



Резултати от миграционното проучване на Тук-Там за нагласите на българите по света

Проведено от SDDI Consulting и с подкрепата на Кариери - Януари 2022



КАРИЕРИ

Методология



ТУК-ТАМ
ти си връзката

Респонденти на възраст 18+, които са регистрирани в платформата на Тук-Там, живеещи в чужбина или завърнали се в България в последните 2 години.

n=2329 интервьюта

Метод: Количествено онлайн
изследване по метода на отзовалите се

- Приблизително 8 мин. продължителност на интервюто

Ноември – Декември 2021

Основни изводи и препоръки



ТУК-ТАМ
ти си връзката

Основни изводи 1/3

Смяна на местожителство

Процесът по смяна на местожителството регистрира **висока запознатост**, липса на негативен опит и препоръки. Все пак, дигитализацията на всички сфери на живот рефлектира и върху очаквания за дигитализация и **единен регистър** при начина на деклариране на местно жителство пред българската държава, което би направило процеса по-удобен и лесен.

По отношение на миграционните процеси, по-голяма част от участниците в изследването не планират промяна на местоживеенето си, като връщането/оставането в България поляризира мнението - **делът на тези, които заявяват намерение да се върнат/останат в България е равен на този, който отхвърлят тази идея.**

Въпреки че **около 40% от участниците декларираят склонност за връщане**, това е по-скоро дългосрочно намерение, което би могло да се случи след 5-6г.

В краткосрочен план завръщане се планира от една трета от живеещите в чужбина.

По-висока склонност за връщане се отчита сред участниците от 18-24г., които учат и все още не са се установили трайно в чужбина, както и сред пребиваващите в България под 2г.



Близките и Covid-19 пандемията са основните причини за връщане на живеещите в България под 2г., като мнозинството от тях декларираат, че ще останат в страната дългосрочно.

Основни бариери пред връщане в България са:

- качеството на живот
- липсата на добро заплащане
- възможност за професионална реализация

Допълнителни фактори:

- професионалните възможности и работната среда (гъвкава работна среда и подобряване на средата)

Основни изводи 2/3

Свързаност с България

Мнозинството от участниците (**над 70%**) са активно свързани и ангажирани поне с една инициатива, отнасяща се до България.

Активно свързаните помагат предимно:

- със средства (възрастовите групи над 36г.)
- или време (най-младите 18-24г., живеещите в България, мъже) с фокус върху социални каузи, възрастни хора и образование.

Участие в група или общност, която споделя информация, свързана с България, е основната инициатива, в която се включва мнозинството от участниците.

Отличително за най-младите участници 18-24г. е по-голямата ангажираност с участие в **конференции и форуми** по значими теми, за 25-35г. е участието в **дарителски кампании**, а за тези над 36г. в инициативи, популяризиращи българската култура.



Основни изводи 3/3

Свързаност с България

Участието в инициативи би привлякло предимно аудиторията до 35г., както и повече от живеещите в **България, Великобритания, Нидерландия и САЩ**, а сред **работещите** – повече собственици на бизнеси или работещи квалифициран труд.

Инициативи в сферата на **образованието и споделянето на знания** регистрират най-висока склонност за участие, особено сред участниците до 35г.

Обмяната на знания, среща със съмишленици и широка гласност биха привлекли повече участници от младата целева група 18-24г.

Комуникацията на резултатите от инициативите, както и платформа за лесно участие, биха мотивирали над половината от респондентите да се включат. Също така, те биха превъзмогнали основните бариери, свързани с **липса на доверие и смисъл**.



5 Препоръки



От експерти социолози

1. За да се запази ангажираността и да се засили връзката с България, да се обмислят следните инициативи:
 - **Редовно публикуване и инициране на дискусии по актуални теми**, свързани с България и популяризирането на българската култура, които биха ангажирали по-широка аудитория.
 - **Инициативи в сферата на образованието и споделяне на знания** – менторски програми, мастеркласове, видеа за споделяне на опит, които биха привлекли младата аудитория до 35г.
 - **Създаване на групи по интереси**, които да свързват съмишленици и подпомагат обмяната на идеи по дадена тема, за да се засили активността и интересът към инициативите.
2. В комуникацията на инициативите да се подчертае значимостта, като се **привлекат институции**. Опитът на участниците е важен, за да се изгради доверие към инициативата.
3. Инициативите да се провеждат на **електронна платформа**, което да улесни участието и достъпа на по-широка аудитория.
4. **Резултатите** от всяка инициатива да бъдат комуникирани/споделяни, за да се привлекат в бъдеще и нови участници, предоставяйки им възможността да видят ефекта и смисъла от тях.
5. В дългосрочен план, за да се повиши склонността за връщане на живеещите в чужбина, да се работи с партньори, организации и институции по **подобряването на работната среда** (гъвкавост и техническа обезпеченост) и **възможностите за реализация в България**.

