

PRZEWODNIK DOMOWYCH FINANSÓW

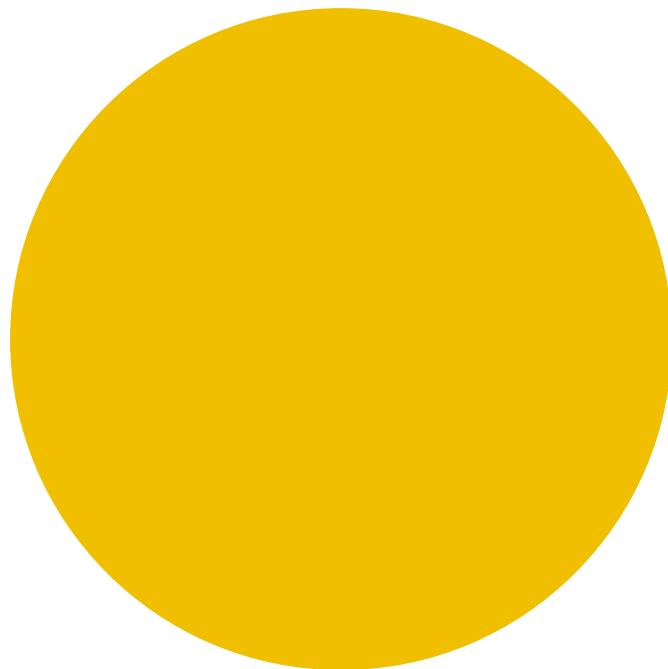
PODRĘCZNIK DLA LOKALNYCH LIDERÓW EDUKACJI FINANSOWEJ



Pod redakcją Katarzyny Pawlak i Pawła Prochenko

PRZEWODNIK DOMOWYCH FINANSÓW

PODRĘCZNIK DLA LOKALNYCH LIDERÓW EDUKACJI FINANSOWEJ



Przewodnik domowych finansów.
Podręcznik dla lokalnych liderów Edukacji Finansowej.

Pod redakcją Katarzyny Pawlak i Pawła Prochenko

Korekta: Marta Tomaszewska

Projekt graficzny: Agnieszka Stachyra

Copyrights© by Fundacja Komunikacji Społecznej, 2010

ISBN 978-83-921226-1-6

PARTNERSTWO NA RZECZ EDUKACJI FINANSOWEJ I PROGRAM OGÓLNOPOLSKI

Aby skutecznie krzewić edukację finansową, należy dostarczać ją w zintegrowanej formie. Dlatego powstało Partnerstwo na rzecz upowszechniania edukacji finansowej w Polsce, skupiające organizacje takie jak Microfinance Centre (MFC), Fundacja Edukacji dla Demokracji (FED), Fundacja Komunikacji Społecznej (FKS) i Fundacja Wspomagania Wsi (FWW) oraz 30 organizacji lokalnych. Ze względu na charakter edukacji finansowej, jak i liczną grupę docelową, współpraca instytucji publicznych, organizacji pozarządowych, instytucji finansowych i innych firm komercyjnych ma duże perspektywy i jest niezbędna w celu osiągnięcia wymiernego efektu w krótkim czasie.

Naszym celem jest, aby do roku 2015 grupa 5 milionów gospodarstw domowych o niskich dochodach¹ w Polsce została objęta wysokiej jakości edukacją finansową i miała stały dostęp do usług doradztwa finansowego dopasowanego do ich potrzeb. W tym celu od 2007 roku we współpracy z lokalnymi liderami i organizacjami tworzymy sieć punktów zajmujących się edukacją finansową, które docelowo obejmą cały kraj zapewniając każdej osobie o niskich dochodach w Polsce dostęp do wysokiej jakości edukacji finansowej. Organizacje, które zechcą działać w ramach sieci będą odpowiadały za organizację warsztatów i działania komunikacyjne.

Obecnie Partnerstwo na rzecz upowszechniania edukacji finansowej w Polsce realizuje na skalę ogólnopolską projekt finansowany przez Fundację Levi Strauss (2007-09), którego zadaniem jest stworze-

¹ Źródło: badanie przeprowadzone przez Microfinance Centre na reprezentatywnej próbie 1020 gospodarstw domowych o niskich dochodach w Polsce (Microenterprises, Low-Income Households' Aspirations for Self-Employment and Microcredit Market in Poland, Michał Matul i Marcin Rataj, Październik 2006).

nie modelu dystrybucji edukacji finansowej, opartej na sieci lokalnych punktów doradztwa finansowego. Tworzą je liderzy lokalnych społeczności, a wspierają i utrzymują – lokalne trójsektorowe koalicje.

Działalność punktów wymaga stosunkowo niewielkich nakładów. A im lepsza współpraca w partnerstwie, które je organizuje, tym mniejsze koszty i większa efektywność. Liderami partnerstw są różnorodne organizacje: organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, prywatne przedsiębiorstwa (jak choćby Bank Spółdzielczy), bądź też już istniejące koalicje organizacji.

W trakcie projektu pilotażowego finansowanego przez Citi Foundation przy współpracy z międzynarodową organizacją Microfinance Opportunities (2004-06), MFC stworzyło pakiet edukacyjny „Zaplanuj Swoją Przyszłość”. Jest to seria interaktywnych warsztatów z edukacji finansowej dla osób o niskich dochodach, które stały się modułem szkoleniowym Programu Przewodnik Domowych Finansów wykorzystywanym przez trenerów z organizacji tworzących sieć.

W 2008 roku rozpoczęła się realizacja Programu Przewodnika Domowych Finansów, polegającego na cyklu szkoleń dla trenerów z organizacji pozarządowych, których zadaniem była praca z osobami o najniższych dochodach korzystając z pakietu „Zaplanuj swoją przyszłość”. Dzięki projektowi udało się wyszkolić 34 trenerów z 18 organizacji w całej Polsce, którzy stali się liderami edukacji finansowej w naszym kraju.

W 2009 roku rozpoczęła się kolejna ogólnopolska edycja szkoleń z modułu „Zaplanuj swoją przyszłość” realizowana przez Fundację Wspomagania Wsi na obszarach wiejskich przy wsparciu Narodowego Banku Polskiego. Ma ona na celu dotarcie z edukacją na obszary wiejskie oraz zwiększenie liczby zaangażowanych w edukację finansową organizacji oraz lokalnych trenerów. W ramach projektu przeszkolonych zostało doda-

tkowych 150 trenerów z ok. 100 organizacji. Z tego 80 trenerów z 50 organizacji zrealizowało szkolenia i przeszkoliło 1045 osób z terenów wiejskich. Warsztaty „Zaplanuj Swoją Przyszłość” zostały poszerzone o zagadnienia związane z komunikacją społeczną, elementy pracy z komputerem przy prowadzeniu domowych finansów oraz bankowości elektronicznej.

Obecnie na terenie Polski 124 trenerów działa w 68 organizacjach i prowadzi działania związane z edukacją finansową. W celu wsparcia tych organizacji i osób, a także by rozszerzać Partnerstwo, doświadczenia z prowadzonych projektów zostały odzwierciedlone w niniejszym podręczniku oraz są rozpowszechniane na szczeblu lokalnym, regionalnym i centralnym.

W przyszłych latach Partnerstwo na rzecz Upowszechniania Edukacji Finansowej (PU) w Polsce planuje organizowanie dalszych szkoleń dla trenerów oraz organizacji lokalnych, a także opracowywanie nowych metod jeszcze skuteczniejszej komunikacji, edukacji oraz tworzenia partnerstw dla edukacji finansowej w społecznościach lokalnych.

Jeżeli już prowadzisz, chcesz rozpocząć, bądź wspierać program społeczny dla grup o niskich dochodach, szukasz sposobów aktywizacji lub uczenia zaradności i przedsiębiorczości osób z tej grupy, dołącz do nas. Ta publikacja pomoże Ci lepiej zrozumieć edukację finansową ludzi o niskich dochodach, dowiedzieć się jak skutecznie robią to inni, zaplanować własne działania, uzyskać praktyczne wskazówki i materiały oraz stać się Przewodnikiem Domowych Finansów współtworząc Partnerstwo.

Przyłącz się do nas! Czekamy na Ciebie!

SPIS TREŚCI

Partnerstwo na Rzecz Edukacji Finansowej i Program Ogólnopolski	3
Spis treści	5
Dlaczego edukacja finansowa jest ważna dla osób o niskich dochodach?	7
Przewodnik Domowych Finansów	11
Co to jest Przewodnik Domowych Finansów (PDF)?	11
Jak działa Przewodnik Domowych Finansów (PDF)?	12
Jak zostać Przewodnikiem Domowych Finansów?	13
Jak zostać certyfikowanym Trenerem Partnerstwa?	14
Kodeks Etyczny Trenerów Przewodnika Domowych Finansów	15
Praktyczne wskazówki dotyczące pracy PDF	17
Krok 1: Określenie celu	18
Przypadek Fundacji dla Środowiska	18
Krok 2: Określenie zakresu działań z edukacji finansowej	20
Krok 3: Określenie zasobów niezbędnych do prowadzenia działań z edukacji finansowej	20
Krok 4: Identyfikacja potencjalnych partnerów	21
Przypadek Stowarzyszenia Centrum Wolontariatu w Radomiu	22
Krok 5: Wspólne działania pilotażowe	25
Krok 6: Formalizacja współpracy	25
Krok 7: Zarządzanie partnerstwem lokalnym	25
Krok 8: Ocena działania partnerstwa	25
Krok 9: Rozszerzanie partnerstwa	26

Przewodnicy Domowych Finansów – studia przypadku	27
Stowarzyszenie Rozwoju Lokalnego NIWA	27
Informacje o Stowarzyszeniu Rozwoju Lokalnego NIWA	27
Działania NIWA w ramach PDF	27
Model PDF : „Partnerstwo sieciowe”	28
Centra Integracji Społecznej w Gdańsku oraz w Garczu (powiat kartuski)	28
Informacje o Centrum Integracji	28
Działania w ramach PDF	28
Model PDF: „Centrum wiedzy”	28
Fundacja Delos	29
Informacje o Fundacji Delos	29
Działania w ramach PDF	29
Model PDF: „Usługowy”	29
Komunikacja Idei Edukacji Finansowej oraz Marki PDF	31
Podstawowe informacje o PDF	31
Jak komunikować dla kogo jesteśmy?	31
Jak komunikować co robimy?	31
Misja PDF	32
Jak zainteresować edukacją finansową osoby o niskich dochodach?	32
Jak skutecznie kontaktować się z mediami?	32
Jak napisać informację prasową?	33
Jak przygotować ogłoszenie o szkoleniu?	35
Komunikacja w praktyce	35
Instrumentarium Przewodnika Domowych Finansów	37
Pakiety Edukacyjne	37
Pakiet podstawowy „Zaplanuj Swoją Przyszłość”	37
Moduły rozszerzające	39
Portal Edukacji Finansowej	39
Siatka Interesariuszy	40

DLACZEGO EDUKACJA FINANSOWA JEST WAŻNA DLA OSÓB O NISKICH DOCHODACH?

„[edukacja finansowa]... może pomóc w zaszczepieniu ludziom wiedzy finansowej niezbędnej do tworzenia budżetów gospodarstw domowych, inicjowania planów oszczędzania i podejmowania strategicznych decyzji inwestycyjnych. Takie planowanie finansowe może pomóc rodzinom w sprostaniu zobowiązaniom terminowym i maksymalizacji ich dobrobytu w długim okresie, szczególnie cenne jest zaś dla tych populacji, których nasz system finansowy tradycyjnie nie obsługuje w sposób dostateczny”.

(Alan Greenspan, 2002)

Około połowa ludzi w Polsce żyje w ubóstwie bądź jest nim zagrożona. Wśród nich ponad 9 milionów to osoby dorosłe o niskich dochodach, ale aktywnie poszukujące poprawy własnych warunków życia. Osoby te jednak rzadko oszczędzają, bo „nie ma z czego”, „żyją z dnia na dzień”, bo nie wierzą, że są w stanie zrealizować jakiegokolwiek cele w przyszłości. Z drugiej strony, często pożyczają, aby poradzić sobie ze spadającymi nagle „jak grom z jasnego nieba” kryzysami finansowymi, lub, aby kupić na raty dobra trwałego użytku, nie licząc się z konsekwencjami podjętych zobowiązań. W ich praktykach oszczędnościowych i pożyczkowych nie ma planu, strategii. Ta grupa społeczna jest zmuszona do tworzenia własnych praktyk i strategii finansowych metodą prób i błędów. Biorąc pod uwagę jej drobne zasoby, bardzo często płaci za to niebagatelną cenę, ograniczając szanse poprawy swoich warunków życia. Jednak mniej zamożni nie są skazani na niestabilną sytuację finansową, odpowiednia edukacja finansowa jest w stanie zmienić ten stan rzeczy. Celem edukacji finansowej jest nauka racjonalnego dysponowania pieniędzmi. Dzięki niej zmienia się postawa osób o niskich dochodach na taką, która pozwala przywrócić wiarę w możliwość wpływu na swój własny los. To zaś daje szansę, iż inne programy i działania społeczne organizacji pozarządowych czy też instytucji samorządowych i publicznych, skierowane do tej grupy będą skuteczniejsze. Chodzi, więc o nakłonienie Polaków do nauki przedsiębiorczości, rozumianej nie tylko jako tworzenie własnego biznesu, lecz przede

wszystkim – gospodarowania własnymi finansami i myślenia o przyszłości. Edukacja finansowa jest zatem kluczem do przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu oraz do udziału obywateli w życiu każdej społeczności.

