

Rozdział 21

Rola edukacji finansowej w ograniczaniu nadużyć i oszustw na rynku finansowym

Joanna Rutecka-Góra

1. Wstęp	449
2. Edukacja finansowa, świadomość finansowa i kompetencje finansowe	450
3. Asymetria informacyjna a ryzyko nadużyć i oszustw na rynku finansowym	454
4. Grupy najbardziej narażone na nadużycia na rynku finansowym	456
5. Skuteczność edukacji finansowej w kształtowaniu świadomości finansowej i ograniczaniu asymetrii informacyjnej	457
6. Wnioski	461



Streszczenie

Edukacja finansowa konsumentów jest warunkiem prawidłowego funkcjonowania rynków finansowych. Tymczasem badania pokazują, że poziom wiedzy, świadomości i kompetencji finansowych jest w Polsce niski, a na rynku występuje znaczna asymetria informacyjna. Braki w wiedzy finansowej mogą skutkować albo niepodejmowaniem jakichkolwiek działań na rynku finansowym, albo nabywaniem produktów niedostosowanych do indywidualnych możliwości i potrzeb odbiorców (misselling) lub wręcz nadużyciami bądź oszustwami na tym rynku. Asymetria informacyjna i związane z nią zjawisko nadużyć na rynku finansowym mogą być ograniczane przez działania wpływające na wzrost zrozumiałości (przejrzystości) produktów finansowych oferowanych indywidualnym odbiorcom, skuteczną politykę regulacyjną i informacyjną lub przez zwiększanie świadomości finansowej. Ta ostatnia może być budowana przez skuteczną edukację finansową, która nie jest jednak zadaniem prostym i wymaga dobrze zaprojektowanego podejścia długoterminowego.

Słowa kluczowe: edukacja finansowa, świadomość finansowa, kompetencje finansowe, nadużycia finansowe, misselling

1. Wstęp

Prawidłowe funkcjonowanie rynków finansowych zależy od wielu czynników, występujących zarówno po stronie dostawców tych usług i ich odbiorców, jak i instytucji regulujących rynek finansowy oraz mających wpływ na jego rozwój. Pozytywna ocena usług finansowych z punktu widzenia indywidualnych odbiorców zależy przede wszystkim od dopasowania tych usług do potrzeb klientów i ich realności, tj. faktycznego spełnienia obietnic opisanych w umowie lub składanych przed jej zawarciem. W tym zakresie ogromne znaczenie odgrywa edukacja finansowa, która sprzyja kształtowaniu świadomości finansowej i nabywaniu niezbędnych kompetencji finansowych m.in. w zakresie oceny realności i faktycznego charakteru usług oferowanych na rynku finansowym.

Edukacja finansowa zyskała na znaczeniu wraz ze wzrostem skomplikowania rynków i samych produktów finansowych. Zjawiskom tym towarzyszy bowiem wzrost asymetrii informacyjnej oraz coraz większe problemy z podejmowaniem decyzji finansowych przez indywidualnych inwestorów. Umiejętność dokonania oceny produktów finansowych, w szczególności ich potencjalnej efektywności, faktycznej kosztowności oraz realności, chroni klientów przed nabywaniem instrumentów nieodpowiednich (misselling), bardzo kosztownych czy nadmiernie ryzykownych, a także zawierających nierealne obietnice, z których instytucja oferująca produkt nie zamierza się wywiązać. Edukacja finansowa może być zatem skutecznym narzędziem ograniczania nadużyć i oszustw na rynku finansowym, o ile zostanie skierowana w odpowiedniej formie i czasie do odpowiedniego odbiorcy.

Celem niniejszego rozdziału jest omówienie roli edukacji finansowej w ograniczaniu zjawiska nadużyć i oszustw na rynku finansowym z punktu widzenia ochrony interesów indywidualnego nabywcy usług finansowych oraz przedstawienie skuteczności edukacji finansowej w kształtowaniu postaw i kompetencji finansowych. W analizie wykorzystano dostępną literaturę przedmiotu oraz raporty publikowane przez instytucje rynku finansowego.

2. Edukacja finansowa, świadomość finansowa i kompetencje finansowe

Edukację finansową definiuje się jako „podejmowanie szeroko zakrojonych działań, mających upowszechnić wiedzę oraz wykształcać pozytywne nawyki wśród obywateli, prowadzących do podejmowania właściwych decyzji w zarządzaniu ich finansami osobistymi, zgodnie z obecnymi i przyszłymi potrzebami”¹. Umożliwia ona wykształcenie świadomości finansowej pozwalającej na identyfikację i ocenę szans oraz zagrożeń związanych z oferowanymi na rynku produktami finansowymi. Świecka i in. wskazują, że edukacja finansowa prowadzi do świadomości finansowej i kompetencji finansowych².

Świadomość to charakterystyczna dla człowieka zdolność poznawania i oceniania siebie oraz otoczenia. Oznacza także stan przytomności lub zdawania sobie sprawy z czegoś³. W kontekście finansów świadomość oznaczać może zdolność poznania (pozyskania wiedzy) i oceny funkcjonowania rynków finansowych oraz oferowanych

¹ M. Cohen, J. Lee, *No customer left behind: financial education for long-term adoption of branchless banking*, „Microfinance Insights” 2008, Vol. 8 za: M. Iwanicz-Drozdowska, A.K. Nowak, *Rola i znaczenie edukacji finansowej*, w: *Edukacja i świadomość finansowa. Doświadczenia i perspektywy*, red. M. Iwanicz-Drozdowska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011, s. 13.

² B. Świecka, A. Grzesiuk, D. Korczak, O. Wyszowska-Kaniewska, *Financial literacy and financial education. Theory and Survey*, De Guyter Oldenbourg, Berlin 2019, s. V.

³ *Słownik języka polskiego*, PWN, www.sjp.pwn.pl.

na nich instrumentów, a także zdolność podejmowania w związku z tym optymalnych decyzji z uwzględnieniem własnych potrzeb i realiów funkcjonowania rynków finansowych. Zagadnienie kompetencji finansowych jest natomiast szersze i obejmuje zarówno *świadomość i wiedzę finansową na temat produktów i instytucji finansowych, jak również zdolności finansowe, rozumiane jako* umiejętność planowania finansowego i zarządzania posiadanymi środkami pieniężnymi⁴. Kompetencje finansowe są ponadto różnie postrzegane oraz analizowane w zależności od poziomu zamożności kraju – w krajach bogatych są postrzegane w aspekcie ochrony konsumenta i wyposażania go w umiejętność analizy skomplikowanych produktów finansowych, natomiast w krajach uboższych – w aspekcie poprawy dostępu do usług finansowych⁵.