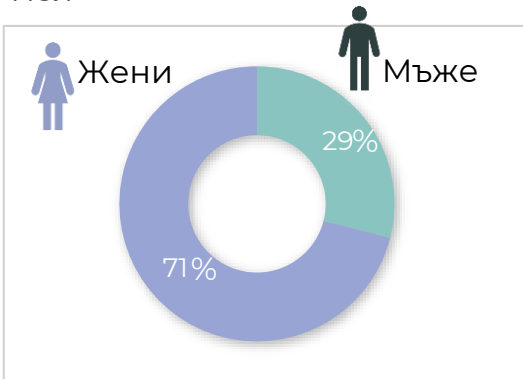
Профил на участниците



ТУК-ТАМ
ти си връзката

Профил на участници

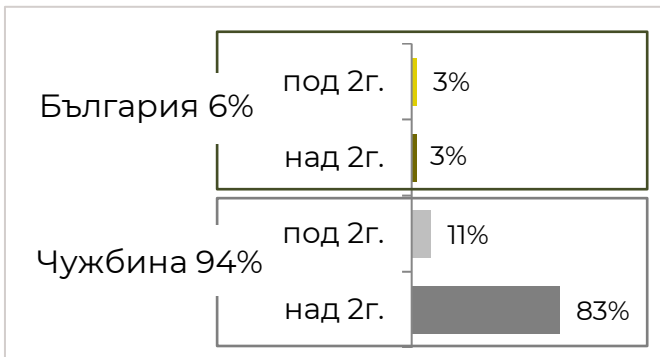
Пол



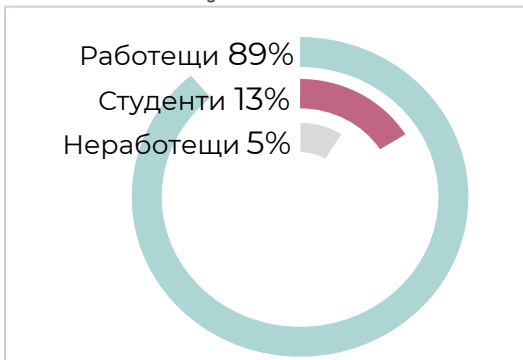
Възраст



Настоящо пребиваване



Работен статус



Сфера на работа



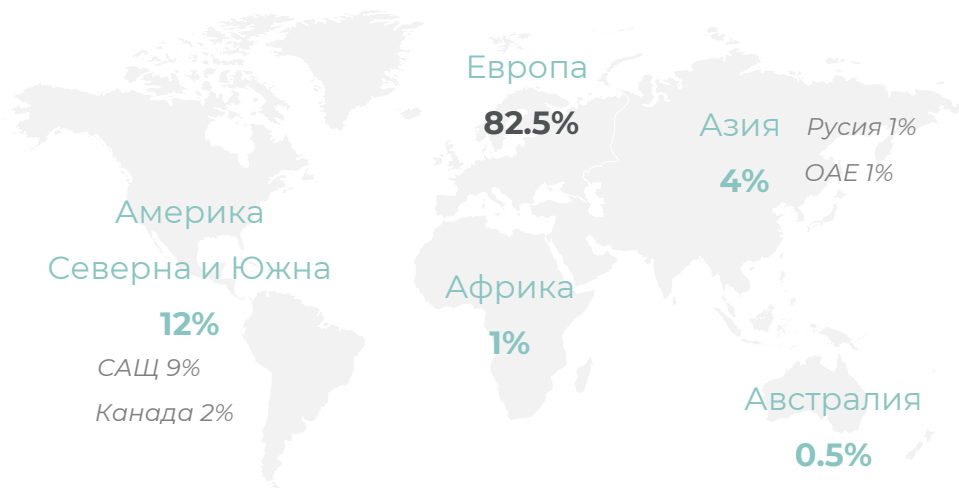
Сфера на образование на студентите



Настоящо пребиваване

80

Държави се включиха!



Държава

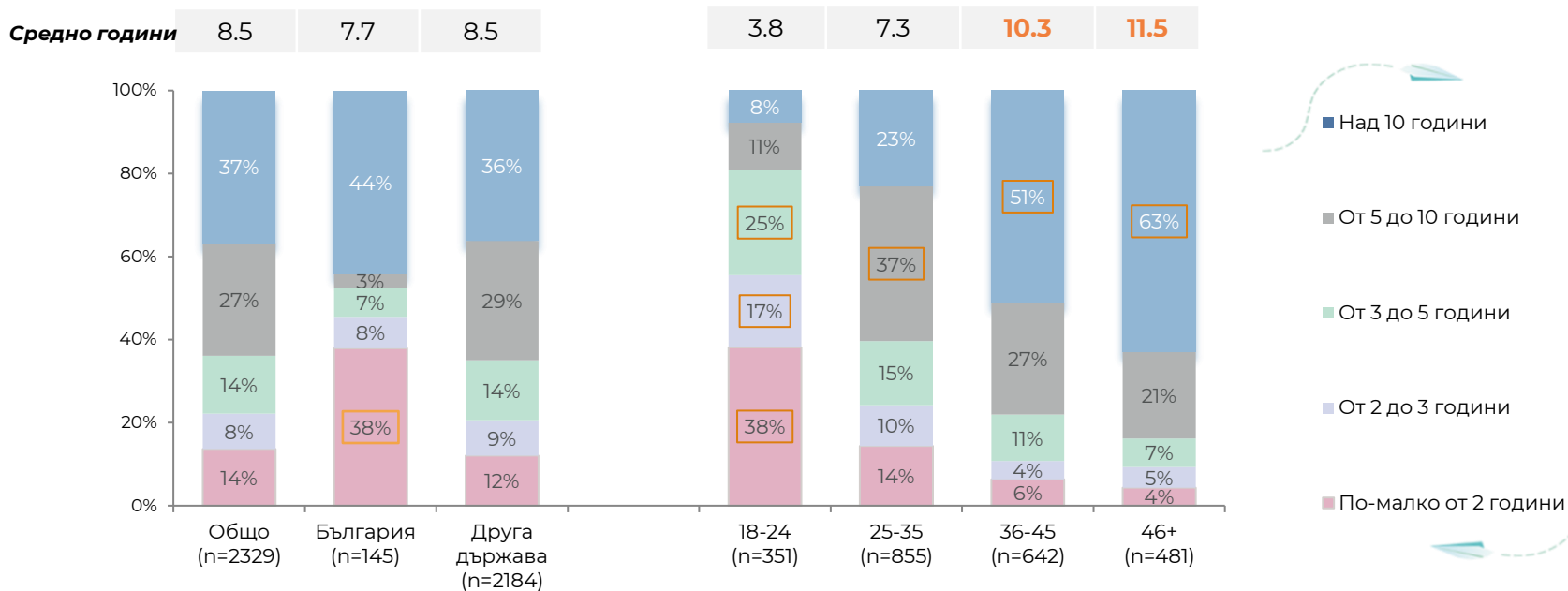
%

Специфики на участниците

България	6%	25-35г, мъже
Германия	18%	18-24г, студенти
Великобритания	18%	18-35г, квалиф. труд
Австрия	6%	студенти
Нидерландия	6%	18-24г, студенти
Испания	4%	46г+, неквалиф. труд
Франция	4%	собственици/самонаети
Швейцария	3%	
Белгия	2%	
Гърция	2%	46г+, неквалиф. труд
Дания	2%	18-24г, студенти
Италия	2%	46г+, неквалиф. труд, жени
Ирландия	1%	
Чехия	1%	46г+
Швеция	1%	
Кипър	1%	жени
Люксембург	1%	
Полша	1%	

