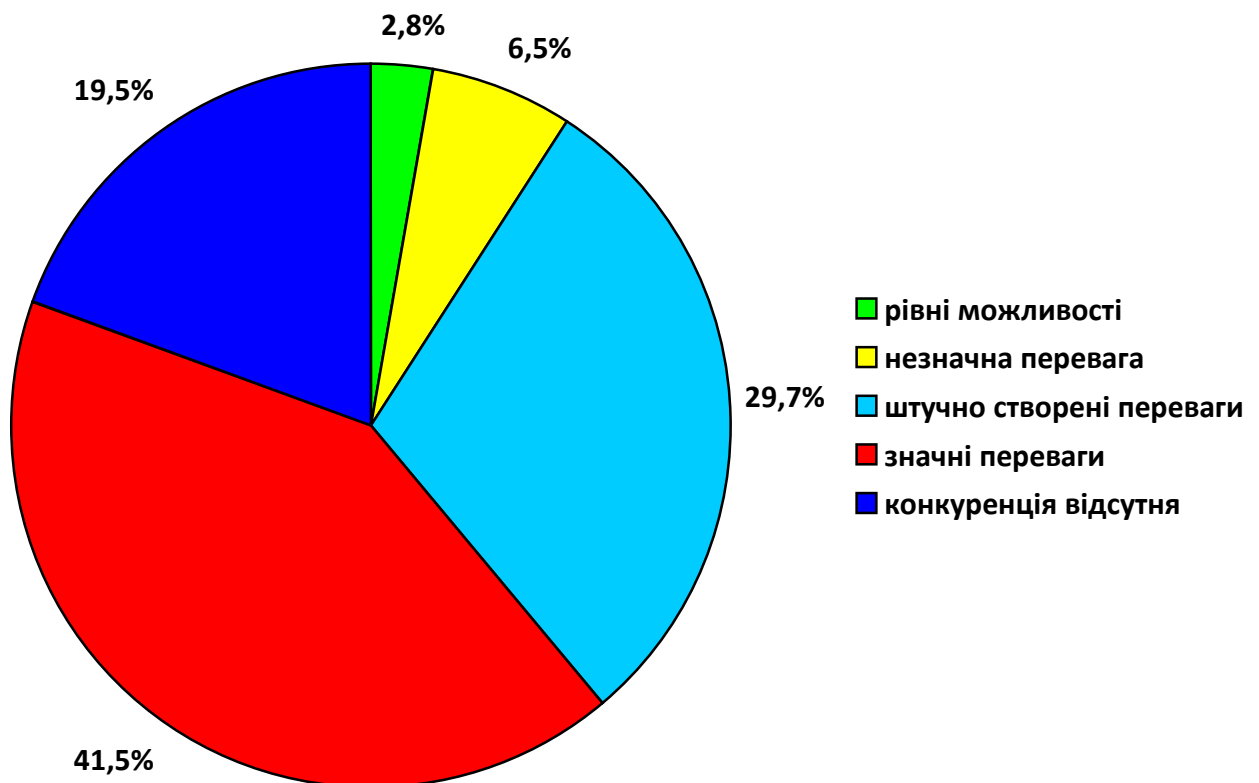


## Результати першого туру експертного опитування «Місцеві вибори 2010»

### Політична конкурентність

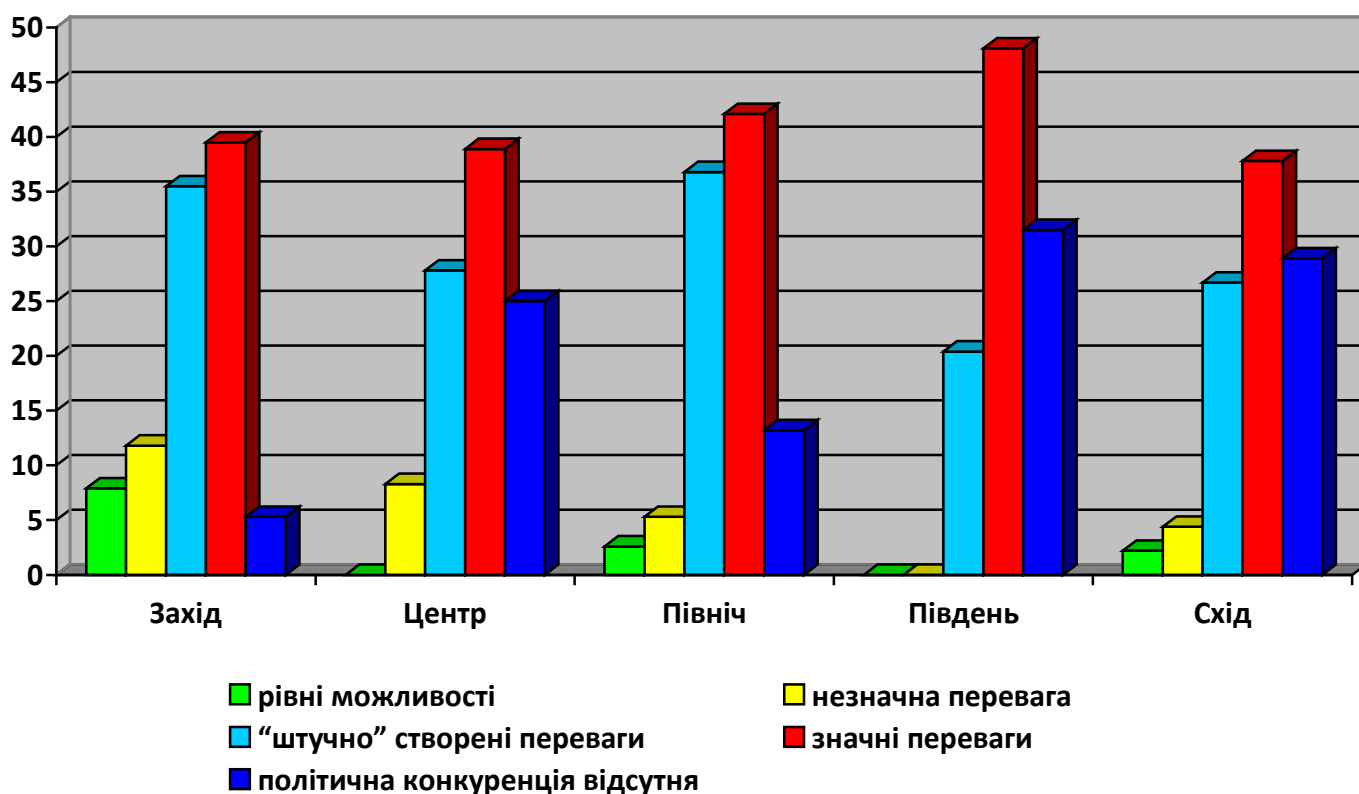
#### 1. Рівень політичної конкурентності

