



#FLIGHT

Financial Literacy for Investment, Growth,
Help and Teamwork 



Planowanie i rozwój metodologii Help Club i jej wytycznych

WPROWADZENIE

Kluczowe wnioski z badań porównawczych pokazują, że kobiety mają mniejszy dostęp do wzorców do naśladowania i mniejszych sieci kontaktów, co sprawia, że są mniej skłonne do innowacji; jeśli kultura przedsiębiorczości jest zdominowana przez mężczyzn, kobietom trudno jest odnieść sukces (Female Entrepreneurship in the Nordics 2020).

Właśnie dlatego IO4, Klub Pomocy, został stworzony w formie kobiecej sieci służącej ekspatriantkom i uchodźczyniom w zaspokajaniu ich emocjonalnych potrzeb przyjaźni i wspólnoty, a także w pilotowaniu intelektualnych wyników #FLIGHT w zachęcającym i bezpiecznym środowisku.

Metodologia Klubów Pomocy została opracowana przez naukowców z WSEI w Lublinie (Polska) pod kierownictwem prof. dr hab. Andrzeja Cwynara i wdrożona przez trenerów/mentorów we wszystkich pięciu organizacjach partnerskich na Litwie, w Danii, Niemczech, Norwegii i Polsce.

Struktura i treść działań w zakresie współpracy, tworzenia sieci (w tym tworzenia sieci i strategii) oraz wzajemnego uczenia się zostały zrewidowane przez partnerów stowarzyszonych, w tym między innymi International House Vilnius, Litewską Publiczną Służbę Zatrudnienia oddział Sirvintos, Państwową Inspekcję Podatkową w ramach Ministerstwa Finansów Republiki Litewskiej, Zarząd Państwowego Funduszu Ubezpieczeń Społecznych przy Ministerstwie Ubezpieczeń Społecznych i Pracy, Państwowa Służba Żywności i Weterynarii (SFVS) Republiki Litewskiej, Centrum Wiedzy Finansowej Banku Litwy, bezpłatny startup wymiany językowej i kulturalnej SPEAK, Dyslexia Centras, KBT Fagskole, The European-Ukrainian HUB itp.

Główny cel metodologii

Zapewnienie zarówno innowacyjnego procesu edukacji finansowej, jak i wzmocnienia pozycji poprzez dzielenie się wiedzą i umiejętnościami między samymi uczestnikami w lokalnych Klubach Pomocy.

Metodologia dla Klubów Pomocy (IO4) wspiera mentorów/trenerów poprzez

- teoretyczne spostrzeżenia i praktyczne wskazówki dotyczące umiejętności finansowych,
- poprzez koncepcję efektywnych sesji sieciowych.

Cele metodologii

- Pogłębienie wiedzy na temat cyfrowych umiejętności finansowych wśród uczestniczek z Europy Wschodniej, z uwzględnieniem specyfiki kraju goszczącego,
- Zwiększenie kompetencji cyfrowych i finansowych uczestniczek w celu płynniejszej integracji ze społeczeństwami akceptującymi,
- Zapewnienie utworzenia sieci peer-to-peer, która wspiera społeczną i finansową niezależność uczestniczek, praktyki samozatrudnienia oraz szkolenia językowe i kulturowe.

Główne tematy:

- Cyfrowe procedury finansowe
- Inwestycje
- Samozatrudnienie i podstawy przedsiębiorczości
- Bezpieczeństwo cyfrowe
- Współpraca

Metodologia nauczania

- Proces edukacji w klasie z wykorzystaniem interaktywnych narzędzi
- Sesje tematyczne z udziałem zaproszonych prelegentów/ekspertów zewnętrznych
- Analiza sytuacyjna i symulacje (dyskusje)

Uzupełnienie programu nauczania w zakresie umiejętności finansowych i bezpieczeństwa cyfrowego o elementy językowe i kulturowe

Organizacja klubów pomocy

Zajęcia bezpośrednie i sesje networkingowe były preferowane przez uczestników Help Club we wszystkich krajach partnerskich. Organizowane regularnie, wprowadzały uczestników w różne sfery życia w kraju goszczącym, w tym między innymi w podatki, bankowość, samozatrudnienie, bezpieczeństwo cyfrowe itp.

Narzędzia chronione prawem autorskim, takie jak ©Online Personal Risk Tolerance Test i ©Romance Fraud Simulating Tool, zostały opracowane przez partnerstwo w ramach projektu i pilotowane w klubach pomocy.

Oficjalnym językiem zajęć klubowych był angielski/rosyjski, wspierany sesjami dotyczącymi lokalnego języka i kultury. Wsparcie językowe w języku ojczystym uczestników było niezbędne dla bardziej przejrzystej komunikacji i lepszego włączenia w działania projektowe.

Niektóre konkretne terminy finansowe, ekonomiczne i prawne wymagały bardziej szczegółowych wyjaśnień i nie mogły być przetłumaczone wprost. Dlatego każdy klub miał asystenta biegle posługującego się językiem ojczystym grupy docelowej.

Narzędzia oceny

- Interaktywne narzędzia diagnostyczne i poszkoleniowe, takie jak quizy typu Kahoot, ©Online Personal Risk Tolerance Test i ©Romance Fraud Simulating Tool.
- Informacje zwrotne od uczestników poprzez bezpośrednią dyskusję na temat poprzedniej sesji szkoleniowej na początku kolejnej sesji szkoleniowej.

Kompetencje nabyte po ukończeniu IO4

Po ukończeniu IO4 uczestnicy

- wymieniają czynniki wpływające na wyniki finansowe
- rozumieją znaczenie samowiedzy w podejmowaniu decyzji finansowych,
- znają krajowe składki na ubezpieczenie społeczne i państwowy urząd skarbowy dla osób samozatrudnionych - licencja na prowadzenie działalności gospodarczej i działalność indywidualna,
- wiedzieć, jak chronić się przed oszustwami finansowymi w cyberprzestrzeni,
- wymienić e-usługi świadczone przez litewskie banki,
- być w stanie nawiązywać kontakty społeczne,
- rozumieć wymagania dotyczące zarządzania żywnością produkowaną w małych ilościach i dostarczaną konsumentom końcowym oraz możliwości samozatrudnienia w tym sektorze.

Certyfikacja

Uczestnicy otrzymali certyfikaty po ukończeniu kursów z zakresu umiejętności cyfrowych, inwestycji, bezpieczeństwa cyfrowego, języka i kultury.

Skalowalność

Kluby Pomocy to formacje o skalowalnym charakterze, które można łatwo rozszerzyć poza projekt w dowolnym kraju europejskim.

