



Jak zatrudnianie uchodźców pomaga markom

WYNIKI NIEDAWNEJ ANKIETY NA TEMAT DZIAŁAŃ MAREK W ZWIĄZKU Z UCHODźCAMI, PRZEPROWADZONEJ WŚRÓD KONSUMENTÓW W POLSCE

Metodologia

Niedawno Tent zlecił przeprowadzenie ankiety dotyczącej aktualnych opinii konsumentów na temat działań marek związanych z uchodźcami. Ankiety przeprowadziła online firma Qualtrics wśród 800 osób w wieku od 18 lat w Polsce. Badania terenowe prowadzono od listopada 2022 do stycznia 2023 roku.

W ciągu ostatnich 12 miesięcy Europa doświadczyła jednego z największych kryzysów wysiedleńczych w historii i największego od czasów II Wojny Światowej.

- ✓ Przed inwazją Rosji na Ukrainę w Polsce przebywało około 5000 uchodźców, głównie z Białorusi, Rosji i Afganistanu.
- ✓ Od lutego 2022 r. zarejestrowano w tym kraju dodatkowo 1,6 miliona uchodźców z Ukrainy.

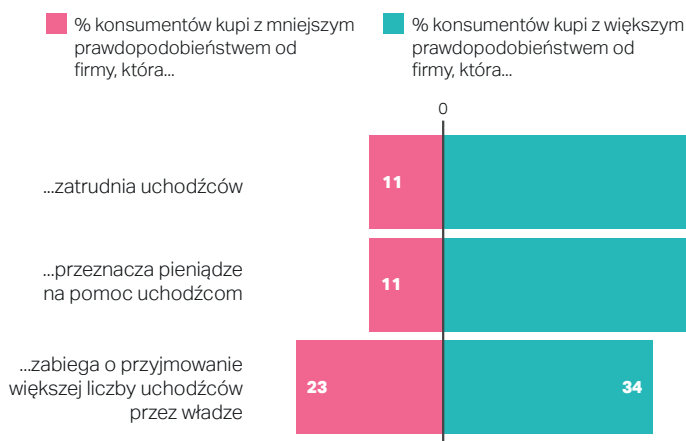


1,6 miliona
uchodźców

Główne wnioski

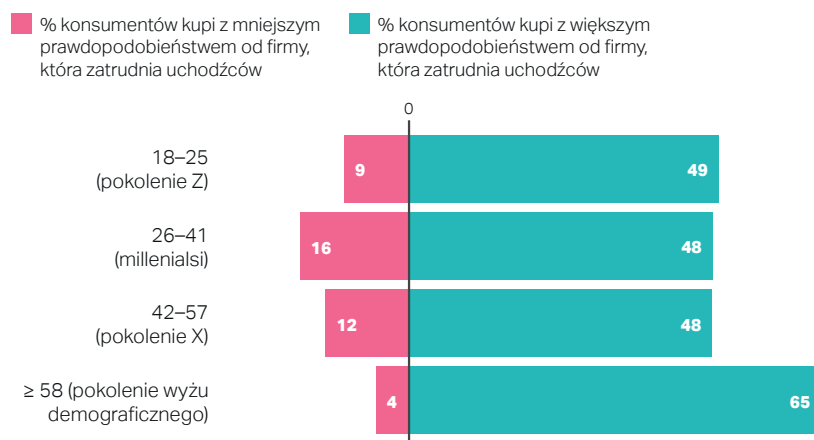
01

Polscy konsumenci oczekują od marek odpowiedzialnej postawy i ogólnie wspierają firmy, które sprzyjają uchodźcom. Na pytanie o konkretne działania, jakie mogą podejmować firmy, bardzo znaczna większość konsumentów wskazała, że z większym prawdopodobieństwem będzie kupować od firm zatrudniających uchodźców lub przeznaczających pieniądze na pomoc uchodźcom. Mniej przychylnie, choć ogółem nadal pozytywnie, konsumenci odnoszą się do rzecznictwa firm w organach władzy na rzecz zwiększenia liczby uchodźców, ponieważ jest to temat bardziej kontrowersyjny.



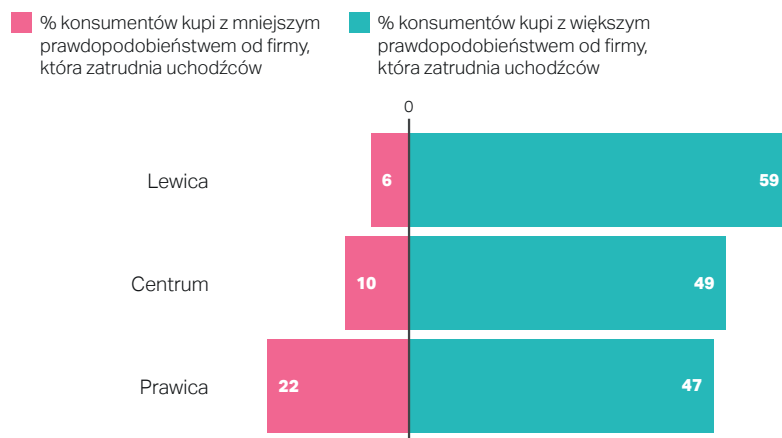
02

Z większym prawdopodobieństwem klientami firm zatrudniających uchodźców zostaną szczególnie przedstawiciele pokolenia wyżu demograficznego — znacznie więcej osób z tej grupy wspiera, niż krytykuje takie działania. Ale nie tylko starsi konsumenci popierają firmy zatrudniające uchodźców — polscy konsumenci ze wszystkich grup wiekowych znacznie częściej wskazują, że z większym prawdopodobieństwem będą kupować produkty takich marek.



03

Polscy konsumenci wspierają firmy zatrudniające uchodźców niezależnie od swoich poglądów politycznych. Jak można się spodziewać, konsumenci deklarujący poglądy lewicowe wyrażają bardzo mocne poparcie dla firm zatrudniających uchodźców. Jednak nawet zwolennicy prawicy w znacznej większości deklarują, że z większym prawdopodobieństwem kupią produkty od firm zatrudniających uchodźców. Zgadzają się na przykład z tym, że kiedy uchodźcy pracują, wydają zarobione pieniądze, co wzmacnia gospodarkę.



**Więcej informacji o ankiecie i wnioskach z niej płynących można uzyskać pod adresem media@tent.org.
Informacje o sposobach współpracy własnej firmy z Tent można uzyskać pod adresem info@tent.org.**

Informacje o Tent Partnership for Refugees

W sytuacji, gdy coraz więcej uchodźców zostaje wysiedlonych na dłużej, firmy odgrywają decydującą rolę w ułatwianiu im integracji ekonomicznej w nowych społecznościach. Tent założył w 2016 roku Hamdi Ulukaya, dyrektor generalny i założyciel Chobani — amerykańskiej firmy spożywczej o obrotach sięgających miliardów dolarów — aby mobilizować firmy na całym świecie do pomagania uchodźcom w znalezieniu pracy. Obecnie Tent jest **siecią ponad 300 dużych firm**, które zobowiązały się do zatrudniania i szkolenia uchodźców oraz zapewniania im mentoringu. Więcej informacji można znaleźć pod adresem www.tent.org.