



#FLIGHT

Financial Literacy for Investment, Growth,
Help and Teamwork 



Planlegging og utvikling av Help Club-metoden og dens retningslinjer

Innholdsfortegnelse

Innledning	3
Teoretisk bakgrunn og litteraturgjennomgang	5
Implikasjoner av forskningsresultatene for utformingen av Help Club	7
Tematisk omfang av Help Club	7
Hjelpeklubbens to dimensjoner - praktisk og vitenskapelig	9
Ekspertter som leder Help Club-sesjonene	12
Tidsplan for Help Club og struktur for enkeltmøter	13
Skalerbarhet og lang levetid for Help Club-resultatene	14
Kilder til undervisningsmateriell for Help Club-sesjonene i Polen	14
Referanser	16

INNLEDNING

Viktige funn fra komparative studier viser at kvinner har mindre tilgang til rollemodeller og mindre nettverk, noe som gjør dem mindre tilbøyelige til å innovere; hvis gründerkulturen er mannsdominert, er det vanskelig for kvinner å lykkes (Female Entrepreneurship in the Nordics 2020).

Derfor har vi opprettet IO4, en hjelpeklubb i form av et kvinnenettverk som skal hjelpe kvinnelige utvandrere og flyktninger med å dekke deres emosjonelle behov for vennskap og fellesskap, i tillegg til å prøve ut #FLIGHTs intellektuelle resultater i et oppmuntrende og trygt miljø.

Metodikken for hjelpeklubbene er utviklet av forskere fra WSEI-universitetet i Lublin (Polen) under ledelse av professor Dr. Hab. Andrzej Cwynar og implementert av kursholdere/mentorer i alle de fem partnerorganisasjonene i Litauen, Danmark, Tyskland, Norge og Polen.

Strukturen og innholdet i samarbeids-, nettverks- (inkludert nettverksbygging og -strategier) og peer-learning-aktivitetene har blitt revidert av tilknyttede partnere, inkludert, men ikke begrenset til, International House Vilnius, Litauens offentlige arbeidsformidling Sirvintos-filial, det statlige skatteinspektoratet under Litauens finansdepartement, Statens sosialforsikringsfond under sosial- og arbeidsdepartementet, Litauens statlige mat- og veterinærtjeneste (SFVS), Bank of Litauens senter for finansiell kompetanse, den gratis språk- og kulturutvekslingsoppstarten SPEAK, Dyslexia Centras, KBT Fagskole, The European-Ukrainian HUB osv.

Hovedmålet med metoden

Tilby både en innovativ økonomisk opplæringsprosess og myndiggjøring gjennom å dele kunnskap og ferdigheter med deltakerne selv i lokale hjelpeklubber.

Metodikken for hjelpeklubber (IO4) støtter mentorer/opplæringsansvarlige med

- teoretisk innsikt og praktiske tips om økonomisk kompetanse,
- veiledning gjennom konseptet med effektive nettverksmøter.

Målene med metodikken

- Å øke de østeuropeiske kvinnelige deltakernes kunnskap om digital økonomisk kompetanse, med tanke på vertslandets særegenheter,
- Å øke de kvinnelige deltakernes digitale og økonomiske kompetanse slik at de lettere kan integreres i samfunnet,
- Sikre dannelsen av et peer-to-peer-nettverk som støtter deltakernes sosiale og økonomiske uavhengighet, selvstendig næringsvirksomhet og språklig og kulturell opplæring.

Kjernetemaer som tas opp:

- Digitale økonomiske rutiner
- Investeringer
- Grunnleggende om selvstendig næringsvirksomhet og entreprenørskap
- Digital sikkerhet
- Samarbeid

Metodikk for læring

- Klasseromsundervisning ved hjelp av interaktive verktøy
- Tematiske økter med gjesteforelesere/eksterne eksperter
- Situasjonsanalyse og simuleringer (diskusjoner)

Supplering av læreplanen for finansiell kompetanse og digital sikkerhet med språklige og kulturelle elementer

Organisering av hjelpeklubbene

Deltakerne i Help Club-klubbene i alle partnerlandene foretrakk å delta på kurs og nettverksmøter ansikt til ansikt. Disse møtene, som ble arrangert regelmessig, ga deltakerne en innføring i ulike områder av livet i vertslandet, inkludert, men ikke begrenset til, skatt, bankvirksomhet, selvstendig næringsdrivende, digital sikkerhet osv.

Opphavsrettslig beskyttede verktøy som ©Online Personal Risk Tolerance Test og ©Romance Fraud Simulating Tool er utviklet av Partnership innenfor prosjektet og testet ut i Help Clubs.

Det offisielle språket for klubbaktivitetene var engelsk/russisk, supplert med økter om lokalt språk og kultur. Den språklige støtten på deltakernes morsmål var avgjørende for tydeligere kommunikasjon og bedre inkludering i prosjektaktivitetene.

Noen spesifikke finansielle, økonomiske og juridiske termer krevde mer detaljerte forklaringer og kunne ikke oversettes uten videre. Derfor hadde hver klubb en assistent som snakket målgruppens morsmål flytende.

Evalueringsverktøy

- Interaktive verktøy for diagnostisering og etterarbeid, for eksempel Kahoot-quiz, ©Online Personal Risk Tolerance Test og ©Romance Fraud Simulating Tool.

- Tilbakemeldinger fra deltakerne gjennom en personlig diskusjon om forrige opplæringsøkt i begynnelsen av neste opplæringsøkt.

Oppnådd kompetanse etter å ha gjennomført IO4

Etter å ha gjennomført IO4 kan deltakerne

- liste opp de faktorene som påvirker økonomiske resultater,
- forstå viktigheten av selvinnsett i økonomiske beslutninger,
- kjenner til trygde- og skattekontorets avgifter for selvstendig næringsdrivende - virksomhetslisens og individuell aktivitet,
- vite hvordan man kan beskytte seg mot økonomisk svindel i cyberspace,
- liste opp e-tjenestene som tilbys av litauiske banker,
- være i stand til å knytte sosiale kontakter,
- forstå kravene til håndtering av matvarer som produseres i små mengder og leveres til sluttforbrukere, og muligheten for selvstendig næringsdrivende i denne sektoren.

