

14.03.2023 r.
Informacja prasowa

Federacja Konsumentów: potrzebna koalicja do walki z niewidzialnością Ukrainek

- „Uwaga na reklamy, SMS-y i... linki” oraz „Promocje to emocje! Zachowuj zimną głowę” to tytuły dwóch z pięciu filmów edukacyjnych skierowanych do miliona uchodźczyń z Ukrainy.
- Przygotowana przez Federację Konsumentów pierwsza odsłona kampanii #NieBadzNiewidzialna, informuje o podstawowych prawach i obowiązkach konsumenckich i jest odpowiedzią na pilną potrzebę walki z niewidzialnością nowej grupy konsumentek.
- Na czym polega zjawisko niewidzialności Ukrainek? Choć teoretycznie mogą one korzystać ze wszystkich dobrodziejstw polskiego rynku, z powodu szczególnego położenia nie w pełni korzystają ze swoich praw, a biznes oraz instytucje państwa w kwestiach konsumenckich ograniczają się do robienia minimum – to kluczowy wniosek z raportu Federacji Konsumentów pt. „Ukrainka w Polsce – jak sprawić, by nowa grupa konsumentek nie była niewidzialna?”.

Raport przedstawiono podczas konferencji prasowej w siedzibie Polskiej Agencji Prasowej. W roli prelegentów wystąpili: Monika Kosińska-Pyter, prezeska Federacji Konsumentów, Michał Herde, szef warszawskiego oddziału Federacji Konsumentów, Julia Boguslavska, koordynatorka projektu „Ukrainka w Polsce”, Nadija Bendrychuk, budująca koalicję #NieBadzNiewidzialna oraz były minister finansów Stanisław Kluza.

Kluczowe ustalenia raportu:

- 1) Ukrainki nie posiadają wystarczającej wiedzy o swoich prawach i obowiązkach, choć jednocześnie są przekonane, że ich poziom znajomości przepisów jest wysoki.
- 2) Wiedza uchodźczyń o prawach konsumenta w Ukrainie oparta jest o praktykę, a nie prawo.
- 3) Doświadczenia z Ukrainy wywołują przekonanie o sprawczości przedsiębiorców i dowolności w podejmowaniu decyzji, np. o zasadności reklamacji.
- 4) Ukrainki nie posiadają typowych dla polskiego rynku „odruchów konsumenckich”, np. związanych z reklamowaniem produktów, pomimo że przedsiębiorcy z Polski nie zniechęcają ich do tego. Ukrainki nie znają i nie rozróżniają podstawowych praw konsumenckich w obszarze reklamacji produktu, odpowiedzialności sprzedawcy za produkt oraz gwarancji.

- 5) Polski biznes w znaczącej części nie próbował wykorzystać trudnej sytuacji uchodźców, traktował Ukrainki z empatią i rzetelnym podejściem kupieckim.
- 6) Ukrainki – mimo zauważonych braków – widzą konieczność bycia właściwie poinformowanymi. Aż 90 proc. z nich chce lepiej poznać prawo kraju, w którym mieszkają.
- 7) Bez konsekwentnej i systemowej kampanii informacyjno-edukacyjnej uchodźczynie nie przestaną być niewidzialne dla polskiego systemu gospodarczego i finansowego.

Jak doszło do powstania raportu?

Federacja Konsumentów, najstarsza polska organizacja konsumencka, zdiagnozowała grupy „niewidzialnych” uczestników rynku w Polsce, a następnie przygotowała szczegółowy raport dotyczący świadomości prawa konsumenckiego jednej z nich, czyli wśród ponad miliona uchodźczyń z Ukrainy.

Obecnie w Polsce mieszka na stałe około 2,3 mln Ukraińców, a 87 proc. uchodźców wojennych z Ukrainy to kobiety. Uchodźcy stali się integralną częścią polskiego społeczeństwa, dlatego Federacja Konsumentów postanowiła zweryfikować, jak ukraińskie uchodźczynie odnajdują się na polskim rynku – innym niż znany im dotychczas, bo rządzonym przez regulacje Unii Europejskiej.

Celem badania było zweryfikowanie, czy rok po przyjeździe do Polski wiedza Ukrainek o przepisach jest wystarczająca do świadomego funkcjonowania i dokonywania wyborów odpowiadających możliwościom i potrzebom – mówi Michał Herde, szef warszawskiego oddziału Federacji Konsumentów.