Wiedza finansowa oraz postawy i zachowania ekonomiczne Polaków są regularnie badane przez wiele instytucji. Najważniejsze z przeprowadzonych w ostatnich latach badań przedstawiono w tabeli 21.1.

Tabela 21.1. Wybrane badania wiedzy finansowej i postaw ekonomicznych Polaków przeprowadzone w latach 2008–2019

Instytucja	Rok	Tytuł badania
Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy	2008–2014	Postawy Polaków wobec oszczędzania
	2009	Stan wiedzy finansowej Polaków
	2015–2019	Postawy Polaków wobec finansów
Narodowy Bank Polski	2014	Diagnoza wiedzy i świadomości ekonomicznej dzieci i młodzieży w Polsce
	2015	Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków
Raiffeisen Bank i Instytut Wolność	2014	Stan wiedzy ekonomicznej Polaków
ING Group	2011–2019	Finansowy Barometr ING – cykl międzynarodowych badań badających postawy wobec finansów
OECD	2016	OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies
	2017	G20/OECD INFE Report on Adult Financial Literacy in G20 Countries
	2012, 2015, 2018	PISA – Programme for International Student Assessment's
Związek Banków Polskich	2014	Oszczędzanie długoterminowe – opinie, postawy i oczekiwania polskiego społeczeństwa

Źródło: opracowanie własne.

⁴ S. Pieńkowska-Kamieniecka, J. Rutecka, *Problematyka decyzji i kompetencji finansowych osób starszych w ujęciu ekonomicznym*, w: *Systemy zabezpieczenia społecznego wobec wyzwań demograficznych i rynkowych*, red. M. Szczepański, T. Brzęczek, M. Gajowiak, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2014, s. 141–151.

⁵ L. Xu, B. Zia, *Financial Literacy Around the World. An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward*, „Policy Research Working Paper” 2012, No. 6107, The World Bank.

Wszystkie wyniki badań wymienionych w tabeli 21.1 wskazują, że wiedza finansowa Polaków jest dość ograniczona – nawet najprostsze pytania o stopę procentową i procent składany przysparzają respondentom spore trudności. Co istotne z punktu widzenia oszczędzania – większość mieszkańców Polski nie myśli długoterminowo i preferuje konsumpcję bieżącą.

Badania przeprowadzone przez NBP⁶ wykazały, że do głównych czynników wpływających na poziom wiedzy finansowej należą: korzystanie z produktów finansowych (karta debetowa, rachunek bieżący), poziom dochodu i subiektywna ocena sytuacji materialnej, aktywność zawodowa i wykształcenie, korzystanie z Internetu i smartfonu, poziom subiektywnej wiedzy ekonomicznej i deklarowana potrzeba większej wiedzy z tego zakresu oraz udział w edukacji ekonomicznej. Poziom wiedzy ekonomicznej Polaków bardzo powoli rośnie i nadal niemal co piąty ankietowany charakteryzuje się niską wiedzą z zakresu ekonomii.

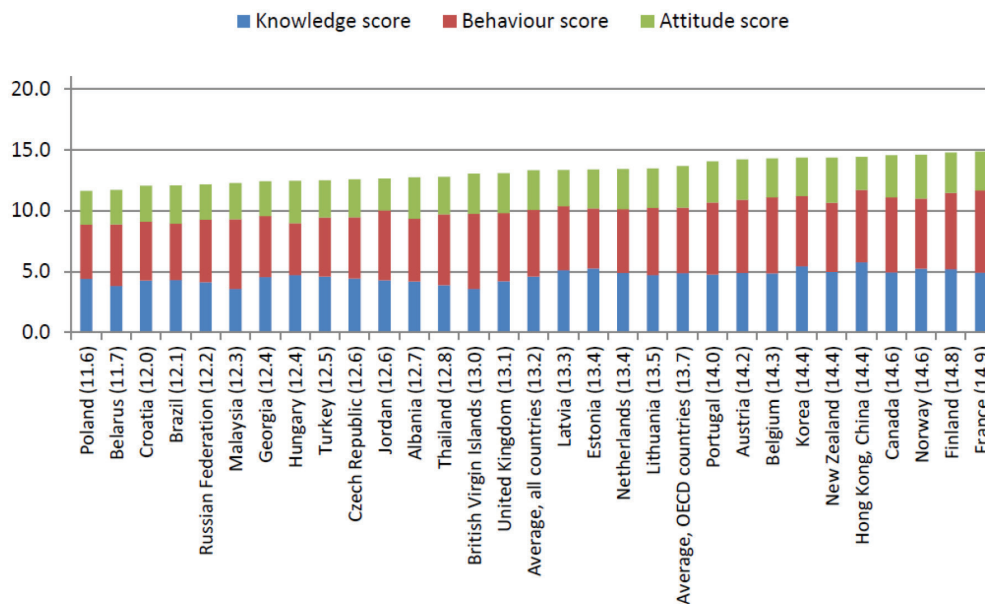
Poziom edukacji finansowych Polaków nie odbiega znacząco od poziomu edukacji i wiedzy finansowej w innych krajach⁷. Z międzynarodowego testu kompetencji finansowych osób dorosłych⁸ wynika, że co drugiemu Polakowi brakuje wiedzy finansowej, co ma istotny wpływ na zachowania i postawy wobec finansów. Biorąc pod uwagę wszystkie trzy badane przez OECD elementy (wiedza, kompetencje, postawy), z wynikiem 11,6 pkt na 21 możliwych Polacy wypadają najgorzej spośród państw, w których badano kompetencje finansowe obywateli (zob. rys. 21.1).