База: Всички респонденти, n=2329

Време на пребиваване в настоящата държава

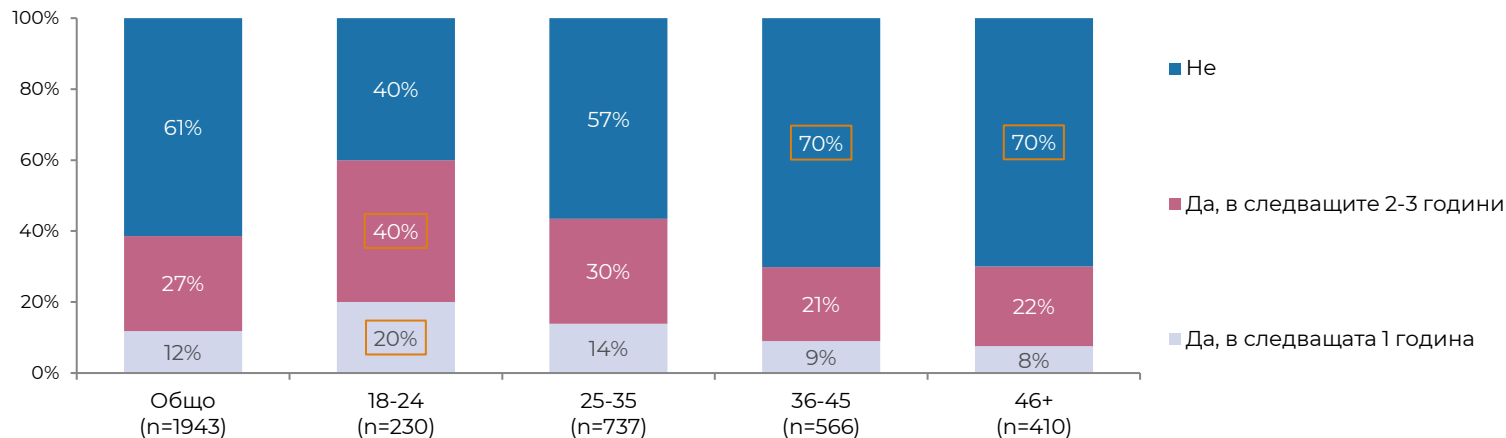


База: Всички респонденти


 Статистически значима разлика в представянето

Нагласи към промяна на местоживеенето

По-голяма част от участниците не планират промяна на местоживеенето си, като това са предимно по-възрастните над 36г. По-висока склонност за миграция се наблюдава при по-младите участници – до 24г.



База: Респонденти настоящем живеещи в БГ по-малко от 2г. или живеещи в чужбина (без тези, които живеят в чужбина по-малко от 2г. и преди това са пребивавали в БГ)



Статистически значима разлика в представянето

Пребиваване в друга държава

(преди настоящата)

Пребиваващи в България по-малко от 2г.



База: n=55



Пребиваващи в чужбина



База: n=2184

Опит с процеса по смяна на местожителство



ТУК-ТАМ
ти си връзката

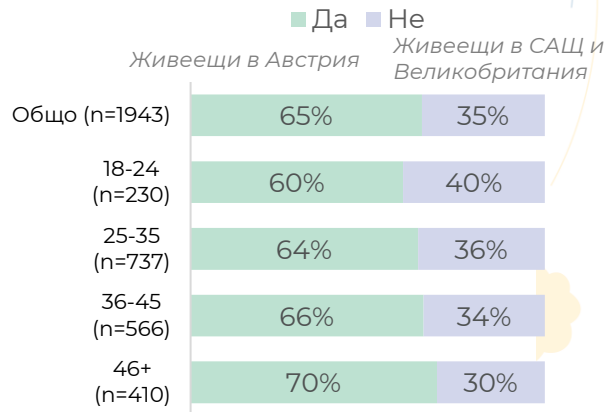
Процес по смяна на местожителство при преместване в чужбина 1/2

По-голямата част от участниците са запознати с процеса по смяна на местожителство и нямат негативен опит с него, което рефлектира върху липсата на препоръки за неговото подобрене.

Основните очаквания са свързани с дигитализация на процеса.

1. Запознатост

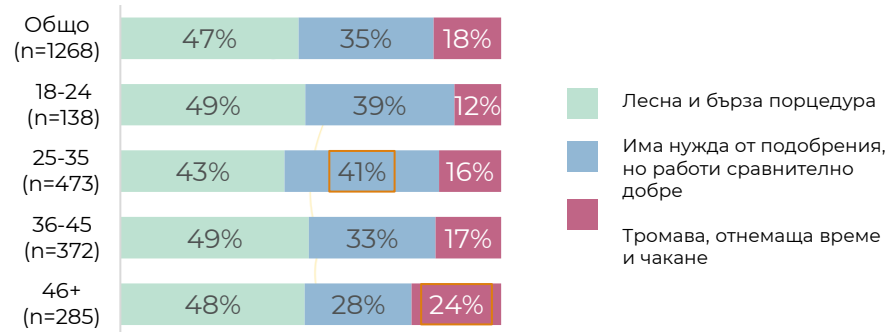
Запознат/а ли сте с процедурите за смяна на местожителство при преместване в чужбина?



База: Респонденти, живеещи в БГ по-малко от 2г. или живеещи в чужбина (без тези, които живеят в чужбина по-малко от 2г. и преди това са пребивавали в БГ)

2. Опит

Какъв беше вашият опит с административната процедура по deregистрация и/или регистрация при преместването Ви в друга държава?



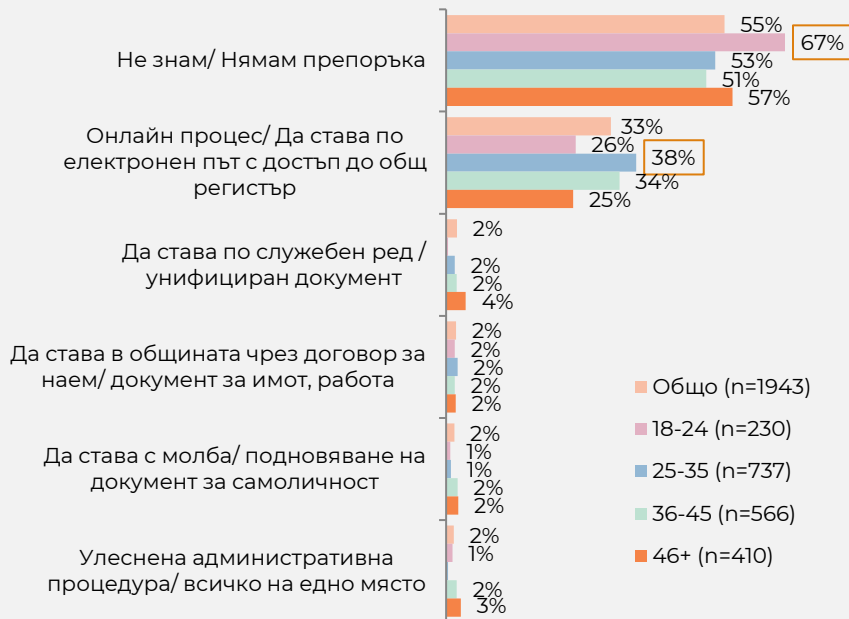
База: Респонденти, които са запознати с процедурата

Статистически значима разлика в представянето

Процес по смяна на местожителство при преместване в чужбина 2/2

3. Насоки за подобрения

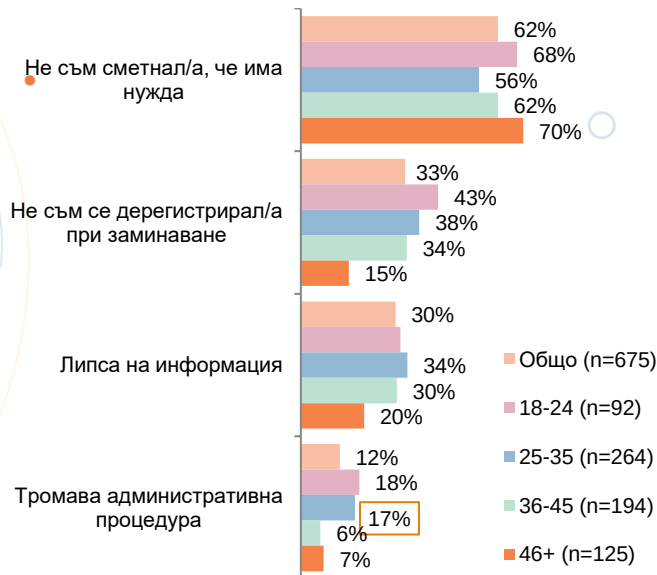
Препоръки за начина на деклариране на местно жителство пред българската държава



База: Респонденти, живеещи в БГ по-малко от 2г. или живеещи в чужбина (без тези, които живеят в чужбина по-малко от 2г. и преди това са пребивавали в БГ)

Причини за липса на запознатост

Каква е причината да не сте запознати с процедурата за смяна на местожителство при преместване в чужбина?



