

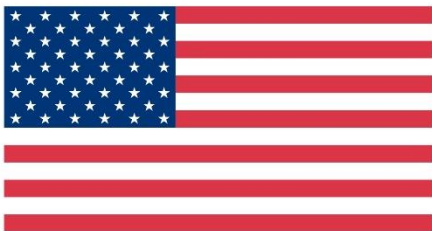
VODIČ ZA IZRADU VIDEA O FINANSIJSKOJ PISMENOSTI

Vodič izrađen u okviru projekta “ EmpowerHer: Female Leadership for Financial Literacy“, a za potrebe učesnica kao priprema za izradu sopstvenih video materijala o finansijskoj pismenosti.

Implementator projekta: CENTAR ZA ODRŽIVI RAZVOJ, Brčko

www.cor.ba

www.stem.ba



Objavljivanje ovog vodiča je finansirano grantom Ministarstva vanjskih poslova Sjedinjenih Američkih Država (Department of State). Mišljenja, nalazi i zaključci koji su ovdje navedeni pripadaju autorima i ne odražavaju nužno mišljenja, nalaze i zaključke Ministarstva vanjskih poslova Sjedinjenih Američkih Država.

SADRŽAJ

UVOD	4
OSNOVE PROIZVODNJE VIDEO MATERIJALA	5
PLANIRANJE VIDEOA	7
TEHNIČKI ASPEKTI SNIMANJA	9
UREĐIVANJE VIDEO MATERIJALA	11
PRAKTIČNI SAVJETI ZA KOMUNIKACIJU	13
DISTRIBUCIJA I PROMOCIJA VIDEO MATERIJALA	15
ZAKLJUČAK	17

UVOD

Značaj finansijske pismenosti za mlade, posebno za žene

Finansijska pismenost daje mladima alate za donošenje informisanih i odgovornih finansijskih odluka, što im omogućava da izgrade stabilnu finansijsku budućnost. Kod žena, važnost finansijske pismenosti dodatno se ističe jer:

- **Unapređuje ekonomsku samostalnost:** Razumijevanje osnovnih finansijskih koncepata pomaže mladim ženama da razviju osjećaj sigurnosti i neovisnosti u upravljanju svojim novcem, što je ključno za njihovu ekonomsku samostalnost.
- **Smanjuje finansijske razlike:** Mlade žene koje su finansijski pismene lakše prevazilaze barijere koje često dovode do ekonomskih razlika između muškaraca i žena. Ovladavanje znanjem o štednji, ulaganjima i dugovima doprinosi smanjenju tih razlika.
- **Povećava mogućnost zapošljavanja i karijernih izbora:** Posjedovanje finansijskih vještina otvara vrata ka širim mogućnostima na tržištu rada, naročito u sektoru finansija, ali i pomaže mladim ženama da prepoznaju bolje načine za razvoj svojih karijera i uštede.
- **Omogućava odgovorno planiranje budućnosti:** Finansijski pismene mlade žene bolje su pripremljene za donošenje dugoročnih odluka, bilo da se radi o obrazovanju, ulaganjima ili životnim izborima, što doprinosi njihovoj ukupnoj stabilnosti i sigurnosti.
- **Smanjuje rizik od zaduživanja i finansijskih problema:** Kada žene poznaju osnovne finansijske koncepte i znaju kako pravilno upravljati novcem, manje su podložne zaduživanju, impulsivnom trošenju i drugim rizicima koji vode u finansijske poteškoće.

U konačnici, finansijska pismenost omogućava ženama da preuzmu kontrolu nad svojim životnim i finansijskim ciljevima, doprinosi ravnopravnosti i jača zajednicu kroz ekonomski samostalne i osnažene mlade žene.

OSNOVE PROIZVODNJE VIDEO MATERIJALA

Ključni elementi uspješnog video materijala

Uspješan video materijal oslanja se na nekoliko ključnih elemenata koji pomažu u prenošenju jasne i uvjerljive poruke. Fokus na ovim aspektima pomaže da video bude privlačan, jasan i edukativan za publiku. Evo glavnih elemenata koje treba uzeti u obzir:

- **Sadržaj:** Sadržaj je osnova svakog kvalitetnog videa. Važno je jasno definirati glavnu poruku i ključne informacije koje želite prenijeti. Sadržaj treba biti precizan, relevantan i prilagođen publici. Korištenje praktičnih primjera i stvarnih situacija pomaže u boljem razumijevanju tema, posebno kada je riječ o finansijskoj pismenosti.
- **Vizualni stil:** Stil videa treba biti privlačan i dosljedan, što uključuje izbor boja, fontova, grafike i drugih vizualnih elemenata. Preporučuje se da stil bude jednostavan i pregledan, s jasnim vizuelnim signalima koji pomažu publici da prati sadržaj. Za video materijale usmjerene mladima, živopisni, moderni i lako razumljivi vizuali čine sadržaj zanimljivijim i privlačnijim.
- **Ton:** Ton komunikacije u videu treba biti profesionalan, ali i prijateljski, kako bi se publici obratili na način koji je razumljiv i prijemčiv. Ton može biti ozbiljan kada se objašnjavaju kompleksni koncepti, ali i opušteniji prilikom davanja primjera iz svakodnevnog života. Za ovakve projekte, balans između edukativnog i motivacijskog tona može pomoći mladima da se osjećaju inspirirano i angažirano.

Kombinacija ovih elemenata omogućava da video materijal bude informativan, ali i prijemčiv, pružajući gledateljima osjećaj uključenosti i razumijevanja.

Korištenje pristupačnog jezika i jednostavnih objašnjenja

Za mlade gledatelje, posebno one koji možda nemaju iskustva s finansijskim terminima, važno je koristiti jezik koji je lako razumljiv. To znači izbjegavanje složenih tehničkih pojmova, te objašnjavanje svakog pojma koji bi mogao biti nepoznat.

- **Jasnoća u izražavanju:** Umjesto stručnog jezika, koristite svakodnevne riječi i fraze koje svi razumiju. Na primjer, umjesto da kažete “investiranje u diversificirane portfelje,” možete reći “ulaganje novca na različite načine kako bi se smanjio rizik gubitka.”

- **Kratke rečenice i pojednostavnjena objašnjenja:** Složene ideje razložite na kratke rečenice i koristite poređenja koja će biti jasna. Primjerice, kada objašnjavate kamatu, možete reći: "Kada posudite novac od banke, kamata je kao mala naknada koju plaćate banci za tu uslugu."
- **Pitanja za interakciju:** Postavljajte pitanja publici u videu kako biste ih potaknuli na razmišljanje i učinili video interaktivnim. Na primjer: "Jeste li ikada razmišljali o tome kako uštedjeti dio džeparca?"

Pristupačan jezik omogućava publici da se poveže s temom i razumije ključne koncepte bez osjećaja preplavljenosti složenim informacijama.

Kako uključiti primjere iz stvarnog života

Primjeri iz stvarnog života pomažu da apstraktni finansijski koncepti postanu konkretni i relevantni za publiku. Evo kako ih uključiti:

- **Dnevne situacije koje svi poznaju:** Korištenje situacija iz svakodnevnog života olakšava razumijevanje finansijskih pojmova. Na primjer, umjesto samo teoretskog objašnjenja budžetiranja, možete dati primjer budžeta za odlazak na izlet ili kupovinu poklona, što je situacija koju će mladi lako prepoznati.
- **Priče i iskustva vršnjaka:** Primjeri drugih mladih koji su već naučili upravljati novcem ili su postigli određeni cilj kroz štednju mogu biti vrlo motivirajući. To može biti priča o mladoj osobi koja je uštedjela za telefon ili neki kurs, čime se naglašava važnost finansijskog planiranja.
- **Aktuelni događaji ili popularne teme:** Koristite primjere iz medija ili pop kulture. Ako je poznata ličnost investirala ili pokrenula svoj biznis, to može biti dobar način da se objasni koncept ulaganja ili poduzetništva.

Uključivanje ovakvih primjera pomaže mladima da shvate kako finansijski koncepti funkcionišu u stvarnom svijetu, što im daje inspiraciju da primijene naučeno u svom životu.

PLANIRANJE VIDEA

Definisanje ciljne publike

Da bi video materijal bio učinkovit, važno je jasno definirati ciljnu publiku. U ovom projektu, ciljna publika su mlade žene koje tek ulaze u svijet finansija, studenti i mlađe generacije koje nemaju puno iskustva s upravljanjem novcem. Definisanje publike omogućava da se sadržaj, ton i pristup prilagode njihovim interesima, potrebama i razini razumijevanja. Cilj je približiti temu finansijske pismenosti i učiniti je relevantnom i pristupačnom za njih.

