

# Rahatarkuse arendamine sotsiaalmeedia abil: Kogumispäeviku näide

Kati Voomets<sup>a1</sup>, Leonore Riitsalu<sup>b</sup>, Andra Siibak<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut

<sup>b</sup> Tartu Ülikooli Johan Skytte poliitikauuringute instituut

## Annotatsioon

Artikli keskmes on finantskirjaoskuse ehk rahatarkuse arendamine sotsiaalmeedia kaudu. Täpsemalt uuriti Facebooki rahatarkuse teemalist gruppi Kogumispäevik ja seda, milliseid finantsnõuandeid ja -nippe on grupi liikmed sealt saanud ning kas ja kuidas neid igapäevases käitumises rakendanud. Andmeid koguti fookus-grupiintervjuudega gruppi kuuluvate inimestega. Horisontaalanalüüsi tulemusel selgus, et grupp suurendas liikmete teadmisi ning mõjus nende finantskäitumisele positiivselt. Soovitud käitumist toetasid eelkõige grupis jagatud praktilist laadi nõuanded, vastastikune motiveerimine ning grupis välja kujunenud sotsiaalsed normid ja kapital, mis omakorda soodustasid säästlikku elu- ja mõtteviisi. Seega toimis sotsiaalmeedia grupp finantshariduse kanalina. Finantshariduse pakkujad ja poliitikakujundajad saavad tulemuste toel tõhusamalt kavandada sotsiaalmeedia kaudu finantskirjaoskuse arendamist. Lisauurimist vajab sotsiaalmeedia grupi mõju pikaajalisele finantskäitumisele.

*Võtmesõnad:* finantskirjaoskus, rahatarkus, finantsharidus, sotsiaalmeedia, Facebook, mitteformaalne õppimine

## Sissejuhatus

Finantskirjaoskus ehk rahatarkus on kogu maailmas muutumas üha olulisemaks, sest indiviidide vastutus enda praeguse ja tulevase rahalise heaolu eest suureneb. Näiteks muutuvad senised pensionisüsteemid (OECD, 2019) ning inimestel tuleb hakata varakult säästma ja investeerima, et tagada endale väarikas vanaduspõlv. Samuti muutub tööturg, kus märksõnad on töökohtade tihedam vahetus, osalise koormusega töötamine ja tööotsamajandus (OECD, 2019). Kõige selle taustal on ka finantsteenused muutunud, näiteks üha rohkem pakutakse võimalust saada laenu, distantsilt ja kiiresti. Sama on makseteenustega – uued kontaktivabad makseviisid (nt mobiilimakse, viipemakse) muudavad kauba või teenuse eest tasumise näiliselt lihtsamaks. Seetõttu

---

<sup>1</sup> Ühiskonnateaduste instituut, Tartu Ülikool, Lossi 36, 51003 Tartu; kati.voomets@gmail.com.

kaob inimesel n-ö tasumisvalu ära ning nad on rohkem aldis raha kulutama (Loewenstein & O'Donoghue, 2006). Lisades siia pandeemiast tulenenud volatiilse majanduskeskkonna, võib väita, et finantskirjaoskuse uurimine ja arendamine on muutunud veelgi olulisemaks.

Finantskirjaoskuse uurimise valdkonnas ei ole mõistel finantskirjaoskus (ingl *financial literacy*) ühtset definitsiooni (Huston, 2010). Kui osa uurijaid käsitleb finantskirjaoskust teadmiste ja oskuste kontekstis ning rõhutab, et arusaam finantsalastest põhimõistetest (nt liitintress, riskide hajutamine, inflatsioon) tagab parema finantskäitumise (Lusardi, 2015; van Rooij *et al.*, 2011; Lusardi & Mitchell, 2014), siis teised väidavad, et finantskirjaoskust tuleb vaadelda laiemalt ning see hõlmab peale teadmiste ja oskuste ka hoiakuid ja käitumist (U.S. Financial Literacy and Education Commission, 2007; OECD, 2018).

Siinses töös on lähtutud Majandusliku Koostöö ja Arengu Organisatsiooni (OECD) definitsioonist, mille kohaselt on finantskirjaoskus oskuste, teadmiste, hoiakute ja käitumisviiside kogum, mis on vajalik rahaasjade arukate otsuste tegemiseks ja oma pere majandusliku heaolu tagamiseks (OECD, 2018: 4).

Rahatarkuse tase on maailmas üsna madal (OECD, 2020). Eesti elanikel on küll teiste OECD riikidega võrreldes head teadmised rahaasjadest, kuid oma finantskäitumiselt kuuluvad nad rahvusvahelises võrdluses pigem keskmiste hulka (OECD, 2020). Põhilisteks kitsaskohtadeks on eelarve vähene planeerimine, pikaajaliste plaanide mittetegemine, säästude vähesus ja eri investeerimisvõimaluste vähene kasutamine (Turu-uuringute AS, 2019). Siinse uurimuse autorid soovivad panustada eestlaste finantsteadmiste ja -käitumise vahelise lõhe vähendamisse, analüüsides võimalusi kasutada sotsiaalmeedia gruppe kui ühte potentsiaalset finantshariduse keskkonda, mille kaudu edendada eestlaste finantskäitumist.

„Finantsharidus on info saamise ja omandamise protsess, mille abil tarbijad parandavad oma arusaamist finantstoodetest, -kontseptsioonidest ja -riskidest ning arendavad seeläbi oma oskusi, saades juurde enesekindlust, et teha teadlikke valikuid ning parandada oma rahalist heaolu“ (OECD, 2005). See definitsioon hõlmab endas enam kui vaid formaalhariduses või koolituste kaudu rahatarkuse jagamine, sest kätkeb finantsharidusena ka iseseisvat info otsimist ja muid oskuste omandamise viise. Seega võib rahatarkust arendada ka sotsiaalmeedia rühmas osaledes, blogisid lugedes, mobiilirakendusi kasutades ja guugeldades (Riitsalu, 2019a). Senised uurimused pole sotsiaalmeedia gruppe kui finantskirjaoskuse arendamise viisi veel kuigi palju käsitletud, kuid sotsiaalmeedia kui potentsiaalse finantshariduse edendamise keskkonna võimalusi on märgatud juba varem (Way *et al.*, 2011). Panustame sellesse, uurides Facebooki grupist Kogumispäevik saadud teadmiste seost finantskäitumisega.

Töö eesmärgi täitmiseks on püstitatud järgmised uurimisküsimused:

- 1) Milliseid finantsnõuandeid ja -nippe on Kogumispäeviku grupi liikmed endi sõnul grupist saanud?
- 2) Milliseid grupist saadud finantsnõuandeid ja -nippe on uuringus osalenud endi sõnul realselt rakendatud?
- 3) Millist rolli on Kogumispäeviku liikmete endi hinnangul nende rahatarkuse arendamises mänginud teised grupi liikmed?

Uurimuse tulemused on kasulikud eelkõige finantshariduse pakkujatele, et leida tõhusamaid viise finantskirjaoskust arendada ja seeläbi suurendada rahalist heaolu. Samuti on analüüsi vaja, et kavandada ning rakendada riikliku finantskirjaoskuse edendamise programmi järgmist etappi (2021–2035).

## Rahatarkus ja rahaline heaolu

Viimastel aastatel on hakatud rääkima rohkem rahalisest heaolust (ingl *financial well-being*), mis on finantshariduse lõppeesmärk (OECD, 2005) ning on vastastikusel seoses inimeste üldise heaoluga (Netemeyer *et al.*, 2018). Brügger jt (2017: 229) on rahalist heaolu defineerinud järgmiselt: „tajutud võime säilitada praegust elatustaset ning saavutada soovitud elustiil ja rahaline vabadus tulevikus“, samas rõhutavad Kempson ja Poppe (2018: 13) rahalise heaolu kaaluka komponendina ka rahulolutunnet: „olemasolevate finantskohustustega hakkamasaamine, rahulolu tundmine olevikus ja toimetulek tulevikus“. Riitsalu ja van Raaij (2020) seevastu selgitavad rahalist heaolu kui hinnangut tänastele isiklikele rahaasjadele ja rahalist tulevikuväljavaadet. Eeltoodust ilmneb, et sarnaselt finantskirjaoskuse erinevate kontseptidega pole ka rahalise heaolu defineerimisel üksmeelt. Leidub neid, kes selle üksnes objektiivsete mõõdikutega (nt säästmismäär, varade hulk) hindamist õigeks peavad (Greninger *et al.*, 1996), kui ka neid, kes objektiivseid ja subjektiivseid tunnuseid kombineerivad (Kempson *et al.*, 2017). Veelgi enam, mõned rahalise heaolu hindajad võrdsustavad selle kas osaliselt või täielikult aruka finantskäitumisega (Fu, 2020). Kahtlemata on kaalutletud rahaliste otsuste ja rahalise heaolu vahel tugev seos, kuid nende võrdsustamine on siiski ekslik.

On leitud, et inimese finantskäitumine võib olla märkimisväärselt mõjutatud erinevatest teguritest.

### 1. Individuaalsed tegurid:

- 1.1. Psühholoogilised tegurid – näiteks motivatsioon, enesekindlus, optimism, vastuvõtlikkus kaaslaste mõjule, impulsiivsus, kannatamatus, enesevalitsus (OECD, 2014; Ramalho, 2019; Shephard *et al.*, 2017; Hastings & Mitchell, 2020; Pinjisakikool, 2017).

1.2. Sotsioloogilis-demograafilised tegurid – näiteks etniline kuuluvus, vanus, sugu, sissetulek, haridustase, keel, raamatute arv kodus (Hallahan *et al.*, 2004; Monticone, 2010; Riitsalu & Pöder, 2016).

2. Konteksti mõju:

2.1. Sotsiaalsed normid – normid võivad soodustada paremat finantskäitumist ja mõjuda ka vastupidi (Kiviat & Morduch, 2012).

