



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

KUINKA OSAKESIJOITTAJAN TULISI HUOMIOIDA MEGA- TRENDIT?

TEKIJÄ/T: Henri Ahonen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Liiketalouden tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Henri Ahonen	
Työn nimi Kuinka osakesijoittajan tulisi huomioida megatrendit?	
Päiväys	20.1.2020
Sivumäärä/Liitteet	36
Ohjaaja(t) Esa Viklund, Jukka Honkanen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) -	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mikä on megatrendi todellisuudessa, millaisia eri megatrendejä on nykyaikana ja miten osakesijoittaja voi hyödyntää megatrendejä tehdessään sijoituspäätöksiä. Opinnäytetyön tarkoituksena ei ole antaa tarkkoja sijoitusvinkkejä, vaan luoda kokonaiskuvaa megatrendien ja osakesijoittamisen välisestä yhteydestä.</p> <p>Megatrendit ovat voimakkaita, pysäyttämättömiä ja hitaita muutossuuntauksia, joilla on vaikutusta ympäröivään maailmaan, ihmisiin ja yhteiskuntaan. Megatrendejä ovat esimerkiksi kaupungistuminen, digitalisaatio, ilmastonmuutos ja keskiluokan varallisuuden kasvu.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin etsimällä monipuolisia lähteitä megatrendeistä ja megatrendejä hyödyntävistä yhtiöistä, joten se on kirjoituspöytätyö. Työssä käytettiin sekä kirjallisuutta että internetlähteitä, kuten blogeja, artikkeleita, sijoittajakirjeitä, sijoittajaoppaita ja yhtiöiden julkisia internetsivuja. Opinnäytetyön teoriaosa koostuu kolmesta osasta: osakesijoittamisesta, megatrendeistä ja megatrendiyhtiöistä.</p> <p>Lopputulokset muodostuvat erilaisista johtopäätelmistä, kuten mitä megatrendeistä on tulkittavissa ja mitä osakesijoittajan kannattaisi niistä huomioida käyttäen apuna megatrendiyhtiöitä.</p>	
Avainsanat Osakesijoittaminen, megatrendi	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Administration			
Author(s) Henri Ahonen			
Title of Thesis How should a shareholder take into account megatrends?			
Date	20.1.2020	Pages/Appendices	36
Supervisor(s) Esa Viklund, Jukka Honkanen			
Client Organisation /Partners -			
<p>Abstract</p> <p>The primary target of this thesis project was to find out what a megatrend is actually, what kind of megatrends there are nowadays and how a shareholder can take advantage of the various megatrends when making investment decisions. The purpose of the thesis is not to provide accurate investment tips, but rather to create an overall picture of the link between megatrends and share investing.</p> <p>Megatrends are powerful, unstoppable and slowly transforming trends of change that have an impact on the world, people and society. The current megatrends include urbanization, digitalisation, climate change and the growth of middle-class wealth.</p> <p>The thesis research was conducted by searching for diverse sources of megatrends and megatrends companies, thus making it a desk research by nature. Furthermore, the work utilized both literature and internet sources, such as blogs, articles, investor letters, investor guides, and public internet pages of companies. The theory of the thesis consists of three parts: share investing, megatrends and megatrend companies.</p> <p>Finally the results discuss a range of conclusions, such as what the megatrends can interpret and what the shareholder would be able to see from them, using the megatrend companies to gain benefit.</p>			
Keywords share investment, megatrend			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Opinnäytetyön aihevalinta	6
1.2	Opinnäytetyön tavoite ja tutkimusmenetelmä	7
2	OSAKESIJOITTAMINEN.....	8
2.1	Vuotuinen tuotto-odotus.....	9
2.2	Riski osana sijoitustoimintaa	9
2.2.1	Sijoittajien yleisimpiä virheitä	10
2.2.2	Pörssiromahdukset	10
2.3	Sijoitushorisontti	11
2.4	Erilaisia sijoitusstrategioita.....	11
2.4.1	Sijoitusstrategian määrittely	11
2.4.2	Moderni portfolioteoria	12
2.4.3	Ajallinen hajauttaminen	12
2.4.4	Keskitetty laatuyhtiöstrategia	13
3	MEGATRENDIT	14
3.1	Käsitteet.....	15
3.1.1	Megatrendi	15
3.1.2	Trendi	15
3.1.3	Heikot signaalit	16
3.2	Kehityskulku	16
3.3	Megatrendien jaottelu pääpiirteittäin	17
3.4	Esimerkkejä nykyajan megatrendeistä	17
3.4.1	Digitaalinen vallankumous	17
3.4.2	Sähköinen kaupankäynti	18
3.4.3	Kehittyvien maiden nousu.....	19
3.4.4	Ilmastonmuutos ruoantuotannon uhkaajana	20
3.5	Muutokset sukupolvissa.....	21
4	KUINKA SIJOITTAJA VOI HYÖDYNTÄÄ MEGATRENDEJÄ?	24
4.1	Osinkoyhtiöistä megatrendiyhtiöiksi.....	24
4.2	Megatrendialalla on kova kilpailu.....	24
4.3	Esimerkkejä megatrendiyhtiöistä	24

4.3.1	Kone	24
4.3.2	Huawei.....	25
5	POHDINTA	27
5.1	Ekologisuus, vastuullisuus ja kuluttajat.....	27
5.2	Hajautus megatrendilähtöisesti	27
5.3	Kehittyvät maat mukaan.....	28
5.4	Mukaan digiaikakauteen	29
5.5	Voiko megatrendiin ajoittamisessa onnistua?	30
6	YHTEENVETO	32
	LÄHTEET	34

1 JOHDANTO

Sijoittajille on tarjolla monenlaista tietomateriaalia erilaisista sijoitustyyleistä ja tätä tietoa on runsaasti. Siitäkin huolimatta monet sijoittajat astuvat samoihin sudenkuoppiin, kun sillä välin toiset onnistuvat erinomaisesti. Sijoituskohteita ja tyylejä on monenlaisia. Keskityn opinnäytetyössäni pelkään osakesijoittamiseen.

Megatrendit osakesijoittamisessa saattavat vaikuttaa myös eri yhtiöiden menestykseen ja näin ollen olisi kriittistä tarkastella, kuinka osakesijoittajan kannattaisi huomioida ne sijoituspäätöksiä tehdessään. Opinnäytetyössäni tarkastelen megatrendejä yleisesti ja mitä niistä tiedetään. Lisäksi pyrin etsimään muutaman osakeyhtiön, jotka ovat ottaneet liiketoiminnassaan megatrendit huomioon. Erilaisten megatrendien määrittelemisessä käytän apunani tietokirjallisuutta ja verkkolähteitä. Kuitenkaan pelkäämään globaalit nykyajan megatrendit eivät yksinään riitä. Hyvä osakesijoittaja tähtää tulevaisuuteen ja siinä asiassa olisi pyrittävä ennakoimaan tulevaisuuden megatrendejä.

Sijoittajalle yksi hankalimmin tuottavia asioita on löytää sopivia sijoituskohteita, joista saisi keskimääräistä parempaa tuottoa. Mitä sijoittajan kannattaa ottaa huomioon tehdessään sijoituspäätöksiä sekä missä ajassa onnistumista voidaan mitata? Peruutuspeiliä tuijottamalla kaikki ovat jälkiviisaita, mutta eteenpäin katsomalla voidaankin vain arvailla mitä tuleman pitää.

Tulevaisuuden megatrendejä ajatellen osakesijoittajan olisi hyvä tietää, mitkä näihin megatrendeihin ovat myötävaikuttamassa. Millainen on maailma 2030-luvulla? Silloin työelämässä ja kulutustottumuksiin vaikuttamassa ovat nykyajan Z-sukupolven nuoret, joille on jo ehtinyt kertyä hieman varallisuuttakin. Arvot, tottumukset ja kulutuskäyttäytyminen saattavat heillä olla erilaisia kuin 1980- ja 1990-luvulla syntyneillä.

1.1 Opinnäytetyön aihevalinta

Osakesijoittaminen aiheena on itselleni luontainen, sillä olen ollut piensijoittajana muutamia vuosia. Perustietoa ja kokemustakin aiheesta löytyy jo jonkin verran ja tästä syystä halusin valita aiheeni

osakesijoittamisesta. Aiheena pelkästään osakesijoittaminen ei ole uusi ja alalta löytyy runsaasti tietoa ennestään. Päädyin valitsemaan toiseksi aiheeksi megatrendit, koska aiheesta on vähemmän tietoa yleisesti saatavilla.

1.2 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimusmenetelmä

Tavoitteena opinnäytetyössäni on selvittää, mikä itse asiassa on megatrendi eli mitä sillä tarkoitetaan. Lisäksi on myös selvitettävä, millaisia megatrendejä on tunnistettavissa nykyaikana sekä onko osakesijoittajan mahdollista tehdä sijoituspäätöksiä megatrendejä hyödyntäen.

Tutkimusongelmana on, kuinka osakesijoittaja voisi hyödyntää megatrendejä. Tämän ratkaisemiseksi on ensin tutkittava megatrendiä käsitteenä, jotta saadaan sen määritelmä selville ja päästään varsinaisen tutkimusongelman selvittämiseen. Opinnäytetyöni koostuu kirjallisuuskatsauksesta eli tiedonhankinnasta, joka on varsinainen tutkimusmenetelmä. Tutkimusmenetelmässä kartoitan tietoa megatrendeistä käyttäen kirjallisuutta ja internet-aineistosta, joita ovat muun muassa blogit, artikkelit ja yhtiöiden omat sivut. Valitsin tämän menetelmän, koska megatrendi on minulle käsitteenä uusi, joten siitä ole minulla aiempaa tietoa.