Pisanje scenarija: Struktura i ključne tačke

Kvalitetan scenario je osnova za efektivan video, a uključuje jasan početak, sredinu i zaključak.

- **Početak:** Uvodite temu videa i zašto je ona važna. Na primjer, možete početi pitanjem: "Jeste li ikada razmišljali o tome kako upravljati svojim novcem da biste ostvarili svoje ciljeve?" Ovim uvodom privlačite pažnju gledalaca.
- **Sredina:** Objasnite ključne pojmove i koncepte, podijelite praktične savjete i pružite primjere iz stvarnog života. Fokusirajte se na razumljive segmente, poput osnovnih savjeta o štednji, budžetiranju ili korištenju bankovnih usluga, prilagođenih potrebama mladih žena.
- **Zaključak:** Završite motivacijskom porukom ili savjetom koji će ih potaknuti na akciju, poput: "Sada imate prve korake koje možete preduzeti da ostvarite finansijsku stabilnost. Da li ste spremni početi štedjeti već danas?"

Scenarij treba da bude organizovan tako da se kroz video prirodno prelazi iz jedne tačke u drugu, s naglaskom na jasnoću i konciznost.

Prilagodba sadržaja potrebama publike (mlađe generacije, studenti, žene)

S obzirom na to da se obraćate mlađoj publici, posebno studenticama, prilagodba sadržaja njihovim interesima i potrebama je ključna.

- **Interesi i relevantne teme:** Sadržaj treba odražavati teme koje su važnima mlađoj publici, kao što su štednja za obrazovanje, upravljanje malim budžetom ili razumijevanje osnovnih bankovnih usluga.
- **Vizualni i jezički stil:** Koristite jednostavan jezik, grafičke elemente i vizuale koji su moderni i privlačni mladima. Infografike, ilustracije i kratki sažeci pomažu u lakšem praćenju sadržaja.
- **Uvažavanje specifičnih izazova s kojima se suočavaju mlade žene:** Fokusirajte se na specifične prepreke i prilike koje se odnose na žene, poput jednakosti u platama, poduzetničkih mogućnosti ili važnosti finansijske neovisnosti. Pružanje informacija koje će ih osnažiti i inspirisati omogućava im da uče o finansijama kroz prizmu svojih potreba.

Prilagodba sadržaja osigurava da publika ne samo razumije, već i osjeti da je video relevantan za njihove životne okolnosti i ciljeve.

TEHNIČKI ASPEKTI SNIMANJA

Osnovna oprema: Kamera (telefon), mikrofoni, osvjetljenje

Za kvalitetan video nije uvijek potrebna skupa oprema; mnogi uređaji koje već posjedujete mogu poslužiti svrsi:

- **Kamera (telefon):** Moderni pametni telefoni često imaju visoku rezoluciju koja omogućava snimanje jasnih i kvalitetnih videa. Ključno je da kamera bude stabilna – možete koristiti stalak za telefon, improviziranu podlogu ili čak knjige kako biste osigurali čvrst položaj.
- **Mikrofon:** Dobar zvuk je važan za profesionalan dojam. Ukoliko nemate vanjski mikrofon, pokušajte koristiti slušalice s mikrofonom koje su obično kvalitetnije od mikrofona telefona. Pokušajte snimati u tihom prostoru kako biste izbjegli šumove iz okoline.
- **Osvjetljenje:** Dobro osvjetljenje može značajno poboljšati kvalitet videa. Prirodno svjetlo je često najbolje, zato se snimajte u blizini prozora. Alternativno, možete koristiti stolnu lampu usmjerenu prema licu kako biste osigurali ravnomjerno osvjetljenje.

Savjeti za snimanje visokokvalitetnih video materijala bez profesionalne opreme

Uz osnovnu opremu i nekoliko jednostavnih trikova, možete dobiti vrlo kvalitetan video:

- **Stabilnost kamere:** Osigurajte da je kamera mirna. Drhtava slika može odvrćati pažnju publike, pa svakako koristite stalak ili stabilnu površinu.
- **Kvalitet zvuka:** Pokušajte biti što bliže mikrofonom kako bi se glas jasno čuo, ali vodite računa o tome da ne prelazite nivo glasnoće koji može izazvati distorziju.
- **Provjera osvjetljenja:** Prije snimanja, napravite probni snimak da provjerite kako svjetlost pada na lice i koliko je pozadina osvijetljena. Blago difuzno svjetlo (bez oštrih sjena) daje najbolji efekat.