Badanie OECD wykazało, że to nie poziom wiedzy finansowej (4,4 pkt na 7 możliwych) plasuje nas na końcu stawki, lecz zachowania (4,4 pkt na 9) i postawy wobec finansów (2,8 pkt na 5). W ramach badania wiedzy finansowej, gdzie koncentrowano się głównie na zagadnieniach takich jak stopa procentowa, prosty podział spadku, inflacja, zysk i ryzyko, Polacy osiągnęli wynik jedynie nieznacznie niższy niż średnia dla krajów OECD. Jedynie 21% respondentów z Polski odpowiedziało przy tym poprawnie na pytanie dot. oprocentowania rachunku bankowego. Wiedza finansowa mężczyzn okazała się o 3 p.p. wyższa niż wiedza kobiet w tym zakresie. Okazało się ponadto, że Polaków charakteryzuje *overconfidence*, tj. znaczna różnica pomiędzy subiektywną a obiektywną wiedzą finansową, na niekorzyść tej ostatniej. Oznacza to przekonanie o znacznie większej wiedzy finansowej niż wiedza faktycznie posiadana. Taka sytuacja powodować może podejmowanie niekorzystnych decyzji finansowych i sprzyjać nabywaniu produktów nieodpowiednich (*misselling*). Utrudnia także prowadzenie działań edukacyjnych, gdyż respondenci mogą być przekonani, że podnoszenie poziomu wiedzy

⁶ NBP, *Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków*, Warszawa 2015.

⁷ ING, *Finansowy barometr ING*, Warszawa 2018, https://www.ing.pl/_files/1124121 (dostęp: 15 stycznia 2020 r.); ING, *Finansowy barometr ING*, Warszawa 2019; https://www.ing.pl/_files/1126898 (dostęp: 15 stycznia 2020 r.).

⁸ OECD, *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*, Paris 2016, www.oecd.org/finance/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf (dostęp: 15 stycznia 2020 r.).



Rysunek 21.1. Poziom wiedzy finansowej, zachowania i postawy finansowe w krajach OECD

Źródło: OECD, *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*, Paris 2016, www.oecd.org/finance/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf (dostęp: 15.01.2020 r.).

i dodatkowe kwalifikacje w tym zakresie nie są im potrzebne. Najgorsza sytuacja dotyczy jednak zachowań i postaw wobec finansów. Bardzo mała część respondentów analizuje bieżące wydatki, prowadzi budżet domowy, analizuje i porównuje produkty przed dokonaniem większego zakupu. Tylko 32% Polaków stawia sobie długoterminowe cele, do których dąży. Mniej niż 1/3 myśli długoterminowo i planuje wydatki⁹.

Wyniki zaprezentowane w raporcie OECD są zbieżne z ustaleniami publikowanymi w krajowych raportach nt. wiedzy finansowej i emerytalnej, które koncentrują się zwykle na postawach Polaków wobec oszczędzania. Przykładowo, wyniki badania przeprowadzonego w grudniu 2014 roku przez CBOS i Izbę Zarządzających Funduszami i Aktywami¹⁰ pokazują, że aż 95% pełnoletnich Polaków nie oszczędzało na emeryturę, z czego 53% ze względu na brak wystarczających środków, 20% jeszcze o tym nie myślało, 18% uważało, że wystarczą im środki z ZUS i/lub OFE, a 8% nie wiedziało, w jaki sposób należy oszczędzać. Podobne informacje można znaleźć w wynikach badania z przełomu lipca i sierpnia 2016 roku przeprowadzonego na zlecenie Zakładu Ubezpieczeń Społecznych¹¹ – trzech na czterech Polaków nie oszczędzało

⁹ Tamże.

¹⁰ TNS Polska, *Międzypokoleniowe rozmowy o długach*, raport dla Grupy KRUK, Warszawa 2016.

¹¹ ZUS, *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych*, Warszawa 2016.

na emeryturę, wskazując najczęściej jako powód zbyt niskie dochody lub ich brak, natomiast 13% nieoszczędzających poinformowało, że nie gromadzi dodatkowych środków, gdyż liczy, że emerytura z ZUS będzie dla nich wystarczająca. Jedynie 4% nieoszczędzających respondentów przyznało się, że nie wie, jak to zrobić. Inne badania wykazały, że większość Polaków (64%) nie jest zadowolona z jakości edukacji finansowej otrzymanej w młodości, a jednocześnie niemal wszyscy (92%) uważają, że jest bardzo pomocna przy podejmowaniu decyzji w codziennym życiu¹².

Przywołane badania potwierdzają, że poziom wiedzy i kompetencji finansowych Polaków wymaga podjęcia pilnych działań edukacyjnych. Tylko odpowiedni poziom edukacji finansowej pozwoli bowiem na umiejętne zarządzanie środkami finansowymi, planowanie, oszczędzanie i inwestowanie, a także ograniczy ryzyko stania się ofiarą przestępstw i oszustw na rynku finansowym¹³.

3. Asymetria informacyjna a ryzyko nadużyć i oszustw na rynku finansowym

Brak odpowiedniej edukacji finansowej i kompetencji finansowych przyczynia się do występowania głębokiej i rosnącej asymetrii informacyjnej¹⁴ na rynku finansowym, spowodowanej również tym, że produkty finansowe są coraz bardziej skomplikowane, a treść umów coraz mniej zrozumiała dla indywidualnego odbiorcy. Ten rosnący poziom skomplikowania jest też jednym z czynników zjawiska oferowania produktów nieodpowiednich i możliwych nadużyć ze strony instytucji finansowych¹⁵. Dodatkowo, na nieprzejrystym rynku łatwiej jest oferować produkty kosztowne i o wątpliwej jakości bądź efektywności. Sprzyja to występowaniu zjawiska „naciągania” (*phishing*) słabo wyedukowanych klientów na produkty nieodpowiadające ich potrzebom i preferencjom¹⁶.

Badania nt. poziomu wiedzy ekonomicznej Polaków wskazują, że asymetria informacyjna będąca wynikiem luki w wiedzy finansowej występuje przede wszystkim w następujących obszarach:

¹² TNS Polska, *Międzypokoleniowe rozmowy o długach...*; B. Świecka i in., *Financial literacy and financial education...*

¹³ B. Świecka i in., *Financial literacy and financial education...*, s. V.

¹⁴ Asymetria informacyjna jest jedną z podstawowych ułomności rynku finansowego, która uniemożliwia dokonywanie optymalnych wyborów i idealne funkcjonowanie tego rynku (realizację zasady „niewidzialnej ręki” wolnego rynku). Oznacza różnicę pomiędzy informacjami o danym produkcie posiadanymi przez dostawcę i odbiorcę tej usługi, zwykle na niekorzyść drugiego z nich.

¹⁵ G. Franke, T. Mosk, E. Schnebel, *Fair Retail Banking: How to Prevent Mis-selling by Banks*, SAFE Sustainable Architecture for Finance in Europe, White Paper No. 39, Frankfurt 2016, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-0-424172> (dostęp: 15 stycznia 2020 r.).