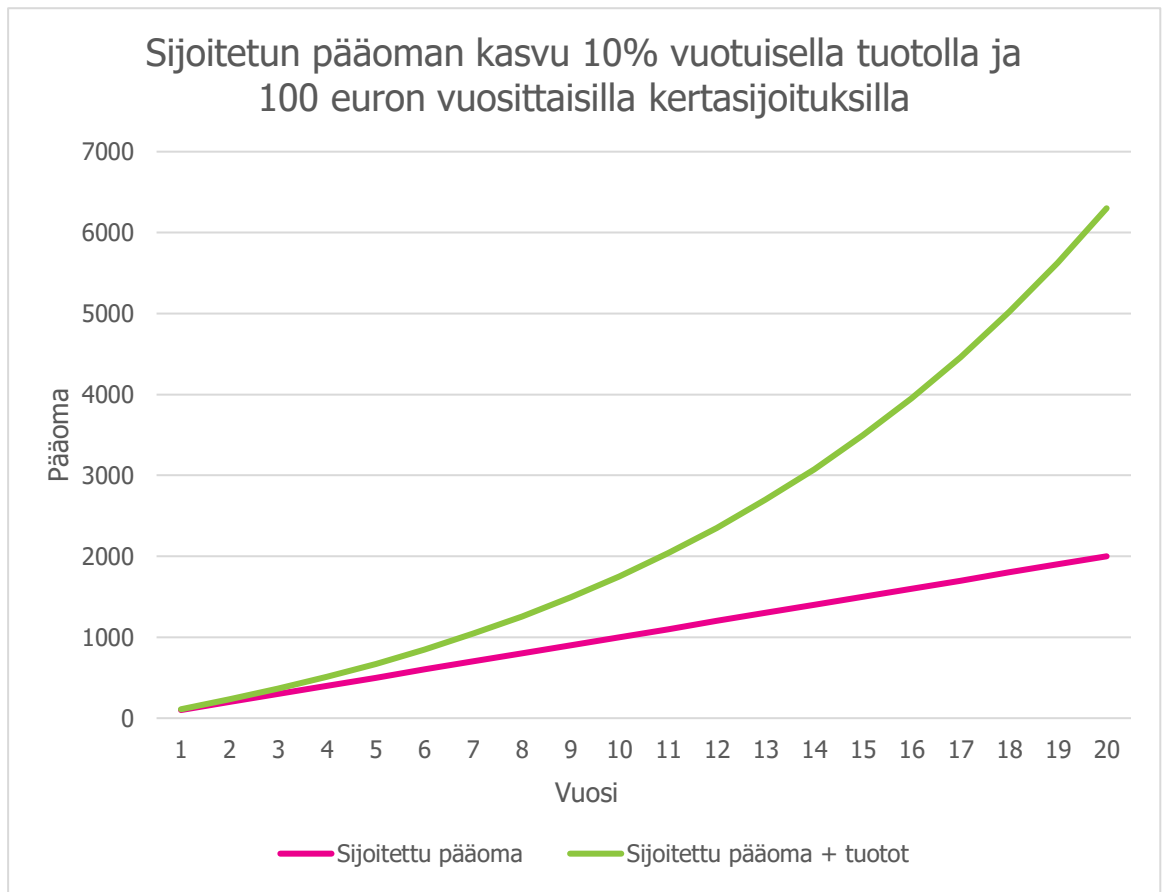
Kirjallisuuskatsauksen ollessa tutkimusmenetelmänä, sen etuina ovat laaja syvälinen oppiminen aiheesta ja uuden tutkimuksen tekeminen, jossa voidaan kuvailla omin sanoin johtopäätökset valmiiden lähdetietojen pohjalta. Haasteina valitussa tutkimusmenetelmässä ovat vaatimus aiheen syvälliseen paneutumiseen, lähdetiedon kunnollinen referointi ja valmiiden tutkimusten pääasioiden oikea suodattaminen yhdeksi asiakokonaisuudeksi. Lisäksi erilaiset näkemyserot ja ristiriitaisuudet erilaisista tutkimuksista on pyrittävä huomioimaan johtopäätöksiä tehdessä. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2009, 258-260.)

2 OSAKESIJOITTAMINEN

Osakesijoittaminen on yksi sijoittamisen yleisimpiä muotoja. Se on itse asiassa suurin muoto, jossa sijoitetaan rahaa suoraan yritykseen. Toisena yleisenä vaihtoehtona ovat myös rahastot, jotka välillä kätien kautta sijoittavat osakeyhtiöihin. Rahastoissa on kuitenkin välillisiä kuluja, jotka osaltaan syövät sijoittajan saamaa tuottoa. Osakeyhtiöitä on kahdenlaisia: listattuja ja listaamattomia. Listatut yritykset toimivat julkisessa kaupankäynnissä eli pörssissä. (Sijoitusrahastot 2019.)

Aloitteleva sijoittaja tarvitsee arvo-osuustilin jollakin arvopaperivälittäjällä, esimerkiksi pankissa. Suosituksena on sijoittaa vain sellaista rahaa, joka on ylimääräistä ja jota ei tarvitse käyttää lyhyellä aikavälillä mihinkään. Sijoittaessaan rahaa osakeyhtiöön sijoittaja odottaa saavansa rahoilleen vastinetta eli tuottoa. Tuottoa voi tulla kahdella eri tavalla: osinkona suoraan yhtiöltä tai/ja osakkeen hinnan arvonnousuna. Sijoittajan on muistettava myös, että kaikki osakesijoittaminen – siinä missä sijoittaminen ylipäättään – sisältää aina riskiä. Sen takia on aina muistettava, että osakkeisiin ei ole hyvä laittaa enempää rahaa kiinni kuin on valmis menettämään. Yksittäisen yhtiön konkurssitilannetta vastaan voidaan suojautua parhaiten hajauttamalla rahat useisiin eri yhtiöihin, jolloin yhden kaatuessa ei kaikki rahat mene. (Sijoitusrahastot 2019.)

Sijoittamisen hyödyt näyttäytyvät parhaiten pitkällä aikavälillä korkoa korolle -ilmiön myötä. Kun ensimmäisenä vuotena saadaan tuottoa vain alkuperäiselle sijoitetulle pääomalle, niin jo toisena vuonna tuottoa tulee alkuperäisen pääoman lisäksi myös edellisen vuoden tuotolle. Esimerkiksi 100 euron alkupääomalle saataisiin vuodessa 10% tuotto: ensimmäisenä vuotena pääoma kasvaa 110 euroon ja toisena vuotena tähän tulee uudelleen 10%, joten pääoma kasvaa tällöin 121:een euroon mikäli ei tehdä uusia kertasijoituksia. Vaikutus on eksponentiaalinen, joten sijoittajan alkuperäiselle pääomalle saadut tuotot voimistuvat vuosi vuodelta. (Pörssisäätiö 2017-08-29.)



KUVIO 1. Sijoitetun pääoman kasvu 10% vuotuisella tuotolla ja 100 euron vuosittaisilla kertsasijoituksilla.

2.1 Vuotuinen tuotto-odotus

Osakkeiden historiallinen keskimääräinen tuotto on noin 8-9 % vuodessa (Seligson & Co 2019).

Markkinoiden tuotto-odotus pitkällä aikavälillä korreloi käänteisesti jo aiemmin toteutuneeseen tuottoon. Toisin sanoen: Kun osakkeen hintataso on viimeisten vuosien aikana noussut runsaasti yli yhtiön tulokunnon, niin tulevat tuotto-odotukset ovat jatkossa matalia. Osakkeiden hinnoilla on tapana palata lähelle historialliseen keskiarvoonsa yhtiön tulokunnon mukaisesti. (Heikkilä, 2018.)

2.2 Riski osana sijoitustoimintaa

Kaikkeen sijoittamiseen liittyy riskejä. Perussääntönä pidetään, että sijoittamiseen ei kannata laittaa enempää rahaa kuin on valmis menettämään. (Sijoitusrahastot 2019.)

Useimmiten riskit toteutuvat tuottojen katoamisena sekä tappioina. Sijoittaja on pitänyt salkussaan yksittäisiä kohteita liian suurella painoarvolla ja saattanut myös sijoittaa liian riskipitoisiin kohteisiin tai ajoittanut ostot väärin. (Sijoittaja 2019.)

2.2.1 Sijoittajien yleisimpiä virheitä

Markkinaympäristön ja osakeyhtiöiden lisäksi myös sijoittaja itse saattaa olla riskinä itselleen.

Alle on listattu sijoittajien kymmenen yleisintä virhettä (Sijoittaja 2019):

1. Hajautuksen puute
2. Yhden sijoituskohteen liian suuri painoarvo
3. Osakekauppojen ajoitus
4. Laumakäyttäytyminen
5. Itsensä yliarvoiminen
6. Myydään voitolliset ja tappiolliset jätetään salkkuun
7. Putoavaan puukkoon tarttuminen
8. Arvoansa
9. Muotiosakkeisiin meneminen
10. Yksittäiseen osakkeeseen kiintyminen

2.2.2 Pörssiromahdukset

Osakemarkkinoiden ja muidenkin sijoitusmuotojen historiassa on ollut kuplia ja romahduksia. Jopa yhtenä päivänäkin voi pörssi sukeltaa paljonkin. Suurin yksittäinen pudotus oli vuoden 1987 musta maanantai, jolloin Dow Jones-indeksi putosi yli 22% yhdessä päivässä. (Sijoitustieto, 2016.)

Marttilan (2001, 45-46) mukaan mustan maanantain syitä olivat Yhdysvaltojen kauppavaje, korkojen nousu ja automaattiset tietokonealgoritmit. Näistä varsinkin tietokoneita pidettiin pääsyinä pörssin nopealle sukeltamiselle, sillä kun tietokoneet alkoivat tekemään myyntiä, niin tämä laukaisi ketjureaktion, jolloin toisetkin algoritmit alkoivat huomata laskevat kurssit ja tekemään lisää myyntiä. Lopulta lenkkiin tulivat mukaan muut sijoittajat ja he alkoivat itsekkin myymään nopeasti pois.

Warren Buffet kertoi yhtiönsä Berkshire Hathaway:n vuoden 1987 sijoittajakirjeessään käsitteestä nimeltä Mr. Market. Tämä juontaa juurensa oppi-isän, Benjamin Grahamiin, joka loi kyseisen käsitteen. Mr. Market on tunteeton kuvitteellinen henkilö, joka ilmestyy päivittäin ovellesi myymään yrityksiä ja ostamaan yritystäsi päivän hintaan. Merkittävää asiassa on se, että Mr. Market ei juurikaan ole rationaalinen, vaan hän tarjoaa mitä omituisimpia hintoja, oli niissä järkeä tai ei. Mr. Market ei juurikaan välitä yhtiöiden todellisista arvoista. Niinpä hinta ja arvo ovat usein enemmän tai vähemmän erillään toisistaan, vaikkakin pitkässä juoksussa hinnan voidaan olettaa seuraavan arvoa. Asia, jonka musta maanantai mahdollisti, oli se, että Mr. Market tarjosi arvokkaitakin yhtiöitä naurettavan pienellä hinnalla ja silloin oli paljon hyviä ostopaikkoja. Kurssit korjaantuivatkin seuraavien kuukausien aikana takaisin ylöspäin. (Oksaharju 2013, 128-131.)

