

OTWIERAMY PRZYSZŁOŚĆ. DLA MŁODYCH

Przed nami Rok Edukacji Ekonomicznej. Czy narodowy program pogłębiania wiedzy Polaków o finansach i ekonomii jest nam potrzebny?



EWELINA IGNACZAK

Dyrektorka Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku SA



35% Polaków w wieku do 34 lat uważa, że jeśli w budżecie państwa brakuje pieniędzy, to należy je dodrukować, by uzupełnić lukę. To jedna z zaskakujących danych, którą można znaleźć w raporcie z ogólnopolskiego panelu badawczego Ariadna. Co piąty Polak uznaje, że płacąc w sklepie, nie płaci podatku VAT. Przy okazji – tyle samo osób uważa, że hasło do bankowości elektronicznej warto zapisać w telefonie... Dla większości z nas przychód, dochód i zysk, to pojęcia tożsame i nie ma między nimi żadnej różnicy.

Te dane są bardzo niepokojące, choć niestety łatwo je sprowadzić do poziomu ciekawostki. Wskazują, jak niski jest poziom wiedzy finansowej i edukacji ekonomicznej w naszym kraju. Pod tym względem jesteśmy na szóstym miejscu w Europie. Szóstym od końca.

Pozostając w sferze wniosków z badań, które dla mnie jako marketerki są niezwykle ważne, warto również zauważyć, że aż 40 procent dorosłych mieszkańców Polski opisuje swoją wiedzę finansową jako „wysoką”. Dlaczego więc w obiektywnych badaniach naukowych w porównaniu do reszty Europy pozostajemy aż tak daleko w tyle? Jaka jest naprawdę nasza wiedza ekonomiczna? Czy warto zadbać, abyśmy o ekonomii wiedzieli więcej? A jeśli tak, to dlaczego?

■ EDUKACJA EKONOMICZNA W „TAJEMNICY MIASTECZKA”

Możemy mieć wpływ na poziom edukacji ekonomicznej. W Bankach Spółdzielczych SGB postawiliśmy na edukację młodego pokolenia, choć precyzyjniej byłoby napisać – dzieci. Jedną z naszych inicjatyw, w ramach nowej strategii komunikacji marki Banki Spółdzielcze SGB, jest gra internetowa „Tajemnica Miasteczka”. W gronie najmłodszych popularyzuje ona ideę bankowości spółdzielczej, udostępnia podstawy wiedzy o finansach i jednocześnie promuje wartości ważne dla naszych banków oraz lokalnej społeczności – z wzajemnością.

Sięgnęliśmy po format gry komputerowej, ponieważ to najlepsze narzędzie dotarcia do bardzo młodych ludzi,

przyszłych klientów banków spółdzielczych. Jesteśmy częścią lokalnych społeczności. Nasze relacje opierają się na wzajemnym wsparciu na każdym etapie życia, wspieraniu w rozwoju oraz wspólnym rozwiązywaniu problemów i podejmowaniu wyzwań. Ważna jest życzliwość i otwartość, także na zdobywanie nowej wiedzy. To buduje poczucie wspólnoty i podnosi jakość codziennego życia. O tym też jest nasza gra: o wzajemności i odpowiedzialności za własny rozwój i jego ekonomiczne podstawy.

OK, to tylko gra. Służy zabawie, zachęca do nauki. Świetnie działa i zbiera fajne recenzje, ale to „tylko” gra edukacyjna. Następny krok – własne konto i aplikacja dla młodych. W naszym przypadku nawet dla dzieci od 1. dnia życia! SGB Mobile w nowej odsłonie dla najmłodszych to wyższa szkoła jazdy – nauka bankowania na żywo i całkiem na serio. Możesz kontrolować swoje wydatki nawet w wieku kilku lat! Możesz mieć źródło szybkiej analizy – na co wydajesz kieszonkowe, gdzie uciekają pieniądze, jakie wydatki można ograniczyć, by zaoszczędzić na przyjemności?

Dzieci wybierają w SGB Mobile własnego awatara. Karta do konta ma design stworzony na podstawie rekomendacji grupy docelowej. Ich konto uwzględnia wszystkie potrzeby młodego klienta, w tym zakupy internetowe, a jego rodzicom daje komfort dyskretnej, bezpiecznej kontroli nad wydatkami latorośli.

■ JAK WYKORZYSTAĆ POTENCJAŁ BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

A zatem – edukacja już kilku-, kilkunastolatków, połączona z aktywnym korzystaniem z narzędzi finansowych. To system naczyń połączonych. Nauka i praktyka w jednym, jako najlepszy sposób pogłębiania świadomości ekonomicznej. Nie ma lepszej drogi.