CZY WIESZ ŻE...

- Tylko 35% gospodarstw domowych o niskich dochodach² uważa, że planowanie finansów i oszczędzanie ma sens.
- 87% gospodarstw nie planuje swojego budżetu na dłużej niż miesiąc, a 21% żyje z dnia na dzień.
- Tylko 15% z nich deklaruje, że często odkłada pieniądze na przyszłe wydatki, 45% nigdy tego nie robi.
- Spośród tych, co oszczędzają, 50% trzyma swe oszczędności w domu.
- Tylko 21% gospodarstw deklaruje, że oszczędza, aby zabezpieczyć się na starość.
- 24% gospodarstw spłaca teraz kredyt z formalnych źródeł, z czego 17% deklaruje, że ma problemy z bieżącą spłatą rat³.

Badania⁴ pokazują, że najważniejszymi tematami edukacji finansowej wśród gospodarstw domowych w Polsce są: długofalowe planowanie finansów domowych; systematyczność w oszczędzaniu; zarządzanie sytuacjami kryzysowymi i racjonalne pożyczanie; podstawy działania i oferty instytucji finansowych.

Edukacja finansowa ma charakter społeczny, a zarazem znaczny potencjał w rozwoju rynku i jest inwestycją dla społeczności lokalnych. Dąży, bowiem do poprawy warunków bytowych mniej zamożnych ludzi, podnosząc jednocześnie poziom ich świadomości rynkowej i siły nabywczej.

DŁUGOFALOWE PLANOWANIE FINANSÓW DOMOWYCH

Powszechnie występuje niechęć do planowania swoich finansów i bardzo krótki horyzont przyjmowany przy zarządzaniu swoimi zasobami. Wśród dorosłych uczestników projektu „Zaplanuj swoją przyszłość” (ZSP) blisko 30% żyło z dnia na dzień bez żadnego planowania, a tylko 9% wychodziło z planowaniem poza okres jednego miesiąca. Brak planowania długofalowego ma swoje źródło w przeświadczeniu, że posiadane środki są tak drobne, że nie ma sensu zawracać sobie nimi głowy. Tym samym, pieniądze „rozdrabniają się” na drobne sprawunki, co powoduje, że znaczna część rodzin nie jest w stanie samodzielnie finansować zarówno wydatków związanych z wydarzeniami nagłymi jak i przewidywalnymi w dłuższej perspektywie czasu.

SYSTEMATYCZNOŚĆ W OSZCZĘDZANIU

Większość ubogich gospodarstw domowych jest przeświadczona o tym, iż gromadzenie oszczędności jest w ich przypadku niemożliwe, bo mogą one zgromadzić jedynie bardzo małe sumy. Jednocześnie przeznaczają oni lwią część swojego budżetu na spłatę wziętych wcześniej pożyczek. Głównym źródłem takiej negatywnej postawy jest nieumiejętność trzymania się wcześniej wyznaczonych celów oszczędnościowych i brak odpowiednich narzędzi oszczędnościowych. Nieudane próby oszczędzania z przeszłości potęgują niechęć wobec oszczędzania.

²Gospodarstwa domowe o niskich dochodach są zdefiniowane jako mające dochód miesięczny niższy niż 850 zł na osobę.

³Źródło: badanie przeprowadzone przez Microfinance Centre na reprezentatywnej próbie 1020 gospodarstw domowych o niskich dochodach w Polsce (Microenterprises, Low-Income Households' Aspirations for Self-Employment and Microcredit Market in Poland, Michał Matul i Marcin Rataj, Październik 2006).

⁴Na podstawie badania jakościowego na temat potrzeb na edukację finansową wśród osób o niskich dochodach w Polsce, które zostało zrealizowane przez Microfinance Centre latem 2004 roku na terenie województwa kujawsko-pomorskiego. Badanie obejmowało 11 zogniskowanych wywiadów grupowych oraz 23 pogłębionych wywiadów indywidualnych z osobami o niskich dochodach. Wyniki badań jakościowych zostały wsparte analizą ilościową przy wykorzystaniu danych wtórnych. Szczegółowy raport z badania jest dostępny na www.edufin.org.pl.

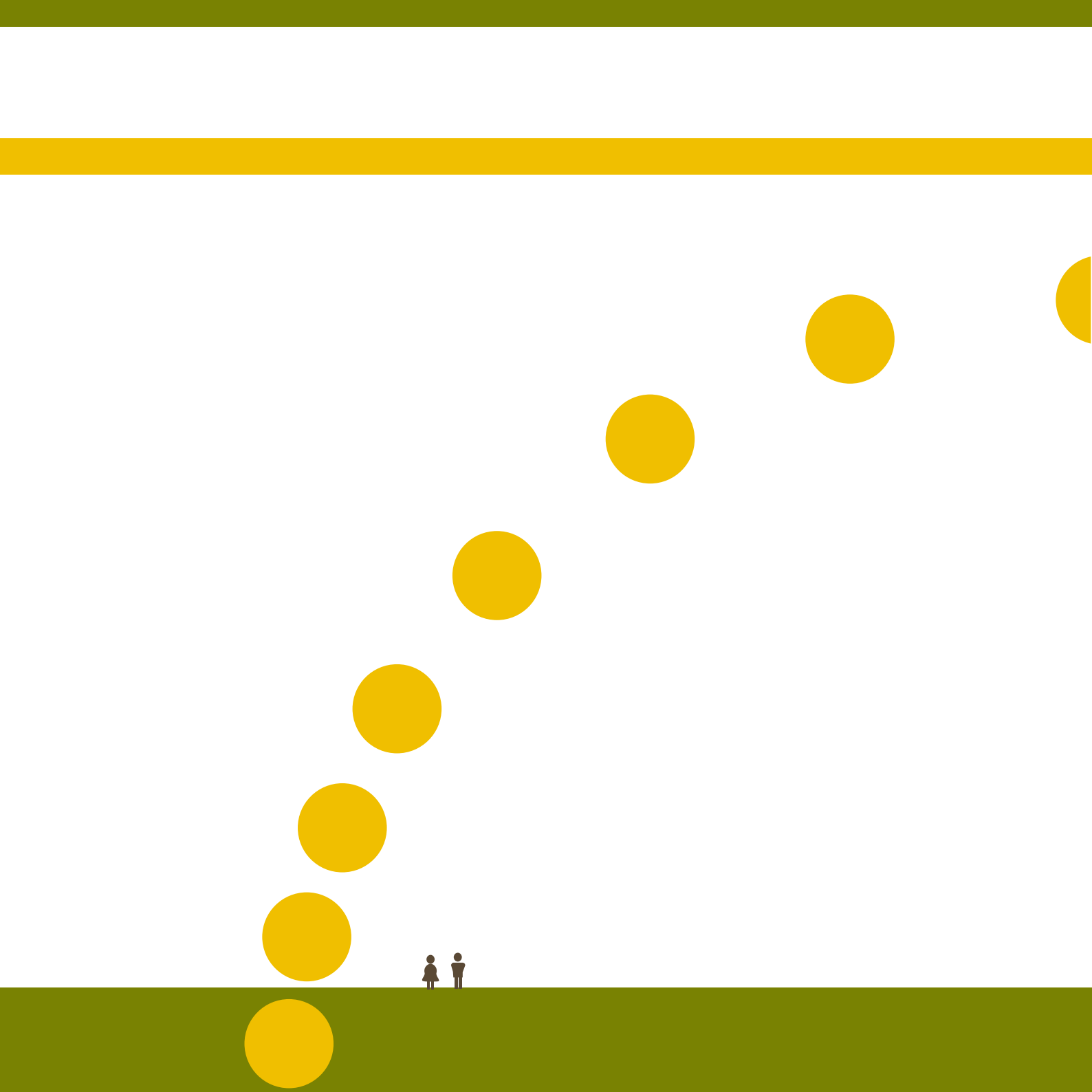
ZARZĄDZANIE SYTUACJAMI KRYZYSOWYMI ORAZ RACJONALNE POŻYCZANIE

Wśród osób o niskich dochodach pokutuje poddanie się i przekonanie o niemożności przygotowania się na nagłe wydatki, czego przykładem jest znikomy odsetek uczestników ZSP, którzy posiadali jakąkolwiek rezerwę na „czarną godzinę”. Brak sprawowania pełnej kontroli nad domowymi finansami powoduje, że gospodarstwa domowe o niskich dochodach bardzo często pożyczają z nieformalnych źródeł w sposób spontaniczny bez głębszej analizy ryzyka spłaty. Prowadzi to do poważnych problemów finansowych w dłuższym terminie.

PODSTAWY DZIAŁANIA INSTYTUCJI FINANSOWYCH I ICH OFERTY

Osoby o niskich dochodach znają ofertę rynkową w sposób bardzo wyrwykowy, nie zdając sobie sprawy z szerokiej gamy usług finansowych. Bank często kojarzy się tylko z kredytem. Znikome korzystanie z formalnych usług finansowych i niezrozumienie mechanizmów działania instytucji finansowych prowadzi do ograniczonego zaufania do banków i innych instytucji finansowych. 44% uczestników ZSP nie ufało formalnym instytucjom finansowym. Zaufanie było wyraźnie wyższe wśród uczestników dysponujących trochę większymi dochodami i korzystających częściej z usług finansowych.

Doświadczenia z pilotażowego projektu MFC – „Zaplanuj swoją przyszłość” w Polsce (2004-2006) udowodniły, iż możliwa jest zmiana negatywnych stereotypów związanych z gospodarowaniem domowymi finansami. Połowa uczestników warsztatów wyzbyła się negatywnych postaw związanych z planowaniem finansów i oszczędzaniem. Edukacja finansowa to dla społeczności lokalnych inwestycja, która pozwoli rozwiązać ważne problemy społeczne, a w przyszłości pomóc w rozwoju społeczności lokalnych.



PRZEWODNIK DOMOWYCH FINANSÓW

Co to jest Przewodnik Domowych Finansów (PDF)?

Przewodnicy Domowych Finansów to organizacje, instytucje, towarzystwa lub kluby, które decydują się na prowadzenie z osobami o niskich dochodach działań edukacyjno-doradczych oraz promocyjnych w zakresie finansów domowych. W ramach tych instytucji działają **Trenerzy**, którzy organizują cykle warsztatowe, doradzają, a także wspierają działania komunikacyjne i rozwijanie lokalnego partnerstwa wokół edukacji finansowej.

W sieci organizacji na Rzecz Edukacji Finansowej działają organizacje i instytucje o różnorodnym profilu: fundacje, stowarzyszenia, centra aktywności lokalnej, urzędy, ośrodki pomocy społecznej, Gminne oraz Miejskie Ośrodki Pomocy Społecznej.

Edukacja finansowa dla osób o niskich dochodach skierowana jest głównie do osób dorosłych, dlatego duże zainteresowanie tworzeniem sieci – Przewodników Domowych Finansów i partnerstw lokalnych na rzecz Edukacji Finansowej przejawiają organizacje i instytucje związane z usługami edukacyjnymi dorosłych (od szkół i uczelni kształcących młodych dorosłych po placówki aktywizacyjne). Organizacje te mogą uzupełnić swój program edukacyjny o ważny komponent, jakim jest edukacja finansowa, dająca podstawy do dalszego kształcenia związanego z przedsiębiorczością lub doksztalcaniem zawodowym.

Inną grupą organizacji, które działają w sieci Partnerstwa, są instytucje lokalne, które w swojej misji mają cele rozwojowe tj. zajmują się pomocą społeczną, mikrofinansami, fundacje zainteresowane rozwojem lokalnym oraz wspieraniem grup wykluczonych społecznie.

Wszystkie organizacje i instytucje, które przyłączają się do Partnerstwa i stają się Przewodnikami Domowych Finansów (PDF), dbają o trwałość, obiektywność, praktyczność i jakość swoich usług.



TRWAŁOŚĆ:

Trwałość podejmowanych działań Przewodników Domowych Finansów przejawia się w systematycznie prowadzonych działaniach promocyjnych, cykliczności organizowanych warsztatów, regularnie dostępnych porad w ustalonych godzinach w miejscach w społeczności lokalnej łatwo dostępnych dla osób o niskich dochodach. Zwykle Przewodnicy Domowych Finansów działają w ramach partnerstw lokalnych, aby zapewnić trwałość działaniom edukacji finansowej.

