

# Finanční gramotnost (FG) 2. část

- Nutnost posílení a rozvoj finančního vzdělávání (hospodářská krize 2008).
- Důvody (MF): Vybavení žáků takovými znalostmi, dovednostmi a hodnotovými postoji, aby byli schopni **finančně zabezpečit sebe a svou rodinu** v současné společnosti a aktivně vystupovat na trhu finančních produktů a služeb. Jako finančně gramotný občan by měl být schopen orientovat se v problematice peněz a cen a měl by být schopen **odpovědně spravovat osobní/rodinný rozpočet** (např. zabránění insolvenčnímu), včetně správy finančních aktiv a finančních závazků s ohledem na měnící se životní situace.

# Doporučení OECD

- K základním prvkům finančního vzdělávání by mělo patřit získání potřebných znalostí, ale také **výchova v oblasti postojové a hodnotové,**  
(Finanční vzdělávání pro SŠ, s. 22)
- mělo by být **integrováno do tradičních předmětů** – matematika, **občanská výchova** (u nás do výchovy k občanství).

- *Finanční gramotnost je 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 problematice peněz a cen a je schopen odpovědně spravovat osobní/rodinný rozpočet, včetně správy finančních aktiv a finančních závazků s ohledem na měnící se životní situace.*

# Složky finanční gramotnosti

- *Peněžní gramotnost*
- *Cenová gramotnost*
- *Rozpočtová gramotnost*

*Okruhy učiva:*

- *Peníze*
- *Hospodaření domácnosti*
- *Finanční produkty*

# REVIDOVANÁ DEFINICE FINANČNÍ GRAMOTNOSTI (2017)

- *Finanční gramotnost je souhrn znalostí a postojů nezbytných k dosažení finanční prosperity prostřednictvím zodpovědného finančního rozhodování.*

# 20. 7. 2017 revidovaný Standard finanční gramotnosti

- posílení těchto témat: *bezhotovostní placení, ochrana osobních údajů, kritické posouzení nabídky služeb a zboží, sestavení rozpočtu a porovnání majetku a závazků, úročení, porovnání finančních produktů, krátkodobé a dlouhodobé plánování a rizika dosažení cílů, zabezpečení na stáří, vznik a rizika půjček, důsledky nesplácení a řešení zadlužení a předlužení.*

# Okruhy učiva FG dle revidované verze

- a. nakupování a placení
- b. hospodaření domácnosti
- c. přebytek rozpočtu domácnosti
- d. schodek rozpočtu domácnosti

- Hodnotové postoje v rámci FG – aktivní vystupování na trhu finančních produktů a služeb...v souladu s morálními zásadami – poctivost, spravedlnost, čestnost,
- jednostranná orientace na zisk pak souvisí s modelem homo oeconomicus.



# Hodnotový rámec FG - východiska

- Normativní ekonomie – etické kategorie, humanistické principy v rámci ekonomického uvažování,
- kritizuje koncepci lidského chování – homo oeconomicus, i současný model tzv. efektivního hospodaření (minimální náklady, maximalizace zisku), který nemusí být ohleduplný k životnímu prostředí,
- tzv. negativní externality (A. C. Pigou),
- Rich, A. Etika hospodářství, Praha, 1994.

- Kritika koncepce homo oeconomicus:
- redukcionistický model člověka – sleduje svůj vlastní zájem, chce maximalizovat výnosy a minimalizovat náklady,
- vliv normativně-afektivních aspektů při lidském rozhodování, zahrnutí kooperace a prosociálního chování (Etzioni, A. Morální dimenze ekonomiky, Praha 1995)

- Lidské ekonomické chování obsahuje sobecké i altruistické-prosociální prvky (Zamagni, S. The Economics of Altruism, Bologna 1995),
- participační altruismus – činnost jedince ve prospěch skupiny (Etzioni, c.d.),
- výzkumy strategií chování (Andreoni, J. Altruismus in Experiments) – kooperativní strategie vede k lepšímu výsledku pro všechny.

- Touha po zisku – legitimní v případě, zda se slučuje se sociálním, ekologickým a budoucnostním zřetelem (Küng, H. Světový étos pro politiku a hospodářství, Praha 2000).
- Modus BÝT (solidarita, láska k životu, ochota dělit se, dávat, obětovat, prosociálnost),
- modus MÍT (touha vlastnit, dosahovat zisku, omezovat, egocentrismus) – Fromm, E. Mít nebo být, Praha 1994.

# Prezentace finančního světa v širších souvislostech

- Hodnotový rámec FG,
- peníze pouze prostředkem pro hodnotný život,
- možné příklady snahy o uskutečňování normativně/etických kritérií v ekonomice – Fair Trade, ... .

# Fair Trade

- „Fair trade je obchodní partnerství založené na dialogu, transparentnosti a úctě, jehož cílem je větší spravedlnost v mezinárodním obchodě. Přispívá k udržitelnému rozvoji tím, že nabízí lepší obchodní podmínky a chrání práva drobných výrobců a pěstitelů – především v rozvojových zemích.“

<http://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>

# Principy Fair Trade:

- spravedlivá cena,
- rozvoj komunit,
- ochrana přírody,
- důstojné pracovní podmínky,
- zákaz dětské práce.

<http://www.fairtrade.cz/>

- **Princip obecnosti - nepropagovat konkrétní produkty, služby a instituce**
- **nepracovat s konkrétními osobními/rodinnými rozpočty,**
- představeno více nabídek, které mohou být mezi sebou porovnávány



Ve finančně vzdělávacím projektu:<sup>9</sup>

- 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*

Principy nezávislosti ve finančním vzdělávání (2013)

# Metodika

- Propojení transmisivního a konstruktivistického přístupu,
- metoda diskuse, situační (simulační) výukové metody, hraní rolí.

# Ukázka – rozpracování v souboru „Peníze a skrupule“ -

detailněji rozpracováno ve stejnojmenném podkladovém materiálu

- Aktivita *Peníze a skrupule* obsahuje několik krátkých tvrzení, např.:
- „*V samoobsluze ti pokladní nezapočítala bonboniéru v ceně 150 Kč. Co uděláš?*“
- *Dostal jsi k narozeninám 500 Kč. Oslovil tě člověk a žádá o příspěvek na Červený kříž. Dáš mu nějaké peníze? Když ano, kolik?*
- *Nedávno ses dozvěděl o využívání dětské práce v Thajsku. Levné rádio, které si chceš koupit bylo vyrobeno v Thajsku. Co uděláš?*“
- Žáci se k nim posléze vyjadřují, sami, případně ve skupinkách, kdy se pokouší nalézt společné řešení.

(PIKE, G. *Cvičení a hry pro globální výchovu II*. Praha, 2009)