



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

# ДОКЛАД

## за

### обобщаване и анализ на данни от проведено анкетно проучване в град Пловдив и региона през 2022/2023 г.

#### 1. Обща информация и концептуално позициониране.

*Проучването на нуждите и потребностите на младите хора* се явява основен етап и необходим елемент при функционирането и развитието на дейността и изграждането на образователните програми в Общинско предприятие „Младежки център Пловдив“. Изборът на ясна и целенасочена стратегия на образователния и управленския екип на Центъра към интереса и мнението на целевата група предопределя водещата роля на проучването. Предвид динамичната среда и бързо променящите се предпочитания, интереси и тенденции, особено в младежка възраст, данните се актуализират периодично, за да се разполага с максимално актуална, адекватна и достоверна информация за целевата група, с която работи екипът. Проучването е **достъпно** за всеки желаещ да предостави мнението си респондент, гарантиращо анонимност на отговорите.

Настоящото анкетно проучване се провежда в рамките **6-месечния период юли 2022 – януари 2023 г.** Стартира на 22.07.2022 г. и финализира на 22.01.2023 г. **Цели** да формира база от данни и информация, които да бъдат използвани за съставяне и реализиране на бъдещи образователни програми, определяне на тематични направления за предстоящи събития и дейности, актуализиране на действащата до момента картина на потребителския сегмент, определена на база предходно проучване и обратна връзка в края на всяка дейност. **Формите на разпространение на проучването** се класифицират в следните категории: 1) **социални мрежи** (вкл. сайт) на Центъра; 2) по време на всяко от **настоящите събития**; 3) чрез изпращане на **имейл** до всички участници в дейности до момента; 4) **полеви проучвания** от медиатори и младежки работници на локации в град Пловдив и региона, посещавани от младежи и характеризиращи се със силна концентрация на хора; 5) стажанти, медиатори, младежки работници, партньори и участници в дейности, разпространяващи чрез **лични средства за комуникация**.

В проучването взеха участие **226 респонденти**.



## 2. Демографска и социална структура.

Целевата възрастова група на проучването е: **15-29 години**. **213 (или 94%)** от респондентите, дефинирани като младежи, са позиционирани в целевия диапазон, а **13 (или 6%)** – дефинирани като немладежи, извън него (под 15 г. и над 29 г.), представено на *фиг. 1*. Акцент се поставя върху **сегментирането на целевата възрастова група на 3 подгрупи: 15-19 години** (преобладаващо определящи се като ученици), **20-24 години** (преобладаващо определящи се като студенти) и **25-29 години**



*Фиг. 1. Възрастово сегментиране на респондентите*

(преобладаващо определящи се като работещи). *Фиг. 2* илюстрира разпределението на младежите в отделните подгрупи. Ясно се очертава възрастният диапазон, който главно е



*Фиг. 2. Възрастово сегментиране на младежите*

привлечен от дейностите на Центъра и до момента – 15-19 години (146 младежи или 69%). Точно затова при тематичните направления и предпочитани формати за провеждане на образователните програми трябва да се постави особено внимание върху предоставените отговори именно от останалите 2 групи, до които не може да се достигне масово – 43 младежи или 20% в диапазона 20-24 години и 24 младежи или 11% в диапазона 25-29 години. Обект на друго изследване биха били причините за това.

Географското позициониране на респондентите почти изцяло достига целевия пункт – град Пловдив и региона. *Фиг. 3* онаглежда резултатите по отношение на този индикатор. 67% от участниците в проучването обозначават като населено място, в което живеят, град Пловдив, 24% – региона (вкл. гр. Хисаря, гр. Асеновград, гр. Перушица, гр. Раковски, гр. Стамболийски, с. Цалапица, с. Старосел, с. Житница, с. Крумово, с. Устина и др.), и 9% – населени места извън област Пловдив.



*Фиг. 3. Географско сегментиране на респондентите*



*Фиг. 4. Полова структура на респондентите*

Половата структура на респондентите е представена на *фиг. 4*, от която ясно се очертава превеса на жените с постигнат относителен дял – 68%. Високият дял на жените се установява и по време на дейностите на Центъра. Това обуславя необходимостта от детайлен преглед на тематичните области, посочени от мъжете.

