

Jenni Välimaa

PANKIN TARJOAMIEN PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN NUORTEN AIKUISTEN NÄKÖKULMASTA

OP Orivesi

Opinnäytetyö

Kevät 2017

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalous

Suuntautumisvaihtoehto: Taloushallinto

Tekijä: Jenni Välimaa

Työn nimi: Pankin tarjoamien palveluiden kehittäminen nuorten aikuisten näkökulmasta

Ohjaaja: Erkki Kytönen

Vuosi: 2017

Sivumäärä: 58

Liitteiden lukumäärä: 1

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia OP Oriveden tarjoamien pankkipalveluiden kehittämiseen vaikuttavia tekijöitä. Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää nuorille aikuisille tarjottavia pankkipalveluita etenkin säästämisen asioissa. Opinnäytetyössä tehtävän tutkimuksen avulla kartoitettiin vaatimuksia nuorille tarjottavista palveluista.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin pankkitoimintaa säästämisen näkökulmasta. Säästämisen vaihtoehtoja esiteltiin Osuuspankin tarjoamien tuotteiden osalta. Lisäksi käsiteltiin monikanavaista palvelukokemusta osana nuorten säästö-
päättöstä.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla sähköistä kyselylomaketta käyttäen. Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytettiin strukturoitua kyselylomaketta, jossa oli valmiit vastausvaihtoehdot. Kyselyyn vastasi 46 täysi-ikäistä Oriveden lukion ja ammattikoulun opiskelijaa.

Tutkimuksen perusteella voi todeta, ettei nuorilla aikuisilla ole kovin suurta mahdollisuutta sijoittamiseen ja säästämiseen. Tutkimustulokset osoittivat myös sen, että suuri osa nuorista aikuisista ei ole tietoisia säästämisen eri vaihtoehtoista. Tutkimuksessa myös selvisi, että yhä enemmän pankkiasioita hoidetaan digitaalisten palveluiden avulla. Nuoret aikuiset käyttävät itse huomattavassa määrin tällaisia palvelukanavia ja haluavat myös saada tietoa sitä kautta. Lisäksi vastauksista kävi ilmi, etteivät vastaajat ole kovinkaan kiinnostuneita sijoittamisen ja säästämisen asioista.

Avainsanat: asiakaskokemus, digitalisaatio, monikanavainen palvelukokemus, pankkitoiminta, sijoittaminen, säästäminen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Business Management

Specialisation: Accounting

Author: Jenni Välimaa

Title of thesis: Development of banking services from young adults' point of view

Supervisor: Erkki Kytönen

Year: 2017

Number of pages: 58

Number of appendices: 1

The aim of this thesis was to study the factors that influence the development of the banking services of Orivesi OP. The first goal of this thesis was to explore banking and the different forms of saving. The second aim was to survey multi-channel service experiences, especially from young adults' point of view. The third goal was to conduct a study for OP Orivesi on the development of young adults' banking services related to saving.

The theoretical part of the thesis covers banking from the saving perspective. Different saving options are introduced regarding the services offered by Osuuspankki. In addition, the multi-channel service experience as part of the saving decision made by young people is discussed.

The study was conducted with quantitative research methodology, and the data was collected via a structured online questionnaire including different options. A total of 46 adult students of Orivesi Senior High School and Vocational School answered the survey.

Based on the survey, it can be concluded that it is not often possible for young people to invest or to save money. The results also indicate that a major part of young adults do not know about the different saving options. It was also revealed that more and more people are doing their banking through digital services. Young adults themselves use this kind of service channels significantly and want to get information through them. The results also indicate that the respondents were not very interested in investing or saving.

Keywords: banking, customer experience, digitalisation, investing, multi-channel service, saving

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvioluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	8
1 JOHDANTO	9
1.1 Aikaisempia tutkimuksia.....	9
1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet	10
1.3 Opinnäytetyön rakenne	11
2 PANKKITOIMINTA SÄÄSTÄMISEN NÄKÖKULMASTA.....	12
2.1 Pankkitoiminta ja asiakassuhteen sääntely.....	12
2.2 Säästäminen	14
2.2.1 Tilisäästämisen vaihtoehdot.....	15
2.2.2 Rahastot säästämiseen.....	16
3 MONIKANAVAINEN PALVELUKOKEMUS OSANA NUORTEN SÄÄSTÖPÄÄTÖSTÄ	18
3.1 Tutkimuksia aiheesta	18
3.2 Asiakaskokemuksen merkitys palvelun onnistumisessa	19
3.3 Monikanavainen palvelukenttä.....	21
3.4 Ostopäätöksen kehittyminen	22
4 TUTKIMUS NUORTEN AIKUISTEN PANKKIPALVELUIDEN KEHITTÄMISEKSI	24
4.1 Toimeksiantajan esittely	24
4.2 Tutkimusmenetelmät.....	25
4.3 Tutkimuksen toteuttaminen	25
4.4 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	27
4.5 Tutkimustulokset	28
4.5.1 Vastaajien taustatiedot.....	29
4.5.2 Säästäminen tällä hetkellä	31

4.5.3 Valmiudet säästämiseen	36
4.5.4 Vaikuttavat tekijät sijoittamisessa ja säästämässä	40
4.5.5 Erilaiset kanavat tiedonkulkuun, sen saamiseen ja seuraamiseen .	42
4.6 Johtopäätökset tuloksista.....	48
5 YHTEENVETO.....	53
LÄHTEET	56
LIITTEET.....	59

Kuvioluettelo

Kuvio 1. Vastaajien sukupuoli (n=46).....	29
Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma (n=46).....	30
Kuvio 3. Vastaajien opiskelupaikka (n=46).	30
Kuvio 4. Vastaajien säästäminen tällä hetkellä (n=46).....	31
Kuvio 5. Kesätyöt viime kesänä (n=46).....	31
Kuvio 6. Vastaajien rahanlähteet (n=46).....	32
Kuvio 7. Vastaajien säästökohteet (n=46).....	33
Kuvio 8. Olemassa olevat säästö- ja sijoitusmuodot (n=46).....	34
Kuvio 9. Säästöjen arvo tällä hetkellä (n=46).....	35
Kuvio 10. Vastaajien erilaisten säästö- ja sijoitusmuotojen tuntemus n=46).....	36
Kuvio 11. Omat valmiudet säästämiseen kuukaudessa (n=46).	37
Kuvio 12. Syitä säästämisen aloittamiseen (n=46).	38
Kuvio 13. Intressit sijoittamiseen ja säästämiseen (n=46).....	39
Kuvio 14. Vastaajien jakautuminen riskinsietokyvyn mukaan (n=46).....	39
Kuvio 15. Tekijöitä, jotka vaikuttavat vastaajien sijoitus- ja säästämiskäyttäytymiseen (n=46).....	40
Kuvio 16. Tiedon lisääntymisen vaikutus vastaajien sijoittamiseen ja/tai säästämiseen (n=46).	41
Kuvio 17. Haastavimmat seikat sijoittamisessa ja säästämässä (n=46).....	41
Kuvio 18. Vastaajille mielekkäin kanava pankin jakamaan tietoon säästämisen ja sijoittamisen asioissa (n=46).....	42

Kuvio 19. Mielekkäin palvelukanava pankin yhteydenotoissa (n=46).	43
Kuvio 20. Eri kanavat, joiden kautta seurataan sijoittamiseen ja säästämiseen liittyviä aiheita (n=46).	44
Kuvio 21. Kanavat päivittäisten pankkiasioiden hoitamiseen (n=46).....	45
Kuvio 22. Vastaajien arvio erilaisten asioiden tärkeydestä pankin tarjoamien palveluiden osalta (n=46).....	46
Kuvio 23. Lisätiedon saaminen sijoitus- ja säästämismahdollisuuksista pankilta (n=46).	47
Kuvio 24. Lisätiedon saaminen sijoitus- ja säästämisasioiden kautta koulun kautta. (n=46).	47

Käytetyt termit ja lyhenteet

Asiakaskokemus	Mielikuvien, tunteiden ja kohtaamisten summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa (Löytänä & Korteso 2011, 11).
Laatu	Asiakkaan käsitys siitä, miten hyvin tuote tai palvelu vastaa hänen odotuksia ja vaatimuksia (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 55).
Monikanavaisuus	Uuden teknologian myötä mahdollisuus kuluttajan ostokäyttäytymisen muutokseen (Anders Innovations Oy 2015, 24).
Nuori aikuinen	Tässä työssä nuorella aikuisella tarkoitetaan iältään 18–31-vuotiasta ihmistä.
Sijoitusrahasto	Pääasiassa arvopapereista koostuva varojen ja velkojen kokonaisuus, jonka omistavat siihen sijoittaneet osuudenomistajat osuuksiensa suhteessa (Pesonen 2013, 231).
Säästäminen	Tulojen ja kulutuksen erotus eli kuluttamatta jätetty tulo. Säästää voivat kotitaloudet, yritykset ja julkinen sektori. (Kontkanen 2015, 103)
Sijoittaminen	Varallisuuden sijoittamista eri kohteisiin. Sijoittamisessa on kyse tulevien tuottojen epävarmuudesta. (Kontkanen 2015, 104)
Yhdistelmärahasto	Sijoitusrahasto, joka sijoittaa osakkeisiin ja korkoa tuottaviin kohteisiin. Sijoitussuhde näiden välillä vaihtelee markkinatilanteen mukaan rahaston sääntöjen sisällä. (Puttonen & Repo 2011, 202)

1 JOHDANTO

Finanssialan Keskusliitto on tutkinut kotitalouksien rahankäyttöä jo vuodesta 1979 lähtien. Uusimman tutkimuksen yhtenä tutkittavana kohteena on suomalaisten säästäminen. Tutkimuksen mukaan suomalaisten kiinnostus säästämistä kohtaan on vahvaa. Tällä hetkellä yli puolella suomalaisista on varoja säästössä. Kevääseen 2014 verrattuna säästäjien ja sijoittajien osuus on lisääntynyt huomattavasti, mutta vähentynyt puolestaan kaikkien alle 25-vuotiaiden keskuudessa. (Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat 2015, 10)

Tänä päivänä oman taloudenhoito on kaikilla tiukkaa, eikä ylimääräistä varallisuutta ole. Menot ovat suhteessa tuloihin melko suuret tai ainakin näin halutaan ajatella. Lähes jokaisella olisi varmasti mahdollisuus laittaa joka kuukausi edes vähän rahaa säästöön, mutta kuluttajina emme ole valmiita luopumaan mistään. Säästämisestä ei olla enää niin kiinnostuneita kuin ennen ja rahan arvoa ei tunnisteta.

Tässä opinnäytetyössä paneudutaan nuorten aikuisten säästökäyttäytymiseen. Suurimpana kohderyhmänä ovat juuri alle 25-vuotiaat, josta säästäjien ja sijoittajien osuus koko ikäryhmästä on vähentynyt huomattavasti Finanssialan Keskusliiton teettämän tutkimuksen mukaan. Työllä pyritään saamaan ensiarvoista tietoa OP Orivedelle siitä, kuinka nuorille tarjottavia pankkipalveluja voidaan kehittää etenkin säästämiseen kohdistuvissa asioissa. On tärkeää saada nuoret tajuaamaan jo hyvissä ajoin, kuinka tärkeää säästäminen on, ja kuinka suuri merkitys sen aloittamisella on jo varhaisessa vaiheessa.

1.1 Aikaisempia tutkimuksia

Säästämiseen ja sijoittamiseen liittyviä opinnäytetöitä on tehty jo useita ja osa niistä juurikin pankkien antamina toimeksiantoina. Joukosta ei kuitenkaan löytynyt juuri tästä valitsemastani näkökulmasta tehtyä opinnäytetyötä. Kristian Männistö ja Pia-Sofia Lehtoniemi ovat tehneet vuonna 2012 Pohjolan Osuuspankille case-tutkimuksen, jossa tavoitteena oli selvittää, mitä säästö- ja sijoitusmuotoja nuoret käyttävät eniten, ja mitkä ovat parhaimpia lähestymistapoja näissä asioissa pankin toimesta. Tässä työssä paneudutaan enemmän säästämisen ja sijoittamisen eri muotoihin ja

verrataan niitä keskenään, kun taas omassa työssäni keskitytään löytämään kehityskohteita pankin tarjoamaan palvelukokemukseen. Lisäksi Lehtoniemen ja Mänistön tekemässä tutkimuksessa kohderyhmänä ovat pääasiassa ammattikorkeakoulun ja yliopiston opiskelijat eli iältään hieman vanhemmat kuin omassa työssäni.

Toinen tähän aiheeseen liittyvä aiemmin tehty opinnäytetyö on Jarkko Leinosen (2015) tekemä kyselytutkimus Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille aiheesta nuoret ja sijoittaminen. Siinä työssä pääpaino on selvästi sijoittamiseen liittyvissä asioissa; miksi nuoret sijoittavat tai eivät sijoita, mikä on heidän tietotaso sijoittamisen asioissa ja kuinka he haluaisivat lähestyttävän sijoittamiseen liittyvissä asioissa.

Voidaan todeta, että näissä molemmissa opinnäytetöissä tuli esille se, että nuorille sijoittamiseen liittyvät asiat ovat monelta osin melko haastavia ja tuntemattomia. Yleisesti säästäminen on tuttua ja sitä jonkin verran tehdään, mutta sijoitustoiminta koetaan heti vaikeammaksi. Näissä kummassakaan työssä ei paneuduttu kovinkaan syvälle pankin tarjoamiin palveluihin ja niiden kehittämiseen, joka on erona omaan työhöni. Tässä minun työssäni perehdytään myös monikanavaiseseen palvelukokemukseen, mikä on tänä päivänä ehdottoman tärkeä osa yrityksen toimintaa. Tätä osa-aluetta ei näissä kahdessa työssä ole käsitelty, ja esimerkiksi digitaaliset palvelut on unohdettu täysin, vaikka esimerkiksi Leinosen opinnäytetyö on vain kaksi vuotta vanha. Haluan tässä työssäni tuoda esille sen, kuinka iso merkitys nuorten asiakkaiden keskuudessa näillä digitaalisilla palveluilla on.

1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Tämän työn tarkoituksena on selvittää nuorten aikuisten säästötietämystä ja -käyttäytymistä, jotta heidät saataisiin kiinnostumaan enemmän aiheesta. Työllä pyritään saamaan ensiarvoista tietoa OP Orivedelle siitä, kuinka pankin tarjoamia palveluja voisi kehittää niin, että nuoret kiinnostuisivat sijoittamaan ja säästämään varojaan. Valitsin aiheen siksi, että OP Orivedellä on tarve selvittää, miten nuoret suhtautuvat näihin säästämiseen liittyviin asioihin, ja kuinka heidän suhtautumistaan voitaisiin kehittää entistä parempaan suuntaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää OP Oriveden pankkipalveluita erityisesti nuorille aikuisille tarjottavien palveluiden osalta. Työssä paneudutaan tekijöihin, jotka vaikuttavat tämän tavoitteen saavuttamiseen ja asioita tarkastellaan lähinnä nuorten aikuisten näkökulmasta. Opinnäytetyössä tehtävän tutkimuksen avulla kartoitetaan edellytyksiä ja vaatimuksia nuorille tarjottavista palveluista.

Tämän opinnäytetyön tutkimusosio koostuu Oriveden lukion ja ammattikoulun täysikäisille opiskelijoille laaditun kyselyn vastauksista. Haluan tehdä kyselyn näille nuorille, sillä he ovat paras kohderyhmä OP Oriveden näkökulmasta ja näin voidaan kehittää pankin palveluita mahdollisimman hyvin paikkakuntalaisten tarpeiden mukaan. Vaikka data tulee olemaan todella hyödyllistä OP Orivedelle, myös muut pankit voivat käyttää sitä hyödyksi.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu pankkitoiminnan tarjoamista palveluista ja monikanavaisesta palvelukokemuksesta. Luvussa 2 esitellään ensiksi pankkitoimintaa yleisesti, jonka jälkeen paneudutaan säästämiseen; sen määrittelyyn ja säästämisen eri vaihtoehtoihin. Asioita tarkastellaan Osuuspankin tarjoamien palveluiden osalta. Luvussa 3 keskitytään monikanavaiseseen palvelukokemukseen osana nuorten säästöpäätöstä. Siinä käydään läpi muun muassa aikaisempia tutkimuksia, asiakaskokemusta, monikanavaisuutta ja digitalisaatiota.

Luku 4 sisältää opinnäytetyön empiirisen osion eli tutkimuksen nuorten aikuisten pankkipalveluiden kehittämisestä säästämisen asioissa. Siinä esitellään aluksi opinnäytetyön toimeksiantaja, jonka jälkeen käydään läpi työssä käytettyä tutkimusmenetelmää, esitellään tulokset havainnollistavien kuvioden avulla ja analysoidaan tuloksista esille nousseita havaintoja. Luku 5 sisältää opinnäytetyön yhteenvedon.

2 PANKKITOIMINTA SÄÄSTÄMISEN NÄKÖKULMASTA

Tässä luvussa paneudutaan pankkitoimintaan yleisesti, asiakassuhteen sääntelyyn ja säästämiseen. Pankkitoimintaa tarkastellaan etenkin säästämisen näkökulmasta, joten luvussa esitellään erilaisia Osuuspankin tarjoamia säästämisen vaihtoehtoja. Säästämistä on käsitelty etenkin nuorten aikuisten osalta, ja siten myös esitelty nuorille sopivimpia tuotteita säästämiseen ja sijoittamiseen.

2.1 Pankkitoiminta ja asiakassuhteen sääntely

Laki luottolaitostoiminnasta (L 8.8.2014/610) ohjaa pankkitoimintaa ja sen tarkoituksena on turvata tallettajien asema. Lisäksi lainsäädäntö pyrkii siihen, että luottolaitoksen on mahdollista toimia hyvien liikeperiaatteiden mukaisesti niin, etteivät luottolaitoksen maksuvalmius ja vakavaraisuus vaarannu. Finanssivalvonta valvoo Suomen Pankin toimimista lakien ja säännösten mukaan sekä pankkien vakavaraisuuden säilymistä. Pankeilla on keskeinen merkitys yritysten ja kotitalouksien rahoittamisessa, maksujenvälityksessä ja pääomamarkkinoiden toiminnassa tässä yhteiskunnassa. Erilaiset muutokset pankkien vakavaraisuudessa ja likviditeetissä heijastuvat nopeasti asiakkaiden, muiden pankkien ja koko yhteiskunnan toimintaan. (Wuolijoki & Hemmo 2013, 7–8.)

Pankkiliiketoiminnan keskeisenä tehtävänä on pidetty talletusten vastaanottoa ja näin hankittujen varojen lainaamista eteenpäin sekä huolehtia asiakkaiden sijoituksista ja varallisuuden hoitamisesta. Pankit on tärkeä osa rahoitusmarkkinoita, sillä heidän tehtävänä on rahoituksen välitys ylijäämäisiltä talousyksiköiltä rahoitusta tarvitseville niin, että pankki on välikätenä kumpaankin suuntaan tehtävissä oikeustoimissa. Pankkitoiminta pyörii niin, että rahoitusta välittäessä sen muoto muuttuu niin, että pankin vastaanottamat lyhytaikaiset talletukset käytetään pitkäaikaisempien luottojen myöntämiseen. (Wuolijoki & Hemmo 2013, 9.)

Finanssipalvelut ovat asiantuntijapalveluita, jotka vaativat erikoisosaamista. Tarkoituksena on löytää asiakkaan talouden hoitoon erilaisia konkreettisia ratkaisuja, ohjeita ja neuvoja. Edellytyksenä finanssipalvelun onnistumiselle on, että asiakas itse

osallistuu palvelun räätälöintiin tuomalla esiin tarpeet, toiveet, ongelmat ja omat taustatietonsa. (Ylikoski ym. 2006, 9.)

Finanssiyhtiöt ovat joko osakeyhtiöitä tai asiakkaidensa omistamia osuuskuntapohjaisia omistusyhteisöjä. Osakeyhtiöt ovat olemassa tuottaakseen omistajilleen voittoa, kun taas osuuskunnissa ajatellaan kaikkien jäsenten hyötyvän toiminnasta pitkällä tähtäimellä. Voitonjako ja ylin päätöksenteko erottavat nämä kaksi yhtiömuotoa toisistaan, mutta arjessa näiden erot eivät juurikaan näy. Pankkitoiminnassa on kaksi osuuskuntatyypistä ryhmittymää, joista toinen on säästöpankit ja toinen osuuspankit. (Ylikoski ym. 2006, 12.)