Praktični savjeti za snimanje (ugao kamere, zvuk, osvjetljenje, pozadina)

Nekoliko detalja može napraviti veliku razliku u ukupnom dojmu videa:

- **Ugao kamere:** Podesite kameru u nivou očiju kako biste postigli prirodan i prijatan kontakt s publikom. Izbjegavajte snimanje s previsokog ili preniskog ugla, jer to može izgledati neprirodno.
- **Zvuk:** Snimajte u tihom okruženju kako biste smanjili pozadinski šum. Ako je moguće, isključite sve nepotrebne izvore zvuka, poput ventilatora ili uređaja u pozadini, i pokušajte zatvoriti prozore da biste smanjili vanjsku buku.
- **Osvjetljenje:** Pronađite izvor svjetlosti koji će vam osvijetliti lice s prednje strane. Najbolje je koristiti dnevno svjetlo ili dodatno svjetlo iz lampe koje možete postaviti ispred sebe.
- **Pozadina:** Obratite pažnju na pozadinu snimka – ona treba biti uredna i neutralna, bez elemenata koji odvlače pažnju. Idealno bi bilo da pozadina podržava temu videa; na primjer, postavljanje jednostavne police ili radnog prostora iza vas može stvoriti profesionalan dojam.

Prateći ove savjete, možete postići visok nivo kvaliteta video materijala čak i bez profesionalne opreme, čime vaša poruka dolazi do izražaja.

UREĐIVANJE VIDEO MATERIJALA

Besplatni alati za uređivanje (npr. CapCut, DaVinci Resolve)

Postoji niz besplatnih alata za uređivanje video materijala koji su jednostavni za korištenje i nude sve potrebne funkcije za osnovnu obradu:

- **CapCut:** Jednostavan za upotrebu i idealan za brzu obradu videa. CapCut omogućava rezanje, dodavanje efekata, titlova i jednostavnu primjenu vizuelnih filtera, što je korisno za video materijale namijenjene mlađoj publici.
- **DaVinci Resolve:** Iako zahtijeva malo više učenja, DaVinci Resolve je moćan alat za uređivanje koji nudi profesionalne mogućnosti poput napredne korekcije boje, dodavanja grafike i detaljnije obrade zvuka. Idealan je za one koji žele više kreativne kontrole nad svojim materijalom.

Koristeći ove alate, možete urediti video s relativno malo resursa, ali uz profesionalan rezultat.

Kako isjeći i organizirati scene

Organizacija scena važna je za jasnoću i kvalitetu videa. Prilikom uređivanja, obratite pažnju na sljedeće:

- **Isjecanje nepotrebnih dijelova:** Odsijecite pauze, greške ili dijelove koji odvlače pažnju od glavne poruke. Kraći video s preciznim informacijama bit će angažovaniji za gledatelje.
- **Organizacija redoslijeda:** Postavite scene tako da prate logičan tok – uvod, središnji dio i zaključak. Na primjer, uvodni dio može odmah privući pažnju pitanjem ili zanimljivom tvrdnjom, dok sredina pruža detalje, a kraj zaključuje s inspirativnom porukom.
- **Prijelazi između scena:** Koristite jednostavne prijelaze između scena, poput prelaza u crno (fade-out) ili prijelaza u bijelo (fade-in), kako bi video bio fluidniji i profesionalniji.

Dodavanje titlova, muzike i grafike

Ovi elementi dodatno poboljšavaju video, čineći ga privlačnijim i pristupačnijim široj publici:

- **Titlovi:** Dodavanje titlova pomaže gledateljima koji preferiraju čitanje, imaju poteškoće sa sluhom ili gledaju video bez zvuka. CapCut i DaVinci Resolve omogućavaju automatsko generisanje titlova koje možete prilagoditi stilu i boji.
- **Muzika:** Muzika u pozadini daje videu energiju i pomaže u stvaranju pravog raspoloženja. Koristite muziku s licencom ili besplatne melodije koje ne narušavaju glavnu poruku. Važno je da muzika bude tiha i nenametljiva, kako bi se glas jasno čuo.
- **Grafika i vizuelni efekti:** Grafike kao što su ikone, ilustracije ili kratki opisi mogu dodatno pojasniti pojmove i zadržati pažnju gledalaca. Vizuelni elementi prilagođeni mladoj publici mogu biti razigrani, ali moraju biti i funkcionalni – svaka grafika treba imati svrhu u objašnjavanju ili naglašavanju važnih informacija.

