



# #FLIGHT

Financial Literacy for Investment, Growth,  
Help and Teamwork 



## **Планування та розвиток допомоги Клубний метод та його керівні принципи**

## ЗМІСТ

Вступ .....	2
Теоретичне підґрунтя та огляд літератури.....	5
Вплив результатів дослідження на дизайн Клубу допомоги .....	7
Тематична спрямованість Клубу допомоги .....	7
Два аспекти Клубу допомоги: практичний та науковий.....	9
Експерти, які проводять зустрічі Клубу допомоги .....	11
Розклад роботи Клубу допомоги та структура окремої сесії.....	12
Масштабованість та довготривалість результатів Клубу допомоги.....	13
Джерела навчальних матеріалів для сесій Клубу, що проводяться в Польщі .....	14
Список використаних джерел .....	15

## **ВСТУП**

Основні висновки порівняльних досліджень показують, що жінки мають менший доступ до рольових моделей і менші мережі, що робить їх менш схильними до інновацій; якщо в підприємницькій культурі домінують чоловіки, жінкам важко досягти успіху (Female Entrepreneurship in the Nordics 2020).

Саме тому IO4, Клуб допомоги, був створений у формі жіночої мережі для обслуговування жінок-емігранток та біженців з їхніми емоційними потребами в дружбі та спілкуванні, а також для пілотування інтелектуальних результатів #FLIGHT у заохочувальному та безпечному середовищі.

Методологія Клубу Допомоги була розроблена дослідниками з Університету WSEI в Любліні (Польща) на чолі з професором, доктором хаб. Анджеєм Цинаром і впроваджена тренерами/наставниками у всіх п'яти партнерських організаціях у Литві, Данії, Німеччині, Норвегії та Польщі.

Структура і зміст співпраці, мережевої діяльності (включаючи створення мереж і стратегії) і взаємного навчання були переглянуті асоційованими партнерами, включаючи, але не обмежуючись ними, Міжнародний дім у Вільнюсі, філію Литовської державної служби зайнятості в Сірвінтосі, Державну податкову інспекцію при Міністерстві фінансів Литовської Республіки, Правління Фонду державного соціального страхування при Міністерстві соціального захисту та праці, Державна продовольча та ветеринарна служба (SFVS) Литовської Республіки, Центр фінансової грамотності Банку Литви, стартап безкоштовного мовного та культурного обміну SPEAK, Dyslexia Centras, KBT Fagskole, The European-Ukrainian HUB та інші.

### **Основна мета Методології**

Забезпечення як інноваційного процесу фінансової освіти, так і розширення можливостей через обмін знаннями та навичками між самими учасниками місцевих Клубів взаємодопомоги. Методологія для Клубів взаємодопомоги (ПР4) надає підтримку менторам/тренерам за допомогою

- теоретичними знаннями та практичними порадами щодо фінансової грамотності
- керівництвом через концепцію ефективних мережевих сесій.

### **Цілі методології**

- Поглибити знання з цифрової фінансової грамотності в учасниць зі Східної Європи, враховуючи специфіку приймаючої країни,
- Підвищити цифрову та фінансову компетентність учасниць для більш плавної інтеграції в суспільство, яке їх приймає,
- Забезпечити формування мережі "рівний-рівному", яка підтримує соціальну та фінансову незалежність учасниць, практики самозайнятості, а також мовну та культурну підготовку.

### **Розглянуті основні теми:**

- Цифрові фінансові процедури
- Інвестиції
- Самозайнятість та основи підприємництва
- Цифрова безпека
- Співпраця

## **Методологія навчання**

- Classroom education process using interactive tools
- Thematic sessions with guest speakers/external experts
- Situational analysis and simulations (discussions)

Supplementing the financial literacy and digital safety curriculum with linguistic and cultural elements

## **Організація Клубу допомоги**

Учасники Клубу допомоги в усіх країнах-партнерах надавали перевагу очним заняттям та нетворкінг-сесіям. Регулярно організовані, вони знайомили учасників з різними сферами життя в приймаючій країні, включаючи, але не обмежуючись, оподаткуванням, банківською справою, самозайнятістю, цифровою безпекою тощо.

В рамках проєкту Партнерство розробило авторські інструменти, такі як ©Онлайн тест на особисту толерантність до ризиків та ©Інструмент для моделювання шахрайства в романтичних стосунках, які були пілотовані в Клубах допомоги.

Офіційною мовою проведення клубних заходів була англійська/російська, а також сесії з вивчення місцевої мови та культури. Лінгвістична підтримка рідною мовою учасників була життєво важливою для більш чіткого спілкування та кращого залучення до проєктної діяльності.

Деякі специфічні фінансові, економічні та юридичні терміни потребували більш детальних пояснень і не могли бути перекладені прямо. Тому в кожному клубі був асистент, який вільно володів рідною мовою цільової групи.

