



Ministerstwo Finansów

Departament Polityki Makroekonomicznej

Numer  
6 / 2014

# Monitor opinii publicznej

## Kontakt:

### tel.

(+48 22) 694 36 00  
694 36 04

### fax

(+48 22) 694 41 77

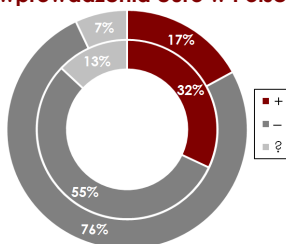
### e-mail:

dziennikarze  
@mf.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.

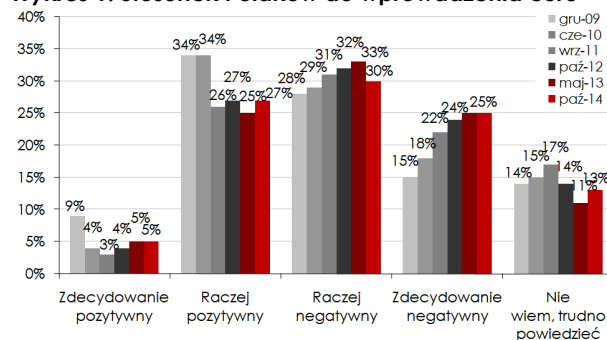
- Najnowsze badania opinii publicznej wskazują na niewielki wzrost poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce w stosunku do maja 2013 r. **Zwolennicy euro stanowią obecnie 32% badanych** (w ub. r. było ich 30%), **a przeciwnicy – 55%** (58%). Jednocześnie 13% badanych nie potrafi określić swojego stanowiska w tej kwestii.
- Chociaż preferowana przez badanych data wprowadzenia euro w Polsce pozostaje odległa, to tegoroczne wyniki badań wskazują na niewielki wzrost odsetka respondentów preferujących „za kilka lat” jako perspektywę zamiany waluty.** Znaczenie w tym kontekście może mieć stabilizowanie się sytuacji w strefie euro, które jest jednym z podstawowych warunków dla określenia przez rząd momentu przyjęcia euro (por. filary strategii integracji określone w przyjętej przez Radę Ministrów Aktualizacji Programu Konwergencji 2014<sup>1</sup>).
- W tegorocznych badaniach odnotowano niewielki wzrost odsetka osób spodziewających się korzystnego wpływu wprowadzenia euro w Polsce z perspektywy gospodarki i obywateli (9%, wzrost o 2 pkt. proc.). Wciąż co trzeci respondent nie widzi jednak korzyści z zamiany waluty.** Wyniki badań wskazują ponadto na nieznaczny **spadek obaw społeczeństwa związanych z wprowadzeniem euro, w tym – co istotne – tych dotyczących potencjalnego wzrostu cen.**
- Jako preferowane źródła informacji na temat wprowadzenia euro w Polsce badani najczęściej wskazywali media (56%), Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą Polską (24%), a także Narodowy Bank Polski (20%) oraz władze lokalne (18%).
- Wyniki badania wskazują, że wśród Polaków rośnie świadomość i jednocześnie zapotrzebowanie na wiedzę nt. euro. W szczególności, odnotowano spadek respondentów odpowiadających, że narodowa kampania informacyjna w procesie wprowadzenia euro w Polsce powinna rozpocząć się przynajmniej na kilka lat wcześniej przed przyjęciem wspólnej waluty, a wzrost odpowiedzi, że na rok przed przyjęciem wspólnej waluty, co jest zgodne ze strategią rządu w tym zakresie.
- Coraz więcej Polaków jest zadowolonych z członkostwa Polski w Unii Europejskiej (UE). W porównaniu z poprzednim rokiem znacząco wzrosła liczba zwolenników (o 9 pkt. proc. do 68%,) i zmalała liczba przeciwników (o 8 pkt. proc. do 21%) członkostwa Polski w UE.** Jednocześnie odsetek osób, które nie mają wyrobionej opinii w tym zakresie utrzymuje się na poziomie 12%.
- W kwietniu 2014 r. poparcie dla przyjęcia euro przez przyjmującą euro 1 stycznia 2015 r. Litwę (46%) oraz poczucie poinformowania nt. euro (50%) kształtowało się na poziomie zbliżonym do innych państw (Estonia, Łotwa) na tym etapie procesu przygotowań do wprowadzenia euro. We wrześniu br. już po rozpoczęciu intensywnego etapu kampanii informacyjnej na Litwie poparcie wzrosło do 47% (o 1 pkt. proc.), a poinformowanie nt. euro do poziomu 70% (o 20 pkt. proc.).
- Badanie zostało przeprowadzone przez Ipsos Sp. z o.o. w dniach 16-21 października 2014 r. na zlecenie Ministerstwa Finansów (Ipsos/MF) na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej, liczącej 1003 respondentów w wieku powyżej 15 lat. Badanie zostało przeprowadzone w ramach sondażu OMNIBUS realizowanego metodą wywiadów osobistych wspieranych komputerowo - CAPI (Computer Assisted Personal Interview).

<sup>1</sup> Wieloletni Plan Finansowy Państwa na lata 2014-2017 zawierający Program konwergencji. Aktualizacja 2014