### 3. Ангажираност и информираност за дейности на Центъра.

Проучването се насочва и към получаване на информация за това доколко дейността на Младежкия център е **позната и известна** за анкетиранияте, от една страна, и **с какво се асоциира Центърът** за тези, участвали в отделни дейности, от друга страна. Близко  $\frac{3}{4}$  от респондентите не са участвали в дейности на Центъра, което



Фиг. 5. Участие в дейности на Младежкия център от респондентите

допринася за генериране на мнения и обратна връзка, изцяло съобразени с нуждите и потребностите им без влияние на предходни и настоящи образователни програми.

Анкетиранияте, дали **положителен отговор относно участието си** в дейности на Центъра, посочват следните **активности** като примерни: обучителна програма „Млад икономист“, младежки форум „Истина или предизвикателство“, международни младежки обмени, благотворителни базари, обучителна програма „Млад стажант“, Вечери на настолните игри, Вечери на спорта, обучението „Как да превърнем една идея в младежки проект?“, младежка инициатива „Творческо писане“, Клуб на икономиста, Клуб на книгата, Литературно-творческо ателие „Аберация“, младежка инициатива „Жива библиотека“<sup>1</sup>.

Респондентите (както участници в дейности, така и не посещавали нито една такава) обособяват **3 групи преобладаващи отговори**, насочени към това каква е **общата им представа и асоциация за Младежкия център**<sup>2</sup>:

- **Образование и инициране на младежки дейности** – обучения, форуми, международни обмени, семинари и др., създаващи и надграждащи знания и умения на младежи;

<sup>1</sup> Изброените настоящи и минали дейности на Центъра са подредени по честота на даваните отговори и са селектирани само тези, споменати повече от веднъж от респондентите.

<sup>2</sup> Отговорите са подредени на база честота на дадените отговори.



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

- **Подкрепяща и мотивираща роля на Центъра** – осигуряване на благоприятна среда, свободен достъп до дейности, възможности за личностно развитие;
- **Спорт и наличие на спортна база и съоръжения.**

Втората група отговори е преобладаваща за респондентите вече участвали в дейности на Центъра, докато първата и третата се насочват предимно за тези, които не са или са използвали пространствата чрез друга младежка (основно спортно насочена) организация или събитие. Открояването на подкрепящата и мотивиращата роля на Центъра като водещ отговор не само сред настоящи участници, но и сред потенциални такива, затвърждава идентифицираните и в предходни проучвания очаквания на младежите за създаване и поддържане на пространство, притежаващо следните характеристики: приобщаващо, социално, достъпно, свободно, обогатяващо, сигурно, мотивиращо.

