

**АС**  
**СА**

## ДЖЕНДЪР АСПЕКТИ НА НЕРАВЕНСТВОТО И БЕДНОСТТА

Доц., д-р **Лилия Димова**  
АГЕНЦИЯ ЗА СОЦИАЛНИ АНАЛИЗИ (АСА)  
lilia.dimova@consultant.bg  
Юни, 2002

<http://asa-bg.netfirms.com>

**АС**  
**СА** Акценти на презентацията

1. Неравенства в бедността
2. Неравенства на трудовия пазар
3. В очакване на партньорство в къщи
4. Възпроизводство на бедността
5. Анти-бедностните стратегии

Качествено изследване - статистически данни  
- фокус групи, дълбочинни интервюта, жизнени истории

← Източници →

Национално представително изследване - 2002г.  
N = 1160

<http://asa-bg.netfirms.com>

**АС**  
**СА** Паспорт на изследването

1. Национално количествено изследване, представително за пълнолетното население на цялата страна
  - Брой изследвани лица - 1 160
  - Брой изследвани гнезда - 100
  - Стохастична грешка на извадката - ± 2,5%
  - Метод на регистрация - *пряко индивидуално интервю по местоживееене*
2. Качествено изследване - *10 фокус-групи, 8 дълбочинни интервюта и експертни оценки, 7 индивидуални жизнени истории, 11 домакински жизнени истории и case-study*
3. Статистическа информация от националната статистика и Eurostat

<http://asa-bg.netfirms.com>

**АС**  
**СА** КАКВО ОЗНАЧАВА ДА СИ БЕДЕН В БЪЛГАРИЯ ?

Да се лишаваш от основни неща (храна, дрехи, жилище) **81%** **83%**

Да лишаваш децата си от нормално детство **59%** **54%**

Да си позволяваш само най-необходимото и да се лишаваш от всичко друго **56%** **52%**

Да се лишаваш от образование и здравеопазване **44%** **49%**

*n = 1 160*

<http://asa-bg.netfirms.com>

**АС**  
**СА** САМООЦЕНКА ПО СКАЛАТА БОГАТИ-БЕДНИ (%)

Родители

Година	Богати (%)	Бедни (%)
1989	9	3
1997	5	27

<http://asa-bg.netfirms.com>

**АС**  
**СА** САМООЦЕНКА ПО СКАЛАТА БОГАТИ-БЕДНИ (%)

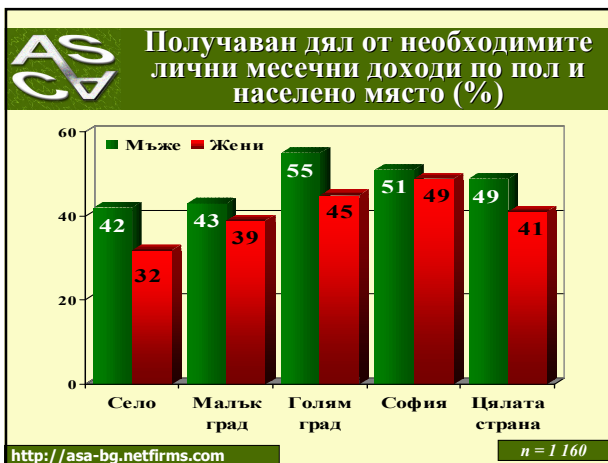
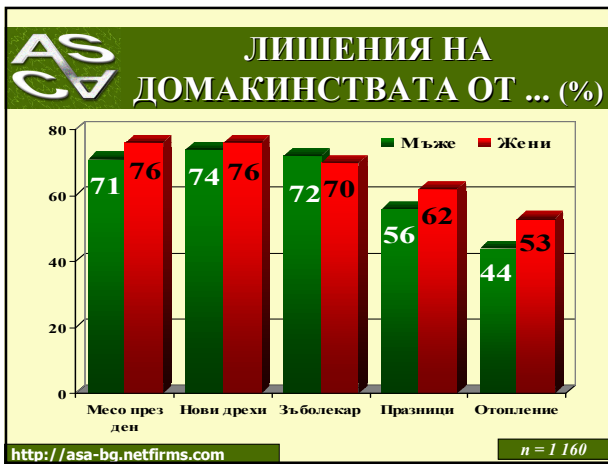
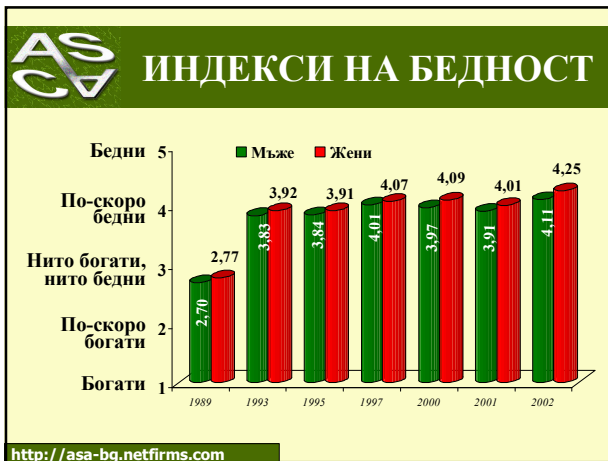
2001

