

Program Edukacji Finansowej



Przewodnik Domowych Finansów

Spis treści

- **Pomysł na stworzenie sieci i jej zadania.**
- **Jak działać na poziomie lokalnym?**
- **Po co przestrzegać zasad etycznych oraz zasad komunikacji?**

I. Sieć organizacji zajmujących się edukacją finansową i jej zadania.

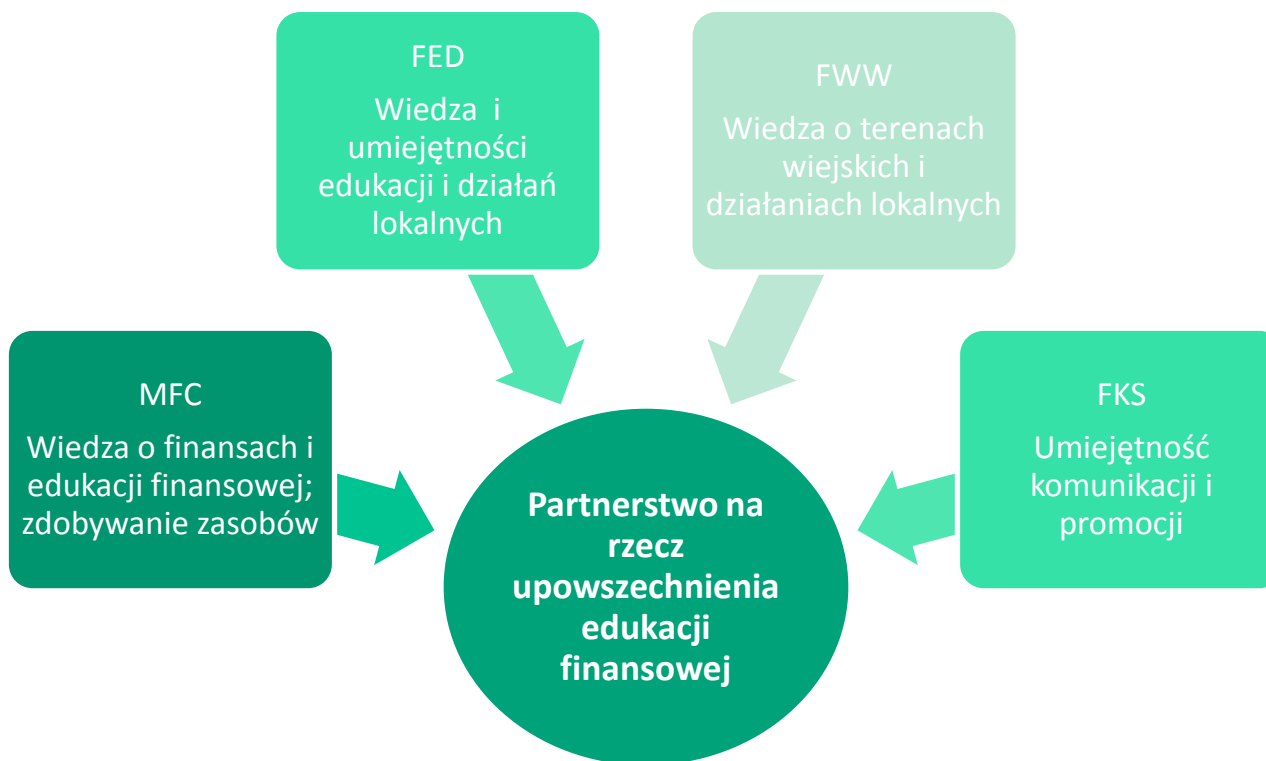
Wizja

- Każda rodzina, która znajduje się w strefie ubóstwa lub balansuje na jej krawędzi, dzięki edukacji finansowej może poprawić swoją sytuację materialną, poprzez lepsze zrozumienie mechanizmów rządzących pieniądzem oraz zasad planowania domowego budżetu.
- a w rezultacie – **kontrolować domowe finanse.**

Na czym mogłaby polegać sieć?

