

България и еврозоната: анализ на ключови фактори



ВЪВЕДЕНИЕ

Този доклад е изготвен от Scios с помощта на основната платформа на компанията Scios Market™ в партньорство с кабинета на евродепутата Цветелина Пенкова.

Докладът и данните към него са фокусирани върху нагласите на българското общество към предстоящото влизане на България в еврозоната.

Анализът е базиран на имплементация на изкуствен интелект и симулации.

Експериментите целят да отговорят на основни въпроси, свързани с вижданията на гражданите относно еврозоната и Европейския съюз в контекста на валутната промяна.



Дефиниции, данни, методология и компоненти	4
Обобщение на симулационни експерименти	11
<u>Въпрос 1:</u> Кои са основните фактори, които формират представите на обществото за присъединяването към еврозоната?	10
<u>Въпрос 2:</u> Кои източници имат най-голям положителен принос в разговори за еврозоната?	16
<u>Въпрос 3:</u> Как биха се променили възприятията при хипотетични икономически промени?	20
<u>Въпрос 4:</u> Как биха се изменили обществените нагласи при забавяне във влизането в еврозоната?	25
Контакти	28



Основен въпрос

Как ще се измени нагласата на гражданите за Европейския съюз в резултат на присъединяването на България към еврозоната и кои са основните определящи фактори, заложи в общественото мнение?

Целта на този доклад е да отговори на въпроса въз основа на AI анализ на наличните данни и да предостави стратегически насоки за максимизиране на информационния обхват на българските граждани, когато става въпрос за влизане в еврозоната.

Поначало ще бъде дефинирана експерименталната рамка, върху която е изграден моделът и използваните източници на данни.

Следващите раздели ще предоставят резултати от експерименти и приложими прогнози около ключови въпроси относно приемането на еврото.



Изграждане на база данни

Източници на данните, използвани при анализ



Флаш барометър



Флаш барометърът е използван за данни за гласуване и за някои от критериите за възприятия. Въпроси като „Според вас готова ли е България да въведе еврото?“ и „Като цяло вие лично повече за или против идеята за въвеждане на еврото?“ са основа за проучванията от този източник.



Евробарометър



Евробарометър беше използван за други данни за възприятията и движещите фактори. Всички данни на основните определящи фактори бяха взети от проучване със следния въпрос: „Лично за Вас, кои са двата най-важни проблема, с които се сблъскваме в момента?“



Инфостат

Общи данни за населението, което отговаря на условията за гласуване, както и процентовото им разпределение в 54-те сегмента, използвани в модела.



Методология

Структуриране на симулационната среда

Данни за електорат

Данните за гласоподавателите идват от проучвания, направени с участието на 1000-1200 души годишно. Въз основа на наличните демографските данни се определя големината на всеки сегмент от населението, както и как ще гласува той. След това сегментите се учеличават пропорционално до общ брой от 5,85 милиона гласа с цел симулацията да обхване целия електорат.

Симулация на естествена среда

Действията и взаимодействията на отделните агенти се включват в симулация, за да се създаде реплика на реалния свят. Това се постига чрез използване на данни, свързани със събития и нагласата на гражданите към тях. Чрез тях се изгражда цялостен поведенчески модел на населението. След това симулираните резултати се сравняват с исторически данни, за да се гарантира, че динамиката на това, което се наблюдава, е правилно уловена.



Хронологична рамка

Данните са разделени на три части:



2016-2021



Идентификация на
взаимовръзки

Времеви хоризонт, който моделът използва, за да идентифицира ключовите връзки между променливите



2021-2022



Тестване на хипотеза

Времевата рамка, използвана за тестване на предположенията и връзките, които моделът е калибрирал по време на периода на разработка



