въвличането на нови публики – например мобилизиране на хора от селата, млади хора (16-18 г.), пенсионери, хора с по-ниско образование, по-ниски доходи, хора с етническа принадлежност, различна от българската и др. Настоящият доклад представя широки социално-демографски профили на две групи посетители на културни събития – жители на гр. Пловдив („вътрешни посетители“) и посетители на Пловдив от други места в страната („външни посетители“), които показват значими различия по отношение на пол, възраст, социален статус, образование, осъзната ангажираност с култура. Проследяването на динамиката както вътре в профила на отделната група, така и в сравнителен план, ще даде възможност за поставяне на реалистични цели, адекватни на ресурсите и времето за тяхното постигане.

1) Демография на участниците в културни събития в Пловдив – жители на гр. Пловдив

	% посетители на събития (база: 289 лица, посетили поне едно културно събитие през 2015, 2016 или 2017 г.)	% посетители на събития 2019 / 2020 г.
Пол		
Мъж	40,5	
Жена	59,5	
Възрастова група		
18-30	27,3	
31-40	24,9	
41-50	15,2	
51-60	14,5	
61-84	17,0	
85 и повече	1,0	
Месторождение		
Родени в гр. Пловдив	79,5	
Родени в населено място в близост до Пловдив	10,8	
Другаде	9,7	
Образование		
Висше	39,1	
Средно	54,3	
Основно	6,2	
По-ниско	0,1	
Заетост		
Ученик/студент	6,5	
Работещ	73,7	
Неработещ	7,7	
Пенсионер	12,1	

Доход		
Среден месечен доход на домакинство	1 300 лв.	
Бюджет за култура		
В момента не мога да отделя пари за посещения на културни събития и закупуване на творчески продукти	30,6%	
Средна отделяна сума на месец за културни събития и творчески продукти	27 лв.	
Етническа принадлежност		
Българска	93,9	
Турска	2,1	
Ромска	1,7	
Друга	0,0	
Без отговор	2,4	
Използване на интернет		
Постоянен потребител	70,2	
Относително редовен потребител	14,9	
Инцидентен потребител	4,5	
Не ползва	10,4	
Активност в социални мрежи – активен/а в/ъв:		
Фейсбук	82,4	
Твитър	18,7	
Инстаграм	29,1	
Пинтерест	1,4	
Линкд Ин	1,0	
Друга	1,7	
Самооценка на ангажираността с култура и изкуство		
Интересувам се от култура и изкуство	62,3	
Следя новините за култура и изкуство и културните събития	52,2	
Посещавам сравнително често културни събития в населеното място, където живея	38,8	
Посещавам сравнително често културни събития извън населеното място, където живея	19,7	
Бих съдействал с доброволен труд за културни инициативи	38,4	
Бих дарил финансови средства за култура и изкуство	26,3	
Занятие в областта на културата и изкуството		
Работата ми е свързана с култура и изкуство	1,7	
Занимавам се любителски с култура и изкуство	5,5	
Не се занимавам с култура и изкуство	92,7	
Честота на посещение на културни събития в сравнение с предходен период		
Посещавах културни събития по-често от преди	9,7	
Посещавах културни събития колкото и преди	56,1	
Посещавах културни събития по-рядко от преди	34,3	

2) Демография на участниците в културни събития в Пловдив – посетители на гр. Пловдив от страната

	% посетители на събития (база: 158 лица, посетили поне едно културно събитие през 2015, 2016 или 2017 г.)	% посетители на събития 2019 / 2020
Пол		
Мъж	48,7	
Жена	51,3	
Тип населено място на местоживеене		
Град	82,3	
Село	17,7	
Област		
София град	22,2	
Пловдив – област (без гр. Пловдив)	10,8	
Пазарджик	8,9	
Бургас	7,6	
Кърджали	5,1	
Смолян	3,8	
Хасково	1,9	
Всички останали области	39,7	
Възрастова група		
18-30	16,5	
31-40	18,4	
41-50	21,5	
51-60	21,5	
61-84	22,2	
85 и повече	0,0	
Образование		
Висше	58,2	
Средно	38,0	
Основно	3,8	
По-ниско	0,0	
Заетост		
Ученик/студент	3,8	
Работещ	86,1	
Неработещ	0,6	
Пенсионер	9,5	
Доход		
Среден месечен доход на домакинство	1100 лв.	
Бюджет за култура		
В момента не мога да отделя пари за посещение на културни събития и закупуване на творчески продукти	15,8	
Средна отделяна сума на месец за културни събития и творчески продукти	44 лв.	
Етническа принадлежност		
Българска	93,6	

Турска	4,5	
Ромска	1,9	
Друга	0,0	
Без отговор	0,0	
Използване на интернет		
Постоянен потребител	67,3	
Относително редовен потребител	12,4	
Инцидентен потребител	11,1	
Не ползва	9,3	
Активност в социални мрежи – активен/а в/ъв:		
Фейсбук	81,6	
Твитър	28,5	
Инстаграм	10,1	
Пинтерест	1,9	
Линкд Ин	1,3	
Друга	1,9	
Самооценка на ангажираността с култура и изкуство		
Интересувам се от култура и изкуство	88,0	
Следя новините за култура и изкуство и културните събития	74,7	
Посещавам сравнително често културни събития в населеното място, където живея	78,5	
Посещавам сравнително често културни събития извън населеното място, където живея	44,3	
Бих съдействал с доброволен труд за културни инициативи	50,1	
Бих дарил финансови средства за култура и изкуство	32,3	
Занятие в областта на културата и изкуството		
Работата ми е свързана с култура и изкуство	9,5	
Занимавам се любителски с култура и изкуство	36,7	
Не се занимавам с култура и изкуство	53,8	
Честота на посещение на културни събития в сравнение с предходен период		
Посещавах културни събития по-често от преди	23,7	
Посещавах културни събития колкото и преди	58,3	
Посещавах културни събития по-рядко от преди	17,9	

Индикатор 8: Процент от културни събития с безплатен вход, позволяващи достъп на групи в неравностойно положение

В подготвителния период до 2017 г. дейността в рамките на инициативата Пловдив ЕСК 2017 акцентира върху информационни и дискуссионни формати, насочени към изграждане на капацитет и партньорства – обучителни и информационни събития. Броят на специфично културните събития от Пловдив ЕСК 2019 през 2017 г. нараства 2 пъти в сравнение с подготвителния период до 20 събития, от които половината са с фестивален характер, т.е. представляват обединена програма от няколко художествени изпълнения. От тях с възможност за безплатен и свободен достъп до културния продукт са повече от половината, включително 3 фестивала, с което на този етап се изпълнява заложената цел поне 10% от събитията да са с безплатен вход.

Индикатор 9: Увеличаване на броя на културните събития в квартал „Столипиново“

Като резултат от проведените подготвителни дейности в предходния период, през 2017 г. територията на квартала е включена в 2 проекта, насочени към промотиране на изкуството и културата сред деца и младежи в неравностойно положение и насърчаване на по-доброто образование и здраве, в рамките на които на територията на Столипиново са проведени 9 събития (7 творчески ателиета, изложба и обучителен семинар). В Столипиново е проведен и Фестивал на светлината Лумикс. Целевата стойност за този индикатор е увеличаване на броя на събитията с 30% спрямо проведените през 2017 г. 10 събития.

1.2. Културна жизненост

Индикатор 10: Брой европейски трансгранични съвместни продукции, гостуващи международни артисти, изнесени и внесени продукции

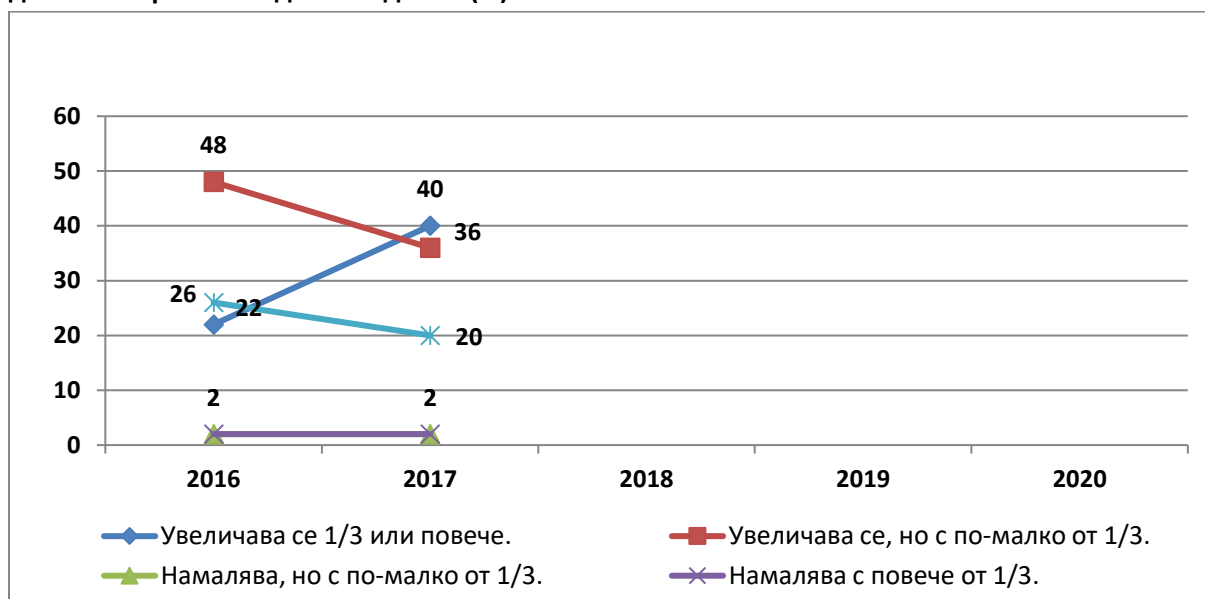
През 2017 г. са проведени общо 19 събития с трансгранично измерение, включително:

- проведени фестивали с гостуващи международни артисти (4);
- проведени срещи/дискусии и дни на отворените врати, организирани съвместно с чуждестранни организации и културни институти в България по актуални теми за ЕСК (6);
- осъществени изнесени представяния и участия в чужбина (3);
- проведени международни обучения/уъркшопи/семинари (3);
- включване на Пловдив 2019 в глобални международни инициативи (1);
- участие международен доброволчески и младежки обмен (1);
- издателска дейност (1).

Индикатор 15: Увеличение на посещения на музеи, галерии, театри, концертни зали

Посочените тук данни са от изследване сред представители на културни институции и представляват качествена оценка от страна на анкетираните. Тази оценка показва положителна тенденция на повишаване на потребителския поток към различните културни институции („увеличава се с 1/3 и повече“ и „увеличава се, но с по-малко от 1/3“), при това нарастването е основно с 1/3 и повече. В допълнение, институциите, регистриращи спад, остават около 2% през периода.

Какви са тенденциите относно потока от посетители или потребители на предоставяните от Вас дейности през последните години? (%)



Източник: Изследване сред представители на културни институции

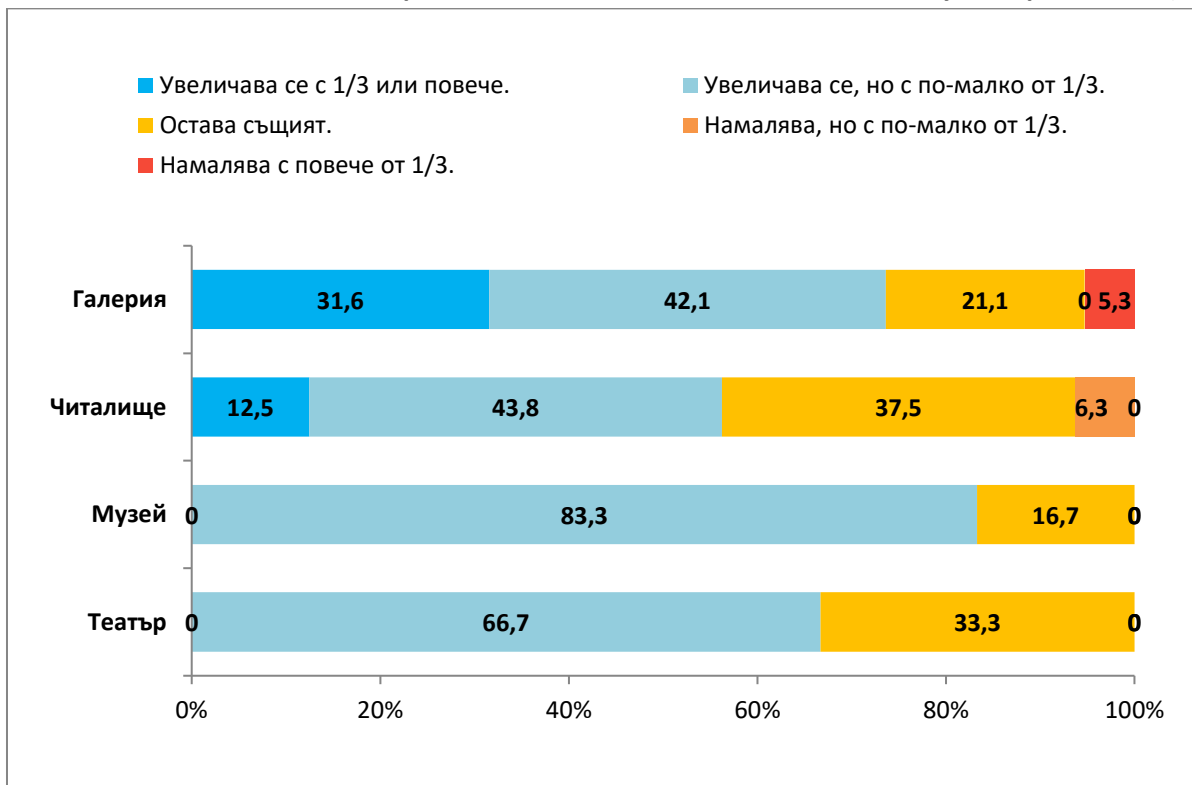
Резултатите сочат, че най-значителен и устойчив ръст на потребителския поток се наблюдава при галериите: отговор „увеличение с 1/3 или повече“ нараства и преобладава за 2017 г. В същото време, само тук се среща отговор „намалява с 1/3 или повече“, което показва нехомогенност в групата на галериите.

По отношение на театрите данните сочат увеличение на посетители с 1/3 и повече през 2017 г.

Положителна тенденция се регистрира и при читалищата, където делът на отговорите, сочещи повишаване на потребителския поток с 1/3 и повече, е по-голям с 25% спрямо предходната 2016 г.

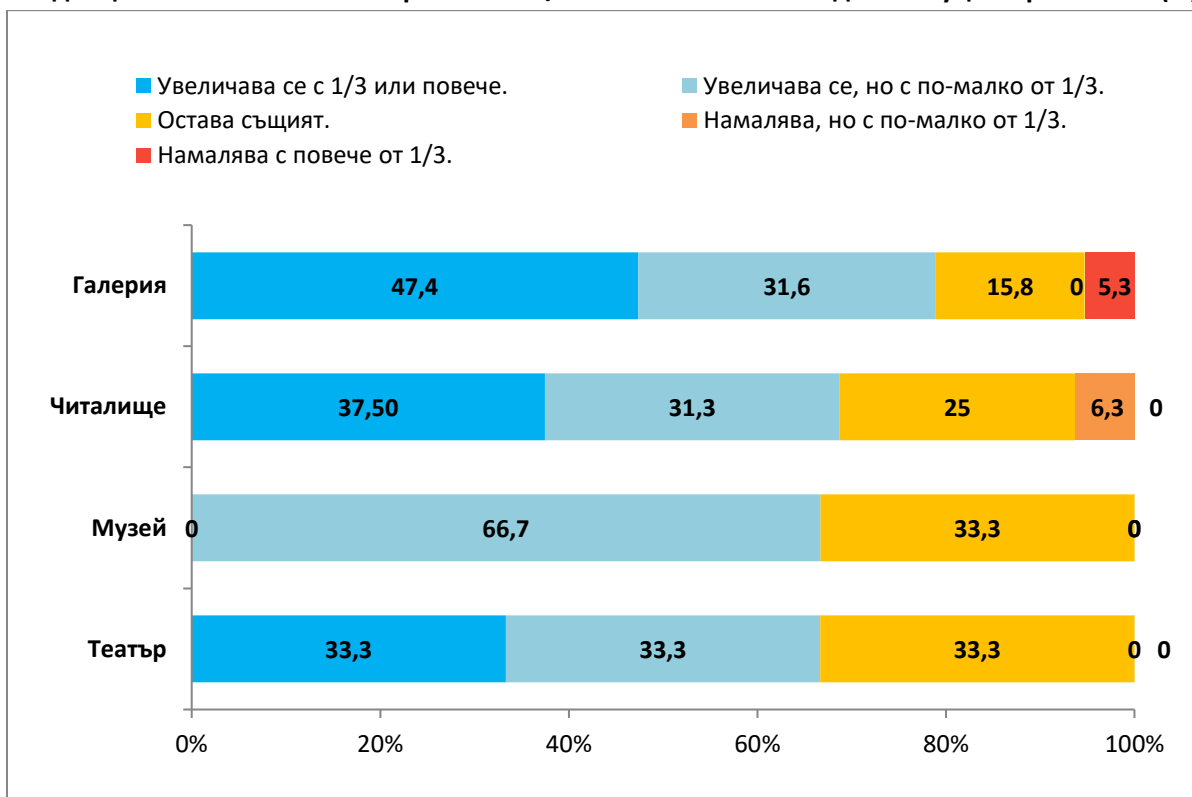
Единствено при музеите не се наблюдава растеж спрямо предишната година, но в сравнение с 2015 се наблюдава увеличение с повече от 1/3.

