

Finanční vzdělávání: Proč od roku 2009 boduje v zahraničních hitparádách?

Společenská odpovědnost je v různých krajích, státech a kontinentech vnímána odlišně. Jak se v tom všem orientovat? Zkusme si to nyní rozebrat.

MILOŠ FILIP

„Je tady duben, měsíc Národní finanční vzdělanosti. A víte, co to znamená. Zase budeme objektem zájmu únavných prezentací finančních institucí. Budou nám vysvětlovat, že nebyť přihloupých a nezodpovědných Američanů, beroucích si úvěry, nepřivalila by se finanční krize roku 2008. A samozřejmě, že tomu budeme věřit. Téměř všichni uvěříme, že stačí zlepšit naše finanční znalosti. A osobní finance rozkvetou. Sbohem, nafukující se splátky hypotéky! Vítej, odpovědné finanční rozhodování! Takže, rozběhněme se teď hned zapsat se do nějakého finančního semináře. Zní to skvěle. Ale není to pravda!“ Takto sarkasticky okomentovala novinářka The Guardian Helaine Olen příchod měsíce, ve kterém se mají lidé v USA finančně vzdělávat.

Na vysvětlenou: Duben je od roku 2004 ve Spojených státech měsícem finančního vzdělávání (v Kanadě obdobný titul vyhrál

listopad). Pocity Američanů svědčí o hořké příchuti na jazyku, když se dnes setkají s dalším ze vzdělávacích programů. Lidé se často domnívají, že ze strany bank jde o předvádění nově nabyté společenské odpovědnosti. A možná dokonce o skrytou snahu přesunout zodpovědnost za vznik krize na „finančně negramotnou“ průměrnou americkou rodinu, která si vzala některou z hypoték nesplacených v letech 2006 a 2007.

AMERICKÉ BANKY NEMAJÍ VE VZDĚLÁVÁNÍ JEDNODUCHOU POZICI

Bankovní instituce samy o sobě říkají, že nesou odpovědnost za celou komunitu v oblasti osobních financí. „Učíme naše klienty a jejich děti, jak si našetřit na studia, spořit na penzi a vytvářet si finanční rezervu. Není to jen fajn úkol – dává nám to smysl

Pět rozměrů finančních dovedností podle britského regulátora

- Vyjít s osobním rozpočtem
- Mít přehled, za co platím
- Plánovat své výdaje
- Dokázat si vybrat mezi finančními produkty
- Mít aktuální informace o dění ve financích a ekonomice

ZDROJ: FINANCIAL SERVICES AUTHORITY,
VELKÁ BRITÁNIE

i z ekonomického hlediska. Když totiž vybudujeme národ, který si spoří, udržíme v naší ekonomice více peněz. Úvěry pak budou dostupnější. A při nepříznivém vývoji na trzích budeme celkově odolnější.“ Takto letos vysvětlovali manažeři Citibank zodpovědní za finanční vzdělávání svůj přístup v časopise American Banker.

Pohled na bankovní vzdělávací aktivity je ale poměrně kritický. Příkladem může být společná vzdělávací iniciativa jedné z největších amerických bank, Bank of America, s proslavenou neziskovou organizací Khan Academy ohlášená v tomto roce. Kritické ohlasy v médiích se objevily téměř obratem: „Nejde náhodou o stejnou banku, která v roce 2008 koupila hypoteční instituci Countrywide Financial? A to vše se znalostí toho, že byla epicentrem podvodných hypotečních praktik a klamavých reklam?“

