



Ministerstwo Finansów

Departament Polityki Finansowej,
Analiz i StatystykiNumer
4 / 2012

Monitor opinii publicznej

Kontakt:

tel.

(+48 22) 694 36 00
694 36 04

fax

(+48 22) 694 41 77

e-mail:

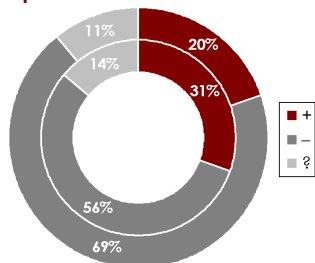
dziennikarze
@mofnet.gov.pl

Ministerstwo Finansów

Ul. Świętokrzyska 12
00-916 Warszawa

- Przeprowadzone badania opinii publicznej wskazują na **ustabilizowanie się poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce na poziomie niższym niż przed eskalacją kryzysu w strefie euro. Zwolennicy euro stanowią obecnie 31% badanych** (w ubiegłym roku było ich 29%), **podczas gdy jego przeciwnicy – 56%** (53%). 14% badanych nie potrafi określić swojego stanowiska w tej kwestii.
- Chociaż od ostatniego badania nieznacznie zmalał odsetek osób wskazujących, że „wprowadzenie euro nie przyniesie korzyści”, to jednocześnie **znacznie wzrósł odsetek osób, które nie negują pozytywnych stron wprowadzenia euro, ale nie potrafią ich wskazać**. Aktualnie jest to **najliczniejsza grupa respondentów** (25%, wzrost o 6 pkt. proc.). Nastąpił również **znaczny spadek wskazań poszczególnych spodziewanych korzyści z wprowadzenia euro w Polsce**. Wynik ten w naszej opinii wiąże się ze **znacznym wzrostem niepewności dotyczącej bilansu korzyści i kosztów z wprowadzenia euro w kontekście trwającego od dłuższego czasu kryzysu w strefie euro oraz podejmowanych prób jego rozwiązania**.
- Oddaliła się także preferowana przez badanych data wprowadzenia euro w Polsce**, co wydaje się zgodne ze wspomnianym wyżej ogólnym wzrostem niepewności dotyczącym przyszłego funkcjonowania strefy euro. Warto w tym kontekście zaznaczyć, iż **stabilizacja sytuacji w strefie euro jest podstawowym warunkiem dla określenia przez Rząd polskiej ścieżki integracji i momentu przyjęcia euro** (por. filary strategii integracji określone w przyjętej przez Radę Ministrów Aktualizacji Programu Konwergencji 2012¹).
- 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 o euro, a 70% Polaków odczuwa deficyt informacji w tym zakresie lub ich całkowity brak**. Znaczny odsetek badanych (od kilkunastu do nawet powyżej 30%) nie potrafił także ustosunkować się do wielu z poruszanych w badaniu kwestii.
- 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.
- 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. **Narodowa kampania informacyjna w procesie wprowadzenia euro w Polsce**, zgodnie z oczekiwaniami społeczeństwa, powinna **rozpocząć się na przynajmniej rok przed przyjęciem euro**.
- Badanie zostało przeprowadzone przez Ipsos Sp. z o.o. w październiku br. na zlecenie Ministerstwa Finansów (Ipsos/MF) na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej, liczącej 1005 osób w wieku 15 lat i więcej.

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.

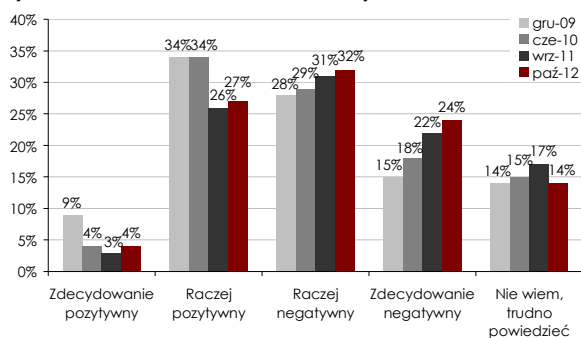
¹ <http://www.mf.gov.pl/documents/764034/1002171/Program+Konwergencji+-+Aktualizacja+2012>