Тенденции относно потока потребители и/или посетители по вид институции през 2016 г. (%)



Източник: Изследване сред представители на културни институции

Тенденции относно потока потребители и/или посетители по вид институции през 2017г. (%)



Източник: Изследване сред представители на културни институции

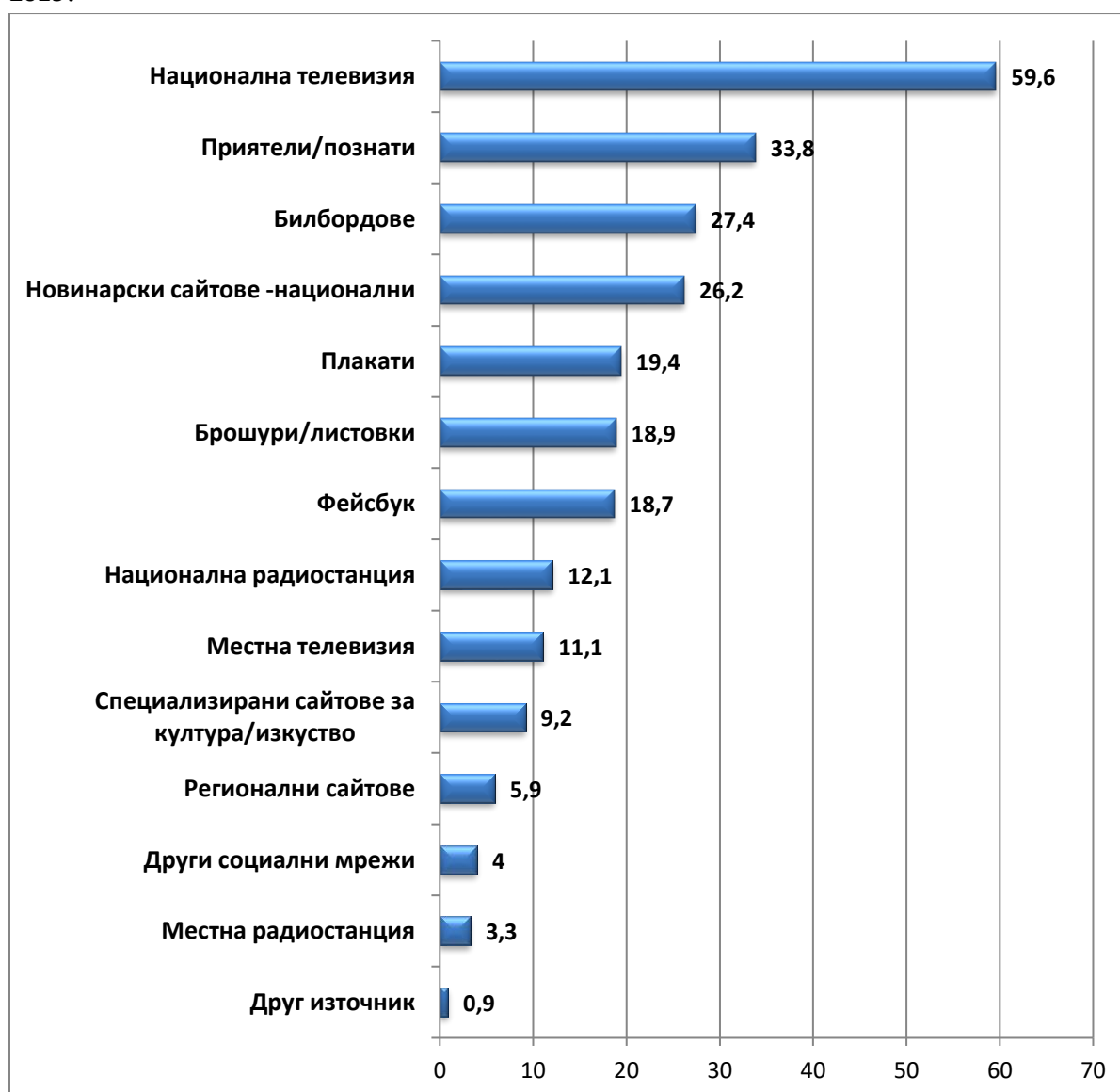
2. Образ и идентичност

2.1. Признаване на Пловдив като важен Европейски културен център

Индикатор 16: Медийно внимание и отразяване

Сред източниците, откъдето обществеността в страната е научила нещо по темата, в разглеждания период силно доминират националните телевизии, които се очертават като най-успешния канал за разпространение на информация по темата. Сред другите канали – източник на информация за по над 20% от анкетираните лица в националното представително изследване, са билбордовете и плакатите. Важно е да се отбележи, че над 1/3 от анкетираните са получили информация за Пловдив ЕСК 2019 от приятели и познати, от което можем да съдим, че темата се е превърнала в част от неформалното ежедневие и тема за разговор за значителен дял от населението.

Кои са източниците на информация, където сте чули/видели нещо по темата Пловдив ЕСК 2019?



Източник: Национално представително изследване

Индикатор 17: Развитие на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм

Като втория по големина град в страната, Пловдив е много популярен сред националната общественост и културните елементи присъстват много категорично в неговия имидж:

- 90% от респондентите имат конкретни асоциации за града (асоциации на отворен въпрос);
- 47% от анкетираните в националното представително проучване свързват Пловдив с категорично културни елементи (асоциации на отворен въпрос);
- 68,5% могат да назоват конкретна културна забележителност или събитие в града, с които го свързват;
- 40% са напълно съгласни, че Пловдив е културната столица на България;
- 74% напълно споделят твърдението, че всеки българин трябва да посети Пловдив поне веднъж в живота си и 69%, че всеки чужденец, посетил България, трябва да види Пловдив.

Положителна тенденция се наблюдава по отношение на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм сред българската общественост. Нараства делът на посетителите, които декларираат като основен повод за визита в града посещението на културни събития или обекти – от 10,7% през 2015 г. до 15,1% през 2016 г. и 19,5% през 2017 г. Понататъшното развитие на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм може да се измерва именно чрез увеличаването на дела посетители, чиято основна цел е посещение на културни събития/обекти/културен туризъм, а не просто съпътстваща дейност при посещение на града по друг повод, т.е. наблюдение развитието на тази специфична целева група в рамките на общия поток посетители в града, който е значителен.

С какво свързвате Пловдив на първо място (отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор)

	%
Със Стария град	22,1
С Пловдивския панаир	14,3
С тепетата, Седемте хълма	11,3
С това, че е вторият по големина град в България/голям областен град	10,1
С култура, с многото събития, с това, че е културен център, театри, опера, галерии, музеи – Исторически, Археологически, Етнографски, на Авиацията, Панаир на занаятите	8,5
С Античния театър	7,5
С историята на града – древна/антична; един от най-старите градове, древен и вечен, възрожденската история, Съединението	7,0
С друг конкретен обект в града (Градската градина, Пеещите фонтани, Главната улица, Римския стадион, Пощата, х-л Тримонциум, Джумая джамия, Капана, Часовниковата кула, Паметника на Съединението, храм Успение на Св. Богородица, Гребната база, Младежкия хълм, Аквапарка, р. Марица)	5,8
С това, че е хубав/красив град	5,3
С паметника на Альоша	4,6

С някои от университетите в града (ПУ, Музикална академия (АМТИИ), Аграрен университет)	4,6
Със спорт: футбола (Ботев/Локомотив), Стефка Костадинова, Йордан Йовчев, различни спортни събития	3,2
С ЕСК 2019	2,4
С архитектурата на града	2,3
С това, че има развита икономика, повече работа, бързо развиващ се град	1,9
С магазините, възможности за пазаруване/шопинг	1,6
С Тютюневите складове	0,8
С това, че е обновен, модерен град, с хубави/ремонтирани паркове и улици	0,6
С веселби/забавления , срещи с приятели и близки	0,5
С болниците и посещения при лекари	0,5
Алтернатива на София	0,4
С летището	0,3

Източник: Национално представително изследване

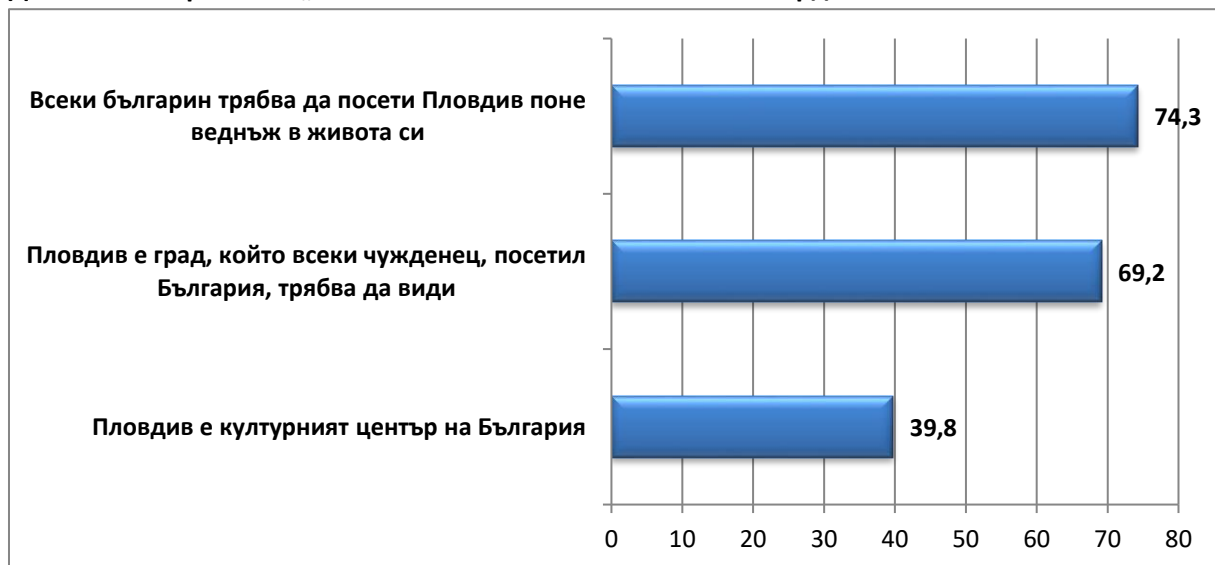
С кои културни събития и забележителности свързвате Пловдив (отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор)

	%
Със Стария град	30,3
С Античния театър	24,5
С Паметника Альоша (Паметник на Съветската армия)	7,7
С музеите - Исторически, Етнографски, Археологически, Музей на Авиацията	7,1
С театрите, с театрални постановки и фестивали	6,5
С оперните постановки в Античния театър, Вердиеви вечери, Опера Оpen	6,3
С картинни галерии и изложби, вкл. Градска художествена галерия, Галерия „Златю Бояджиев“	5,8
С музикални събития/концерти, вкл. Вердиеви вечери	4,9
С Римския стадион	4,3
С възрожденските къщи	3,1
С Капана и Капана фест	3,1
С Пеещите фонтани	3,1
С историческите и археологически паметници в града като цяло	2,7
С църквите, вкл. Успение Богородично, Св. Николай	2,5
Европейска столица на културата 2019	1,3
С Джумая джамия	1,2
С Рок концертите и фестивалите	1,0
С Часовниковата кула	0,9
С кино, с филмов фестивал	0,7
С Нощ на музеите и галериите	0,6
Фолклорни фестивали, Пловдивско хоро	0,4
С Нощ на театрите	0,3
С Тютюневите складове	0,1
С читалищата	0,1
С Дома на културата	0,1

С уличните артисти	0,1
Други събития и обекти/сгради, които се възприемат в по-широко понятие за култура	
С Панаира	12,6
С Тепетата	12,3
С централната част на града като цяло, Главната улица, х-л Тримонциум, х-л Санкт Петербург, Площад Съединение	5,2
Със спортни обекти и събития (вкл. футбол, гребане и Гребна база)	1,6
С университетите (вкл. ПУ, Аграрен университет)	0,9

Източник: Национално представително изследване

Дял на отговорилите с „напълно съгласен“ на посочените твърдения:



Източник: Национално представително изследване

Основен повод за посещение в гр. Пловдив (база лица посетили поне веднъж гр. Пловдив за съответната година)

	2015	2016	2017
На гости	23,3	18,7	17,9
Командировка, служебно/ бизнес пътуване	22,8	24,4	24,2
Разходка, разглеждане на града	14,1	14,7	16,8
Посещение на културно събитие/обект	10,7	15,1	19,5
Екскурзия, туризъм	7,3	10,2	5,8
По лична работа (като посещение на институции, болници и др.)	7,3	6,2	5,8
По магазините, пазаруване/шопинг	5,8	8,0	7,9
Посещение на Пловдивския панаир	5,3	4,0	3,2
Посещение на спортно събитие	2,9	3,5	3,7
Кандидат-студентски изпит или конкурс	2,4	0,9	1,1
Среща с приятели, празнуване на личен празник	2,4	2,2	4,2
По път за друго място	1,5	1,3	1,1
По-дълъг престой (курсове и др.)	0,5	0,4	-
Да го покажа на друг (гости от чужбина, децата)	0,5	0,9	1,1

Източник: Национално представително изследване

Допълнителна информация

Положителни впечатления – какво Ви хареса и при посещението в Пловдив (92% от посетилите поне веднъж гр. Пловдив през 2015, 2016 и 2017 г. 331 лица), отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор

	%
Стария град	26,1
Това, че е уреден, поддържан, благоустроен, обновен	14,0
Хубав и красив град, красива архитектура	15,9
Центъра, пешеходната зона/Главната	12,7
Античния театър	9,8
Всичко ми хареса	9,1
Духът, атмосферата, настроението на града	8,5
Забележителностите като цяло	6,8
Чистотата	5,9
Гостоприемството, топлотата, възпитанието на хората	4,2
Моловете и магазините	3,3
Градът е оживен	2,6
Опазени са културните паметници	2,6
Голям град, в който има всичко	2,3
Културното събитие/изложба/ музеи, които посетих	2,0
Пеещите фонтани	1,6
Зеленината, зелените площи	1,6
Панаира	1,3
Капана	1,3
Кафенетата, заведенията	1,0
Това, че има европейски облик, космополитен град	1,0
Паметника на Альоша	,7
Марица/мостовете	,7
Църквите	,7
Гребната база	,7
Операта	,3
Римския стадион	,3

Източник: Национално представително изследване

Отрицателни впечатления – какво не Ви хареса и при посещението в Пловдив (51% от посетилите поне веднъж гр. Пловдив през 2015, 2016 и 2017 г. 331 лица), отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор

	%
Няма нещо, което да не ми е харесало	43,5
Трафикът, натовареното движение, многото автомобили, недостатъчно добре уреденото паркиране	19,4
Разкопаните улици, дупките, ремонтите	17,1
Етническата обстановка, ромските махали	4,7
Много хора	3,5
Неподдържаните/нереставрирани/олющени сгради	3,5

Мръсно е по улиците	2,9
Градът е прекалено шумен, забързан, хаотичен	4,1
Състоянието на стадионите	1,2
Състоянието на някои болници	0,6
Обслужването в заведенията	0,6
Нередовен/неудобен градски транспорт	0,6

Източник: Национално представително изследване

2.2. Усещане за идентичност

Индикатор 19: Идентифициране на пловдивчани с града им и чувство на гордост, че живеят в него

Мониторингът потвърждава хипотезата за много висока степен на идентифициране на пловдивчани с техния град и респективно силно развито чувство за гордост с него.

- 86% се чувстват силно свързани с града си и не биха желали да го напуснат;
- 92% заявяват, че се гордеят с Пловдив и изтъкват конкретна причина за това, като за около 40% тя е свързана с историята и културата на града;
- Изборът на Пловдив за Европейска столица на културата за 2019 г. поражда очакване за световно признание и прослава на града сред почти половината (46%) от неговите жители и е допълнителен повод за гордост за още 18%;
- Над 1/3 от гражданите на Пловдив (34,9%) се определят като граждани на Европа в „много висока“ и „висока“ степен, като много сходен е делът на посочилите, че чувството им за принадлежност към Европа се е засилило в последните години в контекста на кампанията за избор на Европейска столица на културата.

При проследяване на динамиката на тези изходни стойности е логично да се проследи развитието на дела на културните елементи като повод за гордост и задържането на ниските нива на нагласите за напускане на града.

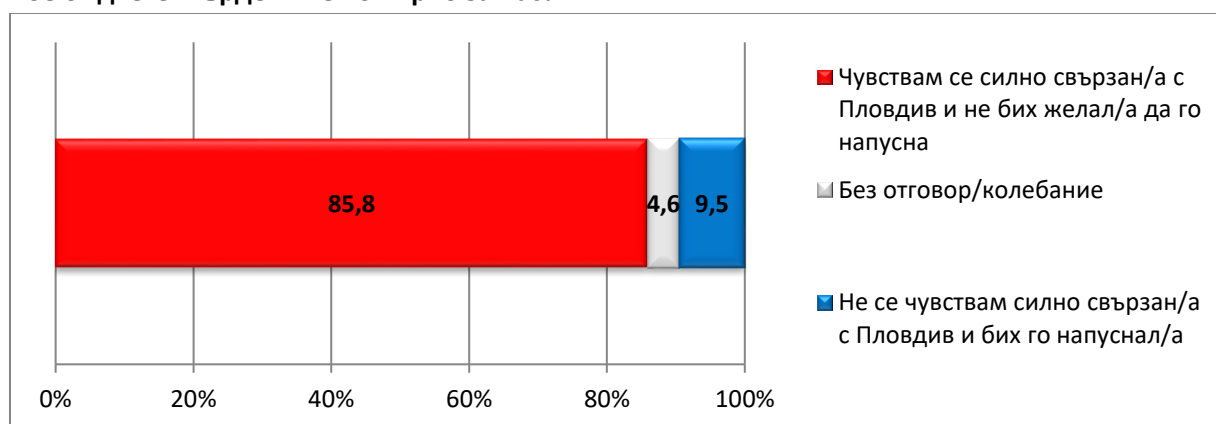
Какво Ви свързва най-силно с Пловдив (отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор)

	%
Домът, семейството, бъдещето на децата	32,9
Роден съм в Пловдив, тук са моите корени	23,4
Тук съм израснал, учил, тук е преминал животът ми	14,5
Средата и приятелите	12,2
Работата/бизнесът	8,4
Това, че е старинен, древен	5,7
Това, че е най-красивият, най-хубавият град	4,8
Това, че е моят град, тук живея, тук съм щастлив	8,5
Това, че е добър за живеене, възможностите, които предлага	3,1
Духът, атмосферата, обстановката, начинът на живеене	2,8
Любимите места за отдих	2,0
Пловдив стана моят втори град, превърна се в мой град	1,8

Това, че е тих и спокоен	1,6
Конкретен обект или част от града: Стария град, центъра, тепетата, Гребната база, Панаира, Римския стадион, Античния театър Альоша, забележителностите	7,5
Културата, културният чар на града	1,8
Всичко ме свързва, всяка една улица, тук е всичко, което обичам	1,9
Уникалността му	,7
Неговата сила и дух, вечност и сила	,7
Хората от града	,7
Навикът	,7
Моят квартал	,5

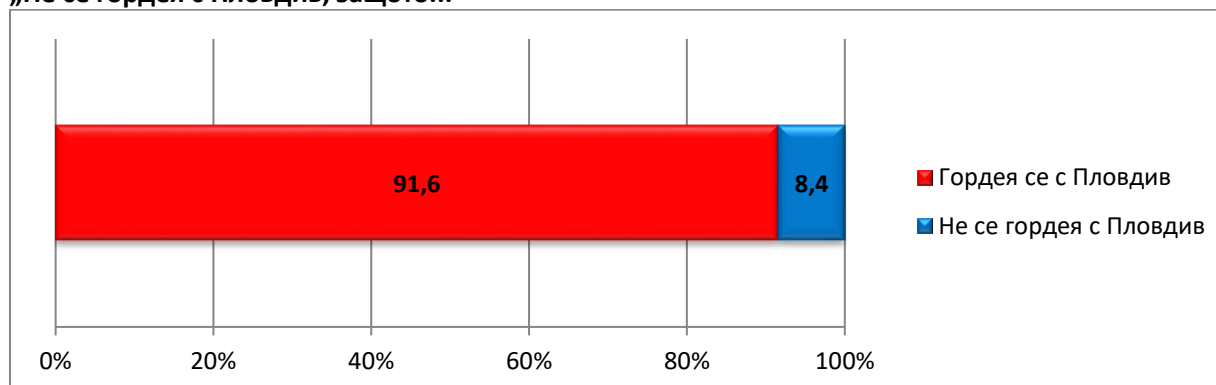
Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

Кое от двете твърдения е по-вярно за Вас?



Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

Гордост с Пловдив – дялове на лицата, избрали отговор „Гордея се с Пловдив, защото...“ и „Не се гордея с Пловдив, защото...“



Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

Причини за гордост/липса на гордост с гр. Пловдив (отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор)

Гордея се Пловдив..... (91.6 %)	
Защото е древен, старинен, античен; заради неговата история – древна, възрожденска, Съединение; исторически паметници и забележителности	29,8
Защото е красив град, град с невероятна архитектура	17,3
Защото се развива - има нов облик и много новости, модерен	9,2

Защото е голям град, с много възможности, има чужди инвестиции, развива се икономически	6,3
Защото е моят град, моят любим град	5,8
Защото тук са [конкретна забележителност]: Старият град, Античният театър, Римския стадион Тепетата, Альоша/Бунарджика/Алеята на космонавтите, Базиликата, Пеещите фонтани, Капана, центъра	5,7
Защото живея тук, тук е домът ми, децата, тук е целият ми живот, реализация	5,6
Защото съм роден/а тук, Пловдив е моят роден град, аз съм потомък на стар пловдивски род	4,0
Защото е уникален/неповторим/специален/самобитен/нетрадиционен/интересен	3,4
Защото е приятен, удобен за живеене, подреден, чудесно място за семейни хора	2,9
Защото тук се чувствам спокоен/сигурен, тук сме осигурени с всичко	2,9
Защото е Европейска столица на културата	2,7
Защото дава хубаво, топло усещане, има хубава атмосфера, позитивен	2,7
Защото тук е Панаира - Първото българско изложение	2,5
Защото е европейски град	1,3
Защото има невероятна култура	1,3
Защото е по-хубав или различен от други градове, живее се по-добре от други градове/от София	1,2
Защото е известен, става все по-известен	1,1
Защото има много красиви паркове и градини	1,1
Защото има много места за развлечение	0,9
Защото има добри хора	0,9
Защото е спокоен	0,9
Защото е събрал много култури и етноси	0,9
Защото е най-българският град, в Пловдив е съхранен българският дух	0,8
Защото има много спортни успехи и възможности за развитие на спорта	0,7
Защото е пълен с изненади	0,4
Защото печели много европейски проекти	0,4
Защото човек трябва да се гордее с града си	0,4
Не се гордее с Пловдив защото ... (8,4%)	
Ромските махали	1,6
Странични причини, които не са свързани със самия град, вкл. всичко в България е много лошо като цяло, предпочитам живота на село	1,3
Няма достатъчно паркинги, улиците са задръстени с паркирани автомобили	1,3
Икономически причини: ниски заплати, безработица	1,1
Въздухът е мръсен	0,9
Наличие на видима проституция на някои места в града	0,7
Престъпност, бездействие на полицията	0,6
Администрацията не управлява града добре, има корупционни скандали	0,6
Лошо състояние на пътищата	0,4
Неподдържана чистота и сгради	0,4
Лошо организиран градски транспорт	0,2

Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

Какво означава за Вас фактът, че Пловдив е избран за Европейска столица на културата за 2019 г. (отговори в свободна форма, запитаните са давали повече от един отговор)

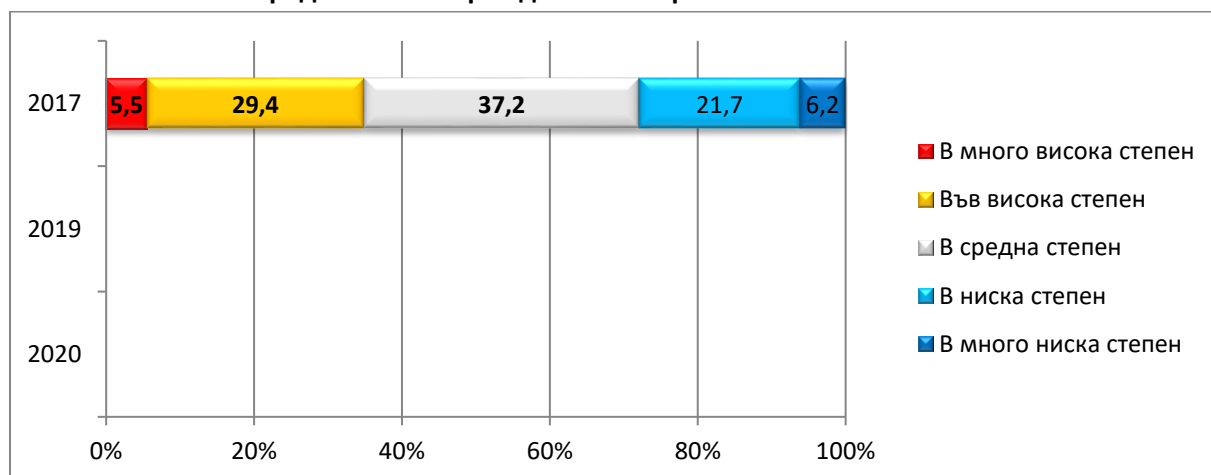
	%
Положителни асоциации	
Известност и прослава на града, световно признание	45,9
Повече разнообразни културни събития в града	22,1
Гордост	18,4
Много посещения/туристи/приходи от туризъм; успех за бизнеса, свежи пари, инвестиции	12,9
Ремонт, обновяване и благоустрояване на града	8,2
Обща положителна нагласа – хубаво е, одобрява	7,3
Очакване/щастие/нетърпение/ще бъде страхотно	4,2
Възможност за обогатяване, обединение на хората чрез духовност и култура	1,7
Отрицателни асоциации	
Голяма навалица през 2019 г.	0,7
Не е много добре, защото трябва да се вложат много пари	0,5
Щеше да е хубаво, ако не се отчиташе като поредния проект	0,2
Неутрални асоциации	
Нищо не означава, липса на интерес	7,3
Все още не съм сигурен какво точно ще става тогава	0,9
Отдавна се говори за това и вече свикнах	0,2

Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

Индикатор 20: Чувство за принадлежност към Европа сред гражданите на Пловдив

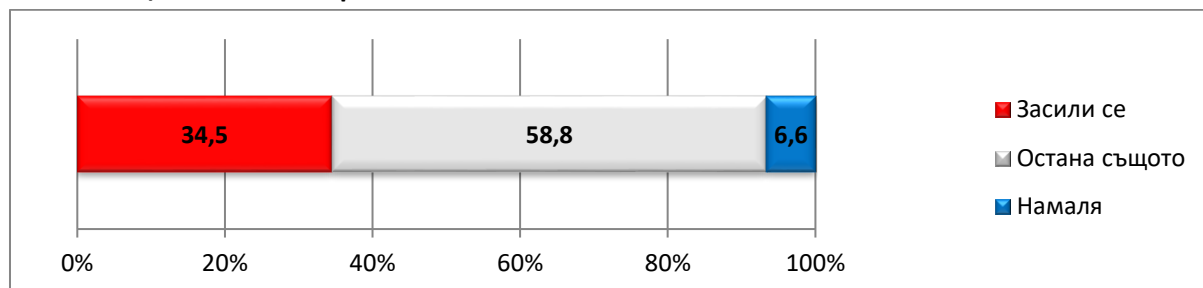
Над 1/3 от гражданите на Пловдив (34,9%) се определят като граждани на Европа в „много висока“ и „висока“ степен, като много сходен е делът на посочилите, че чувството им за принадлежност към Европа се е засилило в последните години. Това са базовите стойности, чиято динамика може да се проследява до края на мониторинга. В допълнение, 15,9% споделят субективна оценка, че се чувстват граждани на Европа в по-голяма степен от своите съграждани.

В каква степен се определяте като гражданин на Европа?



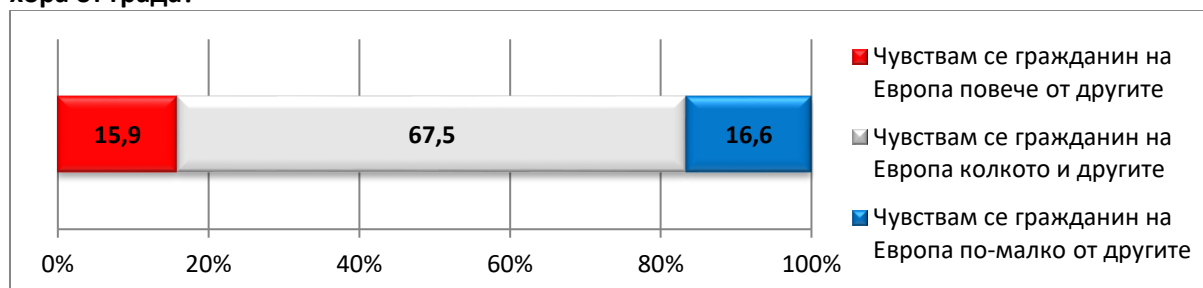
Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

За изминалите 10 години Вашето чувство за принадлежност към Европа по-скоро се засили, остана същото или по-скоро намаля?



Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

Вие се чувствате повече, еднакво или по-малко гражданин на Европа в сравнение с другите хора от града?



Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

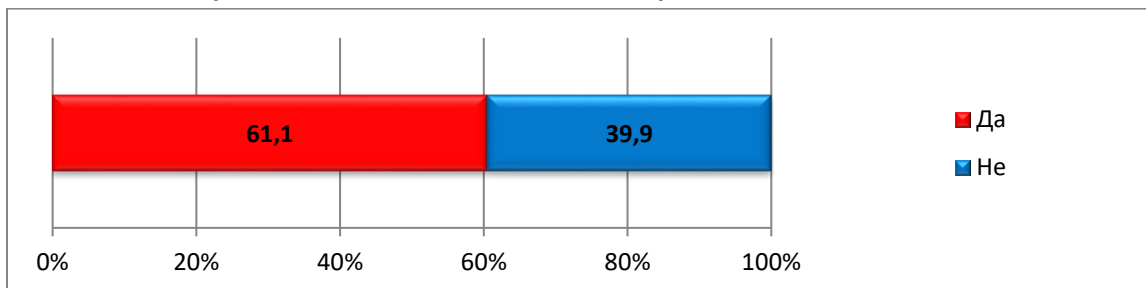
Индикатор 21: Разпознаване на ЕСК, интерес и вероятност за посещение

През 2017 г. са достигнати относително високи нива на информираност/разпознаване:

- 61,1% от анкетиранияте в националното представително проучване посочват, че са чували за инициативата Европейска столица на културата;
- 56,6% знаят, че гр. Пловдив е избран за Европейска столица на културата за 2019 г.;
- 90% от жителите на самия гр. Пловдив знаят, че Пловдив е ЕСК за 2019 г.

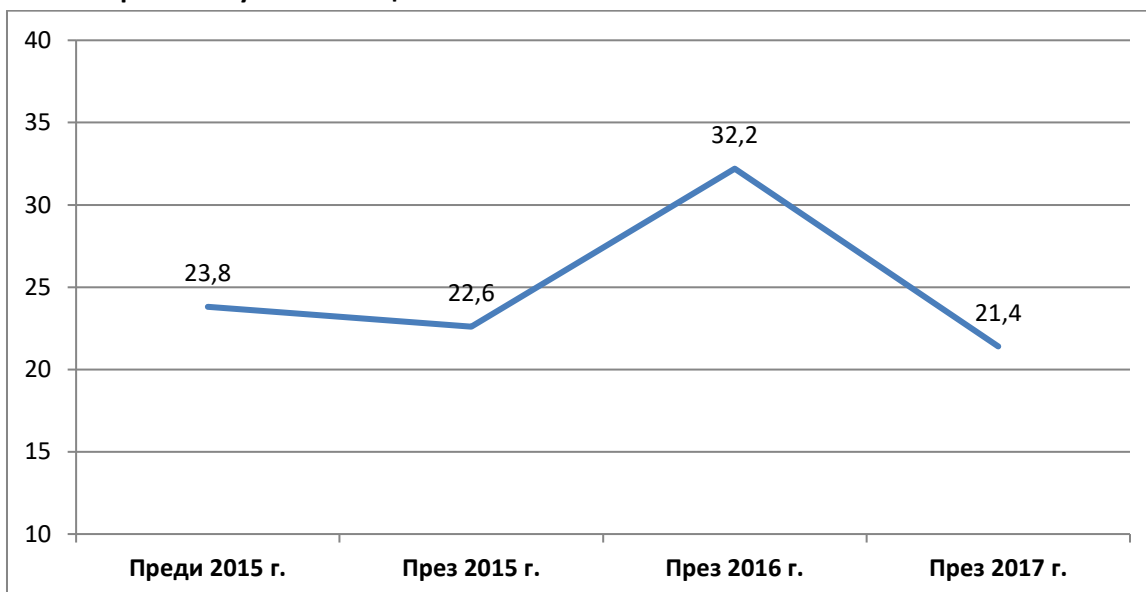
Между първите две съвкупности е налице значително припокриване (86,2% от лицата, които са чували за инициативата, знаят също, че Пловдив е избран за ЕСК 2019). Това показва, че обществеността е била информирана за инициативата във връзка с кампанията и след избирането на гр. Пловдив. Последното се подкрепя и от факта, че 1/4 от тези, които знаят за инициативата, са научили за нея преди 2015 г. (22,6%), което съвпада по време с провеждането на кампанията за избор на български град, обявяване решението на журито и одобряването на победителя. Логично, развитието на кампанията води до най-голям брой информирани за инициативата през 2016 г. (32,2%). С това се достига и пикът, след който делът на информираните закономерно започва да спада, тъй като вече е постигната относително висока степен на информираност.

От над 30 г. ЕС провежда инициативата ЕСК - Вие чували ли сте нещо за това?



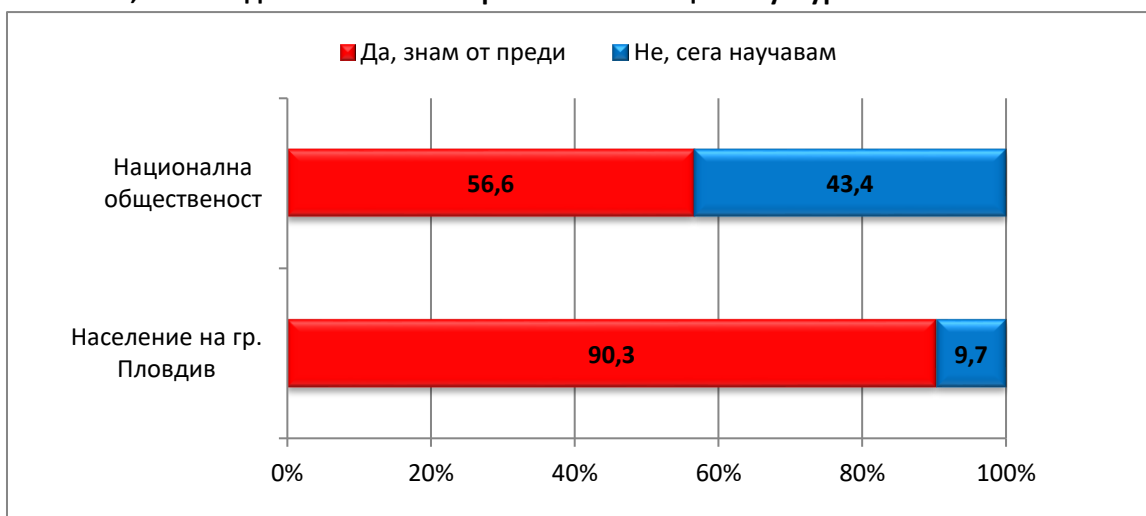
Източник: Национално представително изследване

Кога за пръв път чухте за инициативата?



Източник: Национално представително изследване

Знаете ли, че Пловдив е обявен за Европейска столица на културата за 2019 г.?



