



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Maria Puhtimäki

# **Sosiaalisen median vaikutus sijoittajien päätöksentekoon**

Laskentatoimen ja rahoituksen  
akateeminen yksikkö  
Taloustieteen pro gradu -tutkielma  
Taloustiede

Vaasa 2022

---

**VAASAN YLIOPISTO****Laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Maria Puhtimäki		
<b>Tutkielman nimi:</b>	Sosiaalisen median vaikutus sijoittajien päätöksentekoon		
<b>Tutkinto:</b>	Kauppatieteiden maisteri		
<b>Oppiaine:</b>	Taloustiede		
<b>Työn ohjaaja:</b>	Carita Eklund ja Saara Hämäläinen		
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2022	<b>Sivumäärä:</b>	113

---

**TIIVISTELMÄ:**

Sosiaalisen median käyttäjämäärät ovat vuosi toisensa jälkeen kasvaneet. Keskustelujen moninaisuus on noussut käyttäjille esille. Tutkielmassa selvitetään, mitkä tekijät vaikuttavat sosiaalisessa mediassa sijoittajien päätöksentekoon ja millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa sijoittajien valintoihin. Tutkielma koostuu teoriaosuudesta, kyselytutkimuksesta ja tuloksista.

Ensin tarkastellaan sijoittamista yleisesti, sekä sijoitusstrategian ja sijoitussuunnitelman merkitystä. Teoriaosuudessa käsitellään sosiaalisen median vaikutuksia sijoittamiseen laajemmin. Käydään läpi aihealueen aiempia tutkimuksia, niiden tuloksia, tutkijoiden kehittämia teorioita ja malleja. Tämän jälkeen syvennytään informaatioperusteisen sijoittamisen teorioihin eri näkökulmista. Tarkastelu kohdistuu sijoittajien joukkokäyttäytymiseen markkinoilla. Joukkokäyttäytymisellä viitataan ilmiöön, jossa useat sijoittajat toimivat samankaltaisten aatteiden mukaisesti.

Sijoittajia varten luotiin nettikysely, joka julkaistiin Facebookissa sijoittajille tarkoitetussa suljetussa ryhmässä. Aineiston analysoinnissa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tulokset laadittiin yhdistämällä aihealueen aiempaa tutkimusta, sekä kyselystä saadut vastaukset. Näiden perusteella esitettiin keskeiset johtopäätökset.

Tutkielma tarjosi uusia tuloksia sosiaalisen median vaikutuksista sijoittajien päätöksentekoon. Yksi keskeinen huomio tuloksista oli sijoittajien valveutuneisuus päätöksiä tehtäessä. Suurin osa sijoittajista ei suoraan seuraa sosiaalisessa mediassa esitettyjä kehotuksia. Useat sijoittajat käyvät pidemmän pohdinnan itsenäisesti, ennen konkreettisia toimia osakemarkkinoilla. Saaduista tuloksista huomattiin kuitenkin sijoittajien laumakäyttäytymistä liittyen Bayesin oppimisteoriaan, kun vastaajista yli puolet vastasi yhden henkilön julkaisun vaikuttavan jollakin tasolla sijoituspäätökseen. Yleinen sijoitusaiheinen keskustelu ei vaikuttanut vastaajiin yhtä voimakkaasti, kuin yhden henkilön julkaisu. Korkea riskiset sijoituskohteet olivat vastaajien suosiossa, kun osakkeet olivat suosituin sijoituskohde. Tämän seurauksena sosiaalisesta mediasta eniten tietoa etsittiin liittyen yksittäisten osakkeiden osto- ja myyntisuositukseen. Tiedonhaussa vastaajista alle puolet käytti maksullista alustaa. Näiden hyötyjä ei tunnistettu, kun tänä päivänä tietoa on saatavilla todella paljon ilmaiseksikin. Tutkimustuloksista kävi myös ilmi, että vastaajista puolet oli osallistunut vuonna 2021 vähintään yhteen osakeantiin. Osakeanteihin osallistuneista vastaajista noin puolet kertoi, että sosiaalinen media vaikutti jollakin tasolla heidän päätökseensä osallistua listautumisasiin.

---

**AVAINSANAT:** Sijoittaminen, sijoitussuunnitelma, sijoitusstrategia, sosiaalinen media, markkinoiden manipulaatio, käyttäytymistaloustiede, laumakäyttäytyminen

## Sisällys

1	Johdanto	5
2	Sijoittaminen	7
2.1	Sijoitussuunnitelma ja sijoitusstrategia	12
2.2	Sosiaalinen media ja sijoittaminen	24
2.3	Markkinoiden manipulointi	38
3	Perinteiset käytösmallit rahoitusallalla	46
3.1	Bayesin oppimisteoria	47
3.2	Portfolioteoria	50
3.3	Prospektiteoria	52
4	Kyselytutkimusmenetelmä	55
5	Kyselytutkimuksen tulokset	62
6	Johtopäätökset	88
7	Yhteenveto	96
	Lähteet	98
	Liitteet	108
	Liite 1. Kyselylomake	108

## Kuviot

Kuvio 1. Vastaajan motivaatiotason määrä kyselyn edetessä (Valli, 2018).	57
Kuvio 2. Vastauksien ajallinen jakautuminen (N=193).	58
Kuvio 3. Vastaajien sukupuolijakauma (N=193).	63
Kuvio 4. Vastaajien ikäjakauma (N=193).	64
Kuvio 5. Vastaajien sijoituskokemus vuosina (N=193).	66
Kuvio 6. Vastaajien sijoitustuotteet (N=543).	68
Kuvio 7. Vastaajien sijoitussuunnitelma (N=193).	69
Kuvio 8. Sosiaalisen median kanavat, joista vastaajat etsivät tietoa sijoittamiseen liittyen (N=642).	70
Kuvio 9. Yhden henkilön julkaisun vaikutus sosiaalisessa mediassa sijoituspäätökseen (N=193).	71
Kuvio 10. Muiden henkilöiden keskustelujen vaikutus sosiaalisessa mediassa sijoituspäätöksiin (N=193).	73
Kuvio 11. Mitä tietoa tarkemmin etsitään sosiaalisen median alustoilta (N=199).	75
Kuvio 12. Hyödyllisimmät ja luotettavimmat sijoitusvinkit sosiaalisessa mediassa (N=193).	79
Kuvio 13. Vaikuttaako sijoitusvinkin antajan asiantuntemus ja sidonnaisuudet sijoittajan päätökseen (N=193).	83
Kuvio 14. Käyttääkö sijoittaja maksullisia alustoja tiedonhaussa (N=193).	83
Kuvio 15. Onko maksullinen alusta ”luotettavampi” tai ”varmempi” vaihtoehto saada lisätietoa sijoituspäätöksiin liittyen (N=193).	85
Kuvio 16. Osallistuiko sijoittaja vuonna 2021 osakeantiin (N=193).	86
Kuvio 17. Mikä sai sijoittajat osallistumaan osakeantiin (N=193).	87

## Taulukot

Taulukko 1. Sukupuolten ikäjakauma (N=193).	64
---	----

## 1 Johdanto

Viimeisten vuosien aikana yksityissijoittajien määrä on kasvanut Suomessa. Tätä on ollut omiaan tehostamaan osakesäästötilin lanseeraus ja informaation kasvaminen yleisesti alalla. Sijoittajien tulee ymmärtää laaja-alaisesti koko arvopaperimarkkinoiden kaupankäyntiä, joka on viime vuosien aikana muuttunut paljon teknologian myötä. Sijoittajille on yhä enemmissä määrin tarjolla informaatiota koskien sijoituspäätöksiä. Erilaisia sijoittamiseen liittyviä digitaalisia työkaluja on myös rakennettu viimeisten vuosien aikana sijoittajien käyttöön. Voimme pohtia, onko ihmisten päätöksenteko pysynyt kaiken tämän muutoksen perässä. Mihin sijoittajien tekemät päätökset perustuvat ja mikä niihin vaikuttaa? Tutkielma tarkastelee sosiaalisen median vaikutuksia yksityissijoittajien päätöksen tekoon.

Tutkiessa sijoittajien osto- ja myyntipäätöksiä pörssissä huomioidaan kaupankäyntiä selittävät perinteiset mallit. Tässä myös behavioristiset tekijät ovat olennaisia. Viime vuosien aikana tutkijat ovat kiinnittäneet huomiota käyttäytymisrahoitukseen. Tässä sijoittajien käyttäytymistä pyritään selittämään formalisoimalla sijoittamiseen liittyviä harjoja taloustiedettä ja psykologiaa yhdistämällä (Piñeiro-Chousa ja muut, 2017).

Sijoituspäätökset tehdään usein kannattavan tuoton saamiseksi. Tämä edellyttää sijoittajalta perusteellista markkinoiden ja erilaisten sijoitusvaihtoehtojen tutkimista. Se on aikaa vievää ja monimutkaista. Monet sijoittajat etsivät ”helpompia” keinoja löytää ja saada nopeasti tietoa, joka voi yksinkertaisesti johtaa muiden sijoittajien päätöksiin matkimiseen. Tätä ilmiötä kutsutaan laumakäyttäytymiseksi. Laumakäyttäytyminen tarkoittaa muiden sijoittajien päätöksiin seuraamista ilman yksilön omaa rationaalista harkintaa.

Sijoittajien päätöksentekoa selvitettiin nettikyselyn avulla. Sijoittajien reagointia yhden hengen julkaisuihin, sekä muiden henkilöiden sijoitusaiheisiin kirjoituksiin analysoitiin. Pyrittiin selvittämään reagoiko sijoittaja tällaisiin päivityksiin tekemällä aktiivisia toimia pörssissä. Tuloksista huomataan, että vastaajat ovat valveutuneita omista vastuistaan

liittyen sijoittamiseen. He eivät tee suoria osto- tai myyntipäätöksiä liittyen toisen henkilön kehotukseen. Kuitenkin jonkin tasoista joukkokäyttäytymistä on tuloksista havaittavissa. Yhden henkilön julkaisu vaikutti jollain tasolla päätöksentekoon yli puolilla vastaajista. Muiden henkilöiden keskustelut sosiaalisessa mediassa ei niinkään vaikuttanut vastaajien toimenpiteisiin. Vastaajista suurin osa oli sitä mieltä, että muiden sijoittajien sosiaalisen median keskustelut eivät vaikuttaisi tehtyihin sijoituspäätöksiin.

## 2 Sijoittaminen

Maailma on muuttunut monimutkaisemmaksi ja monimuotoisemmaksi. Tällä on sekä hyviä, että huonoja vaikutuksia. Maailman kehittyessä on keskusteltu paljon siitä, että talouspuhetta on tänä päivänä vielä liian vähän (Hallipelto, 2021, 408; Kallunki ja muut, 2019, 4). Oman talouden hallinta on korostunut viime vuosien aikana, kun lainaa saa hetken mielijohteesta ja lähes kaikki on saatavilla muutamalla napin painalluksella nopeasti (Littorin ja muut, 2020, 53).

Suomessa talousmedian yleinen keskustelunaihe on kotitalouksien yhteenlasketut yli 80 miljardin euron talletukset (Hyttinen, 2017, 16). Joka vuosi kehoitetaan, että talletukset siirrettäisiin tuottavampiin kohteisiin. Sijoittaminen määritellään prosessiksi, jossa rahaa sijoitetaan toivoen sijoitetun pääoman kasvavan tulevaisuudessa. Helppoja keinoja tehdä pörssissä rahaa ei ole löydetty (Hyttinen, 2017, 17). Vuosien varrella on kuitenkin tutkittu mitkä asiat toimivat ja mitkä eivät. Sijoittajalla voi olla mahdollisuudet päästä erinomaiseen lopputulokseen, jos välttää yleisimpiä virheitä ja keskittyy muutamiin, toimiviin sijoitusperiaatteisiin. Pörssi on julkisesti säännelty ja organisoitu kauppapaikka, jossa kauppaa käydään julkisesti noteerattujen yhtiöiden osakkeilla, joukkovelkakirjoilla, johdannaispimuksilla sekä muilla rahoitusvälineillä (Myllyoja & Kullas, 2020, 27). Sijoittaminen on suunnitelmallista ja pitkäjänteistä toimintaa vaurastumisen eteen (Kullas & Myllyoja, 2014).

Sijoittamisessa erityisen tärkeitä lähtökohtia ovat oman talouden hallinta ja sen suunnitelmallisuus, ennakointi ja menoihin varautuminen budjetoimalla (Lehtipuu, 2016). On huolestuttava trendi, että esimerkiksi joululahjasesonki huventaa muutaman kuukauden aikana rahavaroja niin paljon, että luottokorttilaskujen erääntyessä pari kuukautta joulun jälkeen maksuvaikeuksiin tulee selkeä piikki (Littorin ja muut, 2020, 53). Yhden perussäännön mukaan jokaisella ihmisellä pitäisi olla säästöjä ainakin kolmen nettopalkan verran yllättäviä elämäntilanteita varten (Littorin ja muut, 2020, 54). Ihmisten olisi tärkeää tehdä valintoja siten, että kykenee ottamaan oman talouden kokonaisuudessaan huomioon. Onko osattu varautua tilanteeseen, jossa tulot putoaisivat nolnaan. Ennakointia voisi

pitää tulevaisuuteen suuntautuvana pragmaattisena lajina, jossa henkilön mielenkiinto kohdistuu talouden ja rahavarojen riittävyyden käytäntöihin (Lehtipuu, 2016; Littorin ja muut, 2020, 54). Kukaan ei voi ennustaa tulevaisuutta, eikä se ole ennalta määrätty. Kuitenkin jokainen voi omilla valinnoilla vaikuttaa omaan tulevaisuuteen.

Vaurastuminen lisää elämäntalouden tunnetta (Lehtipuu, 2016). Tulevaisuuden ennakkokäsitteitä taloudenhallinnassa kannattaa siis tehdä. Tulevaisuuteen vaikuttaminen on aina arvolutautunutta, sillä valintoja tehdään omiin arvoihin perustuen (Littorin ja muut, 2020, 54–55). Oman henkilökohtaisen talouden hoitaminen on myös paljolti tunnepeliä (Littorin ja muut, 2020, 54–55; Myllyoja & Kullas, 2020, 98).

Sijoittajista osa tahtoo aikaiselle eläkkeelle. Tämä vaatii suuria tuloja ja äärimmäistä säästeliäisyyttä. Tällaisia henkilöitä sanotaan firettäjiksi. Sana "firettäminen" tulee englanninkielisestä käsitteestä financial independence, retire early. Viime vuosien aikana on ollut paljon puhetta tällaisista firettäjistä. Yhdysvalloissa levinnyt ilmiö tarkoittaa taloudellista riippumattomuutta ja sen turvin pois työelämästä jättäytymistä reilusti aiemmin ennen virallista eläkeikää (Erjonsalo, 2020; Huhtinen, 2018). Säästeliäisyys ja henkilön elintaso ovat suuressa roolissa taloudellisessa riippumattomuudessa (Kullas & Myllyoja, 2014). Henkilön tulisi kuluttaa vähemmän kuin ansaitsee. Henkilö on taloudellisesti riippumaton, kun voi lopettaa ansiotyönsä ja voi elää sellaista elämää kuin tahtoo varallisuutensa tuotoilla (Kullas & Myllyoja, 2014).

Parasta kerryttää säästöjä on pikkuhiljaa sijoittamalla ja tähtäin voi olla vasta eläkevuosissa (Littorin ja muut, 2020, 11). Sijoittajana erinomaiset tulokset harvemmin syntyvät sattumalta, vaan onnistuminen on tulosta onnistuneesta valmistautumisesta. Onnistumisen mahdollisuuksia parantaa, kun henkilöllä on taustalla tieto ja ymmärrys kokonaisvaltaisesta taloudellisesta tilanteesta sekä henkilökohtaisella että kansantalouden tasolla (Hallipelto, 2021, 132). Tässä sijoittajaa voivat auttaa esimerkiksi sijoittamiseen liittyvä kirjallisuus ja sosiaalisen median eri alustat. Sijoittajan on hyvä kuitenkin olla

valveutunut, koska muuten riski menettää sijoittamansa varallisuus kasvaa. Sijoittaminen on tänä päivänä todella suosittua, ja kaikenlaisia neuvonantajia on pilvin pimein.

Monet ihmiset pitävät pörssisijoittamista vaikeana ja pelottavana. Verkkopankki Nordnetin kesällä 2019 teettämän kyselytutkimuksen mukaan vain 15 prosenttia kotitalouksista osaisi valita osakkeita arvo-osuustilille ilman apua (Nordnet 2019). Miehistä apua kaipasi 60 prosenttia ja naisista 74 prosenttia (Nordnet 2019). Sijoittajan ei tarvitse olla kaikkien alojen asiantuntija, mutta mikä tärkeintä, sijoittajan tulee kyetä arvioimaan oman osaamisalansa yhtiöitä. Ratkaisevaa ei ole se, kuinka laaja osaamisen piiri on, vaan se, että sijoittaja tuntee osaamisensa rajat (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 187).

Littorin ja muut (2020, 165) esittelivät asioita, jotka voivat nimenomaan naisten kohdalla nousta ongelmiksi liittyen sijoittamiseen. Naisten kohdalla liiallinen epävarmuuden karttaminen, varovaisuus, sekä luottamuksen puute voivat tulla kyseeseen, että ei uskalleta aloittaa sijoittamista. Naisilla ehkä herkemmin tulee ajatus, että oma osaaminen ei ole vielä sillä tasolla, että voisi lähteä sijoittamaan suoraan esimerkiksi osakkeisiin (Kajanto, 2021; Littorin ja muut, 2020, 165). Sijoittamista ei uskalleta aloittaa tai sitten vitkastellaan päätöksenteossa, ostot ja myynnit jäävät tekemättä. Tappiot ovat karvaita, tunneostot vastaan järkiostot ja suuret otsikot voivat ahdistaa (Littorin ja muut, 2020, 165). Miehistä huomattavasti suurempi osa on tuottohakuisempia sijoittajia (Kajanto, 2021).

Aiemmin pörssi saattoi senkin vuoksi tuntua pelottavalta, koska tietoa oli niukasti tarjolla ja sitä piti osata etsiä. Tänä päivänä suurempi ongelma on tiedon tulva. Internet on täynnä erilaisia sijoitusneuvoja ja tietoa löytyy monilta sivustoilta (Saario, 2016). Internet on mullistanut sijoittajien kaupankäynnin kuin myös tiedonhankinnan (Saario, 2016). Kaupankäynti on osittain siirtynyt myös mobiiliin (Myllyoja & Kullas, 2020, 32). Tämä on laskenut sijoittajien kaupankäyntikustannuksia ja lisännyt valinnanvaraa eri kaupankäyntialustoista (Saario, 2016).

Suurin osa sijoittajista on amatöörejä (Graham, 2006, 257). Tämän vuoksi sijoittaminen joissain määrin perustuu lähes aina muilta saatuihin neuvoihin. Luonnollisesti sijoittajat kokevat voivansa hyötyä arvopapereidensa valinnassa ammatillisesta ohjauksesta (Graham, 2006, 257). Neuvojan näkökulmasta kuitenkin usein tärkeintä on saada aikaiseksi kauppaa, ei maksimoida asiakkaan tuottoa (Hyttinen, 2014).

Julkisesti noteeratut pörssiyhtiöt ovat itsessään turvallisia sijoituskohteita, koska kaupankäynti on julkista, organisoitua ja säänneltyä. Voikin sanoa, että mikään muu sijoittamisenmuoto ei ole yhtä läpinäkyvää kuin pörssisijoittaminen (Myllyoja & Kullas, 2020, 32). Suomen osakeyhtiöoikeudessa ja arvo-osuusjärjestelmässä on omaksuttu niin sanottu julkisuusperiaate (Valtiovarainministeriö, 2018). Tämän mukaan yksityisten osakeyhtiöiden, että julkisten pörssiyhtiöiden omistustiedot ovat julkisia. Julkista on niin kaupankäynti kuin myös kauppojen määrät, hinnat ja välittäjät. Pörssiyhtiöiltä edellytetään läpinäkyvyyttä sekä taloudellisen raportoinnin, että hallinnoinnin suhteen (Myllyoja & Kullas, 2020, 32). Arvopaperimarkkina-alueella on säädetty velvoitteista ja sijoittajien tiedonsaannista. Lain noudattamista valvoo Finanssivalvonta (Fiva).

Sijoittajille on paljon tietoa tarjolla, kun liikkeeseenlaskijoita velvoittaa jatkuva ja säännöllinen tiedonantovelvollisuus. Yhtiöiden on tehtävä tilinpäätös, annettava toimintakerromus sekä laadittava osavuosisikatsaukset ja tilinpäätöstiedotteet (Kullas & Myllyoja, 2014). Yrityksiä sitoo myös liputusvelvollisuus eli velvollisuus ilmoittaa huomattavista omistus- ja ääniosuuksista, sekä niiden muutoksista (Finanssivalvonta, 2022).

Sijoittamisessa mennyt tuotto ei ole tae tulevasta (Hyttinen, 2014, 78; Kullas & Myllyoja, 2014, 91–95). Tulevaa kurssikehitystä ei kukaan pysty ennustamaan (Lindström & Lindström, 2015). Pörssi voi laskea rajusti ja nopeasti, ja nousta hitaasti ja pitkään (Myllyoja & Kullas, 2020, 236). Historia näyttää, että aika tasoittaa kovatkin heilahtelut ja sijoittajalle pörssi on paras paikka tukevoittaa omaa taloutta. Pitkällä aikavälillä kurssit ovat kuitenkin aina nousseet (Lindström & Lindström, 2015).

Suomessa sijoittajien käyttöön lanseerattiin osakesäästötili 1.1.2020. Osakesäästötilin toiminta perustuu lakiin osakesäästötileistä (680/2019). Tämä oli odotettu uutuus sijoittajille. Osakesäästötilille sijoittaja voi tallettaa alkupääomaa 50 tuhatta euroa, jota sitten tilin sisällä voi sijoittaa eri pörssiyrityksiin (Kallunki ja muut, 2019, 246; Littorin ja muut, 2020, 167). Osakesäästötilille voi ostaa sekä ulkomaisia, että kotimaisia pörssinoteerattuja yrityksiä (Pörssisäätiö, 2022).

Myyntivoitoista, joita tapahtuu osakesäästötilin sisällä ei tarvitse maksaa pääomatulo-vero. Sama pätee osinkoihin, joita sijoittaja saa osakesäästötilille. Verot tulevat maksuun vasta siinä vaiheessa, kun voittoja nostetaan ulos tililtä (Kallunki ja muut, 2019, 248; Niskakangas, 2019). Korkoa korolle -ilmiö pääsee tällä tavoin kukoistukseensa vuosien kuluessa, kun koko voitto ja osingot kasvattavat pääomaa (Heinola, 2021; Littorin ja muut, 2020, 167–168). Osakesäästötili on yhdenmukaistanut yksityissijoittajien verokohtelua sijoitusrahastoihin, sijoitusvakuuksiin ja kapitalisaatiosopimuksiin nähden (Hallipelto, 2021, 146).

Osakesäästötililtä tappiollisia omistuksia ei voi myydä pois, vaan tili olisi lopetettava ja irtisanottava kokonaisuudessaan (Vero, 2021). Joissakin tilanteissa perinteinen arvosuustili voi olla parempi vaihtoehto, jos sijoittaja esimerkiksi tahtoo käyttää osinkoja ja pääomatuloja oman elämänsä rahoittamiseen.

Vuonna 2021 jopa 29 uutta yhtiötä listautui erilaisilta toimialoilta pörssiin (Huhta, 2022). Yhtiöiden listautuminen pörssiin on suhdannealtista (Saario, 2016). Listautuminen voi tuoda yritykselle useita etuja, mutta osaltaan myös haittoja. Usein pörssilistautumisessa yhtiön päämotiivina on pääoman hankkiminen esimerkiksi liiketoiminnan laajentamista varten (Hämäläinen ja muut, 2019). Listautumisen johdosta yhtiön näkyvyys usein lisääntyy (Lehtipuu & Majasalmi, 2018, 113). Se tuo yhtiölle tunnettuutta ja luotettavuutta, ja sitä kautta edesauttaa yrityksen liiketoimintaa (Kallunki ja muut, 2019, 274; Lindström & Lindström, 2015). Kun yhtiö listautuu pörssiin, merkitsee se laajempaa

tiedonantovelvollisuutta. Arvopaperimarkkinoiden sääntelyn huomioiminen vaatii yhtiöltä myös kustannuksia ja aikaa (Kallunki ja muut, 2019, 274).

Kun uusi yhtiö päättää listautua, pankkiirit selvittävät uuden yhtiön toimintaa ja muodostavat käsityksen yhtiön arvosta pörssissä (Saario, 2016). Listautumisen hinnoittelu tapahtuu siten, että sijoittajille tarjottavan osakkeen hinta on melko lähellä yhtiön ”oikeaa” arvoa, mutta jonkin verran kuitenkin sen alapuolella (Saario, 2016). Tällä pyritään takaamaan sijoitusmarkkinoiden kiinnostus yhtiön antia kohtaan. Hinnoittelulla ja ajoituksella on tässä ratkaiseva merkitys. Sijoittajan kannattaa listautumisessa kiinnittää osakeannin ja -myynnin väliseen suhteeseen huomiota. Jos pääomistajat tahtovat myydä runsaasti omia osakkeitaan listautumisantien yhteydessä, sijoittajan kannattaa pohtia, miksi he tahtovat luopua omistuksestaan (Lindström & Lindström, 2015).

Osallistuminen listautumisasiin sisältää riskejä. Sijoittajan merkittäessä osakkeita ei osakkeen tuleva kurssikehitys ole tiedossa. Aina ei ole varmaa sekään, pääseekö yhtiö pörssilistalle asti (Lindström & Lindström, 2015). Listautuminen voi epäonnistua heikon kysynnän vuoksi. Jos taas yhtiön kohdalla listautumisasi on suosiossa, on hyvin vaikea arvioida etukäteen sitä, kuinka monta osaketta kukin merkitsijä mahdollisessa ylimerkintätilanteessa saa.

## **2.1 Sijoitussuunnitelma ja sijoitusstrategia**

Aloittelevan sijoittajan yksi tärkeimmistä työkaluista on sijoitussuunnitelman tekeminen. Sijoitussuunnitelman laatiminen voi aluksi tuntua työläältä, mutta prosessin aikana käytävä pohdinta on tärkeää (Havia ja muut, 2014, 249). Sijoitussuunnitelma antaa tukea sijoittajalle vaikeissa tilanteissa. Se ohjaa sijoittajaa kohti alkuperäistä tavoitetta.

Sijoittajan tulee laskea tarkka budjetti tuloista ja menoista, ja päättää mikä itselle on sopiva määrä sijoittaa kuukausittaisista tuloista (Havia ja muut, 2014, 250–251; Lehtipuu & Majasalmi, 2018; Littorin ja muut, 2020, 144). Sijoittamisessa tarkoitus ei ole elää todella säästeliäästi, kärsiä ja odottaa palkintoa vuosikausien päästä, vaan elää kaiken kaikkiaan

mahdollisimman miellyttävää elämää. Aika on sijoittajan paras ystävä ja tämän vuoksi on tärkeää, että sijoittamisen hyödyt tunnustetaan mahdollisimman aikaisin (Saario, 2016). Kun tuloistaan sijoittaa kärsivällisesti ja pitkäjänteisesti monia vuosia, se tuo tulosta korkea korolle -ilmiön ansioista (Littorin ja muut, 2020, 151–152).

Kun on selvitetty henkilökohtainen rahankäyttö, kartoitettu tulot ja menot, tiedetään paljonko kuukaudessa jää säästöön ja paljonko on sijoitusvarallisuutta. Tämän selvityksen jälkeen voidaan tehdä sijoitussuunnitelma (Myllyoja & Kullas, 2020, 94). Sijoitussuunnitelman laadinta on suositeltavaa aloittaa pohtimalla tavoitetta (Havia ja muut, 2014, 250). Sijoitussuunnitelmassa tulee huomioida myös sijoitusvarallisuuden koko, sijoitusaika, riskinottohalukkuus, sijoitustyyli, arvot, hajautus, osaaminen ja ajankäyttö (Myllyoja & Kullas, 2020, 94). Sijoitussuunnitelman pohjalta sijoittaja valitsee itselleen sopivan sijoitusstrategian.

Sijoitusvarallisuudella tarkoitetaan sitä summaa, jonka henkilö pystyy ja on valmis sijoittamaan. Ensimmäinen perussääntö summaa määriteltäessä on, että koskaan ei saa sijoittaa enempää kuin on valmis menettämään (Kullas & Myllyoja, 2014, 133; Myllyoja & Kullas, 2020, 94). On tärkeää selvittää itselleen kuinka tärkeitä omat säästöt ovat. Sijoittajan tulee pohtia, kuinka pärjäisi ilman säästöjä. Sijoitettu summa ei saisi huonontaa arkea millään tavalla.

On todella harvinaista, että menettäisi kaikki rahansa sijoittamalla ne rahastoihin tai suoraan pörssimarkkinoille (Myllyoja & Kullas, 2020, 95). Markkinoilla tavallisia ovat kuitenkin tuntuvat markkinalaskut ja vastavuoroisesti markkinanousut. Kun sijoittaja pohtii omaa sijoitusvarallisuuttaan, tulee olla henkisesti varautunut siihen, että säästöjen arvo voi laskea 10–20 prosenttia tai jopa puolittua (Myllyoja & Kullas, 2020, 95). Sijoittajan olisi hyvä valita muutama eri rahasto tai suoraan osakesalkkuun 5–10 eri yrityksen osaketta niin, että minkään yksittäisen sijoituskohteen arvo ei ylitä 20 prosenttia salkun kokonaisarvosta (Myllyoja & Kullas, 2020, 96; Mähkä, 2021).

Tämän jälkeen sijoittajan tulee pohtia kuinka pitkäksi aikaa hän sijoittaa ajallisesti. Sijoittamisessa perusteltua on, että aikahorisontti olisi pidempi kuin vuosi, vähintään 5–10 vuotta (Myllyoja & Kullas, 2020, 97). Myllyoja ja Kullas (2020, 96) suosittelevat, että sijoittamisesta tekee jokapäiväistä ja jatkuvaa. Sijoittamiseen vaikuttaa paljon sijoittajan elämäntilanne, ikä ja onko lähitulevaisuudessa edessä suuria rahareikiä, kuten asunnon, auton tai kesämökin osto (Myllyoja & Kullas, 2020, 96–97).

Jos sijoittaja tarvitsee säästöjensä lyhyen ajan sisällä, esimerkiksi vuoden, varmin paikka tällöin säilyttää varoja on pankkitilillä. Tilanteessa huomioitavaksi tulee inflaatio, mutta se on kuitenkin varmin tapa saada säästönsä käyttöön silloin kun tahtoo. Toinen kelpo lyhytaikainen turvasatama on esimerkiksi hyvin hajautetussa indeksirahastossa, etf:ssä tai yhdistelmärahastoissa, joissa riskiä on hajautettu osake- ja korkosijoituksiin (Myllyoja & Kullas, 2020, 97; Mähkä, 2021; Saario, 2016). Kulut ovat myös tärkeä huomioida rahastoja valitessa (Saario, 2016).

Sijoittamisessa riski ja tuotto kulkevat käsikädessä. Sijoittajan on tärkeä ymmärtää ja sieittää riskiä (Saario, 2016). Tätä oppii vain sijoittamalla. Alkuun on sopivaa harjoitella sellaisilla summilla, joiden puuttuminen ei rasita arjen taloutta (Myllyoja & Kullas, 2020, 98). Pikkuhiljaa sijoittajalle kertyy tietoa ja kokemusta. Suurilta osin sijoittaminen on tunnetta. Tämän vuoksi sijoitustappio koetaankin yli kaksi kertaa ikävämpänä kuin vastaava voitto (Myllyoja & Kullas, 2020, 98). Sijoittajan on tärkeä huomata, että sijoitustappio toteutuu vasta siinä vaiheessa, kun sijoituksia myydään. Sijoituksen arvon laskiessa ei olla vielä menetetty mitään (Myllyoja & Kullas, 2020, 98). Jos sijoittaja jatkaa saman sijoituksen ostamista laskevaan kurssiin, voi siinä tasata mahdollisia tappioita. Tilanteessa sijoittajan on kuitenkin tärkeä muistaa putoava puukko -vertaus.

Putoava puukko -sanonta tarkoittaa, että sijoittajat, jotka uskovat vahvasti yhtiön tuloksentekokykyyn, ovat valmiita sijoittamaan siihen tappiokierteessäkin ajatellen saavansa kyseistä osaketta alehintaan (Elo, 2013). Todellisuudessa tilanne on se, että sijoittajat tarttuvat putoavaan puukkoon, joka jatkaa putoamistaan ja viiltää tarttujaansa (Myllyoja

& Kullas, 2020, 95). Tällaisessa tilanteessa sijoittajalla tulee olla vahvaa osaamista esimerkiksi yrityksen liiketoiminnan ymmärtämisestä, jotta osaisi välttää suuremman vahingon.

