

## Najważniejsze informacje o projekcie

Waga edukacji konsumenckiej została określona w art. 153 Traktatu z Maastricht i jest jednoznacznie związana z ochroną konsumentów ujętą w innych dokumentach wspólnotowych (np. w Zielonej Księdze). Kontynuuje to również Traktat amsterdamski z maja 1999 r., który potwierdza podstawowe prawa obywateli UE w zakresie:

„przestrzeganie zasad wolności i demokracji, prawa człowieka, praworządność, zrównanie w prawach socjalnych kobiet i mężczyzn.”

Dokument gwarantuje tym samym prawo do edukacji konsumenckiej w Europie.

Projekt z zakresu edukacji konsumenckiej będzie realizowany w wiosce Domaradz (3200 mieszkańców). Gmina jest jedną z najbiedniejszych gmin w woj. podkarpackim. W rankingu prowadzonym przez Wyższą Szkołę Zarządzania w Rzeszowie "Złota Setka Gmin Podkarpacia" gmina Domaradz uzyskała w 2010 r. miejsce 136 na 159. Pod względem udziału wydatków inwestycyjnych w dochodach ogółem gmina znalazła się na 145 pozycji, pod względem dochodów własnych na jednego mieszkańca zajęła 138 miejsce. Stopa bezrobocia 31.05.2011: Polska-12,2%, woj. podkarpackie -15,3%, pow. brzozowski -22,9%. Brak miejsc pracy to także przyczyna wzrostu liczby mieszkańców gminy korzystających z pomocy społecznej (2009 r. - 692 osoby; 2010 r. - 916 osób). Wg GUS rocznie ponad 2 tys. mieszkańców Podkarpacia wyjeżdża do pracy za granicę, w ciągu 25 lat wyemigruje ok. 40 tys. Jesteśmy w miarę dobrze wykształceni i przygotowani zawodowo. Przytoczone dane wskazują o różnorodności sytuacji życiowych mieszkańców wpływających na ich postawy od biernych i roszczeniowych do aktywnych zawodowo (najczęściej poprzez wyjazdy zagraniczne). Pojawia się potrzeba zmiany postaw, jednak jest to wyjątkowo trudne, gdyż potrzeby zmiany nie odczuwają sami zainteresowani. Doświadczenie w realizowaniu inicjatyw lokalnych utwierdza w przekonaniu, że Projekt opracowany w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych może być optymalnym wsparciem gwarantującym oczekiwane zmiany w obszarze edukacji obywatelskiej (konsumenckiej). Bodźcem do wdrożenia tej edukacji w szkole jest potrzeba łagodzenia problemu związanego z nieumiejętnością wydatkowania ciężko zapracowanych pieniędzy (także niewielkich świadczeń socjalnych) zarówno przez uczniów jak i rodziców.

Dzieci, do których kierowana jest większość spotów reklamowych traktuje je jako najbardziej wiarygodną informację. Reklama odbierana bezkrytycznie przez dziecko kreuje w nim ciągle nowe potrzeby, trudne do zaspokojenia. U dziecka z poczuciem kompleksu prowincji rodzi się przekonanie, że "musi" to mieć, choćby dla prestiżu. Gdy napotyka trudności, rodzą się frustracje, a nawet motywacje do popełnienia przestępstwa.

Uzasadnieniem konieczności realizacji projektu na terenie szkoły jest możliwość objęcia programem zarówno uczniów jak i ich środowisk rodzinnych. Ekonomia to dziedzina, która bezpośrednio wpływa na jakość naszego życia. Dlatego ważne jest, aby dzieci od najmłodszych lat uczyć efektywnego zarządzania własnymi finansami oraz uświadomić im, że jako konsumenci mają swoje prawa i obowiązki. Ustawiczne kształcenie konsumentów pozwala budować społeczeństwo odpowiedzialne.

Wiodącą rolę szkoły na każdym poziomie edukacyjnym jest (poza edukacją ogólną) przygotowanie młodych ludzi do pełnienia ról społecznych – w tym roli konsumenta, który jest w stanie dokonać refleksji nad indywidualnymi

wzorcami konsumpcji, przeanalizować ich wpływ na globalne społeczeństwo i środowisko, uwzględniając ograniczone zasoby naturalne.

Ponadto edukacja konsumencka jest:

- dziedziną, która rozwija w uczniach krytyczne spojrzenie na świat pozaszkolny, wyrabia w nich potrzebę zbierania informacji, dokonywania porównań oraz sprawdzania efektów dokonanego wyboru
- jest korzystna z punktu widzenia gospodarki narodowej, kreuje bowiem konsumentów domagających się produktów bezpiecznych, dobrej jakości, sprzedawanych po rzetelnych cenach
- może mieć znaczenie dla urzeczywistnienia podstawowych wartości europejskich, jakimi są sprawiedliwość, otwartość, solidarność i przejrzystość

Obecnie szkoły przechodzą istotną transformację by wytworzyć model edukacyjny oparty na jednostce i potrzebie kompleksowego kształcenia. UNESCO ogłosiło lata 2005-2014 dekadą Edukacji dla Zrównoważonego Rozwoju, a rok 2007 – rokiem zrównoważonej konsumpcji. W każdym kraju UE rozwijają się programy edukacyjne odnoszące się do edukacji obywatelskiej – w tym konsumenckiej. W wielu krajach zachodnich edukacja konsumencka prowadzona jest w sposób planowy i systematyczny w formie zajęć obowiązkowych lub jest włączona w program przedmiotów podstawowych (Edukacja konsumencka w szkole – podręcznik podstawowy, wydany przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, s. 9 -10).

Projekt "Jestem mądrym konsumentem od dziecka" poprzez określony cel główny i cele szczegółowe przyczyni się do złagodzenia poniższych przyczyn zdiagnozowanych problemów:

1. Niewystarczająca znajomość obszaru edukacji konsumenckiej oraz technik komunikacji interpersonalnej i nowatorskich umiejętności trenerskich u nauczycieli.
2. Brak kształcenia konsumenckiego w edukacji polskiej - niska świadomość praw obywatelskich mieszkańców Domaradza (w tym praw i obowiązków jako konsumentów) oraz nieumiejętność korzystania z nich.
3. Brak wyposażenia bazy szkolnej w nowoczesne pomoce dydaktyczne z zakresu edukacji konsumenckiej oraz niewystarczające wyposażenie szkoły w sprzęt potrzebny do przygotowania pomocy dydaktycznych oraz prowadzenia zajęć, brak w/w sprzętu u Wnioskodawcy.
4. Obniżony poziom motywacji uczniów do uczestnictwa w dodatkowych zajęciach edukacyjnych.