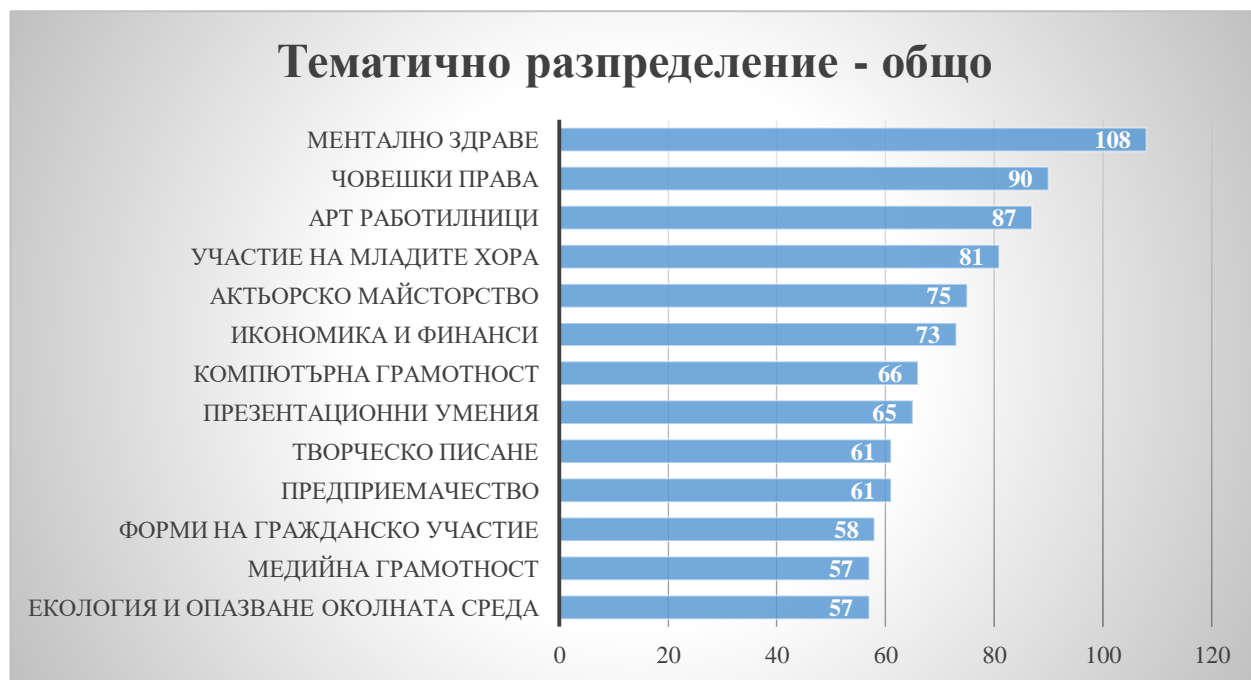
23,9% (в абсолютен брой – 54) от респондентите предоставят имейла си, заявявайки желание за получаване на информация за бъдещи събития и дейности на Центъра.