OBIEKTYWNOŚĆ:

Przewodnik Domowych Finansów prowadzi akcje promocyjne, które opierają się na prostych i przejrzystych przekazach. Przekazywane informacje powinny być obiektywne, oparte na faktach a nie przypuszczeniach, ukazywać zarówno potencjalne korzyści jak i ryzyka różnych decyzji finansowych.

PRAKTYCZNOŚĆ:

Działania edukacyjne prowadzone przez PDF są bardzo praktyczne. Wykorzystują metodykę nauczania dorosłych opartą na metodzie warsztatowej, która bazuje na pracy grupowej uczestników, studiach przypadków osób ze społeczności osób o niskich dochodach, rozwiązywaniu konkretnych problemów, wymianie dobrych praktyk między uczestnikami oraz wizytach studyjnych w różnych instytucjach finansowych. Dotyczą one podstawowych zagadnień zarządzania finansami osobistymi takimi jak: zarządzanie budżetem domowym, oszczędzanie, pożyczanie, planowanie, podstawowe informacje o usługach finansowych.

JAKOŚĆ USŁUG:

Każdy PDF pracuje z materiałami dopasowanymi do potrzeb i preferencji osób o niskich dochodach. Uczestnicy warsztatów oraz beneficjenci poradnictwa są regularnie konsultowani w celu oceny ich satysfakcji ze świadczonych usług, a także oceny efektywności usług we wspieraniu zmian w zarządzaniu domowymi finansami przez beneficjentów.

Jak działa Przewodnik Domowych Finansów (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 poradnictwo w zakresie domowych finansów.

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.

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.

Zwykle PDF oferuje w pierwszej kolejności warsztaty z edukacji finansowej. Następnie może podjąć się dostarczania edukacji lub poradnictwa z pogłębionej wiedzy o domowych finansach, we współpracy z potencjalnymi partnerami, wspierającymi lub współorganizującymi PDF. Zakres działania PDF rozwija się

wraz ze zdobywaniem przez Trenerów kolejnych kompetencji, związanych z usługami finansowymi i zarządzaniem finansami domowymi. Rozwijane są również kompetencje związane z „obsługą klienta” czyli umiejętności poprawiające zarządzanie relacjami z beneficjentami.

Jak zostać Przewodnikiem Domowych Finansów?

JEŻELI TWOJA ORGANIZACJA CHCE ZOSTAĆ PDF:

1. Wypełnij zgłoszenie na stronie www.edufin.org.pl oraz załącz swój plan działania. Przeszkol swoich pracowników na warsztacie dla trenerów „Zaplanuj Swoją Przyszłość”, lub nawiąż współpracę z certyfikowanymi w Programie trenerami.
2. Przeprowadź trzy pilotażowe warsztaty z beneficjentami oraz ocenę satysfakcji i zmiany postaw, umiejętności i wiedzy uczestników.
3. Prześlij nam informacje dotyczące ewaluacji przeprowadzonych szkoleń pilotażowych.
4. Weź udział w spotkaniu ewaluacyjnym.
5. Udokumentuj powstanie partnerstwa lokalnego, które pozwoli Ci trwale dostarczać usług edukacyjnych przez następny rok (środki finansowe, umowa z trenerami, rekrutacja beneficjentów, plan cyklu szkoleń lub terminarz usług doradczych, promocja, itd.).
6. Prowadź bieżące działania i informuj o swoich sukcesach innych PDF.

PDF zostaje organizacją, która przeszła pomyślnie wszystkie kroki opisane powyżej. Nadanie tytułu PDF następuje decyzją Ogólnopolskiego Partnerstwa na rzecz Edukacji Finansowej zwanego Partnerstwem na rzecz upowszechniania: MFC, FKS, FED i FWW.

Organizacja przyjęta do Partnerstwa jako Przewodnik Domowych Finansów ma za zadanie stworzyć Partnerstwo Lokalne na rzecz Edukacji Finansowej. Partnerstwo na rzecz upowszechniania wspólnie z lokalnymi PDF nazywane są Partnerstwem. PDF uzyskuje prawo do działania pod marką PDF, bezpłatnego wykorzystywania materiałów edukacyjnych, doradczych i promocyjnych wypracowanych przez Partnerstwo i dostępnych na portalu www.edufin.org.pl, a także udziału w różnych projektach realizowanych przez Partnerstwo.

Każdy Kandydat na Trenera i Trener PDF zostaje zaopatrzony w ulotki, które będą kalendarzykiem do planowania własnych wydatków. Ulotki będą jednocześnie wizytówką Przewodnika. Ulotki będą zawierały podstawowe informacje kontaktowe i będą zachęcały beneficjentów do kontaktów z PDF.

PDF w swoim działaniu powinien kierować się zaleceniami związanymi ze stosowaniem marki PDF (opisanymi w prezentacji PDF dołączonej do podręcznika), etyką (zawartą w Kodeksie Etycznym PDF) oraz dobrem beneficjentów i Partnerstwa. PDF, aby utrzymać swój tytuł, ma obowiązek:

- regularnego dostarczania usług w zakresie edukacji finansowej:
 - organizacja posiadająca status PDF powinna udzielać informacji na temat prowadzonych kursów oraz prowadzić dyżury przynajmniej raz w miesiącu podczas, których udzielane będą proste porady finansowe. Głównym zdaniem trenera jest jednak zapraszanie chętnych na kursy edukacji finansowej,
 - w przypadku działalności szkoleniowej, PDF powinien ustalić cykliczność kursów i zapewnić przeprowadzenie minimum 3 dodatkowych kursów rocznie,
 - w przypadku działalności promocyjnej, PDF powinien opracować i na bieżąco realizować plan komunikacji zawarty w rocznym planie przedstawionym w zgłoszeniu deklaracji przystąpienia do PDF wypełnionym na stronie internetowej www.edufin.org.pl;
- przedstawienia rocznego raportu Partnerstwu na rzecz upowszechniania o rezultatach swoich działań w zakresie promocji, edukacji i/lub doradztwa (format raportu znajduje się na stronie www.edufin.org.pl);

- dzielenia się z innymi PDF krótkimi informacjami o prowadzonej działalności w terenie. Oczekuje się, że przynajmniej raz na rok, każdy z PDF, razem z rocznym raportem prześle min. 10 zdjęć ze szkoleń lub innych organizowanych wydarzeń wraz z opisami. Materiały zostaną zamieszczone na stronach www.edufin.pl;
- aktywnego uczestniczenia w projektach Partnerstwa mających na celu wypracowanie nowych metod skutecznego dotarcia do osób o niskich dochodach, nowych materiałów edukacyjnych i doradczych, oceny wpływu edukacji finansowej na zachowania finansowe grupy docelowej, itp.;
- promowania Partnerstwa wśród społeczności lokalnej.

W przypadku braku aktywności organizacji PDF, Partnerstwo na rzecz upowszechniania może zawiesić lub odebrać tytuł PDF. W tym przypadku, organizacja lub osoba nie może posługiwać się tytułem, logiem, materiałami ani powoływać się na związek z Partnerstwem bez wcześniejszego przywrócenia tytułu.

Organizacje, które chcą włączyć się do Programu i stać się Przewodnikiem Domowych Finansów, w pierwszej kolejności potrzebują jasno określić w jaki sposób chcą realizować działalność edukacyjno-doradczą. Jednym z rozwiązań jest wykształcenie Trenera-doradcy spośród pracowników organizacji. Innym podejściem jest nawiązanie długookresowej współpracy z certyfikowanymi trenerami-doradcami Programu. W obu przypadkach, potrzebna będzie wydelegowana osoba do koordynacji wszystkich funkcji PDF: planowania oraz monitorowania implementacji działań, komunikacji z beneficjentami, partnerami, społecznością lokalną, organizacji szkoleń i/lub poradnictwa, kontaktu z Partnerstwem na rzecz upowszechniania edukacji finansowej w Polsce.

Jak zostać certyfikowanym Trenerem Partnerstwa?

W partnerstwie usługi edukacyjno-doradcze są dostarczane jedynie przez certyfikowanych trenerów. Kandydaci na trenerów są szkoleni przez Starszych Trenerów również przy udziale Kandydatów na Starszych Trenerów.

ABY ZOSTAĆ KANDYDATEM NA TRENERA NALEŻY:

- ukończyć 25-godzinny kurs z edukacji finansowej dla trenerów przy wykorzystaniu materiałów „Zaplanuj Swoją Przyszłość”, po którym każdy zostaje wpisany do rejestru Kandydatów na Trenera.

ABY ZOSTAĆ TRENEREM PDF (TRENER EDUKACJI FINANSOWEJ I STOPNIA) NALEŻY:

- przejść organizowane przez Partnerstwo 24 godzinne szkolenie z zakresu prowadzenia warsztatów z edukacji finansowej w oparciu o pakiet szkoleniowy „Zaplanuj Swoją Przyszłość” (zagadnienia z zakresu: analizy budżetu i celów finansowych gospodarstwa domowego, sposobów i możliwości oszczędzania, zasad racjonalnego pożyczania, tworzenie planu finansowego),
- przeprowadzić 3 warsztaty z ludźmi o niskich dochodach i dostarczyć danych potrzebnych do ewaluacji (z form ewaluacyjnych),
- aby pozostać w rejestrze certyfikowanych trenerów – należy dostarczyć co kwartał dane na temat zasięgu działań z edukacji finansowej (liczba uczestników).

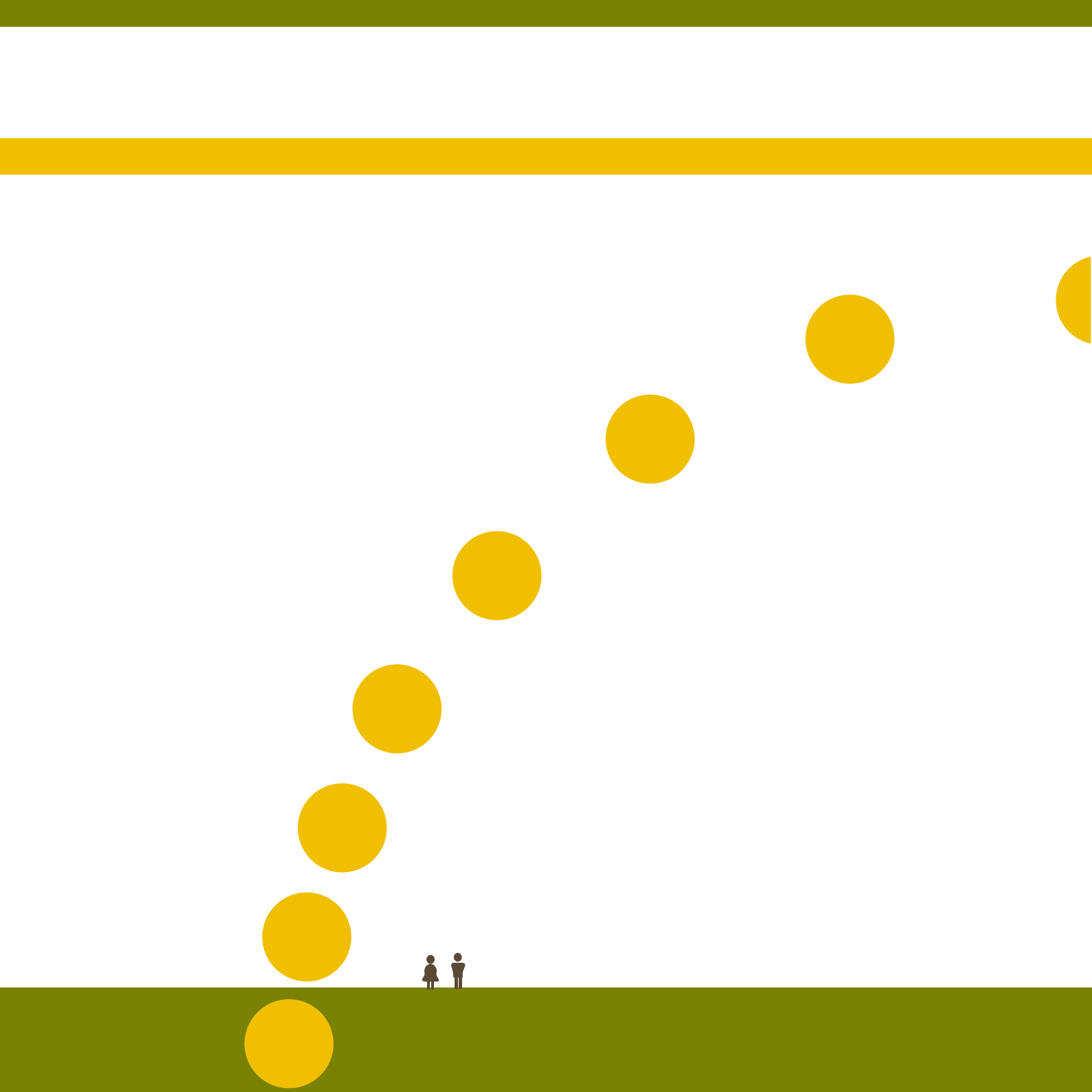
ŻEBY ZOSTAĆ STARSZYM TRENEREM PDF (TRENER EDUKACJI FINANSOWEJ II STOPNIA) NALEŻY:

- posiadać status Trenera PDF (Trener edukacji finansowej I stopnia),
- przeprowadzić co najmniej 5 szkoleń z kandydatami na Trenerów z udziałem Starszego Trenera,

- Uzyskać pozytywną opinię Partnerstwa na temat prowadzonej działalności PDF i umiejętności trenerskich. Dodatkowo Trenerzy mają możliwość poszerzania wiedzy na temat konkretnych zagadnień finansowych oraz komunikacyjnych w ramach organizowanych przez Partnerstwo na rzecz upowszechniania edukacji finansowej w Polsce specjalistycznych kursów.