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

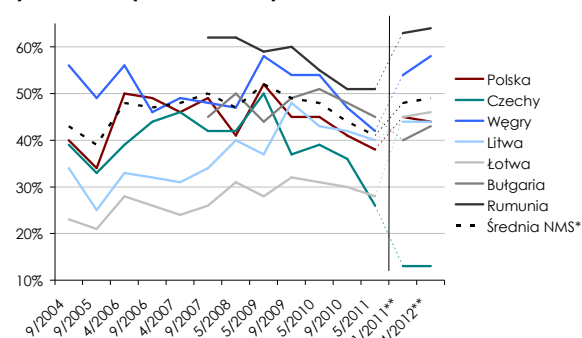
Poparcie dla wprowadzenia euro

- **Stosunek Polaków do wprowadzenia euro nie zmienił się znacząco od obserwowanego w ubiegłym roku.** Nieznacznie (o 2-3 pkt. proc.) przybyło zarówno zwolenników, jak i przeciwników wspólnej waluty – pierwsi z nich stanowili 31% ankietowanych, natomiast drudzy – 56%. Jednocześnie odsetek osób, które nie mają wyrobionej opinii w tym zakresie wrócił do poziomu 14%.
- Kształtowanie się poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce w ciągu czterech lat prowadzenia pomiarów można podsumować następująco. **Pomiędzy 2009 a 2011 r. zaobserwowano znaczny spadek poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce**, związany najprawdopodobniej początkowo z wybuchem, a następnie eskalacją kryzysu w Grecji, a następnie coraz bardziej napiętą sytuacją w kilku innych państwach strefy euro. **Spadek ten zatrzymał się jednak** i pomiędzy 2011 a 2012 r. nie zaobserwowano większych zmian. Warto odnotować, że **w tym okresie wdrożono istotne zmiany w dotychczasowym kształcie instytucjonalnym UE i strefy euro**, jednocześnie wciąż toczą prace nad dalszymi rozwiązaniami.
- **Zbliżony obraz sytuacji** prezentują również badania z serii **Flash Eurobarometer**, 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 NMS³ (por. wykres 2). Również w badaniach Eurobarometru pomiędzy drugą połową 2011 a 2012 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 i wynosi ok. 45%. Najbardziej eurosceptycznym państwem z grupy NMS są Czechy, natomiast najbardziej euroentuzjastycznym – Rumunia.
- 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 euro**⁴, 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 5 na tej stronie.

** Od listopada 2011 r. pytanie zostało przeformułowane, choć ogólny sens zachowany (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

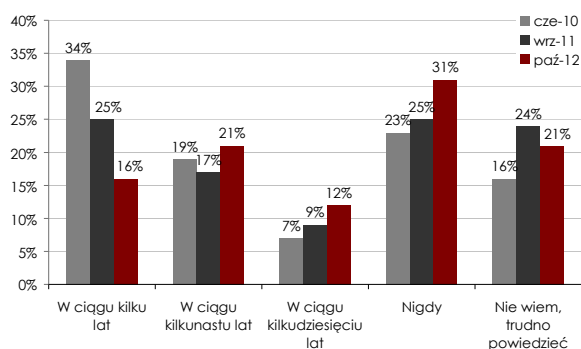
- **Wyniki tegorocznych badań Ipsos/MF wskazują na dalszy silny spadek odsetka respondentów, preferujących „kilka lat” jako perspektywę, w której euro powinno zostać wprowadzone w Polsce.** Odsetek ten zmniejszył się ponownie o 9 pkt. proc., do 16%, przy jednoczesnym wzroście – o odpowiednio 3 i 6 pkt. proc., do 12% i 31% – odsetka respondentów uważających, iż powinno to nastąpić dopiero w ciągu kilkudziesięciu lat oraz osób kategorycznie negujących zmianę waluty (por. wykres 3).
- **Na znaczne odsunięcie w czasie preferowanej perspektywy wprowadzenia euro w Polsce wskazują także badania Eurobarometru.** Zarówno odsetek Polaków opowiadających się za wprowadzeniem euro w Polsce „za jakiś czas”, jak i preferujących możliwie jak najpóźniejszy termin wprowadzenia euro wzrósł o 4 pkt. proc., do – odpowiednio – 39% i 50% (por. wykres 4). Natomiast odsetek wskazań odpowiedzi „tak wcześnie, jak to możliwe” spadł o 5 pkt. proc., do 8% i niezmiennie znajduje się znacząco poniżej średniej dla grupy NMS⁵.
- Odsunięcie w czasie preferowanej przez społeczeństwo daty przyjęcia euro przez Polskę jest w naszej opinii **reakcją na trwający od dłuższego czasu kryzys w strefie euro** (por. także następna część „Korzyści z wprowadzenia euro”). Warto w tym kontekście zaznaczyć, że **stabilizacja 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 Aktualizacji Programu Konwergencji 2012).

