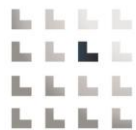




Opinie Polaków na temat planów wprowadzenia opłaty reprograficznej

Warszawa, 9 października 2020 roku



Nota metodologiczna





Czas realizacji:

Październik 2020 r.



Jednostka badania:

Pełnoletni mieszkańcy Polski



Wielkość próby:

N=1100; błąd oszacowania 3%, próg ufności 0,95



Miejsce badania:

Badanie ogólnopolskie



Technika badawcza:

Badanie zrealizowane metodą telefonicznych standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CATI)



Podsumowanie wyników badania



Podsumowanie wyników badania

Opłata reprograficzna i podatek od smartfonów to pojęcia nieznane. Szczególnie pierwsze z określeń nie budzi większych skojarzeń. Mimo, że oba pojęcia są tożsame to w świadomości społecznej bardziej spopularyzowana jest nazwa *podatek od smartfonów*.

Respondenci znający pojęcie opłaty reprograficznej, **mieli dość dużą trudność ze wskazaniem okresu, kiedy po raz pierwszy zetknęli się z tym tematem** – kwestia problematyczna dla ośmiu na dziesięciu zapytanych.

Co więcej, **osoby, które zetknęły się z pomysłem podatku nie potrafią powiązać tej sprawy z kampanią prezydencką** – przeważająca większość nie wie, nie pamięta lub uważa, że żaden z polityków startujących w wyborach nie odniósł się do tej kwestii w trakcie swojej kampanii. (Epizodycznie pojawiały się nazwiska Andrzeja Dudy oraz Władysława Kosiniaka-Kamysza). Tym samym, wystąpienie na ten temat nie miało większego wpływu na decyzję o głosowaniu w wyborach.

Mimo, że sprawa opłaty reprograficznej wyraźnie ucichła, to jednak **co trzeci ankietowany, który słyszał o podatku, obawia się, że w obecnej sytuacji temat ten powróci** (co czwarty nie spodziewa się powrotu tego tematu do debaty publicznej).

Polacy są stosunkowo jednomyślni w kwestii opłaty reprograficznej – 74 proc. wyraża sprzeciw wobec wprowadzenia takiego rozwiązania.

Zapowiedź weta Andrzeja Dudy w przypadku ustawy o podatku od smartfonów miała wpływ na decyzje wyborcze w drugiej turze dla ok. 3% wyborców. Byli to w większości zwolennicy Krzysztofa Bosaka z pierwszej tury wyborów.



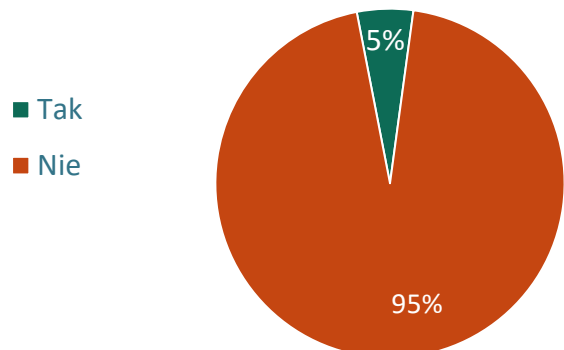
Wyniki badania



01 | Znajomość pojęć: *opłata reprograficzna i podatek od smartfonów*

01 | Znajomość pojęć: *opłata reprograficzna* i *podatek od smartfonów*

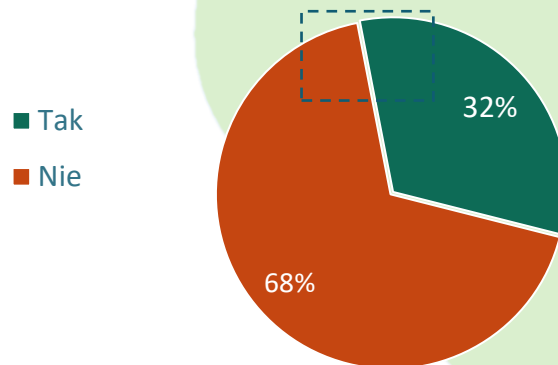
Q: Czy spotkał się Pan/Pani z pojęciem „*opłata reprograficzna*”?



N=1100

DEKLARATYWNA ZNAJOMOŚĆ

Q: Czy spotkał/a się Pan/Pani z pojęciem „*podatek od smartfonów*”?