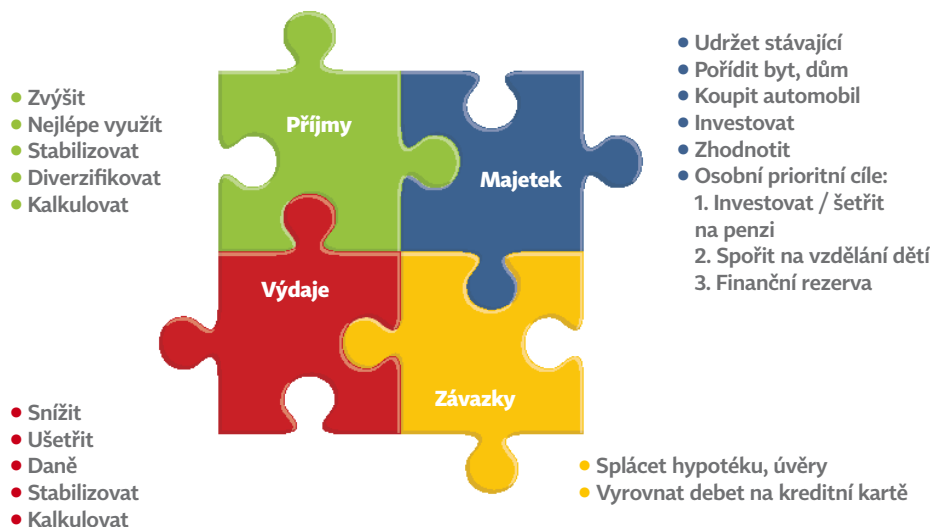
JAK SE NARODILA FINANČNÍ GRAMOTNOST

Pojem finanční gramotnost nikdo neslyšel do pozdních 90. let. Teprve tehdy se začaly objevovat první studie, které poprvé měřily dovednosti lidí a jejich přístup ke správě osobních financí. Po roce 2008 jako by se s finančním vzděláváním roztrhl pytel. Podle údajů analytiků z firmy Callahan & Associates ke konci roku 2009 nabízelo v USA 24 % (v počtu asi 1800) kreditních družstev finanční poradenství, 24 % mělo programy finančního vzdělávání a 13 % organizovalo workshopy. Kromě toho 94 %(!) bank organizuje své vlastní programy finančního vzdělávání – pro minoritní skupiny, sociálně vyloučené, mládež a samozřejmě pro „běžné“ zákazníky.

Po bouři iniciované finanční krizí se s povščením OECD vzdělává celý svět. Národní

Obrázek Osobní finance a s nimi spojené žádoucí aktivity

Vzdělávací programy osobních financí se často až příliš soustřeďují na problematiku „rozpočtování“ (levá strana obrázku). Jsou to ale paradoxně často nízkopříjmové rodiny, které by mohly využívat ty „bohatší“, jak vyjít s měsíčním příjmem. Po roce 2008 by se do popředí vzdělávacích programů v ČR měly podle názoru autora posunout spíše spoření a investice (pravá strana). Vděčným tématem zůstává ochrana proti předluzování a (snad) spoření na penzi.



programy finančního vzdělávání mají USA, Austrálie či Japonsko. V příštím roce vstoupí výuka finanční gramotnosti do škol Velké Británie jako povinná součást předmětu „občanská výchova“. V ČR se o finanční vzdělávání zajímá Ministerstvo financí, ČNB, MŠMT, profesní finanční asociace, neziskové organizace a samozřejmě finanční instituce. Také my máme od roku 2010 svůj vlastní program Národního finančního vzdělávání. Na Ministerstvu financí nahlášený počet „aktivních“ subjektů na poli finančního vzdělávání převyšoval v tomto roce číslovku 50.

V čem finanční vzdělávání klientů, občanů spočívá? Jednoduchá definice by mohla znít: Vyjít s penězi. Mít přehled o svých výdajích a plánovat je. Dokázat si vybrat mezi finančními produkty ty, které mne posunou k osobním cílům. Ať jsou to investice, spoření, pojištění nebo úvěry. Definice českých regulátorů je složitější. Mluví o „rozpočtové, cenové a peněžní gramotnosti a správě finančních aktiv a závazků“. Snad je to totéž. Pohled britského finančního regulátora ukazuje následující box.