Asiakassuhteen sääntely

Pankkitoimintaan kuuluu olennaisena osana asiakassuhteen sääntely, johon voidaan luokitella kolme tärkeää osaa: asiakkaansuoja, pankkisalaisuus ja asiakkaan tunnistaminen (Wuolijoki & Hemmo 2013, 46–47). Luottolaitoslaissa (L 8.8.2014/610) säännellään markkinointia ja sopimusehtoja asiakkaansuojan osalta. Lain mukaan pankkien on annettava markkinoinnissaan asiakkaalle hyödykkeestä kaikki ne tiedot, joilla saattaa olla merkitystä asiakkaan tehdessä sitä koskevia ratkaisuja. Totuudenvastaisten ja harhaanjohtavien tietojen antaminen asiakkaalle on laissa kielletty.

Pankkisalaisuudella tarkoitetaan sitä, että pankin tai sen edustajan on pidettävä ne tiedot salassa, jotka he ovat saaneet tietoonsa luottolaitostoiminnan yhteydessä, ja jotka koskevat yksityishenkilöiden taloudellista asemaa tai muuten heidän henkilökohtaisia olojaan tai yritysten liike- tai ammattisalaisuuksia (Wuolijoki & Hemmo 2013, 46–55). Mikäli viranomaisella on oikeus salaisuuden piiriin kuuluvan tiedon saamiseen, niin pankin on velvollisuus ne tiedot antaa. Pankkisalaisuus kattaa lähes kaiken asiakasta koskevan tiedon, vaikka asiakkaalla ei ole pankin kanssa sopimussuhdetta, vaan hän on käynyt vain esimerkiksi lainaneuvottelussa. Asiakassuhteen päättymisen ei myöskään lakkauta salassapitovelvollisuutta (mp.).

Asiakkaan tunnistaminen ja tunteminen on yksi pankin velvoitteista, jolla tarkoitetaan asiakkaan henkilöllisyyden selvittämistä ja todentamista luotettavalla tavalla (Wuolijoki & Hemmo 2013, 46). Asiakkaan tuntemiseen liittyy laajempi velvollisuus

tuntea asiakkaan taloudelliset olosuhteet. Pankilla on velvollisuus tehdä epäilyissä tapauksissa ilmoitus mahdollisesta rahanpesusta ja estää terrorismin rahoitus.

2.2 Säästäminen

Säästämisellä voidaan tarkoittaa monenlaista säästämistä riippuen sen tarkoituksesta ja tilanteesta. Rahan säästämisellä useimmiten tarkoitetaan jostakin luopumista eli kulujen pienentämistä ja rahojen turvaan laittamista. Säästäminen sopii eri elämäntilanteisiin ja -vaiheisiin. Säästäminen kannattaa aloittaa mahdollisimman nuorena, jotta siitä saa mahdollisimman suuren hyödyn. Säästämiseen liittyy olennaisesti kolme kysymystä: mistä säästää, miten säästää ja minne säästää?

Säästämistä tarvitaan elämän eri tilanteisiin -julkaisussa [28.8.2016] todetaan, että säästösuunnitelmia kannattaa tehdä niin monta kuin on säästökohteitakin. Säästökohteet määrittelevät sen, kuinka lyhyen tai pitkän aikavälin suunnitelmista on kyse. Lyhyt aikaväli kattaa alle vuoden tavoitteet, kuten ensi kesän lomamatkan tai koiran hankkimisen. Keskipitkä aikaväli kattaa 3–5 vuoden tavoitteet esimerkiksi uuden auton tai moottoripyörän hankkimisen. Kolmas aikajänne on pitkä aikaväli, joka tarkoittaa yli seitsemän vuoden tavoitteita, kuten oman kodin tai kesämökin ostamista.

Chudzianin, Anioła-Mikołajczakin ja Pataraiian tekemän tutkimuksen (2015, 166) mukaan on tärkeää huomioida myös se, että ihminen yksilönä muuttuu ajan myötä, eikä säästämisen motiivit pysy ennallaan läpi elämän. Usein ajatellaan väärin niin, että ihmiset pystyvät järkipäisesti arvioimaan tarpeitaan koko elämänsä ajan ja ylläpitämään niitä muuttumattomina. On tärkeää ymmärtää, että motiivit säästämiseen eivät pelkästään perustu taloudellisiin tekijöihin, vaan myös psykologiset selitykset ovat merkittäviä.

Jokaisella on varmasti omassa arjessa sellaisia kuluja, joista voisi säästää. Toisella ihmisellä ne voivat olla isoja hankintoja, joita tulee tehtyä usein ja turhaan ja toisella taas pieniä päivittäisiä heräteostoksia esimerkiksi ruokakaupassa. Tapoja säästämiseen on monia ja jokaiselle ihmiselle sopii hieman erilainen tapa. TalousSuomi-sivustolla [28.8.2016] tuodaan esiin säästämistapoina, esimerkiksi kulujen tarkka

kirjaaminen ylös eli budjetointi, erilaisten sopimusten kilpailuttaminen, ostoslistojen käyttäminen ja alennusmyynneistä ostaminen.

TalousSuomi -sivuston [28.8.2016] mukaan säästäminen on helpointa aloittaa niin, että selvittää mihin rahat kuluvat ja mistä voisi siten säästää. Sen jälkeen, kun tietää mihin rahat kuluvat, on helppo laatia budjetti. Hyvässä budjetissa on eritelty kaikki kuukauden kulut ja niissä on pysyttävä, jotta se toimii ja säästäminen onnistuu. Budjetin on oltava realistinen, jotta sitä pystyy noudattamaan ja säästäminen ei kaadu ulkona syömiseen tai elokuvissa käymiseen, jos se ne on vain laskettu mukaan budjettiin.

Säästämistä tarvitaan elämän eri tilanteisiin -julkaisun [28.8.2016] mukaan onnistuessaan saamaan rahaa säästöön, se kannattaa laittaa johonkin tuottamaan. Yksinkertaisin tapa pitää rahat säästössä on jonkinlainen säästötili, joita saattaa olla pankeissa useita erilaisia. Tavallisen tilisäästäminen lisäksi on mahdollisuus alkaa laittamaan rahaa esimerkiksi rahastoon tai osakesalkkuun. Säästämisessä ja sijoittamisessa lähtökohta on, että mitä korkeampaa tuottoa tavoitellaan, sitä enemmän riskiä on hyväksyttävä. Yleinen riskin määritelmä on tulevien tuottojen epävarmuus ja säästämisessä riskillä tarkoitetaan säästetyin pääoman arvon heilahtelua alas- tai ylöspäin.

Seuraavissa alaluvuissa alkaen luvusta 2.2.1 käydään läpi erilaisia ja yleisimpiä Osuuspankin tarjoamia säästö- ja sijoitusmuotoja. Ensiksi esitellään tilisäästämisen vaihtoehdot ja sitten yleisimmät rahastosäästämisen vaihtoehdot.

2.2.1 Tilisäästämisen vaihtoehdot

Tässä luvussa käydään läpi, mitä eri tilivaihtoehtoja Osuuspankilla on tarjota säästämiseen. Tilisäästäminen on yksi turvallisista vaihtoehdoista niin lyhempään kuin pidempäänkin säästämiseen. Osuuspankeissa tilivalikoimaa on supistettu ja nykyään on mahdollista avata kasvutuottotili, määräaikainen tuottotili tai ASP-tili säästämistä varten.

Kasvutuottotili

Kasvutuottotili sopii hyvin varovasti säästävälle ja sellaiselle, joka ei aktiivisesti tarvitse rahaa sieltä käytettäväksi. Tililtä voi nostaa rahaa neljä kertaa vuodessa maksuttomasti, jonka jälkeen pankki perii palvelumaksun. Tilin avaamiseen tarvitsee 1000 euron aloituspotin, jonka jälkeen tilille voi säästää oman mielen mukaan. Tiliin voi liittää säästösopimuksen, jolloin rahat siirtyvät automaattisesti säästöön. Korko on vähintään 0,25 % 1.1.2016 alkaen ja tilille voi tallettaa enintään 300 000 euroa. (Kasvutuottotili 2017.)

Määräaikainen tuottotili

Määräaikainen tuottotili sopii myös aralle säästäjälle, jolla ei ole tarvetta saada säästämiä rahoja käyttöön pidempään aikaan. Määräaikainen tuottotili tarjoaa vakaan tuoton ja raha pysyy tallessa sovitusajan, jonka jälkeen sen saa itselleen korkoineen. Talletus tehdään kertatalletuksena tilille ja korosta neuvotellaan tilinavauksen yhteydessä. Talletuskorosta vähennetään lähdevero. (Määräaikainen tuottotili 2017.)

ASP-tili

ASP-tili on tarkoitettu ensimmäisen oman asunnon säästämiseen. Tilin voivat avata 15–39-vuotiaat, paitsi että 15–17-vuotiaat saavat tallettaa vain omalla työllään ansaittuja varoja. Tilin avaaminen on maksutonta. Kun asiakas on säästänyt 10 % asunnon hinnasta, niin pankki lainaa loput. Tilille voi tallettaa 150–3000 euroa kalenterineljänneksessä, joten vuodessa tilille voi kertyä 600–12000 euroa. Ensiasunnon ostajana on mahdollista saada valtion korkotukea sekä lakisääteistä lisäkorkoa säästöille. Talletusten korko ja lisäkorko ovat verovapaita ASP-ehtojen täytyessä. (ASP-tili 2017.)

2.2.2 Rahastot säästämiseen

Sijoitusrahastolaki (L 29.1.1999/48) säätelee sijoitusrahastotoimintaa. Sijoitusrahastot muodostuvat yksityishenkilöiden, yritysten ja yhteisöjen varoista, jotka rahas-

toa hoitava rahastoyhtiö kerää yhteen ja sijoittaa useisiin eri arvopapereihin. Rahastot omistavat siihen sijoittaneet henkilöt, eikä sijoituspäätöksistä ja muusta hallinnoinnista vastaavat rahastoyhtiöt. Rahasto jakautuu keskenään yhtä suuriin rahasto-osuuksiin, jotka tuottavat samanlaiset oikeudet rahastossa olevaan omaisuuteen. Sijoitusrahastotyypit voidaan jakaa neljään eri osaan: korko-, osake-, yhdistelmä- ja erikoissijoitusrahastot. (Puttonen & Repo 2011, 30.) Tässä työssä paneudutaan vain Osuuspankin kolmeen omaan säästäjänrahastoon, jotka ovat tyyppiltään yhdistelmärahastoja.

OP-Varovainen

OP-Varovainen on rahasto, joka sopii hyvin lyhyen ja keskipitkän aikavälin säästämiseen. Se sopii parhaiten sijoittajalle, joka ei kaipaa ylimääräisiä riskejä, mutta odottaa silti rahoilleen järkevää tuottoa. Osakkeiden määrä rahastossa voi olla 0–30 % eli rahaston arvonmuutokset eivät ole kovin suuria markkinoiden heilahdellessa. (OP-Varovainen 2017.)

OP-Maltillinen

OP-Maltillinen sopii sijoittajalle, joka tavoittelee hieman parempaa tuottoa ja hyväksyy sen mukana korkeamman riskitason. Osakkeiden määrä voi olla 30–70 % rahastossa, mikä tarkoittaa sitä, että noin puolet koostuu osakkeista ja puolet korkosijoituksista. Sijoitukset hajautetaan laajalti maantieteellisesti että erilaisille markkinoille. Rahasto sopii hyvin keskipitkän aikavälin säästämiseen. (OP-Maltillinen 2017.)

OP-Rohkea

OP-Rohkea on kaikista tuottavin ja riskisin näistä kolmesta säästäjän rahastosta. Osakkeiden määrä voi olla jopa 70–100 %, eli rahasto sopii säästäjälle, joka tavoittelee hyvää tuottoa pitkällä aikavälillä ja ymmärtää sekä sietää korkeaan osakepaimoon liittyvät riskit. Pienelläkin sijoitussummalla on mahdollista hajauttaa sijoitukset laajasti ja kustannustehokkaasti. (OP-Rohkea 2017.)

3 MONIKANAVAINEN PALVELUKOKEMUS OSANA NUORTEN SÄÄSTÖPÄÄTÖSTÄ

Tässä luvussa tarkastellaan muutamia aikaisempia tutkimuksia nuorten aikuisten säästämiseen liittyen. Lisäksi tässä käsitellään pankin monikanavaista palvelukokemusta. Maailma on muuttunut viime aikoina todella paljon ja muutokset tapahtuvat nykyään todella nopeasti. Nykyään itse tuotteen tai palvelun ostamisen ympärille on muodostunut suuri määrä erilaisia seikkoja, joilla on vaikutusta ostopäätökseen. Tänä päivänä asiakas on keskiössä ja kehittyvä digimaailma tukee asiakaskokemuksen laadukkuutta. Seuraavissa alaluvuissa käydään syvällisemmin läpi asiakaskokemusta, monikanavaisuutta ja ostopäätöstä.

3.1 Tutkimuksia aiheesta

Finanssialan Keskusliiton teettämän tutkimuksen mukaan (Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat 2015, 7–8) raha-asioiden suunnittelu pitkällä tähtäimellä kasvaa iän myötä, kun taas alle 25-vuotiaista suomalaisista nuorista aikuisista keskimääräistä suurempi osuus suunnittelee talouttaan korkeintaan kuukaudeksi kerrallaan. Alle 25-vuotiaiden joukossa on eniten ihmisiä, joilla jää keskimääräistä vähemmän rahaa säästöön. Heillä kaikki tulot menevät kulutukseen muita ikäryhmiä useammin ja se käyttävät myös eniten säästöjään menojojensa rahoittamiseen.

Tilisäästäminen on tyypillisesti kaikenikäisten säästömuoto. Kuitenkin kaikista suurin osuus tulee yli 65-vuotiaiden keskuudesta, kun taas alle 25-vuotiailla tilisäästäminen on vähentynyt. Kaikissa ikäryhmissä käyttötilille säästäminen on vähentynyt verraten vuotta 2015 aiempiin vuosiin. Rahastosäästäminen on pankkitalletusten jälkeen seuraavaksi suosituin säästömuoto ja se on melko laajasti eri-ikäisten ihmisten sijoitusmuoto. Finanssialan Keskusliiton tutkimuksen mukaan voidaan todeta, että rahastosäästäminen on suositumpaa yli 25-vuotiaiden keskuudessa ja eniten rahastosäästäjiä on yli 55-vuotiaiden joukossa. Osakesäästämisen osuus on laskenut edelliseen vuoteen verrattuna lähes kaikissa ikäryhmissä. Kuitenkin keskimääräistä korkeampi osuus osakesäästämässä on yli 65-vuotiaiden keskuudessa. (Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat 2015, 10.)

UBS Investor Watchin julkaisemassa artikkelissa (01/2014) käsitellään uuden sukupolven sijoittajia, joista on tehty tutkimusta tätä varten. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan sukupolvea, jotka ovat 19–36-vuotiaita. Tutkimuksessa selvitettiin, mikä huolestuttaa tätä sukupolvea eniten oman talouden osalta tulevaisuudessa. Kävi ilmi, että tämä sukupolvi ovat huolestuneita enemmän muista kuin itsestään. Heidän huolenaiheet sijoittuvat pitkälle tulevaisuuteen, lähinnä eläkeikään liittyen. Eniten huolta aiheutti vastaajien keskuudessa se, onko heillä niin paljon varallisuutta eläkkeellä, kuin haluavat ja toiseksi suurin huolenaihe oli vastuu omien vanhempien taloudellisesta tilanteesta. Kolmanneksi sijoittui terveydenhuollon käyttö ja tarvittava avun saaminen ikääntyessä. Neljänneksi sijoittui nykyisen taloudellisen aseman parantaminen ja viidentenä huoli virheen tekemisestä oman talouden osalta. Tutkimus osoitti perinteisen stereotypian nuorten aikuisten lyhyen aikavälin ajattelusta ja oman edun ajamisesta vääräksi.

Tutkimuksessa (UBS Investor Watch, 01/2014) selvitettiin, mitä vastaajat pitivät tärkeimpinä menestyksen tekijöinä. Vastauksista selvisi, että tämä tutkimuksessa esiintyvä uusi sukupolvi pitivät työntekoa kaikista tärkeimpänä tekijänä. Toisena tekijänä oli säästäväisyys ja vain 28 % tästä nuoresta sukupolvesta piti pitkän aikavälin sijoittamista/ säästämistä tärkeänä tekijänä. Verrattuna heistä seuraavaan vanhempaan sukupolveen nämä tekijät olivat päinvastoin. Tästäkin tutkimuksesta ilmeni hyvin se, että nuoret eivät ymmärrä säästämisen ja sijoittamisen tärkeyttä jo nuoresta iästä lähtien.

3.2 Asiakaskokemuksen merkitys palvelun onnistumisessa

Asiakaskokemus on niiden tuntemusten kokonaisuus, joita asiakas kokee kohdattaessaan brändin. IBM Business Analytics & Strategyn tekemän tuoreen tutkimuksen mukaan 44 % asiakkaista palaavat useammin yritykseen saadessaan hyvää asiakaspalvelua. Lisäksi hyvää asiakaspalvelua saaneista 33 % suosittelee yritystä ystävilleen ja 14 % kertoo siitä myös sosiaalisessa mediassa. Nykyään lähes kaikki yritykset ymmärtävät, että erottuakseen kilpailijoista ja menestyäkseen, on tuotettava erinomaista asiakaskokemusta. (Filenius 2016, 15.)

Yrityksiä on monia erilaisia, ja siksi onkin tärkeää, että jokainen niistä analysoisi omaa toimialaansa asiakaskokemuksen näkökulmasta. Onhan se selvää, ettei kaikkien yritysten toiminta pyöri niin vahvasti asiakaskeskeisenä, mutta muutos siihen suuntaan on väistämätöntä nykypäivänä. Enää ei riitä, että yritys on olemassa, liike on avoinna arkisin kivijalkamyymälässä ja tuotteita on myynnissä. Nykyään voisi todeta, että hyvän asiakaskokemuksen luominen ja ylläpitäminen tulisi olla kaikkien yritysten strateginen valinta ja tavoite. Asiakkaat ovat keskiössä ja heidän ansiosta yritykset pysyvät kovassa kilpailussa mukana.

Asiakkaan mielipide palveluyrityksen laadusta kertoo palvelun onnistumisesta. Asiakkaalle muodostuu jo jonkinlainen kuva palvelun laadusta jo yksittäisen palvelukokemuksen perusteella. Tämä kuva kuitenkin täsmentyy asiakkaan käyttäessä palvelua useammin ja pidemmän aikaa. Ylikoski ym. (2006, 55) mukaan palvelun laatua tulisikin aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta, sillä vain asiakas voi kertoa, onko hänen saamansa palvelu hyvää vai huonoa. Palvelun laadusta puhuttaessa nousee esille usein myös asiakkaan tyytyväisyys, sillä yksi keskeisistä tyytyväisyyden tekijöistä on juurikin hyvä laatu. Finanssipalveluissa voidaan ajatella olevan kolme erilaista tyytyväisyyden osatekijää: varsinaiset finanssipalvelut, asiakassuhde ja asiakaspalvelutilanteet. Asiakaspalvelutilanteessa asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat tyytyväisyys finanssipalveluihin, palveluympäristöön, asiakasetuihin ja lisäpalveluihin sekä asiakaspalvelussa koettuun huolenpitoon (mts. 55–56).

Puustinen (2013, 26) nostaa esille OP Ryhmän pääjohtajan Reijo Karhisen mielipiteen finanssipalveluiden uudesta logiikasta. Nykyasiakkaat haluavat ratkaisuja tuotteiden sijaan. Ratkaisu on palvelu, jonka yritys pyrkii tuotteillaan ja palveluillaan tarjoamaan asiakkaan arkeen. Myös asiakas tarjoaa uudessa vaihdannassa yritykselle vastineeksi monenlaisia arjen resursseja ja prosesseja rahan lisäksi. Resursseilla tarkoitetaan muun muassa aikaa, osaamista, vaivaa, ideoita, informaatiota ja sosiaalisia verkostoja. Asiakkaan prosesseilla puolestaan tarkoitetaan esimerkiksi markkinointia, sosialisatiota, identiteetin rakentamista, suunnittelua ja itsensä kehittämistä (mts. 27–28).

3.3 Monikanavainen palvelukenttä

Monikanavaisuus on sitä, että kuluttajat palvellaan siellä, missä he ovat (Korkiakoski & Gerdt 2016, 52–53). Eri tutkimusten mukaan vielä yli 90 % asiakaspalvelusta hoidetaan puhelimitse Suomessa, mutta kuitenkin yli 65 % ihmisistä haluaa palvelua myös digitaalisissa kanavissa. Niiden käyttö varmasti lisääntyy koko ajan, kun yritykset ottavat niitä käyttöön. Maailmalla yleistyvät nopeasti uudet digitaaliset palvelut, kuten pikaviestipalvelut ja sosiaalinen media, koska ne ovat kustannustehokkaita ja auttavat asiakasta nopeasti ostoprosessin eri vaiheissa (mp.).

