



Ministerstwo Finansów

Departament Polityki Finansowej,
Analiz i StatystykiNumer
5 / 2013

Monitor opinii publicznej

Kontakt:

tel.

(+48 22) 694 36 00
694 36 04

fax

(+48 22) 694 41 77

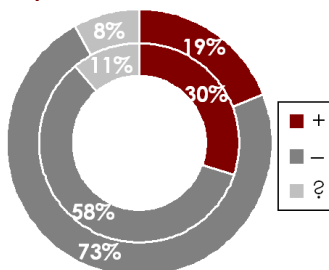
e-mail:

dziennikarze
@mofnet.gov.pl

Ministerstwo Finansów

Ul. Świętokrzyska 12
00-916 Warszawa

Poinformowanie Polaków nt. euro i poparcie dla wprowadzenia euro w Polsce



Pierścień zew. – poinformowanie o euro*
Pierścień wew. – poparcie dla euro**

Uwaga: dane zagregowane – por.:

* – wykres 13,

** – wykres 1.

- Najnowsze badania opinii publicznej wskazują na brak istotnych zmian w zakresie poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce. **Zwolennicy euro stanowią obecnie 30% badanych** (w ub. r. było ich 31%), **podczas gdy przeciwnicy – 58%** (56%). 11% badanych nie potrafi określić swojego stanowiska w tej kwestii.
- Zaobserwowano niewielki wzrost odsetka osób, które spodziewają się korzyści z wprowadzenia euro w Polsce.** Równocześnie odnotowano zmniejszenie grupy osób, które nie negują pozytywnych stron wprowadzenia euro, ale też nie potrafią ich wskazać. Jednocześnie, **prawie 30% respondentów nie widzi korzyści z wprowadzenia wspólnej waluty. Zatrzymanie negatywnych tendencji**, w naszej opinii, wiąże się z jednej strony z publiczną debatą na temat euro, która była szczególnie intensywna w I kw. 2013 r. oraz z wdrażaniem zmian instytucjonalnych w UE/strefie euro. Z drugiej strony, wciąż widoczna jest niepewność dotycząca bilansu korzyści i kosztów z wprowadzenia euro w państwach należących do strefy wspólnego pieniądza, w kontekście trwającego od dłuższego czasu kryzysu w strefie euro.
- Nadal odległa pozostaje preferowana przez badanych data wprowadzenia euro w Polsce.** Istotne znaczenie w tym kontekście ma jednak **ustabilizowanie się sytuacji w strefie euro, które jest jednym z podstawowych warunków dla określenia przez Rząd polskiej ścieżki integracji i momentu przyjęcia euro** (por. filary strategii integracji określone w przyjętej przez Radę Ministrów Aktualizacji Programu Konwergencji 2013¹).
- Wnioski z **przeprowadzonych badań determinant poparcia społecznego dla euro**² wskazują, że **stopień poinformowania respondentów jest jedną z kluczowych zmiennych wyjaśniających poziom poparcia dla wprowadzenia euro.** Zmienna ta dodatkowo zyskała na ważności w początkowym stadium kryzysu w strefie euro, tj. w okresie 2009-2010, objętym badaniem.
- Aktualne wyniki badań, podobnie jak w ubiegłych latach, wskazują na **duże potrzeby informacyjne polskiego społeczeństwa w zakresie tematyki związanej z euro i jego wprowadzeniem w Polsce.** Wskazuje na to fakt, iż **jedynie co piąty badany czuje się dobrze poinformowany nt. euro, a ponad 70% Polaków odczuwa deficyt informacji w tym zakresie lub ich całkowity brak.** Nadal spory odsetek badanych nie potrafił także ustosunkować się do wielu z poruszanych w badaniu kwestii.
- Jako preferowane źródła informacji na temat wprowadzenia euro w Polsce badani najczęściej wskazywali media (54%) oraz instytucje publiczne, w tym Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą Polską (24%), a także Narodowy Bank Polski (20%).
- Związana z genezą obecnego kryzysu w strefie euro kwestia stabilności finansowej i makroekonomicznej gospodarki, jak również nowe rozwiązania instytucjonalne stanowiące odpowiedź na kryzys powinny zajmować istotne miejsce w kampanii informacyjnej. Zaobserwowano, że Polacy mają większą świadomość i jednocześnie zapotrzebowanie na wiedzę, o czym świadczą wyniki badania. W szczególności zaś odnotowano wzrost grupy respondentów odpowiadających, że **narodowa kampania informacyjna w procesie wprowadzenia euro w Polsce powinna rozpocząć się przynajmniej na kilka lat wcześniej przed przyjęciem wspólnej waluty.**
- Badanie zostało przeprowadzone przez Ipsos Sp. z o.o. w maju br. na zlecenie Ministerstwa Finansów (Ipsos/MF) na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej, liczącej 1007 respondentów w wieku powyżej 15 lat.

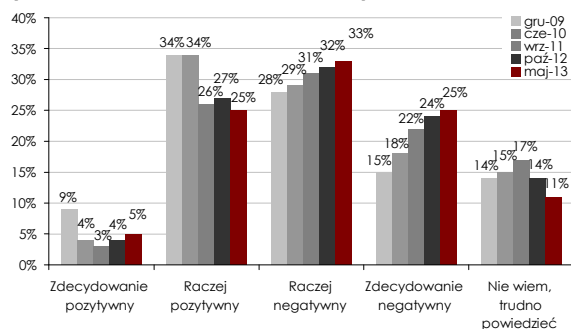
¹ <http://www.mf.gov.pl/documents/764034/1002171/Program+Konwergencji++Aktualizacja+2013>

² Zob.: J. Osińska, A. Torój, *Greek ricochet? What drove Poles' attitudes to the euro in 2009-2010*, Bank i Kredyt, 43 (4), 2012, http://www.bankikredyt.nbp.pl/home.aspx?f=/content/2012/04/bik_04_2012_pl.html.