Източник: Национално представително изследване, представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

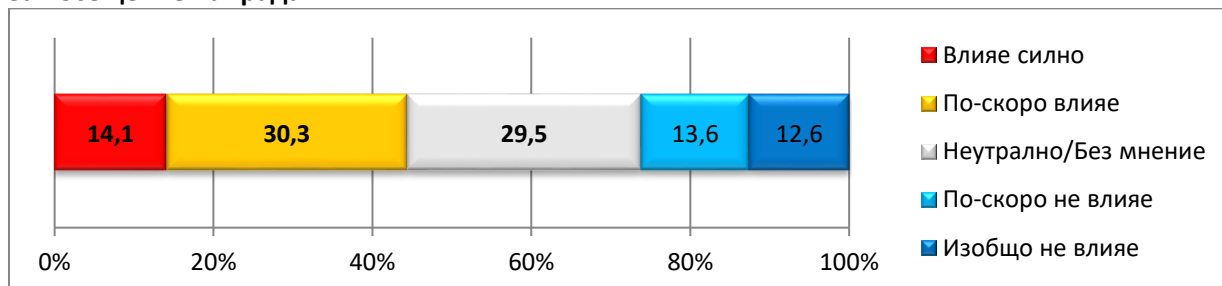
В допълнение, 23,9% разпознават използваната до момента емблема/лого и я свързват с Пловдив ЕСК 2019, като още 15% посочват, че са я виждали, но не са сигурни какво означава.

За обществеността обаче на този етап няма голяма яснота кои конкретни събития са част от Пловдив – ЕСК 2019 и какво точно включва програмата. В националното представително проучване 18% от респондентите са посочили в свободно зададен въпрос някакво събитие или инициатива, с които свързват Пловдив ЕСК 2019. Посочваните най-често конкретни събития обаче са по-скоро събития, които са известни по принцип – като Пловдивския панаир, както и скорошни на шумели културни събития, за които респондентите вероятно предполагат, че са свързани с инициативата ЕСК.

Интерес и вероятност за посещение

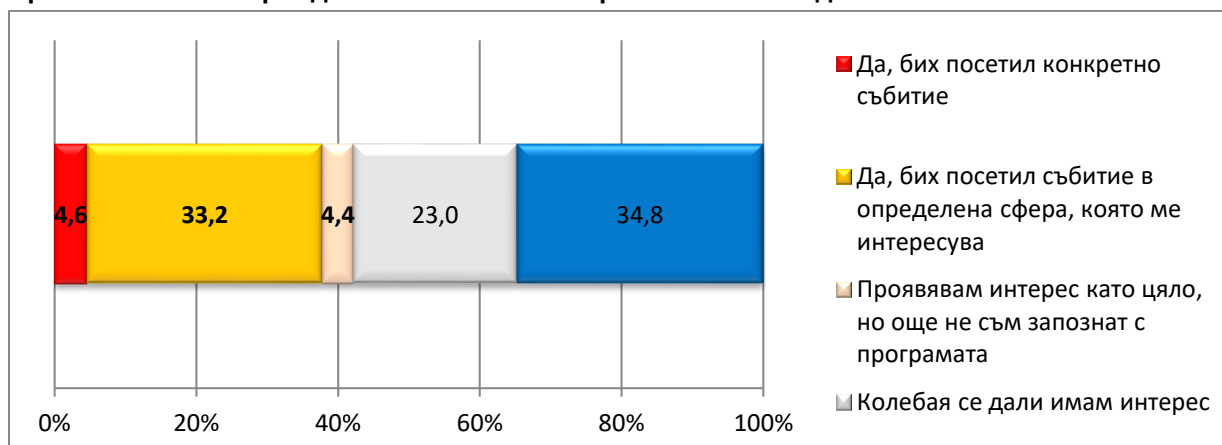
За почти половината (45%) от националната общественост фактът, че Пловдив е Европейска столица на културата през 2019 г., оказва влияние върху желанието да го посетят. Сериозен дял (37,8%) от анкетираните в националното представително изследване посочват, че имат интерес към посещение на събитие от програмата на Пловдив – ЕСК 2019 и още около 27% се колебаят, тъй като все още не знаят какви събития предстоят, като двете съвкупности формират групата на потенциалните посетители. За обществеността обаче на този етап няма голяма яснота кои конкретни събития са част от Пловдив – ЕСК 2019 и какво точно ще включва програмата, което е предстояща задача както за утвърждаване на имиджа на града като културна дестинация, така и за привличане на повече посетители.

Влияние на факта, че Пловдив е Европейска столица на културата за 2019 г. върху желанието за посещение на града



Източник: Национално представително проучване

Проявяват ли интерес да посетите събитие в рамките на Пловдив – ЕСК 2019



Източник: Национално представително проучване

Области на интерес - лицата, посочили, че биха посетили събитие в следните области: (отговори в свободна форма, анкетираните са давали повече от един отговор, база 33,2 % от всички анкетирани)

лица, посочили, че биха посетили събитие в следните области	%
Концерти, музикални събития	34,3
Театър	23,2
Фолклор, бит, български традиции и традиционни занаяти	14,5
Изложби	11,0
Опера	5,3
Кино	5,3
Рок фестивал	4,6
Събитие на открито (театър, опера или концерт)	4,2
Събитие в Античния театър (постановка или концерт)	3,8
Танцови спектакли	3,4
Литературна вечер, литературно четене	3,0
Спортно събитие	3,4
Карнавал	1,9
Музейна експозиция, посещения на музеи	1,5
Капана фест или друго събитие в Капана	1,5
Събитие в Стария град	1,1
Изложба на културите на други народи	1,5
Събитие, свързано с историята на града	0,8
Мода	0,8
Лов и риболов	0,8
Фестивал на деца таланти	0,8
Джаз фест	0,8
Фотоизложба/фотография	0,8
Археология	0,4
Улично изкуство	0,4
Архитектура	0,4
Православната религия	0,4
Кулинария	0,4
Модерен балет	0,4
Дигитални технологии	0,4

Източник: Национално представително проучване

Конкретни събития, към които се посочва интерес (идеи и съществуващи събития), база 4,6% от всички анкетирани

- Рок с филхармония в Античния театър
- Български рок в Античния театър
- Вечери на различни стилове музика
- Панаира на занаятите
- Капана фест или друго събитие в Капана
- Нощ на музеите и галериите
- Опера Опен

- Маратон "Четата на Чардафон" от гр. Съединение до площад Съединение
- Сцена на кръстопът
- Джаз фест
- Откриването на ЕСК
- Дефиле на младото вино
- Есенен Салон на изкуствата
- Международен фолклорен фестивал
- Международни фотографски срещи
- Пловдив Game Jam

Събития/инициативи, които респондентите свързват с Пловдив ЕСК 2019. База лица, посочили събитие или инициатива, с които свързват Пловдив ЕСК 2019 (отговори в свободна форма, анкетираните са давали повече от един отговор)

	%
Конкретизирани събития (общо 63,9%)	
Пловдивски панаир	12,0
Постановките и концертите в Античния театър (като цяло)	11,3
Капана фест	6,3
Международен фолклорен фестивал	4,9
Пловдив джаз фест	3,5
Нощ на музеите и галериите	2,8
Празници на Стария град и Панаир на занаятите	2,8
Фестивал за класическа музика (Музика под звездите)	2,1
Дни на музиката в Балабановата къща	2,1
Пловдив чете	2,1
Сцена на кръстопът	1,4
Нощ на театрите	1,4
Изложба „Път на младите“	1,4
Дебат по телевизията във връзка с Пловдив 2019	1,4
Фестивал на светлината	1,4
Орега Ореп	1,4
Изяви на френската култура в Капана	0,7
Възстановяването на тютюневите складове	0,7
Дни на японската култура	0,7
Фестивал Дефиле на младото вино	0,7
Биенале – не е прецизирано кое биенале се има предвид	0,7
Спектакъла на ансамбъл „Българе“	0,7
Европейска седмица на физическата активност и спорта MOVE Week	0,7
Есенен салон на изкуствата	0,7
Неконкретизирани събития – посочени типологично (общо 70,9%)	
Музикални концерти	24,6
Изложби на картини	11,3
Фестивали	6,3
Театрални постановки	7,0
Оперни постановки	4,9

Показване на български традиции, културно наследство, занаяти	4,9
Спортни събития	2,8
Фотографски изложби	2,8
Рок фестивали	2,1
Изложби на тракийски съкровища	0,7
Конференции/културни симпозиуми	0,7
Литературни четения	0,7
Срещи с културни дейци	0,7
Улично изкуство	0,7
Доброволчески инициативи	0,7

Източник: Национално представително проучване

3. Социални въздействия

3.1. Социална и културна интеграция на маргинализирани групи

Индикатор 22: 15% намаление на нивата на неграмотност и отпадналите от училище в квартал „Столипиново“. Информираност, участие, удовлетвореност от ЕСК

Информираност и участие в ЕСК на ромската общност

Ромската общност, населяваща компактно кв. Столипиново, представлява специален фокус в цялостната концепция на инициативата ЕСК. За целта е проведено отделно изследване, което е изключително важно, тъй като осигурява конкретни данни и информация, за които няма други източници, и очертава базова линия и проследяване на промените чрез няколко основни индикатора.

Значителен дял – 45% от анкетираните лица в ромските домакинства, декларират, че знаят за обявяването на гр. Пловдив за Европейска столица на културата, като този дял за населението на Пловдив е 90%. Източниците, от които са научили, са много слабо диверсифицирани и се свеждат до два основни – приятели и познати (33%) и национална телевизия (17%), като всички други са посочени от под 8%. Отговорите на въпроса „Какво означава този факт за вас?“ идентифицират значителна група от почти 1/3, която демонстрира значително дистанциране и скептицизъм към инициативата, което прави работата с тази група трудна.

Какво означава за Вас избирането на Пловдив за Европейска столица на културата?



Източник: Изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

Около 12% от респондентите декларират някакъв принципен интерес в областта на културата и изкуството, основно свързан с музика, кино, танци и театър, като в същото време този дял сред националната общественост и населението на Пловдив е 80%. Около 2% от членовете на анкетираните домакинства посещават относително редовно културни събития най-вече в града; почти няма практика да се посещават културни събития в квартала или пък извън Пловдив. През 2017 г. 4% от членовете на домакинствата са посетили някакво културно събитие (този дял за населението на Пловдив е 54%) – основно са ходили на кино (72% от посетилите), концерт (14%), театър (13%) и улични изпълнения (3%). Също така само 13% от домакинствата отделят месечно пари за култура, средно по 20 лв. За сравнение този дял при населението на Пловдив е 52%, а сумата е сходна - 24 лв.

Нива на неграмотност и отпадане от училище

Изследването показва, че в 21% от домакинствата има неграмотно лице, средно по 1 човек (MEAN = 1,22), което прави 8% дял от пълнолетните членове на домакинствата.

В 60% от домакинствата има деца в училищна възраст, като 60% от тях са на възраст 7-14 години. От тези деца 9,7% никога не са ходили на училище и още 11,8% са отпаднали през последните години, което общо прави около 22% деца извън училище. Прави впечатление, че обратно на възрастовата структура на децата, 64% от отпадналите са на възраст над 14 години, което показва, че по-често ромските деца отпадат в по-висока училищна възраст, като логиката на дезинтересиране от учене в по-висока училищна възраст е свързана както с икономически така и с културно битови характеристики на тази етническа група.

Ако имате деца в училищна възраст, които не ходят на училище, какви са причините за това



Източник: Изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

От друга страна делът на никога неходилите на училище, макар и с малко, е по-висок сред 7-14 годишните (10% срещу 8% при 15-18 годишните), което навежда на хипотезата, че през последните години по-често се случва децата изобщо да не тръгват на училище.

Като референтни данни може да посочим данните от преброяването на населението през 2011 г., където неграмотните лица общо за страната са 1,7% и са налице значителни разлики относно неграмотните лица при трите основни етнически групи. При самоопределилите се като българи делът е 0,5%; при турската етническа група – 4,7%, а при ромската – 11,8%. Също така децата, които трябва да бъдат в образователната система, но не учат, към 1.02.2011 г. при ромския етнос са 23,2%, при турската етническа група – 11,9%, а при българската – 5,6%.

Индикатор 23: Повишено ниво на толерантност и приемане на уязвими групи

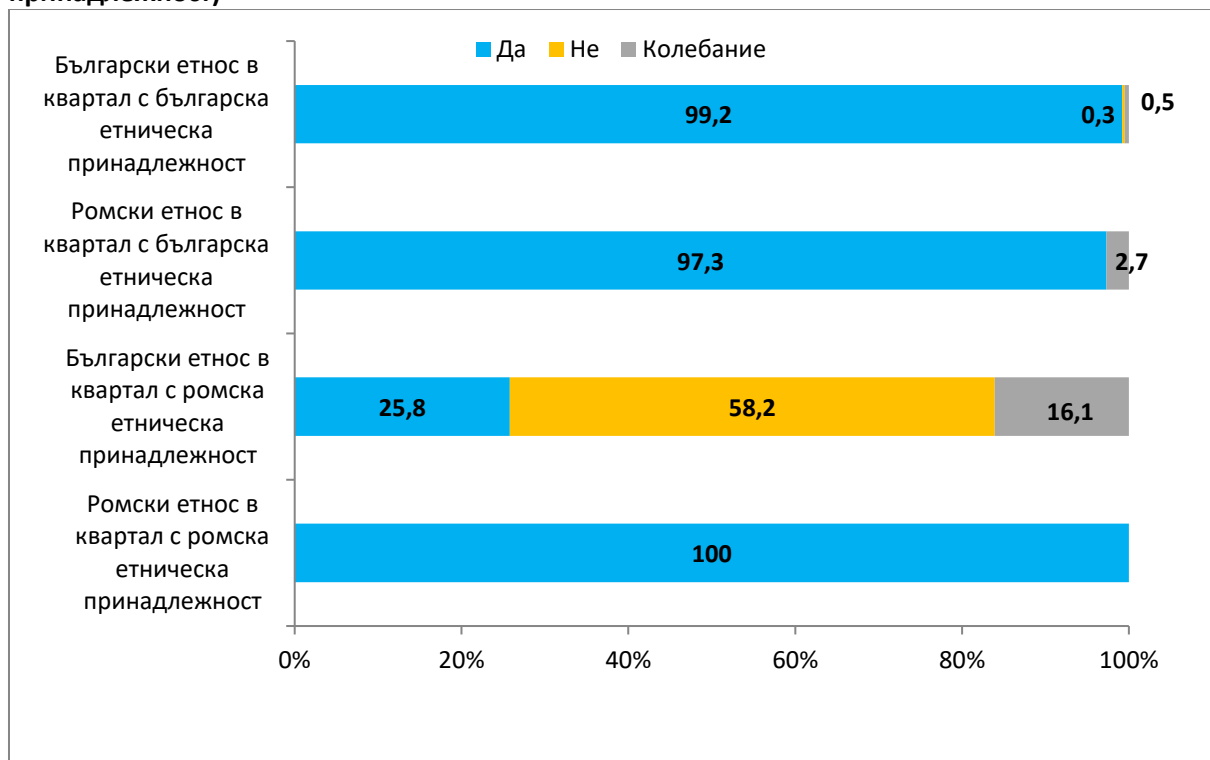
Представителното количествено изследване сред жителите на град Пловдив акцентира върху три основни групи, дефинирани в редица документи като уязвими групи, а именно: лица с физически увреждания, лица с интелектуални затруднения и ромския етнос. За постигане на необходимата пълнота изследването установява и отношението към представители на още 5 етноса (български, арменски, турски, гръцки, еврейски), които са част от традиционно пъстрата етническа мозайка на града. За измерване на толерантността е използвана скала на Богардус, която е адаптирана към съдържателната проблематика на инициативата ЕСК. Изследването потвърждава маргинализираната позиция на ромския етнос като цяло, но също така показва, че почти 1/4 от най-големия етнос (българите) приемат ромите за свои съседни, а 1/6 и за приятели; ¼ биха посетили културно събитие в ромски квартал. Въздействието на инициативата ЕСК за промяна на фундаментални личностни нагласи за толкова кратък период очаквано е опосредствано и ограничено, и в този смисъл като повишаване на толерантността може да се разглежда не само повишаването на дяловете на приемащите различните от тях, но и повишаването на дяловете на колебаещите се, респективно намаляване на дяловете на отрицателните отговори.

Бихте ли приели представител на посочените уязвими групи за: човек, с когото да заживеете на семейни начала, приятел, съсед, кмет на вашия град?

приемане уязвима група	семејство			приятел			съсед			кмет		
	да	не	к-е	да	не	к-е	да	не	к-е	да	не	к-е
Физически увреждания	41,9	38,8	19,3	64,6	22,6	12,8	72,6	16,4	11	48	38,6	13,5
Интелектуални затруднения	14,6	68,2	17,3	31,6	43	25,3	63,9	22	14,1	11,7	76,5	11,9

Изследване сред пълнолетното население на град Пловдив

Бихте ли посетили културно събитие/проява в квартал/част на града, в който живеят предимно: (разпределение на отговорите спрямо българска и ромска етническа принадлежност)



Изследване сред пълнолетното население на град Пловдив

Има ли места в града, които посещавате често или са Ви любими? Случва ли се да срещате хора, които бихте предпочели да не са там – ако да, кои? (свободно зададен въпрос, анкетираните са давали повече от един отговор)

Любими места в града	%	Хора, които бихте предпочели да не са там	%
Главната/Пощата/ Драматичния театър/ Копчетата/Джумаята/Римския стадион	18,3	Наркомани	32,1
Моловете (Марково тепе/Пловдив)	10,3	Просяци	16,1
Паркове и градини, детски площадки	10,2	Роми	16,1
Гребната база	9,4	Пияници, алкохолици	13,4
Стария град/до Античния театър	8,5	Джебчи, крадци	12,1
Градската градина/Пеещите фонтани	7,6	Бездомници, клошари	10,7
По [различни заведения]	7,6	Невъзпитани, шумни, нагли млади хора	8,5
Бунарджика/Альоша	7,1	Разхождащи кучета/без каишки/	3,6
По улиците и подлезите като цяло	5,8	Злобни, негативни хора, лицемери	2,7
На тепетата	5,4	Хулигани, вандали, които чупят	1,8
Парк Лаута	4,9	Проститутки	1,8
На Младежкия хълм	2,2	Мръсни/миризливи/зле облечени хора	1,7
На гарата	2,2	Хора от селата, без навици за голям град	0,9
По големите вериги и магазини	1,3	Екхибиционисти	0,9
Покрай Марица	1,3	Коминочистача	0,9
На Братската могила	0,9	Футболни фенове	0,4
В градския транспорт	0,9		
В спортните зали	0,9		
Пред църквите	0,4		
В Капана	0,4		

Бихте ли приели да заживеете на семейни начала, за приятел, съсед, кмет на вашия град - представители на следните етноси?