		%
1	Всі партії та кандидати мають однакові, рівні можливості для участі у виборчій кампанії	2,8
2	Кандидати мають рівні умови, проте, деяким партіям надається незначна перевага, що не вплине на волевиявлення громадян.	6,5
3	Деякі партії та кандидати мають "штучно" створені переваги у веденні виборчої кампанії і це незначною мірою вплине на волевиявлення громадян.	29,7
4	Окремі партії та кандидати володіють значними перевагами порівняно із конкурентами, внаслідок позаконних дій, для проведення виборчої агітації, і це суттєво вплине на волевиявлення.	41,5
5	Умови для політичної конкуренції практично відсутні, позаконними діями забезпечене домінування окремої партії чи кандидата, що дуже сильно спотворить волевиявлення.	19,5
Разом		100,0



## Регіональний розріз

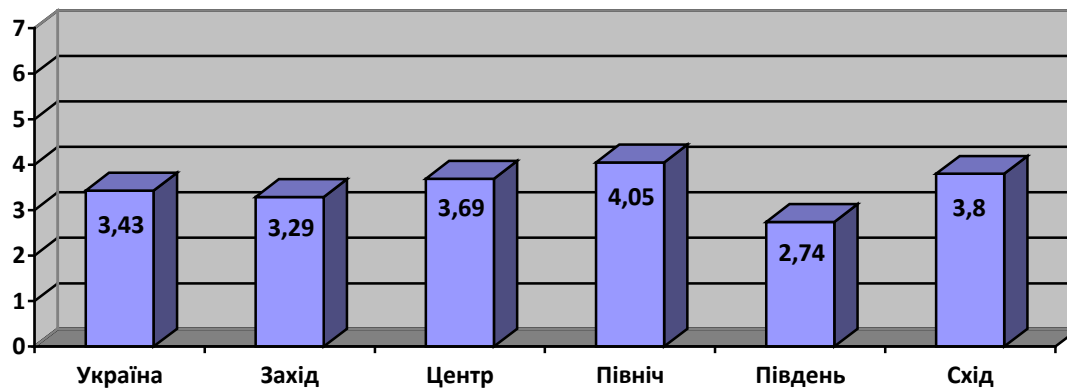
%	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
Всі партії та кандидати мають однакові, рівні можливості для участі у виборчій кампанії	7,9	0	2,6	0	2,2
Кандидати мають рівні умови, проте, деяким партіям надається незначна перевага, що не вплине на волевиявлення громадян.	11,8	8,3	5,3	0	4,4
Деякі партії та кандидати мають "штучно" створені переваги у веденні виборчої кампанії і це незначною мірою вплине на волевиявлення громадян.	35,5	27,8	36,8	20,4	26,7
Окремі партії та кандидати володіють значними перевагами порівняно із конкурентами, внаслідок позазаконних дій, для проведення виборчої агітації, і це суттєво вплине на волевиявлення.	39,5	38,9	42,1	48,1	37,8
Умови для політичної конкуренції практично відсутні, позазаконними діями забезпечене домінування окремої партії чи кандидата, що дуже сильно спотворить волевиявлення.	5,3	25,0	13,2	31,5	28,9