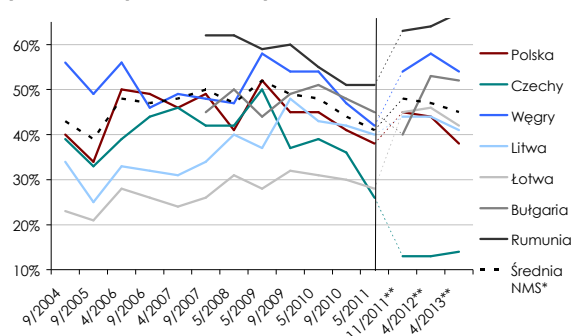
Poparcie dla wprowadzenia euro

- Od ostatniego badania **stosunek Polaków do wprowadzenia euro nie zmienił się istotnie**. Nieznacznie (o 1-2 pkt. proc.) przybyło zarówno zwolenników, jak i przeciwników wspólnej waluty – pierwsi z nich stanowili 30% ankietowanych, natomiast drudzy – 58%. Jednocześnie odsetek osób, które nie mają wyrobionej opinii w tym zakresie zmniejszył się do 11%.
- Podsumowując pięć lat prowadzenia badań w zakresie kształtowanie się poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce można zauważyć, iż **między 2009 a 2011 r. zaobserwowano jego znaczny spadek**, związany najprawdopodobniej początkowo z wybuchem, a następnie eskalacją kryzysu w kilku państwach strefy euro. **Poziom poparcia utrzymuje się na zbliżonym poziomie** od 2011 r. Warto odnotować, że **w tym okresie podjęto istotne działania na rzecz wzmocnienia dotychczasowego kształtu instytucjonalnego UE i strefy euro**. Jednocześnie wciąż toczą się prace nad dalszymi rozwiązaniami, mającymi na celu stabilizację sytuacji oraz przeciwdziałanie kryzysom w przyszłości. Należy również zauważyć, że od 2011 r. zmniejsza się liczba osób nie mających zdania na ten temat.
- **Zbliżony obraz sytuacji wyłania się również z badań z serii Flash Eurobarometer³**, których wyniki wskazują na analogiczny, silny spadek poparcia dla wprowadzenia euro w okresie II poł. 2009 – I poł. 2011 r. zarówno w Polsce, jak i w innych państwach NMS⁴ (por. wykres 2). Również w badaniach Eurobarometru pomiędzy drugą połową 2011 a 2013 r. nie zaobserwowano istotnych zmian w zakresie poziomu poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce, (kształtuje się on jednak na wyższym poziomie niż w badaniach Ipsos/MF tj. 38%). Należy zauważyć, że poparcie dla przyjęcia euro przez Łotwę (42%), która od stycznia 2014 r. stanie się 18-tym członkiem strefy euro, kształtuje się na zbliżonym poziomie do Polski (38%), jak również do poziomu zaobserwowanego w tym okresie w krajach które w ostatnich latach wprowadziły euro. Aktualnie najbardziej eurosceptycznym państwem z grupy NMS są Czechy, natomiast najbardziej euroentuzjastycznym – Rumunia.
- Jednocześnie badania z serii **Standard Eurobarometer⁵** wskazują, że wśród **Europejczyków 51% stanowią zwolennicy Unii Gospodarczej i Walutowej (UGW)**. Jednak porównując poparcie dla UGW w poszczególnych państwach, występują duże różnice między państwami strefy euro, gdzie wspólną walutę popiera dwie trzecie badanych (62%), a krajami spoza strefy euro (29%).
- Pozytywnym postawom wobec wprowadzenia euro sprzyja – podobnie jak w ubiegłych latach – młody wiek, wyższe wykształcenie oraz wyższe dochody. Ponadto, jak wskazują **badania determinant poparcia społecznego dla euro⁶**, jego poziom **wiąże się ze stopniem poinformowania** nt. wspólnej waluty i procesu jej wprowadzenia.

Wykres 1. Stosunek Polaków do wprowadzenia euro



Wykres 2. Poparcie dla wprowadzenia euro w NMS



* Por. przypis 7.

** Od listopada 2011 r. pytanie zostało przeformułowane, choć zachowano ogólny sens (por. Flash Eurobarometer, nr 336 i nast.). Dane z poprzednich lat zostały uwzględnione na wykresie jedynie dla celów ilustracyjnych.

Źródło: Flash Eurobarometer.

Źródło: Ipsos/MF.

Perspektywa wprowadzenia euro w Polsce

- Tegoroczne wyniki badań Ipsos/MF wskazują na ustabilizowanie się odsetka respondentów preferujących „kilka lat” jako perspektywę wprowadzenia wspólnej waluty w Polsce. Odsetek ten nie zmienił się w porównaniu z ub. r. i pozostał na poziomie 16%, przy jednoczesnym spadku – odpowiednio o 2 i 1 pkt. proc., do 19% i 11% – odsetka respondentów uważających, iż powinno to nastąpić dopiero w ciągu kilkunastu oraz w ciągu kilkadziesiątu lat. Nieznacznie, o 2 pkt. proc., wzrósł odsetek osób mających zdecydowanie negatywny stosunek do przyjęcia nowej waluty (por. wykres 3).
- **Badania Eurobarometru wskazują na nieznaczny wzrost zarówno liczby Polaków opowiadających się za wprowadzeniem euro „tak wcześnie, jak to możliwe” oraz „tak późno, jak to możliwe”.** Odsetek ten wzrósł odpowiednio o 2 pkt. proc. i 4 pkt. proc. i wyniósł 10% i 54%. Spadł natomiast odsetek opowiadających się za

³ Badania Flash Eurobarometer nr 377, przeprowadzone w maju br., a opublikowane w czerwcu br.