Sertifisering

Deltakerne ble tildelt sertifikater etter å ha fullført kursene i digital kompetanse, investering, digital sikkerhet, språk og kultur.

Skalerbarhet

Hjelpeklubbene er skalerbare organisasjoner som enkelt kan utvides til andre europeiske land utenfor prosjektet.

TEORETISK BAKGRUNN OG LITTERATURGJENNOMGANG

I dagens verden er finansiell kompetanse en nøkkelkompetanse. Definert som evnen til å bruke kunnskap og ferdigheter til å forvalte sine økonomiske ressurser på en effektiv måte for å oppnå økonomisk trygghet gjennom hele livet (Huston, 2010; Remund, 2010; Knoll og Houts, 2012; Stolper og Walter, 2017), gjør finansiell kompetanse det mulig å leve et sunt økonomisk liv og støtter forbrukerne i jakten på velferd (Cwynar *et al.*, 2019). Det finnes en omfattende litteratur som dokumenterer hvordan finansiell kompetanse henger sammen med forbrukernes sosiodemografiske kjennetegn (se oversiktene til Lusardi og Mitchell, 2014 eller Stolper og Walter, 2017). Forskerne finner blant annet at kvinner i gjennomsnitt skårer lavere på tester av finansiell kompetanse, men det betyr ikke nødvendigvis at de har dårligere kunnskaper og ferdigheter enn menn (Bucher-Koenen *et al.*, 2016; Ooi, 2020). Det er sannsynlig at kvinner utvikler finansielle ferdigheter på en annen måte enn menn, noe som skyldes kulturelle forhold der økonomi vanligvis behandles som et mannlige domene (Ford og Kent, 2009; Boggio *et al.*, 2020). Følgelig behandles kvinner som en av de vanskeligstilte gruppene som trenger tiltak som er tilpasset deres spesifikke behov. En annen vanskeligstilt gruppe er av åpenbare grunner innvandrere og repatriater, som ikke bare mangler kunnskap om vertslandets finansmarked, men også om landet generelt (Barcellos *et al.*, 2012; Rostamkalaei og Riding, 2020). Kombinasjonen av disse to kjennetegnene - det vil si å være kvinne som migrerer til et annet land, spesielt et land som kulturelt sett er svært forskjellig fra opprinnelseslandet - skaper en svært vanskelig situasjon og krever at disse personene får særlig omsorgsfull støtte.

Litteraturen om finansiell kompetanse peker på formell finansiell utdanning som den viktigste mekanismen for å tilegne seg finansiell kunnskap og ferdigheter. Informasjon, som alltid er utgangspunktet for å utvikle finansielle ferdigheter, kan imidlertid ikke bare tilegnes gjennom direkte læring, men også gjennom sosial interaksjon med andre. Dette åpner opp for uformell opplæring og sosialisering - læring gjennom interaksjon med andre individer. Arbeidet med å utvikle finansiell kompetanse på denne måten er først og fremst inspirert av psykologiske og sosiologiske teorier og begreper. De er en del av en ny, men raskt voksende forskningsretning som fokuserer på sosiale effekter i finansverdenen. For det første betraktes finansiell kompetanse som en domenespesifikk form for humankapital i tråd med Beckers definisjon (Becker, 1962, 1975). Det er en kapital som kan forringes, men som også kan gjenopprettes og mangedobles - dette krever imidlertid investeringer, noe som medfører kostnader (utdanning, profesjonell rådgivning, tidsbruk). Derfor er ulike typer intervensjonsprogrammer viktige i debatten om finansiell kompetanse - f.eks. finansielle utdanningsprogrammer eller profesjonell økonomisk rådgivning. På den annen side gjør slike investeringer det mulig å forvente bedre økonomiske resultater, og det endelige målet på dette er formuen som akkumuleres i løpet av forbrukerens livssyklus og den tilhørende velferden. I henhold til denne teorien tar man beslutningen om å investere i økt finansiell kunnskap og ferdigheter bare hvis de marginale fordelene overstiger de marginale kostnadene (Delavande *et al.*, 2008; Jappelli og Padula, 2013; Lusardi *et al.*, 2017).

Men siden mennesker er sosiale vesener, kan de trekke på ressurser som finnes i de sosiale nettverkene de tilhører, og dermed redusere kostnadene ved å skaffe seg informasjon. Sosiale nettverk er utgangspunktet for å definere sosial kapital - en sosiologisk konstruksjon som forstås som et system av relasjoner i et samfunn som er basert på felles verdier og normer som gjør det mulig for medlemmene å samhandle og nå sine mål på en effektiv måte. Disse begrepene - humankapital (Becker, 1962, 1975), sosiale nettverk (Granovetter, 1985), sosial kapital (Coleman, 1988; Putnam, 1995) og til slutt forbrukersosialisering (Ward, 1974; Moschis, 1987) - danner et teoretisk rammeverk for å studere hvordan finansiell kompetanse kan utvikles uformelt gjennom tilgang til nettverksressurser.

