

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2019

Jasmin Rantanen

SIJOITUSTAPAHTUMAN KIINNOSTAVUUS

Jasmin Rantanen

SIJOITUSTAPAHTUMAN KIINNOSTAVUUS

Tämän opinnäytetyön aiheena on selvittää, onko pankin tarjoamille sijoitustapahtumille kysyntää, ja millaista sisältöä niiltä kaivataan. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat nuoret 20 – 30 -vuotiaat, sillä sijoittaminen on kannattavinta, kun sen aloittaa mahdollisimman nuorena. Lisäksi tutkimuksessa pyritään selvittämään seikkoja, jotka ovat nuorille esteitä sijoittamisen aloittamiselle ja pohditaan, miten niissä voitaisiin olla avuksi. Mahdollisen sijoitustapahtuman ideana on saada nuorille rahastosijoittaminen tutuksi ja madaltaa kynnystä sijoittamisen aloittamiseen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa avataan mitä on rahastosijoittaminen, mitkä ovat sen etuja sekä esitellään rahastojen eri muotoja. Lisäksi kerrotaan palvelusta kilpailukeinona ja avataan, mitä on hyvä asiakaspalvelu, sekä määritellään, mitä ovat sijoituspalvelut. Teoriaosuudessa kerrotaan myös tapahtumamarkkinoinnista ja sen tehokkuudesta.

Opinnäytetyön tutkimusosuus toteutettiin kvalitatiivisena eli tutkimuksena. Tutkimuksessa käytettiin aineistonkeruumenetelmänä ryhmähaastatteluita, ja haastattelut toteutettiin puolistrukturoidun haastattelulomakkeen avulla. Haastateltavia oli yhteensä kahdeksan.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että kyseisenlaiselle tapahtumalle on kysyntää kohderyhmän keskuudessa. Tulosten perusteella käy ilmi, että vaikka monet nuorista ovat pohtineet sijoittamista, eivät he ole olleet aktiivisia aloittamaan sitä itse tai etsimään tietoa sijoittamisesta oma-aloitteisesti. Suurin este sijoittamisen aloittamiselle oli tiedon puute. Tutkimuksen tulosten pohjalta voidaan toteuttaa kohderyhmän toivomusten mukainen ja onnistunut sijoitustapahtuma, jonka on mahdollista herättää nuorissa kipinä sijoittamisen aloittamiselle.

ASIASANAT:

sijoittaminen, rahastot, tapahtumamarkkinointi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Business Administration

2019 | 32 pages, 1 page in appendices

Jasmin Rantanen

INTEREST IN INVESTMENT EVENT

This thesis studies if there is a demand for investment events offered by banks, and what kind of content is wanted. The target group of this study are 20 – 30-year-old young people, since investing is more profitable when started young as possible. In addition, the study aspires to find out the factors that have been obstacles for young people when starting to invest, and how to help to overcome them. The idea of the possible investment event is to make investing in funds familiar and lower the threshold for starting investing.

The theory part focuses on what is investing in funds, what are the profits of it, and what kind of different funds are there. In addition, the part narrates about a service as a competitive tool, what is good customer service, and what are investment services. Theory part also tells about event marketing and its efficiency.

The research part of this thesis is executed as a qualitative study. The research material was collected by group interviewing. The interviews were executed by the help of an interview form. There was a total of eight interviewees.

The results show that there is a demand for this kind of event among young people. The results also show that although many of the young people have pondered investing, they have not been active to start it by themselves or to look for information about investing spontaneously. The biggest obstacle when it comes to starting to invest, was lack of information. Based on the results, it is possible to execute a successful investment event that is compatible with the hopes of the target group.

KEYWORDS:

investing, funds, event marketing

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 RAHASTOT SIJOITUSMUOTONA	8
2.1 Rahastosijoittamisen edut	9
2.2 Inflaation vaikutus	10
2.3 Rahastosijoittamisen eri muotoja	11
2.3.1 Osakerahastot	12
2.3.2 Korkorahastot	13
2.3.3 Yhdistelmärahastot	13
2.3.4 Indeksirahastot	14
2.3.5 Pörssinoteeratut rahastot (ETF)	14
3 PALVELU KILPAILUKEINONA	16
3.1 Henkilöstö- ja asiakaspalvelu	16
3.2 Sijoituspalvelu	17
4 TAPAHTUMAMARKKINOINTI	19
4.1 Miksi tapahtuma järjestetään?	20
4.2 Tapahtuman kohderyhmä	20
5 TUTKIMUS SIJOITUSTAPAHTUMAN KYSYNNÄSTÄ	22
5.1 Tutkimuksen tulokset	22
5.2 Tutkimustulosten analysointi	25
6 LOPUKSI	28
LÄHTEET	30

LIITTEET

Liite 1. Haastattelulomake.

KUVIOT

Kuvio 1. Korkoa korolle ilmiö (S-Pankki 2019).

9

Kuvio 2. Sijoitusmuotojen vertailu riskin ja tuotto-odotuksen suhteen (Puttonen & Repo 2011, 34).

11

1 JOHDANTO

”Rikastuminen ei kiinnosta suomalaisia – raha patjan alla on suomalaisesta parempi kuin raha töissä”, kerrotaan Säästöpankkiryhmän teettämässä valtakunnallisessa Säästämibarometri 2017 -tutkimuksessa. Barometrin vastaajista vain 21 prosenttia oli kiinnostuneita osakesijoittamisesta ja sijoitettavat summat olivat melko pieniä: suurimmalla osalla alle 100 euroa kuukaudessa. (18 prosenttia vastaajista ei säästänyt lainkaan.) Säästöpankkiryhmän toimitusjohtaja Närhisen mukaan tulokset kertovat siitä, että pankit eivät ole osanneet puhua säästämisestä ja sijoittamisesta kiinnostavasti ihmisten kielellä. Suurimpina esteinä säästämislle ja sijoittamiselle pidetään omaan talouteen liittyviä seikkoja sekä pieniä tuloja. Myös vähäinen tietämys eri sijoitus- ja säästämismuodoista saattaa olla osasyynä haluttomuuteen sijoittaa ja säästää. Esimerkiksi 60 prosenttia vastaajista kertoi tuntevansa osakesijoittamismuodon vain vähän tai ei lainkaan. (Säästöpankki 2017.)

Sijoitusmuotoja on useita, ja näitä ovat muun muassa pankkitilille säästäminen, osake- ja rahastosijoittaminen. Edellä mainittujen lisäksi on mahdollista sijoittaa joukkovelkakirjoihin sekä asuntoihin, mutta asuntosijoittaminen vaatii jo suurta pääomaa. Alkuun pääseminen asuntosijoittamisessa edellyttää yleensä useiden kymmenien tuhansien pääomaa, ja monet asuntosijoittajat käyttävät tästä johtuen apunaan velkaa. Velkasijoittaminen pitää sisällään riskejä: jos sijoituskohteen arvo heikentyy, saattaa sijoittaja menettää pääomansa ja jäädä vielä velkaa pankille. Lisäksi suuret remontit saattavat laittaa asuntosijoittajan talouden pitkäksi aikaa miinukselle. (Hämäläinen 2014, 7.) Sijoittaa voi myös metsiin, kultaan sekä muihin raaka-aineisiin, taiteeseen ja keräilykohtiin. Rahastosijoittamisessa pääsee puolestaan alkuun jo muutamalla kymmenellä eurolla kuukaudessa. Helpoin tapa aloittaa sijoittaminen on rahastojen kautta myös siksi, että perehtyminen vaatii vähemmän aikaa kuin osakesijoittaminen ja salkunhoitajat tekevät päätökset sijoittajan puolesta (Heikkilä 2017). Tästä syystä opinnäytetyössä tarkastellaan juuri rahastoja sijoitusmuotona.

Tämän opinnäytetyön aiheena on selvittää, onko pankin tarjoamille sijoitustapahtumille kysyntää, ja millaista sisältöä niiltä kaivataan. Sijoitustapahtuman ideana olisi tehdä tutuksi nuorille rahastosijoittaminen ja madaltaa kynnystä sijoittamisen aloittamiseen. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat nuoret 20 – 30 -vuotiaat, sillä sijoittaminen on kannatta-

vinta, kun sen aloittaa mahdollisimman nuorena. Opinnäytetyössä käsitellään rahastosijoittamisen etuja ja eri muotoja, sekä lisäksi muutamien OP-ryhmän tarjoamien rahastosijoittamisen vaihtoehtojen esittelyn. Lisäksi se pitää sisällään teoriaa tapahtumamarkkinoinnista sekä palveluista kilpailukeinona. Teoriaosuuden aineistona on hyödynnetty rahastosijoittamiseen sekä tapahtumanmarkkinointiin liittyvää kirjallisuutta, internet-lähteitä sekä pankkien tarjoamia internet-sivuja. Opinnäytetyön tutkimusosuus toteutetaan kvalitatiivisella eli laadullisella menetelmällä puolistrukturoituna ryhmähaastatteluna.

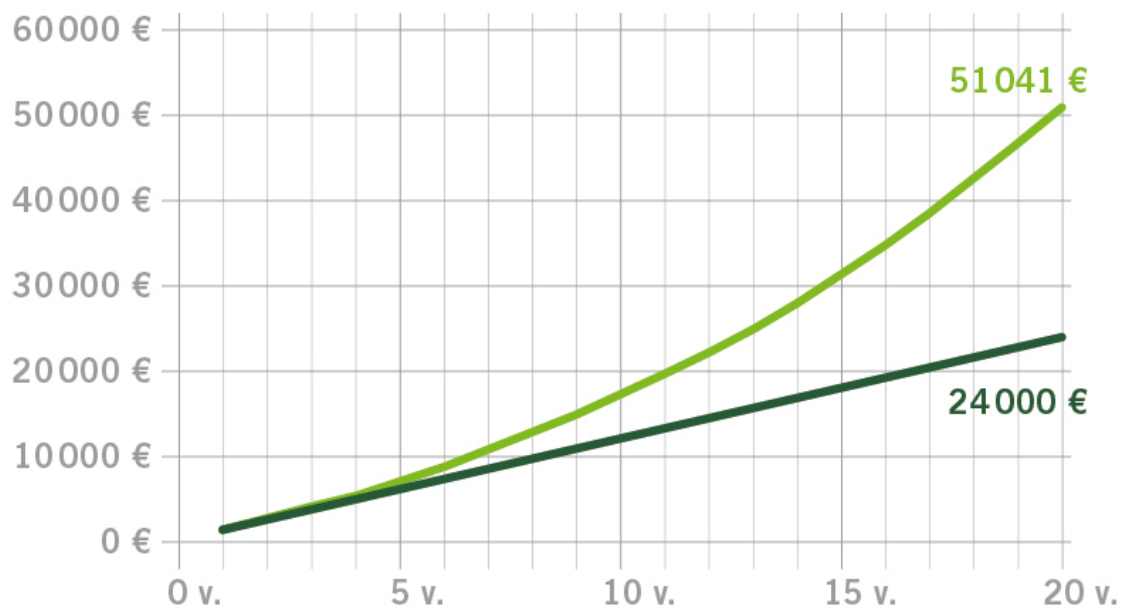
Työskentelen itse OP Lounaismaassa, joten opinnäytetyön aihe on lähellä työympäristöäni, ja tästä syystä opinnäytetyössä esitellyt rahastosijoittamisen palvelut ovat valittu OP-ryhmän tarjoamista sijoitustuotteista. Tarkoituksena oli siis samalla perehtyä OP:n tarjoamiin rahastomuotoihin, ja tutustua rahastosijoittamiseen yleisesti mahdollisen tulevan työuran kannalta.