## Poparcie dla wprowadzenia euro

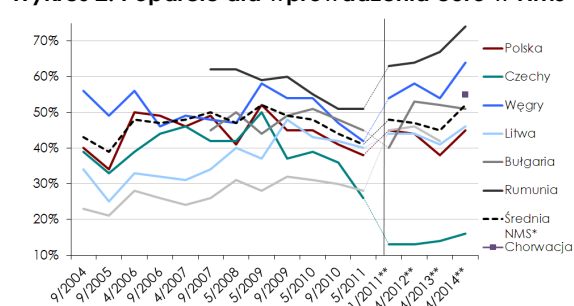
- Od ostatniego badania **stosunek Polaków do wprowadzenia euro uległ niewielkiej poprawie**. Nieznacznie przybyło zwolenników wspólnej waluty europejskiej (o 2 pkt. proc.), a jednocześnie zmalała liczba jej przeciwników (o 3 pkt. proc.). Pierwsi z nich stanowili 32% ankietyowanych, natomiast drudzy 55%. Jednocześnie odsetek osób, które nie mają wyrobionej opinii w tym zakresie zwiększył się do 13%.
- Podsumowując kilka lat prowadzenia badań w zakresie kształtowania się poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce można zauważyć, iż pomiędzy 2009 r. a 2011 r. zaobserwowano jego znaczny spadek, związany najprawdopodobniej początkowo z wybuchem, a następnie eskalacją kryzysu w wybranych państwach strefy euro. **Poziom poparcia utrzymuje się na zbliżonym poziomie od 2011 r. mimo iż w tym okresie podjęto istotne działania na rzecz wzmocnienia dotychczasowego kształtu instytucjonalnego UE i strefy euro** oraz, że wciąż toczą się prace nad rozwiązaniami mającymi na celu długookresową stabilizację sytuacji gospodarczej.
- **Z badań z serii Flash Eurobarometer<sup>2</sup> wyłania się zbliżony obraz sytuacji dla Polski, do wniosków z badań IPSOS/MF.** Wyniki wskazują na analogiczny, silny spadek poparcia dla wprowadzenia euro w okresie II poł. 2009 – I poł. 2011 r. W wynikach badań Eurobarometru nie zaobserwowano istotnych zmian w zakresie poziomu poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce pomiędzy drugą połową 2011 a 2013 r., a następnie **odnotowano jego istotny wzrost w 2014 r.** (o 7 pkt. proc.). Obecnie poparcie dla zamiany waluty kształtuje się w Polsce na poziomie ok. 45%, a zatem wyższym niż w badaniach Ipsos/MF. Z badań tych wynika również, że wzrost odsetek respondentów z państw NMS<sup>3</sup> popierających wprowadzenie euro, co jest równoznaczne z odwróceniem spadków obserwowanych w ubiegłym roku. Aktualnie większość osób (52%, wzrost o 7 pkt. proc.) opowiada się za wprowadzeniem euro, a 45% (spadek o 6 pkt. proc.) sprzeciwia się tej idei. Jest to istotna zmiana w stosunku do 2013 r., kiedy to większość respondentów sprzeciwiała się przystąpieniu do strefy euro (51% przeciwnych wobec, 45% zwolenników; por. wykres 2). **Interesujące, że w kwietniu 2014 r. poparcie dla przyjęcia euro przez przyjmującą euro 1 stycznia 2015 r. Litwę (46%) kształtowało się na poziomie zbliżonym do Polski (45%). Relatywnie niski poziom poparcia dla euro jest zbliżony do innych państw NMS, w szczególności Estonii i Łotwy, w okresie gdy były one na tym etapie procesu przygotowań do wprowadzenia euro, na którym obecnie znajduje się Litwa. W kolejnym, wrześniowym badaniu<sup>4</sup> poparcie na Litwie wzrosło jedynie o 1 pkt. proc. do 47%,** Po raz kolejny najbardziej eurosceptycznym państwem z grupy NMS pozostają Czechy, natomiast najbardziej euroentuzjastycznym – Rumunia.
- Jednocześnie wyniki badania z serii **Standard Eurobarometer<sup>5</sup>** wskazują, że **wśród Europejczyków 56% stanowią zwolennicy Unii Gospodarczej i Walutowej (UGW).** Występują jednak istotne różnice między państwami strefy euro, gdzie integrację gospodarczą i walutową popiera dwie trzecie badanych (**67%**), a krajami spoza strefy euro (**35%, wzrost o 3 pkt. proc.**). Na tym tle wyniki dla Polski kształtują się na poziomie 40% (wzrost o 3 pkt. proc.). Należy zauważyć istotny wzrost poparcia we wskazanym zakresie w krajach, które jako ostatnie przyjęły euro tzn. na Łotwie **74%**, a w Estonii **83%**. W ramach tych badań w ostatnim roku odnotowano istotny wzrost poparcia dla wspólnej waluty na Litwie aktualnie jest to 63% respondentów (wzrost o 13 pkt. proc.).
- 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<sup>6</sup>**, jego poziom **wiąże się ze stopniem poinformowania** nt. wspólnej waluty i procesu jej wprowadzenia.

Wykres 1. Stosunek Polaków do wprowadzenia euro



Źródło: Ipsos/MF.

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.

<sup>2</sup> Badania Flash Eurobarometer nr 400, przeprowadzone w kwietniu 2014 r., a opublikowane w czerwcu 2014 r., telefoniczne wywiady ad hoc w krajach NMS.

<sup>3</sup> 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, od stycznia 2014 r. NMS-6, a od lipca 2014 r. NMS-7. Od stycznia 2015 r., w związku z wprowadzeniem euro na Litwie, grupa NMS będzie obejmowała 6 państw członkowskich UE.

<sup>4</sup> Badania Flash Eurobarometer nr 402, przeprowadzone i opublikowane we wrześniu 2014 r., jedynie dla Litwy.

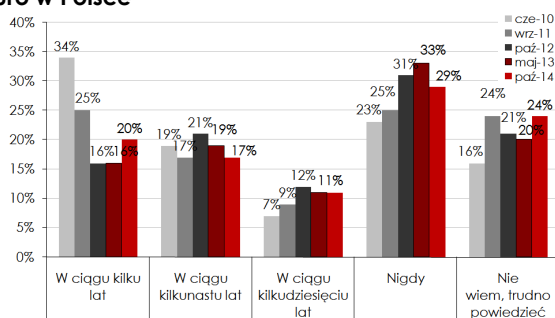
<sup>5</sup> Badania Standard Eurobarometer nr 82, przeprowadzone w listopadzie 2014 r., opublikowane w grudniu 2014 r., ok. 1000 wywiadów twarzą w twarz w 35 krajach lub terytoriach.

