

ASP-TILIN HYÖDYNTÄMINEN OSANA NUORTEN SÄÄSTÄMISTÄ

KUINKA KEHITTÄÄ ASP-TILIN MARKKINOINTIA



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

HAMK, LIIKETALOUS

2021

JUUSO LAAKSONEN

Tekijä	Laaksonen Juuso	Vuosi 2021
Työn nimi	ASP-tilin hyödyntäminen osa nuorten säästämistä	
Ohjaajat	Penttala Satu	

TIIVISTELMÄ

Tämän tutkimuksen toimeksiantajana toimi Etelä-Hämeen Osuuspankki. Opinnäytetyön tarkoituksena oli havaita keinoja, joiden avulla vuoropuhelu pankin ja nuorten välillä voisi olla entistä ketterämpää, jotta nuorten tietoisuus pankin tarjoamista palveluista, erityisesti ASP-tilistä voisi kasvaa. ASP-tili on ensiasuntoa ostaville nuorille tarkoitettu säästötili, johon säästämällä 10 % asunnon hinnasta, pankki voi myöntää asiakkaalle valtion takaaman lainan.

Työn tavoitteena oli löytää vastauksia tutkimuskysymyksiin, mitä kanavia nuoret suosivat markkinoinnin kannalta, kuinka tietoisia nuoret ovat ASP-tilistä sekä kuinka kiinnostavaksi he asuntosäästämisen kokevat. Vastauksia kysymyksiin kerättiin Hämeen ammattikorkeakoulun opiskelijoille suunnatun kyselyn avulla ja haastatteleamalla Etelä-Hämeen Osuuspankin työntekijöitä. Koska tarkoituksena oli löytää suurempia yhteneviä näkemyksiä, työ toteutettiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena.

Kyselyyn vastasi yhteensä 47 opiskelijaa, joten tuloksista ei voida vetää yleistyksiä, vaan ne ovat enemmän suuntaa antavia. Kuitenkin pankin virkailijoiden näkemykset olivat hyvin samassa linjassa opiskelijoiden vastausten kanssa sekä vertailu teemasta aiemmin tehtyihin tutkimuksiin tukevat vastausten paikkansa pitävyyttä.

Tulokset osoittivat, että 68% vastanneista oli jo aiemmin kuullut ASP-säästämisestä, mutta vain puolella heistä oli ASP-tili käytössään. Vaikka tietoisuus on aiemmista vuosista kasvanut nuorten keskuudessa ja myönnettyjen ASP-lainojen kanta kasvanut, on pankeilla edelleen syytä kiinnittää huomiota sen mainostamiseen. Tietämyksen kasvamisen ohella tulisi myös panostaa siihen, että nuoret saataisiin aloittamaan säästäminen. Tietoa nuoret mieluiten

keräisivät pankin palveluista sosiaalisen median mainosten kautta. Mieluisammaksi tavaksi asioida pankin kanssa koettiin konttorilla käynti, joten sovellusten ja verkkoneuvottelujen kehittyessä, paikan päällä asiointi säilynee tulevaisuudessakin.

Avainsanat ASP-tili, Nuorten pankkituntemus, Kvantitatiivinen tutkimus

Sivut 40 sivua ja liitteitä 7 sivua

Author Laaksonen Juuso

Year 2021

Subject Using the ASP-account as a tool to save money among young people

Supervisors Penttala Satu

ABSTRACT

This research has been made in cooperation with Etelä-Hämeen Osuuspankki and it focuses on finding ways that could make the dialogue between the bank and young people more efficient. The research questions of this study are, what kinds of channels young people prefer in marketing, how well do they know about the services that banks offer to them and how they feel about saving money for their first apartment. The ASP-account has been designed to help young people buy their first own apartment. By saving 10 percent of the apartment's price to the ASP-account, the bank can offer one a loan which is guaranteed by the state. Data for this study has been collected strictly from banks' websites and by interviewing two negotiators that work in Osuuspankki. The study also compares its results to other researches that have been made on the ASP subject. This research uses quantitative methods and it deeply relies on an inquiry that was held among the students of Häme University of Applied Sciences. The inquiry and its results aim to offer answers to the research questions and help the bank to find new and better ways to reach the youth.

From over a hundred students, only 47 sent their answers. Because of that, the inquiry and its results are more directional and one can not make strong conclusions out of it. According to the results of the inquiry, students feel that banks reach out to them often enough and the preferred way to deal with their bank is to come to the office instead of web conferencing for example. The respondents believed that their knowledge towards the services that banks offer is not on a good level and it should be further developed. The preferred way to gather more information was by social media. 68 % of the respondents answered that they were already familiar with the ASP-system and half of them already had

an ASP-account. They had mostly heard about the account from their close ones such as family and friends. 93 % of ASP-users recommend it for others as a tool for saving money for one's first own house. A clear majority who did not have an ASP-account thought that it is possible that at some point they will start saving money through the ASP-account. After interviewing two officials from Etelä-Hämeen Osuuspankki, their experiences of young adults were quite the same as the students' answers indicated. The officials thought that young adults are aware of the ASP-system and their enthusiasm towards the economy has improved over the years. The bank officials claimed that young people are quite good at using digital platforms and that the bank should keep investing resources to advertise in social media and visiting in schools. To summarize, young people have more knowledge on ASP-saving than before. However, more work needs to be done, in order to activate the young adults to open these accounts. The social media was thought to be the best way for gathering more information on banks' services but still the way of meeting in person at the office will stay as one of the best options to hold negotiations. When it comes to Etelä-Hämeen Osuuspankki, its strengths to reach students are the school visits and its activity in social media.

Keywords ASP-account, The young people's knowledge towards bank services,
Quantitative research

Pages 40 pages and appendices 7 pages

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Etelä-Hämeen Osuuspankki	2
3	Vaihtoehtoisia säästämisen keinoja	4
3.1	ASP-tili.....	5
3.2	Osakesijoittaminen.....	7
3.3	Rahastot.....	9
3.4	Sijoitusvakuutus.....	11
3.5	Tuotto- ja säästötilit	11
4	Tutkimusmenetelmät	12
5	Kohtaamisen kanavat	14
6	Tutkimustulokset.....	17
7	Aikaisemmat tutkimukset ja asiantuntijoiden kokemukset.....	25
8	Yhteenveto ja johtopäätökset	31
	Lähteet.....	

Kuvat, taulukot ja kaavat

Kuva 1. ASP-lainankannan kehitys

Kuva 2. OP-Maltillinen

Kuva 3. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Kuva 4. Jakauma, milloin viimeksi pankki ollut vastaajiin yhteydessä

Kuva 5. Vastaajien mieluisuusjärjestys asioida pankkiasioissa

Kuva 6. Pankin tarjoamien säästämisenpalveluiden tietämystaso vastaajien kesken

Kuva 7. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Kuva 8. Mieluisin tapa saada lisätietoa pankin palveluista

Kuva 9. Syy ASP-tilin käyttämättömyyteen

Taulukko 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Liitteet

Liite 1 Kysely: Nuorten asuntosäästäminen

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka nuorten tietoisuutta pankkiasioihin voisi entuudestaan lisätä. Kuten muukin säästäminen, niin myös asuntosäästäminen kannattaa aloittaa hyvissä ajoin. Pyrkimyksenä oli löytää hyviä keinoja markkinoida ASP-tiliä nuorille ja tulevaisuuden ensiasunnonostajille. Tutkimus toteutettiin yhteistyössä Etelä-Hämeen Osuuspankin kanssa. Työssä toteutettiin kysely Hämeen ammattikorkeakoulun opiskelijoille, ja tulosten avulla voitiin selvittää nuorten tietämyksen tasoa liittyen ASP-tiliin. Lisäksi kartoitettiin keinoja, joiden avulla markkinointia voitaisiin entistä paremmin kohdentaa nuorille sopivammilla tavoilla. Teoriapohjana työssä toimii pankkien sivut ja asiantuntijoiden näkemykset. Yhtenä tietolähteenä on myös aiemmat ASP-järjestelmään liittyvät tutkimukset ja opinnäytetyöt. Työ toteutettiin määrällisenä tutkimuksena, jolloin kyselyn vastauksilla on suuri painoarvo kokonaisuutta ajatellen. Kyselyn tuloksien esittämisen ohessa on tarkoitus pohtia aihetta ja havaita mahdollisia johtopäätöksiä, joiden avulla ASP-tilin markkinointia voisi kehittää.

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään ja selittämään tutkimuskohteen päätösten ja käytöksen syitä. Tällaisessa työssä suunnataan tutkimus pienempään tutkittavien joukkoon ja tutkittavat valitaan harkinnanvaraisesti ja joukon analysointi tehdään mahdollisimman tarkasti. Tutkimuksen tarkoituksena ei ole siis löytää yleistyksiä tai suuria yhteneviä näkemyksiä, toisin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Heikkilä, 2014, s.15) Tämän tutkimuksen tarkoitus oli löytää ja kartoittaa isohkon ryhmän yhteneviä suuria linjoja. Tästä syystä tässä työssä tutkimusmetodiksi valikoitui kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tällainen tilastollinen tutkimus toimii paremmin tämän kyseisen tutkimuksen tarkoituksiperiin, sillä tavoitteena oli löytää keinoja nuorten aikuisten tietoisuuden lisäämiseen pankkiasioissa ja erityisesti asuntosäästämisessä. Tämän lisäksi on pyrkimys havaita väyliä, joiden avulla nuoret voitaisiin yhä ketterämmin tavoittaa pankkiasioissa. Tutkimuskysymykset viittaavat siis laajempaan joukkoon, joten sen sijaan, että tutkittaisiin yksittäisen nuoren käyttäytymistä, on haluttu kohdentaa työ isompaan ryhmään. Tutkimuksen tiedonlähteenä toimi kyselylomake, joka oli suunnattu Hämeen ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Tarkoituksena oli esittää kirjallisia kysymyksiä verkossa.

Näin tiedon ja vastausten saaminen on tehokkaampaa ja esteettömämpää kyselyyn osallistuville. (Vilkka, 2015, s. 94)

Riskinä oli toivottua pienempi vastausprosentti sekä vastausten viivästyminen, joka venyttäisi tutkimuksen aikataulua. Positiivisena seikkana verkkokyselyssä voidaan pitää sitä, että vastaaja pysyy anonyyminä eikä kyselijän läsnäolo vaikuta vastaajan vastauksiin. Toisaalta haastattelun etuna olisi voinut olla se, että kysymykset olisi ollut helpompi avata vastaajalle, mikäli ne tarvitsee selittää auki. Tästäkin syystä oli panostettava kyselylomakkeen selkeyteen. Määrällisen tutkimuksen tärkein asia on kyselylomakkeen suunnittelu. Kohdistamalla kyselyn oikealla tavalla, voitiin saada vastauksia haluttuihin seikkoihin. Oli hyvä tiedostaa myös se, että aiheen vierestä oleva kysymys voi antaa tietoa, joka ei välttämättä tuo lisäarvoa tutkimukselle ja aiheuttaisi turhaa lisätyötä. (Vilkka, 2015, s.105)

Lomakkeen kysymysten pitää tuoda vastauksia tutkimuskysymyksiin ja antaa tutkijalle arvokasta informaatiota. Johdattamalla kyselyä helpoilla aloituskysymyksillä, vastaaja pääsee hyvään rytmiin eikä koe kyselyä liian raskaaksi täyttää loppuun saakka. Tutkija puolestaan saa aloituskysymyksillä hyvin taustoitettua ja ryhmitettyä vastaajia, joka puolestaan auttaa tulosten analysoimisessa. Tässä tutkimuksessa käytettiin myös hyödyksi sekamuotoisia kysymyksiä. Tarkoituksena mahdollisesti löytää vertailukohtia eri ryhmien välillä ja saada uutta näkökulmaa vastaajilta. Joihinkin tutkimuskysymyksiin oli siis tarkoitus jättää osallistujalle mahdollisuus vastausvaihtoehtoon, jota ei varmuudella ennalta tunneta. Kyselylomakkeessa on pyritty kohdentamaan kysymykset aihealueittain peräkkäisiksi. Tavoite oli luoda vastaamiseen helpoutta, selkeyttä ja ymmärrettävyyttä.

2 Etelä-Hämeen Osuuspankki

Osuustoiminta Suomessa alkoi 1800-luvun loppupuolella ja aatteen tuojana pidetään taloustieteilijä Hannes Gebhardia. Suomessa toimivia osuuskunnallisia yrityksiä on noin 4500, joiden jäsenmäärät yhteensä ovat yli 7 miljoonaa. (Osuustoimintakeskus, n.d.) Suomen taloudellisessa kehityksessä osuustoiminnalla on ollut merkittävä rooli. Osuustoiminta

perustuu tasa-arvoiseen jäsenomistajuuteen ja taloudelliseen yhteistoimintaan, jonka pyrkimys on tuottaa jäsenilleen etuja. (Pellervo, n.d.) Suomessa merkittäviä osuuskuntia ovat muun muassa Valio, S-Ryhmä ja OP-Ryhmä. (YLE, 2016)

OP Osuuskunta on Helsingissä sijaitseva OP Ryhmän keskusyhteisö. Keskusyhteisön tehtävänä on OP Ryhmään kuuluvien yhteisöjen ja yritysten toiminnan edistäminen ja kehittäminen. Käytännössä se tarkoittaa liiketoiminnan strategista ohjaamista sekä vastuullisuuden valvomista. Osuuskunnan kokouksella ja sen nimittämällä hallintoneuvostolla on keskusyhteisöön kuuluvien jäsenosuuspankkien päätösvalta. (OP, n.d.)

OP-Ryhmään kuuluvien Osuuspankkien toiminta perustuu nimensä mukaisesti osuustoimintaan. Toiminnassa oleellisinta ei ole se, että tähdättäisiin voittojen maksimointiin. Sen sijaan lähtökohtana on se, että luodaan arvoa osuuskunnan jäsenille ja pyritään tuottamaan palveluita mahdollisimman tehokkaasti sekä jäsenet huomioiden. Liiketoiminnan tekemällä tuloksella vankistetaan osuuskunnan vakavaraisuutta ja lisäksi osa tuotoista käytetään jäsenten hyväksi. Osuustoiminnassa oleellinen ajatus on se, että menestys on jaettua menestystä. Yhteisöllisyys ja yhteenkuuluvuus ovat sen kantavia voimavaroja ja usein etenkin suuret osuuskunnat, kuten paikallisosuuspankit ovat toimialueellaan varsin merkittäviä veronmaksajia. Menestyessään osuuskunnat voivat siis olla vahvasti mukana kehittämässä lähialuettaan. (OP, n.d.)

Osuuskassa toiminta alkoi vuonna 1902, kun perustettiin Keskuslainarahasto (OKO) ja sen perään ensimmäiset osuuskassat (Kontkanen, 2016 s.13). Osuuskassoista muodostui osuuspankkeja vuonna 1970, joten voidaan todeta, että, OP Ryhmä on toiminut jo yli 110 vuoden ajan pankkialalla ja tänä päivänä se on alan suurin työllistäjä Suomessa. Osuuspankki muodostuu yli 150:stä itsenäisestä osuuspankista. Työntekijöinä Osuuspankissa on yhteensä yli 12 000 finanssialan ammattilaista ja sen toimitusjohtajana toimii maaliskuusta 2018 alkaen Timo Ritakallio. Osuuspankin toiminta on levinnyt myös ulkomaille ja nykyään sillä on konttoreita myös Baltian maissa.