SPIS TREŚCI

Podstawy teoretyczne i przegląd literatury	5
Wpływ wyników badań na wdrożenie sesji Help Club.....	7
Zakres tematyczny sesji Help Club	7
Dwa wymiary sesji Help Club - praktyczny i naukowy.....	9
Eksperti prowadzący sesje Help Club	12
Harmonogram i struktura sesji Help Club.....	13
Skalowalność i trwałość wyników sesji Help Club	14
Źródła materiałów edukacyjnych dla sesji Help Club odbywających się w Polsce.....	15
Źródła	16

PODSTAWY TEORETYCZNE I PRZEGLĄD LITERATURY

W dzisiejszym świecie znajomość finansów jest kluczową kompetencją. Zdefiniowana jako zdolność do wykorzystywania wiedzy i umiejętności do skutecznego zarządzania swoimi zasobami finansowymi w celu zapewnienia bezpieczeństwa finansowego przez całe życie (Huston, 2010; Remund, 2010; Knoll i Houts, 2012; Stolper i Walter, 2017), wiedza finansowa pozwala na prowadzenie zdrowego życia finansowego i wspiera konsumentów w dążeniu do dobrobytu (Cwynar i in., 2019). Istnieje obszerna literatura dokumentująca, w jaki sposób umiejętności finansowe są powiązane z cechami społeczno-demograficznymi konsumentów (patrz przeglądy Lusardi i Mitchell, 2014 lub Stolper i Walter, 2017). Wśród ustaleń badaczy jest to, że kobiety osiągają średnio niższe wyniki w testach umiejętności finansowych, ale niekoniecznie oznacza to, że ich wiedza i umiejętności finansowe są niższe niż mężczyzn (Bucher-Koenen i in., 2016; Ooi, 2020). Przymuszcza się, że kobiety rozwijają umiejętności finansowe inaczej niż mężczyźni i wynika to z uwarunkowań kulturowych, w których sfera finansów jest zwykle traktowana jako domena mężczyzn (Ford i Kent, 2009; Boggio i in., 2020). W związku z tym prace nad umiejętnościami finansowymi traktują kobiety jako jedną z grup defaworyzowanych, które wymagają interwencji zaprojektowanych z myślą o ich specyficznych potrzebach. Z oczywistych względów inną grupą defaworyzowaną są imigranci i repatrianci, którym brakuje wiedzy nie tylko na temat rynku finansowego kraju przyjmującego, ale także wiedzy o kraju w ogóle (Barcellos i in., 2012; Rostamkalaei i Riding, 2020). Połączenie tych dwóch cech - czyli bycie kobietą migrującą do innego kraju, zwłaszcza takiego, który kulturowo znacznie różni się od kraju pochodzenia - stwarza wyjątkowo trudną sytuację i wymaga, aby takie osoby otrzymywały szczególnie troskliwe wsparcie.

Literatura dotycząca umiejętności finansowych wskazuje na formalną edukację finansową jako podstawowy mechanizm zdobywania wiedzy i umiejętności finansowych. Jednak informacje, które zawsze są punktem wyjścia do rozwijania umiejętności finansowych, można uzyskać nie tylko z bezpośredniego uczenia się, ale także z interakcji społecznych z innymi. Otwiera to przestrzeń dla edukacji nieformalnej i socjalizacji - uczenia się poprzez interakcje z innymi osobami. Prace poświęcone rozwijaniu umiejętności finansowych w taki właśnie sposób są inspirowane przede wszystkim teoriami i koncepcjami psychologicznymi i socjologicznymi. Są one częścią wyłaniającego się, ale szybko rozwijającego się nurtu badań poświęconego efektom społecznym w finansach. Po pierwsze, umiejętności finansowe są uważane za specyficzną dla danej dziedziny formę kapitału ludzkiego w duchu definicji Beckera (Becker, 1962, 1975). Jest to kapitał, który podlega deprecjacji, ale który można również odbudować i pomnożyć - wymaga to jednak inwestycji, co pociąga za sobą koszty (edukacja, profesjonalne doradztwo, poświęcony czas). Stąd też znaczenie różnego rodzaju programów interwencyjnych w debacie na temat alfabetyzacji finansowej - np. programów edukacji finansowej czy profesjonalnego doradztwa finansowego. Z drugiej strony, taka inwestycja pozwala oczekiwać lepszych wyników finansowych, których ostateczną miarą jest bogactwo zgromadzone w cyklu życia konsumenta i związany z nim dobrobyt. Z perspektywy tej teorii decyzja o inwestowaniu w poprawę wiedzy i umiejętności finansowych jest podejmowana tylko wtedy, gdy korzyści krańcowe przewyższają koszty krańcowe (Delavande i in., 2008; Jappelli i Padula, 2013; Lusardi i in., 2017).

Biorąc jednak pod uwagę, że ludzie są istotami społecznymi, mogą czerpać z zasobów posiadanych przez członków sieci społecznych, do których należą, a tym samym mogą obniżyć koszty pozyskiwania informacji. Sieci społeczne są punktem wyjścia do zdefiniowania kapitału społecznego - struktury socjologicznej rozumianej jako system relacji w społeczności, które opierają się na wspólnych wartościach i normach, które umożliwiają jej członkom interakcję i skuteczne osiągnięcie celów. Koncepcje te - kapitał ludzki (Becker, 1962, 1975), sieci społeczne (Granovetter, 1985), kapitał społeczny (Coleman, 1988; Putnam, 1995), a wreszcie socjalizacja

konsumentów (Ward, 1974; Moschis, 1987) - zapewniają ramy teoretyczne do badania, w jaki sposób umiejętności finansowe mogą być rozwijane nieformalnie poprzez dostęp do zasobów sieciowych.

Implikacje wyżej wymienionych teorii psychologicznych i socjologicznych dla praktyki promowania wiedzy finansowej są bardzo jasne i konkretne: czynniki społeczne mogą kształtować wiedzę i umiejętności finansowe niezależnie od formalnej edukacji finansowej. Badacze wskazują na kilka kanałów, poprzez które jest to możliwe. Pierwszy z nich znany jest jako efekt rówieśniczy, w którym podstawowym mechanizmem nabywania wiedzy finansowej jest uczenie się społeczne (Duflo i Saez, 2003; Hong i in., 2004; Zhao i Li, 2021). Konsumenci po prostu uczą się poprzez interakcję z innymi. Obejmuje to zarówno wymianę informacji (dzielenie się informacjami, komunikacja szeptana), jak i obserwowanie zachowań i decyzji innych (uczenie się przez obserwację). Społeczne uczenie się jest po prostu rodzajem transferu wiedzy i umiejętności, prowadzącym od zwykłej świadomości możliwości do przekazywania opinii (przekazywanie sobie nawzajem informacji zwrotnych). Drugim mechanizmem, ściśle związanym z pierwszym, jest chęć dopasowania się do członków sieci społecznej - presja rówieśników i normy społeczne prowadzą do konformizmu w zachowaniu (Duflo i Saez, 2003). Hong i in., 2004 wskazują na inny, mniej oczywisty mechanizm. Osoby socjalizujące się mogą po prostu czerpać przyjemność z rozmowy na tematy, które wydają się przyciągać uwagę nie tylko ich, ale także innych uczestników (wspólne zainteresowanie). Odbywa się to w taki sam sposób, jak podczas rozmowy na tematy takie jak książki, filmy, sport itp.