Ylikoski ym. (2006, 121–122) korostavat, että finanssialalla teknologia on tärkeässä asemassa, sillä lähes kaikki toiminnot edellyttävät tietojärjestelmien mutkatonta toimivuutta. Teknologian nopean kehittymisen vuoksi myös finanssiala on koko ajan muutoksen keskellä, eivätkä asiakkaat ole valmiita sopeutumaan samaan tahtiin. Ylikosken ym. (s. 122) mielestä on tärkeää, että asiakkaille annetaan aikaa tottua muutoksiin ja mahdollistaa myös vanhojen palvelutapojen käytön. Mahtavinta olisi se, että kuluttajat saavat palvelua juuri siellä missä haluavat ja milloin haluavat.

Osuuspankeissa monikanavaisuus on tällä hetkellä merkittävässä asemassa ja sitä kehitetään jatkuvasti. Pankkitoiminta on muuttunut todella paljon vuosien varrella ja nykyään asiakas on tärkein tekijä koko toiminnassa. Jokaisen asiakkaan tulisi saada palvelua siellä missä haluaa, ja digitalisaatio on mahdollistanut sen. Asiakkaat haluavat palvelua kotoa käsin, joten sen vuoksi Osuuspankit tarjoavat verkkoneuvotteluita. Niiden ansioista asiakkaat voivat saada esimerkiksi sijoitusneuvontaa tai käydä lainaneuvotteluita kotisohvalta perinteisen konttoritapaamisen sijaan. Myös monet sopimukset voidaan tehdä jo verkon kautta pankin verkkopalvelussa, koska siellä onnistuu myös sähköinen allekirjoitus.

Mobiilisovellusten suosiminen pankkiasioiden hoidossa on myös Osuuspankkien kehittämisen kohteena. Osuuspankit tarjoavat omille asiakkailleen op-mobiilisovelluksen, jossa pystyy hoitamaan päivittäiset pankki- ja vakuutusasiat helposti. Op-mobiiliin kautta näkee muun muassa omien tiliensä saldot, pystyy maksamaan laskujaan, voi seurata omia rahastojaan ja käydä osakekauppaa sekä näkemään omat vakuutukset ja tekemään vahinkoilmoituksen. Tällä hetkellä op-mobiilia käytetään enemmän kuin tavallista verkkopalvelua.

Toinen älypuhelimella käytettävä sovellus on OP:n Pivo-mobiilisovellus. Sen avulla pystyy hyvin seuraamaan omaa talouttaan luomalla erilaisia budjetteja. ja lisäksi pivosta näkee helposti ja nopeasti oman tilinsä saldon. Nykyään Pivolla pystyy myös maksamaan verkkokaupoissa sekä lähettämään esimerkiksi ystävälleen rahaa pelkän puhelinnumeron avulla. Pivon kaverimaksu toimii sekä Osuuspankin että muiden pankkien asiakkaille. Tämä on ollut todella suosittu sovellus nuorten keskuudessa ja sen käyttö on lisääntynyt koko ajan sovelluksen kehittymisen myötä.

3.4 Ostopäätöksen kehittyminen

Kun ihminen alkaa sijoittamaan tai säästämään, on se tavallaan jonkinlainen ostopäätös. Kolme merkittävintä tekijää, jotka vaikuttavat kuluttajan tai yritysasiakkaan ostopäätökseen ovat omat aiemmat kokemukset, mielikuvat ja kiinnostus kyseiseen tuotteeseen tai palveluun, muiden ihmisten kertomukset ja muut tietolähteet sekä tuotteiden ja palveluiden markkinointi ja brändi. (Korkiakoski & Gerdt 2016, 75.)

Digitalisaation ansiosta kuluttajat saavat yhä enemmän tietoa yrityksen tarjonnasta itsenäisesti. Ostopäätöstä tehdessä ihmisillä on enemmän tietoa käytettävissä kuin ennen, eikä markkinoijat ja brändi pysty vaikuttamaan niin paljon päätökseen. Perinteinen markkinointi on menettänyt asemaansa viime aikoina, sillä kuluttajat eivät enää usko maksettuihin mainoksiin samalla tavalla. Brändien näkyvyys sosiaalisessa mediassa on kasvanut valtavasti, mutta sillä ei saavuteta samanlaista asemaa kuin perinteisessä mediassa. Vaikka sosiaalisessa mediassa tehdään markkinointia paljon, kuluttajat voivat sivuuttaa kaikki ne mainokset, joita he eivät halua nähdä lainkaan. Suuri merkitys on läheisten ja muiden kuluttajien kokemuksilla ja mielipiteillä. (Korkiakoski & Gerdt 2016, 75–76.)

Fileniuksen (2016, 61) mukaan kuluttaja pohtii ostopäätöstä usein pitkään, mutta päätöksen tehtyä halutaan ostaminen suorittaa heti ja mahdollisimman vaivattomasti. Ostaja puntaroi eri vaihtoehtoja monien lähteiden ja tiedonhankintakanavien kautta. Monikanavaisuus on lisääntynyt merkittävästi, sillä kuluttajat ovat entistä hintatietoisempia ja osaavat etsiä tietoa monista eri lähteistä. Nykyään monet kuluttajat esimerkiksi käyvät kokeilemassa kivijalkakaupassa itselleen sopivia vaatteita, jonka jälkeen he ostavat hyväksi todetut housut verkkokaupasta halvemmalla. Toisaalta

taas jotkut kuluttajat selailevat ja vertailevat tuotteita valmiiksi verkkokaupassa, mutta ostos tehdään kuitenkin kivijalkamyymälässä (mp.).

Laineen (2008, 23) mukaan nykyään asiakkaat ovat yhä parempia ostajia. He haluavat kontrolloida myyntitilannetta ja asettaa itse omat ehdot ja pelisäännöt myynnin onnistumiselle. Asiakkaat ovat todella tietoisia asiointinsa keskittämistä yhteen ja samaan paikkaan. Keskittämällä kaikki ruokaostokset S-ryhmän kauppoihin, he tietävät saavansa isommat alennukset ja enemmän bonuksia itselleen (mp.). Sama pätee myös pankkeja kilpailuttaessa ja valittaessa itselleen parasta vaihtoehtoja. Myös pankkiryhmillä on omat edut ja keskittämällä asiointinsa samaan pankkiin, ovat edut varmasti parhaimmat. Tämä pätee ainakin Osuuspankeissa, joissa on myös käytössä oma bonusjärjestelmä. Mitä enemmän on varallisuutta, lainoja ja vakuutuksia, sitä enemmän Op-bonuksia kertyy, joita voi puolestaan hyödyntää esimerkiksi pankin palvelumaksuihin ja OP:n vakuutuksiin.

4 TUTKIMUS NUORTEN AIKUISTEN PANKKIPALVELUIDEN KEHITTÄMISEKSI

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön toimeksiantaja OP Orivesi. Lisäksi esitellään tutkimusmenetelmät, tutkimuksen toteuttaminen, tutkimustulokset ja johtopäätökset niistä. Viimeisessä alaluvussa 4.6 avataan tutkimustuloksista esille nousseita johtopäätöksiä, joista ilmenee tämän opinnäytetyön tutkimuksen erityispiirteet ja huomiot.

4.1 Toimeksiantajan esittely

OP Ryhmä on ollut rakentamassa suomalaista yhteiskuntaa jo yli 110 vuoden ajan. OP Ryhmä loi uuden pitkän aikavälin strategian kesällä 2016. Tavoitteena on muuttua finanssitoimijasta digitaalisen ajan monialaiseksi palveluyritykseksi, jolla on vahva finanssiosaaminen. Tämä tulee näkymään vaiheittain, joista ensimmäisessä vaiheessa liiketoimintaa laajennetaan kasvattamalla muun muassa terveys- ja hyvinvointiliiketoimintaa. Uudessa strategiassa korostuu asiakaskokemuksen kehittäminen palveluita ja toimintoja digitalisoimalla. Digitalisaatio tulee näkymään entistä enemmän finanssialalla, ja sen myötä myös toimialalle tulee jatkuvasti lisää kilpailua. Kuitenkin digitalisaation uskotaan parantavan asiakaskokemusta, tehostavan nykyisiä prosesseja sekä synnyttävän uutta liiketoimintaa. (OP Ryhmän strategia 2016.)

Opinnäytetyön toimeksiantaja on OP Orivesi, joka koostuu Oriveden keskustassa sijaitsevasta pääkonttorista sekä Juupajoen aluekonttorista. OP Orivedellä työskentelee toimitusjohtajan lisäksi yhteensä 21 vakituista ja 2 määräaikaista toimihenkilöä sekä 1 tehtäväkierrossa oleva Mäntän OP:n konttorista (tilanne 1.5.2017). Pankin yhtiömuoto on osuuskunta eli toisin sanoen se on omistaja-asiakkaiden omistama. Osuuspankeilla on nykyään eniten konttoreita ympäri Suomen, yli 400 toimipistettä, verrattuna muihin pankkeihin. Osuuspankit tarjoavat moninaisia pankkipalveluita sekä henkilö- että yritysasiakkaille asiantuntevien toimihenkilöiden toimesta.

4.2 Tutkimusmenetelmät

Empiirinen tutkimus voidaan toteuttaa kvantitatiivisen tai kvalitatiivisin perustein. Empiirisessä tutkimuksessa testataan, toteutuuko jokin teoriasta oletettu hypoteesi käytännössä, sillä empiirinen tutkimus perustuu aiempien teoreettisten tutkimusten osoittamiin menetelmiin. Tutkimusongelma voi olla myös jonkin ilmiön syiden selvittäminen tai ratkaisun löytäminen johonkin toteutettavaan tai kehitettävään asiaan. Empiirinen eli havainnoiva tutkimus voidaan jakaa kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus perustuu lukumääriin ja prosenttiosuuksiin, sillä tutkittavia asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla. Aineiston keruussa käytetään usein tarkkaan harkittuja, standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on tärkeää, että otos on mahdollisimman suuri ja edustaa koko perusjoukkoa eli sitä ryhmää, joka on tutkimuksen kohteena. Tutkimuksen tuloksia havainnoidaan usein erilaisin taulukoin ja kuvioin sekä niitä pyritään yleistämään koskemaan laajempaa joukkoa tilastollisen päättelyn keinoin. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään pääsääntöisesti kehittämishankkeissa, sillä se auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Tutkittavat asiat valitaan harkinnanvaraisesti ja usein pienikin otos riittää, sillä ne pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Aineisto kerätään usein haastatteluilla, vapaamuotoisilla kyselyillä tai havainnoimalla, jolloin valmiita vastausvaihtoehtoja ei ole. Heikkilän (2014, 15) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää, miksi kuluttaja valitsee esimerkiksi tietyn tuotteen asioidessaan kaupassa tai miksi hän reagoi mainontaan voimakkaasti.

4.3 Tutkimuksen toteuttaminen

Tässä opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä tutkittava asia vaatii suuremman otoksen, joiden vastauksia voidaan yleistää koko tutkittavan kohteen mielipiteiksi. On huomattavasti todennäköisempää saada totuuden-

mukaisempi tutkimustulos, kun laaditaan standardoitu kysely sopivalle kohderyhmälle. Vaikka tarkoituksena on kehittää pankin palvelua nuorten toiveiden mukaan, niin silti määrällinen tutkimus on sopivampi tähän tarkoitukseen. Sillä saadaan selville numeerinen tieto nuorten säästö- ja sijoitustottumuksista, jolloin pystytään kehittämään oikeita osa-alueita. Tämä tutkimus antaa myös hyvän pohjan tulevaa ajatellen ja on mahtava apuväline pankin kehittäessä palveluita uusiksi.

Kvantitatiiviseen tutkimukseen tarvittavat tiedot voidaan kerätä eri tavoilla riippuen siitä, mikä on kohderyhmä ja mikä tiedonkeruumenetelmä sopii parhaiten tilanteeseen. Yleisemmin käytetään erilaisia kyselyitä menetelmänä, joita voidaan lähettää esimerkiksi postitse tai sähköpostin välityksellä valitulle kohderyhmälle. Lisäksi voidaan tehdä puhelin- tai käyntihaastatteluita tai informoitu kysely, jossa haastattelija konkreettisesti kuljettaa kyselylomakkeita kohderyhmän jäsenille ja tarvittaessa hän voi tarkentaa kysymyksiä tai tehdä lisäkysymyksiä. Yksi tärkeä tutkimusmenetelmä on havainnointitutkimus, jossa tiedot kerätään havainnoimalla tutkimuskohdetta. Yleensä havainnoinnilla täydennetään kysely- ja haastattelututkimuksia tai joskus jopa korvataan kokonaan. (Heikkilä 2014, 17.)

Vehkalahten (2014, 20) mukaan hyvässä kyselylomakkeessa toteutuvat sekä sisällölliset että tilastolliset näkökulmat, joista koostuu yhtenäinen kokonaisuus. Tässä työssä laadittiin internetin kautta tehtävä kysely, joka koottiin Webropol-ohjelmalla. Internetkysely on helppo ja nopea sekä tutkimuksen tekijälle, että tutkimuksen kohderyhmän jäsenille. Kysely lähetettiin Oriveden lukion ja ammattikoulun täysi-ikäisille opiskelijoille, jolloin heillä kaikilla oli käytössään Internetyhteys koulun tietokoneilla. Kyselylomake on strukturoitu lomake eli kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, joista voi valita sopivimman tai jopa useamman itselleen sopivan. Näissä strukturoiduissa eli suljetuissa kysymyksissä on myös useassa vaihtoehdo "Jokin muu, mikä?", jolloin vastaajalla on mahdollisuus omaan mielipiteeseen. Kyselylomakkeessa oli myös yksi Likert-asteikon mukainen kysymys. Tällä tarkoitetaan järjestysasteikkoa, joka on yleensä neljä- tai viisiportainen asteikko, jonka vastausvaihtoehdoina ovat kaksi eri ääripäätä sekä niiden väliltä eri vaihtoehdot (Tietoarkisto 2007).

Kyselylomake laadittiin teoriasta ilmenneiden asioiden sekä omien havaintojen pohjalta. Valmis kyselylomake käytiin läpi yhdessä organisaation esimiehen kanssa,

jotta kysely oli pankin näkökulmasta hyvä ja kilpailijoista erottumaton. Kyselyyn tehtiin muutamia korjauksia esimiehen ja oman opinnäytetyön ohjaajan toimesta. Tämän jälkeen kyselyä testasivat muutamat ihmiset, jolloin saatiin lopulta hiottua kyselystä juuri asianmukainen eli selkeä ja nopeasti täytettävä, mutta myös riittävästi informaatiota antava.

Tutkimuksen perusjoukon muodostavat ne, joista ollaan kiinnostuneita eli tässä tapauksessa nuoret aikuiset, jotka ovat case-yrityksen paikkakuntalaisia. Otokseen kuuluvat tutkimukseen valitut vastaajat, jotka ovat täysi-ikäisiä Oriveden lukion ja ammattikoulun opiskelijoita. Otannan tarkoituksena on yleistää saadut tulokset koskemaan koko perusjoukkoa (Vehkalahti 2014, 43). Otos on muutenkin tarpeeksi kattava osoittaen Oriveden kaupungin nuorten säästötottumukset ja -tietämykset.

4.4 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen *validiteetti* tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tulee mitata oikeita asioita eli sitä mitä on tarkoitus selvittää (Heikkilä 2014, 27–28). Validius tarkoittaa systemaattisen virheen puuttumista eli valideilla mittareilla tehdyt mittaukset ovat keskimäärin oikein. Tutkimuksen validius tulee varmistaa etukäteen hyvällä suunnittelulla ja tarkoin valitulla tiedonkeruulla, sillä jälkeinpäin sitä on vaikea arvioida. Esimerkiksi kvantitatiivisen tutkimuslomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita kattavasti. Tutkimuksen perusjoukon määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti edesauttavat validin tutkimuksen toteutumista (mp.).

Heikkilän (2014, 28) mukaan *reliabiliteetilla* tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli tutkimuksen luotettavuutta ja pysyvyyttä. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkimustulokset olisivat samanlaisia, jos tutkimus tehtäisiin uudelleen. Tutkimuksen tulokset eivät saa myöskään olla sattumanvaraisia.

Tämän tutkimuksen otoskoko valikoitui sen mukaan, kuinka paljon Oriveden lukiossa ja ammattikoulussa oli yli 18-vuotiaita opiskelijoita. Kaikki tähän ryhmään kuuluvat vastasivat kyselyyn ja heitä oli yhteensä 46 henkilöä. Kyselylomakkeet lähetettiin molempien koulujen opinto-ohjaajien kautta opiskelijoille tunneilla täytettäväksi ja kaikki paikallaolijoista vastasivat siihen. Voidaan todeta, että vastaajat ovat

määrältään ja laadultaan toivottua kohderyhmää sekä vastausprosenttikin on täysi. Toki ensisijaisena kohderyhmänä ovat nuoret aikuiset, joten pientä hajontaa vastaajien ikäjakaumassa oli. Kyselylomakkeen laadinnassa auttoi toimeksiantajayritys sekä myös opinnäytetyön ohjaaja, joten kysymykset oli suunniteltu ja tarvittavat kysymykset tuli kysytyä ja vastaukset saatua. Voidaan todeta tutkimuksen olevan validi.

Reliabiliteetin eli tulosten tarkkuutta voidaan myös pitää hyvin pätevänä. Vaikka tulokset voidaan yleistää nuorten aikuisten mielipiteiksi, niin silti vastauksissa olisi varmasti eroavaisuuksia, jos esimerkiksi Helsingin alueen nuoret aikuiset vastaisivat tämän opinnäytetyön kyselyyn. Puolueettomuus ja pysyvyys olivat tutkimuksen suunnittelussa ja tekemisessä koko ajan mukana.

4.5 Tutkimustulokset

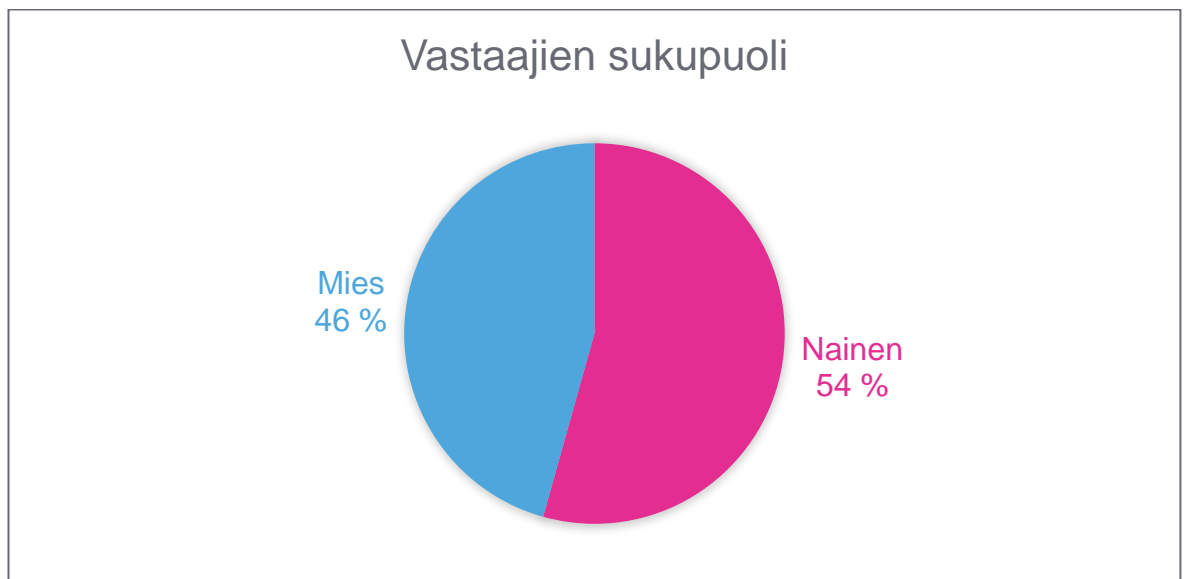
Tässä alaluvussa tarkastellaan varsinaisia tutkimustuloksia havainnollistavien kuvioiden avulla. Tämän tutkimuksen tulosten analysoinnissa on käytetty hyödyksi Webropolista saatavia taulukoita ja kuvaajia Excel- ja PowerPoint-ohjelmien avulla. Kaikki tutkimustuloksissa esiintyvät diagrammit ovat luotu kuitenkin itse ja kuvioissa on käytetty erilaisia pylväs- ja ympyrädiagrammeja. Kuvioissa esitetyt prosenttiluvut ovat pyöristetty lähimpään täyslukuun helpottaakseen lukijan tulkintaa vastauksista.