Implikasjonene av de nevnte psykologiske og sosiologiske teoriene for arbeidet med å fremme finansiell kompetanse er svært tydelige og konkrete: Sosiale faktorer kan forme finansiell kunnskap og ferdigheter uavhengig av formell finansiell opplæring. Forskere peker på flere kanaler som gjør dette mulig. Den første er kjent som **likemannseffekten**, der den primære mekanismen for tilegnelse av finansiell kompetanse er sosial læring (Duflo og Saez, 2003; Hong *et al.*, 2004; Zhao og Li, 2021). Forbrukerne lærer rett og slett ved å samhandle med andre. Dette innebærer både å utveksle informasjon (informasjonsdeling, muntlig kommunikasjon) og å observere andres atferd og beslutninger (observasjonslæring). Sosial læring er en form for kunnskaps- og ferdighetsoverføring som går fra å være oppmerksom på en mulighet til å overføre meninger (gi tilbakemeldinger til hverandre). Den andre mekanismen, som er nært knyttet til den første, er **ønsket om å matche medlemmene i det sosiale nettverket** - gruppepress og sosiale normer fører til konform atferd (Duflo og Saez, 2003). Hong *et al.* 2004 peker på en annen, mindre åpenbar mekanisme. Sosialiserende individer kan rett og slett ha glede av å snakke om temaer som ser ut til å fange ikke bare deres, men også de andre deltakernes oppmerksomhet (delt interesse). Dette skjer på samme måte som når man snakker om emner som bøker, filmer, sport osv.

Felles for alle disse mekanismene er at de ikke forutsetter noen fast struktur for kunnskapsoverføring, og fremfor alt at fagpersoner deltar i prosessen. Overføring av kunnskap og ferdigheter skjer her gjennom deling mellom mennesker med samme status. Noen ganger er deltakelsen i denne prosessen til og med passiv og består bare i å observere andre og deretter aktivere kunnskapen man har tilegnet seg på denne måten i en passende situasjon.

Det finnes stadig flere empiriske bevis på hvordan sosial interaksjon påvirker finansiell kompetanse og dermed også økonomisk atferd. Lachance (2014) brukte naboers utdanningsnivå som et mål på den finansielle kunnskapen i et gitt sosialt nettverk, og viste at sosiale nettverk med mer kunnskap har en signifikant og uavhengig innvirkning på individuell finansiell kompetanse - en effekt som er forenlig med sosial læring som en måte å tilegne seg finansiell kompetanse på. En av de tidligste og mest innflytelsesrike studiene som viser hvordan sosiale nettverk påvirker økonomiske beslutninger, var et randomisert eksperiment av Duflo og Saez (2003), som undersøkte om sosiale nettverk kan fremme beslutninger om å melde seg inn i en pensjonsordning. I en annen ofte sitert artikkel viste Hong og *medarbeidere* (2004) at "sosiale" husholdninger - de som går i kirken eller har kontakt med naboer - var mer tilbøyelige til å delta i aksjemarkedet enn "ikke-sosiale" husholdninger. Cole og Shastry (2009) bekreftet også likemannseffekten i en studie som viste hvordan læring fra arbeidsgivere og naboer kan påvirke deltakelsen i finansmarkedet. Dette arbeidet banet vei for senere studier, og i dag har vitenskapen entydige bevis for at **beslutningen om å delta i kapitalmarkedet blant annet påvirkes av sosiale interaksjoner**.

Nabolagseffekten har også blitt bekreftet gjentatte ganger siden arbeidet til Hong og *medarbeidere* (2004). Av særlig relevans for denne rapporten er en nyere studie av nabolagseffekten når det gjelder innvandrere. Haliassos og *medarbeidere* (2020) utnyttet en sjelden mulighet i form av et naturlig eksperiment - den svenske politikken med å tildele flyktninger til spesielt utpekte boliger. I sitt kvasi-felteksperiment påviste de effekter på mellomlang og lang sikt på flyktnings spare- og investeringsatferd som følge av at de ble eksponert for naboer med god økonomisk kompetanse. Girshina og *medarbeidere* (2019) viste derimot det samme, men i motsatt retning - hvordan innvandreres økonomiske atferd påvirker den innfødte befolkningens økonomiske valg.

IMPLIKASJONER AV FORSKNINGSRESULTATER FOR UTFORMING AV HJELPEKLUBBER

Help Club-designet som presenteres i denne rapporten, er basert på forskningsresultatene som ble presentert i forrige avsnitt. Help Club er ment å være en plattform som gjør det mulig å tilegne seg digital økonomikompetanse gjennom to kanaler.

Den første er den **tradisjonelle finansielle opplæringen som** består i å utarbeide et adekvat innhold og gi tilgang til det til mottakerne av programmet (mottakerne av #FLIGHT-prosjektet), med mer eller mindre profesjonell veiledning fra en ekspert, trener eller veileder. Påvirkning av prosjektdeltakerne gjennom denne kanalen innebærer utarbeidelse av intellektuelle resultater (IO1, IO2, IO3) - ulike typer opplæringsinnhold som vil bli presentert under Help Club-pilotøktene (se avsnittet *Tidsplan for Help Club og struktur for enkeltøkter*). Det antas at Help Club-deltakerne vil tilegne seg brobyggende sosial kapital gjennom å skape og opprettholde nye relasjoner, og at dette vil gjøre det mulig for dem å oppnå fordelene ved sosial interaksjon. Mer spesifikt forventes det, som det fremgår av litteraturen presentert i forrige avsnitt, at Help Club-deltakerne vil få økt tilgang til informasjon og lære av det nye sosiale nettverket de tilhører.

Læringsprosessen gjennom denne andre kanalen vil være mer uformell, vil hovedsakelig innebære **deling av kunnskap og ferdigheter** mellom jevnaldrende som danner et nytt nettverk av Help Club-deltakere, og vil kreve oppbygging av tillit og følelsesmessig engasjement fra deres side. Derfor er begreper som *uformell, deling, likemenn, sosialt nettverk* og *emosjonell omsorg* spesielt viktige i utformingen av Help Club. Det er også viktig å være klar over at **Help Club ikke bare skal være et opplæringskurs. Den sosiale komponenten er avgjørende**, ettersom den innebærer dannelse av sosiale bånd (ties) og sosiale interaksjoner som fører til læring fra andre.

TEMATISK OMFANG AV HELP CLUB

Hovedmålet med Help Club er at deltakerne skal tilegne seg digitale finansielle ferdigheter som tar hensyn til vertslandets særegenheter. Hovedpoenget er at prosjektet er rettet mot innvandrerkvinner (repatrierte), og at reglene på finansmarkedet kan variere (noen ganger betydelig) mellom opprinnelseslandet og vertslandet.