- Partnerstwo na rzecz upowszechniania edukacji finansowej:
 - Inicjatorzy Programu
 - Koordynatorzy działań ogólnopolskich
 - Koordynatorzy komunikacji i kampanii ogólnopolskich
 - Dostarczyciele wiedzy
- Partnerstwa lokalne
 - Budowane przez lokalnych liderów
 - Samodzielne inicjatywy, które mają objąć całą Polskę
 - „Sól ziemi” – najważniejszy element całego programu edukacji finansowej (!) – docierają do potrzebujących (beneficjentów) i zmieniają ich postawę

Partnerstwo na rzecz upowszechniania



Rola Partnerstwa na rzecz upowszechniania

Tworzy i przekazuje gotowe narzędzia, pomocne w nauce zarządzania domowymi finansami

A. Wiedza:

- Moduły szkoleniowe

B. Umiejętności:

- Posługiwanie się prostymi narzędziami do kontroli własnych finansów, oceny możliwości rozwoju i bezpieczeństwa rodzinnych budżetów, narzędzia do oszczędzania, planowania i kontroli domowych budżetów każdej rodziny w Polsce

C. Tworzymy i wspomagamy sieć lokalnych partnerstw:

- Działających samodzielnie
- Docierających do potencjalnych beneficjentów programu

Czym jest



Przewodnik Domowych Finansów

Jest Programem realizującym strategię Partnerstwa na rzecz upowszechniania edukacji finansowej oznacza również -

- **organizację lub instytucję, która dołącza do sieci!**

Czym jest PDF?

Przewodnicy Domowych Finansów to:

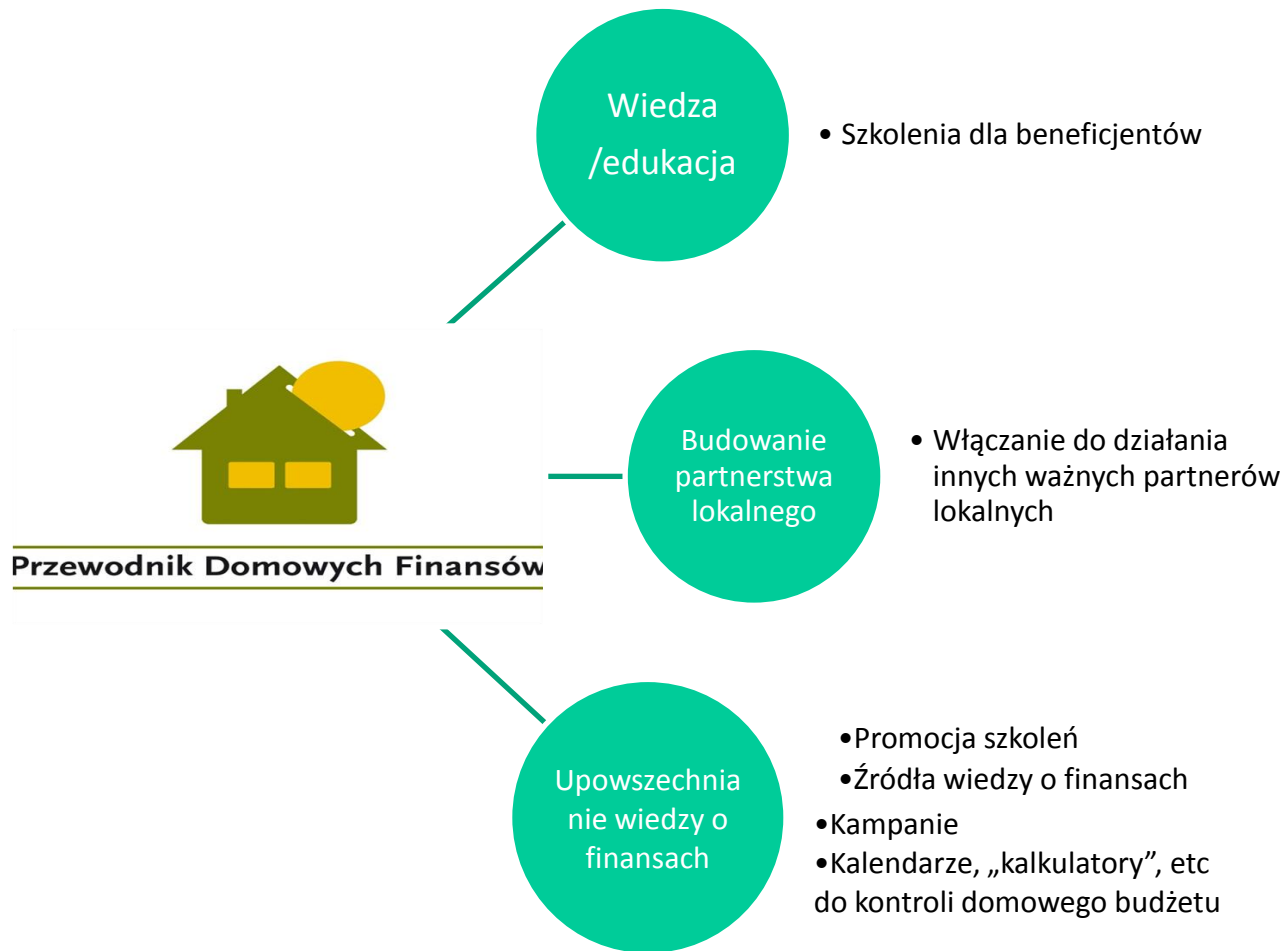
- organizacje,
- instytucje,
- towarzystwa lub kluby
- urzędy
- lokalne inicjatywy