2023+

Прогнозиране

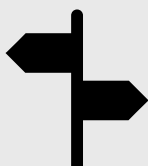
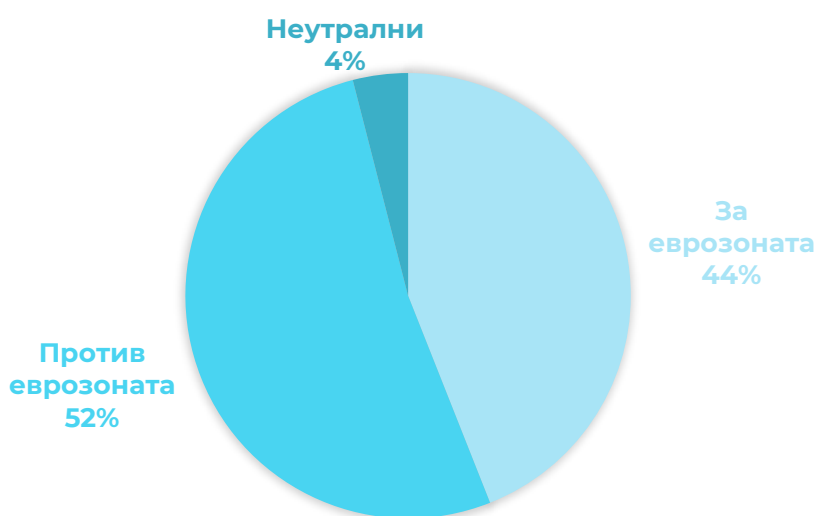
Период за разгръщане на идентифицираните връзки за бъдещи събития и експерименти.



Компоненти на модела

Възможни избори

Процентово разделение на популацията в контекста на зависимата променлива



Фактори

Аспекти, които влияят на гражданите за взимането на решение

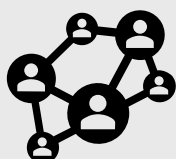
- Инфлация, суверенитет
- Човешки права
- Зелени инициативи
- Състояние на пазара на труда
- Покупателна способност и икономическо въздействие на индивидуално ниво
- Национална сигурност



Сегменти

Критерии, по които се съставят незастъпващи се групи в населението

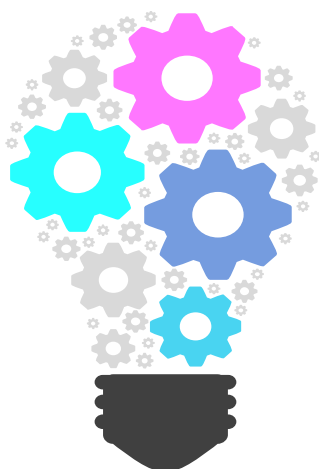
- Пол
- Възраст
- Местоживеене
- Образование



Източници на влияние

Информационни потоци, които влияят върху вземането на решения

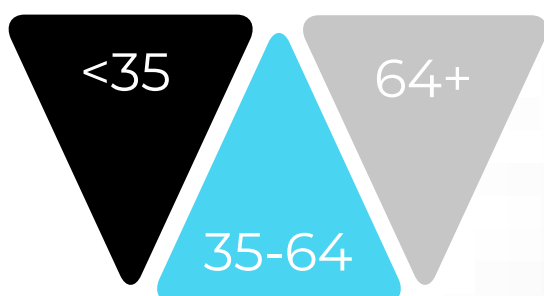
- Институции на ЕС
- Медии
- Финансови експерти
- Правителство
- Синдикати, професионални организации



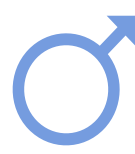
Сегментация

Критерии за разделяне на данните в 54 подгрупи

Възраст



Пол



Мъж



Жена

Местоживеене



Село



Малък град



Голям град

Образование

Основно

Средно

Висше



Ключови събития

Включени са в модела поради силата си да променят обществени възприятия

24.02.2022г.

Начало на войната в
Украйна

01

02

Събиране на подписи за референдум за еврозоната

10.01.2023г.

Финландия влиза в НАТО

03

4.04.2023г.

04

Седмица преди и след всяко провеждане на парламентарни избори

+/- 7 дни

*За три месеца, започвайки от 23 януари, българската партия 'Възраждане' събра 590к 10 подписа (над прага от 400к, необходим за референдум). Има няколко процедури, преди да се установи, че референдумът се провежда, но поради изводите от подписката, тя беше включена като събитие в симулацията.