¹⁶ Szerzej o zjawisku *phishingu*: G.A. Akerlof, R.J. Shiller, *Złowiąć frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*, PTE, Warszawa 2017.

- wartości pieniądza w czasie (procent prosty i składany),
- relacji między zyskiem a ryzykiem inwestycji,
- poziomu długoterminowych stóp procentowych,
- wysokości kapitału niezbędnego do uzyskania pożądanej wysokości świadczenia z produktu finansowego,
- cech optymalnego produktu z punktu widzenia potrzeb indywidualnego odbiorcy (niemożność oceny własnych potrzeb w długim okresie i doboru najlepszego instrumentu),
- rodzajów, poziomu i sposobu podziału ryzyka,
- opodatkowania świadczeń,
- gwarancji wypłacalności produktów,
- charakterystyki mechanizmów ekonomicznych stosowanych w produktach emerytalnych, limitów wpłat oraz zasad wypłaty świadczeń z dodatkowego systemu emerytalnego.

Informacje z wymienionych obszarów są co prawda przekazywane w ramach polityki informacyjnej instytucji finansowych i obowiązkowego zestawu dokumentów dostarczanych klientom przed zawarciem umowy lub regularnie w okresie jej realizacji. Samo dostarczenie nie oznacza jednak, że oszczędzający się z tymi dokumentami zapoznają (prze czytają je) lub że są w stanie je zrozumieć. Przeszkodą może być wspomniany już zbyt trudny, specjalistyczny język oraz nieprzejrzysta struktura dokumentów, które zupełnie nie przystają do możliwości poznawczych odbiorcy¹⁷, a także niechęć do czytania trudnych dokumentów kształtujących umowę i bazowanie jedynie na skróconej informacji przekazywanej przez przedstawicieli instytucji finansowych lub umieszczanej w informacjach reklamowych.

Rosnąca asymetria informacyjna na rynku finansowym powoduje, że klienci są coraz bardziej narażeni na ryzyko oszustw finansowych i nadużyć ze strony instytucji finansowych. Wobec skomplikowania oferty, piętrowych systemów opłat, rozbudowanych i niezrozumiałych dokumentów nie mają bowiem szans zrozumieć szczegółów konstrukcji produktów, w tym podejmowanego ryzyka, jeśli nie korzystają z pomocy rzetelnego doradcy finansowego¹⁸. Edukacja finansowa klientów może ograniczyć tę asymetrię, jednak problemem pozostaje nadal poziom skomplikowania produktów

¹⁷ Szerzej: J. Rutecka-Góra, *Supplementary pension schemes: needs, possibilities and problems with evaluation from the perspective of an individual saver*, „Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje” 2019, nr 44 (1), s. 101–115; J. Rutecka-Góra, K. Bielawska, M. Hadryan, P. Kowalczyk-Rólczyńska, S. Pieńkowska-Kamieniecka, *Zrozumiałość, przejrzystość i efektywność indywidualnych produktów emerytalnych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2020.

¹⁸ Warto przy tym zaznaczyć, że bezpieczeństwo indywidualnych konsumentów usług finansowych wymaga także regulacji formalnych bądź samoregulacji jakości i przejrzystości coraz bardziej powszechnych usług doradców finansowych – K. Ćwieląg, *Świadomość ekonomiczna i dostępność usług finansowych jako warunek skutecznej ochrony klienta usług finansowych*, w: *Usługi finansowe w zarządzaniu finansami gospodarstw domowych*, red. E. Bogacka-Kisiel, Uniwersytet Opolski, Opole 2011.

oraz aktualność pozyskanej wiedzy, która zwykle nie nadąża za zmianami oferty na rynku finansowym.

4. Grupy najbardziej narażone na nadużycia na rynku finansowym

Na nadużycia na rynku finansowym narażone są zwłaszcza osoby o niewielkiej wiedzy i niskiej świadomości finansowej, które nie mają doświadczenia w podejmowaniu decyzji na rynku finansowym. Będą to przede wszystkim osoby gorzej wykształcone i mniej zamożne, a także osoby młode, które nie miały możliwości skorzystania z wielu dostępnych produktów finansowych ze względu na niski poziom dochodów i wielkość zgromadzonego majątku. Drugą grupą szczególnie zagrożoną na oszustwa i nadużycia są osoby starsze, które mają co prawda doświadczenie i wiedzę, ale jest ona często nieaktualna, a posiadane przez nie kompetencje finansowe nie odpowiadają realiom skomplikowanych produktów oferowanych na rynku.

Niska świadomość finansowa przejawiająca się nieznanymi realiami rynkowymi, np. w zakresie aktualnego poziomu oprocentowania i długoterminowych stóp zwrotu, umożliwiać może wiarę w istnienie cudownych inwestycji oferujących zysk znacznie powyżej rynkowych stóp zwrotu i zawieranie umów z instytucjami, które nie są w stanie spełnić złożonych obietnic. Osoby niepotrafiące planować i oszczędzać mogą natomiast zbyt optymistycznie patrzeć na swoje możliwości zarobkowania i spłaty zobowiązań w przyszłości, nadmiernie się zadłużając, czasem w celu nabycia usług i towarów, które nie należą do kategorii dóbr i usług pierwszej potrzeby. Osoby takie mogą mieć trudności z oceną całkowitego kosztu zaciąganego zobowiązania. Jeśli natomiast doświadczają problemów w spłacie zadłużenia, to nie mają często wiedzy o możliwościach ponownego negocjowania warunków i chociażby zmiany harmonogramów spłaty. A tylko świadome postępowanie w razie problemów ze spłatą pożyczki (zgłoszenie tego faktu do banku, podjęcie mediacji i ustalenie nowych warunków) może pomóc uniknąć poważnych negatywnych konsekwencji, a często także bankructwa¹⁹.

Badanie poziomu wiedzy finansowej 15-latków²⁰ wykazało, że poziom wiedzy finansowej młodych Polaków, którzy dopiero zaczynają swoją przygodę z rynkiem finansowym przez pierwsze zakupy, dostęp do kont bankowych, kart kredytowych i debetowych oraz kredyty konsumencie, jest bardzo niski i skrajnie nie odpowiada samoocenie młodych ludzi w tym obszarze²¹. Brak edukacji i kompetencji finansowych

¹⁹ M. Maciejasz-Świątkiewicz, *Usługi finansowe dla gospodarstw niezamożnych*, w: *Usługi finansowe w zarządzaniu finansami gospodarstw domowych*, red. E. Bogacka-Kisiel, Uniwersytet Opolski, Opole 2011.