Wszystkie te mechanizmy mają wspólny mianownik - nie zakładają sztywnej struktury transferu wiedzy, a przede wszystkim udział profesjonalistów w tym procesie. Transfer wiedzy i umiejętności odbywa się tu poprzez dzielenie się nimi przez osoby o podobnym statusie. Niekiedy udział w tym procesie jest wręcz bierny i polega jedynie na obserwowaniu innych, a następnie wykorzystaniu zdobytej w ten sposób wiedzy w odpowiedniej sytuacji.

Istnieje coraz więcej dowodów empirycznych na wpływ interakcji społecznych na umiejętności finansowe, a także na zachowania finansowe. Wykorzystując poziom wykształcenia sąsiadów jako wyznacznik wiedzy finansowej danej sieci społecznej, Lachance (2014) wykazał, że bardziej kompetentne sieci społeczne mają znaczący i niezależny wpływ na indywidualną wiedzę finansową - efekt zgodny ze społecznym uczeniem się jako sposobem nabywania wiedzy finansowej. Jednym z najwcześniejszych i najbardziej wpływowych badań pokazujących, w jaki sposób sieci społeczne wpływają na decyzje finansowe, był randomizowany eksperyment przeprowadzony przez Duflo i Saeza (2003), w którym zbadano, czy sieci społeczne mogą sprzyjać decyzjom o zapisaniu się do planu emerytalnego. W innym często cytowanym artykule, Hong et al., 2004 wykazali, że "społeczne" gospodarstwa domowe - te, które uczęszczają do kościoła lub utrzymują kontakty z sąsiadami - były bardziej skłonne do uczestnictwa w rynku akcji w porównaniu z "niespołecznymi" gospodarstwami domowymi. Cole i Shastry (2009) również potwierdzili efekt rówieśników w badaniu pokazującym, w jaki sposób uczenie się od pracodawców i sąsiadów może wpływać na uczestnictwo w rynku finansowym. Praca ta uutorowała drogę kolejnym badaniom, a dziś nauka dysponuje jednoznacznymi dowodami wskazującymi, że decyzja o uczestnictwie w rynku kapitałowym jest kształtowana m.in. przez interakcje społeczne. Ponadto, efekt sąsiedztwa został wielokrotnie potwierdzony od czasu pracy Hong et al. (2004). Szczególnie istotne dla niniejszego raportu jest niedawne badanie efektu sąsiedztwa w odniesieniu do imigrantów. Haliassos et al. (2020) wykorzystali rzadką okazję w postaci naturalnego eksperymentu - szwedzkiej polityki przydzielania uchodźcom specjalnie wyznaczonych mieszkań. W swoim quasi-eksperymentcie terenowym wykazali średnio- i długoterminowy wpływ na zachowania związane z oszczędzaniem i inwestowaniem uchodźców wynikające z ich ekspozycji na dobrze poinformowanych finansowo rodzimych sąsiadów. Z kolei Girshina et al. (2019) pokazali to

samo, ale w przeciwnym kierunku - jak zachowania finansowe imigrantów wpływają na wybory finansowe rdzennej ludności.

WPLYW WYNIKÓW BADAŃ NA WDROŻENIE SESJI HELP CLUB

Projekt spotkań Help Club przedstawiony w niniejszym raporcie opiera się na wynikach badań przedstawionych w poprzedniej sekcji. Help Club ma być platformą umożliwiającą nabywanie cyfrowych umiejętności finansowych za pośrednictwem dwóch kanałów. Pierwszym z nich jest tradycyjna edukacja finansowa polegająca na przygotowaniu odpowiednich treści merytorycznych i udostępnieniu ich odbiorcom programu (beneficjentom projektu FLIGHT), pod mniej lub bardziej profesjonalnym okiem eksperta, trenera, tutora. Oddziaływanie na uczestników projektu tym kanałem wiąże się z przygotowaniem produktów intelektualnych (IO1, IO2, IO3) - różnego rodzaju treści szkoleniowych, które będą prezentowane podczas sesji pilotażowych Help Club (patrz rozdział Harmonogram Help Club i struktura sesji). Zakłada się, że uczestnicy Help Club uzyskają pomostowy kapitał społeczny poprzez tworzenie i utrzymywanie nowych relacji, co pozwoli im osiągnąć korzyści z interakcji społecznych. W szczególności oczekuje się, że jak wynika z literatury przedstawionej w poprzedniej sekcji, uczestnicy sesji Help Club uzyskają dodatkowy dostęp do informacji i będą uczyć się z nowej sieci społecznej, do której należą. Proces uczenia się za pośrednictwem tego drugiego kanału będzie bardziej nieformalny, będzie obejmował głównie dzielenie się wiedzą i umiejętnościami między rówieśnikami tworzącymi nową sieć uczestników sesji Help Club i będzie wymagał budowania zaufania i zaangażowania emocjonalnego z ich strony. Dlatego terminy takie jak nieformalny, dzielenie się, rówieśnicy, sieć społeczna i opieka emocjonalna są szczególnie ważne przy projektowaniu Sesji Help Club. Ważne jest również, aby od samego początku było jasne, że Help Club nie powinien być po prostu kursem szkoleniowym. Komponent społeczny jest kluczowy, ponieważ obejmuje tworzenie więzi społecznych i interakcji społecznych, które prowadzą do uczenia się od innych.

ZAKRES TEMATYCZNY SESJI HELP CLUB

Głównym celem sesji Help Club jest nabycie przez jego uczestników cyfrowych umiejętności finansowych z uwzględnieniem specyfiki kraju przyjmującego. Kluczową kwestią jest to, że projekt jest skierowany do imigrantek (repatriantek), a zasady na rynku finansowym mogą się różnić (czasami znacznie) między ich krajem pochodzenia a krajem przyjmującym.

Literatura identyfikuje pięć podstawowych obszarów zarządzania finansami osobistymi, które wymagają odpowiedniego rozwoju wiedzy i umiejętności finansowych (Huston, 2010; Dew i Xiao, 2011; Walstad i Rebeck, 2016):

- 1) Zarządzanie gotówką / codzienne procedury finansowe / zarządzanie budżetem domowym
- 2) Oszczędzanie i inwestowanie
- 3) Zarządzanie kredytami i zadłużeniem
- 4) Ubezpieczenia, zarządzanie ryzykiem i ochrona zasobów
- 5) Poszukiwanie informacji finansowych.