Kodeks Etyczny Trenerów Przewodnika Domowych Finansów

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 jedyłą formą przekazywania informacji (bez danych osobowych beneficjen-
ta, lub jakichkolwiek innych umożliwiających jego identyfikację) jest komunikacja w ramach PDF w skład której wchodzi (internet, 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, 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 informacji na temat sponsorów i partnerów lokalnych mogą pojawiać się na dodatkowej okładce.



PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI DOTYCZĄCE PRACY PDF

NAJPOWSZECHNIEJSZĄ I NAJSKUTECZNIEJSZĄ STRATEGIĄ ZAPEWNIAJĄCĄ TRWAŁOŚĆ PDF JEST BUDOWANIE LOKALNYCH PARTNERSTW.

Budowa partnerstwa lokalnego, które jest wsparciem dla działań PDF:

- promuje ideę Programu PDF oraz edukacji finansowej wśród grup o niskich dochodach korzystając z kontaktów partnerów,
- promuje markę Programu PDF w społeczności lokalnej i wśród różnych instytucji, które mogą pomóc w realizacji Programu edukacji finansowej lokalnie,
- uwiarygodnia lidera partnerstwa.

Aby powołać trwałe partnerstwo, należy podjąć następujące kroki:

1. Zdefiniować cel jako dobro wspólne. Czyli zastanowić się co jest dobrem istotnym dla społeczności w której się działa.
2. Zdefiniować cele własnej organizacji w zakresie dostarczania edukacji finansowej.
3. Określić zasoby potrzebne do realizacji działań.
4. Zidentyfikować potencjalnych partnerów, którzy posiadają potrzebne zasoby oraz motywację do współpracy.
5. Podjąć działania pilotażowe w celu nawiązania współpracy.
6. Sformalizować współpracę.
7. Zarządzać partnerstwem.
8. Regularnie oceniać funkcjonowanie partnerstwa.
9. Rozszerzyć sieć partnerów.

Krok 1: Określenie celu

Jednym z najważniejszych celów działania partnerstwa jest realizacja zadań, które służą dobru wspólnemu danej społeczności. Wiele organizacji i partnerstw nakierowuje swoje cele na rozwiązywanie problemów. Takie podejście nie daje wizji przyszłości, ani możliwości szerszego działania. Koncentrowanie się wyłącznie na problemie ogranicza możliwość pozyskania większej liczby partnerów, a także może prowadzić do pułapki komunikacyjnej. Dzieje się tak, kiedy skupiamy się na problemie, a mało mówimy o jego rozwiązaniu. Najlepszą płaszczyzną budowania relacji z grupami ważnymi dla powodzenia Programu – organizacjami, instytucjami i osobami są wspólne wartości, tymi wartościami dla każdego środowiska lokalnego jest to, co definiujemy jako dobro dla danej społeczności.

- lokalne konkursy grantowe aktywizujące społeczności (oprócz wiedzy z zarządzania projektami i mobilizacji społeczności lokalnej, efektywne zarządzanie dostępnym budżetem);
- edukacji ekologicznej dla osób dorosłych z zakresu zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego (optymalne wykorzystanie dostępnych zasobów i wiedzy);
- aktywizacji środowiska akademickiego i wykorzystania pełnego potencjału uczelni wyższych na rzecz społeczności lokalnych;
- wsparcia środowisk lokalnych i małych organizacji społecznych z obszarów wiejskich;
- możliwość uruchomienia nowych kursów e-learningowych;
- wzmocnienie partnerstwa wielosektorowego powołanego i zarządzanego przez Fundację.

Organizacja określiła, że dobrem dla społeczności lokalnej jest potencjał wynikający z przedsiębiorczości młodego pokolenia ludzi, który w przyszłości wpływa pozytywnie na rozwój lokalny.

Przypadek Fundacji dla Środowiska

Fundacja Nauka dla Środowiska powstała w 2003 roku. To niezależna organizacja pozarządowa integrująca środowiska akademickie, media, samorządy, biznes oraz miłośników przyrody, lokalnych liderów i środowiska młodzieżowe. Misją Fundacji Nauka dla Środowiska jest wdrażanie w życie idei zrównoważonego rozwoju przy optymalnym wykorzystaniu potencjału naukowo-badawczego oraz dostępnych zasobów przyrodniczych i społecznych. Działa w czterech obszarach aktywności: edukacja ekologiczna, rozwój lokalny, aktywność młodzieżowa, zrównoważony rozwój.

W działaniach długoterminowych, podjętych przez organizację, edukacja finansowa w formie działań szkoleniowych i promocyjnych stanowi wzmocnienie działających już projektów społecznych, takich jak:

Organizacja wybrała potencjalnych partnerów spośród grupy współpracujących na rzecz lokalnego rozwoju instytucji i osób indywidualnych. Płaszczyzną komunikacji ze wszystkimi grupami tzw. interesariuszami było patrzenie na dobro wspólne jakie może być osiągnięte dzięki współpracy. W drugiej kolejności niezwykle istotne było przedstawienie przez inicjatora partnerstwa korzyści partykularnych dla poszczególnych partnerów.

Fundacja jasno zidentyfikowała tych, którzy mogą jej pomóc w tworzeniu PDF-a, już na początku działań związanych z jego tworzeniem określiła potencjał każdego z potencjalnych partnerów:

Nazwa partnera	Typ instytucji ⁵	Lider/ partner projektu	Kluczowe kompetencje ważne z punktu widzenia projektu /partnerstwa	Wkład partnera w realizację projektu
Polskie Towarzystwo Ekonomiczne oddział Koszalin	NGO	partner	Ugruntowana marka, nawiązana współpraca z niezależnymi księgowymi i doradcami finansowymi oraz liczne kontakty z bankami i lokalnymi autorytetami	Pomoc merytoryczna
Koszalińska Izba Przemysłowo-Handlowa	NGO- przedsiębiorcy	partner	Kontakt z sektorem biznesu – potencjonalnymi sponsorami. Sala komputerowa i wykładowa dostosowana do potrzeb osób niepełnosprawnych; ugruntowany kontakt ze środowiskiem osób niepełnosprawnych – potencjalnych odbiorców programu	Pomoc merytoryczna
Politechnika Koszalińska	Uczelnia Wyższa	partner	Współpraca z Wydziałem Ekonomii i Studenckimi Klubami, Kołami Naukowymi zajmującymi się ekonomią i jej różnymi aspektami	Pomoc merytoryczna, organizacyjna i logistyczna

Dalszym krokiem była realizacja projektów z poszczególnymi partnerami. Fundacja rozpoczęła cykl szkoleń z udziałem studentów Politechniki Koszalińskiej, co było możliwe m.in. dzięki aktywnym studentom pozyskującym środki zewnętrzne.

Dalszy rozwój działań był możliwy dzięki udziałowi Fundacji w Środkowopomorskiej Lokalnej Grupie Działania w działaniach dotyczących planów operacyjnych, skierowanych na obszary wiejskie w ramach programu Leader.

Poprzez współpracę z lokalnymi mediami – audycje radiowe w Polskim Radiu Koszalin oraz informacje prasowe, Fundacja zaczęła promować ideę edukacji finansowej jako nowego i skutecznego sposobu na poradzenie sobie z kłopotami finansowymi. Wynikiem działań komunikacyjnych było zainicjowanie nowego programu wśród lokalnych liderów – reprezentantów sektora biznesu, samorządu, organizacji pozarządowych.

Poprzez współpracę z sektorem przedsiębiorców – z Koszalińską Izbą Przemysłowo-Handlową oraz NGO – Polskim Towarzystwem Ekonomicznym w Koszalinie, Fundacja przygotowała wniosek aplikacyjny do Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na działania szkoleniowe Działanie 9.5 – Oddolne inicjatywy edukacyjne na obszarach wiejskich.

Organizacja zbudowała partnerstwo wokół dobra wspólnego, które stało się istotną płaszczyzną porozumienia dla aktorów środowiska lokalnego. Dzięki temu łatwiejsze było budowanie relacji z różnymi partnerami. Dodatkowo zrozumienie ich partykularnych celów dawało dodatkowe argumenty do rozmowy i wspólnego przygotowania wniosku na projekt, którego realizacja daje możliwość przetestowania partnerstwa w działaniu. Takie podejście daje niewątpliwie ogromne szanse powodzenia i trwałego partnerstwa.

Krok 2: Określenie zakresu działań z edukacji finansowej

W drugiej kolejności należy zidentyfikować problemy jakie przeszkadzają w osiągnięciu tego dobra i określić cele organizacji dotyczące zakresu oferowanych usług edukacji finansowej. Jak pokazują doświadczenia Partnerstwa, organizacje mogą integrować edukację finansową w istniejące już programy lub podejmować nowe dedykowane działania.

Edukacja finansowa dobrze działa, gdy jest oparta na lokalnym partnerstwie oraz gdy jest „wpisana” w bardziej ogólne ramy działań lokalnych różnych organizacji, zmierzających do walki z ubóstwem lub pobudzania przedsiębiorczości. Edukacja finansowa i doradztwo w domowych finansach mogą stać się elementem kursów dla beneficjentów opieki społecznej, programów aktywizacji zawodowej, resocjalizacji, czy edukacji dla młodzieży.

Krok 3: Określenie zasobów niezbędnych do prowadzenia działań z edukacji finansowej

Kiedy organizacja ma jasną wizję swoich działań w obszarze edukacji finansowej, następnym krokiem jest zidentyfikowanie niezbędnych zasobów do ich przeprowadzenia. Są to:

- wiedza z zakresu finansów domowych,
- umiejętności przekazywania wiedzy dorosłym/młodzieży w formie szkoleniowej lub doradczej,
- środki finansowe na opłacenie trenerów, doradców, personel administracyjny, itd.,
- pomieszczenie na przeprowadzenie szkoleń lub organizacji poradnictwa,

- materiały na szkolenie – flipczarty, markery,
- materiały informacyjne – zawartość, druk dla uczestników,
- umiejętności w zakresie promowania edukacji finansowej wśród osób o niskich dochodach,
- baza beneficjentów, ich zaufanie oraz skuteczne sposoby dotarcia do nich z informacją,
- inne.

PRAKTYCZNE RADY DOTYCZĄCE POZYSKIWANIA RÓŻNYCH ZASOBÓW

Tabela: Pozyskiwanie zasobów

Gdzie szukać środków finansowych?

- Fundusze Unijne (programy operacyjne)
- Ośrodki Pomocy Społecznej (środki budżetowe)
- Powiatowe Centra Pomocy Rodzinie (środki budżetowe)
- Samorządy (środki budżetowe przeznaczone na aktywizację bezrobotnych i osób o niskich dochodach tzw. budżet „kapslowy”)
- Lokalne agencje rozwoju (środki budżetowe przeznaczone na przedsiębiorczość, uzupełnienie programów zawodowych i/lub dokształcających skierowanych do pracowników przedsiębiorstw lub/i osób kształconych zawodowo, jako wsparcie w ich lepszym funkcjonowaniu w sferze gospodarczej)
- Fundusz Inicjatyw Obywatelskich (środki przeznaczone na wsparcie lokalnych partnerstw)

Jak rekrutować osoby o niskich dochodach?

- Wojewódzkie Urzędy Pracy i ich biura karier: jako pośrednicy w informowaniu o edukacji finansowej - kanał dystrybucji informacji oraz potencjalnie – możliwość organizacji warsztatów dla beneficjentów WUP.
- Poparcie decydentów i samorządu lokalnego, ewentualnie innych władz na poziomie powiatu, starostwa, czy nawet województwa.