²⁰ OECD, *PISA 2015 Results. Students' financial literacy (Volume IV)*, OECD Publishing, Paris 2017.

²¹ Szerzej: B. Świecka i in., *Financial literacy and financial education...*

proceeds in their case to borrowing and excessive consumption and signing contracts, the terms of which they do not understand. One in five Poles aged 18–24 has a debt, usually a loan from a bank²², which grows along with it. The problem of excessive borrowing of young people is visible now and is partly the result of starting to borrow from parents in the first period of activity on the financial market. In subsequent stages of life, low awareness and financial competences result in a lack of ability to plan expenses and savings. Research has confirmed that financial education conducted in schools can help young people avoid excessive borrowing and better prepare themselves for making sound financial decisions in adult life²³.

People most exposed to fraud experience it often. They also experience financial exclusion, e.g. inability to use bank offers due to not meeting requirements in the area of income level or existing insurances. If there is no offer for them in a licensed financial institution, they turn to providers of services that are less supervised and controlled, usually more expensive and riskier, in cases where there is a greater risk of being defrauded and exploited.

5. Skuteczność edukacji finansowej w kształtowaniu świadomości finansowej i ograniczaniu asymetrii informacyjnej

Information asymmetry can be limited by actions on the side of both demand and supply. In the case of financial products providers, these are actions aimed at greater transparency, understanding, adequacy and comparability of contract terms. It concerns appropriate characteristics of offered products, the complexity of their terms and their adaptation to the actual needs of consumers. It can be the use of simpler language, a more friendly structure of content or ensuring that before signing a contract, the client understands its terms and long-term consequences of the decision. Such actions can be undertaken by the market itself or result from obligations imposed by law or demanded by supervisors.

In the case of the demand side, i.e. consumers of financial services, limiting information asymmetry is closely linked with financial education and the best understanding of the functioning of financial instruments offered on the market.

Financial education in Poland is implemented within many programs and activities, both one-time and cyclical, which are directed

²² InfoDług, *Rejestr Dłużników BIG InfoMonitor i baza Biura Informacji Kredytowej*, raport, Warszawa 2018.

²³ B. Świecka i in., *Financial literacy and financial education...*

do zróżnicowanych grup odbiorców. Poniżej zaprezentowano wybrane inicjatywy, natomiast szersze ich zestawienie i opis, tzw. *Mapę edukacji finansowej* wydał Związek Banków Polskich²⁴.

Tabela 21.2. Wybrane inicjatywy w zakresie edukacji finansowej

Metoda/ forma edukacji finansowej	Nazwa i koordynator projektu	Grupa odbiorców
Lekcje i spotkania w szkołach z dziećmi i młodzieżą	Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży – BAKCYL/Warszawski Instytut Bankowości oraz 43 instytucje bankowe	Dzieci, młodzież
	„Moje Finanse”/Fundacja Kronenberga i NBP, realizowany przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości	Uczniowie i nauczyciele szkół ponadgimnazjalnych
Portale edukacji finansowej (samo- doskonalenie)	Portal edukacji finansowej „Finansiaki”/Bank Zachodni WBK	Dzieci, młodzież, rodzice, nauczyciele
	Portal „Bankomania”/PKO Bank Polski	Dzieci, młodzież, rodzice, nauczyciele
	Serwis SKO banku PKO BP	Dzieci
Szkolenia i warsztaty	„Akademia Rodzinnych Finansów”/Provident	Osoby o średnich i niskich dochodach
	„Edukacja finansowa dla Warszawiaków”/Narodowy Bank Polski	Mieszkańcy Warszawy
	„O finansach... w bibliotece”/Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego i Narodowy Bank Polski	Seniorzy
	„Senior na plus!”/Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej i Narodowy Bank Polski	Seniorzy
E-learning	Symulacja „Pierwszy milion”/Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy	Społeczeństwo
Audycje radiowe	Audycja „Portfel” – magazyn ekonomiczny/ Muzyczne Radio	Społeczeństwo
	Tygodniowy przegląd finansowy „Bankomat”/ Związek Banków Polskich, rozgłośnie regionalne	
Programy telewizyjne	Projekt „Czytaj umowy”/Narodowy Bank Polski i Telewizja Polska	Społeczeństwo
	Wielki Test Wiedzy Ekonomicznej/Telewizja Polska, Narodowy Bank Polski	

²⁴ K. Czernek, M. Jurek, P. Marszałek, *Mapa edukacji finansowej*, VI edycja, cz. 1, Związek Banków Polskich, Poznań 2017; M. Jurek, P. Marszałek, A. Warchlewska, *Mapa edukacji finansowej*, VI edycja, cz. 2, Związek Banków Polskich, Poznań 2019.

Tabela 21.2. (cd.)

Metoda/ forma edukacji finansowej	Nazwa i koordynator projektu	Grupa odbiorców
Kampanie społeczne	Kampania „Nie daj się nabrać, sprawdź, zanim podpiszesz”/Bankowy Fundusz Gwarancyjny, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Komisja Nadzoru Finansowego, Ministerstwo Finansów, Policja, Ministerstwo Sprawiedliwości, Narodowy Bank Polski Kampania „Sprawdź, komu powierzasz”/Komisja Nadzoru Finansowego, Telewizja Polska i Polskie Radio	Społeczeństwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie: M. Solarz, *Wiktylizacja klientów bankowych w Polsce – przyuczyny i wybrane sposoby ograniczania*, „Rozprawy ubezpieczeniowe. Konsument na rynku usług finansowych” 2018, nr 27 (1).