Година	Богати (%)	Бедни (%)
2001	5	29
2002	4	44

Деца

Година	Богати (%)	Бедни (%)
2001	12	18
2002	26	22

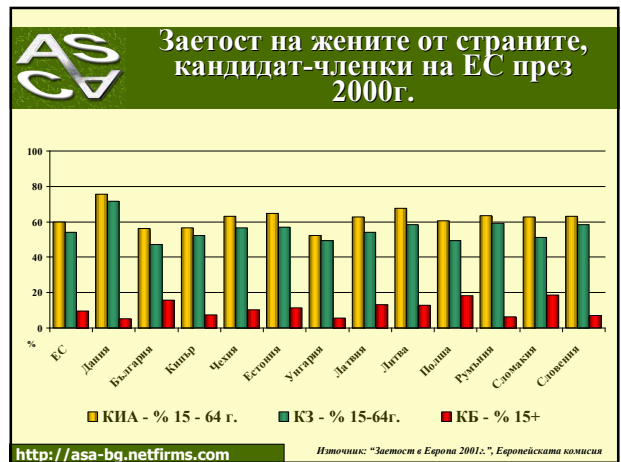
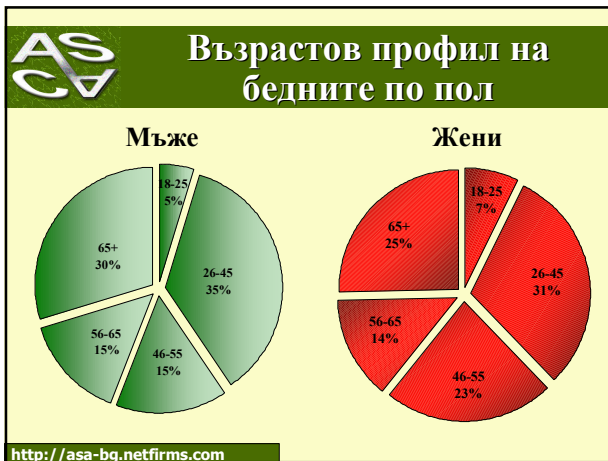
<http://asa-bg.netfirms.com>



### Етнически профили на бедните по пол (%)

Етническа група	МЪЖЕ (%)	ЖЕНИ (%)
Българи	44	49
Турци	71	65
Роми	89	91

<http://asa-bg.netfirms.com> n = 1 160





### AS CV Различия в трудовите възнаграждения по пол (% работещи)

	Мъже (лева)	Жени (лева)	Ж / М (%)
Получавано заплащане	249 лв.	186 лв.	75%
Справедливо заплащане	710 лв.	382 лв.	54%
Съотношение получавано / справедливо заплащане в %	35%	49%	

Источник: "Заетост и безработица", НСИ, С.1994-2000 г.

<http://asa-bg.netfirms.com> n = 1 160



### AS CV Време, отделяно седмично за домакински труд по пол и заетост (часове)

	МЪЖЕ	ЖЕНИ	Ж / М
Общо	10 ч.	25 ч.	+ 15 ч.
Заети	7 ч.	21 ч.	+ 14 ч.
Безработни	13 ч.	28 ч.	+ 15 ч.
Пенсионери	11 ч.	27 ч.	+ 16 ч.