W rezultacie kwestie omawiane podczas sesji Help Club powinny dotyczyć tematów, które mieszczą się w tych pięciu obszarach. Szczegółowy wybór tematów można pozostawić

ekspertom, ale wydaje się, że scenariusze sesji Help Club powinny prowadzić do odpowiedzi na co najmniej następujące pytania:

- 1) Zarządzanie gotówką / codzienne procedury finansowe / zarządzanie budżetem domowym
 - a) Dlaczego ważne jest trzymanie się budżetu?
 - b) Co oznacza prowadzenie dokumentacji finansowej?
 - c) Dlaczego porównywanie zakupów jest ważne?
 - d) Jakie są konsekwencje (niepłacenia) rachunków na czas?
 - e) Jaki wpływ ma inflacja na nasze pieniądze?
- 2) Oszczędzanie i inwestowanie
 - a) Czym jest fundusz awaryjny i jakie jest jego znaczenie w gospodarstwie domowym?
 - b) Dlaczego oszczędzanie z każdej wypłaty jest tak ważne?
 - c) Jakie są główne zasady oszczędzania na emeryturę?
 - d) Jaki jest kompromis między ryzykiem a zyskiem, jeśli chodzi o inwestowanie?
 - e) Czym jest dywersyfikacja?
 - f) Co to jest stopa procentowa i jak inflacja wpływa na różnicę między nominalnymi i realnymi stopami procentowymi?
 - g) Co to są odsetki składane?
- 3) Zarządzanie kredytami i zadłużeniem
 - a) Czym jest zdolność kredytowa?
 - b) Jakie czynniki mogą powodować wzrost oprocentowania kredytów?
 - c) Co jest złego w jednoczesnym zaciąganiu pożyczek z więcej niż jednego źródła (np. banki, firmy pożyczkowe, zakupy na raty, lombardy, rodzina itp.)
 - d) Jak ocenić zaciąganie pożyczek na następujące cele (lub na podobne cele): zakup drogich ubrań lub akcesoriów, wakacje za granicą, nowinki technologiczne lub gadżety?
 - e) Jakie są konsekwencje zalegania ze spłatą zadłużenia, w tym odsetek od zadłużenia?
 - f) Co jest złego w pożyczaniu na spłatę długu?
- 4) Ubezpieczenia, zarządzanie ryzykiem i ochrona zasobów
 - a) Jaka jest natura ryzyka w finansach i jak możemy sobie z nim radzić jako konsumenci?
 - b) Dlaczego ważne jest posiadanie odpowiedniego ubezpieczenia zdrowotnego (majątkowego, na życie)?
 - c) Jak możemy przygotować się do amortyzacji wstrząsów finansowych w ciągu całego życia?
 - d) Jak chronić się przed oszustwami i nadużyciami finansowymi?
- 5) Poszukiwanie informacji finansowych
 - a) Gdzie znaleźć niedrogie i wiarygodne informacje o produktach finansowych?
 - b) Kto publikuje ostrzeżenia dla konsumentów o nieuczciwych i wprowadzających w błąd praktykach na rynku finansowym?

Biorąc pod uwagę dwie dodatkowe okoliczności - status społeczny członków Sesji Help Club (imigrantki) oraz rosnące znaczenie cyfryzacji na rynku finansowym - jego zakres zostanie rozszerzony o dwa dodatkowe obszary:

- 1) Umiejętności przedsiębiorcze - lista umiejętności przedsiębiorczych zidentyfikowanych i omówionych w literaturze jest bardzo długa (zob. na przykład niedawny przegląd bibliometryczny Tittel i Terzidis, 2020), więc nie zostanie tutaj podana. Jednak

sesje Sesji Help Club powinny przynajmniej w pewnym stopniu poruszać takie tematy, jak: wyznaczanie celów i działanie w kreatywny sposób, rozwiązywanie problemów, prezentowanie swoich pomysłów, komunikacja, kompetencje przywódcze.

- 2) Umiejętności cyfrowe (Morgan, Huang i Trinh, 2019)
 - a) Znajomość cyfrowych produktów i usług finansowych
 - I. Płatności: pieniądź elektroniczny, portfele telefonów komórkowych, usługi przekazów pieniężnych
 - II. Zarządzanie aktywami: bankowość internetowa, brokerzy online, doradcy robo, handel mo-bile, zarządzanie aktywami kryptograficznymi
 - III. Finansowanie alternatywne: finansowanie społecznościowe, pożyczki peer-to-peer
 - b) Świadomość cyfrowych zagrożeń finansowych (hacking, phishing, pharming, spyware, wymiana kart SIM) i ochrona przed nimi.
 - c) Znajomość praw konsumentów i procedur dochodzenia roszczeń w odniesieniu do produktów i usług finansowych.

DWA WYMIARY SESJI HELP CLUB - PRAKTYCZNY I NAUKOWY

Jak wspomniano wcześniej, ogólnym celem Klubu jest nabycie przez jego uczestników cyfrowych umiejętności finansowych adekwatnych do warunków panujących w kraju goszczącym. Z jednej strony oznacza to, że po zakończeniu udziału w sesjach przewidzianych w harmonogramie projektu, uczestnicy Klubu powinni posiadać wiedzę i umiejętności, które umożliwią im dokonywanie właściwych wyborów finansowych (odpowiednich do ich sytuacji życiowej) i prowadzenie zdrowego życia finansowego - wiedząc, jak samodzielnie rozwijać cyfrowe umiejętności finansowe w przyszłości. Włączenie zagadnień związanych z przedsiębiorczością do sesji Sesji Help Club powinno zwiększyć pewność siebie uczestników Klubu i szanse nie tylko na ich większe włączenie do rynku finansowego, ale także na samozatrudnienie. Ten utylitarny cel jest bardzo konkretny i ma wymiar praktyczny.

Z drugiej strony, mechanizmy rozwoju cyfrowych umiejętności finansowych repatriantów - zwłaszcza imigrantek - są wciąż słabo rozpoznane i stanowią bardzo interesujący przedmiot badań naukowych. Projekt Help Club zakłada zatem, że będzie to również przestrzeń doświadczalna, która dzięki zastosowaniu podejścia naukowego pozwoli na jeszcze lepsze projektowanie programów edukacji finansowej dla imigrantów, znacznie poszerzając grupę beneficjentów projektu w przyszłości. Zaprojektowanie Help Clubu jako przedsięwzięcia akademicko-badawczego wymagać będzie m.in:

- 1) Wybór najbardziej odpowiedniej metody badawczej
- 2) Staranne pobieranie próbek spełniające standardy naukowe
- 3) Zastosowanie odpowiednich środków.