<sup>6</sup> Zob.: J. Osińska, A. Torój, *Greek rícochet? What drove Poles' attitudes to the euro in 2009-2010*, Bank i Kredyt, 43 (4), 2012.

## Perspektywa wprowadzenia euro w Polsce

- Tegoroczne wyniki badań Ipsos/MF wskazują na niewielkie zmiany w zakresie perspektywy wprowadzenia euro w Polsce. Odnotowano wzrost odsetka respondentów preferujących „za kilka lat” jako perspektywę zamiany waluty. Odsetek ten w porównaniu z ub. r. wzrósł o 4 pkt. proc. i wynosi 20%, przy jednoczesnym spadku – odpowiednio o 2 i 4 pkt. proc., do 17% i 29% – odsetka respondentów uważających, iż powinno to nastąpić dopiero w ciągu kilkunastu lat, albo nigdy. Zdania na ten temat nie ma aż co czwarty respondent (por. wykres 3).
- Badania Eurobarometru wskazują na niewielki wzrost odsetka Polaków opowiadających się za wprowadzeniem euro „tak wcześnie, jak to możliwe” oraz spadek liczby osób uważających za właściwe podejście „tak późno, jak to możliwe”. Odsetek ten wyniósł odpowiednio 11% i 46% (w drugim przypadku spadek o 6 pkt. proc.). Odsetek wskazań odpowiedzi „tak wcześnie, jak to możliwe” znajduje się przy tym niezmiennie na poziomie znacznie poniżej średniej dla grupy NMS<sup>7</sup>. Nieznacznie wzrósł odsetek respondentów opowiadających się za wprowadzeniem euro w Polsce „za jakiś czas” (o 4 pkt. proc., do 37%, por. wykres 4).
- Uzyskane wyniki badania, w naszej opinii, są reakcją na trwający kryzys w wybranych państwach strefy euro (por. także następna część „Korzyści z wprowadzenia euro”). Zahamowanie negatywnych tendencji może być efektem wdrażanych zmian instytucjonalnych w UE/strefie euro oraz coraz większej świadomości odnośnie wskazywanych przez rząd najważniejszych warunków integracji walutowej. Jednym z czterech filarów tej strategii jest bowiem **ustabilizowanie sytuacji w strefie euro** (por. filary strategii integracji Polski ze strefą euro określone w przyjętym przez Radę Ministrów Programie Konwergencji. Aktualizacja 2014).

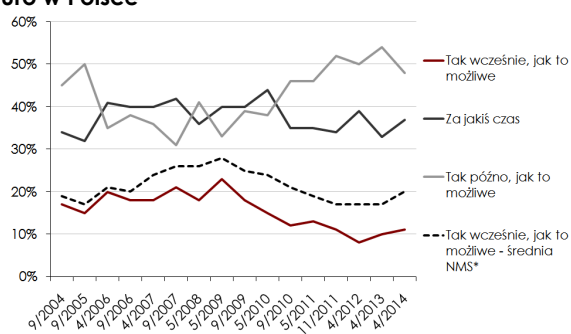
Wykres 3. Preferowana perspektywa wprowadzenia euro w Polsce\*



\* 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.

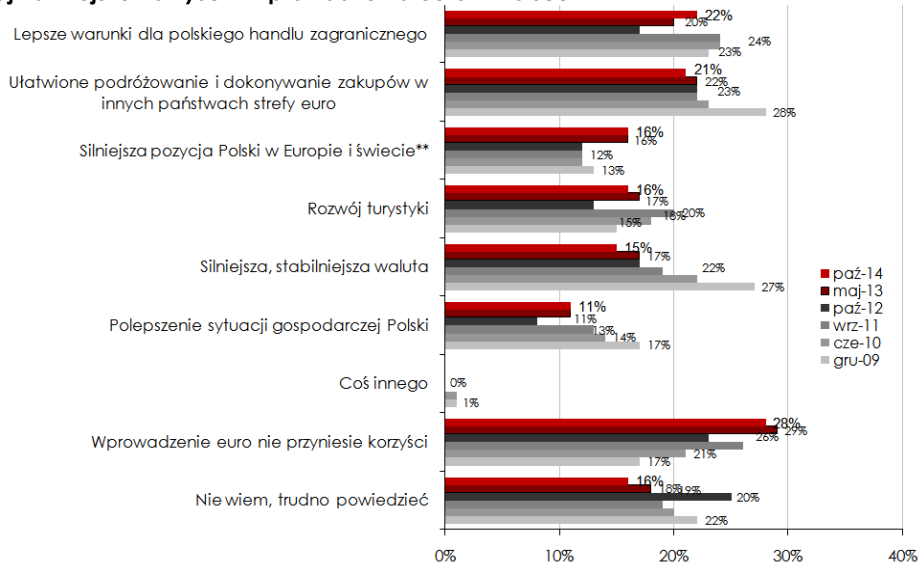
Źródło: Flash Eurobarometer.

## Korzyści z wprowadzenia euro

- Choć w porównaniu do poprzedniej edycji badania nie zaobserwowano wyraźnych zmian w zakresie oczekiwanych przez społeczeństwo korzyści z wprowadzenia euro w Polsce (por. wykres 5). Najwięcej respondentów uważa, że największą korzyścią z wprowadzenia euro będzie poprawa warunków dla polskiego handlu zagranicznego (22%, wzrost o 2 pkt. proc.). Ponadto wskazywane są: ułatwione podróżowanie i dokonywanie zakupów w innych państwach (21%), wpływ wprowadzenia euro na rozwój turystyki (16%), silniejsza pozycja Polski w Europie i świecie (16%), silniejsza, stabilniejsza waluta (15%), czy polepszenie sytuacji gospodarczej Polski (11%). Jednocześnie co szósty badany nie potrafi sprecyzować pozytywnych efektów wprowadzenia euro (16%, spadek o 2 pkt. proc.), a blisko 30% respondentów uważa, że „wprowadzenie euro nie przyniesie korzyści”.