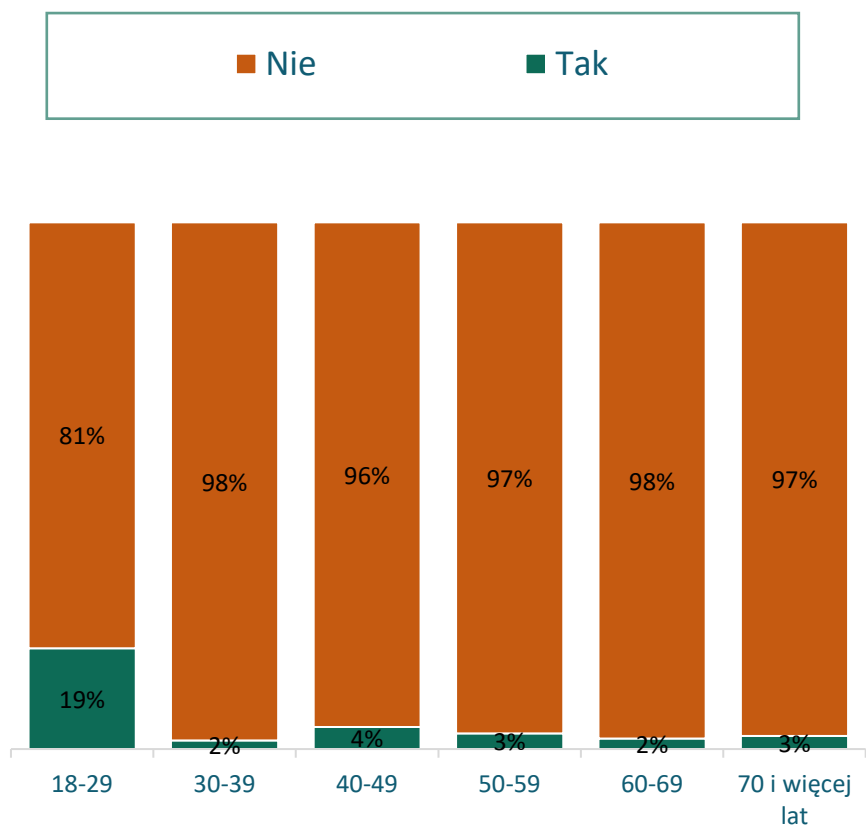


N=1100

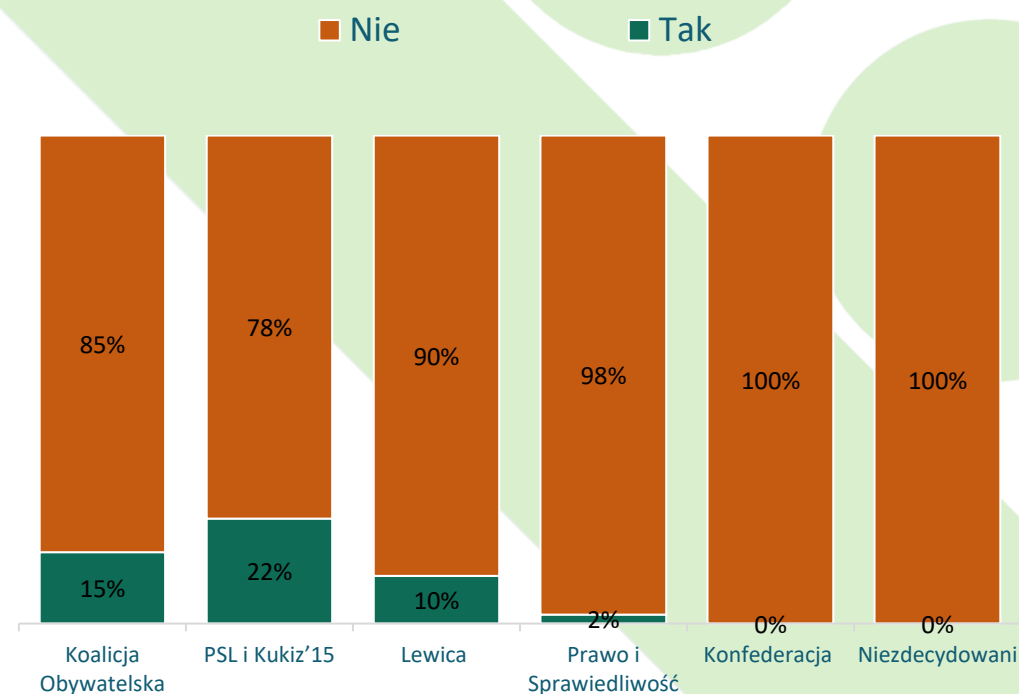
DEKLARATYWNA ZNAJOMOŚĆ

Określenie *opłata reprograficzna*, jest pojęciem niemal nieznanym. Mimo, że co dwudziesty zapytany Polak zadeklarował znajomość tego pojęcia, to faktyczna znajomość tego określenia jest bliska zero – odsetek poprawnych odpowiedzi mieści się w granicy błędu statystycznego (2 osoby na tysiąc). Pojęcie opłaty reprograficznej jest lepiej kojarzone pod nazwą *podatek od smartfonów*.