Litteraturen identifiserer fem hovedområder innen personlig økonomistyring som krever tilstrekkelig utvikling av økonomiske kunnskaper og ferdigheter (Huston, 2010; Dew og Xiao, 2011; Walstad og Rebeck, 2016):

- 1) Kontanthåndtering / daglige økonomiske rutiner / styring av husholdningsbudsjettet
- 2) Sparing og investering
- 3) Kreditt- og gjeldshåndtering
- 4) Forsikring, risikostyring og ressursbeskyttelse
- 5) Søker finansiell informasjon.

Som et resultat av dette bør spørsmålene som diskuteres i Help Club-øktene, omhandle temaer som faller innenfor disse fem områdene. Den detaljerte utvelgelsen av temaer kan overlates til eksperter, men det ser ut til at scenariene i Help Club-sesjonene bør føre til at man i det minste får svar på følgende spørsmål:

- 1) Kontanthåndtering / daglige økonomiske rutiner / styring av husholdningsbudsjettet
 - a. Hvorfor er det viktig å holde seg innenfor budsjettet?

- b. Hva betyr det å føre regnskap?
 - c. Hvorfor er sammenligningsshopping viktig?
 - d. Hva er konsekvensene av å (ikke) betale regningene i tide?
 - e. Hvilken effekt har inflasjon på pengene våre?
- 2) Sparing og investering
- a. Hva er et nødfond, og hvilken betydning har det i en husholdning?
 - b. Hvorfor er det så viktig å spare fra hver lønsslipp?
 - c. Hva er hovedprinsippene for pensjonssparing?
 - d. Hva er avveiningen mellom risiko og avkastning når det gjelder investeringer?
 - e. Hva er diversifisering?
 - f. Hva er rente, og hvordan påvirker inflasjonen forskjellen mellom nominell rente og realrente?
 - g. Hva er rentes rente?
- 3) Kreditt- og gjeldshåndtering
- a. Hva er kredittverdighet?
 - b. Hvilke faktorer kan føre til at lånerenten stiger?
 - c. Hva er galt med å låne fra flere kilder samtidig (f.eks. bank, privatlån/avbetalingslån, avbetalingskjøp, pantelånere, familie, osv.)
 - d. Hvordan skal man vurdere låneopptak til følgende formål (eller lignende formål): kjøp av dyre klær eller tilbehør, utenlandsferie, teknologiske nyheter eller gadgets?
 - e. Hva er konsekvensene av å komme på etterskudd med nedbetaling av gjeld, inkludert gjeldsrenter?
 - f. Hva er galt med å ta opp lån for å betale ned gjeld?
- 4) Forsikring, risikostyring og ressursbeskyttelse
- a. Hva slags risiko er det i finansverdenen, og hvordan kan vi håndtere den som forbrukere?
 - b. Hvorfor er det viktig å ha tilstrekkelig helseforsikring (eiendom, livsforsikring)?
 - c. Hvordan kan vi forberede oss på å amortisere økonomiske sjokk gjennom livet?
 - d. Hvordan beskytter du deg mot svindel og økonomisk bedrageri?
- 5) Søker finansiell informasjon
- a. Hvor finner du rimelig og pålitelig informasjon om finansielle produkter?
 - b. Hvem publiserer advarsler til forbrukere om urimelig og villedende praksis i finansmarkedet?

På grunn av to andre forhold - den sosiale statusen til Help Clubs medlemmer (innvandrerkvinner) og den økende betydningen av digitalisering i finansmarkedet - vil Help Club utvides til å omfatte ytterligere to områder:

- 1) Entreprenørielle ferdigheter - listen over entreprenørielle ferdigheter som er identifisert og diskutert i litteraturen, er svært lang (se for eksempel en nylig bibliometrisk gjennomgang av Tittel og Terzidis, 2020), så den vil ikke bli gjengitt her. Help Club-møtene bør imidlertid i det minste til en viss grad ta opp temaer som: å sette seg mål og handle kreativt, problemløsning, å presentere ideer, kommunikasjon og lederkompetanse.
- 2) Digitale ferdigheter (Morgan, Huang og Trinh, 2019)
 - a. Kunnskap om digitale finansielle produkter og tjenester
 - a.i. Betalinger: elektroniske penger, lommebøker for mobiltelefoner, pengeoverføringstjenester
 - a.ii. Formuesforvaltning: nettbank, nettmeglere, robotrådgivere, mobilhandel, forvaltning av kryptoaktiva
 - a.iii. Alternativ finansiering: crowdfunding og peer-to-peer-utlån
 - b. Bevissthet om digitale finansielle risikoer (hacking, phishing, pharming, spionprogramvare, bytte av SIM-kort) og beskyttelse mot disse.
 - c. Kunnskap om forbrukerrettigheter og klagemuligheter i forbindelse med finansielle produkter og tjenester.

HJELPEKLUBBENS TO DIMENSJONER - PRAKTISK OG VITENSKAPELIG

Som tidligere nevnt er det generelle målet med klubben at deltakerne skal tilegne seg digitale økonomiske ferdigheter som er tilpasset forholdene i vertslandet. På den ene siden betyr dette at deltakerne skal ha kunnskap og ferdigheter som gjør dem i stand til å ta de rette økonomiske valgene (tilpasset deres livssituasjon) og leve et sunt økonomisk liv - og vite hvordan de kan utvikle digitale økonomiske ferdigheter på egen hånd i fremtiden. Ved å **inkludere entreprenørskapstemaer i Help Club-sesjonene skal man øke den økonomiske selvtiliten til klubbmedlemmene og øke sjansene ikke bare for at de i større grad blir inkludert i finansmarkedet, men også for at de kan bli selvstendig næringsdrivende.** Dette nytteorienterte målet er svært konkret og har en praktisk dimensjon.

