

Principy nezávislosti ve finančním vzdělávání

Úvod

Výchozí definice

Finanční gramotnost je klíčová kompetence každého člověka. Tvoří ji soubor znalostí, dovedností a hodnotových postojů občana nezbytných k tomu, aby finančně zabezpečil sebe a svou rodinu v současné společnosti a aktivně vystupoval na trhu finančních produktů a služeb. Finančně gramotný občan se orientuje v oblasti peněz a cen a je schopen odpovědně spravovat osobní a rodinný rozpočet včetně správy finančních aktiv a finančních závazků s ohledem na měnící se životní situace. Finanční gramotnost má tři složky – peněžní, cenovou a rozpočtovou.¹

Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky.²

Počátek národní iniciativy o vymezení hranice mezi finančním vzděláváním a reklamou

Dne 10. května 2010 vláda schválila usnesení č. 338³ o **Národní strategii finančního vzdělávání (NSFV)**,⁴ jímž ukládá činit opatření vedoucí ke zvýšení úrovně finanční gramotnosti občanů ČR, a to v souladu se standardy a trendy obvyklými v členských státech Evropské unie.

V NSFV jsou vymezeny následující principy finančního vzdělávání:

- **princip obecnosti** – projekty mají rozvíjet a zvyšovat úroveň finanční gramotnosti, přičemž se nesmí týkat propagace konkrétních produktů a služeb,
- **princip odbornosti** – obsah projektu musí být korektní po odborné stránce, vzdělavatelé by měli disponovat dostatečnými schopnostmi a dovednostmi,
- **princip zacílení** – využití vhodných informačních kanálů podle jasného vymezení cílové skupiny.

Mezinárodní rozměr

Na úrovni EU a OECD žádné oficiální principy nezávislosti neexistují, pouze se např. v doporučení Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness⁵ z července 2005 mj. uvádí, že by finanční instituce měly jasně oddělit finanční vzdělávání, poskytování finančních informací a komerční finanční poradenství.

Principy zahrnutí finančního sektoru do finančního vzdělávání se již řešily např. na Novém Zélandu⁶ a v Portugalsku.⁷

¹ Systém budování finanční gramotnosti na základních a středních školách:

http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ft_finvzd_skoly_37168.html

² Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění některých dalších zákonů.

³

http://racek.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/0/B944A3D76CE58161C1257722002B8BEB/%24FILE/338%20uv100510.0338.pdf

⁴ http://www.mfcr.cz/cps/rde/xbcr/mfcr/Narodni_strategie_Financniho_vzdelavani_MF2010.pdf

⁵ www.oecd.org/finance/financialeducation/35108560.pdf

⁶ <http://www.cflri.org.nz/sites/default/files/docs/FL-NS-Core-principles-of-engagement-Oct-2012.pdf>

Cíl materiálu

Obecný cíl

S ohledem na:

- potřebu některých subjektů realizujících a financujících projekty finančního vzdělávání a
- potřeby Ministerstva financí, které na základě žádostí různých subjektů uděluje projektům záštitu či u nich působí jako odborný garant,

byla na přelomu září a října 2012 vytvořena **podskupina Pracovní skupiny pro finanční vzdělávání (Podskupina)**, jejímž cílem bylo popsat hranici mezi finančním vzděláváním a reklamou tak, aby byla akceptovatelná pro financované a financující subjekty, Ministerstvo financí a další subjekty zabývající se finančním vzděláváním.

Podskupina se usnesla, že je třeba rozlišovat mezi finančním vzděláváním a zvyšováním finanční gramotnosti:

- finanční vzdělávání je proces nastavený podle určitých principů či pravidel vždy na nekomerčním základě,
- finanční gramotnost je důsledek finančního vzdělávání. Ke zvýšení finanční gramotnosti může přispět i samostatné vyhledávání informací, poskytování informací či poradenství, reklama, marketing, propagace, ap.