Riskit ja niiden moninaisuus on sijoittajien tärkeä tiedostaa. Riskin laatu, tyyppi ja suuruus vaihtelevat sen mukaan, mihin ja kuinka paljon sijoittaa (Saario, 2016). Markkinariski usein korostuu keskusteltaessa sijoittamiseen liittyvistä riskeistä, esimerkiksi kuinka tietyn toimialan yritysten osakkeet laskevat samassa suhteessa yhtä aikaa tai koko maailman osakkeet laskevat jonkun kriisin seurauksena (Myllyoja & Kullas, 2020, 98; Saario, 2016). Tällaista markkinariskin toteutumista odottavat sijoittajat saattavat pantata käteistä nollakorkoisilla talletustileillä vuosikausia. He odottavat yleistä markkinapaniikkia, jolloin kaikki kurssit käsittämättömästi laskisivat ja tällöin he iskisivät kiinni valitsemiinsa alehintaisten yhtiöiden osakkeisiin (Myllyoja & Kullas, 2020, 99). Ongelmalliseksi tilanteesta tekee se, että kukaan ei voi ennustaa kriisin tarkkaa ajankohtaa. Kriisinodottajien aika on pitkä ja heiltä voi jäädä monta positiivista markkinakehitystä kokematta (Lindström & Lindström, 2015; Saario, 2016).

Yhtiöriskissä yhtiön liiketoimintastrategia epäonnistuu syystä tai toisesta. Usein taustalla voi olla vääränlainen johtaminen organisaatiossa. Yrityksen johdon tiedot ovatkin julkista tietoa, jota sijoittajan kannattaa käyttää hyödyksi. Johto muun muassa huolehtii yrityksen kilpailukyvyistä ja allokoii yhtiön voittovaroja (Hämäläinen ja muut, 2017). Huonon yhtiön hyvistä voi erottaa esimerkiksi vertaamalla tunnuslukuja omalla markkinallaan toimiviin muihin yhtiöihin (Myllyoja & Kullas, 2020, 99–101). Valuuttariski koskee niitä yrityksiä, joilla on kansainvälistä liiketoimintaa. Sijoittaja altistaa itsensä valuuttariskille sijoittamalla muille kuin euroalueen osakemarkkinoille (Kauppalehti, 2012). Poliittisella riskillä tarkoitetaan tietyillä alueilla toimivien yritysten liiketoimintaa, jota ei voida syystä tai toisesta harjoittaa tehokkaasti, koska vallitseva politiikka estää tai hidastaa sen toimintaa (Chen, 2020). Suomea on esimerkiksi pidetty alhaisen poliittisen riskin maana. Kuitenkin Suomessakin verotus- ja lupajärjestelmät tai lakkoilu voivat estää

kansainvälisen liiketoiminnan tekemisen tietyissä tilanteissa. Tällä hetkellä Venäjän ja Ukrainan välinen sota voi aiheuttaa myös Suomen sijoitusmarkkinoille poliittista riskiä.

Sijoittajille riskejä riittää. Niin kauan kuin riski kuitenkin sisältää tuoton, kannattaa se ottaa (Chen, 2020). Huonon riskin ottaminen on sitä, ettei tee mitään. Esimerkkinä tästä, jos henkilön talletustilin korko on 0,3 prosenttia ja inflaatio on vuositasolla 1,3 prosenttia, säästötilillä olevan rahan ostovoima heikkenee prosentin verran vuosittain (Myllyoja & Kullas, 2020, 101). Tämä ei äkkiseltään kuulosta kovin paljolta, mutta mitä pidempään rahat ovat pienikorkoisella tilillä, sitä pienemmäksi pääoma kutistuu. Sijoittajan suhtautuminen riskeihin on osa strategiaa. Mitä suurempaa tuottoa sijoittaja pyrkii saamaan, sitä suurempaa riskiä hän joutuu myös ottamaan (Chen, 2020; Hallipelto, 2021, 223).

Kun sijoittaja on päättänyt sijoitettavan summan ja sijoitusajan, seuraavaksi päätetään millillä kriteereillä sijoituskohteita valitaan salkkuun. Millainen on sijoittajan tyyli. Vaihtoehtoja on useita ja monet rahastot ovat valinneet tyylin sijoittajan puolesta (Myllyoja & Kullas, 2020, 103; Puttonen & Repo, 2011, 115). Karkeasti sijoitustyyliä voidaan jakaa kahteen, tuottohakuiseen ja riskipainotteiseen. Tuottohakuisessa tavoitteena on markkinaindeksiä parempi tuotto ja riskipainotteisessa tavoitteena on markkinaindeksiä matalampi riski (Myllyoja & Kullas, 2020, 103). Tuottohakuinen eli aktiivinen sijoittaja pyrkii valitsemaan itse sijoituskohteensa ja voittamaan keskimääräistä markkinaa parempaa tuottoa. Tällainen vaatii tiivistä markkinoiden seuranta, kaupankäyntiä, tiedon hankintaa ja työtä (Myllyoja & Kullas, 2020, 103). Puolestaan riskipainotteinen eli passiivinen sijoittaja pyrkii seuraamaan markkinaa ja olemaan siinä mukana. Passiivinen sijoittaja ei pyri voittamaan markkinoita tai ylituottoon. Passiivinen sijoittaminen on aktiivista hitaampaa ja usein myös kustannustehokkaampaa. Sijoittaja voi harjoittaa kummankin tyylistä sijoittamista itse tai sitten antaa se esimerkiksi pankin tehtäväksi valitsemalla joko aktiivisen tai passiivisen rahaston (Myllyoja & Kullas, 2020, 103). Sijoitustyyli vaihtelevat myös holdaajista treidaajiin ja muihin erilaisiin painotuksiin. Sijoittajan tyyli lopulta rakentuu periaatteiden ja maailmankatsomuksen mukaan (Myllyoja & Kullas, 2020, 104). Sijoittaja voi esimerkiksi päättää, että ei sijoita yhtiöihin, jotka ovat liian velkaisia

tai joiden liikevaihto ei kasva vuosittain. Vastuullinen sijoittaja voi taas valita salkkuunsa sijoituskohteita, jotka panostavat kestävään kehitykseen (Kurittu, 2021). On ajateltu, että vastuullisuus lisää yrityksen laatua sijoituskohteena (Mähkä, 2021).

Tärkeä osa sijoitussuunnitelmaa on hajautus ja sen suunnittelu. Se on yksi keino jakaa riskiä siedettävälle tasolle. Hajauttamisen avulla sijoittaja kattaa onnistuneiden sijoitusten voitoilla keinoista sijoituksista koituvat tappiot (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 34). Hajauttaa voi ajallisesti, allokoimalla ja maantieteellisesti. Ajallisesti hajauttaminen tarkoittaa, että sijoittaja sijoittaa pikkuhiljaa pienempiä summia markkinoille (Saario, 2016). Sijoittajalla on tällöin paremmat mahdollisuudet saada parempaa tuottoa pienemmällä riskillä sijoittamalleen pääomalle kuin sijoittajalla, joka rysäyttää isomman summan kerralla markkinoille yhteen sijoituskohteeseen (Myllyoja & Kullas, 2020, 104; Saario, 2016). Peruseriaatteena hajautuksessa on, ettei kaikkia sijoituksia tehdä samoihin sijoituskoh-teisiin (Hallipelto, 2021, 224). Hyvin hajautettu sijoitussalkku sisältää kohteita eri omaisuusluokista, eri toimialoilta ja eri maantieteellisiltä alueilta sekä erilaisia sijoitusinstrumentteja (Hallipelto, 2021, 240). Sijoittajan suositellaan pohtivan millaisella maantieteellisellä hajautuksella tahtoo sijoittaa (Littorin ja muut, 153–154).

William Sharpe keksi, miten voidaan määritellä, minkä osan osakeriskeistä voi hävittää hajauttamalla ja mikä osa pysyy, vaikka tekisi mitä (Myllyoja ja Kullas, 2020, 105). Sharpe kehitti Capital Asset Pricing Model (CAPM) -mallin, joka kuvaa systemaattisen riskin ja odotetun tuoton välistä suhdetta ja toteaa, että suuremman tuoton saamiseksi on otettava enemmän riskejä (Mitchell, 2021).

Kuukausisäästämissopimus on oivallinen tapa ajalliseen hajauttamiseen (Mähkä, 2021, Saario, 2016). Tällöin sijoittaja on mukana markkinassa sekä silloin kun menee lujaa, että silloin, kun markkinoilla panikoidaan ilman suurempaa syytä ja arvostettujen sijoituskoh-teiden hinta laskee väliaikaisesti (Havia ja muut, 2014, 188; Myllyoja & Kullas, 2020, 104). Sijoittaja voi tehdä säännöllisen kuukausittaisen ostotoimeksiannon rahastoihin, joka helpottaa sijoittamista. Jos sijoittaja kuitenkin tahtoo olla aktiivisemmin mukana

seuraamassa markkinoita ja oppia lisää, voi suora osakesijoittaminen tulla kyseeseen. Tällaisessa tilanteessa sijoittajan kannattaa seurata ja tutustua yrityksen toimintaan. Mitä tutummaksi yrityksen toiminta käy, sitä helpompi osaketta on jossakin vaiheessa ostaa.

Hajauttamisesta on esitetty myös eriäviä mielipiteitä. Hyttinen (2016, 88) toteaa hajautuksen olevan yksi vahingollinen tapa kiertää analysoinnin hankaluutta. Hänen mielestään hajauttamisesta kerrottu hyöty ei olisi totta. Sijoittajan on aina tärkeää ymmärtää mihin sijoittaa, millaisella riskillä ja millaisella hinnalla osaketta kannattaa ostaa. Hajauttaminen ei muuta tätä yhtälöä (Hyttinen, 2016, 88).

Allokaatio tarkoittaa, että jakamalla sijoitusvarallisuus eri omaisuusluokkiin kokonaisriski pienenee (Hyttinen, 2014, 14; Myllyoja & Kullas, 2020, 104). Vuonna 1990 professori Harry Markowitz oivalsi, että suurta riskiä sisältäviä osakkeita sisältävä salkku voidaan koostaa siten, että salkku kokonaisuutena sisältää vähemmän riskiä kuin siinä olevat osakkeet (Markowitz, 2009, 31–32). Markowitz on modernin portfolioteorian isä. Hänen ajatuksensa yksinkertaistetusti on, että vaikka sijoittaja ostaisi korkeariskistä sijoitustuotetta eri toimialoilta ja eri markkinoilta, voi tällä samalla pienentää salkun kokonaisriskiä (Markowitz, 2009, 4–5, 34). Eri yritykset ovat erilaisissa kehitysvaiheissa ja menestyvät eri tavoin, vaikka osakkeet joissain määrin heiluvatkin samaan tahtiin. Eri maiden ja maanosien taloustilanteet vaihtelevat, vaikka maailmantaloudessa kaikki ovatkin kytköksissä keskenään. Sen verran suuria erot kuitenkin ovat, että niillä on merkitystä pienellekin sijoittajalle (Myllyoja & Kullas, 2020, 105–107).

Osana sijoitussuunnitelmaa on sijoittajan vielä määriteltävä oma osaamisen taso ja se, miten paljon aikaa on valmis käyttämään sijoittamiseen (Myllyoja & Kullas, 2020, 106). Jos sijoittajaa ei kiinnosta aktiivisesti seurata markkinoita, suositellaan silloin usein valitsemaan passiivisempi sijoitustyyli. Tällöin sijoittaja voi valita esimerkiksi muutaman erilaisen indeksirahaston, jotka täyttävät sijoittajan kriteerit (Mähkä, 2021).

Keskeinen osa sijoitusmenestystä on siis tarkasti suunniteltu strategia. Tässä vielä tärkeämpää on valitun strategian noudattaminen. Moni sijoittaja tiedostaa tämän, mutta tiedon mukaan toimiminen onkin se haastavin osa sijoittamisesta (Hyttinen, 2017, 132). Sijoittamisessa voittaminen vaatii nimenomaan sijoittajalta sitä, että pitää kiinni omasta strategiastaan, vaikka silloin ottaakin riskin, että strategia ei toimi muuttuneessa markkinatilanteessa (Hyttinen, 2017, 133). Sijoittajille todellinen testi pitää kiinni suunnitelmastaan on silloin, kun osakemarkkina joko nousee tai laskee voimakkaasti. Tämän vuoksi on tärkeää, että laadittu sijoitusstrategia ei jää liian yleiseksi tai liian monimutkaiseksi. Toimiva strategia on selkeä, tarkka ja helposti ymmärrettävä. Linjaukset voivat olla laajoja, mutta niiden tulee silti olla konkreettisia ja realistisia (Hallipelto, 2021, 223).

Hyttinen (2017, 13) kertoo sijoittamisen suosioharhasta, jota on havaittavissa esimerkiksi talouslehtien sivustoilla. Tällä hän tarkoittaa sitä, että ihmisillä on taipumus seurata sijoitustyyplejä, jotka ovat suosittuja ja yleisiä. Sijoittajien oma asiantuntemus ei usein riitä vielä tässä vaiheessa arvottamaan eri sijoitustyyplejä. Sijoittajat voivat saada vaikutteita alan asiantuntijoilta suosituista tavoista sijoittaa. Tämän vuoksi harhasta pääseminen voi olla pitkä ja kivinen tie (Hyttinen, 2017, 13). Tilanteessa analyytikko koittaa selittää edellisen päivän kurssireaktiota muutamalla virkkeellä. Analyytikko myös yrittää tarjota arviota siitä, mitä juuri nyt sijoittajan kannattaa tehdä eli mistä seuraavaksi olisi tarjolla parasta mahdollista tuottoa. Totuus kuitenkin on, että toteutuneesta kehityksestä näkee, mitä markkinoilla tapahtui. Se mitä tapahtui, ennustaa kuitenkin kovin huonosti sitä, mitä seuraavaksi tapahtuu (Saario, 2016).

Hyttisen (2017, 143) mukaan yksi suosioharhan muoto on se, että ihminen usein tarvitsee muiden (lauman) hyväksymän sijoitusidean uskaltaakseen sijoittaa. Tämän vuoksi pankkien on ollut tuottavampaa rakentaa sijoitustuotteista enemmän suosittuja kuin aidosti sijoittajien kannalta hyviä. Sijoitustuotteen toimivuudella, laadulla, kannattavuudella ja järkevyydellä ei oikeastaan ole väliä (Hyttinen, 2017, 143).

Hyttisen (2017, 129) mukaan sijoittamisen taito on kehittynyttä kykyä ajatella sijoittamisen problematiikkaa laajasti ja syvällisesti. Taitavaan sijoittamiseen liittyy hänen mukaansa myös laadukas ja johdonmukainen toimeenpano. Sijoittajan yksi toimivista ja tehokkaista työkaluista on oman sijoitussuunnitelman teko (Kullas & Myllyoja, 2014). Aloiteleva sijoittaja voi kokea tämän hiukan luotaantyöntävänä ja työläältä, mutta apua on paljon ja helposti tarjolla tänä päivänä (Lehtipuu & Majasalmi, 2018). Kaikkea ei tarvitse osata ja tietää heti sijoitustaipaleen alussa. Hyvin yksinkertaisillakin askelilla sijoittaja pääsee kelpo sijoitustulokseen (Hyttinen, 2017, 129).

Tietyn sijoitustyylin ja -strategian valitseminen voi olla hyödyllistä, koska se voi helpottaa sijoittajaa erikoistumaan rajalliseen määrään yhtiöitä ja pysymään omassa sijoitussuunnitelmassa vaikeankin markkinatilanteen keskellä (Hyttinen, 2017, 19; Kallunki ja muut, 2019, 4). Yleisimpiä sijoitustyyliä ovat muun muassa arvosijoittaminen ja osinkosijoittaminen. Usein näitä löytyykin joku alan asiantuntija suosittelemaan. Tästä sijoittaja voi saada vahvistusta omille ajatuksille ja sijoittamisesta voi tulla henkisesti hieman helpompaa (Hyttinen, 2017, 19).

Ukkolan (2020) mukaan pörssikurssit käyttäytyvät usein ilman näkyvää logiikkaa. Ihmisten ajatukset heijastuvat pörssiin ja ihmisellä on tarve löytää syy-seuraussuhteita eri tapahtumien välille. Erityisesti nykyisin sijoittajan on tärkeä pysyä laaditussa suunnitelmassa, kun kaupankäynnistä pörssissä on tehty niin helppoa. Sähköisissä kaupankäynnin palveluissa ostot ja myynnit voi tehdä välittömästi. Kurssit poukkoilevat nopeasti ja voivat syöksyä tai nousta uutisten saattamana. Sijoittajien tulee tilanteista riippuen reagoida nopeasti, muuten hinta karkaa helposti liian korkeaksi tai myydessä liian matalaksi (Ukkola, 2020). Liian äkinäisiin kurssireaktioihin ei kuitenkaan kannata osallistua, koska kurssit usein palautuvat hetkellisesti lähes lähtötasolleen (Littorin ja muut, 2020, 144).

Kurssilaskun liian aikainen ennakointi voi olla vaarallista, kun pörssi on tähän asti takonut uusia ennätyslukemia tiheään tahtiin (Ukkola, 2020, 47). Vahvojen näkemysten takia voi

osa sijoittajista jäädä liian suuren käteisposition kanssa katselemaan, kun nousu jatkuu entistä korkeammalle. Tällaisessa tilanteessa rahoille saa vähemmän vastiketta pörssissä.

Ukkola (2020, 135) osoittaa, että sijoittajien tärkeimmät ominaisuudet hänen mielestään ovat pitkäjänteisyys ja pitkät hermot. Sijoittajalla ei tulisi olla tarvetta reagoida jokaiseen uutiseen. Suurempienkin uutisten, jotka aiheuttavat paljon keskustelua, vaikutukset pörssikursseihin jäävät usein alkusäikähdysten jälkeen maltillisiksi. Tavallisesti myös uutisten negatiivinen paine on kadonnut varsin nopeasti. Epävarmuutta markkinoilla on aina, mutta jos sijoittaja jää tämän poistumista odottamaan, odottavan aika voi olla pitkä (Ukkola, 2020, 135). Sosiaalisen median keskustelualustoilla keskustelu käy usein niin kuumana, että saman aihepiirin parissa ei viivytä kauaa.

”Nousua seuraa väistämättä lasku” on sijoittajien lempisanontoja. Sanonta ei aivan pidä paikkansa, koska pelkkä nousu ei riitä laskun syyksi. Markkinakäänne riippuu maailmantalouden tilasta, ja siihen voi vaikuttaa moni seikka (Myllyoja & Kullas, 2020, 29; Saario, 2016). Ukkolan (2020, 47) mukaan kukaan ei voi ennustaa absoluuttista huippua. On kuitenkin turvallisempaa myydä osakkeet tämän huipun jälkimainingeissa kuin ennen tätä. Tällaisessa tilanteessa sijoittajalla on suurempi todennäköisyys myydä osakkeet prosentuaalisesti lähempänä pörssin huippua kuin luopumalla osakkeista ennen tätä, liian aikaisin. Vuodesta 1964 saakka pörssihistoria on ollut nousujohteinen. Pörssi on aina elpynyt ja kurssit ovat nousseet edeltävää kautta korkeammalle, vaikka kurssit ovatkin sahanneet ja taantumia on ollut (Myllyoja & Kullas, 2020, 31). Kaikki sijoittajat eivät kuitenkaan kestä tällaisia nousuja ja varsinkaan laskuja. Jos sijoittajaa pelottaa useamman kymmenen prosentin tappiot ja raha on niin tiukassa, ettei sijoituksiaan pysty pitämään ainakin joitakin vuosia, osakkeet eivät välttämättä ole se oikea sijoitusvaihtoehto. Historian valossa osakkeet ovat kuitenkin olleet kaikista tuottavin tapa sijoittaa, koska juuri epävarmuutta sietämällä tehdään parhaat voitot (Lehtipuu & Majasalmi, 2018; Myllyoja & Kullas, 2020, 31; Saario, 2016).

Sijoitusmaailmassa varoittelijoita ja huipputuottoja lupaavia ennustajia riittää aina. Sijoittajan tulisi pyrkiä löytämään pörssin pitkät trendit ja pysyä niissä mukana (Ukkola, 2020, 135; Saario, 2016). Sijoitusriskit pienenevät sijoitushorisontin pidentyessä (Ukkola, 2020, 135). Tämän vuoksi, jos sijoittajan sijoitushorisontti on aidosti riittävän pitkä, ei epävarmuuden kasvun pitä antaa sotkea sijoitussuunnitelmaa. Ukkola (2020, 136) nostaa ongelmaksi, että liian moni pitkäjänteinen sijoittaja alkaa tehdä korjaavia toimenpiteitä omaan sijoitusstrategiaansa markkinahäiriöiden ilmaantuessa. Sijoittajilta tuntuu unohtuvan, että vaikeimmillakin hetkillä todennäköisyydet puhuvat hyvin vahvasti osakkeiden puolesta.

Kun mietitään yleisesti oikeaa hetkeä ostaa tai myydä osakkeita, ei tästä ole näyttöä, että se olisi nähtävissä etukäteen (Saario, 2016). Hyttinen (2017, 155) kertoo pyrkivänsä herttelemään sijoittajia kyseenalaistamaan omaa intuitiota kertomalla ongelman piilevän siinä, että kaikki sijoittajat etsivät sitä oikeaa hetkeä. Sijoittajien mielestä on huomattavasti mukavampaa ostaa osakkeita yhdessä muiden kanssa ja omistaa suosituimpia osakkeita, joita media kehuu (Hyttinen, 2017, 155). Tämä ei kuitenkaan ole voittavan sijoittajan tyyli. Sijoittaja voi saavuttaa etua, kun on valmis tekemään sellaisia asioita, joita enemmistö ei juuri halua tehdä (Hyttinen, 2017, 155). Useinkaan sijoittaja ei halua asettaa itseään tällaiseen ikävään asemaan, mutta ne jotka sen tekevät voivat saavuttaa poikkeuksellisia etuja. Hyttisen (2017, 156) mielestä tällaista tapaa on sijoittajan tärkeä harjoitella, jos tahtoo kasvaa huippusijoittajaksi.

Sijoittamisen strategiaan liittyy sijoittajan oma tavoite. Sijoittajan kannattaa asettaa itselleen selkeä tavoite, koska se parantaa merkittävästi onnistumisen mahdollisuuksia (Hallipelto, 2021, 223). Tavoite on perusteltua sitoa johonkin konkreettiseen asiaan tai muutokseen, jota sijoittaja tavoittelee tai johon hän tahtoo varautua (Hallipelto, 2021, 223). Tavoitteet vastaavat kysymyksiin, mitä, milloin ja miksi halutaan saavuttaa. Onko tavoitteena säästäminen vai nopeat tuotot? Paljonko sijoittajalla on rahaa käytettävissään sijoitettavaksi, niin ettei muu eläminen kärsi? Mikä on suunniteltu sijoitusaika? Onko sijoitusaika 10 vai 40 vuotta? Mitkä toimialat ja yritykset kiinnostavat erityisesti?

Sijoittaja voi pohtia mieltymyksiään myös toimialoittain, koska silloin näiden yrityksien tapahtumia jaksaa seurata. Sijoittajan tulee huomioida oma riskinsietokyky (Kallunki ja muut, 2019).

Sijoittajan asettaman tavoitteen saavuttamiseksi laaditaan strategia. Se vastaa kysymykseen, miten tavoite saavutetaan tai visio toteutetaan (Hallipelto, 2021, 223). Tavoitteet ja strategia on syytä erottaa toisistaan. Strategia antaa toiminnalle suunnan, auttaa priorisoimaan ja sen toteuttamisen tulee näkyä konkreettisina toimina (Kullas & Myllyoja, 2014, 75–77).

Kallunki ja muut (2019, 4) nostavat sijoitustoiminnassa tarvittavan informaation välittämisen tehostumisen yhdeksi digitalisaation tuomana muutoksena. Muutos on ollut viimeisten vuosien aikana suuri. Tärkeä informaatio sijoittajille voidaan esittää tiiviissä muodossa, monesti pelkästään tunnuslukujen ja grafiikan avulla (Kallunki ja muut, 2019, 5). Internet on sijoittajille oleellisen tiedon välittämisessä vahvimmillaan. Sijoittajat saavat suurilta osin ilmaiseksi reaaliajassa kaiken tarvitsemansa informaation sijoituspäätösten tueksi (Kallunki ja muut, 2019, 5). Yritysten, johtoryhmien ja muita makrotaloudellisia tietoja sijoittajat voivat löytää laajasti erilaisilta talous- ja sijoitusaiheisilta sivuilta (Kallunki ja muut, 2019, 6). Sijoitusalan toimijat, sekä informaatiotuottajat kilpailevat asiakkaista ja mainostajista. Voidaan puhua jopa sijoittajien ”informaatioähkystä”, koska tietoa tulvii niin paljon (Kallunki ja muut, 2019, 6; Ukkola, 2020, 38). Tämän vuoksi on tärkeää, että sijoittavat olisivat pohtineet omaa sijoitusstrategiaansa valmiiksi ennen markkinoille menoa. Sijoittaja voi muuten olla liian alttiina kaikelle vastaantulevalle uutiselle. Suunnitelma kannustetaan tekemään kirjallisesti, jotta se konkretisoituu paremmin sijoittajalle. Tällöin siinä usein pysyy paremmin. Aika on sijoittajan paras ystävä. Mitä pidempää sijoitukset ovat kiinni pörssissä, sitä pienemmäksi riski niiden menettämisestä käy (Myllyoja & Kullas, 2020, 104).

## 2.2 Sosiaalinen media ja sijoittaminen

Kahdenkymmenen viime vuoden aikana suomalaiset ovat vaurastuneet ja sijoittaminen on muuttunut monelle arkipäiväiseksi asiaksi. Sijoittaminen ei tänä päivänä ole pelkäämään eläkeikäisten miesten harrastus (Myllyoja & Kullas, 2020, 18). Sosiaalisella medially on tässä muutoksessa ollut suuri rooli. Sosiaalinen media tarjoaa tiedonjanoisille aivan uudenlaisen alustan verkostoitumiseen ja tiedon vaihdantaan (Ismail ja muut, 2018, 45). Erilaiset sosiaalisen median ryhmät ovat keränneet lyhyessä ajassa niin paljon seuraajia, että voidaan puhua ilmiöstä (Myllyoja & Kullas, 2020, 18).

Sosiaaliset verkostot ovat houkuttelleet tänä päivänä jo miljoonia käyttäjiä eri alustoilleen. Sosiaalisten kanavien merkitys on kasvanut, jossa kuluttajat voivat jakaa tietoja ja ideoita (Tetlock, 2007). Vuonna 2012 internetin käyttäjistä 63 % käytti sosiaalista mediaa vähintään kerran kuukaudessa, ja tämä prosenttiosuus on kasvussa (Tetlock, 2007). Monet käyttäjät ovatkin jo integroineet sosiaalisen median osaksi jokapäiväistä elämäänsä (Sul ja muut, 2014). On tärkeää lisätä ihmisten talousosaamista ja medialukutaitoa, kun Tilastokeskuksen mukaan 16–24-vuotiaista nuorista 98 % käyttää internetiä yleensä useita kertoja päivässä, ja yhteisöpalveluja seuraa 92 % nuorista (Hallipelto, 2021, 411; Tilastokeskus, 2020). Luvut pysyvät lähes samoina 44 ikävuoteen saakka, 97 % käyttää internetiä useita kertoja päivässä ja 86 % seuraa yhteisöpalveluita (Tilastokeskus, 2020). Luvut laskevat mitä vanhemmista ikäluokista puhutaan. Kansainvälisissä vertailuissa suomalaisten aikuisten taloudellinen lukutaito on korkeatasoista (Kalmi & Ruuskanen, 2016).

Yhä useammat teollisuuden alat käyttävät hyödykseen sosiaalista mediaa tiedon jakamiseen sen kattavuuden, taajuuden, käytettävyyden, tavoitettavuuden ja pysyvyyden vuoksi (Agichtein ja muut, 2008). On huomattu, että lukuisat ammatti- ja amatöörisijoittajat ovat alkaneet käyttämään Twitteriä uutisartikkeleiden ja mielipiteiden julkaisemiseen useammin kuin ammattimedia (Sul ja muut, 2014).

Sosiaalisen median varhainen käyttö on nykyään suosittua brändäys- ja markkinointitarkoituksiin. Yritys käyttää sosiaalista mediaa seuratakseen kuluttajien keskustelua ja

ymmärtääkseen kuluttajien tarpeita ja toiveita reaaliajassa (Ismail ja muut, 2018, 45). Ihmisten laaja sosiaalisen median käyttö on tehnyt sosiaalisesta mediasta yhä tärkeämmän viestintäkanavan, jolla he voivat jakaa ajatuksiaan, sanojaan ja päätöksiään ja olla vuorovaikutuksessa toistensa kanssa (Ismail ja muut, 2018, 45). Sosiaalisen median voimaa ei tule aliarvioida. Sen odotetaan edelleen mullistavan henkilökohtaisen ja organisaation viestintää ja vuorovaikutusta maailmanlaajuisesti (Ismail ja muut, 2018, 45).

Ukkola (2020, 8) kertoi sijoittajien kiinnostuksen nousevan, kun onnistumiset seuraavat toisiaan ja sijoittaminen on tuottoisaa. Tulee kuitenkin aikoja vastaan, jolloin sijoittaminen ei olekaan niin mukavaa ja omaisuuden arvot laskevat. Tällaisia tilanteita varten sijoittajat kaipaavat jotakin kättä pidempää, muun muassa sijoituskirjallisuutta ja blogikirjoituksia (Ukkola, 2020, 8). Erilaisten podcastienkin merkitys on sijoituskentällä kasvanut viimeisten vuosien aikana. Tällaiset ovat oivallisia apuvälineitä osaltaan auttamaan ihmisiä sijoittamisen taipaleella.

Internetistä löytyy suuri määrä erilaisia sijoitusaiheisia blogeja ja keskustelufoorumeja. Näissä analysoidaan sijoituskohteita ja ruoditaan sijoitustilaisuuksia (Elo & Saarhelo, 2018, 261). Tietoa välittyy internetin kautta silmänräpäyksessä. Ajoittain internetin yritysanalyysit ovat hyvinkin korkeatasoisia. Näihin tavallisella sijoittajallakin on pääsy ja varaa. Internetistä löytyy myös keskimääräistä nettianalyysiä, joka on useimmiten heikkolaatuista ja saattaa sisältää virheellistä tietoa sekä perättömiä väitteitä (Elo & Saarhelo, 2018, 261). Kuka tahansa voi kirjoittaa internettiin lähes mitä tahansa. Nykyisessä informaatiomeressä voi sijoittajien ollakin vaikea erottaa oleellista tietoa vähemmän oleellisesta, joka voi lykätä sijoittamisen aloittamista.

Informaation diffuusion mukaan sijoittajia kutsutaan yleensä uutisseuraaajiksi, jotka käyttävät yrityksen luovuttamia tietoja sosiaalisessa mediassa tehdäkseen taloudellisia päätöksiä. Sijoittajia voidaan kutsua myös kauppiaksi, jotka käyttävät aiempia osakekurssi-muutoksia sijoituspäätösten tekemiseen. Informaation diffuusio ennakoii, että kuinka

nopeasti osakekurssit muuttuvat vastauksena uuteen tietoon sosiaalisessa mediassa (Is-mail ja muut, 2018, 46).

Joka vuosi sosiaalisessa mediassa on paljon keskustelua eri yritysten osavuositulosjulkistusten ympärillä. Tämä herättää keskustelua yrityksen puolesta ja vastaan. Jos yritys julkistaa markkinaodotuksia paremman tuloksen, on tämä usein sijoittajan kannalta myönteinen merkki. Tilanteessa osakkeen arvo usein kasvaa. Jos taas yrityksen tulos jää ennako-odotuksia heikommaksi, kurssi laskee. Sijoittajien ennako-odotuksilla on näissä tilanteissa suuri merkitys. Huonoltakin näyttävä yrityksen tulos voi nostaa osakkeen kurssia, jos tulos on lyönyt sijoittajien ennako-odotukset (Ukkola, 2020, 112).

Yrityksen julkaistaessa tulosraportin, sijoittajat pohtivat kannattaako osaketta nyt ostaa vai myydä (Saario, 2016). Varsinkin siinä tilanteessa, jos kurssiliikkeet ovat isoja. Yrityksen kurssi voi laskea jopa kymmeniä prosentteja päivässä tai kahdessa, jos tulee heikko raportti. Tätä sijoittajan ongelmaa ei auta eri sosiaalisen median alustoilla käydyt keskustelut. Ukkola (2020, 113) kehoittaakin, että sijoittaja seuraisi yrityksen osakekurssireaktiota päivää ennen ja kaksi päivää jälkeen raportin julkaisun. Tämä kolmen päivän ajanjakso sen vuoksi, että yritysten tulosraportteja julkaistaan hyvin eri aikoihin päivän mittaan. Osa yrityksistä julkaisee heti aamulla, kun taas toiset yritykset myöhään iltapäivällä. Ainoastaan raportointipäivän kurssireaktiota tarkasteltaessa aika osakkeen hinnanmuodostukselle olisi eri yhtiöiden kohdalla huomattavan eripituinen (Ukkola, 2020, 112).