- Wsparcie merytoryczne oraz organizacyjne powiatowych (ewentualnie miejskich) Rzeczników Praw Konsumenta.
- Parafie – poprzez informowanie, a nawet zachęcanie do udziału w szkoleniach.
- Pozarządowe organizacje sieciowe (ogólnopolskie oraz regionalne), takie jak PCK, OHP, Lokalne Grupy Działania, Partnerstwa na Rzecz Rozwoju, Centrum Wolontariatu; tego typu organizacje mają sieć dystrybucji informacji, a często prowadzą programy, które są skierowane do grupy docelowej Programu PDF lub posiadają zbieżne cele strategiczne.
- Banki Spółdzielcze – często wspierające lokalne działania na rzecz społeczności, w której funkcjonują.

Jak pozyskiwać informacje o dostępnych usługach finansowych w społeczności lokalnej?

Są pozyskiwane poprzez kontakt z bankami oraz instytucjami finansowymi. Dostarczają one materiałów promocyjnych, które następnie są omawiane przez trenerów warsztatów PDF. Zapraszanie przedstawicieli banków na szkolenia, nawet, jeśli deklarują oni jedynie chęć poinformowania o zasadach, a nie o konkretnych usługach finansowych jest niezgodne z Kodeksem Etycznym Przewodnika i jest niebezpieczną praktyką.

Krok 4: Identyfikacja potencjalnych partnerów

Kiedy działania i potrzebne zasoby do ich realizacji zostaną rozpoznane, PDF może stwierdzić, które z zasobów już posiada lub może/chce pozyskać sam (np. inwestując w umiejętności i wiedzę szkoleniową swoich pracowników, aby zbudować kompetencje organizacyjne w tym zakresie), a które będzie pozyskiwał poprzez współpracę z innymi organizacjami.

W tym celu warto zidentyfikować potencjalnych partnerów, którzy mogą być pomocni w zapewnieniu brakujących kompetencji lub zasobów oraz będą wsparciem dla skutecznego przeprowadzenia planowanych działań. Warto jest rozpocząć poszukiwanie partnerów od przyjrzenia się organizacjom, z którymi podejmowało się już wcześniej skuteczne wspólne działania, a później rozszerzyć tą listę o nowych kandydatów. Potencjalne partnerstwo z każdą z organizacji powinno być rozpatrzone z kilku perspektyw, tak, aby:

- zrozumieć cele i motywacje organizacji, aby ocenić jej potencjał na trwałe zaangażowanie się w działanie,
- zidentyfikować obecne i przyszłe zasoby organizacji, które potencjalnie chciałaby ona zaangażować w działania partnerskie,
- zdefiniować potencjalne role/rolę, jaką organizacja mogłaby podjąć w partnerstwie.

zwiększa dostępność swoich usług dla osób o niskich dochodach, a także buduje wiarygodność organizacji w społeczności lokalnej. Co za tym idzie, z czasem coraz więcej potencjalnych beneficjentów i partnerów, dowiadując się o programie i jego stale poprawiających się rezultatach, jest zmotywowanych do zaangażowania się we wspieranie programu. Organizacja zdobywa coraz więcej środków finansowych, nowych partnerów z szerszymi bazami beneficjentów oraz obserwuje stale rosnące poparcie dla swoich działań ze strony lokalnej społeczności, administracji i prasy.

Przypadek Stowarzyszenia Centrum Wolontariatu w Radomiu

Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Radomiu powstało w roku 2006. Podstawowym działaniem SCW jest wspieranie wolontariatu, które ma na celu aktywizację obywateli, poprzez dostarczenie im wiedzy i umiejętności, które pozwolą na aktywny udział w życiu wspólnoty lokalnej. Jedną z głównych aktywności Stowarzyszenia są różne formy poradnictwa obywatelskiego, również w zakresie edukacji finansowej.

Przykład Centrum Stowarzyszenia Wolontariatu to typ PDF, który integruje edukację finansową w swój portfel różnych działań skierowanych do grupy osób o niskich dochodach oraz zachęca inne organizacje do udostępniania swojego potencjału i zasobów w celu wsparcia jej działań.

Dzięki wykorzystaniu nie tylko bazy własnej beneficjentów, ale działając również przez sieć partnerów, organizacji udaje się osiągnąć efekt skali. Dzięki tej współpracy organizacja

Głównym wyzwaniem dla SCW, aby prowadzić skuteczne działania, była rekrutacja beneficjentów. W związku z tym, organizacja skoncentrowała swoje poszukiwania potencjalnych partnerów analizując ich możliwości dotarcia do osób o niskich dochodach.

Przykład tej analizy przedstawia poniższa tabela:

Nazwa partnera	Typ instytucji ⁶	Osoba kontaktowa	Kluczowe kompetencje ważne z punktu widzenia projektu/partnerstwa	Wkład partnera w realizację projektu
Wojewódzki Urząd Pracy filia w Radomiu	Jednostka samorządowa	Kierownik Centrum Zawodów	<ul style="list-style-type: none"> - znajomość rynku pracy, - prowadzenie doradztwa zawodowego wśród osób poszukujących pracy - rodziny o niskich dochodach 	<ul style="list-style-type: none"> - pomieszczenia - promocja edukacji finansowej na terenie urzędu oraz w czasie organizowanych Targów Pracy, Targów Szkół Wyższych pod patronatem Prezydenta Miasta Radomia - prezentacje i wykłady dla młodzieży - rekrutacja klientów WUP na zajęcia warsztatowe z edukacji finansowej
Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej w Radomiu (Klub Integracji Społecznej, Dom dla Bezdomnych Kobiet, Dom dla Bezdomnych Mężczyzn)	Ośrodek pomocy społecznej	Kierownik działu pracy socjalnej, Kierownik Domu dla Bezdomnych Kobiet	<ul style="list-style-type: none"> - kontakt z rodzinami o niskich dochodach, - wiedza z zakresu wspierania i pomocy osobom i rodzinom o niskich dochodach 	<ul style="list-style-type: none"> - organizacja spotkań z pracownikami socjalnymi) oraz w czasie Festynów Rodzinnych (stoisko promocyjne) - rekrutacja klientów MOPS, głównie uczestników zajęć Klubu Integracji Społecznej oraz mieszkańców domów dla osób bezdomnych

⁶Stowarzyszenie/Fundacja/Jednostka samorządowa/Ośrodek pomocy społecznej/Bank/Bank spółdzielczy/Przedsiębiorstwo itp.

Ochotniczy Hufiec Pracy w Radomiu	Jednostka samorządowa	Dyrektor	<ul style="list-style-type: none"> - praca z młodzieżą - prowadzenie zajęć edukacyjnych z zakresu kompetencji społecznych - świadomość potrzeby promocji edukacji finansowej wśród młodych ludzi korzystania przez nich z usług finansowych 	<ul style="list-style-type: none"> - umożliwienie kontaktu z młodzieżą - organizacja spotkań promocyjnych - uczestnictwo w Targach Pracy dla młodzieży, stoisko promocyjne - współpraca z młodzieżowym klubem pracy
Szkoły: II LO im. M. Konopnickiej w Radomiu, PG nr 22 w Radomiu, PSP nr 6 w Radomiu, PSP nr 25 w Radomiu	Jednostka samorządowa	Dyrektor i wytypowani nauczyciele	<ul style="list-style-type: none"> - promowanie postaw przedsiębiorczych wśród dzieci i młodzieży, korzystania z usług bankowych (poszerzanie oferty zajęć pozalekcyjnych, zagospodarowywanie czasu wolnego, nauki oszczędzania) 	<ul style="list-style-type: none"> - pomieszczenia - promocja - rekrutacja uczniów do uczestnictwa w zajęciach, informowanie ich rodziców o lokalnym punkcie doradztwa finansowego
Poradnia Psychologiczno Pedagogiczna nr 3 w Radomiu	Jednostka samorządowa	Koordinator działu doradztwa zawodowego	<ul style="list-style-type: none"> - prowadzenie doradztwa zawodowego wśród młodzieży i ich rodziców 	<ul style="list-style-type: none"> - pomieszczenia - zorganizowanie spotkania informacyjnego z doradcami zawodowymi pracującymi w poradni oraz w szkolnych ośrodkach kariery na terenie Radomia–prezentacja programu „Zaplanuj swoją przyszłość”, ustalenie terminarza prowadzenia zajęć edukacyjnych w szkołach w roku szkolnym 2008/2009
Lokalne media: Radio PLUS, Radio Rekord		Dziennikarze	<ul style="list-style-type: none"> - działalność informacyjna 	<ul style="list-style-type: none"> - promocja lokalnego punktu doradztwa finansowego i programu „Zaplanuj swoją przyszłość”

Krok 5: Wspólne działania pilotażowe

Kiedy zidentyfikujemy kluczowych dla działań PDF partnerów, należy podjąć niezbędne kroki, aby taką instytucję zainteresować zaangażowaniem się w partnerstwo. Dobrym sposobem na zbudowanie podstaw długookresowej współpracy jest przeprowadzenie wspólnych działań pilotażowych. Pozwala to zainteresować potencjalnych partnerów tematyką edukacji finansowej, zademonstrować realne korzyści oraz koszty wspólnego przedsięwzięcia, jak i dać obu partnerom możliwość przetestowania współpracy przed sformalizowaniem tej relacji.

Krok 6: Formalizacja współpracy

Kiedy wszystkie strony zdecydowały się na podjęcie wspólnych działań, ważny jest jasny podział ról w partnerstwie, a także wyznaczenia lidera oraz stworzenia zespołu, który zapewni sprawną koordynację działań. Dobrze sprawdzają się zespoły tworzone z pracowników reprezentujących każdą z organizacji. Przydatne jest sformalizowanie partnerstwa w ramach umowy partnerskiej.

Krok 7: Zarządzanie partnerstwem lokalnym

**ABY PARTNERSTWO SPRAWNIE FUNKCJONOWAŁO
W DŁUGIM OKRESIE WAŻNE SĄ NASTĘPUJĄCE
CZYNNIKI:**

- „Dobra wola” liderów organizacji/instytucji do nawiązania i kontynuowania współpracy;

- Przekonanie decydentów w każdej z instytucji partnerskich o ważności współpracy;
- Efektywna wewnętrzna organizacja partnerstwa umożliwiająca skuteczną komunikację między partnerami oraz koordynowanie działań;
- Jasny podział kompetencji i obowiązków, który powinien być spisany w umowie o partnerstwie;
- Przejrzysty wspólnie wypracowany plan, nakreślający sposób osiągnięcia konkretnych rezultatów. Ważne jest, aby plan ten był na bieżąco monitorowany, a także regularnie aktualizowany, aby uwzględnić pojawiające się nowe możliwości oraz ewentualne problemy;
- Wspólna i spójna promocja działań i wyników partnerstwa w celu wzmocnienia reputacji, podniesienia świadomości społeczności lokalnej oraz potencjalnych partnerów w zakresie działań z edukacji finansowej;
- Regularna ocena funkcjonowania partnerstwa w celu wprowadzania korygujących zmian.

Krok 8: Ocena działania partnerstwa

Ocenę działalności partnerstwa warto przeprowadzać co dwa lata w gronie instytucji tworzących partnerstwo lokalne. Zdąrza się, że w wyniku prowadzenia projektów, które realizują doraźne cele, organizacje tracą wizję wspólnego dobra dla którego zostało powołane partnerstwo. Warto poruszyć jeszcze raz kwestie tego po co partnerstwo zostało powołane, jak zmieniły się cele i priorytety poszczególnych partnerów, czy wszyscy mają chęć dalszej współpracy i w jakiej formie, oraz co należałoby poprawić. Regularnie podejmowana ocena pozwala przypomnieć organizacjom tworzącym partnerstwo cele, dla którego zostało ono powołane. Jest także okazją do przedyskutowania priorytetów oraz działań partnerstwa, potwierdzenia chęci funkcjonowania współpracy i jej formy oraz wprowadzenia zmian w jego funkcjonowaniu w celu poprawienia skuteczności wspólnego działania.

Krok 9: Rozszerzanie partnerstwa

W miarę upływu czasu możliwości rozszerzania partnerstw lokalnych rosną. Efektywna współpraca z jednym partnerem uruchamia proces „kuli śnieżnej” w pozyskiwaniu nowych partnerów, środków, rozszerzania bazy beneficjentów. Zadowolony ze współpracy partner chętnie poleca PDF innym swoim organizacjom współpracującym. Efektywne partnerstwo przynosi powielone efekty w zakresie dotarcia do beneficjenta i promocji wzmacniając reputację PDF i partnerów, co z kolei przyciąga nowe organizacje do współpracy. Kluczowym czynnikiem sukcesu jest więc stworzenie dobrego trzonu partnerstwa na początku działań PDF, który będzie stanowił dobrą podstawę dla jego szybkiego rozwoju.