Отговори на респондентите от българския етнос

приемане етнос	семејство			приемане етнос	приятел			приемане етнос	съсед			приемане етнос	кмет		
	да	не	к-е		да	не	к-е		да	не	к-е		да	не	к-е
Български	98,5	1	0,5	Български	98,5	1,5	0	Български	98,5	1,5	0	Български	98,2	1,8	0
Арменски	37	37,8	26,3	Арменски	72,4	12,5	15,1	Гръцки	82,7	7,7	9,7	Арменски	32,9	44,4	22,7
Гръцки	34,7	39	26,3	Гръцки	71,7	16,1	12,2	Арменски	81,6	8,2	10,2	Еврейски	31,9	44,6	23,5
Еврейски	34,7	38,6	25,3	Еврейски	65,5	16,9	17,6	Еврейски	76,8	12,5	10,7	Гръцки	20,2	68,6	11,2
Турски	17,3	67,3	15,3	Турски	59,4	30,1	10,5	Турски	72,2	18,1	9,7	Турски	13,8	76,8	9,4
Ромски	2,8	89	8,2	Ромски	14,0	76,8	9,2	Ромски	23,7	62,5	13,8	Ромски	5,6	86,7	7,7

Изследване сред пълнолетното население на град Пловдив

Бихте ли приели да заживеете на семейни начала, за приятел, съсед, кмет на вашия град представители на следните етноси?

Отговори на респондентите от ромския етнос

приемане етнос	семејство			приемане етнос	приятел			приемане етнос	съсед			приемане етнос	кмет		
	да	не	к-е		да	не	к-е		да	не	к-е		да	не	к-е
Ромски	100	-	-	Ромски	100	-	-	Ромски	100	-	-	Ромски	94,6	5,4	-
Български	100	-	-	Турски	100	-	-	Български	100	-	-	Български	91,9	2,7	5,4
Турски	100	-	-	Български	97,3	2,7	-	Турски	100	-	-	Турски	86,5	2,7	10,8
Гръцки	89,2	5,4	5,4	Гръцки	86,5	5,4	8,1	Гръцки	97,3	-	2,7	Гръцки	43,2	37,8	18,9
Еврейски	45,9	35,1	29,7	Еврейски	83,8	5,4	10,8	Еврейски	91,9	5,4	2,7	Арменски	35,1	21,6	43,2
Арменски	35,1	8,1	45,9	Арменски	81,1	16,2	2,7	Арменски	86,5	10,8	2,7	Еврейски	32,4	27,0	40,5

Изследване сред пълнолетното население на град Пловдив

3.3. Качество на живот

Индикатор 25: Процент на млади специалисти, които биха обмислили да се върнат в Пловдив, след като са учили/работили другаде

В изследването сред населението на гр. Пловдив 18% от анкетиранияте посочват, че член на тяхното домакинство е напуснал града през последните 15-20 години. От тях 90% считат, че той/тя не биха се върнали в Пловдив. Най-често посочваната причина (69,5%) е, че този член на домакинството вече се е установил, има дом/къща и семейство. Други посочвани причини включват по-добър живот на новото място, повече пари, работа, възможности за реализация. В значителна част случаите става въпрос за лица, които са се установили в чужбина (а не на друго място в България). Това кореспондира с данните от националното представително изследване, където в извадката са попаднали много ограничен брой респонденти, напуснали Пловдив – 2,6%, поради факта, че диаспората е по-често в чужбина.

Сред посочилите, че напусналите членове на домакинството (или те самите в националното проучване) биха обмислили да се върнат (10%), най-често посочваните причини за това са останали в Пловдив роднини и семейство, както и любов/носталгия към родния град.

Въздействието на инициативата върху този индикатор е твърде ограничено и е препоръчително той да отпадне.

Индикатор 26: Индекс за качеството на живот и щастието

Щастието се разглежда като чувство и състояние на пълно задоволство и удовлетворение от живота, което е и възприетата дефиниция от Тълковния речник.

За измерването доколко удовлетворени, респективно щастливи, са гражданите на Пловдив, е използвана комплексна скала от пет позиции, наречена скала за оценка на удовлетвореността от живота. Скалата е разработена от проф. Едуард Ф. “Ед” Дийнър, професор по психология в университета на Юта и университета на Вирджиния, както и старши научен сътрудник за Gallup Organization, известен като Доктор Щастие, и негови колеги. Използва се успешно от над 30 години и измерва цялостна удовлетвореност, а не моментни настроения, което я прави надеждна и респективно често прилагана.

Всяко лице използва седем степени, за да посочи до каква степен е съгласно с пет твърдения, като възможният общ резултат е от 5 до 35. В зависимост от резултата, авторът е обособил 6 групи, според нивото на удовлетвореност или щастие.

Група	Общ резултат
Изключително щастлив	32-35
Много щастлив	28-31
Щастлив	23-27
Не чак толкова щастлив	18-22
Нещастен	13-17
Депресиран	12 и по-малко

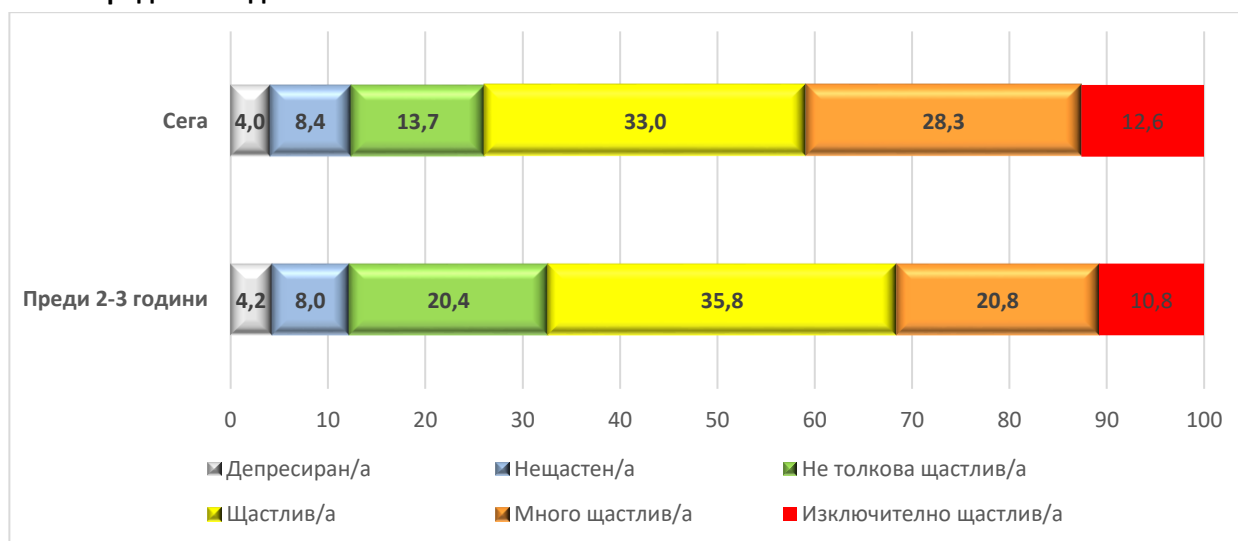
Според получените резултати населението на гр. Пловдив като цяло попада в групата на щастливите. Съобразно скалата е направена и детайлна сегментация на жителите на града и е определен дялът на всяка от шестте групи. С цел проследяване на динамиката и осигуряване на надеждност е направена и ретроспективна оценка за нивото на удовлетвореност и щастие за времето преди 2-3 години. Резултатите показват наличие на устойчиви групи „щастливи“, както и позитивна тенденция на леко нарастване на „много щастливите“.

Резултати общо за пълнолетното население на град Пловдив:

До каква степен сте съгласен/а: от 1 (напълно несъгласен) до 7 (напълно съгласен)	Средна стойност (mean)
В повечето си аспекти животът ми е близък до моя идеал	4,91
Удовлетворен съм от живота си	5,17
Условията в моя живот са отлични	5,04
Засега имам важните неща, които искам от живота	5,29
Ако мога да живея живота си отново, не бих променил почти нищо	4,82
Общ резултат: „Щастливи“	25,23

Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Сегментиране на жителите на Пловдив по ниво на удовлетвореността от живота и щастие – сега и преди 2-3 години



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Вторият важен акцент в изследването е идентифицирането на тематични дефицити, включително такива, свързани с инициативата ЕСК – като потребление на културни продукти и културно участие, управление на града – тъй като те очертават и сфера на бъдещи действия. Анкетиранията са дали оценка за степента на важност за тях и степента им на удовлетвореност относно 20 сфери на живота, като разликата между измерените нива на удовлетвореност и нива на важност идентифицира: 1) области на дефицит (отрицателни стойности); 2) области, в които имат повече, отколкото им трябва (положителни стойности) и 3) области, в които има баланс или са много близко до баланс, т.е. имат толкова, колкото им трябва (стойност 0 или около 0). Този анализ е направен както общо за всички

анкетирани, така и за всяка от шестте групи по удовлетвореност и щастие. Графиките по-долу представят детайлните данни, въз основа на които могат да се изведат следните изводи:

- ✓ Дефицити се наблюдават при всички групи и практически по всички изследвани сфери, но логично, колкото по-щастлив е човек, толкова по-слабо изразени са те.
- ✓ При най-ниско щастливите групи – „депресиран“ и „нешастен“, най-високите дефицити са в областта на личния и семейния живот, материалното благополучие, наличието на позитивни и отсъствието на негативни емоции, работата и здравето.
- ✓ При тези групи в областта на културата като цяло (разнообразието на културния живот, участието в културни дейности, опазване на културните забележителности в града), също духовните практики и образованието, се наблюдават положителни стойности, т.е. имат повече отколкото им трябва, тъй като тяхната важност за лицата е ниска и те са повече от удовлетворени с това, което имат. В дългосрочен план следва да се работи за промяна на това отношение, формиране на потребности и съответно повишаване на важността на тези сфери за личността, което би променило и практиките, съответно увеличило и позитивните емоции и удовлетвореността от живота.
- ✓ Материалното благосъстояние определено е от значение, то е производно и от работата и професията, съответно удовлетвореността от тях. Това се потвърждава и от данните за доходите (както месечен доход на домакинството, така и разполагаема сума за харчене за себе си на ден) сред различните групи – той устойчиво нараства при по-щастливите и става почти двойно по-висок при групата на „изключително щастливите“ в сравнение с „депресираните“.
- ✓ По-високо щастливите хора са постигнали или са много близко до баланса в редица сфери – например двигателни активности/спорт, здраве, личен живот, практикуване на хоби, образование, професия, културата като цяло. При тях основните дефицити са свързани с доброто управление на града, където очевидно има очаквания и възможност за действия.

Специфичната за жителите на Пловдив силна идентификация с родния им град, намираща израз в голямата гордост и желание да останат да живеят там, намира косвено потвърждение и в това изследване – делът на щастливите, много щастливите и изключително щастливите е значително по-висок сред родените в града, спрямо родените на друго място настоящи жители на Пловдив. Резултатите също така позволяват хипотезата, че по-високото образование допринася или е предпоставка за изкачването по стълбицата на щастието, доколкото влияе върху доходи, работа, ценностна система, т.н. Обратно на това, повишаването на възрастта е по-скоро повод за слизване към по-ниски нива на щастие. Също така, противно на клишето, че ромите са бедни, безотговорни и щастливи, данните показват, че делът на депресираните и нещастните сред тях е много по-висок, а делът на много щастливите и изключително щастливите по-нисък в сравнение с българската общност. Този аспект би могло да се проучи по-надеждно при следващото проучване на ромската общност в кв. Столипиново.

Като допълнителна информация, анкетираниите посочват общо 22 асоциации за щастие, 34 неща, които ги правят щастливи и 24 събития, които наскоро са ги направили щастливи. Основните асоциации (честота на посочване над 10%) са здравето, семейството/близките, любовта/партньорът в живота и материалното благополучие. Нещата, които ги правят щастливи, разширяват този кръг и вече включват приятелите, хубава работа/кариера, дейности от свободното време – почивки, екскурзии, хобита, природа, спортни дейности, културни изяви, имоти, коли,

вещи, храни напитки и т.н. Тази фонова информация е полезна както за верифициране на тематичните области, за които се изследва важноста и удовлетвореността на респондентите, така и за операционализиране на индикатори при следващата вълна на мониторинга.

По отношение на културата, в крайна сметка можем да кажем, че тя се превръща в доза щастие, когато стане важен, ценен елемент за отделния човек, което е основната мотивация за действия в посока потребление на творчески продукти, участие в културни дейности и съответно постигане на удовлетвореност от живота, получавайки повече позитивни емоции, общуване с други хора, разнообразни начини на прекарване на свободното време и др. В този смисъл основната задача на ЕСК е да използва този действащ механизъм за формиране на културни потребности и повишаване на тяхната значимост за отделния човек, създавайки основа за постигане на щастие.

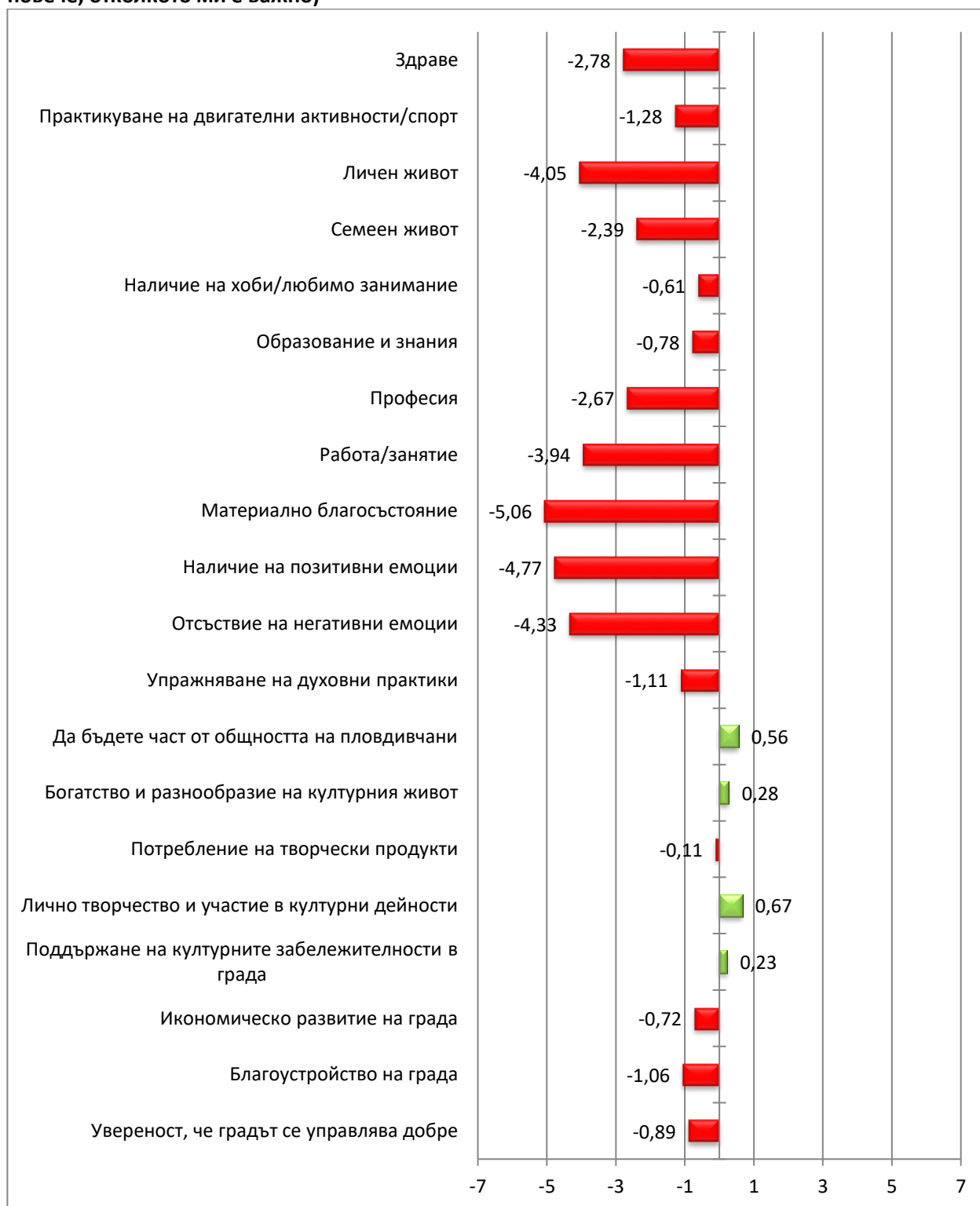


Всички анкетирани - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



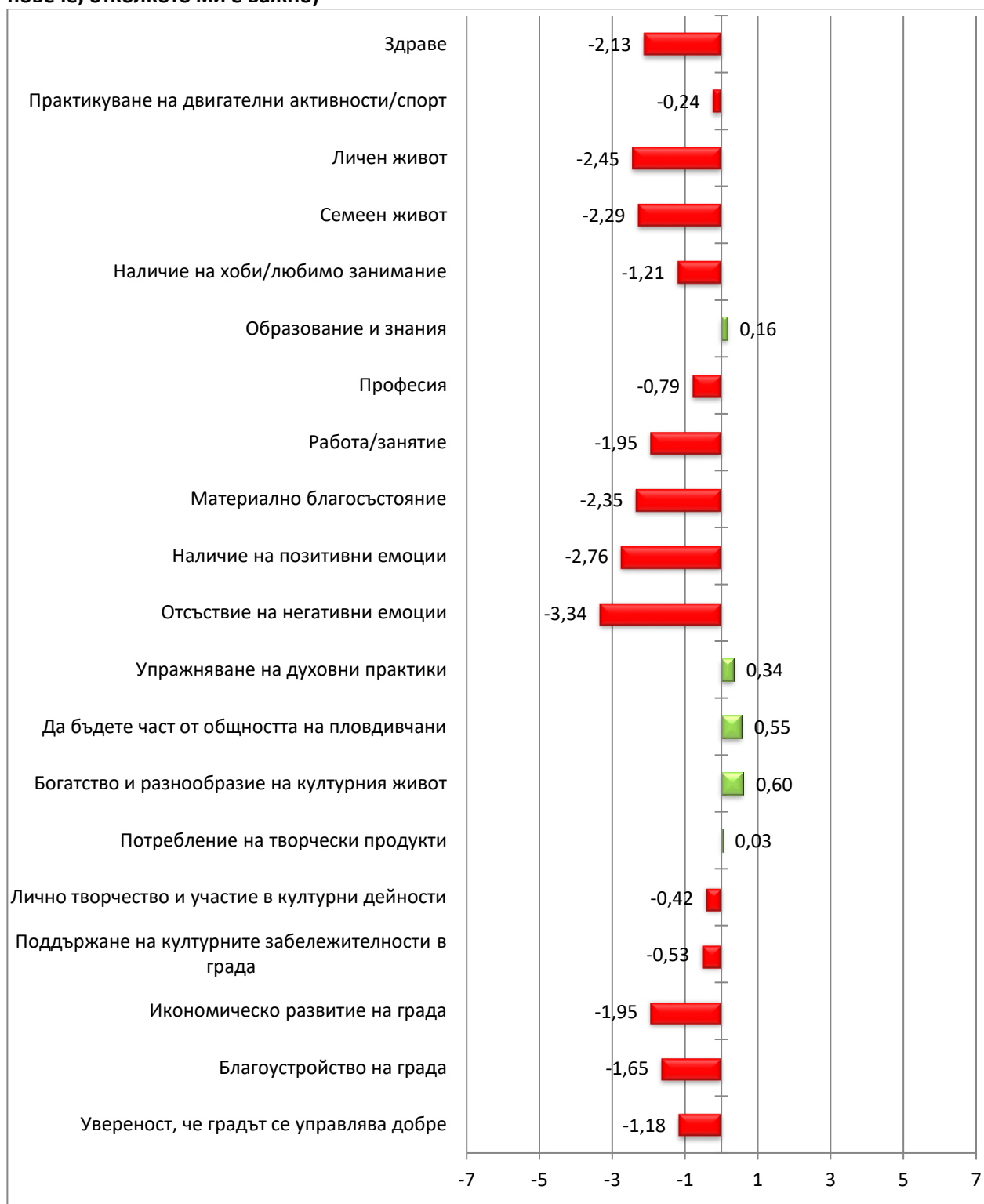
Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Групата лица, класифицирани като „Депресиран“ - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