Etelä-Hämeen Osuuspankki tarjoaa pankkipalveluitaan Kanta-Hämeen alueella neljässä konttorissa. Pääkonttori sijaitsee Hämeenlinnan keskustassa. Tämän lisäksi konttoreita on

Riihimäellä, Lopella ja Hattulassa. Asiakkaita Etelä-Hämeen Osuuspankilla on noin 88 800 ja se työllistää yli 140 työntekijää. Pankin toimitusjohtajana toimii Mika Helin. Perusarvoina pankilla on ihmisläheisyys ja yhdessä menestyminen luoden arvoa asiakkaille. Etelä-Hämeen Osuuspankki tarjoaa laaja-alaisesti pankkipalveluita saman katon alla. Säästämisen ja sijoittamisen palvelut, rahoitus ja päivittäispalvelut, lakipalvelut ja yrityspalvelut sekä vakuutus- ja kiinteistönvälityspalvelut. Nimensä mukaisesti Osuuspankki toimii osuustoimintana, joten pääasiallinen tarkoitus ei ole maksimoida omistajien voittoja vaan tarjota heille palveluita mahdollisimman tehokkailla tavoilla. Tulos, jota liiketoiminta kerryttää, käytetään ryhmän vakavaraisuuden vahvistamiseen ja asiakkaiden hyväksi. Osuustoiminnan hyviä puolia on myös se, että omistaja-asiakkaat hyötyvät niin taloudellisesti, kuin myös siten, että he voivat aidosti vaikuttaa lähialueensa kehitykseen osallistumalla osuuspankkinsa päätöksentekoon. Taloudellisina etuina mainittakoon muun muassa keskittämisedut kuten alennukset palvelumaksuissa ja yhteistyökumppaneiden tarjoamat alennukset sekä bonusten kertyminen, joita voi käyttää suoraan vaikkapa palvelu- tai vakuutusmaksuihin. Valtakunnallisia jäsenetuja ovat esimerkiksi pienemmät palvelumaksut rahastojen merkinnöissä ja lunastuksissa sekä OP Kodin asunnon välityspalkkiosta 250 € alennus. Paikalliset edut vaihtelevat pankkien toimialueiden mukaan. OP Etelä-Hämeen omistaja-asiakkaille jaetaan esimerkiksi erä lippuja jääkiekkajoukkue HPK:n otteluihin sekä leffalippuja etuhintaan BioRex -teattereihin Hämeenlinnassa ja Riihimäellä. Ajankohtaisista eduista ilmoitetaan myös säännöllisesti sosiaalisen median kanavissa. (OP, n.d.)

3 Vaihtoehtoisia säästämisen keinoja

Säästämällä, voi mahdollistaa itselleen tulevaisuuden haaveita. Oli sitten tavoitteena aikanaan ostaa sijoitusasunto, lomamatka tai ihan vaan kerryttää varojaan eläkepäivilleen, säästäminen kannattaa aina. Nykyään on tarjolla varsin laaja valikoima erilaisia vaihtoehtoja säästää ja sijoittaa varallisuuttaan. On asuntosijoittamista, rahastoja, osakkeita tai vaikkapa vakuutussäästämistä. (OP, 2019) Jokaiselle löytyy siis varmasti hyviä tuotteita ja keinoja kerryttää omaa talouttaan vahvempaan suuntaan. Seuraavissa luvuissa onkin esiteltynä nuorille säästäjille tavanomaisia tapoja sijoittaa ja säästää.

Valittaessa itselleen sopivaa tapaa säästää ja sijoittaa, on hyvä harkita myös omaa riskinsietokykyä ja sitä, kuinka aktiivinen tai passiivinen sijoittaja haluat olla. Aktiivinen sijoittaja pyrkii jatkuvasti seuraamaan kurssien kehittymistä ja saattaa vaihdella ja muuttaa sijoituksiaan nopeaan tahtiin. Usein aktiivisen sijoittajan tuotto kertyykin markkinoiden ja osakekurssien heilahteluiden keskellä. Passiivisella sijoittamisella puolestaan tarkoitetaan sitä, että kohteita ei itse pyritä vaihtelemaan aktiivisesti, vaan annetaan ajan kuluessa sijoituksen arvon kasvaa rauhassa. Yleensä pitkä sijoitusaika varmistaa kohteen tuoton nousun ja korkoa syntyy korolle. Riskinsiedon kannalta on hyvä valita sijoituskohteet niin, ettei itse menetä yöunia, jos kurssit vähän heilahtelevat. Suuremman riskin kohteissa on todennäköisesti suuremmat tuotto-odotukset, mutta myös kurssin vaihtelut voivat olla voimakkaita. Jokaisen on siis tärkeä itse pohtia, kuinka suuria riskejä on valmis ottamaan. (OP, 2019)

3.1 ASP-tili

ASP eli asuntosäästöpalkkio on valtion rakentama ja tukema järjestelmä, joka perustuu asuntosäästöpalkkiolakiin. (Finlex, n.d.) ASP-järjestelmän pyrkimys on helpottaa nuorten mahdollisuuksia hankkia ensiasunto. Järjestelmän avulla valtio auttaa nuoria säästämään ensiomistusasuntoaan varten. ASP-tilin voi avata pankissa, mikäli henkilö on 15-39-vuotias eikä ole aiemmin omistanut asuntoa. Tilille tulee säästää vähintään 10 % asunnon hinnasta, jotta pankki voi myöntää ASP-lainan. Tämän lisäksi ennen asunnon ostamista tulee tilille säästää vähintään kahdeksana peräkkäisenä kalenterivuosineljänneksenä, eli säännöllistä säästämistä tulee vähintään olla noin kahden peräkkäisen vuoden ajan. Neljännesvuosittain tulee säästää tilille vähintään 150 € ja enintään 3000 €, jotta ehdot täyttyvät. (POP, n.d.)

ASP-lainan hyötyjä toisiin lainoihin verrattuna ovat esimerkiksi veroton korko ja lisäkorko säästöille, maksuton valtioneuvoston takaus ja muita pankkien tarjoamia asuntolainoja alhaisempi korko sekä valtion myöntämä korkotuki kymmenen vuoden ajaksi. Jos ASP-lainan korko ylittää 3,8 %, valtio maksaa lainanottajalle korkotukea. Maksettaessa pankille korkoa, on laskutuksessa huomioitu vähennettynä valtion maksama osuus. Koron ollessa alle 3,8 % asiakas maksaa itse koron kokonaisuudessaan. Jos asunto myydään ja laina maksetaan pois,

päättyy myös korkotuki. Mikäli asunnosta myydään vaan määräosa, tulee korkotukilainaa lyhentää samassa suhteessa. (Valtionkonttori, n.d.)

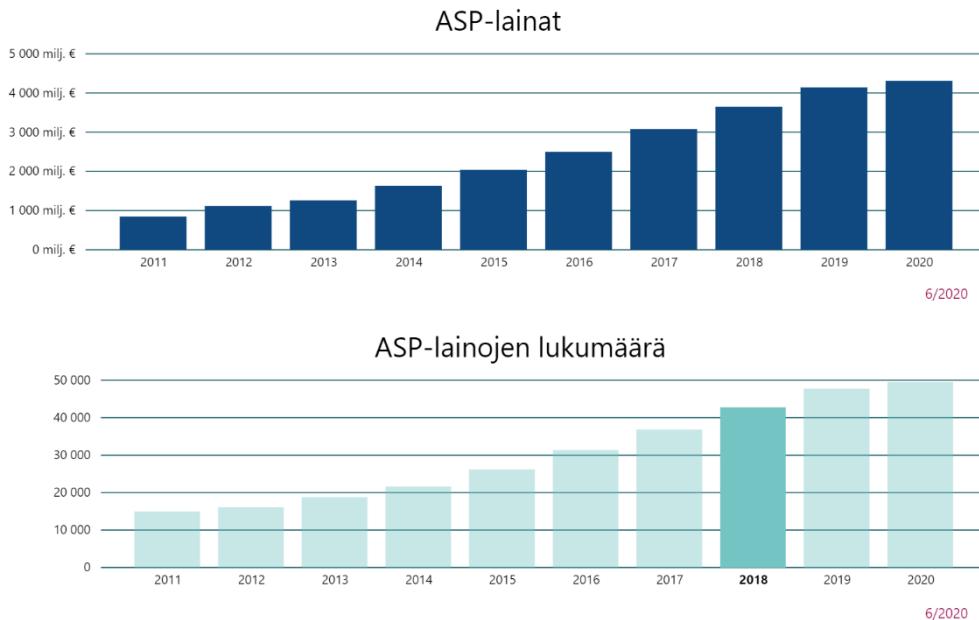
Tavallisesti lainaa asuntoa varten voi saada 70 % asunnon hinnasta, mutta ASP-laina voi kattaa jopa 90 % asunnon arvosta. Valtiontakaamasta lainanosasta ei peritä takauspalkkiota ASP-korkotukilainan osalta. Korkotuetun ASP-lainan enimmäismäärät vaihtelevat alueittain 180 000-115 000 €:n välillä. Pääkaupunkiseudulla enimmäismäärä on luonnollisesti muuta maata korkeammalla tasolla. ASP-sopimusta tehdessä voidaan sopia rahalaitoksen suorittamasta 1 %:n vuotuisesta korosta sekä 2-4 %:n lisäkorosta. Lisäkorko maksetaan, kun kaupat tehdään asunnosta. Lisäkorkoa kertyy tilin avausvuodelta ja maksimissaan viideltä seuraavalta vuodelta. Parhaimman hyödyn lisäkorosta saa, mitä enemmän tallettaa tilille tämän viisivuotisen jakson alussa. Tämä siksi, koska ensimmäisten vuosien talletuksille kertyy pisimpään lisäkorkoa. (Taloustaito, 2019) Riippuen pankista, on myös mahdollista, että pankki leikkaa lisäkorkoa, mikäli sellainen ehto mainitaan säästösopimuksessa.

ASP-tilin voi perustaa jo 15-vuotiaana. On kuitenkin huomattava, että alaikäisen säästäjän on mahdollista säästää tililleen vain omia ansaittuja tuloja. Mikäli säästäminen tulisi alaikäiselle helpommaksi ja tilille voisi säästää vaikkapa nuoren lahjaksi saamia varoja, on mahdollista, että ASP-tilin hyödyntäminen tulisi entistä yleisemmäksi säästämisen muodoksi. Yhtenä haasteena ASP-säästämässä voidaan kokea minimi- ja maksimisäästö määrät, joiden täytyy toteutua. Systeemi ei anna mahdollisuutta ehtojen joustamiselle, mikä voi johtaa jopa ASP-sopimuksen purkuun. (YLE, 2019)

Valtionkonttorin tietojen mukaan ASP-tiliä oli Suomessa yhteensä käytössä 153 100 kappaletta vuonna 2019. Viimeisen kymmenen vuoden aikana ASP-tilin hyödyntäminen nuorten keskuudessa on ollut nousussa, mutta tietoisuutta voisi lisätä yhä enemmän sen tarjoamista hyödyistä. Vuonna 2018 ensiasuntonsa ostaneita henkilöitä oli tilastokeskuksen mukaan 22 026. Ensiasuntonsa vuonna 2018 ostaneiden keski-ikä oli 28,8 vuotta.

(Tilastokeskus, 2019) Valtionkonttorin tarjoaman tilastoinnin mukaan ASP-lainoja vuonna 2018 oli yhteensä 42 762 kappaletta, kun taas vuotta aiemmin ASP-lainoja oli yhteensä 36 832 kappaletta. (Valtionkonttori, n.d.) Tilaston perusteella ASP-lainoja nostettiin vuonna 2018 noin 6000 lainaa, joka määränä jää verrattain pieneksi osuudeksi kaikista kyseisenä vuotena ostetuista ensiasunnoista. Tämän tiedon verukkeella voidaan pohtia, että ASP-

säästäminen ei välttämättä ole kaikille vielä niin tuttu asia. Toki on oletettavaa, että osa ASP-tietoisista henkilöistä on säästännyt toisilla keinoilla asuntoaan varten, eivätkä kaikki ostajat välttämättä täytä ASP-lainan ehtoja, esimerkiksi ollessaan iäkkäämpiä mitä ASP-säästämiseen vaaditaan.



Kuva 1. ASP-lainakannan kehitys (<https://www.valtiokonttori.fi/tilastot-ja-raportit/tilastoja-rahoitus-ja-lainapalveluista/#2955219c>)

3.2 Osakesijoittaminen

Osuus osakeyhtiön pääomasta on yhtä kuin osake. Osakeyhtiö voi laskea liikkeeseen osakkeita, hakeakseen rahoitusta toimintaansa. Osakkeen ostaja puolestaan hyötyy osakkeestaan taloudellisesti, kun osakeyhtiö menestyessään jakaa osakkaille voittoa osinkona. Osakas voi myös vaikuttaa yhtiön toimintaan osallistumalla yhtiökokoukseen, jossa hänellä on osakkeen omistajana äänioikeus. Itse osakkeen arvo perustuu näkemykseen siitä, mikä osakeyhtiön vallitseva arvo on. Osakkeita on pääosin kahdenlaisia, noteerattuja ja

noteeraamattomia osakkeita, joista jälkimmäisiä ei yleisesti käytetä kaupankäynnin kohteena. Noteeratut osakkeet puolestaan ovat julkisia kauppakohteita arvopaperipörssissä. Esimerkiksi Helsingin pörssi on Suomessa toimiva arvopaperipörssi ja sen toiminta perustuu arvopapereiden julkiseen kaupankäyntiin. (Minilex, n.d.)

Osakesijoittamiseen liittyy monenlaisia riskejä ja osakkeen arvo saattaa vaihdella ja heilahdella. Markkinoiden yleinen tilanne ja osakeyhtiön, joka on laskenut liikkeelle osakkeitaan, näkymä voi muuttua verrattain nopeasti. Osakekurssien heilahtelut ovat osa osakesijoittajan arkea, joten jokaisen sijoittajan tulee itse tuntea oma riskinsietokyky. Usein yksittäisen osakkeen arvo laskee, kun kurssit ovat laskusuhdanteessa. Osakeyhtiön toimiala voi olla yksi vaikuttava tekijä osakkeen arvon muutokseen. Esimerkkinä voidaan käyttää lentoyhtiö Finnairin osakkeita. Joulukuussa 2019 Kiinassa todettiin keuhkokuumetapauksia, joiden aiheuttajaksi havaittiin aiemmin tuntematon koronavirus. Sittemmin taudin leviytystä pandemiaksi, ovat valtiot ryhtyneet turvatoimiin ja erityisesti matkustamista on pyritty rajoittamaan. (THL, n.d.) Matkustamisen vähennyttyä, on tällä suora vaikutus matkailuun ja täten myös lentoyhtiöiden vallitsevaan arvoon ja näkymään. Eri tilanteet vaikuttavat osakekurssiin ja eri toimialoihin joko positiivisella tai negatiivisella tavalla. Tästä voidaan päätellä, ettei tulevaisuutta osata varmaksi arvioida ja muuttujia on paljon. (Kauppalehti, n.d.)

Osakesijoittajan apuna toimii onneksi hajauttaminen. Hajauttaminen perustuu siihen, että sijoitusvarat kohdistetaan eri kohteisiin. Hyviä keinoja pienentää sijoitustensa riskiä on sijoittaa varoja eri toimialoille, maantieteellisesti eri alueisiin sekä ajallisesti hajauttaa, ettei sijoita kerralla kaikkia rahojaan, vaan säännöllisesti pikkuhiljaa. Valitessa sijoituskohteita on hyvä tutustua yhtiöihin, joiden osakkeita haluaa omistaa. Valintaperusteina voi henkilöstä riippuen olla yhtiön eettisyys ja arvopohjat, hyvä osinkotuotto, yhtiön valoisa tulevaisuus ja kasvumahdollisuudet tai esimerkiksi vahva brändi. Vuoden lopussa sijoittaja saa tiliotteen, josta käy ilmi osakeomistukset ja saadut osingot. Myydyistä osakkeista maksetaan pääomaveroa, joka on 30 000 €:oon asti 30 % tuotto-osuudesta. 30 000 € ylittävältä osalta maksettava vero on 34 %. Osakkeita myydessä maksetaan välityspalkkio ja toimitusmaksu, joten nämä voiton hankkimiskulut huomioidaan veroa maksettaessa. Mikäli osakkeet tuottavat sijoittajalle osinkoa, saa hän 15 % osingoista itselleen verovapaana. Loput 85 % osingoista lasketaan verotettavaksi pääomatuloksi. (OP, n.d.)

Aloitettaessa pankin kautta sijoittaminen, tulee avata arvo-osuustili, arvopaperisäilytys, rahatili ja verkkopalvelusopimus. Arvo-osuustili toimii sähköisenä palveluna, jonne arvopaperit, kuten sijoittajan ostamat osakekirjat tallentuvat. Rahatili puolestaan tulee olla olemassa mahdollisia osinkoja ja palvelumaksuja varten. Osakesijoittaminen on oiva valinta, jos tavoitteena on saada varoilleen korkeaa tuottoa ja riskinsietokyky on sillä tasolla, että kurssien heilahtelut eivät ole ongelma. Osakesijoituksessa oleellista on kärsivällisyys ja osakkeiden seuraaminen. Osakkeiden arvot voivat lyhyellä aikavälillä vaihdella verrattain paljon, joten osakkeet sopivat parhaiten pitkäaikaiseen sijoittamiseen. Osakkeiden etuna on myös se, että ne ovat nopea muuttaa rahaksi myytäessä, joten niiden likviditeetti on hyvä. (OP, n.d.)