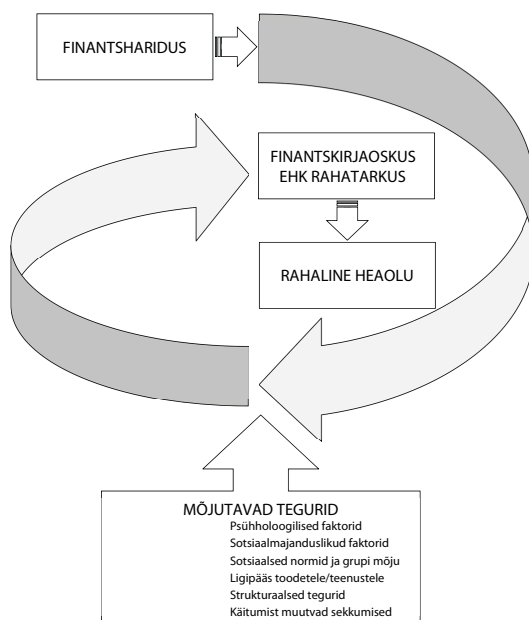
2.2. Valikute arhitektuur ehk milliseid valikuid ja kuidas inimesele esitatakse (Vlaev *et al.*, 2007).

2.3. Sekkumised (ingl *interventions*), mis püüavad teadlikkust tõsta ja finantskäitumist suunata – näiteks panga saadetud sõnumid, mis tulevad meelde säästmise tähtsust ja seatud eesmärgid (Karlani *et al.*, 2016).

3. Majanduslik, sotsiaalne ja kultuuriline keskkond:

3.1. Ligipääs toodetele ja teenustele, mis aitavad teha paremaid finantsotsuseid – näiteks automaatsed pensioniks säästmise lahendused (Kiviat & Morduch, 2012).

Järgmisel joonisel pakuvad autorid välja rahatarkust mõjutavate tegurite ja rahalise heaolu kontseptuaalse mudeli.



**Joonis 1.** Rahatarkuse ja rahalise heaolu kontseptuaalne mudel. Joonis on koostatud OECD, 2018; Netemeyeri jt, 2018; OECD, 2014; Ramalho, 2019; Shephardi jt, 2017; Hastingsi ja Mitchelli, 2020; Pinjisakikooli, 2017; Hallahani jt, 2004; Monticone, 2010; Riitsalu ja Pödra, 2016; Kiviati ja Morduchi, 2012; Karlani jt, 2016; Riitsalu ja van Raaij, 2020 järgi.

Mudel selgitab, et peale finantshariduse mõjutab rahatarkust indiviidi psühholoogiline profiil, sotsiaalmajanduslik taust, sotsiaalsed normid, sarnaste inimeste hoiakud ja käitumine, keskkond ja muud tegurid.

Finantsharidus on rahatarkuse arendamise protsess, mille lõppeesmärk on indiviidide ja ühiskonna üldise rahalise heaolu suurendamine. Näiteks on rahatarkus teadmine, kuidas koostada pere eelarvet, oskus seda teha (nt Exceli tabelit kasutades), positiivne hoiak eelarvestamise suhtes ning realselt kulude-tulude kirjapanek ja analüüs. Rahalist heaolu näitab see, kuivõrd inimene ise tajub, et tal on oma rahaasjade üle kontroll, ta liigub oma eesmärkide täitmise suunas ning on kindel, et ta ei jää rahaliselt hätta ka tulevikus. Nii rahatarkust kui ka rahalist heaolu mõjutab omakorda mitu tegurit. Näiteks enesekindlus ja motivatsioon eelarvet teha, tutvusringkonnas valitsevad sotsiaalsed normid (nt rahaasjadest avatult rääkimine, säästmise populaarsus), sissetulek (nt väiksema sissetulekuga inimesed võivad tunda, et eelarve tegemine on möödapääsmatu, suurema sissetulekuga inimesed aga mõtleavad, et neil pole vajadust oma kulusid jälgida) ning ligipääs toodetele ja teenustele (nt ligipääs arvutile, Exceli tabelile, pangakonto väljavõttele).

### Võimalused rahatarkuse edendamiseks

Üks laialt levinud viise rahatarkuse edendamiseks on finantshariduse pakkumine (Fernandes *et al.*, 2013). Näiteks lõimitakse finantsharidust koolitundidesse, korraldatakse koolitusi ja koostatakse infomaterjale, kus antakse ülevaade finantskontseptsioonidest, -toodetest ja -riskidest, ning selle kaudu eeldatakse, et inimese teadlikkus suureneb ja läbimõeldud otsuste tegemine paraneb (OECD, 2015). Samal ajal on mitu uuringut viidanud sellele, et erisugused finantsharidusprogrammid tõstavad küll teadmiste taset (Kaiser & Menkhoff, 2017), kuid nende mõju inimese tegelikule käitumisele on tihtilugu tagasihoidlik (Atkinson *et al.*, 2015; De Meza *et al.*, 2008; Mandell & Klein, 2009; Miller *et al.*, 2015). Teisisõnu on leitud, et ainuüksi teadmistest ei piisa, et teha paremaid finantsotsuseid ning seeläbi enda ja oma pere rahalist heaolu edendada.

Finantshariduse kriitikud soovivad info jagamise asemel pigem keskenduda käitumuslikele teguritele ja keskkonna kujundamisele, kuna inimesed võivad küll teada, milline oleks arukas valik, kuid ei pruugi seda teadmist rakendada. Otsuseid võivad kallutada psühholoogilised tegurid, hetkeemotsioonid ja kontekst. Seepärast soovivad käitumisökonoomika uurijad (Sunstein, 2020; Thaler & Sunstein, 2018) kujundada valikute arhitektuuri nõnda, et see nügiks inimest endale kasulikuma valiku suunas, ilma teisiti käitumist võimatuks muutmata. Nügmisena saab kasutada vaikimisi seatud

valikuid, meeldetuletusi, tuleviku-mina visualiseerimist ning sarnaste inimeste mõju ja sotsiaalseid norme (Greenberg & Hershfield, 2019; Riitsalu, 2019b). Käitumisökonomika teadmisi on näiteks rakendatud digitaalsete finants-teenuste arendamisel ja leitud viise, kuidas suunata inimesi enam raha kõrvale panema (Lukas, 2020). Teisalt on leitud, et niisugused automatiseeritud teenused toimivad märkamatult ning võtavad inimestelt võimaluse eduelamusest õppida (Riitsalu & Uusberg, 2021).

On leitud, et kui kombineerida käitumisökonomikas kasutatavaid tehnikaid traditsioonilise finantsharidusega, võib see mõjutada inimeste finantskäitumist positiivselt (Riitsalu, 2018). Näiteks Vlaev ja Elliott (2017) leidsid, et personaalselt oluliste finantseesmärkide seadmine ja nende mõju hindamine parandab inimeste rahalist heaolu. Ka on leitud, et eri rühmades moodustuvad mehhanismid (vastastikune toetamine, mõjutamine, tunnustamine ja motiveerimine) on aluseks paremale finantskäitumisele (Peeters *et al.*, 2018). Lisaks on majandusteadlased uurinud rühmi ja nendes toimuvaid otsustusprotsesse ning avastanud, et rühma kuulumine aitab tõhustada indiviidi enesekontrolli ja produktiivsust, mistõttu on inimeste valikud ratsionaalsemad kui individuaalselt tehtud otsused (Charness & Sutter, 2012). Lisaks aitab rühma kuulumine ja selle tegevuses osalemine kaasa soovitud (sh finants-) otsuste langetamisele, mis rühma toeta oleks raskendatud (Charness & Sutter, 2012).

Rühmi-gruppe on võimalik moodustada ka internetis, näiteks sotsiaalmeedia keskkondades, mida kasutab näiteks 72 protsenti Eesti elanikest (Statistikaamet, 2021). Üks kõige populaarsemaid keskkondi on Facebook, mida kasutatakse erinevate tarvete rahuldamiseks, näiteks info otsimiseks (Park *et al.*, 2009), emotsionaalse toe saamiseks (Zhang *et al.*, 2011) või sotsiaalseks interaktsiooniks (Raacke *et al.*, 2008). Uuringutest nähtub, et inimesed liituvad sotsiaalvõrgustikega (sh Facebooki gruppidega) ka selleks, et hoida või suurendada oma sotsiaalset kapitali (Ellison *et al.*, 2007; Joinson, 2008), mis parandab inimeste üldist heaolu (Lin, 2001; OECD, 2001; Putnam, 2000). Ka on leitud, et Facebooki grupid võivad soodustada õpiprotsessi ja teadmiste jagamist, sealjuures võimaldab suurem kaasatus ja grupi tunnetatav toetus vältida õppijate isoleeritust (Stephen, 2014; Öztürk, 2015). Varasemates uuringutes (Way *et al.*, 2011) on kindlaks tehtud, et ka finantshariduse jagamise kontekstis väärtustavad kasutajad sotsiaalmeedia keskkondades toimuvaid arutelusid elukõige seetõttu, et need pakuvad praktilisi nõuandeid, moraalsset toetust ja võimaldavad teiste kogemustele toetuvat õpet.

## Facebooki grupp Kogumispäevik

Kogumispäeviku Facebooki grupi lõi 2017. aasta lõpus AS Swedbank. Grupi kirjelduses seisab: „Grupi eesmärk on luua kogukond inimestest, kes soovivad saada rahatargemaks – säästa raha, leida võimalusi lisatulu teenimiseks, alustada investeerimisega ning parandada enda ja oma pere rahalist heaolu! Jaga oma rahatarkuse nippe ja ammuta inspiratsiooni teiste tegemistest“ (Kogumispäevik, 2020).

Üks grupi looja ja moderaator on artikli esimene autor, kes töötas uuringu tegemise ajal Swedbankis. Seega asuti uuringut tegema siseringi uurija positsioonilt, mis andis uuringu tarvis nii olulised eelteadmised, hea arusaama uuritavast kontekstist (Bell, 2005, viidatud Greene, 2014 kaudu) kui ka sujuvama ligipääsu uuritavale.