Łączy je wspólny cel

edukacja i doradzanie w zakresie domowych finansów.

W sieci PDF działają organizacje i instytucje o różnorodnym profilu: fundacje, stowarzyszenia, centra aktywności lokalnej, urzędy, ośrodki pomocy społecznej, Gminne oraz Miejskie Ośrodki Pomocy Społecznej

Jak działa PDF?



Dla kogo jest PDF?

- Dla tych, którzy w codziennym życiu gospodarują ograniczonymi środkami finansowymi (Poniżej 2500 PLN na 4 osobowe gospodarstwo domowe) i mają trudności z właściwym zarządzaniem domowym budżetem
 - Posiadają niską świadomość ekonomiczną
 - Równowaga finansowa ich domowego budżetu często jest bardzo chwiejna (brak długofalowego planowania i brak zabezpieczenia finansowego na nieprzewidziane wydarzenia)
 - Mają poczucie bezradności uważają, że przy tak ograniczonych dochodach nie mają szans na lepsze zarządzanie domowym budżetem czy planowanie finansowej przyszłości
 - Ich jedyny kontakt z narzędziami finansowymi to gotowe narzędzia - komercyjne konta, kredyty, karty –wiedzę finansową buduje często fałszywy , idealistyczny przekaz reklamowy instytucji finansowych („bierz kredyt wszystko spłacisz”)



Odpowiadamy na potrzeby:

- Stabilność
- Bezpieczeństwo
- „Normalność”

Cele PDF

Dostarczenie wiedzy i narzędzi, które pozwolą lepiej i pewniej zarządzać domowymi budżetami osobom o najniższych dochodach.

Dzięki tej wiedzy osoby te poczują się:

- pewniejsze i bardziej kompetentne w zarządzaniu domowymi finansami,
- poczują, że mają większe możliwości wpływania na swoją finansową przyszłość i mimo ograniczonych dochodów mogą dobrze nimi zarządzać,

Dostarczenie wiedzy, która pozwoli ludziom uniknąć niebezpieczeństw jakie niosą ze sobą niektóre komercyjne narzędzia finansowe (głównie łatwo dostępne drogie kredyty konsumpcyjne) a także wskazać na dostępne na rynku, korzystne dla nich narzędzia finansowe.



Strategia działania służy zmianie postaw beneficjentów:

z biernej na aktywną

Cel PDF

Promocja skierowana do beneficjentów

Kontakt bezpośredni z beneficjentem – zachęcanie do udziału w szkoleniu

Budowanie partnerstwa wokół edukacji finansowej

Stworzenie systemu szkoleń

Podnoszenie poziomu wiedzy, świadomości aby zmienić postawy

Korzyści z bycia organizacją w sieci inaczej Przewodnikiem Domowych Finansów

- Umiejętności szkolenia beneficjentów
- Zdobywanie wiedzy i bycie na bieżąco w świecie finansów
- Możliwość udziału w szkoleniach trenerskich i szansa zdobycia certyfikatu Trenera Edukacji Finansowej (I i II stopnia)
- Możliwość wymiany informacji na temat możliwości pozyskiwania funduszy
- Podnoszenie umiejętności komunikacyjnych i medialnych

II. Jak działać na poziomie lokalnym?

Po co lokalne partnerstwa?

- Zwiększenie własnego potencjału
- Dzięki budowaniu partnerstwa buduje się własną markę i zwiększa efekt edukacji finansowej
- Łatwiej pozyskuje się fundusze lokalnie i regionalnie

Wspólny cel
Uzupełniające się zasoby
Większe możliwości

Interesariusz czyli kto?