³ 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.

⁴ Zob. przypis 2 na str. 1.

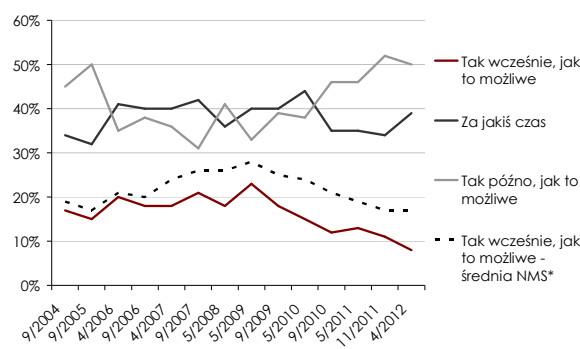
⁵ Średnia ważona, uwzględniająca dane dla wszystkich państw zaliczanych do grupy NMS w danym roku (por. przypis 3 powyżej).

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



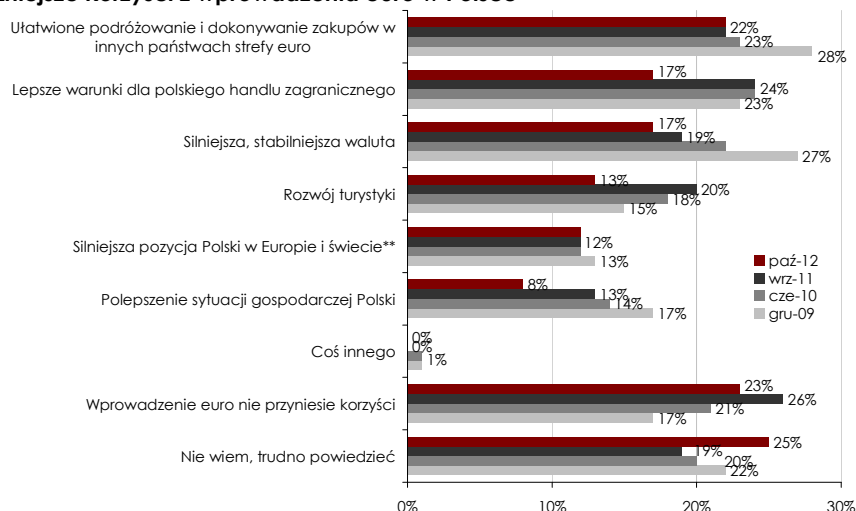
* Por. przypis 5 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

Korzyści z wprowadzenia euro

- **Chociaż z jednej strony nieznacznie zmalał odsetek wskazań odpowiedzi „wprowadzenie euro nie przyniesie korzyści”, to jednocześnie znacznie silniejsze spadki zaobserwowano w przypadku pozostałych kategorii, odpowiadających poszczególnym ze spodziewanych korzyści z wprowadzenia euro w Polsce.** W szczególności, spadki te zaobserwowano w zakresie dwóch z trzech najczęściej wskazywanych korzyści w ostatnich badaniach – znacząco osłabło przekonanie o korzystnym wpływie wprowadzenia euro dla polskiego handlu zagranicznego oraz dla rozwoju turystyki (w obu przypadkach spadek o 7 pkt. proc, do – odpowiednio – 17 i 13%, por. wykres 5). Uwagę zwraca również dalszy spadek wskazań odpowiedzi „silniejsza, stabilniejsza waluta” oraz „polepszenie sytuacji gospodarczej Polski” jako jednych z najważniejszych korzyści z wprowadzenia euro.
- **Istotną zmianą w porównaniu do poprzedniego badania, jest także wzrost o 6 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 ze **znacznym wzrostem niepewności** dot. bilansu korzyści i kosztów z wprowadzenia euro w kontekście trwających od dłuższego czasu kryzysu w strefie euro i prób ich rozwiązania⁶.