PRZEWODNICY DOMOWYCH FINANSÓW – STUDIA PRZYPADKU (STAN NA STYCZEŃ 2010)

Stowarzyszenie Rozwoju Lokalnego NIWA

INFORMACJE O STOWARZYSZENIU ROZWOJU LOKALNEGO NIWA

NIWA działa w powiecie tomaszowskim, w województwie lubelskim od 2006 roku. Misją Niwy jest promowanie rozwoju w dziedzinie gospodarki, kultury, oświaty i sportu. Organizacja prowadzi m.in. akcje charytatywne, organizuje imprezy kulturalne, jest liderem projektu stypendialnego dla uzdolnionych uczniów szkół średnich, prowadzi szkolenia z edukacji finansowej oraz wspiera aktywizację młodzieży poprzez program mini-grantów „Aktywizator”.

DZIAŁANIA NIWA W RAMACH PDF

W ramach działalności w zakresie edukacji finansowej NIWA prowadzi działalność szkoleniową we współpracy z różnymi organizacjami:

- Specjalistycznym Ośrodkiem Wsparcia w Tyszowcach
- Ośrodkiem Interwencji Kryzysowej w Tomaszowie
- Zakładem Karnym w Zamościu
- Stowarzyszeniem na Rzecz Rozwoju Gminy Krynice.

Oraz kolejne – w gminie Rachanie, w partnerstwie z:

- Ośrodkiem pomocy społecznej w gminie Rachanie
- Starostwem Powiatowym i Centrum Pomocy Rodzinie
- Powiatowym Rzecznikiem Praw Konsumenta.

NIWA zapewnia materiały oraz trenerów do przeprowadzenia szkoleń. Partnerzy odpowiedzialni są za rekrutację uczestników, miejsca przeprowadzania warsztatów i inne sprawy techniczne. Partnerzy partycypują również w kosztach warsztatów. Jest to możliwe, ponieważ edukacja finansowa stała się elementem projektów wyżej wspomnianych instytucji zajmujących się integracją społeczną, dofinansowywanych z Europejskiego Funduszu Społecznego.

NIWA współpracuje także lokalnymi mediami: Tygodnikiem Tomaszowskim, Tygodnikiem Zamojskim i Kroniką Tygodnia, Dziennikiem Wschodnim i Radiem Lublin w celu promowania edukacji finansowej i prowadzonych przez nią działań w społeczności lokalnej.

W przyszłości NIWA planuje nawiązać współpracę z Biurem Informacji Obywatelskiej (BIO), prowadzonym przez studentów prawa Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, by wprowadzić w BIO elementy poradnictwa finansowego.

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.

Institucje współdziałające w partnerstwie powołują mniej lub bardziej sformalizowany zespół, który realizuje cele związane z edukacją finansową. Edukacja finansowa nie funkcjonuje w tym modelu, jako odrębne działanie, ale jest włączona, jako elementem w program o szerszym zakresie działania, np. dotyczący resocjalizacji lub aktywizacji osób bezrobotnych.

W wyniku takiej działalności powstaje organizacja sieciowa, w której „udziałowcy” wnoszą różne zasoby, np. dostęp do bazy beneficjentów lub środki finansowe, wspólnie decydują o rozwoju partnerstwa oraz wspólnie promują program. Zwykle takie partnerstwa tworzą się wśród organizacji, między którymi zbudowane już jest zaufanie i które realizowały już wspólne działania wcześniej.

Centra Integracji Społecznej w Gdańsku oraz w Garczu (powiat kartuski)

INFORMACJE O CENTRUM INTEGRACJI SPOŁECZNEJ

Centrum Integracji Społecznej funkcjonuje na podstawie ustawy o zatrudnieniu socjalnym z 13 czerwca 2003. Uczestnicy prowadzonych w CIS zajęć to osoby zagrożone lub dotknięte wykluczeniem społecznym. Prowadzone są kursy komputerowe, gastronomiczne, z zakresu opieki nad osobą zależną, obsługi kasy fiskalnej, wizażu i stylizacji, pielęgnacji terenów zielonych, a także terapia zajęciowa. Program ma na celu reintegrację społeczną i zawodową osób wykluczonych, a docelowo uniezależnienie ich od systemu pomocy społecznej. Po zakończeniu uczestnictwa mogą wrócić na rynek pracy na zasadach tzw. zatrudnienia wspieranego.

DZIAŁANIA W RAMACH PDF

CIS jest przede wszystkim „bazą” wiedzy oraz kompetencji dla instytucji organizujących pomoc społeczną. Zasobem, który pozyskuje są środki finansowe na warsztaty, a także – potencjalnie wiele innych zasobów, które mogą być przydatne w trakcie organizacji szkoleń (np. lokalizacje). Projekty CIS są realizowane ze środków partnerów; w zamian CIS pomaga w rozliczeniu się z zadań, które muszą wykonać wspomniane instytucje w zakresie swojej działalności.

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.**

Dla instytucji/organizacji, które podejmowały współpracę z Centrum w ramach edukacji finansowej, ważne było także zapewnienie o stałości podejmowanych działań, upewnienie partnerów, iż program edukacji finansowej na stałe wpisuje się w pracę Centrum na rzecz mieszkańców. Beneficjenci partnerów mogli korzystać z uczestnictwa w warsztatach z edukacji finansowej na terenie ich placówek, a jednocześnie też w lokalu stowarzyszenia (warsztaty i poradnictwo indywidualne).

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).

Fundacja Delos

INFORMACJE O FUNDACJI DELOS

Fundacja Delos powstała w 2007 roku. Działa w woj. kujawsko-pomorskim, w szczególności w Bydgoszczy oraz jej okolicach. Misją Fundacji jest niesienie pomocy osobom niepełnosprawnym, poprzez rehabilitację społeczną i szkolenia. Delos współpracuje z Polskim Związkiem Niewidomych (PZN) oraz Powiatowym Urzędem Pracy (PUP) w Bydgoszczy.

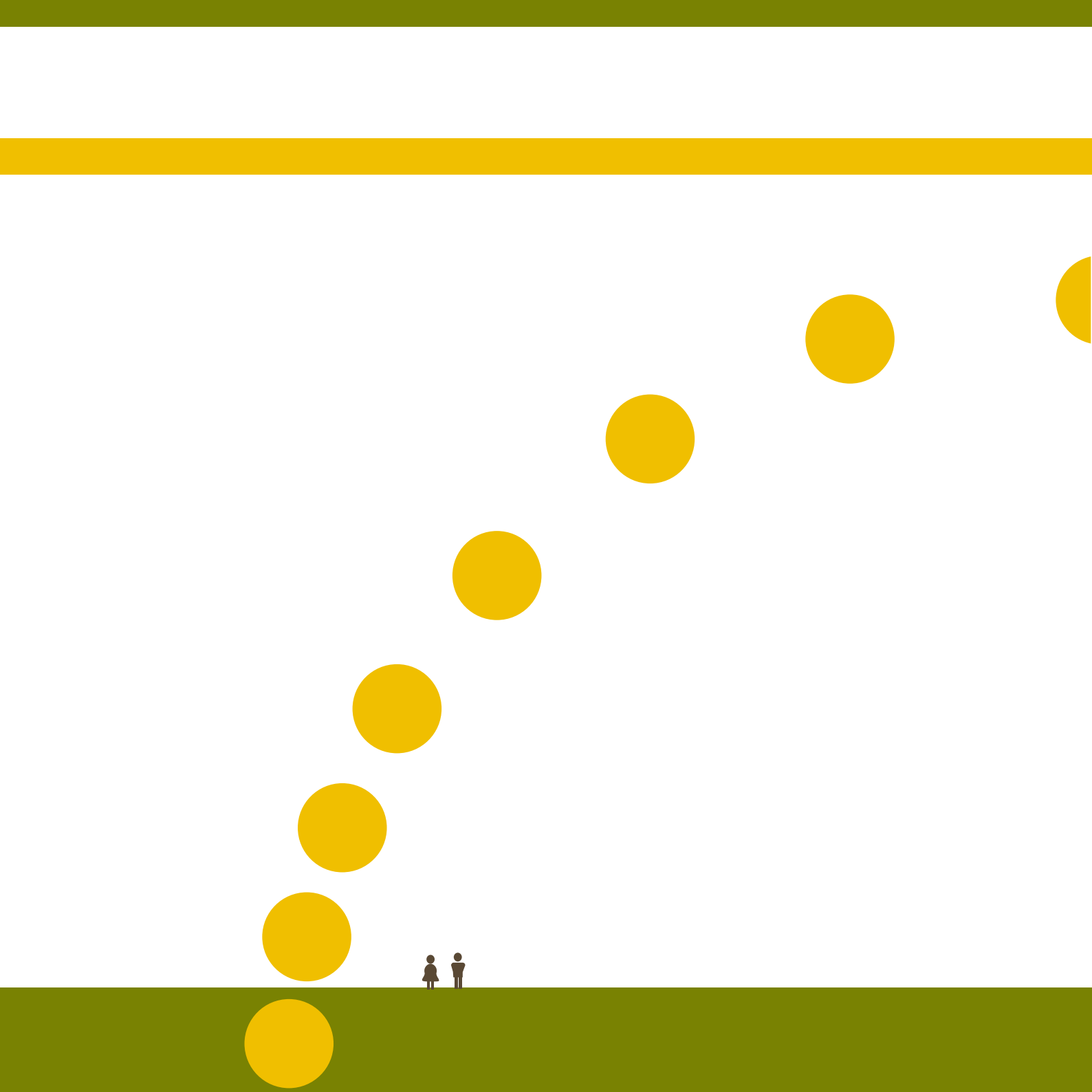
DZIAŁANIA W RAMACH PDF

Fundacja realizuje warsztaty z edukacji finansowej, PZN rekrutuje beneficjentów, natomiast PUP zapewnia finansowanie warsztatów, w ramach swojej działalności statutowej dotyczącej ustawowych obowiązków aktywizacji osób niepełnosprawnych.

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 spotykają 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

Zwykle chętnymi partnerami do współpracy są organizacje, które pracują z grupami wykluczonymi. Instytucje zajmujące się aktywizacją zawodową, pracujące z beneficjentami pomocy społecznej lub opieki socjalnej oraz przeciwdziałające wykluczeniu, zainteresowane są edukacją finansową, jako często jedynym zagadnieniem poruszonym w ramach edukacji ekonomicznej. Wówczas edukacja finansowa staje się świetnym uzupełnieniem programów szkolenia zawodowego i zdobycia podstawowych kompetencji społecznych (radzenia sobie w urzędzie, poszukiwania pracy, edukacji, etc.).



KOMUNIKACJA IDEI EDUKACJI FINANSOWEJ ORAZ MARKI PDF

Podstawowe informacje o PDF

Poniższe opisy można zamieszczać w materiałach o PDF lub w krótkich materiałach promocyjnych dla mediów, dla urzędów, etc.

JAK KOMUNIKOWAĆ DLA KOGO JESTEŚMY?

Działamy dla osób:

- dorosłych, które w codziennym życiu gospodarują bardzo ograniczonymi środkami finansowymi (poniżej 2500 zł na 4 osobowe gospodarstwo domowe) i mają z tym trudności, z właściwym zarządzaniem budżetem i finansami domowymi,
- z niską świadomością ekonomiczną, które nie planują długofalowo i nie oszczędzają, tak że nawet mała trudność może znacząco pogorszyć ich sytuację finansową,
- mają poczucie bezradności - uważają, że przy tak ograniczonych dochodach nie mają szans na lepsze zarządzanie domowym budżetem, czy planowanie finansowej przyszłości,
- często ulegają idealistycznemu przekazowi reklam, instytucji finansowych („weź kredyt, wszystko spłacisz w małych ratach”).

JAK KOMUNIKOWAĆ CO ROBIMY?

Chcemy dostarczać:

- wiedzy i narzędzi, które pozwolą im lepiej i pewniej zarządzać domowymi finansami. – Dzięki tej wiedzy poczują się pewniejsi i bardziej kompetentni w zarządzaniu domowymi finansami. Poczują, że mają większe możliwości wpływania na swoją finansową przyszłość i mimo ograniczonych dochodów mogą dobrze nimi zarządzać,
- porad i wiedzy, które pozwolą im uniknąć niebezpieczeństw, jakie niosą ze sobą niektóre komercyjne

narzędzia finansowe (głównie łatwo dostępne drogie kredyty konsumpcyjne), a także możliwości efektywne wykorzystania dostępnych na rynku narzędzi.

MISJA PDF

Dzięki Przewodnikowi Domowych Finansów każda rodzina, która znajduje się w strefie ubóstwa lub balansuje na jego krawędzi, może poprawić swoją sytuację materialną, poprzez lepsze zrozumienie mechanizmów rządzących pieniądzem oraz zasad planowania domowych finansów.

JAK ZAINTERESOWAĆ EDUKACJĄ FINANSOWĄ OSOBY O NISKICH DOCHODACH?