Interesariusze to:

jednostki

grupy

organizacje

które:

poprzez swoją działalność wewnątrz i/lub na zewnątrz organizacji, mają wpływ na jej funkcjonowanie

a jednocześnie

organizacja za pośrednictwem swoich działań i ich odbiorców wpływa na działania tych grup, jednostek i organizacji

Przykład mapowania interesariuszy Centrum Wolontariatu w Radomiu

- **Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Radomiu** powstało w roku 2006. Choć jego podstawową funkcją jest wspieranie wolontariatu, jego działalność zmierza do aktywizacji obywateli, wsparcia ich wiedzą i umiejętnościami, które pozwolą na aktywny udział w życiu wspólnoty lokalnej.
- Główne przedsięwzięcia:
 - Biuro Porad Obywatelskich,
 - Biuro Pośrednictwa Pracy dla Wolontariuszy,
 - Świetlica Środowiskowa „Słoneczniki”
 - Edukacja finansowa i konsumencka

Edukacja finansowa w Centrum

Cel projektu: wsparcie tych mieszkańców, nie mogących sobie dać rady z finansami, pracą, edukacją, , etc.

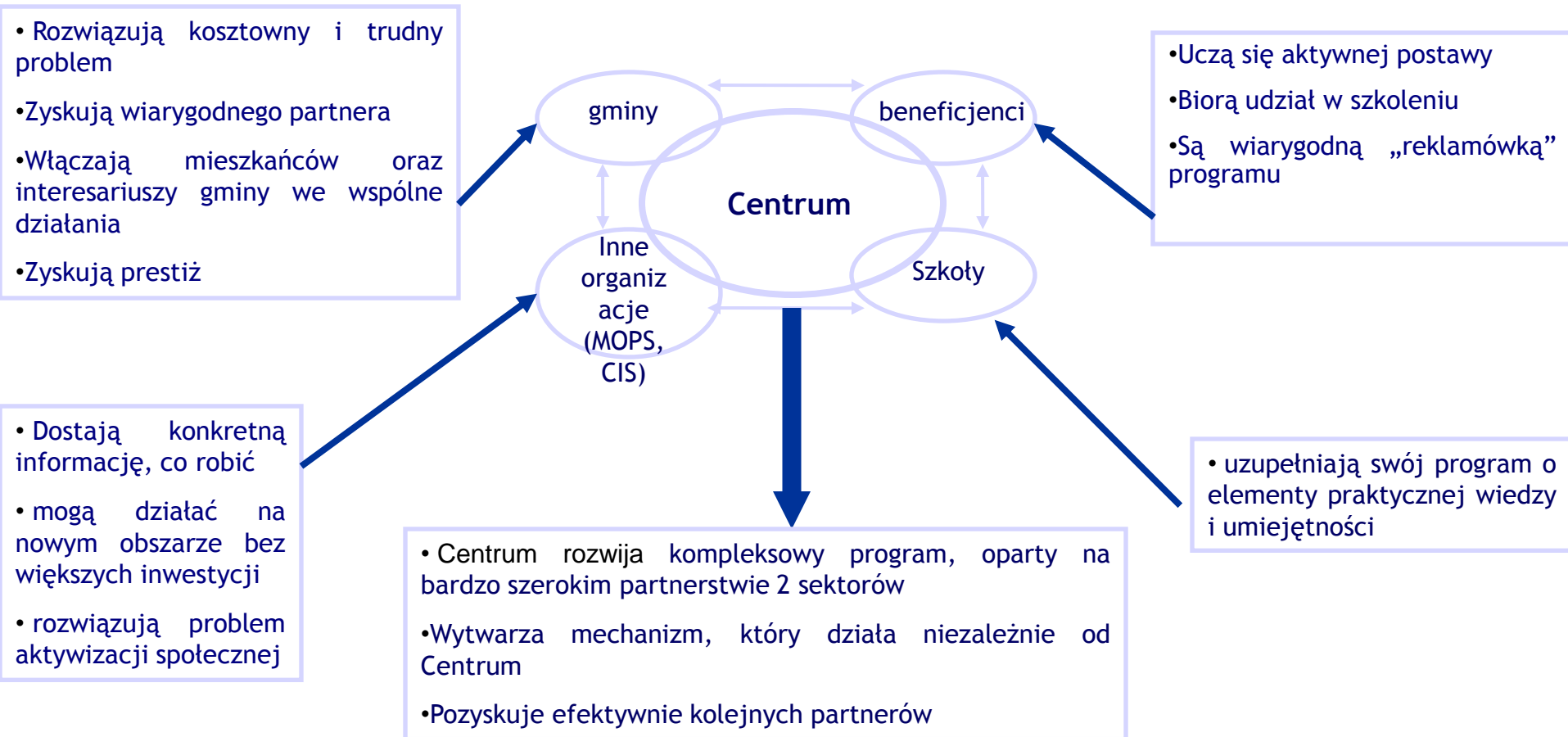
Działania:

- Utworzenie PDF, w ramach istniejącego Biura Porad
- Partnerstwo z wieloma instytucjami, na rzecz promocji i rozwoju edukacji finansowej w Radomiu i regionie radomskim (czyt. Dalej)
- Promocja edukacji finansowej w lokalnych mediach i na stronach internetowych organizacji,
- Edukacja 8 grup beneficjentów (8 grup x 20 osób, łącznie 160 uczestników – stan na czerwiec 2008) – pozyskanie dotacji finansowych na realizację zadania z funduszu Samorządu Województwa Mazowieckiego,
- Spotkania informacyjne, prezentacja edukacji finansowej dla pracowników socjalnych, doradców zawodowych, młodzieży, klientów MOPS,

Interesariusze Centrum



Korzyści dla uczestników projektu



Jak rozpoznać najważniejszych interesariuszy naszej organizacji?

Aby wyznaczyć najbardziej strategicznych interesariuszy naszej organizacji, musimy zadać sobie cztery podstawowe pytania, w odniesieniu do wszystkich wewnątrz i w otoczeniu naszej firmy:

1. jakie znaczenie ma dla nich funkcjonowanie naszej organizacji a jakie może mieć?
2. w jakim otoczeniu działają?
3. czy i w jaki sposób współpracujemy lub możemy współpracować z nimi?
4. czy organizacje, które mają z nami współpracować wpływają wzajemnie na siebie?

Interesariusze a cel organizacji

- Uszeregowanie pod względem ważności – najbliżsi i najdalsi
- Pogrupowanie:
 - Uczestnicy programów - beneficjenci
 - Społeczność lokalna
 - Organizacje pozarządowe
 - Przedsiębiorcy
 - Szkoły i urzędy
 - Samorząd
 - Media
- Określenie stosunku interesariuszy do naszego celu

Ciekawe przykłady

1. **Stowarzyszenie Rozwoju Lokalnego NIWA - MODEL PDF** : „Partnerstwo sieciowe” NIWA jest przykładem PDF, który specjalizuje się w wykształceniu specjalistów-trenerów w tematyce edukacji finansowej. Aby docierać na szeroką skalę do beneficjentów szuka możliwości włączenia edukacji finansowej w istniejące programy lub działania partnerskich organizacji, które posiadają bazę beneficjentów, infrastrukturę i/lub środki finansowe umożliwiające szeroką działalność. **Jest to model, w którym NIWA nie jest głównym liderem, bazuje na innych organizacjach, którym zapewnia trenerów i materiały edukacyjne.**
2. **Centra Integracji Społecznej w Gdańsku oraz w Garczu (powiat kartuski) - MODEL PDF**: „Centrum wiedzy” Centrum Integracji działa w ramach PDF, jako baza wiedzy, danych, jako instytucja, która udziela porad jak działać w ramach PDF, jak go wykorzystać. **Taka placówka, jest, więc modelowym PDF, który lokalnie służy innym partnerom. Uruchomienie Lokalnego Punktu Doradztwa Finansowego zdecydowanie ułatwia wdrażanie PDF w danym regionie.**
3. **Fundacja Delos - Model PDF**: „Usługowy” Fundacja Delos jest przykładem PDF działającego w modelu usługowym. Pomaga ona lokalnym instytucjom i trenerom w organizacji pierwszych na danym terenie warsztatów poprzez m.in. rekrutację beneficjentów i finansowanie. Niektórzy Przewodnicy Domowych Finansów spotyka się z trudnościami w zdobyciu środków finansowych, rekrutowaniu beneficjentów lub/i promowaniu idei edukacji finansowej oraz działań edukacyjno-doradczych. Wiele szczególnie młodych organizacji, nie ma jeszcze stworzonej szerokiej bazy partnerów czy beneficjentów, historii współpracy w ramach innych programów. Wówczas szczególnie ważne jest budowanie relacji i prowadzenie działań małymi krokami, korzystając m.in. z infrastruktury innych organizacji w regionie. W tym kontekście, potencjalnymi partnerami mogą być: lokalne grupy działania, stowarzyszenia na rzecz rozwoju poszczególnych gmin czy regionów, miejskie lub wiejskie organizacje działające w obszarze opieki społecznej oraz aktywizacji zawodowej. Tego typu organizacje albo korzystają ze środków publicznych, w tym szczególnie – pomocy w ramach programów europejskich (funduszy spójnościowych), albo też są beneficjentami samorządów. Czasem także są to organizacje wspierane przez firmy prywatne oraz organizacje filantropijne (grantodawców).