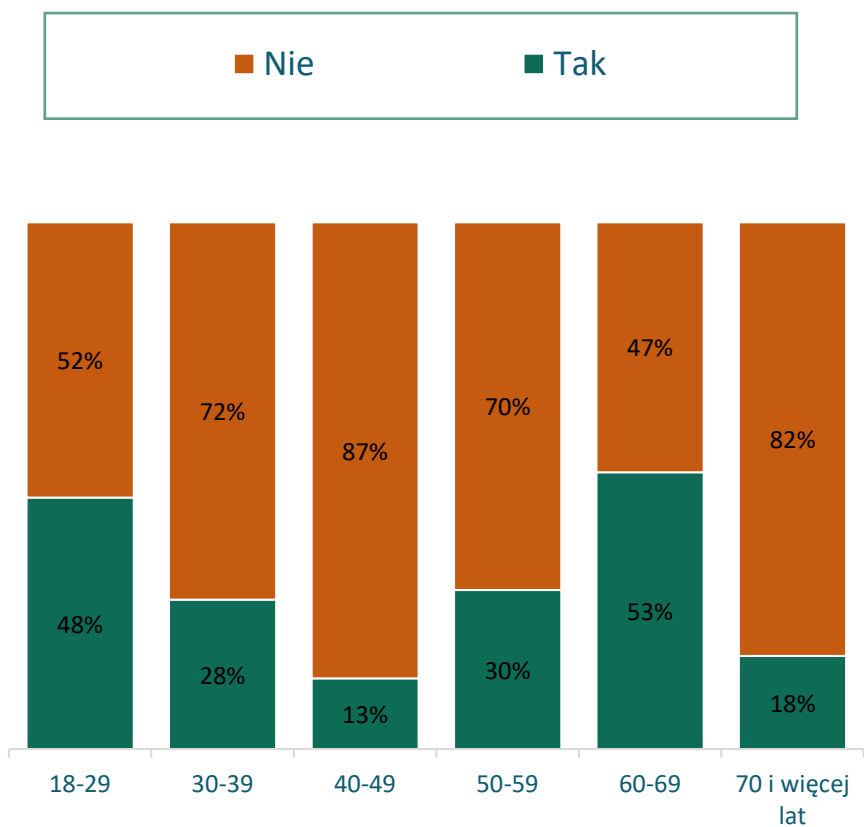
Q: Czy spotkał/a się Pan/Pani z pojęciem „opłata reprograficzna”?



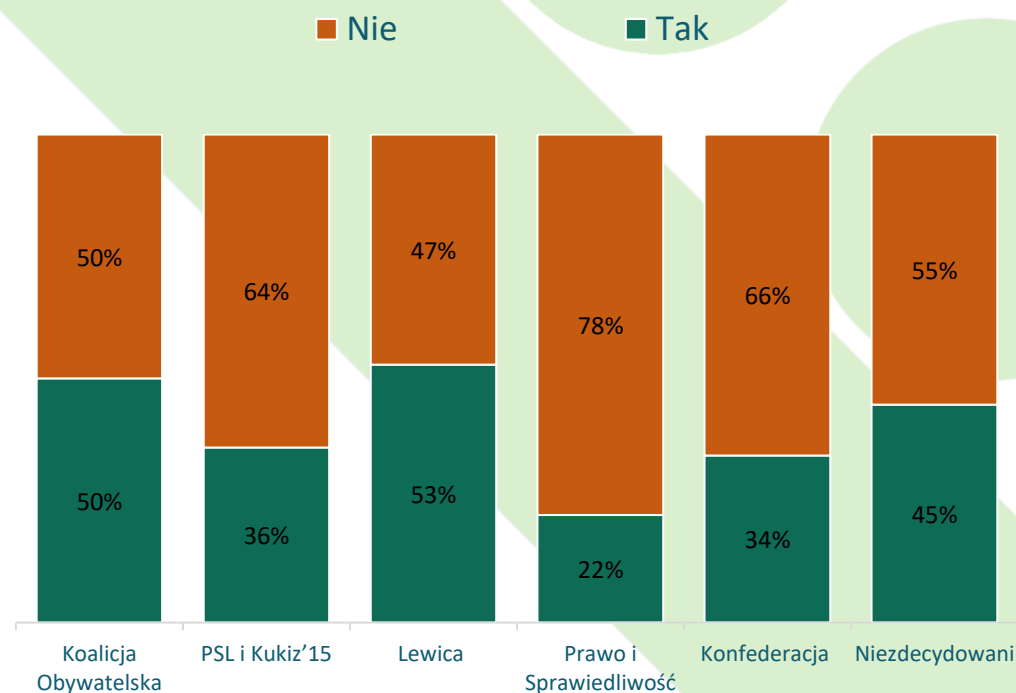
Deklarowane preferencje wyborcze



Q: Czy spotkał/a się Pan/Pani z pojęciem „podatek od smartfonów”?