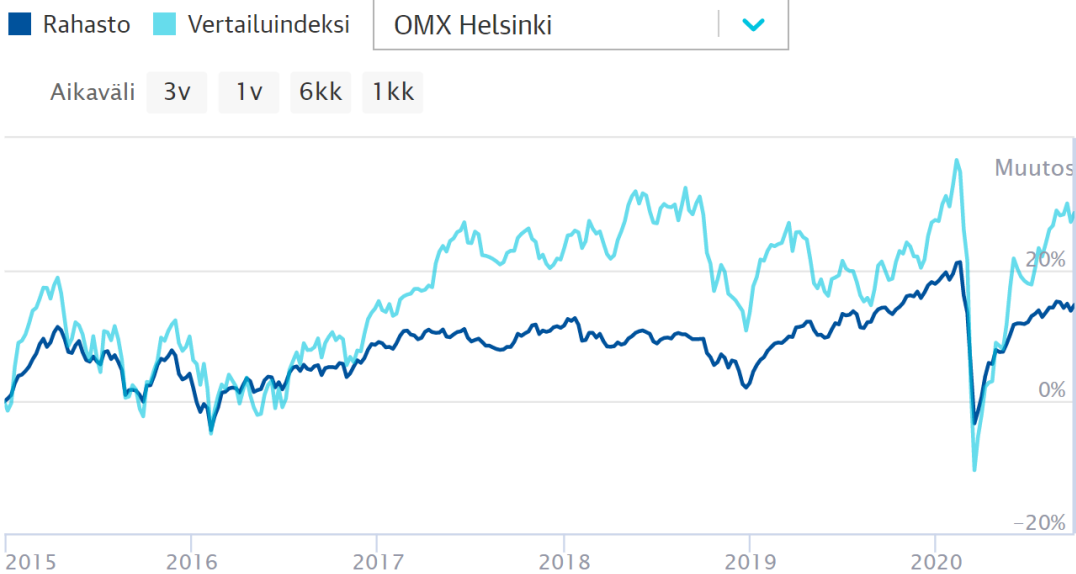
3.3 Rahastot

Rahastoissa varat säästetään osake- tai korkomarkkinoille. Tästä johtuen pidemmällä aikavälillä rahastojen tuotto-osuus on suurempi kuin tilisäästämässä. Rahastoa valitessa on hyvä tiedostaa, että suuremman riskin omaavat rahastot ovat myös tuotto-odotukseltaan suurempia. Samoin kuin osakesijoittamisessa on rahastosäästäjän hyvä tuntee omat rajansa ja se, miten hyvin riskiä siirtää. Rahastoissa on paljon erilaisia vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia. Tietyt rahastot kohdentavat varat ympäristöystävällisiin yrityksiin, toiset maantieteellisesti eri yrityksiin ja toiset esimerkiksi kotimaisiin yrityksiin. Valinnanvaraa on paljon ja aloittavan sijoittajan on helppo aloittaa rahastoista. Aktiivisia rahastoja hoitaa osakesijoittamisen ammattilaiset, niin sanotut salkunhoitajat, joten kynnyksellä aloittaa rahastosäästäminen on melko pieni. Säästettäessä rahastoon, voi vaihtoehtoisesti sijoittaa kerralla isomman summan tai laittaa rahaa sivuun osissa ja säännöllisesti. Myytäessä rahastoja, on voittoa tuottanut osa verotettavaa pääomatuloa. (OP, n.d.)

Säännöllinen säästäminen keventää riskiä, aivan kuten osakesijoittamisessa. Pitkällä aikavälillä taloudellisia kriisejä tulee ja menee, mutta lopulta kurssit ovat aina kääntyneet nousuun.

Kurssikehitys

Arvonmuutos aikavälillä: **+14,66 %**



Kuva 2. OP-Maltillinen- rahaston kehitys 5 vuoden ajalta.

(<https://www.kaupalehti.fi/porssi/rahastot/3148798>)

Usein rahastojen varat on sijoitettu useisiin kymmeneen kohteisiin, joten sekin on omiaan hajauttamaan rahastosäästämisen mahdollisia riskejä. Rahastosta toiseen vaihtaminen on myös mahdollista ja jos syntyy äkillinen tarve nostaa säästössä olevia rahoja, ovat varat usein jo seuraavien päivien aikana tilillä.

LähiTapiolan järjestämän Arjen katsaus- kyselyn perusteella, erityisesti nuoret tuntuivat heränneen säästämisen tärkeyteen ja sen tuomaan turvaan pahojen päivien varalle. LähiTapiolan yksityistalouden ekonomisti Hannu Nummiaro huomautti myös, miten poikkeuksellinen korona-aika on monille nuorista ensimmäinen kriisiaika omassa taloudessa. Rahastojen helppous ja joustavuus ovat tällaisessakin maailmantilanteessa ominaisuuksia, joiden syystä rahastosäästäminen on järkevä vaihtoehto nuorelle säästäjälle. (LähiTapiola, 2020)

3.4 Sijoitusvakuutus

Sijoitusvakuutukset ovat sijoitussidonnaisia tai takuutuottoisia vakuutuksia.

Säästövakuutuksen sijoituskohteet ovat vakuutusyhtiön valitsemia, joten niiden tuotto riippuu vakuutusyhtiön toiminnan tuloksesta sekä korkotasosta. (Kontkanen, 2016, s. 144-145) Sijoitusvakuutus on erinomainen vaihtoehto pitkäaikaiseen sijoittamiseen ja lähimmäisten, kuten perheenjäsenten turvaamiseen. Usein vakuutusaika on kymmenen vuotta. Vakuutuksen avaaja voi kohdistaa henkivakuutuskorvauksen haluamalleen henkilölle tai taholle. Sijoitusvakuuden tuotto-osuus kuuluu pääomatuloverotuksen alaisuuteen. (Danske Bank, n.d.) Vakuutukseen voi säästää varoja säännöllisesti tai silloin kun sopivaksi näkee. Vakuutuksen arvo kulkee käsikädessä valittujen sijoituskohteiden arvojen kehityksen mukaisesti. Sijoituskohteista voi useimmissa tuotteissa itse valikoida haluamiinsa kohteisiin tai vaihtoehtoisesti ammattilainen voi hoitaa sen puolestasi. Useimmissa tuotteissa vakuutuksen sijoituskohteita voi vaihdella joustavasti ja tätä kautta laskea tai sitten nostaa riskitasoa. Vaihtoehtona sijoitusvakuutus on joustava ja se sopii erinomaisesti esimerkiksi perinnönjaon suunnitteluun. Kuoleman sattuessa henkivakuutuksen korvaukset kuuluvat perintöverotukseen, joten maksettavat verot ovat selvästi pienemmät edunsaajalle, verrattuna pääomatuloveroon. Sijoituksia verotetaan vasta varoja nostettaessa, eikä sijoituskohteiden vaihdoissa vakuutuksen sisällä peritä veroa lainkaan. (OP, n.d.)

3.5 Tuotto- ja säästötilit

Säästötilit perustuvat säästäjän tilille tallettamien varojen kasvuun tiliehdoissa määrätyn koron mukaisesti. Tilille säästäminen on turvallista ja helppoa, eikä se vaadi säästäjältä paljoa. Määräaikaiselle tuottotilille voi tallettaa tietyissä rajoissa haluamansa summan ja talletusajan päätyttyä säästäjä saa summan korkoineen takaisin. Osuuspankin tarjoamassa määräaikaisessa tuottotilissä talletusraja on 500-100 000 euroa. Kasvutuottotili on puolestaan vaihtoehto varoille, joilla ei ole aktiivista käyttöä ja tililtä voi nostaa rahaa neljä kertaa vuodessa maksutta. (OP, n.d.)

Nordean tarjoama määräaikainen sijoitustili antaa mahdollisuuden valita talletusajan kuukaudesta eteenpäin. Tilin korko on aina etukäteen tiedossa ja se on kiinteä. Talletusajan kasvaessa, myös korko on parempi talletetulle summalle. JoustoTalletus-tili on toinen Nordean vaihtoehto säästäjälle, joka arvostaa joustoa ja helppoutta. Varoja tililtä voi nostaa milloin vain ilman nostokuluja. (Nordea, n.d.)

Useilla pankeilla on olemassa omia vastaavanlaisia tuotteita. Yleinen korkotaso on nykyhetkellä kuitenkin niin alhaalla, ettei tilisäästäminen ole tällä erää paras vaihtoehto varojen vaurastuttamisen näkökulmasta. Korkotason alhaiseen tilaan vaikuttaa talouden epävarmat näkymät, kuten koronaviruksen tuomat haasteet. (Euro&Talous, 2016) Yle-uutisten haastatteleva työeläkeyhtiö Ilmarisen toimitusjohtaja Jouko Pölönen toteaa Euroopan korkotason olevan niin alhaalla, etteivät ne tuota juuri mitään. Tästä syystä painoa markkinoilla on siirtynyt aiempaa enemmän osake- ja kiinteistömarkkinoille. (YLE, 2019) Korkojen palautuessa kohti normaalia, tilisäästäminen vaihtoehto varmasti nostaa jälleen päätään, mutta kyseisenä ajankohtana aloittavan nuoren säästäjän kannattaa harkita muita vaihtoehtoja.

4 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen teoriassa pohjana toimii aihetta käsittelevät teokset, pankkien verkkosivut sekä aiemmat aiheeseen liittyvät opinnäytetyöt. Tarkoitus on verrata kyseisiä opinnäytetöitä ja niiden havaintoja tämän työn tuloksiin. Löytämällä yhteneväisyyksiä saadaan tutkimukseen lisää uskottavuutta ja vertailupohjaa, mutta myös erilaisten näkökulmien kautta voidaan havaita kenties uuttakin tietoa. Haastattelemalla kahta pankkialan ammattilaista, työhön saadaan aitoa elettyä kokemusta nuorten suhtautumisesta ASP-järjestelmään ja siihen, miten usein he kohtaavat työnsä kautta potentiaalisia ASP-säästäjiä.

Lisää tietoa tutkimusta varten kerättiin järjestämällä kysely Hämeen ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Kyselyssä hyödynnettiin monivalintakohtia, jotta vastaaminen pysyy jouhevana ja kysymyksiin on helppo vastata. Asteikkotyypisillä kysymyksillä kerättiin yleistä kuvaa tai

mielipidettä haluttuihin kohtiin. Näin kyselyssä ilmeni myös vaihtelevuutta vastaajan kannalta. Sekamuotoiset kysymykset tuovat lisäarvoa kyselyyn sekä niiden vastaukset mahdollisesti tarjoavat uutta näkökulmaa. Lisäämällä avoimia kohtia kyselyyn, saa tutkimukseen mukaan kvalitatiivisuutta ja hivenen syvempää näkökulmaa vastaajien ajatuksista. On hyvä aloittaa helpoilla kysymyksillä, jotta vastaaja ei koe kyselyä liian raskaaksi, vaan syntyy keveä tunne kyselyyn osallistumisesta. Kysymykset on pyritty asettamaan selkeästi ja helposti ymmärrettävästi sekä vastausvaihtoehtojen monipuolisuuteen on kiinnitetty huomiota. Kysymyksiä on yhteensä 16, joista ensimmäisiin yhdeksään kysymykseen kukin vastaaja seuraa samaa polkua, jonka jälkeen kysely alkaa kehittymään eri suuntiin annettujen vastausten perusteella.

Kyselyn jälkeen vastaukset koottiin kasaan ja luotiin diagrammit kuvastamaan annettuja vastauksia. Diagrammeja hyödyntäen voidaan nopeasti löytää ja esittää vastausten suurimpia yhteneväisyyksiä ja isoja linjoja. (Heikkilä, 2014, s. 148) Tulokset- osiossa aion esittää kyseiset diagrammit kuvien muodossa. Kuvien alapuolella olevat tekstit selventävät auki, mitä kuvassa halutaan kertoa ja mitä havaintoja kyseisestä kohdasta käy ilmi. Työn lopussa on liitteenä kaikki kyselyn kysymykset ja yhteenveto osassa käydään vielä läpi tärkeimmät havainnot kyselyn vastauksista ja pohditaan keinoja, joihin panostamalla ASP-markkinointia voitaisiin kehittää. Toiveissa on löytää konkreettisia seikkoja, joihin panostamalla nuori ja pankki voivat löytää ketterästi yhteisen sävelen ja tulevaisuuden.

Määrällisessä tutkimuksessa yleisimmin käytetty tapa kerätä aineistoa on kyselylomake. Riippuen kyselyn toteuttamistavasta, kyselylomakkeesta käytetään myös nimitystä, joukkokysely, informoitukysely tai postikysely. Tämän kaltainen kysely mahdollistaa vastausten keruun suurelta ja hajallaankin olevalta kohderyhmältä. Riskinä joukkokyselyssä on kuitenkin se, että vastausprosentti voi jäädä toivottua pienemmäksi. Etuna vastausten keräämisen kannalta on vastaajan mahdollisuus jäädä anonyymiksi, jolloin kynnyksensä vastausten antamiseen madaltuu. Viiveet tuovat oman haasteensa vastauslomakkeiden keräämiseen, mikäli kohderyhmäläiset eivät vastaakaan riittävän nopeasti. Tästä syystä voidaan joutua myös toteuttamaan uusintakyselyitä ja tutkimuksen aikataulu saattaa viivästyä. Tämän opinnäytetyön kysely toteutettiin internetkyselynä. Suurin syy siihen, miksi kysely tehtiin tässä muodossa, eikä esimerkiksi kasvotusten haastatteluina, oli nykyinen haastava maailman tilanne, jossa koronaepidemian vuoksi on hyvä välttää kohtaamisia. Lisäksi tiedon

keruu onnistui vaivattomasti ja jokaiselle kohderyhmäläisellä oli mahdollisuus antaa vastauksensa tuntemattomana verkossa. On tietysti pohdittava internetkyselyn eettisyyttä, vaikkei vastaajien sähköposteihin kyselyä lähetettykään, on tietokone mahdollista paikallistaa, josta vastauksia on lähetetty. Joten täyttä suoja ei voida internetkyselyyn ainakaan tässä tapauksessa taata. (Heikkilä, 2014, s. 15)

Keskiössä on pidettävä se, mitä ollaan tutkimassa, kun valitaan kohderyhmää, jolle kysely halutaan kohdentaa. Vastaajien käsitysten ei ole pakko perustua omaan kokemuspohjaan, mutta vastaajan oma asiantuntemus voi lisätä painoarvoa vastauksille. Kun arvioidaan kvantitatiivisen tutkimuksen pätevyyttä eli validiutta, tarkastellaan käytettyjen menetelmien kykyä mitata niitä asioita, joita oli tarkoituskin mitata. Luotettavuus eli reliabelius koostuu tulosten tarkkuudesta. Luotettavuudeltaan hyvässä kyselyssä saadut vastaukset eivät ole sattumanvaraisia, vaan vastaajan antaessa vastauksensa uudelleen, hän vastaisi samoin kuin aiemmalla kerralla. Pätevyys ja luotettavuus yhdessä muodostavat kokonaisluotettavuuden. Kokonaisluotettavuus saattaa kärsiä, mikäli kyselyn vastausvaihtoehdot ovat sekavia tai vastaaja ymmärtää kohdan eritavoin, kun kyselyn toteuttaja on sen tarkoittanut. Koska tämän opinnäytetyön opiskelija kysely toteutettiin verkossa, on suurempi riski siihen, että vastaaja ei ymmärrä kysymystä tarkoitettulla tavalla. Esimerkiksi kasvotusten haastatteleamalla vastaavassa tilanteessa voi kuitenkin puhua ja selittää auki kohtaa, joka vastaajaa mietityttää. Siksi kyselylomake on pyritty toteuttamaan selkeää kieltä käyttäen ja tarjoten vaihtoehtoja valita eri valintoja. Osuuspankin työntekijöille suunnattu haastattelu on toteutettu puolestaan sähköpostin ja kasvotusten keskustelun kautta, eli kysymysten väärinymmärrys on pyritty minimoimaan, jotta saadaan juuri haluttu tieto oikein esille. (Vilkkä, 2015, s. 94-98, 135-136, 193-194)