Definiowanie zasobów i potrzeb

Co jest nam potrzebne aby realizować zadania edukacji finansowej? Jakie są nam potrzebne zasoby?	Kto może nam w tym pomóc? Czy możemy pozyskać potencjalnego partnera, który powiada owe zasoby?	Jak zmotywować potencjalnego partnera? Jakie argumenty go przekonają aby zostać partnerem edukacji finansowej?	Jak do niego dotrzeć? Ulotki? Spotkania indywidualne? Kto ma kontakt? Jak się z nim umówić?

III. Zasady działania, zasady etyczne oraz zasady komunikacji?

PDF TO MARKA

Przestrzeganie zasad działania, zasad etycznych i zasad komunikacji

to kwestia wiarygodności

marki

Zasady tożsamości marki

Przewodnik Domowych Finansów

1. Jak działa Przewodnik Domowych Finansów (PDF)
2. Działanie wg. zasad etycznych
3. Kolejne stopnie certyfikacji Trenerów-doradców
4. Akceptacja procedur pracy
5. Spójność i identyfikacja wizualna
6. Strona internetowa
7. Jak jesteśmy zorganizowani
8. Budowanie Partnerstwa lokalnego
9. Przestrzeganie praw i obowiązków
10. Korzystanie z materiałów PDF

Zasady działania w ramach PDF?

Działania PDF w zakresie edukacji finansowej mogą być różnorodne. Każdy PDF promuje ideę edukacji finansowej w społeczności lokalnej. PDF także świadczy usługi edukacyjne: prowadząc szkolenia lub/i proste poradnictwo w zakresie domowych finansów.

PDF Szkoli

PDF realizuje cykle szkoleniowe przy wykorzystaniu pakietu zorientowanego wokół podstawowych umiejętności zarządzania finansami domowymi - „Zaplanuj swoją przyszłość”, docelowo dołączając nowe moduły, które są dostarczane przez Partnerstwo na rzecz upowszechniania edukacji finansowej w Polsce. Obecnie w przygotowaniu znajdują się nowe produkty szkoleniowe np. „Zarządzanie Długiem”, które zostaną wkrótce udostępnione certyfikowanym trenerom Programu.

PDF Komunikuje

Aby zapewnić skuteczność PDF podejmuje szerokie działania komunikacyjne nakierowane na beneficjenta, partnerów i społeczność lokalną dopasowane do potrzeb i preferencji interesariuszy. Podstawowym zadaniem jest zachęcenie beneficjentów do wzięcia udziału w szkoleniach lub skorzystania z poradnictwa organizacji, która jest Przewodnikiem Domowych Finansów (PDF). PDF prowadzi także działania komunikacyjne, aby podnieść ogólną świadomość w społeczności lokalnej o znaczeniu edukacji finansowej dla osób o niskich dochodach oraz nawiązać współpracę z innymi organizacjami, które mogą wesprzeć Program