2021. aasta jaanuariks oli grupiga liitunud ligi 35 000 inimest (Kogumispäevik, 2021) ehk teadaolevalt on tegemist ühe populaarseima eestikeelset sisu pakkuva ja ettevõtte loodud Facebooki grupiga. Grupi statistikast nähtub, et enamik liitujatest on naised (87%), kuid grupi vanuseline koosseis on üsna kirju – kõige enim on liikmeid vanuses 25–34 aastat (u 45%), 35–44aastaseid on 30 protsenti ja vähemalt 45aastaseid ligikaudu 15 protsenti. Kõige vähem on grupis liikmeid vanuses 18–24 eluaastat (u 10%). Enamik liikmeid on oma elukohaks märkinud Eesti (u 33 000), kuid grupiga on liitunud ka välismaal elavaid eestlasi. Pea pool Eestis elavaid grupiga liitujaid on elukohaks märkinud Tallinna (u 16 000), kuid grupiga on liitunud ka paljud Tartu (u 5200), Pärnu (u 1500) ja Viljandi (u 800) elanikud. Ligikaudu 85% grupi liikmetest on aktiivsed, st nad postitavad, loevad olemasolevat sisu, kommenteerivad ja/või reageerivad teiste loodud postitustele. 2020. aastal tehti gruppi 313 postitust, kirjutati 12 228 kommentaari ja reageeriti olemasolevatele postitustele 36 937 korral.

Iga kuu on Kogumispäeviku grupi fookuses üks teema, mille on tõstatanud grupi moderaatorid, kes on Swedbanki töötajad. Näiteks 2019. aastal käsitleti järgmisi teemasid: eelarve ja eesmärk, toit, rahatarkus, garderoob, transport, puhkus, tervisesport, kooliks valmistumine, uued algused, keskkond, kodu ja pühad. 2020. aastal lisandusid digitarkus, pension ja investeerimine ning ettevõtlikkus ja lisaraha teenimine. Lisaks püstitavad moderaatorid kuu temaga seotud ülesandeid, mille loomisel toetutakse käitumisökonoomika teadmistele – isiklikult oluline, selge tähtajaga ning mõõdetav eesmärk aitab jõuda finantskäitumise muutmiseni (Riitsalu, 2018). Näiteks eesmärkide seadmise ja eelarve kuul kutsuti inimesi üles pidama eelarvet ja leidma kohti, kust saaks kümme protsenti kokku hoida.

Lisaks Swedbanki töötajatele on Kogumispäeviku grupi moderaatoritena tegevad ka mõned sotsiaalmeedias tuntud mõjuisikud ehk suunamudijad, kelle ülesanne oli igal kuul oma isiklikke kogemusi jagada ning seeläbi grupi liikmeid innustada.

## Metoodika

### Andmekogumine

Lähtudes töö eesmärgist ja püstitatud uurimisküsimustest, on uuringus kasutatud fenomenoloogilist uuringustrateegiat (Laherand, 2008) ning kvalitatiivset uurimisviisi, kuna selline lähenemine aitab luua rikkalikke ja detailseid kirjeldusi inimeste käitumisest ja arvamustest (Savenye & Robinson, 1996). Meetodi valikut aitas suunata tõik, et tänu suuremale paindlikkusele eelistatakse delikaatsete valdkondade (nt inimeste isiklikud rahaasjad) uurimisel kvalitatiivset lähenemist (Hancock *et al.*, 2007).

Andmete kogumiseks tehti neli rühmaintervjuud Kogumispäeviku gruppi kuuluvate inimestega (N = 15). Meetodit valides sooviti osalejate jaoks luua olukord, kus nad saaksid oma vaateid ja arvamusi esitada kaaslaste mõttearenduse kontekstis, nendega nõustuda või neile vastu vaielda ja seeläbi üheskoos avastada analüüsitava teema eri tahke (Patton, 2002). Samas olid autorid teadlikud meetodi kitsaskohtadest. Näiteks tõigast, et rühmaintervjuudes osalejad võivad enda teadmatus peitmiseks vastuseid välja mõelda (Krueger & Casey, 2009), aga ka teiste osalejate halvaks panu kartuses enda kogemustest mitte rääkida (Liamputtong, 2011). Samuti arvestati võimalusega, et mõningate teemade puhul võivad saadud info ja teadmised jääda liiga pealiskaudseks (Hopkins, 2007).

Nii nagu muude kvalitatiivsete uurimismeetodite puhul, tuleb ka rühmaintervjuud tehes silmas pidada, et uurija ei saa olla uuritavast sõltumatu, sest uurimistulemused saadakse vastastikusel suhtlemisel (Õunapuu, 2014). Artikli esimene autor on Kogumispäeviku grupi üks loojatest ja moderaatoritest, seega oli tema siseringi uurija positsioonis ehk uurija oli osaks sellest sotsiaalsest grupist, organisatsioonist ja kultuurist, mida uurima asuti (Greene, 2014). Tabelis 1 on esitatud mõned potentsiaalsed siseringi uurijaks oleku eelised ja probleemid ning avatud lähemalt, kuidas neid siinses uurimuses arvesse võeti.



**Tabel 1.** Siseringi uurija eelised ja probleemid ning nendega arvestamine

Eelised	Probleemid	Kuidas võeti arvesse?
<p><b>Teadmised.</b> Siseringi uurijatel on tihti eelteadmised ja parem arusaamine uuritavast kontekstist (Bell, 2005, viidatud Greene, 2014 kaudu). Seetõttu ei ole nad ka suurema tõenäosusega kinni stereotüüpides ega anna osalejatele hinnanguid (Aguiler, 1981, viidatud Greene, 2014 kaudu).</p>	<p><b>Objektiivsus.</b> Uurija liigne lähedus uuritava kogukonnaga võib viia objektiivsuse vähenemisele (DeLysler, 2001; Hewitt-Taylor, 2002, viidatud Unluer, 2012 kaudu). Siseringi uurija võib alateadlikult interpreteerida andmeid ja teha valesid järeldusi, toetudes oma varasemale teadmisele (Unluer, 2012).</p>	<p><b>Refleksiivsus, teadlikkus probleemidest.</b> Võeti eesmärgiks hoida uuritavatega emotsionaalset ja sotsiaalset distantsi. Enne intervjuusid tutvustas intervjuueerija end kui üliõpilasest uurijat, mitte kui grupi moderaatorit.</p> <p>Siiski tekkis paaril korral olukord, kus intervjuu käigus pöördusid osalejad uurija poole, oodates justkui enda öeldule kinnitust või küsides täpsustavaid küsimusi. Uurija proovis teadlikult hoida neutraalset joont, andes lühikesi jah-ei-vastuseid ning suunates diskussiooni tagasi informantidele.</p>
<p><b>Ligipääsetavus ja interaktsioon.</b> Siseringi uurijad on grupi ja selle ülesehitusega tuttavad ning seetõttu on neil lihtsam uuritavatele läheneda (Aguiler, 1981, viidatud Greene, 2014 kaudu). Samuti suudavad nad luua loomuliku suhtlusõhkkonna, mis soodustab ausalt rääkimist (Bonner &amp; Tolhurst, 2002).</p>	<p><b>Kallutus.</b> Siseringi uurija on uuritavale liiga lähedal, mistõttu ei pruugi ta provokatiivseid või ebamugavaid küsimusi esitada (Merriam <i>et al.</i>, 2001). Uurija isiklikud uskumused, kogemused ja väärtused võivad mõjutada uurimuse metodoloogiat ja/või tulemusi (Greene, 2014).</p>	<p>Nii intervjuusid tehes kui ka andmeid tõlgendades prooviti hoiduda enda eelduste, uskumuste ja teadmiste peegeldamisest.</p>

Eeltoodust nähtub, et ei siseringi ega n-ö välisel uurijal ole monopoolseid eeliseid ega täielikku objektiivsust (Chavez, 2008). Siinse uurimuse puhul oli siseringi uurija positsiooni kasutamise üks suurimaid eeliseid see, et tänu sellele pääseti ligi uuritavale grupile ning mõisteti paremini grupi üldisi toimimis- põhimõtteid (nt grupi ülesehitus, käsitletud teemad, esitatud väljakutsed).

Rühmaintervjuud toimusid 2019. aastal aprillist novembrini. Gruppide suurus varieerus kolmest kuue inimeseni, kolm rühmaintervjuud tehti Tallinnas ja üks Tartus. Ühe rühmaintervjuu kestus oli keskmiselt 50 minutit ja nende tegemisel toetuti varem koostatud intervjuukavale, mis võimaldas muuta küsimuste järjekorda ja esitada täpsustavaid küsimusi (Lepik *et al.*, 2014). Intervjuu põhiosa koosnes kolmest küsimuste plokist. Esmalt paluti osalejatel rääkida, mis motiveeris neid Kogumispäeviku grupiga liituma; seejärel paluti neil meenutada nende jaoks kõige enam kõnetanud teemasid ja tuua näiteid, kuidas on gruppis jagatud nõuanded igapäevaelus rakendust leidnud.

Intervjuud salvestati diktofoni ja telefoni abil ning hiljem transkribeeriti, kasutades TalTechi keeletehnoloogia labori loodud programmi (Advanced Rich Transcription System for Estonian Speech). Transkriptsioonide lõplik maht oli 74 lehekülge.

## Valim

Autorid soovisid valimi moodustada nn ideaalsetest küsitletavatest (vt Rämmer, 2014) ehk lähtuti suunatud valiku strateegiast. Kuna uurimuse üks eesmärke on välja selgitada grupist saadud finantsnõuanded ja nende rakendamine elus, valiti ühendavaks tunnuseks grupi liikmelisus ja staaž (vähemalt kuus kuud), kuna eeldati, et see on aeg, mille puhul on inimene jõudnud gruppi juba mõnda aega jälgida ning mäletab põhjuseid, mis ajendasid teda liituma.