Tutkimustulokset on jaettu viiteen eri alalukuun, jotka alkavat alaluvusta 4.3.1 vastaajien taustatiedot ja päättyvät lukuun 4.3.5 kanavat tiedonjakoon, saamiseen ja seuraamiseen. Kaikki alaluvut koostuvat useammasta eri tutkimuskysymyksestä ja jokainen kyselyssä esitetty kysymys on avattuna tässä työssä kuvion ja tekstin muodossa. Tulokset eivät ole täysin samassa järjestyksessä esitettynä kuin ne ovat kyselylomakkeessa, sillä tulokset on jaoteltu näihin viiteen eri alalukuun aihealueen mukaan. Kaikki kyselyn kysymykset ovat olleet pakollisia vastaajille. Kyselylomake löytyy liitteestä 1.

4.5.1 Vastaajien taustatiedot

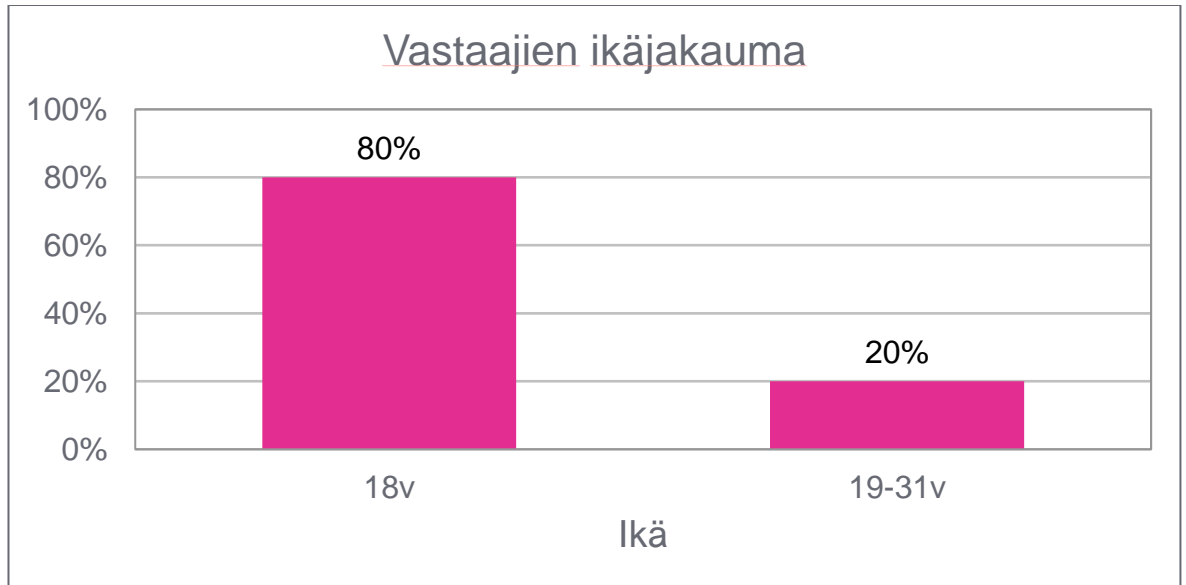
Vastaajien taustatiedot pitävät sisällään tässä opinnäytetyössä vastaajien sukupuolen, ikäjakauman ja opiskelupaikan.

Vastaajien sukupuoli. Vastaajien sukupuolet jakoutuivat suhteellisen tasaisesti, mutta naisia oli hieman enemmän (kuvio 1). Vastaajista naisia oli 54 prosenttia ja miehiä 46 prosenttia.



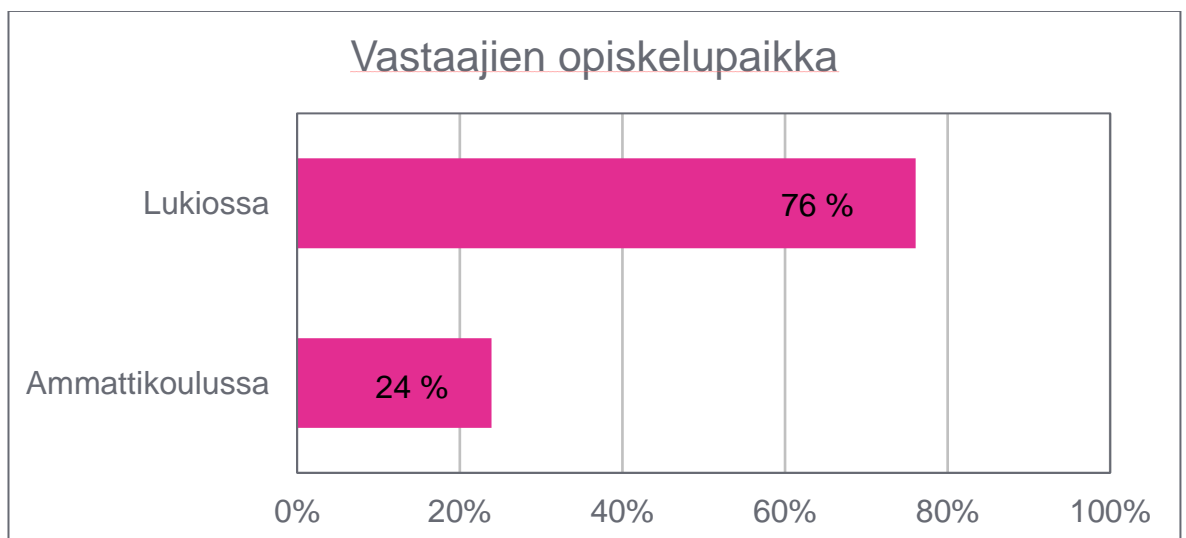
Kuvio 1. Vastaajien sukupuoli (n=46).

Vastaajien ikäjakauma. Vastaajien ikä jakautui 18–31-vuotiaiden kesken, joista 80 prosenttia oli 18-vuotiaita ja 20 prosenttia oli 19–31-vuotiaita (kuvio 2). Tämän perusteella voidaan todeta tutkimusten vastausten edustavan nuorten aikuisten mielipiteitä.



Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma (n=46).

Vastaajien opiskelupaikka. Kaikki vastaajista opiskelivat joko lukiossa tai ammattikoulussa niin, että 76 prosenttia lukiossa ja 24 prosenttia ammattikoulussa (kuvio 3). Vastaukset siis edustavat enemmän lukiolaisten mielipiteitä, jotka saattavat poiketa verraten ammattikoululaisten mielipiteisiin.

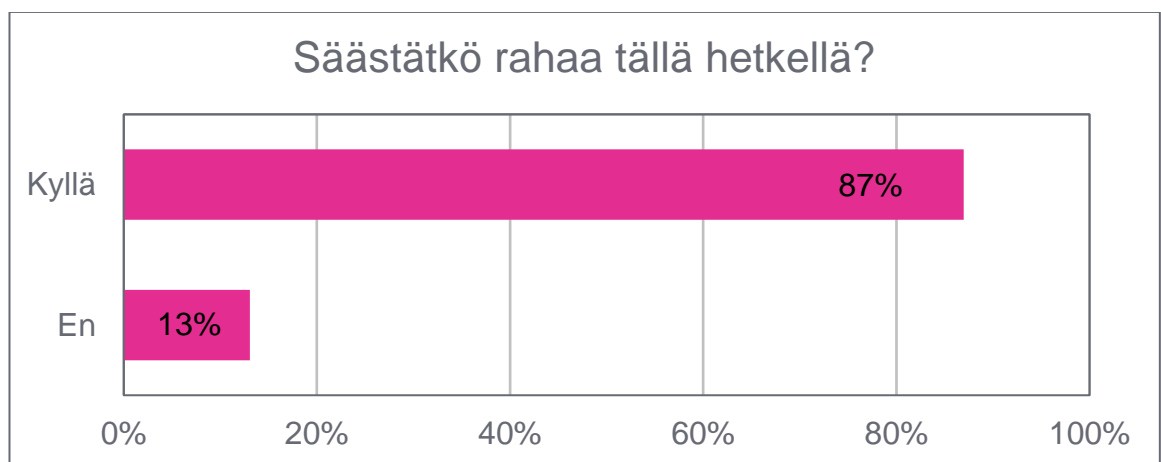


Kuvio 3. Vastaajien opiskelupaikka (n=46).

4.5.2 Säästäminen tällä hetkellä

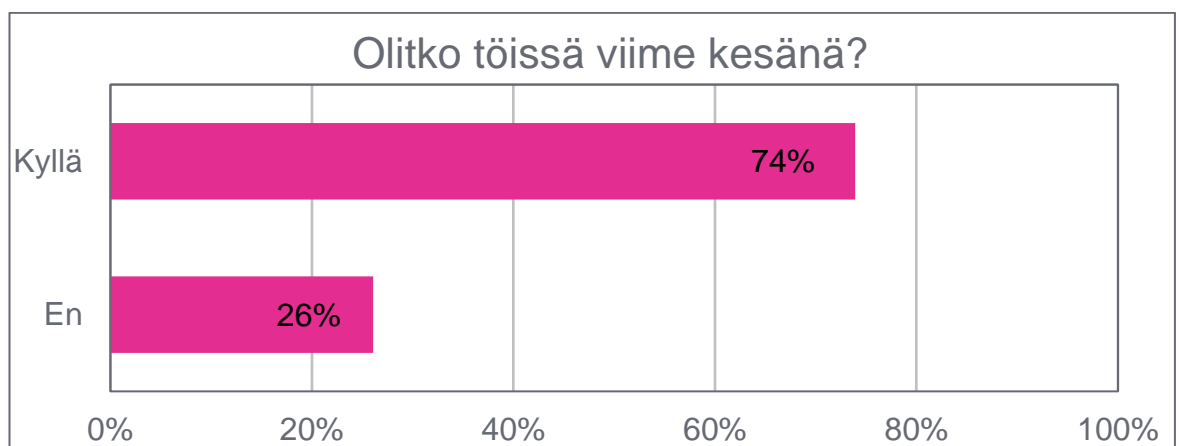
Tässä aluvussa esitellään vastaajien tämänhetkinen säästötilanne. Tähän lukeutuvat vastaajien säästäminen tällä hetkellä, kesätöiden tilanne, rahanlähteet, säästökohteet ja -muodot sekä säästöjen arvo.

Vastaajien säästäminen tällä hetkellä. Vastaajista 87 prosenttia säästää rahaa tällä hetkellä ja 13 prosenttia ei säästä lainkaan (kuvio 4). Suurimmalle osalle vastaajista säästäminen on edes jollakin tasolla tuttua, koska he säästävät tällä hetkellä.



Kuvio 4. Vastaajien säästäminen tällä hetkellä (n=46).

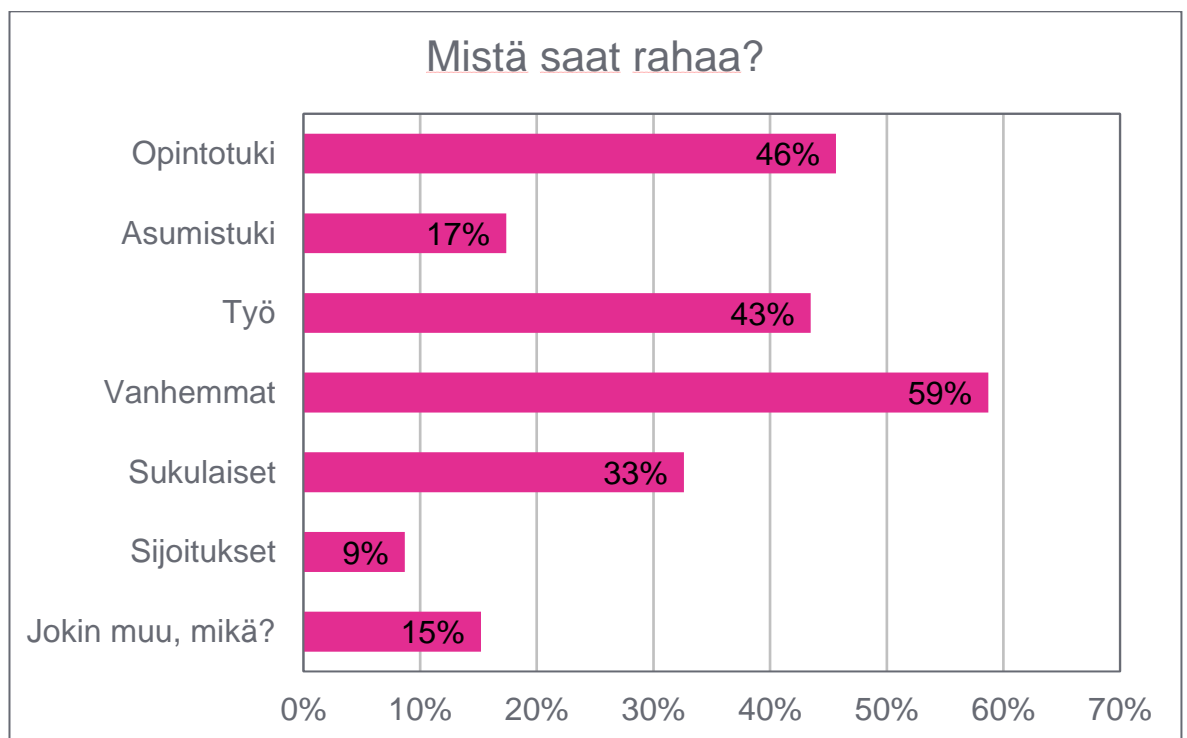
Vastaajien kesätyötilanne viime kesänä. Vastaajista 74 prosenttia oli kesätöissä viime kesänä (2016) ja 26 prosenttia ei ollut kesätöissä (kuvio 5). Tämä osoittaa, että kesätöiden saaminen tai niiden hankkiminen ei ole itsestäänselvyys tänä päivänä.



Kuvio 5. Kesätyöt viime kesänä (n=46).

Vastaajien rahanlähteet. Kyselyssä oli kuusi eri nimettyä rahanlähdeä ja lisäksi vastaajat saivat itse lisätä avoimeen kohtaan jonkin muun rahanlähteen (kuvio 6). Vastausvaihtoehdoista sai valita useamman itselleen sopivan kohdan. Vastaajista yli puolet (59 %) vastasi saavansa rahaa vanhemmiltaan. Toiseksi isoin rahanlähde oli opintotuki, jota saivat 46 % vastaajista ja kolmanneksi suurin tulonlähde oli työt (43 %). Loput jakautuivat niin, että sukulaiset (33 %), jokin muu (15 %), asumistuki (17 %) ja sijoitukset (9 %).

Vaihtoehto jokin muu (15 %) -kohtaan vastaajat olivat lisänneet: kuntoutustuki, työttömyyskassa, työttömyysetuus, toimeentulotuki, matkatuki, elatustuki, lapsilisä ja perintö.

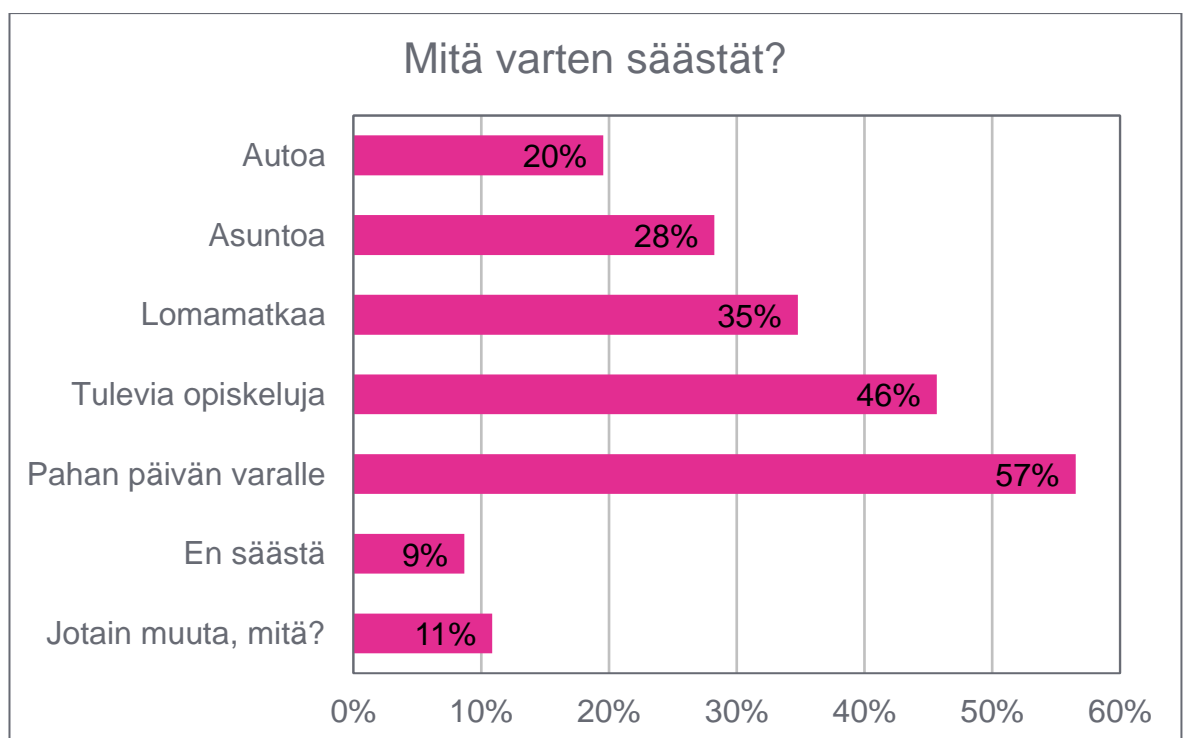


Kuvio 6. Vastaajien rahanlähteet (n=46).

Tämä kysymys osoitti hyvin sen, että vastaajat olivat nuoria aikuisia, sillä vanhemmat ovat suurin rahanlähde. On täysin normaalia, että vanhemmat haluavat tukea opiskelevia nuoriaan, vaikka he ovatkin täysi-ikäisiä. Myös erilaiset tuet ovat merkittävässä asemassa nuorten taloudellisen tilanteen ylläpitämisessä, eikä ilman niitä monilla olisi mahdollisuutta tulla rahallisesti toimeen. Aiemmin tässä työssä on todettu, että nuorten keskuudessa sijoittaminen on todella vähäistä, jota myös tämä kysymys vahvistaa.

Vastaajien säästökohteet. Kysymyksessä tarkasteltiin, mitä varten vastaajat säästävät ja he saivat valita useamman vastausvaihtoehdon (kuvio 7). Vastaajista suurin osa, 57 prosenttia, säästävät pahan päivän varalle. Toiseksi suurin osa 46 prosenttia säästää tulevia opiskeluita varten ja kolmanneksi eniten säästetään lomamatkaa varten (35 %). Muita säästökohteita ovat asunto (28 %), auto (20 %), jokin muu (11 %) ja vastaajista 9 % eivät säästä lainkaan.