Zasady Etyczne PDF

1. Celem nadrzędnym Trenera i PDF jest świadczenie usług na rzecz osób o najniższych dochodach.
2. Zadaniem Trenera PDF jest w pierwszej kolejności zachęcenie, osób, które przychodzą po doradztwo finansowe do udziału w warsztatach z edukacji finansowej, po uprzedniej weryfikacji czy są ku temu przesłanki w postaci braku podstawowych umiejętności zarządzania domowymi finansami.
3. Trener PDF jest odpowiedzialny za obiektywność przedstawianych informacji. Natomiast nie ponosi odpowiedzialności za decyzje, które podejmuje beneficjent na podstawie przekazanych mu informacji.
4. Trener PDF ma za zadanie pomóc beneficjentowi zanalizować konsekwencje wyboru usług finansowych, natomiast nie wolno mu doradzać wyboru konkretnych produktów i usług. Nie skłania beneficjenta również do wyboru konkretnego rozwiązania problemu
5. Trener PDF doradza wyłącznie w zakresie zarządzania finansami osobistymi/domowymi. Trener nie powinien doradzać w zakresie zatrudnienia, opieki społecznej, relacji z urzędami, w tym szczególnie ZUS i Urzędem Podatkowym, o ile nie ma to związku z finansami domowymi beneficjenta np. planem oszczędzania bądź wydatków domowych.
6. Trener PDF zobowiązany jest do utrzymywania w tajemnicy wszelkich informacji o beneficjentach, którym doradza. Dopuszczalną i jedyną formą przekazywania informacji (bez danych osobowych beneficjenta, lub jakichkolwiek innych umożliwiających jego identyfikację) jest komunikacja w ramach PDF w skład, której wchodzi (intranet, szkolenia dla Przewodników oraz warsztaty organizowane w ramach PDF)
7. Wszelkie porady, analizy i wskazówki Trenera powinny odwoływać się do wiedzy, którą przekazuje Partnerstwo Trener PDF może jednak korzystać z informacji dostarczanych przez finansowe podmioty gospodarcze (doradcy, banki, ubezpieczyciele) po to, by powiększać swój zakres wiedzy i kompetencji. Może również wykorzystywać te informacje w celu zilustrowania mechanizmów, których uczy lub które przedstawia przy doradztwie. Nie wolno mu jednak promować żadnego z produktów, ani też kierować beneficjentów do konkretnych podmiotów komercyjnych. Możliwe jest więc zapraszanie na szkolenia gości z instytucji finansowych należy jednak zapewnić różnorodność przedstawianych ofert a reprezentowane przez nich firmy powinny być powszechnie uznane za etyczne
8. Jeżeli trener chciałby wprowadzić jakieś nowe zagadnienia do zakresu szkoleń powinien zweryfikować je z Partnerstwem.
9. Trenerowi PDF nie wolno łączyć pracy edukacyjnej z działalnością handlową dotyczącą usług finansowych.
10. Trener PDF nie może uczestniczyć w transakcjach finansowych podejmowanych przez Klienta.
11. Prowadzona działalność PDF oraz Trenerów nie mogą służyć celom politycznym.
12. Istnieje możliwość wykorzystywania logotypu PDF oraz przyjętej identyfikacji do własnych działań związanych z edukacją finansową (plakaty, ulotki). Na plakatach i ulotkach mogą być zamieszczane logotypy partnerów i sponsorów. Informacje o partnerach i sponsorach nie mogą jednak zajmować więcej niż 10% powierzchni plakatu lub ulotki. Żadne inne materiały przekazane przez Partnerstwo Ogólnopolskie lub przez inne organizacje PDF nie powinny być modyfikowane bez zgody właścicieli i autorów. Materiały mogą być powielane za zgodą autorów. W przypadku publikacji informacje na temat sponsorów i partnerów lokalnych mogą pojawiać się na dodatkowej okładce.

Zasady certyfikacji trenerów PDF

KROK 1 to ukończenie 24-godzinnych warsztatów trenerskich z edukacji finansowej przy wykorzystaniu materiałów „Zaplanuj Swoją Przyszłość” - zostajesz wpisany do rejestru **Kandydatów na Trenera**.

KROK 2 aby zostać **Trenerem edukacji finansowej I stopnia** należy:

- przeprowadzić 3 warsztaty z osobami o niskich dochodach i dostarczyć analizę ocen szkolenia przeprowadzoną wśród beneficjentów (na podstawie ankiet ewaluacyjnych),
- przesyłać co miesiąc (pierwszy tydzień każdego miesiąca) aktualne informacje o prowadzonych działaniach poprzedniego miesiąca i planach na najbliższy miesiąc w tym dane na temat zasięgu działań z edukacji finansowej (liczba uczestników)

KROK 3 aby zostać **Trenerem edukacji finansowej II stopnia** należy:

- posiadać status Trenera edukacji finansowej I stopnia,
- przeprowadzić co najmniej 5 szkoleń z kandydatami na Trenerów z udziałem Trenera II stopnia,
- Uzyskać pozytywną opinię Partnerstwa na temat prowadzonej działalności PDF i umiejętności trenerskich.