⁴ NMS to grupa nowych państw członkowskich UE, które nie przystąpiły jeszcze do strefy euro. W latach 2004-2011 ich liczba zmieniała się w czasie z powodu akcesji do UE Bułgarii i Rumunii w 2007 r. oraz wprowadzenia euro w Słowenii (2007 r.), na Cyprze i Malcie (2008 r.), Słowacji (2009 r.) i w Estonii (2011 r.). Liczebność grupy państw NMS kształtowała się zatem następująco: 2004-2006 – NMS-10, 2007 – NMS-11, 2008 – NMS-9, 2009-2010 – NMS-8, od 2011 r. – NMS-7.

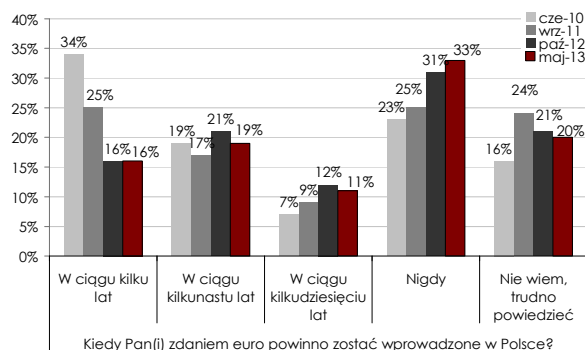
⁵ Badania Standard Eurobarometer nr 79, przeprowadzone w maju br., opublikowane w lipcu br.

⁶ Zob. przypis 2 na str. 1.

wprowadzeniem euro w Polsce „za jakiś czas” (o 6 pkt. proc., do 33%, por. wykres 4). Jednocześnie odsetek wskazań odpowiedzi „tak wcześnie, jak to możliwe” niezmiennie znajduje się na poziomie znacznie poniżej średniej dla grupy NMS⁷.

- Uzyskane wyniki badania, w naszej opinii, są **reakcją na trwający kryzys w strefie euro** (por. także następna część „Korzyści z wprowadzenia euro”), ale **zatrzymanie negatywnych tendencji** może być efektem wdrażanych i zapowiadanych zmian instytucjonalnych w UE/strefie euro oraz publicznych debat na temat euro w Polsce. Warto w tym kontekście zaznaczyć, że **ustabilizowanie sytuacji w strefie euro jest podstawowym warunkiem dla określenia przez Rząd polskiej ścieżki integracji** (por. filary strategii integracji Polski ze strefą euro określone w przyjętej przez Radę Ministrów Programu Konwergencji. Aktualizacja 2013).

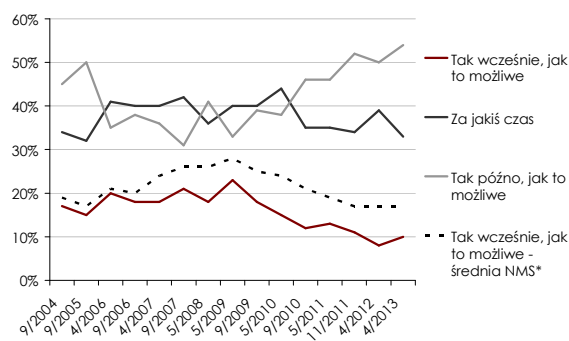
Wykres 3. Preferowana perspektywa wprowadzenia euro w Polsce*



* Od 2010 r. zakres odpowiedzi obejmuje opcję „nigdy”. Danych z 2009 r. nie uwzględniono na wykresie z uwagi na brak porównywalności.

Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 4. Preferowana perspektywa wprowadzenia euro w Polsce



* Por. przypis 7.

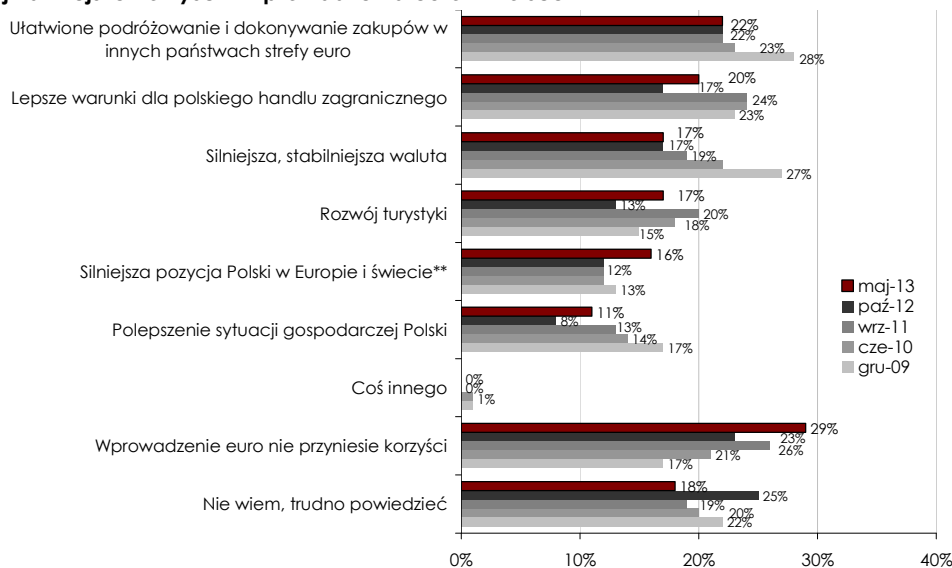
Źródło: Flash Eurobarometer.

Korzyści z wprowadzenia euro

- **W porównaniu do poprzedniego badania zaobserwowano niewielki wzrost świadomości społeczeństwa w zakresie spodziewanych korzyści z wprowadzenia euro w Polsce.** Niezmiennie najwięcej respondentów uważa, że największą korzyścią z wprowadzenia euro będzie ułatwione podróżowanie i dokonywanie zakupów w innych państwach (22%). Wzrost odpowiedzi odnotowano w zakresie czterech spośród najczęściej wskazywanych korzyści (por. wykres 5): lepsze warunki dla polskiego handlu zagranicznego (o 3 pkt. proc. do 20%), wpływ wprowadzenia euro na rozwój turystyki (o 4 pkt. proc. do 17%), silniejsza pozycja Polski w Europie i świecie (o 4 pkt. proc. do 16%), a także polepszenie sytuacji gospodarczej Polski (o 3 pkt. proc. do 11%). W kategorii silniejsza, stabilniejsza waluta nie odnotowano zaś zmiany (17%). Jednocześnie blisko 30% respondentów nadal uważa, że „wprowadzenie euro nie przyniesie korzyści”.
- **Istotną zmianą w porównaniu do poprzedniego badania, jest spadek o 7 pkt. proc. odsetka osób, które choć nie negują pozytywnych stron wprowadzenia euro, to jednak nie potrafią ich wskazać.** Wynik ten, w naszej opinii, wiąże się z publiczną debatą na temat wprowadzenia euro, która była szczególnie intensywna w I kw. 2013 r.