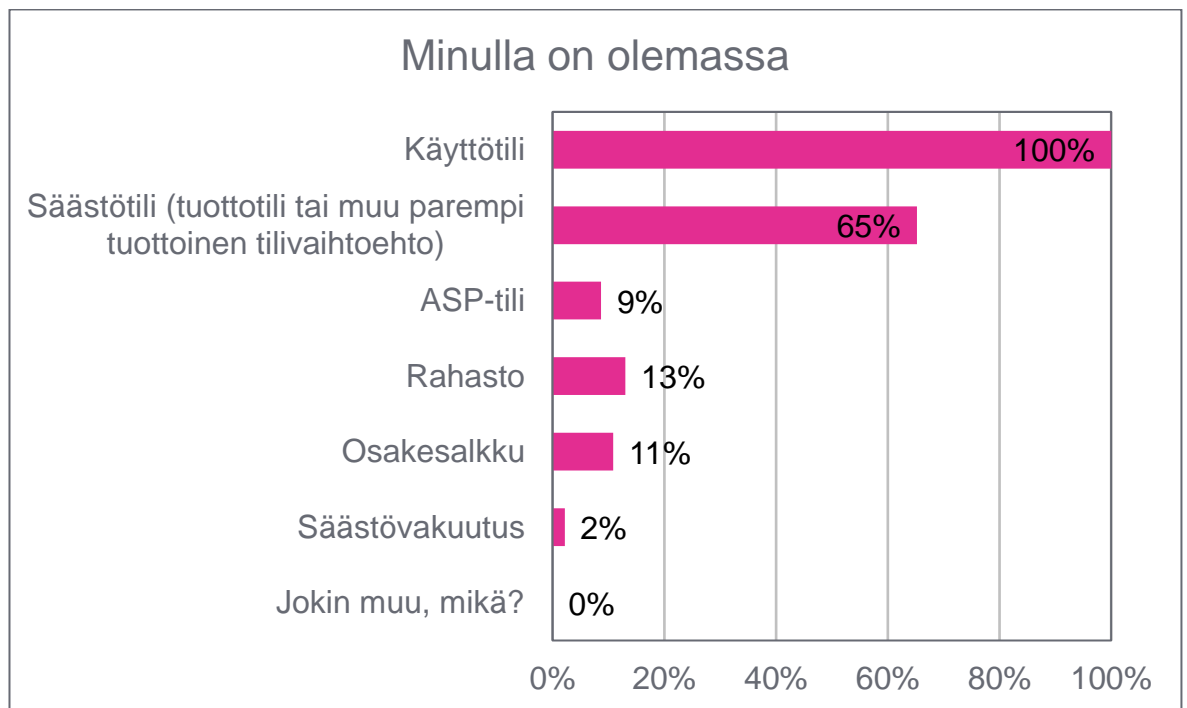
Vastaajista 11 % vastasi, että he säästävät jotain muuta varten, kuin mitä valmiissa vaihtoehdoissa oli. Nämä avoimet vastaukset olivat: ajokortti, korkotuotot, lemmikit ja lisenssi.



Kuvio 7. Vastaajien säästökohteet (n=46).

Opinnäytetyön teoriapohjaan nojaten voidaan todeta, että nuorten aikuisten säästäminen kohdistuu huomattavasti enemmän lyhyen ja keskipitkän aikavälin suunnitelmiin. Lomamatkaa ja uutta lemmikkiä varten säästäminen kohdistuvat lyhyelle aikavälille ja auton tai ajokortin hankkiminen ovat keskipitkän aikavälin kohteita. Pitkän aikavälin, yli seitsemän vuoden kohteita, ei näillä nuorilla ollut muita kuin oman asunnon hankinta.

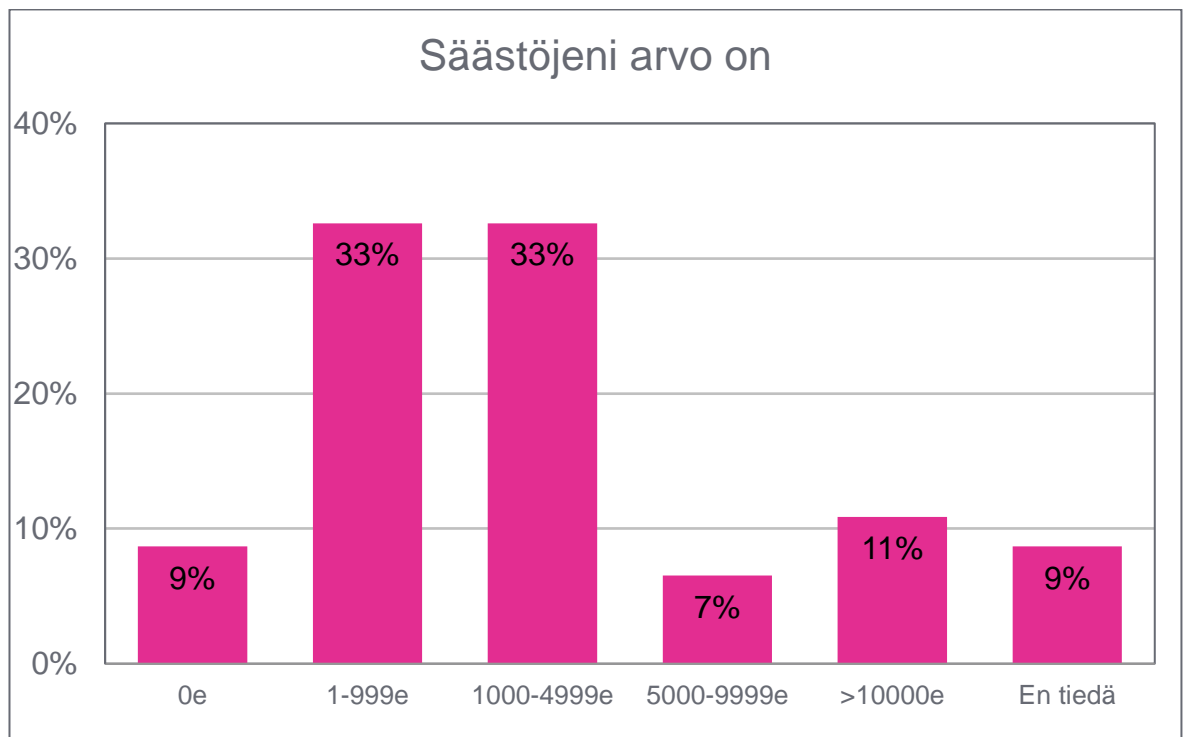
Olemassa olevat säästö- ja sijoitusmuodot. Kyselyssä selvitettiin vastaajien tämän hetkiset, käytössä olevat säästö- ja sijoitusmuodot (kuvio 8). Vastaajista kaikilla (100 %) on olemassa käyttötili tällä hetkellä. Jokin säästötili on myös 65 prosentilla, mutta muita vaihtoehtoja ei kovinkaan monella ole. Muut vaihtoehdot jakautuivat niin, että rahasto (13 %), osakesalkku (11 %), ASP-tili (9 %) ja säästövakuutus (2 %). Vastaajat saivat valita itselleen sopivimmat vaihtoehdot.



Kuvio 8. Olemassa olevat säästö- ja sijoitusmuodot (n=46).

Kuten on jo aiemmin todettu, että pankkitileillä ei rahat tuota tuloa juuri lainkaan. Sen vuoksi esimerkiksi Osuuspankin tarjoamat säästäjän rahastot OP-Varovainen, OP-Maltillinen ja OP-Rohkea olisivat hyvä, huoleton ja turvallinen vaihtoehto nuorille aikuisille, joilla myös säästöjä saisi kerättyä itselleen nopeammin. Aiemmin esiteltäessä Finanssialan Keskusliiton teettämää tutkimusta voitiin huomata, että tilisäästäminen on vähentynyt alle 25-vuotiaiden keskuudessa verrattuna aiempiin vuosiin. Vaikka tilisäästäminen onkin vähentynyt, niin muiden säästömuotojen suosiminen ei ole puolestaan merkittävästi lisääntynyt.

Säästöjen arvo tällä hetkellä. Kyselyssä vastaajien säästötilanne oli luokiteltu viiteen eri kokoluokkaan ja lisäksi yhtenä vaihtoehtona oli ”en tiedä” (kuvio 9). Vastaa- jista 9 prosentilla ei ole säästöjä lainkaan. Suurin osa vastaajista kuului säästöryh- mään 1–999e ja 1000–4999e (molemmissa 33 %). Säästöjä välillä 5000–9999e oli 7 prosentilla ja yli 10 000e oli 11 prosentilla. Vastaa- jista 9 prosenttia ei tiennyt sääs- töjensä määrää tällä hetkellä.



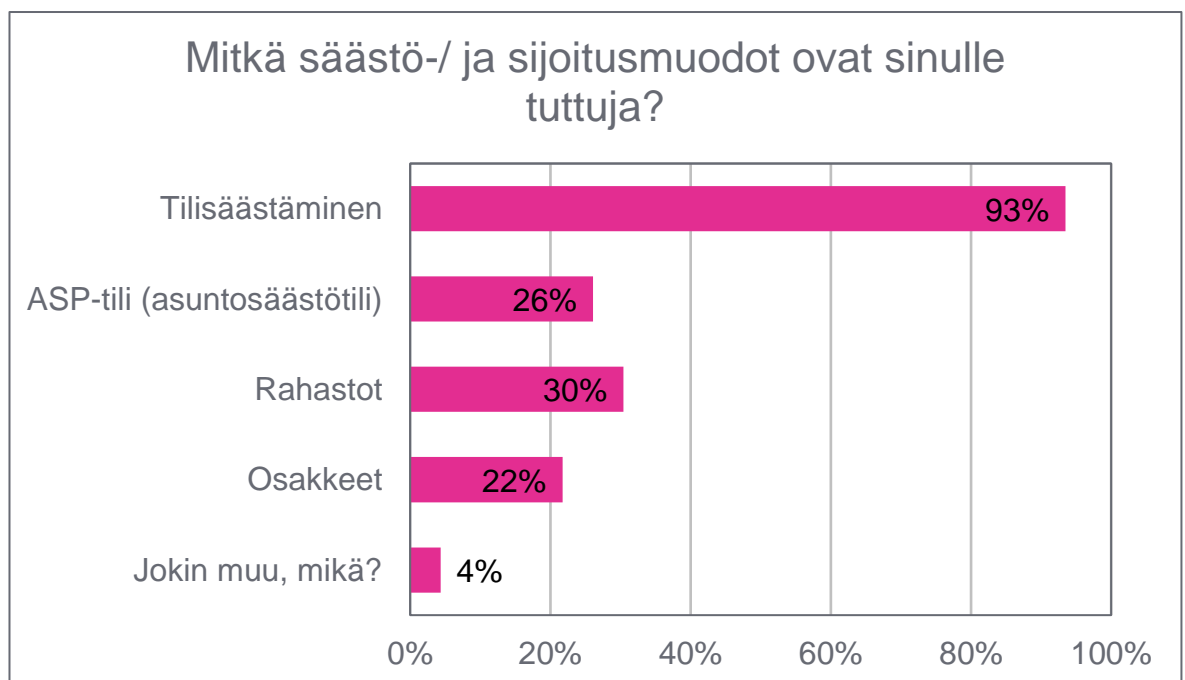
Kuvio 9. Säästöjen arvo tällä hetkellä (n=46).

Vaikka vastaajista reilusti yli puolet säästävät tällä hetkellä, ei säästöjen arvo ole kovinkaan suuri. Toki kesätöistä tienaaminen on vielä tuossa iässä usein vähäistä, sillä ensinnäkin kesäaika on todella lyhyt. Toisaalta ei myöskään kukaan halua lait- taa kaikkia kesätyörahojaan säästöön, vaan niitä on tärkeä käyttää myös omaan kulutukseen. Luultavasti nuorilla olisi kuitenkin enemmän säästöissä tälläkin het- kellä, mikäli säästettäisiin esimerkiksi rahastoihin, joissa tuotto on parempaa, eikä rahoja käytettäisi sieltä niin helposti.

4.5.3 Valmiudet säästämiseen

Tässä alaluvussa käsitellään vastaajien valmiuksia säästämiseen. Tuloksista selviää vastaajien tuntemus erilaisista säästö- ja sijoitusmuodoista, kuinka paljon he ovat valmiita laittamaan rahaa säästöön kuukaudessa, mikä saa heidät aloittamaan säästämisen ja mitkä ovat intressit säästämiseen ja sijoittamiseen sekä kuinka he jakautuvat riskinsietokyvyn mukaan kahteen eri ryhmään.

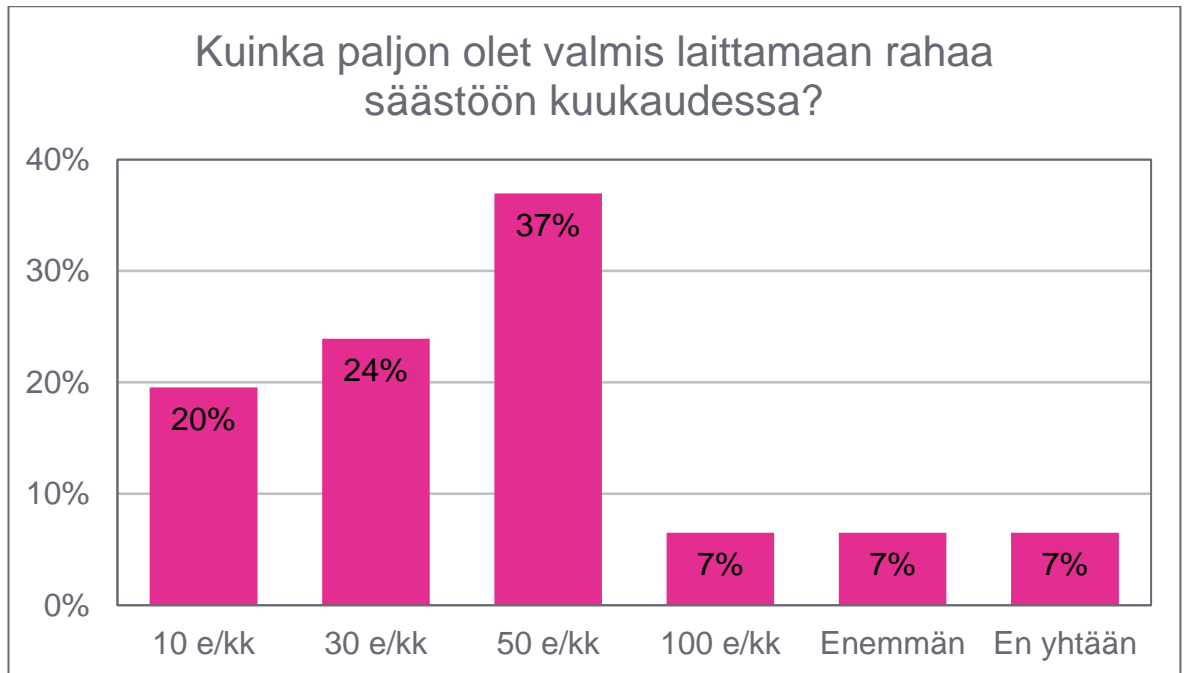
Vastaajien erilaisten säästö- ja sijoitusmuotojen tuntemus. Kysymykseen annettiin neljä eri valmista vaihtoehtoa ja viidenteen sai itse mainita jonkin muun oman vaihtoehdon (kuvio 10). Vastaajat saivat valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Kaikista tunnetuin ja tiedetyin säästömuoto oli tilisäästäminen (93 %), toisena rahastot (30 %), kolmantena ASP-tili (26 %) ja neljäntenä osakkeet (22 %). Viidentenä vaihtoehtona oli ”jokin muu, mikä?” ja se sai kaksi avointa vastausta: säästöpossu ja kaikki.



Kuvio 10. Vastaajien erilaisten säästö- ja sijoitusmuotojen tuntemus n=46).

Nämä vastaukset osoittavat hyvin sen, että nuorilla aikuisilla on olemassa käyttö- tai säästötili, johon voivat säästää. Kaikki muut parempituottoiset vaihtoehdot ovat huomattavasti tuntemattomampia.

Omat valmiudet säästämiseen kuukaudessa. Kyselystä selviää vastaajien omat valmiudet laittaa rahaa säästöön kuukaudessa (kuvio 11). Vastaajista 20 prosenttia on valmiita säästämään 10e/kk, 24 prosenttia 30e/kk ja 37 prosenttia 50e/kk. Loput vastausvaihtoehdot 100e/kk, enemmän ja en yhtään saivat saman verran keskenään kannatusta (7 %).



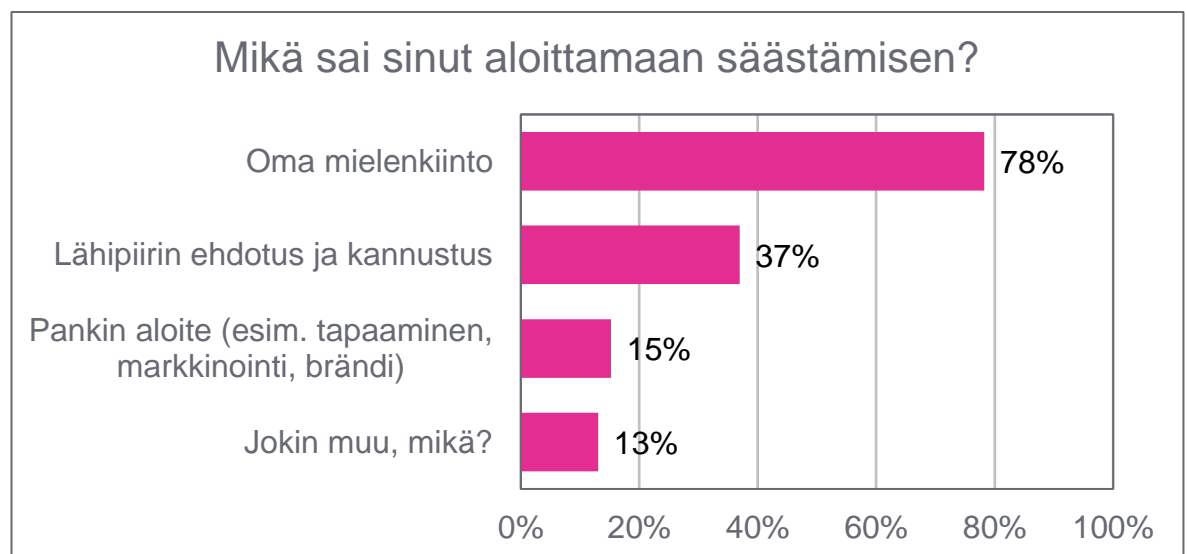
Kuvio 11. Omat valmiudet säästämiseen kuukaudessa (n=46).

Niin kuin jo aiemmin tässä opinnäytetyössä todettiin, että Finanssialan Keskusliiton teettämän tutkimuksen mukaan alle 25-vuotiaiden joukossa on eniten ihmisiä, joilla jää keskimääräistä vähemmän rahaa säästöön. He käyttävät eniten säästöjään menoihinsa eli suurin osa tuloista menee kulutukseen.

Syyt säästämisen aloittamiselle. Tuloksista selviää, mikä sai vastaajat aloittamaan joskus säästämisen ja tähän kysymykseen sai valita useamman vastausvaihtoehdon (kuvio 12). Suurin syy oli oma mielenkiinto (78 %), toiseksi suurin lähipiirin ehdotus ja kannustus (37 %), kolmanneksi suurin pankin aloite, esimerkiksi tapaaminen, markkinointi tai brändi (15 %). Vastaajista 13 prosenttia vastasi avoimeen kohtaan ”jokin muu, mikä”.

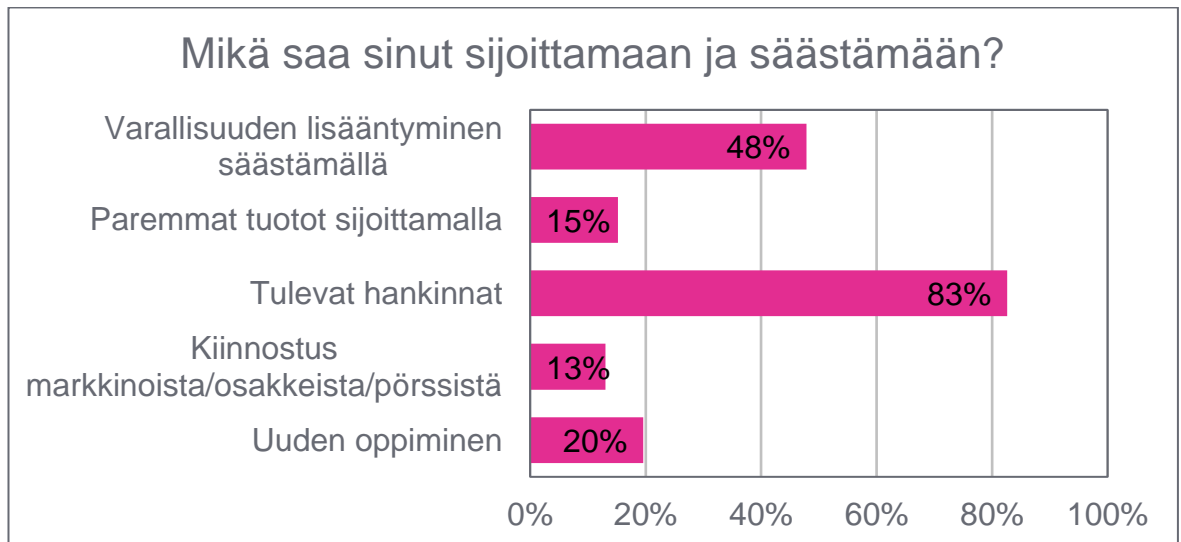
Avoimina vastauksina olivat:

- Ei mikään
- Espanjan matka
- Tulot tulevat sijoituksina
- Tiedän, että tulevaisuudessa tarvitsen rahaa, jonka voin nyt laittaa säästöön
- En voi tällä hetkellä säästää, koska opintotuet ovat niin pienet.