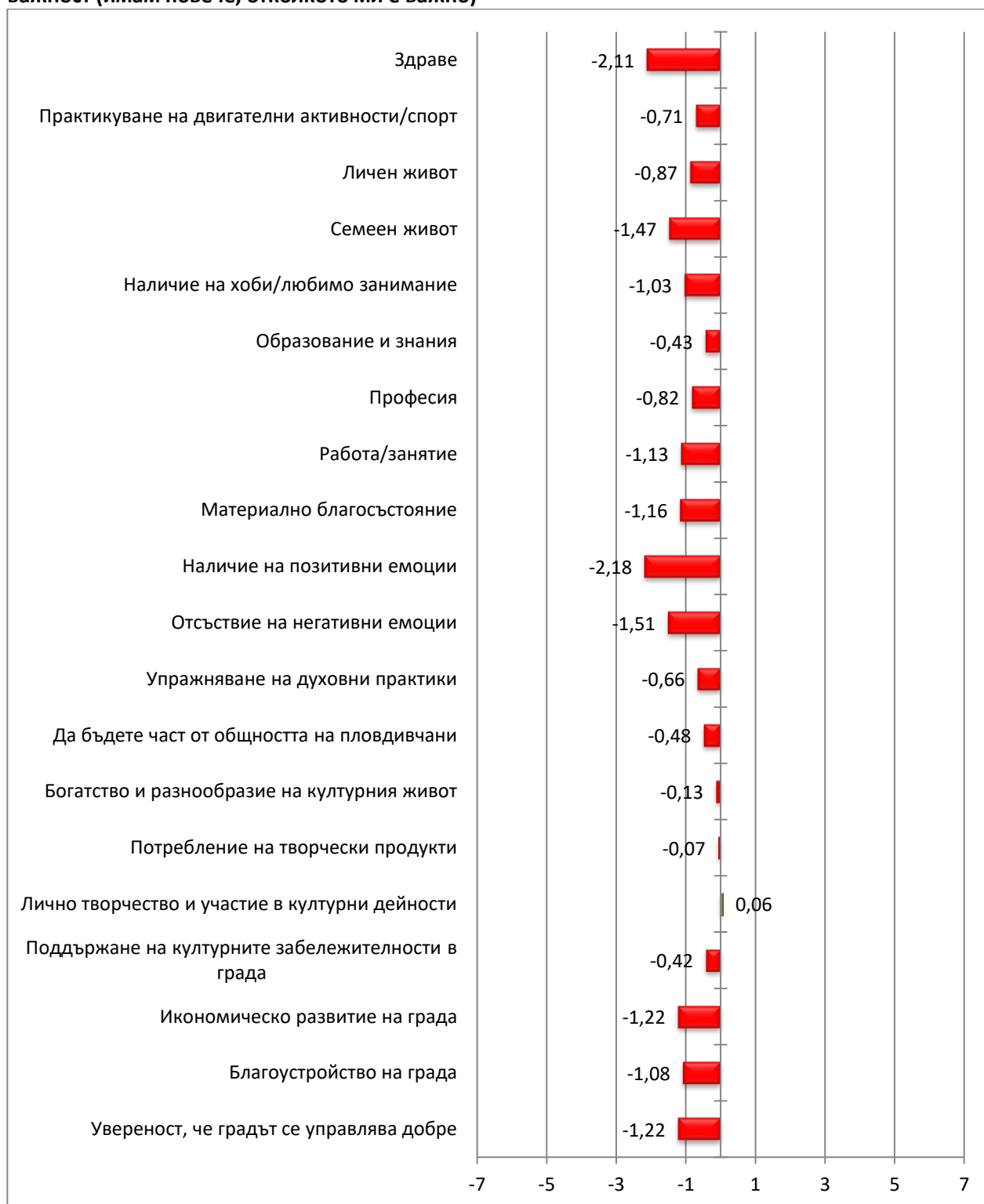
Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Групата лица, класифицирани като „Нещастен“ - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



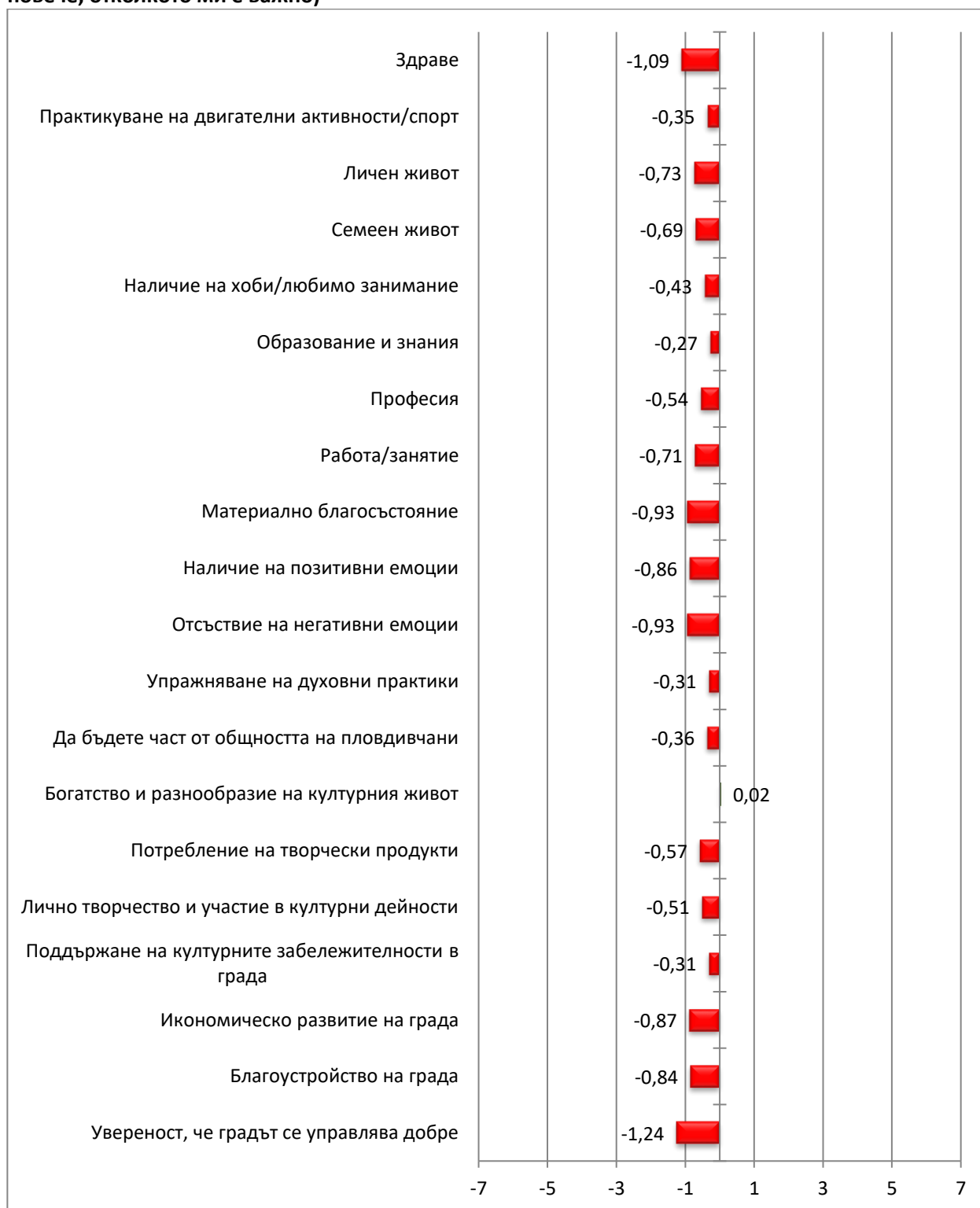
Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Групата лица, класифицирани като „Не толкова щастлив“ - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Групата лица, класифицирани като „Щастлив“ - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



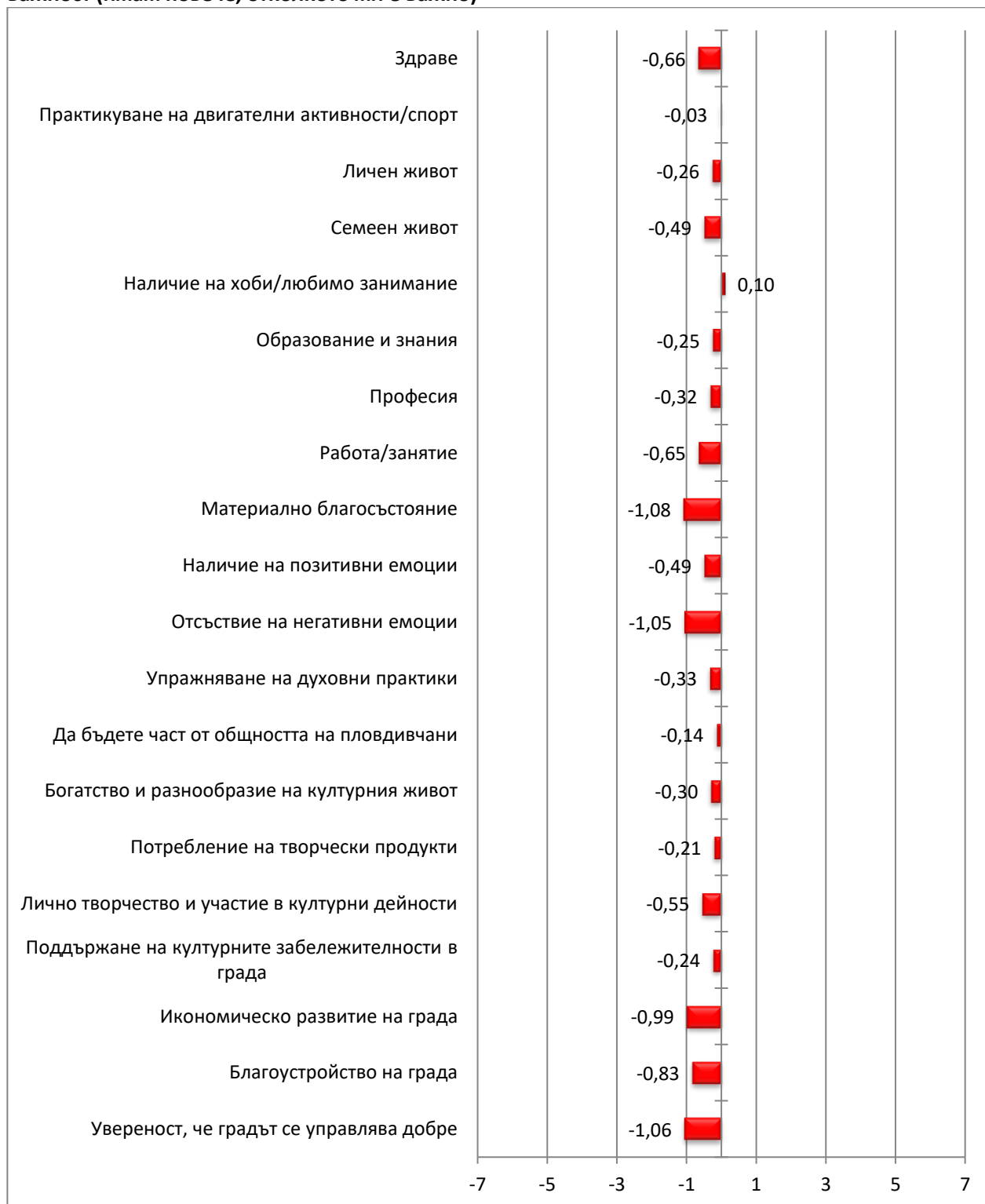
Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Групата лица, класифицирани като „Много щастлив“ - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



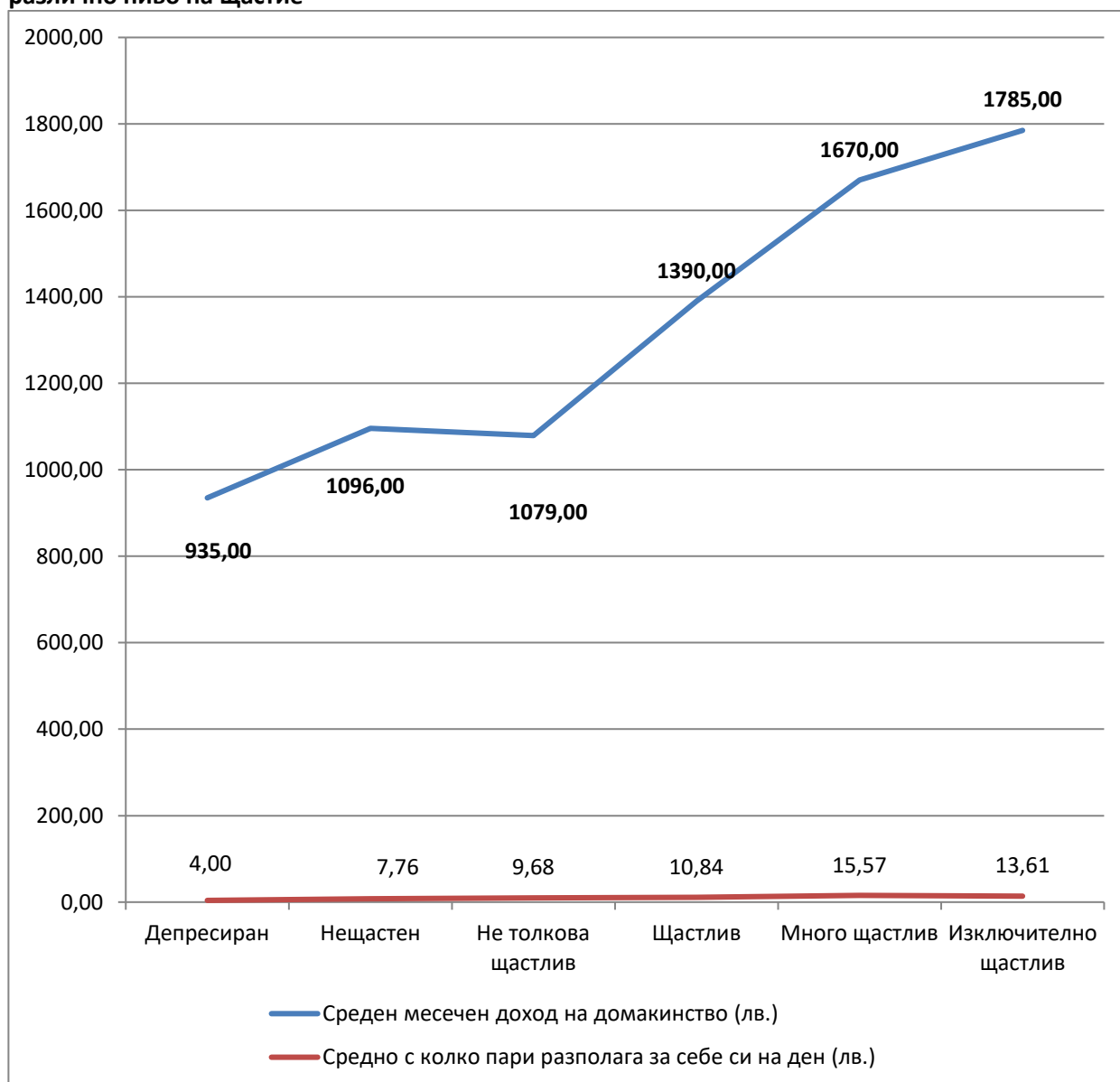
Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Групата лица, класифицирани като „Изключително щастлив“ - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (имам повече, отколкото ми е важно)



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Среден месечен доход на домакинство и средна разполагаема сума за себе си на ден по групи с различно ниво на щастие