⁷ Średnia ważona, uwzględniająca dane dla wszystkich państw zaliczanych do grupy NMS w danym roku (por. przypis 4).

Wykres 5. Najważniejsze korzyści z wprowadzenia euro w Polsce*



* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

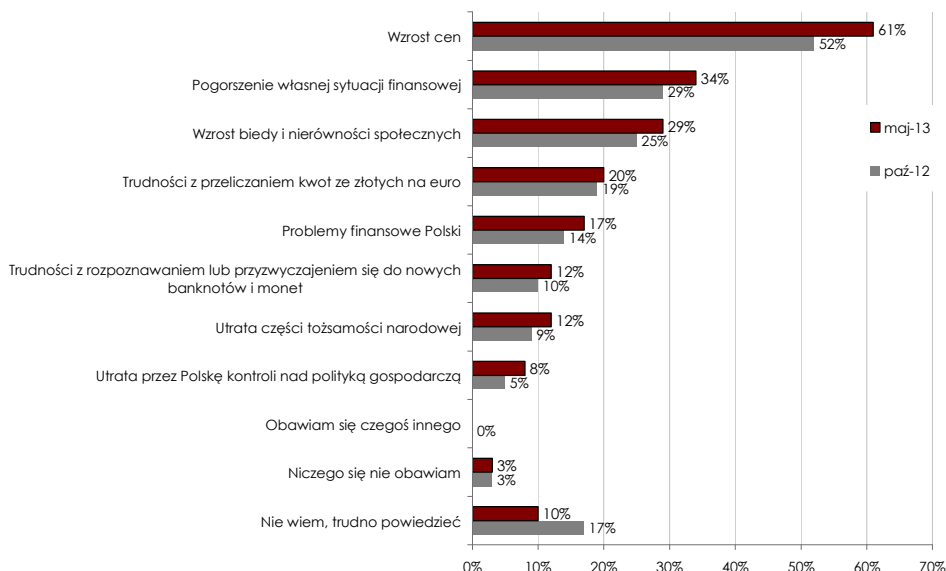
** W 2012 r. przeformułowano tę kategorię odpowiedzi, wcześniej brzmiała ona „Wzrost prestiżu Polski na tle Europy i świata”. Zmiana ta nie powinna mieć znaczącego wpływu na porównywalność wyników.

Źródło: Ipsos/MF.

Obawy związane z wprowadzeniem euro

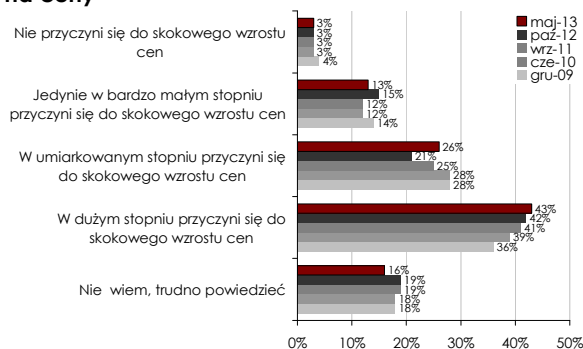
- Tegoroczne wyniki badań Ipsos/MF wskazują na nieznaczny wzrost poszczególnych kategorii odpowiadających obawom związanym z wprowadzeniem euro. Najsilniejsze obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce dotyczą jego wpływu na poziom cen. Aż 61% (wzrost o 9 pkt. proc.) respondentów obawia się „wzrostu cen” w wyniku przyjęcia przez Polskę wspólnej waluty. Pozostałe najczęściej wyrażane obawy dotyczą pogorszenia własnej sytuacji finansowej (34%) oraz wzrostu biedy i nierówności społecznych (29%), są zatem także pośrednio związane ze spodziewanym wpływem wprowadzenia euro na poziom cen. Z obawami o wzrost cen wiążą się również obawy przed trudnościami z przeliczaniem kwot ze złotych na euro, które wyraża jedna piąta ankietowanych (20%) (por. wykres 6).

Wykres 6. Obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce*



Od 2012 r. zakres odpowiedzi obejmuje opcję „Problemy finansowe Polski”. Danych z ubiegłych lat nie uwzględniono na wykresie ze względu na brak porównywalności. Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 7. Ocena wpływu wprowadzenia euro w Polsce na ceny

Źródło: Ipsos/MF.

- Korespondującą z aktualną trudną sytuacją finansową części państw strefy euro obawę przed potencjalnymi problemami finansowymi Polski po przystąpieniu do strefy euro wyraża 17% badanych. **Słuszkowo niewielu badanych obawia się natomiast utraty części tożsamości narodowej w wyniku zastąpienia złotego przez euro (9%) lub utraty kontroli nad polityką gospodarczą (8%)**. Podobnie jak przed rokiem jedynie 3% respondentów nie łączy z wprowadzeniem euro żadnych obaw, natomiast już tylko co dziesiąta pytana osoba nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie.
- Podobnie jak w ubiegłych latach, precyzując skalę obaw dotyczących wzrostu cen, 43% badanych uważa, że wprowadzenie euro przyczyni się w dużym stopniu do skokowego wzrostu cen (por. wykres 7). 39% badanych szacuje ten wpływ jako umiarkowany lub bardzo mały (odpowiednio 26% i 13%). Nadal 16% respondentów nie potrafi jednak ocenić, czy w wyniku wprowadzenia euro nastąpi skokowy wzrost cen.