## **Інструменти оцінювання**

- Інтерактивні діагностичні та пост-тренінгові інструменти, такі як вікторини типу Kahoot, ©Онлайн тест на особисту толерантність до ризику та ©Інструмент моделювання романтичного шахрайства
- Зворотній зв'язок з учасниками через особисте обговорення попередньої навчальної сесії на початку наступної навчальної сесії

## **Компетенції, набуті після проходження ІО4**

Після завершення ІО4 учасники

- перераховуватимуть фактори, що впливають на фінансові результати,
- розуміють важливість самопізнання у прийнятті фінансових рішень,
- знатимуть про внески до Національного фонду соціального страхування та Державної податкової інспекції для самозайнятих працівників - підприємницької ліцензії та індивідуальної діяльності,
- знати, як захиститися від фінансового шахрайства в кіберпросторі,
- перелічити електронні послуги, які надають литовські банки,
- вміти налагоджувати соціальні контакти,
- розуміти вимоги до управління харчовими продуктами, що виробляються в невеликих кількостях і постачаються кінцевим споживачам, та можливості самозайнятості в цьому секторі.

## **Сертифікація**

Учасники отримали сертифікати про проходження курсів з цифрової грамотності, інвестицій, цифрової безпеки, мови та культури.

## Масштабованість

Клуби допомоги є формаціями масштабованого характеру, які можуть бути легко розширені за межами проекту в будь-якій європейській країні.

## ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ТА ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Фінансова грамотність — ключова компетенція у сучасному світі — є здатністю використовувати знання та навички для ефективного управління власними фінансовими ресурсами задля фінансової безпеки впродовж життя (Хастон, 2010; Ремунд, 2010; Нолл і Хоутс, 2012; Столпер і Валтер, 2017). Фінансова грамотність дозволяє вести здорове фінансове життя та підтримує споживачів у їхньому прагненні до добробуту (Цвинар та ін., 2019). Існує велика кількість літератури, яка документує, як фінансова грамотність пов'язана з соціально-демографічними характеристиками споживачів (див. огляди Лусарді та Мітчелл, 2014 або Столпер і Валтер, 2017). Висновків дослідників показують, що жінки в середньому отримують нижчі результати в тестах на фінансову грамотність, але це не обов'язково означає, що їхні фінансові знання та навички нижчі, ніж у чоловіків (Бухер-Коєнен та ін., 2016; Оої, 2020). Імовірно, жінки розвивають фінансову грамотність інакше, ніж чоловіки, і це пов'язано з культурними умовами, в яких сфера фінансів зазвичай розглядається як чоловіча сфера (Форд і Кент, 2009; Боггіо та ін., 2020). Відповідно, у роботах з фінансової грамотності жінки розглядаються як одна з неблагонадійних груп, яка потребує втручання, розроблених з урахуванням їхніх специфічних потреб. Зі зрозумілих причин іншою вразливою групою є іммігранти та репатріанти, яким бракує знань не лише про фінансовий ринок країни перебування, а й про країну загалом (Барселлос та ін., 2012; Ромстакалаей та Райдінг, 2020). Поєднання цих двох характеристик – тобто міграція жінки до іншої країни, особливо до країни, яка в культурному плані суттєво відрізняється від країни її походження – створює винятково складну ситуацію і вимагає, щоб такі особи отримували особливо дбайливу підтримку.

Література з фінансової грамотності вказує на формальну фінансову освіту як на основний механізм набуття фінансових знань і навичок. Однак інформацію, яка завжди є відправною точкою для розвитку фінансової грамотності, можна отримати не лише з безпосереднього навчання, а й із соціальної взаємодії з іншими людьми. Це відкриває простір для неформальної освіти та соціалізації – навчання через взаємодію з іншими людьми. Роботи, присвячені розвитку фінансової грамотності саме в такий спосіб, надихаються насамперед психологічними та соціологічними теоріями і концепціями. Вони є частиною нового напрямку досліджень, який швидко зростає, присвяченого соціальним ефектам у фінансах. Перш за все, фінансова грамотність розглядається як специфічна форма людського капіталу в дусі визначення Г. Беккера (Becker, 1962, 1975). Фінансова грамотність – це капітал, який підлягає амортизації, але який також може бути відновлений і примножений – що, однак, вимагає інвестицій та тягне за собою витрати (освіта, професійні консультації, витрачений час). Звідси впливає важливість різних видів інтервенційних програм у дискусії про фінансову грамотність, наприклад: програми фінансової освіти або професійного фінансового консультування. З іншого боку, такі інвестиції дозволяють очікувати на кращі фінансові результати, кінцевою мірою яких є багатство, накопичене протягом життєвого циклу споживача, і пов'язаний з ним добробут. З точки зору цієї теорії, рішення інвестувати в покращення фінансових знань та навичок приймається лише тоді, коли граничні вигоди від цього перевищують граничні витрати (Делаванде та ін., 2008; Джапеллі та Падула, 2013; Лусарді та ін., 2017).