База: Респонденти, живеещи в БГ по-малко от 2г. или живеещи в чужбина (без тези, които живеят в чужбина по-малко от 2г. и преди това са пребивавали в БГ), които не са запознати с процедурата

Статистически значима разлика в представянето

Нагласи и връзка с България

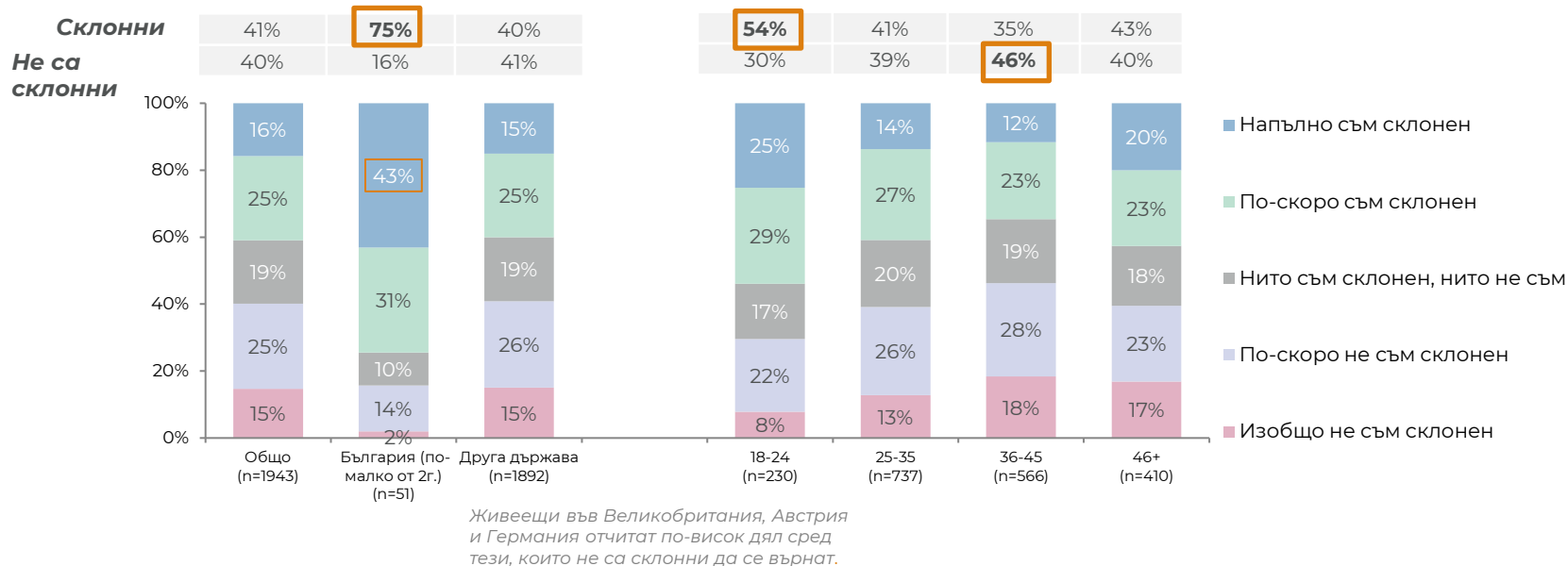


ТУК-ТАМ
ти си връзката

Склонност за връщане / оставане в България в бъдеще

Връщането/ оставането в България поляризира мнението на участниците. Доколко склонен сте да се върнете обратно/ да останете в България?

4 от 10 участника декларират склонност за връщане в дългосрочен план (не по-рано от 6 г.), като толкова е делът и на тези, които не са склонни да се върнат/ останат. По-висока склонност се отчита сред участниците от 18-24г., които учат и все още не са се установили трайно в чужбина, както и сред пребиваващите в България под 2г.



База: Респонденти, живеещи в БГ по-малко от 2г. или живеещи в чужбина (без тези, които живеят в чужбина по-малко от 2г. и преди това са пребивавали в БГ)

Статистически значима разлика в представянето

Време на връщане / оставане в България

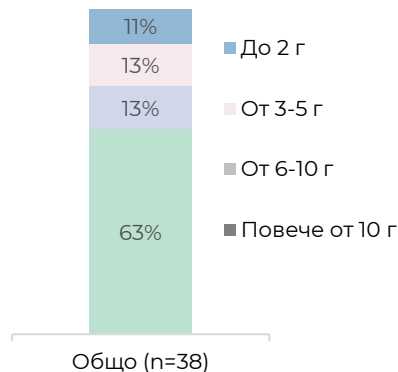
В краткосрочен план завръщане се планира от 1/3 от живеещите в чужбина, а повечето участници регистрират нагласа за връщане в България след 6 и повече години.

Близките и ковид пандемията са основните причини за връщане на живеещите в България под 2г., като мнозинството от тях декларираят, че ще останат в страната дългосрочно.

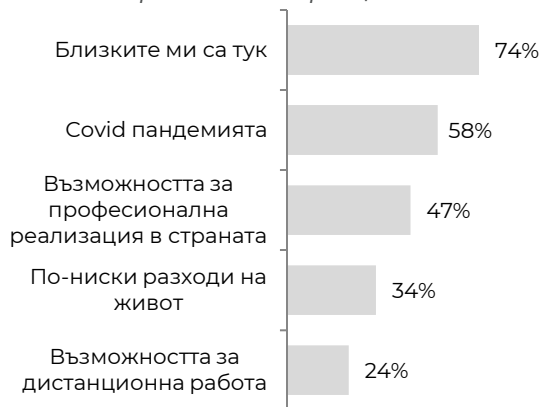
1. Пребиваващи в България (под 2г.)

Колко време възнамерявате да останете в България?
Какво ви накара да се върнете в България?

Време на оставане - ~ 11 г.