5 Kohtaamisen kanavat

Tämän osion tarkoituksena on paneutua kanaviin, joita nuoret suosivat ja pohtia digitalisaation tuomaa muutosta myös pankkialalle. Moni asia on siirtynyt mobiiliin, eikä fyysistä asiointia paikan päällä enää välttämättä tarvita. Asiakas voi tilata vaatteita verkosta tai varata ajan kampaajalle kotisohvalta muutamalla klikkauksella. Sama pätee myös

pankkimaailmassa. Esimerkiksi sen sijaan, että tulisi konttorille, voi hakea asuntolainaa pankin kotisivuilta, lainaneuvottelun pitää verkossa ja allekirjoittaa sopimuksia sähköisesti omilla verkkopankkitunnuksilla. Asiakkaan polku on jo tovin ollut muutoksen tilassa, ja asiointi on varsin pitkälle siirtynyt verkkoon. Hallitsevan maailmantilanteen johdosta ja koronaviruksen tuomista haasteista johtuen, verkossa asiointi on entisestään lisääntynyt ja etäkohtaamiset ovat lisääntyneet merkittävästi. Elisan henkilöstön kehittämispäällikkö Piia Säylä toteaa haastattelussaan, etteivät etäpalaverit ole vain säästöyistä hyvä vaihtoehto, vaan sen lisäksi niiden tuoma joustavuus ja henkilöstön tyytyväisyys ovat seikkoja, jotka puhuvat etäkohtaamisten puolesta. (Yrittäjät, 2020)

Etäneuvottelulla on myös omat haasteensa, kuten siihen tarvittavat laitteet, toimivat verkkoyhteydet sekä sovellukset ja tietysti niiden käytön opettelu. Merkittävänä etuna verkkoneuvotteluissa on erityisesti pienenevä hiilijalanjälki. Esimerkiksi OP Helsinki onnistui vähentämään vuonna 2018 kasvihuonepäästöjään 38 tonnilla etäneuvotteluiden ansiosta. Pankin omien päästöjen lisäksi myös asiakkaiden omat päästöt pienenevät. Lisäksi OP:n vastuullisuuspäällikkö Satu Kuoppamäki kertoo asiakkailta säästyneen vuonna 2017 noin 10 000 matkustukseen käytettyä tuntia, kun hyödynnettiin etäkohtaamista. Sähkön kulutus eivätkä etäneuvotteluun käytettävät laitteet tietenkään ole päästöttömiä, mutta useimmilla asiakkailla on jo käytössään älylaite ja kukin voi itse pohtia hiilijalanjälkeään valitessaan sähköyhtiötä. (OP, 2019)

DNA ja NEPA toteuttivat tutkimuksen- *Digitaalinen yhdenvertaisuus Suomessa*, vuonna 2019. Tutkimukseen osallistui noin tuhat 15-74 -vuotiasta suomalaista, väestön rakennetta mukailten. 15-34 vuotiaista vastaajista yli 95% sanoi omistavansa älypuhelimien. Kaikista vastaajista 90% prosenttia on asioinut verkkopankissa älylaitteellaan, 15-34 vuotiaista prosenttiluku jää hieman alle 90%. Vähän alle puolet kyseisestä ikähaarukasta kertoi käyttävänsä pankin omaa sovellusta ja mobiilivarmennetta heistä oli käyttänyt noin 30% vastanneista. Pankkitunnuksia oli käyttänyt 25-34 vuotiaista 70% kun taas 15-24 vuotiailla luku oli 57% luokkaa. Vertailuna esimerkiksi PayPal, jonka käyttö oli 56% tasolla 15-24 vuotiailla. 25-34 vuotiaiden PayPal käyttö oli 60% käyttöasteella. 15-34 vuotiaista noin 85% kertoi katsovansa Youtube-videoita ja yli 70% heistä oli käytössään Facebook ja yli 60% prosentilla Instagram. Facebookin tarjoamien tietojen mukaan käyttöaste 13-38 vuotiaiden

kohdalla on laskussa ja nuoret ovat siirtymässä ja siirtyneetkin muihin sosiaalisen median kanaviin, kuten juuri Instagramiin ja Snapchatiin. (STT, 2019)

Yritysten tarjoamat chatbotit ja chat-asiakaspalvelu ovat olleet aiempaa enemmän käytössä. Tämä viittaa siihen, että asioiminen mobiilisti on kehittyvä trendi.

Sosiaalinen media tarjoaa myös mahdollisuuksia mainostaa laajalle yleisölle tuotteitaan ja palveluitaan. Mainostamisella sosiaalisessa mediassa on myös omat haasteensa.

Sanomalehti Karjalainen, julkaisemassa verkkouutisessa käsitellään Sanomalehtien Liiton teettämän kyselytutkimuksen vastauksia. Tulosten mukaan 15-74 vuotiaista suomalaisista 66% vastaajista pitää sosiaalisen median mainoksia ärsyttävinä. Eniten mainontaan turhautuneita oli 15-34 vuotiaiden joukossa. (Karjalainen, 2018)

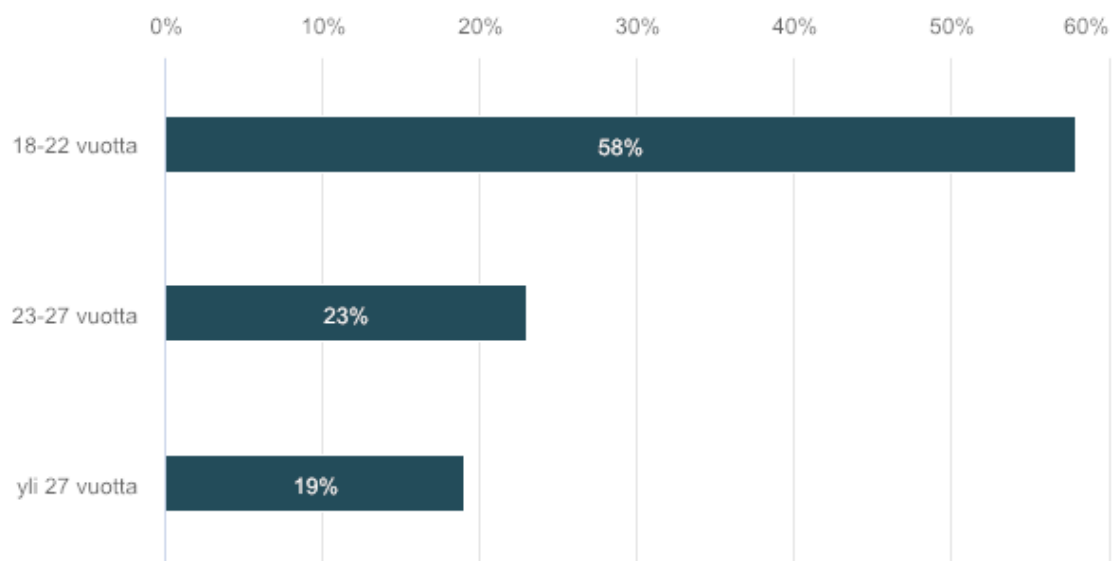
Tapaamiset kasvojen, eli niin sanotut face-to-face kohtaamiset ovat olleet ja tulevat olemaan jatkossakin tärkeässä roolissa. Etävaihtoehdot ovat erityisesti nyt koronapandemiastakin johtuen lisääntyneet ja vahvistaneet asemaansa, mutta toisaalta ihmiset kaipaavat kohdatuksi tulemistä. Kasvokkain kohdatessa ei ole sitä riskiä, että yhteys pätkei, laitteet eivät toimisi sekä asioiden selittäminen auki on helpompaa ja väärinymmärrykset vähentyvät. Suhteen muodostaminen työryhmään ja asiakkaisiin on konkreettisempaa ja luonnollisempaa. Kalifornian yliopistossa (UCLA) tehdyn tutkimuksen mukaan jopa 93% keskustelun tehokkuudesta ja vaikutuksesta syntyi sanattoman viestinnän, eli ilmeiden ja eleiden sekä kehon asennon avulla. Toisen tutkimuksen mukaan esitelmien vaikuttavuudesta 7% muodosti sanojen käyttö, 38% äänen käyttäminen ja 55% sanaton viestintä. Tämän perusteella voidaan todeta, että vaikka verkkoneuvottelussa puheluun nähden saadaankin sanattoman viestinnän elementtejä paremmin mukaan, on kasvokkain tavattaessa suuri etu kohtaamisten onnistumisen kannalta. (Heathfield, 2019)

Sähköposti on nopea ja kätevä keino tavoittaa laaja ryhmä ihmisiä ja lähes kaikilla löytyy sähköpostiosoite ja lähes jokaisessa työyhteisössä se on käytössä. Vaikka työkaluna se onkin varsin toimiva, saatamme toisinaan yliarvostaa sen tehokkuutta. Cornellin yliopiston professori Vanessa K. Bohns kirjoittaa havainneensa tutkimuksessaan, että kasvokkain tehdyt pyynnöt ja kehotukset osoittautuivat 34 kertaa tehokkaammiksi, kuin kirjallisena sähköpostina lähetetyt pyynnöt. Haastavaksi voi sähköpostia käytettäessä muodostua myös

se, että dialogi, eli keskustelu voi jäädä kankeaksi ja asioiden auki selittäminen on haastavaa. (Bohns, 2017) Pankkimaailmassa käytössä olevat verkkoviestit ovat jossain määrin toimivuudeltaan samankaltaisia. Ehdot esimerkiksi tilienmuutoksista voidaan viestittää laajalle ryhmälle samalla kertaa, mutta usein viestit saattavat jäädä asiakkaalta huomaamatta ja asiakas ymmärtää muutoksen sisällön paremmin, kun kohdatessa selitetään hänelle asia, mitä se juuri hänen tilanteessaan tarkoittaa. Toisaalta kiireisimmissä asioissa asiakkaalle usein lähetetään puhelimeen vielä tekstiviesti huomautus verkkoviestin saapumisesta.

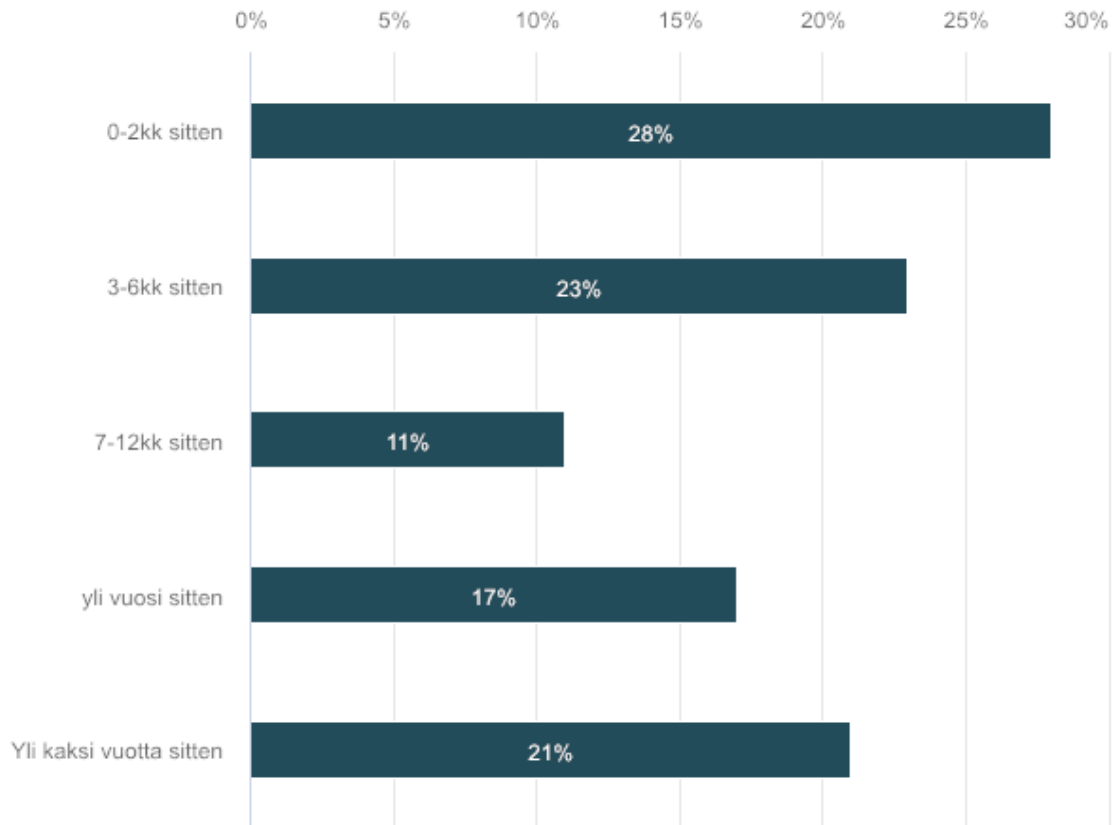
6 Tutkimustulokset

Kysely toteutettiin Hämeen ammattikorkeakoulun liiketalouden ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoille. Yli sadasta potentiaalisesta vastaajasta vastauksia antoi yhteensä 47 opiskelijaa. Vastaajista 85 % oli naisia ja 15 % miehiä. Yli puolet vastanneista oli iältään 18-22 vuotiaita. 23% vastaajista oli 23-27 vuotiaita ja loput yli 27 vuotta.



Kuva 3. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (n= 47)

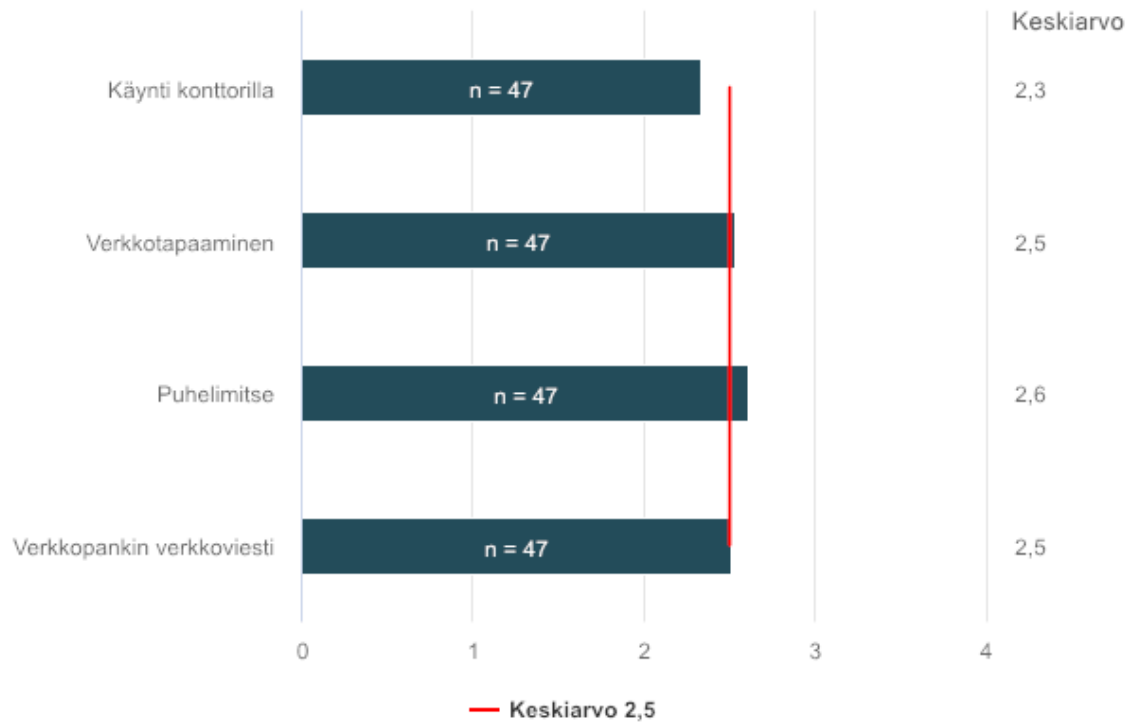
Suurta jakoa nuorten välille syntyi kysymyksessä, ”Koska sinuun ollaan oltu viimeksi yhteydessä pankista?” Vastanneista 13 kertoi, että viimeisen kahden kuukauden aikana heihin oltiin oltu yhteydessä. Kuitenkin lähes yhtä moni, 10 vastanneista ilmoitti, ettei yli kahteen vuoteen heitä oltu kontaktoitu pankin toimesta.