## 2. Оцінка якості роботи ТВК — 3,43

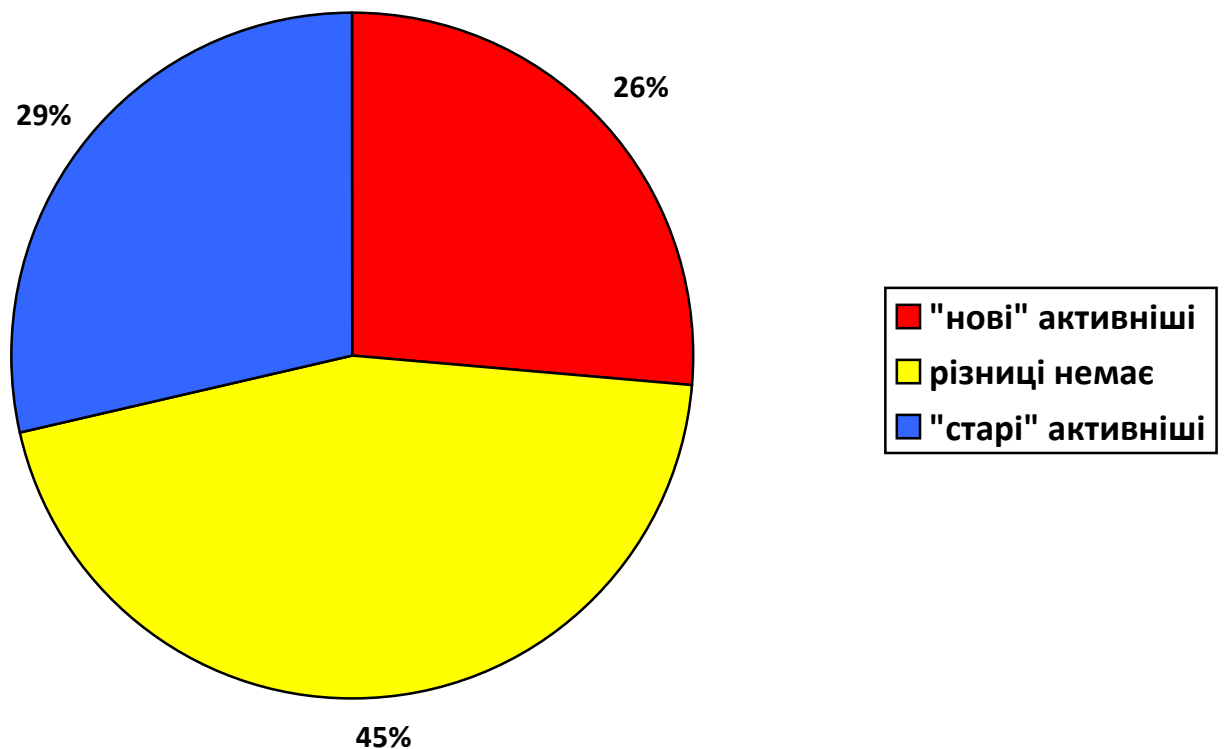
(1 – найбільш негативна оцінка, а 7 – найбільш позитивна).

Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
3,43	3,29	3,69	4,05	2,74	3,80



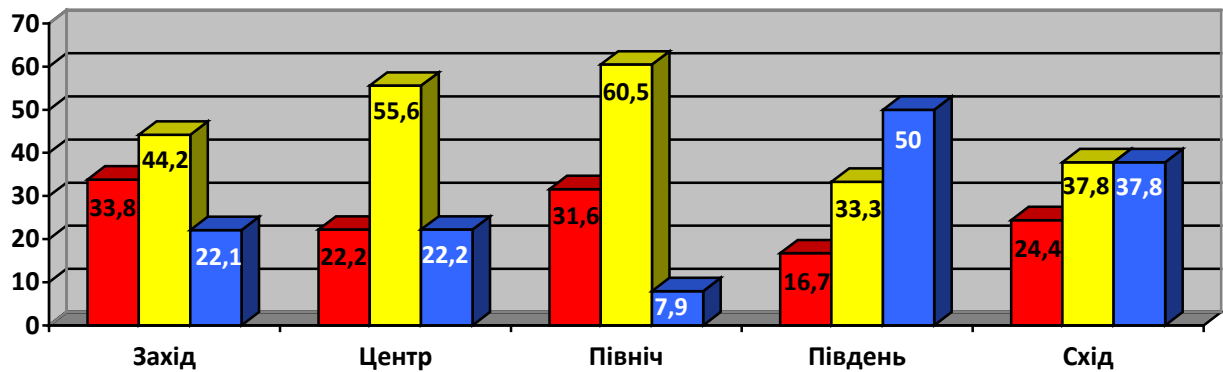
## 3. Наявність різниці в активності між так званими "новими" (УДАР, «Фронт змін», «Сильна Україна» тощо) та "старими" партіями.

	%
1 діяльність "нових" партій є активнішою	26,3
2 різниці в активності немає	44,9
3 "старі" партії є активнішими	28,7
Разом	100,0



## Регіональний розріз

		%	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
1	діяльність "нових" партій є активнішою		33,8	22,2	31,6	16,7	24,4
2	різниці в активності немає		44,2	55,6	60,5	33,3	37,8
3	"старі" партії є активнішими		22,1	22,2	7,9	50,0	37,8



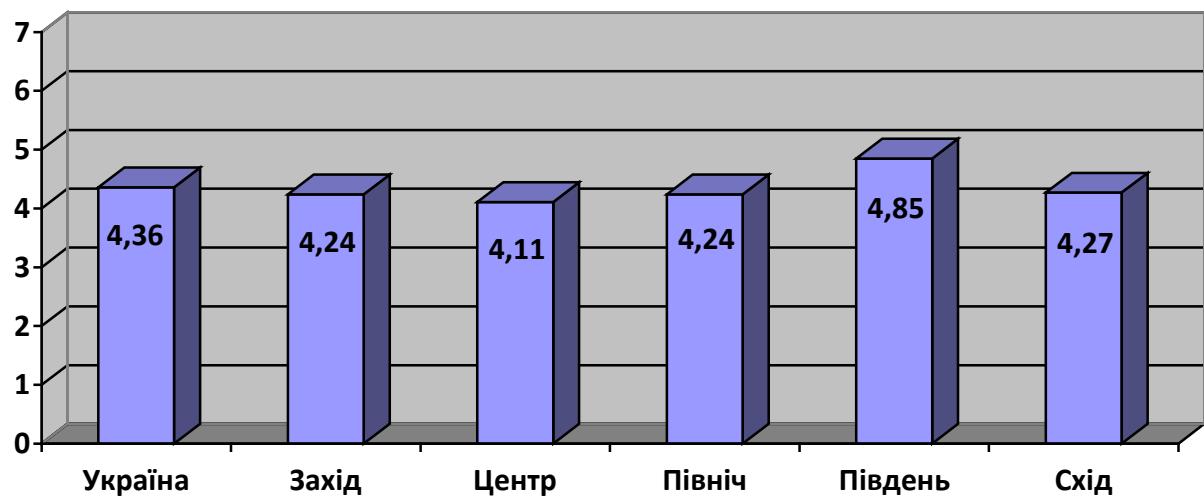
■ діяльність "нових" партій є активнішою ■ різниці в активності немає ■ "старі" партії є активнішими