<sup>7</sup> Średnia ważona, uwzględniająca dane dla wszystkich państw zaliczanych do grupy NMS w danym roku (por. przypis 3).

Wykres 5. Najważniejsze korzyści z wprowadzenia euro w Polsce\*



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

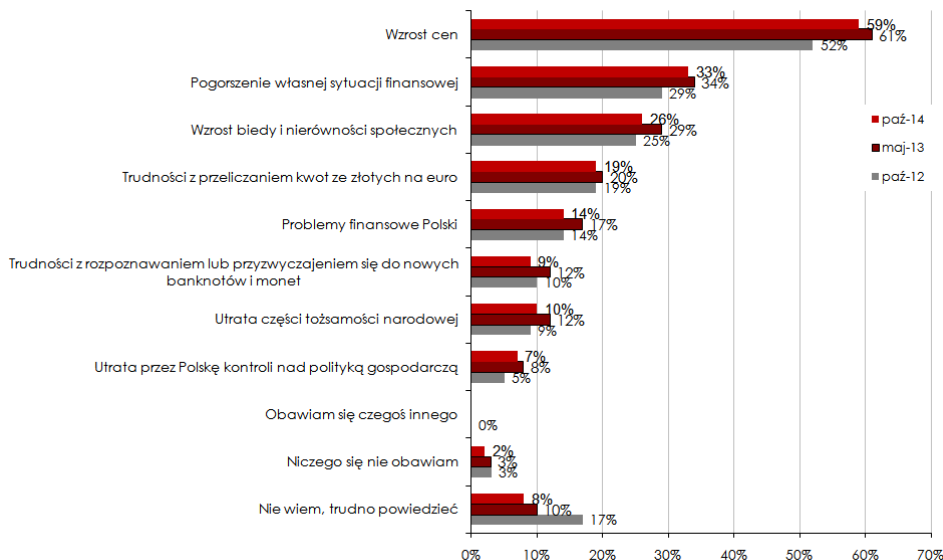
\*\* W 2012 r. sformułowano tę kategorię odpowiedzi, wcześniej brzmiała ona „Wzrost prestiżu Polski na tle Europy i świata”. Zmiana ta nie powinna mieć znaczącego wpływu na porównywalność wyników.

Źródło: Ipsos/MF.

## Obawy związane z wprowadzeniem euro

- Tegoroczne wyniki badań Ipsos/MF wskazują na nieznaczny – lecz obserwowany we wszystkich badanych kategoriach – spadek obaw społeczeństwa związanych z wprowadzeniem euro. Niezmiennie najsilniejsze obawy związane z wprowadzeniem euro w Polsce dotyczą wpływu na poziom cen. Nadal aż 59% (spadek o 2 pkt. proc.) respondentów obawia się „wzrostu cen” w wyniku przyjęcia przez Polskę wspólnej waluty. Pozostałe najczęściej wyrażane obawy dotyczą pogorszenia własnej sytuacji finansowej (33%, spadek o 1 pkt. proc.) oraz wzrostu biedy i nierówności społecznych (26%, spadek o 3 pkt. proc.), są zatem także pośrednio związane ze spodziewanym wpływem wprowadzenia euro na poziom cen. Blisko jedna piąta ankieterowanych (19%, spadek o 1 pkt. proc.; por. wykres 6) wskazuje na potencjalne trudności z przeliczaniem kwot ze złotych na euro.

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.

- Obawę przed potencjalnymi problemami finansowymi Polski po przystąpieniu do strefy euro, korespondującą z aktualną trudną sytuacją finansową części państw strefy euro, wyraża 14% badanych. **Stosunkowo niewielu badanych obawia się natomiast utraty części tożsamości narodowej w wyniku zastąpienia złotego przez euro (10%) lub utraty kontroli nad polityką gospodarczą (7%).** Jedynie 2% respondentów nie łącząc z wprowadzeniem euro żadnych obaw, natomiast 8% nie potrafi wskazać żadnej odpowiedzi na to pytanie.

- Podobnie jak w ubiegłych latach, istotny odsetek badanych (42%) uważa, że wprowadzenie euro przyczyni się w dużym stopniu do skokowego wzrostu cen (por. wykres 7)choć co istotne w tym obszarze obserwowany jest spadek obaw. 37% badanych szacuje ten wpływ jako umiarkowany lub bardzo mały (odpowiednio 24% i 13%). Nadal 16% respondentów nie potrafi 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 ich skala (76%, spadek o 1 pkt. proc., por. wykres 8) znajduje się znacznie powyżej średniej dla grupy NMS (65%).

- 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 (33%, por. wykres 9) oraz na ustalenie kursu wymiany na niekorzystnym poziomie (32%, wzrost o 6 pkt. proc. w porównaniu z ub. r.).** Rzadziej wskazywano na proces wyrównywania się poziomom cen z resztą strefy euro (21%).

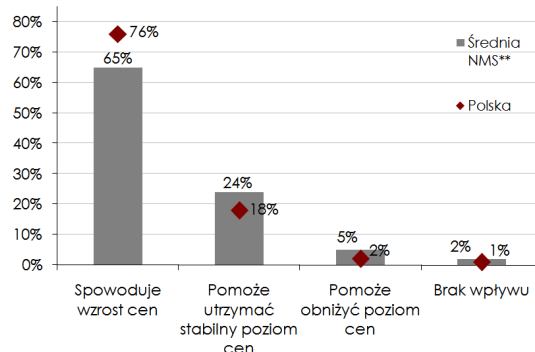
- Analizując dane dotyczące obaw, jakie wyraża polskie społeczeństwo w kontekście wprowadzenia euro, należy mieć na uwadze fakt, że **brak informacji często prowadzi do obawy przed tym, co nieznanne.** Jest to ważne w obliczu niskiego stopnia poinformowania Polaków nt. euro. W tym kontekście należy podkreślić szczególną rolę, jaką w procesie wprowadzenia euro w Polsce będą pełniły **środki ochrony konsumentów<sup>8</sup> oraz kampania informacyjna<sup>9</sup>**, 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 zaokrąglania. W związku z powyższym – przy założeniu braku nadużyć ze strony sprzedawców – wprowadzenie euro powinno być co do zasady wydarzeniem neutralnym dla kształtowania się cen<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> 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, *Analiza działań podjętych 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/analiza-i-materialy-informacyjne/europracowania>.