Pravilno uređivanje daje vašem videu poliran i profesionalan izgled, što povećava angažman gledalaca i jasnoću poruke.

PRAKTIČNI SAVJETI ZA KOMUNIKACIJU

Kako prenijeti poruku samopouzđano i jasno

Samopouzđano i jasno prenošenje poruke ključno je za efektivan video. Evo nekoliko praktičnih savjeta:

- **Priprema i razumijevanje teme:** Dobra priprema vam daje sigurnost i omogućava da jasnije prenosite informacije. Prije snimanja, pregledajte ključne tačke koje želite obraditi i uvježbajte objašnjavanje tih pojmova na jednostavan način.
- **Kratke i jasne rečenice:** Govorite u kratkim, sažetim rečenicama, i izbjegavajte korištenje previše složenih izraza. Ovaj pristup olakšava gledateljima praćenje vaše poruke i čini je pristupačnijom.
- **Pauze i tempo:** Koristite prirodne pauze kako biste naglasili ključne tačke. Nemojte žuriti – govorni tempo koji je umjeren i kontroliran doprinosi jasnoći i samopouzđanju.

Vještine javnog nastupa ispred kamere

Javni nastup pred kamerom može biti izazovan, ali ovih nekoliko tehnika može pomoći u savladavanju tog osjećaja:

- **Kontakt s kamerom:** Gledajte direktno u kameru, jer to gledateljima daje osjećaj da razgovarate s njima lično. Na taj način stvarate bliskost i povjerenje.
- **Govor tijela:** Držite tijelo uspravno, ali opušteno. Povremeno koristite ruke za gestikulaciju kako biste naglasili važne informacije. Međutim, izbjegavajte previše pokreta koji mogu odvući pažnju.
- **Izražajnost:** Pokažite entuzijazam i zainteresovanost za temu kroz ton glasa i izraze lica. Blaga promjena intonacije i osmijeh čine vašu komunikaciju toplijom i prijemčivijom.

Rješavanje nelagode prilikom snimanja i komunikacije s publikom

Nelagoda pred kamerom je normalna, ali postoje načini da se ona smanji:

- **Praksa:** Prije snimanja, nekoliko puta vježbajte pred kamerom ili u ogledalu. Ponovljena praksa smanjuje stres i pomaže da se osjećate prirodnije.
- **Vizualizacija publike:** Zamislite da razgovarate s prijateljem ili nekim kome želite pomoći da bolje razumije temu. Ovaj mentalni trik može olakšati komunikaciju i umanjiti osjećaj nelagode.
- **Fokus na poruku, ne na performans:** Umjesto da razmišljate o tome kako izgledate ili zvučite, fokusirajte se na to kako će vaša poruka koristiti publici. Usmjerenje pažnje na cilj i vrijednost vašeg rada može smanjiti anksioznost.
- **Vježbe disanja i opuštanja:** Prije snimanja, duboko udahnite i izdišite nekoliko puta kako biste smirili živce. Tehnike opuštanja mogu vam pomoći da se fokusirate i nastupate samopouzdanije.

Ovi savjeti olakšavaju prenošenje poruke s jasnim tonom i samopouzdanjem, što gradi bolji kontakt s publikom i jača efektivnost komunikacije.

DISTRIBUCIJA I PROMOCIJA VIDEO MATERIJALA

Gdje i kako objaviti video materijale (YouTube, društvene mreže)

Izbor platforme za objavu ovisi o ciljnoj publici i ciljevima koje želite postići:

- **YouTube:** Kao najveća platforma za video sadržaj, YouTube omogućava doseg širokoj publici. Idealna je za duže i edukativne video materijale koji su trajno dostupni. Optimizirajte naslove, opise i tagove s ključnim riječima koje publika najčešće pretražuje.
- **Društvene mreže (Facebook, Instagram, TikTok):** Za mlađu publiku, kraće verzije videa na Instagramu ili TikToku mogu biti izuzetno efektivne. Ove platforme omogućavaju brzo i lako dijeljenje, a ujedno pružaju mogućnost angažmana kroz komentare, lajkove i dijeljenja. Facebook može biti pogodan za postizanje interakcije s publikom u lokalnim zajednicama ili za specifične interesne grupe.
- **LinkedIn:** Za profesionalnije video materijale, LinkedIn je odlična platforma jer okuplja profesionalnu zajednicu. Ovdje možete doći do mladih profesionalaca, mentora i drugih relevantnih aktera u oblasti finansija.