## 4. Оцінка відповідності стандартам вільних і чесних виборів — 4,36

(1 – кампанія ведеться чесно, а 7 – кампанія ведеться із надзвичайною кількістю брудних технологій).

## Регіональний розріз

Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
4,36	4,24	4,11	4,24	4,85	4,27



5. Оцінка рівня активності політичних партій під час виборчої кампанії загалом за шкалою від 1 до 7, де 1 – максимально пасивна, а 7 – максимально активна.

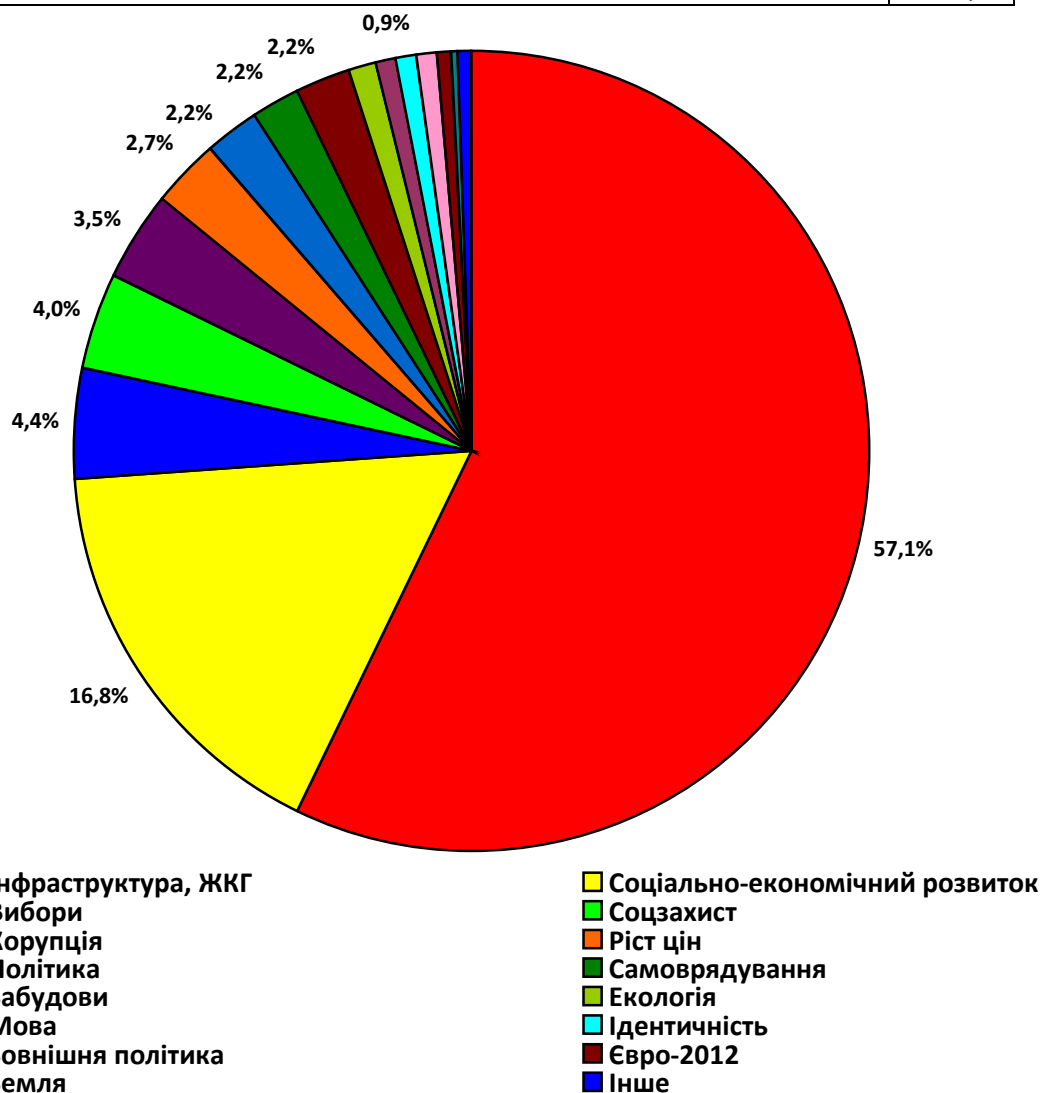
	Назва партії	Оцінка
1	Партія регіонів	5,99
2	Партія «Сильна Україна»	4,81
3	ВО «Батьківщина»	4,06
4	Партія «Фронт змін»	4,04
5	ВО «Свобода»	3,25
6	Єдиний центр	3,14
7	Комуністична партія України	2,68
8	Народна партія	2,58
9	Партія «За Україну!»	2,34
10	Партія «УДАР»	2,23
11	Партія «Наша Україна»	2,18
12	Народний Рух України	1,96
13	Соціалістична партія України (СПУ)	1,94
14	Українська народна партія (УНП)	1,93
15	Європейська партія	1,90
16	Громадська партія «Пора»	1,80
17	Партія «Громадська позиція»	1,77
18	Християнсько-демократичний союз	1,65
19	Прогресивна соціалістична партія України (ПСПУ)	1,62
20	Партія «Реформи і порядок»	1,60
21	Партія «Союз лівих сил»	1,53
22	Молодіжна Партія України	1,49
23	Українська партія	1,47
24	Українська соціал-демократична партія (УСДП)	1,45
25	Партія «Відродження»	1,39
26	Партія «Українська платформа»	1,39
27	Народно-демократична партія	1,34
28	Конгрес Українських Націоналістів	1,34
29	Республіканська партія України	1,30
30	Соціал-демократична партія України (об'єднана)	1,23
31	Партія вільних демократів	1,12