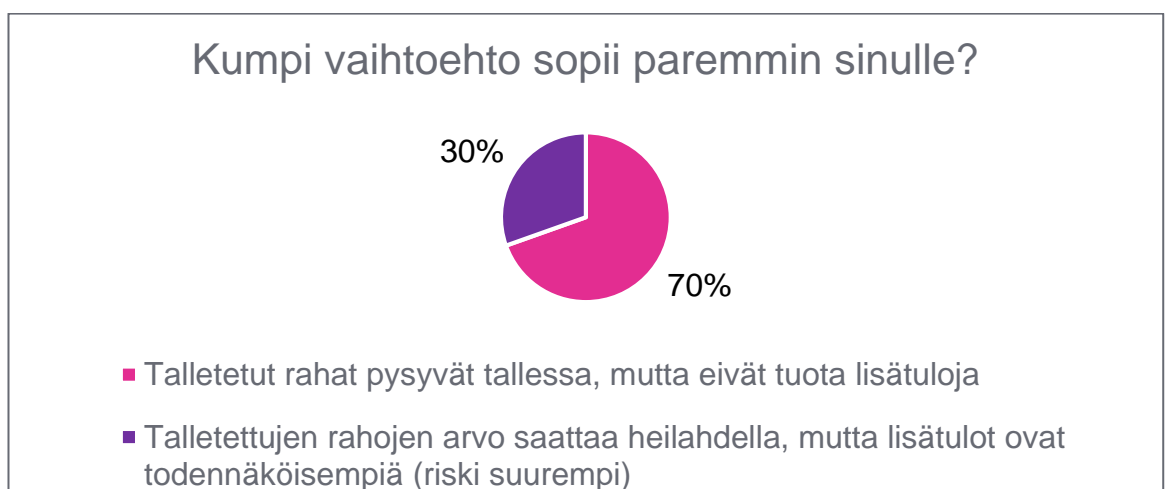
Kuvio 12. Syitä säästämisen aloittamiseen (n=46).

Intressit sijoittamiseen ja säästämiseen. Viidestä vastausvaihtoehdosta selviää yleisimmät intressit sijoittamiselle ja säästämiseen (kuvio 13). Vastajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Tulevat hankinnat (83 %) oli vastaajien suurin intressi. Toisena oli varallisuuden lisääntyminen säästämällä (48 %), kolmantena uuden oppiminen (20 %), neljäntenä paremmat tulot sijoittamalla (15 %) ja viidentenä kiinnostus markkinoista/osakkeista/pörssistä (13 %).



Kuvio 13. Intressit sijoittamiseen ja säästämiseen (n=46).

Vastaajien jakautuminen riskinsietokyvyn mukaan. Tämä oli viimeinen kysymys liittyen siihen, millaiset valmiudet ovat säästämään (kuvio 14). Vastajista suurin osa koki heille sopivan paremmin vaihtoehto, jossa talletetut rahat pysyvät tallessa tuottamatta lisätuloja (70 %). Kun taas 30 prosenttia oli sitä mieltä, että talletettujen rahojen arvo voi heilahdella ja lisätulot ovat todennäköisempiä.

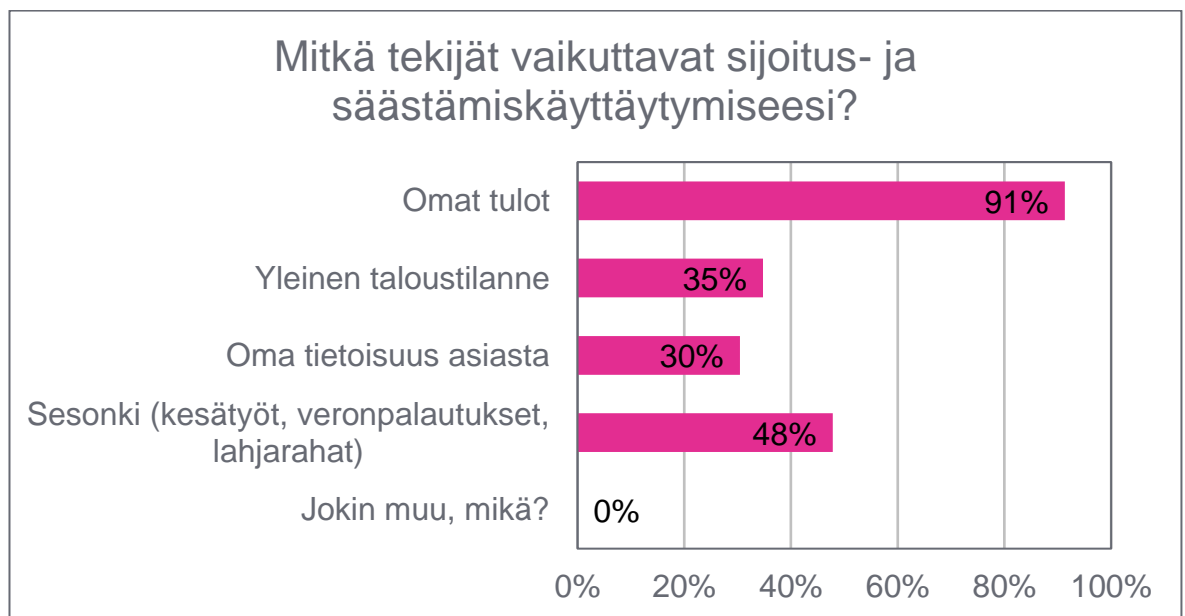


Kuvio 14. Vastaajien jakautuminen riskinsietokyvyn mukaan (n=46).

4.5.4 Vaikuttavat tekijät sijoittamisessa ja säästämässä

Tässä alaluvussa käsitellään tuloksia, mitkä tekijät vaikuttavat sijoitus- ja säästämiskäyttäytymiseen. Lisäksi myös selvitetään, vaikuttaisiko tiedon lisääntyminen sijoittamiseen ja säästämiseen ja mikä näissä on vastaajien mielestä haastavinta.

Tekijöitä, jotka vaikuttavat sijoitus- ja säästämiskäyttäytymiseen. Vastausvaihtoehtoja oli annettu valmiiksi neljä ja viidentenä oli vapaavalintainen ”jokin muu, mikä?” -kohta (kuvio 15). Vastaajat saivat valita vaihtoehdoista useamman. Suurin vaikuttavin tekijä oli omat tulot (91 %). Lähes puolet vastaajista (48 %) oli sitä mieltä, että sesonki eli kesätyöt, veronpalautukset ja lahjarahat vaikuttavat myös. Muita vaikuttavia tekijöitä olivat yleinen taloustilanne (35 %) ja oma tietoisuus asiasta (30 %). Kukaan ei vastannut avoimeen kohtaan.



Kuvio 15. Tekijöitä, jotka vaikuttavat vastaajien sijoitus- ja säästämiskäyttäytymiseen (n=46).

Tiedon lisääntymisen vaikutus vastaajien säästökäyttäytymiseen. Vastaajista 22 prosenttia oli sitä mieltä, että tiedon lisääntyminen ei vaikuttaisi lainkaan, 26 prosentin mielestä se vaikuttaisi ja 52 prosenttia ei osannut sanoa kyllä tai ei (kuvio 16).



Kuvio 16. Tiedon lisääntymisen vaikutus vastaajien sijoittamiseen ja/tai säästämiseen (n=46).

Haastavimmat seikat sijoittamisessa ja säästämässä. Vastaajat saivat valita valmiista vastausvaihtoehdoista useamman kohdan (kuvio 17). Kolme vaihtoehtoa sai täysin saman verran ääniä (39 %): termit ja käsitteet, säästäminen käytännössä ja sijoittamisen käytännössä. Säästötapojen erot, kuten eri tilit ja rahastot olivat 28 prosentin mielestä haastavaa ja verotus 20 prosentin mielestä. Avoimeen kohtaan kukaan ei vastannut mitään.



Kuvio 17. Haastavimmat seikat sijoittamisessa ja säästämässä (n=46).

4.5.5 Erilaiset kanavat tiedonkulkuun, sen saamiseen ja seuraamiseen

Tämä alaluku sisältää vastauksia siitä, miten halutaan saada tietoa pankilta sijoittamiseen ja säästämiseen liittyvissä asioissa, ja kuinka toivotaan pankin olevan yhteydessä asiakkaaseen. Lisäksi tulokset osoittavat, minkä kanavien kautta seurataan sijoittamiseen ja säästämiseen liittyviä aiheita sekä hoidetaan päivittäiset pankkiasiat. Tässä luvussa selviää myös, kuinka tärkeänä pidetään erilaisia seikkoja pankin tarjoamien palveluiden osalta. Lopuksi käsitellään tulokset siitä, tarvitaanko lisätietoja sijoittamisen tai säästämisen asioista pankin tai koulun toimesta.

Vastaajille mielekkäin kanava pankin jakamaan tietoon säästämisen ja sijoittamisen asioissa. Tässä kysymyksessä selvitettiin, mitkä eri pankin palvelukanavat tiedonkulkuun ovat vastaajille mieleisimpiä ja he saivat valita useamman vastausvaihtoehdon (kuvio 18). Vastaajista 65 prosenttia haluaa tietoa näihin liittyvissä asioissa verkkopankin kautta. Mobiilisovelluksen ja somekanavien kautta tietoa haluavat 41 prosenttia. Muut vaihtoehdot saivat huomattavasti vähemmän kannatusta, sanomalehdet (11 %), TV (11 %), puhelin (9 %), pankin verkkopalvelun chat (7 %) ja jokin muu (4 %). Tähän avoimeen kohtaan tuli kaksi vastausta, jotka olivat, etteivät tarvitse pankilta tietoa näistä asioista.



Kuvio 18. Vastaajille mielekkäin kanava pankin jakamaan tietoon säästämisen ja sijoittamisen asioissa (n=46).

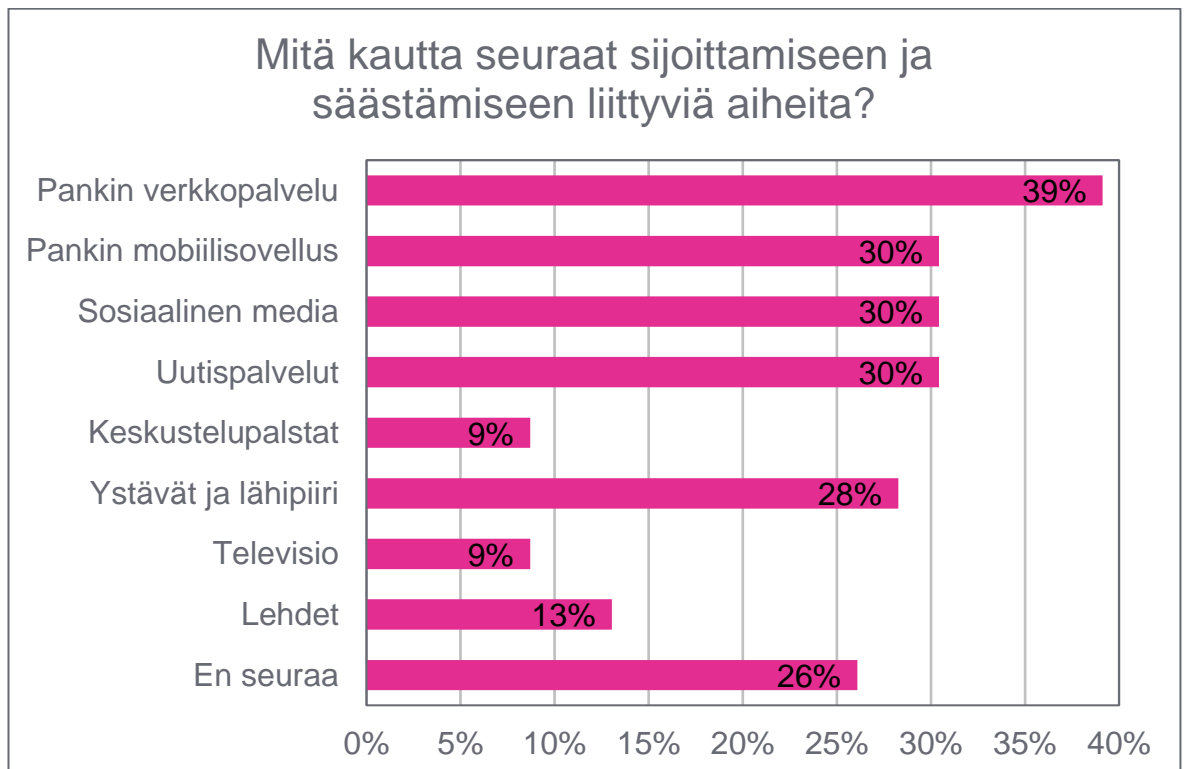
Mielekkäin palvelukanava pankin yhteydenotoissa. Vastaajat saivat valita kuudesta vastausvaihtoehdosta useamman itselleen mieluisan pankin yhteydenottotavan (kuvio 19). Heistä yli puolet (59 %) halusi pankin olevan yhteydessä sähköpostitse. Yhteydenottoja kasvotusten konttorilla toivoivat 41 prosenttia, puhelimitse 30 prosenttia ja verkkopalvelun verkkoviestillä ja kirjeitse 26 prosenttia. Mielekkäin palvelukanava pankin yhteydenotoissa vain 2 prosentin mielestä oli verkkoneuvottelu tietokoneella.



Kuvio 19. Mielekkäin palvelukanava pankin yhteydenotoissa (n=46).

Monet kokevat sähköpostin olevan luonteva ja nopea tapa asioida, ja siksi sitä helposti suositaankin. Pankkisalaisuuden alaiset tiedot ovat kuitenkin sellaisia, ettei moniakaan asioita voida sähköpostin välityksellä hoitaa. Sen vuoksi pankin verkkopalvelun verkkoviestit ovat turvallinen tapa käydä keskustelua ja sopia asioita, koska silloin asiakkaan täytyy kirjautua tunnistautuneena omilla tunnuksillaan verkkopankkiin. Myös kaikki keskustelut verkkoviesteinä jäävät talteen, toisin kuin sähköpostiviestit. Myös konttorilla kasvotusten halutaan saada palvelua nuorten keskuudessa, vaikkakin he itse käyttävät ahkerasti digitaalisia palveluita. Verkkoneuvottelut tietokoneella saivat todella vähän kannatusta, mikä viestii siitä, ettei sitä ole tarpeeksi esitelty asiakkaille. Siinä on periaatteena se, että asiakas voi keskustella omista pankkiasioistaan vaikka kotisohvalta ja silti nähdä toimihenkilön kasvot tietokoneenruudulta.

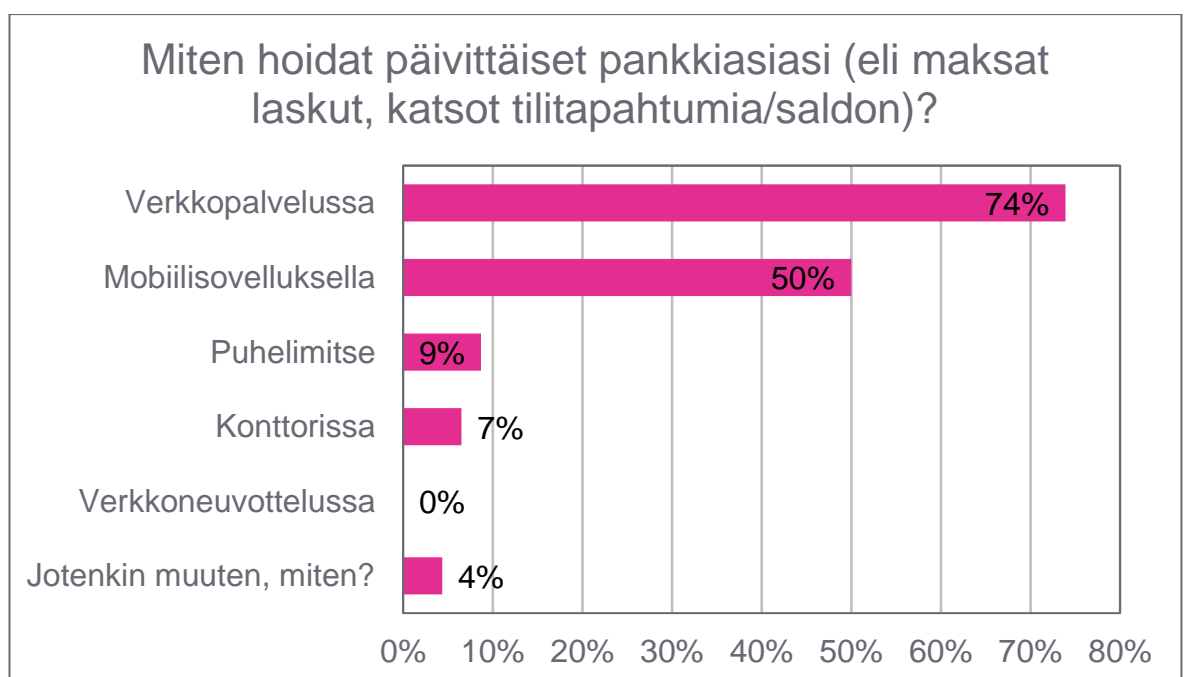
Kanavat, joiden kautta seurataan sijoittamiseen ja säästämiseen liittyviä aiheita. Vastaajat saivat valita useamman eri kanavan, jonka kautta seuraavat näitä aiheita (kuvio 20). Suurimman suosion sai pankin verkkopalvelu (39 %), ja seuraavana tuli pankin mobiilisovellus (30 %), sosiaalinen media (30 %) ja uutispalvelut (30 %). Vastaajista 28 prosenttia seuraa ystävien ja lähipiirin kautta, 13 prosenttia lehdistä ja 9 prosenttia sekä televisiosta että keskustelupalstoilta. Jopa 26 prosenttia vastaajista ei seuraa lainkaan sijoittamiseen ja säästämiseen liittyviä aiheita.



Kuvio 20. Eri kanavat, joiden kautta seurataan sijoittamiseen ja säästämiseen liittyviä aiheita (n=46).

Nuorten aktiivisuus sijoittamisen ja säästämisen aiheissa ei ole kovinkaan suurta. Kuitenkin heistä ne, jotka seuraavat näihin liittyviä aiheita, tekevät sen mieluiten digitaalisten palveluiden kautta. Enää ei perinteinen lehti- ja TV-mainonta houkuta nuoria, vaan verkosta he löytävät kiinnostavimmat tiedot. Nuoret aikuiset käyttävät päivittäin internettiä melko paljon, joten sieltä heidän on helppo seurata myös tällaisia pankkiaiheita.

Kanavat päivittäisten pankkiasioden hoitamiseen. Tähän kysymykseen sai valita vastausvaihtoehdoista useamman kohdan ja täydentää myös itse avoimeen kohtaan oman asiointikanavan (kuvio 21). Vastaajista yli puolet (74 %) hoitaa päivittäiset pankkiasiat, kuten laskujen maksamisen, tilitapahtumien katsomisen tai muun asian hoitamisen pankin verkkopalvelussa ja puolet (50 %) hoitaa asiansa pankin mobiilisovelluksella. Todella harva hoitaa oman asiointinsa muuten, puhelimitse (9 %), konttorissa (7 %), verkkoneuvottelussa ei kukaan ja jotenkin muuten (4 %). Kaksi vastaajista oli valinnut kohdan ”jotenkin muuten” ja vastanneet siihen, että oma äiti hoitaa päivittäiset pankkiasiat.