Ukkolan (2020, 114) mukaan pörssiyhtiöiden tulokset pitäisi julkaista pörssin aukioloaikojen ulkopuolella. Näin ollen sijoittajat voisivat rauhassa lukea yritysten julkaisemat raportit ennen päätöksen tekoa. Nykyisellä käytännöllä, jossa yritykset julkaisevat katsaukset kesken pörssipäivän eivät sijoittajat ehdi näihin kunnolla perehtyä. Ukkolan (2020, 114) mukaan tällä hetkellä kaikki välittömät kurssireaktiot tapahtuvat koneellistetun pörssikaupan tekemien tulkintojen mukaisesti. Tekoälyn ja koneoppimisen merkitys on lisääntynyt osakekaupoissa viimeisten vuosien aikana. Ukkola (2020, 114) pohtii, että

onnistuuko pörssi enää alkuperäisessä tarkoituksessaan toimia paikkana, jossa pääomat allokoituvat pitkällä tähtäimellä optimaalisesti.

Pörssin yleinen päivän vire ja markkinatunnelma voivat vääristää tuloksia absoluuttisia kurssimuutoksia tarkasteltaessa. Sijoittajien tulisi tarkastella kurssimuutoksia suhteessa markkinoiden yleiskehitykseen, toisin sanoen indeksiin, jotta näkemys raportin vaikutuksista saadaan paremmin esiin kaikissa markkinatilanteissa (Ukkola, 2020, 114). Viime kädessä sijoittajia kiinnostaa, onko tuotto positiivinen vai negatiivinen. Osakkeen menestys suhteessa markkinaan ei välttämättä kiinnosta aivan yhtä paljon. Tämä puolestaan puhausi absoluuttisten kurssimuutosten puolesta (Ukkola, 2020,115).

Hyttinen (2017, 73) arvioi, että tulevaisuudessa tuoreimmat taloustapahtumat täyttävät uutisvirran ja sijoitusmyyjien kommentit saavat palstatilaa. Hyttinen (2017, 73) toivoo, että tulevaisuudessa suomalaisten säästäjien kyky tunnistaa sijoitusbisneksen talouspuhe ja sen eri murteiden ymmärtäminen kehittyisi. Kun sijoitustapaamisessa pöydän toisella puolella on myyjä ja sijoitusjutun takana huomiosta elävä mediatalo, ei niiden sanomisiin voi täysin luottaa (Hyttinen, 2017, 73). Ainoa selviytymiskeino on sijoittajan itse ottaa asioista selvää ja rakentaa omaa osaamista (Saario, 2016). Tällä tavoin sijoittaja voi selviytyä ja tehdä tuottoa kaikesta kohinasta ja myyntipuheesta huolimatta (Hyttinen, 2017, 73). Tämän seurauksena sijoittajat usein hakevat muilta sijoittajilta tukea päätöksilleen eri sosiaalisen median kanavilta.

Sijoittaja voi seurata myös suursijoittajien liikkeitä. Eläkevakuutusyhtiöt Ilmarinen ja Varma ovat esimerkiksi avoimia sijoituksistaan. Niiden internetsivustoilta voi sijoittaja löytää sijoituskohteet, joihin yhtiöt sijoittavat eläkesäästäjien varoja. Sijoittaja voi olla näistä valinnoista suhteellisen luottavainen, koska yhtiöiden analytikkotiimit ovat todella perehtyneet sijoituskohteisiin (Littorin ja muut, 2020, 166). Toki sielläkin tapahtuu virheitä, mutta nämä korjataan suhteellisen nopeasti.

Markkinoilla on huomattu, että osakekurssien nousu luo ihmisille varallisuuden tunnetta (Hämäläinen & Oksaharju, 2020, 153). Kun osakekurssit nousevat, rahan käytöstä tulee huolettomampaa. Tämä puolestaan nostaa yhtiöiden tuloksia ja bruttokansantuotetta (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 145). Osakkeiden kurssinousuille tukea antavat yhtiöiden tulosparannukset. Tällainen kuplan olemassaolo ja siitä tietoisuus ei kuitenkaan välttämättä ehkäise sen paisumista (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 146).

Kun osakemarkkinoilla menee nousujohteisesti, tiedotusvälineet alkavat julkaista menestystarinoita ja epärealistisia laskelmia, siitä kuinka osakemarkkinat tuottavat (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 146.) Populaarit sijoituskirjat julistavat kaikkien kykenevän hyviin tuloksiin sijoittamalla ja ylipäätään tiedotusvälineiden kiinnostus taloutta ja osakemarkkinoita kohtaan kasvaa buumiaikoina huomattavasti (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 146). Tällä hetkellä, kun markkinoilla osakekurssit ovat nousseet useana vuonna peräkkäin, on sijoittamista kohtaan mielenkiintokin kasvanut. Tällaisina ajankohtina myös erilaisten sijoituskerhojen määrä kasvaa.

Tiedotusvälineiden uutisointi on omiaan voimistamaan markkinareaktiota. Kaikista pörssissä tapahtuvista reaktioista kerrotaan hanakasti. Uutisten seuraajille tulee tästä ennätysten ylikuormituksesta tunnelma, että uusia ja merkittäviä ennätyksiä rikotaan tuostakin (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 146). Tämä voi vaikeuttaa ihmisten tunnistuskykyä, milloin jotain todella merkittävää aidosti tapahtuu markkinoilla. Saman reaktion voi nähdä myös, kun jokin maailman tapahtuma saakin todellista painoaan selvästi suuremman huomion mediassa (Saario, 2016). Tämä on seurausta siitä, kun tiedotusvälineet innostuvat jostakin uutisesta, ne seuraavat sitä ja tekevät näyttäviä jatkojuttuja (Hämäläinen & Oksaharju, 2016, 146). Tämän vuoksi tapahtuman paino uutisissa saattaa paisua kohtuuttomaksi suhteessa sen todelliseen merkitykseen.

Sijoittaminen ei ole nollasummapeliä tai kilpailua muiden kanssa, koska sijoittamalla voi onnistua hyvin monella eri tavalla. Sijoittajan on tärkeä keskittyä omaan nettovarallisuuteen. Ei verrata itseään toisiin sijoittajiin. Salkkujen vertaaminen toisten salkkuihin ei ole

suositeltavaa ja saattaa johtaa harkitsemattomiin riskinottoihin (Myllyoja & Kullas, 2020, 73). Jos sijoittaja pystyy nostamaan nettovarallisuutensa arvoa, on hän melko turvallisilla vesillä taloudellisesti riippumatta salkun koosta (Myllyoja & Kullas, 2020, 73).

Siikanen ja muut (2018) tutkivat, kuinka Facebook ohjaa passiivisten kotitalouksien käyttäytymistä osakemarkkinoilla. Siikanen ja muut (2018) tarkastelivat Facebookin tietojen ja sijoittajien päätöksenteon välistä suhdetta osakemarkkinoilla ainutlaatuisella datalla liittyen Nokian osakekurssiin. Siikanen ja muut (2018) havaitsivat osto- ja myyntipäätöksiin liittyvän Facebookin tietoihin erityisesti passiivisissa kotitalouksissa ja voittoa tavoittelemattomissa organisaatioissa. Voittoa tavoittelemattomat organisaatiot ja kotitaloudet, jotka ovat vähemmän kehittyneitä sijoittajia, Facebookin päivitykset vaikuttavat heihin enemmän kuin kehittyneimpiin sijoittajaryhmiin. Tämä voi johtua siitä, että heillä ei ole pääsyä ammattimaisiin tietolähteisiin (Siikanen ja muut, 2018, 211). Kokemattomien sijoittajien kaupankäyntipäätöksiin vaikuttavat ilmoitukset, jotka eivät sisällä arvoon liittyvää tietoa sosiaalisen kaupankäynnin alustalla (Siikanen ja muut, 2018, 211).

Sosiaalisen median sivustot, kuten Facebook ja Twitter, luovat yrityksille erilaisia mahdollisuuksia parantaa sisäistä ja ulkoista viestintää. Sivustot auttavat myös yhteistyössä ja kommunikoinnissa asiakkaiden, kumppaneiden ja muiden sidosryhmien, kuten sijoittajien, kanssa. Ottaen huomioon sosiaalisen median merkityksen ulkoisessa viestinnässä ei ole yllättävää, että sosiaalisen median dataa on viime aikoina käytetty ennustamaan yrityksen tuloksia (Siikanen ja muut, 2018, 208). Lukuisat tutkijat ovatkin käyttäneet rahoitusmarkkinatutkimuksessa Facebookin ja muiden sosiaalisen median sivustojen tietoja. Tällaisten tutkimusten ensisijaisena tavoitteena on ollut ennustaa markkinoiden laajuisia osakeliikkeitä, mutta sosiaalisen median datan suhteesta yksittäisten sijoittajien käyttäytymiseen on vielä niukasti tutkimuksia (Siikanen ja muut, 2018, 208).

Siikanen ja muut (2018) tutkivat missä määrin sijoittajien kaupankäyntipäätöksiä ohjaavat Facebook julkaisut ja aktiivisuus. Facebook on tällä hetkellä selvästi eniten käytetty sosiaalisen median alusta, jolla on noin 2,91 miljardia kuukausittaista aktiivista käyttäjää

vuoden 2021 viimeisellä neljänneksellä maailmanlaajuisesti (Statista, 2022). Tammi-kuussa 2013 noin 45 % S&P1500-yrityksistä käytti sosiaalisen median sivustoja, kuten Facebookia ja Twitteriä, välittääkseen virallista ja epävirallista tietoa yrityksestä ulkopuolisille (Siikanen ja muut, 2018, 209). Yang ja muut (2017) osoittivat, että sosiaalinen media ja massamedia yleensäkin vaikuttavat sijoittajien kaupankäyntipäätöksiin. Väitetään, että vähemmän kehittyneet sijoittajat hyötyvät mahdollisesti eniten sosiaalisen median kautta kommunikoivista tiedoista, koska sosiaalisen median alustoilla tieto olennaisesti "työnnetään" heille, mikä helpottaa näiden tietojen saatavuutta (Siikanen ja muut, 2018, 209). On myös osoitettu, että vähemmän kehittyneet sijoittajat käsittelevät sosiaalisesta mediasta saatua taloudellista tietoa eri tavalla kuin yrityksen sijoittajasuhdesivujen kautta saatua tietoa (Siikanen ja muut, 2018, 209).

On kuitenkin tärkeää muistaa, että tyypillisesti yritykset käyttävät ensisijaisena viestintäkanavaan virallisia pörssissä ohjattuja yritys ilmoituksia. Näitä seuraavat muut kanavat, mukaan lukien sanomalehdet ja sosiaalinen media (Siikanen ja muut, 2018, 209). Sosiaalisessa mediassa tiedon välittäminen on vapaaehtoista, kun taas jotkin yritystiedotteet ovat pakollisia. On myös huomattu, että yritykset levittävät tietoa strategisesti. Esimerkiksi yritykset eivät todennäköisesti levitä tietoa Twitterissä, jos uutiset ovat huonoja (Siikanen ja muut, 2018, 209).

Siikasen ja muiden (2018) tutkielma antaa empiirisiä todisteita siitä, että Facebookin toiminta vaikuttaa eri sijoittajaryhmien kaupankäyntiin eri tavalla. Vähemmän kehittyneiden sijoittajien, eli kotitalouksien ja voittoa tavoittelemattomien järjestöjen, päätökset lisätä ja vähentää omistusosuuksiaan liittyvät selvästi Facebookista saataviin tietoihin (Siikanen ja muut, 2018, 212). Tämän lisäksi Siikanen ja muut (2018, 212) huomasivat, että aktiivisempien kotitalouksien päätökset eivät taas liittyneet Facebookissa julkaistuihin tietoihin. Tämä antoi lisänäyttöä siitä, että mitä vähemmän kehittyneet sijoittajat on kyseessä, sitä läheisemmin sijoituskäyttäytyminen liittyy Facebookiin. Facebook ei ole säännelty tietokanava, jonka vuoksi yritykset voivat strategisesti valita mitä tietoja siellä julkaisevat (Siikanen ja muut, 2018, 212). Tämä voi viitata siihen, että vähemmän

kehittyneitä sijoittajia, joilla ei ehkä ole pääsyä ammattimaisiin taloustietojen ja uutisten lähteisiin, voi ohjata puolueellinen tieto (Siikanen ja muut, 2018, 212).

Sosiaalisen median alustojen avulla uutiset kulkevat paljon nopeammin ja laajemmin kuin koskaan aikaisemmin. Sosiaalisen median alustoista on tullut suosittu avoin foorumi taloudellisten ja rahoituksellisten kysymysten analysoinnille (Milas ja muut, 2021; Siikanen ja muut, 2018, 211). Yhtä tärkeää on myös huomata, että sosiaalinen media heijastaa yleisöä kiinnostavia aiheita minuutti minuutilta. Sosiaalisesta mediasta on tullut jo kauan sitten välttämätön väline talouskommentojille, poliittisille päättäjille ja heidän seuraajilleen (Milas ja muut, 2021).

Sosiaalisen median tietosisältö eroaa perinteisten uutistoimistojen vastaavasta sisällöstä. Sosiaalisen median sivustoilla esimerkiksi julkaistuihin raportteihin pääsee välittömästi käsiksi, kun taas perinteisessä mediassa tiedon levittäminen vie aikaa (Milas ja muut, 2021). Perinteisessä mediassa toimittaja päättää uutiset ja uutisten kuluttajat eivät osallistu sisällön luomiseen tai levittämiseen. Sosiaalisen median puolella taas kuka tahansa voi luoda ja jakaa sisältöä. Interaktiivisuuden kannalta kaikki kommentit sosiaalisessa mediassa tapahtuvat reaaliajassa; sen sijaan perinteistä mediaa valvotaan tiukasti (Milas ja muut, 2021). Tämän lisäksi sosiaalinen media yhdistää miljardeja ihmisiä eri puolilla maailmaa, kun taas perinteinen media rajoittaa tavoitavuuden yksittäisillä sanomalehdillä tai kanavilla oleviin lukijoihin tai katsojiin (Milas ja muut, 2021).

Viimeaikainen kirjallisuus on tarjonnut vakuuttavaa näyttöä siitä, että sosiaalisen median informaatio vaikuttaa rahoitusmarkkinoihin (Milas ja muut, 2021). On tutkittu, että julkisesti saatavilla olevat twiitit sisältävät arvokasta tietoa, jonka avulla voidaan ennustaa osakemarkkinoiden tuottoa omaisuuden hinnoittelutekijöiden vaikutuksen lisäksi (Milas ja muut, 2021). On myös todettu, että sosiaaliseen mediaan perustuva mielipideindeksi vaikuttaa osakemarkkinoiden likviditeetin tarjontaan ja kysyntään (Milas ja muut, 2021). Milaksen ja muiden (2018) mukaan institutionaalisilla sijoittajilla on kyky kerätä ja käsitellä suurta määrää raakadataa useista eri lähteistä reaaliajassa nopeasti ja tehokkaasti.

Tämä seurauksena on järkevää olettaa, että heidän käsittelykapasiteettinsa on keskimäärin parempi kuin yksittäisten sijoittajien (Milas ja muut, 2021). Milaksen ja muiden (2021) mukaan sijoittajat tarvitsevat aikaa tietojen sisällön käsittelyyn ennen tietokokonaisuuden päivittämistä ja sen mukaista reagointia. Koska institutionaaliset sijoittajat pystyvät käsittelemään tiedot nopeammin, he reagoivat ensimmäisinä. Lopulta myös yksityissijoittajat käsittelevät tiedon ja reagoivat.

Milas ja muut (2021) osoittavat, että on tärkeää huomata sosiaalisen median tiedon välitön leviämistapa. Sosiaalinen media edistää rahoitusmarkkinoiden tehokasta toimintaa, jollei vääränlainen tieto leviä sosiaalisen median alustojen kautta. Tässä kysymykseen tulee myös sosiaalisen median sääntely, jossa vastuu on mediayhtiöillä, toimittajilla ja hallituksella (Milas ja muut, 2021).

Maailmanlaajuisesti kuluttajien keskuudessa näyttää vallitsevan yksimielisyys siitä, että mediayritysten, toimittajien ja yritysten, kuten Googlen tai Facebookin, on tehtävä enemmän torjuakseen väärää tietoa. Mitä tulee valtion väliintuloon, kuva on kuitenkin ristiriitainen. Suhtautuminen hallituksen väliintuloon on voimakkaampi Euroopassa kuin Yhdysvalloissa. Tämä herättää kysymyksen siitä, kuinka tehokasta hallituksen väliintulo voisi olla (Milas ja muut, 2021).

Vuonna 2013 Yhdysvaltain arvopaperi- ja pörssikomitea ilmoitti, että yritykset saavat käyttää sosiaalista mediaa merkittävien tietojen paljastamiseen Fair Disclosure -asetuksen mukaisesti. Tällä hetkellä asetusta sovelletaan sosiaalisen mediaan ja muihin julkisten pörssiyritysten käyttämiin uusiin viestintävälineisiin. Se hyödyttää sekä yhtiötä, että sen osakkeenomistajia (Ismail ja muut, 2018, 45).

Yritykset voivat hyödyntää sosiaalisen median verkkoalustaa, kuten Facebook-sivua, Twitter-tiliä ja julkaista alustoilla valikoivasti tietoa. Niin sijoittajat kuin yrityksetkin voivat tarjota välittömiä vastauksia sosiaalisen median kautta (Ismail ja muut, 2018, 45). Tämä osoittaa, että niin lakien sääntelijät, että yrityksetkin ovat ottaneet askeleen eteenpäin

ottaakseen sosiaalisen median käyttökelpoisena kanavana huomioon merkittävien tietojen paljastamiseen liittyen (Ismail ja muut, 2018, 45).

Ismail ja muut (2018) ovat tutkineet erityisesti, kuinka sosiaalisesta mediasta on tullut niin tärkeä työkalu Malesian osakemarkkinoiden sijoittajille. Sijoittavat luottavat sosiaaliseen mediaan tehdessään sijoituspäätöksiä. Tämän lisäksi on olemassa kasvava todiste siitä, että sosiaalisen median toiminta voi tukea osakekurssia (Ismail ja muut, 2018, 45–46). Pace yliopiston analyytikko Arthur O’Connorin tekemässä tutkimuksessa todettiin, että Twitterin ja Facebookin käyttäjien ja Niken, Coken ja Starbucksin YouTube-sivuston vierailu määrillä olisi välitön suhde. Tutkimuksen mukaan sosiaalisella medially ja näiden organisaatioiden kurssikehityksellä löydettiin olevan yhteys (Ismail ja muut, 2018, 46).

Sosiaalisen median kautta yritys voi laskea mainonnan kustannuksia. Sosiaalinen media voi vaikuttaa yrityksen toimintaan myös muilla tavoin, esimerkiksi parantamalla brändin mainetta, hoitamalla asiakaspalvelua ja rakentamalla asiakassuhteita (Ismail ja muut, 2018, 46). Sosiaalisesta mediasta saadut tiedot, kuten Twitteristä ja Facebookista, voivat olla hyödyllisiä sijoittajien kaupankäyntipäätöksissä (Ismail ja muut, 2018, 46). Yrityksen imagoon tai maineeseen sosiaalisessa mediassa vaikuttaa kaksi päätekijää, jotka ovat kulluttajien arvo ja uskollisuus. Useat tutkimukset ovat osoittaneet sosiaalisen median ja sijoituspäätöksen välisen suhteen (Ismail ja muut, 2018, 47). Sosiaalinen media on voinut siis merkittävästi vaikuttaa yrityksen arvoon. Positiivisilla sosiaalisen median julkaisuilla voidaan lisätä sijoittajien luottamusta, mikä lisää yrityksen arvoa ja vaikuttaa sijoittajien kaupankäyntipäätöksiin (Ismail ja muut, 2018, 47). Luonnollisesti negatiiviset sosiaalisen median julkaisut voivat vaikuttaa yrityksen negatiiviseen maineeseen, jolloin yrityksen suorituskyky heikkenee. Tämä johtaa siihen, että yritys ei ole houkutteleva sijoituksille (Ismail ja muut, 2018, 47).

Sijoittajia rohkaistaan etsimään tietoa sosiaalisesta mediasta. Tämä voi auttaa tekemään parempia sijoituspäätöksiä (Ismail ja muut, 2018, 46). Lisäksi on arvioitu, että sosiaaliseen mediaan julkaistujen materiaalien vaikutus näkyy osakkeiden hinnoissa.

Ilmoitusten toistuminen liittyy painokkaasti arvopaperivaihdon tuottoon ja volyymeihin (Ismail ja muut, 2018, 46–47). Sosiaalisen median alustoilla saman henkiset sijoittajat kokoontuvat kouluttamaan toisiaan ja luomaan mielipiteitä osakevalinnoista. Vähemmän rationaaliset sijoittajat ovat taipuvaisia käyttäytymään tunteiden mukaan (Ismail ja muut, 2018, 47). Tutkielmassa havaittiin, että Twitterissä yhteisön iloinen ja rauhallinen tunne korreloi voimakkaasti osakemarkkinoiden ennusteen kanssa (Ismail ja muut, 2018, 47). Sosiaalisen median keskustelu aiheutti sijoittajien puolueellista käyttäytymistä sijoituspäätösten tekemisessä erityisesti osakemarkkinoiden suuren volatilitiitin aikana (Ismail ja muut, 2018, 47). Tutkimuksen mukaan sijoittajat ovat tehneet valtavia tuottoja ostaessaan osakkeita sellaisista yrityksistä, joiden maine on noussut sosiaalisessa mediassa (Ismail ja muut, 2018, 47). Tämä tulos tarjoaa yrityksille mahdollisuuden investoida imagoonsa luodakseen itselleen arvostetun maineen (Ismail ja muut, 2018, 47).

Sosiaalinen media on kaikkien internetin käyttäjien käytettävissä. Tämä mahdollistaa laajan levityksen yritysten ja perinteisten joukkoviestimien hallinnan ulkopuolella (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Internet voi olla kanava yritysten sosiaalisen vastuun (corporate social responsibility) tiedon välittämiseen (Guimarães-Costa & Pina e Cunha, 2006) ja sidosryhmien väliseen kanssakäymiseen (Unerman & Bennett, 2004). Sosiaalinen media on viimeisten vuosien aikana demokratisoinut yritysten ja sidosryhmien välisen vuoropuhelun (Coombs, 1998; Jansen ja muut, 2009). Esimerkiksi Twitterissä ja Facebookissa käydyt kahdenkeskiset tai monen henkilön väliset keskustelut ovat tärkeitä, koska nämä internet-pohjaiset alustat eivät ole yritysten hallinnassa (Qualman, 2010). Sidoryhmät voivat aloittaa keskusteluita mistä tahansa heitä kiinnostavasta aiheesta ja käydä vuoropuhelua yrityksen toiminnasta yrityksen kanssa mediassa, jolle on ominaista lähes välitön ja maailmanlaajuinen leviäminen (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Sidoryhmien kanssa käytävästä vuoropuhelusta on tullut olennainen strategia yritysten taloudellisen vakauden varmistamiseksi (Ruf ja muut, 2001; Alniacik ja muut, 2010; Vasi & King, 2012; Michelon ja muut, 2012; Boesso ja muut, 2014). Sosiaalisen median käyttö lisää myös yrityksen maineen ja identiteetin hallinnan monimutkaisuutta (Bebbington ja muut, 2008; Heikkurinen & Ketola, 2011). Gomez-Carrasco ja Michelon (2017) tutkivat

1,5 miljoonaa twiittiä, jotka oli tehty espanjalaisista pörssiyrityksistä, ja näiden vaikutusta tarkastelemalla kohdennettuja yritysten epänormaaleja vaihteluita hinta- ja kaupankäynnin määrillä.

Gomez-Carrascon ja Michelon (2017) tulokset viittasivat siihen, että tärkeimpien sidosryhmien Twitter aktiivisuudella on merkittävä vaikutus sijoittajien päätöksiin. Vaikka sosiaalisen median vaikutuksia ei vielääkään ymmärretä hyvin, viimeaikaiset todisteet viittaavat siihen, että niiden vaikutukset ovat taloudellisesti merkittäviä (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Gomez-Carrasco ja Michelon (2017) löytävät todisteita siitä, että verkossa aktiivisuus aiheuttaa muutoksia yritysten käyttäytymiseen. Tulokset osoittavat, että kriittisten sidosryhmien, kuten kuluttajajärjestöjen ja ammattiliittojen, Twitter-aktiivisilla on merkittävä vaikutus sijoittajien päätöksiin (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Tämä on yhdenmukainen Kingin ja Soulen (2007) perinteisestä aktivismista tekemien päätelmien kanssa. Empiiriset analyysit osoittavat, että sijoittajien käyttäytymiseen vaikuttavat mekanismit riippuvat sidosryhmän ominaisuuksista (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Gomez-Carrasco ja Michelon (2017) tunnistavat ammattiliittojen julkaisemien twiittien merkittävän ja kielteisen vaikutuksen sekä osakekurssiin että kaupankäyntimääriin. Merkittävämpi reaktio on laskusuuntaisina kaupankäyntipäivinä kuin nuosumarkkinaolosuhteissa (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Ammattiliittojen seuraajamäärillä ei ollut merkittävää vaikutusta osakekursseihin tai kaupankäyntivolyyymeihin. Sijoittajat olivat pikemminkin kiinnostuneita ammattiliittojen twiittien sisällöistä kuin niiden näkyvyydestä (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017).

Suurin osa perinteisen median ja sosiaalisen median kautta jaettavasta sijoitustiedosta on faktoja ja mielipiteitä, mutta yksilön käyttäytyminen ei ole vain rationaalisen päätöksenteon tulosta (Sul ja muut, 2014). Tunteet ovat tärkeä tekijä päätösten tekemisessä (Sul ja muut, 2014). Twitter tarjoaakin ympäristön tunteiden jakamiseen (Bollen ja muut, 2021). Sul ja muut (2014) tutkielmassaan analysoivat Twitteristä vuonna 2011 maaliskuusta lokakuuhun kerättyjä tietoja ja yhdistivät nämä S&P500-listalla olevien yritysten keskimääräisiin päivittäisiin osakemarkkinoiden tuottoihin. Sulin ja muiden (2014)

tutkielman tulokset osoittivat, että tiettyjä yrityksiä koskevien twiittien emotionaalinen valenssi, positiivinen tai negatiivinen, liittyi merkittävästi osakkeiden tuottoihin seuraavina päivinä. Mielenkiintoista oli myös huomata, että vähemmän seuraajia omaavien twiiteillä oli voimakkaampi vaikutus tuleviin hintoihin kuin niiden twiiteillä, joilla oli paljon seuraajia (Sul ja muut, 2014).

Osakemarkkinoiden hintojen ennustamisesta on keskusteltu pitkään. Tehokkaiden markkinoiden hypoteesiin perustuen aiemmat tutkimukset väittivät, että osakemarkkinahinnat ovat satunnaisia eikä niitä voida ennustaa (Dockery & Kavussanos, 2010; Eppen & Fama, 1969). Viimeaikaiset tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet, että uusi informaatio on tärkeä tekijä osakemarkkinoiden hintojen ennustamisessa (Sul ja muut, 2014). Joukotiedotusvälineillä on tärkeä rooli tiedon levittämisessä laajalle yleisölle, erityisesti yksittäisille sijoittajille (Sul ja muut, 2014). Tämä viittaa siihen, että sosiaalisesta mediasta, kuten Twitteristä saatu uusi tieto, joka tavoittaa myös laajan yleisön, voi olla hyödyllistä osakemarkkinoiden hintojen ennustamisessa (Bollen ja muut, 2021).

Twitterissä käyttäjät voivat esimerkiksi lisätä twiittiinsä tietyn merkin osoittaakseen, että twiitti sisältää taloudellisia tietoja. Riippuen siitä, kuinka monta seuraajaa kyseisellä käyttäjällä on, tiedot voivat tavoittaa muutamasta käyttäjästä jopa miljoonia käyttäjiä. Muut käyttäjät voivat uudelleen twiitata tiedot seuraajilleen, jotta alkuperäisen twiitin tiedot leviävät entistä laajemmalle. Twiitit voivat jopa levitä Twitterin ulkopuolelle, jos jotkut käyttäjät päättävät levittää tietoa muun median, kuten sähköpostin avulla (Sul ja muut, 2014). Tiedon leviämisenopeus laajalle yleisölle riippuu siitä, kuinka monta seuraajaa käyttäjällä on. Jotkut ammattianalytikot twiittaavat rutiininomaisesti, jonka seurauksena heillä on suuri määrä seuraajia (Sul ja muut, 2014).

Jos siis Twitterin käyttäjällä on paljon seuraajia, tulisi hänen twiittinsä tiedot levitä nopeasti. Osakkeiden hintojen pitäisi muuttua nopeasti sisällyttämällä nämä julkaistut tiedot (Sul ja muut, 2014). Tässä tapauksessa julkaistujen tietojen ja hinnanmuutosten välillä tulisi olla vähän tai ei ollenkaan yhteyttä seuraavina päivinä, koska julkaistujen tietojen

tulisi näkyä osakkeen hinnassa jo samana päivänä, kun tieto twiitataan (Sul ja muut, 2014). Toisaalta, jos Twitterin käyttäjällä on vähemmän seuraajia, voi tiedon leviäminen olla hitaampaa. Tässä tapauksessa julkaistujen tietojen ja osakekurssimuutosten välillä on todennäköisemmin suhde seuraavina päivinä, koska tietojen saavuttaminen useammille sijoittajille kestää kauemmin. Osakekurseissa on havaittavissa ennustettavuutta liittyen julkaistuihin twiitteihin ja twiitanneen henkilön seuraajien määrään (Sul ja muut, 2014). Sulin ja muiden (2014) tutkielman tulokset olivat yhdenmukaisia heidän hypoteesinsa kanssa. Tämän mukaan julkaistu tieto, joka leviää nopeammin, sisällytetään osakkeen hintoihin myös nopeammin ja täten sillä on suurempi yhteys saman päivän tuottoon, mutta alhaisempi tulevaisuuden tuoton ennustettavuus (Sul ja muut, 2014). Kun taas julkaistun tiedon hitaampi leviäminen näkyy osakkeen hinnoissa vasta pidemmän ajan jälkeen, tämä johtaa siten parempaan tulevaisuuden tuoton ennustettavuuteen (Sul ja muut, 2014).

Piñeiro-Chousan ja muiden (2017) tutkielmassa analysoitiin sijoittajien toimintaa sosiaalisen median kautta. Piñeiro-Chousan ja muiden (2017) mukaan sijoittajan profiililla on vaikutuksia, kuinka sosiaalinen media vaikuttaa osakemarkkinoihin. Tutkielman tulokset osoittivat, että sosiaaliset verkostot ja sosiaalisen median tunnelma vaikuttavat sijoittajien päätöksiin. Tämä taas vaikuttaa osakemarkkinoihin yleisesti ja markkinariskin vaihteluun (Piñeiro-Chousa ja muut, 2017). Piñeiro-Chousan ja muiden (2017) tutkielma myös osoitti, että viestien tunteella on tärkeä vaikutus sosiaalisten verkostojen ja osakemarkkinoiden väliseen suhteeseen. Sijoittajan profiili on tässä tärkeässä roolissa selittämään, kuinka sosiaalisten verkostojen toiminta vaikuttaa osakemarkkinoihin (Piñeiro-Chousa ja muut, 2017). Piñeiro-Chousan ja muiden (2017) tutkielman johtopäätökset olivat yhteneväiset aiempien tutkimusten kanssa, jotka tunnistivat korrelaation sosiaalisen median toiminnan ja osakemarkkinoiden toiminnan välillä, ja osoittivat sijoittajien toiminnan merkityksen sosiaalisessa mediassa. Sijoittajien tulisi ottaa tämä huomioon laatiakseen tarkempia sijoitusstrategioita (Burisch & Wohlgemuth, 2016).

Tänä päivänä sosiaalinen media ja internet mahdollistavat tiedon hankinnan paikasta riippumatta (Saario, 2016). Sijoittaja saa niin sanottua hiljaista tietoa seuraamalla markkinoita ja omistamiaan yhtiöitä läheltä ja jatkuvasti (Saario, 2016). Saario (2016) kuitenkin kehottaa, että sijoittaja lukisi pörssiyhtiöiden tiedotteet alkuperäisinä eikä vain toisen tulkitsemisena. Internet on sijoittajille siis äärimmäisen tärkeä apuväkalu tänä päivänä. Internetissä julkaistuihin väitteisiin ja tietoon ei voi kuitenkaan luottaa täysin, vaan kaikki pitää tarkastaa itse (Elo & Saarhelo, 2018, 261).