<sup>9</sup> 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*, „Europracowania”, nr 7/2011

<sup>10</sup> 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>.

Wykres 8. Obawa przed wzrostem cen w wyniku wprowadzenia euro\*, kwiecień 2014 r.

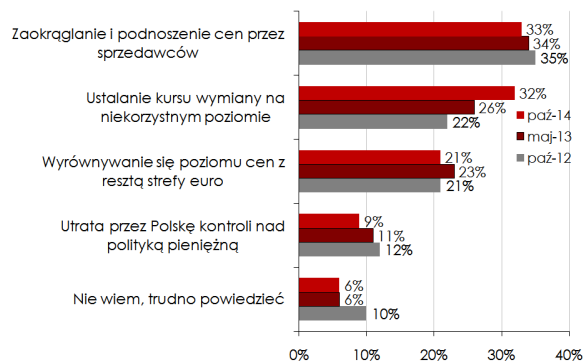


\* Od listopada 2011 r. pytanie zostało przeformułowane i zmieniony został zakres odpowiedzi. Danych z ubiegłych lat nie uwzględniono na wykresie ze względu na brak porównywalności.

\*\* Por. przypis 7.

Źródło: Flash Eurobarometer.

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



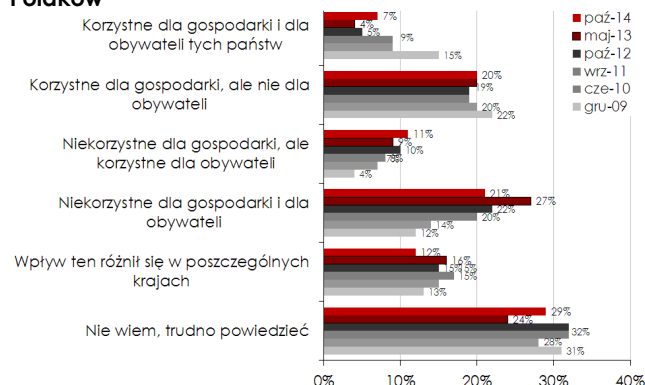
\* Baza: respondenci spodziewający się skokowego wzrostu cen (N=783)

Źródło: Ipsos/MF.

## Ocena konsekwencji wprowadzenia euro

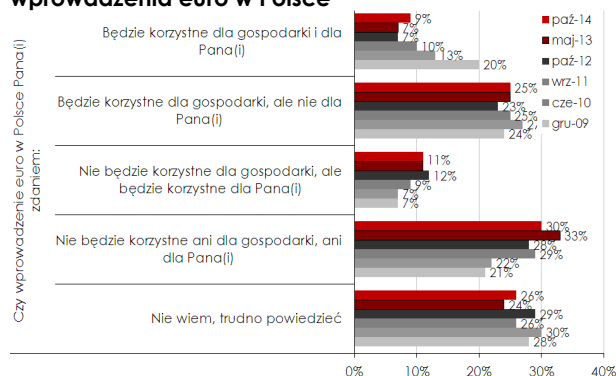
- Większa skala obaw niż spodziewanych korzyści z wprowadzenia euro łączy się z **oceną konsekwencji wprowadzenia euro w innych krajach**. Po pierwsze, **prawie co trzeci Polak** (29%, wzrost o 5 pkt. proc., por. wykres 10) **nie potrafi dokonać takiej oceny**. Po drugie, **co piąty jest przekonany o niekorzystnym wpływie wprowadzenia euro zarówno dla gospodarek państw strefy euro, jak i dla ich obywateli** (21%, spadek o 6 pkt. proc.). Po trzecie, bez zmian w porównaniu z poprzednimi latami pozostaje odsetek wskazań, że wpływ wprowadzenia euro był korzystny dla gospodarek państw obecnej strefy euro, ale niekorzystny dla ich obywateli (20%). Odnotowano przy tym spadek odsetka osób, które uważają, że wpływ ten różnił się w poszczególnych krajach (12%, spadek o 4 pkt. proc.). **W bieżącej edycji badania do 7% wzrósł 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



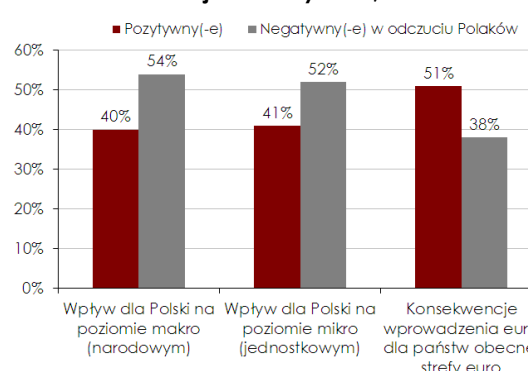
Źródło: Ipsos/MF.

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 2014 r.



Źródło: Flash Eurobarometer.

- W porównaniu z ub. r. odnotowano niewielki wzrost odsetka osób spodziewających się **korzystnego wpływu wprowadzenia euro w Polsce z perspektywy gospodarki i obywateli** (9%, wzrost o 2 pkt. proc.; por. wykres 11). Wskazanie to jest spójne z wynikami badań Eurobarometru, w których odnotowano wzrost odsetka osób spodziewających się pozytywnego wpływu zarówno na poziomie makro (gospodarki), jak na poziomie mikro (jednostkowym) – odpowiednio o 4 pkt. proc. i 7 pkt. proc., do poziomu 40% i 41% (por. wykres 12). Równocześnie, zgodnie z wynikami badań Ipsos/MF (por. wykres 11), **wciąż co czwarty badany nie potrafi ocenić, jaki będzie wpływ przyjęcia wspólnej waluty przez nasz kraj**, co sugeruje **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 Monitora, „Poinformowanie nt. euro”), szczególnie w kontekście wciąż trwających zawirowań w strefie euro oraz reform instytucjonalnych podejmowanych w celu ich zażegnania.

