

# Świadomy konsument

• JADWIGA BOGDANOWICZ

DZIĘKI STOWARZYSZENIU  
KRZEWIENIA EDUKACJI  
FINANSOWEJ NIEMAL 12 TYS.  
UCZNIÓW POZNAŁO PRAWA  
I OBOWIĄZKI KONSUMENTÓW

Świadomy konsument to taki, który potrafi uniknąć pętli zadłużeniowej – z korzyścią i dla siebie, i dla instytucji finansowej. To również taka osoba, która czyta umowy przed ich podpisaniem – unika w ten sposób problemów. To również ten, kto świadomie robi zakupy. Zbyt wiele osób w Polsce zachowuje się dokładnie odwrotnie. Jak to zmienić? Jedyna recepta to edukacja. Jak najwcześniej – najlepiej jeszcze w szkole. Dlatego Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej zaangażowało się w projekt „Świadomy i odpowiedzialny młody konsument”.

– Młodzież kończąca podstawówki, i ta gimnazjalna, stoi na progu dorosłego życia. Powoli przez dokonywanie drobnych zakupów młodzi ludzie wchodzą w rolę konsumentów – mówi Bogusław Kaczmarek, członek zarządu Stowarzyszenia Krzewienia Edukacji Finansowej. – Potrzeba dotarcia do uczniów z rzetelną informacją o konsumenckich prawach i obowiązkach została dostrzeżona przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Dla naszego stowarzyszenia też było to oczywiste. Chcieliśmy z tą wiedzą dotrzeć na wieś i do małych miast, gdzie dostęp do wiedzy i informacji jest trudniejszy niż w dużych aglomeracjach.

Projekt „Świadomy i odpowiedzialny młody konsument” skierowany był do uczennic i uczniów ostatnich klas szkół podstawowych oraz wszystkich klas gimnazjów z całej Polski. Trwał 10 miesięcy. W tym czasie SKEF przeszkoliło 35 nauczycieli, z których 32 przeprowadzało z młodzieżą szkolną dwugodzinne zajęcia z edukacji konsumenckiej. W czasie zajęć nauczyciele trenerzy mówili o tym, jakie prawa ma konsument i – co warto pod-

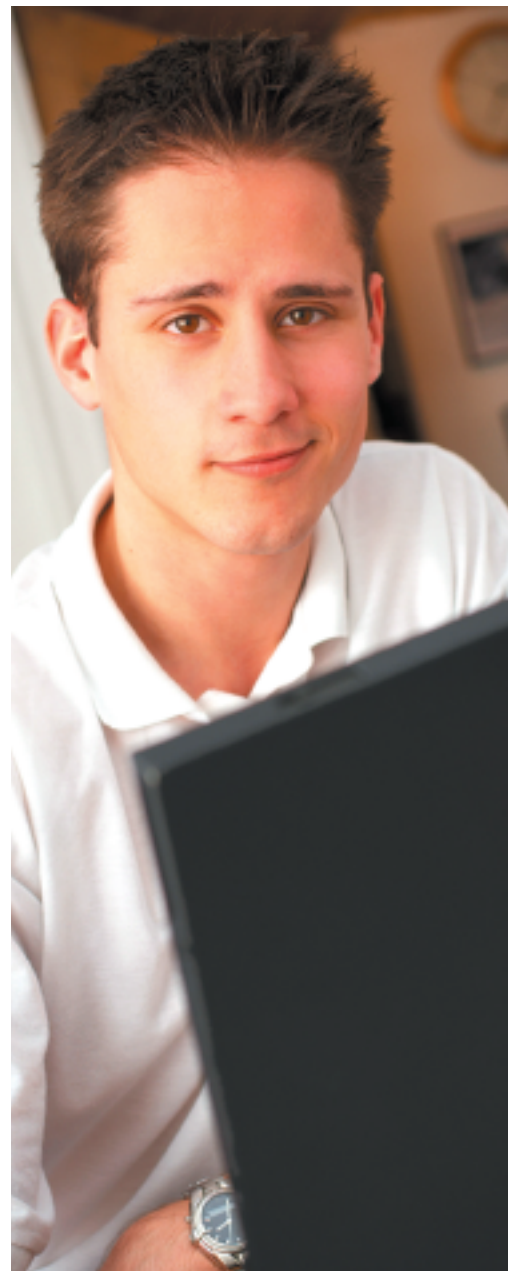
kreślić – przekazali podstawową wiedzę o rynku finansowym. Zrobili to w sposób zachęcający do tworzenia i stosowania budżetów domowych, m.in. pokazywali scenki prezentujące relacje konsument – sprzedawca.

Czy SKEF osiągnęło założone efekty? Wszystko wskazuje na to, że się udało. Obiektywnym miernikiem był tu test z wiedzy konsumenckiej. Po raz pierwszy przeprowadzono go na początku zajęć. Po ich zakończeniu uczniowie odpowiadali na te same pytania. Porównanie wyników testów wskazało jednoznacznie na wzrost świadomości młodych konsumentów. Należy spodziewać się, że uczniowie objęci projektem upowszechnią wiedzę konsumencką w swoich rodzinach oraz wśród koleżanek i kolegów.

Z drugiej strony o sukcesie tego przydatnego projektu najlepiej świadczy fakt, że większość nauczycieli wyraziła gotowość dalszej współpracy ze SKEF w zakresie przyszłych działań edukacyjnych, a wielu trenerów uznało upowszechnianie wiedzy konsumenckiej za ważny element wychowawczy. To oznacza efektywną współpracę ze 156 szkołami.

– Większość zakładanych rezultatów udało się nam osiągnąć w stopniu zadowalającym – podsumowuje Bogusław Kaczmarek. – Projekt był realizowany we wszystkich 16 województwach. Zajęcia odbyły się w 156 szkołach, a zakładaliśmy w projekcie udział 160 placówek. Z wiedzą konsumencką dotarliśmy do 11631 uczniów wobec planowanych 14 400, co daje wysoki, 81-procentowy wskaźnik realizacji. W projekcie wzięło udział nieco mniej uczniów, ponieważ zakładaliśmy, że w jednej klasie uczy się 30 uczniów. Okazało się, że w rzeczywistości liczebność klas jest mniejsza.

Żeby dotrzeć do jeszcze większej liczby młodych konsumentów SKEF zorganizowało konkurs na swojej stronie internetowej ([www.skef.pl](http://www.skef.pl)). Chętni uczniowie mieli odpowiedzieć na 5 pytań, m.in. o wymaganą przez prawo pisemną formę umowy o kredyt konsumencki. Zainteresowanie było ogromne. Aż 99 osób udzieliło bezbłędnych odpowiedzi. Wzięli oni udział w losowaniu nagrody głównej



– urządzenia wielofunkcyjnego (drukarka, skaner i kopiaarka w jednym). Zwycięzcą został Sylwester Szmigiel ze Szkoły Podstawowej nr 5 im. Marii Curie-Skłodowskiej w Ozorkowie. Pozostali, czyli każdy kto nadesłał prawidłową odpowiedź, otrzymał nagrodę książkową: „Przewodnik po światowej ekonomii” Randy’ego Charlesa Eppinga. •