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастиято

Основни социално-демографски групи и разпределението им според нивото на щастие

Месторождение	Роден в Пловдив		Роден извън Пловдив	
Депресиран	4		4	
Нещастен	6,7		12,9	
Не толкова щастлив	8,8		26,6	
Щастлив	34,5		29,0	
Много щастлив	31,1		21,0	
Изключително щастлив	14,9		6,5	
	100		100	
Пол	Мъж		Жена	
Депресиран	5,5		2,6	
Нещастен	4,6		12,0	
Не толкова щастлив	14,7		12,8	
Щастлив	33,9		32,1	
Много щастлив	29,8		26,9	
Изключително щастлив	11,5		13,7	
	100		100	
Етническа група	Българи		Роми	
Депресиран	3,3		14,8	
Нещастен	7,6		11,1	
Не толкова щастлив	13,4		22,2	
Щастлив	32,7		37,0	
Много щастлив	29,6		11,1	
Изключително щастлив	13,4		3,7	
	100		100	
Образование	Висше	Средно	Основно	По-ниско
Депресиран	2,6	2,5	12,2	17,6
Нещастен	9,0	6,7	14,6	11,8
Не толкова щастлив	8,3	16,0	14,6	29,4
Щастлив	28,2	37,0	34,1	17,6
Много щастлив	37,2	25,2	14,6	23,5
Изключително щастлив	14,7	12,6	9,8	0
	100	100	100	100

Възраст	18-30	31-40	41-50	51-60	61-84	85+
Депресиран	1	5,6	5,4	5,6	2,9	12,5
Нещастен	2,9	6,7	13,5	6,9	12,5	12,5
Не толкова щастлив	9,6	15,6	8,1	12,5	19,2	37,5
Щастлив	34,6	33,3	24,3	31,9	38,5	25,0
Много щастлив	34,6	27,8	35,1	29,2	18,3	12,5
Изключително щастлив	17,3	11,1	13,5	13,9	8,7	0
	100	100	100	100	100	100

Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастиято

Какво означава за вас щастието, Вие лично с какво асоциирате тази дума? (свободно зададен въпрос, анкетираните са давали повече от един отговор)

	% от отговорите
Да бъда здрав	35,0
Семейството/да бъда заедно с близките	29,0
Любов, обич, да имам любим човек	14,4
Финансова стабилност, материално благополучие	10,5
Работата ми/да имам любима работа, професия	6,6
Сигурност и спокойствие, живот без проблеми	5,9
Осъществяване на всички цели и мечти, планове	5,0
Положителни емоции	4,3
Удовлетвореност цялостно от живота	4,1
Успехите – в работа и в личен план	3,4
Приятелите	3,4
Щастието на децата ми, внуците	3,2
Забавленията, почивка, любимо занимание, хоби (риболов)	2,9
Свобода на духа, да твориш и създаваш	2,8
Да живееш в мир с хората, да правиш добро	1,8
Пътувания	1,6
Късмет	1,6
Позитивно мислене, душевен мир	1,2
Морето, природата	0,4
<i>Много е относително, не знам</i>	1,6
<i>Няма щастие</i>	1,4
<i>Всичко ме прави щастлив/а, нося го в себе си</i>	,2

Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Бихте ли посочили няколко неща, които ви правят щастлив? (свободно зададен въпрос, анкетираните са давали повече от един отговор)

	% от отговорите
Семейството/децата/внуците, семейни събирания	55,8
Здравето	31,5
Приятелите	23,5
Работата ми/хубава работа/кариера, удовлетвореност от професията	20,2
Любовта/важният човек до мен	16,7
Пари, обезпеченост, доход, работа	16,0
Екскурзии, пътувания	10,8
Успехите в професията/ученето	7,7
Домът, къщата ми	6,6
Разбирателството между хората, да правя добро, да помагам, да си полезен, мирът	6,6
Морето, природата, планини, слънчевото време, животни, домашният ми любимец	6,5
Свободно време, почивка, разходки	6,4
Любимо хоби (риболов, лов, да карам мотор, да готвя др.)	6,4
Спокойствието, сигурността	4,7
Хубава храна, шоколад, пиене, кафе, бира	3,6
Образованието, да уча	3,5
Гледане на телевизия	2,6
Успехите на децата	2,4
Празниците	2,1
Колата ми/нова кола	2,1
Имот/къща/вила в планината	2,1
Пазаруването/шопинг	1,8
Късмет /за децата ми	1,6
Да ходя на кино/театър/хубав филм	1,4
Да спортувам (ски и др.)	1,4
Купони/партита/банкети	1,4
Посещения/гледане на спортни състезания, футбола	1,4
Народните песни, танците, възможност да творя	1,2
Интернет	0,5
Църкви	0,5
Родината	0,2
Бизнес, правене на пари	0,2
Мирът	0,2
Нищо, няма щастие	1,9

Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастие

Бихте ли описали едно скорошно събитие, което Ви е направило щастлив/а? (свободно зададен въпрос, анкетираните са давали по един отговор)

	%
Семейно събиране, дойдоха/ходих при децата от чужбина, среща с любимия	13,5
Екскурзия	8,6
Успехи на децата/близки/внуци, абитуриент/студент/ученик/абсолвент в семейството	7,6
Бях на почивка/СПА/в чужбина/ски	5,8
Роди ми се/чакам внук, роди ми се/чакам дете	5,7
Покупка на кола/мебели/вещ/компютър/ нови дрехи	5,3
Сватба в семейството, намерих сродната си душа/ожених се	5,1
Рожден ден (мой/на близък)	4,6
Среща/събиране с приятели	4,4
Коледните празници/Нова година/8-март/3 март	4,4
Нова работа, която харесвам	3,2
Успехи в работата/университета/успешна сделка	3,2
Взех заплата/по-висока заплата/пари за живеене	2,1
Разреших проблем (пенсионирах се)	2,1
Ходих за риба /на лов, купих си нови цветя за градината	2,0
Концерт, хубав филм/ изложба на антики в София	1,8
Постижение в спорта/спортно събитие	1,6
Развлечения в природата, пролетта	1,6
Придобивка на имот/жилище	1,2
Спечелих от лотарията	1,2
Получих подарък/специално внимание/похвала	0,9
Помогнах на човек в нужда	0,2
Аз съм си щастлив/а по принцип	0,2
Оздравях	0,2
Няма такава	13,0

Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието

Индикатор 27: Околна среда

Сферата на околната среда е неотделима част от качеството на живот и цялостната удовлетвореност от живота. В рамките на изследването анкетираните са дали оценка за степента на важност за тях и степента на удовлетвореност относно 6 сфери на околната среда в града, като разликата между измерените нива на удовлетвореност и важност идентифицира: 1) области с дефицит (отрицателни стойности); 2) области, в които имат повече, отколкото им трябва (положителни стойности) и 3) области, в които има или са много близко до баланс, т.е. имат толкова колкото ми трябва (стойност 0 или около 0).

Данните показват, че в областта на околната среда се идентифицират най-сериозните дефицити, като следва да отбележим, че важноста на всяка една област на околната среда е висока (средна оценка 6 и по-висока при максимална 7), но удовлетвореността е много по-ниска (средна оценка между 3,5 и 4,8). Най-сериозна е неудовлетвореността по отношение на въздуха и шума в града, а

най-доволни са гражданите от състоянието на природните дадености в града и градските паркове, градини и озеленяването като цяло. Този факт може да има обаче временен характер, основно по две причини: 1) в последните години реално се провеждат редица ремонти и инфраструктурни проекти, които причиняват както шум, запрашеност, натрупване на отпадъци и 2) елементите на околната среда, особено въздухът, се възприемат като фактори със значително влияние върху здравето, което повишава високостта на гражданите. Освен това, тези проблеми, особено проблемите с въздуха, са предмет сериозно медийно внимание, което определено заостря обществения фокус в тази посока. В подкрепа на горното е и фактът, че дефицитите в областта на околната среда не се прехвърлят директно към управлението на града, т.е. не се приемат като продукт основно на субективни фактори, като например лошо управление.

Отчитайки важността за качеството на живот и цялостната удовлетвореност, мониторингът ще проследи по-детайлно динамиката в областта на околната среда.

Всички анкетирани - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност (има повече, отколкото ми е важно)



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив

4. Икономически растеж

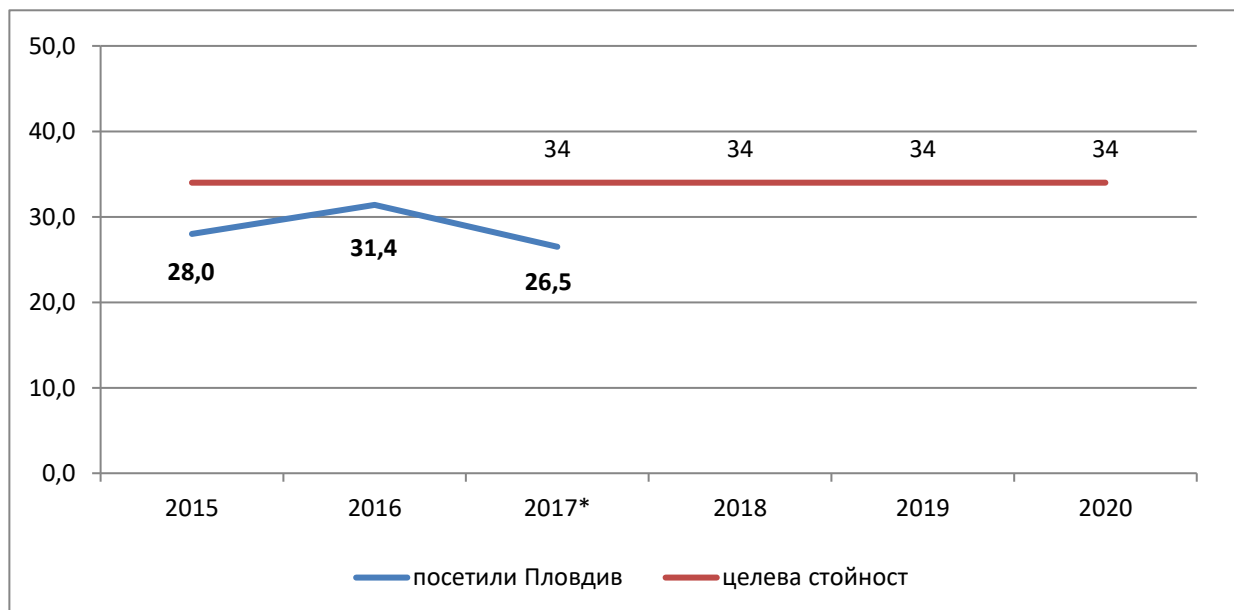
4.1. Ръст в туризма

Индикатор 28: 20% увеличение на националните и 30% увеличение на чуждестранните туристи в Пловдив

Данните за периода показват, че посетителите в Пловдив от страната са около 30%, като за 2017 г., те са по-малко, но това е предвид липсващите данни за последното тримесечие на годината. При базова стойност от 28% за 2015 г. целевата стойност за 2020 г. от 33,6 или 34% изглежда напълно реалистична (20% увеличение).

Относно чуждестранните посетители в гр. Пловдив като най-надежден източник е използвана информацията от НСИ. Наличната статистика включва само пренощуващите лица в места за настаняване с над 10 легла, което означава, че реално броят на чуждестранните посетители е подценен, но е възможно проследяване за дълъг период. Данните за 2016 г. показват покачване и реалистично достигане на заложената целева стойност.

Дял на лица от страната, посетили Пловдив през съответната година



Източник: национално представително изследване

Оценка на абсолютния брой посетители в гр. Пловдив

	% от национална извадка	Екстраполация към 5 893 660*
Посетили Пловдив поне веднъж през 2015	28,0%	1 650 225
Посетили Пловдив поне веднъж през 2016	31,4%	1 850 609
Посетили Пловдив поне веднъж през 2017	26,5%	1 561 820
Посетили Пловдив 2020 – целева стойност	34%	2 003 844

*пълнолетно население на страната без гр. Пловдив

Пренощували лица – чужди граждани места за настаняване с над 10 легла в гр. Пловдив

Година	Пренощували лица – чужди граждани места за настаняване с над 10 легла в гр. Пловдив
2015	95 284
2016	102 525
2017	115 458
2020 – целева стойност	123 869

Източник: НСИ

Индикатор 29: 6% годишно увеличение на нощувките

Данните за реализираните нощувки показват, че заложеното годишно нарастване от 6% на броя на нощувките е постигнато (ръст с 12% за 2016 спрямо 2015 г. и 7% за 2017 спрямо 2016 г.)

Реализирани нощувки в места за настаняване с над 10 легла в гр. Пловдив

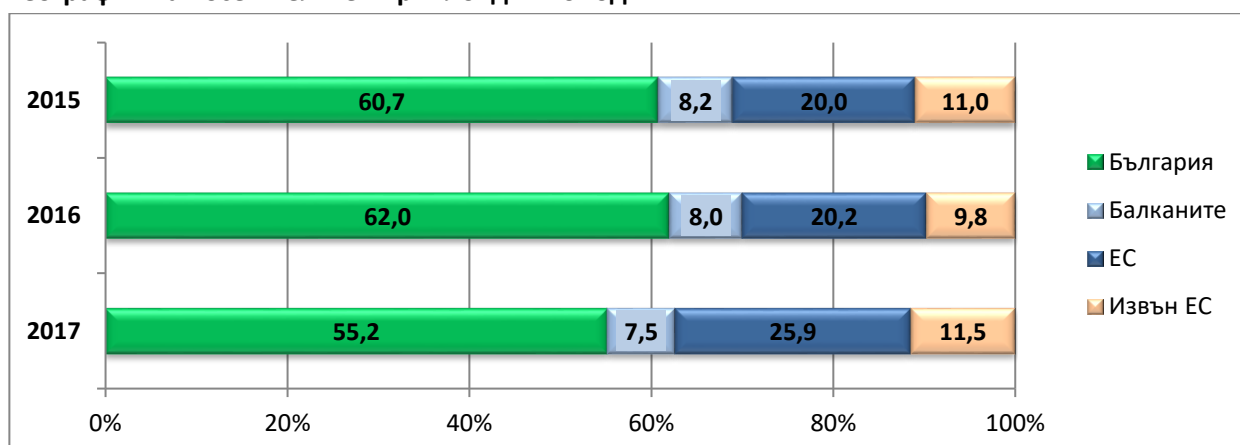
Година	Реализирани нощувки
2015	432 110
2016	483 762
2017	516 776

Източник: НСИ

Индикатор 30: Демографски профил: % разбивка на посетители от България, Балканите, ЕС, страни извън ЕС

Сред чуждестранните посетители най-голям и с тенденция за нарастване е делът на посетителите от страни от ЕС.

География на посетителите в гр. Пловдив по години



Източник: НСИ

	2015	2016	2017
България	147 406	167 379	161 180
Балканите (извън ЕС) общо	19 863	21 703	21 399
Турция	16 536	17 516	17 342
Македония	1 861	2 082	1 732
Сърбия	1 466	1 566	1 614
Албания	-	370	434
Босна и Херцеговина	-	132	226
Черна гора	-	37	51
ЕС общо	48 630	54 485	64 750
Гърция	8 561	11 482	11 074
Италия	6 158	6 023	8 037
Германия	5 582	6 165	6 679
Франция	5 374	5 648	6 560
Обединено кралство	3 613	4 211	4 814
Румъния	2 752	2 963	3 140
Испания	2 747	4 333	6 573
Австрия	1 947	1 595	2 210
Полша	1 648	2 210	2 330
Белгия	1 594	1 760	2 354
Нидерландия	1 552	1 265	2 137
Словения	896	754	785
Чехия	819	720	1 040
Хърватия	809	395	586
Унгария	621	785	1 059
Швеция	566	674	617
Португалия	543	741	1 279
Финландия	426	303	422
Кипър	424	647	618
Естония	400	105	375
Ирландия	373	428	698
Дания	370	395	473
Словакия	279	323	282
Литва	211	149	242
Латвия	207	139	174
Малта	129	229	164
Люксембург	29	43	28
Руска федерация	2 409	2 436	2 807
Други страни	26 791	26 337	26 502
ОБЩО	242 690	269 904	276 638

Източник: НСИ

Индикатор 32: Увеличение на регионалния туризъм

По отношение на регионалния туризъм по данни на НСИ броят на нощувките и на посетителите с нощувка в района е нараснал спрямо 2015 г. с пик през 2016 г. Препоръчително е мониторингът да продължи, отдавайки значение на посещенията на предвидените в програмата на Пловдив ЕСК 2019 бъдещи регионални събития.

Реализирани нощувки и пренощували лица в места за настаняване в Южен централен район без гр. Пловдив

Година	Реализирани нощувки в места за настаняване с над 10 легла	Пренощували лица в места за настаняване с над 10 легла	Продължителност на престоя в нощувки
2015	1 984 347	844 744	2,3
2016	2 199 457	942 544	2,3
2017	2 014 209	848 436	2,4

Източник: НСИ

Индикатор 33: Нови работни места, създадени в сектора на туризма

Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности са структурирани съгласно Класификатора на икономическите дейности, където секторът на туризма е обхванат от икономическа дейност „Хотелиерство и ресторантьорство“. В сферата на обслужването на туристи попадат и част от заетите в икономическа дейност „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“. И в двете дейности броят на заетите по данни на НСИ за 2015 и 2016 г. бележи ръст.

Година	Брой заети лица	
	„Хотелиерство и ресторантьорство“	„Търговия...“
2015	7 646	30 646
2016	8 039	30 882

Източник: НСИ

4.2.Нови бизнес и възможности за заетост

Индикатор 34: Цялостен спад в равнището на безработица в града под 10%

Заложената цел за намаляване на безработицата под 10% е реалност за Пловдив в последните години, поради се препоръчва отпадане на индикатора като цяло, доколкото в момента безработицата в Пловдив е под 5%.

Индикатор 35: Брой нови бизнеси в града

По данни на НСИ броят на регистрираните предприятия на територията на Пловдив е нараснал от 24 300 до 25 184 или 884 новорегистрирани предприятия. В допълнение може да се каже, че като цяло в района на Пловдив се наблюдава инвеститорски интерес, който обаче среща някои проблеми, като недостиг на работна ръка и др., и това представлява спънка пред икономическото развитие на града.