Im więcej wiemy na temat finansów, tym szybciej bogacimy się i łatwiej znajdujemy narzędzia, które pozwalają nam zwiększyć zarobki lub założyć dobrze prosperujący biznes. Stan umiejętności społecznych w kategoriach tak oczywi-



Banki spółdzielcze mają doskonały potencjał, by współpracować ze szkołami i organizacjami młodzieżowymi. Cel? Edukacja, rozwój osobisty, tworzenie nawyków bezpiecznego korzystania z narzędzi finansowych dla najmłodszych klientów. Uczenie ich, że dbanie o siebie to również dbanie o swoje pieniądze.

stych, jak inwestowanie, oszczędzanie czy znajomość praw i obowiązków wiążących się z zaciągniętymi zobowiązaniami, może mieć bezpośredni wpływ na potencjał rozwojowy całego państwa. Silną gospodarkę zbudować mogą tylko świadomi ekonomicznie obywatele.

Kto jest za to odpowiedzialny? Rodzice? Szkoła? Wyższe uczelnie? Telewizja? A może przedsiębiorstwa, banki? Wspólną odpowiedzią może być Rok Edukacji Ekonomicznej – narodowy program, którego zadaniem jest pogłębianie wiedzy o ekonomii jako podstawie do rozwijania majątkowości Polaków. Mieszczą się w nim zadania dla wszystkich wymienionych powyżej podmiotów, w tym banków. Także – banków spółdzielczych.

Z perspektywy banków spółdzielczych te działania mają jeszcze jeden walor – lokują je w świadomości młodych. Pozwalają zbierać wokół idei bankowości spółdzielczej nową społeczność. To dla niej można przygotowywać różne inicjatywy – webinary, warsztaty, prezentacje, spotkania dotyczące podstawowych zagadnień ekonomicznych, takich jak zarządzanie finansami osobistymi, oszczędzanie i inwestowanie. To jest grupa potencjalnych odbiorców materiałów edukacyjnych, służących zrozumieniu podstawowych pojęć ekonomicznych.

Banki spółdzielcze mają doskonały potencjał, by współpracować ze szkołami i organizacjami młodzieżowymi. Cel?

Edukacja, rozwój osobisty, tworzenie nawyków bezpiecznego korzystania z narzędzi finansowych dla najmłodszych klientów. Uczenie ich, że dbanie o siebie to również dbanie o swoje pieniądze. W podobny sposób można współpracować z uczelniami – a przypomnę, że ideą naszej oferty dla młodych jest prowadzenie ich kont do pełnoletniości i ich płynna „zamiana” na konta dorosłych klientów. Można te działania wzmocnić poprzez tematyczne wykłady na uczelniach, staże w bankach, warsztaty i spotkania dotyczące ekonomii i finansów, a przy okazji edukacji na temat wartości stojących u podstaw działania bankowości spółdzielczej.

Tak właśnie wyobrażam sobie dbanie o naszych klientów – na każdym etapie ich życia. To dbanie może też mieć wyraz w realizacji przedsięwzięć edukacyjnych, wspierających rozwój osobisty i wiedzę.

■ PRZYSZŁOŚĆ W... DBAŁOŚCI, UWAŻNOŚCI I KONSEKWENCJI

Jesteśmy ważnym elementem lokalnych społeczności. To jest zobowiązanie i jednocześnie duża korzyść – znamy wielu naszych klientów bezpośrednio, są naszymi sąsiadami z podwórka, ulicy, szkoły, dzielnicy czy firmy. Jest nam dużo łatwiej określić nie tylko potrzeby lokalnych konsumentów, ale i stan świadomości, która służy ich generowaniu.

Ale potrzeby nie ujawniają się same, trzeba je badać, oceniać, wspierać klientów w pozyskiwaniu wiedzy i wyposażać ich w odpowiednie narzędzia. Czasem będzie to gra komputerowa, czasami komunikacja w social mediach, a w innych przypadkach – pogłębiona dyskusja o instrumentach finansowych i gotowe narzędzia do bankowania.

W każdym przypadku historia zaczyna się od wiedzy. Odpowiedni sposób jej przekazania, prezentowania w działaniach, konsekwencji w ich realizacji daje większe szanse na rozwój nie tylko ekonomiczny, ale przede wszystkim społeczny. To na tym nam zależy, to jest podstawą naszej bankowej misji – nie tylko w Roku Edukacji Ekonomicznej, ale w kolejnych latach, w całej naszej przyszłości. ■