Biorąc pod uwagę, że rozwój cyfrowych umiejętności finansowych wśród imigrantów jest słabo zbadany i opisany, a proces nabywania cyfrowej wiedzy i umiejętności finansowych jest nadal "czarną skrzynką", sesje Klubu będą organizowane w Polsce w formie grupy fokusowej. Zakłada się, że badania jakościowe - a zogniskowane wywiady grupowe są jednym z nich - są najbardziej odpowiednie w takich przypadkach. Metoda ta jest spójna z koncepcją Klubu, która - ze względu na niewielką liczbę uczestników - nie pozwoliłaby na przeprowadzenie badania ilościowego spełniającego rygor naukowy. Polska będzie jedynym krajem, w którym realizowana będzie część naukowa projektu, ponieważ ramy czasowe i

budżet projektu nie pozwalają na takie działania jak np. tłumaczenie zebranego materiału badawczego na język angielski. Niemniej jednak zakłada się, że nawet dane zebrane w jednym kraju będą miały wystarczającą wartość naukową, aby posłużyć do napisania jednego lub dwóch artykułów naukowych, które następnie zostaną złożone do publikacji w wybranych czasopismach indeksowanych w bazach Web of Science i Scopus.

W każdym kraju partnerskim zostaną utworzone dwie oddzielne grupy, które będą gospodarzami działań Klubu. Każda grupa będzie składać się z 10 osób. Trzy podstawowe kryteria rekrutacji do grup Klubu to płeć, pochodzenie z jednego z krajów Europy Wschodniej oraz status repatrianta. Projekt będzie wykorzystywał najszerszą możliwą definicję Europy Wschodniej, która obejmuje następujące kraje w regionie:

- 1) Albania
- 2) Białoruś
- 3) Bośnia i Hercegowina
- 4) Bułgaria
- 5) Chorwacja
- 6) Republika Czeska
- 7) Estonia
- 8) Węgry
- 9) Kosowo
- 10) Łotwa
- 11) Litwa
- 12) Mołdawia
- 13) Czarnogóra
- 14) Macedonia Północna
- 15) Polska
- 16) Rumunia
- 17) Rosja
- 18) Serbia
- 19) Słowacja
- 20) Słowenia
- 21) Ukraina.

Każdy partner będzie rekrutował uczestników sesji Help Club we własnym zakresie, ale będzie stosował te same kryteria selekcji wymienione powyżej. Przed zapisaniem się do Klubu kandydaci będą musieli zostać poinformowani o wymogach formalnych, które dla niektórych z nich mogą być nie do spełnienia - przede wszystkim o konieczności uczestniczenia we wszystkich sesjach Klubu oraz o tym, że nie można wykluczyć, że nie wszystkie z nich będą odbywały się późnym popołudniem lub wieczorem (co będzie istotne dla osób pracujących).

Badania jakościowe są rutynowo prowadzone na małych próbach, więc liczba wywiadów od kilku do 20 (dla Klubu prowadzonego w Polsce) będzie wystarczająca, aby spełnić wymogi naukowe. W tego typu badaniach nie można osiągnąć reprezentatywności (i nie taki jest ich cel), przedstawiony powyżej dobór próby - oparty na kryteriach doboru ze względu na podobieństwo - będzie wystarczający.

Warto rozważyć rekrutację kilku dodatkowych kobiet reprezentujących kraj przyjmujący do grup tworzących Klub. Taki skład grupy zapewniłby lepsze możliwości transferu wiedzy i umiejętności niż grupa złożona wyłącznie z repatriantek.

Help Club dąży do zwiększenia cyfrowych umiejętności finansowych swoich uczestników. Tak sformułowany cel jest mierzalny. Kilka instrumentów zostanie wykorzystanych do pomiaru stopnia, w jakim został on osiągnięty w ramach testu pre-post (podczas pierwszej i ostatniej sesji Help Club):

- 1) Test "Wielkiej Piątki" opracowany przez Lusardi i Mitchell i wielokrotnie wykorzystywany w ogólnokrajowych badaniach na całym świecie (Lusardi i Mitchell, 2006; Hastings, Madrian i Skimmyhorn, 2013; Allgood i Walstad, 2016).
- 2) Skala własnej skuteczności finansowej (FSES) zaprojektowana i zwalidowana przez Lown (2011).

"Wielka Piątka" to test wyboru składający się, jak sama nazwa wskazuje, z pięciu pytań dotyczących podstawowych kwestii finansowych, z którymi styka się większość konsumentów. Kolejne pytania są sformułowane w następujący sposób:

- 1) P1: Załóżmy, że na koncie oszczędnościowym znajduje się 100 USD, a oprocentowanie wynosi 2% rocznie. Jak myślisz, jaką kwotę miałbyś na koncie po 5 latach, gdybyś pozostawił te pieniądze na lokacie? (a) więcej niż \$102*; (b) dokładnie \$102; (c) mniej niż \$102.
- 2) P2: Wyobraź sobie, że oprocentowanie Twojego konta oszczędnościowego wynosi 1% rocznie, a inflacja 2% rocznie. Po upływie roku, jaką kwotę byłbyś w stanie kupić za pieniądze zgromadzone na koncie? (a) więcej niż obecnie; (b) dokładnie tyle samo; (c) mniej niż obecnie*.
- 3) P3: Jeśli stopy procentowe wzrosną, co zazwyczaj stanie się z cenami obligacji? (a) wzrosną; (b) spadną*; (c) pozostaną bez zmian; (d) nie ma związku między cenami obligacji a stopą procentową.
- 4) P4: 15-letni kredyt hipoteczny zazwyczaj wymaga wyższych miesięcznych płatności niż 30-letni kredyt hipoteczny, ale łączne odsetki zapłacone w całym okresie kredytowania będą niższe. (a) prawda*; (b) fałsz.
- 5) P5: Zakup akcji pojedynczej spółki zazwyczaj zapewnia bezpieczniejszy zwrot niż fundusz inwestycyjny. (a) prawda; (b) fałsz*.

FSES to skala pomiarowa składająca się z sześciu stwierdzeń, które respondenci oceniają za pomocą czterostopniowej skali Likerta (1=Dokładnie prawdziwe; 2=Umiarkowanie prawdziwe; 3=Trudno prawdziwe; 4=Wcale nieprawdziwe). Kolejne pozycje tej skali są sformułowane w następujący sposób:

- 1) Trudno jest trzymać się planu wydatków, gdy pojawiają się nieoczekiwane wydatki
- 2) Osiągnięcie postępów w realizacji moich celów finansowych jest wyzwaniem.
- 3) Kiedy pojawiają się nieoczekiwane wydatki, zwykle muszę skorzystać z kredytu

- 4) W obliczu wyzwań finansowych trudno mi znaleźć rozwiązanie.
- 5) Brakuje mi wiary w moją zdolność do zarządzania finansami
- 6) Martwię się, że zabraknie mi pieniędzy na emeryturze.