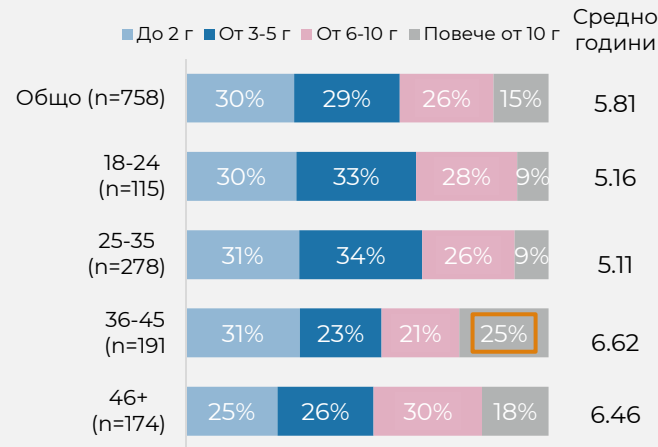
Причини за връщане



База: Респонденти настоящем живеещи в България по-малко от 2 г. и склонни да останат в страната

2. Пребиваващи в чужбина

След колко време възнамерявате да се върнете в България?



База: Респонденти настоящем живеещи в чужбина (друга държава) и склонни да се върнат в България

Статистически значима разлика в представянето

Бариири пред на връщане / оставане в България

Качеството на живот, липсата на добро заплащане и възможност за професионална реализация (особено за по-младите участници между 18-35г.) са основни бариири пред връщане или оставане в България.

Какво ви спира да се върнете/да останете в България?

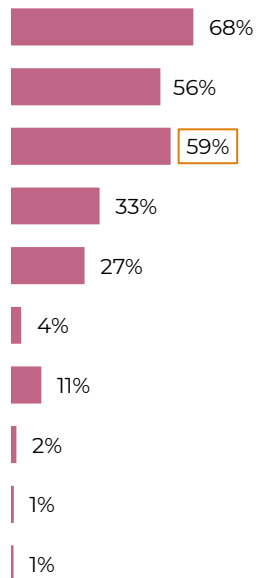
Общо – n=1147



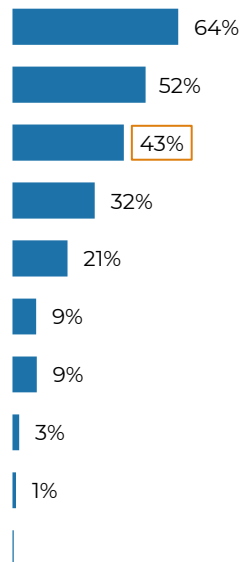
Жени

Жени

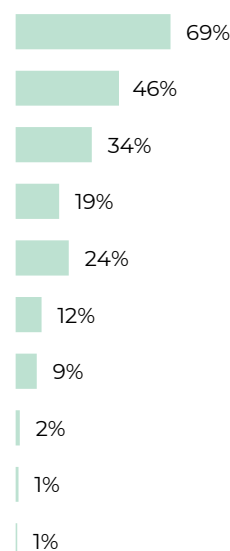
18-24г. – n=106



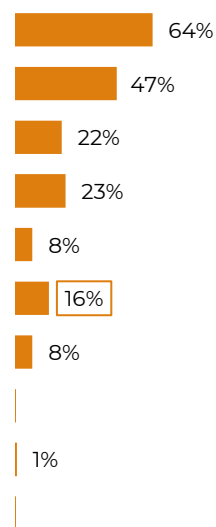
25-35г. – n=436



36-45г. – n=370



+46г. – n=235



Статистически значима разлика в представянето

База: Респонденти, които не са склонни да се върнат или останат в България

Мотиви за връщане в България

Подобряване на качеството на живот, професионалните възможности и заплащането са **основните 3 мотиватора** за връщане в България.

Качеството на живот и заплащането са припознати като базисни фактори, без които участниците не биха обмислили връщане, а професионалните възможности и работната среда биха могли да засилят склонността за връщане.

Какво би ви мотивирало да се завърнете/да останете в България?

ТОП 3

Базисни фактори, без които участниците не биха обмислили връщане

- 1 По-добро качество на живот (2.5*)
- 3 По-добро заплащане (3.5*)
- 5 По-добри възможности за образование (3.9*)

Други

Фактори, които биха засилили позитивната нагласа

- 2 По-добри професионални възможности - кариерно развитие (2.9*)
- 4 По-добра работна среда – атмосфера, място, ползвани технологии (3.8*)
- 6 По-гъвкава работна среда (4.4*)

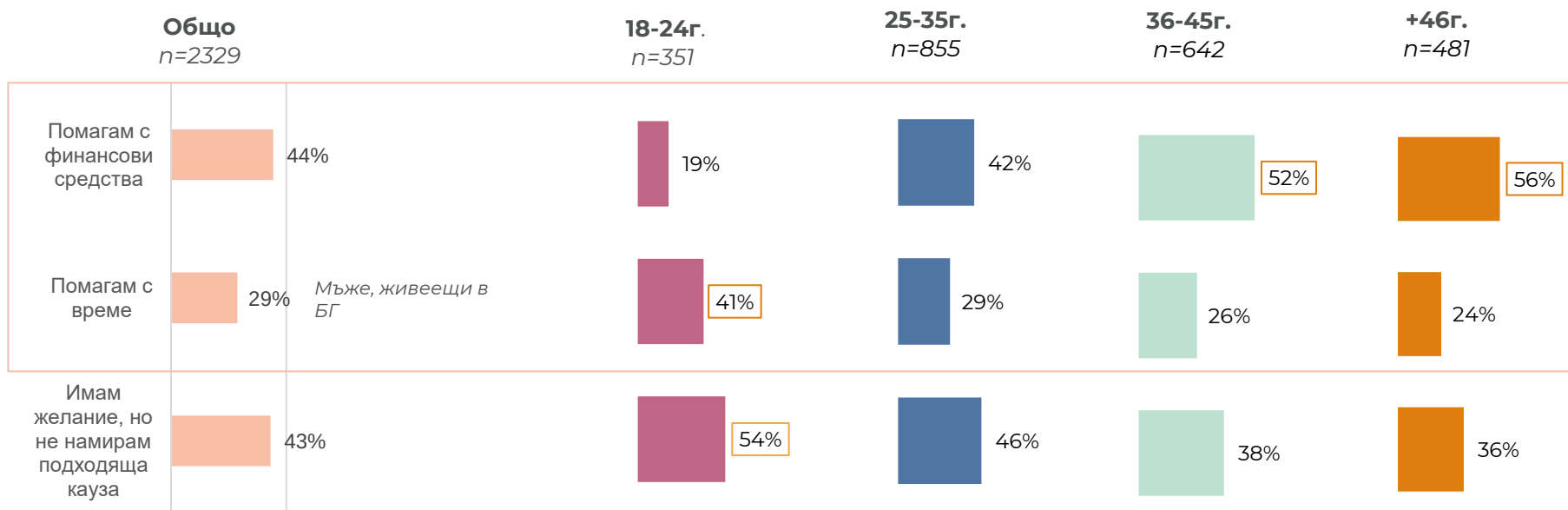
* (X.X) средно място, според подредбата от 1-во до 6-то място

База: Респонденти, настоящем живеещи в БГ по-малко от 2г. или живеещи в чужбина .