Обобщение на симулацията

01

**Хронологично
разделение**

За разработване на модела е използван периодът 2016-2021 г. включително, а 2022 г. впоследствие е използвана за тест и валидация на резултатите.

02

**Специфики
на модела**

Scios Market използва поведенчески данни, заедно с данни за събития и въздействие от новини, за да симулира как биха се държали гражданите във всеки един случай и по какъв начин формират мнението си за еврозоната (или защо остават неутрални)

03

**Нива на
грешка**

Моделът достигна следните месечни нива на грешка за общата популация между периодите на калибриране и периодите на валидация:

Нагласа	Калибрационна грешка	Валидационна грешка
За еврозоната	5.6%	7.8%
Против еврозоната	6.1%	10.7%
Неутрално	50.1%*	71.9%

*Всички резултати са в проценти, като процента неутрални гласове съставлява само 10% от общото население. Следователно по-високите проценти на грешка за него са очаквани.



Въпрос 1.

Кои са основните фактори, които формират представите на обществото за присъединяването към еврозоната?



След калибриране на данните в работещ модел, нашите AI алгоритми идентифицираха икономическите фактори като основните двигатели за решенията и нагласите на гражданите що се отнася до еврозоната.



Ключови заключения

- **Икономическите фактори (инфлация, състояние на пазара на труда и покупателна способност) играят основна роля при определянето на обществената нагласа и обясняват почти 45% от решенията на гласоподавателите.**
- Докато инфлацията обяснява голяма част от решенията на гласоподавателите в периодите на пандемията, ниската безработица осигурява челно място на икономическите фактори дори когато инфлацията има ниско влияние
- Човешките права идват на второ място при формирането на позиция и заедно с еко инициативи и национална сигурност запазват константно ниво на влияние през годините.
- Суверенитетът има незначителен ефект.

Фактори (%)



Разбивката на процентното влияние на различните двигатели върху цялото население за всяка година в периода на анализ поставя акцент върху икономическите фактори



Заключения:

Ключови сегменти

Пол/Възраст/Местоживеене/ Образование	% от населението
мъж - 35-64 – голям град – средно	7.71%
жена - 35-64 – голям град – средно	7.17%
жена - 35-64 – голям град – висше образование	6.70%
мъж - 35-64 - село - основно	4.52%
мъж - <34 – голям град - средно	4.38%
жена - 35-64 - село - основно	4.32%
общ % от цялостното население	34.79%

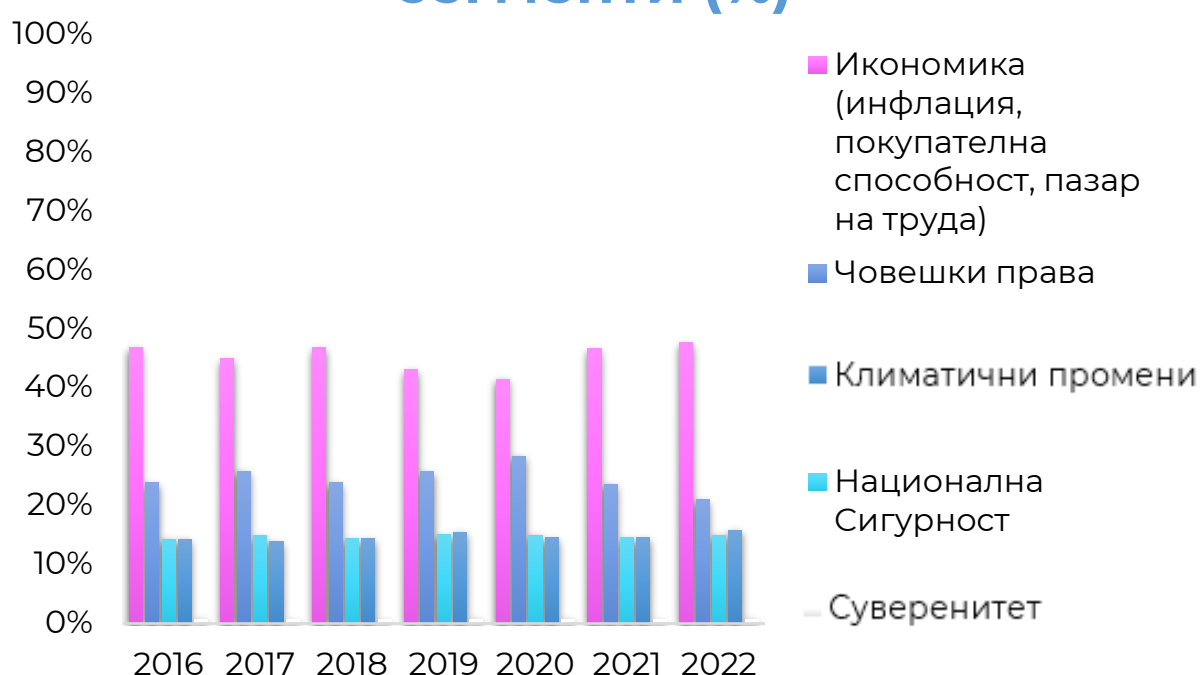
Изводи:

- Най-големите 6 сегмента съставляват почти 35% от общото население
- Сегментите на жените имат по-голям дял, но това е очаквано, тъй като те също представляват по-голяма част от общото население.
- Големите градове и висшето образование са преобладаващи във водещите сегменти
- Следващите 6 сегмента съставляват 24,6% от населението с преобладаващи признаци на формиране местоживеене в големи градове и средно образование



Кои фактори влият на главните сегменти?

Фактори за главните сегменти (%)



Графиката показва процентното влияние на всеки от факторите на годишна база за топ 6 сегмента на населението.



Основната разлика в динамиката на поведението на първите 6 сегмента е, че тези групи поставят по-голям акцент върху икономическите променливи (инфлация и пазар на труда). През последните две години акцентът върху тези фактори е +2,3-2,7% по-висок, отколкото при цялостното население.

Националната сигурност, от друга страна, е по-малко важна за основната група спрямо цялостния електорат.



Въпрос 2.

Кои източници
имат най-голям
положителен
принос в
разговори за
еврозоната?



Сравнителен анализ на различните типове информационни източници показва, че финансовите експерти се радват на най-голямо обществено доверие в дискусии за ползите от присъединяването към еврозоната.



Симуляционен модел

Факторен анализ

Тази част от симулацията се фокусира върху различните източници и доколко те обясняват обществените възприятия.

Резултати

Знаете ли, че...:

Описаните открития са често срещани в бизнеса.

Известните марки разчитат най-вече на вече изградени възгледипознаване на продукта и лоялност поради удобство от продължителното му използване.

Потребител, който с години е използвал Apple, едва ли ще премине към друга марка технологични продукти само в резултат на реклама.

Предварително изградените представи играят най-голяма роля що се отнася мнението на гражданите (виж таблицата по-долу):

Приносът на информационни източници е доста сходен като степен на влияние за гласовете 'за' и 'против' със скромно въздействие (23-24%) върху възприятията.

Неутралната част от гласуващите се влияе най-малко от външни източници, което предполага, че тази част от населението ще запази състоянието си при липса на състресения в значимите фактори. Вероятно тази липса на промяна се дължи на липса на интерес към темата.

	Изградени възгледи	Актуални събития и информационен поток
За еврозоната	77.21%	22.79%
Против еврозоната	76.12%	23.88%
Неутрални	94.13%	5.87%



Експерименти

Структура

Бяха разработени и сравнени един с друг **набор от хипотези за бъдещето** с предположението, че България ще се присъедини към еврозоната през 2025 г.

База

В базовия експеримент тестът беше как ще се променят възприятията, ако обемът на дискусиите и информационният поток на всички институции по темата нарастват по същия начин. Предположенията са, че разговорите за навлизането ще започнат да се увеличават в началото на 2024 г., ще растат през 2025 г. и бавно ще намалеят през 2026 г.

Възможни събития за бъдещето

Бяха **формирани три различни хипотези**, следвайки същите модели на растеж през годините, както по-горе, където беше проследено как се променят възприятията, ако:



Европейските институции увеличат броя на дискусии в сравнение с останалите информационни канали.