Osalejate värbamiseks valis grupi moderaatori rollis olnud artikli esimene autor valimi kriteeriumidele vastavad isikud grupist välja ja saatis uuringus osalemise kutse. Kuna kutsele reageeris positiivselt kõigest kaks kirja saanut (30st), otsustati valimi värbamise strateegiat muuta ning postitati uuringus osalemise kutse avalikult grupi seinale. Avalikule üleskutsele vastas viis grupi liiget. Kuna eelnevad valimi moodustamise strateegiad ei toonud loodetud tulemust, otsustati osalejad leida mugavusvalimi abil. Artikli esimene autor pöördus uuringus osalemise kutsega enda tuttavate poole, kes olid Kogumispäeviku grupi liikmed.

Kolme strateegiat kombineerides värvati rühmaintervjuudesse osalema 15 Kogumispäeviku grupi liiget. Kõik osalejad olid naised, kellest üheksa kuulusid vanusegruppi 18–29 aastat ning kuus vanusegruppi 30–49 aastat. Täpsem valimi kirjeldus on esitatud tabelis 2.

**Tabel 2.** Rühmaintervjuu valimi kirjeldus

Nimi	Vanuse- vahemik	Pere tüüp	Põhitegevus	Neto- sissetulek
Osaleja K	18–29	Suhtes / elab elukaaslasega	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja ja üliõpilane	901–1200 €
Osaleja M	18–29	Suhtes / elab elukaaslasega	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja P	30–49	Suhtes / elab elukaaslasel ja alla 18-aastaste lastega (3 last)	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja B	18–29	Elab üksi	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja ja üliõpilane	901–1200 €

Nimi	Vanuse- vahemik	Pere tüüp	Põhitegevus	Neto- sissetulek
Osaleja KL	18–29	Elab üksi	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1501–2000 €
Osaleja I	30–49	Elab üksi	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja KK	30–49	Suhtes / elab elukaaslase ja alla 18-aastaste lastega	Ettevõtja / iseendale tööandja	1201–1500 €
Osaleja J	30–49	Elab abikaasaga	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja IT	30–49	Suhtes / elab elukaaslasega	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja KIK	18–29	Elab üksi	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja, üliõpilane	1201–1500 €
Osaleja MK	18–29	Elab abikaasa ja alla 18-aastaste lastega (1 laps)	Lapsepuhkusel, üliõpilane	1201–1500 €
Osaleja IS	30–49	Suhtes / elab elukaaslase ja alla 18-aastaste lastega (2 last)	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja PL	18–29	Elab üksi	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	501–900 €
Osaleja T	18–29	Suhtes / elab elukaaslasega	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1201–1500 €
Osaleja A	18–29	Suhtes / elab elukaaslasega	Täis- või osalise tööajaga palgatöötaja	1501–2000 €

## Analüüsiprotseduur

Andmete analüüsimiseks on kasutatud horisontaalset analüüsi ehk autorite eesmärk oli võrrelda konkreetsete (ala)teemade käsitlemist kõigis rühma-intervjuudes (Kalmus *et al.*, 2015). Selline meetod võimaldab otsida seoseid, erinevusi ja sarnasusi uuringus osalenute arvamuste ja kogemuste vahel ning seeläbi luua uut teadmist (Khan & VanWynsberghe, 2008). Transkriptsioonide analüüsiprotsessis kasutati kvalitatiivse andmeanalüüsi programmi Nvivo.

Esmalt loeti kõik transkriptsioonid läbi ning märgiti tekstis ära olulisemad tekstilõigud, laused ja sõnad ning lisati neile märksõnad ehk koodid. Avatud kodeerimisel tuletati koodid tekstist ning anti tekstilõikudele, lausetele või sõnadele üksikasjalikud tähendused (Kalmus *et al.*, 2015). Kombineerides rida-realt analüüsi, mille käigus anti igale lausele ja lause osadele (sõnad, väljendid) teksti sisu kirjeldavad koodid, ning lause ja paragrahvi analüüsi; tekkisid esialgsed koodid (nt säästmine, käitumise muutus, kogemuste saamine ja jagamine, grupi toetuse tunnetamine), mis hakkasid rühma-intervjuudes korduma.

Järgmises etapis otsiti andmetes koodidele vastavaid tekstilõike, samal ajal avastades ja lisades uusi, mis olid ajendatud teoreetiliste ja empiiriliste lähte-kohtade sünteesist. Moodustused järgmised kategooriad: assotsiatsioonid grupiga, huvipakkuvad teemad, grupist saadud finantsteadmised-nõuanded, käitumuslikud muutused, grupis moodustunud mehhanismid, näiteks vastastikune toetamine, mõjutamine, tunnustamine ja motiveerimine.

## Tulemused

### Grupist saadud finantsnõuanded ja nende rakendamine

Selleks, et tuvastada, milliseid finantsnõuandeid ja -nippe on Kogumispäeviku grupi liikmed grupist saanud, paluti intervjuueeritaval esmalt nimetada teemasid, mis on neid grupis kõige rohkem kõnetanud. Osalejad mainisid enim toidu ja eelarve pidamisega seotut, kuna need on kõige igapäevasemad ja aktuaalsemad. Intervjuudest nähtus, et nõuandeid ja nippe on saadud veel laste, reisimise, garderoobi, laenude, liisingute ja kindlustuste teemal.

Osalejad töid grupist saadud nõuannete plokis kohe näiteid ka sellest, kuidas nad on grupist saadud nippe praktikas rakendanud, ehk kirjeldati olukordi, kuidas grupist saadud soovitude abil püüti parendada enda rahalist heaolu (vt tabelit 3).

**Tabel 3.** Grupist saadud nõuannete rakendamise näited

Kategooria	Tegevus	Tsitaat
Säästmise	Säästukonto avamine	„Mina tegin endale teise pangakonto ilma kaardita. Kohe kui palga kätte saan, siis ma samal päeval kannan nii paarsada eurot teisele kontole. Ja teadlikult ei puutu seda üldse.“ (Osaleja K)
	Püsikorralduse sõlmimine ja säästmise automaatseks tegemine	„Mind on küll hullult palju aidanud see, et... Tihtipeale, mis inimesed teevad, vahet ei ole, kas sa saad viissada eurot või tuhat viissada eurot palka, sul on ikka kuu lõpuks raha otsas. Aga kui sa kiirelt kuu alguses kuskile silma eest ära raha kannad, on väga hästi. Sest vahepeal oligi, et ma suve alguses olin haiguslehel küllaltki pikalt. Mõtlesingi, et okei, äkki nüüd ma lasen siis lödvemalt ja võtan selle otsekorralduse maha. Aga siis ma ei osanud teha seda ja ta ikkagi läks ära. Ja ülihästi töötas!“ (Osaleja A)
Eelarvestamine	Kulude ja tulude ülesmärkimine ja jälgimine mobiilirakenduse abil, eelarvestamine Exceli tabeli abil	„Minu puhul näiteks see kulude märkimise äpp, et ma kasutan seda. Ja ma tõenäoliselt selle leidsin ikkagi sellest Kogumispäeviku grupist. Siis siimaani, peaaegu aasta aega kasutan seda.“ (Osaleja KK)  „Mina võtsin ka välja sealt (grupist) selle tabeli ja eelarvestasin ära.“ (Osaleja M)

Kategooria	Tegevus	Tsitaat
Inves- teerimine	Investeeringisega alustamine	„Mina mäletan seda investeeringusteemat. Sealt ma küll lugesin neid kokkuvõtteid ja soovitusi ja ma olen natukene rakendanud neid. Olen teinud algust investeeringisega ja portfelliidega. Et need (teemad) võivad küll korduda, aga alati iga kord jääb midagi külge ja annab julgust külge. Ja neid ideid ka. Olen esimesed ostud ära sooritanud ja jälginud turge natukene.“ (Osaleja B)
Argised teemad	Lõunate kaasa tegemine, poeskäikude vähendamine, e-poest toidu tellimine	„Ma tellin kõik toidu e-poest. Et see nipp on jäänud kehtima.“ (Osaleja M)  „Mul tuli vahepeal seoses toiduga meelde lõunate kaasa tegemine. Üliihtne asi, aga aasta-kaks tagasi ma absoluutselt ei tegelenud sellega.“ (Osaleja K)
	Igapäevaste praktiliste nõuannete rakendamine	„Mina võin öelda, et mis on ka kõige rohkem muutnud minu käitumist, on need hästi mingid praktilised asjad. A la, et nõudepesumasina tablette saab pooleks lõigata ja see kestab kaks korda kauem.“ (Osaleja KK)
	Autoga sõitmise vähendamine	„Ma proovisin vähendada autoga sõitmist. Et linna ääres elades ei tule see väga hästi välja, aga kui linna oli asja või töö juurde, siis ma üritasin ikkagi ühistranspordiga tulla. Seda ma küll üritasin ja nii palju, kui oli võimalik. Et hakkasin mõtlema ikka selle peale ka, et ei ole vaja autoga nii palju sõita.“ (Osaleja MK)

Tabelist 3 nähtub, et grupist saadi nõuandeid, mida rakendati nii säästmise, eelarvestamise kui ka investeeringisega seotud valdkondades. Võib väita, et regulaarne säästmine, kulude ja tulude jälgimine ja planeerimine ning investeeringu tuleviku kindlustamiseks on ühed finantskäitumise nn tuumelemendid, mis tagavad suurema tõenäosusega pere rahalise heaolu. Lisaks peetakse just neid valdkondi eestimaalaste rahatarkuse põhilisteks kitsas-kohtadeks (Turu-uuringute AS, 2019).

Rühmaintervjus osalejatel uuriti ka selle kohta, kuidas on grupi mode-  
raatorite väljapakutud ülesanded neid kõnetanud ja realselt tegutsema  
pannud. Nähtus, et mitmed olid sellistest väljakutsetest osa võtnud ja vähe-  
masti proovinud seeläbi oma finantskäitumist muuta, ehk tehtud üleskutsed  
toimised paljude liikmete jaoks nügimisenä. Samas tuleb tõdeda, et interv-  
juudest kuuldu pinnalt ei saa väita, et need sekkumised oleksid kaasa toonud  
püsivat käitumise muutust.