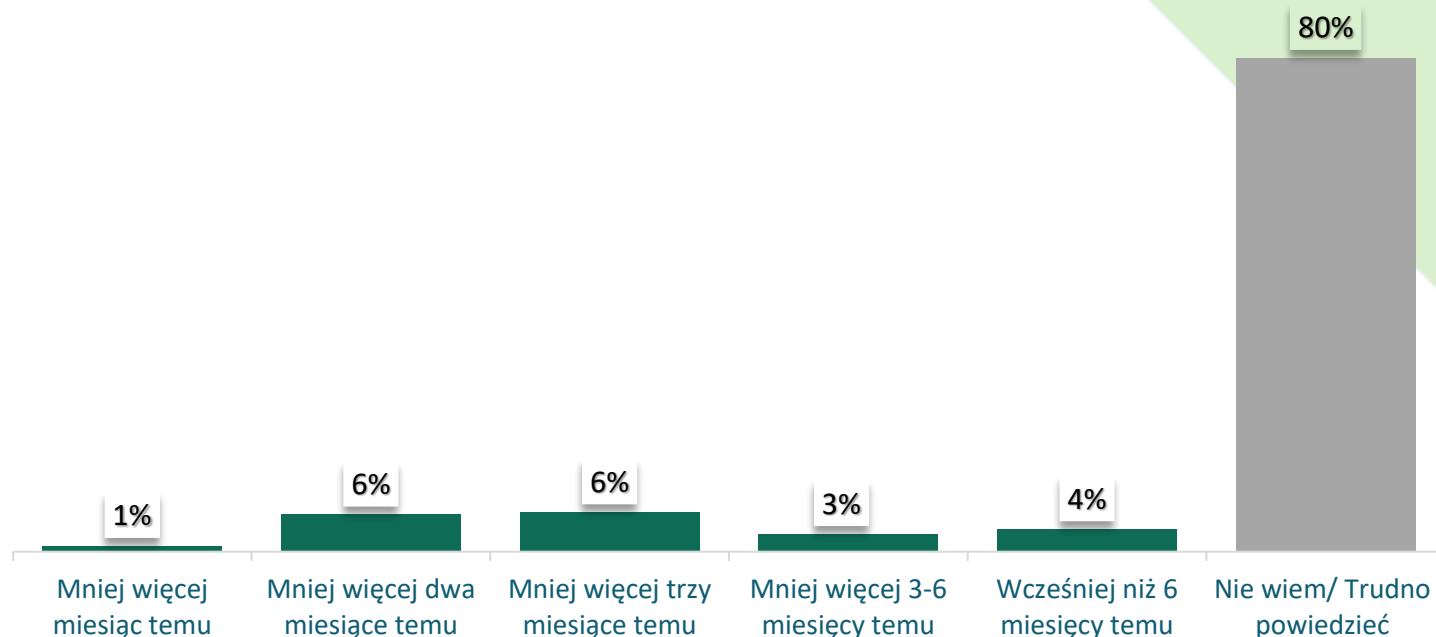
Deklarowane preferencje wyborcze



02 | Pierwsze informacje na temat opłaty reprograficznej

02 | Kiedy pojawiły się informacje na temat opłaty reprograficznej?

Q. Czy pamięta Pan/Pani kiedy pojawiły się informacje na ten temat?



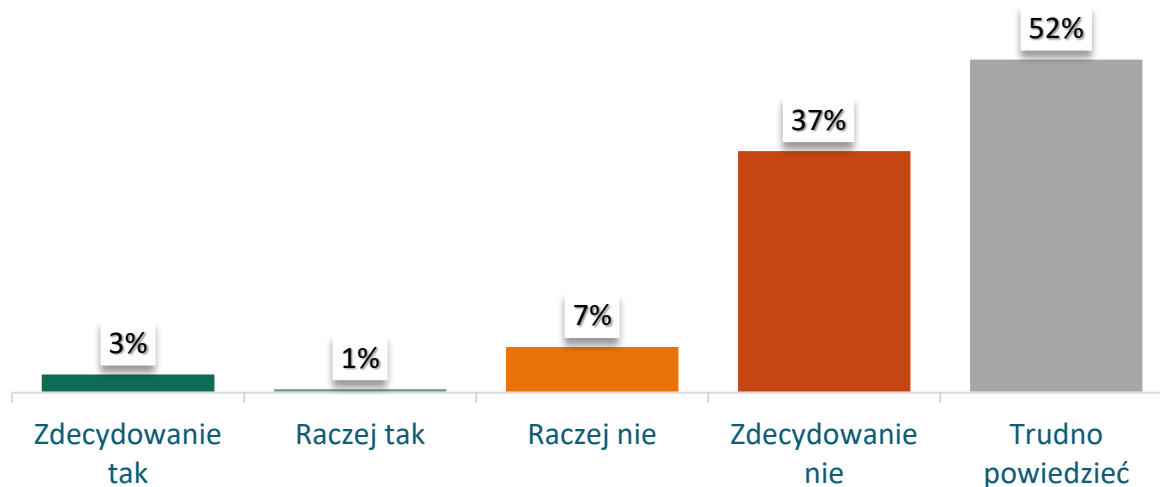
Respondenci znający pojęcie opłaty reprograficznej, mieli stosunkowo dużą trudność ze wskazaniem okresu, kiedy po raz pierwszy zetknęli się z tym tematem – taką trudność przejawiało aż ośmiu na dziesięciu zapytanych. Pozostałe (nieliczne) deklaracje są z kolei niejednoznaczne. Można jednak nadmienić, że nieznacznie częściej wskazywany był okres ostatnich dwóch, trzech miesięcy.

03

Czy temat opłaty reprograficznej poruszany
był podczas kampanii prezydenckiej?

03 | Czy wystąpienie miało wpływ na decyzję o głosowaniu?

Q: Czy to wystąpienie miało wpływ na Pana/Pani decyzję o głosowaniu?