Z raportu organizacji wynika, że wiedza ukraińskich uchodźczyń na temat praw i obowiązków wynikających z prawa jest niewystarczająca. Zwłaszcza w kontekście oczekiwanego wzrostu aktywności Ukrainek w handlu i na rynku usług finansowych – dodaje Michał Herde.

Pierwsze takie badanie w Polsce

W celu zbadania poziomu niewidzialności ukraińskich konsumentek Federacja Konsumentów zrealizowała trzyetapowe prace badawcze składające się z formularza internetowego wypełnionego przez blisko 400 uchodźczyń, które przyjechały do Polski po 24 lutego 2022 r., 300 ankiet rozesłanych do powiatowych rzeczników konsumenta w całej Polsce oraz badania jakościowego w oparciu o 128 pogłębionych wywiadów z Ukrainkami. Eksperti najstarszej organizacji konsumenckiej w Polsce zebrali wyniki badania w raporcie „Ukrainka w Polsce – jak sprawić, by nowa grupa konsumentek nie była niewidzialna?”.

W badaniu zapytano o zagadnienia takie jak dokonywanie zakupów tradycyjnych i w Internecie, świadomość prawa do odstąpienia od umowy, a także tematy z zakresu rynku finansowego: usług bankowych, kredytowych i zakupów na raty. Ekspertów Federacji interesowała też znajomość polskich instytucji konsumenckich. W badaniu wzięły udział uchodźczynie, które mieszkają w Polsce od 12 miesięcy.

Kluczowe liczby raportu:

- **51 proc.** Ukrainek kupuje w Internecie w trakcie pobytu w Polsce.
- **62 proc.** respondentek deklaruje, że nie zna swoich praw podczas zakupów on-line.
- **82 proc.** Ukrainek nie wiedziało czym jest Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO), a **95 proc.** nie znało pojęcia pozaodsetkowych kosztów kredytu.
- Żadna z kobiet uczestniczących w badaniu nie skorzystała jeszcze z zakupów ratalnych, ale niemal co piąta (**17 proc.**) chciałaby lub planuje tego typu zakupy.
- **70 proc.** respondentek: obecna sytuacja finansowa nie pozwala mi kupować na raty. Ale tylko **7 proc.** stwierdziło, że nie potrzebuje nowych produktów.
- **10 proc.** (najwięcej) respondentek zadeklarowało, że wie o istnieniu Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz lokalnych rzeczników konsumentów. **7 proc.** (najmniej) ankietowanych Ukrainek wskazało, że Komisja Nadzoru Finansowego jest im znana.

Szczególne zagrożenia

Autorzy raportu zwracają uwagę, że brak rzetelnej wiedzy na temat rynku finansowego oraz przysługujących konsumentom praw naraża ukraińskie uchodźczynie na wyłudzenia danych osobowych oraz próby oszustw. Badanie wykazało, że Ukrainki nie znają polskich instytucji, do których mogłyby się zwrócić w razie problemu z kwestiami, które dotyczą kwestii konsumenckich. To pogłębia ich niewidzialność na rynku i wskazuje na pilną potrzebę zapewnienia dostępu do urzędów wspomagających egzekwowanie ich praw.

Federacja zaprezentowała podczas konferencji rekomendacje działań oraz przedstawiła zadania, które trzeba wykonać, żeby zapewnić ukraińskim uchodźczynom niezbędną wiedzę do dokonywania świadomych wyborów w obszarze usług finansowych, telekomunikacyjnych czy zakupów w Internecie. Zaapelowała również do przedsiębiorców, organizacji społecznych i wyspecjalizowanych agend państwa, mających za zadanie ochronę konsumentów, o podjęcie szerokich działań edukacyjnych oraz wdrożenie na stałe systemu informacyjnego w obszarze ochrony konsumenta w Polsce w języku ukraińskim.

Mam nadzieję, że raport stanie się ważnym przyczynkiem do dyskusji i skoordynowanych działań szerokiej koalicji instytucji państwa, organizacji społecznych i ludzi dobrej woli na rzecz trwałej integracji uchodźców z Ukrainy. Wierzę, że tym samym stanie się modelem na przyszłość dla polityki wobec wszystkich imigrantów – mówił Stanisław Kluza.

Pierwsza odsłona kampanii edukacyjnej...

Federacja ogłosiła również start własnej kampanii edukacyjnej skierowanej do uchodźczyń z Ukrainy.