Níže uvedené závěry vznikly jako samoregulační doporučení na základě konsensu členů Pracovní skupiny pro finanční vzdělávání (PSFV) a jsou dány k dispozici k dobrovolnému využití těmi, kdo o ně projeví zájem. Zároveň je třeba při jejich výkladu postupovat přiměřeně v souladu s cílem Podskupiny.

Konkrétní cíl

Podskupina se od října 2012 několikrát sešla, jejím cílem bylo vymezit pojem finanční vzdělávání jako takový a rozpracovat princip obecnosti, který je vymezen již v NSFV (viz výše).

Co se týče dalších principů stanovených v NSFV – zacílení a odbornosti, tyto nebyly prozatím diskutovány.

Závěr

Dne 25. 3. 2013 schválila PSFV dále uvedené principy – jak vymezení pojmu finanční vzdělávání, tak rozpracování principu obecnosti finančního vzdělávání dle NSFV.

⁷ <http://clientebancario.bportugal.pt/pt-PT/Publicacoes/PNFF/Documents/Principles%20Financiacional%20Education%20Initiatives.pdf> (od strany 9 dále).

Vymezení pojmu finanční vzdělávání

Finanční vzdělávání je proces, který směřuje ke zvyšování finanční gramotnosti a splňuje následující zásady:

1. jeho obsah je v **souladu se standardy** finanční gramotnosti,⁸
2. splňuje **princip objektivity** – tj. sdělovat informace objektivně, nikoli subjektivně (jednostranně) hodnotit,
3. splňuje **princip obecnosti** – nesmí se při něm doporučovat, propagovat ani prodávat žádný produkt, služba nebo instituce (zejména finanční),
4. splňuje **princip odbornosti** – odbornost obsahu a vzdělavatelů, včetně dostatečných schopností a dovedností jak z oblasti vzdělávání, tak odborné oblasti financí,
5. splňuje **princip zacílení** – konkrétní projekty či programy by měly jasně vymezit cílovou skupinu, pro kterou jsou určeny, a využívat vhodné informační kanály vzhledem ke zvolené cílové skupině tak, aby nedocházelo k chybné interpretaci.

⁸ Systém budování finanční gramotnosti na základních a středních školách:
http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ft_finvzd_skoly_37168.html

Rozpracování principu obecnosti finančního vzdělávání

Ve finančně vzdělávacím projektu:⁹

- a. se neobjevuje propagace jakéhokoli produktu, služby, poskytovatele, skupiny poskytovatelů ap.,
 - *cílem je, aby cílovou skupinu nenabádaly k nákupu*
- b. lze pracovat s reálnými daty a používat konkrétní ukázky produktů, vždy však na bázi nestrannosti,
 - *je nutné předložit ukázky produktů několika (finančních) institucí, a to včetně konkurence financujícího komerčního subjektu ap.*
- c. se neobjevuje konkrétní doporučení existujícího produktu nebo služby,
 - *konkrétní doporučení není finančním vzděláváním, ale (osobním) poradenstvím*
- d. je při jeho propagaci uveden financující komerční subjekt na transparentní bázi,
 - *např. u webových stránek včetně prolinku na financující komerční subjekt, nejlépe odkaz na CSR, nebo hlavní webovou stránku*
- e. nesmí být logo finančně vzdělávacího projektu zaměnitelné s logem financujícího komerčního subjektu,
- f. je logo financujícího komerčního subjektu použito přiměřeně co do počtu, umístění i velikosti a nesmí být patrnou součástí vzdělávacího sdělení,
- g. se přednášející transparentně představí, během výuky však nepůsobí jako prodejce,
 - *např. na sebe nerozdává kontakty, reklamní letáky, rady ap.*
- h. na sebe přednášející může dát kontakt jen na základě iniciativy posluchače a pouze mimo čas vzdělávacího sdělení.
 - *nejlépe vizitku s logem finančně vzdělávacího projektu*

⁹ Finančně vzdělávacím projektem se rozumí všechny formy finančního vzdělávání - např. školení, publikace (kniha, leták, článek), webové stránky, divadlo, konference, audio- a/nebo vizuální pořad, konference atd.