Oto lista przykładowych komunikatów, którymi posługują się Przewodnicy Domowych Finansów, aby zainteresować edukacją finansową osoby o niskich dochodach. Zaleca się:

- podkreślać, że program zmierza do zmiany zachowań społecznych. Naszą misją jest przekonanie Polaków, którzy mają niskie dochody, że nie są bezradni i są w stanie odmienić swój los, także poprzez bardziej uporządkowane zarządzanie domowymi finansami,
- zaznaczać, iż PDF to przedsięwzięcie o charakterze misyjnym, niepowiązane z żadną marką komercyjną sektora finansowego. „Jesteśmy niezależni i nie sprzedajemy kolejnych produktów finansowych”,
- w przekazie podkreślać, iż PDF to recepta na praktyczne wsparcie osób o niskich dochodach, które często nie z własnej winy znalazły się w trudnej sytuacji finansowej. PDF jest po to, by tę sytuację poprawić.

Aby skutecznie komunikować idee edukacji finansowej do ludzi o niskich dochodach, PDF powinien:

- znać skalę problemu społecznego – rozmiar populacji osób o niskich dochodach na terenie, na którym się działa,

- wiedzieć, kto i w jaki sposób na poziomie lokalnym organizuje działania pomagające tej grupie oraz jak są one przez tę grupę odbierane,
- traktować współpracę z mediami głównie, jako sposób na budowę pozytywnego wizerunku wśród potencjalnych partnerów PDF, nie zaś zakładać, iż dzięki mediom dotrze się z wiarygodnym przekazem na temat edukacji finansowej do naszych grup odbiorców. Gazety, stacje radiowe czy nawet stacje telewizyjne (a szczególnie – konkretne programy TV), w których będzie możliwość szerszego omówienia, czym jest edukacja finansowa oraz PDF, na ogół nie są słuchane, czytane czy oglądane przez nasze grupy docelowe.

JAK SKUTECZNIE KONTAKTOWAĆ SIĘ Z MEDIAMI?

Skuteczność w kontakcie z mediami mierzymy liczbą opublikowanych artykułów/newsów oraz jakością przedstawionej przez media informacji.

W kontaktach z mediami, ważne są zarówno relacje z samymi dziennikarzami jak i redakcją. Być może temat będzie na tyle interesujący dla danego z mediów, że powstanie cały cykl o edukacji finansowej. Warto założyć, że dziennikarze nie są specjalistami w dziedzinie jaką się zajmujemy. Dziennikarze zawsze szukają tematów, które mogą zaciekawić przeciętnego widza, słuchacza, czytelnika. Najczęściej patrzą oni z punktu widzenia odbiorcy medium – czytelnika, słuchacza, widza - z jakim pracują. Dziennikarze mediów ogólnopolskich częściej będą zainteresowani informacją ogólnopolską. W przypadku dziennikarzy mediów lokalnych łatwiej uzyskać zainteresowanie wiadomościami mającymi znaczenie dla danego regionu lub miejscowości. Zanim będziemy kontaktować się z danym dziennikarzem zastanówmy się z jaką grupą odbiorców medium pracuje.

Dodatkową sprawą jest charakter medium. Jeśli jest to radio, to dziennikarze będą potrzebowali dźwięków – tj. wypowiedzi różnych osób; prasa będzie potrzebowała dobrej jakości zdjęć i plików do druku, a multimedialna telewizja – wszystkiego. Jeśli chcemy mieć dobre relacje z mediami warto pamiętać o tym,

aby być na nie przygotowanym – ułatwmy zadanie ludziom pracującym w mediach, a nasze cele będą również zrealizowane. Dlatego też jeśli udzielasz wywiadu, albo chcesz przekonać dziennikarza do napisania artykułu, pokaż przygotowane wcześniej wyniki badań oraz zdjęcia, które mogą zilustrować artykuł. Pamiętaj, że nie wystarczą zdjęcia zrobione telefonem, warto mieć przygotowane zdjęcia w dużej rozdzielczości. Dodatkowo miej zawsze dostępne logotypy partnerów oraz logo PDF w jakości do druku tj. w tzw. wersji wektorowej lub tiff.

Radio i telewizja najchętniej uczestniczyłyby w warsztatach, tak aby „nakręcić” fragment jego przebiegu i porozmawiać z osobami biorącymi udział w szkoleniu. W tym przypadku musisz jednak uprzedzić uczestników o takiej ewentualności oraz uzyskać ich zgodę.

Pamiętaj, że twój beneficjent może nie czytać tego co Ty, dlatego też warto rozmawiać z mediami, które są czytane, słuchane i oglądane przez odbiorców komunikacji. Pamiętaj, że twój odbiorca nie interesuje się finansami i musisz do niego dotrzeć przez media, które na co dzień nie zajmują się ekonomią.

JAK NAPISAĆ INFORMACJĘ PRASOWĄ?

Informacja prasowa jest jednym z podstawowych narzędzi do komunikacji z mediami. Jej jakość wpływa na to, czy zainteresujemy dziennikarza naszym zagadnieniem. Zazwyczaj dziennikarz rzuca okiem na tytuł i parę linijek wstępu (tzw. lead) i tylko pod warunkiem, że to go zainteresuje, będzie czytał dalej. Pozostały tekst musi być zwięzły, przejrzysty i na maksimum 2 stronach przedstawiać dane wydarzenie, problem, wiadomość.

Informacja prasowa powinna zawierać:

- Chwytny, interesujący tytuł.
- Wstęp zawierający nową interesującą informację (maksymalnie 3 zdanie napisane pogrubioną czcionką).
- Rozwinięcie, podanie szczegółów, cytaty.
- Dane kontaktowe.

Przygotowując informację prasową:

- Najważniejsze jest odpowiedzenie sobie na pytania: „do kogo?”, „co?”, „gdzie?”, „dlaczego?” oraz „jak?” przy przygotowywaniu treści.
- Na górze strony należy dodać tytuł „Informacja prasowa” i datę. Tytuł i data powinny być pisane pogrubioną czcionką lub dużymi literami oraz zawierać informację o miejscu publikacji, np. Koszalin, 30 września 2009.
- Tytuł powinien być interesujący. Musi on zwrócić uwagę dziennikarza, np. „Polacy bez oszczędności”.
- Informacja prasowa jest bezwartościowa dla dziennikarza, jeżeli nie ma w niej tzw. newsa, czyli czegoś nowego, interesującego. Może to być wydarzenie, wyniki badań opinii publicznej, statystyki np.
 - „W województwie Pomorskim, co czwarta rodzina żyje na skraju ubóstwa, a tylko 20% tych rodzin otrzymuje pomoc od Państwa – wg. najnowszych danych z 2009 roku”.
 - „Już 50 rodzin z naszego miasta wzięło udział w szkoleniach na temat edukacji finansowej...” o „60% Polaków nie ma oszczędności i nie wierzy, że może je mieć”
 - „50% rodzin z naszego województwa nie wysłało dzieci na wakacje z powodów finansowych”
- W dalszej części tekstu, należy podać więcej szczegółów, opisać program, wytłumaczyć skąd pomysł, idea danego wydarzenia czy przedsięwzięcia. Warto wykorzystać cytaty eksperta, osoby znanej.
- Trzeba pamiętać, aby podać dane kontaktowe własne lub organizacji.
- Informacji prasowych nie należy wysyłać bez uzgodnienia. Wysłanie informacji należy zawsze poprzedzić telefonem do adresata. Po wysłaniu wiadomości należy jeszcze raz zadzwonić do adresata.
- Jeśli to możliwe, do informacji należy dołączyć zdjęcia lub inne ilustracje. Dobre obrazy zwiększają szansę na publikację, powinny być dobrej jakości, ale nie za ciężkie (max. 2 MB).
- Na końcu powinno się umieścić informacje dodatkowe i uwagi dla redaktorów.

Z PUSTEGO I SALOMON NIE NALEJE – PODWAŻAMY TĘ TEORIĘ!

Już 100 pierwszych beneficjentów z okolic Biskupca wzięło udział w warsztatach z Przewodnika Domowych Finansów. Osoby o niskich dochodach zostały przeszkolone z zakresu zarządzania swoim budżetem, oszczędzania, pożyczek i inwestowania. To pierwszy taki program w Polsce.

Okolo połowa ludzi w Polsce żyje w ubóstwie bądź jest nim zagrożona. Wśród nich ponad 9 milionów to osoby dorosłe o niskich dochodach, ale aktywnie poszukujące poprawy własnych warunków życia. Większość Polaków nie ma oszczędności i nie posiada żadnych umiejętności zarządzania własnymi funduszami. Popularne zdanie „nie mam pojęcia, co się dzieje z moim pieniędzmi” można usłyszeć od wielu osób w otoczeniu każdego z nas. Najcięższą sytuację mają osoby o najniższych dochodach, które, aby ratować domowy budżet korzystają z różnego rodzaju pożyczek, często bardzo niekorzystnych. Osoby te rzadko oszczędzają, bo „nie ma z czego”. „Żyją z dnia na dzień”, bo nie wierzą, że są w stanie zrealizować jakiegokolwiek cele w przyszłości.

To z myślą o nich powstał Przewodnik Domowych Finansów – program edukacyjny o charakterze społecznym, którego celem jest poprawa warunków bytowych mniej zamożnych ludzi, podnosząc jednocześnie poziom ich świadomości rynkowej i siły nabywczej. Program realizowany jest głównie poprzez, szkolenia, warsztaty i doradztwo. W naszym powiecie z usług Przewodnika Domowych Finansów można skorzystać w.....

Uczestnicy szkoleń nie płacą za uczestnictwo, program jest całkowicie bezpłatny.

„Zgodnie z badaniami, 45% osób o niskich dochodach nie oszczędza pieniędzy w ogóle, a 50% z nich trzyma swoje oszczędności w domu⁷ – to bardzo niepokojąca sytuacja – mówi Jan Kowalski doradca w programie Przewodnika Domowych Finansów, dzięki naszemu programowi możemy zmienić postawę Polaków i nauczyć ich planowania budżetu oraz oszczędzania”.

Uczestnicy szkoleń wypowiadali się bardzo pozytywnie o programie, ważne było też dla nich, że zawsze mogą skontaktować się z doradcą i skonsultować np. ofertę pożyczki, nad którą się zastanawiają. „Dla mnie to nie tylko możliwość odłożenia pieniędzy, które mogę wydać na jakiś konkretny cel, to także poczucie bezpieczeństwa, poza tym już nie dam się nabrać, na tzw. „łatwe i szybkie kredyty” – mówi Pan Marcin uczestnik jednego z warsztatów.

Program realizowany jest w całym kraju, więcej informacji można znaleźć na stronie www.edufin.org.pl

⁷ Źródło: badanie przeprowadzone przez Microfinance Centre na reprezentatywnej próbie 1020 gospodarstw domowych o niskich dochodach w Polsce (Microenterprises, Low-Income Households' Aspirations for Self-Employment and Microcredit Market in Poland, Michał Matul i Marcin Rataj, Październik 2006)

JAK PRZYGOTOWAĆ OGŁOSZENIE O SZKOLENIU?

Ogłoszenie jest często głównym narzędziem kontaktu z beneficjentami. Umieszczamy je w Internecie, w gazecie, w radiu, na tablicy ogłoszeń, w sklepie i w zależności od tego powinno być właściwie dostosowane.

Wszystkie ogłoszenia bez względu na medium powinny przekazywać w sposób jasny i przejrzysty informację: Co? Gdzie? Kiedy? Powinny też odwoływać się do potrzeb beneficjentów, zainteresować ich swoją treścią. Aby ludzie nie obawiali się przyjść, konieczny jest dopisek, że szkolenie nie jest prezentacją sprzedażową.

Przykład ogłoszenia o szkoleniu:

**PIERWSZE W POLSCE SZKOLENIA
Z ZARZĄDZANIA SKROMNYM BUDŻETEM
– DLA WSZYSTKICH,
KTÓRZY CHCĄ NAUCZYĆ SIĘ OSZCZĘDZAĆ.**

Przyjdź!

Dowiedz się, zobacz czy możesz sobie pomóc.

Nie jesteśmy bankiem, firmą, nie namawiamy do brania kredytów, uczymy jak umiejętnie zarządzać swoim portfelem.

**25 MARCA (ŚRODA)
GODZINA 18**

W BUDYNKU STRAŻY POŻARNEJ

Inne przykłady komunikatów wykorzystywanych w ogłoszeniach o szkoleniu:

- Pierwsze w Polsce szkolenia z zarządzania skromnym budżetem – dla wszystkich, którzy chcą nauczyć się oszczędzać.
- Dla wszystkich, którzy uważają, że nie mają z czego oszczędzać – bezpłatne szkolenie.
- Nie wiesz gdzie, co miesiąc znikają twoje pieniądze? Przyjdź na szkolenie, pokażemy ci jak je przy sobie zatrzymać.
- Masz 4-osobową rodzinę i mniej niż 2500 netto dochodów? Pokażemy ci jak, co miesiąc zaoszczędzić część tych pieniędzy.