Angažman i promocija kroz digitalne platforme

Angažman publike ključan je za vidljivost i uspjeh video materijala:

- **Interakcija s publikom:** Odgovarajte na komentare i pitanja, zahvalite se na podršci i aktivno uključite publiku u diskusiju. Interakcija s gledaocima stvara osjećaj zajedništva i podstiče ih da se više angažuju.
- **Korištenje hashtagova i ključnih riječi:** Prilikom objave, koristite relevantne hashtagove i ključne riječi kako biste povećali vidljivost videa i lakše dosegli ciljnu grupu.
- **Kampanje i promocije:** Razmotrite mogućnost vođenja kratkih promotivnih kampanja, poput plaćenih oglasa na društvenim mrežama, kako biste povećali doseg. Kratki promotivni klipovi ili najave mogu privući publiku i potaknuti ih na gledanje cijelog videa.

Kako koristiti povratne informacije publike za poboljšanje

Povratne informacije publike pružaju korisne uvide za buduće video materijale:

- **Praćenje komentara i poruka:** Obratite pažnju na komentare ispod videa i na privatne poruke. Često će gledaoci dijeliti konkretne sugestije ili postavljati pitanja koja vam mogu pokazati šta treba dodatno pojasniti ili obraditi u budućim videima.
- **Analitika gledanja:** Koristite analitiku platformi (npr. YouTube Analytics) da vidite koliko dugo ljudi gledaju video i gdje najčešće prekidaju gledanje. To vam pomaže da prilagodite dužinu i strukturu videa za bolje zadržavanje publike.
- **Ankete i upitnici:** Povremeno organizujte ankete ili kratke upitnike na društvenim mrežama kako biste direktno dobili povratne informacije o tome šta se publici najviše dopalo ili šta smatraju korisnim.

Ovim pristupom osiguravate da video materijali ne samo da dopru do ciljne publike, već i kontinuirano napreduju prema njenim potrebama i preferencijama, što jača efektivnost komunikacije i izgradnju lojalne zajednice gledalaca.

ZAKLJUČAK

Poziv mladim djevojkam: Budite motivacija i inspiracija

Pozivamo sve mlade djevojke da iskoriste svoje znanje i iskustvo kako bi inspirisali druge mlade žene na putu ka finansijskoj pismenosti i osnaživanju. Vaša uloga nije samo u prenošenju znanja, već i u pružanju motivacije i podrške – pokazujete kako mladi mogu postati samopouzdana u donošenju finansijskih odluka. Kao uzori, vi ste ključni u oblikovanju generacije koja će imati povjerenje u sebe, prepoznavati prilike i znati kako upravljati svojim resursima.

Ohrabrujemo vas da kroz svoje video materijale istaknete snagu znanja i pokažete primjerom kako finansijska pismenost otvara vrata samostalnosti i uspjeha.

Očekivani rezultati i dugoročni uticaj projekta

Učešćem u ovom projektu doprinosite kreiranju značajnog društvenog uticaja:

- **Podizanje nivoa finansijske pismenosti kod mladih žena:** Zahvaljujući Vašem angažmanu, mlade žene širom zemlje steći će osnovna znanja o upravljanju novcem, štednji, investicijama i odgovornom korištenju kredita.
- **Osnaživanje generacije finansijski odgovornih građanki:** Kroz edukaciju, projekt doprinosi stvaranju generacije žena koje će donositi informisane odluke o svojoj finansijskoj budućnosti, što doprinosi njihovom ličnom i profesionalnom razvoju.
- **Dugoročni ekonomski i društveni uticaj:** Ovi koraci vodiće ka dugoročnoj promjeni, osnažujući žene kao ravnopravne učesnice u ekonomskom razvoju zajednica. Kroz Vašu ulogu u projektu, postajete dio šire misije koja će unaprijediti društvo i ekonomski položaj žena u Bosni i Hercegovini.

Vaša uloga u ovom projektu nije samo edukativna – ona je inspirativna i transformativna. Nastavimo zajedno graditi društvo u kojem mladi, posebno mlade žene, imaju alate i znanje da vode stabilan i uspješan finansijski život.