6. Оцінка рівня ефективності політичної реклами партій за семибальною шкалою, де 1 – ефективність надзвичайно низька, а 7 – надзвичайно висока ефективність.

	Назва партії	Оцінка
1	Партія регіонів	4,57
2	Партія «Сильна Україна»	4,21
3	Партія «Фронт змін»	3,52
4	ВО «Батьківщина»	3,51
5	ВО «Свобода»	2,76
6	Єдиний центр	2,49
7	Партія «УДАР»	2,25
8	Народна партія	2,18
9	Комуністична партія України	2,06
10	Партія «За Україну!»	2,04
11	Партія «Наша Україна»	1,97
12	Європейська партія	1,75
13	СПУ	1,74
14	Партія «Громадська позиція»	1,71
15	Громадська партія «Пора»	1,69
16	Народний Рух України	1,67
17	Українська народна партія (УНП)	1,65
18	Християнсько-демократичний союз	1,58
19	Партія «Союз лівих сил»	1,53
20	ПСПУ	1,46
21	Українська партія	1,42
22	Партія «Реформи і порядок»	1,41
23	Молодіжна Партія України	1,34
24	УСДП	1,34
25	Народно-демократична партія	1,28
26	Партія «Українська платформа»	1,27
27	Партія «Відродження»	1,26
28	Конгрес Українських Націоналістів	1,26
29	Республіканська партія України	1,21
30	СДПУ(о)	1,20
31	Партія вільних демократів	1,13

## 7. Рейтинг центральних тем навколо яких ведеться виборча кампанія

		%
1	Інфраструктура, ЖКГ та благоустрій	57,1
2	Соціально-економічний розвиток	16,8
3	Місцеві вибори, виборчі питання	4,4
4	Соціальний захист	4,0
5	Корупція	3,5
6	Ріст цін та інфляція	2,7
7	Політичне протистояння	2,2
8	Місцеве самоврядування	2,2
9	Забудова, проблеми з власністю тощо	2,2
10	Екологія	0,9
11	Мовне питання	0,9
12	Регіональна ідентичність	0,9
13	Зовнішньополітичні питання	0,9
14	Євро 2012	0,4
15	Земельні питання	0,4
16	Інше	0,5
Разом		100,0