PROČ BY MĚLY BANKY NĚKOHO FINANČNĚ VZDĚLÁVAT

Mínění, jakým způsobem by se banky měly zapojit do finančního vzdělávání, se pohybuje mezi třemi body: „Vzdělávat klienty je jejich morální závazek, protože na svých klientech vydělávají.“ Druhý, liberální názor říká, že jde čistě o filantropickou aktivitu, vracejí „hodnoty komunitě“. Protože lidé by měli být sami primárně zodpovědní za management svých peněz. A konečně třetí, nedůvěřivý pohled banky osočuje, že touto noblesní formou chtějí nabrat mladé klienty nebo do banky přitáhnout další byznys.

Jaké programy ve světě existují? V určité obecné části (např. objasňování finančních pojmů jako efektivní úroková sazba, inflace, principů investování atd.) se vzdělávací programy překrývají bez ohledu na zeměpisné souřadnice. Každý stát je pak „posedlý“ svými vlastními problémy: V USA je např. evergreenem vysvětlovat klientům, jak splácet zůstatky na kreditní kartě, jak nevystavit nekrytý šek nebo jak na hypotéku. Velká Británie se věnuje vzdělávání mládeže a zejména drahým splátkovým úvěrům. U nás se Národní strategie chce zaměřit za prvé na mládež ve školách a za druhé na dospělé populaci – problémy předlužování, spoření na stáří a další.

Fungují vůbec dnešní iniciativy na poli finančního vzdělávání? Výsledky jsou prozatím rozpačité. Některé studie ukazují, že lektoři mají dílčí úspěchy: U lidí, kteří absolvovali lekci osobních financí, se např. snížila delikvence ve splátkách spotřebních úvěrů. Ti, kteří absolvovali školení o penězích, si začali více spořit než neškolená kontrolní skupina.

Paradoxní ale např. je pozorování instituce JumpStart Coalition, která v roce 2009 zveřejnila, že aktivity ve finančním vzdělá-

Pět doporučení, jak sestavit efektivní program finančního vzdělávání

- 1. Vyzkoušejte si to.** Neměli bychom naivně předpokládat, že finanční termíny a koncepty objasní a napravit chování lidí. Matematické dovednosti finanční potíže nevyřeší. Nechejte své klienty si produkty vyzkoušet – ať je to běžný účet nebo podílový fond. V USA dokonce studenti zkoušku na škole řídí malou pobočku banky se skutečnými penězi.
- 2. Chváíme vás.** Učte své „studenty“ používat finanční produkty zodpovědně. Některé banky ve světě dávají mladým klientům malou finanční odměnu s poděkováním za řádné splácení kreditní karty nebo za pravidelné investice do fondů.
- 3. Škola financí hrou.** Semináře, materiály by měly přicházet ve stravitelné podobě – barevná brožura, knížka, schémata, vtipy, animace...
- 4. Užítý na míru.** Vzdělávací program by měl být šitý na míru českým klientům a jejich problémům. Princip „dělatí to v EU, tak je to dobře“ v tomto případě dost dobře nefunguje. Češi mají odlišný postoj k investování, spoření, pojištění i dluhům než „západní Evropané“.
- 5. Nejdůležitější bod závěrem:** Vzdělávací programy ve finančních musích cílit na různé skupiny. Studenty mohou zajímat finance v prvním zaměstnání, možnost získat úvěry. Mladé rodiny zase pojištění, hypotéky či spoření. Lidi s přebytkem úspor investice.

vání v USA nejenže nezlepšily finanční gramotnost mladých lidí, ale její celkové skóre podle indexu propadlo z hodnoty 57,3 % roku 1997 na 48,3 %. Žádný ze sledovaných vzdělávacích programů pak nedokázal jedno: Zvýšit čisté finanční bohatství svých klientů.