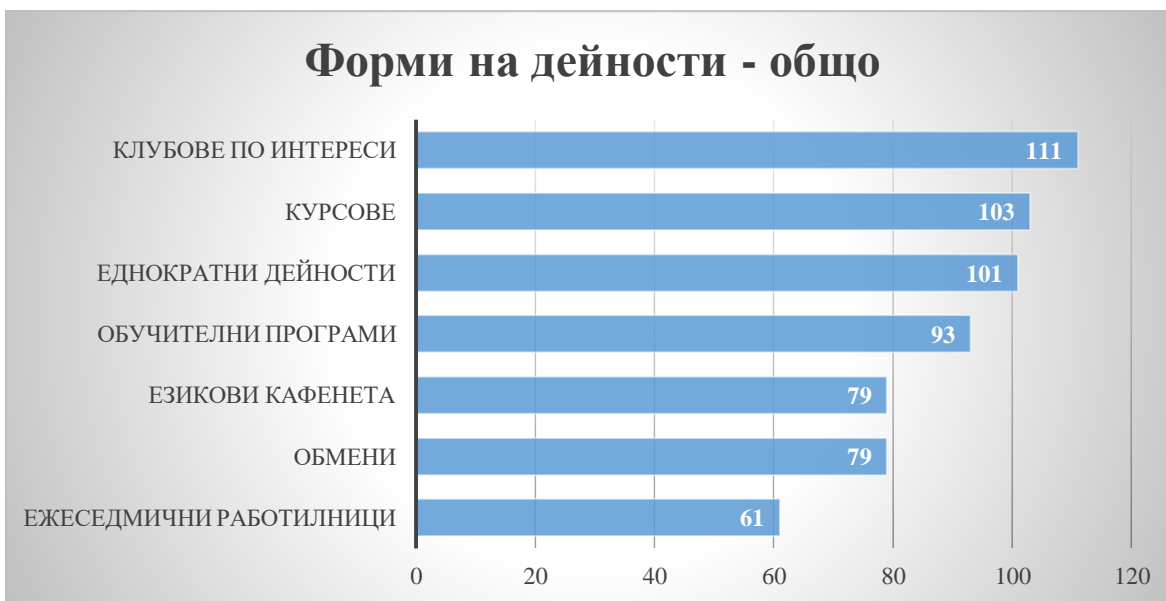
ОБЩИНА ПЛОВДИВ

#### 4. Тематични и структурни предпочитания на участниците.

Настоящата част разглежда предпочитанията на респондентите относно теми, които представляват интерес за тях и имат нужда да обогатят знанията и уменията си в тематичната област. Основният подход при представяне и обобщаване на информацията е *графичният*, представящ и конкретния брой респонденти, посочили дадената опция. *Сегментираното проследяване на тематичните области* в отделните демографски индикатори (*възраст, пол и населено място*) допринася за изграждане на по-задълбочен и качествен анализ, който да спомогне максимално за постигане на ефективни образователни резултати. Освен тематичното разпределение се обобщават и *предпочитанията относно конкретен формат*, в който би могъл да се реализира съответната тема – отново сегментирано онагледена за различните възрасти, пол и местожителства.