Однак, зважаючи на те, що люди є соціальними істотами, вони можуть використовувати ресурси, якими володіють члени соціальних мереж, до яких вони належать, і, таким чином, можуть зменшити витрати на отримання інформації. Соціальні мережі – є відправною точкою для визначення соціального капіталу – соціологічного конструкта, під яким розуміють систему відносин у спільноті, що ґрунтується на спільних цінностях і нормах, які дають змогу її членам ефективно взаємодіяти та досягати своїх цілей. Ці концепції – людський капітал (Беккер, 1962, 1975), соціальні мережі (Грановеттер, 1985), соціальний капітал (Колман, 1988; Патнем, 1995) і, нарешті, соціалізація споживачів (Уорд, 1974; Мосчіс, 1987) – забезпечують теоретичну основу для вивчення того, як фінансова грамотність може розвиватися неформально через доступ до мережевих ресурсів.

Наслідки вищезгаданих психологічних та соціологічних теорій для практики просування фінансової грамотності дуже чіткі та конкретні: соціальні фактори можуть формувати фінансові знання та навички незалежно від формальної фінансової освіти. Дослідники вказують на кілька каналів, через які це можливо. Перший з них відомий як „**ефект рівних**”, коли основним механізмом набуття фінансової грамотності є – соціальне навчання (Дуфло і Саез, 2003; Хонг та ін., 2004; Жао і Лі, 2021). Споживачі просто вчать, взаємодіючи з іншими. Це передбачає як обмін інформацією (обмін інформацією, спілкування з вуст в уста), так і спостереження за поведінкою та рішеннями інших (навчання через спостереження). Соціальне навчання – це лише різновид поширення знань і навичок, що веде від простого усвідомлення можливості до передачі думки (надання зворотного зв'язку один одному). Другим механізмом, тісно пов'язаним з першим, є **прагнення відповідати членам соціальної мережі** – тиск з боку однолітків і соціальні норми призводять до конформності в поведінці (Дуфло і Саез, 2003). Хонг та ін., 2004 вказують на інший, менш очевидний механізм. Люди, які спілкуються, можуть просто отримувати задоволення від розмов на теми, які привертають увагу не лише їхню, а й інших учасників (спільний інтерес). Це відбувається так само як і при розмові на такі теми як книги, фільми, спорт тощо.

Всі ці механізми мають спільний знаменник – вони не передбачають жорсткої структури передачі знань і, перш за все, участі в цьому процесі професіоналів. Передача знань і навичок тут відбувається через обмін між людьми зі схожим статусом. Іноді участь у цьому процесі є, навіть, пасивною і полягає лише у спостереженні за іншими та подальшій активації отриманих таким чином знань у відповідній ситуації.

З'являється все більше емпіричних даних про вплив соціальної взаємодії на фінансову грамотність і, як наслідок, на фінансову поведінку. Використовуючи рівень освіти сусідів як показник фінансових знань у певній соціальній мережі, Лашанс (Lachance, 2014) показав, що більш обізнані соціальні мережі мають значний і незалежний вплив на індивідуальну фінансову грамотність – ефект, який узгоджується з соціальним навчанням як засобом набуття фінансової грамотності. Одним із перших і найвпливовіших досліджень, яке показало, як соціальні мережі впливають на фінансові рішення, був рандомізований експеримент Дюфло і Саеза (2003), в якому вивчалось, чи можуть соціальні мережі сприяти прийняттю рішення про участь у пенсійному плані. В іншій часто цитованій роботі Хонг та інші (Хонг та ін., 2004) показали, що „соціальні” домогосподарства – ті, що відвідують церкву або підтримують зв'язки з сусідами, – більш схильні до участі на фондовому ринку порівняно з „несоціальними” домогосподарствами. Коул та Шастрі (2009) також підтвердили ефект рівних у дослідженні, яке показало, як навчання у роботодавців та сусідів може вплинути на участь у фінансовому ринку. Ця робота проклала шлях для подальших досліджень, і сьогодні наука має неспростовні докази того, що **рішення про участь у ринку капіталу формується, серед іншого, під впливом соціальних взаємодій**. Крім того, ефект сусідства неодноразово підтверджувався після роботи Хонг та ін. (2004). Особливо актуальним для цього звіту є нещодавнє дослідження ефекту сусідства щодо іммігрантів. Галіассос та ін. (2020) скористалися рідкісною можливістю у вигляді природного експерименту – шведською політикою розміщення біженців у спеціально відведеному для них житлі. У своєму квазіпольовому експерименті вони показали

середньострокові та довгострокові ефекти на заощадження та інвестиційну поведінку біженців від їхнього контакту з фінансово грамотними місцевими сусідами. На противагу цьому, Гіршина та ін. (2019) показали те саме, але у зворотному напрямку – як фінансова поведінка іммігрантів впливає на фінансовий вибір корінного населення.