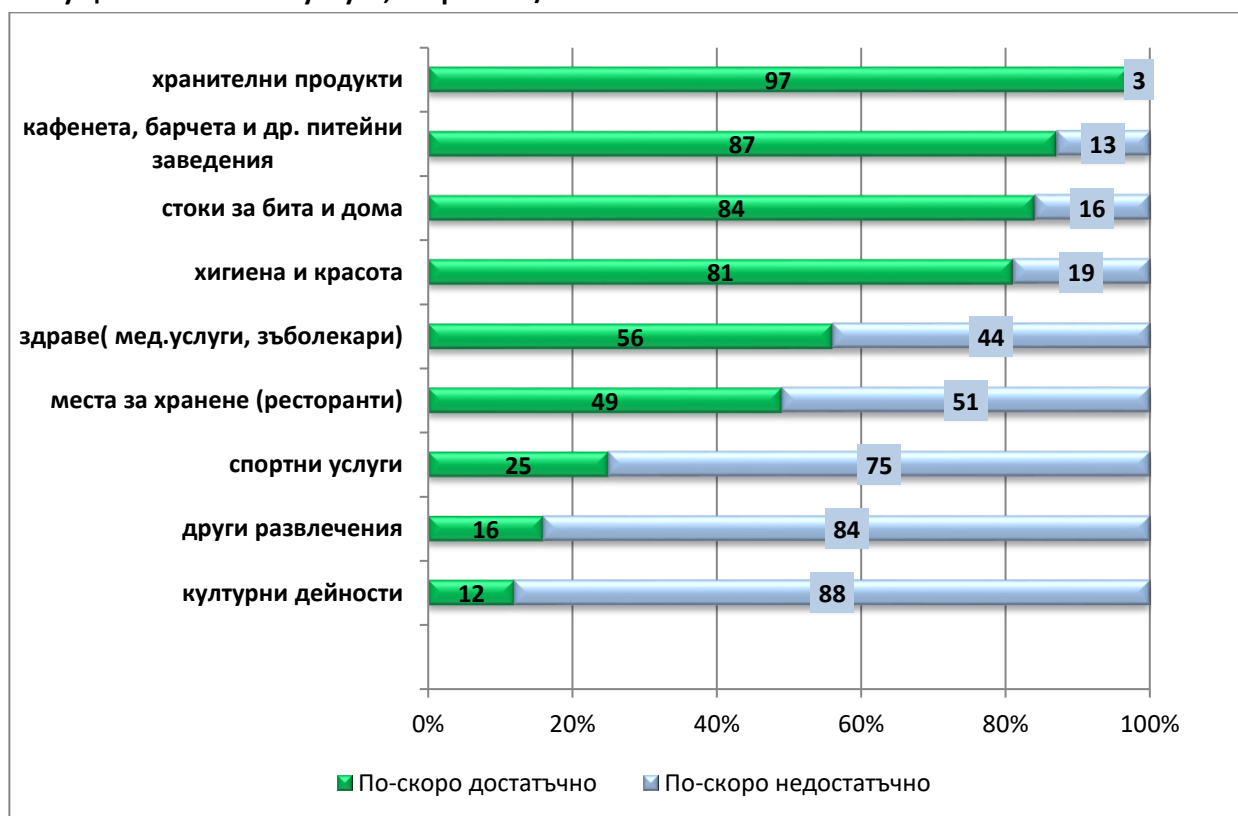
Индикатор 36: Намаляване на равнището на безработица сред уязвимите малцинства под 20%

В изследваните домакинства безработните лица над 16 г. представляват 27%, като една малка част от тях посещават училище и след приспадане на техния брой нивото на безработица се очертава около 24%. Близко до тези дялове е и делът на домакинствата, които декларират доходи от обезщетения за безработица – 22%. Въпреки че данните от изследването за заетост са декларации на лицата, а не формален статус на безработни лица, може с достатъчна сигурност за се заключи, че безработицата в ромската общност е около 5 пъти по-висока в сравнение с безработицата в града като цяло.

Индикатор 37: Увеличение на броя на малките фирми, работещи в ромските квартали

Оценката за броя на фирмите, предоставящи различни услуги и стоки на територията на квартала, показва най-голяма удовлетвореност по отношение наличието на доставчици на хранителни стоки, кафенета, стоки за бита и хигиената и красотата. Като по-скоро недостатъчен се очертава броят на доставчици в областта на културата, развлеченията и спорта.

Според Вас има ли достатъчно фирми в квартала, в който живеете, които предоставят на живущите там стоки и услуги, свързани с/със:



Източник: Изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

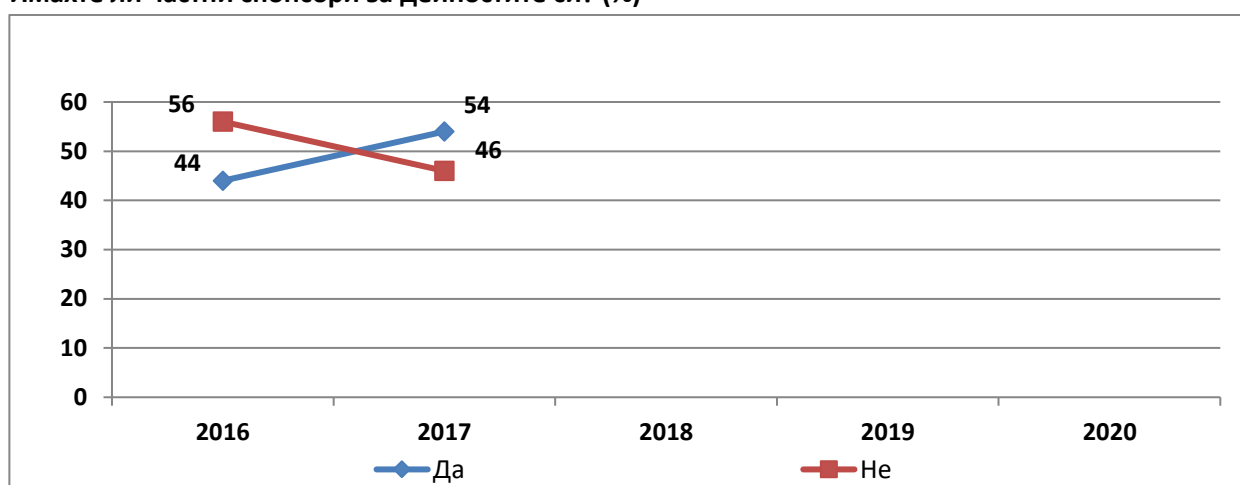
Също така около 13% от ромските домакинства в Столипиново декларират, че имат доходи от собствен бизнес, като 2/3 от тях работят на територията на кв. Столипиново.

4.3. Икономическа жизненост на културния сектор

Индикатор 38: Увеличение на частното спонсорство с 5%

Посочените данни са от изследване сред представители на културни институции, представляват качествена оценка на лицата и дават възможност да се оцени делът на институциите, които отбелязват ръст на спонсорството с 5% – целевата стойност за индикатора. Данните показват, че повече от половината институции имат частни спонсори през 2017 г. и това е нарастване с 10 пункта спрямо предходната 2016 г. Развитието на частното спонсорство по вид институция показва диференциация – докато за останалите има нарастване, при театрите и музеите няма съществена промяна. И докато при театрите това може да се обясни с вече постигнато високо ниво на частно спонсорство (66%, което е най-висок от всички институции дял), то музеите по-скоро не могат да осигурят достатъчно спонсори към момента.

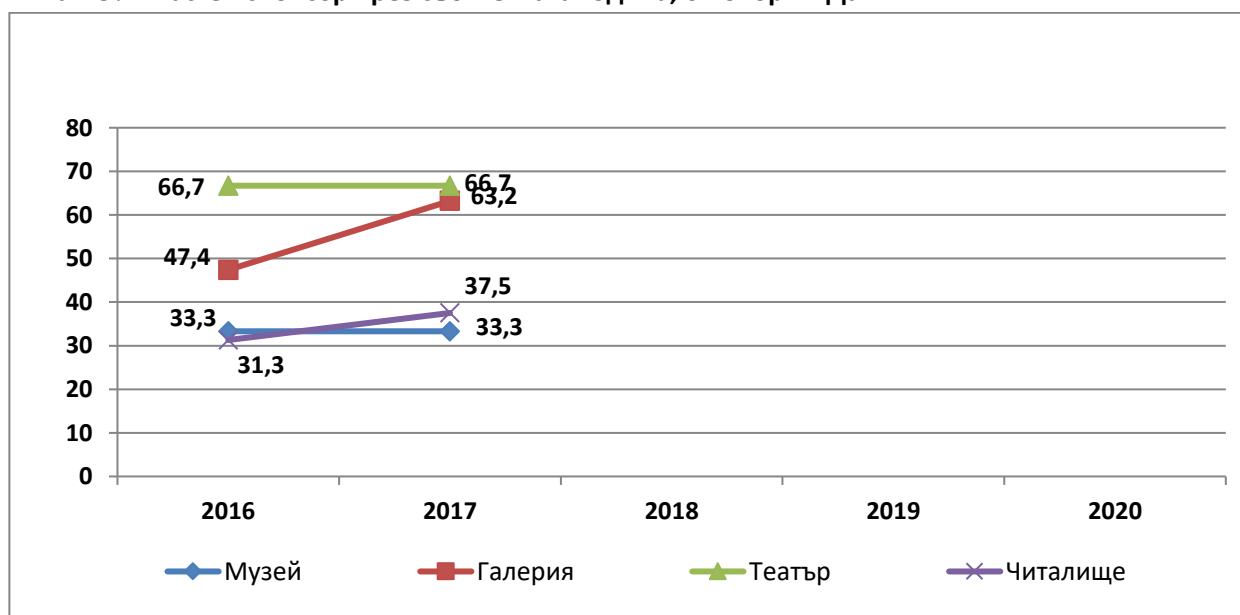
Имахте ли частни спонсори за дейностите си? (%)



Източник: Изследване сред представители на културни институции

Тенденции относно развитието на частното спонсорство по вид институции (%)

Имахте ли частен спонсор през съответната година, отговори "Да"



Източник: Изследване сред представители на културни институции

Индикатор 39: Ръст на заетостта в културния сектор до 5%

Данните на НСИ относно броя на зетите лица по икономически дейности са структурирани съгласно Класификатора на икономическите дейности, където културният сектор е обхванат в дейност „Култура, спорт и развлечения“. Броят на зетите в тази дейност е нараснал от 1569 до 1909 лица. Това представлява ръст от 22% спрямо изходната стойност.

III. Изводи

Резултатите от проведените мониторингови дейности идентифицират като цяло положително въздействие и в четирите области на наблюдение. За периода 2015-2017 г. най-осезаемо е въздействието в сферата на трансформация на културния сектор и образ и идентичност, където се наблюдава постигане на заложените целеви стойности за основни индикатори и може да се очаква запазване на тази тенденция, тъй като въздействието на инициативата тук е много по-директно. Въздействието в сферата на икономическия растеж се очаква да се увеличи в най-голяма степен през 2019 г., а социалните въздействия логично могат да стават по-осезаеми след приключване на инициативата. Въз основа на резултатите е направен преглед и предложения за актуализация на заложените индикатори, както е посочено в таблицата по-долу.

№	Индикатор	Цел/целева стойност
ТРАНСФОРМАЦИЯ НА КУЛТУРНИЯ СЕКТОР		
1	Общ брой ЕСК събития през 2019 г.	Осигуряване на информация относно броя проведени събития и разпределение по вид събития, по територия и др.
2	50% от жителите на Пловдив, 30% от регионалните да посетят ЕСК събития през 2019 г.	142 000 души от гр. Пловдив (50%) и около 342 000 души от региона (30%) да посетят ЕСК събития през 2019 г.
3	20% растеж в културното участие между 2015 и 2021	51,6% <u>от жителите</u> на гр. Пловдив и 51,6% <u>от посетителите</u> на гр. Пловдив годишно в периода до 2021 г. да посещават културно събитие в града.
4	Удовлетворение на публиката от културното съдържание	За 50% от обхваната чрез проучванията публика се отчита удовлетвореност по-висока от средната по скала от 1 до 5 („лошо“ – „отлично“)
5	Обратна информация относно организирането на събития	Осигуряване набирането на информация за обратна връзка. Събрани около 2000 анкети за обратна връзка на година за периода 2018-2019 г.
6	Увеличаване на броя на събитията извън центъра на града (вкл. читалища)	Увеличаване на броя на събитията в центъра на града с 30% спрямо 2017 г.
7	Демография на участниците в събития и увеличен достъп на нови публики	Мобилизирани нови публики, които се регистрират чрез мониторинг на демографския профил.

№	Индикатор	Цел/целева стойност
8	Процент от културни събития с безплатен вход, позволяващи достъп на групи в неравностойно положение	10% от събитията са с безплатен вход през 2018 и 2019 г.
9	Увеличаване на броя на културните събития в квартал „Столипиново“	Увеличение на броя на събитията с 30% спрямо 2017 г.
10	Брой европейски трансгранични съвместни продукции, гостуващи международни артисти, изнесени и внесени продукции	Увеличение на броя спрямо 2017 г.
11	Процент на положителните и отрицателните мнения за артистични мероприятия от програмата на ЕСК	Информация относно процент положителни и отрицателни мнения – положителните мнения да доминират над отрицателните
12	Брой оригинални произведения, поръчани от „Пловдив 2019“	Информация относно броя оригинални произведения, поръчани от „Пловдив 2019“ през 2019 г.
13	Брой артистични и мениджърски обмени, които се провеждат в частни и обществени културни институции (на регионално, национално и международно ниво)	Информация относно общ брой обмени и брой обхванати области на обмен.
14	Брой членства в международни мрежи за културни институции и оператори (повече международни връзки)	Увеличение на броя членства в международни мрежи за културни институции и оператори
15	Увеличение на посещенията на музеи/галерии театри/концертни зали	Увеличение на посетителския поток (2016-2019)
ОБРАЗ И ИДЕНТИЧНОСТ		
16	Национално / международно / социално медийно внимание, повишено медийно отразяване	Увеличаване на броя на материалите, отразяващи инициативата в сравнение с 2015/2017 г.
17	Развитие на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм	Увеличаване на дела посетители, чиято основна цел е посещение на културни събития/обекти/културен туризъм.
18	Увеличение на споменаванията на Пловдив като град на културата в медиите и социалните медии	Увеличение на броя на споменаванията спрямо базовата стойност от 2017 г.
19	Идентифициране на пловдивчани с града им и чувство на гордост, че живеят в него	Увеличаване на дела посочващи категорично културни елементи като повод за гордост спрямо базовата стойност от 2017 г. Задържане на ниските нива на нагласите за напускане на града.
20	Чувство за принадлежност към Европа сред гражданите	Повишение на дяловете лица, които се определят като граждани на Европа, и чувството им за принадлежност към Европа се е засилило.
21	Национална информираност: Процент разпознаване на ЕСК, вероятност/желание за посещение	Увеличаване на дела лица, които знаят, че Пловдив е избран за ЕСК за 2019 г. Увеличаване на дела лица, посочили че имат интерес към посещение на събитие от програмата на ЕСК.

№	Индикатор	Цел/целева стойност
СОЦИАЛНИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ		
22	15% намаление на нивата на неграмотност и отпадналите от училище в квартал „Столипиново” Информираност, участие, удовлетвореност от ЕСК	Предотвратяване ръста в нивата на децата в училищна възраст от ромската общност, които не ходят на училище (текущото ниво е 22%, при средно за страната – 23,2%) Предотвратяване на ръста в нивата на неграмотност сред ромската общност в града (текущото ниво е 8%, при средно за страната – 11,8%) Повишена информираност за Пловдив ЕСК 2019 и повишено културно участие в сравнение с 2017 г.
23	Повишено ниво на толерантност и приемане на уязвими групи в обществото	Увеличение на дела на колебаещите се спрямо базовите стойности от 2017 г.
24	Брой на регистрираните доброволци и дни на доброволчество	Информация относно броя регистрирани доброволци и дни на доброволчество и постигане на устойчиво увеличение.
25	Процент на млади специалисти, които биха обмислили да се върнат в Пловдив, след като са учили/работили другаде	Препоръчва се индикаторът да отпадне.
26	Индекс за качеството на живот и щастието	Осигуряване на фонова информация относно сегментирането на пловдивчани според степента на удовлетвореност от живота и усещане за щастие.
27	Грижа за околната среда	Осигуряване на фонова информация относно важността и удовлетвореността от околната среда.
28	20% увеличение на националните и 30% увеличение на чуждестранните туристи в Пловдив	Увеличение на националните посетители с 20% спрямо базовата стойност – достигане 34% посетители на Пловдив от страната Увеличение на чуждестранните посетители с 30% спрямо базовата стойност – достигане до 123 869 души
29	6% годишно увеличение на нощувките	6% годишно увеличение на нощувките.
30	Демографски профил: % разбивка на посетители от България, Балканите, ЕС, страни извън ЕС	Увеличаване дела на посетители – граждани на ЕС. Диверсификация на страните на произход на посетителите.
31	Увеличаване на броя на полетите до и от летище Пловдив	Препоръчва се индикаторът да отпадне.
32	Увеличение на регионалния туризъм	Увеличение на броя на нощувките спрямо базовата стойност от 2015 г. Наблюдение на участието в регионални събития от програмата на ЕСК
33	Нови работни места, създадени в сектора на туризма	Увеличение на заетите в сектора.

№	Индикатор	Цел/целева стойност
34	Цялостен спад в равнището на безработица в града под 10%	Препоръчва се индикаторът да отпадне.
35	Брой нови бизнеси в града	Информация относно динамиката на броя предприятия по големина и по сектори.
36	Намаляване на равнището на безработица сред уязвимите малцинства (ромски/турски) под 20%	Предотвратяване на ръста на безработицата в ромската общност в Пловдив.
37	Увеличение на броя на малките фирми, работещи в ромските квартали	Повишаване на удовлетвореността от броя малки фирми в ромските квартали, предоставящи услуги в областите, в които е установен дефицит.
38	Увеличение на частното спонсорство с 5%	Увеличение на институциите с частно спонсорство с 5%. Увеличение на сумите от спонсорство с 5% - при възможност за наблюдение.
39	Ръст на заетостта в културния сектор до 5%	Ръст на заетостта в културния сектор до 5%