KOMUNIKACJA W PRAKTYCE

Ciekawe formy działań komunikacyjnych podejmowało Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Radomiu. Podjęło ono następujące działania:

- organizacja otwartych wykładów dla uczestników Młodzieżowych Targów Pracy, Targów Pracy dla Niepełnosprawnych, Studenckich Dni Kariery, Targów Szkół Wyższych.

Były to:

- stoiska informacyjne na w/w imprezach, a także w czasie Festynów Rodzinnych, organizowanych w Radomiu, w które zaangażowani są wolontariusze, współpracujący z organizacją,
- kolportaż ulotek o edukacji finansowej w lokalach partnerów programu,
- uczestnictwo trenerów edukacji w spotkaniach Centrów Aktywności Lokalnej, działających na terenie Radomia pod egidą Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej w Radomiu,
- informacje o programie na stronach internetowych swojej organizacji oraz jej partnerów,
- publikacje w miesięczniku wydawanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie dla pracowników z filii urzędu.

Organizacja zdecydowała się na prowadzenie szerokiej oferty promocyjnej oraz edukacyjno-doradczej w zakresie edukacji finansowej rozszerzając zakres swoich usług. Zaczęła od przeprowadzenia pilotażowych szkoleń by zainteresować grupę docelową tematyką edukacji finansowej, tworząc pole do działania dla marketingu szeptanego (uczestnicy szkoleń pilotażowych zadowoleni z warsztatów rozprzestrzerali informacje o szkoleniach wśród społeczności lokalnej), rozwijając swoje umiejętności szkoleniowe i promocyjne w tym zakresie. Równocześnie SCW aktywnie poszukiwała partnerów, którzy wsparliby jej działanie w dłuższym okresie zarówno przy masowej rekrutacji osób o niskich dochodach jak i w celu zapewnienia podstawowych środków do prowadzenia działalności szkoleniowo-doradczej.

W wyniku tych działań informacje o organizacji oraz programie edukacji finansowej pojawiły się w lokalnych mediach (radio, TV) oraz na stronach internetowych miasta Radomia. Wzmocniło to jeszcze bardziej pozycję PDF w społeczności lokalnej, zainteresowało działalnością organizacji nowych beneficjentów oraz partnerów.

INSTRUMENTARIUM PRZEWODNIKA DOMOWYCH FINANSÓW

Pakiety Edukacyjne

PAKIET PODSTAWOWY „ZAPLANUJ SWOJĄ PRZYSZŁOŚĆ”

Pakiet edukacyjny „Zaplanuj Swoją Przyszłość” (ZSP) adresuje podstawowe potrzeby na edukację finansową wśród osób o niskich dochodach. ZSP zawiera materiały do prowadzenia warsztatów z edukacji finansowej i został stworzony z myślą o organizacjach, które mają potencjał krzewienia edukacji finansowej wśród osób o niskich dochodach⁸. Pakiet został zaprojektowany oraz przetestowany z reprezentantami grupy docelowej⁹. ZSP wprowadzają osoby o niskich dochodach w praktyczne zagadnienia edukacji finansowej ich codziennego życia i mają za zadanie przekonać uczestników warsztatów do celowości planowania własnych finansów domowych, systematycznego oszczędzania. Uczestnicy kończą zajęcia z opracowanym planem finansowym dla swoich rodzin, który jest wynikiem połączenia wszystkich elementów przedstawionych na wykresie poniżej.

⁸Dlatego, poza scenariuszami zajęć i instrukcjami jak przygotować ZSP i trenerów, zawiera on kompendium wiedzy z edukacji finansowej, podstawowe informacje o teorii i praktyce nauczania dorosłych, wytyczne, co do adaptacji podstawowego modułu na potrzeby różnych grup odbiorców oraz materiały wspomagające ewaluację warsztatów.

⁹Pilotaż warsztatów z edukacji finansowej z grupą docelową projektu został przeprowadzony w okresie marzec-czerwiec 2005 roku i miał na celu sprawdzenie w praktyce wypracowanych narzędzi edukacyjnych „zaplanuj swoją przyszłość”. Przyczynił się w dużej mierze do udoskonalenia ostatecznego pakietu do prowadzenia ZSP. W ramach pilotażu warsztaty ukończyło 262 uczestników w 28 grupach warsztatowych w sześciu województwach. 92% uczestników, którzy ukończyli warsztaty, deklaruowało dochody netto na rodzinę niższe niż 2000 złotych miesięcznie (47% dochody niższe od 1000 zł). Większość ZSP odbyło się w środowiskach małopolskich i wiejskich. Pilotaż objął zarówno młodzież szkolną i studentów jak i osoby dorosłe. Na ZSP zostało zaproszonych około 550 osób, na pierwszych zajęciach pojawiło się 321 osób, a warsztaty ukończyło 262 osoby. Różnorodne metody ewaluacji zastosowane w trakcie pilotażu pozwoliły na dokładną diagnozę potrzeb uczestników, analizę satysfakcji oraz, co najważniejsze, ewaluację wpływu ZSP na myślenie o swoich finansach i ich praktyki finansowe. Szczegółowy raport z ewaluacji pilotażu znajduje się na www.edufin.org.pl.

NOWA WIEDZA
I UMIEJĘTNOŚCI

PLAN FINANSOWY
DLA SWOJEJ RODZINY

PRZEKONANIE
DO PLANOWANIA I OSZCZĘDZANIA

15 godzin
5 spotkań
Pakiet edukacji finansowej
Zaplanuj Swoją Przyszłość

urealnianie celów, planowanie finansowe
i czynniki sukcesu przy wprowadzaniu planów w życie

pożyczanie z głową, usługi kredytowe,
pułapki związane z kredytem i prawa konsumenckie

usługi oszczędnościowe i ich wybór
oraz dopasowanie usług do potrzeb

nagłe wydatki
i zarządzanie funduszem na nagłe wypadki

sposoby oszczędzania poprzez racjonalizację wydatków
i nowe możliwości zwiększania dochodów

opracowywanie budżetu domowego,
planowanie sezonowości i wydarzeń cyklu życia



wizyta
w banku



prace
domowe



WŁASNE DOŚWIADCZENIA ŻYCIOWE,
PRAKTYKI FINANSOWE,
POZIOM EDUKACJI FINANSOWEJ

Zajęcia prowadzone są metodą warsztatową zgodnie z zasadami i przy wykorzystaniu technik nauczania dorosłych. Grupy warsztatowe nie przekraczają 20 osób. Pozwala to na skuteczny przekaz i zmianę postaw zarówno u dorosłych jak i wśród młodzieży. Uczestnicy sami tworzą własne studium przypadku, na którym omawiają poszczególne zagadnienia, ucząc się także od siebie nawzajem. Zdobytą wiedzę i umiejętności wprowadzają jednocześnie w swoje „prawdziwe” życie pracując na materiałach pomocniczych w ramach pracy domowej. Dopełnieniem jest wizyta studyjna w lokalnych instytucjach finansowych, która pozwala zdobyć praktyczne doświadczenie w zakresie wyboru formalnych usług finansowych, a także przełamać nieufność i zweryfikować negatywne stereotypy.

MODUŁY ROZSZERZAJĄCE

Partnerstwo na rzecz upowszechniania pracuje nad rozszerzeniem oferty edukacji finansowej w Polsce o moduły pogłębiające wiedzę dostarczaną przez pakiet „Zaplanuj swoją przyszłość”. Są to materiały opracowane przez MFC i do tej pory testowane w innych krajach regionu, między innymi w Bośni, Armenii, Macedonii, Mołdawii, Gruzji i Azerbejdżanie. Zawierają one moduły:

- Zarządzanie ryzykiem
- Zarządzanie długiem
- O oszczędzaniu
- Zagraniczne przekazy pieniężne

PORTAL EDUKACJI FINANSOWEJ

Portal edukacji finansowej www.edufin.org.pl ma za zadanie dostarczyć niezbędnych informacji poszczególnym grupom docelowym na temat edukacji finansowej oraz działań partnerstwa.

Celem informacji zamieszczonych na portalu jest przekonanie odbiorców – bezpośrednich beneficjentów programu do tego,

że odpowiedzialność i zapewnienie bezpieczeństwa finansowego sobie i rodzinie jest ważne, bez względu na zarobki. Osobom z niskimi dochodami trudniej jest oszczędzać, lecz nie oznacza to, że mogą zrezygnować z tej formy zabezpieczenia swojego bytu. Właśnie oni powinni szczególnie dbać o to by ich budżet domowy był zarządzany mądrze i długofalowo. Ponieważ każda oszczędność oznacza dla nich wielkie wyrzeczenie, powinni nauczyć się planować wydatki z jak największą dbałością i zapobiegliwością. Ta grupa odbiorców potrzebuje motywacji i argumentacji, która przekona ich, że to właśnie oni muszą poświęcić swój czas na naukę zarządzania domowymi finansami. Dlatego też na stronie znajdują się merytoryczne argumenty odwołujące się do potrzeby bezpieczeństwa oraz odpowiedzialności za los swój i swojej rodziny.

Teksty motywujące mają przekonać odbiorców, że warto dowiedzieć się jak zarządzać domowymi finansami. Materiały skierowane do tej grupy nie będą jedynie nakłaniać do edukacji finansowej. W dziale strony znajdują się również szczegółowe porady jak zarządzać domowymi finansami oraz jak radzić sobie w sytuacji kryzysowej, a także oszczędzać i planować długofalowo własne wydatki. Celem tej części strony jest także dostarczenie odbiorcom prostych w użyciu narzędzi, ułatwiających wprowadzenie zasad zarządzania domowymi finansami w życie.

Kolejną grupą docelową portalu edufin.org.pl są osoby, które potencjalnie mogą stać się trenerami programu edukacji finansowej. Oprócz informacji o sposobie rekrutacji znajdują one także informacje o ścieżce rozwoju trenerów. Przyszli trenerzy będą mogli dowiedzieć się gdzie i kiedy są organizowane szkolenia dla trenerów, a także zapoznać się z kodeksem etycznym trenerów-doradców programu edukacji finansowej. Przestrzeganie kodeksu etycznego jest konieczne, aby uniknąć dwuznacznych sytuacji, w których obiektywność i niezależność trenera-doradcy może być zachwiana.

Bardzo ważną grupą docelową strony programu są działający trenerzy i doradcy. Dla nich przygotowany został specjalny dział, w którym mogą zapoznać się z dobrymi praktykami innych trenerów. Na stronie zamieszczone zostaną także materiały, z których trenerzy będą mogli korzystać podczas szkoleń.

W dziale Trenerzy-doradcy zamieszczone będą opisy wszystkich Trenerów i Doradców, współpracujących w ramach partnerstwa. Trenerzy będą podzieleni według stopnia kompetencji – od trenera po senior master trenera, który posiada prawo do certyfikowania trenerów.

Część strony dotycząca partnerstwa oraz edukacji finansowej jest skierowana do mediów oraz potencjalnych sponsorów projektów realizowanych przez Partnerstwo. W dziale „Edukacja finansowa” znaleźć będzie można opinie specjalistów poświęcone tej problematyce oraz wyniki badań realizowanych w Polsce i na świecie dotyczących problematyki edukacji finansowej.

W dziale o programie znajdują się informacje dotyczące historii powstania Partnerstwa oraz opis poszczególnych organizacji tworzących partnerstwo na poziomie ogólnopolskim. Oprócz tego w powyższym dziale znajdują się opisy organizacji lokalnych biorących udział w projektach realizowanych przez Partnerstwo.

Każdy projekt realizowany przez Partnerstwo zarówno Ogólnopolskie jak i Lokalne będzie posiadał odrębną podstronę w ramach strony edufin.org.pl. Umieszczone zostaną tam aktualności i opisy projektów, informacja o sponsorach oraz organizacjach realizujących projekt.

SIATKA INTERESARIUSZY

Siatka interesariuszy jest narzędziem pomagającym zidentyfikować potencjalnych partnerów/interesariuszy oraz określić ich potencjał oraz sposób komunikacji w celu nawiązania współpracy.

Nazwa partnera	Potencjalny możliwy wkład partnera w realizację Programu i budowę Partnerstwa. Kluczowe kompetencje ważne z punktu widzenia danego projektu.	Argumenty do wykorzystania w kontaktach z potencjalnym partnerem. Jak go przekonać do udziału?	Jak do niego dotrzeć? Metody, kanały i narzędzia komunikacji.



Przewodnik Domowych Finansów



Opracowany przez Partnerstwo na Rzecz Edukacji Finansowej dzięki Fundacji Levi Strauss'a

www.edufin.org.pl

SIERPIEŃ 2010