Участие в каузи, свързани с България

Мнозинството от участниците декларират, че са активно свързани с България, помагайки предимно със средства (особено възрастовите групи над 36г.) или време (най-младите 18-14г., живеещите в България, мъже).

Вие лично правите ли нещо активно за България?



База: Всички респонденти



Статистически значима разлика в представянето

Типове каузи на активно свързаните с България

Основните каузи, които участниците подкрепят са свързани със социални дейности (сред 18-24 годишните), възрастни хора (сред 46+ годишните, участници, живеещи в Испания и САЩ, жени) и образованието (сред мъжете).

С какво са свързани каузи, в които Вие се включвате?

Общо – n=1324



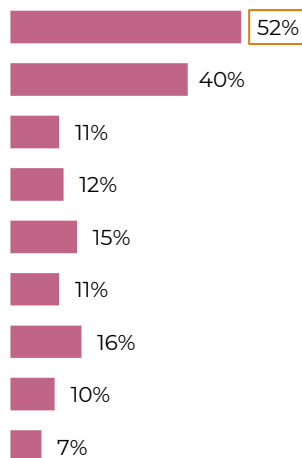
Друго

Семейство/помощ на близки - Бизнес/инвестиции

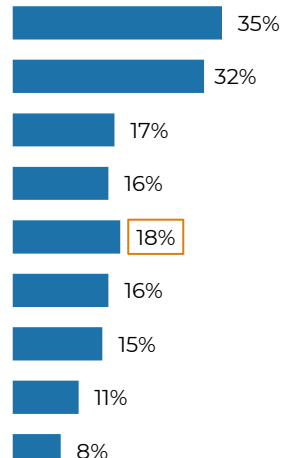
Политика - Подкрепа на организации -

Култура/изкуство

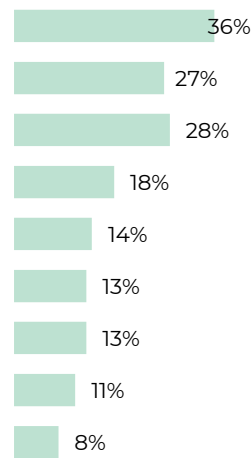
18-24г. – n=161



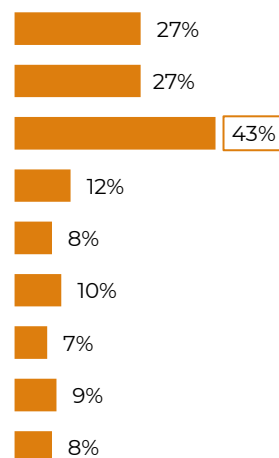
25-35г. – n=462



36-45г. – n=395



+46г. – n=306



База: Респонденти, участващи в кауза с време или средства



Статистически значима разлика в представянето

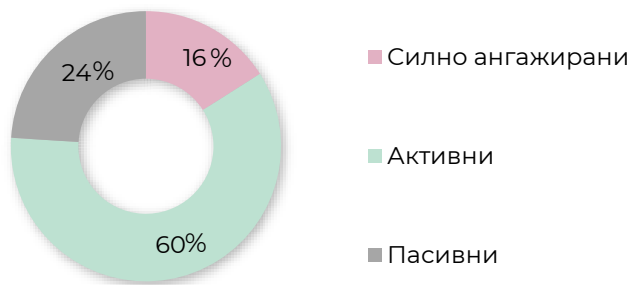
Ангажираност с България

Мнозинството от участниците (76%) са ангажирани с поне една инициатива, свързана с България, като най-често това е участие в група или общност, която споделя информация свързана с България.

По какъв начин оставате свързани/ангажирани с България?

Според броя на активностите, в които са включени, участниците се разделят на:

- **Силно ангажирани** – участващи в 3 или повече инициативи
- **Активни** – участващи в една до две инициативи
- **Пасивни** – в търсене на кауза или не участващи в инициативи



База: Всички респонденти, n=2329



Профил

отличителни характеристики

Силно ангажирани

Повече участници от възрастовите групи 18-24г. и 36-45г., жени, пребиваващи в България, Австрия, Германия, Испания

Отличителни мотиватори:

- Включване на институции, които да подкрепят инициативата
- Контактване с другите участници в инициативата

Активни

Повече участници от възрастовите групи 25-35г. и 46+г., мъже, пребиваващи в България, Нидерландия, САЩ .

Отличителни мотиватори:

- Съмишленици, мнения на други хора, които са се включили
- Лесен начин на участие/ онлайн платформа

Пасивни

Повече участници от възрастовите групи 25-35г. и 46+г., мъже, пребиваващи в България, Нидерландия, САЩ .

Отличителни мотиватори:

- Съмишленици, мнения на други хора, които са се включили
- Лесен начин на участие/ онлайн платформа

Инициативи, в които най-често се включват силно ангажираните и активни участници

Силно ангажирани

Участвам в групи / общности за споделяне на информация, свързана с България	64%
Участвам в инициативи за популяризиране на българската култура / традиции	48%
Споделям безплатно знания и опит с организации / хора свързани с България	48%
Участвам със средства в дарителски кампании	47%
Участвам в доброволчески инициативи (с организация, контакти, труд)	43%
Участвам в дискусии, конференции, форуми по значими обществени теми	39%
Работя дистанционно за компания в България	10%

База: Респонденти с поне 3 активности, n=373



Активни

Участвам в групи / общности, които следят и обсъждат информация свързана с България	46%
Участвам със средства в дарителски кампании	27%
В търсене съм на смислена кауза, в която да се включа	29%

База: Респонденти с 1 до 2 активности, n=1397

Ангажираност с България

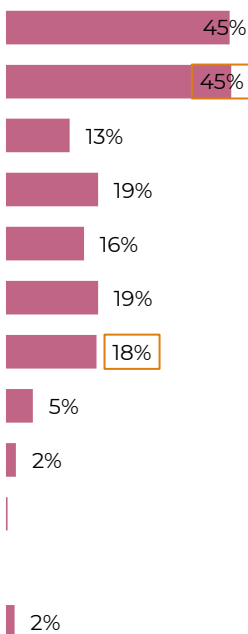
Най-младите участници 18-24г. повече се ангажират с участие в групи, следящи и обсъждащи информация за България, както и в конференции и форуми по значими теми. 25-35 годишните се ангажират с участие в дарителски кампании, а тези над 36г. в инициативи популяризиращи българската култура.

По какъв начин оставате свързани/ангажирани с България?