EKSPERCI PROWADZĄCY SESJE HELP CLUB

Formuła i cele Klubu stawiają szczególne wymagania ekspertom prowadzącym sesje. Z jednej strony powinny to być osoby posiadające wiedzę na temat rynku finansowego i zarządzania finansami w danym kraju. Z drugiej strony, jak wspomniano wcześniej, Klub nie powinien być po prostu programem szkoleniowym, ale platformą socjalizacji finansowej poprzez dzielenie się wiedzą i umiejętnościami, uczenie się przez obserwację, komunikację ustną itp. Wymaga to, aby eksperci prowadzący sesje Klubu mieli wysokie umiejętności interpersonalne, zwłaszcza umiejętności komunikacyjne. Oznacza to, że optymalnie lider Klubu powinien być połączeniem eksperta terenowego i moderatora. Wydaje się, że decyzja o tym, ilu ekspertów zaangażować w prowadzenie Klubu i czy podzielić sesje między nich, czy też wszystkie mają być prowadzone przez te same osoby, może być pozostawiona uczestniczącym partnerom.

Drugą istotną kwestią poza kompetencjami merytorycznymi prowadzącego sesję Klubu jest jego płeć. W zachodnich kręgach kulturowych kwestie finansowe uważane są za domenę mężczyzn. Jest to widoczne w języku używanym w odniesieniu do kwestii finansowych. Korzystając z narzędzi lingwistyki stosowanej, Boggio et al. (2015; 2020) przeanalizowali metafory używane w trzech językach - angielskim, włoskim i holenderskim - i wykorzystywane na stronach internetowych skierowanych do inwestorów indywidualnych. Zauważyli oni, że niezależnie od języka, metafory te odnoszą się do dziedzin tradycyjnie uważanych za zmaskulinizowane: np. wojny, gier, aktywności fizycznej. Boggio et al. (2015; 2020) zasugerowali, że może to skutkować lepszą orientacją mężczyzn w świecie pojęć finansowych i przekładać się na lepszą znajomość tej sfery (lepsze obycie ze światem finansów). Może to również wywoływać u mężczyzn poczucie przynależności do tego świata. Konsekwencje ustaleń Boggio et al. (2015; 2020) dla kobiet mogą być odwrotne: mogą one nie identyfikować się ze światem finansów, rozumieć go w mniejszym stopniu i mieć do niego mniejszy wgląd. Ford i Kent (2009) poszli jeszcze dalej w swoich badaniach i wykazali, że kobiety postrzegają rynki - w tym rynki finansowe - jako źródło zagrożenia lub zastraszenia, w wyniku czego unikają i dystansują się od kwestii związanych z rynkami, co skutkuje mniejszym rozeznaniem w kwestiach związanych z rynkami. Społecznie określone finansowe role płciowe, wymuszane w bezpośrednich przekazach od rodziców, są internalizowane przez dzieci, które przypominają sobie te role w dorosłym życiu, naturalnie je przyjmując i wchodząc w nie. W tej opartej na stereotypach socjalizacji finansowej dziewcząt, nauczyciele finansów lub szerzej przedmiotów ekonomicznych mogą odgrywać rolę wzmacniającą. Jeśli takie przedmioty są częściej nauczane przez mężczyzn, może to wzmocnić przekonanie młodych kobiet, że finanse są domeną mężczyzn (w rzeczywistości dane amerykańskie pokazują, że mężczyźni częściej są nauczycielami finansów niż kobiety - patrz Butters i in. , 2012). W rezultacie młode kobiety, podobnie jak ich matki, najczęściej ulegają presji społecznej i dostosowują się do wyimaginowanych (stereotypowych) ról kobiecych narzucanych przez kulturę. Aby pozostać w zgodzie z normami społecznymi, nie wykazują tak dużego zainteresowania światem finansów jak mężczyźni. Co więcej, mogą postrzegać ten świat jako obcy, oderwany od ich tożsamości płciowej, wymagający używania języka, którego nie znają i wobec którego się dystansują.

Wszystkie te względy należy wziąć pod uwagę przy podejmowaniu decyzji, kto powinien kierować uczestnikami Klubu, gdy zdobywają oni wiedzę finansową - kobiety czy mężczyźni. Warto rozważyć następujące rozwiązania: (i) sesje Klubu są prowadzone przez dwóch

ekspertów - zarówno kobietę, jak i mężczyznę; (ii) sesje Klubu są prowadzone naprzemiennie raz przez kobietę, a raz przez mężczyznę; (iii) biorąc pod uwagę, że w każdym kraju partnerskim przewiduje się prowadzenie sesji Klubu w dwóch oddzielnych grupach, jedna z nich może być prowadzona przez kobietę, a druga przez mężczyznę. Każde z tych podejść z pewnością przyniesie nowe spostrzeżenia na temat roli, jaką płeć eksperta/moderatora odgrywa w nabywaniu cyfrowych umiejętności finansowych.

HARMONOGRAM I STRUKTURA SESJI HELP CLUB

Działalność klubu zaplanowano na okres od M8 (czerwiec 2022 r.) do M26 (grudzień 2023 r.). Daje to łącznie 19 miesięcy. W tym okresie sesje będą podzielone na dwa rodzaje:

1. Sesje pilotażowe - podczas których testowane będą materiały edukacyjne opracowane w ramach projektu (rezultaty intelektualne - IO1, IO2 i IO3).
2. Sesje networkingowe - podczas których będą korzystać z materiałów edukacyjnych wybranych przez ekspertów prowadzących Klub i które będą miały na celu przede wszystkim umożliwienie uczestnikom Klubu nauki społecznej.

Sesje pilotażowe odbędą się w następujących okresach:

- 1) M8-M10 (czerwiec - sierpień 2022 r.) - pilotaż IO1
- 2) M14-M16 (grudzień 2022 r. - luty 2023 r.) - pilotaż IO2
- 3) M20-M22 (czerwiec - sierpień 2023 r.) - pilotaż IO3.

W każdym miesiącu pilotażowym odbędzie się do 8 sesji Help Club (dwie sesje tygodniowo), każda sesja trwająca do 4 godzin lekcyjnych.

Sesje niepilotażowe (networkingowe) odbędą się w następujących okresach:

- 1) M11-M13 (wrzesień - listopad 2022 r.)
- 2) M17-M19 (marzec - maj 2023 r.)
- 3) M23-M26 (wrzesień - grudzień 2023 r.).