2.3 Sijoitushorisontti

Sijoitushorisontti ja tuotto-odotus riskeineen kulkevat pitkälti käsi kädessä. Pidemmän sijoitusajan kanssa osakkeiden tuotto-odotus tasaantuu edellä mainitulle tasolle ja lyhyen aikavälin riskit menettävät merkitystään. Osakesalkkua silmällä pitäen onkin huomattava, että eri sijoituskohteille kannattaa asettaa erilliset tuotto-odotukset ja sijoitushorisontit. Luonnollisesti pidempi sijoitushorisontti on enemmän riskiä ottavan ja tuottoa vaativan sijoittajan paras ystävä. (United Bankers, 2019.)

Jos osakeyhtiö ei näytä pysyvän tuottotavoitteissa, ei sijoitusta ole välttämättä hyvä jatkaa. Sen sijaan parhaiten menestyneet pysyvät salkussa jatkossakin, jopa reilusti yli parikymmentä vuotta mikäli kehitys pysyy suotuisana. Tässä tuottojen tarkastelussa olisi hyvä katsoa enemmän niin yhtiön tulokuntorakennetta kuin osakekurssin kehitystä. Kuitenkin jos yhtiön tilanne muuttuu dramaattisesti nopeastikin, on tällöin syytä tutkiskella syitä äkkiä ja tehdä tarvittavia toimenpiteitä, jotta vältettäisiin mahdolliset lisätappiot.

2.4 Erilaisia sijoitusstrategioita

2.4.1 Sijoitusstrategian määrittely

Osakesijoittamisessa lähtökohtaisesti tuotto pitäisi saada yhtiöltä eikä muilta sijoittajilta. Tämän takia osakekurssin muutokset ovat huonoja tarkastelumittareita. Koska osakesijoittajina omistetaan

osuus yhtiöstä, niin tarkastelun ja tuoton tulisi pohjautua yhtiöön ja sen toimintaympäristöön. Parhaimmillaan tuotot tulevat säännöllisinä ja kasvavina kassavirtoina huokeaan osakkeen ostohintaan.

Koska haluamme saada tuotot yhtiöltä, niin on unohdettava klassinen portfolioteoria keskeisenä strategian kulmapisteenä. Käytämme osakekurssia ja sen kehitystä vain tarkastelemalla osakkeen hintaa suhteessa yhtiön tulokuntoon ja teemme päätökset sen pohjalta. Tietenkin niin päin, että ostamme todellista arvoa halvemmalla ja myymme kalliimmalla.

2.4.2 Moderni portfolioteoria

Moderni portfolioteoria pohjautuu osakkeiden hinnan muutoksiin, tarkemmin sanottuna volatiliiteettiin ja tämä on riskin mittarina. Kuitenkin volatiliiteetti pohjautuu osakekurssien muutoksiin ja näitä saavat aikaan toiset sijoittajat ja yhteiskunnalliset muutokset. Tämä perustuukin enemmän lyhyen aikavälin psykologiseen vaikutukseen ja hermostuneelle sijoittajalle lyhyen aikavälin kurssimuutokset voivat olla tuhoisia. Modernin portfolioteorian peruseriaate on tehokkaat markkinat, mutta tämä on kyseenalaista juuri psykologian, pelon ja ahneuden ollessa valloillaan lyhyellä aikavälillä. Pitemmässä juoksussa vuositason volatiliiteetit menettävät merkitystään, koska kurssikäyrä noudattaa tällöin enemmän yhtiön omaa tulorakennetta. Riskinä onkin sijoittajan liian intensiivinen kurssikäyrään perustuva seuranta ja ratkaisujen tekeminen niiden pohjalta. (Oksaharju 2013, 127-128.)

2.4.3 Ajallinen hajauttaminen

Sijoittajan tuotto konkretisoituu maksettuina osinkoina ja osakkeen hinnan kasvuna. Osinkoja pysytymme arvioimaan yhtiön tulorakennetta ja osingonmaksupolitiikkaa tarkastelemalla. Osakekurssin hinnan muutokset sen sijaan ovat enemmän arvailuja. Hyvä sijoittaja perustaa ratkaisunsa selkeään tietoon eikä uhkapeliin. Osakkeen hintaa ja sen muutoksia voidaan silti käyttää hyödykseen, kun sijoitusstrategiassa otetaan huomioon ajallinen hajauttaminen.

Ajallisen hajauttamisen hyötyinä ovat muun muassa osakkeen keskimääräisen hankintahinnan pienentäminen ja lyhyen aikavälin näkemysten ottaminen. Sijoittaja ostaa saman yhtiön osakkeita pienemmissä, mutta useammassa erässä säännöllisesti ja mielellään kiinteään euromääräiseen koko-

naishintaan. Ideana on, että samalla sijoitussummalla saa enemmän osakkeita, kun hinta on pienempi ja vähemmän osakkeita hinnan ollessa suurempi. Näin ollen sijoittajalla on enemmän halvemmalla hankittuja osakkeita ja salkun kokonaishankintahinta on pienempi. (Oksaharju 2013, 126.)

Kun sijoittaja myöhemmin tarkastelee osakkeen tuottoja, niin se kulminoituu keskimääräiseen hankintahintaan. Toki jos osakkeita myydään, niin tulee huomioida FIFO-sääntö (First in, first out), jossa myydään ensimmäisinä hankitut osakkeet. (Verohallinto, 2019.)

2.4.4 Keskitetty laatu-yhtiöstrategia

Oksaharju (2013, 36-42) puhuu keskitetystä laatu-yhtiöstrategiasta. Tässä strategiassa keskitytään osakkeen hinnan sijasta itse yhtiön liiketoimintaan ja tulokuntoon. Erityisesti osingonmaksukyvyyn säilyttäminen ja kasvattaminen ovat merkkejä laatu-yhtiöstä. Keskeisin kulmakivi on, että sijoittaja omistaa laatu-yhtiön osakkeita niin kauan, kuin sen tulokunto ja osingonmaksukyky ovat vuodesta toiseen hyviä ja mielellään kasvavia. Strategiassa sijoittaja ei pyri mahdollisimman suureen hajautukseen, vaan keskittämään rahansa muutamiin historiallisesti menestyneisiin yhtiöihin.

Osakkeen hintaheilahtelu lyhyellä aikavälillä ei ole Oksaharjun (2013, 36-42) mukaan merkittävää pitkäjänteiselle sijoittajalle. Alentunut hinta voi olla hyvä tilaisuus sijoittajalle, jos sen syynä ei ole yhtiön laadullisuus itsessään. Keskitetyssä laatu-yhtiöstrategiassa riskinä on yhtiön kyky menettää voitonmaksumahdollisuus osakkeenomistajille. Tämä on suoraa seurausta pienentyneestä liikevaihdosta tai/ja kasvaneista kustannuksista tai muista kulueristä, jotka ovat olleet kokonaisuutena tappiollisia yritykselle. Luonnollisesti osakekurssikin laskee tämän seurauksena, mutta se on yleensä seuraus eikä varsinainen syy.

Osakesijoituksen tuottovarmuuden varmistamiseksi jollain tasolla, yhtiön olisi hyvä pystyä maksamaan ja kasvattamaan voittojaan vuosi vuodelta riittävän ennustettavasti. Pelkästään osakekurssia tuijottamalla emme pääse pitkälle yhtiön laadun määrittämisessä, mutta sen avulla on mahdollista tarkastella yksittäisen osakkeen hinta-/laatusuhdetta, jolloin tiedämme kannattaako sitä ostaa vai myydä.

3 MEGATRENDIT

Megatrendit voidaan mieltää osaksi tulevaisuudentutkimusta. Paasin (2017) mukaan megatrendien kehitykseen ja jalkautumiseen kuluu helposti kymmeniäkin vuosia, mutta tämä tekee niistä myös ennustettavia. Megatrendit ovatkin selkeästi näkyviä ilmiöitä. Jotkut ovat jo poistuneet, toiset valloilleen ja joistakin on vasta merkkejä ilmassa eli ne voivat olla tulevaisuuden megatrendejä.

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitran (2017) mukaan ”megatrendit kuvaavat pitkäkestoisia, suuria ja hitaasti muuttuvia ja usein toisiinsa kytkeytyviä ilmiöitä, jotka eivät muutu hetkessä.”

Erityisesti Sitra painottaa megatrendien tarkastelussa Suomen näkökulmaa, mutta yhtä lailla megatrendit ovat globaalissakin tarkastelussa käypiä, painotus vain vaihtelee alueellisesti. Vuoden 2017 megatrendeissa Sitra nostaakin esille pohjoismaiden tarkastelussa kolme keskeistä teemaa:

1. Työn ja toimeentulon arvoitus
2. Edustuksellisen demokratian puhti hukassa
3. Talous tienhaarassa

Megatrendit ovat tulevaisuuden isoja rakennemuutosten toimeenpanijoita maailman muuttuessa yhä monimutkaisemmaksi ja epävarmemmaksi. Nämä isot muutokset tuovat haasteita sekä myös uusia kasvumahdollisuuksia, joihin myös investointien on sopeuduttava muun maailman myötä. Megatrendeistä on pyrittävä ymmärtämään niiden mahdolliset vaikutukset, vauhti ja yhteenliitettävyyys niin investointien, kuin myös sijoituspäätöstenkin tekemisessä. Viimeisimpien trendien avulla voidaan yhdistää eri pisteet kokonaiskuvassa riskien ja mahdollisuuksien näkemiseksi, jolloin strategisten toimintasuunnitelmien kehittäminen helpottuu ja ne vastaavat tulevaisuuden skenaarioihin, edesauttavat muutosten sietokykyä, auttavat epävarmuustekijöihin tarttumisessa ja potentiaalisten mahdollisuuksien hyödyntämisessä. (Barker, 2019.)

3.1 Käsitteet

Keskeisintä on tulevaisuuden tutkiminen ja ennakointi, joissa Hiltusen (2017, 35-36) mukaan megatrendi on vain yhtenä työkaluna muiden joukossa. Muut ovat trendit, heikot signaalit, skenaariot, ilmiöt ja villit kortit.