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.

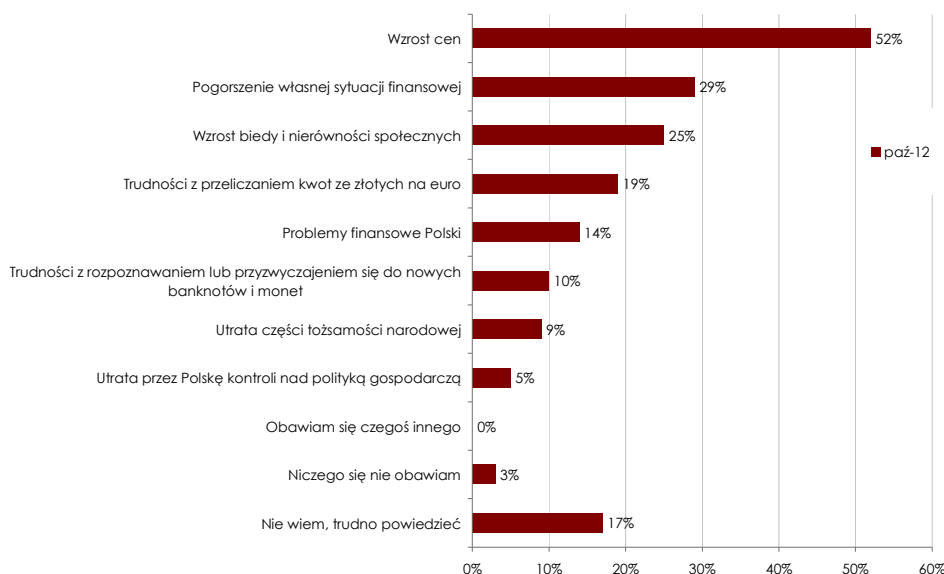
Obawy związane z wprowadzeniem euro

- **Najsilniejsze obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce dotyczą jego wpływu na poziom cen. Ponad połowa respondentów obawia się „wzrostu cen” w wyniku przyjęcia przez Polskę wspólnej waluty (52%, por. wykres 6).** Pozostałe najczęściej wyrażane obawy dotyczą pogorszenia własnej sytuacji finansowej (29%) oraz wzrostu biedy i nierówności społecznych (25%), są zatem także pośrednio związane ze spodziewanym wpływem

⁶ Wczesną próbę podsumowania literatury na ten temat stanowi opracowanie A. Torój (red.), E. Bednarek, J. Beza-Bojanowska, J. Osińska, K. Waćko, D. Witkowski, EMU: the (post-)crisis perspective. Literature survey and implications for the euro-candidates, MF Working Paper Series, nr 11-2012, <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/publikacje-naukowe/publikacje-biura-pelnomocnika-rzadu-ds-euro>.

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 prawie jedna piąta ankieterowanych (19%).

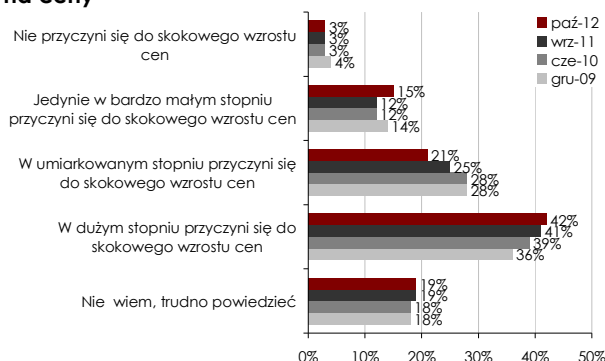
Wykres 6. Obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce*



* 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.