På den annen side er mekanismene som ligger til grunn for utviklingen av digital økonomisk kompetanse blant repatrierende - spesielt blant innvandrerkvinner - fortsatt lite kjent og er et svært interessant forskningsobjekt. Utformingen av Help Club tar derfor utgangspunkt i at det også skal være et **erfaringsrom** som, gjennom en vitenskapelig tilnærming, vil gjøre det mulig å utforme enda bedre økonomiske opplæringsprogrammer for innvandrere, noe som vil utvide gruppen av mottakere av prosjektet betydelig i fremtiden. Utformingen av Help Club som et akademisk og forskningsmessig prosjekt vil blant annet kreve følgende:

1. Velge den mest hensiktsmessige forskningsmetoden
2. Nøye prøvetaking som oppfyller vitenskapelige standarder
3. Bruk av egnede tiltak.

Med tanke på at utviklingen av digitale finansielle ferdigheter blant innvandrere er lite undersøkt og beskrevet, og at prosessen med å tilegne seg digitale finansielle kunnskaper og ferdigheter fortsatt er en "svart boks", vil klubbens samlinger bli organisert i Polen i fokusgruppeformat.

Det antas at kvalitativ forskning - og fokusgruppeintervjuer er en av dem - er det mest hensiktsmessige i slike tilfeller. Denne metoden er i tråd med klubbens konsept, som - på grunn av det lave antallet

deltakere - ikke gjør det mulig å gjennomføre en kvantitativ studie med vitenskapelig stringens. Polen vil være det eneste landet der den vitenskapelige delen av prosjektet vil bli gjennomført, fordi prosjektets tidsramme og budsjett ikke tillater aktiviteter som for eksempel oversettelse av det innsamlede forskningsmaterialet til engelsk. Det antas likevel at selv data som samles inn i ett enkelt land, vil ha tilstrekkelig vitenskapelig verdi til å kunne brukes til å skrive en eller to vitenskapelige artikler, som deretter vil bli sendt inn for publisering i utvalgte tidsskrifter som er indeksert i databasene Web of Science og Scopus.

Det vil bli dannet to separate grupper i hvert partnerland som skal arrangere klubbaktiviteter. Hver gruppe vil bestå av 10 personer. De tre hovedkriteriene for rekruttering til klubbens grupper er kjønn, opprinnelse fra et av de østeuropeiske landene og status som hjemvendt. Prosjektet vil bruke en bredest mulig definisjon av Øst-Europa, som omfatter følgende land i regionen:

1. Albania
2. Hviterussland
3. Bosnia-Hercegovina
4. Bulgaria
5. Kroatia
6. Tsjekkia
7. Estland
8. Ungarn
9. Kosovo
10. Latvia
11. Litauen
12. Moldova
13. Montenegro
14. Nord-Makedonia
15. Polen
16. Romania
17. Russland
18. Serbia
19. Slovakia
20. Slovenia
21. Ukraina.

Hver partner rekrutterer deltakere til Help Club på egen hånd, men bruker de samme utvelgelseskriteriene som er nevnt ovenfor. Før de melder seg inn i klubben, må kandidatene informeres om formelle krav som kanskje ikke er gjennomførbare for noen av dem - først og fremst om nødvendigheten av å delta på alle klubbens samlinger og om at det ikke kan utelukkes at ikke alle samlingene vil finne sted sent på ettermiddagen eller kvelden (noe som vil være viktig for personer i arbeid).

Kvalitativ forskning utføres rutinemessig med små utvalg, så antall intervjuer fra noen få til 20 (for en klubb i Polen) vil være tilstrekkelig for å oppfylle vitenskapelige krav. I denne typen forskning er det heller ikke mulig å oppnå representativitet (og det er heller ikke hensikten), og utvalget som er presentert ovenfor - basert på likhetskriterier - vil være tilstrekkelig.

Det er verdt å vurdere å rekruttere noen flere kvinner fra vertslandet til gruppene som utgjør klubben. En slik gruppesammensetning vil gi bedre muligheter for sosialt betinget overføring av kunnskap og ferdigheter enn en gruppe som utelukkende består av hjemvendte kvinner.

Help Club har som mål å øke deltakernes digitale økonomikompetanse. Et mål formulert på denne måten er målbart. Flere instrumenter vil bli brukt for å måle i hvilken grad målet er oppnådd i en pre-post-test-setting (i løpet av den første og siste Help Club-økten):

1. **"Big Five"-testen** ble utviklet av Lusardi og Mitchell og brukt mange ganger i landsomfattende undersøkelser verden over (Lusardi og Mitchell, 2006; Hastings, Madrian og Skimmyhorn, 2013; Allgood og Walstad, 2016).
2. **Skalaen for økonomisk mestringstro (FSES)** ble utviklet og validert av Lown (2011).

"Big Five" er en valgttest som, som navnet antyder, består av fem spørsmål om grunnleggende økonomiske spørsmål som de fleste forbrukere er eksponert for. De påfølgende spørsmålene er formulert på følgende måte:

1. Spm. 1: Sett at du hadde 100 dollar på en sparekonto og at renten var to prosent per år. Hvor mye tror du at du ville hatt på kontoen etter fem år hvis du lot pengene vokse? (a) mer enn \$102*; (b) nøyaktig \$102; (c) mindre enn \$102.
2. Q2: Tenk deg at renten på sparekontoen din er én prosent per år og inflasjonen er to prosent per år. Hvor mye vil du kunne kjøpe for pengene på kontoen etter ett år? (a) mer enn i dag; (b) nøyaktig det samme; (c) mindre enn i dag*.
3. Spm. 3: Hvis renten stiger, hva vil vanligvis skje med obligasjonskursene? (a) de vil stige; (b) de vil falle*; (c) de vil forbli de samme; (d) det er ingen sammenheng mellom obligasjonsprisene og renten.
4. Spm. 4: Et boliglån med 15 års løpetid krever vanligvis høyere månedlige avdrag enn et boliglån med 30 års løpetid, men den totale rentebetalingen over lånets løpetid blir lavere (a) sant*; (b) usant.
5. Spm. 5: Kjøp av aksjer i et enkelt selskap gir vanligvis en sikrere avkastning enn aksjefond (a) sant; (b) usant*.