3.1.1 Megatrendi

Hiltunen (2017, 37) avaa megatrendin käsitettä viittaamalla John Naisbittin olleen sen ensimmäinen esittäjä vuonna 1982.

”Megatrendit ovat suuria muutossuuntauksia, joilla on globaaleja ja laajoja vaikutuksia. Megatrendeillä on historia, joka ulottuu vuosien taakse, ja ne ovat juuttuneet olennaiseksi osaksi elämäämme. Ne oikeastaan määrittelevät vahvasti nykyisyyttämme ja myös tulevia vuosia. Oletuksena on, että megatrendit tulevat olemaan valloillaan ainakin seuraavat viidestä kymmeneen vuotta, ehkä pitempäänkin.” (Hiltunen 2017, 37.)

Hiltusen mielestä megatrendit ovat tämän päivän normeja ja organisaatioiden olisi niihin reagoitava tavalla tai toisella.

Hiltunen (2017, 35-36) kuvailee myös megatrendin olevan trendiä seuraava ajanjakso, jossa trendi itsessään on voimakasta kasvavaa liikehdintää, mutta megatrendi jo vakiintunut käytäntö, jonka hyvin suuri osa ihmisistä on jo omaksunut.

3.1.2 Trendi

Hiltunen (2017, 56) kertoo trendin tarkoittavan muutoksen suuntaa. Hän käyttää tähän myös sanakirjamääritelmää:

”A general development or change in a situation or in the way that people are behaving” (Cambridge Dictionary Online, 2019).

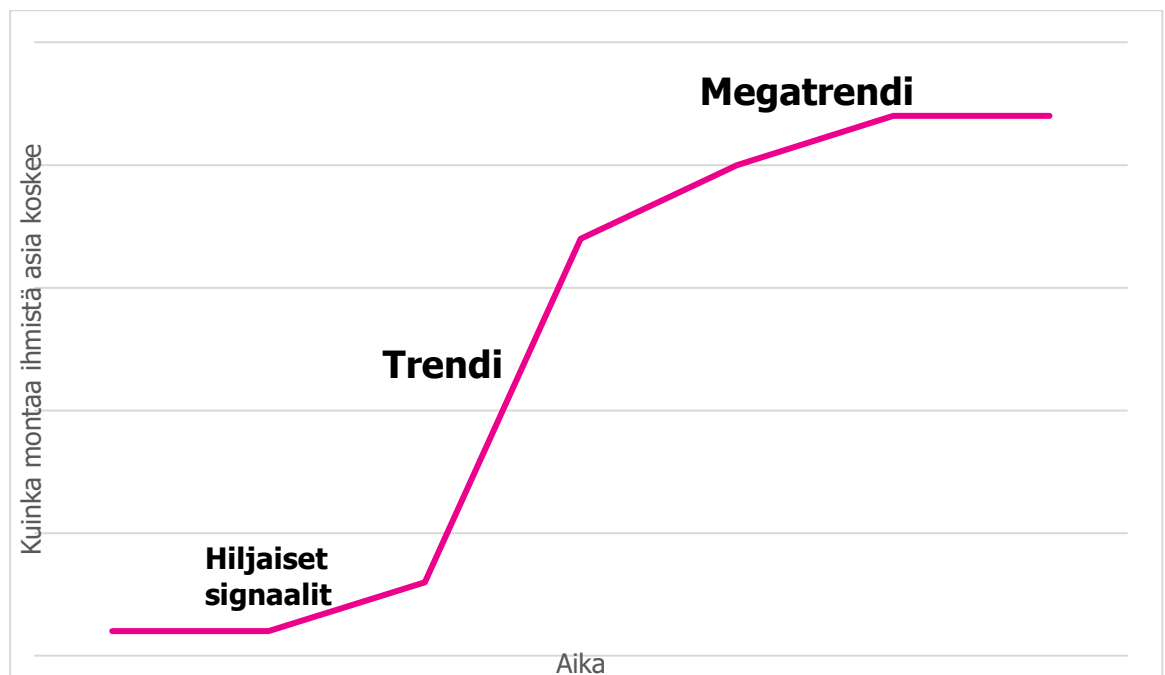
Trendi tarkoittaa siis yleistä kehitystä tai muutosta tilanteissa tai ihmisten käyttäytymisessä. Ne ovat menneisyydessä tapahtuneita suuntauksia, mutta voivat jatkua tulevaisuudessakin. (Hiltunen 2017, 56-57)

3.1.3 Heikot signaalit

Heikot signaalit luovat uutta latua ja näille on tyypillistä, että niitä vasta kokeillaan, sovelletaan ja useimmiten niitä vähätellään. Hiljaisissa signaaleissa on siis ensimmäiset merkit jo nähtävissä, mutta se ei ole vielä tavoittanut suurta yleisöä. (Hiltunen 2017, 64-66)

3.2 Kehityskulku

Trendi on siis nopeasti kasvavaa ja megatrendi vakiintunutta suurelle ihmismäärälle peruuttamattomasti. Ne myös muuttavat elämän suuntausta jollain osa-alueella. Historiallisesti painokoneen keksiminen 1500-luvulla oli megatrendi ja se muutti tiedon jakamistapaa pysyvästi. Painokone loi myös uusia työpaikkoja paperin valmistukseen, painattamiseen ja kirjakauppiaille. Lisäksi se vähensi käsin kirjoitettuja kirjoja. Yhteiskunnallisesti painokone muutti ihmisten kielellistä kehitystä ja toi tiedon vallan eliitiltä kansan keskuuteen. (Wille, 2019.)



KUVIO 2. Heikot signaalit, trendit ja megatrendit. (Molitor, 2003).

3.3 Megatrendien jaottelu pääpiirteittäin

Hiltunen (2017, 37) listaa muutamia merkittäviä megatrendejä, joita voidaan pitää pääasiallisina karkeina luokituksina. Näitä ovat muun muassa:

- väestönkasvu ja ikääntyminen (demografiset)
- kaupungistuminen (demografiset)
- digitaalisuus (digitaaliset)
- ilmastonmuutos (ekologiset)
- varallisuuden kasvu (ekonomiset)
- globalisaatio yleisesti (poliittiset)

Lisäksi infrastruktuurissa megatrendejä voidaan luokitella toisiinsa GI Hubin mukaan karkeasti yhteiskunnan, työvoiman, markkinoiden, asiakkaiden, geopolitiikan, sääntelyn, tekniikan, kestävyys- ja joustavuuden kautta (Barker, 2019).

3.4 Esimerkkejä nykyajan megatrendeistä

3.4.1 Digitaalinen vallankumous

Digitaalisesta vallankumouksesta on puhuttu myös neljännessä teollisesta vallankumouksesta (Schwab, 2016).

BlackRock (2019) listaa neljännen teollisen vallankumouksen keskeisimmät vaikutukset:

1. Muutokset tapahtuvat kiihtyvällä vauhdilla eli eksponentiaalisesti
2. Datasta tulee uusi hallitseva tekijä
3. Työmarkkinat kokevat mullistuksen
4. Tietoturvasta tulee tärkeä tukijalka
5. Teknologian startup-yritykset korvaavat perinteiset valmistajat

Varsinkin big datan määrän kasvu on iso tekijä. Vuonna 2020 jokaisen ihminen maailmassa arvioidaan tuottavan isoa dataa keskimäärin 1.7 Megabittiä sekunnissa. (Petrov, 2019).

Muutamit suuret yritykset keräävät paljonkin dataa käyttäjistä (mm. Apple, Google, Facebook). Markkinointimielessä data on hyvinkin arvokasta ja sillä voidaan ajatella olevan valta-asema riippuen siitä, kenellä dataa on käytössä. Joskus voidaan puhua datan olevan uusi öljy.

Digitaalisen vallankumouksen tuotantotavat voisi jakaa pääpiirteittäin kahteen kategoriaan: aineelliseen ja aineettomaan. Aineellinen tuotantotapa käsittää fyysiset tietokoneet, komponentit sekä muut oheislaitteet aina palvelinkeskuksiin asti. Aineettomat ovat enemmänkin sarja dataa: ohjelmistoja, käyttöjärjestelmiä, sovelluslustoja, tiedonsiirto.

Aiemman listauksen kohdan yksi mukaan muutokset digitaalisessa vallankumouksessa tapahtuvat kiihtyvällä vauhdilla. Tämä johtaa siihen, että niin yritykset kuin yksityiset henkilötkin käyttävät ja tarvitsevat yhä uudempia tietojärjestelmiä kuin ohjelmistojakin.

3.4.2 Sähköinen kaupankäynti

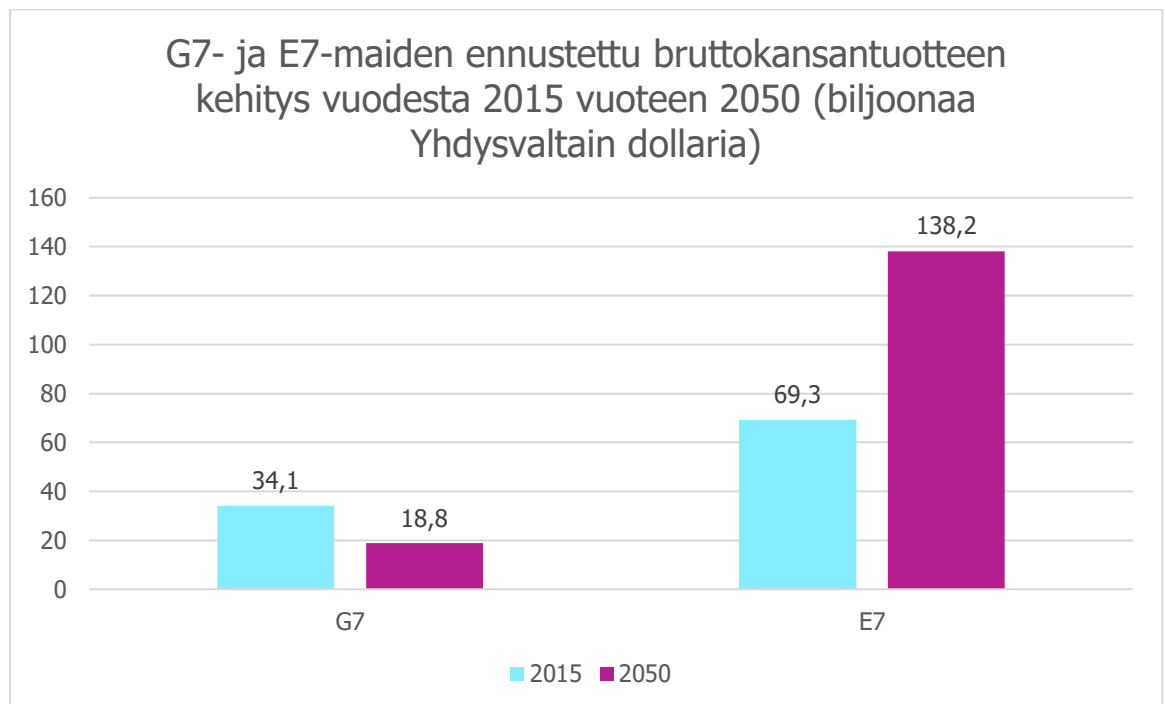
Suomessa sähköinen kaupankäynti kasvaa selkeästi enemmän muuta taloutta nopeammin. Yritysten on näin ollen pakotettuja olemaan mukana liiketoimintansa digitalisoimisessa, koska yhä suurempi osa kuluttajista hoitaa asiointiaan tietoverkon välityksellä. (Laurio, 2018.)