„Jah ja lisaks see toiduasi. Proovisin hakkama saada, aga kuna jaanuar oli  
jälle selline sünnipäevaderohke kuu, et siis ikkagi läks üle eelarve. Poleks  
olnud neid üritusi, oleks ilusti hakkama saanud, aga lihtsalt. Tead, proovisin  
seda, aga ei mahtunud sinna piiridesse.“ (Osaleja MK)

Kokkuvõttes võib öelda, et grupist saadud nõuandeid rakendati nii argistes tegevustes (nt toidu e-poest tellimine, autosõitude vähendamine) kui ka üldistes rahatarkust laiemalt hõlmavates tegevustes (nt regulaarse säästmise ja investeerimise alustamine, eelarve pidamine). Samuti võib väita, et grupis püstitatud ülesanded mõjusid nügimisenä ning panid inimesi oma käitumist muutma või vähemalt sellele mõtlema.

### Teiste grupiliikmete roll

Varasematest uuringutest nähtub, et sarnaste inimeste mõju on nii finantskäitumise suunamisel (Beshears *et al.*, 2015; Bursztyn *et al.*, 2014) kui ka hoiakute kujundamisel tõhus, ning toetab teiste kogemusest õppimist (Riitsalu, 2018). Täpsemalt kaardistati teiste grupiliikmete rolli küsimustega, mis olid seotud teiste liikmete kogemuslugude lugemise ning reageeringute (nt kommentaarid, meeldimised, postituste jagamised) ja teiste grupiliikmete toetuse tunnetamisega. Lisaks toodi teiste liikmete ja kogukonna rolli ning selle olulisust esile siis, kui küsiti, mis on intervjueritavate arvates grupi juures kõige olulisem.

Analüüsist nähtub, et kõige enam väärtustatakse arvamuste ja kogemuste paljusust ja mitmekesisust ning võimalust seeläbi enda silmaringi laiendada. Samuti peeti oluliseks, et grupp peegeldab päriselu, kust saab lugeda teiste inimeste kogemusi ja nõuandeid, mis on reaalsed, ausad ning ilustamata:

„Sa ei saa seda infot kuskilt mujalt. Sa võid minna SEB blogisse ja lugeda, et meie keskmine intress on see ja see, aga mis see nagu... Kuidas keegi oli endale kaubelnud väiksema (intressi). See on nagu päriselu ja saad päris läbilõike.“ (Osaleja M)

Oluliseks peeti ka grupi toetavat ja inspireerivat õhkkonda, mis hoiab grupi liikmeid õigel teel ning motiveerib olukordades, kus tekib mõte näiteks raha kulutada. Lisaks toodi esile seda, et grupp tuletab säästmise olulisust pidevalt meelde, toimides seeläbi eduka sekkumisena. Teisisõnu nähtus, et Kogumispäeviku grupis osalemine aitas toetada käitumuslikke ja psühholoogilisi tugeid, mis omavad olulist rolli indiviidi finantskäitumise kujundamises.

„Mina arvan, et minu jaoks on Kogumispäevik nagu motivaator, selline punane tuleke kuskil kogu aeg vilgub. Et ei pea iga päev käima poes, peab mõtlema keskkonna peale, säästmise peale, vot see motiveerib. Kui sul on kogu aeg pilt ees. Et no telefon on alati käes. Kui keegi jälle kirjutab, siis tuletab meelde seda.“ (Osaleja IT)

Osalejad nimetasid Kogumispäevikut kogukonnaks, kust saadakse kinnitust, et säästlik elu- ja mõtteviis on normaalne, ehk grupis jagatavaid mõtteid tunnetati sotsiaalse normina, millest enda käitumisel lähtuda.

„Selles nii-öelda *community*'s ongi lahe see, kui sa käitud normaalselt oma rahaga. Versus see, et sul võivad ju pere ja sõbrad olla ümber, kui nad ei ole ka nagu selle teema sees, siis nemad ju võivadki olla hoopis teistmoodi meelesstatud.“ (Osaleja A)

Grupp pakub paljudele samastumisvõimalust ehk grupis domineeriv sarnaste inimeste mõju aitas käivitada parema finantskäitumise aluseks olevaid positiivseid mehhanisme (vastastikune motiveerimine, tunnustamine, mõjutamine). Peamiste motiveerivate eeskujudena toodi välja grupis tegutsevaid suunamudijaid. Näiteks kui üks pereema inspireerus kõige enam suunamudija kogemustest, kel olid ka endal lapsed, siis teise intervjuueritava käitumist aitas kõige enam suunata keskkonnateemasid väärtustav mõjuisik. Lisaks saadi innustust ka grupi taval liikmetest.

## Arutelu ja järeldused

### Kogumispäeviku grupist saadud finantsnõuanded ja -nipid

Grupi liikmed pidasid Kogumispäeviku gruppi teadmiste ja kogemuste baasiks, kust saab finantsnõuandeid ja -nippe erisuguste rahaga seonduvate temade kohta. Seda leidu toetavad ka varasemad Facebooki gruppide empiirilised uuringud, millest nähtub, et grupid soodustavad uute teadmiste saamist ja õppimist (Stephen, 2014; Öztürk, 2015). Sarnane mitteformaalne õppimine toimus ka Kogumispäeviku grupis.

Eelkõige on grupist saadud argiste temade kohta praktilisi nõuandeid, mida on jaganud teised liikmed. Sarnast tendentsi märkasid ka Way jt (2011), kes uurisid rahateemalisi blogisid ja foorumeid ning avastasid, et sealsed diskussioonid vastanduvad laialt levinud rahatarkuse diskursustele (nt eeldus, et teadmised eri finantskontseptsioonidest on aluseks paremale finantskäitumisele) ning on palju praktilisemat stiili. Nad tõdesid, et sellist tüüpi suhtlus (personaalsete kogemuste jagamine) ja formaat (sotsiaalmeedia) on kohati väga efektiivne viis rahatarkuse arendamiseks (Way *et al.*, 2011).

Peale argiste nippide saadi grupist ka nõuandeid, mis olid seotud eelarvestamisega. Näiteks on grupist leitud konkreetseid abivahendeid, kuidas enda kulusid ja tulusid jälgida ning analüüsida. Hiljutise eestimaalaste rahatarkuse uuringu järgi ei koosta eelarvet koguni 57 protsenti elanikest (Turu-uuringute AS, 2019).

Võib väita, et eelarve puuduliku planeerimise tõttu on inimestel ka vähe sääste, mis muudab neid omakorda finantsiliselt väga haavatavaks. Lisaks pärsib selline lühiajaline planeerimine pikaajaliste plaanide tegemist ja tuleviku kindlustamist (nt pensioniks raha kogumist). Seega väärriks see leid Kogumispäeviku grupist edasist uurimist, et täpsemalt tuvastada eelarve tegemise head tavad eesmärgiga neid laiemalt levitada.

Kogumispäeviku gruppi kasutatakse ka kui otsingumootorit, kui soovitakse huvipakkuvat teema kohta infot leida. Lisaks teiste arvamuste lugemisele küsitakse grupist vajaduse korral ise soovitusi. Näiteks toodi esile, et kodulaenuga seotud küsimustes pöörduetakse enne Kogumispäeviku gruppi kui pankade ametlikele kodulehekülgedele. Sellist käitumist on kirjeldanud Charness ja Sutter (2012), kes väidavad, et enne oluliste otsuste langetamist konsulteerime kellegagi ehk meie otsused baseeruvad mingitel gruppidel.

On leitud, et sotsiaalmeediakasutust (nt majanduslehekülgede jälgimist) saab mõningal määral seostada suurema finantsteadlikkusega (Karaa & Kuğu, 2016). Finantsteadmised on omakorda alus informeeritumate finantsotsuste tegemisele (van Rooij *et al.*, 2011). Võib oletada, et Kogumispäeviku grupi liikmed on samuti tänu grupist saadud infole suurema finantsteadlikkusega, sest osa informante mainis, et nende teadlikkus on suurenenud tänu sellele, et nad lihtsalt näevad ja loevad grupis olevat infot ning seetõttu on hakanud ka rohkem raha säästma. Paraku on selle oletuse täpsemaks uurimiseks siinse töö raames kogutud andmed ebapiisavad, kuid seda oleks huvitav edaspidi uurida.

Lisaks selgus, et mitu informanti sai grupist küll uut infot ja enesekindlust, kuid ei kasutanud neid teadmisi oma käitumise muutmiseks. Seega läheb see tulemus kokku pigem uuringutega, mis väidavad, et ainuüksi teadmistest ei piisa, et teha paremaid finantsotsuseid (De Meza *et al.*, 2008; Miller *et al.*, 2015; Atkinson *et al.*, 2015), vaid rahatarkust mõjutavad mitmed tegurid (vt joonist 1).

Seega saab tõdeda, et Kogumispäeviku grupp aitas liikmete teadmisi suurendada eeskätt praktiliste finantsnõuannete ja -nippide pakkumise kaudu. Just praktilised teadmised on need, mida on autorite hinnangul seni rahatarkuse edendamises alahinnatud. Kui püüda säästmise ja investeerimise olulisusest rääkida inflatsiooni ja liitintressi kontseptsioonide selgitamise kaudu, ei ole see paljude inimeste jaoks arusaadav ega rakendatav. Ehk vaja on leida viise, kuidas nendest teemadest rääkida lihtsalt, ja alustada valdkondadest, mis puudutavad inimeste igapäevaelu kõige rohkem. Siis, kui esimesed edulamad on kätte saadud, saab liikuda edasi teemadega, mis puudutavad näiteks pikaajalist investeerimist.