## **ВПЛИВ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ДИЗАЙН КЛУБУ ДОПОМОГИ**

Дизайн Клубу допомоги, представлений у цьому звіті, ґрунтується на результатах дослідження, представлених у попередньому розділі. Клуб допомоги має стати платформою, яка дозволить набути цифрової фінансової грамотності двома шляхами. Перший – це **традиційна фінансова освіта**, що складається з підготовки відповідного змістовного контенту та надання доступу до нього реципієнтам програми (бенефіціарам проекту „ФЛАЙТ” ) під більш-менш професійним керівництвом експерта, тренера чи тьютора. Вплив на учасників проекту через цей канал передбачає підготовку інтелектуальних продуктів (П1, П2, П3) – різного роду навчального контенту, який буде презентовано під час пілотних сесій Клубу допомоги (див. розділ „Розклад роботи Клубу допомоги та структура окремої сесії”). Передбачається, що учасники Клубу допомоги отримають соціальний капітал завдяки створенню та підтримці нових зв'язків, що дозволить їм отримати вигоди від соціальної взаємодії. Зокрема, очікується, що, як видно з літератури, представленої в попередньому розділі, учасники Клубу допомоги отримають додатковий доступ до інформації та навчатимуться в новій соціальній мережі, до якої вони належать.

Процес навчання через цей другий канал буде більш неформальним, в основному включатиме **обмін знаннями та навичками** між однолітками, які формують нову мережу учасників Клубу допомоги, і вимагатиме побудови довіри та емоційної прихильності з їхнього боку. Тому такі терміни, як „неформальний”, „обмін”, „колеги”, „соціальна мережа” та „емоційна підтримка” є особливо важливими при створенні Клубу Допомоги. Важливо також з самого початку чітко усвідомити, що **Клуб допомоги не повинен бути просто навчальним курсом. Соціальна складова має вирішальне значення**, оскільки вона передбачає формування соціальних зв'язків (зв'язків) і соціальних взаємодій, які ведуть до навчання від інших.

## **ТЕМАТИЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ КЛУБУ ДОПОМОГИ**

Основна мета Клубу допомоги полягає в набутті його учасниками цифрової фінансової грамотності з урахуванням специфіки країни, що приймає. Ключовим моментом є те, що проєкт адресований жінкам-іммігранткам (репатріанткам), а правила на фінансовому ринку можуть відрізнитися (іноді суттєво) між країною їхнього походження та країною, що приймає. У літературі виділяють п'ять основних сфер управління особистими фінансами, які вимагають адекватного розвитку фінансових знань і навичок (Хастон, 2010; Дью та Ксяо, 2011; Валстад і Ребекк, 2016):

1. Управління готівкою / щоденні фінансові операції / управління бюджетом домогосподарства
2. Заощадження та інвестування
3. Управління кредитами та боргами
4. Страхування, управління ризиками та захист ресурсів
5. Пошук фінансової інформації.

Таким чином, питання, що обговорюватимуться під час засідань Клубу допомоги, мають стосуватися тем, які підпадають під ці п'ять напрямків. Детальний відбір тем можна залишити на розсуд експертів, але обумовлено, що сценарії засідань Клубу допомоги мають давати відповіді принаймні на наступні питання:

1. Управління грошовими коштами / щоденні фінансові процедури / управління бюджетом

домогосподарства

1. Чому важливо не виходити за рамки бюджету?
  2. Що означає вести фінансовий облік?
  3. Чому важливий порівняльний шопінг?
  4. Які наслідки несвочасної оплати рахунків?
  5. Як інфляція впливає на наші гроші?
  2. Заощадження та інвестування
    1. Що таке резервний фонд і яке його значення в домогосподарстві?
    2. Чому так важливо відкладати з кожної зарплати?
    3. Які основні принципи заощадження на пенсію?
    4. У чому полягає компроміс між ризиком та винагородою, коли йдеться про інвестування?
    5. Що таке диверсифікація?
    6. Що таке відсоткова ставка і як інфляція впливає на різницю між номінальною та реальною відсотковою ставкою?
    7. Що таке складні відсотки?
  3. Управління кредитами та боргами
    1. Що таке кредитоспроможність?
    2. Які фактори можуть спричинити зростання кредитних ставок?
    3. Що поганого в одночасному запозиченні коштів з кількох джерел (наприклад, банки, компанії, що надають персональні кредити/позики до зарплати, купівля на виплат, ломбарди, сім'я тощо)?
    4. Як оцінити запозичення на такі цілі (або на подібні цілі): купівля дорогого одягу чи аксесуарів, відпочинок за кордоном, технологічні новинки чи гаджети?
    5. Які наслідки прострочення виплати боргу, в тому числі відсотків за ним?
    6. Що поганого в тому, щоб позичати для погашення боргу?
  4. Страхування, управління ризиками та захист ресурсів
    1. Яка природа ризику у фінансах і як ми можемо з ним боротися як споживачі?
    2. Чому важливо мати адекватне страхування здоров'я (майна, життя)?
    3. Як ми можемо підготуватися до амортизації фінансових шоків протягом життя?
    4. Як захистити себе від шахрайства та фінансових махінацій?
    5. Пошук фінансової інформації
      1. Де знайти доступну та перевірену інформацію про фінансові продукти?
      2. Хто публікує попередження для споживачів про недобросовісні та оманливі практики на фінансовому ринку?
- З огляду на дві додаткові обставини – соціальний статус членів Клубу допомоги (жінки-іммігрантки) та зростання значення діджиталізації на фінансовому ринку – сферу діяльності Клубу буде розширено шляхом включення двох додаткових напрямків:
1. Підприємницькі навички – перелік підприємницьких навичок, визначених та обговорених у літературі, дуже довгий (див., наприклад, нещодавній бібліометричний огляд, який провели Тіттел і Телзідіс, 2020), тому тут він не буде наведений. Однак на заняттях Клубу допомоги слід принаймні певною мірою торкатися таких тем, як: постановка цілей і творчість, розв'язання проблем, презентація власних ідей, комунікація та лідерські компетенції.
  2. Цифрові навички (Морган, Хуанг та Трінг, 2019)
  3. Знання цифрових фінансових продуктів і послуг
  4. Знання прав споживачів та процедур відшкодування збитків щодо фінансових продуктів та послуг.