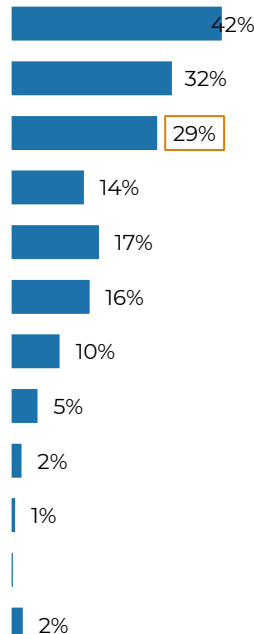
Общо – n=2329



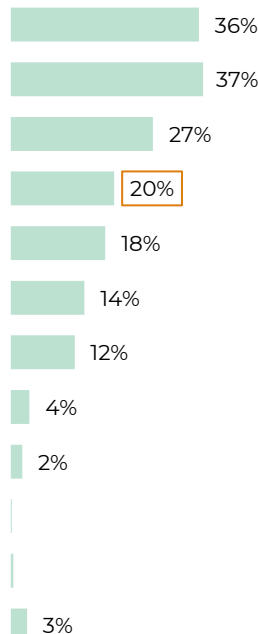
18-24г. – n=351



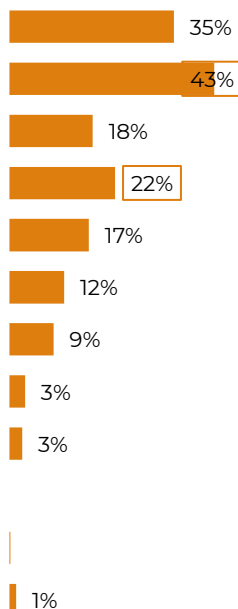
25-35г. – n=855



36-45г. – n=642



+46г. – n=481



Нагласи към участие в активности, свързани с България

Като цяло няма негативна нагласа към участието в активности, свързани с България. Доброволческите инициативи и обмяната на знания регистрират по-висок интерес сред по-младите участници (до 35г.)

А в кои от следните активности Вие бихте се включили за да можете да се почувствате свързани/ангажирани с България?

Общо – n=2328

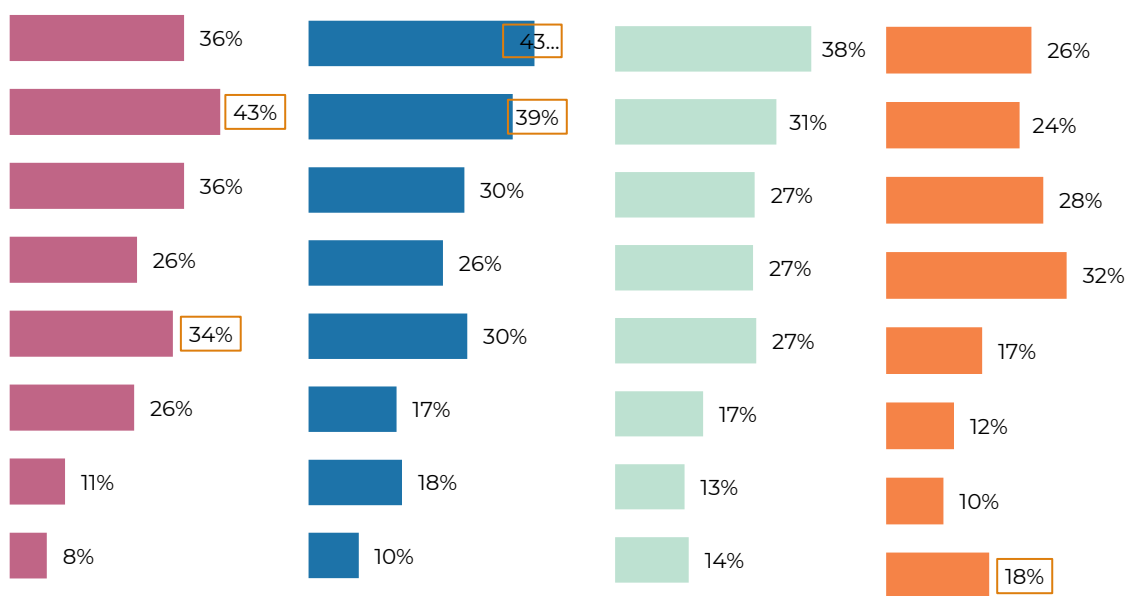


18-24г. – n=351

25-35г. – n=855

36-45г. – n=642

+46г. – n=481



База: Всички респонденти

Статистически значима разлика в представянето

Причини за липса на участие в активности

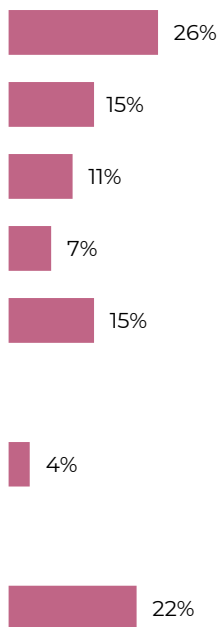
Липсата на доверие и смисъл е основната причина за липсата на участие в инициативи свързани с България.

А защо не бихте се включили в нито една активност?