2 RAHASTOT SIJOITUSMUOTONA

Yksinkertaisimmillaan korkosijoittaminen on rahan tallettamista pankkiin, ja tälle talletukselle maksettava korko on korvaus rahan käytöstä (Hämäläinen 2014, 7). Inflaation vaikutuksesta raha kuitenkin menettää arvoaan, joten tavalliselle käyttäjälle ei tästä syystä kannata sijoittaa (Mikkonen 2018).

Joskus voi tuntua siltä, että sijoittaminen on mahdoton tehtävä, jota ei itse osaa tehdä, mutta jota ei rohkene myöskään antaa muiden tehtäväksi. Kun ymmärtää oman sijoitustoiminnan tavoitteet ja osaa vertailla tarjolla olevia perusvaihtoehtoja, pääsee jo pitkälle. Tutkimusten mukaan sijoitussalkun menestys riippuu 90-prosenttisesti siitä, miten varat on jaettu eri sijoitusluokkiin, esimerkiksi osakkeisiin tai korkoinstrumentteihin. Sillä, minkä pankin osakerahastoa hankkii, ei ole juurikaan vaikutusta salkun kokonaistuottoon. Kokonaisuuden kannalta ei ole merkitystä myöskään sillä, sijoittaako rahastoon tänä vai ensi vuonna, sillä sijoitustoiminnan ajoituksella ei pitkällä aikavälillä näytä olevan paljoakaan vaikutusta salkun tuottoon. Onnistunut ajoitus yhtenä vuonna todennäköisesti epäonnistuu seuraavana vuonna. (Puttonen & Repo 2011, 16 – 17.)

Pesosen (2011, 21) mukaan ”Säästäminen ja sijoittaminen kannattaa aloittaa mieluummin eilen kuin huomenna, mutta tänäänkin on hyvä”. Sijoitukset tuottavat sitä enemmän, mitä pidemmän aikaa pystyy sijoittamaan, ja pitkä aikaväli tasoittaa osakemarkkinoiden liikkeitä. Kun sijoitusaika on pitkä, muutaman prosentin vuotuinen tuottoero muuttuu suureksi. Pitkäjänteisyys palkitaan, sillä korkoa korolle -ilmiö (Kuvio 1) pääsee tällöin vaikuttamaan. Korkoa korolle -ilmiö tarkoittaa, että ensimmäisen vuoden jälkeen korkoa laskeetaan myös edellisinä vuosina kertyneille koroille alkuperäisen pääoman lisäksi. Näin korko on joka vuosi hieman edellistä suurempi, ja pitkällä aikavälillä vaikutus vain korostuu. Alla esitetty kuva vertaa sadan euron kuukausisäästöä säästettynä joko tilille, jonka vuosittainen tuotto on nolla prosenttia sekä sijoitettuna rahastoon, jonka vuosittainen tuotto on seitsemän prosenttia. Tilille säästettäessä varoja on kertynyt 20 vuodessa 24 000 euroa, kun taas rahastoon sijoitettaessa varoja on voinut kertyä yli 51 000 euroa. (S-Pankki 2019.) Kuukausittain sijoitettuna pienikin summa hyvällä tuotolla kasvaa vuosien saatossa pieneksi omaisuudeksi. Ohjenuorana voidaan pitää sitä, että seitsemän prosentin korko lähes tuplaa pääoman kymmenessä vuodessa, ja vastaavasti kymmenen prosentin korko tekee saman seitsemässä vuodessa. (Pesonen 2011, 21 – 23.)



Kuvio 1. Korkoa korolle ilmiö (S-Pankki 2019).

OP:n asiakkaana on mahdollisuus aloittaa rahastosijoittaminen hyvin vaivattomasti säästölippaan avulla. Säästölipas on säästämiseen kannustava käyttötili, jolle voidaan asettaa jokin säästötavoitesumma. Säästölippaaseen on mahdollista säästää kahdella eri tavalla: kertatalletusten tai mutkattomasti korttimaksujen yhteydessä, ja lippaaseen siirtyvän summan voi itse määritellä. Säästölipas on siis ikään kuin sähköinen säästöpossu. Kun säästöjä on kertynyt yli säästötavoitteen, ylimenevät rahat siirtyvät viikoittain indeksirahastoihin. Valittavissa on kolme indeksirahastoa: OP-Suomi Indeksi, OP-Eurooppa Indeksi sekä OP-Maailma Indeksi, jotka soveltuvat edullisten kulujensa vuoksi mainiosti pitkäaikaiseen säästämiseen. (OP 2019a.) Kortilla maksettaessa on näin samalla mahdollista saada rahaa säästöön huomaamattoman helposti. Tilille on myös mahdollista asettaa turvaraja, jolloin käyttötililtä ei siirry rahaa lippaaseen, mikäli tilillä on vähemmän varoja kuin turvarajan verran. (Tuominen 2019.)

2.1 Rahastosijoittamisen edut

Rahastosijoittamisen etuja ovat muun muassa riskin hajautus, hyvä likviditeetti eli rahaksi muutettavuus ja asiantuntija-apu. Riski pienenee, kun rahaston varat hajautetaan eli sijoitetaan useisiin eri kohteisiin, jolloin yksittäisten arvopapereiden arvonmuutokset eivät kaada itse rahaston arvoa. Rahasto-osuuksia on helppo ostaa ja myydä, sillä niitä

ei sido määräaikaisuus. Rahasto-osuus voidaan siis likvidoida eli muuttaa rahaksi joka päivä. Asiantuntijoiden avulla ei myöskään tarvitse tehdä sijoituspäätöksiä itse, sillä ne tehdään sijoittajan puolesta. (Puttonen & Repo 2011, 36.)

Kätevä tapa säästää rahastoihin on kuukausisijoittaminen, jonka voi aloittaa jo muutamalla kymmillä. Tekemällä sopimuksen kuukausisäästämiseksi pankin tai rahastoyhtiön kanssa, rahatiliä veloitetaan kuukausittain ennalta sovitulla summalla, ja näillä rahoilla ostetaan säästäjän valitsemia rahastoja. Rahastosijoittamisesta tekee helppoa myös se, että kuukausisijoittamisen voi keskeyttää milloin tahansa, jos esimerkiksi ilmenee yllättäviä menoja. (Pesonen 2011, 117.)

Rahastosijoittamisen etuja ovat lisäksi helppohoitoisuus ja säästöt kaupankäyntikustannuksissa. Markkinoilla rahasto edustaa institutionaalista sijoittajaa, minkä ansiosta se pääsee tekemään kauppvoja institutionaalisen sijoittajan kustannuksilla. Näin siis rahaston avulla sijoittaja pääsee sellaisille markkinoille, joille hän ei muuten pääsisi. Helppohoitaisen rahastosta tekee se, että sijoittajan ei tarvitse välttämättä itse seurata markkinoita ollenkaan. Rahasto-osuudet voi myös jättää rahastoyhtiöön säilytettäväksi veloituksetta. Sijoittajan ei myöskään tarvitse vaivata päätään verotuksellisista asioista, sillä rahastot eivät ole verovelvollisia, ja ne pystyvät käymään kauppaa ilman myyntivoittojen verotusta. Korkotuotoista ei mene lähdeveroa, vaan veroa maksetaan vasta siinä vaiheessa, kun rahasto-osuus lunastetaan. Lisäksi rahastojen etuna on viranomaisvalvonta, joka osaltaan takaa hyvän sijoitussuojan. Kaikkia Suomeen rekisteröityjä sijoitusrahastoja valvoo Finanssivalvonta. (Puttonen & Repo 2011, 36-37.)

2.2 Inflaation vaikutus

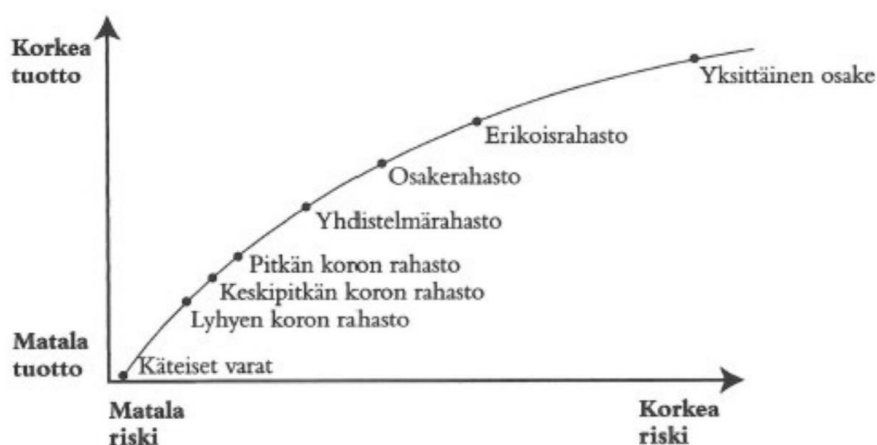
Inflaatio tarkoittaa tavaroiden ja palveluiden hintojen nousua laaja-alaisesti, eli toisin sanoen tulevaisuudessa yhdellä eurolla saa vähemmän kuin ennen. Rahan arvo siis heikkenee. (Euroopan keskuspankki 2019.) Talouden normaaliin toimintaan kuuluu maltillinen hintojen nousu, ja inflaatio vaikuttaa hintojen nousun tavoin myös säästöihin ja velkoihin. Inflaation takia velan todellinen arvo vähenee, mikä huomioidaan velasta maksettavalla korolla. Säästäjän kannattaa pitää mielessään inflaation vaikutus säästöihin, sillä jos säästöilleen ei saa inflaation verran tuottoa, niiden ostovoima heikkenee. Yhden vuoden aikavälillä tarkasteltuna vaikutus saattaa tuntua vähäiseltä, mutta tilanteen jatkuessa useamman vuoden, vaikutus alkaa jo tuntua. Vuonna 2018 suomalaisten talletusten keskikorko on 0,1 prosenttia, ja inflaatio 1,3 prosenttia, joten useamman tilille

säästäjän kohdalla säästöjen arvon heikkeneminen on tosiasiallista. Jos kyseinen tilanne jatkuisi samoin kymmenen vuotta, pienenesi sadan euron säästön todellinen arvo noin 90 euroon. Tästä syystä johtuen pitkäaikaisille säästöille on kannattavaa etsiä säästötiliä tuottavampia kohteita. (Mikkonen 2018.)