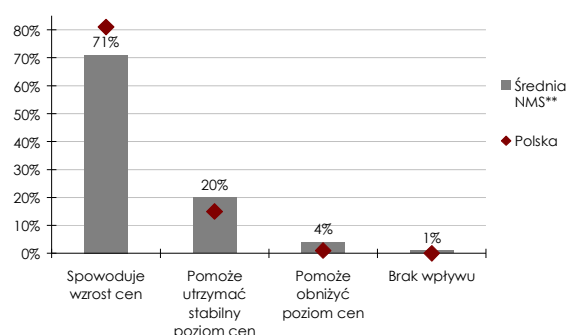
Wykres 7. Ocena wpływu wprowadzenia euro w Polsce na ceny



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 14% badanych. Stosunkowo niewiele badanych obawia się natomiast utraty części tożsamości narodowej w wyniku zastąpienia złotego przez euro (9%) lub utraty kontroli nad polityką gospodarczą (5%). Jedynie 3% respondentów nie tęczący z wprowadzeniem euro żadnych obaw, natomiast prawie jedna piąta (17%) nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie.
- Precyzując skalę obaw dotyczących wzrostu cen, podobnie jak w ubiegłym roku, zdaniem 42% badanych wprowadzenie euro przyczyni się w dużym stopniu do skokowego wzrostu cen (por. wykres 7). 36% badanych szacuje ten wpływ jako umiarkowany lub bardzo mały (odpowiednio 21% i 15%). **Niezmiennie, prawie co piąty Polak nie potrafi ocenić, czy w wyniku wprowadzenia euro nastąpi skokowy wzrost cen.**

Wykres 8. Obawa przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro*, kwiecień 2012 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 4 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

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



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

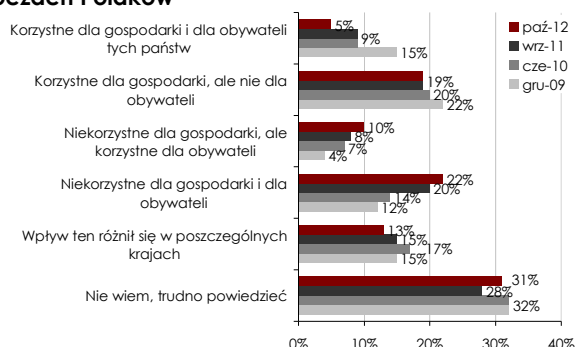
Źródło: Ipsos/MF.

- Wyniki badań Eurobarometru potwierdzają istnienie w Polsce silnych obaw dotyczących wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro. Należy zauważyć, iż ich skala **znajduje się w Polsce znacznie powyżej średniej dla grupy NMS** (por. wykres 8).
- W bieżącym roku respondentom, którzy spodziewają się skokowego wzrostu cen w wyniku wprowadzenia euro zadano także pytanie dotyczące **przyczyn, z których ów wzrost cen miałby wynikać**. W tym kontekście najczęściej wskazywano na potencjalne **zaokrąglenia i podnoszenie cen przez sprzedawców** (35%), nieco rzadziej także na ustalenie kursu wymiany na niekorzystnym poziomie (22%) oraz wyrównywanie się poziomu cen z resztą strefy euro (21%, 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 (por. część „Poinformowanie nt. euro”, s. 6). W tym kontekście należy podkreślić szczególną rolę, jaką w procesie wprowadzenia euro w Polsce będą pełniły **środki ochrony konsumentów**⁷ oraz **kampania informacyjna**, której rolą 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 cen⁸.

Ocena konsekwencji wprowadzenia euro

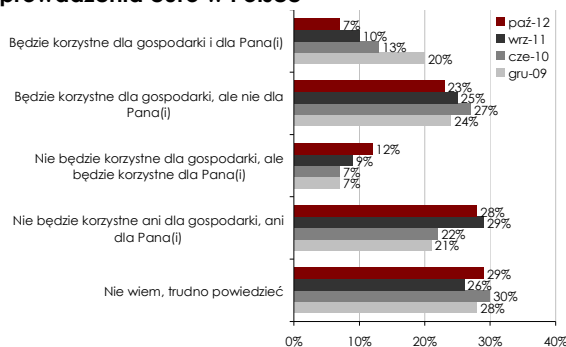
- Większa skala obaw niż spodziewanych korzyści z wprowadzenia euro łączy się z **oceną konsekwencji wprowadzenia euro w innych krajach**. Po pierwsze, **prawie co trzeci z Polaków** (31%, por. wykres 10) **nie potrafi dokonać takiej oceny**. Po drugie, częściej niż **co piąty jest przekonany o niekorzystnym wpływie wprowadzenia euro zarówno dla gospodarek państw strefy euro, jak i dla ich obywateli** (22%). 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 (19%) oraz wyższy niż odsetek osób, które uważają, że wpływ ten różnił się w poszczególnych krajach (13%). Do 5% (o 4 pkt. proc.) 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