Kuva 4. Jakauma, milloin viimeksi pankki ollut vastaajiin yhteydessä. (n=47)

72 % kyselyyn vastanneista nuorista koki pankin kuitenkin ottavat heihin yhteyttä riittävän usein, eikä kukaan kokenut, että pankista lähestyttäisiin ainakaan liian usein. Toisaalta 28 % nuorista kertoi pankin olleen liian harvoin heihin yhteydessä. Kysyttäessä siitä, toivoisivatko vastaajat enemmän pankkien lähestyvän heitä, jakautui vastaukset todella tasan. 34 % toivoi tiiviimpää yhteydenpitoa pankilta, 38% ei toivo nykyistä enempää pankin yhteydenottoja ja 28% ei osanneet sanoa.

Kysymyksessä 6 pyydettiin vastaajia laittamaan mieluisuusjärjestykseen keinot, joilla voi asioida pankkiasioissa.



	1	2	3	4
Käynti konttorilla	34,04%	23,41%	17,02%	25,53%
Verkkotapaaminen	23,41%	25,53%	25,53%	25,53%
Puhelimitse	12,77%	34,04%	31,91%	21,28%
Verkkopankin verkkoviesti	29,79%	17,02%	25,53%	27,66%

Kuva 5. Vastaajien mielisuusjärjestys asioida pankkiasioissa (n= 47)

Eniten valintoja mieluisammaksi tavaksi sai perinteinen konttorilla käynti. Se valittiin kaikkein harvimmoin kolmanneksi vaihtoehdoksi, mutta kuitenkin neljänneksi mieluisammaksi se sai valintoja yhtäläillä, kuin toisetkin vaihtoehdot. Tämä viittaa siihen, että vastaajat joko nimenomaan haluavat tulla konttorille, tai sitten kokevat sen vähiten mieluisaksi tavaksi. Seuraavaksi eniten ykkösvalintoja kerrytti verkkoviestit. Toisaalta se oli myös kaikkein eniten valikoitunut viimeiseksi vaihtoehdoksi pankkiasioiden hoitamisessa. Selvästi vähiten valintoja mieluisammaksi tavaksi sai puhelimitse asiointi. Puhelin valittiin kuitenkin kaikkein useimmin toiseksi tai kolmanneksi mieluisammaksi tavaksi. Vastausten perusteella voidaan siis havaita puhelimitse asioimisen olevan ihan hyvä vaihtoehto, jos kyselyyn vastanneelle mieluisin tapa asioida ei ole mahdollista. Verkkotapaamisen osalta valintoja kertyi tasaisesti jokaiseen vaihtoehtoon. Vastausten perusteella voidaan hyvin havaita muiden vaihtoehtojen

herättävän selkeämpiä ja voimakkaampia mielipiteitä. Verkkotapaaminen yhdistää elementtejä sekä puhelin- että kasvokkain asioinnista mikä ymmärrettävästi saa vastaajissa aikaan sen, että se koetaan vaihtoehtona muita neutraalimmaksi.

Kysyttäessä nuorilta, kuinka hyvin he itse kokevat tuntevansa pankkien tarjoamia säästämisenpalveluita, vain 4 % vastaajista kertoi tuntevansa ne hyvin. Kysymykseen sai valita 1-5 väliltä, kuinka hyvin tuntee säästämisenpalveluita, numeron 1 edustaessa heikkoa tietämystä ja 5 vahvaa. Asteikolla 1-5, vastanneiden keskiarvoksi muodostui 2,68 mediaanin ollessa 3.

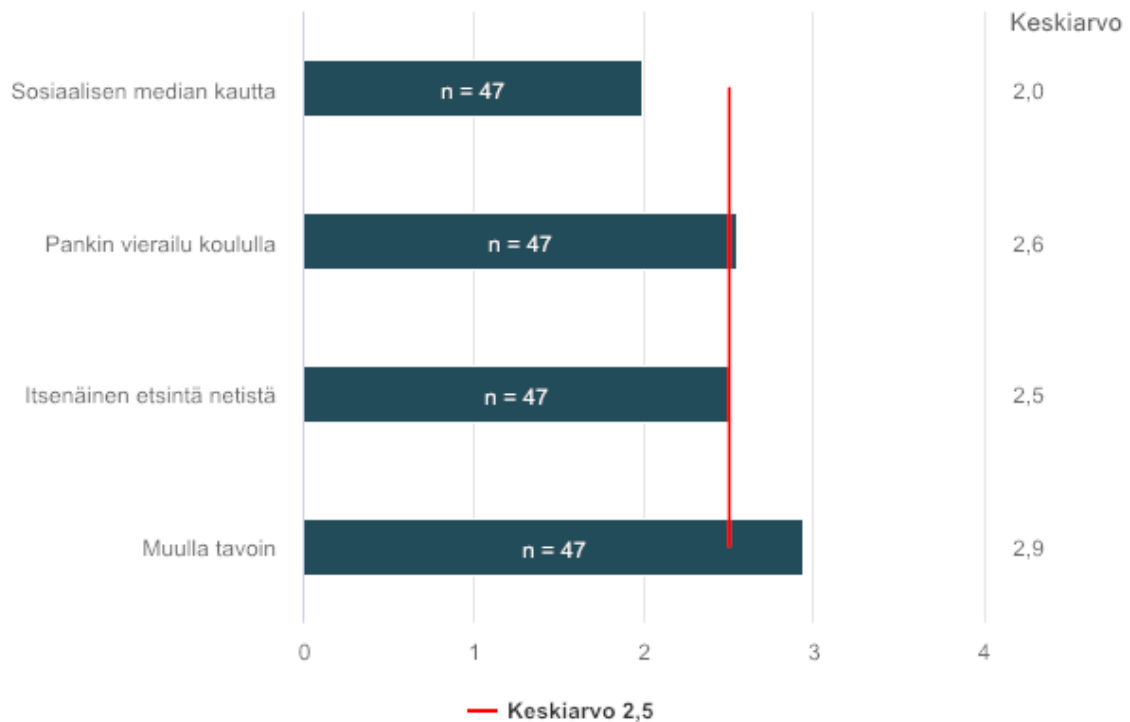


	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
1=heikko tietämys, 5=tunnen palvelut	12,77%	34,04%	29,79%	19,15%	4,25%	2,68	3

Kuva 6. Pankin tarjoamien säästämisenpalveluiden tietämystaso vastaajien kesken. (n=47)

Vastausten perusteella voidaan havaita, että kyseisten nuorten keskuudessa on selvästi mahdollisuutta kehittää tietämyksen tasoa liittyen säästämiseen, vaikka lähes 20 % vastanneista ilmoittaakin tietoisuutensa olevan melko hyvällä tasolla.

Kysymyksessä 8 pyydettiin vastaajia järjestämään vaihtoehdot siten, miten mieluiten haluaisi saada lisää tietoa pankin palveluista. Selvästi parhaimmaksi vaihtoehdoksi muodostui tiedon saaminen sosiaalisen median kautta. Yhteensä 40 % nuorista koki sen vaihtoehtona ylitse muiden. Itsenäinen tiedon hankinta netistä koettiin kokonaisuudessaan toiseksi mieluisimmaksi vaihtoehdoksi, mutta pankin kouluvierailut valittiin eniten toiseksi parhaaksi tavaksi tiedon saannille. Kouluvierailut jakoivat enemmän mielipiteitä mielekkyydessä kuin itsenäinen etsiminen ja se valittiin itsenäistä etsimistä useammin viimeiseksi vaihtoehdoksi. Tästä syystä kokonaisuudessaan netistä itse etsiminen valikoitui toiseksi. Muut tavat jäivät keinona viimeiseksi.

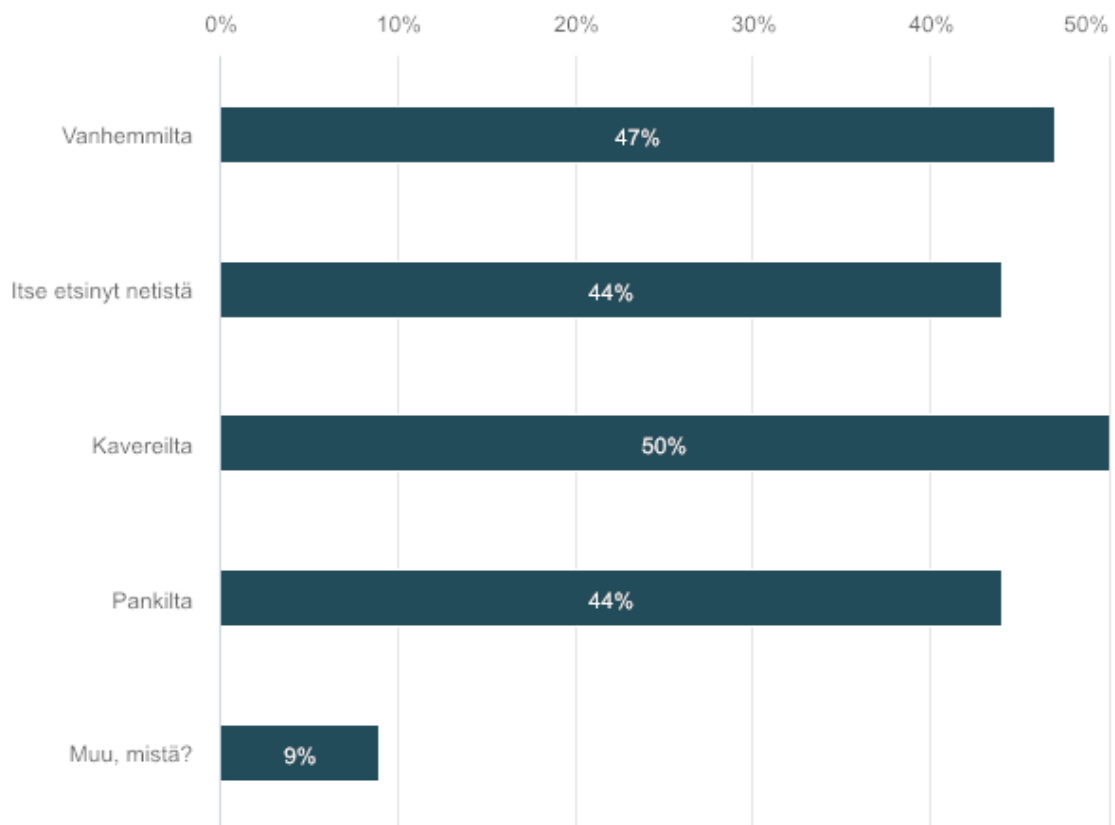


	1	2	3	4
Sosiaalisen median kautta	40,42%	29,79%	19,15%	10,64%
Pankin vierailu koululla	19,15%	34,04%	19,15%	27,66%
Itsenäinen etsintä netistä	19,15%	25,53%	40,43%	14,89%
Muulla tavoin	21,27%	10,64%	21,28%	46,81%

Kuva 7. Mieluisin tapa saada lisätietoa pankin palveluista (n=47)

Kyselyn kohdassa 9 kysyttiin, onko ASP-tili nuorelle entuudestaan tuttu asia. 68 % vastaajista kertoi aiemmin kuulleensa siitä, mutta 32 % aihe oli vieras. Kysymys numero 10. vastausten mukaan tästä 32% noin puolet vastasivat, että haluaisivat kuulla ASP-järjestelmästä varsin mieluusti enemmän. Aiheesta lisätiedon saamiseen 20 % vastasi, ettei ole kovin kiinnostunut. Todella kiinnostuneiden, neutraalisti suhtautuvien ja ei kiinnostuneiden välille jakautuivat loput mielipiteet varsin tasaisesti. Tällä perusteella voidaan todeta, että vastanneiden keskuudessa lisätietämys ASP-järjestelmää kohtaan on tervetullutta tietoa.

Kohdassa 11 käytiin läpi, mitä kautta nuoret, joille asuntopalkkiojärjestelmä oli entuudestaan tuttu, olivat he tietonsa saaneet kyseisestä aiheesta. Vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti vaihtoehtojen kesken. Kaikkein useimmin nuori oli kuullut ASP-säästämisestä kavereiltaan tai vanhemmiltaan. Lähes yhtä usein vastaajat olivat saaneet tietoa suoraan pankilta tai etsineet itse sitä verkosta. Muutama vastaaja kertoi myös saaneensa tietoa joltain muulta perheenjäseneltä tai seurustelukumppanilta ja sosiaalisesta mediasta oli yhdelle vastaajista tullut ASP-mainos vastaan. Selvänä yhtäläisyytenä vastauksista voidaan havaita lähipiirin vaikutus sekä myös pankin oma aktiivisuus ASP-järjestelmän tutuksi tuojana.

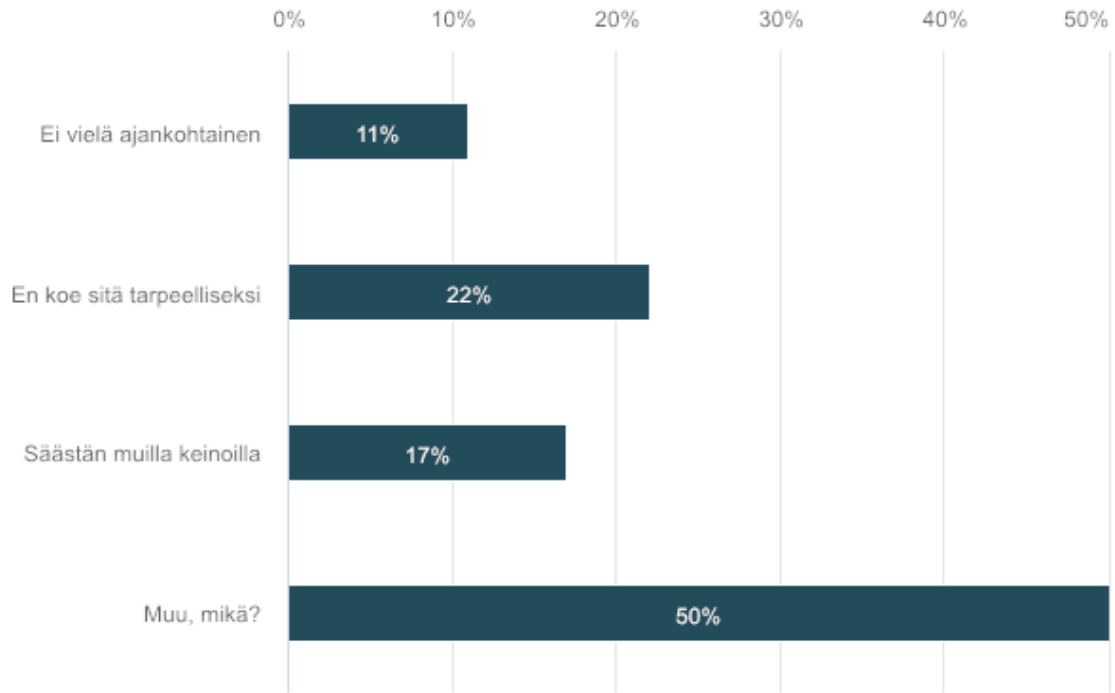


	n	Prosentti
Vanhemmilta	15	46,88%
Itse etsinyt netistä	14	43,75%
Kavereilta	16	50%
Pankilta	14	43,75%
Muu, mistä?	3	9,38%

Kuva 8. Mistä nuoret ovat kuulleet ASP-tilistä (n=32)

Kysyttäessä nuorilta, joille ASP-säästäminen oli entuudestaan asiana tuttu, onko hänellä itsellään ASP-tili käytössä, 56 % vastasi, ettei ole. 35 % kysymykseen vastanneista on ASP-tili ja 9 % on aiemmin ollut. Opiskelijoista, joilla joko on tai on ollut ASP-tili, 93 % prosenttia suositteli sen käyttöönottoa muillekin. Perusteina usein toistui sen helppous ja järkevyyks keinona säästää rahaa ensimmäistä asuntoa varten. Sen koettiin tuovan helpotusta tulevaisuutta ajatellen ja valtion takaama laina mainittiin myös sen puolestapuhujana. Toisaalta 7% kysymykseen vastanneista koki, että on muitakin tapoja säästää.

Edellä mainitut 56 % vastaajista, joille ASP oli tuttu, mutta ASP-tiliä ei ollut vielä avannut, vastasivat kysymykseen, miksei ole vielä avannut ASP-tiliä. 11 % heistä ei kokenut sen olevan vielä ajankohtaista ja 22 % ei koe sitä olleenkaan tarpeelliseksi. 17 % prosenttia kertoi säästävänsä muilla keinolla ja puolet valitsivat muun syyn. Muutama muun syyn valinneista kertoi jo saaneensa lainan muuta kautta asuntoonsa tai olleensa iältään jo asuntosäästöpalkkiolaissa määritellyn 39 ikävuoden yli. Selkeästi toistuvien syy oli kuitenkin se, että vastaaja kertoo, ettei ole vain saanut aikaiseksi hoitaa asiaa kuntoon.