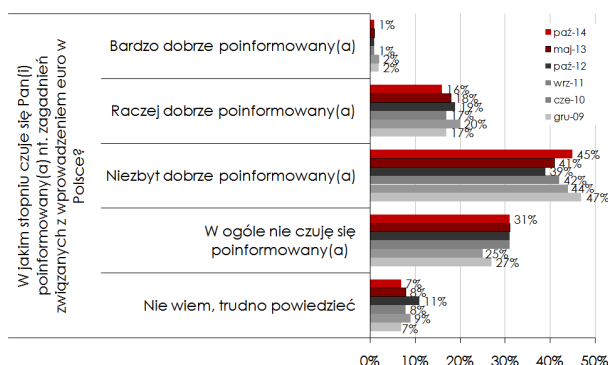
## Poinformowanie nt. euro

- Jedynie **prawie co szósty 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, w tym 31% ankietowanych wskazuje na całkowity brak poinformowania**. Na niezmiennym poziomie pozostaje odsetek osób nieumiejących określić na ile czują się poinformowani (7%). Przedstawione wyniki są bardzo zbliżone do ubiegłorocznych.
- W ramach przeprowadzonego **badania determinantów poparcia społecznego dla euro i jego wprowadzenia w Polsce, poczucie poinformowania** w tym zakresie zostało zidentyfikowane jako jedna 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.<sup>11</sup> W tym kontekście wydaje się, że ważny element

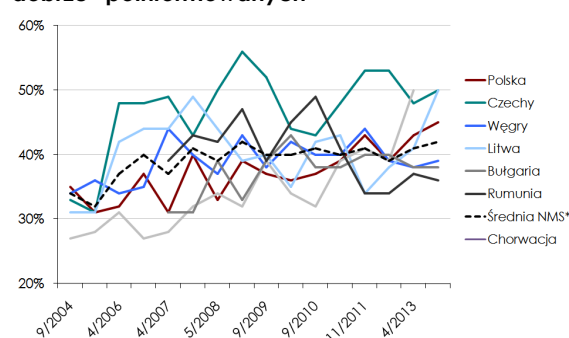
<sup>11</sup> Zob. przypis 6 na str. 2.

przekazu informacyjnego w ramach kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce powinna stanowić geneza kryzysu obserwowanego w minionych latach w wybranych państwach strefy euro, a także liczne reformy instytucjonalne w strefie euro i UE stanowiące odpowiedź na ten kryzys.

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



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

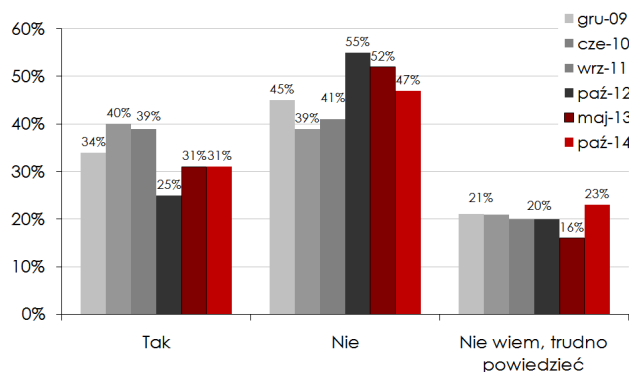


Źródło: Ipsos/MF.

\* Por. przypis 7.  
Źródło: Flash Eurobarometer.

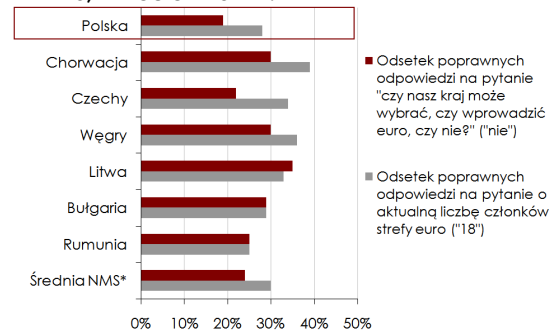
- Zgodnie z wynikami badań Eurobarometru, **45% badanych Polaków czuje się dobrze poinformowanych nt. euro** (wzrost o 2 pkt. proc., por. wykres 14), natomiast 53% ankietowanych nadal deklaruje niedostateczny stopień poinformowania (spadek o 2 pkt. proc.). Zauważalna jest stopniowa poprawa w tym zakresie. **Jak wynika z badań, poczucie poinformowania nt. euro w Polsce aktualnie kształtuje się na poziomie wyższym od średniej dla NMS (42%)**. Należy zauważyć, że w przypadku Litwy, która za pół roku wejdzie do strefy euro, tylko co drugi obywatel czuje się poinformowany na temat wspólnej waluty, co jest zbliżone do poziomu Łotwy i Estonii również na kilka miesięcy przed wprowadzeniem euro (50%)<sup>12</sup>. Jednocześnie w kolejnej edycji badania tylko dla Litwy we wrześniu 2014 r., po rozpoczęciu intensywnego etapu kampanii informacyjnej poinformowanie na temat euro wzrosło do poziomu 70%.

**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 2014 r.**



\* Por. przypis 7.  
Źródło: Flash Eurobarometer.

- 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 Polskę<sup>13</sup> jest nadal niewystarczająca, od ostatniego badania wskaźnik ten pozostał na zbliżonym poziomie**. Odsetek osób, które udzieliły poprawnej odpowiedzi dot. istnienia zobowiązania Polski do przyjęcia euro wyniósł 31%, podczas gdy 47% ankietowanych nie jest świadoma jego istnienia, a aż 23% badanych nie potrafił udzielić odpowiedzi na to pytanie.