Myös kuluttajilla, niin osakesijoittajatkin käyttävät pääasiassa sähköisiä kaupankäyntikanavia sijoitusmarkkinoilla. Tämän vaikutukset voidaan karkeasti heijastaa kaupankäynnin volyyymiin, myös osakekurssien tehokkaampaan päivittymiseen ja niiden seurantaan. Lisäksi tietoa on saatavilla runsaammin ja vaivattomammin.

Sähköiset kaupankäynnit ovat voimakkaasti kasvavaa ja suuren yleisön omaksumaa. Sähköiset kaupankäynnit ovat tulleet jäädäkseen toistaiseksi, ja ne ovat korvanneet perinteisiä kaupankäyntimuotoa, kuten esim. pörssimeklareiden välityksellä ja kivijalkakaupassa tehtävät kaupat.

3.4.3 Kehittyvien maiden nousu

Statista Dossierin (2017) mukaan ennustettu G7-maiden yhteenlaskettu bruttokansantuote tulee jopa laskemaan vuodesta 2015 vuoteen 2050 mennessä peräti 45%. Sen sijaan kehittyvien E7-maiden yhdistetty BKT nousisi jopa kaksinkertaiseksi samassa ajassa. Merkittävää on, että E7-maiden yhteenlaskettu BKT oli vuonna 2015 jo kaksi kertaa niin iso kuin G7-mailla ja tulee seuraavien vuosikymmenien aikana olemaan moninkertaisesti isompi.



KUVIO 3. G7- ja E7-maiden ennustettu bruttokansantuotteen kehitys 2015-2050. (Statista Dossier, 2017.)

E7-maita ovat Igi Globalin (2019.) mukaan:

- Brasilia
- Kiina
- Intia
- Indonesia
- Meksiko
- Venäjä
- Turkki

Kun otetaan tarkasteluaspektiksi keskimääräinen bruttokansantuotteen vuotuinen kasvuprosentti aikavälille 2016-2050, saadaan joukko kehittyviä maita, joiden bruttokansantuotteen odotetaan kasvavan vuosittain 3,5-5,0% (Statista Dossier, 2017).

Nämä maat ovat listattuna Statista Dossierin (2017) mukaan eniten kasvavimmista alkaen:

- Vietnam
- Intia
- Bangladesh
- Pakistan
- Filippiinit
- Nigeria
- Egypti
- Etelä-Afrikka
- Indonesia
- Malesia

Kehittyvillä mailla on myös heikkoutensa, varsinkin mikäli maan elinkeino perustuu raaka-aineisiin. Raaka-aineiden, mm. öljyn hinnan laskeminen vuosien 2014-2016 aikana teki taantumaa Brasilialle ja Venäjälle sekä hidasti Kiinan talouskasvua. Toisaalta Intia hyötyi olemalla öljyn nettotuojaa ottamalla kaiken irti matalista öljyn hinnoista. (Iulia-Cristina, 2018-11-12.)

Varsinkin useammalle vuosikymmenelle ennustettu korkea BKT:n kasvuprosentti on merkittävää, sillä sen kumuloituessa kehittyvissä maissa on paljon potentiaalia. Tässä kohtaa on kuitenkin todettava, että kyseessä on ennuste ja voi olla hyvinkin mahdollista, että tulevaisuudessa niitä joudutaan korjaamaan alaspäin.

3.4.4 Ilmastonmuutos ruoantuotannon uhkaajana

Perinteinen maataloudellisesti tuotettu ruoan osuus on vähentynyt merkittävästi ja suunta jatkuu samanlaisena. Kun mukaan otetaan globaali väestönkasvu, niin huomaamme, että maailmassa on

yhä enemmän ruokittavia suita, mutta vastaavasti ruokkijoita on vähemmän. Ruoan kysyntä siis kasvaa, mutta tarjonta ei, koska maapallon resurssit ovat rajalliset. (Ross, 2019.)

Tästä huolimatta länsimainen yhteiskunta ja kehittyvät maat etsivät yhä kaloripitoisempia ruokia, kuten lihaa, koska heidän elintasonsa nousee. Vastapainona globaali yhteiskunta pyrkii etsimään ratkaisuja ongelmaan vihreämmästä vaihtoehdosta. (Ross, 2019.)

Monet meistä ovatkin alkaneet löytää kauppojen hyllyiltä ekologisempia vaihtoehtoja korvaamaan enemmän ympäristökuormitusta aiheuttavia ruokavaihtoehtoja. Kasvava vihreämpi trendi voi tuoda sijoittajalle useita mahdollisuuksia.

Ross (2019) viittaakin sijoittajan mahdollisuuksiin uusiutuvien energialähteiden ja sähköautojen saralla. Lisäksi hän mainitsee myös maatalouskoneiden ja tarkkuusviljelyn olevan potentiaalinen ala sekä kierrätysmateriaalien hyödyntämisen lopputuotteiden valmistukseen.

3.5 Muutokset sukupolvissa

Maailmassa on samanaikaisesti karkeasti viisi erilaista sukupolvea, joista vanhimmat katoavat uusien tullessa tilalle. Varhaisimmista, sotien aikaan syntyneistä alkaen arvot, työnteko, asumismuoto ja sosiaaliset suhteet ovat muuttuneet sukupolvien vaihtuessa. Esimerkiksi yksinasuvien määrä nousee roimasti 2000-luvun edetessä useita kymmeniä prosentteja. Vastaavasti kun 1970-luvulla avioliiton ulkopuolella syntyi 7,5% (OECD-maat, 27-vuotiaat), niin vuonna 2014 tämä osuus oli peräti 40,5%. Myös kaupungistuminen jatkaa kasvuaan. Vuonna 1970 36% maailman ihmisistä asui kaupungissa, mutta vuonna 2009 saavutettiin 50% osuus. Vuonna 2050 kaupungistumisen odotetaan jatkavan kasvuaan 70% osuuteen. Korkeakoulutettujen määrän ennustetaan kaksinkertaistuvan 10:ssä vuodessa (260 miljoonaa vuonna 2025). (OECD, 2016.)

Ikäviäkin muutossuuntauksia on. Esimerkiksi nuorisotyöttömyys on OECD-maissa kasvanut 16% vuodesta 2008 vuoteen 2016, ollen välimeren maissa yleisesti 40-50% sekä Suomessa 22%. Kotitalouksien asuntolainojen määrä suhteessa tuloihin on noususuhdanteinen kehittyneissä G7-maissa,

joissa vuoden 2000 velkaantuneisuusasteesta 40-130%:sta on siirrytty 90-170%:iin. Toisaalta keskiluokka kasvaa huimaa vauhtia luoden lisää ostovoimaa ja kasvua. Keskiluokan ollessa nykyään noin 2 miljardin ihmisen kokoinen, ennustetaan sen vuonna 2030 olevan 5 miljardia, jolloin se kattaa 60% koko maailman väestä. Erityisesti Aasiassa odotetaan keskiluokan yli kaksinkertaistuvan vuoteen 2030 mennessä ja sen osuus maailman keskiluokan kulutuksesta olevan yli 40%. (OECD, 2016.)

Kommunikointitavat eri sukupolvien välillä on muuttunut eikä muutokselle näy loppua. OECD:n raportin (2016) mukaan eri sukupolvet kokevat kommunikointitavat seuraavasti:

1. Hiljainen sukupolvi (ennen vuotta 1945 syntyneet)

- Toiveena vakituinen asuinpaikka
- Tuotetunnuksena auto
- Eivät kiinnostuneita tulevaisuuden tekniikasta
- Kommunikointitapa kasvokkain

2. Suuret ikäluokat (1945-1960)

- Toiveena vakituinen työpaikka
- Tuotetunnuksena televisio
- Tekniikan ensimmäisiä kokeilijoita, tietokoneista haaveillaan
- Kommunikointitapa kasvokkain, puhelimella ja sähköpostilla

3. X-sukupolvi (1961-1980)

- Toiveena työn ja vapaa-ajan tasapaino
- Tuotetunnuksena tietokone
- Hallitsevat tietokoneen käytön
- Kommunikointitapa tekstiviestit ja sähköpostit

4. Milleniaalit (1981-1995)

- Toiveena vapaus ja joustavuus
- Tuotetunnuksena älypuhelin
- Ovat diginatiiveja eli tietotekniikan kanssa lapsesta asti

- Kommunikointitapa sosiaalinen media ja pikaviestimet

5. Z-sukupolvi (1995 jälkeen syntyneet)

- Toiveena turvallisuus ja vakaus
- Tuotetunnuksena 3D-tulostimet ja nanotekniikka
- Ovat riippuvaisia digitaalitekniikasta
- Kommunikointitapa videopuhelut

Digitaalitekniikka muuttaa ihmisten välistä kommunikointitapaa. Jatkossa halutaan yhä enemmän joustavuutta työn ja vapaa-ajan suhteen, joita digitaalisuus mahdollistaa. Ihmisten ollessa yhä korkeammin koulutettuja he ovat yhä enemmän työpaikoissa, joissa edistetään uuden tekniikan käyttöönottoa, ja energian varastointia. He myös pyrkivät edesauttamaan erilaisia ajankohtaisia tieteellisiä tutkimuksia ja innovaatioita esimerkiksi kansalaisjärjestöissä. Keskiluokan kasvu ja kulutuksen kasvu kehittyvissä maissa lisää innovaatiohyödykkeiden kysyntää. Edellä mainitut yhdistettynä kaupungistumiseen luo olosuhteet älykaupungeille, jotka vaikuttavat asumisen ja kuljetuksen tulevaisuuteen. (OECD, 2016.)