Kuva 9. Syy ASP-tilin käyttämättömyyteen (n=18)

Edelliseen kysymykseen vastanneista yli 42 % pitävät mahdollisena, että tulevaisuudessa avaavat ASP-tilin. 27 % pitävät sitä epätodennäköisenä ja hiivenen yli 30% heistä aikoo sen avata käyttöön.

Vastaajat, joilla on tai on ollut ASP-tili käytössä, 70 % kertoi ASP-järjestelmästä olevan selkeää tai merkittävää hyötyä. Loput 30 % näistä opiskelijoista kokivat sen tarjoavan vain jonkin verran hyötyä tai eivät osanneet sanoa.

Taulukko 1: ASP- järjestelmän hyöty (n=14)

	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
1=Vähäistä hyötyä, 3= En osaa sanoa, 5=Suuri hyöty	0%	14,29%	14,29%	35,71%	35,71%	3,93	4

7 Aikaisemmat tutkimukset ja asiantuntijoiden kokemukset

ASP-järjestelmä on opinnäytetyön aiheena melko tutkittu teema. Monissa tutkimuksissa on pyritty mittaamaan nuorten tietoisuutta ASP-tiliä kohtaan, tai verrattu sen kannattavuutta säästämisen keinona muihin pankin tarjoamiin vaihtoehtoihin säästötapoihin. Vaikka tässä tutkimuksessa yhtenä teemana onkin kartoittaa nuorten tietoisuuden tasoa ASP:stä, on siinä uutena näkökulmana myös kehittämisen kiintopisteet. Kyselyn avulla on pyrkimys löytää nuorten näkemyksiä siitä, miten he kokevat pankkiasiat ja kuinka he itse toivovat tulevansa kontaktoiduiksi pankin puolelta. Hämeen Ammattikorkeakoulun liiketalouden alan ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoiden vastausten perusteella saadaan ASP-tilin tunnettuuden tasosta alueellista tietoa. Tätä tietoa voidaan verrata aiempiin tutkimuksiin ja näin peilata alueellisia eroavaisuuksia ja lisäksi löytää yhteneviä suuntauksia. Yksi vertailun kohteena olevista opinnäytetöistä on Milana Lindstenin tutkimus vuodelta 2018.

Työssään *Lukiolaisten tietoisuus ASP-säästämisestä ja sen eduista ensiasunnon hankinnassa*, Lindsten tutkii Tikkurilan alueen lukiolaisten tietoisuutta ASP-säästämisestä. Verrattaessa Lindstenin tutkimuksen lukiolaisiin vastaajiin, tämän tutkimuksen kyselyn vastaajien joukossa tietämys ASP-säästämisestä on korkeammalla tasolla. Lindstenin kyselyyn vastanneet nuoret ovat pääosin 16-18 vuotiaita ja heistä 27 % oli aiemmin kuullut ASP-järjestelmästä. Tämän työn kyselyn vastaajat ovat pääosin 18-27 vuotiaita ja heidän kesken ASP-tietoisuus oli 68 % luokkaa. Kuten aiemmin tässä tutkimuksessa käytiinkin läpi ASP-lainakannan kehittymistä ja ASP-säästämisen lisääntymistä, voidaan pitää perusteltuna, että yleinen tietoisuus ASP-järjestelmää kohden on kasvanut myös näiden kahden vuoden aikana, jotka ovat tämän ja Lindstenin työn välissä kuluneet. Oma vaikutuksensa on varmasti silläkin, että ensiasunnon hankkiminen tulee iän myötä aiempaa ajankohtaisemmaksi. Kyselyiden tuloksista on myös nähtävissä, että tämän tutkimuksen vastaajista moni kertoi saaneensa tietoa ASP-säästämisestä suoraan pankilta. Pankin asiakkaiden täyttäessä 18 vuotta, he saavat kutsun pankin tapaamiseen, jossa käydään läpi pankin palveluita ja nuori saa alkaa hoitamaan itse omia asioitaan ja päättää esimerkiksi tiliensä käyttöoikeuksista, jääkö vanhemmille tilioikeus. Näiden tapaamisten yhteydessä usein otetaan puheeksi ASP-säästäminen. Tämä seikka varmasti vaikuttaa siihen, että Lindstenin kyselyyn osallistuneista monen ollessa alaikäinen,

täysi-ikäisten korkeakouluopiskelijoiden tietämys aiheesta on korkeammalla tasolla.
(Lindsten, 2018, s. 18)

Lindstenin kyselyyn osallistuneista lukiolaisista 10 % kertoo, että heillä on ASP-tili käytössään. Vastaava tilasto Hämeen ammattikorkeakoulun liiketalouden ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoiden keskuudessa, jotka vastasivat kyselyyn, oli 35% ja 9% oli joskus ollut ASP-tili muttei enää. Ero on selkeä ja huomattava, mutta tähän varmasti vaikuttaa se, että alaikäisen on ASP-tilille säästettävä vain omia tuloja, kuten palkkaa. Tästä syystä alaikäisten käyttöaste on usein vähäistä ASP-säästämässä. Toisin ajateltuna, onko täysi-ikäisillä opiskelijoilla verrattain harvalla käytössään ASP-tili, vaikka tietoisuutta olisikin karttunut. (YLE, 2019)

Moni toisen asteen opiskelija asuu vielä kotona vanhempien luona. Nazila Sharifin vuonna 2019 tehdyssä opinnäytetyössä pohditaan jonkin verran säästämisen aloittamisen järkevyyttä jo silloin, kun nuoren ei välttämättä tarvitse vielä osallistua tai hoitaa asumisen kustannuksia. Vanhempien luona asuminen tarjoaa nuorelle mahdollisuuden siirtää tulojaan säästöön ja näin jo varhaisessa vaiheessa alkaa syntyä tuottoa varoille. Itsenäistymisen kynnyksellä nuori alkaa luonnollisestikin ottamaan elämästään aiempaa enemmän vastuuta ja yksi suuri osa-alue siitä on juuri oma taloudenhallinta. (Sharifi, 2019, s. 8) Tässä tutkimuksessa ei tarkastella niinkään tätä siirtymävaihetta, mutta yhtäläisenä huomiona toistuu se, miten tärkeää on lisätä nuorten tietoisuutta pankkien tarjoamista palveluista, erityisesti säästämisen tuotteista. On oletettavaa, että nuorten siirtymävaihe itsenäistyttäessä olisi helpompaa ja hedelmällisempää, jos heillä olisi taloustietämystä ja suunnitelmallisuutta varojen käyttämisestä sekä säästämistä kohtaan.

Vuonna 2013 ilmestyneen Armend Abazin opinnäytetyön *Asuntosäästöpalkkiojärjestelmä (ASP) nuorten keskuudessa* -tutkimustulosten perusteella voidaan havaita, että ASP-järjestelmän tunnettuudessa on parannettavaa nuorten keskuudessa. ASP-lainan lisääntynyt käyttöaste toki todistaa siitä, että järjestelmä on tullut tutummaksi nuorille vuosien edetessä, mutta samat syyt vaikuttaisi yhä olevan esteenä nuorten asuntosäästämislle. Vajavainen tietämys säästämisen kannattavuudesta ja se, ettei koeta asiaa vielä ajankohtaiseksi, viivyttävät monen nuoren aloitusta säästämään tulevan asunnon varalle. Abazin tutkimuksessa on huomioitavaa, kuinka eri elämäntilanteet ja eri koulutus vaikuttavat

suhtautumiseen ja tietoisuuteen ASP-säästämistä kohtaan. Selvästi tietoisuus ASP-järjestelmää kohtaan oli suurempaa niiden haastateltavien kesken, joiden koulutus liittyi talouteen. Vaikka Abazin haastateltavat kaikki suhtautuivat positiivisesti asuntosäästöpalkkiojärjestelmää kohtaan, oli suhtautuminen varovaisempaa työssäkäyvien keskuudessa, kuin opiskelijoiden. Tässä tutkimuksessa kysely ja aineistonkeruu on keskitetty opiskelijoihin, joten tarkastelu ei ole aivan niin laajalta näkökulmalta syntyvää, mutta toisaalta tarkempaa juuri opiskelevien nuorten osalta. Havainnot ovat pitkälti kuitenkin samoja tulosten mukaan. Edelleen on tärkeää edistää nuorten tietoisuutta talousasioihin ja erityisesti säästämiseen. (Abazi, 2013)

Taloudellisen tiedotustoimiston vuonna 2018 tehdyn tutkimuksen mukaan yläkoululaisista ja toisen asteen opiskelijoista, joita kyselyyn vastasi yhteensä 648 nuorta, 76% totesi halunsa parantaa omaa talousosaamistaan. Samaisen tutkimuksen mukaan lähes puolella näistä nuorista on säästöjä tai sijoituksia ja 57% vastanneista nuorista kertoi olevansa kiinnostunut talousasioista. 68% opiskelijoista ilmoitti, että haluaisi taloustietojen opettamisen koulussa tulevan pakolliseksi. (Eduskunta, 2019) Tietoisuuden lisääminen taloushallinnan asioissa jo varhaisessa vaiheessa nuoren elämää, koetaan siis hyvin merkittäväksi ja oleelliseksi. Kun ymmärrys ja kiinnostus talousasioita kohtaan lisääntyy, varmasti myös asuntosäästäminen koetaan ajankohtaisemmaksi yhä varhaisemmassa vaiheessa nuorten keskuudessa. Säästämässä on kuitenkin kyse tulevaisuuteen varautumisesta ja sen rakentamisesta sekä mahdollistamisesta. (Nordea, n.d.)

Tässä osiossa tutkaillaan kahden Etelä-Hämeen Osuuspankissa työskentelevän toimihenkilön näkemyksiä ja kokemuksia liittyen nuorten aikuisten asiointiin pankissa. Molemmat haastateltavista toimivat pankin päivittäispalveluissa, toinen asiakkuusneuvojana ja toinen asiakkuusasiiantuntijana.

Päivittäisissä pankkipalveluissa työskentelevät toimihenkilöt kohtaavat paljon nuoria työssään, siksi juuri kyseiset henkilöt valikoituivat haastatteluun. Etelä-Hämeen Osuuspankin päivittäisryhmän työkuvana on palvella asiakkaitaan arkisissa pankkiasioissa, kuten

asiakkuuksien ja tilien avaamisessa, pankkikorttien tilaamisessa sekä neuvonnassa vaikkapa laskujen ja verkkopankkitunnusten saralla. (OP, n.d.)

Haastateltavat kertoivat keskimäärin kohtaavansa asiakkaita 3-4 tapaamisen verran päivittäin. Tapaamisia pidetään verkkoneuvotteluina, puhelimitse ja kasvotusten konttorilla. Lisäksi työntekijöillä on soittopäiviä, jolloin asiakaskohtaamisia on useampia. Soittojen tavoitteena on saada asiakkaiden palvelut kartoitettua ja läpikäytyä niin, että asiakkaalla on juuri hänelle parhaat mahdolliset palvelut käytössä. Jos keskustelun aikana herää kehityskohtia, varataan mieluusti aika pankkiin tapaamista varten tai hoidetaan asia suoraan puhelimesta. Kuukaudet vaihtelevat, mutta keskimäärin 18-30 vuotiaiden asiakastapaamisia on noin 10 kappaletta kuukautta kohden, joista suurin osa on 18 vuotta täyttäneiden huoltoja. Näiden kohtaamisten tavoitteena on päivittää nuoren palvelut, sillä hän saa itse alkaa päättämään raha-asioistaan enemmän ja päättää esimerkiksi, saako vanhemmille jäädä tiliinsä käyttöoikeus. Lisäksi nuori saa avata uusia palveluita ja saa arvokasta neuvontaa pankkiasioihin, esimerkiksi ASP-säästämiseen ja opintolainaan sekä pankkikortin käyttöön.

Omien työuriensa aikana molemmat toimihenkilöt ovat huomanneet kehityksen siinä, miten nuorten kiinnostus vuosien edetessä on lisääntynyt erityisesti säästämisen ja sijoittamisen palveluihin. Nuoret ovat entistä tietoisempia edellä mainituista aiheista ja muutenkin kiinnostus pankkiasioihin on vahvistunut. Asiointi verkossa ja digitaalisten palveluiden käyttö on nuorilla hyvin hallussa ja pankin tarjoamat mobiilisovellukset ovat nostaneet suosiotaan. Toisaalta monet tutkimuksen kohderyhmään iältään kuuluvista asiakkaista, ovat kokeneet tärkeäksi asioinnin paikan päällä konttorissa. Myös pankkiuskollisuutta on havaittavissa, kun asiakas on muuttanut toisaalle opiskelemaan, on moni halunnut jättää asiakkuuden voimaan kotipaikkakuntansa konttoriin.

Kysymysten kautta ilmeni myös, että nuorten keskuudessa tietämys omista pankkiasioista saattaa vaihdella todella paljon. Osa 18 vuotishuoltoon tulevista asiakkaista on hyvin perillä omasta tilanteestaan, toisten nuorten osalla taas tukeutuminen omien vanhempien tietämykseen on suurempaa. Yleisesti voidaan kuitenkin todeta, että suurimmalla osalla nuorista on verkkopankki ja pankkikortti käytössään ennen kyseisiä 18 vuotishuoltoja. Nostona toinen virkailija mainitsi sosiaalisen median tärkeyden. Kanavana se on sellainen, joka tavoittaa nuoret ja sitä kautta tietoisuus pankkiasioista kasvaa ja kiinnostus pääsisi

heräämään. Aikuisuuteen kasvavilla riittää monesti kiinnostusta pankin tarjoihin peruspalveluihin, mutta tapaamisissa joskus haasteeksi on syntynyt se, että keskusteltaessa syvemmistä aiheista, kiinnostus ja hyödyn ymmärrys saattaa heiketä. Kun verkkopankki ja kortti toimivat, joutuu joidenkin asiakkaiden kanssa tehdä enemmän työtä, että nuori ymmärtää säästämisen ja vakuutuksien merkityksen ja sen, että tulevaisuuteen kannattaa varautua. Kun asiakkaalle tulee vähän ikää ja elämän vaiheet muuttuvat, niin muuttuu myös asiakastapaamisten kulku. Esimerkiksi 25-vuotiaan asiakkaan kanssa lähinnä päivitetään palvelut ajan tasalle ja viimeistään aloitetaan säästäminen. Tässä iässä asiakas aiempaa todennäköisemmin kokee asuntosäästämisen ja lainan ottamisen ajankohtaisemmaksi. Lisäksi vakuutusten kilpailutus alkaa kiinnostamaan, kun nuorisovakuutukset ja vanhempien hankkimat vakuutukset alkavat pian päätymään.

Molemmilla pankkityön ammattilaisilla on yhtenevä näkemys siitä, että pankin palveluiden tunnetuksi tekeminen nuorten keskuudessa on erittäin tärkeää. Nuorten tietoisuuden lisääminen voisi auttaa avaamaan palveluita yhä varhaisemmassa vaiheessa heille. Näin tapahtuessa asiakkaan saama hyöty konkretisoituisi aiempaa varhaisemmin, esimerkiksi säästämisen tuotteissa lisävaroja olisi kerennyt kertyä aikuisuuteen siirryttäessä. Sosiaalisen median hyödyntäminen ja mainonnan lisääminen kyseisissä palveluissa olisi omiaan kasvattamaan pankin tunnettuutta ja herättäisi asiakkaan mielenkiinnon. Instagram mainittiin hyvänä kanavana kohdentaa mainontaa ja siihen Etelä-Hämeen Osuuspankki onkin jo ryhtynyt. Paikkakuntien tapahtumissa vaikuttaminen ja esilläolo sekä kouluvierailut olivat myös teemoja, joita ei tule unohtaa. Konkreettiset kohtaamiset ja pankin tutuksi tekeminen sekä paikallinen vaikuttaminen ovat arvoja, jotka koetaan tärkeiksi ja merkityksellisiksi.