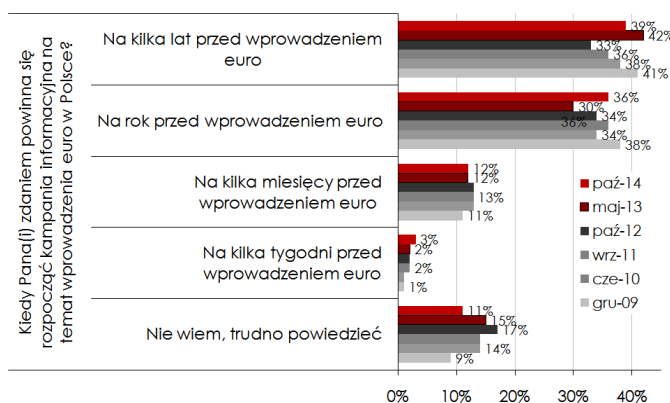
<sup>12</sup> Estonia: Flash Eurobarometer 296, maj 2010 [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_296\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_296_en.pdf); Łotwa Flash Eurobarometr nr 377; kwiecień 2013 [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_377\\_sum\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_377_sum_en.pdf)

<sup>13</sup> 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.

- **Wnioski sformułowane w oparciu o badania Eurobarometru są podobne.** Wynik w zakresie poinformowania społeczeństwa nt. istniejącego zobowiązania do przyjęcia euro nie zmienił się znacząco od ostatniego badania (19%). Podobnie nie zmieniła się wiedza Polaków w zakresie aktualnej liczby państw strefy euro (28% poprawnych wskazań, por. wykres 16).

- Z odpowiedzi na pytanie w sprawie preferowanego terminu rozpoczęcia kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce wynika, że społeczeństwo oczekuje jej odpowiednio wczesnego rozpoczęcia. **39% osób badanych przez Ipsos/MF (spadek o 3 pkt. proc.) nadal uważa, że taka kampania powinna się rozpocząć na kilka lat przed wprowadzeniem euro, ale aż 36% uważa, że na około rok przed wprowadzeniem euro w Polsce** (wzrost o 6 pkt. proc.; por. wykres 17). Takie podejście jest zgodne ze strategią integracji Polski ze strefą euro i zakładanym początkiem oficjalnej kampanii informacyjnej (w momencie włączenia złotego do ERM II).<sup>14</sup>

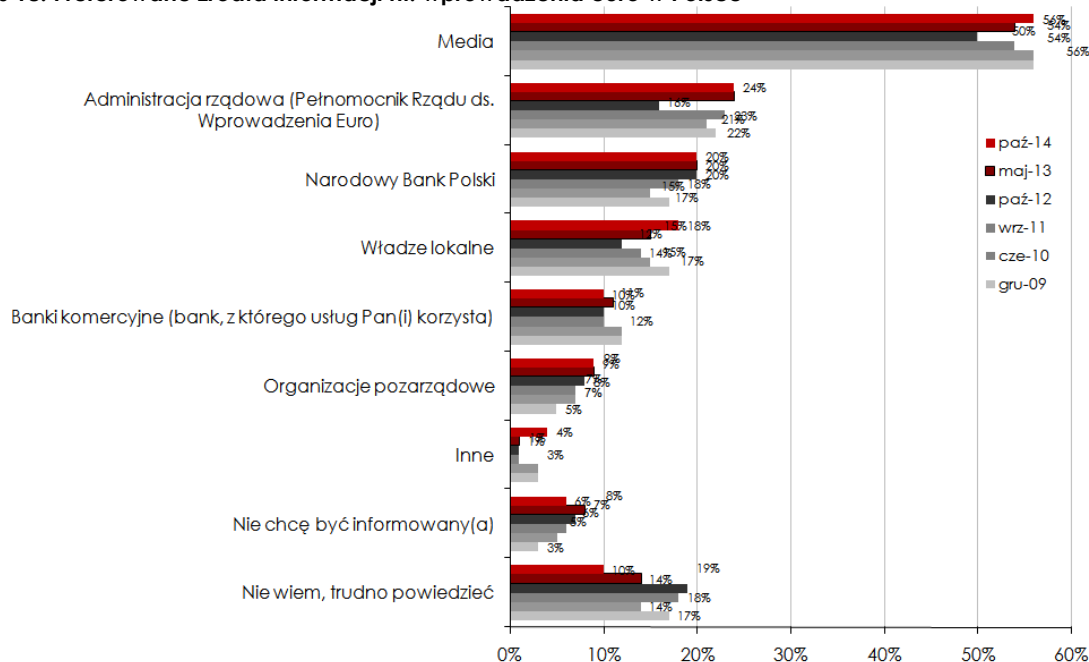
**Wykres 17. Preferowany termin rozpoczęcia kampanii informacyjnej w procesie wprowadzenia euro w Polsce**



Źródło: Ipsos/MF.

- Jednocześnie, niezmiennie od początku prowadzonych badań **najbardziej preferowanym źródłem informacji na temat wprowadzenia euro w Polsce są media** (56%, wzrost o 2 pkt. proc.; por. wykres 18), instytucje publiczne – **Pełnomocnik Rządu ds. Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą Polską** (24%), **Narodowy Bank Polski** (20%). Polacy chcieliby także być informowani na temat procesu wprowadzenia euro w Polsce przez władze lokalne (18%) oraz banki komercyjne (10%).

**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.

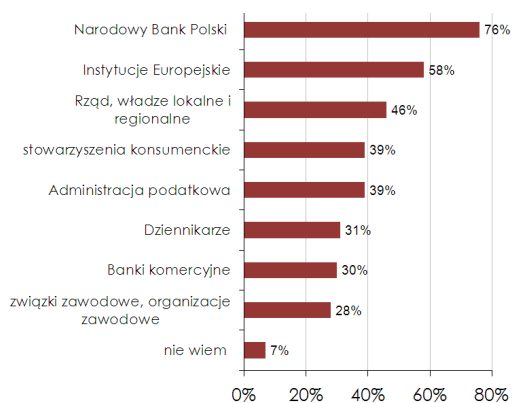
Źródło: Ipsos/MF.