4 KUINKA SIJOITTAJA VOI HYÖDYNTÄÄ MEGATRENDEJÄ?

4.1 Osinkoyhtiöistä megatrendiyhtiöiksi

Jotkut osakesijoittajat ovat perustaneet salkkunsu yhtiövalinnat ja strategian osinkoyhtiöiden mukaan, jossa hyvää osinkoa ja sitä vuosi vuodelta kasvattavat yhtiöt ovat valintakriteereinä. Kuitenkin, koska osinko on tuloslaskelman alariveillä, niin siihen vaikuttavat yrityksen kulurakenteen supistaminen tuotantovälineitä ja henkilökuntaa vähentämällä. Näin ovat monetkin pörssiyritykset tehneet viimeisten vuosien aikana, jotta osingonmaksupotentiaali säilyisi. Tällä saadaan aikaan selviytyminen taantumavaiheen yli, mutta nousukauden alkaessa nämä yritykset eivät kasvata liikevaihtoaan ilman kalliita investointeja. Sen sijaan yritykset, joiden toiminta perustuu megatrendiin, kasvavat taantumavaiheen aikana, mutta kasvun aikaan vieläkin enemmän. Voitonjaon resepti perustuu kasvavalle liikevaihdolle, ei kulujen supistamiseen. (Paasi, 2017.)

4.2 Megatrendialalla on kova kilpailu

Kun jokin uusi toimiala löytyy, niin alalle tulee väistämättä myös kovaa kilpailua. Historiallisena esimerkkinä voidaan pitää rautateitä ja internetiä. Kun jokin uusi buumi saa valtaa, niin ala myös kuumenee ja kova, kasvava kilpailu syö joitakin yrityksiä vararikoon ja vain osa selviytyy voittajina. Kova kilpailu vaikuttaa myös selviytyjien kilpailukykyyn kasvua hillitseväksi ja kannattavuutta heikentäväksi tekijäksi. (Hämäläinen, 2016-10-05.)

4.3 Esimerkkejä megatrendiyhtiöistä

4.3.1 Kone

Suomesta löytyy hyvänä megatrendien hyötyjänä Kone, joka valmistaa hissitekniikkaa maailmalle. Yhtiö hyödyntää liiketoiminnassaan kaupungistumisen ja teknologian kehitystä sekä palveluliiketoiminnan kasvamista. Vaikka taustalla on ollut muitakin yhtiön sisäisiä strategisia päätöksentekoa, niin nämä edellä mainitut megatrendit ovat avittaneet kasvua. (Hämäläinen, 2016.)

Kone itsessäänkin mainitsee kaupungistumisen ja teknologisen murroksen visiossaan ja strategiassaan.

- Kaupungistuminen:

”Kaupungit kasvavat jatkuvasti miljardien ihmisten muuttaessa niihin. Vuoteen 2050 mennessä yli kaksi kolmasosaa maailman väestöstä asuu kaupungeissa. Arvioiden mukaan kaupunkiin muuttaa joka ikinen päivä noin 200 000 ihmistä eli 140 ihmistä minuutissa. Ymmärtämällä kaupungistumista ja ihmisten liikkumista kaupungeissa voimme tehdä niistä parempia paikkoja elää.” (Kone, 2019.)

- Teknologinen murros:

”Teknologian nopea kehitys eli paremmat tietoyhteydet ja mobiiliratkaisut sekä tehokkaammat tietokoneet muuttavat elämäämme monin tavoin. Teknologinen murros saa aikaan muutosta ja nopeuttaa yritysten toimintaa, ja se luo uudenlaisia odotuksia työtapoihin liittyen. Uusi teknologia antaa meille erinomaisen tilaisuuden oppia uusia toimintatapoja sekä tarjota asiakkaillemme ja laitteidemme käyttäjille fiksumpia ja kiinnostavampia palveluja.” (Kone, 2019.)

4.3.2 Huawei

Kasvava Kiina on hyvä tarkkailukohde megatrendejä varten, josta yhtenä esimerkkinä globaaleilla markkinoilla toimii Huawei, joka tunnetaan matkapuhelimistaan. Huawei julkisti elokuussa 2019 Shenzhenissä globaalin teollisuuden vision (Global Industry Vision, GIV) vuodelle 2025, jossa yhtiö ennustaa kuinka teknologia ja teollisuus tulevat kehittymään. Raportissa Huawei yksilöi kymmenen megatrendiä, jotka vaikuttavat nykyajan elämiseen ja työskentelyyn sekä ennustaa teknologian suuntauksia vuoteen 2025 asti. Raportti perustuu Huaweiin omiin kvantitatiivisiin tietoihin ja reaali-maailman käyttötapauksiin. (Huawei, 2019.)

GIV:n raportin (Huawei, 2019) kymmenen megatrendiä ovat:

1. Robottien kanssa eläminen (kodintekniikka ja henkilökohtainen avustaja)
2. Supernäkymä (Lisätty todellisuus)
3. Nollahaku (Tekoäly oppii antamaan vastauksen jo ennen kuin ehdimme kysyä sitä)
4. Räätelöidyt kadut (Älykkäät liikennejärjestelmät kulkemisen sujuvoittamiseksi)

5. Robottien kanssa työskentely (Automatisoidut työvaiheet)
6. Lisätty luovuus (Pilvipohjainen ohjelmisto)
7. Kitkaton viestintä (Tekoäly ja big data mahdollistavat kielimuurien katoamisen kokonaan)
8. Symbioottinen talous (Pilvipohjainen tekniikka ja yhteiset käyttöympäristöt)
9. 5G:n yleistyminen (58% maailman väestöstä on pääsy uuden sukupolven langattomaan verkkoon)
10. Globaali digitaalinen hallinto (Jaettu tietostandardi ja yhteiset tiedonkäytön periaatteet)

Listauksen megatrendeistä huomaamme robotiikan, tekoälyn ja datan painotuksen. Tietoyhteiskunta tulee yhä enemmän pohjautumaan edellä mainittuihin megatrendeihin, jotka ovat jo osittain arkipäivää. Niin robotisointia kuin sovelluskehitystäkin tullaan jatkamaan ja uusimaan voimakkaasti, sisältäen aineellisia sekä aineettomia hyödykkeitä. Merkittävää on yksittäisten osien kytkökset toisiinsa valtavan verkoston välityksellä ja tämän mahdollistama esineiden välinen kommunikointi keskenään arkielämän sujuvoittamiseksi sekä työskentelyn tehostamiseksi. Jää nähtäväksi, miten Huawei aikoo ottaa tuotteistuksessaan megatrendejä hyötykäyttöön, sillä tähän mennessä olemmekin tunnistaneet yhtiön lähinnä matkapuhelinvalmistajana. Huawei on kuitenkin tunnistanut valloillaan olevan megatrendien kehityksen, joten olisi ihme, mikäli siellä ei pyrittäisi kehittämään liiketoimintoaan enemmän näihin pohjautuen.

5 POHDINTA

5.1 Ekologisuus, vastuullisuus ja kuluttajat

Maatalouskoneiden ja tehoviljelyn osalta voi avautua hyvin potentiaalisia vaihtoehtoja, sillä ruokaa tarvitaan aina ja tulevaisuudessa yhä enemmän. Koska maapinta-alaa ei voida lisätä, mutta sitä voidaan tehostaa, niin näihin tarkoituksiin valmistetut laitteistot ja menetelmät voivat olla huomionarvoisia sijoittajalle.

Kuluttajat ovat tulevaisuudessa yhä tarkempia siitä, mitä he syövät ja miten vastuullisesti ruoka on tuotettu. Näin ollen huomiota täytyy kiinnittää yhä enemmän vihreistä arvoista kilpailuun, sillä uusien sukupolvien myötä mitä luultavimmin hinta-/laatusuhteeseen tulee kolmas akseli mukaan eli vastuullisuus. Markkinoilla valtioiden lisääntyvät verotuksella ohjailu voi myös ohjata ihmisiä valitsemaan yhä enemmän vastuullisemmin tuotettuja ruokavaihtoehtoja ja tietysti muitakin tuoteryhmiä. Näin ollen asiakkaiden rahat ohjautuvat enemmän vastuullisemmin tuotettuihin vaihtoehtoihin.

5.2 Hajautus megatrendilähtöisesti

Lisänä perinteiseen hajautettuun sijoitusstrategiaan, jossa hajautetaan eri yhtiöihin, eri toimialoille ja eri markkina-alueille, sijoittaja pääsee hajauttamaan myös eri megatrendeihin. Tämä voi liittyä vahvasti toimialaan, mutta megatrendi selkeyttää käsitystä yhtiön liiketoiminnan strategiasta ja mahdollisesti asiakassegmenteistä. Harvoin yksi yhtiö on niin hajautettu, että se keskittyy useisiin toimialoihin ja megatrendeihin. Toki monialayhtiöitä on, mutta sijoittajan näkökulmasta yhtiön ansaintalogiikka on tällöin liian sekavaa, eikä keskittyminen yhden toimialan kohdalle ole välttämättä yhtä tehokasta.

Osakesalkkua voidaan rakentaa muutamista ei megatrendiyhtiöistä, joista jokaisella on omanlaisensa megatrendialue. Kuitenkin liian isoista pilvistä kannattaa laskeutua ruohonjuuritasolle ja miettiä, mitkä ovat ne yksittäiset pienet, mutta hyvin suuren potentiaalin omaavat pienemmät megatrendit. Esimerkiksi tietokoneet ovat globaalisti hyvin suuri megatrendi, mutta sijoittajan näkökulmasta ei voida sanoa sen tuottoja varmoiksi tai edes millä tulokulmalla lopputuotteen kassavirtaan voisi suhtautua.