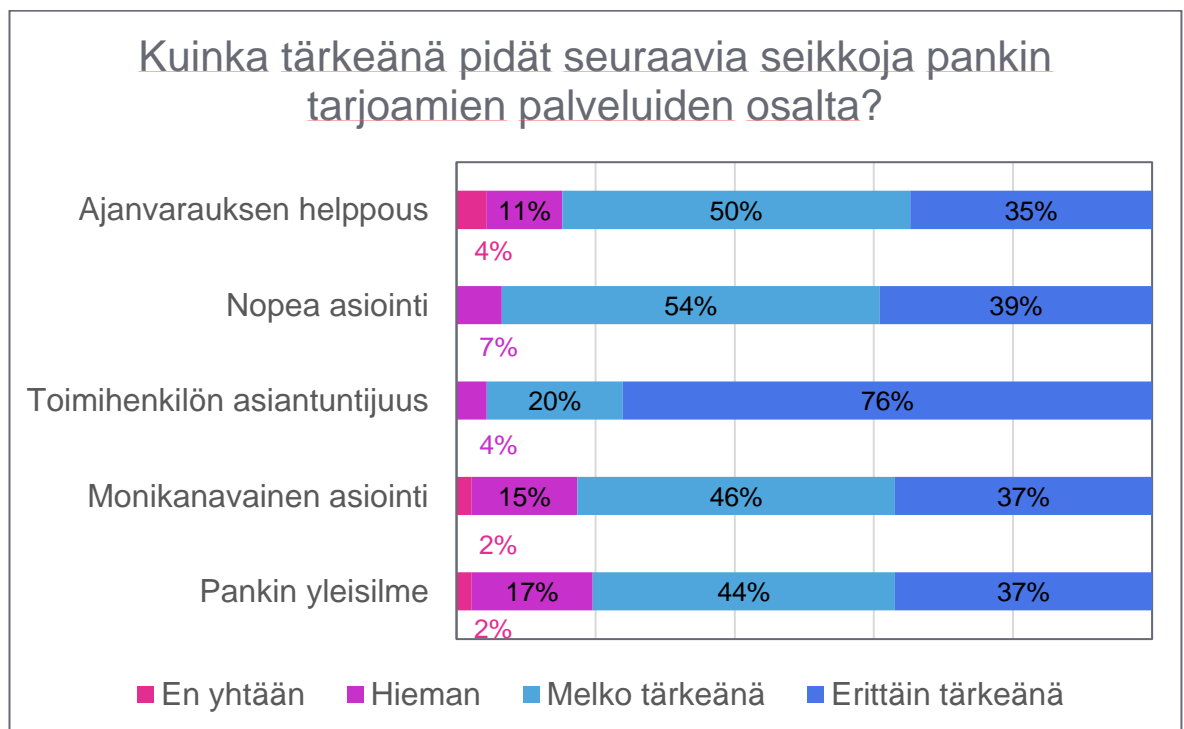
Kuvio 21. Kanavat päivittäisten pankkiasioden hoitamiseen (n=46).

Tämä osoittaa sen, että suurin osa nuorista, jotka itse hoitavat omat pankkiasiansa käyttävät pankin verkkopalvelua siihen. Toki OP Orivedessä pyritään saamaan kaikki nuoret käyttämään verkkopalvelua päivittäisten pankkiasioden hoitoon sekä myös lisäämään entisestään mobiilisovellusten käyttöä. Toki on hyvä huomata, että kyselyyn vastanneet nuoret voivat olla minkä pankin asiakkaita tahansa, joten verkko- ja mobiilipalveluiden laadulla ja käytettävyydellä voi olla eroavaisuuksia pankkien välillä.

Vastaajien arvio erilaisten asioiden tärkeydestä pankin tarjoamien palveluiden osalta. Tässä kysymyksessä vastaajat saivat arvioida jokaisen kohdan erikseen valmiiksi asetetulla asteikolla, jossa vaihtoehtoina olivat; ”en yhtään”, ”hieman”, ”melko tärkeänä” ja ”erittäin tärkeänä” (kuvio 22).

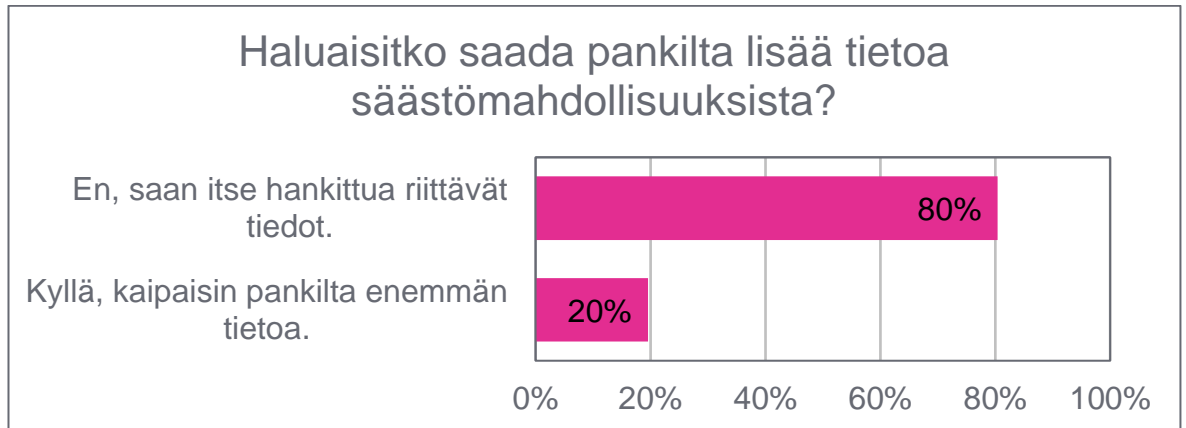
Ensimmäinen arvioitava asia oli ajanvarauksen helppous. Puolet vastaajista (50 %) pitää sitä melko tärkeänä, 35 prosenttia erittäin tärkeänä, 11 prosenttia hieman tärkeänä ja 4 prosenttia ei lainkaan tärkeänä. Nopeaa asiointia pidettiin hieman tärkeämpänä seikkana kokonaisuudessaan, sillä vastaajista 39 prosenttia oli sitä mieltä, että se on erittäin tärkeää ja kukaan ei ollut sitä mieltä, ettei se ole lainkaan tärkeää.

Ylivoimaisesti tärkeimpänä pidetty asia oli toimihenkilön asiantuntijuus. Jopa 76 prosenttia piti sitä todella tärkeänä, 20 prosenttia melko tärkeänä ja vain 4 prosenttia hieman tärkeänä. Monikanavainen asiointi ja pankin yleisilme saivat suhteellisen samanlaiset arviot vastaajilta. Monikanavaista asiointia 46 prosenttia piti melko tärkeänä ja pankin yleisilmettä 44 prosenttia. Vastaajista 37 prosenttia piti molempia erittäin tärkeänä ja 2 prosenttia taas ei yhtään tärkeänä. Loput sijoittivat nämä hieman tärkeiksi.



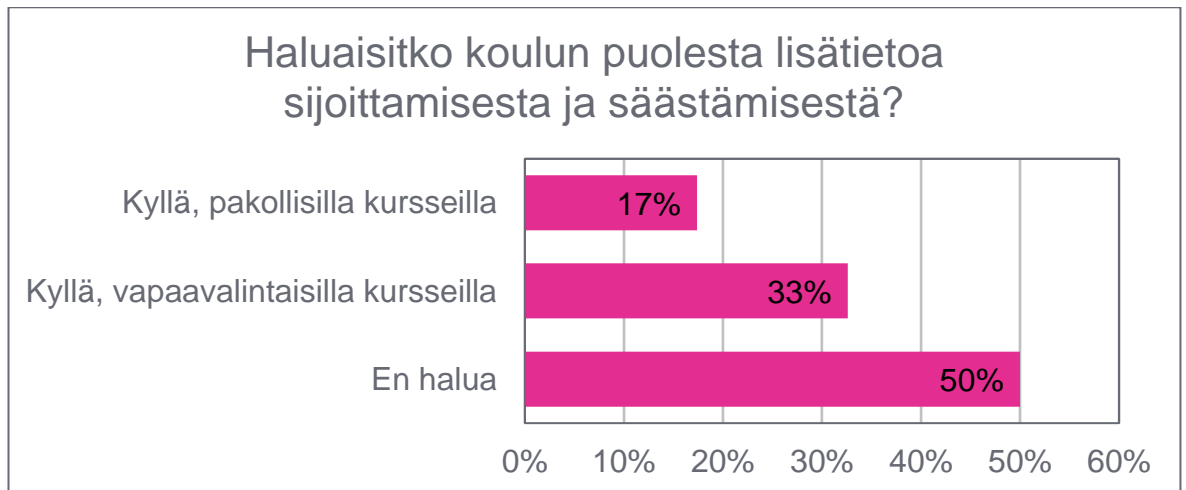
Kuvio 22. Vastaajien arvio erilaisten asioiden tärkeydestä pankin tarjoamien palveluiden osalta (n=46).

Lisätiedon saaminen pankilta sijoitus- ja säästämisasiosta. Vastaajista 80 prosenttia ei halua lisätietoja pankilta säästämismahdollisuuksista ja 20 prosenttia kaipaisi pankilta enemmän tietoa (kuvio 23).



Kuvio 23. Lisätiedon saaminen sijoitus- ja säästämismahdollisuuksista pankilta (n=46).

Lisätiedon saaminen koululta sijoitus- ja säästämisasiosta. Vastaajista 17 prosenttia haluaisi lisätietoa koulun pakollisilla kursseilla, 33 prosenttia vapaavalintaisilla kursseilla ja puolet vastaajista ei halua lisätietoa lainkaan (kuvio 24).



Kuvio 24. Lisätiedon saaminen sijoitus- ja säästämisasiosta koulun kautta. (n=46).

4.6 Johtopäätökset tuloksista

Tutkimuksen perusteella reilusti yli puolet vastaajista säästää johonkin tällä hetkellä. Rahaa he saavat useimmin vanhemmiltaan, monelle myös opintotuki on yleinen rahanlähde ja kolmantena tulevat työt. Yli puolet vastaajista säästävät pahan päivän varalle, lähes puolet opiskeluita varten ja kolmanneksi eniten säästetään lomamatkaa varten. Tämä osoittaa hyvin sen, että vastaajat ovat nuoria aikuisia, joilla on vielä jatko-opiskelut suunnitelmassa, eikä esimerkiksi oman asunnon hankkiminen vielä ajankohtaista. Kaikilla vastaajilla on olemassa tällä hetkellä käyttötili ja yli puolella heistä myös jokin säästötili. Rahastot ja muut riskisemmät vaihtoehdot ovat huomattavasti vähemmän käytössä. Suurimmalla osalla vastaajista oma varallisuus sijoittuu välille 1–499 euroa.

Vastauksista selviää, että suosituimmat säästökohteet ovat lyhyen aikavälin säästämiseen tarkoitettuja. Mikäli nuoret aikuiset säästäisivät enemmän esimerkiksi omaa autoa tai asuntoa varten, niin voisi paremmin suositella rahastoja säästämiseen, jolloin niistä olisi hyötyäkin. Sen vuoksi nuoret aikuiset suosivatkin tällä hetkellä enemmän tilisäästämistä, koska he eivät pysty sitoutumaan säästämään. Pankin tulisi kuitenkin tarjota tilisäästämisen rinnalle myös esimerkiksi rahastosäästämistä, joka olisi tarkoitettu myöhempää tulevaisuutta varten ja säästämisen voisi aloittaa vaikka 10 eurolla. Tutkimus osoittaa myös sen, että vastaajista 37 prosenttia on valmiita säästämään 50 euroa kuukaudessa, joten tästä hyvin voisi laittaa esimerkiksi 10 euroa rahastoon ja 40 euroa säästötilille.

Tulokset osoittavat, että vastaajista vain 74 prosenttia oli kesätöissä viime kesänä. Tämä kertoo osittain varmasti siitä, että nykyään ei ole itsestäänselvyys saada kesätöitä, vaan niistä on oikeasti kilpailua. Toki tämä voi myös kertoa yleisesti nykytilanteesta, että työmoraali on laskenut verraten aikaisempiin vuosiin, eikä työntekoa pidetä mieleisenä. Kesätyöt on myös usein ensimmäinen mahdollisuus alkaa kerätä omia säästöjä, jonka vuoksi niiden saaminen ja tekeminen on merkittävää.

Tässä hiljattain pohdimme yhdessä pankin asiakkaan kanssa etenkin nuorten suhtautumista rahaan tänä päivänä. Asiakkaani kertoi todella hyvän esimerkin tosielämästä. Hän oli ihmetellyt omilla kauppareissuillaan, miksi kaupan kassalla oli aina iso muki täynnä kolikoita, eikä minkäänlaisesta keräyksestä tai muusta sellaisesta

ollut ikinä mitään mainintaa. Lopulta hän päätti kysyä kaupan kassaneidiltä, että mikä tuon kolikkokipon tarkoitus oikein oli. Kassaneiti vastasi, että meillä käyvät nuoret asiakkaat, jotka lähes aina jättävät tuohon ”ylimääräisiä” kolikoitaan, joita saavat vaihtorahoina takaisin. Tässä on siis mahtava, hieman karkea, mutta todellinen esimerkki siitä, miten rahaan suhtaudutaan nykyään. Tämä antaa meille kaikille ajattelemisenaihetta ja mahdollisuuden muuttaa omaa toimintaa.

Tutkimuksessa ilmenee, että vastaajien tuntemus erilaisista säästö- ja sijoitusmuodoista on melko heikkoa. Suurin osa tietää kyllä tilisäästämisen, mutta lähes kaikki muut vaihtoehdot ovat paljon vieraampia. Hyvä asia on se, että seuraavaksi tutuimpia ovat rahastot ja ASP-tili säästämiseen. Tämä osoittaa sen, että pankin tulisi jokaisessa kohtaamisessa nuorten kanssa ottaa puheeksi myös muut säästämisen vaihtoehdot kuin tavallinen käyttötili. Nuoret käyvät nykyään niin harvoin pankissa, joten jokainen kohtaaminen täytyy käyttää hyödyksi ja lisätä tietoisuutta nuorten keskuudessa. Oriveden Osuuspankissa kutsutaan aina asiakkaat ”18-vuotishuoltoon”, jossa käydään juuri näitä vaihtoehtoja läpi. Lisäksi pankin tulisi tehdä aiheesta erilaisia tietoiskuja esimerkiksi pankin verkkosivuille tai pankin omille Facebook-sivuille, koska näitä kanavia nuoret käyttävät eniten.

Tuloksista selviää, että suurimpana syynä säästämisen aloittamiseen on oma mielenkiinto ja sen jälkeen lähipiirin kannustus. Huolestuttavaa on se, että vain 15 prosenttia vastaajista on aloittanut säästämisen pankin aloitteesta, kuten tapaamisen tai mainonnan johdosta. Tämän osuuden tulisi olla paljon suurempi, joten pankin pitäisi vahvemmin viestiä omalla markkinoillaan, kuinka tärkeää säästäminen on ja etenkin sen aloittaminen jo nuorena. Uskon, että esimerkiksi käytännön esimerkkien avulla ja oikeiden ihmisten tarinoilla nuoretkin tajuaisivat, kuinka tärkeitä on aloittaa säästäminen heti tänään. Tarinoissa tulisi myös käydä ilmi säästämisen helppous ja vaivattomuus. Näitä tarinoita olisi hyvä nostaa esille esimerkiksi pankin omilla Facebook-sivuilla.

Useammasta kysymyksestä selviää, että vastaajat haluavat, että säästetyt rahat pysyvät tallessa lähes muuttumattomina. Paljon pienempi osa vastaajista olisi valmis ottamaan enemmän riskiä, ja siten saamaan mahdollisesti parempia tuottoja sääs-

töilleen. Tässäkin varmasti tietoisuuden lisääntyminen niistä riskisimmistä vaihtoehdoista muuttaisi vastaajienkin käsitystä ja osan mielipidettä sekä lisäksi oma kokemus esimerkiksi rahastosäästämisestä auttaisi havainnollistamaan niiden hyödyn.

Kysymys mielekkäimmistä tiedonkulkukanavasta säästämisen ja sijoittamisen asioissa vastaajien mielestä osoitti hyvin digitaalisten palvelujen osalta varsinkin nuorten aikuisten keskuudessa. Reilusti yli puolet vastaajista haluavat saada tietoa verkkopankin kautta ja hieman alle puolet haluavat tietoa pankin mobiilisovelluksen tai sosiaalisen median kautta. Kaikki muut kanavat saivat reilusti vähemmän kannatusta. On siis erittäin tärkeää jakaa tietoa digitaalisten kanavien kautta, sillä sieltä tavoitetaan nuoret asiakkaat kaikista parhaiten. OP Orivesi on perustanut pankin omat Facebook-sivut maaliskuussa 2016, joten vähitellen myös se on tavoittanut seuraajia ja sen näkyvyyttä pyritään koko ajan lisäämään. Facebook on varmasti näille nuorille todella hyvä ja luonteva paikka seurata pankin jakamia julkaisuja.

Vastauksissa hieman yllättää aiempaan tietoon verrattuna se, että pankin yhteydenotoissa nämä pankin digitaaliset kanavat eivät olleetkaan niin suosittuja. Suurimman suosion saivat yhteydenotot sähköpostitse, joita pankki ei kovinkaan paljon käytä, sillä ainakin markkinoinnin osalta siihen täytyy olla asiakkaan suostumus, eikä sähköpostilla muutenkaan kovin yksityisluontoisia asioita viestitellä. Toiseksi eniten kannatusta saivat perinteiset konttoritapaamiset, joista myös nuoret asiakkaat ilmeisesti pitävät. Pankin verkkopalvelun verkkoviestit eivät saaneet niin paljon suosiota, kuin pankissa toivottaisiin. Verkkoviestit ovat turvallinen ja asianmukainen kanava, jotta esimerkiksi asiakkaansuoja säilyy. Uskon, että mikäli nuoret saataisiin ymmärtämään, kuinka paljon pankin verkkopalvelussa pystyy hoitamaan asioita nimenomaan verkkoviestien avulla, niin myös useampi heistä haluaisi saada tietoa sitä kautta. Olemme jo kehitelleet OP Oriveden Facebook-sivuille lyhyitä ja yksinkertaisia vinkkivideoita yleisimpiin verkossa käytettäviin apuvälineisiin. Tämän tutkimuksen myötä ilmeni, että olisi hyvä tehdä myös verkkoviestin lähettämisestä ja sen avulla asioiden hoitamisesta oma vinkkivideo, sillä ilmeisesti se on vielä hieman vieras nuorille asiakkaille.

Eniten seurataan säästämisen ja sijoittamisen aiheita pankin verkkopalvelun kautta. Tämä osoittaa hyvin taas sen, että nuoret aikuiset käyttävät digitaalisia palveluita paljon, mutta eivät välttämättä osaa hyödyntää niitä tarpeeksi hyvin. Toiseksi eniten

näitä aiheita seurataan pankin mobiilisovelluksen, sosiaalisen media ja uutispalveluiden kautta. Ystävät ja lähipiiri ovat myös lähes yhtä merkittävässä roolissa, joten jokaisessa pankkitapaamisessa olisi todella tärkeää kertoa säästämiseen ja sijoittamiseen liittyvistä asioista, koska myös niistä puhutaan tuttaville. Vastaajista 26 prosenttia eivät seuraa lainkaan säästämisen aiheita mistään, joka on melko normaalia kohderyhmän ikäisten keskuudessa ja siksi tietoisuutta täytyykin lisätä.

Tarkastellessa erilaisten seikkojen tärkeyttä pankin tarjoamien palveluiden osalta voidaan todeta, että nuoret aikuiset pitävät tärkeimpänä pankin toimihenkilön asiantuntijuutta. Ilmeisesti nuoret arvostavat sitä, että palvelu on asiantuntevaa kokonaisuudessaan. Välttämättä tällä ei tarkoiteta sitä, että toimihenkilö tietäisi kaiken täydellisesti, vaan osaisi toimia asiantuntevasti tilanteen mukaan. Tämä on kuitenkin seikka, joka pankissakin on tiedostettu, että nykyään pankista toivotaan apua ja neuvoja juurikin asiantuntijaa vaativien palveluiden osalta, ja siksi pankeissakin ollaan siirtymässä kohti moniosajuutta. Muut kyselyssä esitetyt seikat jakautuivat suhteellisen tasaisesti; ajanvarauksen helppous, nopea asiointi, monikanavainen asiointi ja pankin yleisilme. Näissä kaikissa puolet tai lähes puolet vastaajista pitivät edellä mainittuja seikkoja melko tärkeänä. Toimihenkilön asiantuntijuuden jälkeen nopea asiointi oli seuraavaksi tärkeimpänä pidetty asia pankin palveluiden osalta. Tämä on nykyaikaa, että asiakkaat kaipaavat apua haastavimpiin asioihin, koska helpoimpiin toimenpiteisiin löydetään itse esimerkiksi internetistä neuvoja. Lisäksi silloin, kun asiakkaat tarvitsevat palvelua, niin sitä halutaan saada nopeasti. Näihin vaatimuksiin päästään sillä, että yhä enemmän OP Orivedessäkin toimihenkilöt kartoittavat asiaan tilannetta ja tarpeita kokonaisvaltaisesti ja tarjoavat ennakkoluulottomasti tuotteita ja palveluita ristiinmyynti-idealla, jolloin he osoittavat moniosajuutta, ja asiakas kokee saavansa kokonaisvaltaista palvelua. Asiakas haluaa saada palvelua nopeasti, eikä se aina ole mahdollista. Tähän kuitenkin hyvä ratkaisu on se, että esimerkiksi asiakkaan lähettämään viestiin tai soittopyyntöön vastataan takaisin mahdollisimman nopeasti kertomalla, että häneen otetaan yhteyttä heti kuin mahdollista. Silloin asiakas tietää, että hänen viestiinsä on reagoitu, ja samalla hän rauhoittuu ja kokee saavansa nopeaa palvelua, vaikka varsinaista asiaa ei saada hoidettua juuri sillä hetkellä.