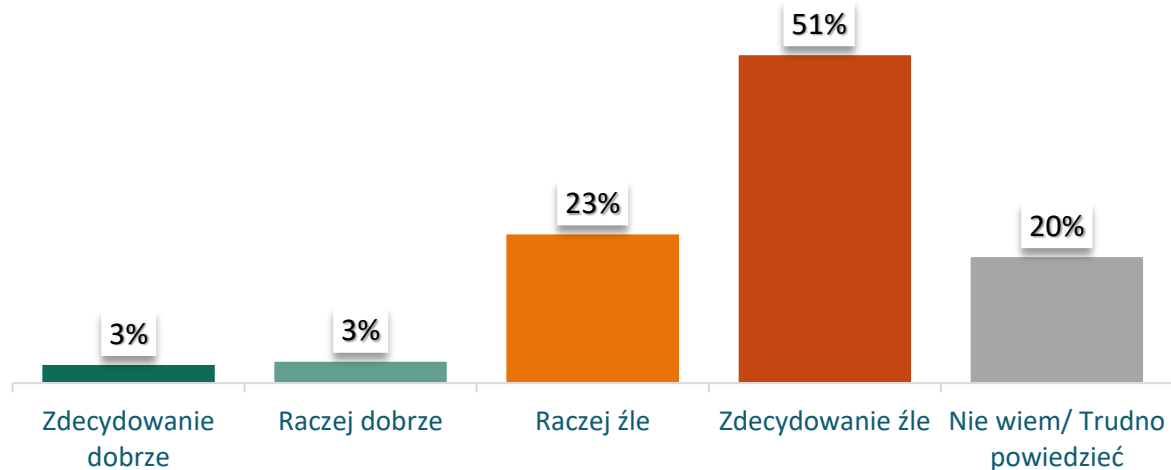


Respondenci, którzy słyszeli o *podatku od smartfonów* słyszeli, że do tej sprawy w kampanii odnosił się przede wszystkim Andrzej Duda (4%), Władysław Kosiniak-Kamysz (3%), a niewielu, że także Szymon Hołownia (0,2%) i Rafał Trzaskowski (0,1%). Podjęcie tematu *podatku od smartfonów* w kampanii prezydenckiej, nie miało większego wpływu na decyzję o głosowaniu w grupie osób, które słyszały o planach wprowadzenia podatku. Zgodnie z deklaracjami 44 proc. zapytanych uważa, że nie zdecydowało to o ich wyborze. Dodatkowo, częściej niż co drugi nie wie, czy wystąpienie na ten temat miało wpływ na ich głosowanie. Natomiast 4% respondentów świadomych tej kwestii deklaruje, że miało to wpływ na ich decyzję o głosowaniu.

04 | Postawy wobec projektu wprowadzenia opłaty reprograficznej

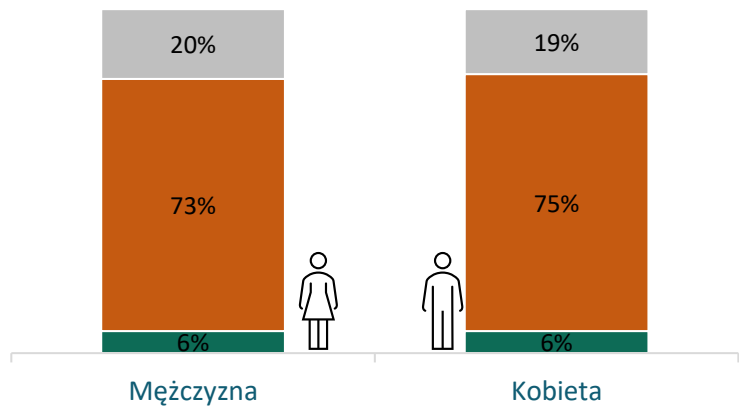
04 | Postawy wobec projektu wprowadzenia opłaty reprograficznej

Q: W lipcu tego roku pojawiły się informacje o projekcie wprowadzenie opłaty reprograficznej popularnie zwanej „podatkiem od smartfonów”. Byłaby to opłata, którą będą ponosić importerzy i producenci smartfonów, tabletów, komputerów i telewizorów, która może wpłynąć na wzrost cen tych artykułów. Jak ocenia Pan/Pani wprowadzenie tej daniny?



Pomysł wprowadzenia opłaty reprograficznej nie spotkał się z aprobatą Polaków. Zdecydowanie przeciwny takiej koncepcji jest częściej niż co drugi zapytany, a kolejne 25 proc. to osoby mniej radykalne w swoim osądzie, jednak w dalszym ciągu negatywnie oceniające to rozwiązanie (łączny odsetek not negatywnych na poziomie 74 proc.). Niewielu pytanym pozostaje w opozycji – 6 proc. Co piąty nie potrafił zająć jednoznacznego stanowiska w tej kwestii.