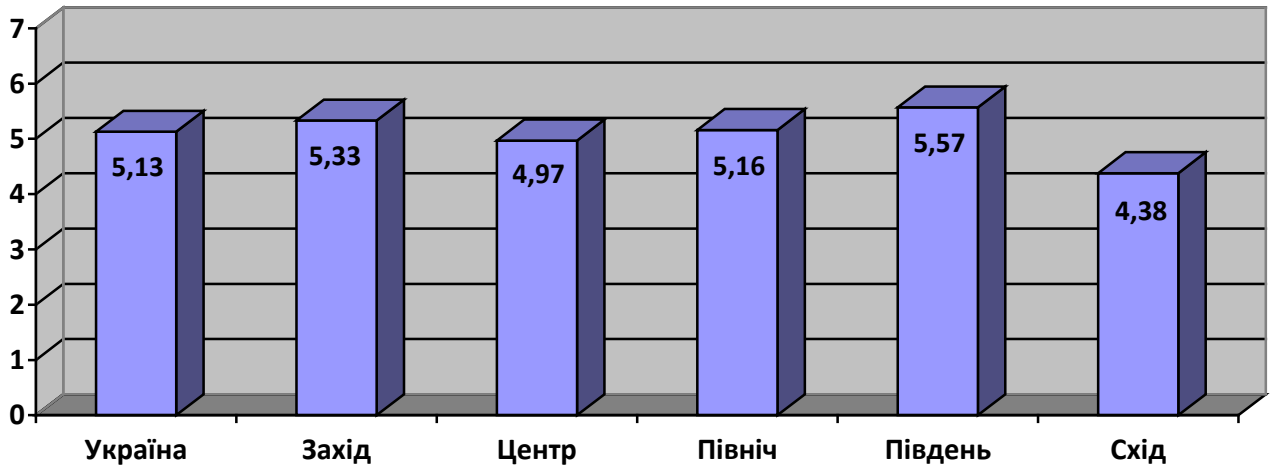


**8. Оцінка рівня активності бізнесу — 5,13**

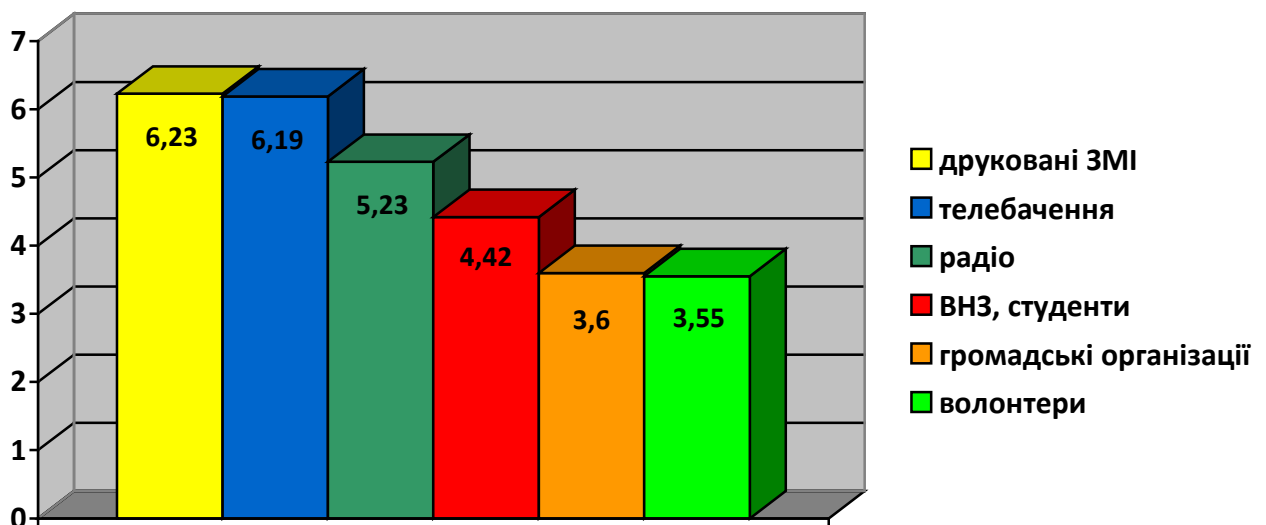
(1 – майже не бере участі, а 7 – надзвичайно активно бере участь)

**Регіональний розріз**

Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
5,13	5,33	4,97	5,16	5,57	4,38

**9. Оцінка рівня використання різних типів ресурсів партіями у виборчій кампанії за семибальною шкалою, де 1 – не використовують, а 7 – найбільш активно використовують.**

	Оцінка
1 друковані ЗМІ	6,23
2 телебачення	6,19
3 радіо	5,23
4 ВНЗ, студенти	4,42
5 громадські організації	3,60
6 волонтери	3,55

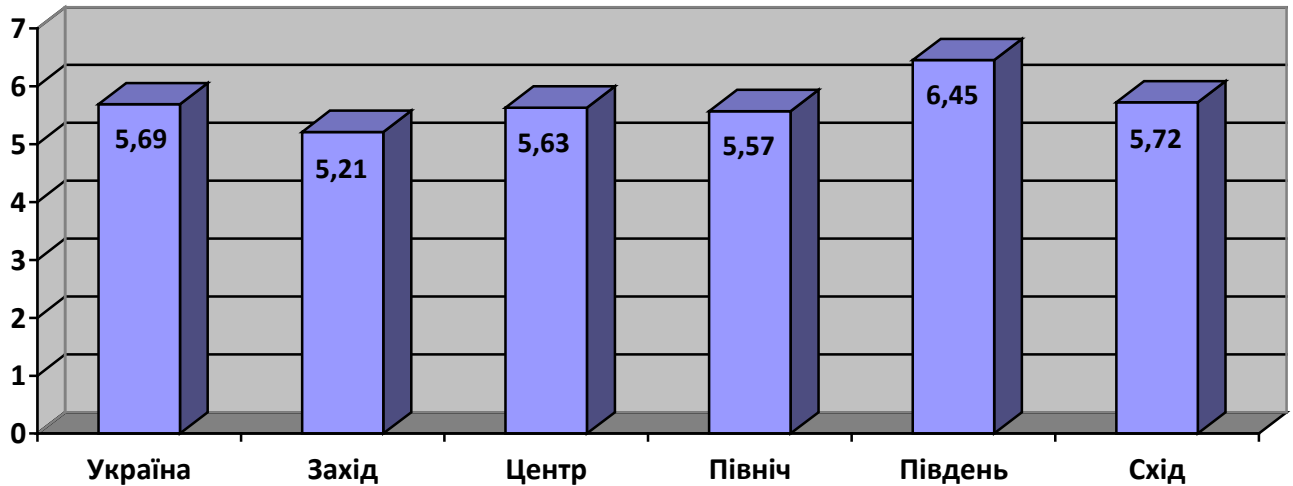
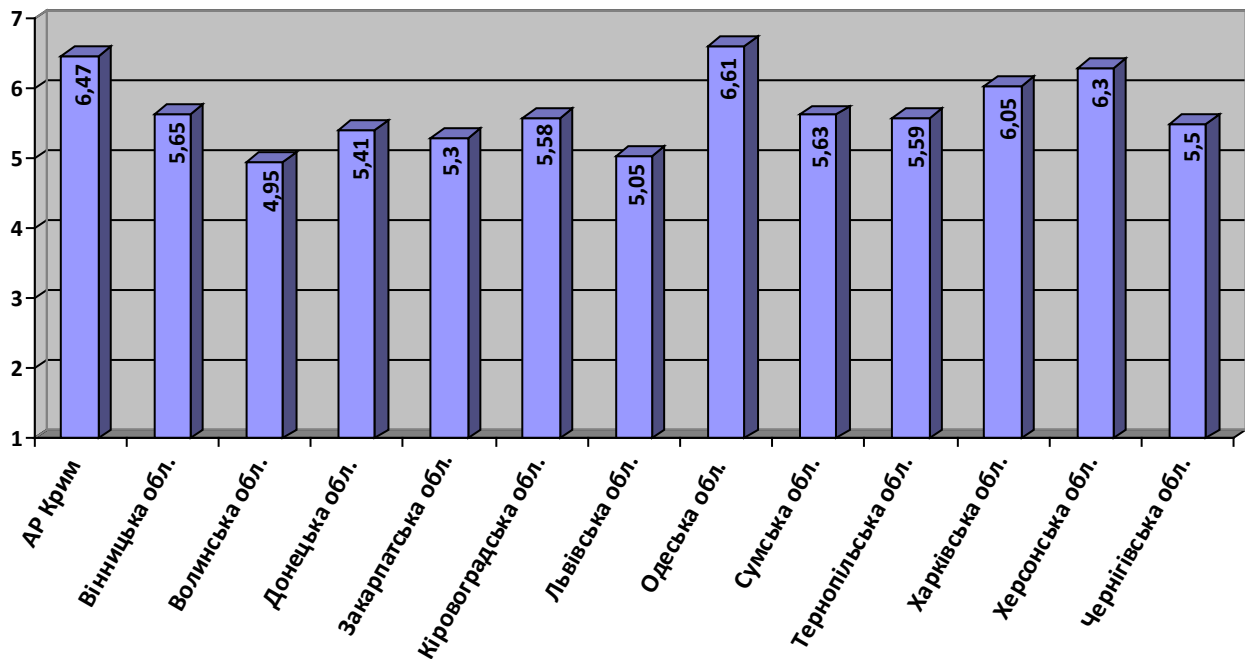