W każdym miesiącu niepilotażowym odbędzie się jedna sesja networkingowa, każda sesja trwająca do 4 godzin lekcyjnych. Struktura każdej sesji będzie następująca:

- 1) Krótkie wprowadzenie do tematu przez eksperta - do 30 minut; prezentacja ustna wspierana w razie potrzeby przez Power Point, materiały wideo, grafiki edukacyjne itp.
- 2) Pomoc członkom Klubu w swobodnej dyskusji na dany temat (bez ekspozycji na treści edukacyjne) - do 60 minut; celem jest wstępne przygotowanie przestrzeni do społecznego uczenia się i umożliwienie uczestnikom Klubu sprawdzenia, co wiedzą na temat zidentyfikowanego problemu, czego nie wiedzą i co wiedzą inni uczestnicy; na tym etapie powinno się już rozpocząć dzielenie się wiedzą finansową, umiejętnie moderowane przez osobę prowadzącą sesję; uczestnicy powinni być zachęceni do swobodnego dzielenia się swoimi opiniami, mówienia o tym, co jest dla nich jasne, a co nie; ta część sesji powinna dać dobrą diagnozę luk w wiedzy i umiejętnościach związanych z problemem (tematem), który będzie omawiany podczas sesji; osoba prowadząca sesję powinna wykorzystać tę diagnozę, aby odpowiednio dobrać zarówno treść, jak i formę dalszego przebiegu sesji.
- 3) Przerwa - 15 minut.

- 4) Prezentacja wybranego przez eksperta materiału edukacyjnego: może to być krótkie studium przypadku, gra decyzyjna, edugrafika, narracja wideo, narracja pisemna itp. do - 45 minut; ta część sesji będzie miała charakter czysto edukacyjny w tradycyjnym rozumieniu - stroną aktywną będzie ekspert, który omówi problem z wykorzystaniem wybranych metod dydaktycznych; formuła Klubu powinna jednak umożliwiać zadawanie pytań i krótką wymianę opinii w trakcie prezentacji eksperta.
- 5) Dyskusja członków Sesji Help Club (moderowana przez eksperta) wokół materiału edukacyjnego - co zostało zrozumiane, co nie zostało zrozumiane, co najczęściej powoduje trudności w zrozumieniu, próba znalezienia przyczyny itp. - do 60 minut; celem tej części sesji jest przede wszystkim dzielenie się wiedzą finansową; uczestnicy klubu powinni być zachęceni do dzielenia się wrażeniami z prezentacji eksperta, dzielenia się tym, jak omawiany temat odnosi się do ich osobistych doświadczeń, pomagania sobie nawzajem w radzeniu sobie z tematem i jego niuansami, rozwijania tematu poprzez wymyślanie nowych scenariuszy/pytań itp.
- 6) Podsumowanie przez eksperta - do 30 minut. Celem jest sformułowanie wniosków, praktycznych rekomendacji wynikających z omówienia tematu, wskazanie dodatkowych źródeł wiedzy.

SKALOWALNOŚĆ I TRWAŁOŚĆ WYNIKÓW SESJI HELP CLUB

Materiały edukacyjne wytworzone w ramach projektu (IO1, IO2, IO3), a także materiały wybrane przez ekspertów prowadzących Klub, zostaną zgromadzone w jednym internetowym repozytorium wiedzy. Warto rozważyć uporządkowanie tych materiałów przez ekspertów w taki sposób, aby tworzyły logiczny ciąg umożliwiający samodzielne zgłębianie tematu. Dla każdego z tematów poruszanych w materiałach można by stworzyć krótki plan lekcji, który byłby intuicyjnym przewodnikiem dla każdego, kto chciałby skorzystać z tych zasobów w przyszłości, niezależnie od tego, czy jest uczestnikiem Klubu, czy nie. W połączeniu z nową wiedzą odkrytą dzięki analizie materiałów zebranych wśród uczestników polskiego Help Club podczas wywiadów fokusowych oraz z niniejszym dokumentem jako zestawem wytycznych dotyczących projektowania Sesji Help Club, może to być cenny zasób do powielenia koncepcji Sesji Help Club w zakresie cyfrowych umiejętności finansowych dla emigrantek poza konsorcjum utworzonym w celu realizacji tego projektu.

To repozytorium będzie również zawierać forum dyskusyjne i czat, aby umożliwić uczestnikom Help Club komunikację w dowolnym momencie. W rezultacie, zakładając pozytywne doświadczenia podczas projektu, można oczekiwać, że sieć znajomości, która zostanie utworzona, będzie nadal istnieć i przyniesie jej członkom korzyści z dzielenia się wiedzą i umiejętnościami w bliżej nieokreślonym czasie w przyszłości.

ŹRÓDŁA MATERIAŁÓW EDUKACYJNYCH DLA SESJI HELP CLUB ODBYWAJĄCYCH SIĘ W POLSCE

Jak wspomniano wcześniej, zarówno tematy, jak i scenariusze kolejnych sesji Sesji Help Club powinny być wskazywane przez ekspertów prowadzących Klub. Ponieważ sesje Klubu będą prowadzone w językach krajów partnerskich, niniejsza sekcja zawiera najciekawsze repozytoria materiałów edukacyjnych w języku polskim do wykorzystania podczas prowadzenia Klubu w Polsce.

- 1) <https://edufin.pl/>
- 2) <https://www.nbportal.pl/>
- 3) <https://rf.gov.pl/> (sekcja Edukacja)
- 4) <https://uokik.gov.pl/> (sekcja Edukacja)
- 5) <https://kapitalni.org/>
- 6) <https://www.skef.pl/> (sekcja Edukacja finansowa)
- 7) <https://edufinance.pl/>
- 8) <https://tdo.edu.pl/>
- 9) <https://bakcyl.wib.org.pl/>
- 10) <https://weiz.po.edu.pl/zarzadzanie-finansami-osobistymi-e-poradnik/>
- 11) <https://marciniwuc.com/>
- 12) <https://www.edufinanse.pl/>
- 13) <https://subiektywnieofinansach.pl/>
- 14) <https://likefinance.wsei.eu/>