Финансовите институции увеличат броя на дискусии в сравнение с останалите информационни канали.



Държавните институции увеличат броя на дискусии в сравнение с останалите информационни канали.



Резултати

„За“ еврозоната	2023	2024	2025	2026	2022 сравнена с 2027
Базов случай	-0.94%	-1.11%	-0.33%	0.85%	-1.54%
Европейски институции	-0.94%	-1.18%	-0.37%	0.92%	-1.57%
Финансови институции	-0.94%	-1.10%	-0.33%	0.86%	-1.52%
Държавни институции	-0.94%	-1.25%	-0.42%	1.03%	-1.58%

Таблицата по-горе описва процентни промени във възприятията на база годишна промяна.

Заключения

Тъй като по-голямата част от населението има притеснения как влизането ще се отрази на важни фактори като инфлация, покупателна способност и т.н., резултатите на спад при привържениците на еврозоната са обясними.

В сравнение с края на 2022 г., положителните възприятия за влизане в еврозоната са намалели до края на 2026 г. във всички случаи.

Увеличение на информационния поток от страна на финансовите институции носят най-малък спад в подкрепата за еврозоната поради доверието, на което се радват в обществото и важността на икономическите фактори за вземане на решения относно валутната промяна.

Увеличение на информацията от държавни институции дава най-лош резултат поради политическата криза през последните години и ниското обществено доверие в следствие от нея.



Въпрос 3.

Как биха се изменили възприятията при:

1. Рецесия?
2. Увеличаване на инфлацията?
3. Намаляване на инфлацията?



Като се има предвид, че икономическите фактори играят най-важната роля във формирането на общественото мнение, промените в тях водят до значими изменения в нагласата на гражданите.

Експериментът установи, че ако настъпи рецесия или нивата на инфлация се повишат, това би се отразило негативно и на броя на гласуващи 'за' еврото, и на обществената нагласа спрямо европейската валута.

Намаляването на инфлацията би означавало увеличение в поддръжниците на еврозоната.



Експеримент

Структура

Присъединяването към еврозоната не е единственото икономическо събитие, което засяга България, така че би било полезно да се оценят няколко други потенциални икономически промени, които биха повлияли на възприятията в страната:



Как биха реагирали гражданите, при **рецесия**?



Ами ако нивата на инфлация се **увеличат**?



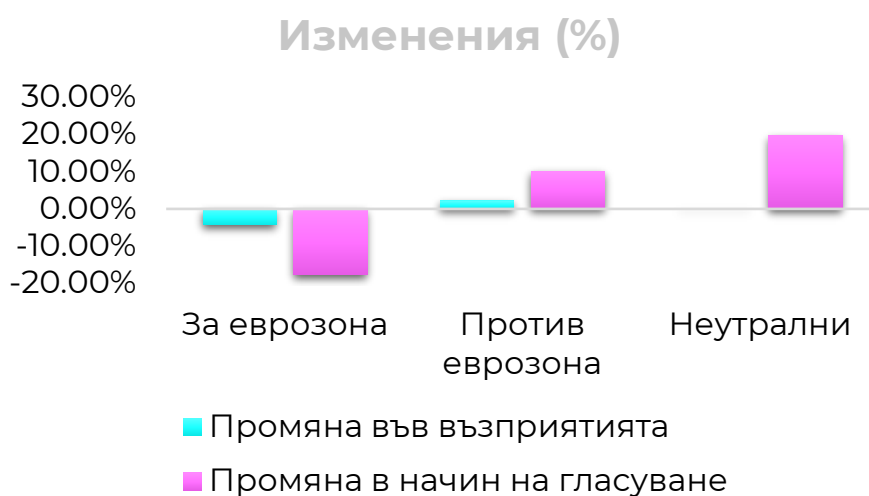
Ами ако нивата на инфлация се **намалелят**?