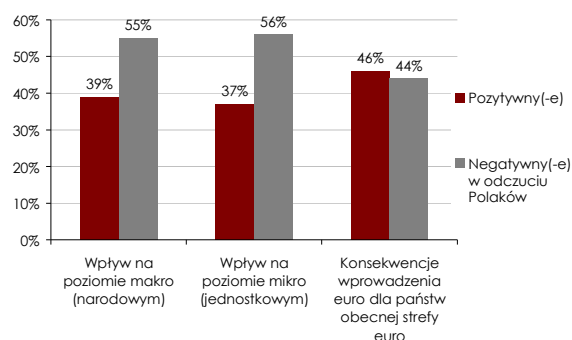
Źródło: Ipsos/MF.

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 2012 r.



Źródło: Flash Eurobarometer.

- Podobnie ubyło osób spodziewających się korzystnego wpływu wprowadzenia euro w Polsce i z perspektywy gospodarki, i z perspektywy obywateli. Spadki odnotowano zarówno w badaniach Ipsos/MF (o 3 pkt. proc., do 7%; por. wykres 11), jak i w badaniach Eurobarometru, w przypadku których silnie wzrósł odsetek osób spodziewających się negatywnego wpływu zarówno na poziomie makro (gospodarki), jak na poziomie mikro

⁷ 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*, „Europracowania”, nr 5/2011 oraz Zespół Roboczy ds. Ochrony Konsumentów, *Analityczne działania podjęte w innych państwach w związku z przyjęciem euro w zakresie: nieuczciwych praktyk rynkowych, podwójnej ekspozycji cen i opracowania zasad monitorowania cen*, „Europracowania”, nr 8/2011 dostępnych pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/analizy-i-materiały-informacyjne/europracowania>.

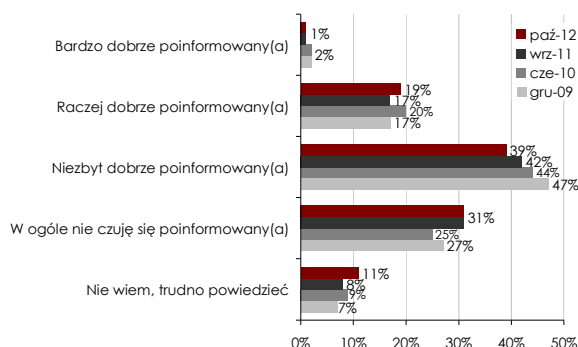
⁸ Więcej informacji na temat wpływu wprowadzenia euro na poziom cen, optymalności poziomu kursu wymiany, etc. można znaleźć w pytaniach i mitach nt. euro, dostępnych pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/faq>.

(jednostkowym) – odpowiednio o 13 i 8 pkt. proc., do 55 i 56% (por. wykres 12). Równocześnie, zgodnie z wynikami badań Ipsos/MF (por. wykres 11), **wciąż prawie jedna trzecia 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 zażegania.