Фиг. 6. Тематично разпределение на респондентите от проучването



Фиг. 7. Форми на дейности, предпочитани от респондентите в проучването



Фиг. 8. Тематично разпределение на младежите на възраст 15-29 години

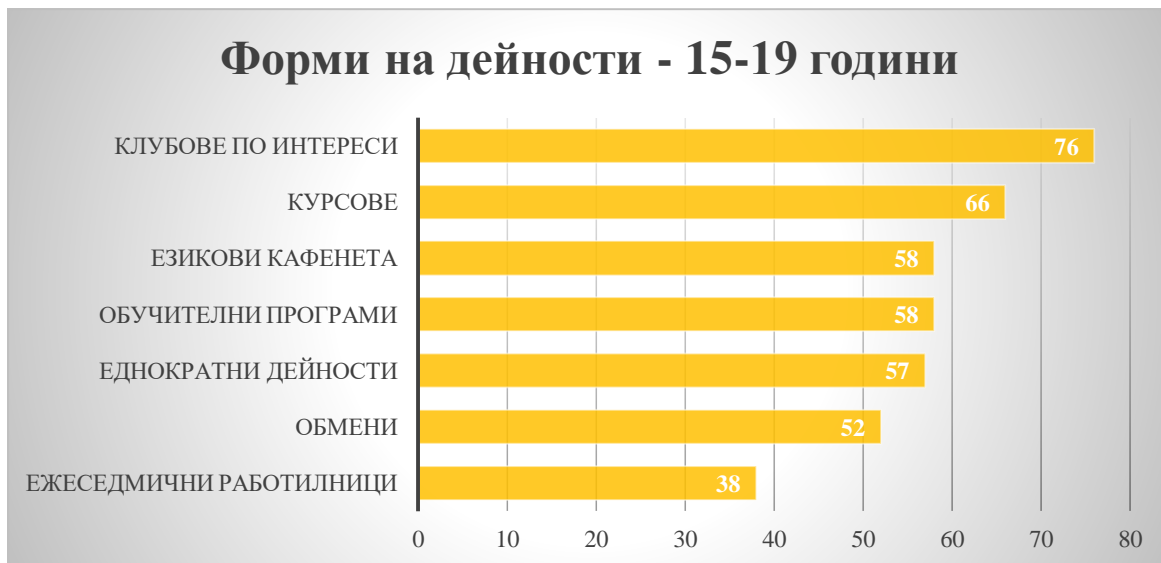


Фиг. 9. Форми на дейности, предпочитани от младежите на възраст 15-29 години

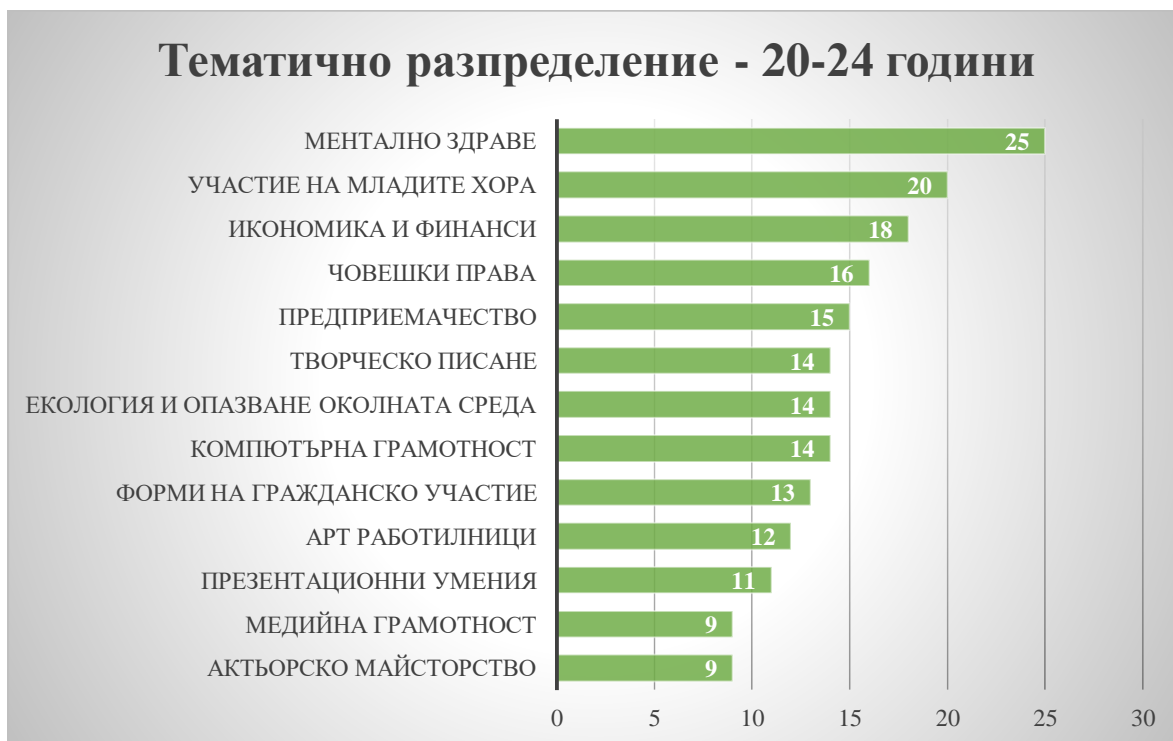


Фиг. 10. Тематично разпределение на подгрупата младежи на възраст 15-19 години





**Фиг. 11.** Форми на дейности, предпочитани от подгрупата младежи на възраст 15-19 години



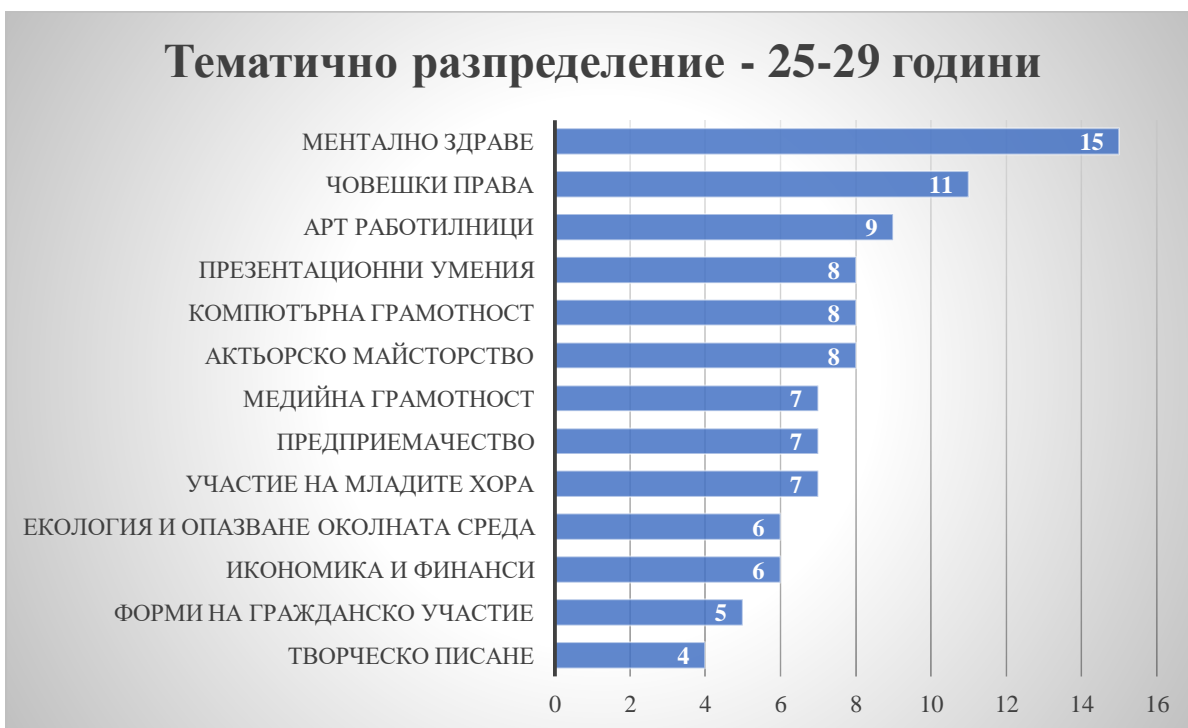
**Фиг. 12.** Тематично разпределение на подгрупата младежи на възраст 20-24 години