Предположения

- Основното предположение при този експеримент е влизането на България в еврозоната в началото на 2025 г. и акцентът е как ще завърши 2026 г. откъм обществени нагласи във всеки един от евентуалните хипотетични сценарии
- Друго предположение е, че някои от сценариите ще променят водещите фактори за нагласата към еврото, защото евентуална рецесия, например, би повлияла повече на икономически фактори като пазара на труда, отколкото на аспекти като националната сигурност.



Резултати при рецесия



Таблицата показва как възприятията и броят на гласоподавателите за различните варианти биха били засегнати, ако настъпи рецесия.

Заключения

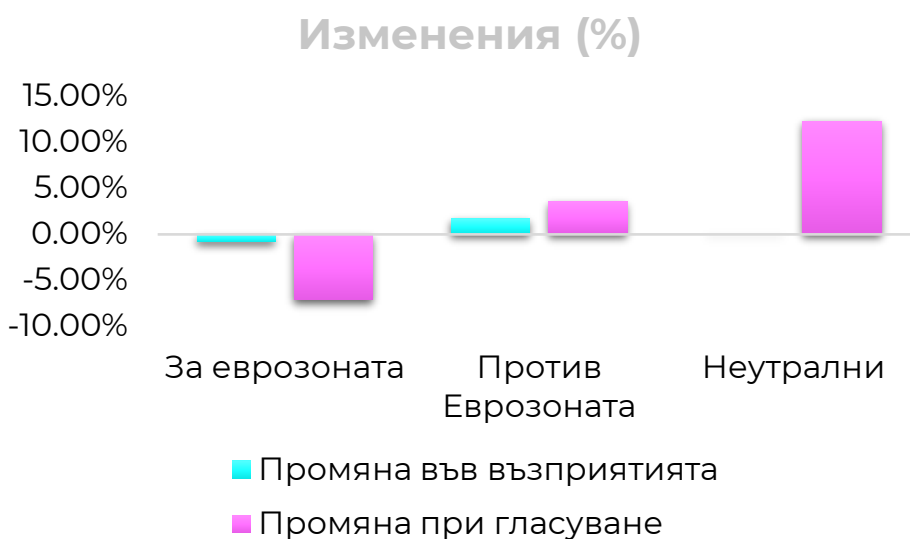
Рецесията би повлияла негативно на про-европейските възприятия като се наблюдава спад с приблизително -4% в положителната нагласа.

Настроенията срещу еврозоната биха се облагодетелствали от ситуацията, тъй като нивата на негативни възприятия ще се повишат с +2.2%.

При евентуален вот тази промяна във възприятията би довела до значителен спад в броя на крайните гласове за про-евро сектора (18%), с изтичане на гласове към сегментите на скептиците и неутралните: +10% увеличение за привържениците на лева и +20% за неутрално гласуващите.



Резултати при нарастваща инфлация



Таблицата показва как както възприятията, така и броят на гласувалите за различните варианти биха се изменили при повишаване на инфлацията.

Заклучения

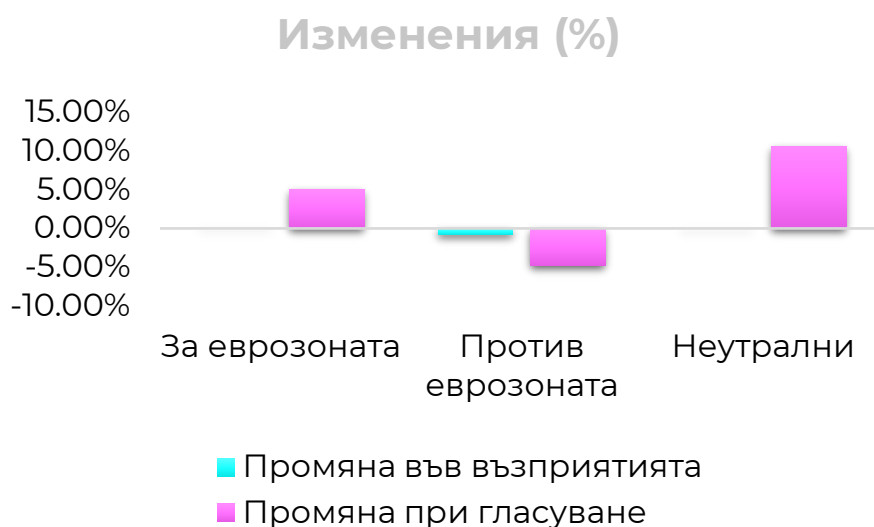
Ако нивата на инфлация се увеличат, поддръжниците на еврозоната намаляват по брой гласуващи и по възприятия, тъй като инфлацията е един от най-важните фактори за общественото мнение.