Duża część prowadzonych działań ma charakter lekcji i warsztatów w szkołach lub podczas spotkań z grupami zainteresowanych. Zaletą takich form edukacji jest bezpośredni kontakt, lecz mogą one nie obejmować osób, które najbardziej potrzebują takiej edukacji (na szkolenia zwykle zgłaszają się osoby, które już coś wiedzą nt. finansów)²⁵. Duża część takich spotkań jest kierowana do ogółu społeczeństwa (lub ludzi w określonym wieku), co powoduje, że zakres przekazywanych informacji jest zwykle także bardzo ogólny i szeroki, i nie zawsze trafia w aktualne potrzeby konkretnych odbiorców. Problemem jest też brak faktycznej ewaluacji tych działań z punktu widzenia podnoszenia wiedzy i kompetencji finansowych oraz ich wpływu na zachowania Polaków na rynku finansowym. Raporty podsumowujące takie kampanie edukacyjne informują zwykle o liczbie przeprowadzonych spotkań/warsztatów, liczbie godzin zajęć, liczbie uczestników i biorących w nich udział instytucji.

Dotychczas przeprowadzone badania wykazały także, że forma warsztatów nie jest formą najbardziej preferowaną przez odbiorców. Większość Polaków chciałaby czerpać wiedzę emerytalną i finansową z programów telewizyjnych i/lub Internetu²⁶. Potwierdziły to również cykliczne badania NBP, zgodnie z którymi co trzeci respondent chciałby zgłębiać zagadnienia ekonomii, finansów i gospodarki podczas oglądania audycji, programów i informacji w telewizji²⁷. Na drugim miejscu uplasowały się

²⁵ Szerzej: A. Lusardi, O.S. Mitchell, *Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education Programs*, „Business Economics” 2007, No. 42 (1), s. 35–44; L.E. Willis, *Against Financial Literacy Education*, „Iowa Law Review” 2008, Vol. 94; U of Penn Law School, „Public Law Research Paper No. 08–10”; Loyola-LA Legal Studies Paper No. 2008-2013.

²⁶ CBOS, *Polacy o dodatkowym oszczędzaniu na emeryturę. Komunikat z badań CBOS oraz Izby Zarządzających Funduszami i Aktywami*, BS/77/2010, Warszawa, czerwiec 2010.

²⁷ NBP, *Stan wiedzy i świadomości...*

portale internetowe, a w dalszej kolejności informacje w prasie oraz w ulotkach i reklamach. Nieodpłatne szkolenia, warsztaty i zajęcia praktyczne znalazły się dopiero na 6. miejscu z wynikiem 11%, który był o 5 p.p. niższy od deklaracji respondentów z 2012 roku. Wyniki badania dot. preferowanych kanałów pozyskiwania wiedzy finansowej są zaskakujące, jeśli weźmie się pod uwagę dynamikę zmian w hierarchii ważności poszczególnych form edukacji. Większość medialnych kanałów przekazywania informacji (portale internetowe, prasa, telewizja) straciła punkty w rankingu, natomiast na znaczeniu zyskały ulotki i reklamy przygotowywane przez instytucje finansowe (wzrost o 8 p.p.). Niepokojący może być spadek zainteresowania nieodpłatnymi szkoleniami i warsztatami (o 5 p.p.), a także wzrost odsetka respondentów (do 22 p.p.), którzy nie wskazali żadnych preferowanych kanałów, ponieważ nie interesują się tą tematyką. Bazowanie na informacjach przekazywanych przez instytucje finansowe i brak zainteresowania tematyką finansową stanowią istotne czynniki wzrostu ekspozycji tych osób na ryzyko nadużyć i oszustw na rynku finansowym.

Brak zainteresowania jakąkolwiek formą przekazywania wiedzy finansowej może być konsekwencją jakości przekazywanych informacji. Żaden z kanałów komunikacji z osobami indywidualnymi może nie być skuteczny w podnoszeniu wiedzy i zmianie zachowań finansowych, jeśli sama informacja nie zostanie dostosowana do poziomu wiedzy i kompetencji (również finansowych) jej adresatów. Przede wszystkim komunikaty kierowane do społeczeństwa muszą być dla większości odbiorców zrozumiałe²⁸. Nie rozumiejąc zasad funkcjonowania produktów, konsumenci mogą na przykład decydować o przedwczesnym rozwiązaniu umowy czy wyborze produktu o nieakceptowanym przez nich poziomie ryzyka. W takiej sytuacji trudno myśleć o prawidłowym rozwoju rynku indywidualnych produktów finansowych i kształtowaniu nawyków planowania finansowego i długoterminowego oszczędzania.

Warto także pamiętać, że edukacja finansowa ma swoje ograniczenia. Podstawowym jest kosztowność i pożądana ustawiczność kształcenia. Dyskusyjne są także jej krótko- i średnioterminowe skutki oraz wpływ na zmianę zachowań finansowych. Badania naukowe potwierdzają, że edukacja finansowa ma pozytywny wpływ na zachowania finansowe w długim okresie i mieszany wpływ w krótkim okresie²⁹. Edukacja finansowa podnosi poziom subiektywnej i obiektywnej wiedzy finansowej,

²⁸ Tymczasem większość materiałów na stronach instytucji publicznych skierowanych do osób indywidualnych charakteryzuje się dosyć dużym stopniem skomplikowania i wykorzystuje specjalistyczne słownictwo. Przykładowo: tekst broszury dotyczącej konta w ZUS, której adresatami są przyszli emeryci, jest oceniany jako zrozumiały dla osób mających co najmniej stopień licencjata lub inżyniera, tzn. dla tych, które ukończyły minimum studia wyższe I stopnia (szerzej: J. Rutecka-Góra, *Supplementary pension schemes: needs, possibilities and problems with evaluation from the perspective of an individual saver*, „Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje” 2019, nr 44 (1), s. 101–115.

²⁹ J. Wagner, *An Analysis of The Effects of Financial Education on Literacy and Financial Behaviors*, „Dissertations, Theses, and Student Research from the College of Business”, University of Nebraska-Lincoln, 2015.

lecz niekoniecznie wpływa na faktyczne zachowania na rynku finansowym³⁰. Osoby lepiej wyedukowane w zakresie finansów podejmują lepsze decyzje na rynku finansowym³¹. Program podnoszenia kompetencji ogólnych (w tym zdolność analizy dokumentów, efektywnej komunikacji, umiejętność liczenia itp.) może mieć jednak negatywny wpływ na zdolność zarządzania finansami osobistymi³². Inne analizy wykazały, że edukacja finansowa podnosi poziom wiedzy finansowej, ale nie jakość podejmowanych decyzji finansowych (kompetencje finansowe)³³. Wzrost poziomu wiedzy nie powoduje podejmowania lepszych decyzji finansowych, gdyż zachowania finansowe kształtowane są przez indywidualne skłonności i motywacje. Wskazuje to na konieczność czerpania z ustaleń ekonomii behawioralnej³⁴. Część autorów badań wskazuje także, że programy edukacji finansowej powinny być dopasowane do potrzeb poszczególnych grup odbiorców, a jeden program dla wszystkich może wręcz przynieść efekt negatywny³⁵. Edukacja finansowa jest ponadto bardzo kosztowna i może być nieefektywna, gdyż często nie jest w stanie zmienić zachowań konsumentów oraz nadażyć za zmianami na rynku produktów finansowych³⁶.