## ДВА АСПЕКТИ КЛУБУ ДОПОМОГИ – ПРАКТИЧНИЙ ТА НАУКОВИЙ

Як зазначалося раніше, загальна мета Клубу полягає в тому, щоб його учасники набули цифрової фінансової грамотності, адекватної умовам країни, що приймає. З одного боку, це означає, що після завершення участі в сесіях, передбачених графіком проекту, учасники Клубу повинні володіти знаннями та навичками, які дозволять їм робити правильний фінансовий вибір (відповідно до їхньої життєвої ситуації) та вести здорове фінансове життя – знаючи, як розвивати цифрову фінансову грамотність самостійно в майбутньому. **Включення питань підприємництва в сесії Клубу допомоги має підвищити економічну впевненість учасників Клубу та їхні шанси не лише на більш активне включення у фінансовий ринок, але й на самозайнятість.** Ця утилітарна мета є дуже конкретною і має практичний вимір.

З іншого боку, механізми розвитку цифрової фінансової грамотності репатріантів – особливо жінок-іммігрантів - все ще недостатньо вивчені і є дуже цікавим об'єктом для наукового дослідження. Тому дизайн Клубу допомоги передбачає, що він також буде **простором з обміну досвідом**, який завдяки застосуванню наукового підходу дозволить ще краще розробляти програми фінансової освіти для іммігрантів, значно розширюючи групу бенефіціарів проекту в майбутньому. Проектування Клубу допомоги як академічної та дослідницької діяльності вимагатиме, серед іншого, наступного:

1. Вибір найбільш відповідного методу дослідження.
2. Ретельна вибірка, що відповідає науковим стандартам.
3. Використання відповідних заходів.

З огляду на те, що розвиток цифрової фінансової грамотності серед іммігрантів недостатньо досліджений та описаний, а процес набуття цифрових фінансових знань та навичок все ще залишається „чорною скринькою”, засідання Клубу будуть організовані в Польщі у форматі фокус-груп.

Передбачається, що якісні дослідження, одним з яких є фокус-групові інтерв'ю – є найбільш доречними в таких випадках. Цей метод відповідає концепції Клубу, який, через невелику кількість учасників, не дозволив би провести кількісне дослідження, яке б відповідало науковій точності. Польща буде єдиною країною, де буде здійснюватися наукова частина проекту, оскільки часові рамки і бюджет проекту не дозволяють здійснювати такі заходи, як, наприклад, переклад зібраних дослідницьких матеріалів на англійську мову. Проте передбачається, що, навіть, дані, зібрані в одній країні, матимуть достатню наукову цінність для написання однієї-двох наукових статей, які потім будуть подані для публікації в обраних журналах, що індексуються в базах даних „Web of Science” і „Scopus”.

У кожній країні-партнері буде сформовано дві окремі групи для проведення заходів Клубу. Кожна група складатиметься з 10 осіб. Трьома основними критеріями відбору до груп Клубу є стать, походження з однієї з країн Східної Європи та статус репатріанта. У проекті буде використовуватися максимально широке визначення Східної Європи, яке включає наступні країни регіону:

1. Албанія
2. Білорусь
3. Боснія і Герцеговина
4. Болгарія
5. Хорватія
6. Чехія
7. Естонія

8. Угорщина
9. Косово
10. Латвія
11. Литва
12. Молдова
13. Чорногорія
14. Північна Македонія
15. Польща
16. Румунія
17. Росія
18. Сербія
19. Словаччина
20. Словенія
21. Україна.

Кожен партнер буде самостійно набирати учасників Клубу допомоги, але застосовуватиме однакові критерії відбору, перелічені вище. Перед зарахуванням до Клубу кандидатів необхідно буде поінформувати про формальні вимоги, які можуть бути нездійсненними для деяких з них – перш за все, про необхідність відвідувати всі засідання Клубу і про те, що не можна виключати, що не всі з них відбудуватимуться в другій половині дня або ввечері (що буде важливо для осіб, які працюють).