Те се ориентират към това да бъдат против приемането на валутата или да се присъединят към групата на неутралните, тъй като все още има други фактори, които анализират, когато формират мнението си за еврозоната.

България преживя хиперинфлация в средата на 90-те години и поради това страховете от висока инфлация все още са заложили в народопсихологията. Скорошните инфлационни тенденции също оказват негативно влияние върху техните възприятия и запазването на високата инфлация би навредило значително на по-нататъшната подкрепа за еврото.



Резултати при намаляваща инфлация



Таблицата показва как както възприятията, така и броят на гласувалите за различните варианти биха се изменили при спад на инфлацията.

Заклучения

Ако нивата на инфлация спаднат, 4,8% от хората срещу еврото променят мнението си и се наблюдава +5% ръст в гласовете за присъединяване към еврозоната.

Броят на неутралните избиратели отново се увеличава, което предполага, че всякакъв вид икономически шок увеличава нерешителността сред избирателите.

Промените във възприятието при този сценарий са незначителни.

Дезинфлацията има положителен, но по-незначителен ефект върху общото възприятие на еврозоната в сравнение с увеличение на инфлацията.

Страхът от хиперинфлация е по-силен фактор, отколкото положителни промени в този аспект поради историческите икономически трудности в страната.



Въпрос 4.

Как биха се изменили обществените нагласи при забавяне във влизането в еврозоната? – 2025, след 5 години, след 10 години?



Експериментът подкрепя резултатите от проучването на Европейския барометър: Ако приемем, че няма промяна в посланията или структурни промени, които да повлияят на възприятията (икономически сътресения, войни и т.н.), **подкрепата за приемането на еврото има тенденция да расте с течение на времето сред избирателите.**



Експеримент

Оформление

Основното предположение е за увеличаване на броя на дискусиите за влизане в еврозоната преди годината на прием, пик през въпросната година и постепенен спад след приемането за период от една година.

Времева рамка

2024-2026

Основа за анализа

2026-2028

Приемане на еврото след 5 години

2031-2033

Приемане на еврото след 10 години

Резултати

Период	Положителна нагласа (%)	Гласували „за“ (Δ)
2026	100.0%	100.0%
2028	99.7%	102.2%
2033	99.3%	104.9%

Сравнение в изменението на бществената нагласа и брой на гласуващите ‚за‘ влизане в еврозоната в зависимост от забавянето. 2026 е базата при анализа.

Както показва проучването, гражданите предпочитат влизането в еврозоната да се случи на по-късен етап: +2,2% увеличение на подкрепата по отношение на гласовете ‚за‘ през 2027 г. и +4,9% увеличение през 2032 г.

Лекият спад в положителната нагласа може да се дължи на недоволство в резултат на забавянето.



Анализ на резултатите

Тъй като, според данните, в България преобладават гражданите, които са негативно настроени към еврото, естествено е резултатите да са в полза на забавяне на влизането в еврозоната.

На пръв поглед спадът в положителните възприятия, заедно с увеличаване на гласуващите 'за' присъединяване в еврозоната, изглежда противоречиво, но всъщност е интуитивен. Пример за това може да служи строеж на нова метролиния. При забавяне гражданите с времето стават по-негативно настроени към процеса, но крайното им желание той да бъде завършен не се изменя.

Въпреки това, интересна динамика за наблюдение би била дали негативните нагласи биха се върнали с приближаването на 5- или 10-годишната точка на анализ.

Това до известна степен може да се очаква, тъй като за много от гражданите 5- или 10-годишен период е прекалено кратък срок за радикална промяна в индивидуалните икономически показатели.



Контакты



@sciosai



Scios.ai



info@scios.ai