6. Wnioski

Świadomość finansowa, będąca konsekwencją edukacji finansowej, jest warunkiem bezpieczeństwa finansowego osób indywidualnych, które dzięki niej mogą podejmować najlepsze decyzje dotyczące pożądanej efektywności i poziomu ryzyka nabywanych produktów finansowych. Wiedza w obszarze regulacji funkcjonowania rynku finansowego i zasad ochrony praw konsumentów na tym rynku jest przy tym niezbędna

³⁰ J. Choi, D. Laibson, B. Madrian, A. Metrick, *Saving for Retirement on the Path of Least Resistance*, w: *Behavioral Public Finance: Toward a New Agenda*, red. E. McCaffrey, J. Slemrod, Russell Sage Foundation, New York 2006, s. 304–351; D.B. Bernheim, D.M. Garrett, *The Effects of Financial Education in the Workplace: Evidence From a Survey of Households*, „Journal of Public Economics” 2003, Vol. 87, s. 1487–1519.

³¹ M. Hilgert, J. Hogarth, S. Beverly, *Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior*, „Federal Reserve Bulletin” 2003, s. 309–322; L. Calvert, J. Campbell, P. Sodini, *Down or Out: Assessing the Welfare Costs of Household Investment Mistakes*, Working Paper, Harvard University, Cambridge 2005.

³² S. Hébert, D. Gyarmati, *Financial capability and Essential Skills: An exploratory analysis*, The Social Research and Demonstration Corporation, Ottawa 2014.

³³ S. Ambuehl, B.D. Bernheim, A. Lusardi, *The Effect of Financial Education on the Quality of Decision Making*, GFLEC, WP 2015–4.

³⁴ *Improving Financial Education Effectiveness Through Behavioural Economics: OECD Key Findings and Way Forward*, Financial Literacy and Education. Russia Trust Fund, 2013.

³⁵ A. Lusardi, O.S Mitchell, *Financial Literacy...*; I. Hathaway, S. Khatiwada, *Do Financial Education Programs Work?*, „FRB of Cleveland Working Paper” 2008, No. 08–03.

³⁶ L.E. Willis, *Against Financial Literacy Education...*; L.E. Willis, *The Financial Education Fallacy*, „American Economic Review” 2011, Vol. 101, No. 3, p. 429–434; Loyola-LA Legal Studies Paper No. 2011–21.

dla skutecznego korzystania z tych praw i dochodzenia roszczeń w sytuacji, gdy instytucja finansowa nie wykona umowy lub wykona ją niewłaściwie bądź w razie naruszenia przepisów ogólnie obowiązującego prawa.

Niska świadomość finansowa Polaków i brak wiedzy na temat funkcjonowania instrumentów finansowych oznaczają występowanie znacznej asymetrii informacyjnej na rynku finansowym. Braki w wiedzy finansowej mogą skutkować albo niepodejmowaniem jakichkolwiek działań na rynku finansowym, albo nabywaniem produktów niedostosowanych do indywidualnych możliwości i potrzeb odbiorców (misselling) lub staniem się ofiarą nadużycia bądź oszustwa na rynku finansowym. Pierwszy z wymienionych efektów może być dodatkowo wzmocniony (i uzasadniony) w sytuacji nadmiernego skomplikowania produktów finansowych oraz używania w umowach wysoce specjalistycznego słownictwa, niezrozumiałego dla przeciętnego obywatela. Jeśli jednak niewiedza i skomplikowanie nie powstrzymają konsumenta przed zakupem produktu, którego nie rozumie i nie potrafi ocenić, konsekwencją może być utrata znacznej części środków powierzonych instytucji finansowej czy nadmierne i bardzo kosztowne zadłużenie.

Asymetria informacyjna i związane z nią zjawisko nadużyć na rynku finansowym mogą być ograniczane przez działania wpływające na wzrost zrozumiałości (przejrzystości) produktów finansowych oferowanych indywidualnym odbiorcom, skuteczną politykę informacyjną lub przez zwiększanie świadomości finansowej. Ta ostatnia może być budowana przez skuteczną edukację finansową, która nie jest jednak zadaniem prostym i wymaga dobrze zaprojektowanego podejścia długoterminowego. Tymczasem działania edukacyjne prowadzone w Polsce są oddolne i mocno rozproszone. Brakuje narodowej strategii edukacji finansowej, która określiłaby ogólne kierunki i harmonogram podejmowanych aktywności. Niezbędne są przy tym działania wielokierunkowe oraz angażujące zarówno instytucje publiczne i organizacje konsumenckie, jak również teoretyków i praktyków rynku finansowego.

The role of financial education in protecting against abuses and frauds in financial markets

Summary

Financial education is a prerequisite for right operation of financial markets. In Poland, however, the level of financial education, financial literacy and competences of consumers is low and the market suffers from significant information asymmetry. Deficits in financial knowledge may result in either giving up any activities on financial markets by a consumer or misselling. In the worst scenario the financial abuses and frauds may appear. These negative tendencies could be reduced by regulations enforcing higher clarity of individual financial products, effective law on consumer protection, proper information policy and developing financial literacy of individuals.

The latter could only result from effective financial education that is a real challenge and should be planned in a long-term horizon.