FSES er en måleskala som består av seks påstander som respondentene vurderer ved hjelp av en firepunkts Likert-skala (1=Helt sant; 2=Midt sant; 3=Svært sant; 4=Ikke sant i det hele tatt). De påfølgende påstandene i denne skalaen er formulert som følger:

1. Det er vanskelig å holde seg til utgiftsplanen når det dukker opp uventede utgifter.
2. Det er utfordrende å nå de økonomiske målene mine.

3. Når det oppstår uventede utgifter, må jeg som regel bruke kreditt.
4. Når jeg står overfor en økonomisk utfordring, har jeg vanskelig for å finne en løsning.
5. Jeg mangler tillit til at jeg kan håndtere økonomien min.
6. Jeg er bekymret for å gå tom for penger som pensjonist.

EKSPERTER LEDER HELP CLUB-SESJONER

Klubbens formel og mål stiller spesielle krav til ekspertene som skal lede møtene. På den ene siden skal de være personer med spesialkunnskap om finansmarkedet og finansforvaltning i et gitt land. På den andre siden skal klubben, som tidligere nevnt, ikke bare være et opplæringsprogram, men også en plattform for finansiell sosialisering gjennom deling av kunnskap og ferdigheter, observasjonslæring, muntlig kommunikasjon osv. Dette krever at ekspertene som leder klubbmøtene, har gode mellommenneskelige ferdigheter, særlig når det gjelder kommunikasjon. Dette innebærer at klubblederen optimalt sett bør være en kombinasjon av *felteksperter* og *moderatorer*. Det ser ut til at beslutningen om hvor mange eksperter som skal være med på å lede klubben, og om de skal dele opp øktene mellom seg eller om alle skal ledes av de samme personene, kan overlates til de deltakende partnerne.

Det andre store spørsmålet i tillegg til klubbmøtelederens kompetanse er hans eller hennes kjønn. I vestlige kulturkretser anses økonomiske spørsmål som menns domene. Dette er tydelig i språket som brukes om økonomiske spørsmål. Ved hjelp av verktøy fra anvendt lingvistikk analyserte Boggio *et al.* (2015; 2020) metaforer som ble brukt på tre språk - engelsk, italiensk og nederlandsk - på nettsteder som henvendte seg til individuelle investorer. De fant at uavhengig av språk refererer metaforene til domener som tradisjonelt har vært ansett som maskuline, for eksempel krig, spill og fysisk aktivitet. Boggio *et al.* (2015; 2020) antydte at dette kan føre til at menn orienterer seg bedre i den finansielle begrepsverdenen og dermed får bedre kunnskap om den (bedre kjennskap til finansverdenen). Det kan også gi menn en følelse av tilhørighet til denne verdenen.

Konsekvensene av Boggio *et al.*s (2015; 2020) funn for kvinner kan være det motsatte: De identifiserer seg kanskje ikke med finansverdenen, forstår den mindre og har mindre innsikt i den. Ford og Kent (2009) gikk enda lenger i sin forskning og viste at kvinner oppfatter markeder - inkludert finansmarkeder - som en kilde til trussel eller trusler, noe som fører til at de unngår og distanserer seg fra markedsrelaterte spørsmål, noe som resulterer i mindre innsikt i markedsrelaterte spørsmål. Sosialt bestemte økonomiske kjønnsroller, som forsterkes av direkte budskap fra foreldrene, internaliseres av barn som husker disse rollene i voksen alder, og som naturlig tar dem til seg og går inn i dem. I denne stereotypidrevne økonomiske sosialiseringen av jenter kan lærere som underviser i økonomi, eller mer generelt i økonomiske fag, spille en viktig rolle. Hvis det oftere er menn som underviser i slike fag, kan det forsterke unge kvinners tro på at økonomi er et mannlig domene (amerikanske data viser faktisk at menn oftere underviser i økonomi enn kvinner - se Butters *et al.* 2012). Resultatet er at unge kvinner, i likhet med mødrene sine, for det meste bukker under for sosialt press og tilpasser seg imaginære (stereotype) kvinneroller som kulturen pålegger dem. For å holde seg innenfor de sosiale normene viser de ikke like stor interesse for finansverdenen som menn gjør. I tillegg kan de oppfatte denne verdenen som fremmed, løsrevet fra deres kjønnsidentitet, som krever bruk av et språk de ikke kjenner og som de distanserer seg fra.

Alle disse hensynene må tas i betraktning når man skal avgjøre hvem som skal veilede klubbmedlemmene når de tilegner seg økonomisk kompetanse - kvinner eller menn. Følgende løsninger er verdt å vurdere: (i) klubbøktene ledes av to eksperter - både en kvinne og en mann; (ii) klubbøktene ledes vekselvis en gang av en kvinne og en gang av en mann; (iii) gitt at det i hvert partnerland planlegges å lede

klubbøktene i to separate grupper, kan en av dem ledes av en kvinne mens den andre ledes av en mann. Begge tilnæringsmåtene vil gi ny innsikt i hvilken rolle ekspertens/moderatorens kjønn spiller for tilegnelsen av digital finanskompetanse.

TIDSPLAN FOR HELP CLUB OG STRUKTUR FOR ENKELTØKTER

Klubbens aktiviteter er planlagt å vare fra M8 (juni 2022) til M26 (desember 2023). Dette gir totalt 19 måneder. I løpet av denne perioden vil øktene bli delt inn i to typer:

1. Piloteringsøkter - der undervisningsmateriellet som produseres i prosjektet skal testes (intellektuelle resultater - IO1, IO2 og IO3).
2. Nettverksmøter - der de bruker undervisningsmaterieell som er valgt ut av ekspertene som driver klubben, og som først og fremst er rettet mot å gi klubbmedtakerne mulighet til å lære sosialt.