## Grupist saadud nõuannete rakendamine ja teiste grupiliikmete roll

Rühmaintervjuudes osalejad kinnitasid, et on saanud Kogumispäeviku grupist nõuandeid, mida nad on ka praktikas rakendanud. Kui osa välja toodud tegevusi olid ühekordsed (nt prooviti autoga sõitmist vähendada ja liikuda rohkem jalgsi või ühissõidukiga), siis valdav osa näiteid toodi püsivate harjumuste muutmise kohta (nt teise pangakonto avamine ja püsikorralduse sõlmimine, e-poest toidu tellimine, eelarve pidamine). Seega oli kohati tuvastatav grupist saadud nõuannete ja finantskäitumise vaheline positiivne seos. Küll aga ei saa väita, et see seos oli täiesti lineaarne, sest tegeliku käitumise taga võib olla peale teadmiste ka mitu muud tegurit (nt psühholoogilised; OECD, 2014; Ramalho, 2019; Shephard *et al.*, 2017; Hastings & Mitchell, 2020; Pinjisakikool, 2017).

Tulemustest ilmnes ka teiste grupiliikmete oluline roll, kes peale teadmiste ja kogemuste jagamise ka kaaslasid motiveerisid ning õigel rajal hoidsid. Ehk Kogumispäeviku grupp toimis kui tõhus sekkumine, mis tuletas grupi liikmetele pidevalt meelde säästmise olulisust. Seetõttu hakkasid liikmed justkui alateadlikult paremini käituma (nt rohkem raha kõrvale panema ja igapäevaseid oste läbi mõtlema). Samasuguste meeldetuletuste efektiivsust on uuritud näiteks hariduses ning leitud, et lastevanematele saadetud tekstisõnumid soovitusetega, kuidas aidata lapsel õppida lugema ja kirjutama, suurendasid laste õppimise kasutegurit (Thaler, 2018). Seega sellised lihtsad meeldetuletused toimivad ja nende mõju käitumisele ei tasu alahinnata. Küll aga vääriks see leid edasist uurimist, et täpsemalt tuvastada, millist tüüpi sõnumid, postitused ja formaadid inimesi kõige rohkem on kõnetanud.

Kogumispäeviku grupist saadud nõuannete rakendamise juures on rolli mänginud ka grupis tekkinud usaldussuhe ja sotsiaalne kapital, mis omakorda aitab suurendada inimeste üldist heaolu (Putnam, 2000). OECD (2001) sõnul hinnatakse sotsiaalset kapitali tavaliselt gruppides tekkiva usalduse, kaasatuse või interaktsiooni järgi. Intervjuudes toodi positiivsena esile teiste inimeste reaalseid, ausaid ja ilustamata kogemusi ning soovitusi (nt laenude teemal) mis peegeldab grupi liikmete vahel tekkinud usaldust. Grupi statistikast ilmneb, et gruppi luuakse aktiivselt postitusi ning loetakse, kommenteeritakse ja jagatakse teiste loodud sisu. Võib arvata, et Kogumispäeviku grupis tekkinud sotsiaalne kapital on liikmete rahalist heaolu edendanud, olgugi et selle kindlaks väitmiseks on siinse töö raames kogutud andmed ebapiisavad.

Kogumispäeviku grupis on tekkinud ka sotsiaalsed normid, mis väärtustavad säästmist ja rahatarkust laiemalt ning annavad kinnitust, et grupiliikmete mõtte- ja eluviis on ühiselt jagatav norm, isegi kui tutvusringkonnas valitsevad teised väärtused. Seda leidu toetavad varasemad uuringud, mille järgi on grupi sotsiaalsed normid olulised mõjurid, mis suunavad nii inimeste käitumist kui ka hoiakuid (Johnston & White, 2003; Åstrøm & Rise, 2001; Terry *et al.*,

1999). Sotsiaalseid norme võib nimetada üheks nügimisvõtteks (Thaler & Sunstein, 2018), mille kaudu juhitakse tähelepanu soovitud käitumisele. Leidub uuringuid eri valdkondadest (nt elektri säästmise, prügi sortimine), mis on tuvastanud sotsiaalsete normide kaudu inimeste käitumise positiivses suunas nügimise (Allcott, 2011; Czajkowski *et al.*, 2019), kuid hiljutine rahatarkuse valdkonna uuring tuvastas, et raha säästmise puhul tulemused nii positiivsed ei olnud – inimesed küll hakkasid säästmise peale rohkem mõtlema, kuid nende säästude määr ei suurenenud (van Garderen, 2018). Seega saab siinse töö tulemuste põhjal vaid oletada, et grupis tekkinud normid ja väärtused on nügitud inimeste finantskäitumist, kuid nende seoste uurimiseks on vaja teha lisauuringuid.

Kokkuvõttes võib väita, et Kogumispäeviku grupp toimib finantshariduse kanalina, mis jagab teadmisi ja nügib inimeste finantskäitumist – pakkudes praktilisi teadmisi ja tuge, andes motivatsiooni ja püstitades konkreetseid ülesandeid, on see muutnud paljude grupiliikmete tegelikku käitumist. Seega võib öelda, et selline lähenemine on üks viise, mis aitab eestimaalaste rahatarkust arendada. Lisaks on sotsiaalmeedial põhineval rahatarkuse platvormil mitu olulist eelist võrreldes näiteks silmast silma seminaride vms formaatidega – seda on võrdlemisi soodne teha ja see jõuab paljude huvilisteni korraga. Sellise keskkonna väärtus on pandeemia tingimustes veelgi tõusnud.

### Uuringu piirangud

Uuringu üheks puuduseks võib nimetada tööka, mis tuleneb rühmaintervjuu meetodi (ja ka laiemalt kvalitatiivsete meetodite) üldisest kasutamisest – representatiivse rühma kokkusaamine ja üldistuste tegemine. Kriitikud on välja toonud, et kvalitatiivse uuringu tulemused ei ole üldistatavad laiemale elanikkonnale, sest kasutatud valim on liiga väike ja valitud sihilikult (Hancock *et al.*, 2007). Ka siinse töö valim oli homogeenne – osalejad olid soo, vanuse jt tunnuste poolest üsna sarnased. Teisalt peegeldas see valim nii töö fookuses olevat rühma kui kattus ka soolises lõikes Eesti perede üldise nn majandamis-mudeliga, mille järgi jäetakse igapäevaelu kulutused rohkem naiste õlule (Eesti Konjunkturiinstituut, 2017). See võib olla ka põhjuseks, miks toodi rühma-intervjuudes välja rohkelt nippe, mis olid seotud just igapäevaste ja praktiliste teemadega.

Oluline on ka tõdeda, et Kogumispäeviku grupp on loodud kommertspanga poolt, kelle peamine eesmärk on teenida kasumit. Kogumispäeviku grupi kirjelduses on sedastatud, et grupi fookuses on rahatarkuse edendamine, kuid tegelikud ajendid grupi loomisel ja haldamise juures võivad olla kas otseselt või kaudselt turundusliku iseloomuga.

Kolmandaks piiranguks võib pidada asjaolu, et uuringus kasutati siseringi uurija positsiooni. Kriitikud on väitnud, et siseringi uurijal võib tekkida probleeme objektiivsusega ning uurija võib alateadlikult interpreteerida andmeid ja teha valesid järeldusi, toetudes oma varasemale teadmisele (Unluer, 2012; Merriam *et al.*, 2001). Olgugi et rühmaintervjuude tegija oli siseringi uurija, toetuti küsitluskava kokkupanekul Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudi õppeaine „Fookus-grupp“ lektori juhustest ja soovitustest ja materjali analüüs toimus kolme autori koostöös. Selliste valikute toel püüti välistada võimalike meelevaldsete tõlgenduste tegemist siseringi uurija poolt.

### **Soovitused tulemuste rakendamiseks ja edasisteks uurimusteks**

Autorite hinnangul on sotsiaalmeediat rahatarkuse edendamise eesmärgil seni kasutatud eelkõige turunduskanalina (nt erinevate portaalide ja algatuste reklaamimiseks, auhinnamängude korraldamiseks). Teadaolevalt ei ole sotsiaalmeedia grupe kui sisulise finantshariduse kanali ja finantskäitumise arendajana varem vaadeldud. Siinse uurimuse empiirilised tulemused seevastu näitavad, et sotsiaalmeedia grupp saab rahatarkust edendada ja on seega arvestatav finantshariduse kanal. Võrreldes traditsioonilisemate finantshariduse jagamise viisidega on sotsiaalmeedia gruppide moodustamise peamiseks eelisteks inimeste suurem kaasatus, sagedasem ja pikaajalisem kokkupuude, sarnaste inimeste kogemustest õppimine, platvormi kuluefektiivsus ning käitumisökonomika teadmiste rakendamine tegeliku käitumise suunamiseks. Lisaks on pandeemiast tingituna inimeste valmisolek distantsilt õppida kasvanud, mis omakorda suurendab nõudlust sarnaste virtuaalsete keskkondade järgi.

Kogumispäevikut kui finantshariduse kanalit saab siinse uuringu tulemustest lähtuvalt edasi arendada. Näiteks saab grupis tekkinud kogukonnatunnet hoida ja tugevdada, korraldades ühisüritusi. Virtuaalses keskkonnas kohtumiseks saab korraldada veebiseminare ja *live*-viktoriine, mille kaudu liikmeid motiveerida, inspireerida ja teadmisi jagada. Kuna paljud grupi liikmed jälgivad suunamudijate tegemisi, tasuks leida rohkem erisuguse taustaga mõjuisikuid, kellega liikmed saaksid samastuda ja seeläbi innustuksid oma rahaasju paremini korraldama.

Kogumispäeviku-sarnaseid grupe saab luua muudes valdkondades, sest tulemustest nähtus, et sotsiaalmeedia grupp kui informaalne keskkond toetab ja soodustab sotsiaalset õppimist.

Kuna sinne töö tuvastas käitumise selliseid muutusi, mis võiksid teoorias suurendada inimese rahalist heaolu ka pikemas perspektiivis, tasuks seda teemat edasi uurida. Samuti võiks uurida, mil viisil ja kuidas täpsemalt levivad

grupis parimad praktikad, mis soodustavad eelarve planeerimist ja raha säästmist, ning analüüsida nooremate vanuserühmade (nt kooliõpilaste) rahatarkuse omandamist sotsiaalmeediast.