*Przygotowaliśmy serię pięciu krótkich filmów, będących odpowiedzią na potrzeby zdiagnozowane przez nasz raport. W scenkach, nagrywanych w lekkiej i humorystycznej aranżacji, promujemy wiedzę dotyczącą m.in. terminów na odstąpienie od umowy, dokonanie zwrotu, czy zasady reklamacji – **mówi Monika Kosińska-Pyrek, prezeska Federacji Konsumentów.***

Działania informacyjno-edukacyjne są tym istotniejsze, że potrzeba pozyskania wiedzy na temat prawa konsumenckiego wśród Ukrainek jest wysoka.

*Aż 90 respondentek badania wskazało, że chciałyby wiedzieć więcej o przepisach konsumenckich w Polsce. W badaniu wielokrotnie przewijało się stwierdzenie, że „trzeba znać przepisy kraju, w którym się żyje” – **dodaje Monika Kosińska-Pyrek.***

Filmiki pierwszej odsłony kampanii nagrane zostały przez polskich youtuberów: Maksyma, Olę i Szymona, znanych m.in. z serii „Co z tym hajsem?” i „Co z tym światem?”. Każdy z klipów dostępny jest w dwóch wersjach z napisami: ukraińskimi i angielskimi. Filmy można znaleźć na stronie www.ukrainkawpolsce.pl/niebadzniewidoczna oraz na kanale Youtube Federacji Konsumentów <https://www.youtube.com/@fkonsument>

...to dopiero początek

Partnerem Federacji Konsumentów będzie „Ukrainka w Polsce”, projekt koordynowany przez Julię Bogusławską, która także jest uchodźczynią z Ukrainy.

*Raport daje podstawę do mądrego partnerstwa mojego projektu i Federacji Konsumentów. Dzięki wnioskowi wiemy, co robić, jak trafić z działaniami tam gdzie trzeba. Jestem przekonana, że nasze współdziałanie przyniesie dobre efekty, a dobre efekty to odbudowa kawałka bezpiecznego świata dla moich siostr Ukrainek – **mówi Julia Bogusławska.***

Partnerem Federacji Konsumentów jest także Nadija Bendrychuk, koordynatorka koalicji „Nie bądź niewidzialna”.

*Koalicję tworzą organizacje pozarządowe w Polsce, które mają doświadczenie we współpracy z uchodźcami i są zainteresowane integracją wszystkich grup konsumentów w procesie wspólnego rozwoju polskiej gospodarki i wolnego rynku. W ciągu zaledwie kilku tygodni do koalicji przystąpiło aż 8 podmiotów – **mówił Nadija Bendrychuk.***

Pełny raport Federacji Konsumentów „Ukrainka w Polsce – jak sprawić, by nowa grupa konsumentek nie była niewidzialna?” ~~ink~~

Raport dostępny jest w języku ukraińskim:

Tematyka filmów edukacyjnych

Film 1: Uwaga na reklamy, SMS i... linki.

Materiał promuje postawę ograniczonego zaufania w stosunku do treści reklamowych, połączeń od osób podających się za pracowników banku czy wiadomości SMS z linkami otrzymywanych na telefon.

Film 2: Zwrot, reklamacja czy naprawa?

Scenki pokazują jak skutecznie dochodzić swoich praw ze sprzedawcą, gdy kupujemy w sklepie stacjonarnym, Internecie albo podczas pokazu.

Film 3: Promocje to emocje! Zachowuj zimną głowę.

Filmowy sprzedawca próbuje różnych sztuczek, żeby wcisnąć kobiecie jak najwięcej produktów. Materiał pokazuje, jak nie dać się zwieść sloganom reklamowym „Taniej o 80%” albo „Drugi produkt za połowę ceny” i nie wpaść w sidła pułapki „utraconej korzyści”.

Film 4: Pożyczanie pieniędzy kosztuje – czytaj, pytaj, sprawdzaj i porównuj.

Materiał podkreśla prawo konsumentów do rzetelnej informacji o całkowitych kosztach kredytu, pożyczki czy zakupów ratalnych, a także informuje, że w przypadku RRSO należy porównywać jabłka z jabłkami, czyli produkty na taki sam okres czasu.

Film 5: Pożyczka za 0, czyli na Twój koszt.

Pożyczka za darmo, bez opłat i dla osób bez zdolności kredytowej to bajki. Film ostrzega przed wpadnięciem w spiralę zadłużenia, która zwykle zaczyna się od pożyczki za 0 zł. Pieniądze kosztują, a raty trzeba spłacać.

Kontakt dla mediów:

Urszula Żelaznowska
Agencja Pełka i Partnerzy
e-mail: urszula.zelaznowska@pelkaipartnerzy.pl
kom: +48 695 43 9090