Det vil bli avholdt pilotmøter i følgende perioder:

1. M8-M10 (juni - august 2022) - pilotering av IO1
2. M14-M16 (desember 2022 - februar 2023) - pilotering av IO2
3. M20-M22 (juni - august 2023) - pilotering av IO3.

Det vil være opptil åtte Help Club-økter i hver pilotmåned (to økter per uke), hver økt på opptil fire undervisningstimer.

Sesjoner uten pilotering (nettverksbygging) vil bli avholdt i følgende perioder:

1. M11-M13 (september - november 2022)
2. M17-M19 (mars - mai 2023)
3. M23-M26 (september - desember 2023).

Det vil være én nettverkssamling i hver måned som ikke er pilotmåned, og hver samling vil ha en varighet på opptil fire undervisningstimer. Strukturen for hver samling vil være som følger:

1. En kort introduksjon til temaet av eksperten - opptil 30 minutter; muntlig presentasjon som gjerne støttes av PowerPoint, videomateriale, pedagogiske bilder osv. Formålet er å identifisere problemet som sesjonen skal ta opp, sette det inn i en kontekst og konfrontere deltakerne med spørsmål som kan oppstå rundt problemet.
2. hjelpe klubbmedlemmene med å diskutere temaet fritt (ingen eksponering for pedagogisk innhold ennå) - opptil 60 minutter; målet er å skape et rom for sosial læring og la klubbmedtakerne se hva de vet om det identifiserte problemet, hva de ikke vet og hva de andre deltakerne vet; på dette stadiet bør man allerede ha begynt å dele økonomiske kunnskaper under kyndig ledelse av den som leder økten; Deltakerne bør oppmuntres til fritt å dele sine meninger og snakke om hva som er klart for dem og hva som ikke er det. Denne delen av økten bør gi en god diagnose av kunnskaps- og ferdighetshullene knyttet til problemet (temaet) som skal diskuteres i løpet av økten. Personen som leder økten bør bruke denne diagnosen til å velge både innhold og form for det videre forløpet av økten.
3. Pause - 15 minutter.
4. Presentasjon av et pedagogisk materiale valgt av eksperten: dette kan være en kort casestudie, beslutningsspill, pedagogisk grafikk, videofortelling, skriftlig fortelling osv. i opptil 45 minutter; denne

delen av økten vil ha en rent pedagogisk karakter i tradisjonell forstand - den aktive delen vil være en ekspert som diskuterer problemet ved hjelp av utvalgte didaktiske metoder; klubbens form bør imidlertid gi rom for spørsmål og en kort meningsutveksling under ekspertens presentasjon.

5. Diskusjon mellom Help Club-medlemmene (moderert av ekspertene) rundt undervisningsmaterialet - hva ble forstått, hva ble ikke forstått, hva som oftest forårsaker forståelsesvansker, forsøk på å finne ut hvorfor osv. - opptil 60 minutter; formålet med denne delen av økten er først og fremst å formidle kunnskap om økonomi. Klubbmedlemmene bør oppfordres til å dele sine inntrykk av ekspertens presentasjon, fortelle hvordan temaet som diskuteres, er relatert til deres personlige erfaringer, hjelpe hverandre med å håndtere temaet og dets nyanser, utvikle temaet ved å komme med nye scenarier/spørsmål osv.
6. Sammendrag av ekspertene - opptil 30 minutter. Målet er å formulere konklusjoner, komme med praktiske anbefalinger som følge av diskusjonen om emnet, angi ytterligere kunnskapskilder.

SKALERBARHET OG LANG LEVETID FOR HELP CLUB-RESULTATENE

Undervisningsmaterialet som er produsert innenfor rammen av prosjektet (IO1, IO2, IO3), samt materialet som er valgt ut av ekspertene som leder klubben, vil bli samlet i en nettbasert kunnskapsbank. Det er verdt å vurdere å organisere dette materialet på en slik måte at det danner en logisk rekkefølge som gjør det mulig å studere temaet på egen hånd.

For hvert av temaene som dekkes av materialet, kan det lages en kort leksjonsplan som en intuitiv veiledning for alle som ønsker å bruke disse ressursene i fremtiden, enten de er klubbmedlemmer eller ikke. Kombinert med den nye kunnskapen som ble oppdaget gjennom analysen av materialet som ble samlet inn i den polske Help Club i løpet av fokusintervjuene, og med dette dokumentet som et sett med retningslinjer for hvordan en Help Club kan utformes, kan dette være en verdifull ressurs for å gjenskape Help Club-konseptet for digital økonomikunnskap for utenlandske kvinner utenfor konsortiet som ble dannet for å gjennomføre dette prosjektet.

Dette arkivet vil også inneholde et diskusjonsforum og et chatterom der deltakerne i Help Club kan kommunisere når som helst. Forutsatt at deltakerne får en positiv opplevelse av prosjektet, kan det forventes at nettverket av bekjente som opprettes, vil fortsette å eksistere og gi medlemmene mulighet til å dele kunnskap og ferdigheter på et ikke nærmere angitt tidspunkt i fremtiden.

KILDER TIL UNDERVISNINGSMATERIELL FOR KLUBBSAMLINGER I POLEN

Som tidligere nevnt bør både temaene og scenariene for de påfølgende Help Club-sesjonene angis av ekspertene som leder klubben. Siden klubbmøtene vil bli gjennomført på partnerlandenes språk, inneholder denne delen de mest interessante samlingene av undervisningsmaterieell på polsk som kan brukes når klubben gjennomføres i Polen.