ŹRÓDŁA

1. Allgood, S. and Walstad, W. B. (2016) 'The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors', *Economic Inquiry*, 54(1), pp. 675–697. doi: 10.1111/ecin.12255.
2. Barcellos, S. H. *et al.* (2012) *Barriers to Immigrant Use of Financial Services*. WR-923-SSA. Philadelphia, PA.
3. Becker, G. S. (1962) 'Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis', *Journal of Political Economy*, 70(5), pp. 9–49. doi: 10.1086/258724.
4. Becker, G. S. (1975) *Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Second. New York, NY: NBER Press.
5. Boggio, C. *et al.* (2015) *Seven Ways to Knit Your Portfolio. Is Investor Communication Neutral?* DP 10/2015-030.
6. Boggio, C., Coda Moscarola, F. and Gallice, A. (2020) 'What is good for the goose is good for the gander?: How gender-specific conceptual frames affect financial participation and decision-making', *Economics of Education Review*, 75(C). doi: 10.1016/j.econedurev.2019.101952.
7. Bucher-Koenen, T. *et al.* (2016) *Women, Confidence, and Financial Literacy*. Luxembourg.
8. Butters, R. B., Asarta, C. J. and McCoy, S. G. (2012) 'Financial Literacy and Gender in U. S. High Schools', *Journal of Economics and Finance Education*, 11(2), pp. 142–149.
9. Cole, S. and Shastry, G. K. (2009) *Smart Money: The Effect of Education, Cognitive Ability, and Financial Literacy on Financial Market Participation*. 09–071. Boston, MA.
10. Coleman, J. S. (1988) 'Social Capital in the Creation of Human Capital', *American Journal of Sociology*, 94, pp. 95–120. doi: 10.1086/228943.
11. Cwynar, A. *et al.* (2019) 'Sustainable Debt Behaviour and Well-Being of Young Adults: The Role of Parental Financial Socialisation Process', *Sustainability*, 11(24), p. Article nr 7210. doi: 10.3390/su11247210.
12. Delavande, A., Rohwedder, S. and Willis, R. J. (2008) *Preparation for Retirement, Financial Literacy and Cognitive Resources*. WP 2008-190. Ann Arbor, MI. doi: 10.2139/ssrn.1337655.
13. Dew, J. and Xiao, J. J. (2011) 'The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation', *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), pp. 43–59.
14. Duflo, E. and Saez, E. (2003) 'The role of information and social interactions in retirement plan decisions: Evidence from a randomized experiment', *Quarterly Journal of Economics*, 118(3), pp. 815–842. doi: 10.1162/00335530360698432.
15. Ford, M. W. and Kent, D. W. (2009) 'Gender Differences in Student Financial Market Attitudes and Awareness: An Exploratory Study', *Journal of Education for Business*, 85(1), pp. 7–12. doi: 10.1080/08832320903217366.
16. Girshina, A., Mathä, T. and Ziegelmeyer, M. (2019) *Peer effects in stock market participation: Evidence from immigration*. 2340. Frankfurt am Main. doi: 10.2866/66016.
17. Granovetter, M. (1985) 'Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness', *American Journal of Sociology*, 91(3), pp. 481–510. doi: 10.1086/228311.
18. Haliassos, M., Jansson, T. and Karabulut, Y. (2020) 'Financial Literacy Externalities', *The Review of Financial Studies*, 33(2), pp. 950–989. doi: 10.1093/rfs/hhaa024.
19. Hastings, J. S., Madrian, B. C. and Skimmyhorn, W. L. (2013) 'Financial Literacy, Financial Education, and Economic Outcomes', *Annual Review of Economics*, 5(1), pp. 347–373. doi: 10.1146/annurev-economics-082312-125807.
20. Hong, H., Kubik, J. D. and Stein, J. C. (2004) 'Social Interaction and Stock-Market Participation', *Journal of Finance*, 53(1), pp. 137–163. doi: 10.1111/j.1540-6261.2004.00629.x.
21. Huston, S. J. (2010) 'Measuring Financial Literacy', *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), pp. 296–316. doi: 10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x.
22. Jappelli, T. and Padula, M. (2013) 'Investment in financial literacy and saving decisions', *Journal of Banking and Finance*, 37(8), pp. 2779–2792. doi: 10.1016/j.jbankfin.2013.03.019.
23. Knoll, M. A. Z. and Houts, C. R. (2012) 'The Financial Knowledge Scale: An Application of

- Item Response Theory to the Assessment of Financial Literacy’, *Journal of Consumer Affairs*, 46(3), pp. 381–410. doi: 10.1111/j.1745-6606.2012.01241.x.
24. Lachance, M.-E. (2014) ‘Financial Literacy and Neighborhood Effects’, *Journal of Consumer Affairs*, 48(2), pp. 251–273. doi: 10.1111/joca.12024.
 25. Lown, J. M. (2011) ‘Development and validation of a financial self-efficacy scale’, *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), pp. 54–63.
 26. Lusardi, A., Michaud, P.-C. and Mitchell, O. S. (2017) ‘Optimal Financial Knowledge and Wealth Inequality’, *Journal of Political Economy*, 125(2), pp. 431–477. doi: 10.1086/690950.
 27. Lusardi, A. and Mitchell, O. S. (2006) *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. 2006–1. Philadelphia.
 28. Lusardi, A. and Mitchell, O. S. (2014) ‘The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence’, *Journal of Economic Literature*, 52(1), pp. 5–44. doi: 10.1257/jel.52.1.5.
 29. Morgan, P., Huang, B. and Trinh, L. (2019) *The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age*. Tokyo. Available at: <https://t20japan.org/wp-content/uploads/2019/03/t20-japan-tf7-3-need-promote-digital-financial-literacy.pdf>.
 30. Moschis, G. P. (1987) *Consumer socialization*. Lexington: Lexington Books.
 31. Ooi, E. (2020) ‘Give mind to the gap: Measuring gender differences in financial knowledge’, *Journal of Consumer Affairs*, 54(3), pp. 931–950. doi: 10.1111/joca.12310.
 32. Putnam, R. D. (1995) ‘Bowling Alone: America’s Declining Social Capital’, *Journal of Democracy*, 6(1), pp. 65–78. doi: 10.1353/jod.1995.0002.
 33. Remund, D. L. (2010) ‘Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy’, *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), pp. 276–295. doi: 10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x.
 34. Rostamkalaei, A. and Riding, A. (2020) ‘Immigrants, Financial Knowledge, and Financial Behavior’, *Journal of Consumer Affairs*, 54(3), pp. 951–977. doi: 10.1111/joca.12311.
 35. Stolper, O. A. and Walter, A. (2017) ‘Financial literacy, financial advice, and financial behavior’, *Journal of Business Economics*, 87(5), pp. 581–643. doi: 10.1007/s11573-017-0853-9.
 36. Tittel, A. and Terzidis, O. (2020) ‘Entrepreneurial Competences Revised: Developing a Consolidated and Categorized List of Entrepreneurial Competences’, *Entrepreneurship Education*, 3, pp. 1–35. doi: 10.1007/s41959-019-00021-4.
 37. Walstad, W. B. and Rebeck, K. (2016) *Test of financial literacy: Examiner’s manual*. New York, NY: Council for Economic Education.
 38. Ward, S. (1974) ‘Consumer Socialization’, *Journal of Consumer Research*, 1(2), pp. 1–14. doi: 10.1086/208584.
 39. Zhao, J. and Li, T. (2021) ‘Social Capital, Financial Literacy, and Rural Household Entrepreneurship: A Mediating Effect Analysis’, *Frontiers in Psychology*, 12(Article 724605). doi: 10.3389/fpsyg.2021.724605.



#FLIGHT
Financial Literacy for Investment, Growth,
Help and Teamwork 



Erasmus+

Wsparcie Komisji Europejskiej dla tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie może być pociągana do odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.