Miettimällä koko valmistusprosessin pullonkauloja metallinlouhinnasta alihankintaan ja koodaamiseen, pääsemmekin paremmin rajaamaan ja sijoittamaan rahoja siihen kohtaan, jossa tulovirrat ovat suurimmillaan. Esimerkiksi tietokonemerkkejä on monia, mutta komponenttivalmistajia muutama ja käyttäjärjestelmiä sitäkin vähemmän. Samalla komponenttivalmistajat myyvät komponentteja useille eri tietokonevalmistajille, älypuhelinvalmistajille ja sellaisenaan.

Voidaankin miettiä, onko järkevää osakesijoittajan näkökulmasta sijoittaa tietokonevalmistajan vai komponenttivalmistajan osakkeisiin. Moni ihminen ja työpaikka on riippuvainen tietokoneista ja moni valmistaja on riippuvainen komponenteista. Koska loppuvalmistajia on useita ja esimerkiksi prosessorivalmistajia muutama, niin prosessorivalmistajissa on lähtökohtaisesti enemmän volyyymia ja lisäksi sen tuotteet ovat yksinkertaisesti ymmärrettäviä ja ansaintalogiikka selkeämpää. Myös kassavirta on varmempaa, koska sen rahat tulevat niin loppuvalmistajilta kuin sen asiakkailtakin. Prosessoreissa on lisäksi digitaalisuus megatrendinä ja oletuksena tämä on hyvin voimakas, jatkuvasti uudistuva ja pysyvä megatrendi.

5.3 Kehittyvät maat mukaan

Aiemmin käsiteltiin kehittyvien maiden olevan noususuhdanteessa ja tämän megatrendin ennustetaan jatkuvan seuraavien vuosikymmenien ajan. Sijoittajan olisi hyvä päästä tähän kiinni, sillä sieltä olisi saatavilla potentiaalista tuottoa, mutta kehittyvien maiden voidaan olettaa sisältävän myös enemmän riskiä suhteessa kehittyneisiin maihin. Millä tavalla kehittyvien maiden nousua voitaisiin sitten hyödyntää?

Sijoittamisessa halutaan pääsääntöisesti myös jonkin verran turvaa sijoituksilleen, hyvää likviditeettiä ja tuottoa. Myös kaupankäyntialustaa harvemmin halutaan vaihtaa suoraan ulkomaalaiseen, sillä kotimaisella alustalla toimisessa voidaan nähdä enemmän pääomasuojaa. Ulkomaisissa tätä ei välttämättä ole ja on eräänlainen riski. Siis kannattaa keskittyä kotimaiseen pääomasuojattuun kaupankäyntialustaan ja salkunhoitoon.

Kehittyvistä maista on omia rahastoja ja ETF:iä useimmilla suomalaisilla kaupankäyntialustoilla. Näillä sijoittaja pääsee jo suoraan mukaan tähän megatrendiin. Täytyy kuitenkin muistaa, että yhtiön ollessa kokonaan rekisteröity kehittyvään maahan tällä voidaan olettaa olevan enemmän riskiä niin pääomaan liittyen kuin myös poliittisiin ja korruptioon. Kehittyvissä maissa turvallisuus ei välttämättä ole samalla tasolla kuin kehittyneissä maissa, joten mitään ei voi sijoittajakaan saada ilmaiseksi. Riski on siis kannettava.

Yhtenä vaihtoehtona voi olla edelleen keskittäminen sijoitukset länsimaissa pääkonttoriaan pitävillä vakaille yhtiöille, mutta joiden liiketoiminta-alueena on myös kehittyvät maat, ja joihin he panostavat jatkossa yhä enemmän. Toisin sanoen: Länsimainen yhtiö hakee kasvua kehittyvien maiden markkinoilta. Hyvin todennäköisesti yhtiöllä on sivukonttoria ja mahdollinen tytäryhtiökin jossain kehittyvässä maassa, jonka tehtävänä on kehittää liiketoimintaa kyseisellä markkina-alueella.

Tällä tavalla ajateltuna päästään mukaan kehittyvien maiden nousuun ainakin osittain ja samalla kevennetään niiden tuomaa riskiä. Yhtiö on mitä todennäköisimmin selvittänyt markkina-alueen lainsäädännöllisiä asioita etukäteen ja vaikka joitain ongelmia koituisikin, niin juridiseen puoleen on panostettu joissain määrin. Varmaksi tätä ei voi koskaan sanoa, mutta osakesijoittajan on hyvä ottaa tämä näkökulma tarkasteluun tehdessään sijoituspäätöksiä.

Lisäksi kehittyvien maiden suhdanneherkkyys ja elinkeinorakenne on hyvä huomioida. Maat, joiden vienti perustuu lähinnä raaka-aineisiin, ovat herkkiä raaka-aineiden hintojen muutoksille. 2010-luvun puolivälissä öljyn ja muiden raaka-aineiden hintojen pudotus aiheutti taantumaa joihinkin talouksiin. Sijoittajan kannalta on hyvä tiedostaa, onko pääoma hyvä olla alkutuotannossa vai lopputuotannossa vai jossain siltä väliltä.

5.4 Mukaan digiaikakauteen

Sijoittaja voisi kokeilla ottaa salkkuunsa mukaan ohjelmistoyrityksiä, joissa pääomarakenne ei pohjaudu liikaa teollisuustyyliseen tuotantoon, vaan jatkuvaan sovelluskehitykseen valmiiden tietokonei-

den avustuksella. Tällaisessa lopputuotteessa on sarja datakoodia, jota myydään kuluttajille tai yrityksille. Etuna on, että sen voi monistaa vaivattomasti ja lähestulkoon olemattomilla kustannuksilla, ellei kyseessä ole fyysisellä levyllä myytävä ohjelmisto.

Nykyään monet ohjelmistot ladataankin internetistä ja täten sen monistaminen on yksinkertaisinta. Jokainen uusi ostos ja lataus tuo kassavirtaa yritykselle ja voittoa sijoittajalle. Kustannuksista on huomioitavaa, että mahdolliset patentoimiseen, markkinointiin ja ohjelmoimiseen liittyvät kulut voivat olla hyvinkin korkeita ja nämä pitäisi kattaa suuren asiakasryhmän ostoilla. Lisäksi internetin maailmassa kilpailua on paljon, joten sijoittajan on vaikea osua kultasuoneen sillä alalla. Asiaa ei helpota, että nykyään suosiossa ovat myös avoimeen lähdekoodiin perustuvat vapaaehtoisuuden harrastajien tekemät ohjelmistoprojektit, joita saa ladattua ilmaiseksi. Kannattaa myös muistaa, että monet ohjelmistot ja tietokoneiden osat vanhenevat nopeasti muutamassa vuodessa.

Digitaalisuuteen sijoittaja ottaa yleensä enemmän riskiä, koska ala on alati muuttuva eikä mitään takeita varmoista tuotoista ole. Mikäli kuitenkin päättää penkoa sopivia sijoituskohteita digialalta, niin hyviäkin voi tulla vastaan. Voi olla järkevämpää laittaa rahansa pullonkaulakohtaansa eli mistä ihmiset ovat eniten riippuvaisia. Näitä voivat olla mm. operaattorit ja käyttöjärjestelmien myyjät.

5.5 Voiko megatrendiin ajoittamisessa onnistua?

Asia on yksi vaikeimmin ratkaistavista. Esimerkiksi aiemmin mainittu Kone toimii megatrendilähtöisesti: kaupungistumisella ja teknologialla. Hyviä ja potentiaalisia yhtiöitä on tarjolla osakesijoittajille, mutta ongelmaksi muodostuu, miten seuraavien vuosien aikana tulee käymään ja onko historiallinen kasvu jo takanapäin, meneillään vai edessä. Miettiessään sijoituskohdetta voi alkaa helposti ajattelemaan, että olenko myöhässä tästä. Entä jos sijoitankin kohteeseen, joka vaikuttaa lähinnä lupaavalta, mutta kunnan tuloksia ei ole vielä tullut?

Ongelmaa voidaan ratkaista aiemmin sijoitusstrategioissa mainittuna ajallisena hajauttamisena, jossa osakkeita ostetaan säännöllisesti pienissä erissä pitkän ajan kuluessa. Hajautuksella myös useampaan megatrendiyhtiöön, jopa saman toimialan kilpailijoihin, voisi olla ratkaisuna.

Lähtökohtaisesti kuitenkin ajallisesti oikean hetken tähtäämiseen ei edes kannata pyrkiä, vaan sen sijaan suosia jatkuvaa korkoa korolle -ilmiötä, jossa megatrendit toimivat vauhdittajina. Niin kauan kuin yhtiön tulokunto ja kannattavuus ovat hyviä sekä liikevaihto kasvaa megatrendeihin pohjautuen, niin mukana kannattaa olla ja lisäsijoituksia tehdä.

6 YHTEENVETO

Opinnäytetyöni aiheen rajaaminen tuotti aluksi hankaluuksia sekä varsinaisen tutkimusongelman löytäminen megatrendeistä, sillä en tiennyt miten aihetta lähtisin tutkimaan ja niinpä suunnitteluun menikin useampi kuukausi ennen kuin pääsin kunnolla vauhtiin. Hankaluuksia tuotti myös sopivien lähteiden löytäminen megatrendeistä. Varsinkaan kirjallisuutta ei tuntunut olevan runsaasti tarjolla, mutta loppua kohden aloin löytämään internet-aineistoa yhä enemmän ja käyttämään enimmäkseen sitä. Osakesijoittamiseen liittyvän aineiston hankinta ei ollut niinkään ongelmana, vaan megatrendeistä löytäminen ja varsinkin näiden aiheiden yhdistäminen. Koitin kaivella megatrendiyhtiöitä, mutta huomasin, että näitä on itse asiassa suhteellisen vähän löydettävissä. Haasteena oli rajoitettu ajankäyttö opinnäytetyön tekemisessä ja siitä syystä opinnäytetyöprosessi venyi yli vuoden mittaiseksi. Vaikka aluksi laadin valmistumistavoitteen syyskuun lopulle, niin huomasin jo kesällä, että yli mennään tästä muutamalla kuukaudella. Yllätyksenä tämä ei kuitenkaan tullut, sillä olin varautunut väljempään aikatauluun eikä opinnäytetyön valmiiksi saattaminen ollut minulle kuukaudesta tai kahdesta kiinni.