2.3 Rahastosijoittamisen eri muotoja

Sijoitusrahasto on osakkeista, korkoinstrumenteista ja muista arvopapereista koostuva salkku, jonka omistavat siihen sijoittaneet yksityiset henkilöt, yritykset ja muut yhteisöt. Rahastot tarjoavat omistajilleen mahdollisuuden hyödyntää suuren sijoittajan asiantuntemusta ja kustannustehokkuutta, ja lisäksi ne tarjoavat säännöllisen raportoinnin ja kaupankäyntikustannukset. (Puttonen & Repo 2011, 30.)

Rahastomuotoja on monia eri laisia, ja niitä voidaan vertailla esimerkiksi tuoton ja riskin suhteen (Kuvio 2). Itselle sopivinta rahastoa valittaessa on hyvä pohtia muun muassa sitä, kuinka suurta summaa on sijoittamassa ja miten pitkäksi aikaa. Lisäksi kannattaa miettiä omaa riskinsietokykyä sekä sitä, onko itsellä aikaa ja osaamista seurata markkinoita. Riskienhallintakeinona on suositeltavaa selvittää, miten suuren riskin on valmis ottamaan, ja millaisia tapoja hajauttaminen tarjoaa riskin pienentämiseen. (Puttonen & Repo 2011, 18 – 24.)



Kuvio 2. Sijoitusmuotojen vertailu riskin ja tuotto-odotuksen suhteen (Puttonen & Repo 2011, 34).

Sijoitettavan summan määrää pohdittaessa kannattaa kysyä itseltään, kuinka suurta osuutta koko varallisuudestaan on valmis sijoittamaan, onko sijoittamassa ylimääräisiä varoja vai säästääkseen tiettyä tarkoitusta varten, ja onko hajauttamassa sijoitusomaisuutta vai ei. Jos on aikeissa sijoittaa muutama tuhat euroa, hajauttaminen tulee todennäköisesti kalliiksi suhteessa saavutettaviin hyötyihin. Pienillä summilla sijoitettaessa kannattaa suosia korkorahastoja. Sijoitusaikaa mietittäessä kannattaa kysyä, tarvitseeko rahaa ennen sijoitusajan loppua, tarvitseeko sijoituksesta säännöllistä tuloa vai riittääkö pääoman arvonnousu, ja onko tarkoitus tehdä kertasijoitusta vai säästää kuukausittain (Puttonen & Repo 2011, 19 – 21).

Rahastot voidaan myös jakaa passiivisiin ja aktiivisiin rahastoihin. Passiiviset rahastot ovat indeksirahastoja, jotka seuraavat tiettyjä osake- tai korkoindeksejä. Indeksirahastoilla ei tästä johtuen ole varsinaisesti salkunhoitajaa, toisin kuin aktiivisilla rahastoilla. Aktiivista rahastoa on mahdollista hoitaa myös kokonainen työryhmä. (Pesonen 2011, 123 – 124.)

2.3.1 Osakerahastot

Osakerahastoissa sijoituskohteina ovat osakkeet, eli varat sijoitetaan pääasiassa osakkeisiin. Kyseiset rahastot sisältävät eniten riskejä verrattuna muihin rahastoihin. Se, mihin osakkeisiin rahasto voi sijoittaa, määräytyy osakerahaston sääntöjen mukaan. Osakerahastojen sijoitukset voivat jakautua monella eri tavalla, kuten maantieteellisesti, toimialakohtaisesti, yrityskoon mukaan tai kasvu- ja arvo-osakkeisiin. (Nordnet 2019.) Usein käytetään termiä tyyli, kun tarkoitetaan rahaston valitsemää linjaa, eli sitä, minkä tyyppiin kohteisiin se voi sijoittaa. Valintaperusteet sijoituskohteille voivat perustua myös esimerkiksi eettisyyteen tai vastuullisuuteen. Vertailtaessa rahastoja, milloinkaan ei saisi vertailla eri tavalla sijoitettavia rahastoja. (Pesonen 2011, 35.)

OP:lla on valittavana monia erilaisia osakerahastoja, joita on jaoteltu muun muassa maantieteellisen sijainnin, toimialan, arvojen tai tietyn tyylin mukaan. Valittavana on esimerkiksi OP-Vähähiilinen Maailma, joka sijoittaa varansa hiilijalanjäljeltään ekologisesti toimivien yhtiöiden parhaimmista. Kyseisen rahaston arvioitu hiilijalanjälki on noin 50 prosenttia matalampi kuin tavanomaisessa maailmanlaajuisesti sijoitettavassa osakerahastossa. (OP 2019c.)

2.3.2 Korkorahastot

Korkorahastot sijoittavat varansa korkoinstrumentteihin, joita ovat muun muassa pankkien, yritysten tai valtioiden lyhyt- tai pitkäaikaiset korkopaperit. Eri korkorahastojen riskitaso ja tuotto-odotus saattavat vaihdella paljon. Lyhyen koron rahastot ovat vastine pankkitilille säästämiseksi. (Puttonen & Repo 2011, 34.) Lyhyen koron rahastoissa sijoituskoteina ovat korkoa tuottavat arvopaperit, joiden laina-aika on alle vuoden. Useimpien tällaisissa instrumenteissa tuotto on talletuksia korkeampi ja ne sisältävät vähiten riskiä. (Nordnet 2019.)

Pitkän koron rahastoissa sijoituskohteina ovat vastaavasti arvopaperit, joiden laina-aika on yli vuoden. Nämä rahastot sijoittavat varansa yleensä joukkovelkakirjalainoihin. Kyseisissä rahastoissa tuotto-odotus on korkeampi kuin lyhyen koron rahastoissa, mutta ne pitävät samalla sisällään hieman enemmän riskiä. Riskitaso on kuitenkin pienempi kuin osakkeita sisältävissä rahastoissa (Kuvio 2). (Nordnet 2019.) Kun korkotasot nousevat, pitkän koron rahaston arvo laskee, ja vastaavasti, kun korot laskevat, rahaston arvo nousee. Termi modifioitu duraatio kuvaa korkorahastojen korkoriskiä, ja mitä pienempi luku on, sitä pienempi on myös riski. Kaikki korkorahastot ilmoittavat kyseisen luvun, ja näin niitä voi suoraan vertailla keskenään. (Pesonen 2011, 129.)

2.3.3 Yhdistelmärahastot

Yhdistelmärahaston salkunhoitaja hajauttaa rahaston varat korko- ja osakemarkkinoille, ja rahaston säännöt määrittävät sen, kuinka paljon rahasto voi osakkeisiin sijoittaa. Yhdistelmärahastot pitävät sisällään enemmän riskiä kuin korkorahastot, mutta eivät niin paljon kuin osakerahastot (Kuvio 2). (Nordnet 2019.) Korkojen ja osakkeiden painoarvot voidaan myös jättää määrittelemättä, jolloin ne riippuvat markkinatilanteesta ja salkunhoitajasta. Tästä johtuen yhdistelmärahasto voi periaatteessa sijoittaa varansa kokonaan joko osakkeisiin tai korkoihin. (Pesonen 2011, 135.) Se, miten hyvin rahasto menestyy pitkällä aikavälillä, on kiinni salkunhoitajasta (Puttonen & Repo 2011, 35).

OP tarjoaa yhdistelmärahastoina kolmea säästäjän rahastoa, jotka ovat OP-Varovainen, OP-Maltillinen ja OP-Rohkea. OP-Varovainen sopii nimensä mukaan varovaiselle säästäjälle ja lyhyen aikavälin säästämiseen. Se koostuu enimmäkseen korkosijoituksista, joten osakemarkkinoiden vaihtelut vaikuttavat maltillisesti rahaston arvon muutoksiin.

OP-Maltillinen sisältää jonkin verran osakkeita, joten osakemarkkinat vaikuttavat keskeisesti rahaston arvon kehitykseen. OP-Rohkeassa sijoitukset koostuvat suurimmilta osin osakkeista, joten se sopii säästäjälle, joka tavoittelee hyvää tuottoa, mutta on valmis ottamaan riskiä. (OP 2019b.)

2.3.4 Indeksirahastot

Indeksin voi muodostaa kaikista hyödykkeistä, joilla käydään kauppaa, ja se kertoo hyödykkeen markkinoiden keskimääräisen tuoton. Indeksi kuvaa arvon muutosta ja seuraa markkinoiden yleistä kehitystä. Indeksirahastoilla ei tästä syystä ole aktiivista salkunhoitajaa. (Hasselgren 2017.) Indeksirahasto sijoittaa varansa vertailuindeksin mukaisesti osakkeisiin. Jos rahasto esimerkiksi seuraa OMXH25-indeksiä, eli Helsingin pörssin 25 vaihdetuimman osakkeen kehitystä, se sijoittaa samoihin yhtiöihin kuin mitä indeksi seuraa. Indeksirahasto siis ostaa osakkeita samassa suhteessa kuin miten ne ovat painotettuina indeksissä, joten aktiivista osakevalintaa ei tarvitse tehdä. Tästä syystä indeksirahastoissa on yleensä hyvin matalat kulut. (Nordnet 2019.) Indeksirahastoon sijoitettaessa ei tarvitse miettiä, minkä yrityksen osakkeisiin sijoittaisi, sillä niiden kautta sijoittaa tavallaan silloin koko pörssiin (Hasselgren 2017).