### **2.3 Markkinoiden manipulointi**

Viimeisen puolen vuosisadan aikana sijoittajakauppa on muuttunut merkittävästi. Vuosikymmeniä sitten yksityissijoittajat kävivät kauppaa puhelimitse vain markkina-aikoina ja maksoivat siitä suuria palkkioita. 1990-luku toi verkkokaupan ja huomattavasti alhaisemmat palkkiot (Barber ja muut, 2020, 1). Viime aikoina fintech-välitys Robinhood toi vielä enemmän muutoksia. Robinhood oli ensimmäinen välitysliike, joka tarjosi palkkiottoman kaupankäynnin käteväällä, yksinkertaisella ja mukaansatempaavalla mobiilisovelluksella (Barber ja muut, 2020, 1). Barber ja muut (2020) osoittavat, että palkkion puute ja yksinkertaisuus voivat vähentää kustannuksia ja esteitä osakemarkkinoille sijoittamisessa. Pienetkin kustannukset voivat vähentää vähemmän varakkaiden kotitalouksien osallistumista osakemarkkinoille. Näin ollen Robinhood-sovelluksen ja vastaavien fintech-sovellusten yksinkertaisuus voi lisätä osakemarkkinoiden osallistumista ja tuoda uusia sijoittajia osakemarkkinoille (Barber ja muut, 2020, 1).

Barber ja muut (2020) nostivat huolenaiheeksi, että sovellusten pelillistäminen ja yksinkertaisuus voivat vaikuttaa kaupankäyntiin tavalla, joka saattaa koitua sijoittajien vahingoksi. Esimerkiksi Robinhood lisäsi sovellukseensa ominaisuuksia, jotka tekevät sijoittamisesta enemmän pelinomaista. Uudet jäsenet saivat ilmaisen osuuden osakkeista, mutta vasta sen jälkeen, kun he olivat raaputtaneet arpalipulta näyttäviä kuvia (Barber ja muut, 2020, 1). Nämä ominaisuudet saattavat kiinnostaa uusia ja kokemattomia sijoittajia. Jotkut uskovatkin, että Robinhood korostaa liikaa kaupankäynnin hauskuutta järkviien sijoituskäytäntöjen kustannuksella (Barber ja muut, 2020, 1).

Vuoden 2020 joulukuussa Massachusettsin osavaltion sääntelyviranomaiset tekivät valituksen Robinhoodia vastaan vedoten sen "aggressiiviseen taktiikkaan kokemattomien sijoittajien houkuttelemiseksi" ja "strategioiden, kuten pelillistämisen kannustamaan käyttöön ja houkuttelemaan sen kaupankäyntisovelluksen jatkuvaa ja toistuvaa käyttöä". Robinhoodin asiakkaat ovatkin epätavallisen aktiivisia kaupankäynnissä ja keskustelualustoilla. Tässä ongelmana on kuitenkin se, että puolet Robinhoodin käyttäjistä on ensisijoittajia, jotka eivät todennäköisesti ole kehittäneet omia selkeitä kriteereitään osakkeen ostamiselle. Juuri kokemattomiin osakesijoittajiin vaikuttavat huomio ja ennakkoluulot, jotka johtavat tuottohakuun (Barber ja muut, 2020, 1).

Robinhood sovelluksessa yksinkertainen ulkoasu vaikuttaa sijoittajien kaupankäyntikäyttäytymiseen. Kaupankäynnistä on tehty erittäin helppoa ja tiedot ovat yksinkertaisesti näkyvillä. Tietojen paljastaminen ei yksin riitä takaamaan hyviä sijoittajien tuloksia, vaikka onkin tärkeää, että sijoittajilla on pääsy läpinäkyviin ja olennaisiin tietoihin. Tiedon esittäminen vaikuttaa päätöksiin tavoilla, jotka voivat sekä auttaa että vahingoittaa sijoittajia (Barber ja muut, 2020, 29). Alusta lisää käyttäjien taipumusta käydä kauppaa. Yksinkertainen käyttöliittymä tarjoaa sijoittajille kognitiivisen helppouden, mikä saa heidät luottamaan enemmän intuitioon ja vähemmän kriittiseen ajatteluun (Barber ja muut, 2020, 2). Internetin eri foorumeilla Robinhoodin käyttäjät jakavat tietoa ja mielipiteitä eri osakkeista. Yksinkertaistetun tiedon näyttämisen ja kokemattomuuden yhdistelmä pahentaa Robinhood-käyttäjien huomiolähtöistä ostoa (Barber ja muut, 2020, 29). Robinhoodin käyttäjistä puolet ovat ensisijoittajia, jotka todennäköisesti kuitenkin hyötyvät pitkällä aikavälillä markkinoille osallistumisesta (Barber ja muut, 2020, 29).

Uusi asetus markkinoiden väärinkäytöstä (MAR) ja väärinkäyttödirektiivi (MAD II) hyväksyttiin keväällä vuonna 2014. Markkinoiden väärinkäyttöasetus sisältää säännöksiä muun muassa sijoitussuosituksista, sisäpiirikaupoista, markkinoiden manipuloinnista ja markkinoiden väärinkäytön ehkäisemisestä (Salo, 2016, 72). Markkinoiden väärinkäyttöasetus vaikutti myös arvopaperimarkkinalakiin (Salo, 2016, 73).

Markkinoiden väärinkäyttö koskee tilanteita, jotka heikentävät sijoittajien mahdollisuuksia saada riittäviä ja luotettavia tietoja päätöksenteon tueksi (Finanssivalvonta, 2018). Markkinoiden väärinkäyttöä on esimerkiksi rahoitusvälineiden hinnanmuodostusmekanismien vääristäminen ja väärin tai harhaanjohtavien tietojen levittäminen (Salo, 2016, 68). Tällöin kyse saattaa olla kurssin vääristämisestä. Tavoitteena markkinoiden väärinkäyttödirektiivin laadinnassa on ollut sijoittajien luottamuksen parantaminen markkinoihin pyrkimällä turvaamaan informaation oikeellisuutta (Salo, 2016, 68–69).

Markkinoiden väärinkäyttöasetuksessa selvennetään myös tiedostusvälineiden asemaa (Salo, 2016, 73). Ilmaisunvapautta, tiedotusvälineiden vapautta ja moniarvoisuutta koskevat säännöt on otettava huomioon tiedon ilmaisemista ja levittämistä arvioitaessa, kun suosituksia ilmaistaan tai levitetään journalistisiin tarkoituksiin (Salo, 2016, 73–74). Poikkeuksen muodostavat tilanteet, joissa markkinoita on pyritty johtamaan tahallaan harhaan tai, jos tietoja on ilmaistu tai levitetty hyötymistarkoituksessa (Salo, 2016, 74).

Salo (2016, 74) erottelee manipuloinnin yrityksen toiminnasta, joka todennäköisesti johtaa markkinoinnin manipulointiin. Manipuloinnin yritys voi tulla kyseeseen, kun toiminta on aloitettu, mutta sitä ei ole syystä tai toisesta saatu suoritettua kuitenkaan loppuun esimerkiksi teknisistä häiriöistä johtuen (Salo, 2016, 74). Uudella sääntelyllä pyritään turvaamaan sijoittajien oikean ja riittävän tiedon saamista asettamalla markkinoiden väärinkäytölle aiempaa ankarampia rangaistuksia (Salo, 2016, 74). Sääntelyllä on pyritty myös korostamaan väärin ja harhaanjohtavien tietojen vaikutuksia.

Väärin ja harhaanjohtavien tietojen levittäminen todetaan markkinoiden väärinkäyttöasetuksessa markkinoiden manipuloinniksi. Rahoitusvälineiden hintoihin voi olla merkittävä vaikutus virheellisellä informaatiolla. Tästä syystä väärän ja harhaanjohtavan tiedon, esimerkiksi huhujen levittäminen, katsotaan markkinoiden väärinkäytöksi (Salo, 2016, 74). Tämän vuoksi rahoitusmarkkinoilla toimijoiden ei voida asetuksen mukaan antaa

vapaasti esittää sellaisia mielipiteitään ja näkemyksiään, jotka he tietävät, tai jotka heidän pitäisi tietää, vääriksi tai harhaanjohtaviksi sijoittajille (Salo, 2016, 74).

Markkinoiden väärinkäyttöasetuksessa todetaan, että sosiaalisen median kasvu tulisi ottaa huomioon sääntelyssä. Väärän ja harhaanjohtavan tiedon levittäminen sosiaalisen median alustoilla tulisi katsoa markkinoiden väärinkäytöksi samalla tavoin kuin vastaava toiminta perinteisiä kanavia käyttäen (Asetus markkinoiden väärinkäytöstä [Markkinoiden väärinkäyttöasetus], 596/2014). Sääntelyn tulisi laajeta samalla, kun sijoittajien päätöksentekoa varten käyttämät informaation lähteet monipuolistuvat (Salo, 2016, 75).

Sijoitussuosituksen lopussa on usein vastuuvapauslauseke. Vastuuvapauslausekkeessa voidaan todeta sijoitussuosituksen luonne yleisenä suosituksena, jota ei ole esitetty kyseiselle vastaanottajalle soveltuvana. Lausekkeessa voidaan myös todeta, ettei kyse ole tarjouksesta tai kehotuksesta. Suosituksen voidaan todeta perustuvan lähteisiin, joita pidetään oikeina ja luotettavina, mutta joiden tietojen virheettömyyttä ja täydellisyyttä ei voida taata (Salo, 2016, 170). Vastuuvapauslausekkeiden yhteydessä on usein kerrottu tiedot, jotka sijoitussuosituksen laatijoilta vaaditaan. Tiedot esimerkiksi suosituksen laatijasta, suosituksen laadinta- ja laskentaperiaatteista sekä mahdollisista eturistiriitoista aiheuttavista seikoista (Salo, 2016, 170). Vastuuvapauslausekkeissa siis korostetaan suosituksen yleisluonteisuutta erotuksena sijoitusneuvonnasta (Salo, 2016, 170).

Ennen markkinoiden väärinkäyttöasetusta vastuuvapauslausekkeitä esiintyi esimerkiksi sijoitusaiheisissa blogeissa. Tällöin lausekkeessa saatetaan todeta, ettei blogi sisällä sijoitussuosituksia eikä kirjoittaja vastaa aineiston hyödyntämisen seurauksista (Salo, 2016, 170). Sijoitussuosituksen määritelmä on laajentunut tänä päivänä käsittämään myös sosiaalisen median.

Pörssitoiminta on tarkoin säänneltyä alkaen pörssitoimiluvasta kaupankäynnin läpinäkyvyyteen. Sisäpiiritiedon väärinkäyttö on ankarasti kiellettyä ja markkinoiden manipulointi ja vääristäminen on rangaistavaa (Myllyoja & Kullas, 2020, 32). Markkinoilla pystyisi

tekemään ylituottoja sisäpiiritiedon avulla, mutta tämän tiedon hyödyntäminen on laitonta (Hämäläinen ja muut, 2019). Pörssin ulkopuolella toimivissa eli listaamattomissa yhtiöissä sisäpiiritiedon käyttäminen sijoituspäätökseen voi olla moraalisesti arveluttavaa, mutta tätä kukaan ei valvo (Myllyoja & Kullas, 2020, 32–33). Julkinen pörssiyhtiö ei näin voi menetellä, että jättäisi kertomatta omistajilleen jotakin olennaista informaatiota, joka voisi olla yrityksen tuloksen kannalta merkityksellistä.

Ukkolan (2020, 38) mukaan ajat ovat viimeisten vuosien aikana muuttuneet. Aiemmin julkisuudessa tuotiin esille pelkästään seikkoja, jotka mahdollistaisivat pörssikurssin nousun. Tällä hetkellä ja viimeisten kymmenen vuoden aikana on kuitenkin yhä useammin nostettu esille maailmanloppua maalailevia sijoitustarinoita. Säännöllisesti mediasta on saatukin lukea, kuinka strategit kulloinkin ovat ennustaneet pörssikurssien romahdusta (Ukkola, 2020, 38). Maltillinen lasku ei ole ollut vaihtoehto, vaan nimenomaan romahdus on vaaninut oven takana vuosi vuoden jälkeen. Ukkolan (2020, 125) mukaan sijoittajan kannattaa muistaa, että huonoimmankaan yksittäisen uutisen vaikutus ei tavallisesti ulotu ajallisesti kovinkaan pitkälle. Tapahtumahetkellä hyvinkin dramaattisen tapahtuman pörssivaikutukset katoavat hyvin pitkän aikavälin pörssikehitystä kuvaavasta kurssikäyrästä lähes näkymättömiin (Ukkola, 2020, 125).

Vuonna 2020 alussa osakemarkkinoilla tapahtui ennennäkemätön lasku maailmanlaajuisen koronavirus 2019 (COVID-19) -pandemian ja siihen liittyvän epävarmuuden, pelon ja erittäin suuren volatiliteetin aiheuttamana (Lyócsa ja muut, 2021). Tämä reaktio jäi kuitenkin lyhyeksi ja Ukkola (2020, 39) toteaa, että ylivoimainen enemmistö viime vuosien maailmanlopun ennusteista on ollut ennen aikaisia ja väriä. Koronasta huolimatta Yhdysvaltain tärkeimmät markkinaindeksit toipuivat nopeasti ja päätti vuoden 2020 positiivisella alueella. Myöhemmin Yhdysvaltain osakemarkkinat kokivat toisen sosiaalisen median alustan aiheuttaman laumakäyttäytymiseen liittyvän shokin, joka näytti huipentuneen vuoden 2021 alussa, mutta jatkui vielä vuoden 2021 puolivälinkin jälkeen.

Taustalla oli GameStopin ja muiden meemiosakkeiden heilunta. GameStopin osake oli erittäin shortattu, eli useat tahot olivat lyöneet vetoa osakkeen hinnan laskun puolesta (Pulkkinen, 2022). Redditin Wallstreetbets-sijoittajayhteisö oli muodostanut yhtiöstä toisenlaisen kuvan. He näkivät toiminnassa vielä mahdollisuuksia menestyä. Vuonna 2021 yhtiön osake nousi muutamassa viikossa todella paljon, kun sijoittajayhteisö teki yhdessä päätöksen ostaa GameStopin osakkeiden osto-optioita vastaiskuna suursijoittajille, jotka taas olivat ennakoineet osakkeiden arvon laskua.

Bradleyn ja muiden (2021) mukaan tietyt viestit sijoittajayhteisön alustalla lisäsivät jyrkästi kaupankäyntiä osakkeilla ja tarjosivat positiivista tuottoa lyhyellä ja keskipitkällä aikavälillä. Julkinen keskustelu, raportit jäsenten voitoista ja due diligence-viestit houkuttelivat yksityissijoittajia osallistumaan kaupankäyntiin GameStopin osakkeilla (Klein, 2021, 9). Dim (2021) luokitteli nämä viestien kirjoittajat ei-ammattimaisiksi sosiaalisen median sijoitusanalytikoiksi. Dim (2021) havaitsi heidän keskuudessaan myös voimakasta laumakäyttäytymistä. Vasileiou ja muut (2021) osoittavat, että Google-hakujen ja GameStopin osakeheilunnan välillä oli tuolloin merkittävä yhteys.

Toiseksi välitysovellusten ja -palveluntarjoajien lisääntyneen saatavuuden ja suosion myötä kaikilla alustoilla, mukaan lukien älypuhelimet, kaupankäynti osakkeilla ja johdannaisilla on tullut huomattavan helpoksi. Piensijoittajien rahoitusmarkkinoille pääsyn este on käytännössä kadonnut. Lisäkomponentti on tällaisten sijoitussovellusten lisääntyvä pelillistäminen. Piensijoittajien virtaa vahvistaa entisestään valtamedian kattavuus, kuten latausluvut osoittavat (Klein, 2021, 10). Huolimatta siitä, kuinka houkuttelevaksi tällaisesta kertomuksesta on tullut suurelle yleisölle, tämän tyyppinen koordinoitu toiminta voi osoittautua erittäin häiritseväksi rahoitusmarkkinoille (Lyócsa ja muut, 2021, 1).

Kleinin (2021) mielestä osakkeiden hintojen nousulla on myös toissijainen vaikutus; yksityissijoittajat keskittyivät liikaa näihin yrityksiin ja näiden tapahtumiin suosituissa medioissa. Kiinnostus kyseisiin meemiosakkeisiin vaikutti kuitenkin myös kasvavana kiinnostuksena talouskirjallisuuteen (Klein, 2021, 1). Vallitseva kiihko talouslukutaitoon, joka

seurasi GameStopin vuoden 2021 tammikuun tapausta, havaittiin olevan toissijainen vaikutus.

Itseopiskelun ja GameStopin tapahtuman välillä nähtiin yhteys. Huomattiin, että piensijoittajien suuri houkuttelevuus pakotti heidät käyttämään enemmän hyödyksi sosiaalisen median tarjoamia verkostoja (Bradley ja muut, 2021). GameStopin tapahtuma tammikuussa 2021 oli todella epänormaali, joka johti ennennäkemättömään julkisuuteen mediassa (Klein, 2021, 2). Yhdessä aihealueesta lisääntyneiden uutisten ja medianäkyvyyden kanssa, itsekoulutuksen toissijainen vaikutus tunnistettiin Googlen ja YouTuben hakukyselyiden määrän kasvaessa. Lisääntynyt kiinnostus talouden terminologiaa kohtaan vaikuttaa myönteisesti talouslukutaitoon (Klein, 2021, 9).

GameStopin tapaus osoittaa siis, että vaikka tällainen yksityissijoittajien hajautettu ihmisvoimainen aloite saattaa tuntua houkuttelevalta, se on epäilemättä riskialtis sijoitusstrategia. Äärimmäisen paisuneita hintoja seuraa todennäköisesti äkillinen hintojen lasku, mikä johtaa lopulta äärimmäisiin tappioihin joillekin osallistujille (Lyócsa ja muut, 2021, 2). Koska tällainen kaupankäyntistrategia tavoittelee huomattavaa tuottoa riskin tasosta riippumatta ja se saattaa saada aikaan väkijoukkoja sosiaalisen median alustoilla. Lyócsan ja muiden (2021, 2) mukaan sijoitusyhteisön keskustelualustalla käytyjen keskustelujen pohjalta analyysi osoitti, että keskustelun kiihtymisen jälkeen neljän tutkitun osakkeen hintavaihtelu nousi yli markkinakohtaisen huomion ennusteen. Tutkielman lopputuloksien mukaan näyttää hyvinkin todennäköiseltä, että tällainen sosiaalisen verkoston aktiivisuus voi aktivoida muita yksityissijoittajia tietyn asian vuoksi (Lyócsa ja muut, 2021, 7).

GameStopin tapaukseen liittyen sääntelyn seuraukset ovat haastavia. Osakekurssien manipulointi oli ongelma Yhdysvaltain markkinoilla 1930-luvulle asti (Lyócsa ja muut, 2021, 7). Vaikka oikeudellinen kehys kielsi osakekurssien manipuloinnin, on vaikea voittaa kaikkien markkinaosapuolten ei-toivottua käyttäytymistä. GameStopin tapaukseen liittyen tällaisilla tapahtumilla on merkittäviä seurauksia, jotka vääristävät hintatietoa ja yleistä

markkinoiden tehokkuutta ja lisäsivät merkittävästi volatilitteettia (Lyócsa ja muut, 2021, 7–8).

Vuonna 2015 valmistuneessa tutkimuksessa Rantala selvitti WinCapitan massiivista huijausta. WinCapitan tapauksessa kyse oli valuuttakapankäynnistä täysin epärealistisilla tuotto-odotuksilla (Sammalisto & Asunmaa, 2021). Tutkielmassaan Rantala (2015) selvitti, miten tieto kyseisessä tapauksessa levisi sijoittajalta toiselle. WinCapitan tapauksessa puhutaan pyramidihuijauksesta, joka levisi tietokoneviruksen lailla (Sammalisto & Asunmaa, 2021). Toiminta perustui sosiaalisiin verkostoihin, joissa ”sponsoriksi” kutsuttu jäsen houkutteli tuttaviaan liittymään ”sijoitusklubiin”. Nämä puolestaan saattoivat houkutella omia tuttaviaan (Salo, 2016, 149). Tieto kulki ihmiseltä toiselle suullisesti ja sijoitusvinkkien voima oli valtava (Salo, 2016, 149). Tiedon leviämässä merkittävää oli myös se, että vaikutus ei ulottunut ainoastaan sellaisiin henkilöihin, keille sijoitusta oli henkilökohtaisesti suositeltu. Tässä tapauksessa sosiaalisten verkostojen vaikutus ulottui näitä suoria linkkejä kauemmas (Rantala, 2015; Salo, 2016, 149).

Suomesta sijoittajia oli mukana yli 10 000, kun huijaus paljastui vuonna 2008. Ensimmäisten sijoittajien saamat suuret tuotot edesauttoivat tiedon leviämässä ja uusien sijoittajien innostamisessa (Rantala, 2015; Salo, 2016). Sosiaalisen oppimisen voimaa sijoituspäätösten taustavaikuttimena ei voi väheksyä (Rantala, 2015). WinCapitan tapaus myös osoitti, että korkea koulutustaustakaan ei välttämättä suojaa haitallisilta tiedoilta markkinoilla (Rantala, 2015). Rantala (2015) huomasi, että WinCapitan sijoittajat olivat jopa keskivertosuomalaisia koulutetumpia. Sijoittajien joukosta erottui myös selkeästi kaksi ryhmää, joihin on yhdistetty yli-itsevarmuuteen liittyvä kognitiivinen vinouma sekä korkeampi riskinsietokyky: miehet, joita sijoittajista oli peräti 80 prosenttia, ja yrittäjät, joita oli 26 prosenttia (Rantala, 2015).

### 3 Perinteiset käytösmallit rahoitusallalla

On olemassa lukemattomia sosiaalisia ja taloudellisia tilanteita, joissa ympärillä olevien ihmisten toiminta vaikuttaa meihin päätöksenteossa (Banerjee, 1992, 797). Yleisimmät esimerkit tilanteisiin tulevat arkielämästä. Valitsemme ravintolat, kaupat ja koulut sen perusteella kuinka suosittuja ne näyttävät olevan. J.M. Keynes (1936) toteaa, että saman reaktion voi tunnistaa myös omaisuusmarkkinoiden sijoittajien keskuudessa (Banerjee, 1992, 797).

Oletetaan, että perinteisessä rahoituksessa ihmiset käyttäytyvät rationaalisesti ja arvioivat rationaalisesti tietoa (Grima ja muut, 2019, 79). Tästä näkökulmasta perinteisen rahoituksen kauppiaille on aktiivinen rooli markkinoilla ja he haluavat maksimoida hyötyänsä. Perinteisessä rahoituksessa on kolme päähypoteesia (Grima ja muut, 2019, 79).

Tehokkaiden markkinoiden hypoteesin oletuksen mukaan arvopapereiden hintojen tulee aina heijastaa kaikkea saatavilla olevaa tietoa (Fama, 1970, 383). Tehokkaiden markkinoiden hypoteesissa Fama (1970, 384) perustaa markkinahintojen liikkeet satunnaiskävelymalliin ja väittää, että hintaliikkeiden jakauma on samanlainen ja toisistaan riippumaton. Hypoteesin mukaan aiempia hintaliikkeitä markkinoilla ei voida käyttää tulevien hintojen ennustamiseen.

Odotetun hyödyn teorian aihe on rationaalinen ihminen. Tämän teorian mukaan ihmisellä on taipumus maksimoida hyöty ja minimoida sisäiset kustannukset (Grima ja muut, 2019, 79). Tässä teoriassa hyödyn käsite löydetään kertomalla epävarmuusympäristössä annetun päätöksen mahdollinen hyöty tapahtuman toteutumistodennäköisyydellä (Grima ja muut, 2019, 79).

Tehokkaiden markkinoiden teoriasta käyttäytymisrahoituksen syntymiseen, tutkijat ovat analysoineet osakemarkkinoita eri näkökulmista ja ehdottaneet useita teorioita osakemarkkinoiden käyttäytymisen ennustamiseksi. Vuosien varrella tutkijat ovat pohtineet monia tekijöitä tai muuttujia ennustamaan markkinoita, mukaan lukien

laumakäyttäytyminen, liiallinen itseluottamus ja jotkin psykologiset teoriat, kuten prospektiteoria (Piñeiro-Chousa ja muut, 2017).

### 3.1 Bayesin oppimisteoria

Tämä teoria perustuu brittiläisen matemaatikon Thomas Bayesin perustavanlaatuisen työhön. Bayesin teoreema käyttää aiemmin tapahtuneiden tapahtumien dataa ennustamaan tulevaisuuden epävarmuutta ja tilastotiedettä laskeakseen posteriorisia todennäköisyyksiä aikaisempien uskomusten ja hankitun tiedon perusteella (Grima ja muut, 2019, 79). Myöhemmät tutkimukset ovat osoittaneet, että sijoittajat eivät noudata Bayesin sääntöjä, etenkin ennustaessaan rahoitusmarkkinoiden epävarmuutta (Kahneman & Tversky, 1973). Wernerin ja muiden (1985) tekemän markkinoiden tehokkuutta koskevan tutkimuksen mukaan Bayesin sääntöä rikkoen useimmat ihmiset "ylireagoivat" odottamattomiin ja dramaattisiin uutisiin.

Kun tarkastellaan uskomuksia, yksilöillä on taipumus ylipainottaa viimeaikaista tietoa ja alipainottaa aikaisempia. Ihmiset näyttävät tekevän ennusteita yksinkertaisen täsmäysäännön mukaan: "Ennustettu arvo valitaan siten, että tapauksen asema tulosten jakaumassa vastaa sen asemaa vaikutelmien jakaumassa" (Kahneman & Tversky, 1982, 14). Yhden varhaisimmista havainnoista markkinoiden ylireagoinnista teki J. M. Keynes. Keynesin (1964) mielestä olemassa olevien sijoitusten tuottojen päivittäisillä vaihteluilla, jotka ovat ilmeisesti luonteeltaan lyhytaikaisia ja merkityksettömiä, on yleensä aivan liiallinen ja jopa järjetöntä, vaikutus markkinoihin. Kahnemanin ja Tverskyn (1982) työn on kommentoitu kuvaavan hyvin tarkasti liiallista reaktiota ajankohtaiseen tietoon, joka näyttää olevan ominaista kaikille arvopaperi- ja futuurimarkkinoille. Huolimatta siis havaitusta osinkojen trendistä, sijoittajat näyttävät pitävän lyhyen aikavälin talouskehitystä suhteettoman tärkeänä (Werner ja muut, 1985).

Tutkielmassaan Baddeley ja muut (2012) osoittavat, että kokeelliset analyysit ovat tunnistaneet yksilöillä olevan merkittäviä taipumuksia seurata lauman päätöksiä. Tätä havaintoa on selitetty Bayesin periaatteella. Tutkielmassa tutkittiin laumapäätösten

vaikutusta yksilöiden taloudellisiin päätöksiin. Baddeley ja muut (2012) vahvistavat tutkimuksessaan, että sosiaalinen tieto muiden päätöksistä vaikuttaa yksilöiden päätöksiin. Todisteet ryhmävaikutuksesta monissa taloudellisissa ja rahoituksellisissa päätöksissä ovat sopusoinnussa rajoitetun rationaalisuuden kanssa: jos epävarmassa maailmassa ymmärrämme, että oma arvostelumme on erehtyväinen, voi olla järkevää olettaa, että muut ovat paremmin perillä ja seuraavat niitä (Baddeley ja muut, 2012).

Monissa mikrotalouden malleissa oletetaan, että sijoituspäätöksiä prosessissa käytetään sosiaalista tietoa muiden päätöksistä, esimerkiksi Bayesilaisessa päättelyprosessissa. Tässä yksilöt mukauttavat jälkikäteen uskomuksiaan uuden sosiaalisen tiedon saapuessa. Jos päätöksenteko on Bayesilaista ja todennäköisyysarviointit päivitetään systemaattisesti ja loogisesti, niin rationaalinen todennäköisyyksien päivitys ajaa tietoa muiden valinnoista ryhmän kautta (Baddeley ja muut, 2012).

Tutkimuksen mukaan laumakäyttäytyminen voi puolestaan olla nopea päätöksentekotyökalu, jonka avulla ihmiset kopioivat ja jäljittelevät muiden toimia, koska he tekevät laadullisen arvion, että muut tietävät enemmän tavaroiden ja omaisuuden pitkän aikavälin perusarvoista. Myös ryhmän kanssa sopiminen voi tarjota hyödyn, joka on riippumaton muiden päätöksiin sisältyvästä tiedosta (Baddeley ja muut, 2012). Sosiaalipsykologiset tekijät voivat lisäksi olla tärkeitä, jos normatiiviset vaikutukset, kuten sosiaalinen paine, rohkaisevat yksilöitä seuraamaan muiden päätöksiä myös ristiriitaisen objektiivisen tiedon edessä (Baddeley ja muut, 2012).

Laumakäyttäytymistä tapahtuu, kun yksilöt matkivat muita jättäen huomiotta omat olennaiset yksityiset tiedot (Scharfstein & Stein, 1990). Ryhmävaikutusten vaikutuksille liittyen yksilöiden päätöksentekoon on monia selityksiä, mukaan lukien rationaalisen oppimisen selitykset, jotka perustuvat Bayesin teorian päivitettyihin oletuksiin. Merkittävimmät laumakäyttäytymisen mikrotaloudelliset mallit kuvaavat rationaalisen oppimisprosessina sitä, jossa eri ihmisten päätökset ovat toisistaan riippuvaisia ja vahvistavia. Yksilöt voivat rationaalisesti päätellä, että muiden teot sisältävät hyödyllistä tietoa, ja

epävarmuuden maailmassa voidaan tehdä rationaalisia johtopäätöksiä Bayesin säännön avulla: Todennäköisyyksien päivitys hyödyntää laajaa tietoa - mukaan lukien sosiaalinen tieto muiden havaitsemista toimista (Salop, 1987).

Laumakäyttäytyminen on siis seurausta järkevistä, mutta mahdollisesti harhaanjohtavasta tiedonkeruuprosessista. Bayesilaisten rationaalisen laumakäyttäytymisen teorioiden testaamiseksi on tehty lukuisia taloudellisia kokeita. Monet näistä kokeista vahvistavat Bayesin hypoteeseja. Rahoitusmarkkinoiden laumakäyttäytymisen ymmärtäminen on tärkeää, koska tällä on epävakaita vaikutuksia rahoitussektoriin. Epävakait vaikutukset ovat seurausta ei-sosiaalisen tiedon laiminlyönnistä päätöksenteossa (Baddeley ja muut, 2012, 23).

Baddeleyn ja muiden (2012) mukaan tulokset osoittavat, että laumapäätökset vaikuttavat koehenkilöiden taloudellisiin valintoihin ja, että taipumus laumaan ei ole homogeeninen, vaan vaihtelee sukupuolen, iän ja persoonallisuustyyppien mukaan. Lisäksi tässä artikkelissa esitetyt havainnot viittaavat siihen, että laumakäyttäytyminen voidaan selittää yksilöllisillä eroilla ja että laumakäyttäytyminen liittyy joihinkin ominaisuuksiin, jotka liittyvät erityisesti sosiaalistettuihin persoonallisuuksiin. Laumakäyttäytyminen liittyy lisäksi positiivisesti persoonallisuuden piirteisiin, mukaan lukien impulsiivisuus ja rohkeus (Baddeley ja muut, 2012, 23).

Banerjee (1992) analysoi sijoittajien käyttäytymistä. Banerjee (1992) analysoi peräkkäistä päätösmallia, jossa kukin päätöksentekijä tarkasteli aiempien päättäjien tekemiä päätöksiä tehdessään omaa päätöstään. Päätöksentekijälle tämä oli järkevää, koska muilla päättäjillä voi olla hänelle tärkeitä tietoja. Banerjee (1992, 797) osoittaa, että optimoivien yksilöiden valitsemille päätössäännöille on ominaista lauman käyttäytyminen; eli ihmiset tekevät sitä, mitä muut tekevät sen sijaan, että käyttävät omia tietojaan. Yksilöt tekevät niin kuin kaikki muut, vaikka heidän yksityiset tietonsa viittaavatkin tekemään jotain aivan muuta (Banerjee, 1992, 798). Tämän seurauksena huomattiin, että muiden tekemiin päätöksiin sisältyvien tietojen käyttö teki jokaisen yksilön vähemmän

reagoivaksi hänen omaan tietoonsa ja siten vähemmän informatiiviseksi muille (Banerjee, 1992, 798). Banerjee (1992) myös osoitti laumakäyttäytymisessä tasapainon olevan tehoton.

### 3.2 Portfolioteoria

Portfolioteoria on osa modernia rahoitusteoriaa. Tämän tuntemus on olennaista, koska se luo viitekehyksen, jonka avulla käyttäytymisrahoitusta voidaan paremmin ymmärtää. Harry Markowitz kehitti 1950-luvulla matemaattisen mallin optimaalisen sijoitussalkun muodostamiseen. Perusidea portfolioteoriassa on löytää riski-tuottosuhteeltaan optimaalinen sijoitussalkku, joka muodostuu useammasta sijoituskohteesta. Yksinkertaistettuna idea on, että sijoittaja saisi tällä tavoin parempaa tuottoa pienemmällä riskillä.