Obowiązki PDF

- Aby uzyskać tytuł PDF organizacja jest zobowiązana do przedstawienia planu pozyskania zasobów, potrzebnych do rozpoczęcia działań – formularz jest dostępny na stronie www.edufin.org.pl:
 - Gdzie i kiedy będą odbywać się szkolenia z edukacji finansowej?
 - W jaki sposób beneficjenci dowiedzą się o kursach ...?
 - Kim będą lokalni partnerzy?
 - Podstawowym warunkiem do uczestniczenia w programie jest gotowość podjęcia się takiej roli w społeczności lokalnej oraz uczestnictwo w szkoleniu dla Przewodników.

Pomocne narzędzie w komunikacji komunikacji z beneficjentami

Jak znaleźć chętnych na szkolenie najlepiej – wyobrazić sobie konkretną osobę do której mówimy.

Kto – odbiorca – kim jest określ go dokładnie	Jak się zachowuje obecnie i co go do tego motywuje (jakie ma przekonania)?	Jak chcemy, żeby się zachowywał/myślał?	Jakich argumentów należy użyć, aby go do tego przekonać?	Kanały dotarcia – jak sprawić, żeby te argumenty do niego dotarły, jakimi kanałami?
<small>Beneficjenci KIM SĄ?</small>				

TO JEST TABELKA, KTÓRA JEST POMOCNA W WYPRACOWANIU ARGUMENTACJI W KOMUNIKACJI Z BENEFICJENTAMI TAK ABY UDAŁO SIĘ PRZEKNAĆ ICH DO PRZYJŚCIA NA SZKOLENIA .

Organizacje PDF mają prawo wykorzystywać logotyp Programu, jednak są zobowiązane informować Partnerstwo na rzecz upowszechniania - jeśli chcą na materiałach zamieszczać inne logotypy (sponsorów, partnerów)

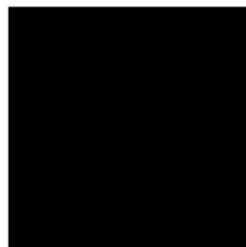


Przewodnik Domowych Finansów

Obowiązująca paleta barw

Gama kolorów

Kolory podstawowe



Kolory dopełniające



Gama kolorów:
energetyczna, z elementami zarówno ciepła, jak i powagi; kolory ziemi, pasujące do symbolu drzewa z logo.

3 górne kolory są podstawowe, 6 dolnych to kolory dopełniające, dodatkowe, do korzystania w materiałach inf. i rekl. oraz do konstruowania znaków produktowych

Typografia

- Sugeruje się we wszystkich tekstach stosować czcionkę Calibrii lub Arial Unicode MS.
- Są to czcionki tzw. systemowe występujące obecnie we wszystkich komputerach.
- Dlatego wszelkie publikacje elektroniczne jak i w druku powinny być przygotowywane tymi czcionkami.
- Punktatory lub elementy graficzne w prezentacjach to pełne koła zgodnie z paletą barw

UWAGA. Ta prezentacja jest zrobiona właśnie taką czcionką stanowi więc przykład do powielania. Wersja elektroniczna prezentacji zostanie wysłana do wszystkich. Można ją też ściągnąć ze strony www.edufin.org.pl

Strona internetowa - www.edufin.org.pl

- **Informacje na temat edukacji finansowej**
- **Formularz zgłoszenia do sieci PDF**
- **Informacje dla organizacji zrzeszonych w sieci - Przewodnik Domowych Finansów**
 - Wiedza z dziedziny finansów
 - Komunikacja (media i budowanie partnerstw)
 - Fundraising (możliwości grantowe)
 - Szkolenia (wymiana doświadczeń szkoleniowych, ofert prowadzenia szkoleń dla Przewodników i Trenerów)
- **Lista trenerów I i II stopnia**
- **Informacje dla kandydatów na Trenerów**
- **Porady dla beneficjentów**
- **Aktualności (Relacje i Newsy) z działań lokalnych PDF**
- **Prezentacja różnych projektów realizowanych przez organizacje biorące udział w Programie**



Przewodnik Domowych Finansów

www.edufin.org.pl



Istnieje możliwość zamówienia dostępnych materiałów promocyjnych:

- naklejek z logotypem PDF
- plakatów z możliwością wpisywania daty, miejsca szkoleń
- ulotek z poradami dla beneficjentów
- kopert do oszczędzania

Opracowanie:

Paweł Prochenko

Mikołaj Lewicki

Fundacja Komunikacji Społecznej