Indeksirahastot ovat edullinen, helppo ja tehokas vaihtoehto rahastosijoittajalle, joka tavoittelee hyvää tuottoa ja kustannustehokkuutta. Indeksirahastoissa palkkiot ovat matalat, joten ne soveltuvat sen puolesta pitkäaikaiseen säästämiseen. Rahastojen toiminta perustuu siihen, että osakkeista saatavat osingot sijoitetaan uudelleen automaattisesti vertailuindeksin mukaisesti, eli osingot päätyvät näin rahaston omistajille rahaston arvon nousuna. Rahaston arvonmuutokset heijastuvat suoraan osakemarkkinoilta, joten ne pitävät sisällään huomattavan määrän osakeriskiä. OP:n indeksirahastojen valikoimaan kuuluvat muun muassa OP-Amerikka, OP-Maailma ja OP-Pohjoismaat. (OP 2019d.)

2.3.5 Pörssinoteeratut rahastot (ETF)

ETF muodostuu sanoista ”Exchange Traded Fund”. ETF-rahasto eroaa perinteisistä siten, että sijoittajat voivat ostaa ja myydä rahaston osuuksia pörssissä. (Pesonen 2011, 137.) ETF:t sopivat kaiken kokoisille sijoittajille, ja minimisijoituksen koko ei yleensä ole niissä esteenä (Puttonen & Repo 2011, 169). ETF:t ovat yleensä passiivisesti hoidettuja

rahastoja, jotka seuraavat määrättyä indeksiä, ja tämä merkittävin ero normaaliin rahastoon verrattuna. Siinä missä normaali rahasto pyrkii aktiivisella salkunhoidolla hakemaan tuottoa, ETF pyrkii seuraamaan tarkasti tiettyä indeksiä. ETF-rahastojen hintoja noteerataan jatkuvasti pörssin aukioloaikoina. Osakeindeksien lisäksi ETF-rahastojen avulla on mahdollista sijoittaa muun muassa raaka-aineisiin, joukkovelkakirjalainoihin ja valuuttoihin. Kyseiset rahastot soveltuvat myös hyvin lyhyen aikavälin kaupankäyntiin, sillä niillä käydään kauppaa koko pörssipäivän ajan. (Danske Bank 2019.)

ETF-rahastojen sijoitukset hajautetaan seuratun indeksin mukaan automaattisesti eri osakkeisiin, mikä takaa alhaiset hallinnointipalkkiot. Riskillisestä näkökulmasta ETF-sijoittaminen on kuin osakesijoittamista. Kyseisiä rahastoja on rakenteeltaan kahdenlaisia: arvopaperipohjaisia ja johdannaispohjaisia. Arvopaperipohjaisia kutsutaan fyysisiksi ETF-rahastoiksi, ja ne ostavat oikeasti ilmoittamansa osakkeet ja omistavat ne. Johdannaispohjaisia kutsutaan puolestaan synteettisiksi ETF-rahastoiksi, ja ne ovat solmineet johdannaissopimuksen, jonka mukaan sopimuksen vastapuoli maksaa rahastolle vertailuindeksin mukaista tuottoa. (OP Media 2019.)

ETF:t eroavat indeksirahastoista siten, että niiden myyminen ja ostaminen on hieman joustavampaa. Indeksirahastoja on mahdollista ostaa ja myydä rahaston sääntöjen mukaan, ja niiden arvo ja hinta määritellään kerran päivässä. ETF-rahastojen hinnat puolestaan elävät markkinoiden mukaan ja niihin voi tehdä sijoituksia pörssin aukioloaikojen mukaisesti. Sijoittaja pääsee lisäksi eri liikkeeseen laskijoiden ETF-rahastoihin helpommin käsiksi pörssin kautta, kun taas indeksirahastoihin voi sijoittaa vain kyseisen liikkeenlaskijan kautta. ETF-rahastoista muodostuu myös erilaiset kulut, sillä ne tuovat mukanaan kaupankäyntikuluja, kun vastaavasti indeksirahastoihin liittyy myynti- ja lunastuspalkkioita. Koska kyseisiä rahastoja on tarjolla niin paljon, vaatii ETF:t hieman enemmän perehtymistä. (OP Media 2019.)

3 PALVELU KILPAILUKEINONA

Yrityksen on mahdollista erottautua ja parantaa kilpailukykyään panostamalla palveluun. Kilpailijoiden on helppo jäljitellä uusi tuote, mutta sen sijaan henkilöstön palveluosaa- mista on hankala jäljitellä. Hyvän palvelun avulla tuote kasvaa elämykseksi asiakkaan kokemuksena, ja positiivisen asiakaskokemuksen saaneet asiakkaat puhuvat yrityksen puolesta. (Flink ym. 2018, 90 – 91.)

Asiaksmarkkinoinnin tehtävät ovat kysynnän selvittäminen, luominen, tyydyttäminen sekä säätely, ja näitä tehtäviä varten suunnitellaan markkinoinnin kilpailukeinot. Ihmiset ovat olennaisessa asemassa palveluliiketoiminnassa, ja henkilöstön määrä, laatu ja käyttäytyminen vaikuttavat palvelun onnistumiseen. Palvelusta syntyvään mielikuvaan vaikuttavat sekä yrityksen palveluhenkilöstö että yrityksen asiakkaat, sillä usein asiakkaat osallistuvat palvelun toteutumiseen ja näin vaikuttavat muiden asiakkaiden valintoihin. Palveluyritykset pyrkivät toteuttamaan palvelut asiakaslähtöisesti ja kehittämään kilpailijoista erottuvia palvelutapoja. (Bergström & Leppänen 2009, 166 – 167.)

3.1 Henkilöstö- ja asiakaspalvelu

Tapa erottua markkinoilla ja samalla tuottaa asiakkaille lisäarvoa on kilpailijoita parempi asiakaspalvelu. Aloilla, joissa tuotteet tai palvelut ovat hyvin samankaltaisia, korostuu hyvän asiakaspalvelun merkitys. Asiakaspalvelu on toimintaa, jonka pyrkimyksenä on opastaa ja auttaa asiakasta. Palvelukonseptin suunnittelu ja testaaminen on edellytys asiakaspalvelun kokonaisvaltaiselle kehittämiselle. Palvelukonseptin ideana on määrittellä, ketä palvellaan, kuinka paljon palvelua tarjotaan, miten palvellaan ja miten palvelu tuottaa arvoa asiakkaille. On tunnettava kilpailijoiden tavat palvella asiakkaita ja pyrittävä erottautumaan, jos kilpailukeinona käytetään asiakaspalvelua. Tämä tarkoittaa siis sitä, että asiakkaat kokevat saavansa heille arvokasta ja tilanteeseen sopivaa palvelua enemmän kuin kilpailijoilta. (Bergström & Leppänen 2009, 180 – 181.)

Palvelun kehittämisessä on perehdyttävä erilaisten asiakkaiden palvelutarpeisiin ja odotuksiin, ja näitä on mahdollista selvittää kysely- ja haastattelututkimuksilla. Teoriassa jokaista asiakasta tulisi palvella yksilöllisesti ja tilanteen mukaan, mutta käytännössä on järkevää ryhmitellä asiakkaat tarveryhmittäin. On olennaista esimerkiksi tunnistaa palvelua ensimmäistä kertaa käyttävät asiakkaat, sillä he tarvitsevat tavanomaista enemmän

opastusta, apua ja tietoa. Asiakas saattaa tarvita opastusta ostamansa tuotteen tai palvelun käyttöön tai lisätietoa ostopäätöstä varten. Asiakkaiden ryhmittelyyn voidaan liittää erilaisten palvelutilanteiden tarkastelu, ja yrityksellä voi olla esimerkiksi tavallisesta poikkeavia palvelutilanteita, jolloin palveluun on panostettava enemmän. (Bergström & Lepänen 2009, 182.)

3.2 Sijoituspalvelu

Sijoituspalvelulaki (747/2012) sääntelee Suomessa sijoituspalvelun tarjoajan toimintaa. Sijoituspalvelulla tarkoitetaan muun muassa sijoitusneuvontaa, omaisuudenhoitoa sekä rahoitusvälineitä koskevien toimeksiantojen vastaanottamista, välittämistä ja toteuttamista. Vain luottolaitostoimiluvan saanut pankki, sijoituspalvelutoimiluvan saanut sijoituspalveluyritys sekä omaisuudenhoidon ja sijoitusneuvonnan osalta toimiluvan saanut rahastoyhtiö tai vaihtoehtorahastojen hoitaja saa tarjota sijoituspalvelua. Myös esimerkiksi ETA-alueen vastaavat ulkomaiset palveluntarjoajat, joilla on sivuliike tai -konttori Suomessa tai jotka ovat ilmoittaneet Finanssivalvonnalle tarjoavansa palveluja Suomessa saavat tarjota sijoituspalveluja. (Finanssivalvonta 2019c.)

Rahastoyhtiö kerää yksityishenkilöiden ja yhteisöjen varoja ja sijoittaa ne rahoitusvälineisiin, jotka muodostavat sijoitusrahaston. Rahastoyhtiö voi hallinnoida yhden tai useamman sijoitusrahaston varoja. Sijoitusrahaston varat ovat sijoittaneiden omaisuutta, jota rahastoyhtiö ei omista. Sijoitusrahaston varat on pidettävä erillään rahastoyhtiön omaisuudesta antamalla ne säilytysyhteisön säilytettäväksi. Rahastoyhtiö saa harjoittaa sijoitusrahastotoimintaa ja siihen olennaisesti liittyvää toimintaa, jos tällainen toiminta ei ole omiaan vahingoittamaan rahasto-osuudenomistajien etua. Rahastoyhtiölle voidaan myös myöntää toimilupa tarjota sijoitusneuvontaa, omaisuudenhoitoa ja sijoitusrahastojen ja yhteissijoitusyritysten osuuksien säilytys- ja hoitopalveluja. (Finanssivalvonta 2019b.)