Markowitzin vuonna 1952 esittämän portfolioteorian periaatteessa kyse oli siis sijoitusten hajauttamisesta useaan sijoituskohteeseen (Kallunki ja muut, 2019, 29; Markowitz, 2009, 31–32). Portfolioteorian idea riskin pienentämisestä hajauttamalla on yksi sijoitustoiminnan kulmakivistä (Kallunki ja muut, 2019, 29). Kuitenkin sellaisenaan portfolioteorian soveltaminen käytännön sijoitusstrategioissa on työlästä (Kallunki ja muut, 2019, 29). Riskiä voi teorian mukaan pienentää hajauttamalla sijoitettavaa varallisuutta useampaan ei sijoituskohteeseen, kuten kiinteistöihin, osakkeisiin ja joukkolainoihin. Edelleen riskiä voi pienentää hajauttamalla sijoitus kussakin sijoituskohteessa useampaan arvopaperiin (Kallunki ja muut, 2019, 29–30). Osakesijoituksissa sijoittaja voi esimerkiksi hajauttaa useamman erityyppisen osakkeen kesken.

Kun sijoittaja muodostaa salkkuaan, hänen tulee huomioida sijoituskohteiden odotetut tuotot sekä riskiä mittaavien tuottojen varianssit. Portfolioteoriassa tuotto-odotuksia käytetään sijoitusten toteutuneen tuoton sijasta, koska sijoituspäätöksillä tavoitellaan tulevaa tuottoa (Kallunki ja muut, 2019, 30). Sijoittaja voi optimoida joko portfolion tuottoa tai minimoida riskiä. Portfolion tuotto-odotus on salkussa olevien yksittäisten arvopapereiden tuotto-odotusten painotettu keskiarvo. Keskiarvo lasketaan käyttämällä painokertoimina arvopapereiden sijoitusosuuksia salkussa (Kallunki ja muut, 2019, 30).

Keskihajonnalla voidaan mitata niin portfolion kuin yksittäisenkin arvopaperin riskiä. Keskihajonnalla kuvataan sijoitusten tuoton kokonaisvaihtelua. Tämän vuoksi keskihajonnan sanotaankin mittaavan sijoitusten kokonaisriskiä (Kallunki ja muut, 2019, 30).

Portfolion riskin riippuu salkussa olevien arvopapereiden lukumäärästä ja niiden tuottojen välisistä yhteisvaihteluista eli kovariansseista (Kallunki ja muut, 2019, 31). Varianssi sijoitussalkussa muodostuu osakkeiden varianssista sekä kovarianssista muiden osakkeiden kanssa. Korrelaatiokerroin muodostuu kovarianssista, joka sijoittuu ykkösen ja miinus ykkösen välille. Osakkeiden tuotot salkussa muuttuvat täysin samansuuntaisesti, jos korrelaatiokerroin on yksi. Kertoimen ollessa miinus yksi, osakkeilla on täysin käänteinen riippuvuus.

Usein samalla toimialalla toimivien yritysten osakkeiden tuotot liikkuvat samaan suuntaan. Näiden yritysten osakkeiden tuottojen välillä on siis suuri positiivinen kovarianssi (Kallunki ja muut, 2019, 31). Eri suuntaan liikkuvien tuottojen reaktio kertoo sitä vastoin alhaisesta kovarianssista. Tuottojen väliseen kovarianssiin perustuu juuri sijoitusten hajauttaminen (Kallunki ja muut, 2019, 31). Hajauttamisen hyöty on sitä suurempi mitä pienempiä ovat eri sijoituskohteiden tuottojen väliset kovarianssit (Kallunki ja muut, 2019, 31).

Portfolion tuotto on sen sisältämien yksittäisten sijoituskohteiden tuottojen sijoitusosuudella painotettu keskiarvo (Elton & Gruber 1995, 55). Portfolion riskiä voidaan Markowitzin (1991, 5) mukaan pienentää sijoittamalla kohteisiin, joiden tuottojen korrelaatio on mahdollisimman pieni. Riskin kannalta paras olisi sijoittaa kohteisiin, joiden korrelaatio on miinus yksi.

Portfolioteorian mukaan sijoittaja valitsee saman riskin sisältävistä vaihtoehtoista salkun, jolla on suurin mahdollinen tuotto-odotus (Kallunki ja muut, 2019, 35). Yhtä suuren

tuoton tarjoavista salkuista sijoittava vastaavasti valitsee pienimmän riskin sisältävän salkun (Kallunki ja muut, 2019, 35).

### 3.3 Prospektiteoria

Prospektiteoriaa pidetään yleisesti käyttäytymisrahoituksen perustana. Kahneman ja Tversky (1979) kehittivät prospektiteorian, vaihtoehtoisen odotetun hyödyn mallin, kuvaamaan paremmin sijoittajien inhimillistä päätöksentekoa. Prospektiteoria kuvaa, kuinka yksilö tai yksilöiden ryhmä käyttäytyy keskimäärin epävarmuuden maailmassa (Baker, 2019, 191). Käyttäytymisrahoituksen peruslähtökohta on, että yksilön valintakäyttäytyminen poikkeaa systemaattisesti tavanomaisista ennusteista (Baker, 2019, 191).

Prospektiteorian mukaan yksi odotetun hyödyn teorian ongelma on oletus, että yksilöt tekevät päätöksiä epävarmuuden alaisena perustuen yksinomaan heidän mahdolliseen varallisuustasoonsa, ei sen muutokseen suhteessa nykytilaan. Yksi yksinkertainen tapa nähdä, ettei tämä todennäköisesti ole sopiva arvio ihmisen käyttäytymisestä, on ymmärtää, että useimmat ihmiset eivät pysty raportoimaan varallisuustasoaan lyhyessä ajassa kohtuullisella tarkkuudella. Kuluttajat eivät voisi toimia odotetun varallisuustason perusteella, elleivät he ole edes tietoisia nykyisestä varallisuustasosta (Burton, 2013, 93). Portfolioteoriaa tutkiessa on myös huomattu, että sijoittajien salkkujen tarkistustiheys vaikuttaa suuresti heidän tekemiinsä päätöksiin (Burton, 2013, 98). Se, kuinka usein salkkua tarkistetaan, johtaa erilaisiin hyödyllisyystasoihin ja erilaisiin sijoituspäätöksiin.

Prospektiteoriassa oletus on, että jokainen tekee päätökset voittojen ja tappioiden perusteella tietystä lähtökohdasta, ja näiden voittojen ja tappioiden realisoitumisen jälkeen hän asettaa vertailupisteen nykyiseen tilanteeseen (Burton, 2013, 100). Ihmiset tekevät siis päätöksiä heidän käytettävissään olevien näkymien perustella.

Yksityiskohtaisempi analyysi ihmisten käyttäytymisestä paljastaa, että heillä on vastenmielisyyttä tappioista – toisin sanoen he tuntevat suuremman tuskan menetyksistä kuin he ymmärtävät hyötyvän suhteellisista voitoista (Burton, 2013, 100).

Prospektiteoria formalisoi päätöksentekoprosessin tavalla, joka vastaa paremmin ihmisten käyttäytymistä kuin perinteisen taloustieteen hyödyllisyyslähestymistapa. Prospektiteorialla on myös rajoituksia (Burton, 2013, 100). Suurin yksittäinen rajoitus on sen kyvyttömyys tarjota käsitystä yleisestä omaisuuden hinnoitteluteoriasta. Prospektiteorialla on selvästi dynaaminen maku sen implisiittisen polkuriippuvuuden vuoksi (Burton, 2013, 100). Kukaan ei ole vielä rakentanut tyydyttävää omaisuuden hinnoitteluteoriaa, joka perustuu prospektiteorian hyödyllisyysfunktioihin. Epäonnistuminen pettymyksen ja katumuksen tunteiden käsittelemisessä ovat suuria rajoituksia prospektiteorian kuvailevalle voimalle (Burton, 2013, 100). Huolimatta siitä, mitä heikkouksia prospektiteoriassa voi olla, se on kiistatta edistysaskel kyvyssämme yleistää todellista ihmisten päätöksentekoa, joka tarjoaa myös kätevän muodollistuksen tappioiden välttämiseksi (Burton, 2013, 100).

Prospektiteoria koskettaa vain osaa käyttäytymisrahoituksen kirjallisuudessa esiin nostetuista ongelmista. Sen painopiste on kriittinen: kuinka yksilöt arvioivat riskialttiita uhkapelejä tai tulevaisuudennäkymiä ja harjoittavat riskialtista valintakäyttäytymistä. Riskillinen valintakäyttäytyminen on rahoitusmarkkinoille osallistumisen ydin. Jotkut tutkijat väittävät, että prospektiteorian arvo on sen kyky selittää paremmin ihmisten käyttäytymisen arvoituksia epävarmuuden maailmassa (Baker, 2019, 192).

Prospektiteoria herättää kysymyksen siitä, ovatko yksittäiset henkilöt rahoitusmarkkinoilla irrationaalisia, kuten valtavirran käyttäytymisen kannattajat väittävät. Jos näin on, tämä irrationaalisuus viittaa tarpeeseen kehittää politiikkaa, joka saa yksilöt käyttäytymään tavalla, joka on sopusoinnussa tavanomaisen viisauden rationaalisen käyttäytymisen määrittelyn kanssa. Tällaiseen politiikkaan liittyy usein ihmisten huijaamista käyttäytymään halutulla tavalla tai yksilön asenteiden ja mieltymysten muuttamiseen (Baker, 2019, 193).

Prospektiteoria viittaa mahdollisuuteen, että yksilöiden epätavallinen käyttäytyminen on älykästä ja siten rationaalista ottaen huomioon yksilön kohtaamat rajoitteet. Rationaalinen epäsovinainen käyttäytyminen saattaa liittyä epätäydelliseen ja epäsymmetriseen informaatioon ja rahamarkkinoiden pelisääntöihin (Baker, 2019, 193). Tällainen epäsovinainen käyttäytyminen saattaa olla sopusoinnussa taloudellisen tehokkuuden kanssa. Siinä määrin tämä viittaa siihen, että muutetaan rajoituksia, joita päätöksentekijät kohtaavat ongelman korjaamiseksi, toisin kuin yksilöiden käyttäytymisen muuttamisesta. Tämä käyttäytymistalouden suunta ei ole vielä kovin hyvin kulkenut käyttäytymisrahoituksen tutkijoiden keskuudessa, mutta se saattaa johtaa suurempiin tuloksiin analyysin ja julkisen politiikan kannalta kuin irrationaalisuuden näkökulmasta. Näiden rajoitusten muuttaminen saattaa ollaärkevin tapa sekä analyttisesti, että empiirisesti (Baker, 2019, 193). Käyttäytymisrahoitus mahdollistaa kätevästi merkittävien korjausten tekemisen rahoitusteoriaan säilyttäen samalla tärkeät elementit perinteisestä ytimestä, joka sisältää oletukset siitä, että valintojen tekijät ovat älykkäitä valintakäyttäytymisessä (Baker, 2019, 193).

Smith (2005) korostaa näkyvästi paljastetun valintakäyttäytymisen ja tavanomaisen viisauden välistä suhdetta. Smith (2005) huomaa, että yksilöillä ei ole tapana käyttäytyä tavanomaisen viisauden mukaisella tavalla. Smith (2005) väittää, että tämä ei ole merkki irrationaalisuudesta yksilön valintakäyttäytymisessä tai alioptimaalisessa käyttäytymisessä. Epätavallinen käyttäytyminen voi johtaa jopa ylivoimaisiin taloudellisiin tuloksiin.

## 4 Kyselytutkimusmenetelmä

Sosiaalisen median vaikutusta yksityishenkilöiden sijoitusstrategiaan pyritään selvittämään; mitkä tekijät sosiaalisessa mediassa vaikuttavat sijoittajien päätöksentekoon, sekä millä tavoin vaikutukset heijastuvat sijoittajien tekemiin valintoihin. Sosiaalisen median merkitys informaation lähteenä on kasvanut (Tetlock, 2007). Tänä päivänä todella monet sijoittajat hakevat tietoa pelkästään sosiaalisen median eri alustoilta.

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kyselytutkimus. Tutkielmassa käytettiin formaaleja primäärilähteitä. Tästä johtuen tiedonkeruumenetelmänä päädyttiin kyselylomakkeeseen, joka toteutettiin internetin välityksellä. Kyselytutkimuksen avulla kerätään ja tarkastellaan tietoa muun muassa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, ominaisuuksista, asenteista, mielipiteistä ja arvoista (Vehkalahti, 2014, 11; Vilka, 2007, 28). Kyselytutkimuksessa vastaajille esitetään kysymyksiä kyselylomakkeen välityksellä ja vastaaja toimii itsenäisesti saamiensa ohjeiden pohjalta (Valli, 2018). Kyselylomake on mitausväline, joka tässä tapauksessa toimi käyttäytymistieteellisessä tutkielmassa (Vehkalahti, 2014, 11). Kyselyssä kysymysten muoto on standardoitu eli vakioitu: kaikilta kyselyyn vastanneilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Vastaaja lukee itse kysymykset ja vastaa itsenäisesti.

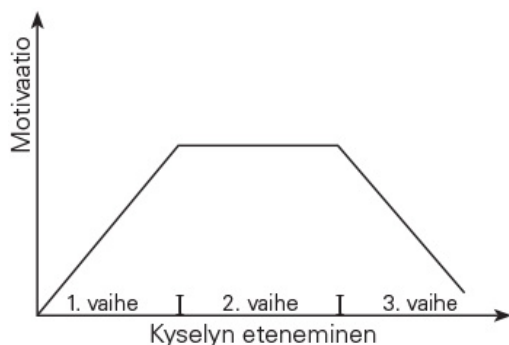
Kyselylomake on yksi perinteisimmistä tavoista kerätä tutkimusaineistoa ja sitä on pidetty 1930-luvulta saakka erityisenä aineistonkeruumenetelmänä (Valli, 2018). Kyselyn voi toteuttaa perinteisesti paperisena, mutta tänä päivänä moni kysely julkaistaan sähköisesti. Sosiaalista mediaa hyödynnetään tänä päivänä yhä enemmän tutkimuskäytössä. Erilaisten sosiaalisen median alustojen kautta kohdennetaan yhä useammin tutkimuskyselyjä vastaajille. Verkkokyselyissä vastaajamäärät ovat vuosien aikana myös nousseet (Valli, 2018; Vehkalahti, 2014, 48).

Kyselylomaketta laadittaessa on oltava huolellinen. Huomiota tulee kiinnittää kokonaisvaltaiseen muotoilemiseen, koska kysymykset luovat perustan tutkimuksen onnistumiselle (Valli, 2018). Kyselyn sanamuodoissa tulee olla tarkkana. Kysymykset eivät saa olla

johdattelevia, vaan niiden tulisi olla yksiselitteisiä (Valli, 2018). Kysymykset rakennetaan tutkimuksen tavoitteiden ja tutkimusongelmien mukaisesti (Valli, 2018). Kyselylomaketta suunniteltaessa ei saa kiirehtiä. Tähän työhön tulee varata tarpeeksi aikaa.

Tutkielman kyselylomakkeen alussa esitettiin niin sanottuja taustakysymyksiä, vastaajilta kysyttiin sukupuolta ja ikää. Tämänlaiset kysymykset toimivat usein lämmittelykysymyksinä varsinaiseen aiheeseen (Valli, 2018). Taustakysymykset ovat yleensä selittäviä muutujia, eli tutkittavaa omaisuutta tarkastellaan niiden suhteen (Valli, 2018). Taustakysymysten jälkeen esitettiin vielä helppoja kysymyksiä, liittyen sijoituskokemusvuosiin, sijoituskohteisiin ja sijoitussuunnitelmaan. Tämän jälkeen kysyttiin tarkempia kysymyksiä liittyen muun muassa sosiaalisen median eri alustoihin ja tiedonhakuun sosiaalisesti mediasta. Kyselyn loppuun pyrittiin suunnittelemaan muutamia niin sanottuja jäähdyttelyvaiheen kysymyksiä, jotka olisivat helposti vastattavia.

Kyselylomakkeen pituus tulee miettiä huolellisesti, jotta luotettavuus ei kärsi. Liian pitkä kysely saa vastaajan nopeasti turhautumaan ja luopumaan vastaamisesta ennen kuin hän on edes kunnolla tutustunut siihen (Valli, 2018). Kuviossa 1 on esitetty vastaajan motivaatiotason määrä kyselyn edetessä. Ensimmäisessä vaiheessa kyselyä vastaajan ja tutkijan välille pyritään esitettyjen kysymyksien ja vastausohjeiden avulla luomaan luotamuksellinen suhde (Valli, 2018). Kyselylomakkeessa tulee pystyä osoittamaan kyselyn tärkeys ja mielekkyys ennen kuin vastaaja etenee tutkimuksen kannalta oleellisiin kysymyksiin ja aihealueisiin (Valli, 2018). Toisessa vaiheessa vastaajan motivaation tulisi olla korkeimmillaan. Tässä vaiheessa myös olennaisimmat kysymykset tutkielman kannalta tulisi esittää. Kolmannessa vaiheessa palataan jälleen helposti vastattavien kysymysten pariin.

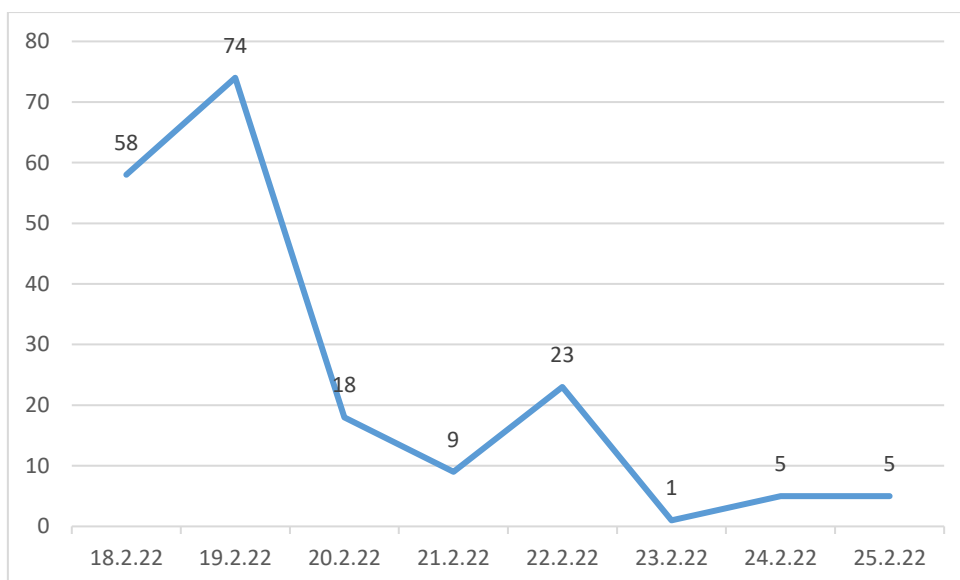


**Kuvio 1.** Vastaajan motivaatiotason määrä kyselyn edetessä (Valli, 2018).

Tutkielman tutkimusmenetelmä on kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimusmenetelmä. Menetelmässä tietoa tarkastellaan numeerisesti. Kvantitatiivinen tutkimus luo yleisen kuvan mitattavien ominaisuuksien, muuttujien, välisistä suhteista ja eroista. Kvantitatiivisessa analyysissä argumentoidaan lukujen ja niiden välisten systemaattisten, tilastollisten yhteyksien avulla (Alasuutari, 2011). Mittaamista kvantitatiivisessa tutkimuksessa on kaikki, missä tehdään eroja havaintoyksiköiden välille ja määritellään ero symboleilla (Heikkilä, 2004, 81, 183–184). Tyypillistä kvantitatiivisen tutkimuksen aineistolle on, että vastaajien määrä voi olla suuri. Jos tutkimuksessa käytetään tilastollisia menetelmiä, on suositeltavaa havaintoyksiköiden (esim. henkilöiden) määrän olevan vähintään 100 (Vilkka, 2007, 17).

Lähtökohtana oli selvittää sosiaalisen median vaikutuksia sijoittajakäyttäytymiseen kyselyn avulla. Kysely julkaistiin Facebookin suljetussa ryhmässä 18. helmikuuta 2022 ja suljettiin 25. helmikuuta 2022. Tällä aikavälillä kyselyyn saatiin 193 vastausta, joka ylittää kvantitatiivisen menetelmän suosituksen rajan (100 kappaletta) (Vilkka, 2007, 17). Tämä määrä riittää aineiston tuloksien analysointiin ja johtopäätöksien tekoon, jonka vuoksi kyselyä ei enää jaettu muissa sosiaalisen median sijoitusaiheisissa ryhmissä. Kysely päätettiin sulkea 25. helmikuuta 2022, koska vastauksien määrä laski jatkuvasti ja lopulta vastauksia ei enää tullut. Vastauksien määrässä tuli nousupiikki 22. helmikuuta 2022, koska kyselyn julkaisun alle syntyi keskustelua. Tämä nosti julkaisun mahdollisesti uusien henkilöiden etusivulle, joista osa päätyi vastaamaan kyselyyn.

Facebook ryhmissä aiemmat julkaisut väistyvät uusimpien julkaisujen tieltä. Vanhempia julkaisuja eivät jäsenet siis enää näe omalla etusivullaan, joka estää heitä tällöin törmäämästä vanhempiin julkaisuihin. Suljettu Facebook ryhmä, jossa kysely julkaistiin, on todella aktiivinen. Tässä tapauksessa kyselyn julkaisu hävisi suhteellisen nopeasti uusien julkaisujen tieltä, jonka vuoksi suurin osa jäsenistä ei ehtinyt törmätä kyselyyn. Tämän vuoksi kysely ei saanut enempää vastaajia. Facebookin suljettu ryhmä valittiin julkaisualustaksi sen vuoksi, että ryhmä on tarkoitettu sijoittaville yksityishenkilöille ja koska suljetun ryhmän ajateltiin ehkäisevän vastauksien laadun kärsimistä. Vastauksien ajallinen jakautuminen voidaan nähdä kuviosta 2.



**Kuvio 2.** Vastauksien ajallinen jakautuminen (N=193).

Vuosien saatossa Facebookin alustalle on perustettu monia eri ryhmiä liittyen sijoittamiseen. Ryhmiä löytyy sijoituskohteittainkin, esimerkiksi asuntosijoittajien ryhmä. Ryhmässä, johon kysely julkaistiin, on kaikenikäisiä ja sukupuolisia ihmisiä. Ryhmässä jäseniä on vasta-alkajista todella kokeneisiin sijoitusalan ammattilaisiin. Ryhmässä on aiempien vuosien aikana julkaistu muutama kysely, jotka ovat saaneet jäseniltä ja ryhmän ylläpitäjiltä positiivisen reaktion. Tutkimustyöhön kannustetaan ryhmän sisällä. Näiden tekijöiden vuoksi pidettiin kohderyhmää otollisimpana kyselylle. Kyselyn vastaajilla oli jo valmiiksi kiinnostusta aihepiiriä kohtaan. Avovastauksilta odotettiin hyviä perusteluita ja

muutoinkin korkeaa huolellisuutta vastaajilta. Kyselyyn vastaaminen vaati internetyhteyden. Oletus oli, että Facebook käyttäjillä on internetyhteys. Tämän seurauksena internetkysely soveltui tutkielman tiedonkeruumenetelmäksi hyvin.

Kyselyssä oli yhteensä 15 kysymystä. Kysymyksistä suurin osa oli monivalintakysymyksiä, mutta kahden kysymyksen kohdalla vastausmahdollisuus jätettiin avoimeksi. Kyselyä laatiessa kiinnitettiin huomiota kyselyn ulkoasuun ja toimivuuteen. Kyselylomaketta testattiin eri laitteilla ennen linkin jakamista vastaajille. Kysely oli helppokäyttöinen niin puhelimen, tietokoneen kuin tabletin näytöillä. Kysely pyrittiin rakentamaan suhteellisen tiiviiksi paketiksi, jotta vastaajien mielenkiinto ei lopahtaisi kesken. Kysely tuotettiin Googlen Forms -pohjalla.

Kysely pyrittiin rakentamaan huomioiden sopivat kvantitatiivisen tutkimuksen kyselyn tunnusmerkit. Kyselyn pituus pyrittiin pitämään sopivan lyhyenä, ulkoasu pyrittiin rakentamaan mahdollisimman selkeäksi ja loogiseksi kokonaisuudeksi. Kyselyssä oli kaksi avointa kysymystä, jotka strukturoitiin jälkikäteen. Tämä tarkoittaa vastauksien luokittelua, ryhmittelyä tai järjestämistä niin, että saadaan yksiselitteisiä ja toisensa pois sulkevia luokkia (Vilka, 2007, 32). Tunnuksien avulla kysely pyrittiin rakentamaan mielekkääksi vastaajille.

Aineiston tarkastus aloitettiin 26.2.2022, kun kyselylomake suljettiin. Kyselyn vastauksien analysoinnissa apuna käytin Microsoft Exceliä ja Macin Numbers sovellusta. Näiden avulla muun muassa vastaukset koottiin yhteen ja pystyttiin vertailla eri vastauksia. Kun vastaukset olivat koottu yhteen paikkaan, oli helpompi tehdä erilaisia havaintoja ja huomioita. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kerätty tutkimusaineisto muutetaan aina sellaiseen muotoon, jossa se voidaan käsitellä myös tilastollisesti (Vilka, 2007, 117). Yleisin tapa on tallentaa tiedot havaintomatriisiin (Vehkalahti, 2014, 51).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulee arvioida aineiston luotettavuutta. Tutkimuksien tavoitteena on kerätä mahdollisimman todenmukaista ja luotettavaa tietoa tutkittavasta

asiasta. Tutkimuksissa aineiston luotettavuutta voidaan tarkastella kahden eri käsitteen kautta. Validiteetin, jonka avulla tarkastellaan, onko työssä tutkittu tutkimusongelman kannalta oikeita asioita, sekä reliabiliteetin avulla, joka kuvaa aineiston tutkimustulosten pysyvyyttä. Reliabiliteetti kertoo, miten tarkasti mitataan (Vehkalahti, 2014, 41). Kvantitatiivisessa tutkimuksessa erityisesti näiden kahden käsitteen avulla pystytään myös parantamaan työn luotettavuutta (Kananen, 2008, 79; Vehkalahti, 2014, 40; Vilkkä, 2007, 152). Yksinkertaistetusti tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen toimivuutta. Kuinka hyvin valittu tutkimusmenetelmä onnistui vastaamaan siihen, mitä oli alun perin suunniteltukin. Tutkimuksen validiteetilla on merkitystä siinä, kuinka tutkija on onnistunut operationalisoimaan teoreettiset käsitteet arkikielen tasolle eli miten onnistuneesti tutkimuksessa käytetyn teorian käsitteet, ja ajatuskokonaisuuden tutkija on kyennyt siirtämään lomakkeeseen eli mittariin (Vilkkä, 2007, 150).

Tutkimuksen validiteetti varmistetaan käyttämällä oikeaa tutkimusmenetelmää, mittaria sekä mittaamalla oikeita asioita (Kananen, 2008, 81). Tutkimuksessa validiteettia tulee miettiä jo siinä vaiheessa, kun työ aloitetaan ja pohditaan tutkittavaan aiheeseen sopivaa tutkimusmenetelmää. Usein tutkielman taustatöiden huolellinen suunnittelu lisää validiteetin vahvuutta.

Mittauksen luotettavuuden kannalta validiteetti on ensisijainen peruste. Sillä jos oikeaa asiaa ei mitata, reliabiliteetilla ei ole mitään merkitystä (Vehkalahti, 2014, 41). Validiteetin ollessa ennen kaikkea tutkittavan ilmiön sisällöllinen kysymys, voi sitä vain osittain lähestyä tilastollisesti (Vehkalahti, 2014, 41). Validiteetti on luotettava, jos tutkija ei ole joutunut esimerkiksi käsitteiden tasolla harhaan ja systemaattiset virheet puuttuvat (Vilkkä, 2007, 150).

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia (Valli, 2015, 80). Mitä vähemmän sattuma on vaikuttanut tutkimuksen tuloksiin, sitä luotettavampi reliabiliteetti on (Valli, 2015, 80). Validiteetin lisäksi reliabiliteetti tulisi saada mahdollisimman luotettavalle tasolle. Mittauksen reliabiliteetti on sitä parempi, mitä

vähemmän siihen liittyy mittausvirhettä (Vehkalahti, 2014, 41). Epäsopivan mittarin valitseminen heikentää tutkimuksen reliabiliteettia. Reliabiliteetin ollessa luotettavalla tasolla, käytetty mittari tuottaa samat tulokset, vaikka mittaus toteutettaisiin useampia kertoja. Tutkimuksen reliabiliteetti voi olla korkea, vaikka mittari olisi epäsopiva. Korkea reliabiliteetti ei kuitenkaan takaa validiteettia (Kananen, 2008, 79).

Tutkimuksen kokonaisluotettavuuden muodostavat yhdessä reliabelius ja validius (Vehkalahti, 2014, 40; Vilka, 2007, 152). Tutkimuksen kokonaisluotettavuus on korkea, kun otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisvirheitä (Vilka, 2007, 152). Tutkimuksen kokonaisluotettavuutta parannettiin tutkimusongelman selkeällä ja täsmällisellä määrittelyllä. Analyysimenetelmä valittiin sen mukaan, että on mahdollista saada merkittävää tietoa tutkittavasta asiasta. Kyselyn kysymykset pyrittiin rakentamaan sisällöllisesti mahdollisimman konkreettisesti. Ennen julkaisua kyselylomaketta testattiin useaan kertaan ja korjattiin tarvittaessa. Kyselyyn ennen sen julkaisua saatiin kommentteja ohjaajilta ja aihealueen asiantuntijoilta. Kysymykset rakennettiin myös pakottavina, eli vastaaja ei päässyt tallentamaan kyselyä ilman kaikkiin kohtiin vastaamista. Tällä tavoin taattiin se, että tyhjiä vastauksia ei lomakkeen tallentamisvaiheessa jäänyt, jotka olisivat heikentäneet tutkimuksen reliabiliteettia.

Tutkimuksen kysely kohdistettiin sijoittamisesta kiinnostuneille, sijoittamisen aloittaneille henkilöille ja sijoittajille, jotka seuraavat sosiaalisessa mediassa sijoitusaiheisia kanavia. Tutkimuksen tuloksia yleistettiin koskemaan kaikkia sosiaalisessa mediassa vuorovaikutuksessa olevia yksityissijoittajia. Kuitenkin vastaajien määrä oli 193 kappaletta. Tästä näkökulmasta vastaajia ei voida pitää parhaana mahdollisena joukkona kuvaamaan kaikkia sijoittajia, jotka sosiaalisessa mediassa seuraavat sijoitusaiheisia keskusteluita. Tutkimuksessa kyselyn avulla ei selvitetty vastaajien koulutustaustaa tai sijoitusomaisuuden suuruutta. Näitä merkittävimpinä tekijöinä pidettiin sijoituskokemusvuosia ja sijoitussuunnitelman omistamista. Aineistonkeruu käsiteltiin edellä tarkasti esittäen perusteet sille, miksi tähän tutkielmaan valitulla menetelmällä saatiin aikaan tulokset, jotka vastaavat hyvin tutkimuksen tarkoitusta.

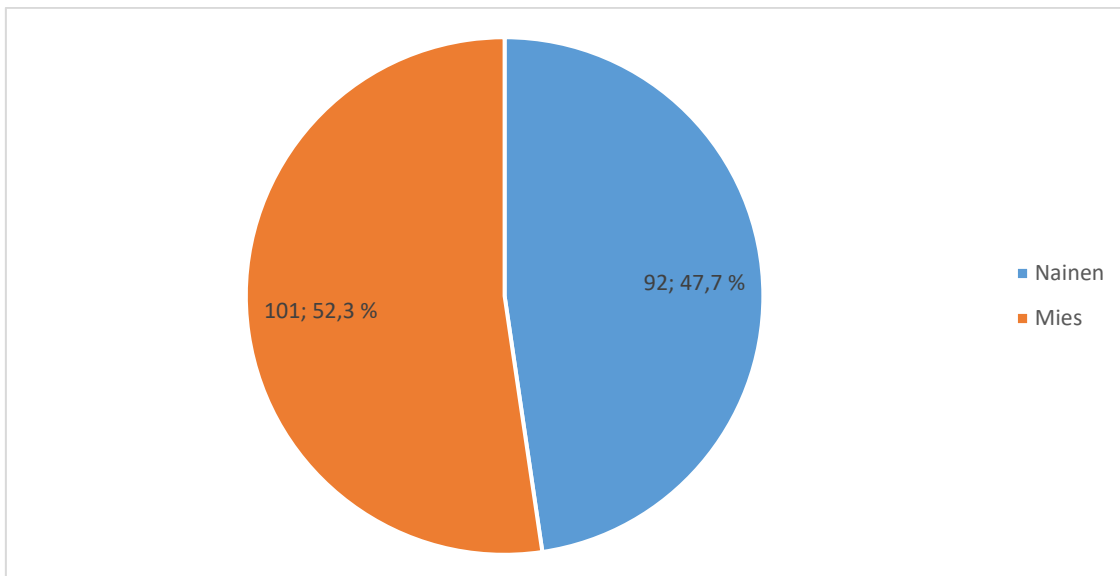
## 5 Kyselytutkimuksen tulokset

Tämän kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia millainen vaikutus sosiaalisella medially on yksityissijoittajien päätöksentekoon. Vaikutuksia pyrittiin selvittämään teetetyllä internetkyselyllä sijoittajille. Kyselyllä selvitettiin vastaajien suunnitelmallisuutta sijoittamisessa, kokevatko sijoittajat sosiaalisen median hyödylliseksi vai haitalliseksi sijoitustoiminnassaan, sekä millainen rooli sosiaalisella medially on tämän päivän sijoittamiseen liittyvässä päätöksenteossa. Reagoivatko sijoittajat sosiaalisen median julkaisuihin ostamalla tai myymällä sijoituksiaan.

