

Nazwa/tytuł	Edukacja finansowa – perspektywa rynku i konsumenta	
Typ zasobu	artykuł	
Autor(zy), redaktor(zy)* lub instytucja	Sławomir Smyczek	
Nazwa czasopisma lub wydawca lub instytucja badawcza/sprawcza	Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu	
Rok wydania (publikacji)	2023	
Rodzaj dostępu	otwarty (Open Access)	
Link do zasobu w wersji elektronicznej	https://doi.org/10.15611/2023.65.7.10	
Notka bibliograficzna do cytowania	Smyczek, S. (2023). <i>Edukacja finansowa – perspektywa rynku i konsumenta</i> . W: M. Sobocińska (red.), <i>Konsument i rynek – Badania marketingowe – Strategie i działania marketingowe. Księga jubileuszowa z okazji 50-lecia pracy twórczej prof. zw. dr hab. Krystyny Mazurek-Lopacińskiej</i> . Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.	
Słowa kluczowe	konsument, wiedza finansowa, umiejętności finansowe, metody edukacji finansowej, poziom wiedzy finansowej	
Język publikacji	polski	
Zasięg przestrzenny badań	Polska	
Podstawowy rodzaj i poziom edukacji, do jakiej odnoszą się badania	→ edukacja formalna – szkoły średnie (kształcenie ogólne) → edukacja formalna – szkoły średnie (kształcenie zawodowe) → edukacja formalna – szkoły wyższe → edukacja pozaformalna – dorośli → edukacja nieformalna – dorośli	
Streszczenie (opis wyników badań)	Niezwykłe dynamiczne zmiany zachodzące w otoczeniu rynkowym konsumentów wymuszają od nich systematycznego uzupełniania i aktualizacji wiedzy poprzez edukację finansową. Edukacja ta to działanie, które umożliwia konsumentom podejmowanie świadomych decyzji i wykształcenie wśród nich świadomości finansowej. Celem opracowania była identyfikacja postaw konsumentów wobec edukacji finansowej, a także określenie związanego z nią poziomu wiedzy finansowej konsumentów oraz skłonności do podnoszenia tej wiedzy. Przeprowadzone wśród konsumentów metodą ankietową badania wykazały, że w ujęciu zarówno bezwzględnym, jak i względnym stan wiedzy konsumentów na temat finansów jest niski. Pozytywnym aspektem jest to, że konsumenci są raczej skłonni pogłębiać swoją wiedzę finansową, ale niestety nie systematycznie i zazwyczaj preferują edukację poprzez indywidualne poszukiwanie informacji niż w sposób profesjonalny. Konieczne zatem staje się wsparcie konsumentów w procesach szeroko pojętej edukacji finansowej. [streszczenie oryginalne]	
Dodatkowa materiały, informacje i uwagi		

* zgodnie z przyjętymi założeniami nie podaje się stopni i tytułów naukowych autorów