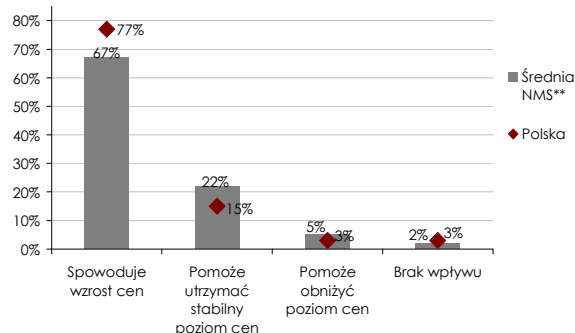
- **Wyniki badań Eurobarometru potwierdzają istnienie w Polsce wyjątkowo silnych obaw dotyczących wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro**. Należy przy tym zauważyć, iż chociaż ich skala **znajduje się znacznie powyżej średniej dla grupy NMS (67%)**, to w porównaniu z ub. r. spadły o 4 pkt. proc. (do 77%) (por. wykres 8).
- Respondentom, którzy spodziewają się skokowego wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro zadano dodatkowo pytanie dotyczące **przyczyn, z których miałyby on wynikać**. W odpowiedziach najczęściej wskazywano na potencjalne **zaokrąglenia i podnoszenie cen przez sprzedawców** (34%), nieco rzadziej także na ustalenie kursu wymiany na niekorzystnym poziomie (26%, wzrost o 4 pkt. proc. w porównaniu z ub. r.) oraz wyrównywanie się poziomu cen z resztą strefy euro (23%, por. wykres 9).
- Analizując dane dotyczące obaw, jakie wyraża polskie społeczeństwo w kontekście wprowadzenia euro, należy mieć na uwadze fakt, że **brak informacji często prowadzi do obawy przed tym, co nieznanne**. Jest to ważne w obliczu niskiego stopnia poinformowania Polaków nt. euro. W tym kontekście należy podkreślić szczególną rolę, jaką w procesie wprowadzenia euro w Polsce będą pełniły **środki ochrony konsumentów⁸ oraz kampania informacyjna⁹**, której celem będzie m.in. wyjaśnienie, że przeliczenie wszystkich wartości pieniężnych ze złotych na euro nastąpi przy użyciu oficjalnego, nieodwołalnie ustalonego kursu wymiany oraz zgodnie z ogólnie obowiązującymi zasadami zaokrąglenia. W związku z powyższym – przy założeniu braku nadużyć ze strony sprzedawców – wprowadzenie euro powinno być w zasadzie wydarzeniem neutralnym dla kształtowania się cen¹⁰.

⁸ Więcej na temat zasad regulujących przejście ze złotego na euro oraz środków ochrony konsumentów w tym procesie można znaleźć w opracowaniach: J. Osińska, *Ochrona konsumentów w procesie wprowadzania euro*, „Euroopracowania”, nr 5/2011 oraz Zespół Roboczy ds. Ochrony Konsumentów, *Analiza działań podjętych w innych państwach w związku z przyjęciem euro w zakresie: nieuczciwych praktyk rynkowych, podwójnej ekspozycji cen i opracowania zasad monitorowania cen*, „Euroopracowania”, nr 8/2011 dostępnych pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/analiza-i-materialy-informacyjne/euroopracowania>.

⁹ Więcej na temat zasad prowadzenia kampanii informacyjnej można znaleźć Zespół Roboczy ds. Strategii Komunikacyjnej, *Analiza strategii komunikacyjnych i przeprowadzonych na ich podstawie kampanii informacyjnych w państwach strefy euro*, „Euroopracowania”, nr 7/2011

¹⁰ Więcej informacji na temat wpływu wprowadzenia euro na poziom cen, optymalności poziomu kursu wymiany, etc. można znaleźć w pytaniach i mitach nt. euro, dostępnych pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/faq>.

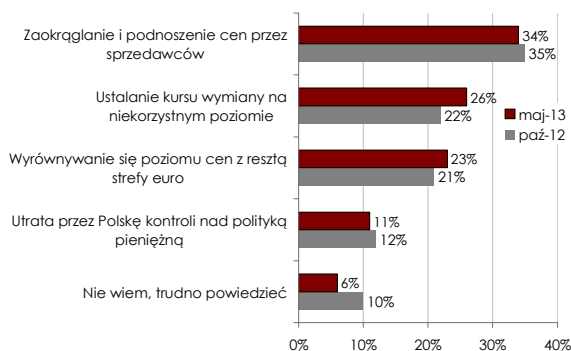
Autor: **Katarzyna Waćko-Jasińska**, Biuro Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą Polską
Monitor bazuje na koncepcji opracowanej przez Joannę Osińską

Wykres 8. Obawa przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro*, kwiecień 2013 r.

* Od listopada 2011 r. pytanie zostało przeformułowane i zmieniony został zakres odpowiedzi. Danych z ubiegłych lat nie uwzględniono na wykresie ze względu na brak porównywalności.

** Por. przypis 7.

Źródło: Flash Eurobarometer.

Wykres 9. Przyczyny spodziewanego wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro w Polsce*

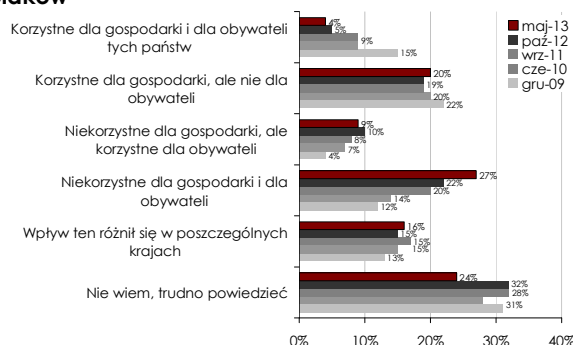
* Baza: respondenci spodziewający się skokowego wzrostu cen (N=783)

Źródło: Ipsos/MF.