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä toimi internetkysely, joka toteutettiin otantamenetelmänä. Kyselyyn valittiin kohderyhmä, jossa henkilöt soveltuivat vastaamaan esitettyihin kysymyksiin. Vastaajan tuli olla täysi-ikäinen yksityishenkilö, joka sijoittaa ja seuraa sosiaalisen median sijoitusaiheisia kanavia.

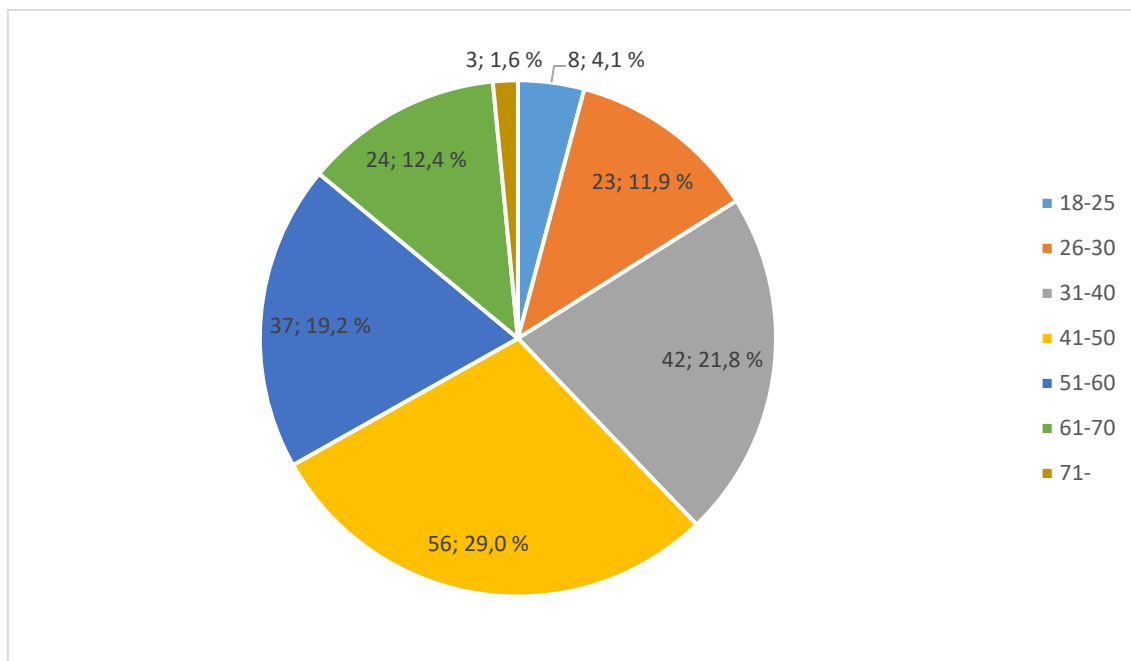
Kyselyn julkaisualustana käytettiin Google Formsia. Kysely oli auki seitsemän päivää, 18.-25.2.2022. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 193 kappaletta. Kysely sisälsi monivalinta-, avoimia-, sekä sekamuotoisia kysymyksiä, yhteensä 15 kappaletta. Vastaukset tallentuivat anonymisti.

Kyselyn ensimmäinen kysymys liittyi vastaajan sukupuoleen. Kuviosta 3 nähdään, että kaikista vastaajista  $N=193$  miehiä oli 52,3 % ( $n=101$ ) ja naisia 47,7 % ( $n=92$ ). Positiivinen huomio oli, että vastaajien sukupuolijakauma oli suhteellisen tasan. Liittyen sijoittamiseen ja keskusteluihin sosiaalisen median eri alustoilla, naisten määrä on selkeästi nousut viime vuosien aikana (Kajanto, 2021).



**Kuvio 3.** Vastaajien sukupuolijakauma (N=193).

Seuraava kysymys koski vastaajien ikää. Kuviosta 4 nähdään, että suurin osa vastaajista 29 % oli 41–50-vuotiaita (n=56). Toiseksi suurin vastaajajoukko oli 31-40-vuotiaat henkilöt, joiden osuus vastaajista oli 21,8 % (n=42). Lähes saman verran, 19,2 %, oli myös 51-60-vuotiaita vastaajia (n=37). Vähiten vastaajia oli yli 71-vuotiassa, joiden osuus oli 1,6 % osallistuneista (n=3). Vastaajista 18-25-vuotiaiden osuus oli myös vähäinen 4,1 %:lla (n=8). Vastaajista 11,9 % (n=23) oli 26–30-vuotiaita, sekä lähes saman verran oli 61–70-vuotiaita 12,4 %:lla (n=24). Kokonaisuudessaan vastaajien ikäjakauma hieman yllätti. Sosiaalisessa mediassa on tunnetusti paljon nuoria. Facebook on kuitenkin sosiaalisen median alustana sellainen, johon moni nuori ei enää 2020-luvulla liity tai käytä aktiivisesti. Mitä nuorempi henkilö on kyseessä, sitä harvemmin hän käyttää Facebookia, jos ollenkaan.



**Kuvio 4.** Vastaajien ikäjakauma (N=193).

Taulukossa 1 vastaajien (n=193) ikäjakaumaa avataan vielä tarkemmin miesten ja naisten välillä. Naisista suurin osa vastaajista oli 41-50-vuotiaita (n=30), kun taas miehistä suurin osa vastaajista oli 31-40-vuotiaita (n=28). Vastaajien ikäkauman mukaan nuoremmat miehet vastasivat naisia enemmän kyselyyn, kun taas naisten vastaajamäärät nousivat ylemmissä ikäluokissa verrattuna miesten lukuihin.

**Taulukko 1.** Sukupuolten ikäjakauma (N=193).

	18–25	26–30	31–40	41–50	51–60	61–70	yli 71-vuotias
Nainen	3	8	14	30	22	13	2
Mies	5	15	28	26	15	11	1

Sijoituskokemuksen osalta kyselyyn tahdottiin vastauksia henkilöiltä, joilla on vähintään yksi vuosi kokemusta sijoittamisesta. Kyselyssä vastaajilta kysyttiin sijoituskokemusta vuosina. Kuviosta 5 nähdään, että suurimmalla osalla vastaajista (23,8 %) on 1–5 vuotta sijoituskokemusta takana. Jos sijoittaja aloitti sijoittamisen vuoden 2020 maaliskuun

jälkeen, on hän luultavasti nauttinut tähän saakka korkeasta tuotosta. Koronan levittyä muualle maailmalle vuosien 2019–2020 vaihteessa osakkeet laskivat hetkellisesti todella paljon. Tällä hetkellä Ukrainan ja Venäjän sodan alettua eri sijoitusinstrumenttien hinnat ovat jälleen liikkuneet suuntaan, jos toiseen todella paljon.

Toiseksi eniten vastaajista (18,7 %) on aloittanut sijoittamisen 6–10 vuotta sitten. Nämä sijoittajat ovat olleet mukana koronadipissä, mutta eivät olleet vielä markkinoilla vuoden 2008 finanssikriisin aikoihin. Lähes puolella vastaajista (42,5 %) oli maksimissaan 10 vuotta sijoitusvuosia takana. Kolmanneksi eniten vastaajista 16,1 %:lla (n=31) oli sijoituskokemusta kertynyt 11–15 vuotta. Vastaajista 11,4 %:lla (n=22) oli 16–20 vuotta sijoituskokemusta. Sijoituskokemus vuosia oli kertynyt vastaajista 15,5 %:lle (n=30) 21–30 vuotta. Nämä vastaajat ovat voineet olla mukana vuoden 2000 pörssilaskussa, joka kesti kolme vuotta. Näiden vuosien aikana suomalaiset pörssiosakkeet menettivät keskimäärin kuutisenkymmentä prosenttia arvostaan (Lindström & Lindström, 2015).

Sijoituskokemusta 31-40 vuotta oli kertynyt vastaajista 10,9 %:lle (n=21). Nämä sijoittajat ovat voineet olla mukana pörssihistoriamme kaikkien aikojen pahimmassa kurssisyöksyssä, kun loppukeväänä 1989 alkanut hurja syöksylasku alkoi. Tämä pysähtyi vasta alkusyksyllä vuonna 1992 (Lindström & Lindström, 2015).

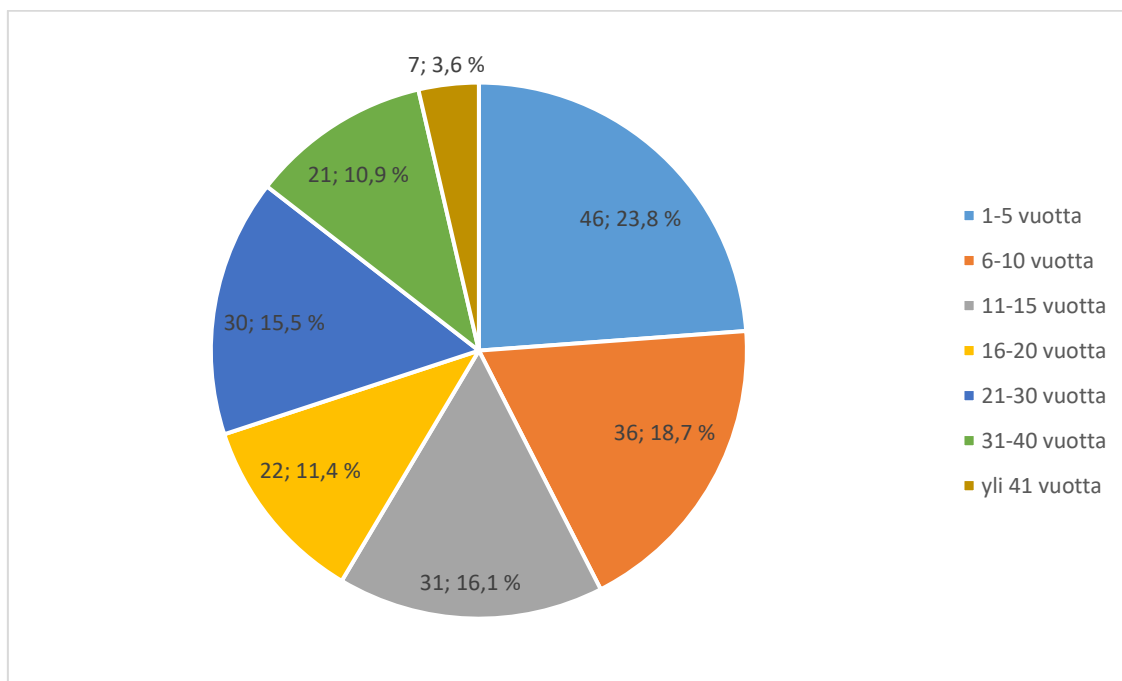
Yli 41 vuotta sijoitusvuosia takana oli vastaajista vain seitsemällä henkilöllä (3,6 %). Nämä henkilöt ovat voineet olla mukana pörssinpuhkeamisessa vuosien 1973–1977 aikana. Tällöin pörssinoteerauksista leikkaantui keskimäärin puolet johtuen energiakriisistä ja erityisesti metsäteollisuutta ravistelleen laskusuhdanteen vuoksi (Lindström & Lindström, 2015).

Kuviosta 5 voidaan huomata, että todella moni vastaajista on aloittanut sijoittamisen alle 11 vuotta sitten. Tämä voi olla seurausta viime vuosien keskustelun aktiivisuuden kasvusta aihealueen ympärillä. Tietoa luodaan ja sitä on yhä paremmin kaikkien saatavilla.

Sijoitusaiheisia blogeja ja muita videoita voi katsella, vaikka matkalla töihin aamubussissa. Sijoitusaiheisia podcasteja ja äänikirjoja kuunnella, kun ollaan koiran kanssa ulkona.

Tulokset ovat siihen nähden ennalta arvaamattomia, että 1/3 kyselyn vastaajista (n=64) olisi voinut sijoittaa ikänsä puolesta vähintään yli 33 vuotta. Tulos voi kertoa siitä, että sijoittamiseen on aktivoitunut viimeisten vuosien aikana iästä riippumatta. Vastaajat voivat olla vasta aloittaneita sijoittajia, jotka etsivät lisätietoa sosiaalisen median eri alustoilta liittyen sijoittamiseen. Ikänsä puolesta taas nuoremmat eivät ole voineet sijoittaa vielä montaa vuotta. Kyselyyn vastanneista kenelläkään ei ollut alle vuoden sijoituskokemusta.

Sijoitusuran alkutaipaleella olevalla voi kuitenkin tällä hetkellä olla hiukan väärä kuva pörssistä. Odotetaan, että kurssit vain nousevat jatkuvasti, eikä takapakkia tule. Onkin jännä nähdä, miten ensimmäinen kriisi sitten tulevaisuudessa vaikuttaa pörssimarkkinoihin.



**Kuvio 5.** Vastaajien sijoituskokemus vuosina (N=193).

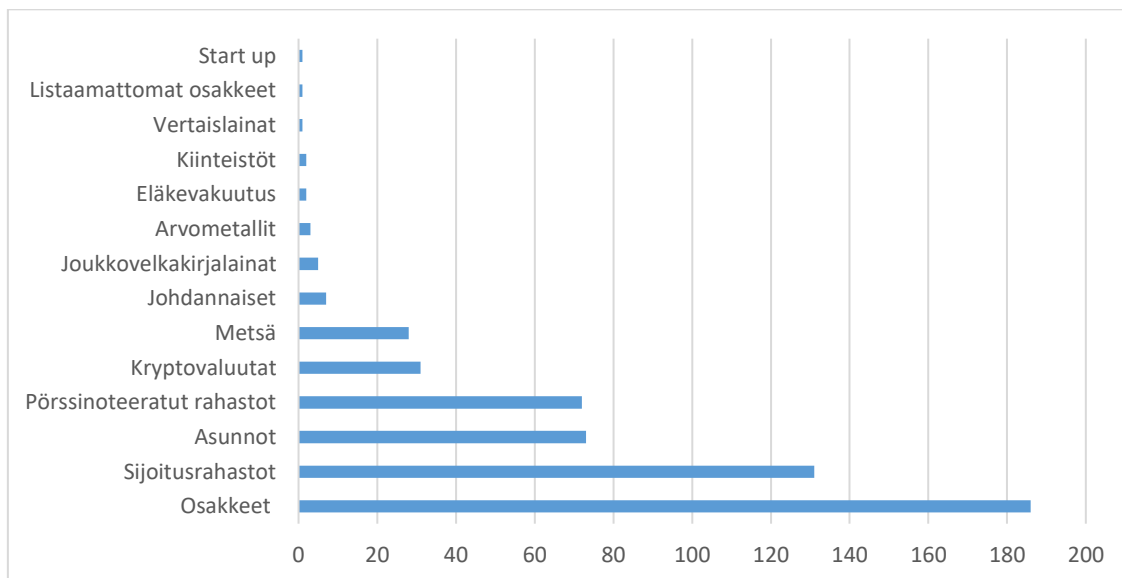
Tutkimukseen osallistuneiden sijoitusten jakautumista eri sijoitustuotteisiin tahdottiin selvittää. Kuviosta 6 voidaan huomata, että suosituimpia sijoitustuotteita arvopaperimarkkinoilla ovat suorat osakkeet ja sijoitusrahastot. Vastaajista suurin osa 96,4 % (n=186) sijoittaa osakkeisiin. Seuraavaksi suosituin sijoituskohde olivat sijoitusrahastot, joihin kertoi sijoittavansa vastaajista 67,9 % (n=131). Asuntosijoittajia vastaajista oli 37,8 % (n=73), joka oli kolmanneksi eniten. Lähes saman verran vastaajista 37,3 % (n=72) sijoitti pörssinoteerattuihin rahastoihin. Kryptovaluuttoihin kertoi sijoittavansa vastaajista 16,1 % (n=31) ja metsään 14,5 % (n=28). Johdannaisiin kertoi sijoittavansa 3,7 % (n=7) vastaajista ja joukkovelkakirjalainoihin 2,6 % (n=5).

Vastaajien oli mahdollista lisätä myös jokin muu vastaus sijoituskohteisiin, jota ei ollut valmiina nimettynä listassa. Vastauksia tähän tuli 5,2 %:lta (n=10). Vastaajilta löytyi sijoituksia arvometalleista (1,6 %, n=3), eläkevakuutuksista (1 %, n=2), kiinteistöistä (1 %, n=2), vertaislainoista (0,5 %, n=1), listaamattomista osakkeista (0,5 %, n=1), sekä Startup-yrityksistä (0,5 %, n=1). Vastauksien määrä muissa sijoituskohteissa voi johtua siitäkin, että kysely oli jaettu Facebookissa suljettuun ryhmään, jossa keskustelu keskittyi suurilta osin osakesijoittamiseen. Tulokset olisivat voineet olla eri, jos kysely olisi julkaistu esimerkiksi arvometalleihin sijoittavien ryhmään.

Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Yleisin valinta vastaajilta 65,3 %:lta (n=126) olivat osakkeet ja sijoitusrahastot, joita he omistivat. Vastaajista 58,5 % (n=113) oli vastannut omistavansa vähintään kolmea eri sijoitustuotetta. Suurin osa näistä vastaajista (n=45) kertoi sijoittavansa osakkeisiin, sijoitusrahastoihin, sekä pörssinoteerattuihin rahastoihin.

Vastausvaihtoehtoihin oli eroteltu sijoitusrahastot ja pörssinoteeratut rahastot. Näissä kahdessa vaihtoehdossa on erilainen toimintaperiaate. Sijoitusrahastot ovat esimerkiksi pankkien omia rahastoja, joihin on paljon helpompi yksityishenkilön alkaa sijoittamaan. Tätä varten henkilön ei tarvitse avata arvo-osuustiliä, ja hän voi tehdä kuukausittaisen

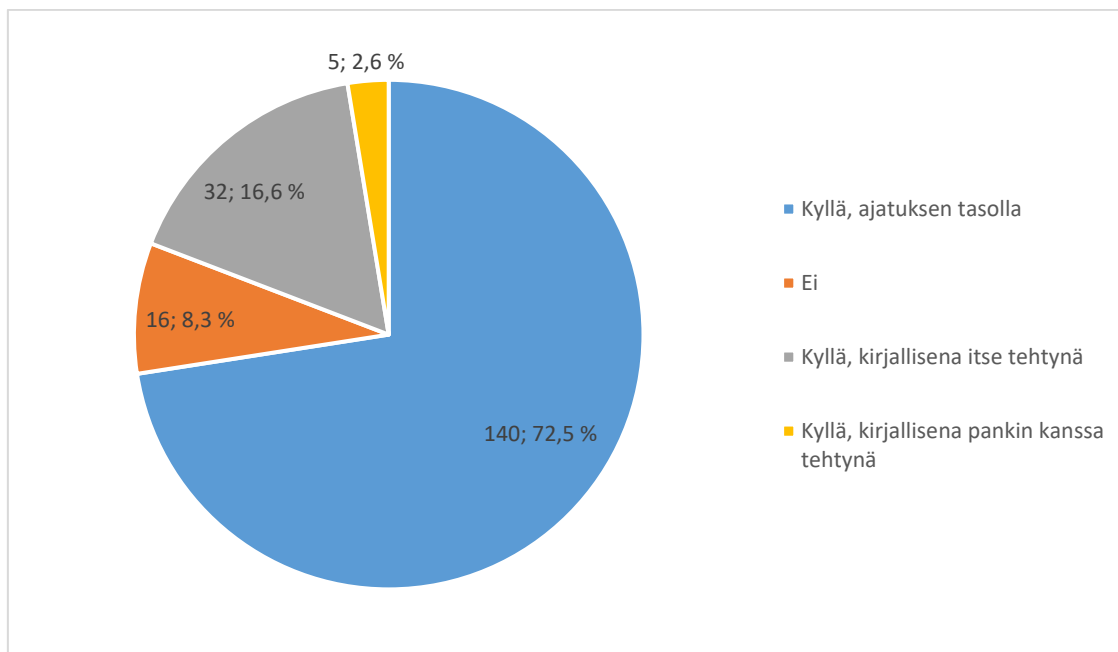
säästösopimuksen sijoituksilleen. Tällaista toimintoa ei voi automatisoida pörssinoteerattujen rahastojen kohdalla.



**Kuvio 6.** Vastaajien sijoitustuotteet (N=543).

Seuraavaksi vastaajilta selvitettiin, ovatko he laatineet sijoitussuunnitelmaa. Kuvioista 7 nähdään, että suurimmalla osalla vastaajista 72,5 %:lla (n=140) sijoitussuunnitelma on laadittu ajatuksen tasolla. Tämä voi altistaa sijoittajan helpommin tarpeettomille muutoksille (Havia ja muut, 2014, 251). Vastaajista 16,6 % (n=32) oli tehnyt sijoitussuunnitelman kirjallisesti ja vain 2,6 % (n=5) vastaajista oli tehnyt sijoitussuunnitelman yhdessä kirjallisesti pankin kanssa.

Sijoitussuunnitelmaa ei ollut laatinut ollenkaan vastaajista 8,3 % (n=16). Sijoitussuunnitelma on hyödyllistä tehdä kirjallisesti, jotta tämä konkretisoituu sijoittajalle paremmin (Kallunki ja muut, 2019, 6). Tämä lisää suunnitelmassa pysymistä pitkällä aikavälillä.

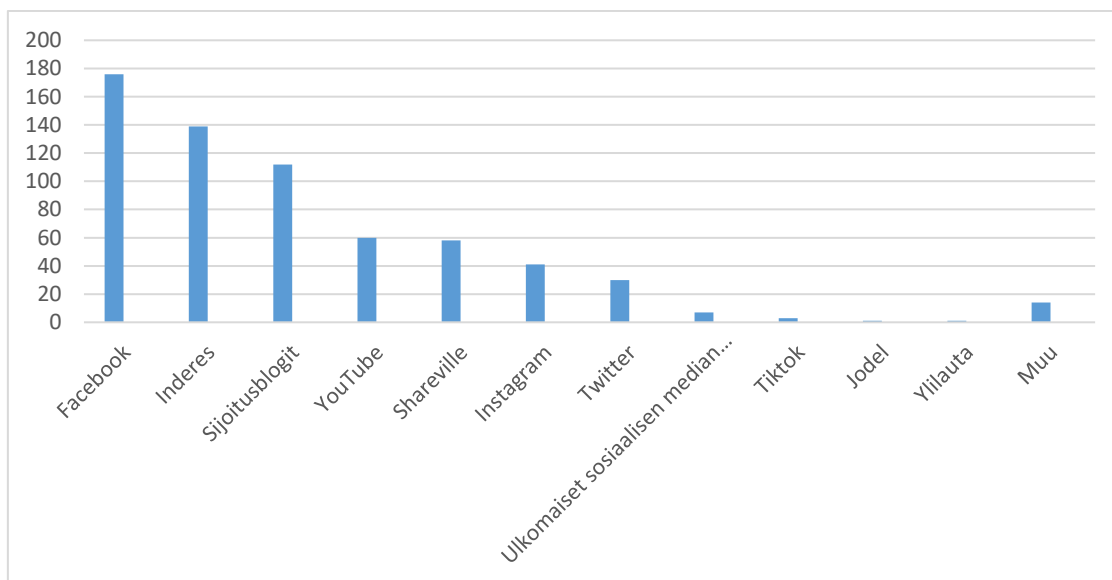


**Kuvio 7.** Vastaajien sijoitusuunnitelma (N=193).

Suurin osa vastaajista 91,2 % (n=176) käyttää Facebookin keskustelualustoja etsiessään tietoa sijoittamiseen liittyen. Kuviosta 8 voidaan huomata, että toiseksi eniten vastaajista 72 % (n=139) käyttää Inderesin keskustelupalstaa tiedon etsimiseen. Sijoitusblogeja lukee kolmanneksi eniten vastaajista 58 % (n=112). YouTubeista tietoa etsii vastaajista 31,1 % (n=60). Shareville on Pohjoismaissa toimiva suuri sosiaalinen sijoitusverkosto. Vastaajista 30,1 % (n=58) kertoi käyttävänsä tätä kanavaa tiedon etsimisessä. Twitteriä vastaajista käytti 15,5 % (n=30).

Ulkomaisia sosiaalisen median alustoja kertoi vastaajista käyttävän 3,6 % (n=7). Yksi vastaajista (0,5 %) kertoi käyttävänsä Jodelia tiedon haussa. Samoin Ylilautaa kertoi käyttävänsä 0,5 % (n=1) vastaajista. Vastaajilla oli mahdollisuus vastata myös jokin muu sosiaalisen median kanava, jota ei ollut valmiina nimettynä listassa. Muita kanavia kertoi käyttävänsä 7,3 % vastaajista (n=14). Vastaajat olivat kirjoittaneet etsivänsä tietoa podcasteista (3,1 %, n=6), kirjoista ja lehdistä (2,1 %, n=4), pankkien kotisivuilta (1 %, n=2), sekä Kauppalehden keskustelualueelta (0,5 %, n=1). Podcastit, kirjat ja lehdet eivät kuitenkaan ole sosiaalisen median alustoja. Pankkien kotisivuilla ei käydä vuorovaikutteista keskustelua, joten tätä ei laskettu sosiaalisen median alustaksi. Yksi vastaajista (0,5 %) myös

vastasi, ettei hyödynnä mitään sosiaalisen median kanavaa sijoittamiseen liittyen. Jos kysely olisi tuotettu nuoremmille henkilöille, Instagramin ja Tiktokin vastaajaluvut olisivat olleet korkeammat. Viimeisen vuoden aikana muun muassa Tiktokin sijoitusaiheisten kanavien seuraajamäärät ovat olleet kasvussa.

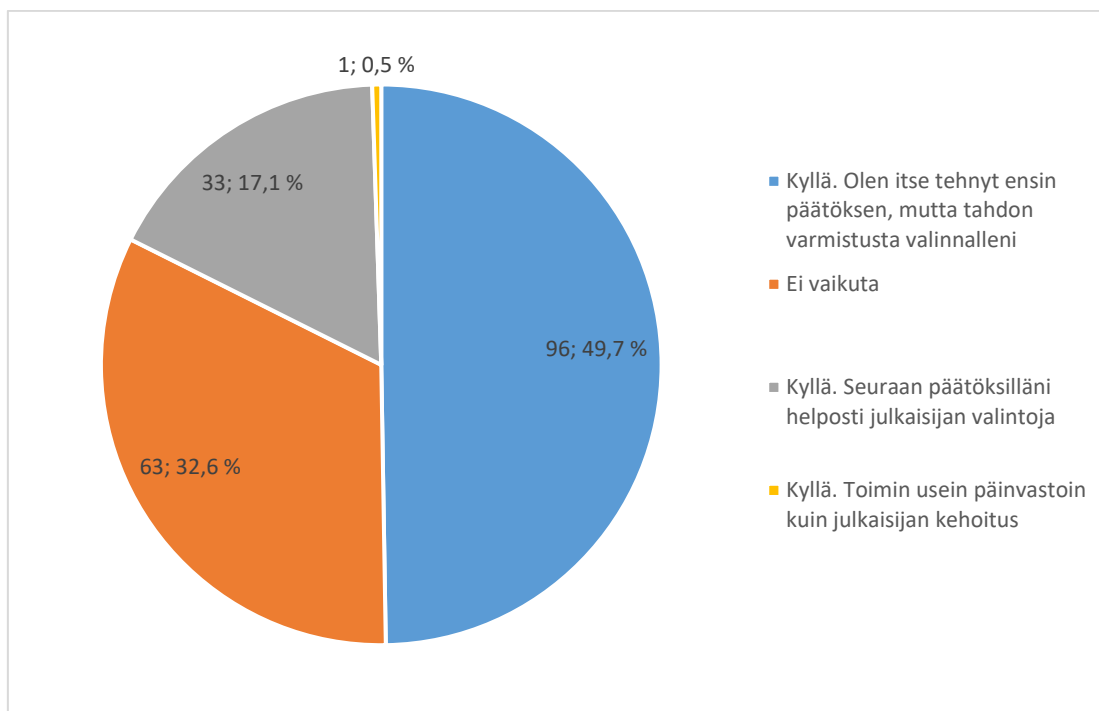


**Kuvio 8.** Sosiaalisen median kanavat, joista vastaajat etsivät tietoa sijoittamiseen liittyen (N=642).

Yksi tärkeimmistä tutkimusongelmista oli selvittää, voiko yhden henkilön julkaisu sosiaalisessa mediassa vaikuttaa tehtyyn sijoituspäätökseen, esimerkiksi blogikirjoitus tai Instagram julkaisu. Kuvio 9 nähdään, että vastaajista lähes puolet (49,7 %) vastasi, että yhden henkilön julkaisu voi vaikuttaa sijoituspäätökseen. Vastaajat (n=96) ovat kuitenkin tehneet ensin itse päätöksen sijoittaa, ja tämän jälkeen lähteneet etsimään varmistusta omalle päätökselle. Taustalla voi olla, että omalle päätökselle tahdotaan etsiä sitä tukevia kommentteja ja muita mielipiteitä. Sijoittajat ajattelevat, etteivät ole tällöin yksin omien ajatustensa kanssa, kun löytävät toisen joka puoltaa ajatuksia. Vastaajista 32,6 % (n=63) kertoi, että yhden henkilön julkaisu sosiaalisessa mediassa ei vaikuttaisi heidän sijoituspäätöksiinsä. On tärkeää, että sijoituspäätös perustuu sijoittajan omiin päätöksiin ja taustatöihin. Tietoa voi ja tietyissä määrin kannattaakin etsiä sosiaalisen median alustoja hyödyntäen. Tällä tavoin voi saada uusia näkökulmia asioihin. Pääasia kuitenkin on, että

tämä ei saa liikaa vaikuttaa sijoittajan päätöksentekoon. Vastaajista 17,1 % (n=33) kertoi seuraavansa päätöksillään helposti julkaisijan valintoja.

Kyselyyn vastanneista yksi (0,5 %) kertoi toimivansa usein päinvastoin kuin julkaisijan kehoitus. Usein sosiaalisessa mediassa seurataan sellaisia henkilöitä, joiden toiminnasta tahdotaan oppia. Heitä voidaan pitää tietynlaisina mentoreina. Se, että sijoittaja toimii päinvastoin voi olla tietyissä tilanteissa järkeväkin liike. Pelkästään julkaisijan kehoitukseen tämä toiminto ei kuitenkaan saisi perustua. Sijoituspäätöksellä pitää aina olla muutaakin tietoa taustalla. Jos tietoa tai taitoa ei ole tai aikaa puuttuu, on tällöin helpompi sijoittajan valita esimerkiksi rahastosijoittaminen (Elo & Saarhelo, 2018). Rahastosijoittamisessa esimerkiksi salkunhoitaja on tehnyt päätökset sijoittajan puolesta, mitä sijoitusinstrumentteja rahasto sisältää.