### Kasutatud kirjandus

- Allcott, H. (2011). Social norms and energy conservation. *Journal of Public Economics*, 95(9–10), 1082–1095. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2011.03.003>
- Åström, A. N., & Rise, J. (2001). Young adults' intention to eat healthy food: Extending the theory of planned behaviour. *Psychology and Health*, 16(2), 223–237. <https://doi.org/10.1080/08870440108405501>
- Atkinson, A., Messy, F. A., Rabinovich, L., & Yoong, J. (2015). Financial Education for Long-term Savings and Investments: Review of Research and Literature. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 39.
- Beshears, J., Choi, J. J., Laibson, D., Madrian, B. C., & Milkman, K. L. (2015). The effect of providing peer information on retirement savings decisions. *The Journal of Finance*, 70(3), 1161–1201. <https://doi.org/10.1111/jofi.12258>
- Bonner, A., & Tolhurst, G. (2002). Insider-outsider perspectives of participant observation. *Nurse Researcher*, 9(4), 7–19.
- Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79, 228–237. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.013>
- Bursztyn, L., Ederer, F., Ferman, B., & Yuchtman, N. (2014). Understanding peer effects: evidence from a field experiment on financial decisions. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 82(4), 1273–1301. <https://doi.org/10.3982/ECTA11991>
- Charness, G., & Sutter, M. (2012). Groups make better self-interested decisions. *Journal of Economic Perspectives*, 26(3), 157–76. <https://doi.org/10.1257/jep.26.3.157>
- Chavez, C. (2008). Conceptualizing from the inside: Advantages, complications, and demands on insider positionality. *The Qualitative Report*, 13(3), 474–494.
- Czajkowski, M., Zagórska, K., & Hanley, N. (2019). Social norm nudging and preferences for household recycling. *Resource and Energy Economics*, 58, 101110. <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2019.07.004>
- De Meza, D., Irlenbusch, B., & Reyniers, D. (2008). Financial capability: A behavioural economics perspective. *Consumer research*, 69, 192–193.
- Eesti Konjunktuuriinstituut. (2017). *Pere-eelarve ja säästmine. Elanike küsitlusuuringu tulemused*. Swedbank, Rahaasjade Teabekeskus.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook „friends“: Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Hallahan, T. A., Faff, R. W., & McKenzie, M. D. (2004). An empirical investigation of personal financial risk tolerance. *Financial Services Review-Greenwich*, 13(1), 57–78.

- Hancock B., Windridge K., & Ockleford E. (2007). An introduction to qualitative research. *The NIHR RDS EM / YH*. [https://www.rds-yh.nihr.ac.uk/wp-content/uploads/2013/05/5\\_Introduction-to-qualitative-research-2009.pdf](https://www.rds-yh.nihr.ac.uk/wp-content/uploads/2013/05/5_Introduction-to-qualitative-research-2009.pdf).
- Fernandes, D., Lynch Jr, J. G., & Netemeyer, R. G. (2013). Financial literacy, financial education and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861–1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>
- Fu, J. (2020). Ability or opportunity to act: What shapes financial well-being? *World Development*, 128, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104843>
- Greenberg, A. E., & Hershfield, H. E. (2019). Financial decision making. *Consumer Psychology Review*, 2(1), 17–29.
- Greene, M. J. (2014). On the inside looking in: Methodological insights and challenges in conducting qualitative insider research. *The qualitative report*, 19(29), 1–13. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2014.1106>
- Greninger, S. A., Hampton, V. L., Kitt, K. A., & Achacoso, J. A. (1996). Ratios and benchmarks for measuring the financial well-being of families and individuals. *Financial Services Review*, 5(1), 57–70. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(96\)90027-X](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(96)90027-X)
- Hastings, J., & Mitchell O. (2020). How financial literacy and impatience shape retirement wealth and investment behaviors. *Journal of Pension Economics and Finance*, 19(1), 1–20. <https://doi.org/10.1017/S1474747218000227>
- Hopkins, P. E. (2007). Thinking critically and creatively about focus groups. *Area*, 39(4), 528–535. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2007.00766.x>
- Huston, S. (2010). Measuring Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Johnston, K. L., & White, K. M. (2003). Binge-drinking: A test of the role of group norms in the theory of planned behaviour. *Psychology and health*, 18(1), 63–77. <https://doi.org/10.1080/0887044021000037835>
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*, 1027–1036. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357213>
- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2016). *Does financial education impact financial behavior, and if so, when?* DIW Discussion Paper 1562. [https://www.researchgate.net/publication/321071759\\_Does\\_Financial\\_Education\\_Impact\\_Financial\\_Literacy\\_and\\_Financial\\_Behavior\\_and\\_If\\_So\\_When](https://www.researchgate.net/publication/321071759_Does_Financial_Education_Impact_Financial_Literacy_and_Financial_Behavior_and_If_So_When).
- Kalmus, V., Masso, A., & Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalüüs>.
- Karaa, I. E., & Kuğu, T. D. (2016). Determining advanced and basic financial literacy relations and overconfidence, and informative social media association of university students in Turkey. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 16(6).
- Karlan, D., McConnell, M., Mullainathan, S., & Zinman, J. (2016). Getting to the top of mind: How reminders increase saving. *Management Science*, 62(12), 3393–3411. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2296>
- Kempson, E., Finney, A., & Poppe, C. (2017). *Financial well-being. A conceptual model and preliminary analysis*. <https://www.bristol.ac.uk/media-library/sites/geography/pfrc/pfrc1705-financial-well-being-conceptual-model.pdf>.

- Kempson, E., & Poppe, C. (2018). *Understanding financial well-being and capability. A revised model and comprehensive analysis*. <https://www.financialcapability.gov.au/files/understanding-financial-well-being-and-capability-a-revised-model-and-comprehensive-analysis.pdf>.
- Khan, S., & VanWynsberghe, R. (2008). Cultivating the under-mined: Cross-case analysis as knowledge mobilization. *Forum qualitative Sozialforschung/forum: Qualitative social research*, 9(1).
- Kiviat, B., & Morduch, J. (2012). *From financial literacy to financial action*. [http://www.barbarakiviat.com/from\\_financial\\_literacy\\_to\\_financial\\_action.pdf](http://www.barbarakiviat.com/from_financial_literacy_to_financial_action.pdf).
- Kogumispäevik. (2020). *Kogumispäeviku Facebooki grupi kirjeldus*. <https://www.facebook.com/groups/1310707785627509/about/>.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2009). *Focus groups: A practical guide for applied research* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: OÜ Infotrükk.
- Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M., & Strömpl, J. (2014). *Intervjuu. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia andmebaas*. <http://samm.ut.ee/intervjuu>.
- Liamputtong, P. (2011). Focus group methodology: Introduction and history. *Focus group methodology: Principle and practice*, 224. <https://doi.org/10.4135/9781473957657>
- Lin, N. (2002). *Social capital: A theory of social structure and action*. New York: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815447>
- Loewenstein, G., & O'Donoghue, T. (2006). „We Can Do This the Easy Way or the Hard Way“: Negative Emotions, Self-Regulation, and the Law. *The University of Chicago Law Review*, 73(1), 183–206.
- Lukas, M. F. (2020). *Financial decision-making and the role of financial technology* [Doctoral dissertation, The University of Edinburgh]. <https://era.ed.ac.uk/handle/1842/37105>.
- Lusardi, A. (2015). Financial literacy: Do people know the ABCs of finance? *Public Understanding of Science*, 24(3), 260–271. <https://doi.org/10.1177/0963662514564516>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of economic literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mandell, L., & Klein, L. S. (2009). The impact of financial literacy education on subsequent financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning Volume*, 20(1), 16.
- Merriam, S. B., Johnson-Bailey, J., Lee, M. Y., Kee, Y., Ntseane, G., & Muhamad, M. (2001). Power and positionality: Negotiating insider/outsider status within and across cultures. *International Journal of Lifelong Education*, 20(5), 405–416. <https://doi.org/10.1080/02601370120490>
- Miller, M., Reichelstein, J., Salas, C., & Zia, B., (2015). Can you help someone become financially capable? A meta-analysis of the literature. *World Bank Research Observer*, 30(2), 220–46. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkv009>
- Monticone, C. (2010). How much does wealth matter in the acquisition of financial literacy?. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 403–422. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01175.x>

- Netemeyer, R. G., Warmath, D., Fernandes, D., & Lynch Jr, J. G. (2018). How am I doing? Perceived financial well-being, its potential antecedents, and its relation to overall well-being. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 68–89.  
<https://doi.org/10.1093/jcr/ucx109>
- OECD. (2001). *The well-being of nations: The role of human and social capital*.  
<http://www.oecd.org/site/worldforum/33703702.pdf>.  
<https://doi.org/10.1787/9789264189515-en>
- OECD. (2005). *Recommendation on principles and good practices for financial education and awareness recommendation of the council*.  
<http://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>.
- OECD. (2014). *PISA 2012 results: students and money: financial literacy skills for the 21st Century*.  
<http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-volume-vi.pdf>.  
<https://doi.org/10.1787/9789264208094-en>
- OECD. (2016). *International survey of adult financial literacy competencies*.  
<http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf>.
- OECD. (2018). *Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. <http://www.oecd.org/finance/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>.
- OECD. (2019). *Pensions at a Glance 2019: OECD and G20 Indicators*.  
<https://doi.org/10.1787/b6d3dcfc-en>.
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy*.  
<https://www.oecd.org/finance/financial-education/oecd-infe-2020-international-survey-of-adult-financial-literacy.pdf>.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). London: Sage.
- Peeters, N., Rijk, K., Soetens, B., Storms, B., & Hermans, K. (2018). A systematic literature review to identify successful elements for financial education and counseling in groups. *Journal of Consumer Affairs*, 52(2), 415–440.  
<https://doi.org/10.1111/joca.12180>
- Pinjisakikool, T. (2017). The effect of personality traits on households' financial literacy. *Citizenship, Social and Economics Education*, 16(1), 39–51.  
<https://doi.org/10.1177/2047173417690005>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(2), 169–174. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0056>
- Ramalho, T. B., & Forte, D. (2019). Financial literacy in Brazil – do knowledge and self-confidence relate with behavior? *RAUSP Management Journal*, 54(1), 77–95.  
<https://doi.org/10.1108/RAUSP-04-2018-0008>
- Riitsalu, L. (2018). Goals, commitment and peer effects as tools for improving the behavioural outcomes of financial education. *Citizenship, Social and Economics Education*, 1–22, 17(3), 188–209. <https://doi.org/10.1177/2047173418812045>
- Riitsalu, L. (2019a). *Books and biases – the explanation for bounded rationality in managing personal finances*. [Doctoral thesis, Estonian Business School].  
<https://ebs.ee/sites/default/files/Doctoral%20Thesis/Riitsalu%20web.pdf>.