Teoreettisessa viitekehyksessä varsinkin megatrendejä olisi voinut käsitellä laajemminkin sekä pyrkiä löytämään vielä lisää esimerkkejä megatrendiyhtiöistä. Työn arvoa olisi nostanut mielestäni tekemällä kirjallisuustutkimuksen sijaan esimerkiksi kyselytutkimus tai muu vastaava, jossa kerätään tilastollista aineistoa. Myös teoriapohjainen kirjoittaminen ei ollut vahvinta alaani ja jouduin korjailemaan tekstiäni ymmärrettävämpään muotoon. Omana heikkoutenani pidän tapaa tuottaa liikaa tekstiä omiin ajatuksiin ja johtopäätöksiin pohjautuen eikä teoriapohjaiseen rajattuun viitekehukseen. Lopulta onnistuin kuitenkin teoriaosuudessa tyydyttävällä tavalla.

Tulosten luotettavuutta olisi voitu parantaa monipuolistamalla tiedonkeruumenetelmiä ja hyödyntämällä useampia lähteitä. Tällöin tulosten toistettavuus ja tätä kautta luotettavuus olisi voinut olla parempi. Aineisto ei täysin kata kaikkea tietoa megatrendeistä. Opinnäytetyöni tulosten luotettavuuden arvioinnissa on siellä täällä toistettavuuden ja yhdenmukaisuuden puutetta.

Tutkimustulokset antoivat kuitenkin ratkaisun tutkimusongelmaan aiheeseen perehtymisen kannalta. Opin megatrendeistä kokonaan uutena ilmiönä ja pyrin jatkossa tekemään mahdollisia henkilö-

kohtaisia sijoituspäätöksiäni miettien asioita niiden läpi. Samoin myös osakesijoittamisen läpikäyminen oli hyvää kertausta erityisesti ajallisen hajauttamisen hyödyntämisessä. Ehkäpä suurin oppi oli itse opinnäytetyöprosessin läpikäyminen. Vaikka suunnittelulle käytin aikaa runsaasti ja rajaus sekä tutkimusmenetelmä muuttuikin, niin hyvän teoriaosuuden tekeminen aikaisessa vaiheessa jättää enemmän mahdollisuuksia empiiriseen tutkimukseen.

Kokonaisuutena opinnäytetyö antaa sijoituspäätöksiä tehtäessä tietoa megatrendeistä ja niiden huomioimisesta sijoitusstrategioita laadittaessa. Myös oma ammatillinen osaamiseni kasvoi opinnäytetyön myötä.

LÄHTEET

- BARKER, S. 2019. Which megatrends will have the most impact on infrastructure by 2050? Have your say. [Viitattu 2019-12-21]. Saatavissa: <http://blogs.worldbank.org/ppps/which-megatrends-will-have-most-impact-infrastructure-2050-have-your-say>
- BERKSHIRE HATHAWAY Inc. 1988. Sijoittajakirje. [Viitattu 2019-08-11]. Saatavissa: <http://www.berkshirehathaway.com/letters/1987.html>
- BLACKROCK. 2019. Megatrendit. [Viitattu 2019-11-03]. Saatavissa: <https://www.blackrock.com/fi/yksityinen-sijoittaja/teemat/megatrendit/technological-breakthrough>
- CAMBRIDGE DICTIONARY ONLINE. 2019. Trend. [Viitattu 2019-05-01]. Saatavissa: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trend>
- GAMM, S. 2019. Warren Buffett: 'Something different' is happening in the economy right now. [Viitattu 2019-04-21]. Saatavissa: <https://finance.yahoo.com/news/warren-buffett-on-negative-interest-rates-and-low-inflation-144529579.html>
- HEIKKILÄ, T. 2018. Osakemarkkinoiden tuotto-odotukset. [Viitattu: 2019-11-23]. Saatavissa: <https://www.sijoittaja.fi/116506/osakkeiden-tuotto-odotukset-ovat-nousseet/>
- HILTUNEN, E. 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa: trendit ja ilmiöt. Jyväskylä: Docendo.
- HIRSJÄRVI S., REMES P. ja SAJAVAARA P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Helsinki: Tammi.
- HUAWEI. 2019. Huawei Predicts 10 Megatrends for 2025. [Viitattu 2019-12-06]. Saatavissa: <https://www.huawei.com/en/press-events/news/2019/8/huawei-predicts-10-megatrends-2025>
- HÄMÄLÄINEN, K. 2016. Mukaan megatrendeihin. [Viitattu 2019-24-11]. Saatavissa: <https://www.taloustaito.fi/Rahat/mukaan-megatrendeihin/#a9f5b51e>
- IGI GLOBAL. 2019. E7-maat. [Viitattu 2019-10-09]. Saatavissa: <https://www.igi-global.com/dictionary/evaluating-the-role-of-research-and-development-and-technology-investments-on-economic-development-of-e7-countries/67251>
- IULIA-CRISTINA, U. 2019. PwC: 5 MegaTrends Affecting Your Business in 2019 (1 of 2). [Viitattu 2019-10-20]. Saatavissa: <https://brandminds.ro/pwc-5-megatrends-affecting-your-business-in-2019-1-of-2/>

KONE. 2019. Visio- ja strategia. [Viitattu 2019-11-24]. Saatavissa:

<https://www.kone.com/fi/yhtio/visio-ja-strategia/>

LAURIO, M. 2018. Sähköinen kaupankäynti kasvaa Suomessa huomattavasti nopeammin kuin muu talous. [Viitattu 2019-09-09]. Saatavissa: [https://www.paytrail.com/blog/sahkoinen-kaupankaynti-](https://www.paytrail.com/blog/sahkoinen-kaupankaynti-kasvaa-suomessa-huomattavasti-nopeammin-kuin-muu-talous)

[kasvaa-suomessa-huomattavasti-nopeammin-kuin-muu-talous](https://www.paytrail.com/blog/sahkoinen-kaupankaynti-kasvaa-suomessa-huomattavasti-nopeammin-kuin-muu-talous)

MARTTILA, J. 2001. Järkeä ja tunteet osakemarkkinoilla. Helsinki: Arvopaperi 2001.

MOLITOR, G. 2003. Molitor Forecasting Model: Key Dimensions for Plotting the "Patterns of Change". Saatavissa:

[http://www.metafuture.org/articlesbycolleagues/graham%20mollitor/Molitor%20forecasting%20mo-](http://www.metafuture.org/articlesbycolleagues/graham%20mollitor/Molitor%20forecasting%20model%202003.pdf)
[del%202003.pdf](http://www.metafuture.org/articlesbycolleagues/graham%20mollitor/Molitor%20forecasting%20model%202003.pdf)

OECD. 2016. Science, Technology and Innovation Outlook 2016. [Viitattu 2019-12-21]. Saatavissa:

[https://www.oecd.org/sti/Megatrends%20affecting%20science,%20technology%20and%20innovati-](https://www.oecd.org/sti/Megatrends%20affecting%20science,%20technology%20and%20innovation.pdf)
[on.pdf](https://www.oecd.org/sti/Megatrends%20affecting%20science,%20technology%20and%20innovation.pdf)

OKSAHARJU, J. 2013. Hajauta tai hajoa. Vantaa: Hansaprint Oy.

OKSAHARJU, J. 2017. Sijoittaja, huomioi globaalit megatrendit!. [Viitattu 2019-09-06]. Saatavissa:

<https://blogi.nordnet.fi/sijoittaja-huomioi-globaalit-megatrendit/>

PAASI, M. 2017. Unohda osinkoyhtiöt – keskity megatrendeihin. [Viitattu 2019-11-23]. Saatavissa:

<https://blogi.nordnet.fi/unohda-osinkoyhtiot-keskity-megatrendeihin/>

PETROV, C. 2019. Big Data Statistics 2019. [Viitattu 2019-11-03]. Saatavissa:

<https://techjury.net/stats-about/big-data-statistics/>

PÖRSSISÄÄTIÖ. 2017. Kannattaako sijoittaa? Korkea korolle -ilmiö. [Viitattu 2019-11-23].

Saatavissa: <https://www.porssisaatio.fi/blog/2017/08/29/kannattaako-sijoittaa-korkoa-korolle-ilmio/>

ROSS, J. 2019. An Investing Megatrend: How Climate Change and Resource Scarcity are Shaping the Future. [Viitattu 2019-11-10]. Saatavissa: [https://www.visualcapitalist.com/climate-change-](https://www.visualcapitalist.com/climate-change-resource-scarcity-shaping-the-future/)

[resource-scarcity-shaping-the-future/](https://www.visualcapitalist.com/climate-change-resource-scarcity-shaping-the-future/)

SELIGSON & CO. 2019. Osakemarkkinoiden tuotto-odotus. [Viitattu 2019-06-23]. Saatavissa:

<https://www.seligson.fi/sco/suomi/sijoitustietoa/osakemarkkinoiden-tuotto-odotus/>

SIJOITTAJA. 2019. Hallitse riskit. [Viitattu 2019-12-08]. Saatavissa:

<https://www.sijoittaja.fi/sijoittaminen/hallitse-riskitpienenna-riskia/>

SIJOITTAJA. 2019. Sijoittajan yleisimmät virheet. [Viitattu 2019-12-08]. Saatavissa:

<https://www.sijoittaja.fi/sijoittaminen/sijoittajan-yleisimmat-virheet/>

SIJOITUSRAHASTOT. 2019. Osakesijoittaminen. [Viitattu 2019-23-11]. Saatavissa:

<https://sijoitusrahastot.org/osakesijoittaminen/>

SIJOITUSTIETO. 2016. Historian karmeimmat pörssiromahdukset. [Viitattu 2019-12-08]. Saatavissa:

<https://www.sijoitustieto.fi/sijoitusartikkelit/historian-karmeimmat-porssiromahdukset>

STATISTA DOSSIER. 2017. Global megatrends 2017. Verkkoaineisto. [Viitattu 2019-9-10].

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA. 2017. Megatrendit. [Viitattu 2019-03-26].

Saatavissa: <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/>

UNITED BANKERS. 2019. 5 vinkkiä sijoittajalle. [Viitattu 2019-06-23]. Saatavissa:

<https://unitedbankers.fi/tietoa-sijoittamisesta/sijoittamisen-perusteet/>

VEROHALLINTO. 2019. Osakkeiden myynti. [Viitattu 2019-10-13]. Saatavissa:

https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/omaisuus/sijoitukset/osakkeet_ja_osingot/osakkeiden_myynt/

WILLE, A. 2019. How megatrends drive innovation. [Viitattu 2019-12-08]. Saatavissa:

<https://www.klipfolio.com/blog/megatrends-drive-innovation>