TŘI KRITIKY VZDĚLÁVACÍCH PROGRAMŮ

Zajímavá zjištění, proč vzdělávací programy nefungují, pocházejí znovu z USA:

1. Jsou příliš školometské. Neúspěšné byly „neživotné“ programy, které měly příliš didaktický přístup a přísně analyticky se zaměřovaly na témata rozpočtování, spoření, investic či řízení dluhů.

2. Vzdělávají chybnou cílovou skupinu. Podle JumpStart Coalition se např. děti zohla nezajímaly semináře o daních, pojištění a složeném úrokování – nevěděly totiž, co si s takovými znalostmi počít. Takový seminář naopak ocenili až lidé okolo dvacítky.

3. Nedají se vyzkoušet. Neúspěšné bylo povídání o penězích, které připomínalo přednášku o teorii plavání. Problémem bylo, že učitel přinesl zajímavý materiál, ale nenechal studenty nic z toho si v praxi vyzkoušet. Chyběla bezprostřední použitelnost.

JAK BY MĚL VYPADAT DOBŘÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM?

Doporučuji při sestavování programu finančního vzdělávání postupovat jako v marketingu či obchodě. Stanovte si jasný cíl. Rozhodněte se, co připravujete a pro koho. Máte tři možnosti: Za prvé, pracujete vlastně na PR své instituce? Nebo za druhé, chcete programem zvýšit prodeje produktů a počet klientů? Za třetí, je hlavním záměrem společenská odpovědnost, oblečená v šatech finančního vzdělávání s možnými vedlejšími pozitivními efekty (viz oba předchozí body)? Žádný ze tří cílů není chybný. Ale je nutné nezaměřovat např. obchodní cíle za filantropii. Včetně pozdější reakce na případnou kritiku.

Na Pracovní skupině pro finanční vzdělávání MF ČR, která se podílí na přípravě koncepce finančního vzdělávání v ČR, převládá v minulosti poněkud puristický pohled: totiž že finanční vzdělávání nesmí být spojeno s popisem a propagací konkrétních finančních produktů. Podle mého názoru je to chyba. Nejlépe se totiž lidé učí na „vzorcích“ finančních produktů, které si mohou vyzkoušet (ať jsou to modelová portfolia na internetu nebo třeba kreditní karty s nízkým limitem).

Dobrý finanční program musí balancovat mezi dvěma protipóly: Snahou ochránit lidi „až do morku kostí“ – před vším a před všemi. Takový přístup pak totiž často povzbuzuje lenost lidí a nechutí sami se něco naučit, vyzkoušet si, otrkat se. Druhý pól se nese v duchu dogmatického tržního přístupu. Dětem např. jedna ze vzdělávacích společností na bázi termínů z příručky amerického finančního školitele Roberta Kiyosakiho vysvětluje, že jeden táta je kvůli finančním tokům chudý a druhý bohatý. Nejsm odborník na dětskou pedagogiku. Ale nejspíš bych nebyl rád, aby mé dítě ve škole někdo děsil tím, že se snad narodilo v nemajetné rodině bez peněz. Dobrý finanční program zakotví někde uprostřed.

Zastavme se u pátého bodu v našem boxu. Rozdělit skupiny klientů pro potřeby efektivního vzdělávání doporučuje mj. i OECD. Nahrubo přitom škatulkuje klienty do dvou skupin, na „odpovědné“ (spóří si, zajímají se o osobní finance) a principiální „neplánovače“ (odmítají uvažovat o své finanční budoucnosti). Těm druhým stroze navrhuje nabídnout základní finanční produkty. A pokud to jde, povinně je např. zapsat do programu spoření na penzi. Mimochodem, který měsíc vyhlásíme měsícem finanční gramotnosti v ČR? ●



Miloš Filip, CFA, autor je nezávislým expertem Pracovní skupiny pro finanční vzdělávání MF ČR a spoluautorem publikací Institutu pro finanční poradenství, www.ipfp.cz.