Rahastoyhtiöiden toimintaa valvoo jatkuvasti Finanssivalvonta. Sijoitusrahastolain mukaisesti rahastoyhtiöt ja sijoitusrahastot toimittavat tilinpäätöksensä Finanssivalvonnalle. Sijoitusrahastojen on säännöllisesti toimitettava taloudellista tietoa myös tilivuoden aikana. Finanssivalvonnalle on lähetettävä muun muassa vuosikertomukset ja puolivuotiskatsaukset, rahastoesitteet ja niihin tehdyt muutokset, tiedot yhtiön johdossa tapahtu-

vista henkilömuutoksista sekä arvonlaskentavirheet. Finanssivalvonta vahvistaa sijoitusrahaston säännöt ja hyväksyy sijoitusrahastojen hallintoon liittyvät muutokset. (Finanssivalvonta 2019a.)

Sijoittajille on turvattu laaja tiedonsaanti koskien esimerkiksi sijoituksiin liittyviä kuluja ja sijoitusneuvonnan lähtökohtia, mutta lisääntyvä informaatio ei siitä huolimatta aina johda parempiin sijoituspäätöksiin. Sijoitustuotteisiin liittyvä yksityiskohtainen tieto on monesti sijoittajan näkökulmasta vaikeasti ymmärrettävää, joten sijoittajat perustavat usein päätöksentekonsa suosituksiin. Päätöksenteossa saatetaan käyttää monesta eri kanavasta peräisin olevia suosituksia. Kanavia voivat olla muun muassa lehdet, sijoitusblogit tai sijoittajatapaamiset. Näillä kaikilla pyritään ohjaamaan sijoittajan päätöksentekoa. Sijoituspalveluiden sääntelyssä on erotettu henkilökohtaiset sijoitussuositukset eli sijoitusneuvot, sekä yleisölle tarkoitetut sijoitussuositukset. Sijoitusneuvoista säädetään Euroopan unionin tasolla MiFID II:ssa ja kansallisesti sijoituspalvelulaissa (Sipal). Sijoitussuositusten sääntely on puolestaan EU-tasoisessa markkinoiden väärinkäyttöasetuksessa (MAR). (Salo 2016, 18 – 19.)

Sijoittajan on käännyttävä sijoituspalvelun tarjoajan puoleen hankkiakseen sijoitustuotteita. Sijoituspalvelun tarjoajalla on asiakasta kohtaan tarkasti säädeltyjä velvollisuuksia, joita ovat muun muassa tiedonantovelvollisuus ja selonottovelvollisuus. Selonottovelvollisuuden tarkoituksena on varmistaa tuotteiden soveltuvuus asiakkaalle. Palvelun tarjoajan on hankittava tiedot sijoittajan taloudellisesta asemasta, sijoituskokemuksesta ja tietämyksestä sekä sijoitustavoitteista. Lisäksi on selvitettävä tappionsietokyky ja riskirajan merkitys. Sääntelyn tavoitteena on taata sijoittajan riittävä informaatio päätöksentekoa varten. Samanaikaisesti pyritään vähentämään markkinoiden rakenteesta aiheutuvaa informaation epätasapainoa. Vaikka sekä sijoitussuosituksiin että sijoitusneuvontaan liittyy markkinointia, ja tehtävänä on vaikuttaa sijoittajan päätöksentekoon, on sijoittaja itse vastuussa varsinaisesta päätöksenteosta. (Salo 2016, 21 – 23.)

4 TAPAHTUMAMARKKINOINTI

Monet tutkimukset ja henkilökohtaiset kokemukset osoittavat, että kuluttajien tapa tehdä ostopäätöksiä on muuttunut. Perinteiset markkinoinnin keinot eivät enää saa aikaan toivotunlaista vaikutusta kohderyhmässä, ja yritysten viestit joutuvat kilpailemaan yhä kasvavassa informaatiotulvassa erottuakseen kilpailevista viesteistä. Tästä syystä organisaatiot ovat alkaneet etsiä vaihtoehtoisia markkinointikeinoja, mistä johtuen tapahtumamarkkinointi on lisääntynyt. (Häyrinen & Vallo 2014, 19.)

Tapahtumamarkkinointi erottuu edukseen monista perinteisistä markkinointiviestinnän keinoista, sillä se tarjoaa kohderyhmälle arvokasta sisältöä ja vuorovaikutteisen kokemuksen yrityksen kanssa. Se on prosessi, jossa yritys tehostaa palveluiden, tuotteiden tai brändin markkinointia järjestämällä tai olemalla mukana järjestämässä tapahtumaa. Yrityksen ja kohderyhmän vuorovaikutteisten kohtaamisten avulla markkinointi tehostuu. Tapahtuman voi pitää online-ympäristössä, kuten webinaari, tai offline-ympäristössä, kuten messut. Konkreettiset tavoitteet auttavat tuomaan tapahtumamarkkinoinnin osaksi yrityksen liiketoimintaa, mikä tarjoaa erottuvan kanavan lähestyä sidosryhmiä ja pyrkiä parempiin tuloksiin. (Kuusisto 2017.)

Parhaimmillaan tapahtuma on ihmisten syvimpiin tunteisiin vaikuttamista, ja tapahtumamarkkinointi on yhä enemmän osa henkilökohtaista myyntityötä, mutta myös menekinedistämistä sekä suhde- ja tiedotustoimintaa. Tapahtuma auttaa personoimaan organisaation sekä sen edustajat, ja tässä ilmenee tapahtumamarkkinoinnin riski ja viehätys. Tapahtuman onnistuessa, se luo organisaatiosta ja sen työntekijöistä miellyttävän kuvan, mutta tapahtuman epäonnistuessa on vaarana, että siitä jää negatiivinen mielikuva. Tämä heijastuu jälkikäteen yrityksen kaikkeen toimintaan, tuotteisiin ja palveluihin sekä henkilöstöön. (Häyrinen & Vallo 2014, 29.) Yksi suurimmista tapahtumamarkkinoinnin eduista on niin sanottu ”word of mouth” -efekti. Kun asiakkaat ovat innoissaan onnistuneesta tapahtumasta tai mielenkiintoisesta aktiviteetista, he todennäköisemmin kertovat siitä ystävilleen, perheelleen ja yrityskumppaneilleen, eli toisin sanoen mainostavat organisaatiota. Tapahtuman järjestäminen voi siis olla tehokas markkinointistrategia. (Lazar 2009.)

Tapahtumamarkkinoinnissa onnistuminen todetaan kunnolla vasta tapahtuman jälkeen – oliko esimerkiksi osallistujia tarpeeksi? Kyseisellä markkinointikeinolla tähdätään pit-

käaikaiseen brändin tunnettuuden vahvistamiseen, vaikka pääpainona on saada kävijöitä osallistumaan itse tapahtumaan. Tästä syystä on hyvä panostaa tapahtumamarkkinointiin ja oikeiden ihmisten tavoittamiseen. (Kinnunen 2017.)

4.1 Miksi tapahtuma järjestetään?

On hyvä miettiä, minkä vuoksi tapahtuma järjestetään. Yritys voi esimerkiksi järjestää aamiaistapahtuman, jonka pyrkimyksenä on kerätä uusia liidejä tai workshopin, jossa on tarkoitus etsiä yritykselle uusia työntekijöitä. Kohderyhmän hahmottaminen, tapahtuman sisällön suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen on helpompaa, kun tapahtumalla on selkeä tarkoitus. (Kuusisto 2017.) Tapahtumamarkkinoinnille on aina asetettava tavoite, joka kytketään yrityksen markkinointisuunnitelmaan. Tavoite yksittäiselle tapahtumalle voi olla esimerkiksi yrityskuvan kehittäminen, näkyvyyden hankkiminen, nykyisen asiakassuhteen lujittaminen tai tuotteiden ja palveluiden esittely ja myynti. (Häyrinen & Vallo 2014, 23.) Tavoitteiden lisäksi on olennaista määrittellä mittarit, joilla tavoitteen saavuttamista mitataan. Jos tavoitteena on ollut esimerkiksi laadukkaiden uusien liidien kerääminen, tavoitteen saavuttamista voidaan mitata uusien liidien määrällä, niiden laadulla ja niistä seuranneilla uusien asiakkaiden määrällä. (Kuusisto 2017.)

4.2 Tapahtuman kohderyhmä

Kohdeyleisön määrittäminen ensin on tärkeintä kaikessa markkinoinnissa. Suunniteltaessa tapahtumaa, on mietittävä, mitä sillä halutaan saavuttaa ja mikä sen kohderyhmä on. (Kinnunen 2017.) On olennaista huomioida kohderyhmän tarpeet ja mielenkiinnon kohteet tapahtumaa toteuttaessa. Yleisölle kannattaa tarjota jotakin arvokasta sen sijaan, että tapahtuma täytetään ainoastaan yrityksen tuotteiden ja palveluiden mainonnalla. Mitkä ovat kohdeyleisön kiinnostukset ja heidän kohtaamansa ongelmat, ja miten yritys voi sitä näissä asioissa auttaa? Näin varmistetaan, että osallistujat kokevat tapahtuman hyödylliseksi ja luottamus brändiin kasvaa. (Kuusisto 2017.) Jotta osataan tehdä oikeankokoinen ja -näköinen tapahtuma, on tunnettava kohderyhmä riittävän hyvin (Häyrinen & Vallo 2014, 121).

Monet seikat vaikuttavat kohdeyleisön määrittelyyn. Kun tapahtuman teema on tiedossa, on hyvä miettiä esimerkiksi halutun kohdeyleisön ikäjakauma. Toisaalta, monesti jo itse teema määrittelee kohderyhmän. (Conway 2012, 53.) On olennaista muistaa se, että

tapahtumaa ei olla järjestämässä itselle vaan erikseen määritetyille kohderyhmälle. On myös muistettava, että se mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. On siis tärkeää, että tapahtuma suunnitellaan ja toteutetaan kohderyhmä huomioiden. (Häyrinen & Vallo 2014, 124.)