**Адмінресурс****10. Оцінка рівня застосування адміністративного ресурсу — 5,69**

(1 – застосування немає, а 7 – застосовується надзвичайно широко)

**Регіональний розріз**

Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
5,69	5,21	5,63	5,57	6,45	5,72

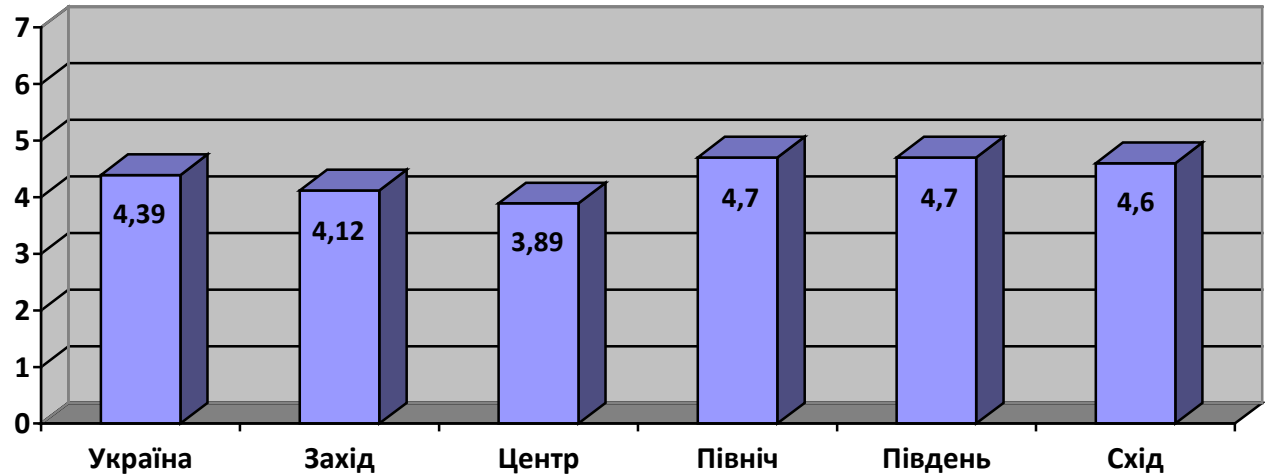
**Розріз по областях**

**ЗМІ****11. Оцінка рівності доступу кандидатів та партій до ЗМІ — 4,39**

(1 – всі мають рівний доступ, а 7 – можливості доступу до медіа є суттєво обмежені)

**Регіональний розріз**

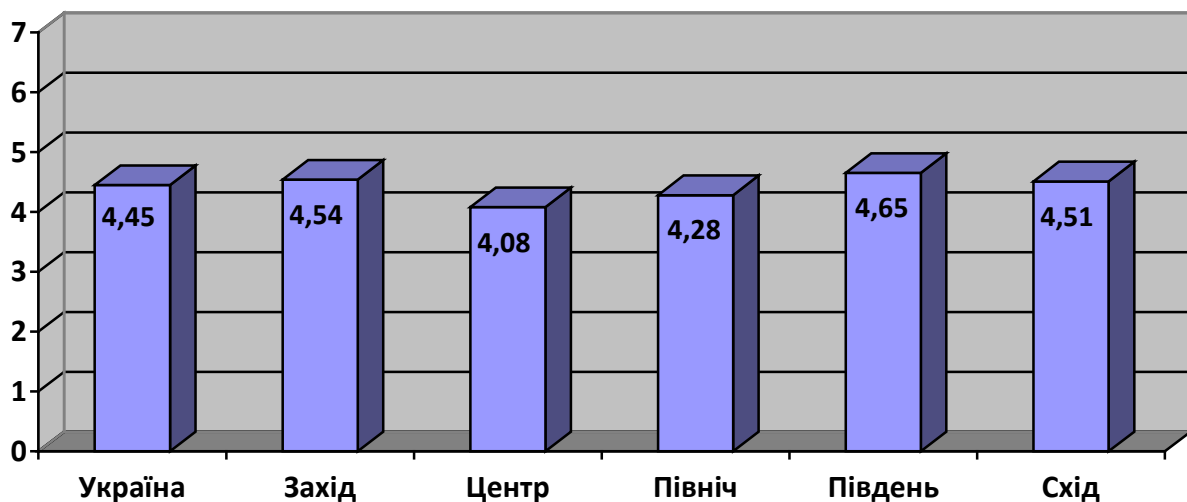
Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
4,39	4,12	3,89	4,70	4,70	4,60