ОБЩИНА ПЛОВДИВ



Фиг. 13. Форми на дейности, предпочитани от подгрупата младежи на възраст 20-24 години



Фиг. 14. Тематично разпределение на подгрупата младежи на възраст 25-29 години



Фиг. 15. Форми на дейности, предпочитани от подгрупата младежи на възраст 25-29 години



Фиг. 16. Тематично разпределение на мъжете, респонденти в проучването



ОБЩИНА ПЛОВДИВ



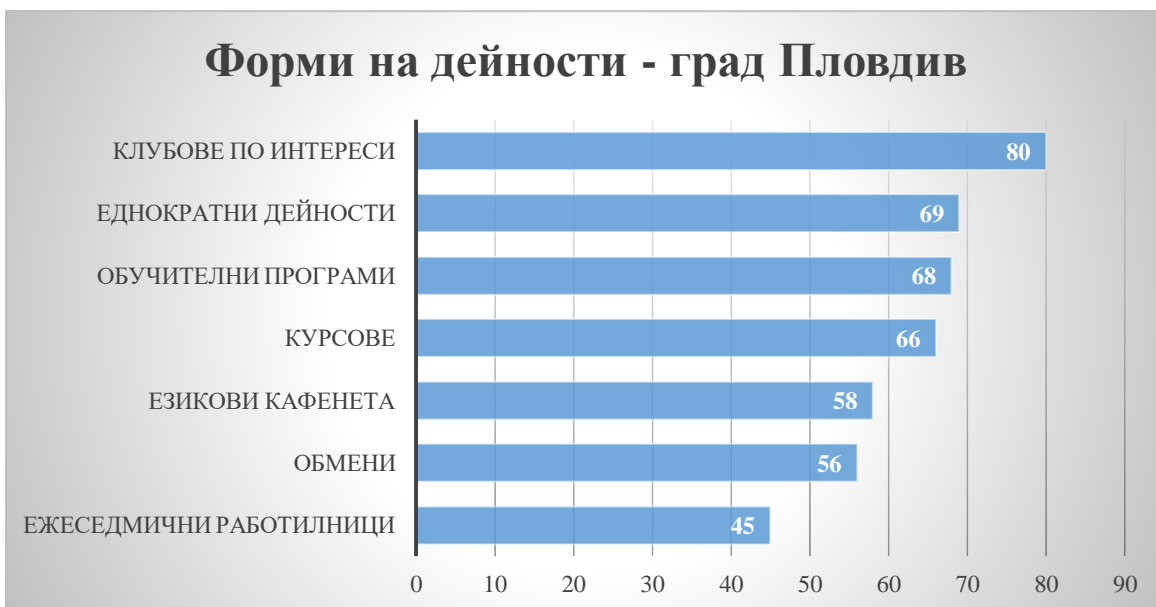
Фиг. 17. Форми на дейности, предпочитани мъжете, респонденти в проучването