- 1) <https://edufin.pl/>
- 2) <https://www.nbportal.pl/>
- 3) <https://rf.gov.pl/> (seksjon *Utdanning*)
- 4) <https://uokik.gov.pl/> (seksjon *Utdanning*)
- 5) <https://kapitalni.org/>
- 6) <https://www.skef.pl/> (seksjon *Finansiell utdanning*)

- 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/>

REFERANSER

1. Allgood, S. og Walstad, W. B. (2016) "The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors", *Economic Inquiry*, 54(1), s. 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), s. 9-49. doi: 10.1086/258724.
4. Becker, G. S. (1975) *Humankapital. A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Second. New York, NY: NBER Press.
5. Boggio, C. *et al*. (2015) *Syv måter å strikke porteføljen på. Er investorkommunikasjon nøytral?* DP 10/2015-030.
6. Boggio, C., Coda Moscarola, F. og 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. og McCoy, S. G. (2012) "Financial Literacy and Gender in U. S. High Schools", *Journal of Economics and Finance Education*, 11(2), s. 142-149.
9. Cole, S. og Shastry, G. K. (2009) *Smart Money: Effekten av utdanning, kognitive evner og finansiell kompetanse på deltakelse i finansmarkedet*. 09-071. Boston, MA.
10. Coleman, J. S. (1988) "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology*, 94, s. 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), s. Article nr 7210. doi: 10.3390/su11247210.
12. Delavande, A., Rohwedder, S. og 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. og Xiao, J. J. (2011) "The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation", *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), s. 43-59.
14. Duflo, E. og 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), s. 815-842. doi: 10.1162/00335530360698432.
15. Ford, M. W. og Kent, D. W. (2009) "Gender Differences in Student Financial Market Attitudes and Awareness: An Exploratory Study", *Journal of Education for Business*, 85(1), s. 7-12. doi: 10.1080/08832320903217366.
16. Girshina, A., Mathä, T. og Ziegelmeyer, M. (2019) *Peer effects in stock market participation: Bevis fra innvandring*. 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), s. 481-510. doi: 10.1086/228311.
18. Haliassos, M., Jansson, T. og Karabulut, Y. (2020) "Financial Literacy Externalities", *The Review of Financial Studies*, 33(2), s. 950-989. doi: 10.1093/rfs/hhaa024.
19. Hastings, J. S., Madrian, B. C. og Skimmyhorn, W. L. (2013) "Financial Literacy, Financial Education, and Economic Outcomes", *Annual Review of Economics*, 5(1), s. 347-373. doi: 10.1146/annurev-economics-082312-125807.
20. Hong, H., Kubik, J. D. og Stein, J. C. (2004) "Social Interaction and Stock-Market Participation", *Journal of Finance*, 53(1), s. 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), s. 296-316. doi: 10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x.
22. Jappelli, T. og Padula, M. (2013) "Investment in financial literacy and saving decisions", *Journal of Banking and Finance*, 37(8), s. 2779-2792. doi: 10.1016/j.jbankfin.2013.03.019.
23. Knoll, M. A. Z. og 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), s. 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), s. 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), s. 54-63.
26. Lusardi, A., Michaud, P.-C. og Mitchell, O. S. (2017) "Optimal Financial Knowledge and Wealth Inequality", *Journal of Political Economy*, 125(2), s. 431-477. doi: 10.1086/690950.
 27. Lusardi, A. og Mitchell, O. S. (2006) *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. 2006-1. Philadelphia.
 28. Lusardi, A. og Mitchell, O. S. (2014) "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence", *Journal of Economic Literature*, 52(1), s. 5-44. doi: 10.1257/jel.52.1.5.
 29. Morgan, P., Huang, B. og Trinh, L. (2019) *The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age*. Tokyo. Tilgjengelig på: <https://t20japan.org/wp-content/uploads/2019/03/t20-japan-tf7-3-need-promote-digital-financial-literacy.pdf>.
 30. Moschis, G. P. (1987) *Forbrukersosialisering*. Lexington: Lexington Books.
 31. Ooi, E. (2020) "Give mind to the gap: Measuring gender differences in financial knowledge", *Journal of Consumer Affairs*, 54(3), s. 931-950. doi: 10.1111/joca.12310.
 32. Putnam, R. D. (1995) "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", *Journal of Democracy*, 6(1), s. 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), s. 276-295. doi: 10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x.
 34. Rostamkalaei, A. og Riding, A. (2020) "Immigrants, Financial Knowledge, and Financial Behavior", *Journal of Consumer Affairs*, 54(3), s. 951-977. doi: 10.1111/joca.12311.
 35. Stolper, O. A. og Walter, A. (2017) "Financial literacy, financial advice, and financial behavior", *Journal of Business Economics*, 87(5), s. 581-643. doi: 10.1007/s11573-017-0853-9.
 36. Tittel, A. og Terzidis, O. (2020) "Entrepreneurial Competences Revised: Developing a Consolidated and Categorized List of *Entrepreneurial Competences*", *Entrepreneurship Education*, 3, s. 1-35. doi: 10.1007/s41959-019-00021-4.
 37. Walstad, W. B. og Rebeck, K. (2016) *Test av finansielle ferdigheter: Examiner's manual*. New York, NY: Council for Economic Education.
 38. Ward, S. (1974) "Consumer Socialization", *Journal of Consumer Research*, 1(2), s. 1-14. doi: 10.1086/208584.
 39. Zhao, J. og Li, T. (2021) "Social Capital, Financial Literacy, and Rural Household Entrepreneurship: A Mediating Effect Analysis", *Frontiers in Psychology*, 12(Article 724605). doi: 10.3389/fpsyg.2021.724605.



#FLIGHT

Financial Literacy for Investment, Growth,
Help and Teamwork 



Erasmus+

Europakommisjonens støtte til denne publikasjonen innebærer ikke en godkjenning av innholdet, som kun gjenspeiler forfatterens synspunkter, og Kommisjonen kan ikke holdes ansvarlig for eventuell bruk av informasjonen i publikasjonen.