5 TUTKIMUS SIOITUSTAPAHTUMAN KYSYNNÄSTÄ

Tämän tutkimuksen aiheena on selvittää, onko pankin tarjoamille sijoitustapahtumille kysyntää, ja millaista sisältöä niiltä kaivataan. Mahdollisen sijoitustapahtuman ideana on saada nuorille rahastosijoittaminen tutuksi ja madaltaa kynnystä sijoittamisen aloittamiseen. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat nuoret 20 – 30-vuotiaat, sillä sijoittaminen on kannattavinta, kun sen aloittaa mahdollisimman nuorena. Tutkimusongelma on ”Onko nuorilla kysyntää pankkien järjestämille sijoitustapahtumille?” Lisäksi tutkimuksessa pyritään selvittämään seikkoja, jotka ovat nuorille esteitä sijoittamisen aloittamiselle, ja miten niissä voitaisiin olla avuksi. Tämän tutkimuksen pohjalta voidaan toteuttaa kohderyhmän, eli nuorten, odotuksien mukainen tapahtuma.

Tämän opinnäytetyön tutkimusosa toteutettiin puolistrukturoituna ryhmähaastattelulla. Osittain strukturoitujen haastattelujen toteutuksesta ei ole olemassa täysin yhtenäistä määrittystä, sillä osittain järjestelty ja osittain avoin haastattelu sijoittuu kokonaan strukturoidun lomakehaastattelun ja teemahaastattelun välille. Kyseinen haastattelumuoto etenee niin, että kaikille haastateltaville esitetään samat tai melko samat kysymykset samassa järjestyksessä. Tilanteisiin, joissa on päätetty haluttavan tietoa juuri tietyistä asioista, eikä haastateltaville näin ollen haluta tai ole tarpeellista antaa kovin suuria vapauksia haastattelutilanteessa, sopii puolistrukturoitu haastattelu. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

5.1 Tutkimuksen tulokset

Opinnäytetyön tutkimusosuus toteutettiin kvalitatiivisella eli laadullisella menetelmällä käyttäen puolistrukturoitua ryhmähaastattelua apuna. Haastateltavia oli yhteensä kahdeksan, ja heistä oli naisia seitsemän ja miehiä yksi. Haastateltavien ikäjakauma oli 22:n ja 30:n välillä. Haastattelut nauhoitettiin, ja ne toteutettiin neljässä eri osassa. Työssä hyödynnettiin juuri ryhmähaastattelua siitä syystä, että haastateltavien kesken saataisiin aikaiseksi keskustelua. Tutkimus toteutettiin haastattelulomakkeen (Liite 1) avulla.

Haastateltavista neljällä on sijoituksia tällä hetkellä, kolme ei ollut sijoittanut koskaan ja yhdellä haastateltavista oli ollut sijoituksia aiemmin, mutta ei tällä hetkellä. Yksikään ei sijoita säännöllisesti. Haastateltavat, joilla oli sijoituksia, kertoivat, etteivät itse niistä kovin paljoa ymmärrä, ja olivat aloittaneet jonkun toisen henkilön avulla tai kehotuksesta.

Sijoittamisen aloittamisen suurimpana esteenä koettiin olevan tiedon puute: jokainen haastateltava kertoi tämän hankaluudeksi sijoittamisen aloittamisessa. Kaksi vastasi lisäksi rahan puutteen olleen esteenä, mutta tämän koettiin olevan vähäisempi este kuin tiedon puutteen. Useampi koki, että täytyisi itse etsiä aktiivisesti sijoitukseen liittyvää tietoa, jos sijoittamisen haluaisi aloittaa. Moni kertoi, etteivät itse ole olleet kiinnostuneita etsimään tietoa aktiivisesti. Useampi kertoi myös, etteivät pankit ole itse ottaneet asiaa puheeksi ja tiedottaneet tarpeeksi. Yksi haastateltavista kuvasi asiaa niin, ”ettei tietoa ole tullut helposti silmille”. Moni kuitenkin olisi kaivannut, että pankin puolesta sijoittaminen olisi otettu puheeksi jonakin ajankohtana, esimerkiksi 18-vuotistapaamisissa. Yksi haastateltavista ehdotti, että pankit voisivat markkinoida sijoittamisen aloittamisesta esimerkiksi pankkien mobiilisovelluksissa tiedotteiden tapaan. Lisäksi muutama haastateltavista pohti sijoittamiseen liittyviä riskejä. Eräs haastateltavista kertoi, että sijoittaminen kalskahtaa sellaiselta, että menettää kaikki rahansa.

Kysyttäessä haastateltavilta, osallistuisivatko he pankin järjestämään sijoitustapahtumaan, jokainen vastasi kyllä. Moni kertoi, että osallistuisivat tapahtumaan jonkun toisen kanssa yhdessä, yksin tuskin tulisi lähdettyä, ja jos tapahtuma olisi suunnattu aloittelijoille. Sijoittaminen aiheena koettiin sellaiseksi, että siitä olisi hyvä tietää, ja uskottiin, että monet nuoret pohtivat sijoittamisen aloittamista. Vaikka sijoittaminen koettiin kiinnostavana aiheena, uskoivat haastattelijat, että monet nuorista eivät viitsi itse olla aktiivisia etsimään aiheesta tietoa ja aloittamaan sijoittamista omin avuin. Tapahtuman pitäisi myös olla maksuton, jotta siihen haluttaisiin osallistua.

Haastateltavista kolme oli aikaisemmin osallistunut sijoitustapahtumaan, ja heistä jokainen koki, etteivät tapahtumat olleet onnistuneita heidän, eli aloittelijoiden, näkökulmasta. Tapahtumat olivat pitäneet sisällään sellaista asiaa, jota oli vaikea ymmärtää, tai asiaa, johon oli vaikea keskittyä. Haastateltavat olivat odottaneet tilaisuuksilta enemmän, ja niiltä olisi kaivattu enemmän konkreettista asiaa, esimerkkejä ja ohjeita. Haastateltavien aiemmin osallistumisissa tapahtumissa oltiin muun muassa käyty läpi laajasti sijoitusmarkkinoiden tilannetta ja kehitystä, mikä koettiin aloittelevan sijoittajan näkökulmasta liian korkealentoiseksi. Pettymystä oli aiheuttanut myös se, ettei erään tilaisuuden puhuja ollut malttanut pysyä aiheessa, vaikka hän oli ollut muuten asiantunteva. Kyseinen puhuja oli kertonut puheensa alussa, ettei ollut valmistautunut tilaisuuteen millään tavoin.

Mahdollisen sijoitustapahtuman puhujalta tai puhujilta haastateltavat odottavat eniten selkeyttä ja yksinkertaisuutta, ja sellaista otetta, ettei asia menisi liian vaikeatajuiseksi. Puhujalta toivotaan tietynlaista rentoa asennetta. Eräs haastateltavista kuvasi asiaa niin,

että ”kun järjestetään tilaisuus ihan tavalliselle ihmiselle, ei lähdetä halkomaan hiuksia”. Puhujalta odotetaan innostusta ja oikeaa tietämystä asiasta, sekä sitä, että osaa samais-
tua siihen, etteivät kuulijat välttämättä tiedä sijoittamisesta yhtikäs mitään. On muistet-
tava, että asiat, jotka ovat puhujalle tai kokeneille sijoittajille itsestäänselvyyksiä, eivät
välttämättä ole sitä kuulijoille. Kohderyhmää, eli nuoria, ajatellen, puhujan odotetaan
osaavan selittää asiat niin, että yleisö ymmärtää, mutta olevan samalla asiantunteva.
Vaikean pankki- tai sijoitussanaston käyttöä toivotaan vältettävän. Lisäksi haastateltavat
kertoivat, etteivät jaksaisi keskittyä, jos puhuja puhuu epäselvästi tai lukee suoraan muis-
tiinpanoista. Myöskään luentomaista tai tasapaksua puhetta haastateltavat eivät viitsisi
kuunnella.

Kysyttäessä haastateltavilta, mitä he odottaisivat tilaisuudelta, kertoivat he, että sen täy-
tyisi olla rento, mutta ei kuitenkaan varsinaisesti verkostoitumiseen tarkoitettu tapaami-
nen. Eräs haastateltavista toi esiin myös seikan, ettei tilaisuudessa esitettäisi sellaisia
kysymyksiä, että koko yleisö hiljenisi. Haastateltavat kertoivat, että tilaisuuden teema
voisi olla niin sanotusti ”kavereiden kesken” ja pienen purtavan äärellä. Odotuksena on,
että tapahtumasta jäisi jotakin konkreettista käteen, ja siellä näytettäisi muun muassa
esimerkkejä, joista kävisi ilmi, miten jotkin aiemmat sijoitukset ovat kehittyneet. Esimerk-
kejä kaivattiin myös siitä, miten joku on itse aloittanut sijoittamisen, mistä on lähtenyt ja
mitä on tehnyt, sekä mitä hyötyä siitä on ollut. Useampi haastateltavista toivoo, että tilai-
suudessa avattaisiin, miten eri sijoitusrahastot toimivat, menemättä liiallisiin yksityiskoh-
tiin, kun tarkoitus on kuitenkin se, ettei niitä kovin tarkasti aiota seurata.

Yksinkertaisesti haastateltavat haluavat tilaisuudessa saada vastauksen siihen, mistä
lähteä liikkeelle ja miten edetä, kun puhutaan sijoittamisen aloittamisesta. Osa toivoo
tilaisuudelta suoraan ”avaimet käteen” periaatetta. Haastateltavat toivovat saavansa tie-
tää, millaisia vaihtoehtoja on olemassa, miten ne toimivat ja mitkä ovat niiden riskit. Li-
säksi tietoa itselle sopivasta sijoitettavasta summasta toivotaan. Osa haastateltavista
kertoi, että haluaisi saada vinkkejä ja ehdotuksia siitä, mitkä ovat itselle sopivat sijoitus-
muodot. Muutama haastateltava kertoi, ettei toivo pankin välttämättä tarjoavan ensim-
mäisenä vaihtoehtona kaikista helpointa tai maltillisinta sijoitusmuotoa, osa taas kertoi
haluavansa aloittaa hyvin matalariskisistä vaihtoehdoista. Lisäksi haastateltavat toivat
ilmi haluavansa tietää, miten rahat saadaan takaisin sijoituksista, ja miten helppoa tai
vaikeaa se on.