Haastateltavat eivät kokeneet nuorten tavoittamista sen hankalammaksi kuin muitakaan asiakasryhmiä. Soittamalla ei tosin heitä aina saa kiinni, eikä keskustelu puhelimesa ole aina niin hedelmällistä, sillä mielenkiinto voi olla vaikea herättää. Pankin verkkoviestit ja tekstiviestit toimivat hyvänä tapana saada nuoret aikuiset nopeasti kiinni ja soitto tekstiviestissä sovittuun aikaan onnistuu usein hyvin. Lisäksi verkkoneuvottelut ovat toimineet sujuvasti, eikä niissä tapaamisissa ole ollut juurikaan haasteita. Ajanvaraus tapaamiseen tulee usein pankin aloitteesta. Pankin järjestelmän soittolistoille nousee asiakkaita, jotka ovat täyttämässä kriittisiä iäkiä aikuisuuden kynnyksellä ja sen jälkeen. Useimmiten asiakkaat haluavat saapua konttoriin tapaamista varten, mutta kevyemmän

asian voi monesti käydä läpi puhelimitsekin. Asiakkaan elämäntilanne ja tarpeet käydään kohtaamisissa läpi. Tällaisessa kartoituksessa voidaan paremmin hahmottaa, mistä palveluista olisi kyseiselle asiakkaalle hyötyä ja tulisiko vanhoja palveluita päivittää. Näin pankkialan ammattilainen voi tarjota jokaisen omiin tarpeisiin sopeutuvia ratkaisuja. Tapaamisten jälkeen kirjataan asiakkaan tietoihin läpikäytyt asiat ja monesti sovitaan jatkosta. Joissain tilanteissa asiakas saattaa jäädä vielä miettimään vaikkapa luottokortin hankintaa, tällöin voidaan palata soittamalla perästäpäin asiakkaalle. Kohtaamisen jälkeen asiakas saa tekstiviestillä puhelimeensa palautekyselyn. Näin varmistetaan neuvotteluiden laatu ja samalla kehitetään toimintaa entistä paremmaksi.

ASP-tilin tunnettuus tutkimuksen kohderyhmäläisten ikäisten kesken vaihtelee. Lukiolaisista osa on tietoisia ASP-säästämisestä, mutta ammattikoululaisten keskuudessa tietämys on ollut hivenen heikompaa. Moni tässä iässä olevista, joille asia on tuttu, on saattanut kuulla aiheesta, kun vanhemmalle sisarukselle on aiemmin avattu ASP-tili. Ammattikorke- ja yliopisto-opiskelijoiden sekä työssä olevien nuorten keskuudessa tuntemus on selkeästi vahvempaa, ja he ovatkin itse usein yhteydessä pankkiin ASP-tilin avaamista varten. Useimmiten asiakastapaamisessa syynä ASP-säästämisen aloittamatta jättämiselle on se, että nuori ei vielä ole työssä tai ei muuten ole mahdollisuutta säästää ASP-tilille varoja. Neuvottelussa on ollut tapana näissä tilanteissa, että virkailija sopii olevansa yhteydessä myöhemmin, jos vaikka tilanne asiakkaan elämässä on muuttunut. Jotta hyöty olisi mahdollisimman suuri asiakkaalle, kannattaa ASP-tili avata silloin, kun hän pystyy kuukausittain säästämään rahaa. Näin korkohyöty on paras mahdollinen, sillä viideltä ensimmäiseltä säästämisvuodelta saa lisäkorkoa.

Yli puolet niistä nuorista, joilla on mahdollisuus säästää varoja sivuun, aloittaa tapaamisten tuloksena jonkin säästämisen muodon, esimerkiksi rahasto- tai tilisäästämisen. Keskimäärin noin puolet potentiaalisista ASP-säästäjistä avaa ASP-tilin. Verrattain harvalla haastateltavien kohtaamilla nuorilla kuitenkin on kyseinen tili käytössään. Viikot ja kuukaudet ovat monesti kovin erilaisia, mutta keskimäärin asiakasneuvottelujen seurauksena molemmat vastaajat kertoivat avaavansa noin 5 ASP-tiliä kuukausittain. Heistä kumpainenkin suosittelee asuntosäästöpalkkiotilin avaamista erittäin lämpimästi. Heidän mielestään tilin avulla on helppoa säästää, eikä se sido asiakasta ja ASP-järjestelmän apu tukee merkittävästi ensiasunnon hankintaa.

8 Yhteenveto ja johtopäätökset

Asiakassuhteen johtamisessa on huomioitava ja tunnistettava nykyisten asiakkaiden tarpeet sekä havaittava potentiaalisten uusien asiakkaiden kiinnostuskohdat. Segmentoimalla asiakkaat voidaan entistä paremmin kohdistaa toimenpiteet ja markkinointi halutulla tavalla. Hallitsemalla asiakkuuksia kypsällä tavalla voidaan luoda uusia ja vahvistaa vanhoja asiakkuuksia. Rakentamalla mielikuvaa toiminnasta haluttuun suuntaan ja kehittämällä olemassa olevaa palvelua, voidaan saada positiivisia tuloksia. Kuitenkin kun puhutaan nuorista aikuisista, voi kilpailu olla kovaa pankkien kesken kyseisistä asiakkuuksista. Mitä varhaisemmassa vaiheessa saat rakennettua asiakkaaseen kestävä ja kannattavan suhteen, sen varmemmin asiakas myös pysyy asiakkaana. Puhuttaessa ASP-tilistä ja varsinkin aikanaan ASP-lainasta, jokainen pankki varmasti toivoo saavansa olla myöntämässä asiakkaalleen kyseisen lainan, eikä niin, että nuori löytääkin itsensä toisesta tahosta hankkiessaan ensiasuntoaan. Usein asuntoa hankittaessa kilpailutetaan lainatarjouksia pankkien kesken ja monesti koko asiakkuus siirtyy siihen pankkiin, jolla on tarjota paras mahdollinen laina asiakkaan kannalta. Siksi ASP-tilin avaaminen nuorelle edesauttaa häntä pysymään pankkinsa asiakkaana ja suhde omaan pankkiin vahvistuu. Uskolliset asiakkaat, jotka ovat potentiaalisia lainanottajia ovat haluttuja asiakkaita pankeille.

Opiskelijoille järjestettyyn kyselyyn vastauksia kertyi vain noin puolet potentiaalista. Se on fakta, joka on huomioitava, ettei 47 vastauksen perusteella voida tehdä suuria johtopäätöksiä, mutta kuitenkin vastaukset ovat suuntaa antavia. Lisää luotettavuutta kyselyn tuloksiin kuitenkin tuo niiden yhtäläisyys ja samankaltaiset vastaukset. Esimerkiksi opiskelijat, joille aihe oli tuttu, mutta eivät olleet vielä avanneet ASP-tiliä, puolet kertoivat syykseen sen, etteivät ole vain vielä saaneet sitä aikaiseksi. Vastausten pohjalta voidaan havaita, että kyseisten opiskelijoiden tuntemus säästämisen palveluista on rajallista. Mielenkiintoista kyllä suurin osa heistä koki pankin olevan heihin tarpeeksi usein yhteydessä. Moni vastaajista kertoi myös löytäneen tietoa ASP-säästämisestä lähipiiriltä kuulemisen lisäksi itse netistä etsimällä. Sosiaalisen median kautta lisätiedon saaminen pankin palveluista koettiin kaikkein mielekkäimmäksi tavaksi.

Toiseksi mielekkäämmäksi koettiin pankin kouluvierailut. Samoja seikkoja nousi esille myös pankin työntekijöiden haastattelussa, jossa he kertoivat sosiaalisessa mediassa esillä olon ja mainostamisen puhuttelevan ja tavoittavan nuoret heille luonnollisella tavalla. Toinen heidän nostama asia olikin juuri tunne siitä, että kouluvierailuilla ja kaupungin tapahtumissa aktiivinen mukana oleminen ovat juuri niitä paikkoja, joissa pankki voi kohdata asiakkaita konttorin ulkopuolellakin. Kun otetaan huomioon se, että Etelä-Hämeen Osuuspankki on panostanut nyt aiempaa enemmän Instagramissa vaikuttamiseen ja mainontaan, on pankki tekemässä oikeita valintoja, puhuttaessa nuorten tavoittamisesta ja sen edistämisestä. Oman haasteensa tähän kuitenkin tuo se, että juuri nuorten aikuisten keskuudessa on eniten koettu negatiivisena somen mainokset ja niiden jatkuva tulva.

On myös pohdittava sitä, että mikä on seuraava sovelluskanava, missä nuoret viettävät aikaansa. Nuorten vähentynyt Facebookin käyttö ja sieltä siirtyminen Instagramiin voi mahdollisesti olla jatkuva trendi, eli on mahdollista, että Instagramista aikanaan siirrytään taas seuraavaan kanavaan. Olisi siis tärkeää olla aktiivisena siellä, missä juuri sillä hetkellä on ryminää, jottei käy niin, että pankki herää pari vuotta jäljessä kohdentamaan mainontaa potentiaalisille kohderyhmäläisille, jotka eivät enää olekaan aktiivisina sovelluksessa. Mainonnan suuri määrä ja siihen turhautuminen myös tarkoittaa sitä, että palveluun ladattavaan materiaaliin tulee panostaa ja sen on oltava tarpeeksi laadukasta, jotta se herättää huomion. On myös hyväksyttävä tietyllä tapaa sekin, että ilmiöt nuorten keskuudessa vaihtuvat nopealla tahdilla ja on kenties parempi keskittyä vain tiettyihin somekanaviin ja toteuttaa sisällön tekeminen niihin laadukkaasti resurssien puitteissa, eikä vain roiskia jotain TikTokia Snapchattiin.

Lindstenin tutkimuksessa kartoitettiin lukiolaisten tietoisuuden tasoa ASP-säästämisestä ja tässä työssä keskityttiin ammattikorkeakoulun opiskelijoihin. Kun vertaa näissä tutkimuksissa saatuja tuloksia kahden Osuuspankin työntekijän aitoihin kokemuksiin, voidaan todeta, että kyselyiden tulokset ovat niihin nähden linjassa. Näiden pankkialan ammattilaisten mukaan nuorten tietämys ASP-tiliä kohtaan on korkeakouluopiskelijoiden ikäisten keskuudessa paljon suurempaa kuin lukioikäisillä. Lisäksi nuoren aikuisen lähestyessä elämän tilannetta, jossa opintojen jälkeen ollaan siirtymässä kohti työelämää ja asunnon ja perheen hankkiminen ovat ajankohtaisempia, herää myös mielenkiinto pankin säästämispalveluita kohtaan. On siis luonnollista että, juuri täysi-ikäiseksi tulleella ei kenties samalla tavoin vielä

ole pohdinnassa ensiasunnon hankkiminen, verrattuna muutaman vuoden vanhempaan aikuiseen. Tästä huolimatta tietoisuuden levittäminen on tärkeää, jotta nuoret voivat jo aikaisessa vaiheessa suunnitella ja miettiä itselleen sopivia tapoja säästää tulevan varalle. Kuten 2018 vuonna toteutetun taloudellisen tiedotustutkimuksen kysely osoitti, koululaisista selvästi yli puolet halusivat taloustietojen opettamisen tulevan kouluissa pakolliseksi. Panostamalla näihin asioihin, tulevilla sukupolvilla olisi jo hyvissä ajoin osaamista ja ymmärrystä talouselämän hallinnasta ja säästämisestä tulisi useammalla elämäntapa.

Tutkimustuloksissa opiskelijoiden suosikiksi asioida pankin kanssa, osoittautui fyysinen käynti konttorilla. Elämän isoja ja tärkeitä asioita suunnitellessa ja tehdessä on varmasti helpompi tehdä valintoja alan ammattiosaajan läsnäolossa. Asiakas saa heti vastauksia kysymyksiinsä ja monelle merkitsee paljon se, että saa keskustella asiasta aidon ihmisen kanssa. Tuloksiin kuitenkin tulee jättää pieni mahdollisuus myös sille, että koronapandemian takia etenkin opiskelijoiden osalla on käynyt niin, että kontaktitunnit ovat vaihtuneet etäopiskeluun. Tämä saattaa vaikuttaa opiskelijan vastauksiin siten, että erityisesti tänä aikana ihminen kaipaisi enemmän niin sanotusti ihmisten ilmoilla olemista ja siksi konttorilla käynti sai paljon kannatusta. Toisinpäin ajateltuna, voidaan pohtia, olisiko esimerkiksi verkkoneuvottelua pidetty enemmän arvossa, mikäli vastanneiden koulupäivät eivät olisi verkossa pidettäviä, esimerkkinä Microsoft Teams sovellus, jonka kautta opettaja luennoi. Kuitenkin on syytä uskoa, että konttorilla asiointi on paras vaihtoehto kyselyyn vastanneiden mielestä. Kahden Osuuspankin työntekijän näkökulmasta ja pohdinnoista voidaan myös saada johtopäätelmiä, että nuoret arvostavat mobiilipalveluita ja sitä, että voi nopeasti itse muutamalla näppäilyllä hoitaa arjen pankkiasioita. Mutta kun kyse on syvemmästä ja isommasta asiasta, kuten vaikkapa säästämisen aloittamisesta tai lainan hankinnasta, on konttorilla käyminen mieluisin vaihtoehto.

Pohdintaa herättää myös se, että moni nuorista, jotka olivat tietoisia ASP-järjestelmästä, ei ollut aloittanut säästämistä sen takia, ettei ollut saanut aikaiseksi avata kyseistä tiliä. Eli panostaminen tietoisuuden lisäämiseen yhä nuorempien opiskelijoiden keskuudessa on erittäin tärkeää, mutta sen lisäksi on tehtävä toimia, jotta tietämys siirtyy konkretiaan ja nuori aloittaa säästämisen. Mainonnan ja kouluvierailuiden ohelle voisi olla hyvä keksiä ehdotuksia, joilla säästämisestä kiinnostuneet nuoret saataisiin pankkeihin tapaamiin. Kampanjat ja kylmäsoitot kohderyhmälle voivat olla merkittävässä roolissa, jotta saadaan

säästämisen palvelut nuoren omiin tarpeisiin sopivalla tavalla aloitettua. Lisäksi sosiaalisen median mainonta ja aina asiakkaan kohdatessa säästämisen puheeksi ottaminen luovat kulttuuria siitä, että säästäminen ja varojen sijoittaminen on aina asiakkaan edun mukaista ja osa valoisamman tulevaisuuden suunnittelua ja mahdollistamista. Tärkeää olisi saada tavoitettua potentiaalinen ASP-säästäjä heti, kun asia on tuoreena nuoren mielessä ja pohdinnassa. Kouluvierailuilla on mahdollisesti omat rajoitteensa eikä pankki välttämättä voi suoraan markkinoida omia tuotteitaan näissä tilanteissa. Siksi todelliset esimerkit ja oikeat eletyt kokemukset, voisi toimia tehokeinoina, joiden kautta nuori kiinnostuu asiasta. Usein ihmisiä tuntuu puhuttelevan aidot kokemukset ja niistä kertominen, kuin asiallisestikin tehty PowerPoint -esitys, joka luetaan läpi. Pankin ollessa mukana tapahtumissa ja koulun tilaisuuksissa, on suuri potentiaali tavoittaa uusia ASP-säästäjiä ja siksi niitä on hyvä pitää jatkossakin yllä. Hämeen Ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoista moni tekee työharjoittelunsa eri pankeissa. Etelä-Hämeen Osuuspankki on alueensa yksi suurimmista työharjoitteluiden mahdollistajista ja kesätöiden tarjoajista näiden opiskelijoiden keskuudessa. Tämä on myös yksi väylä, jota hyödyntämällä alueen nuorille pankki ja sen palvelut tulevat aiempaa tutummaksi. Onnistuneet työharjoittelut ja esimerkiksi opiskelutoverin kokemukset pankista luovat positiivista mielikuvaa pankkia kohtaan. Ajatuksena siis se, että olemalla positiivinen vaikuttaja siellä missä tulevat sukupolvet ja työelämää kohti ponnistavat nuoret ovat, on hyvin oleellista pankin ja alueen kehittämistä varten. Kuitenkin se ryhmä on seuraava, joka tarvitsee rahoitusta omiin unelmiinsa, oli se sitten yritysrahoitusta tai asuntolainaa. ASP-säästäminen on todistetusti säästämisen muotona ensiasuntoa varten erittäin hyvä tuote. (Nordea, n.d.) Saattamalla yhteen potentiaalisen asiakkaan ja hyvän tuotteen, on pankin etuoikeus. Olemassa olevien kanavien ylläpito, kuten konttoritapaamiset ja puhelinsoitot, yhdistettäessä uusien innovatiivisten tapojen hyödyntämiseen esimerkiksi mobiilisovellusten kehittämisen kanssa mahdollistaa jatkossakin onnistuneen asiakas- ja työntekijä kokemuksen. Näin luodaan kestäviä asiakkuuksia ja luodaan arvoa asiakkaalle.