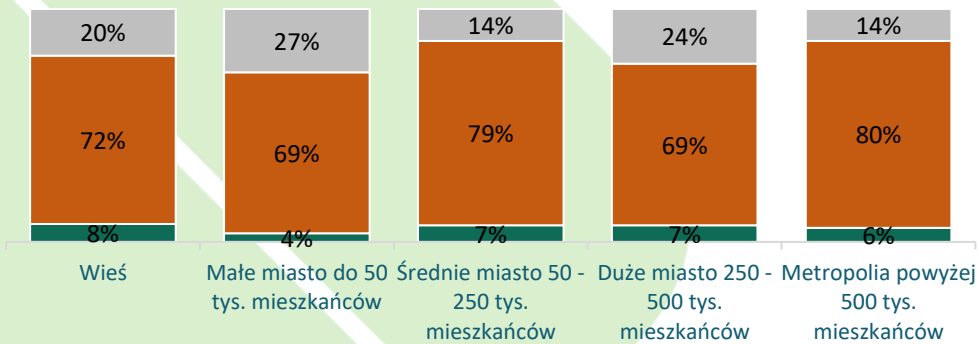
■ Dobrze ■ Źle ■ Nie wiem/Trudno powiedzieć



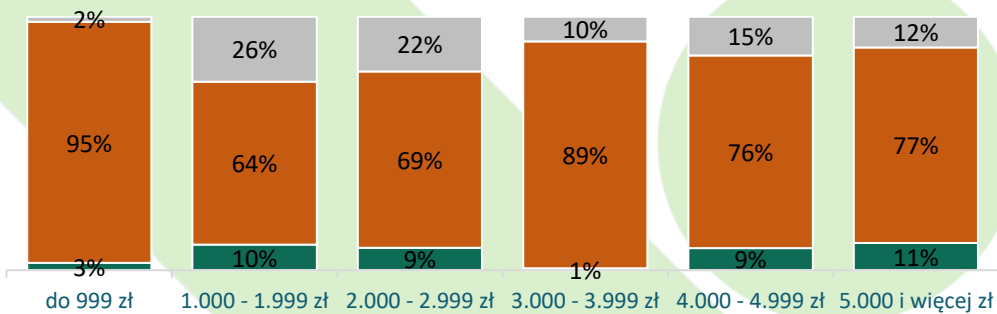
Płeć



Wielkość miejscowości



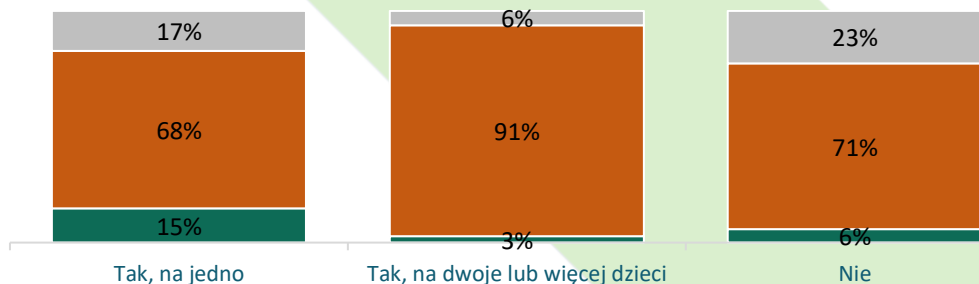
Dochód netto



Wiek



Korzystanie ze świadczenia 500+

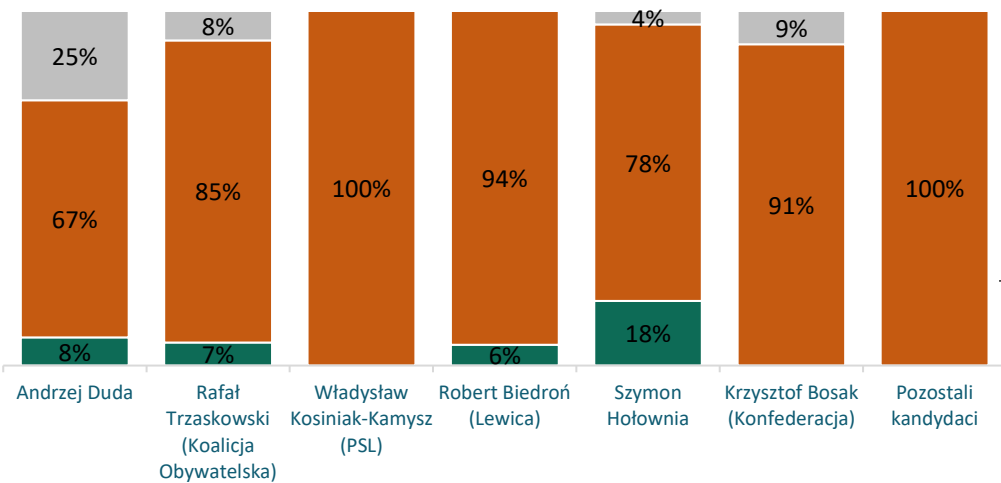


N=1100

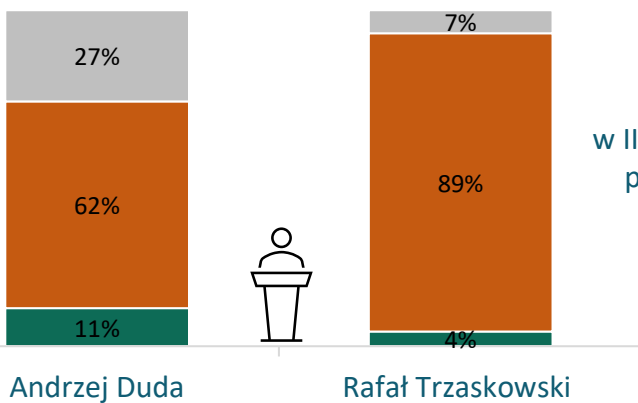
TOP 2 BOX

Q: (...) Jak ocenia Pan/Pani wprowadzenie tej daniny? SKALA 1-5, na wykresie przedstawiono łączne odsetki dla odpowiedzi pozytywnych, negatywnych oraz niezdecydowanych.