**12. Оцінка рівня об'єктивності ЗМІ щодо висвітлення місцевих виборів — 4,45**

(1 – висвітлення цілком об'єктивне, а 7 – висвітлення надзвичайно суб'єктивне)

**Регіональний розріз**

Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
4,45	4,54	4,08	4,28	4,65	4,51

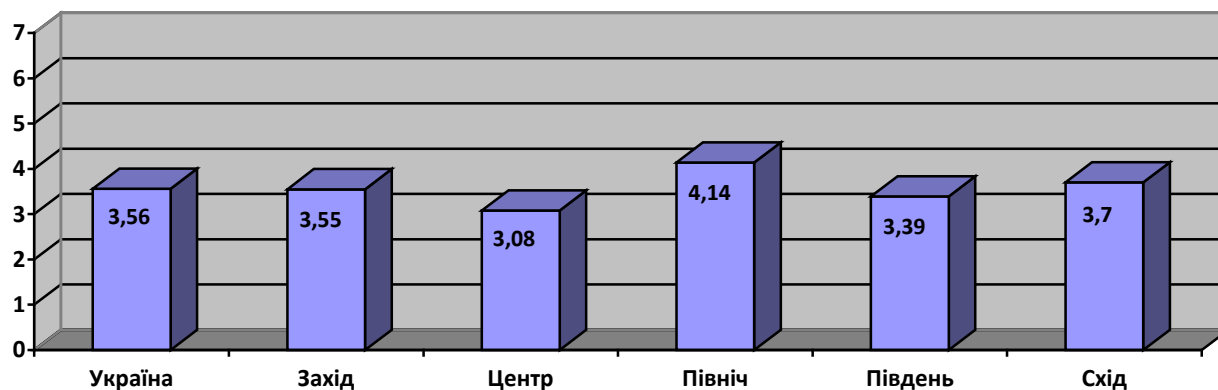


**Громадянське суспільство****13. Оцінка рівня залучення громадських організацій та ініціатив до виборчої кампанії — 3,56**

(1 – рівень надзвичайно низький, залучення практично немає, 7 – рівень залучення надзвичайно високий)

**Регіональний розріз**

Україна	Захід	Центр	Північ	Південь	Схід
3,56	3,55	3,08	4,14	3,39	3,70



**14. Оцінка рівня залучення різних типів організацій до передвиборчої кампанії тими чи іншими політичними партіями та кандидатами за семибальною шкалою, де 1 – рівень надзвичайно низький, залучення практично немає, 7 – рівень залучення надзвичайно високий.**

		Оцінки
1	аналітичні центри, моніторингові ГО	4,38
2	молодіжні ГО	3,78
3	суспільно-політичні ГО	3,51
4	журналістські ГО	3,10
5	об'єднання, асоціації ГО	3,01
6	профспілки	2,82
7	неформальні ініціативи	2,63
8	екологічні організації	2,56
9	організації національних меншин	2,37
10	творчі спілки	2,34

**15. Оцінка рівня використання політичними партіями та кандидатами співпраці з громадськими організаціями за напрямками діяльності використовуючи семибальну шкалу, де 1 – не використовується, 7 – використовується надзвичайно широко.**

		Оцінка
1	підтримка позиції певних кандидатів та партій	4,05
2	вулична агітація	3,90
3	брендування під вибори	3,48
4	створення коаліцій на підтримку	3,00

**Склад Консорціуму громадських організацій**

1. Комітет з моніторингу свободи преси у Криму (Сімферополь)
2. ГО "Наше Поділля" (Вінниця)
3. Центр політичного аналізу та виборчого консалтингу (Луцьк)
4. ДОО КВУ (Донецьк)
5. Карпатське агентство прав людини "ВЕСТЕД" (Ужгород)
6. Творче об'єднання "ТОРО" (Кіровоград)
7. ЛОО КВУ (Львів)
8. ООО КВУ (Одеса)
9. Центр досліджень регіональної політики (Суми)
10. Фонд "Місцевої демократії" (Харків)
11. ХОО КВУ (Херсон)
12. Поліський фонд міжнародних та регіональних досліджень (Чернігів)
13. Адаптаційний чоловічий центр (Тернопіль)
14. Лабораторія законодавчих ініціатив (Київ)

В рамках опитування було опитано 251 експерт за квотною вибіркою в 13 регіонах України.

*Експертне дослідження «Місцеві вибори 2010» — проведене Консорціумом громадських організацій Громадянської Асамблеї України та Мережі підтримки реформ за підтримки Міжнародного фонду "Відродження".*