Keywords: financial education, financial literacy, financial competencies, misconduct in financial markets, misselling

Bibliografia

- Akerlof G.A., Shiller R.J., *Złowić frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*, PTE, Warszawa 2017.
- Ambuehl S., Bernheim B.D., Lusardi A., *The Effect of Financial Education on the Quality of Decision Making*, GFLEC, WP 2015–4.
- Bernheim D.B., Garrett D.M., *The Effects of Financial Education in the Workplace: Evidence From a Survey of Households*, „Journal of Public Economics” 2003, Vol. 87, s. 1487–1519.
- Calvert L., Campbell J. Sodini P., *Down or Out: Assessing the Welfare Costs of Household Investment Mistakes*, Working Paper, Harvard University, Cambridge 2005.
- CBOS, *Polacy o dodatkowym oszczędzaniu na emeryturę. Komunikat z badań CBOS oraz Izby Zarządzających Funduszami i Aktywami*, BS/77/2010, Warszawa, czerwiec 2010.
- Choi J., Laibson D., Madrian B., Metrick A., *Saving for Retirement on the Path of Least Resistance*, w: *Behavioral Public Finance: Toward a New Agenda*, red. E. McCaffrey, J. Slemrod, Russell Sage Foundation, New York 2006, s. 304–351
- Cohen M., Lee J., *No customer left behind: financial education for long-term adoption of branchless banking*, „Microfinance Insights” 2008, Vol. 8.
- Czernek K., Jurek M., Marszałek P., *Mapa edukacji finansowej*, VI edycja, cz. 1, Związek Banków Polskich, Poznań 2017.
- Ćwieliąg K., *Świadomość ekonomiczna i dostępność usług finansowych jako warunek skutecznej ochrony klienta usług finansowych*, w: *Usługi finansowe w zarządzaniu finansami gospodarstw domowych*, red. E. Bogacka-Kisiel, Uniwersytet Opolski, Opole 2011.
- Doradczy Komitet Naukowy przy Rzeczniku Finansowym, *Nieprawidłowości na rynku finansowym a ochrona konsumenta*, Raport dla Rzecznika Finansowego, Warszawa 2019.
- Franke G., Mosk T., Schnebel E., *Fair Retail Banking: How to Prevent Mis-selling by Banks*, SAFE Sustainable Architecture for Finance in Europe, White Paper No. 39, Frankfurt 2016, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-0-424172> (dostęp: 20 stycznia 2020 r.)
- Hathaway I., Khatiwada S., *Do Financial Education Programs Work?*, „FRB of Cleveland Working Paper” 2008, No. 08–03, April 1.
- Hébert S., Gyarmati D., *Financial capability and Essential Skills: An exploratory analysis*, The Social Research and Demonstration Corporation, Ottawa 2014.
- Hilgert M., Hogarth J., Beverly S., *Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior*, „Federal Reserve Bulletin” 2003, s. 309–322.
- Improving Financial Education Effectiveness Through Behavioural Economics: OECD Key Findings and Way Forward*, Financial Literacy and Education. Russia Trust Fund, 2013.
- InfoDług, *Rejestr Dłużników BIG InfoMonitor i baza Biura Informacji Kredytowej*, raport, Warszawa 2018.
- ING, *Finansowy barometr ING*, Warszawa 2018, https://www.ing.pl/_files/manager/item/1124121 (dostęp: 15 stycznia 2020 r.).
-

- ING, *Finansowy barometr ING*, Warszawa 2019, https://www.ing.pl/_fileserver/item/1126898 (dostęp: 15 stycznia 2020 r.).
- Iwanicz-Drozdowska M., Nowak A.K., *Rola i znaczenie edukacji finansowej*, w: *Edukacja i świadomość finansowa. Doświadczenia i perspektywy*, red. M. Iwanicz-Drozdowska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011.
- Jurek M., Marszałek P., Warchlewska A., *Mapa edukacji finansowej*, VI edycja, cz. 2, Związek Banków Polskich, Poznań 2019.
- Lusardi A., Mitchell O.S., *Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education Programs*, „Business Economics” 2007, No. 42 (1), s. 35–44.
- Maciejasz-Świątkiewicz M., *Usługi finansowe dla gospodarstw niezamożnych*, w: *Usługi finansowe w zarządzaniu finansami gospodarstw domowych*, red. E. Bogacka-Kisiel, Uniwersytet Opolski, Opole 2011.
- NBP, *Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków*, Warszawa 2015.
- OECD, *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*, Paris 2016, www.oecd.org/finance/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf (dostęp: 15 stycznia 2020 r.).
- OECD, *PISA 2015 Results. Students' financial literacy (Volume IV)*, OECD Publishing, Paris 2017.
- Pieńkowska-Kamieniecka S., Rutecka J., *Problematyka decyzji i kompetencji finansowych osób starszych w ujęciu ekonomicznym*, w: *Systemy zabezpieczenia społecznego wobec wyzwań demograficznych i rynkowych*, red. M. Szczepański, T. Brzęczek, M. Gajowiak, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2014.
- Rutecka-Góra J., *Supplementary pension schemes: needs, possibilities and problems with evaluation from the perspective of an individual saver*, „Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje” 2019, nr 44 (1), s. 101–115.
- Rutecka-Góra J., Bielawska K., Hadryan M., Kowalczyk-Rólczyńska P., Pieńkowska-Kamieniecka S., *Zrozumiałość, przejrzystość i efektywność indywidualnych produktów emerytalnych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2020.
- Słownik języka polskiego*, PWN, www.sjp.pwn.pl
- Solarz M., *Wiktymizacja klientów bankowych w Polsce – przyczyny i wybrane sposoby ograniczania*, „Rozprawy ubezpieczeniowe. Konsument na rynku usług finansowych” 2018, nr 27 (1).
- Świecka B., Grzesiuk A., Korczak D., Wyszowska-Kaniewska O., *Financial literacy and financial education. Theory and Survey*, De Guyter Oldenbourg, Berlin 2019.
- TNS Polska, *Międzypokoleniowe rozmowy o długach*, raport dla Grupy KRUK, Warszawa 2016.
- Wagner J., *An Analysis of The Effects of Financial Education on Literacy and Financial Behaviors*, University of Nebraska-Lincoln, „Dissertations, Theses, and Student Research from the College of Business”, 5–2015.
- Wierzbicka E., *Znaczenie edukacji ekonomicznej dla bezpieczeństwa finansowego seniorów*, „Rozprawy Ubezpieczeniowe. Konsument na rynku usług finansowych” 2019, nr 33 (3), s. 33–52.
- Willis L.E., *Against Financial Literacy Education*, „Iowa Law Review” 2008, Vol. 94, s. 197–285.
- Willis L.E., *The Financial Education Fallacy* (2011). American Economic Review, Vol. 101, No. 3, s. 429–434, 2011; Loyola-LA Legal Studies Paper No. 2011–2021.
- Xu L., Zia B., *Financial Literacy Around the World. An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward*, „Policy Research Working Paper” 2012, No. 6107, The World Bank.
- ZUS, *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych*, Warszawa 2016.