Tapahtuman toivotaan olevan tunnelmaltaan rento, vapaamuotoinen ja afterwork-tyylinen. Luentomaista tilaisuutta ei toivota, sillä se ei sopisi rentoon tunnelmaan. Haastattelutavat pohtivat, etteivät välttämättä viitsisi esittää kysymyksiä, jos tilaisuus järjestettäisiin luentona. Afterwork-tyylinen tilaisuus olisi henkilökohtaisempi, ja näin ollen se ei olisi pelkkää luennon kuuntelemista, vaan olisi mahdollisuus saada aikaan keskustelua. Kukaan vastaajista ei halunnut, että tapahtuma järjestettäisiin webinaarina, vaan he menisivät mieluummin paikan päälle kuuntelemaan ja keskustelemaan sijoittamisesta. Vaihtoehtona esitettiin, että tapahtumaan olisi kuitenkin lisäksi mahdollisuus osallistua myös webinaarin kautta tai katsoa se tallenteena. Tilaisuus toivotaan järjestettävän muun muassa ravintolassa, tai muussa vastaavassa tilassa, jossa olisi esimerkiksi pientä purtavaa tarjolla. Useampi toivoi, että heti tapahtuman aikana olisi mahdollista aloittaa sijoittaminen, tai mahdollisuus jäädä tapahtuman jälkeen laittamaan asia kuntoon. Vaihtoehtoisesti voisi olla myös mahdollisuus varata aika sijoitustapaamiseen. Ennen kaikkea vastaajat haluavat tapahtuman olevan matalakynnyksinen, jonne on helppo osallistua. Haastattelijat pitivät tärkeänä, että ympäristö ja ilmapiiri ovat mukavia.

Hyvänä ajankohtana tapahtumalle haastateltavat pitivät arki-iltaa, sillä viikonloppuisin on yleensä paljon muita menoja. Vuodenaikaa ajatellen hyvänä ajankohtana pidettiin muun muassa syksyä, kesäiltoina tuskin osallistuttaisiin vastaaviin tilaisuuksiin. Tapahtuman keston toivotaan olevan noin tunti tai puolitoista tuntia. Kahta tuntia pidettiin jo liian pitkänä aikana, ja epäiltiin, ettei niin pitkää aikaa jaksaisi keskittyä. Toisaalta osa haastateltavista vastasi, että tapahtuma kokonaisuudessaan voisi kestää kaksi tuntia, mutta itse asiaosuus ei kestäisi koko kahta tuntia.

5.2 Tutkimustulosten analysointi

Tutkimuksen vastausten perusteella voidaan todeta, että kyseisenlaiselle tapahtumalle on kysyntää kohderyhmän keskuudessa. Jokainen haastateltava vastasi osallistuvansa sijoitustapahtumaan, jos sellainen järjestettäisiin. Vastausten perusteella käy ilmi, että vaikka monet nuorista ovat pohtineet sijoittamista, eivät he ole olleet aktiivisia aloittamaan sitä itse tai etsimään tietoa sijoittamisesta oma-aloitteisesti. Tämä näkyy jo haastateltavissa itsessään: vastaajista he, joilla sijoituksia on, olivat aloittaneet jonkun toisen henkilön kehotuksesta tai avulla. Tästä voidaan päätellä, että vaikka internetissä on tarjolla paljon tietoa ja muun muassa videoita siitä, miten aloittaa sijoittaminen, on sijoitus-

tapahtumalle olemassa markkinarako ja selkeästi tarvetta nuorten kesken. Haastateltavien kesken sijoittaminen aiheena koettiin tärkeäksi ja sellaiseksi, josta olisi hyvä tietää, ja josta pitäisi puhua enemmän. Moni jopa harmitteli, ettei heille jo nuoremmalla iällä ole kerrottu aiheesta enemmän.

Kyseisenlaiselle kohderyhmälle, joka ei itse syystä tai toisesta ole ollut aktiivinen sijoittamisen aloittamisessa, on tärkeää osallistua tapahtumaan, jossa sijoittamisesta kerrotaan ja näytetään niin sanotusti kädestä pitäen. Näin heidän ei välttämättä tarvitse etsiä tietoa itse, kun tieto tuodaan kätevästi heidän saatavilleen jonkin toisen toimesta. Haastateltavat kertoivat jokainen osallistuvansa ennemmin paikan päällä järjestettävään tapahtumaan kuin esimerkiksi webinaariin, mikä puoltaa yhä tapahtuman tarvetta. Webinaari ei siis ole tälle kohderyhmälle sopivin tapahtumamuoto, sillä todennäköisesti siihen jätettäisiin osallistumatta. Moni vastaajista kertoi, etteivät he katsoisi webinaaria yksin kotona. Tapahtumasta halutaan matalakynnyksinen, ja ystävän kanssa tapahtumaan osallistuminen madaltaa kynnystä huomattavasti kuin jos osallistuisi yksin.

Yksi sijoittamisen aloittamisen esteistä oli pelko siitä, että menettää sijoitetut rahansa, ja kyseinen pelko on ymmärrettävä. Tämän epäilyksen voi olettaa johtuvan siitä, että tietämys sijoittamisesta ja sen riskeistä on vähäistä, vaikka aina tietysti sijoittaessa on olemassa riskinsä. Suurin este sijoittamisen aloittamiselle oli tiedon puute, jokainen haastateltavista mainitsi ensimmäisenä juuri tämän seikan. Tapahtumassa on siis osattava kertoa sijoittamisesta niin, että se on mahdollisuus vaurastua ja kerryttää omaisuutta pitkällä aikavälillä tarkasteltaessa. Konkreettisena esimerkkinä asiaa voidaan verrata muun muassa niin, että laittaako muutaman kympin kuukausittain rahastoon, vai käyttäkö sen johonkin muuhun, esimerkiksi vaatteisiin tai ravintoloihin.

Aiemmin sijoitustapahtumaan osallistuneiden vastauksista voidaan päätellä, että sijoitustapahtuman täytyy olla tarpeeksi yksinkertainen sisällöltään, jotta siitä saisi aloittelija jotakin irti. Tätä väittämää tukevat myös muiden haastattelijoiden vastaukset. Haastateltavien kertomuksien perusteella voidaan tehdä johtopäätös siitä, että sijoittamista pidetään monimutkaisena, ja tämä on ollut yksi esteistä sijoittamisen aloittamisessa. Tämä oletama on mahdollista murtaa oikeanalaisella tiedonsaannilla. Tapahtuman sisällön tulee olla helposti ymmärrettävää ja sisältää konkreettisia asioita ja esimerkkejä, joihin aloittelijan on helppo tarttua. Näin varmistetaan, että kuulijoille jää tapahtumasta varmasti jotakin muistettavaa. Kun asia pidetään tarpeeksi yksinkertaisena, saavat kuulijat hyvän tietopohjan sijoittamisen aloittamisesta, ja voivat mahdollisen mielenkiinnon herättyä etsiä jatkossa itse lisää tietoa.

Hankalana pidettiin myös erityisesti sitä, mistä lähteä liikkeelle, kun puhutaan sijoittamisesta. Tämä on siis ensisijaisen tärkeää avata kuulijoille sijoitustapahtumassa, ja on osattava kertoa, miten sijoittaminen toimii käytännössä. Haastateltavat toivovat lisäksi saavansa henkilökohtaisia vinkkejä siitä, mihin juuri heidän kannattaisi sijoittaa, ja miksi. Tästäkin syystä tapahtumalle on kysyntää, sillä vaikka etsisi itse aktiivisesti sijoittamisesta tietoa, ei välttämättä osaisi valita itselle sopivaa sijoittamisen kohdetta.

Sijoitustapahtuman sisällöltä toivotaan konkreettisia asioita ja esimerkkejä siitä, miten sijoittaminen käytännössä aloitetaan. Eri sijoitusmuodot olivat vieraita haastateltaville, joten vaihtoehtojen läpi käyminen on oleellista. Myös kustannusrakenteiden avaaminen on tärkeää, sillä esimerkiksi rahastoiden hinnat olivat epäselviä haastateltaville. Näin ollen kulurakenteiden avaaminen lisää sijoituspalveluiden läpinäkyvyyttä. Lisäksi haastateltavat kertoivat haluavansa kuulla perusteluja sille, miksi ylipäätään kannattaa aloittaa sijoittaminen. Näiden seikkojen tueksi on hyvä näyttää erilaisia kuvioita, joista käy ilmi esimerkiksi korkoa korolle -ilmiö. Vastauksien mukaan kuvioista halutaan selkeitä, joista käy helposti ilmi, mitä ne esittävät. Aiemmin sijoitustapahtumaan osallistuneiden osalta juuri korkoa korolle -ilmiön kuvaaminen oli herättänyt heissä niin sanotun ”ahaa”-elämyksen sijoittamisen aloittamisen suhteen.

Sijoitustapahtuman puhujalta odotetaan luonnollisesti asiantuntevuutta, mutta se ei yksinään riitä: puhujan on osattava selostaa asiat tavalliselle ihmiselle. Haastateltavat, jotka olivat aiemmin osallistuneet sijoitustapahtumaan, osoittivat myös, että on tärkeää, että tilaisuuden puhuja malttaa pysyä aiheessaan. Puhujan on valmistauduttava kunnolla ja hänellä on oltava selkeät sävelet siitä, mistä aikoo puhua ja missä järjestyksessä. Näin varmistetaan, että kaikki oleelliset asiat tulee kerrottua sekä pysytään aiheessa. Puhujan on lisäksi niin sanotusti otettava tila haltuun. Tämä tarkoittaa inspiroivaa ja itsevarmaa otetta esiintymiseen. Jos nämä seikat epäonnistuvat, saattaa tilaisuuteen osallistujia poistua tyytymättömänä. Sellainen tilanne ei ole toivottu, että osallistujalla on korkeat odotukset tapahtumalle, mutta joutuu lopulta poistumaan pettyneenä. Odotukset on lunastettava, sillä tämän päivän asiakas vaatii enemmän sekä haluaa käyttää aikansa hyödyllisesti. Vastausten perusteella sijoittaminen on hyvä aloittaa heti tapahtuman yhteydessä. Muuten on riskinä, ettei sitä saada aikaseksi tehtyä itse tapahtuman jälkeen. Pankin näkökulmasta katsoen, on myynnillisesti ajatellen parempi hyödyntää vastaavanlainen tilaisuus heti.

6 LOPUKSI

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, onko nuorilla, jotka eivät ole perehtyneet sijoittamiseen, kysyntää pankin tarjoamille sijoitustapahtumille, ja millaista sisältöä niiltä kaivataan. Tutkimus toteutettiin teemahaastattelulla, ja haastateltavia oli yhteensä kahdeksan. Kaiken kaikkiaan haastattelut olivat onnistuneita, ja haastateltavien kesken saatiin aikaiseksi vilkasta keskustelua ja pohdintaa. Tutkimuksen vastausten perusteella voidaan todeta, että kyseisenlaiselle tapahtumalle olisi kysyntää kohderyhmän keskuudessa. Jokainen haastateltava vastasi osallistuvansa sijoitustapahtumaan, jos sellainen järjestettäisiin.