Якісні дослідження зазвичай проводяться на невеликих вибірках, тому кількість інтерв'ю від кількох до 20 (для Клубу, що проводиться в Польщі) буде достатньою, щоб відповідати науковим вимогам. Крім того, в цьому типі дослідження неможливо досягти репрезентативності (і це не є його метою), і вибірка, представлена вище, на основі критеріїв відбору за схожістю, буде достатньою.

Варто розглянути можливість залучення до складу груп, що формують Клуб, кількох додаткових жінок, які представляють країну, що приймає. Такий заохочувальний склад групи забезпечить кращі можливості для передачі знань і навичок в групі на відміну від групи, що складається виключно з жінок-репатріанток.

Метою Клубу є підвищення цифрової фінансової грамотності його учасників. Сформульовану таким чином мету можна виміряти. Для вимірювання ступеня її досягнення в рамках попереднього і фінального тестування (під час першої та останньої сесій Клубу допомоги) буде використано кілька інструментів:

1. **Тест „Велика п'ятірка”** був розроблений Лусарді та Мітчеллом і неодноразово використовувався в загальнонаціональних опитуваннях по всьому світу (Лусарді і Мітчелл, 2006; Хастінгс, Мадріан і Скімміхорн, 2013; Олгуд і Волстад, 2016)

2. **Шкала фінансової самоефективності (FSES)** була розроблена та юридично визнана Лоуном (Lown, 2011).

„Велика п'ятірка” – це тест на вибір, що складається з п'яти запитань про основні фінансові проблеми, з якими стикається більшість споживачів. Наступні запитання сформульовані наступним чином:

1. Питання 1: Припустимо, що у вас є \$100 на ощадному рахунку, а відсоткова ставка становить 2% на рік. Як ви гадаєте, скільки б у вас було на рахунку через 5 років, якби ви залишили ці гроші для примноження? (а) понад \$102\*; (б) рівно \$102; (в) менш як \$102.

2. Питання 2: Уявіть, що відсоткова ставка на вашому ощадному рахунку становила 1% на рік, а

інфляція - 2% на рік. Скільки Ви зможете купити через 1 рік на гроші, що є на рахунку: (а) більше, ніж сьогодні; (б) стільки ж; (в) менше, ніж сьогодні\*.

1. Q3: Якщо відсоткові ставки зростуть, що, як правило, станеться з цінами на облігації? (а) зростуть; (б) впадуть\*; (в) залишаться на тому ж рівні; (г) немає ніякого зв'язку між цінами на облігації та відсотковою ставкою.

2. Q4: 15-річна іпотека, як правило, вимагає більших щомісячних платежів, ніж 30-річна, але загальна сума відсотків, сплачених за весь термін кредитування, буде меншою (а) правильно\*; (б) неправильно.

3. Q5: Купівля акцій однієї компанії зазвичай забезпечує більш безпечний дохід, ніж пайовий інвестиційний фонд (а) правильно; (б) неправильно\*.

SES - це вимірювальна шкала, що складається з шести тверджень, які респонденти оцінюють за чотирибальною шкалою Лайкерта (1 = абсолютно правильно; 2 = скоріше правильно; 3 = скоріше неправильно; 4 = зовсім неправильно). Наступні пункти цієї шкали сформульовані наступним чином:

1. Важко дотримуватися плану витрат, коли виникають непередбачувані витрати.
2. Мені важко досягти прогресу в досягненні моїх фінансових цілей.
3. Коли виникають непередбачувані витрати, мені зазвичай доводиться користуватися кредитом.
4. Коли я стикаюся з фінансовою проблемою, мені важко знайти рішення.
5. Мені бракує впевненості в тому, що я можу управляти своїми фінансами.
6. Я хвилююся, що мені не вистачить грошей на пенсії.

## **ЕКСПЕРТИ, ЯКІ ПРОВОДЯТЬ ЗУСТРІЧІ КЛУБУ ДОПОМОГИ**

Формула та цілі Клубу ставлять особливі вимоги до експертів, які будуть проводити заняття. З одного боку, це мають бути люди, які володіють спеціальними знаннями про фінансовий ринок та фінансовий менеджмент у конкретній країні. З іншого боку, як зазначалося раніше, Клуб має бути не просто навчальною програмою, а платформою для фінансової соціалізації через обмін знаннями та навичками, навчання через спостереження, спілкування „з вуст в уста” тощо. Це вимагає від експертів, які ведуть сесії Клубу, високих навичок міжособистісного спілкування, особливо комунікативних навичок. Це означає, що оптимально, коли керівник Клубу поєднує в собі і *профільного експерта*, і *модератора*. Здається, що рішення про те, скільки експертів залучати до проведення засідань Клубу, а також про те, чи варто розподіляти між ними сесії, чи всі вони мають проводитися одними й тими ж людьми, можна залишити на розсуд партнерів-учасників.