Lähteet

Abazi, A. (2013). *Asuntosäästöpalkkiojärjestelmä (ASP) nuorten keskuudessa* [Opinnäytetyö, Laurea Leppävaara].

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/62668/Opinnaytetyo_Armend_Abazi_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bohns, V. (11.04.2017). *A face-to-face request is 34 times more successful than an email.*

Haettu 20.10.2020 osoitteesta <https://hbr.org/2017/04/a-face-to-face-request-is-34-times-more-successful-than-an-email#comment-section>

Danske Bank. (n.d.). *Sijoitusvakuutukset ja Kapitalisaatiosopimukset*. Haettu 11.10.2020 osoitteesta [https://danskebank.fi/private-](https://danskebank.fi/private-banking/sijoittaminen/tuotteet/sijoitusvakuutukset)

[banking/sijoittaminen/tuotteet/sijoitusvakuutukset](https://danskebank.fi/private-banking/sijoittaminen/tuotteet/sijoitusvakuutukset)

Eduskunta. (2019). *Lisäselvitys nuorten oman talouden ja arjen hallinnan opettamisesta koulujärjestelmässä*. Haettu 25.10.2020 osoitteesta

<https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/JulkaisuMetatieto/Documents/EDK-2019-AK-260333.pdf>

Euro&Talous. (2016). *Matala korkotaso koettelee pankkeja*. Haettu 11.10.2020 osoitteesta

<https://www.eurojatalous.fi/fi/2016/2/matala-korkotaso-koettelee-pankkeja/>

Finlex. (n.d.) *Asuntosäästöpalkkiolaki*. Haettu 30.05.2020 osoitteesta

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19921634?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=asuntos%C3%A4%C3%A4st%C3%B6palkkiolaki>

Heathfield, S. (23.05.2019). *How to understand your coworkers' nonverbal communication.*

Haettu 20.10.2020 osoitteesta <https://www.thebalancecareers.com/tips-for-understanding-nonverbal-communication-1918459>

Heikkilä, T. (2014). *Tilastollinen tutkimus*. (9., p.). Edita Publishing Oy. (Alkuperäinen teos julkaistu 1998).

Innowise. (2019). *Sosiaalisen median tilastot ja trendit: somekatsaus 2019*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta

<https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-tilastot-ja-trendit-somekatsaus-2019/>

Innowise. (2020). *Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: somekatsaus 02/2020*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta

<https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-tilastot-suomessa-somekatsaus-022020/>

Karjalainen. (2018). *Sosiaalisen median laatumielikuva on heikentynyt – kyselyyn vastanneet kokivat perinteiset uutismediat laadukkaiksi*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta

<https://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/kotimaa/item/204513>

Kauppalehti. (2019). *ASP-tilejä on enemmän kuin Jyväskylässä asukkaita*. Haettu 21.05.2020

osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/asp-tileja-on-enemman-kuin-jyvaskylassa-asukkaita-talletukset-ylittivat-miljardin-silti-nuoret-paasevat-aiempaa-huonommin-kiinni-omaan-asuntoon/ff06b28a-47e6-4c5f-8548-c9384d208279>

Kauppalehti. (n.d.). *Finnair – Osakkeen kurssi tänään*. Haettu 10.10.2020 osoitteesta

<https://www.kauppalehti.fi/porssi/porssikurssit/osake/FIA1S>

Kontkanen, E. (2016). *Pankkitoiminnan käsikirja*. (4. uudistetun painoksen lisäpainos)

Hansaprint Oy (Alkuperäinen teos julkaistu 2011)

Lindsten, M. (2018). *Lukiolaisten tietoisuus ASP-säästämisestä ja sen eduista ensiasunnon hankinnassa* [Opinnäytetyö, Haaga-Helia].

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/147489/LINDSTEN_MILANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

LähiTapiola. (2020). *Korona sai etenkin nuoret harkitsemaan säästämistä – lue ekonomistin*

vinkit budjetointiin. Haettu 10.10.2020 osoitteesta <https://www.lahitapiola.fi/tietoa-lahitapiolasta/uutishuone/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/uutinen/1509566084240>

Mandatum Life. (n.d.). *Sijoitusvakuutus ja säästösopimus*. Haettu 11.10.2020 osoitteesta

<https://www.mandatumlife.fi/sijoittaminen/sijoitusvakuutus-ja-saastosopimus/>

Meltwater. (2019). *Somekatsaus – suomalaisten sosiaalisen median käyttö*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta

<https://www.meltwater.com/fi/blog/suomalaisten-somen-kaytto>

Minilex. (n.d.). *Mikä on arvopaperipörssi*. Haettu 10.10.2020 osoitteesta

<https://www.minilex.fi/a/mik%C3%A4-on-arvopaperip%C3%B6rssi>

Nordea. (n.d.). *ASP-TILI*. Haettu 21.05.2020 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/saastamisen-tilit/asp-tili.html>

Nordea. (n.d.). *ASP-tili on paras tapa säästää*. Haettu 05.11.2020 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/sinun-elamasi/koti/ensimmaisen-kodin-ostaminen/asp-tili-on-paras-tapa-saastaa.html>

Nordea. (n.d.). *JoustoTalletus-tili*. Haettu 11.10.2020 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/saastamisen-tilit/joustotalletus.html>

Nordea. (n.d.). *Miksi kannattaa säästää*. Haettu 25.10.2020 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/sinun-elamasi/nuoresta-aikuiseksi/miksi-kannattaa-saastaa.html>

Nordea. (n.d.). *Rahastot ja rahastosäästäminen*. Haettu 10.10.2020 osoitteesta

<https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/rahastot/>

OP. (n.d.). *5 syytä miksi rahastosäästäminen on sinullekin järkevää*. Haettu 10.10.2020

osoitteesta <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/teemat/saastaminen/viisi-syyta-miksi-rahastosaastaminen-on-jarkevaa>

OP. (n.d.). *ASP-TILI*. Haettu 21.05.2020 osoitteesta

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/tilit/asp-tili>

OP. (2019). *Etäneuvottelut helpottavat arkea ja tekevät hyvää ympäristölle*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta

<https://op.media/alueet/helsinki/etaneuvottelut-helpottavat-arkea-ja-tekevat-hyvaaymparistolle-2abfe098c4854af69aa8ca686b441659>

OP. (2019). *Miten aloittaa sijoittaminen*. Haettu 20.12.2020 osoitteesta

<https://op.media/talous/sijoittaminen/miten-aloittaa-sijoittaminen-394b191072794361ace29ac62c2bb74b>

OP. (n.d.). *Määräaikainen tuottotili*. Haettu 11.10.2020 osoitteesta

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/tilit/maaraaikainen-tuottotili>

OP. (n.d.). *Näin aloitat osakesijoittamisen*. Haettu 10.10.2020 osoitteesta

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/osakesijoitukset/osakesijoittaminen>

OP. (n.d.). *OP-sijoitusvakuutus*. Haettu 11.10.2020 osoitteesta

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/vakuutussaastaminen/op-sijoitusvakuutus>

OP. (n.d.). *Osuustoiminta*. Haettu 5.10.2020 osoitteesta [https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-](https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/osuustoiminta)

[ryhmasta/osuustoiminta](https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/osuustoiminta)

OP. (n.d.). *Päivittäiset raha-asiat*. Haettu 26.10.2020 osoitteesta [https://www.op.fi/web/op-](https://www.op.fi/web/op-etela-hame/yhteystiedot/paivittaiset-raha-asiat)

[etela-hame/yhteystiedot/paivittaiset-raha-asiat](https://www.op.fi/web/op-etela-hame/yhteystiedot/paivittaiset-raha-asiat)

OP. (n.d.). *Ryhmärakenne*. Haettu 5.10.2020 osoitteesta [https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-](https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/hallinnointi/ryhmarakenne)

[ryhmasta/hallinnointi/ryhmarakenne](https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/hallinnointi/ryhmarakenne)

Osuuskuntatoimintakeskus. (n.d.). *Sinivalloista osuustoimintaa jo yli 100 vuotta*. Haettu

1.11.2020 osoitteesta <https://www.osuustoimintakeskus.net/osuustoiminta/>

Pellervo. (n.d.). *Osuustoiminta*. Haettu 1.11.2020 osoitteesta

<https://pellervo.fi/tietoa-osuustoiminnasta/>

POP Pankki. (n.d.) *ASP-TILI*. Haettu 30.05.2020 osoitteesta

https://www.poppankki.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/tilit-ja-maksut/asp-tili?utm_term=%2Basp%20%2Btili&utm_campaign=POP+Pankki+-+Generic+-+ASP&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=2159885064&hsa_cam=614485654&hsa_grp=25280890847&hsa_ad=209624141173&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-

[33423831286&hsa_kw=%2Basp%20%2Btili&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=EAlalQobChMIrITGmqvb6QIV04eyCh1GfQ6VEAAYASAAEgKuffD_BwE](https://www.google.com/search?q=33423831286&hsa_kw=%2Basp%20%2Btili&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=EAlalQobChMIrITGmqvb6QIV04eyCh1GfQ6VEAAYASAAEgKuffD_BwE)

Rakennusmaailma. (2019). *Korkojen lasku tekee ASP-säästämisestä nyt erityisen kannattavaa*. Haettu 21.05.2020 osoitteesta <https://rakennusmaailma.fi/korkojen-lasku-tekee-asp-saastamisesta-nyt-erityisen-kannattavaa/>

Sharifi, N. (2019). *Nuorten rahankäyttö, säästäminen ja sijoittaminen* [Opinnäytetyö, Haaga-Helia].
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/159936/Nazila_Sharifi.pdf?sequence=1&isAllowed=y

STT. (2019). *Tutkimus: Digitaalinen yhdenvertaisuus Suomessa*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta <https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00826/365cd95d-7ae0-4918-aa5e-333577dfb76f.pdf>

Säästöpankki. (2020). *Miltä markkinat näyttävät nyt?* Haettu 10.10.2020 osoitteesta <https://www.saastopankki.fi/fi-fi/saastopankkiryhma/saastopankkikeskus/sp-rahastoyhtio/ajankohtaista/markkinakommentti>

Taloustaito. (2019). *ASP-säästäjä: näin voit kasvattaa tilisi korkotuottoa*. Haettu 21.05.2020 osoitteesta <https://www.taloustaito.fi/koti/asp-saastaja-nain-voit-vaikuttaa-tilisi-tuottoon/#85f19515>

THL. (n.d.). *Koronavirus COVID-19*. Haettu 10.10.2020 osoitteesta <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/taudit-ja-torjunta/taudit-ja-taudinaiheuttajat-a-o/koronavirus-covid-19>

Tilastokeskus. (2019). *Liitetaulukko 7. Ensiasunnon ostajat 2006-2018*. Haettu 2.10.2020 osoitteesta http://tilastokeskus.fi/til/asas/2018/01/asas_2018_01_2019-10-10_tau_007_fi.html

Valtionkonttori. (n.d.). *ASP-säästäminen ja ASP-laina*. Haettu 21.05.2020 osoitteesta <https://www.valtiokonttori.fi/palvelu/asp-saastaminen-ja-asp-laina/#35fa9417>

Valtionkonttori. (n.d.). *Tilastoja rahoitus- ja lainapalveluista*. Haettu 1.10.2020 osoitteesta <https://www.valtiokonttori.fi/tilastot-ja-raportit/tilastoja-rahoitus-ja-lainapalveluista/#2955219c>

Vilka, H. (2015). *Tutki ja kehitä*. (4. p.). PS-kustannus.

YLE. (2019). Ilmarinen: Matala korkotaso suosii osakesijoittamista. Haettu 11.10.2020 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10904014>

YLE. (2016). *Suomalaiset rakastavat osuuskuntia*. Haettu 1.11.2020 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-8611088>

YLE. (2019). *Valtion tukemat asp-lainat ovat nousseet jälleen hurjaan suosioon*. Haettu 21.05.2020 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10950920>

Yrittäjät. (2020). *Etäneuvottelut pitävät bisneksen elossa kriisin keskellä*. Haettu 20.10.2020 osoitteesta <https://www.yrittajat.fi/uutiset/625822-etaneuvottelut-pitavat-bisneksen-elossa-kriisin-keskella#bde6bb91>

Liite 1: Kysely: Nuorten asuntosäästäminen

Nuorten asuntosäästäminen

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa ASP-tilin tunnettuuden tasoa HAMK:n liiketalouden ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoiden keskuudessa. Lisäksi tavoitteena on havainnoida tapoja, joilla nuoret haluavat tulla kontaktoiduksi pankkiasioissa. Kyselyn vastauksia käytetään opinnäytetyöhön. Kyselyyn vastataan anonyymisti, eikä yksittäisiä vastauksia voida tunnistaa, joten vastauksesi käsitellään luottamuksellisesti.

ASP-tilistä lyhyesti: ASP, eli asuntosäästöpalkkio on valtion tukema ja laissamäärittämä järjestelmä, jonka tarkoitus on tukea nuoria saamaan rahoitusta ensiasuntoaan varten. ASP-järjestelmä perustuu asuntosäästöpalkkiolakiin, jonka pyrkimys on helpottaa nuorten mahdollisuuksia hankkia ensiasunto. Tavallisesti lainaa asuntoa varten voi saada 70 prosenttia asunnon hinnasta, mutta ASP-laina voi kattaa jopa 90 prosenttia asunnon arvosta. ASP-tili on nuorelle ensiasunnon ostajalle tarkoitettu säästötili. Säästettyäsi vähintään 10% asunnon hinnasta, pankki voi myöntää sinulle lainan, joka on valtion takaama.

1. Sukupuoli *

- Mies
- Nainen

2. Ikä *

- 18-22 vuotta
- 23-27 vuotta
- yli 27 vuotta

3. Koska sinuun ollaan viimeksi oltu yhteydessä pankista? *

- 0-2kk sitten
- 3-6kk sitten
- 7-12kk sitten
- yli vuosi sitten
- Yli kaksi vuotta sitten

4. Koetko pankin ottavan sinuun yhteyttä riittävän usein? *

- Liian harvoin
- Riittävän usein
- Liian usein

5. Haluaisitko, että sinuun oltaisiin useammin yhteydessä pankkiasioissa? *

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

6. Järjestä vaihtoehdot järjestykseen siten, mikä olisi sinulle mieluisin tapa asioida pankkiasioissa. 1=mieluisin *

Käynti konttorilla	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
Verkkotapaaminen	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
Puhelimitse	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
Verkkopankin verkkoviesti	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4

7. Asteikolla 1-5 kuinka tietoinen koet olevasi pankkien tarjoamista säästämisen palveluista? *

	1	2	3	4	5
1=heikko tietämys, 5=tunnen palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Järjestä vaihtoehdot järjestykseen siten, miten mieluiten haluaisit saada tietoa pankkien tarjoamista palveluista. 1=mieluisin *

Sosiaalisen median kautta	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
Pankin vierailu koululla	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
Itsenäinen etsintä netistä	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4
Muulla tavoin	<input type="radio"/> 1
	<input type="radio"/> 2
	<input type="radio"/> 3
	<input type="radio"/> 4

9. Onko ASP-tili sinulle entuudestaan tuttu? *

- Kyllä
 Ei

10. Kuinka kiinnostunut olisit saamaan lisätietoa ASP-järjestelmästä? *

	1	2	3	4	5
1=en ole kiinnostunut, 5=todella kiinnostunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Mitä kautta olet saanut tietoa ASP-tilistä? *

- Vanhemmilta
 Itse etsinyt netistä
 Kavereilta
 Pankilta
 Muu, mistä?

12. Onko sinulla itselläsi ASP-tili? *

- Kyllä
 On ollut
 Ei

13. Suositteisitko sitä muille? *

- Kyllä, miksi?
 En, miksi?

14. Kerro miksi et ole avannut ASP-tiliä? *

- Ei vielä ajankohtainen
- En koe sitä tarpeelliseksi
- Säästän muilla keinoilla
- Muu, mikä?

15. Kuinka todennäköisesti joskus avaat ASP-tilin? *

	Epätodennäköistä	Mahdollista	Aion avata
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Kuinka hyödylliseksi koet ASP-järjestelmän? *

	1	2	3	4	5
1=Vähäistä hyötyä, 3= En osaa sanoa, 5=Suuri hyöty	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>