- Riitsalu, L. (2019b). *Tuleviku-minu rahaline heaolu. Kuidas nügida inimesi suurema rahalise heaolu suunas?* Arenguseire Keskus. [https://www.riigikogu.ee/wpcms/wp-content/uploads/2019/02/Rahaline-heaolu\\_raport.pdf](https://www.riigikogu.ee/wpcms/wp-content/uploads/2019/02/Rahaline-heaolu_raport.pdf).
- Riitsalu, L., & Uusberg, A. (ilmumas). Optimal mindlessness: RCT evidence for the value of adding choices to an automated investment service. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*.
- Riitsalu, L., & van Raaij, W. F. (2020). *Self-control, future time perspective and savings – The keys to perceived financial well-being*. Think Forward Initiative. <https://www.thinkforwardinitiative.com/research/self-control-future-time-perspective-and-savings-the-keys-to-perceived-financial-well-being>.
- Riitsalu, L., & Pöder, K. (2016). A glimpse of the complexity of factors that influence financial literacy. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 722–731. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12291>
- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. <http://samm.ut.ee/valimid>.
- Savenye, W. C., & Robinson, R. S. (1996). Qualitative research issues and methods: An introduction for educational technologists. *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*, 39, 1171–1195.
- Shephard, D., Contreras, J. M., Mueris, J., Kaat, A., Bailey, S., Custers, A., & Spencer, N. (2017). *Beyond financial literacy: The psychological dimensions of financial capability* Think Forward Initiative. <https://www.thinkforwardinitiative.com/research/the-psychological-dimensions-of-financial-capability>.
- Statistikaamet. (2019). *Internetti kasutatakse üha enam ostlemiseks*. Vaadatud 03.10.2019 aadressil <https://www.stat.ee/internetti-kasutatakse-uha-enam-ostlemiseks>.
- Stephen, S. A. K. (2014). Like it! Using Facebook groups to enhance learning in finance. *Journal of Learning in Higher Education*, 10(2), 55–63.
- Sunstein, C. R. (2020). *Behavioral science and public policy* (1st ed.). Cambridge University Press.
- Zhang, Y., Tang, L. S. T., & Leung, L. (2011). Gratifications, collective self-esteem, online emotional openness, and traitlike communication apprehension as predictors of Facebook uses. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 733–739. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0042>
- Terry, D. J., Hogg, M. A., & White, K. M. (1999). The theory of planned behaviour: Self-identity, social identity and group norms. *British Journal of Social Psychology*, 38(3), 225–244. <https://doi.org/10.1348/014466699164149>
- Thaler, R. H. (2018). *Väärkäitumine. Käitumisökonomika tagamaad*. Tallinn: Äripäev.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2018). *Nüginine. Viis toetada valikuid, mis viivad tervise, jõukuse ja õnneni*. Tallinn: Tänapäev.
- Turu-uuringute AS. (2019). *Eesti elanike finantskirjaoskuse ehk rahatarkuse uuring*. [https://www.rahandusministeerium.ee/sites/default/files/eesti\\_elanike\\_finantskirjaoskuse\\_aruanne\\_loplik\\_november\\_2019\\_.pdf](https://www.rahandusministeerium.ee/sites/default/files/eesti_elanike_finantskirjaoskuse_aruanne_loplik_november_2019_.pdf).
- Unluer, S. (2012). Being an insider researcher while conducting case study research. *Qualitative Report*, 17, 58.
- U.S. Financial Literacy and Education Commission. (2007). *Taking ownership of the future: the national strategy for financial literacy*. <https://www.scribd.com/document/1319041/US-Treasury-2007-StrategyRevisions>.



- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-mediated Communication, 14*(4), 875–901.  
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Van Garderen, M. (2018). *A social nudge towards saving more?* ING Economic and Financial Analysis. <https://think.ing.com/articles/a-social-nudge-towards-saving-more/>.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011) Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics, 101*(2), 449–472.  
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>
- Vlaev, I., Chater, N., & Stewart, N. (2007). Relativistic financial decisions: Context effects on retirement saving and investment risk preferences. *Judgment and Decision Making, 2*(5), 292.
- Vlaev, I., & Elliott, A. (2017). Defining and influencing financial capability. In R. Ranyard (Ed.), *Economic Psychology* (pp. 187–205). John Wiley & Sons, Ltd.  
<https://doi.org/10.1002/9781118926352.ch12>.
- Way, W. L., Wong, N., & Gibbons, D. (2011). Online talk about money: An investigation of interactions around personal finance in social media. *Madison, WI: Center for Financial Security*, 11–14.
- Öztürk, E. (2015). Facebook as a new community of inquiry environment: An investigation in terms of academic achievement and motivation. *Journal of Baltic Science Education, 14*(1), 20.

# Improving financial literacy via social media: the case of Kogumispäevik

Kati Voomets<sup>a1</sup>, Leonore Riitsalu<sup>b</sup>, Andra Siibak<sup>a</sup>

<sup>a</sup> *Institute of Social Studies, University of Tartu*

<sup>b</sup> *Johan Skytte Institute of Political Studies, University of Tartu*

## Summary

### Introduction

The objective of this research was to determine the kind of financial tips and advice people have received from the Facebook group *Kogumispäevik* (Savings Diary) and find out whether and how they have implemented those tips in their daily lives. The authors were also interested in the role played by other members of the *Kogumispäevik* group. The objective was set based on the premise that the level of financial literacy among residents of Estonia is mediocre compared to that of people in other countries (OECD, 2016; Turu-uuringute AS, 2019). Namely, there is a discrepancy between the financial knowledge and behaviour of residents of Estonia; the main shortcomings lie in insufficient budget planning, failure to make long-term plans, lack of savings and little interest in using investment opportunities (Turu-uuringute AS, 2019).

### Aims

The following research questions were compiled to achieve the objective of the research at hand:

- 1) According to group members themselves, what kind of financial tips and advice have they received from the group?
- 2) According to group members themselves, which of the tips received from the group have they implemented in their daily lives?
- 3) Based on the group members' opinions, what role have other group members of *Kogumispäevik* had in their financial literacy development?

---

<sup>1</sup> Institute of Social Studies, University of Tartu, Lossi 36, Tartu, 51003 Estonia;  
kati.voomets@gmail.com

## Methods

A focus group interview method was used to find answers to the research questions. Accordingly, four group interviews were conducted with 15 members of the *Kogumispäevik* group. A cross-case analysis was used to analyse the data gathered, after which the results were synthesised with the theoretical and empirical premises of this research.

## Results

The first research question focused on specific financial tips and advice. The results showed that people received advice on practical everyday topics, such as food, budgeting, children, travelling, clothing, etc. Respondents also highlighted finding information on loans, leasing and various types of insurance. It is noteworthy that in the case of most tips, people were quick to bring examples of how they have already put the advice to use and incorporated it into their daily lives. However, some respondents used recommendations from the group solely for informational purposes (without implementing them). People also commented that they use the group to search for information on topics that they find interesting, thereby using the group as a search engine. Thus, the *Kogumispäevik* group is considered a reliable source of information regarding financial topics.

The second research question focused on implementing the advice received from the group in the respondents' daily lives. The results showed that advice received from *Kogumispäevik* had motivated respondents to open a second savings account, conclude a standing order agreement to automate the act of saving, start keeping track of their income and spending, begin investing and cut back on car use, etc. Therefore, it can be said that there was a connection between the financial knowledge obtained from the group and the group members' actual financial behaviour, which some previous empirical studies have also established. However, this was a non-linear connection as other factors (such as other group members, social norms in the group) were also at play in implementing the advice.

The third research question aimed to determine what role the members themselves think other group members have had in improving their financial literacy. The interviews revealed that respondents deem the opinions and experiences of other *Kogumispäevik* group members to be important as such information increases awareness and broadens horizons. Participants also mentioned inspiration and motivation – the group helps keep its members on track and motivates them in situations where they are tempted to overspend. It was also interesting to find that the group is seen as a community, where

people get confirmation that it is normal to have a sustainable mindset and lead an economic lifestyle, and where there are certain social norms in place that promote financial literacy. Therefore, it is evident that other group members have played a significant role by providing motivation, inspiration and a supportive environment, all of which are undoubtedly essential aspects of improving financial literacy.

### **Future directions**

The results of this research can be used for further promotion of financial literacy by implementing those aspects that were determined to have increased group members' knowledge and motivated them to change their behaviour for the better. The analysis is also necessary for the planning and implementing the next phase of the national strategy for financial education (2021–2035).

This topic could be examined further. The authors identified behavioural changes that could, in theory, increase a person's financial well-being in the long term. Thereof the focus could be on identifying the long-term impact of implementing the advice received from the group. It could also be examined how the best practices that promote budget planning and saving money spread in the group. The group was created by the bank. Future research could look at social media groups in the field of education and analyse the acquisition of financial literacy from social media by other segments (e.g. students).

*Keywords:* financial literacy, financial education, social media, Facebook, non-formal education