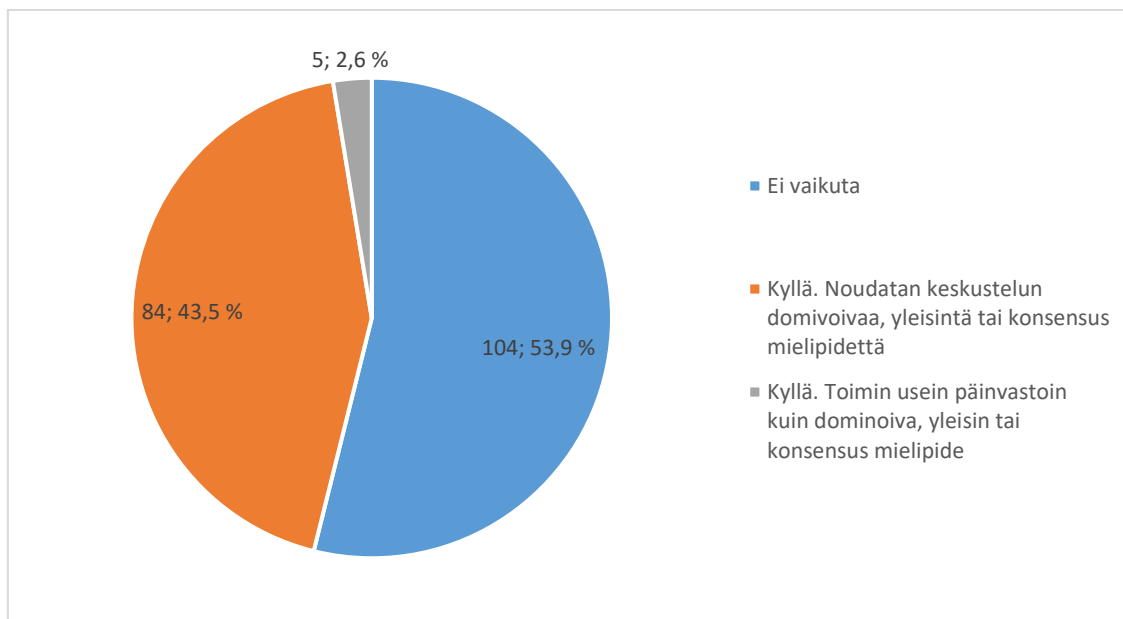
**Kuvio 9.** Yhden henkilön julkaisun vaikutus sosiaalisessa mediassa sijoituspäätökseen (N=193).

Toinen tärkeä kysymys oli selvittää, vaikuttaako sijoittajien päätöksentekoon muiden henkilöiden keskustelut sosiaalisessa mediassa. Kuvio 10 voidaan huomata, että vastaajista 53,9 % (n=104) oli sitä mieltä, että keskustelut eri sosiaalisen median alustoilla

eivät vaikuta omiin sijoituspäätöksiin. Tämä oli positiivinen tulos. Huomion arvoista on, että esimerkiksi nimettömille kirjoituksille ei anneta painoarvoa päätöksiä tehdessä. Tästä voimme myös päätellä, että julkaisijalta odotetaan tietynlaista ammattitaitoa tai muuta meriittiä, jotta hänen sanomisensa huomioidaan.

Vastaajista kuitenkin peräti 43,5 % (n=84) vastasi noudattavansa keskustelun dominoivaa, yleisintä tai konsensus mielipidettä. Vastausmäärä ei täysin yllätä. Sosiaalisen median keskustelualustoilta usein etsitäänkin tietoa itseä kiinnostavista aihealueista. Harvemmin tietoa lähdetään etsimään sellaisista asioista, joista itsellä ei ole yhtään mitään tietoa. Tämä puoltaisi myös sitä ajatusta, että sijoittajat lähtevät etsimään varmennusta omille ajatuksilleen.

Vastaajista 2,6 % (n=5) kertoi toimivansa usein päinvastoin kuin dominoiva, yleisin tai konsensus mielipide. Kyselyn tuloksista huomasin, että vastaajat, jotka olivat vastanneet toimivansa päinvastoin keskustelun yleistä mielipidettä, yksi vastaajista oli kuitenkin vastanneet edelliseen kysymykseen seuraavansa helposti yhden julkaisijan valintoja. Tätä voisi tutkia enemmänkin, että miten yhden julkaisijan julkaisu voi johdattaa helposti tekemään sijoitus päätöksen, mutta sitten keskusteluita seuraten toimitaan päinvastoin. Vastaajista kaksi, jotka olivat vastanneet toimivan usein päinvastoin kuin keskusteluiden yleisin mielipide, olivat edelliseen vastanneet, ettei yhden henkilön julkaisut vaikuta heidän päätöksiinsä. Tämä on myös mielenkiintoinen reaktio. Miksi yhden henkilön sijoitusaiheinen julkaisu ei vaikuta millään tavoin päätöksentekoon, mutta muiden sijoittajien keskustelut vaikuttavat. Yksi vastaajista oli vastannut toimivansa vastoin julkaisijan kehoitusta ja muiden sijoittajien keskustelun yleistä mielipidettä. Hän siis seuraa sosiaalisen median eri alustoja sijoittamiseen liittyen, mutta tekee sijoittamiseen liittyvät päätökset täysin riippumattomasti ja itsenäisesti.



**Kuvio 10.** Muiden henkilöiden keskustelujen vaikutus sosiaalisessa mediassa sijoituspäätöksiin (N=193).

Seuraavaksi kartoitettiin, millaista tietoa sijoittajat tarkemmin etsivät sosiaalisen median alustoilta. Kuvio 11 havaitaan vastauksien jakaumaa. Vastauksien perusteella 57,8 % (n=115) vastasi etsivänsä sosiaalisesta mediasta yksittäisten osakkeiden osto- tai myyntisuosituksia. Informatiivisia rahastojen kustannus tai tuotto vertailuja vastasi etsivänsä 15,6 % (n=31) vastaajista. Osake- ja yritysanalyyseja etsi sosiaalisen median alustoilta kolmanneksi eniten vastaajista 11,1 % (n=22). Vastaajia kiinnosti muun muassa yhtiöiden ja niiden liiketoiminnan kannattavuuden ja tulevaisuuden suuntaviivat. Analyysejä, mielipiteitä ja tietoa etsittiin sijoituspäätösten perustaksi. Vastaajat eivät pelkästään etsineet osto- ja myyntisuosituksia, vaan heitä kiinnosti yksittäiset osakkeita koskevat taustatiedot, trendit, vahvuudet ja heikkoudet. Vastaajat kertoivat myös etsivänsä tiettyjen henkilöiden analyysejä.

Muiden sijoittajien näkemyksiä, ideoita ja lisäinformaatiota etsi 7,5 % (n=15) vastaajista. Ajatuksia herättäviä ketjuja etsittiin, joihin perehdyttiin itsenäisesti myöhemmin. Vastaajat etsivät toisten henkilöiden mielipiteitä eri instrumenteista, yhtiöistä ja listautumisista. Tietoa etsittiin liittyen yksittäisten osakkeiden tilanteen taustoihin, keskusteluita laskujen ja nousujen syistä, sekä seurauksista eri tapahtumista pörssissä. Vastaajat tahtoivat

laajempaa näkemystä, sekä etsivät uusia yhtiöitä ja muita ideoita, joihin tutustua. Vastaajat kertoivat, että pitkänlinjan sijoittajat antavat varmuutta omille näkemyksille.

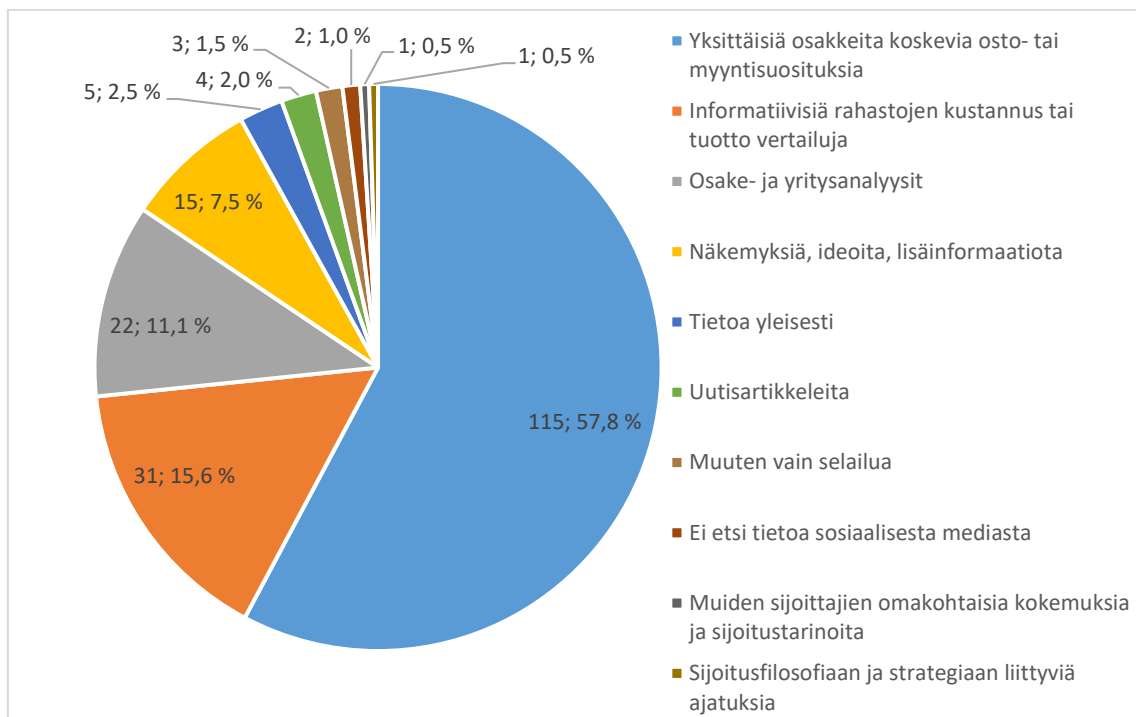
Yleisesti tietoa sosiaalisesta mediasta etsi 2,5 % (n=5) vastaajista. Vastaajat olivat muun muassa kirjoittaneet etsivänsä yleisesti markkinatilanteesta tietoa. He tarkkailevat yleistä ilmapiiriä. Suoraan sosiaalinen media ei vastaajien mielestä sisällä hyödyllistä tietoa, mutta sosiaalisen median alustoja seurataan hupi- ja reflektiotarkoituksessa.

Uutisartikkeleita sosiaalisesta mediasta etsi 2 % (n=4) vastaajista. Vastaajat kertoivat etsivänsä linkkejä eri yhtiöitä koskeviin artikkeleihin, uutisiin ja videoihin. Vastaajia kiehoi sosiaalisen median nopea julkaisu aikataulu, julkaisuiden nopea leviäminen ja tavoittaminen.

Sosiaalista mediaa muuten vain selaili 1,5 % (n=3) vastaajista. Vastaajat kertoivat selaavansa ja lukevansa kaikkea sijoittamiseen ylipäättään liittyvää, vaikkei se suoraan liittyisi omaan sijoitustyyliin. Vastaajat kertoivat selailun auttavan ymmärtämään paremmin kokonaisuuksia ja antamaan ajatuksia tulevaisuuteen liittyen. Vastaajat eivät välttämättä tee sen suurempia toimia seuraamalla ryhmien keskusteluita. Lähinnä seurataan muiden sijoittajien päätöksentekoa.

Kyselyn vastaajista 1 % (n=2) kertoi, etteivät etsi mitään tietoa sosiaalisesta mediasta. Toinen vastaajista oli maininnut, ettei varsinaisesti etsi sosiaalisen median alustoilta mitään, mutta jos tulee jotain kiinnostavaa vastaan, saatetaan aiheeseen perehtyä sitten enemmän.

Vastaajista 0,5 % (n=1) kertoi etsivänsä muiden sijoittajien omakohtaisia kokemuksia ja sijoitustarinoita. Sijoitusfilosofiaan ja strategiaan liittyviä ajatuksia kertoi vastaajista 0,5 % (n=1) etsivänsä tietoa sosiaalisen median alustoilta.



**Kuvio 11.** Mitä tietoa tarkemmin etsitään sosiaalisen median alustoilta (N=199).

Sijoittajilta kysyttiin myös millaiset sijoitusvinkit ovat vastaajien mielestä hyödyllisempiä ja luotettavimpia. Kysymys oli avoin kysymys, johon vastaaja sai esittää oman mielipiteensä. Kuvio 12 nähdään, että hyvin perustellut sijoitusvinkit ovat hyödyllisempiä ja luotettavimpia suurimman osan vastaajista (26,4 %, n=51) mielestä. Tärkeimmäksi asiaksi vastauksissa nousi kirjoittajan tai julkaisijan oma perusteltu näkemys asiaan. Näkemyksen tulee perustua faktoihin, mahdollisesti omiin kokemuksiin, sekä kirjoituksen tueksi tulisi saada laskelmia. Vastaajat olivat nostaneet vastauksissaan kattavan perustelun edellytykset ehdottoman tärkeäksi asiaksi, sekä toisaalta myös valtavirrasta poikkeavat huomiot. Kirjoittajan oma kriittinen ajattelu on tärkeää, sekä sen rakentavasti esiin tuominen lähteiden kanssa. Hyvin perustellut kirjoitukset laittoivat sijoittajat pohtimaan omaa sijoitustyyliä. Puolesta ja vastaan argumentointi oli myös nostettu yhdeksi kriteeriksi, johon vastaajat kiinnittävät huomiota. Kirjoittajan oma taustatyö on siis tärkeä asia, jota lukijat arvostavat. Vastaajat arvostivat kirjoittajan laajasti perusteltuja omia näkemyksiä, joissa globaali tilanne otetaan monisyisesti huomioon ja asiaa pystyy käsittelemään objektiivisesti eri näkökannoilta. Yksi vastaajista kertoi, ettei suoraan osta tai myy

toisten vinkkien perusteella, mutta hyvin perustelluista kirjoituksista hän saa intoa tutkia asiaa lisää. Yksi vastaajista oli myös nostanut hyvin perusteltujen vinkkien lisäksi tekstin helppolukuisuuden esille. Aloittelijan on vaikea ymmärtää kaikkia talouden käsitteitä ja lukuja. Tämän vuoksi kirjoittajan pitää huomioida myös tekstin ymmärrettävyys kokonaisuudessaan.

Toiseksi eniten vastaajista 14,5 % (n=28) olivat nostaneet hyviksi vinkeiksi syvemmät analyttiset vinkit. Vastaajat kertoivat muun muassa lukevansa kansainvälisten toimistojen tekemiä analyyskejä. Analyysseissä korostuu pitkäjänteisen sijoittamisen hyödyllisyyden korostaminen. Suoranaisia sijoitusvinkkejä ei etsitä, vaan vahvasti numeroiden takana olevaa faktatietoa, joissa korostuu tulevaisuuden näkymät. Erityisesti analyysit korostuvat pienempien yhtiöiden kohdalla, joista ei ole saatavilla niin paljon tietoa kuin seuraavista suuremmista pörssiyrityksistä. Analyttisissä pohdintoissa korostuu sen hetkinen tieto peilattuna innovatiiviseen näkemykseen. Vastaajat katsoivat hyödylliseksi myös yritysten osavuosisikatsauksien syvemmän analysoinnin. Analyttisissä läpikäynneissä vastaajat nostivat jälleen merkittäväksi asioiksi kirjoittajan perustelut näkemyksilleen, sekä riskien huomioon oton. Hyttisen (2016, 80) mukaan sijoittajan onkin tärkeää pohtia miksi yritys menestyy ja miksi menestyminen jatkuisi myös jatkossa. Sijoittajan on hyödyllistä käydä yrityksen numerot läpi ennen ostopäätöstä, mutta omistajaksi ei koskaan kannataisi ryhtyä pelkästään näiden perusteella.

Lähes yhtä moni vastaajista 14 % (n=27) nosti hyödyllisimmäksi ja luotettavimmaksi sijoitusvinkiksi sosiaalisessa mediassa kokeneiden sijoittajien näkemykset. Kirjoituksista pitäisi tulla esille sijoittajan omat kokemukset. Lukijat luottavat pitkään sijoittaneiden henkilöiden kirjoituksiin, joiden tiedetään saaneen positiivista tuottoa sijoituksilleen. Vastaajat kertoivat seuranneen pidemmän aikaa joitakin muita sijoittajia sosiaalisessa mediassa, jotka seurannan jälkeen ovat osoittautuneet asiantunteviksi. Tällöin heidän mielipiteisiinsä luotetaan. Sijoittajan tulee kertoa avoimesti omista kaupoistaan, omistuksistaan pörssissä, sekä omakohtaisista kokemuksista. Sijoittajan tulee julkaisuissaan perustella näkemyksiään ja samalla tuoda analyttistä näkemystä asioihin. Yksi

vastaajista kertoi, että lukiessaan toisen sijoittajan analyysiä tulee itsekin pohtineeksi sen järkevyyttä. Suoraan ei toimia kuitenkaan tämän perusteella tehdä. Toinen vastaaja kertoi, että jos sijoittajan neuvot on annettu uskottavan sijoituskokemuksen perusteella ilman oman hyödyn tavoittelua, ovat ne hyödyllisiä. Joillekin vastaajista oli tärkeää, että kokeneen sijoittajan tuli myös itse omistaa osaketta, josta kirjoittaa.

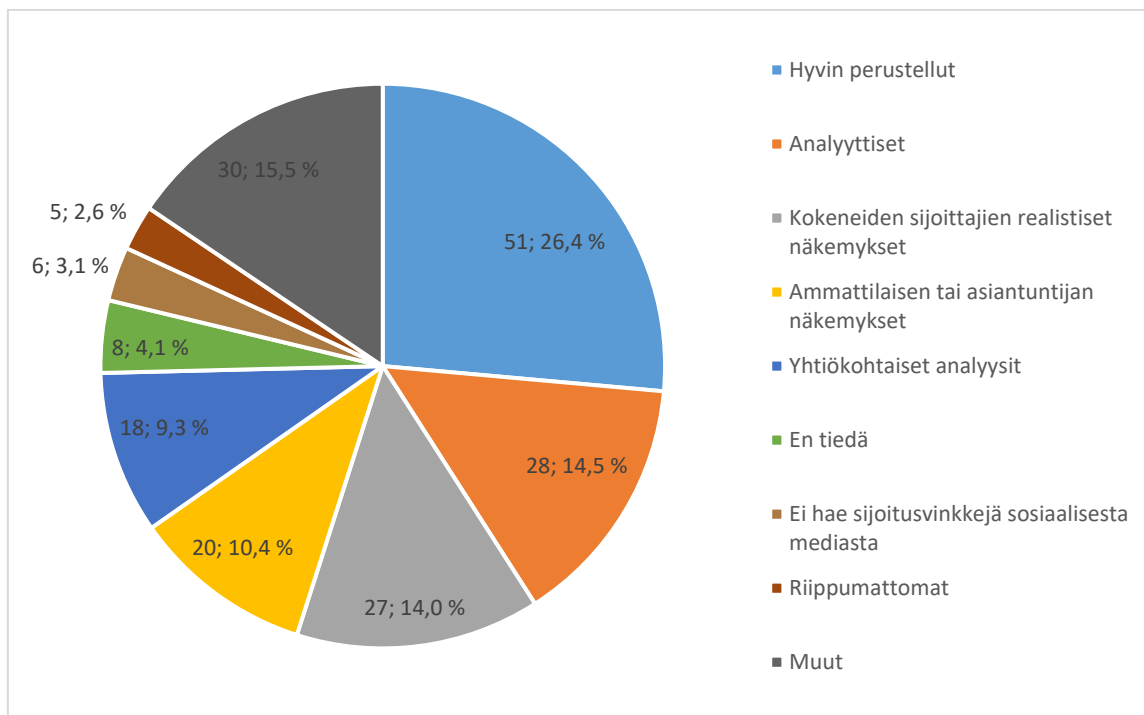
Kysymyksen vastaajista 10,4 % (n=20) kertoi alan ammattilaisten ja asiantuntijoiden näkemysten olevan kaikkein hyödyllisimpiä ja luotettavimpia. Vastaajat kertoivat, että kirjoitusten tulee olla pitkiä ja pohtivia. Kirjoittajalla tulee olla alan koulutus tai muuten osoitettua kokemusta tulkita tuloslaskelmaan ja tasetta, sekä antaa myös oma perusteltu arvio yhtiön tulevaisuudesta. Vastaajat nostivat esimerkiksi Inderesin tai pankissa työkentelevien analyytikkojen analyysit hyödyllisiksi vinkeiksi. Tässä tapauksessa luotettiin, että tieto on enemmän faktapohjaista. Myös salkunhoitajien kirjoitukset koettiin hyödyllisiksi.

Vastaajista lähes yhtä moni 9,3 % (n=18) vastasi yhtiökohtaisten analyysien olevan hyödyllisimpiä ja luotettavimpia. He tahtoivat lukea nimenomaan yhtiöistä ja niiden toimialoista syvempiä analyyskejä. Yritysten tiedotteet sijoittajille nostettiin tärkeiksi, joissa käydään läpi yrityksen toiminnan olosuhteita, trendejä, haasteita ja tulevaisuuden näkymiä. Vahva faktatietoihin perustuva tieto korostuu myös tässä vastaajille. Vastaajat tahtovat analyyskejä, joissa on selvitetty yrityksen lähitulevaisuutta ja sen vaikutuksista osakkeen hintaan ja osinkoon. Perusteltu näkemys fundamenteista, yrityksen tulokunnosta ja tulosjulkaisut olivat vastaajille tärkeitä.

Vastaajista 4,2 % (n=8) oli vastannut kysymykseen, ettei tiedä mikä sosiaalisessa mediassa olisi hyödyllisin ja luotettavin vinkki. Sosiaalisesta mediasta sijoitusvinkejä ei hakenut vastaajista 3,1 % (n=6). Nämä vastaajat kertoivat, etteivät luota suoriin sijoitusvinkeihin. He eivät etsi vinkejä sosiaalisesta mediasta, vaan informaatiota ja näkökulmia.

Kirjoittajan riippumattomuus oli tärkeää vastaajista 2,6 %:lle (n=5). On tärkeää, ettei kirjoituksessa ole mitään mainontaa tai markkinointia taustalla. Vastaajat nostivat esimerkiksi Nordnetin, jonka kanssa moni julkaisija tekee yhteistyötä. Tällöin kirjoitus menettää vastaajien mielestä uskottavuutta. Pankkien kirjoitukset nostettiin myös tässä yhteydessä esille. Kirjoituksessa ei saisi korostua pankin saama hyöty.

Muut kategoriaan lajiteltiin yhteensä vastaukset, jotka olivat kukin saaneet vähemmän kuin viisi samankaltaista vastausta. Vastaajista 15,5 % (n=30) oli vastannut jotakin muuta kuin edellä mainitut. Vastaajat kokivat muun muassa yleiset makro- ja mikrotalous aiheet keskustelut ja niiden analysoinnit hyödyllisimpinä. Ajattomat keskustelut olivat vastaajien mielestä hyödyllisiä. Näihin kuuluu muun muassa yleiset säännöt ja ohjeet liittyen sijoittamiseen, kuten kuinka aloittaa sijoittaminen ja hajauttamisen merkitys. Vastaajat kokivat hyödyllisiksi samojen vinkkien toistot eri tahojen kautta pidemmällä aikavälillä. Keskustelut liittyen sijoittamispsykologiaan, sijoituskohteen tuottavuuteen ja turvallisuuteen oli nostettu hyödyllisiksi vinkeiksi. Esimerkiksi rahastosijoittamisen merkitys sellaisille, joiden osaaminen ei vielä riitä suoraan osakesijoittamiseen. Vastaajista osa koki suurimman hyödyn tulevan Facebookin sijoittamisaiheisesta ryhmästä. Tunnettujen henkilöiden vinkit koettiin myös hyödyllisimmiksi ja luotettavimmiksi. Tässä vastaajat olivat nostaneet ainakin aihealueen kirjailijoita ylös. Yleisesti eri keskustelujen selaus sosiaalisessa mediassa koettiin hyödylliseksi. Keskusteluiden ja erilaisten mielipiteiden avulla voitiin varmistella omia ajatuksia. Vastaajat kertoivat, että eri keskustelualustoilla voi törmätä joskus hyviinkin analyysiin, kunhan muistaa lähdekritiikin. Vastaajista yksi nosti esille sisäpiirikaupat hyödylliseksi tiedoksi.



**Kuvio 12.** Hyödyllisimmät ja luotettavimmat sijoitusvinkit sosiaalisessa mediassa (N=193).

Kyselyn avulla tahdottiin selvittää miten sijoitusvinkin antajan asiantuntemus ja sidonnaisuudet vaikuttavat sijoittajan päätöksentekoon. Kuvio 13 näyttää, että vastaajista 8,3 % (n=16) oli sitä mieltä, että sijoitusvinkin antajan asiantuntemuksella ja sidonnaisuudella on erittäin paljon merkitystä. Vastaajat olivat perustelleet tätä sillä, etteivät itse jaksaa tai tahdo käyttää aikaa etsiäkseen tietoa yhtiöstä tai markkinoista. Tämän vuoksi asiantuntevien henkilöiden mielipiteillä on paljon painoarvoa. Vastaajien mielestä asiantuntemus ja ikä tuovat kokemusta, ammattitaitoa ja varmuutta. Asiantuntemus myös lisää luottamusta. Sidonnaisuudet antavat puolueellisen näkemyksen. Vastaajien mieltävät menestyneen sijoittajan näkemyksellä olevan arvoa.

Vastaajista suurin osa 29,5 % (n=57) oli sitä mieltä, että vinkin antajan asiantuntemuksella ja sidonnaisuudella on paljon vaikutuksia. Vastaajat tahtoivat, että vinkin antaja on juuri kyseiseen osakkeeseen ja yritykseen perehtynyt, ja osaa asiansa niin hyvin, että kykenee selittämään aihealueet auki selkeästi tietämättömällekin. Henkilöllä ei kuitenkaan saa olla sidonnaisuuksia kyseiseen yritykseen. Vastaajat kertoivat, että seuraavat paljon sellaisia sijoittajia, joiden sijoitusfilosofia kohtaa omien mieltymyksien kanssa.

Vastauksissa tulee myös aiempi mielipide esille, että vinkin antajan pitää osata selkeästi tuoda omat perustelut esille, jotka pohjautuvat lukuihin. Yksi vastaajista myös kommentoi, että kaikilla on sidonnaisuutensa. Nämä pitää huomioida ja selvittää. Yksi vastaaja mainitsi tutkivansa aina analyysin laatijan taustat. Useampi vastaaja kommentoi sidonnaisuuden vaikuttavan paljon, erityisesti negatiivisesti, päätökseen. Aina näistä ei kuitenkaan voi olla täysin varma. Vastaajista yksi kommentoi luottavansa enemmän ”talouselämä ammattilaiseen kuin äkkirikastuneeseen tuuripelaajaan”. Sijoitusvinkin antajan asiantuntemus johtaa sijoittajan lukemaan ja tutkimaan asiaa enemmän, sekä muodostamaan oman mielipiteensä. Vastaajista yksi olikin maininnut, että ”Asiantuntemus luo luottamusta, sidonnaisuus taas harkitsemaan luotettavuutta”. Henkilön työhistoria alalta katsottiin olevan yksi merkittävä tekijä asiantuntemusta pohtiessa. Asiantuntemuksella ja sidonnaisuuksilla oli paljon vaikutuksia, mutta päätöksien pitäisi pohjautua aina viimekädessä sijoittajan omaan tietoon, taitoon ja harkintaan. Useampi sijoittaja nosti oman pankin henkilöstön laatimat dokumentit uskottaviksi. Vastaajat katsoivat, että nämä olisivat tarpeeksi neutraaleja, joissa laatijan asiantuntemus olisi riittävällä tasolla. Tästä voimme siis päätellä, että sijoittajat uskovat oman pankin suosituksiin, kunhan yrityksen omat palvelut eivät heijastu liikaa läpi. Kauan sijoittaneita kutsutaan usein sosiaalisen median palstoilla ”guruiksi”, joiden kirjoituksille annetaan enemmän painoarvoa.

Kolmanneksi eniten vastaajista 22,3 % (n=43) kertoi sijoitusvinkin antajan asiantuntemuksen ja sidonnaisuuksien vaikuttavan sijoittajien päätöksentekoon. Sijoitusvinkin antajan asiantuntemuksella on väliä. Tässäkin tapauksissa vastauksissa korostuu, että vinkinantajan tulee perustella mielipiteensä kunnolla kirjoituksissaan. Vinkinantajan tulee olla jollain tavalla entuudestaan tuttu, jotta julkaisu tai kirjoitus saa huomion. Yhteistyötä esimerkiksi jonkin välitysyhtiön kanssa, ei katsota luotettavaksi. Vastaajien mielestä tämä vaikuttaa kirjoituksiin ja lukijoiden mielikuvaan negatiivisesti. Pidempään alalla olleisiin, joilla on jonkinlaista näyttöä, luotetaan enemmän. Tarpeeksi vankka ammattitaito antaa uskottavuutta sanoille jonkin verran enemmän. Usein sijoittajat myös luottavat sellaisiin tahoihin, joilla on samanlainen sijoitusstrategia kuin itsellään. Sijoittajat hakevat sosiaalisesta mediasta usein vahvistuksia omille mielipiteilleen. Vastauksista voimme päätellä,

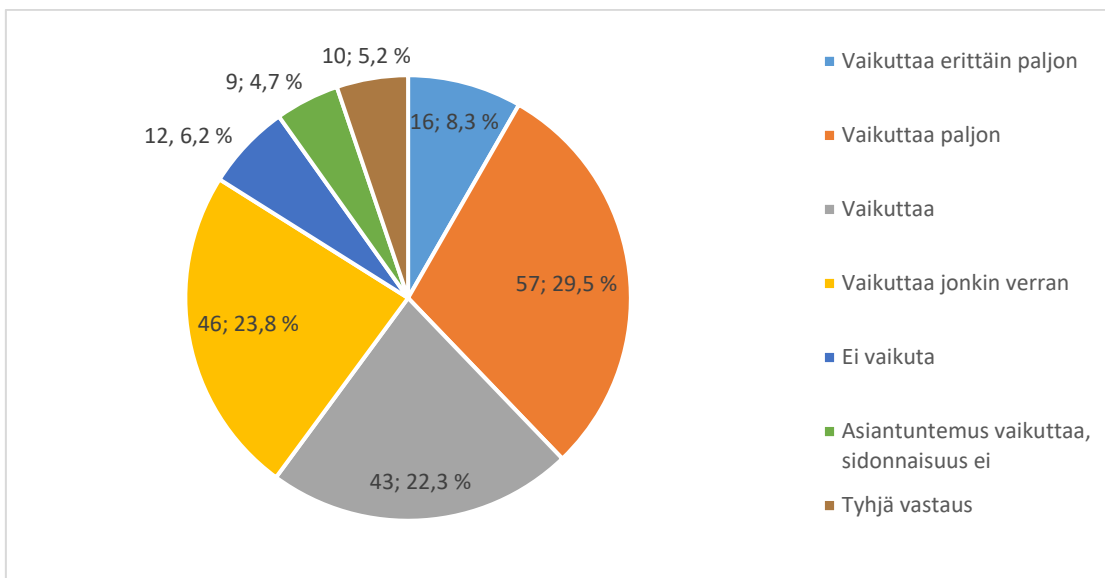
että riippumattomia analyytikkoja kuunnellaan ja pankkeja, joihin asiakkaalla on ollut pitempi asiakassuhde.

Toiseksi eniten vastaajista 23,8 % (n=46) kertoi sijoitusvinkin antajan asiantuntemuksen ja sidonnaisuuksien vaikuttavan päätökseen jonkin verran. Jotta sijoitusvinkin antajan viesti huomioitaisiin, tulee asiantuntemuksen olla korkea. Vinkinantajan tulee avata omia mielipiteitään asiaan liittyen rakentavasti, huomioiden asian taustat ja perustella kantansa, jotta se vaikuttaisi sijoittajan päätökseen. Vastauksissa mainittiin, että tuntemattomien vinkeille ei anneta yhtään painoarvoa. Korkean asiantuntemuksenkin omaavan julkaisijan kirjoitukset eivät välttämättä vaikuta päätökseen, mutta ne voidaan huomioida. Mitä asiantuntevampi ja alan kokenut asiantuntija, sitä luotettavampana vinkkejä pidettiin. Tällöin ne myös saattavat vaikuttaa enemmän sijoittajan päätökseen. Kuitenkin vastaajat korostivat, että asiantuntemusta verkossa on vaikea arvioida sen syvällisemmin. Kirjoittajien taustoja voi jollain tasolla yrittää selvittää internetin avulla. Useampi vastaajista oli nostanut vastauksissaan esille sijoittajan kriittisen ajattelun ja vastuun tärkeiksi tekijöiksi liittyen päätöksentekoon. Lähdekritiikki tulee muistaa ja sijoitusvinkkien lukemiseen tulee suhtautua kriittisesti. Loppupeleissä toiminta sekä vastuu tulee sijoittajan pitää omissa käsissä. Vinkinantajan sidonnaisuudet saattavat aiheuttaa sen, että kirjoituksiin suhtaudutaan varauksellisemmin. Sidonnaisuudet heikentävät uskottavuutta jonkin verran. Yksi vastaajista oli myös vastannut, ettei hän tee suoria päätöksiä muiden suosituksesta, mutta omia päätöksiä voi tutkia tarkemmin peilaten muiden mielipiteisiin. Osalle vastaajista oli tärkeää, että sijoitusvinkin antajan tulee itse omistaa yhtiön osakkeita, joista kirjoittaa. Sijoitusvinkin antajan tulisi olla siis samassa asemassa lukijoihin nähden. Tämä lisäisi uskottavuutta. Muutama vastaajista oli vastannut, että sosiaalisessa mediassa lähinnä suuremman yleisön mielipide, yhteinen näkemys, vaikuttaa päätökseen. Yksittäisen henkilön näkemykset eivät vaikuta. Vastaajat kertoivat esimerkiksi seuraavansa keskusteluja ja osallistujia, mutta lopulta tekevät päätöksen itse tutkimuksen jälkeen. Kirjoittajien vinkkejä poimitaan usealta eri alustalta, jolla ehkäistään yksittäisen kirjoituksen painoarvon nousemista liian suureksi. Yksi vastaajista kertoi kiinnostävänsä enemmän huomiota siihen mitä ja miksi jotakin sanotaan, ei niinkään kuka

sanoo. Vastauksissa nousi esille, että kokemus ja tunnettuus lisäävät luottamusta. Kuitenkaan kaikkea ei saa suorilta käsin uskoa. Sijoittajan tulisi aina itse tarkastaa faktat.