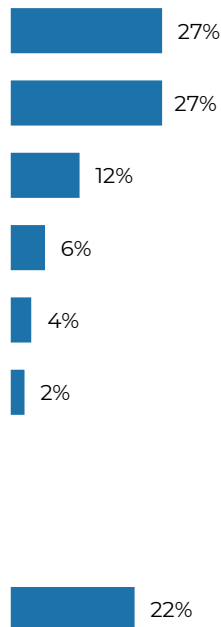
Общо – n=288



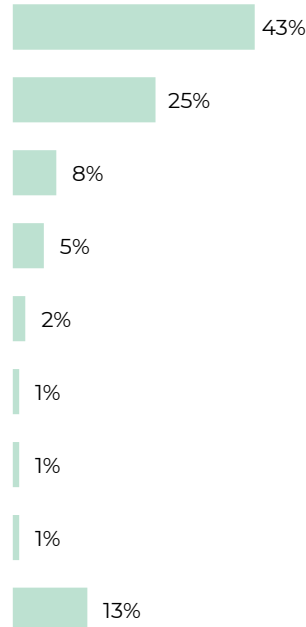
18-24г. – n=27*



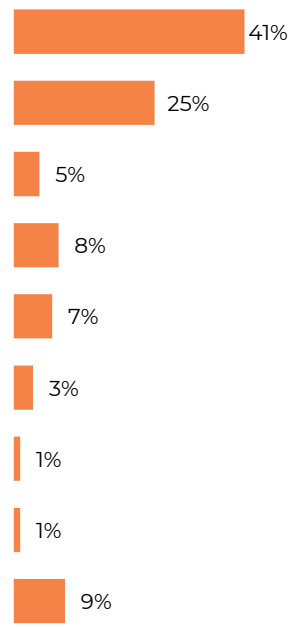
25-35г. – n=82



36-45г. – n=91



+46г. – n=88



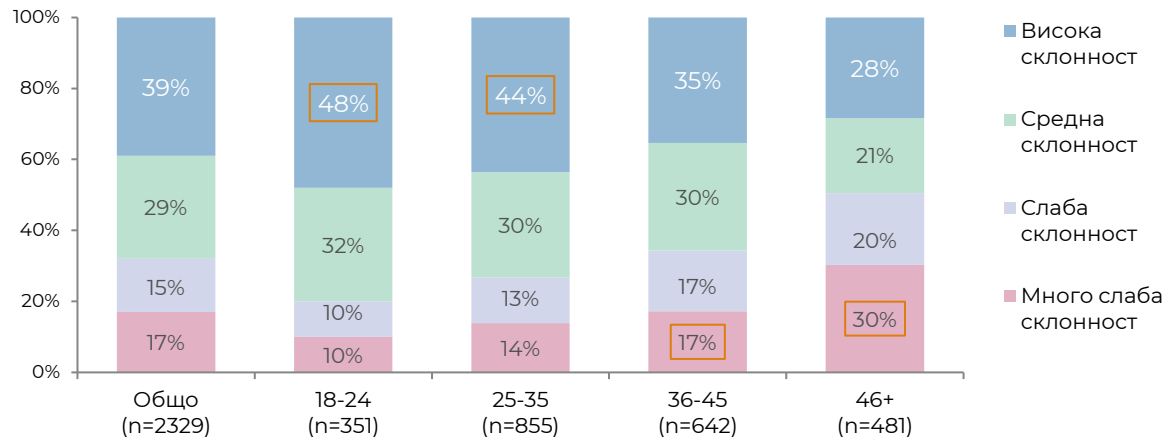
База: Респонденти, които не биха се включили в инициативи

* малка база за статистически анализ

Обща склонност за участие в инициативи

Участието в инициативи би привлякло повече аудитория до 35г., повече живеещи в България, Великобритания, Нидерландия и САЩ, а сред работещите – повече собственици на бизнес или работещи квалифициран труд.

Доколко сте склонен да се включите в следните видове инициативи?



Сред участниците с **висока** и **средна** склонност за участие в инициативи има повече живеещи в България, Великобритания, Нидерландия и САЩ, повече собственици на бизнеси или работещи квалифициран труд.

Сред участниците с **много ниска** склонност за участие в инициативи има повече живеещи в Испания и Австрия, повече работещи неквалифициран труд.

Според оценките за склонност на участие в отделните инициативи е изчислен общ индекс (макс. стойност 25 и мин. стойност 5). В зависимост от стойността на индекса на всеки участник са направени следните групи:

- Висока склонност (индекс от 25 до 20)
- Средна склонност (индекс от 19-15)
- Ниска склонност (14-10)
- Много ниска склонност (индекс от 9 до 5)

База: Всички респонденти

Статистически значима разлика в представянето

Нагласи към участие в инициативи, свързани с България

Инициативи в сферата на образованието и споделяне на знания регистрират най-висока склонност за участие, особено сред участниците до 35г.

Доколко сте склонен да се включите в следните видове инициативи?

Склонност за участие

(Много + Склонен съм)



База: Всички респонденти

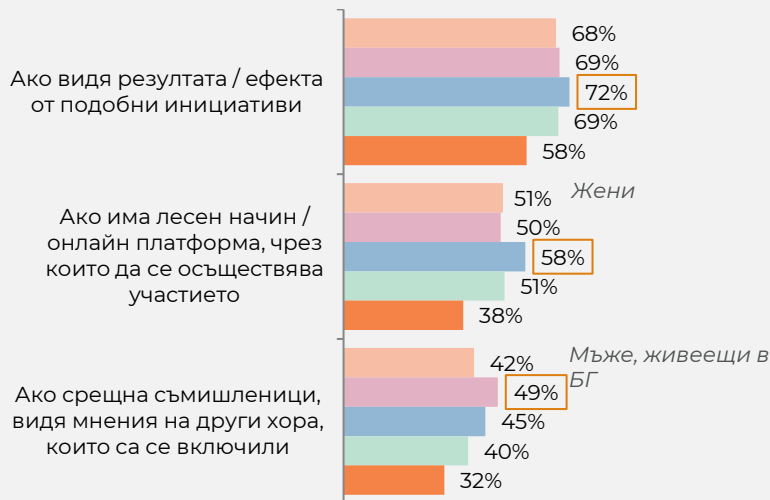
Статистически значима разлика в представянето

Мотиватори за участие в инициативи, свързани с България

Комуникацията на резултатите от инициативите и платформа за улесняване на участието биха мотивирали над половината от респондентите да участва в инициативи.

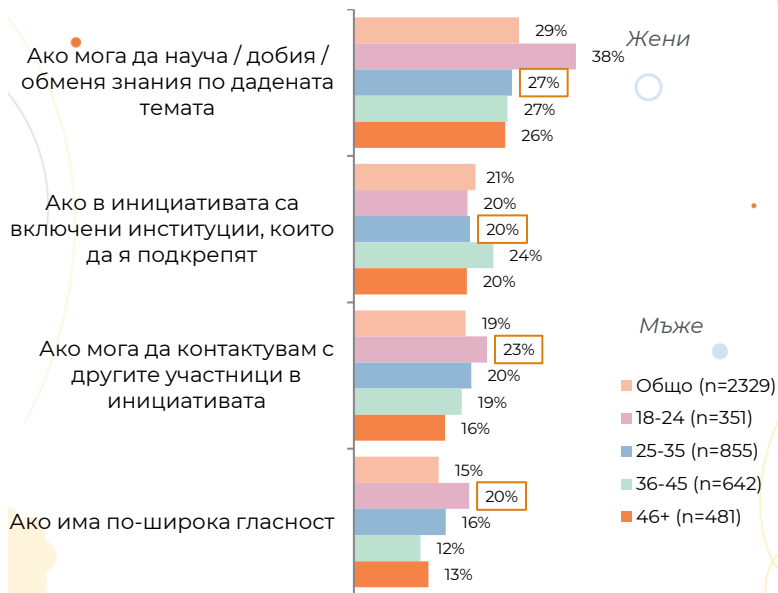
Обмяната на знания, среща със съмишленици и широка гласност би привлякла повече младата целева група 18-24г.

ТОП 3



Какво би ви мотивирало да се включите в различни видове инициативи?

Други



База: Всички респонденти

Статистически значима разлика в представянето



ТУК-ТАМ
ти си връзката

tuk-tam.bg

hey@tuk-tam.bg

+359 876 18 26 09

ул. Загоре 9, София

Проведено от SDDI Consulting и с подкрепата на Кариери - Януари 2022



КАРИЕРИ