Tutkimuksen tulosten pohjalta voidaan toteuttaa kohderyhmän toivomusten mukainen ja onnistunut sijoitustapahtuman sisältö, jonka on mahdollista herättää nuorissa kipinä sijoittamisen aloittamiselle. Uusi tutkimusaihe saadaan, kun mahdollisesti järjestettävästä sijoitustapahtumasta kerätään palautetta. Palautteiden analysoinnin pohjalta voidaan jatkokehittää tapahtumaa ja sen sisältöä entistä paremmaksi. Lisäksi vastausten perusteella saatuja tutkimustuloksia voidaan hyödyntää sijoittamisen aloittamisen markkinoinnissa, ja tehdä tämän pohjalta markkinointisuunnitelmaa. Sijoittamisen aloittamisen markkinointia voisi toteuttaa esimerkiksi samaan tapaan kuin tärkeitä tiedotteita mobiilisovelluksissa, jolloin se tavoittaisi kätevästi kohderyhmää. Houkuttelevana iskulauseena voisi toimia muun muassa erään haastateltavan ehdottama ”Sijoita vain muutamalla kymppillä kuussa”. Näin olisi samalla mahdollista saada sitä epäluuloa vähäisemmäksi, että sijoittamisen aloittamiseen tarvitaan aina paljon varallisuutta. Myös itse sijoitustapahtumaa voisi markkinoida hyödyntäen mobiilisovelluksia.

Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä arvioidessa pohditaan sen validiteettia ja reliabiliteettia. Validiteetti osoittaa sen, miten hyvin tutkimuksessa hyödynnetty mittaustapahtuma mittaa juuri sitä tutkittavan ilmiön ominaisuutta, mitä on tarkoituskin mitata (Tilastokeskus 2019b). Opinnäytetyössä käytetty ryhmähaastattelu-menetelmä oli onnistunut menetelmä mittaamaan tutkimusta, ja oikeiden kysymysten avulla saatiin ratkaistua tutkimusongelma. Reliabiliteetti puolestaan osoittaa sen, miten luotettavasti ja toistettavasti käytetty mittari mittaa haluttua ilmiötä (Tilastokeskus 2019a). Haastateltavia oli suhteellisen vähän, mutta heidän antamien vastausten perusteella saatiin hyödyllistä tietoa mahdollisen sijoitustapahtuman järjestämiselle tulevaisuudessa. Tutkimuksen reliabili-

teettii lisää se, että haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Lisäksi haastateltavien vastaukset olivat melko yhdenmukaisia, mikä kasvattaa tutkimuksen luotettavuutta entisestään. Toistettuna tutkimus mitä luultavimmin antaisi pääpiirteittäin samankaltaiset tulokset.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Espoo & Inkoo: Edita.

Conway, D. 2012. The Event Manager's Bible. Oxford: How To Books.

Dansk Bank 2019. ETF:t. Viitattu 18.4.2019 <https://danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/saasta-ja-sijoita/pages/etf.aspx?tab=0#tabanchor>

Euroopan keskuspankki 2019. Oppimateriaalia. Mitä on inflaatio? Viitattu 17.2.2019 <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.fi.html>

Finanssivalvonta 2019a. Rahoitusvälineiden kaupankäynti, sijoituspalvelut ja sijoittajansuoja – MiFID II ja MiFIR. Viitattu 25.5.2019 <https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykokonaisuudet/mifid-ii-ja-mifir/>

Finanssivalvonta 2019b. Rahastoyhtiöt. Viitattu 19.4.2019 <https://www.finanssivalvonta.fi/paaomamarkkinat/rahastoyhtiot/>

Finanssivalvonta 2019c. Sijoituspalvelun tarjoajat. Viitattu 19.4.2019 <https://www.finanssivalvonta.fi/paaomamarkkinat/sijoituspalvelun-tarjoajat/>

Flink, K.; Kerttula, T.; Nordling, A. & Rautio, V. 2018. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Helsinki: Edita.

Hasselgren, J. 2017. Vaurastuminen. Mikä on indeksi ja indeksirahasto? OP Media. Viitattu 24.2.2019 <https://op.media/talous/Vaurastuminen/Mika-on-indeksi-ja-indeksirahasto-e639d26f599346a4898708b173830d9c>

Heikkilä, T. 2017. Kannattaako sijoittaminen aloittaa rahastoilla vai osakkeilla? Sijoittaja.fi. Viitattu 17.2.2019 <https://www.sijoittaja.fi/65400/kannattaako-sijoittaminen-aloittaa-rahastoilla-vai-osakkeilla/>

Hämäläinen, K. 2014. Sijoittaminen – opas utelaille. Helsinki: Pörssisäätiö. Viitattu 26.1.2019 http://www.porssisaatio.fi/wp-content/uploads/2014/08/sijoitusopas_2014_fin_final_low1.pdf

Häyrinen, E. & Vallo, H. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tallinna: Tietosanoma Oy.

Kinnunen, S. 2017. 5 vinkkiä – näin tavoitat oikeat ihmiset tapahtumamarkkinoinnissa. Viitattu 24.3.2019 <https://messukeskus.com/blogs/5-vinkkia-nain-tavoitat-oikeat-ihmiset-tapahtumamarkkinoinnissa/>

Kuusisto, H. 2017. 4 vinkkiä tapahtumamarkkinointiin. Viitattu 23.3.2019 <https://www.powermarkkinointi.com/blogi/tapahtumamarkkinoinnin-periaatteet-4-vinkki%C3%A4-onnistuneeseen-tapahtumamarkkinointiin>

Lazar, J. 2009. Event Marketing Boosts Business During Challenging Times. Viitattu 7.4.2019 <http://www.marketingrevenue.net/event-marketing/>

Mikkonen, H. 2018. Raha ja arki. Inflaatio tekee hiljalleen paluuta – Mitä se tarkoittaa sinun taloudellesi? OP Media. Viitattu 17.2.2019 <https://op.media/talous/raha-ja-arki/inflaatio-tekee-hiljalleen-paluuta-mita-se-tarkoittaa-sinun-taloudellesi-9977a652ec0a4d1b90f1604074b3aba0>

Nordnet 2019. Rahastokurssi. Miten eri rahastot eroavat toisistaan? Viitattu 26.1.2019 <https://www.nordnet.fi/tapahtumat/nordnet-koulu/rahastokurssi/sisalto/rahastojen-erot.html>

OP 2019a. Päivittäiset raha-asiat. Säästölipas. Viitattu 3.3.2019 <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/tilit/saastolipas>

OP 2019b. Säästöt ja sijoitukset. Helpot säästäjän rahastot. Viitattu 3.3.2019 <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot/helpot-saastajan-rahastot>

OP 2019c. Säästöt ja sijoitukset. OP-Vähähiilinen Maailma. Viitattu 3.3.2019 <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot/kaikki-rahastot/op-vahahiilinen-maailma/>

OP 2019d. Säästöt ja sijoitukset. Sijoita indeksirahastoon. Viitattu 3.3.2019 <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot/kustannustehokkaat-indeksirahastot>

OP Media 2019. ETF - seksikäs kirjainlyhenne vai näppärä tapa tehdä pörssikauppaa? Viitattu 18.4.2019 <https://op.media/sijoittajakoulu/etf-seksikas-kirjainlyhenne-vai-nappara-tapa-tehda-porssikauppaa-58f059245c2c404fb39f4a5ae201a902>

Pesonen, M. 2011. Säästäjästä sijoittajaksi – jokamiehen sijoitusopas. Porvoo: Bookwell Oy.

Puttonen, V. & Repo, E. 2011. Miten sijoitan rahastoihin. Helsinki: WSOYpro Oy.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 30.3.2019 <https://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kvali/index.html>

Salo 2016. Sijoittamisen ohjaaminen.

Säästöpankki 2017. Uutiset. Rikastuminen ei kiinnosta suomalaisia – raha patjan alla on suomalaisesta parempi kuin raha töissä. Viitattu 3.3.2017 <https://uutishuone.saastopankki.fi/pressreleases/rikastuminen-ei-kiinnosta-suomalaisia-raha-patjan-alla-on-suomalaisesta-parempi-kuin-raha-toeissae-2240345>

S-Pankki 2019. Korkoa korolle. Viitattu 12.5.2019 <https://www.s-pankki.fi/fi/saastaminen-ja-sijoittaminen/saastajan-sanakirja/korkoa-korolle/>

Tilastokeskus 2019a. Reliabiliteetti. Viitattu 25.5.2019 <https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>

Tilastokeskus 2019b. Validiteetti. Viitattu 25.5.2019 <https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>

Tuomi, J. & Sarajärvi A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Vantaa: Tammi.

Tuominen, W. 2019. Raha ja arki. Onko mahdollista säästää niin, ettei sitä edes huomaa? Testissä Säästölipas. OP Media. Viitattu 3.3.2019 <https://op.media/talous/raha-ja-arki/onko-mahdolla-saastaa-niin-ettei-sita-edes-huomaa-testissa-saastolipas-39a4bb5dd624489daaf19ca0b3e9bbc0>

Haastattelulomake

TUTKIMUS SJOITUSTAPAHTUMAN KYSYNNÄSTÄ

HAASTATTELULOMAKE

1. Sijoitatko tällä hetkellä? Miten?
2. Mitkä seikat koet olleen esteenä sijoittamisen aloittamisessa? Miten niissä voitaisiin auttaa?
3. Osallistuisitko pankin järjestämään sijoitustapahtumaan?
4. Oletko aikaisemmin osallistunut sijoitustapahtumaan? Mistä pidit tai et pitänyt?
5. Mitä odottaisit sijoitustapahtuman puhujalta/puhujilta?
6. Mitä odottaisit tilaisuudelta?
7. Millaisiin kysymyksiin toivoisit saavasi vastauksen?
8. Miten haluaisit tapahtuman järjestettävän?
9. Millainen tapahtuman ajankohta ja kesto olisivat ihanteellisia?

TURUN AMK:N OPINNÄYTETYÖ | JASMIN RANTANEN