Другим важливим питанням, окрім фахової компетентності керівника сесії Клубу, є його стиль. У західних культурних колах фінансові питання вважаються прерогативою чоловіків. Це проявляється і в мові, яка використовується щодо фінансових питань. Використовуючи інструменти прикладної лінгвістики, Боггіо та ін. (2015; 2020) проаналізували метафори, що використовуються в трьох мовах – англійській, італійській та голландській – і вживаються на вебсайтах, адресованих індивідуальним інвесторам. Вони відзначили, що незалежно від мови, ці метафори стосуються сфер, які традиційно вважаються маскулінізованими: наприклад, війна, ігри та фізична активність. Боггіо та ін. (2015; 2020) припустили, що це може призвести до того, що чоловіки краще орієнтуються у світі фінансових понять і краще знають цю сферу

(краще знайомляться з фінансовим світом). Це також може викликати у чоловіків почуття приналежності до цього світу.

Наслідки висновків Боггіо та інших (2015; 2020) для жінок можуть бути протилежними: вони можуть не ідентифікувати себе з фінансовим світом, менше розуміти його та мати менше уявлення про нього. Форд і Кент (2009) пішли ще далі у своєму дослідженні і показали, що жінки сприймають ринки, в тому числі фінансові, як джерело загрози або залякування, і, як наслідок, вони уникають і дистанціюються від питань, пов'язаних з ринками, що призводить до меншої розбірливості в питаннях, пов'язаних з ринками. Соціально визначені фінансові гендерні ролі, підкріплені прямими повідомленнями від батьків, засвоюються дітьми, які згадують ці ролі у дорослому віці, природно приймаючи їх і вписуючись у них. У цій стереотипній фінансовій соціалізації дівчат вчителі фінансів або, ширше, економічних дисциплін можуть відігравати важливу роль у розширенні можливостей. Якщо такі предмети частіше викладають чоловіки, це може зміцнити переконання молодих жінок у тому, що фінанси – це чоловіча сфера (насправді, американські дані показують, що чоловіки частіше викладають фінанси, ніж жінки – див. Баттерс та ін., 2012). Як наслідок, молоді жінки, як і їхні матері, здебільшого піддаються соціальному тиску та адаптуються до уявних (стереотипних) жіночих ролей, нав'язаних культурою. Щоб відповідати соціальним нормам, вони не виявляють такого ж інтересу до світу фінансів, як чоловіки. Навіть більше, вони можуть сприймати цей світ як чужий, відірваний від їхньої гендерної ідентичності, що вимагає використання мови, якої вони не знають і від якої вони дистанціюються.

Всі ці міркування необхідно враховувати при розв'язанні питання про те, хто має керувати учасниками Клубу в процесі здобуття ними фінансової грамотності – жінки чи чоловіки. Варто розглянути наступні рішення: (i) заняття Клубу проводять два експерти – і жінка, і чоловік; (ii) заняття Клубу по черзі ведуть то жінка, то чоловік; (iii) враховуючи, що в кожній країні-партнері передбачається проведення занять Клубу у двох окремих групах, одну з них може вести жінка, а іншу – чоловік. Будь-який з цих підходів дасть змогу отримати нові знання про те, яку роль відіграє стать експерта/модератора в набутті цифрової фінансової грамотності.

## **РОЗКЛАД РОБОТИ КЛУБУ ДОПОМОГИ ТА СТРУКТУРА ОКРЕМОЇ СЕСІЇ**

Діяльність Клубу запланована на період з М8 (червень 2022 року) по М26 (грудень 2023 року). Це загалом 19 місяців. Протягом цього періоду сесії будуть поділені на два типи: 1. Пілотні сесії – під час яких будуть апробовані навчальні матеріали, створені в рамках проєкту (інтелектуальні результати – ІП1, ІП2 та ІП3)

2. Сесії взаємодії – під час яких будуть використовуватися навчальні матеріали, відібрані експертами, які керують Клубом, і які будуть спрямовані, в першу чергу, на те, щоб дати можливість учасникам Клубу навчатися соціально.

Пілотні сесії відбуватимуться протягом наступних періодів:

1. М8-М10 (червень – серпень 2022 року) – пілотування ІП1
2. М14-М16 (грудень 2022 – лютий 2023) – пілотування ІП2
3. М20-М22 (червень – серпень 2023 року) – пілотування ІП3.

Протягом кожного пілотного місяця буде проведено до 8 сесій Клубу підтримки (дві сесії на тиждень), кожна сесія тривалістю до 4 академічних годин.

Не пілотні сесії взаємодії відбуватимуться протягом наступних періодів:

1. М11-М13 (вересень – листопад 2022 року)
2. М17-М19 (березень – травень 2023 року)

### 3. М23-М26 (вересень – грудень 2023).

У кожному не пілотному місяці відбудеться одна сесія взаємодії, тривалістю до 4 аудиторних годин. Структура кожної сесії буде наступною:

1. Короткий вступ експерта з теми – до 30 хвилин; усна презентація, що супроводжується за потреби презентацією PowerPoint, відеоматеріалами, навчальною графікою тощо; її мета – визначити проблему, якій буде присвячена сесія, задати контекст, поставити учасникам запитання, які можуть виникнути навколо цієї проблеми.