Ocena konsekwencji wprowadzenia euro

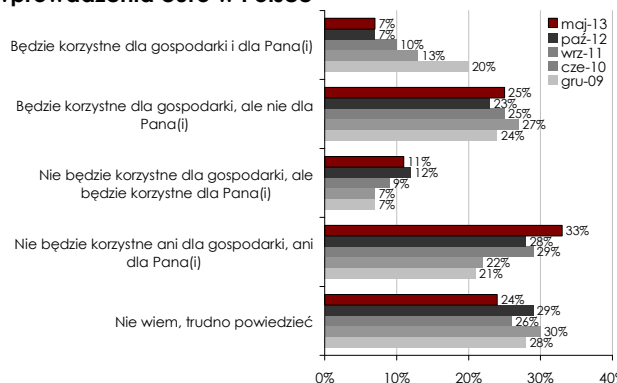
- Większa skala obaw niż spodziewanych korzyści z wprowadzenia euro łączy się z **oceną konsekwencji wprowadzenia euro w innych krajach**. Po pierwsze, **prawie co czwarty Polak** (24%, por. wykres 10) **nie potrafi dokonać takiej oceny**. Po drugie, częściej niż **co czwarty jest przekonany o niekorzystnym wpływie wprowadzenia euro zarówno dla gospodarek państw strefy euro, jak i dla ich obywateli** (27%). Po trzecie, podobnie jak w ubiegłym roku, odsetek ten jest aktualnie wyższy od odsetka wskazań, że wpływ wprowadzenia euro był korzystny dla gospodarek państw obecnej strefy euro, ale niekorzystny dla ich obywateli (20%) oraz wyższy niż odsetek osób, które uważają, że wpływ ten różnił się w poszczególnych krajach (16%). Do 4% spadł odsetek osób postrzegających ten wpływ jako korzystny zarówno dla gospodarek, jak i obywateli.

Wykres 10. Ocena konsekwencji wprowadzenia wspólnej waluty w państwach obecnej strefy euro w oczach Polaków



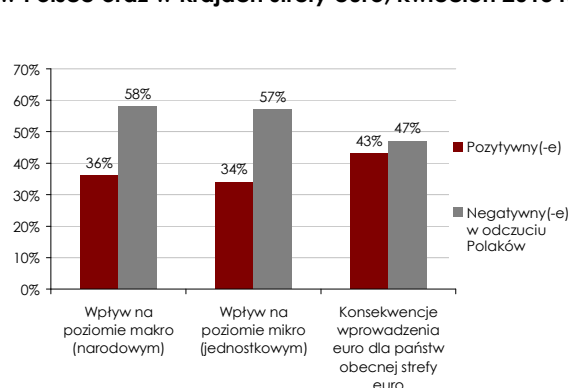
Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 11. Ocena spodziewanego wpływu wprowadzenia euro w Polsce



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 12. Ocena konsekwencji wprowadzenia euro w Polsce oraz w krajach strefy euro, kwiecień 2013 r.



Źródło: Flash Eurobarometer.

- W porównaniu z ub. r. na zbliżonym poziomie pozostał odsetek osób spodziewających się korzystnego wpływu wprowadzenia euro w Polsce i z perspektywy gospodarki, i z perspektywy obywateli (7%; por. wykres 11).** Natomiast w badaniach Eurobarometru odnotowano niewielki spadek odsetka osób spodziewających się pozytywnego wpływu zarówno na poziomie makro (gospodarki), jak na poziomie mikro (jednostkowym) – odpowiednio o 3 pkt. proc., do poziomu 36% i 34% (por. wykres 12). Równocześnie, zgodnie z wynikami badań Ipsos/MF (por. wykres 11), **wciąż prawie jedna czwarta badanych nie potrafi ocenić, jaki będzie wpływ przyjęcia wspólnej waluty przez nasz kraj**, co wskazuje na **duży deficyt informacyjny** w zakresie skutków wprowadzenia euro, zarówno tych pozytywnych, jak i negatywnych. Jego istnienie potwierdzają także wyniki dotyczące poziomu poinformowania Polaków o euro. **Ważne jest więc dostarczanie społeczeństwu informacji poprzez prowadzenie działań edukacyjno-informacyjnych** (por. następna część „Poinformowanie nt. euro”), szczególnie w kontekście wciąż trwających zawirowań w strefie euro oraz reform instytucjonalnych podejmowanych w celu ich zażegnania.

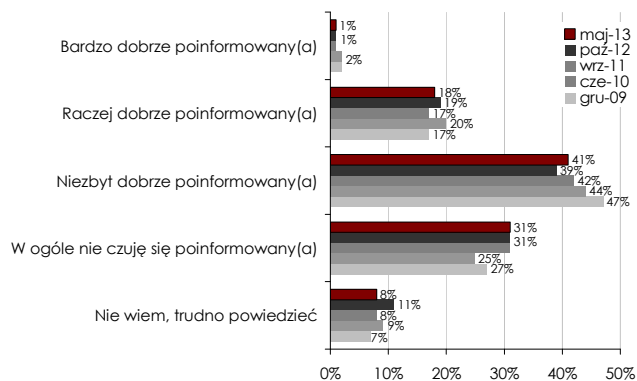
Poinformowanie nt. euro

- Jedynie prawie co piąty badany czuje się dobrze poinformowany nt. zagadnień związanych z wprowadzeniem euro w Polsce** (por. wykres 13). Natomiast **ponad 70% badanych odczuwa deficyt informacji w tym zakresie (41%) lub ich całkowity brak (31%)**. Wyniki te są zbliżone do ubiegłorocznych, przy czym nieznacznie spadł odsetek osób nieumiejących określić na ile czują się poinformowani (o 3 pkt. proc., do 8%).
- Przeprowadzone **badania determinant poparcia społecznego dla euro i jego wprowadzenia w Polsce** identyfikują **poziom poczucia poinformowania** w tym zakresie jako jedną z **kluczowych zmiennych, wyjaśniających poziom poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce**, która dodatkowo zyskała na ważności w okresie eskalacji kryzysu w strefie euro pomiędzy 2009 a 2010 r.¹¹ W tym kontekście wydaje się, że ważny element przekazu informacyjnego

¹¹ Zob. przypis 2 na str. 1.