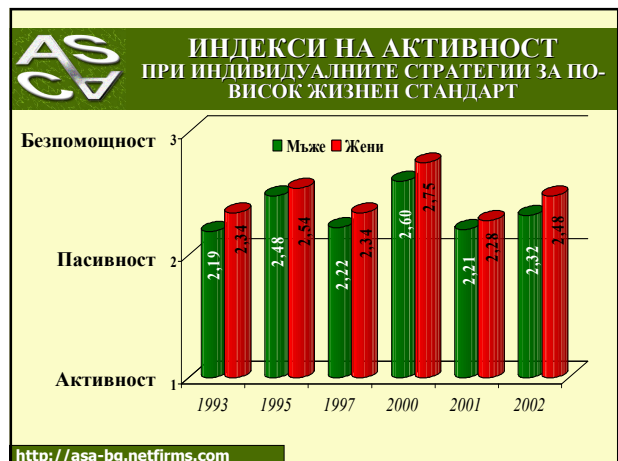
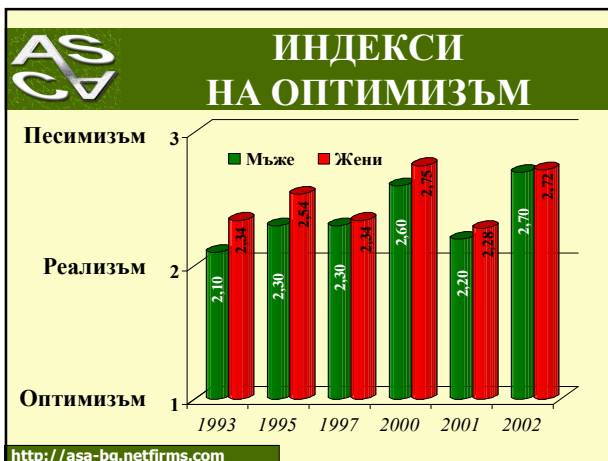
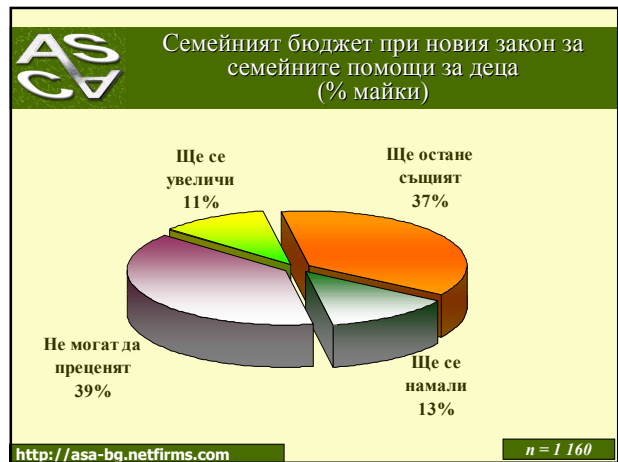
Источник: "Заетост и безработица", НСИ, С.1994-2000 г.

<http://asa-bg.netfirms.com> n = 1 160

**AS CV** **Време, отделяно седмично за домакински труд по пол и населено място (часа)**

	МЪЖЕ	ЖЕНИ	Ж / М
Село	11ч.	26ч.	+ 15
Малък град	6ч.	25ч.	+ 19
Голям град	9ч.	25ч.	+ 16
София	11ч.	22ч.	+ 11

<http://asa-bg.netfirms.com> n = 1 160





### AS CV Склонност към миграция (%)

Категория	МЪЖЕ (%)	ЖЕНИ (%)
Да се преселят в друго селище на страната	33,6	31,0
Да се преселят в друга в Европейска държава	42,2	31,2
Да посъветват децата си да емигрират в Европа	56,5	50,9
Да посъветват децата си да емигрират извън Европа	52,4	47,8

http://asa-bg.netfirms.com n = 1 160





## ОСНОВНИТЕ ИЗВОДИ:

1. Продължава процесът на обедняване, като в основен проблем се превръща не толкова разширяващата се бедност, колкото липсата на възможности за подобряване качеството на живота.
2. Жените са по-силно застрашени от капана на бедността, най-вече защото получават по-ниски доходи, по-трудно намират работа, имат повече здравословни проблеми в сравнение с мъжете и поемат почти изцяло бремето на домакинския труд.
3. Без мащабни и диференцирани анти-бедностни стратегии има сериозна опасност от появата на втора генерация бедни, която ще затвърди зародилата се култура на бедността у нас, превръщайки я в национална.

<http://asa-bg.netfirms.com>



## АГЕНЦИЯ ЗА СОЦИАЛНИ АНАЛИЗИ (АСА)

АСА е организация от типа Think Tank, специализирана в осъществяването на изследвания, анализи, консултации и маркетинг в социалната сфера.

АСА е националният представител за България в **International Social Survey Programme (ISSF)**, по която работят 38 страни от целия свят.

пл. Македония №1  
София - 1040,  
Тел/Факс: 986 1072  
e-mail: [asa@mail.orbitel.bg](mailto:asa@mail.orbitel.bg)  
<http://asa-bg.netfirms.com>