2. Допомогти учасникам Клубу у вільному обговоренні теми (без ознайомлення з навчальним контентом) – до 60 хвилин; мета – попередньо сформувати простір для соціального навчання та дозволити учасникам Клубу побачити, що вони знають про визначену проблему, чого вони не знають і що знають інші учасники; на цьому етапі вже має розпочатися обмін інформацією про фінансову грамотність, який вміло модерує ведучий сесії; слід заохочувати учасників вільно ділитися своїми думками, говорити про те, що їм зрозуміло, а що ні; ця частина заняття має дати хорошу діагностику прогалин у знаннях і навичках, пов'язаних з проблемою (темою), яка буде обговорюватися під час заняття; ведучий заняття має використати цю діагностику для відповідного вибору як змісту, так і форми подальшого ходу заняття.

3. Перерва – 15 хвилин.

4. Презентація обраного експертом навчального матеріалу: це може бути короткий кейс, гра на прийняття рішень, навчальна графіка, відеонаратив, письмовий наратив тощо – до 45 хвилин; ця частина сесії матиме суто навчальний характер у традиційному розумінні – активною стороною буде експерт, який обговорюватиме проблему, використовуючи обрані дидактичні методи; формула Клубу повинна, однак, передбачати запитання та короткий обмін думками під час презентації експерта.

5. Дискусія учасників Клубу допомоги (модерується експертом) навколо навчального матеріалу – що було зрозуміло, що не зрозуміло, що найчастіше викликає труднощі в розумінні, намагання з'ясувати чому тощо – до 60 хвилин; мета цієї частини заняття – насамперед, обмін досвідом з фінансової грамотності; учасників Клубу слід заохочувати ділитися враженнями від презентації експерта, розповідати, як обговорювана тема пов'язана з їхнім особистим досвідом, допомагати один одному розібратися з темою та її нюансами, розвивати тему, придумуючи нові сценарії/запитання тощо; учасники Клубу повинні мати змогу обговорити, що саме вони зрозуміли, а що ні.

6. Підбиття підсумків експертом – до 30 хвилин. Мета – сформулювати висновки, дати практичні рекомендації, що впливають з обговорення теми, вказати додаткові джерела знань.

## **МАСШТАБОВАНІСТЬ ТА ДОВГОТРИВАЛІСТЬ РЕЗУЛЬТАТІВ РОБОТИ КЛУБУ ДОПОМОГИ**

Навчальні матеріали, створені в рамках проєкту (П1, П2, П3), а також матеріали, відібрані експертами, які ведуть Клуб, будуть зібрані в одному онлайн-репозиторії знань. Варто розглянути можливість організації цих матеріалів експертами таким чином, щоб вони утворювали логічну послідовність, яка б уможливила самостійне вивчення теми.

Для кожної з тем, висвітлених у матеріалах, можна було б створити короткий план уроку як інтуїтивно зрозумілий посібник для всіх, хто бажає використовувати ці ресурси в майбутньому, незалежно від того, чи є вони учасниками Клубу, чи ні. У поєднанні з новими знаннями, отриманими в результаті аналізу матеріалів, зібраних у польському Клубі допомоги під час фокус-інтерв'ю, а також з цим документом як набором рекомендацій щодо створення Клубу

допомоги, це може стати цінним ресурсом для відтворення концепції Клубу допомоги з цифрової фінансової грамотності для жінок-емігранток за межами консорціуму, сформованого для реалізації цього проєкту.

Цей репозиторій також включатиме дискусійний форум і чат, щоб учасниці Клубу допомоги могли спілкуватися в будь-який час. В результаті, за умови отримання позитивного досвіду під час проєкту, можна очікувати, що створена мережа знайомств продовжить своє існування і принесе її учасницям користь від обміну знаннями та навичками у невизначений час у майбутньому.

## **ДЖЕРЕЛА НАВЧАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ЗАСІДАНЬ КЛУБУ, ЩО ПРОВОДЯТЬСЯ В ПОЛЬЩІ**

Як зазначалося раніше, теми та сценарії наступних засідань Клубу допомоги повинні визначатися експертами, які будуть вести Клуб. Оскільки засідання Клубу відбуватимуться мовами країн-партнерів, у цьому розділі зібрані найцікавіші репозиторії навчальних матеріалів польською мовою, які можуть бути використані під час проведення Клубу в Польщі.

- 1) <https://edufin.pl/>
- 2) <https://www.nbportal.pl/>
- 3) <https://rf.gov.pl/> (секція „*Освіта*”)
- 4) <https://uokik.gov.pl/> (секція „*Освіта*”)
- 5) <https://kapitalni.org/>
- 6) <https://www.skf.pl/> (секція „*Фінансова освіта*”)
- 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/>

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

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.



Підтримка Європейською Комісією цієї публікації не означає схвалення її змісту, який відображає лише погляди авторів, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в ній.