Poinformowanie nt. euro

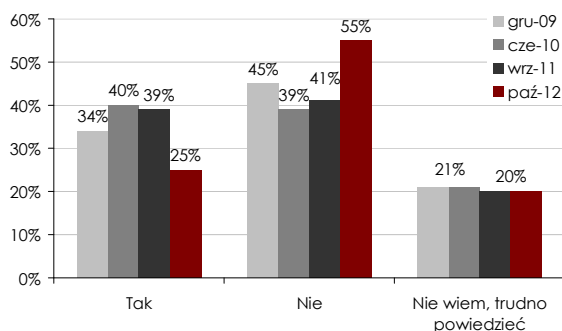
- **Jedynie co piąty badany czuje się dobrze poinformowany nt. zagadnień związanych z wprowadzeniem euro w Polsce** (por. wykres 13). **70% badanych odczuwa natomiast deficyt informacji w tym zakresie (39%) lub ich całkowity brak (31%)**. Wyniki te są zbliżone do ubiegłorocznych, przy czym nieznacznie wzrósł odsetek osób nieumiejących określić, na ile czują się poinformowani (wzrost o 3 pkt. proc., do 11%).
- Przeprowadzone **badania determinantów poparcia społecznego** identyfikują **poziom poczucia poinformowania** nt. euro i jego wprowadzenia w Polsce jako jedną z **kluczowych zmiennych, wyjaśniających poziom poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce**, która dodatkowo zyskała na ważności w okresie eskalacji „kryzysu greckiego” pomiędzy 2009 a 2010 r.⁹ W tym kontekście wydaje się, że ważną tematykę przekazu informacyjnego w ramach kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce stanowić powinna geneza trwającego w ostatnich latach kryzysu w części państw strefy euro, a także stanowiące odpowiedź na kryzys liczne reformy instytucjonalne w strefie euro i UE.
- Zgodnie z wynikami badań **Eurobarometru** ok. 40% badanych czuje się dobrze poinformowana (por. wykres 14), natomiast ok. 60% ankieterowanych deklaruje niedostateczny stopień poinformowania nt. euro. Wynik ten nie zmienił się od opisywanego w poprzednim wydaniu *Monitora*. **Poczucie poinformowania nt. euro w Polsce aktualnie kształtuje się na poziomie średniej dla NMS**, aczkolwiek lepszy niż do tej pory wynik w tym zakresie wynika ze spadku poczucia poinformowania nt. euro wśród respondentów z innych państw.

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



Źródło: Ipsos/MF.

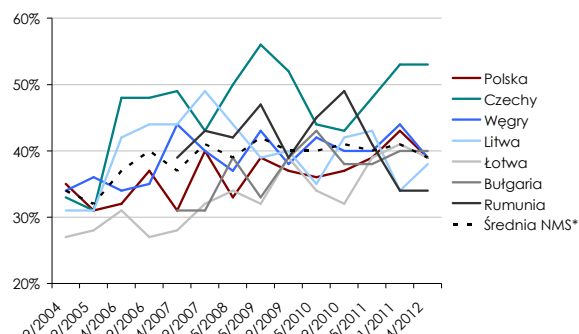
Wykres 15. Odpowiedzi na pytanie „Czy Pana(i) zdaniem Polska jest zobowiązana do przyjęcia euro?”*



* 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.

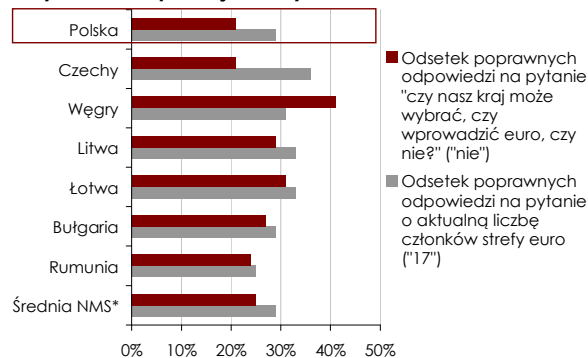
Wykres 14. Poczucie poinformowania nt. euro w NMS – odsetek osób „bardzo dobrze” i „raczej dobrze” poinformowanych



* Por. przypis 4 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

Wykres 16. Poziom poinformowania społeczeństwa nt. strefy euro i wspólnej waluty w NMS, kwiecień 2012 r.



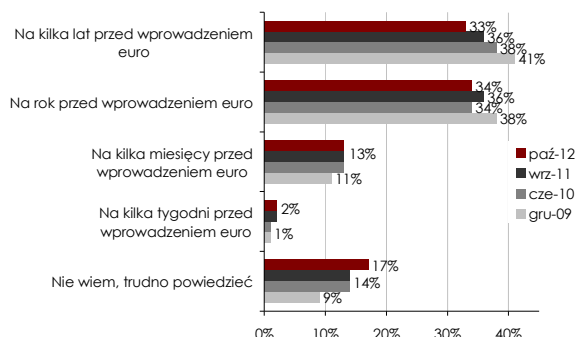
* Por. przypis 2 na str. 2.

Źródło: Flash Eurobarometer.

⁹ Zob. przypis 2 na str. 1.