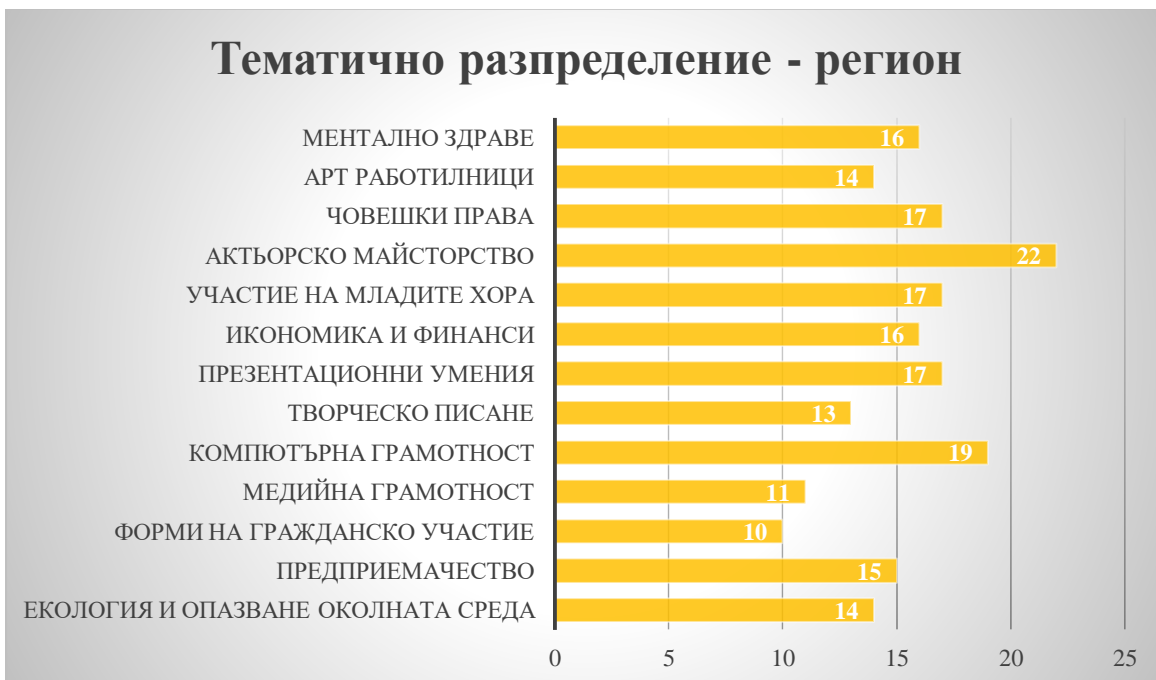
Фиг. 18. Тематично разпределение на респондентите, жители на град Пловдив



ОБЩИНА ПЛОВДИВ



Фиг. 19. Форми на дейности, предпочитани от респондентите, жители на град Пловдив



Фиг. 20. Тематично разпределение на респондентите, жители на градове и села от област Пловдив



**Фиг. 21.** Форми на дейности, предпочитани от респондентите, жители на градове и села от област Пловдив

**Други идеи за тематични направления и форми**, посочени от респондентите, са:

- спорт (волейбол, футбол и други активности);
- дебати на различни теми;
- философия, етика и морал;
- медицина и здравно образование;
- танцово изкуство;
- кино дейности и филмово изкуство;
- графичен дизайн;
- кандидатстване за работа и университет;
- лично и професионално развитие и ориентиране;
- музика;
- изобразително изкуство.

Обособяването на първите по резултат теми и форми създават направления, към които образователният екип на Центъра би могъл да се насочи в процеса на планиране, разработка и реализиране на предстоящи и бъдещи дейности и образователни програми.

*Изготвил,*

*Николай Николов – медиатор в ОП „Младежки център Пловдив“*