Tutkimuksessa selviää, että vastaajista 80 prosenttia ei halua saada pankilta lisätietoa säästämisen ja sijoittamisen asioissa. Tämä tieto on hieman ristiriidassa sen kanssa, että nuorille tarvitsisi jakaa tietoa enemmän aiheeseen liittyen, jotta kiinnostus lisääntyisi, mutta nuoret eivät halua saada edes tietoa. Lisäksi kyselyssä selvitettiin, haluavatko nuoret koulun puolesta lisätietoa tähän aiheeseen liittyen. Vastaajista puolet eivät halua lainkaan lisätietoja, 33 prosenttia haluaa tietoa vapaavalintaisilla kursseilla ja loput pakollisilla kursseilla. Tämä osoittaa sen, että kouluissa olisi hyvä panostaa enemmän sijoittamisen ja säästämisen aiheisiin esimerkiksi vapaavalintaisella kurssitarjonnalla, johon halukkaat voivat osallistua. Pankki voisi tehdä yhteistyötä koulujen kanssa omien resurssien puitteissa. Pankista joku toimihenkilö voisi mennä kertomaan aiheesta enemmän ja oppilaat voisivat käydä myös tutustumassa pankkiin. Pankin toimihenkilö voisi esimerkiksi opastaa verkkopalvelun ja mobiilisovelluksen käyttöä ja näyttää kuinka sieltä pystyy seuraamaan näitä aiheita.

Yli puolet vastaajista olivat epävarmoja siitä, vaikuttaisiko tiedon lisääntyminen omaan säästö- ja sijoituskäyttäytymiseen. Loput jakautuivat melko tasan sen suhteen, että sillä olisi tai ei olisi vaikutusta. Uskon, että mikäli vastaajat eivät osaa sanoa, olisiko tiedon lisääntymisellä vaikutusta, niin silloin he eivät ainakaan tiedä tarpeeksi näistä asioista. Tiedon lisääntyminen varmasti hävittäisi ennakkoluuloja. Kysely myös osoitti, että haastavinta säästämässä ja sijoittamisessa ovat termit ja käsitteet sekä mitä säästäminen ja sijoittaminen käytännössä ovat.

5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli pankkipalveluiden kehittäminen nuorten aikuisten osalta OP Orivedessä. Opinnäytetyön tutkimuksella nuorten aikuisten pankkipalveluiden kehittämiseksi, haluttiin saada lisätietoja siitä, kuinka nuoret saataisiin kiinnostumaan enemmän säästämisen ja sijoittamisen asioista. Ensiksi kartoitettiin lähtökohdat; tämänhetkinen tilanne, valmiudet säästämiseen ja tietoisuus asiasta. Sitten selvitettiin, että miksi ja miten säästetään. Lisäksi haluttiin tietoa, mitä palvelukanavia tällä hetkellä tämä kohderyhmä käyttää ja mistä ja miten he haluaisivat tietoa pankilta. Näiden tutkittavien asioiden vastauksien avulla OP Orivesi pystyy kehittämään omia palveluitaan niin, että saataisiin enemmän tätä kohderyhmää kiinnostumaan asiasta ja aloittamaan säästäminen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa perehdyttiin pankkitoimintaan yleisellä tasolla. Lisäksi käsiteltiin säästämiseen ja sijoittamiseen liittyviä asioita. Säästämisen eri vaihtoehtoja tarkasteltiin etenkin nuorten näkökulmasta, mitkä olisivat heille sopivia vaihtoehtoja Osuuspankin tarjoamista säästömuodoista. Kolmannessa luvussa tarkasteltiin hieman aikaisempia tutkimuksia aiheeseen liittyen. Luvussa käsiteltiin monikanavaista palvelukokemusta osana nuorten säästö päätöstä. Luvusta nousi esille asiat, joita tässä opinnäytetyössä tutkittiin.

Tutkimus nuorten aikuisten pankkipalveluiden kehittämiseksi toteutettiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla. Kysely toteutettiin strukturoidulla kyselylomakkeella, joka jaettiin Oriveden lukion ja ammattikoulun täysi-ikäisille opiskelijoille. Aineisto käsiteltiin Webropol-järjestelmää käyttäen ja tulokset esiteltiin havainnollistavien kuviodien avulla. Tuloksia analysoitiin vielä tarkemmin luvun 4 lopussa; johtopäätökset tuloksista.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että digitaalisten kanavien merkitys nuorten aikuisten pankkiasioiden hoidossa on suuri. Vaikka vastauksista selvisi, että henkilökohtaista palvelua pankin konttorissa arvostetaan myös nuorten keskuudessa, silti päivittäisiä pankkiasioita hoidetaan verkossa digitaalisesti. Nuoret haluavat saada tietoa säästämisen asioista eniten verkkopankin, pankin mobiilisovelluksen ja sosiaalisen median kautta. Enää ei riitä, että pankin konttorilla annetaan hyvää asiakaspalvelua, vaan yhä tärkeämmässä roolissa on myös verkossa asiointi. Sen vuoksi

pankin tarjoamia verkko- ja mobiilipalveluja tulisi kehittää jatkuvasti, jotta asiointi sielläkin on helppoa, nopeaa ja sujuvaa. Asiakaskokemukseen vaikuttavat myös henkilökohtaisten tapaamisten lisäksi se, kuinka vaivattomasti asiat hoituvat verkon kautta, ja kuinka miellyttäväksi ne koetaan.

Oriveden Osuuspankissa halutaan kehittää koko ajan palveluja siten, että kaikkien asiakkaiden tarpeet otettaisiin huomioon sekä myös digimaailman tuomat haasteet ja mahdollisuudet. Oriveden OP:ssa on jo nyt otettu henkilökunnan käyttöön omat tabletit, joilla pystytään hyödyntämään digitalisaation tuomia hyötyjä. Asiakkailta voidaan pyytää palautekysely sähköisesti tabletilla heti tapaamisen päätyttyä, mikä lisää vastaajamääriä, ja siten saadaan datasta todenmukaisempi. Se on helppoa ja nopeaa sekä asiakkaalla on tuore muistikuva tapaamisen sujumisesta. Tableteilla voidaan myös antaa monikanavaopastusta asiakkaille, jolla tarkoitetaan pankin verkkopalvelun (op.fi) ja mobiilisovelluksien (op-mobiili ja pivo) käyttöä. Tämä vähentää asiakkaan kynnystä alkaa käyttää kyseisiä sovelluksia.

Nyt tuorein uudistus on pankin odotustiloihin laitettu tabletti, joka on op-asiakaspääte. Tabletti on kiinnitettynä johdolla telineeseen ja kaikki asiakkaat voivat käyttää sitä pankin tarjoamiin palveluihin ja sovelluksiin. Muutamia vuosia sitten Oriveden Osuuspankissa oli käytössä pääte, jossa asiakas pystyi maksamaan laskunsa. Vielä tänäkin päivänä asiakkaat kyselevät sellaisen perään, joten pankki on toteuttanut tämän nykyisin menetelmin. Op-asiakaspäätteellä on siis mahdollisuus esimerkiksi maksaa laskunsa mobiilisovelluksella tai op.fi-verkkopalvelun kautta. Tämä on mahtava tilaisuus kokeilla ja oppia käyttämään pankin palveluita mobiilisti, sillä pankin toimihenkilöt ovat tarvittaessa apuna. Muita uudistuksia otetaan käyttöön, kun toimeksiantaja tutustuu paremmin tässä opinnäytetyössä ilmenneisiin kehityskohteisiin.

Tämä opinnäytetyö on antanut OP Orivedelle ensiarvoista tietoa siitä, millaisia säästäjiä nykyajan nuoret ovat, ja kuinka pankin palveluita voidaan kehittää niin, että nuoret saadaan enemmän innostumaan säästämisestä. Ensinnäkin jokaisessa asiakaskohtaamisessa, oli se sitten kasvotusten, puhelimitse tai verkossa, tulisi ottaa puheeksi säästäminen. Jokaisen toimihenkilön tulisi kertoa siitä nuorille asiakkaille ja esitellä selkeästi pankin tarjoamia vaihtoehtoja säästämiseen. Säästämisen idea tulisi myydä käytännön esimerkkien avulla ja vaikeita termejä tulisi välttää. Kun

esitelty asia pidetään yksinkertaisena, helppona ja vaivattomana on siihen paljon helpompi asiakkaan tarttua. Opinnäytetyön tulokset osoittavat selvästi sen, että pankit eivät tuo tarpeeksi säästämistä esille tai sitä ei ainakaan tarpeeksi esitellä, sillä nuorille aikuisille se tuntuu olevan edelleen monilta osin kaukainen.

Tähän opinnäytetyöhön liittyen voisi tehdä myös jatkotutkimuksia aiheesta. Yksi jatkotutkimus voisi käsitellä sitä, kuinka tässä opinnäytetyössä selvinneet tulokset, ja niistä ilmenneet kehityskohteet ovat tuottaneet tulosta. Toinen tutkimus voisi liittyä johonkin pankissa järjestettävään kampanjaan nuorille säästämiseen liittyen. Siinä yhtenä tutkimuskohteena voisi olla esimerkiksi, kuinka moni nuorista aloitti ja miksi aloitti rahastosäästämisen kampanjan aikana. Kolmantena jatkotutkimuksena voisi olla se, että vertailtaisiin tämän opinnäytetyön tutkimustuloksia esimerkiksi viiden vuoden päästä saatavaan tutkimusaineistoon.

LÄHTEET

- Anders Innovations Oy. 2015. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: TIEKE. [Viitattu 13.4.2017]. Saatavana: www.tieke.fi/download/attachments/3441521/Verkko-kauppaopas_2015.pdf
- ASP-tili. Päivitetty 2017. Päivittäiset raha-asiat: tilit. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 21.3.2017]. Saatavana: <https://uusi.op.fi/henkiloasiak-kaat/paivittaiset/tilit/asp-tili>
- Chudzian, J., Anioła-Mikołajczak, P. & Patarai, L. 2015. Motives and attitudes for saving among young Georgians. [Verkkajulkaisu]. Economics and Sociology Vol. 8, No 1, 165-188. [Viitattu 13.2.2016]. Saatavana ProQuest-tietokannasta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uud. p. Helsinki: Edita.
- Kasvutuottotili. Päivitetty 2017. Päivittäiset raha-asiat: tilit. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 21.3.2017]. Saatavana: <https://uusi.op.fi/henkiloasiak-kaat/paivittaiset/tilit/kasvutuotto>
- Kontkanen, E. 2015. Pankkitoiminnan käsikirja. 4. uud. p. Helsinki: FINVA Oy.
- Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki. Helsinki: Talentum Media Oy.
- L 8.8.2014/610. Laki luottolaitostoiminnasta.
- L 29.1.1999/48. Sijoitusrahastolaki.
- Laine, P. 2008. Myynnin anatomia: Anna asiakkaan ostaa. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Leinonen, J. 2015. Nuoret ja sijoittaminen: Kyselytutkimus Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille. [Verkkajulkaisu]. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 9.9.2016]. Saatavana: <http://www.theseus.fi/handle/10024/100715>
- Löytänä, J & Korteso, K. 2011. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum Media Oy.

- Männistö, K. & Lehtoniemi, P. 2012. Nuoret nykypäivän säästö- ja sijoitusmaailmassa: Case: Pohjolan Osuuspankki. [Verkojulkaisu]. Rovaniemi: Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 9.9.2016]. Saatavana: <http://www.theseus.fi/handle/10024/39530>
- Määräaikainen tuottotili. Päivitetty 2017. Päivittäiset raha-asiat: tilit. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 21.3.2017]. Saatavana: <https://uusi.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/tilit/maaraaikainen-tuottotili>
- OP-Maltillinen. Päivitetty 2017. Säästöt ja sijoitukset: rahastot säästämiseen. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 21.3.2017]. Saatavana: <https://uusi.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot/kaikki-rahastot/op-maltillinen/>
- OP-Rohkea. Päivitetty 2017. Säästöt ja sijoitukset: rahastot säästämiseen. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 21.3.2017]. Saatavana: <https://uusi.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot/kaikki-rahastot/op-rohkea/>
- OP Ryhmän strategia. Päivitetty 2016. OP Ryhmä: Strategia. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 14.9.2016]. Saatavilla: https://www.op.fi/op/op-ryhma/op-ryhma/strategia?id=80101&srccid=151502194&WT.ac=151502194_sisalto_-_strategia&srcpl=3
- OP-Varovainen. Päivitetty 2017. Säästöt ja sijoitukset: rahastot säästämiseen. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 21.3.2017]. Saatavana: <https://uusi.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot/kaikki-rahastot/op-varovainen/>
- Pesonen, M. 2013. Sijoituspokkari: Säästäjästä sijoittajaksi. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Puttonen, V. & Repo, E. 2011. Miten sijoitan rahastoihin. 5. uud. p. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Puustinen, P. 2013. Vaihdantavallankumous: Finanssipalvelun uusi logiikka. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat. 9.10.2015. [Tekstiraportti]. Helsinki: Finanssialan Keskusliitto. [Viitattu 22.11.2016]. Saatavana: http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-Julkaisu-Saastaminen_luotonkaytto_ja_maksutavat_2015.pdf
- Säästämistä tarvitaan elämän eri tilanteisiin. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Helsinki: OP Ryhmä. [Viitattu 28.8.2016]. Saatavana: <https://www.op.fi/op/op-pohjola->

ryhma/op-pohjola-ryhma/osuuspankit/saastamista-tarvitaan-elaman-eri-tilanteisiin?cid=151244016&srcpl=3

TalousSuomi. Ei päiväystä. Säästäminen. [Verkkosivu] Salo: Nikitec Oy. [Viitattu 28.8.2016]. Saatavana: <http://www.talous-suomi.fi/s%C3%A4%C3%A4st%C3%A4minen>

Tietoarkisto, KvantiMOTV. Päivitetty 18.2.2007. Mittaaminen: Muuttujien ominaisuudet. [Verkkosivu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. [Viitattu 10.10.2016]. Saatavana: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/ominaisuudet.html>

UBS Investor Watch. 1/2014. Think you know the Next Gen investor? [Verkköjulkaisu]. United States: UBS AG. [Viitattu 13.2.2016]. Saatavana: <https://www.ubs.com/content/dam/WealthManagementAmericas/documents/investor-watch-1Q2014-report.pdf>

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.

Wuolijoki, S. & Hemmo, M. 2013. Pankkioikeus. 2. uud. p. Helsinki: Talentum.

Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu - menestystekijä finanssialalla. 2. uud. p. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Kysely nuorten säästämisestä

LIITE 1 Kysely nuorten säästämisestä

Nuorten säästäminen

1. Sukupuoli *

Nainen

Mies

2. Ikä *

3. Opiskelen tällä hetkellä *

Ammattikoulussa

Lukiossa

4. Olitko töissä viime kesänä? *

Kyllä

En

5. Säästätkö rahaa tällä hetkellä? *

Kyllä

En

6. Mistä saat rahaa? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

Opintotuki

Asumistuki

Työ

Vanhemmat

- Sukulaiset
 - Sijoitukset
 - Jokin muu, mikä?
-

7. Mitä varten säästät? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Autoa
 - Asuntoa
 - Lomamatkaa
 - Tulevia opiskeluja
 - Pahan päivän varalle
 - En säästä
 - Jotain muuta, mitä?
-

8. Mitkä säästö- ja sijoitusmuodot ovat sinulle tuttuja? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Tilisäästäminen
 - ASP-tili (asuntosäästötili)
 - Rahastot
 - Osakkeet
 - Jokin muu, mikä?
-

9. Minulla on olemassa *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Käyttötili
- Säästötili (tuottotili tai muu parempi tuottoinen tili- vaihtoehto)

- ASP-tili
 - Rahasto
 - Osakesalkku
 - Säästövakuutus
 - Jokin muu, mikä?
-

10. Kuinka paljon olet valmis laittamaan rahaa säästöön kuukaudessa? *

- 10 e/kk
- 30 e/kk
- 50 e/kk
- 100 e/kk
- Enemmän
- En yhtään

11. Säästöjeni arvo on *

- 0 e
- 1 - 999 e
- 1000 - 4999 e
- 5000 - 9999 e
- > 10000 e
- En tiedä

12. Mikä sai sinut aloittamaan säästämisen? *

Voi valita useamman vaihtoehdon.

- Oma mielenkiinto
 - Lähipiirin ehdotus ja kannustus
 - Pankin aloite (esim. tapaaminen, markkinointi, brändi)
 - Jokin muu, mikä?
-

13. Miten haluaisit pankilta tietoa säästämiseen ja sijoittamiseen liittyvistä asioista? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Verkkopankissa
 - Mobiilisovelluksessa
 - Somekanavissa
 - Pankin verkkopalvelun chatissa
 - Lehdissä
 - Puhelimessa
 - TV:ssä
 - Jossain muussa, missä?
-

14. Kuinka haluaisit pankin olevan sinuun yhteydessä? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Puhelimitse
- Verkkopalvelun verkkoviestillä
- Sähköpostitse
- Kasvotusten konttorilla
- Verkkoneuvottelu tietokoneella
- Kirjeitse

15. Mitä kautta seuraat sijoittamiseen ja säästämiseen liittyviä aiheita? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Pankin verkkopalvelu
- Pankin mobiilisovellus
- Sosiaalinen media
- Uutispalvelut
- Keskustelupalstat
- Ystävät ja lähipiiri

- Televisio
- Lehdet
- En seuraa

16. Haluaisitko saada pankilta lisää tietoa säästämahdollisuuksista? *

- En, saan itse hankittua riittävät tiedot.
- Kyllä, kaipaisin pankilta enemmän tietoa.

17. Mikä saa sinut sijoittamaan ja säästämään? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Varallisuuden lisääntyminen säästämällä
- Paremmat tuotot sijoittamalla
- Tulevat hankinnat
- Kiinnostus markkinoista/osakkeista/pörsseistä
- Uuden oppiminen

18. Kumpi vaihtoehto sopii paremmin sinulle?

- Talletetut rahat pysyvät tallessa, mutta eivät tuota lisätuloja
- Talletettujen rahojen arvo saattaa heilahdella, mutta lisätulot ovat todennäköisempiä (riski suurempi)

19. Mitkä tekijät vaikuttavat sijoitus- ja säästämiskäyttäytymiseesi? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Omat tulot
- Yleinen taloustilanne
- Oma tietoisuus asiasta
- Sesonki (kesätyöt, veronpalautukset, lahjarahat)
- Jokin muu, mikä?

20. Vaikuttaisiko tiedon lisääntyminen sijoittamiseesi ja/tai säästämiseesi? *

- Kyllä
- Ei lainkaan
- En osaa sanoa

21. Miten hoidat päivittäiset pankkiasiasi (eli maksat laskut, katsot tilitapahtumia/saldon)? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Verkkopalvelussa
- Mobiilisovelluksella
- Puhelimitse
- Konttorissa
- Verkkoneuvottelussa
- Jotenkin muuten, miten?
-
-

22. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia seikkoja pankin tarjoamien palveluiden osalta? *

1=en yhtään, 2=hieman, 3=melko paljon 4=erittäin paljon

	1	2	3	4
Ajanvarauksen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nopea asiointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimihenkilön asiantuntijuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monikanavainen asiointi (verkkoneuvottelu, verkkoviestit, konttorikäynti...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pankin yleisilme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Mikä on haastavinta sijoittamisessa/säästämisessä? *

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Termit ja käsitteet
- Säästäminen käytännössä

- Sijoittaminen käytännössä
- Säästötapojen erot (esim. eri tilit, rahastot)
- Verotus
- Jokin muu, mikä?
- _____

24. Haluaisitko koulun puolesta lisätietoa sijoittamisesta ja säästämisestä? *

- Kyllä, pakollisilla kursseilla
- Kyllä, vapaavalintaisilla kursseilla
- En halua

25. Vastanneiden kesken arvotaan kaksi Finnkinon elokuvalippua, joten jätähän yhteystietosi, jos haluat olla mukana arvonnassa!

Etunimi _____

Sukunimi _____

Matkapuhelin _____

Sähköposti _____