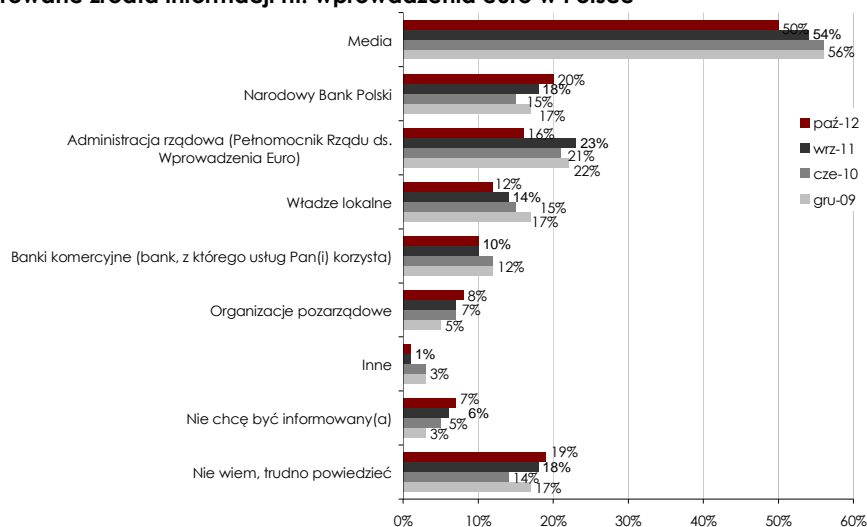
- Na znaczący **deficyt informacyjny** wśród polskiego społeczeństwa wskazuje rozkład odpowiedzi na pytania sprawdzające wiedzę respondentów nt. strefy euro. **Wiedza nt. istnienia obowiązku przyjęcia euro przez Polskę¹⁰ jest niewystarczająca, co więcej wskaźnik ten znacząco się obniżył od ostatniego badania.** Odsetek osób, które udzieliły poprawnej odpowiedzi dot. istnienia zobowiązania Polski do przyjęcia euro wyniósł jedynie 25%, podczas gdy 55% ankietowanych nie jest świadoma jego istnienia, a – niezmiennie – 20% badanych nie potrafi udzielić odpowiedzi na to pytanie.
- Z badań **Eurobarometru** płyną podobne wnioski – **Polska wciąż wypada najslabiej w zakresie poinformowania społeczeństwa nt. istniejącego zobowiązania do przyjęcia euro** (obok Czech, w przypadku których jest to jednak wynik zaskakujący, biorąc pod uwagę wysoki poziom tego wskaźnika w wynikach badań opisywanych w poprzednim wydaniu *Monitora* oraz bardzo wysoki subiektywny poziom poinformowania nt. euro wśród Czechów – por. wykres 14). Poprawiła się natomiast orientacja Polaków w zakresie aktualnej liczby państw strefy euro (29% poprawnych wskazań, por. wykres 16).
- W zakresie preferowanego terminu rozpoczęcia kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce, oczekiwania społeczeństwa wskazują na potrzebę odpowiednio wczesnego rozpoczęcia narodowej kampanii informacyjnej. **Podobnie, jak w ubiegłych latach, zdaniem prawie 70% badanych przez Ipsos/MF taka kampania powinna się rozpocząć przynajmniej na rok przed wprowadzeniem euro w Polsce¹¹** (por. wykres 17). Jednocześnie, **najbardziej preferowanym źródłem informacji na ten temat są media** (50%, spadek o 4 pkt. proc.; por. wykres 18) oraz instytucje publiczne – **Narodowy Bank Polski** (20%, wzrost o 2 pkt. proc.) i **Pełnomocnik Rządu ds. Wprowadzenia Euro** (16%, spadek o 7 pkt. proc.). Spadek wskazań osoby Pełnomocnika Rządu w naszej opinii może być związany z tymczasowym zmniejszeniem intensywności prac międzyinstytucjonalnej struktury organizacyjnej ds. wprowadzenia euro w Polsce¹². Polacy chcieliby także być informowani na temat wprowadzenia euro w Polsce przez władze lokalne (12%) oraz banki komercyjne (10%).

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.

¹⁰ 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.

¹¹ 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>.

¹² Por. komunikat z dn. 16 grudnia 2011 r. po piątym posiedzeniu Narodowego Komitetu Koordynacyjnego, stanowiącego najwyższe gremium międzyinstytucjonalnej struktury organizacyjnej ds. wprowadzenia euro w Polsce, podlegającej Pełnomocnikowi Rządu ds. Wprowadzenia Euro: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/aktualnosci>.