Preferencje wyborcze w I turze wyborów prezydenckich

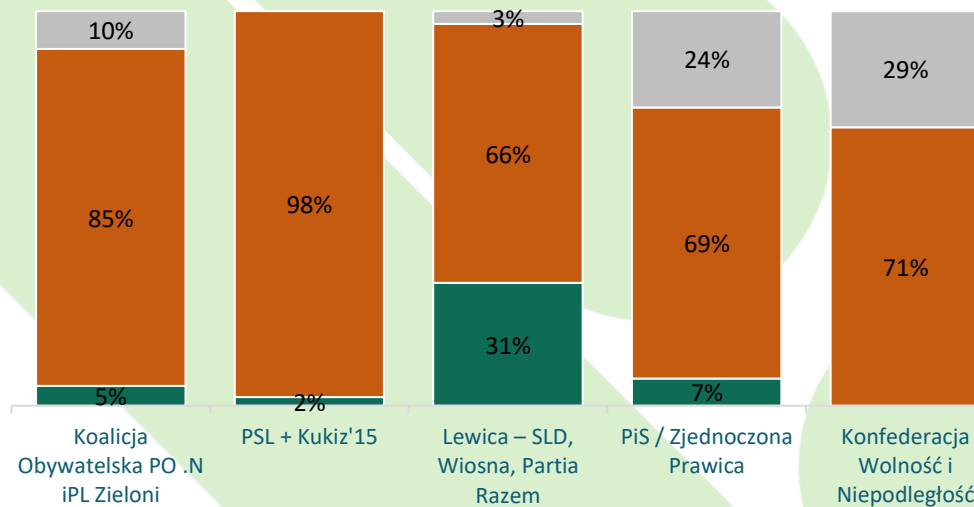


■ Dobrze ■ Źle ■ Nie wiem/Trudno powiedzieć

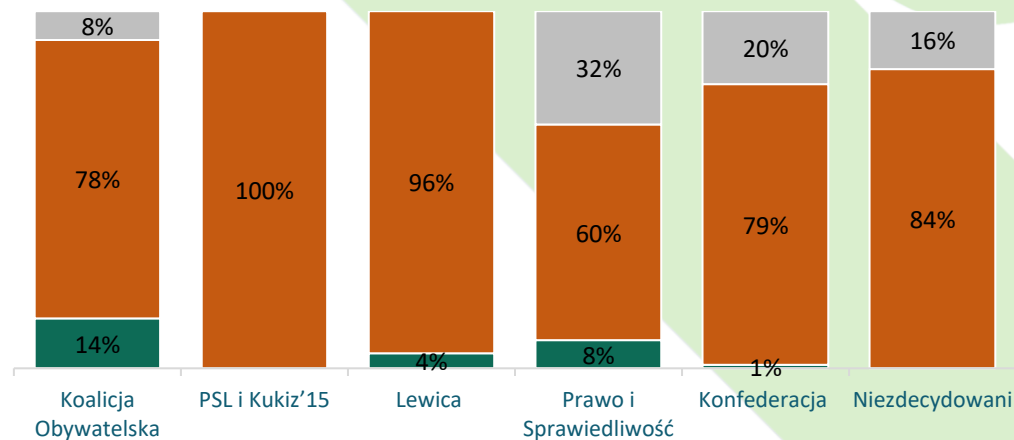


Preferencje wyborcze w II turze wyborów prezydenckich

Preferencje wyborcze w ostatnich wyborach do Sejmu



Deklarowane preferencje wyborcze



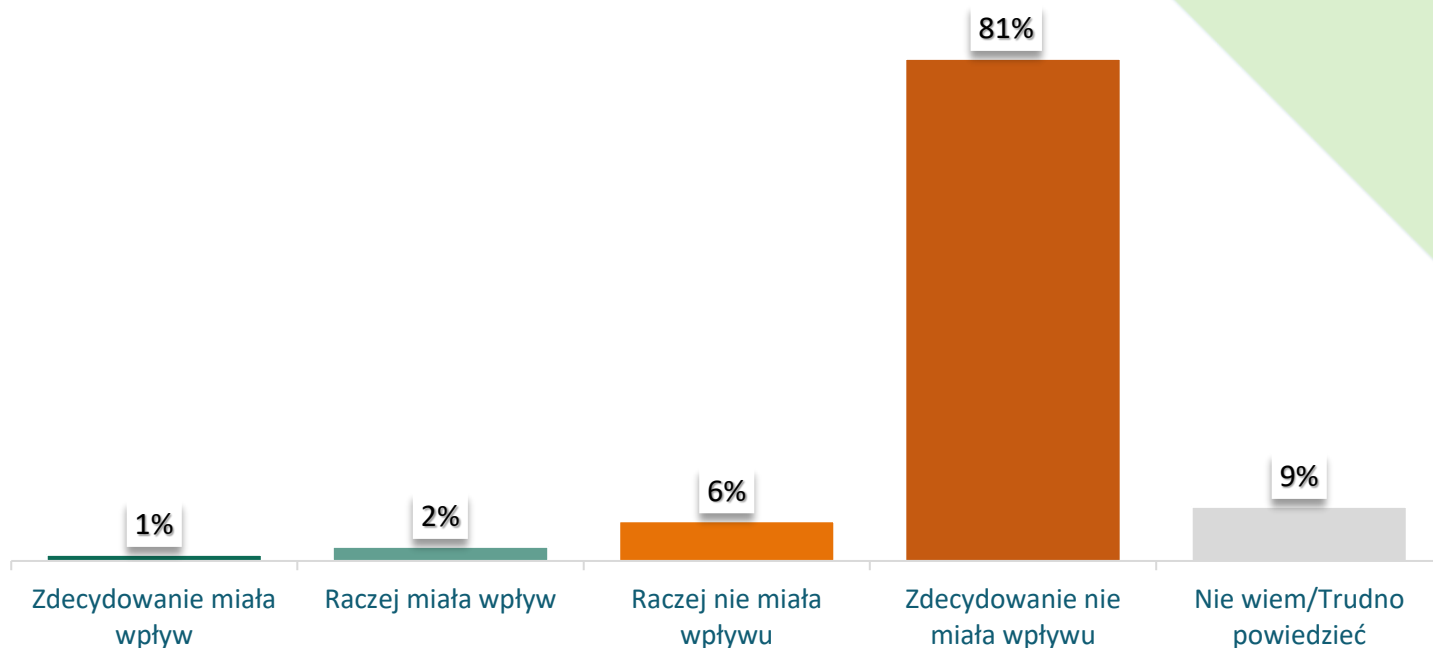
N=1100

TOP 2 BOX

05 | *Wpływ podatku od smartfonów* na decyzje wyborcze

05 | Wpływ „podatku od smartfonów” na decyzje wyborcze

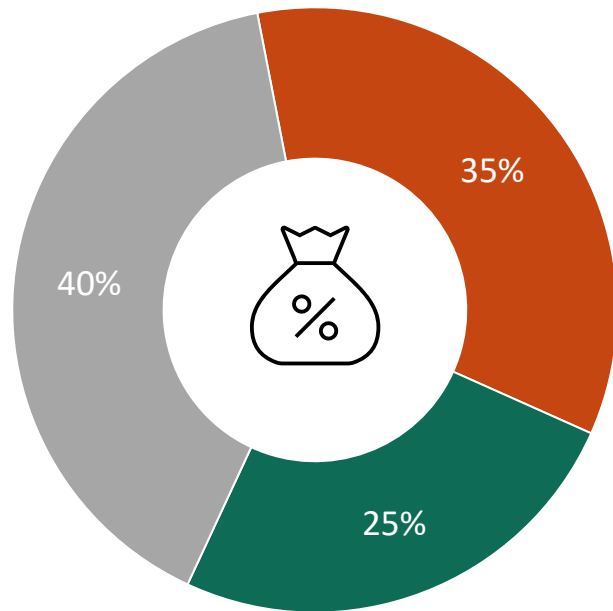
Q: W kampanii prezydenckiej Andrzej Duda jednoznacznie odrzucił pomysł opłaty reprograficznej tzw. podatku od smartfonów i zapowiedział weto w przypadku takiej ustawy. Na ile ta deklaracja miała lub nie miała wpływu na Pana/Pani decyzję wyborczą?



Zdecydowana większość Polaków (81 proc.) deklaruje, że zapowiedź weta Andrzeja Dudy w przypadku ustawy o *podatku od smartfonów* nie miała wpływu na ich decyzje wyborcze. Osoby, dla których ta zapowiedź była istotna w kontekście wyborczym stanowią jedynie 3 proc. Były to głównie osoby