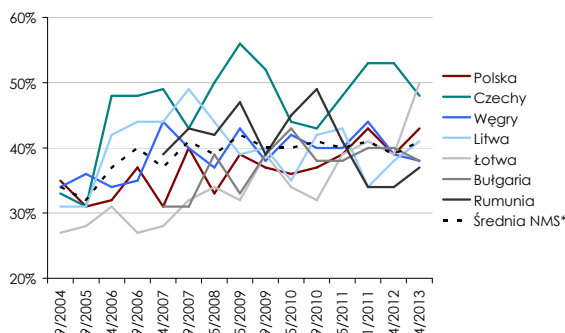
w ramach kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce powinna stanowić geneza kryzysu trwającego w ostatnich latach w części państw strefy euro, a także stanowiące odpowiedź na kryzys liczne reformy instytucjonalne w strefie euro i UE.

Wykres 13. Poczucie poinformowania nt. zagadnień związanych z wprowadzeniem euro w Polsce



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 14. Poczucie poinformowania nt. euro w NMS – odsetek osób „bardzo dobrze” i „raczej dobrze” poinformowanych

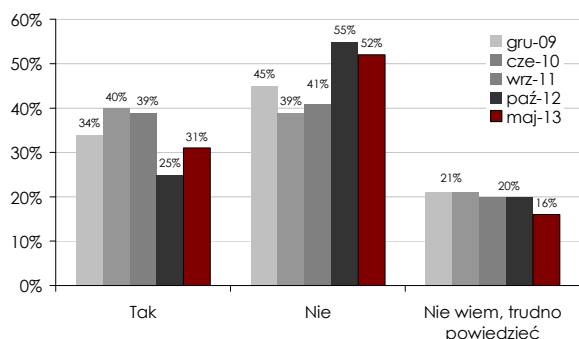


* Por. przypis 7.

Źródło: Flash Eurobarometer.

- Zgodnie z wynikami badań **Eurobarometru 43% badanych Polaków czuje się dobrze poinformowana** (wzrost o 4 pkt. proc., por. wykres 14), natomiast 55% (spadek o 4 pkt. proc.) ankietowanych nadal deklaruje niedostateczny stopień poinformowania nt. euro. Wynik ten jest zbliżony się do poziomu z listopada 2011 r. **Jak wynika z badań, poczucie poinformowania nt. euro w Polsce aktualnie kształtuje się na poziomie nieznacznie wyższym od średniej dla NMS (41%)**. Należy zauważyć, że w przypadku Łotwy, która za kilka miesięcy wejdzie do strefy euro, tylko co drugi obywatel czuje się poinformowany na temat wspólnej waluty, co jest zbliżone do poziomu Estonii na kilka miesięcy przed wprowadzeniem euro (50%)¹².

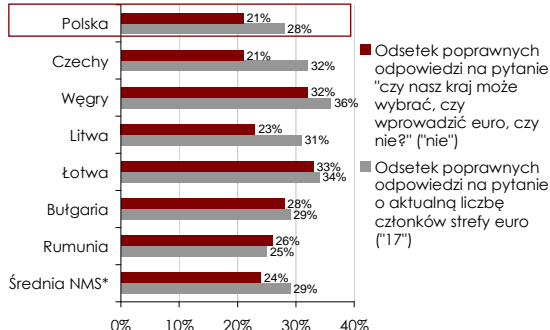
Wykres 15. Odpowiedzi na pytanie „Czy Pana(i) zdaniem Polska jest zobowiązana do przyjęcia euro?”*



* W 2009 r. pytanie brzmiało „Czy Pana(i) zdaniem Polska może wybrać, czy przyjąć euro, czy nie?”. Odpowiedź „tak” oznacza więc, że Polska ma taki obowiązek (2010) lub że nie może wybrać, czy przyjąć euro (2009).

Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 16. Poziom poinformowania społeczeństwa nt. strefy euro i wspólnej waluty w NMS, kwiecień 2013 r.



* Por. przypis 7.

Źródło: Flash Eurobarometer.

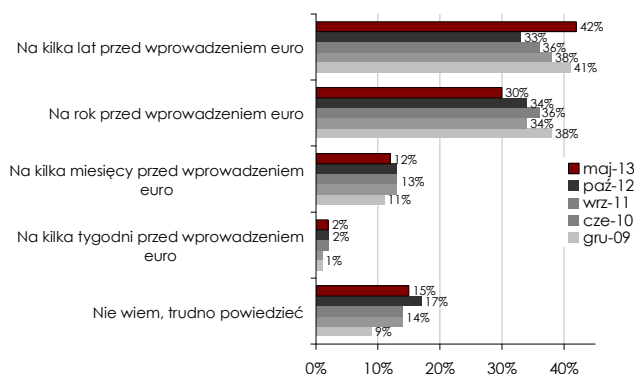
- Na znaczący **deficyt informacyjny** wśród polskiego społeczeństwa wskazuje również rozkład odpowiedzi na pytania sprawdzające wiedzę respondentów nt. strefy euro. **Wiedza nt. istnienia obowiązku przyjęcia euro przez Polskę¹³ jest nadal niewystarczająca, chociaż wskaźnik ten nieznacznie wzrósł od ostatniego badania**. Odsetek osób, które udzieliły poprawnej odpowiedzi dot. istnienia zobowiązania Polski do przyjęcia euro wyniósł 31%, podczas gdy 52% ankietowanych nie jest świadoma jego istnienia, a 16% badanych nie potrafi udzielić odpowiedzi na to pytanie.
- Z badań **Eurobarometru** płyną podobne wnioski – Polska i Czechy wypadają najgłębiej na tle pozostałych państw UE spoza strefy euro w zakresie poinformowania społeczeństwa nt. istniejącego zobowiązania do przyjęcia euro. Wynik ten nie zmienił się od ostatniego badania (21%). Podobnie nie zmieniła się wiedza Polaków w zakresie aktualnej liczby państw strefy euro (28% poprawnych wskazań, por. wykres 16).