**Wykres 19. Zaufane źródła informacji na temat euro**

<sup>14</sup> 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*, „Euroopracowania”, nr 1/2009 oraz Zespół Roboczy ds. Strategii Komunikacyjnej, *Analiza strategii komunikacyjnych i przeprowadzonych na ich podstawie kampanii informacyjnych w państwach strefy euro*, „Euroopracowania”, nr 7/2011, dostępne pod adresem: <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/integracja-ze-strefa-euro/analiza-i-materialy-informacyjne/euroopracowania>.



- Z badań *Flash Eurobarometer* wynika, że zdaniem większości Polaków najbardziej zaufanym źródłem informacji na temat wprowadzenia euro w Polsce są Narodowy Bank Polski (78%), instytucje europejskie (58%), rząd oraz władze lokalne i regionalne (48%). Stosunkowo dużym zainteresowaniem cieszą się także stowarzyszenia konsumenckie i administracja podatkowa (39%).

**w Polsce, kwiecień 2014**

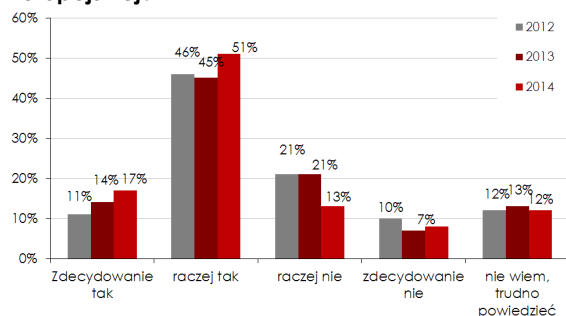
Źródło: *Flash Eurobarometer*.

**Temat specjalny**

**Ocena członkostwa Polski w Unii Europejskiej**

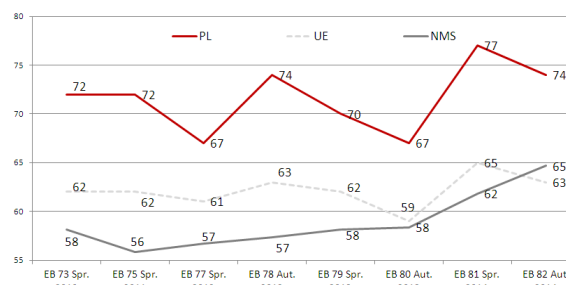
- **Coraz więcej Polaków jest zadowolonych z członkostwa Polski w Unii Europejskiej (UE).** W porównaniu z poprzednim rokiem **znacząco wzrosła liczba zwolenników (o 9 pkt. proc.),** a jednocześnie **zmała liczba przeciwników (o 8 pkt. proc.)** członkostwa Polski w UE – pierwsi z nich stanowili **68%** ankietowanych, natomiast drudzy – **21%**. Jednocześnie odsetek osób, które nie mają wyrobionej opinii w tym zakresie utrzymuje się na poziomie 12% (por. Wykres 20).
- **Obecnie obywatelami UE czuje się zdecydowana większość Polaków (74%).** Jest to poziom znacznie wyższy od średniej dla NMS (65%) i średniej dla całej UE (63%, por. Wykres 21).

**Wykres 20. Odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan(i) zadowolony(a) z tego, że Polska jest członkiem Unii Europejskiej?”**



Źródło: Ipsos/MF.

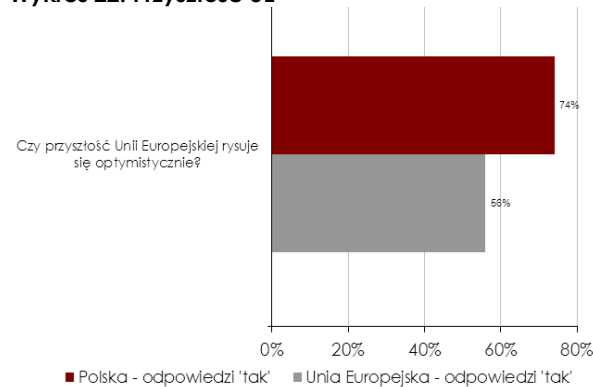
**Wykres 21. Poczucie obywatelstwa UE**



Źródło: Standard Eurobarometer

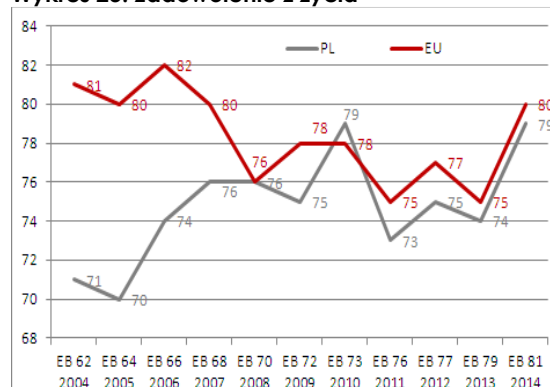
- Wyniki przeprowadzonego badania wskazują, że większość Polaków myśli optymistycznie o przyszłości UE (74%, wzrost o 8 pkt. proc. w porównaniu do poprzedniego badania). Wśród obywateli Unii Europejskiej podobne nastawienie wyraziła ponad połowa ankietowanych (56%, por. Wykres 22).
- Zadowolonych z prowadzonego życia jest 78% Polaków. Jest to poziom zbliżony do średniej dla UE (80%) i od 2011 r. zauważalny jest trend wzrostowy w tej kategorii (por. Wykres 23).
- Należy odnotować zauważalny w badaniach **wzrost odpowiedzi w kierunku proeuropejskim,** uwarunkowany m.in. korzyściami wynikającymi z tego członkostwa oraz działaniami podejmowanymi na szczeblu UE w odpowiedzi na kryzys.

**Wykres 22. Przyszłość UE**



Źródło: Standard Eurobarometer nr 82

**Wykres 23. Zadowolenie z życia**



Źródło: Standard Eurobarometer