młodsze, mieszkańcy wsi i małych miasteczek, z wykształceniem średnim, osoby bezrobotne, wyborcy Konfederacji oraz Lewicy, a także Krzysztofa Bosaka i w mniejszym stopniu Szymona Hołowni z pierwszej tury wyborów prezydenckich.

06 | Obawa przed możliwym powrotem tematu opłaty reprograficznej

Q: Czy w obecnej sytuacji...



- Obawia się Pan/Pani, że pomysł wprowadzenia tej opłaty może powrócić
- Nie obawia się Pan/Pani, że pomysł wprowadzenia tej opłaty może powrócić
- Nie wiem/ Trudno powiedzieć

W chwili obecnej, 35 proc. osób, które słyszały o projektowanym podatku od smartfonów obawia się, że temat ten może powrócić do debaty publicznej. Takich obaw nie żywi z kolei co czwarty zapytany, a czterech na dziesięciu nie wie czy należy się spodziewać powrotu takiego pomysłu.



Dziękujemy
za uwagę!

Fundacja Instytut Badań Rynkowych i Społecznych IBRiS
Al. Jerozolimskie 96, 00-807 Warszawa
Tel: +48 22 266 00 15, fax: +48 22 242 86 56
www.ibris.pl

Polski Instytut Badań i Innowacji
ul. Nowogrodzka 51, 00-695 Warszawa
Tel: +48 22 266 00 15, fax: +48 22 242 86 56
www.pibi.org.pl