¹² Flash Eurobarometer 296, maj 2010 http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_296_en.pdf

¹³ Jedynie Wielka Brytania i Dania posiadają tzw. klauzulę opt-out, która zapewnia im możliwość wyboru w kwestii przyjęcia wspólnej waluty. Pozostałe państwa członkowskie UE dokonały już wyboru w momencie przystąpienia do UE. Podpisując i ratyfikując *Traktat Akcesyjny* Polska nabyła prawo do przystąpienia do strefy euro oraz jednocześnie zobowiązanie do przyjęcia euro.

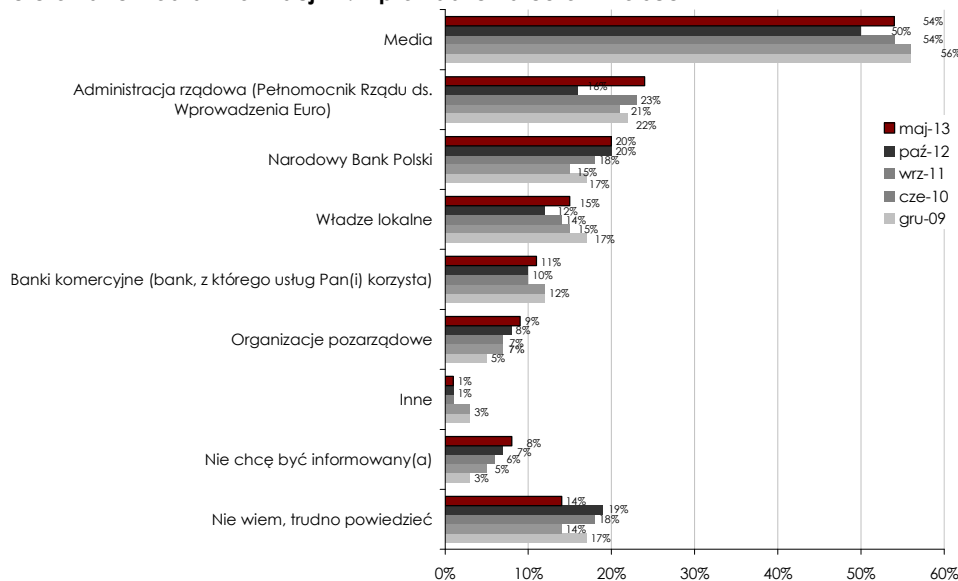
- Z odpowiedzi na pytanie w sprawie preferowanego terminu rozpoczęcia kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce wynika, że społeczeństwo ma większą świadomość i jednocześnie zapotrzebowanie na wiedzę, wobec tego oczekuje odpowiednio wczesnego rozpoczęcia narodowej kampanii informacyjnej. **Ponad 40% (wzrost o 9 pkt. proc.) badanych przez Ipsos/MF uważa, że taka kampania powinna się rozpocząć na kilka lat przed wprowadzeniem euro, a 30% uważa, że przynajmniej na rok przed wprowadzeniem euro w Polsce** (por. wykres 17). Takie podejście jest zgodne ze strategią integracji Polski ze strefą euro i zakładanym początkiem oficjalnej kampanii informacyjnej (włączenie złotego do ERM II).¹⁴
- Jednocześnie, niezmiennie od początku prowadzonych badań **najbardziej preferowanym źródłem informacji na temat wprowadzenia euro w Polsce są media** (54%, wzrost o 4 pkt. proc.; por. wykres 18) oraz instytucje publiczne – **Pełnomocnik Rządu ds. Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą Polską** (24%, wzrost o 8 pkt. proc.) i **Narodowy Bank Polski** (20%). Wzrost wskazań w 2013 r. przez respondentów osoby Pełnomocnika Rządu, w naszej opinii, może być związany z publicznymi debatami na temat wprowadzenia euro w Polsce, które miały miejsce na początku br.¹⁵ Polacy chcieliby także być informowani na temat procesu wprowadzenia euro w Polsce przez władze lokalne (15%) oraz banki komercyjne (11%).

Wykres 17. Preferowany termin rozpoczęcia kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce



Źródło: Ipsos/MF.

Wykres 18. Preferowane źródła informacji nt. wprowadzenia euro w Polsce*



* Procenty nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać trzy najważniejsze jego zdaniem odpowiedzi.

Źródło: Ipsos/MF.

¹⁴ Za przygotowanie założeń kampanii oraz koordynację jej realizacji odpowiedzialny jest Zespół Roboczy ds. Strategii Komunikacyjnej, będący jednym z organów międzyinstytucjonalnej struktury organizacyjnej ds. wprowadzenia euro w Polsce. Ważnym aspektem dotyczącym kampanii informacyjnej jest jej odpowiednia skala i intensywność, która początkowo jest niewielka, a następnie rośnie w czasie, osiągając etap kulminacyjny w okresie pomiędzy decyzją o uchyleniu derogacji a dniem wprowadzenia euro do obiegu gotówkowego. Por. opracowania: J. Osińska, *Strategia komunikacyjna w procesie wprowadzania euro. Wnioski dla Polski, „Europracowania”, nr 1/2009* oraz Zespół Roboczy ds. Strategii Komunikacyjnej, *Analiza strategii komunikacyjnych i przeprowadzonych na ich podstawie kampanii informacyjnych w państwach strefy euro, „Europracowania”, nr 7/2011*, dostępne pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/analiza-i-materialy-informacyjne/europracowania>.

¹⁵ Por. komunikat z dn. 4 marca 2013 r., <http://www.mf.gov.pl/pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/aktualnosci>