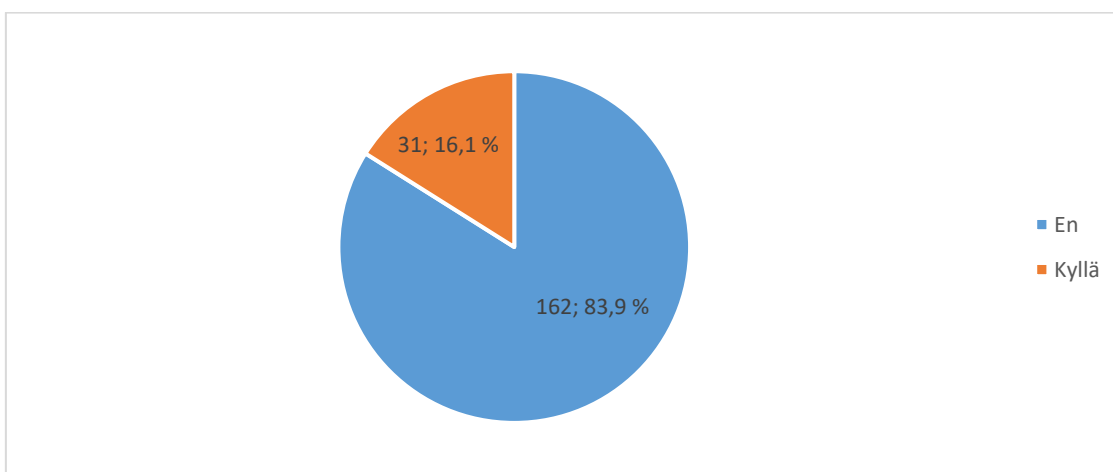
Vastaajista 6,2 % (n=12) oli sitä mieltä, että sijoitusvinkin antajan asiantuntemus ja sidonnaisuudet eivät vaikuta sijoittajan päätökseen. Vastaajien mielestä sijoitusvinkin antajan kirjoitus ohjaa sijoittajia selvittämään yrityksen tietoja syvällisemmin ja auttaa sijoittajia pohtimaan sijoituksen kannattavuutta. Kirjoitus sosiaalisessa mediassa ei kuitenkaan vaikuttaisi suoraan päätökseen. Yksi vastaajista oli kirjoittanut, että titteleille hän ei anna arvoa. Hän tarkastaa luvut, joita kirjoituksessa on nostettu esille ja tekee sen myötä mahdollisen päätöksen. Vastauksissa painottuu, että sijoitusvinkin antajan kirjoitukset eivät johda suoraan päätökseen. Kirjoitukset voivat aiheuttaa tiettyjä toimenpiteitä.

Vastaajista 4,7 % (n=9) oli sitä mieltä, että sijoitusvinkin antajan asiantuntemus vaikuttaa, mutta sidonnaisuus ei. He kirjoittivat, että sidonnaisuudella ei välttämättä ole mitään merkitystä, jos kirjoittaja tuo faktat selkeästi esille, eikä esitetty tieto ole selkeästi puolueellista. Tärkeintä on objektiivisuus. Vastaajista yksi oli maininnut, että hänelle tärkeää on kokea, että kirjoittaja on itseä fiksumpi kyseisessä aiheessa, jotta näkemyksestä olisi hyötyä. Vastaajille vinkinantajan koulutustaso, kokemus sijoitustoiminnasta, sekä analyysin perustelut olivat sidonnaisuuksia merkittävämpiä asioita. Nämä asiat merkitsevät, kun päätöksiä tehdään ja omille ajatuksille tulisi saada vahvistusta. Vastaajista yksi määritteli, että kokeneen sijoittajan (sijoitushistoria yli 10 vuotta), kirjoituksilla on merkitystä. Vastaajat eivät antaneet painoarvoa sijoitusvinkin antajan sidonnaisuuksille. Vastaajista 5,2 % (n=10) jätti tähän kysymykseen vastaamatta.



**Kuvio 13.** Vaikuttaako sijoitusvinkin antajan asiantuntemus ja sidonnaisuudet sijoittajan päätökseen (N=193).

Internetiin on vuosien saatossa perustettu maksullisia alustoja liittyen sijoittamiseen. Seuraavalla kysymyksellä tahdottiin selvittää, kuinka moni vastaajista käyttää tiedonhaussa maksullisia alustoja, esimerkiksi Sijoittaja.fi:n maksullista informaatioalustaa. Kuviossa 14 nähdään, että suurin osa kysymyksen vastaajista 83,9 % (n=162) kertoi, ettei käytä maksullisia alustoja tiedonhaussa. Maksullista alustaa tiedonhaussa kertoi käyttävänsä vastaajista 16,1 % (n=31).



**Kuvio 14.** Käyttääkö sijoittaja maksullisia alustoja tiedonhaussa (N=193).

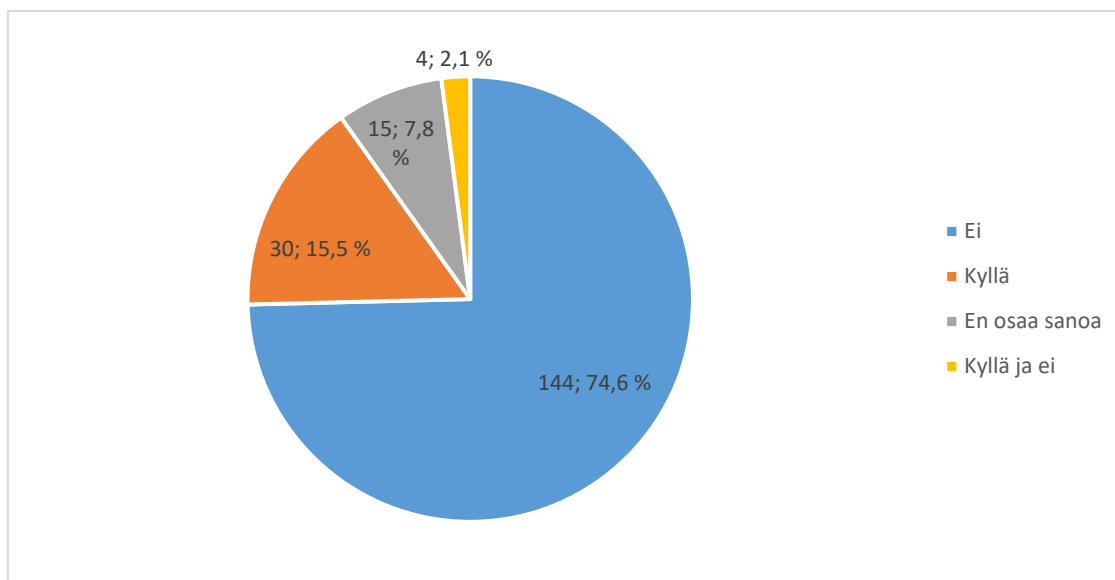
Jatkokysymyksen avulla tahdottiin selvittää onko maksullinen alusta sitä käyttävän sijoittajan mielestä ”luotettavampi” tai ”varmempi” vaihtoehto saada lisätietoa sijoituspäätöksiin liittyen. Kysymykseen oli mahdollista vastata myös avoimella vastauksella. Kuvio 15 näyttää, että vastaajista suurin osa 74,6 % (n=144) vastasi, ettei maksullinen alusta olisi mitenkään ”luotettavampi” tai ”varmempi” vaihtoehto saada lisätietoa liittyen sijoituspäätöksiin verrattuna ilmaisiin alustoihin. Vastaajat, jotka olivat vastanneet kysymykseen ei, kertoivat tahtovansa lukea tietoa enemmän talousalan lehdistä, sekä pankin sivuilta. Vastaajat kertoivat saavansa tarvittavat tiedot ilman lisämaksuja. Vastaajat kokivat, että kelvollinen ja tarpeellinen tieto päätöksenteon tueksi on tällä hetkellä saatavilla ilmaiseksi. Osa vastaajista oli kuitenkin nostanut esille, että maksullisen alustan sisältö voi joissakin tapauksissa olla kattavampaa tai tuotannon laatu parempaa. Tässäkin kysymyksessä vastaajat nostivat lähdekritiikin tärkeäksi huomioksi.

Vastaajista 15,5 % (n=30) oli sitä mieltä, että maksullinen alusta olisi ”luotettavampi” tai ”varmempi” vaihtoehto saada lisätietoa sijoituspäätöksiin liittyen. Vastaajista yksi oli maininnut saavansa kattavan tietopaketin yhdestä ja samasta maksullisesta palvelusta. Tietoa ei tarvitsisi tällaisessa tilanteessa lähteä etsimään monesta eri paikasta. Vastaajat luottavat, että saavat maksullisesta palvelusta objektiivista tietoa.

Kysymyksen vastaajista 7,8 % (n=15) eivät osanneet ottaa kantaa kysymykseen. Vastaajat kertoivat, ettei heillä ole aiempaa kokemusta maksullisista alustoista. He eivät tiedäneet maksullisten alustojen sisällöstä tarkemmin.

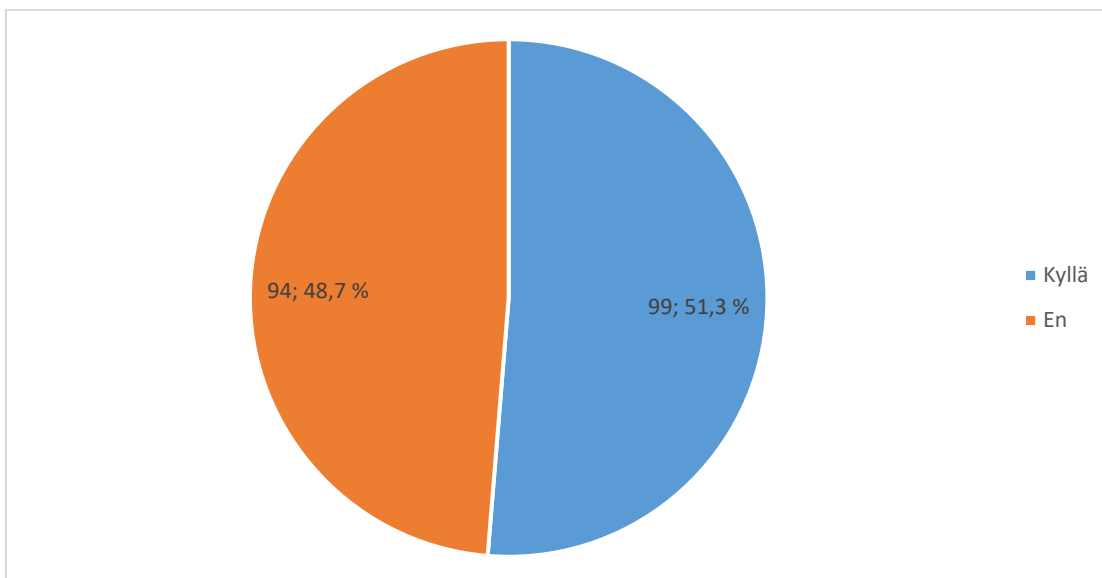
Vastaajista 2,1 % (n=4) kertoi maksullisten alustojen olevan joissakin tilanteissa ”luotettavimpia” ja ”varmempia” vaihtoehtoja saada lisätietoa sijoituspäätöksiin liittyen. Vastaajat olivat kirjoittaneet, että tällä hetkellä sijoittajille on tarjolla paljon tietoa ilman lisämaksuja. Vastaajat olivat aiemmin käyttäneet maksullisia alustoja päätöksenteon tukena ja lisäinformaation saamiseksi. Yksi vastaajista kuitenkin korosti, että käyttäjällä tulee olla tarpeeksi ymmärrystä aihealueesta. Muuten maksullisesta alustasta ei olisi hyötyä. Toinen vastaajista kirjoitti, että osa maksullisista alustoista on turhaa ”pölinää” tai

klippiotsikoita, mutta joukkoon mahtuu myös syväosaajia. Vastaajat korostivat, että maksullisissa alustoissa on laadullisia eroja. Vastauksista yhteenvedon voimme siis päätellä, että maksullisissa alustoissa on hyvät ja huonot puolensa. Sijoittajalla tulisi olla jonkinasteista ymmärrystä alasta, jotta saisi kaiken irti alustalla olevasta datasta.



**Kuvio 15.** Onko maksullinen alusta "luotettavampi" tai "varmempi" vaihtoehto saada lisätieto sijoituspäätöksiin liittyen (N=193).

Seuraava kysymys koski sijoittajien aktiivisuutta vuoden 2021 osakeanteihin. Viimeisten vuosien aikana keskustelu liittyen uusien yritysten listautumisiin Suomessa on lisääntynyt todella paljon. Vuonna 2021 jopa 29 uutta yhtiötä listautui hyvin erilaisilta toimialoilta pörssiin. Kysymyksellä tahdottiin selvittää, kuinka moni vastaajista oli vuonna 2021 osallistunut jonkun yrityksen osakeantiin. Kuvioista 16 nähdään, että vastaajista puolet (51,3 %, n=99) oli osallistunut osakeantiin vuonna 2021. Lähes saman verran vastaajista (48,7 %, n=94) oli kuitenkin jättänyt myös osallistumatta osakeantiin vuonna 2021.



**Kuvio 16.** Osallistuiko sijoittaja vuonna 2021 osakeantiin (N=193).

Kyselyn viimeinen kysymys oli jatkoa edelliseen kysymykseen. Jos vastaaja vastasi edelliseen kysymykseen osallistuneensa osakeantiin, tahdottiin kysymyksen avulla selvittää, mikä hänet sai siihen osallistumaan. Kysymykseen oli keksitty viisi vastausvaihtoehtoa valmiiksi, sekä annettu mahdollisuus avoimelle vastaukselle.

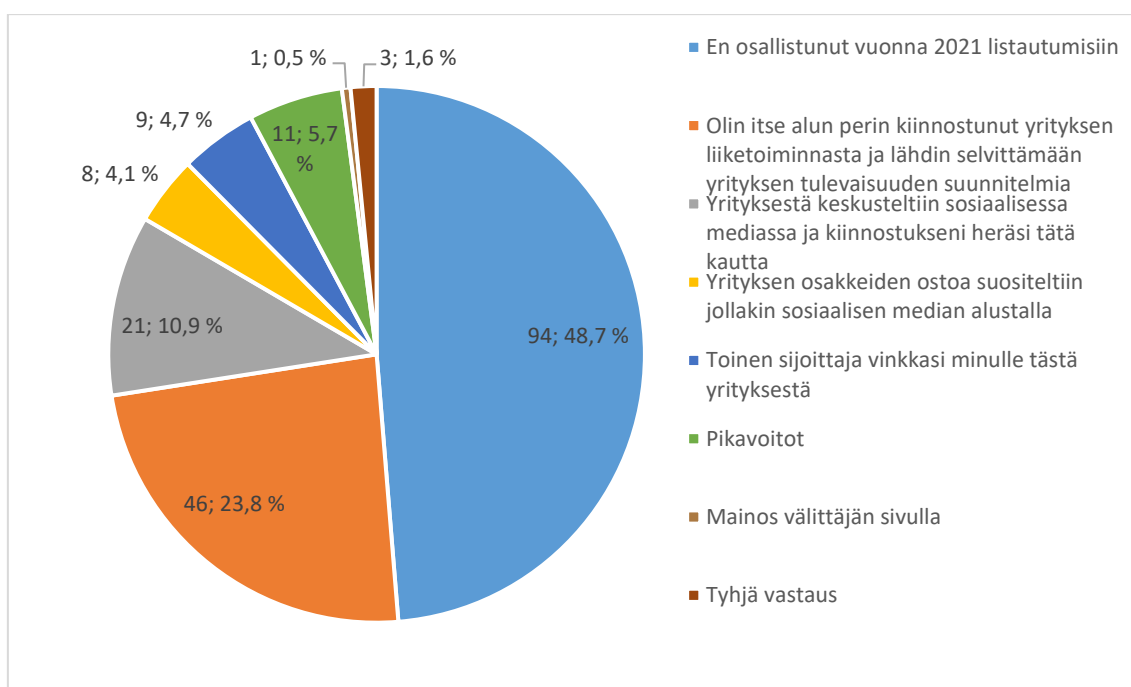
Kuvio 17 havainnollistaa, että kysymyksen vastaajista lähes puolet 48,7 % (n=94) oli vastannut johdonmukaisesti liittyen edelliseen kysymykseen, etteivät olleet osallistuneet vuonna 2021 listautumisiin. Vastaajista toiseksi eniten 23,8 % (n=46) vastasi, että olivat alun perin itse olleet yrityksen liiketoiminnasta kiinnostuneita ja sen jälkeen lähteneet selvittämään yrityksen tulevaisuuden suunnitelmia. Vastaajat kertoivat tehneensä ensin itse kohdeyhtiöistä analyysit, joiden pohjalta sitten päättivät joko osallistua tai jättää väliin osakeannin. Vastaajat selvittivät listautuvan yhtiön tulevaisuuden näkymät ennen os-topäätöksen tekemistä. Vastaajista kolmanneksi eniten (10,9 %, n=21) vastasi, että yritykseen liittyvä keskustelu sosiaalisessa mediassa oli herättänyt sijoittajan huomion.

Vastaajista 4,1 % (n=8) kertoi, että osakeantiin vuonna 2021 sai osallistumaan suositus sosiaalisen median alustalla. Kyselyn vastaajista 4,7 % (n=9) oli osallistunut osakeantiin toisen sijoittajan suoran vinkin johdosta. Vastaajista yksi oli maininnut tuttavien puhuvan

yhtiön listautumisesta, jonka jälkeen hän kiinnostui selvittämään asiaa enemmän. Tämän johdosta hän lopulta innostui osallistumaan joihinkin osakeanteihin.

Pikavoittojen perässä osakeanteihin osallistui vastaajista 5,7 % (n=11). Pikavoittojen tähden osakeanteihin sai osallistumaan, kun konsensus näytti siltä, että ylimerkintää olisi tulossa ja avaus tämän seurauksena pörssissä ensimmäisenä kaupankäyntipäivänä positiivinen. Osa vastaajista nosti myös esille, että listautumisista keskusteltiin paljon. Tällä olisi heidän mielestään suora vaikutus pikavoittoihin ja niiden mahdollisuuteen. Reaktiota myös yleistettiin, että listautumisanneista saisi aina kotiutettua voitot ensimmäisinä kaupankäyntipäivinä.

Yksi vastaajista (0,5 %) oli osallistunut osakeantiin, kun oli nähnyt mainoksen välittäjän sivuilla. Hän oli tutkinut asiaa enemmän tämän johdosta ja oli päättänyt osallistua. Kysymyksen vastauksista 1,6 % (n=3) oli tyhjiä tai ei vastanneet kysymykseen.



**Kuvio 17.** Mikä sai sijoittajat osallistumaan osakeantiin (N=193).

## 6 Johtopäätökset

Ihmisten viettäessä yhä enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa on syytä pohtia, kuinka se vaikuttaa sijoittajien päätöksentekoon. Ensiksi tulee ymmärtää sijoitussuunnitelman ja -strategian merkitystä liittyen sijoittamiseen. Vastaajista suurin osa kertoi laatineensa suunnitelman ajatuksen tasolla (kuvio 7). Tuloksien perusteella voidaan todeta, että suurimmalla osalla sijoittajista on jonkinasteinen suunnitelma sijoittamisen taustalla. Suositeltavaa kuitenkin on tehdä sijoitussuunnitelma kirjallisesti (Kallunki ja muut, 2019, 6). Näin ollen sen voi tarvittaessa kaivaa esiin ja tarkastella suunnitelman toteutumista. Ajatuksen tasolla laadittu sijoitussuunnitelma tuntuu mahdollistavan sijoittajalle vaihtoehdon muutoksille. Päätöksiä ei tässä tapauksessa tehdä mahdollisesti pelkästään sosiaalisen median keskusteluiden vaikutuksesta, mutta jollakin tasolla nämä vaikuttavat sijoittajien toimenpiteisiin. Vain murto-osa vastaajista kertoi tehneensä sijoitussuunnitelman kirjallisesti. Voi olla, että sijoittajat eivät tahdo tehdä suunnitelmia kirjallisesti, koska sen ajatellaan sulkevan jotain mahdollisuuksia tulevaisuudessa pois. Vastaajista 8,3 %:lla ei ollut sijoitussuunnitelmaa ollenkaan laadittuna. Tällaisessa tilanteessa sijoittaja voi altistua kaupankäynnille herkemmin ja spontaanien sijoitusten määrä voi kasvaa. Sijoittaja voi nojautua valinnoissaan hetken tunnelmiin ja intuitioon, sekä ulkoa tulleisiin vaikutteisiin (Havia ja muut, 2014, 251). Pitkällä aikavälillä tällaisen sijoittajan voi olla vaikea päästä erinomaisiin tuloksiin. Markkinoiden syklit eivät noudata mitään selkeää kaavaa, jonka vuoksi sijoittajan suunnitelman merkitys korostuu entisestään (Hyttinen, 2016, 19).

Sosiaalisen median merkitys on lisääntynyt viimeisten vuosien aikana hurjasti. Esimerkiksi Facebook on tällä hetkellä selvästi eniten käytetty sosiaalisen median alusta, jolla oli noin 2,91 miljardia kuukausittaista aktiivista käyttäjää vuoden 2021 viimeisellä neljänneksellä maailmanlaajuisesti (Statista, 2022). Kyselyn avulla kartoitettiin eri sosiaalisen median alustojen suosiota sijoittajien keskuudessa (kuvio 8). Suurin osa kyselytutkimuksen vastaajista kertoi etsivänsä tietoa Facebookista sijoittamiseen liittyen. Toiseksi eniten vastaajista kertoi etsivänsä tietoa Inderesin keskustelupalstalta. Kolmanneksi eniten tietoa etsittiin sijoitusblogeista. Twitteriä vastaajista käytti 15,5 %. Twitterin alhainen käyttöaste oli yllättävä. Tuloksista odotettiin, että vastaajista suurempi osa olisi

vastannut käyttävänsä Twitteriä yhtenä välineenä tiedon haussa. Toisaalta viimeisten vuosien aikana on tullut paljon uusia alustoja, joista löytää tietoa. Kysely oli julkaistu Facebookissa suljetussa ryhmässä, joka mahdollisesti vaikutti Facebook alustan suosioon vastausvaihtoehdoista. Selkeästi eniten tietoa kuitenkin etsitään alustoilta, joissa sijoittajat voivat käydä vuorovaikutteista keskustelua keskenään. Muiden mielipiteet tahdotaan ainakin silmäillä läpi, jos näistä sijoittaja saisi jatkopohdittavaa. Jos kysely olisi tuotettu nuoremmille henkilöille, Instagramin ja Tiktokin vastaajaluvut olisivat voineet olla korkeammat. Viimeisen vuoden aikana muun muassa Tiktokin sijoitusaiheisten kanavien seuraajamäärät ovat olleet kasvussa.

Aiemmissa tutkimuksissa on osoitettu sosiaalisella medially olevan suoria vaikutuksia sijoittajien kaupankäyntipäätöksiin (Yang ja muut, 2017). Sosiaalisen median käyttö sijoituspäätöksen tukena on kuitenkin vielä suhteellisen tuore ilmiö, jonka merkitys on korostunut vasta viime vuosien aikana. Sosiaalisen median vaikutuksiin on kuitenkin herätty, kun valvontaviranomaiset ovat kiinnittäneet kirjoittajien toimintaan huomiota. Vuonna 2019 Finanssivalvonta kommentoi, että Suomessakin on merkkejä kurssien manipuloinnista. Aihe nousi jälleen vuonna 2021 uudestaan otsikoihin. Tällä kertaa valvontaviranomaiset korostivat nimenomaan sosiaalisen median keskusteluissa tapahtuvaa manipulointia (Koskinen, 2021). Keskeistä manipulaation arvioinnissa on, että onko omalla toiminnallaan johtanut muita sijoittajia harhaan. Tähän liittyen on tärkeää myös huomata sosiaalisen median tiedon välitön leviämistapa. Sosiaalinen media edistää rahoitusmarkkinoiden tehokasta toimintaa, jollei vääränlainen tieto leviä sosiaalisen median alustojen kautta (Milas ja muut, 2021). Vääränlaisen tiedon leviäminen voi rapauttaa sijoittajien luottamusta markkinoihin (Koskinen, 2021).

GameStopin ja WinCapitan tapauksilla oli kuitenkin positiivisia vaikutuksia talouslukutaitoon ja taloudelliseen yhteenkuuluvuuteen (Bradley ja muut, 2021; Klein, 2021). Tämä reaktio on erityisen kiinnostavaa jatkotutkimuksen kannalta, koska on selvää, että sosiaalisen median alustat voivat aiheuttaa markkinahäiriöitä ja parantaa piensijoittajien tiedon leviämistä (Klein, 2021, 10). Sijoittajien informaation lähteiden

monimuotoistuminen tuo kuitenkin lisähaastetta finanssialalla (Salo, 2016, 278). Sosiaalisen median merkitys on viimeisten vuosien aikana kasvanut, mutta samaan aikaan sijoittajien taloudellisessa lukutaidossa on tutkimusten mukaan huomattu olevan parantamisen varaa (Salo, 2016, 278). Finanssialan Keskusliiton mukaan Finanssialan rooli sijoittajien kouluttajana ja informoijana voisikin olla tulevaisuudessa aktiivisempi (Finanssialan Keskusliitto, 2012, 29–30). Finanssilukutaito on tänä päivänä keskeinen elämäntaito.

Sijoittajien käytöstä on havaittu voivan mallintaa perinteisillä käytösmaalleilla. Sijoittajien keskuudessa on huomattu valintojen kohdistuvan niihin asioihin, jotka ovat suosittuja muidenkin mielestä (Banerjee, 1992, 797). Markkinoiden tehokkuutta koskevan tutkimuksen mukaan useimmat ihmiset ”ylireagoivat” odottamattomiin ja dramaattisiin uutisiin (Werner ja muut, 1985; Kahneman & Tversky, 1982). Tämä reaktio on huomattavissa suoraan pörssissä. Tämä voi johtua siitä, etteivät sijoittajat ajattele sijoittamista pitkän aikavälin toimintana tai he eivät ole tarpeeksi perehtyneet yrityksen toimintaan (Kahneman & Tversky, 1982). Olisi erityisen tärkeää, että sijoittaja tekisi itsenäisesti omat päätöksensä. Kukaan ei ole täysin immuuni muiden mielipiteille, mutta sijoittajana on vaikeampi päästä haluamaansa tuottoon, jos ei luota omaan arvioon ja kuuntelee enemmän muita (Hytinen, 2016, 58).

Siikasen ja muiden (2018) tutkimuksen mukaan vähemmän kehittyneet sijoittajat hyötyvät mahdollisesti eniten sosiaalisen median kautta kommunikoivista tiedoista, koska sosiaalisen median alustoilla tieto olennaisesti ”työnnetään” heille, mikä helpottaa näiden tietojen saatavuutta. Sosiaalisen median alustojen kautta tieto myös liikkuu nopeammin ja laajemmin kuin koskaan aiemmin.

Sosiaalinen tieto muiden päätöksistä vaikuttaa yksilöiden päätöksiin (Baddeley ja muut, 2012). Tutkielmassaan Baddeley ja muut (2012) osoittavat, että kokeelliset analyysit ovat tunnistaneeet yksilöillä olevan merkittäviä taipumuksia seurata lauman päätöksiä. Tätä samaa reaktiota voidaan päätellä tutkielman määrällisestä tutkimuksesta.

Kyselytutkimuksen perusteella vastaajista 43,5 % kertoi noudattavansa keskusteluiden dominoivaa, yleisintä tai konsensus mielipidettä (kuvio 10). Sijoittajan kannattaa tutustua yritykseen enemmän itsenäisesti, mutta vaikutteita voi ottaa muualta. Muiden sijoittajien toimien seuraaminen ei poista sijoittajan omaa henkilökohtaista vastuuta sijoituksesta (Hyttinen, 2016, 80). Tätä vastuuta painottavat myös monet kyselyn vastaajista.

Kyselyn tuloksista voidaan päätellä, että vastaajat ovat valmiita sijoittamaan korkea riskiin kohteisiin, kun osakkeet ovat suosituin sijoituskohteita. Hyvän sijoituskohteen etsiminen vaatii sijoittajalta melkoista työtä. Tähän saa kulumaan todella paljon aikaa ja jos intoa ei tarpeeksi löydy, kannattaa sijoittajan valita indeksirahasto (Elo & Saarhelo, 2018). Rahastot ovat passiivisemmille sijoittajille vaivattomampia vaihtoehtoja, kun joku muu tekee lopulta valinnat sijoittajan puolesta (Mähkä, 2021). Sijoittajat ei tarvitse jatkuvasti seurata uutisointia ja markkinoita, kun esimerkiksi indeksirahasto hoitaa tällaiset muutokset sijoittajan puolesta. Rahastot olivatkin kyselyn perusteella toiseksi suosituin sijoitusinstrumentti. Vastauksista voimme myös huomata, että erilaiset korkosijoitukset eivät ole viimeisten vuosien aikana olleet kovin suosittuja, sillä korot ovat olleet matalalla pitkään (Koponen, 2022). Sijoittajat ovat saaneet parempia tuottoja muualta. Osakkeiden parempaa tuottoa suhteessa korkosijoituksiin on perusteltu sillä, että osakkeissa on suurempi riski (Siegel, 2014). Johdannaiset taas ovat monimutkaisempia sijoitustuotteita, jotka eivät kovin monelle sijoittajalle ole tuttuja.

Kryptovaluuttoihin kertoi sijoittavansa 31 henkilöä (16,1 %). Viime vuosien aikana kryptovaluutoista on ollut todella paljon puhetta, joka on voinut herättää mielenkiinnon tätä sijoituskohteita kohtaan. Julkisuudessa on ollut paljon uutisointia sijoittajien menestyksestä, jotka ovat onnistuneet tekemään paljon rahaa sijoittamalla kryptovaluuttoihin. Tämä on kuitenkin todella riskialtista sijoittamista, koska kurssien päivävaihtelut voivat heilahdella jopa kymmeniä prosentteja. Kryptomarkkinoilla sijoitettujen varojen täysi menettäminen on aito riski (Linnainmaa, 2022). Tämän vuoksi säilyttämispaikasta ja turvallisuudesta kannattaa maksaa. Virtuaalivaluuttoja kohtaan kohdistuu tällä hetkellä

myös paljon huijausyrityksiä. Ne ovat sijoitushuijareiden suosiossa, koska ne ovat suhteellisen uusia ja tuntemattomia kohteita sijoittajille (Sammalisto & Asunmaa, 2021).

Tutkimuksen aineistosta on havaittavissa jonkin tasoista laumakäyttäytymistä. Laumakäyttäytymistä tapahtuu, kun yksilöt matkivat muita jättäen huomiotta omat olennaiset yksityiset tiedot (Scharfstein & Stein, 1990). Banerjee (1992, 797) osoitti, että optimoivien yksilöiden valitsemille päätössäännöille on ominaista lauman käyttäytyminen. Yksilöt tekevät niin kuin kaikki muut, vaikka heidän yksityiset tietonsa viittaavatkin tekemään jotain aivan muuta (Banerjee, 1992, 798). Suurin osa sijoittajista kertoi yhden henkilön julkaisun vaikuttavan jollain tasolla heidän päätöksentekoonsa (kuvio 9). Yksityissijoittajan tulisi huolehtia siitä, että ei anna tietyn henkilön julkaisulle liikaa painoarvoa. Sijoittajan tulee aina huolehtia lähdekriittisyydestä kaikkien julkaisujen kohdalla sosiaalisessa mediassa. On yllättävää, että suurin osa vastasi helposti seuraavansa julkaisujen sanomaa. Tällaisessa tilanteessa sijoittajien päätöksillä ei ole mitään muuta perustaa. Tämä taas voi aiheuttaa markkinoille tarpeetonta liikehdintää. Riski myös tiettyjen yritysten kurssimanipulaatiolle kasvaa. Jos sijoittajan päätös ei perustu mihinkään muuhun kuin toisen henkilön suositukseen, altistaa hän sijoitettavan omaisuuden suureen riskiin. Jos sijoittaja ei ymmärrä esimerkiksi yrityksen liiketoimintaa johon on sijoittanut, ei hän silloin ymmärrä sijoituksen riskisyyttä. Usein tällaisessa tilanteessa riski menettää sijoitettu omaisuus kasvaa. Muiden sijoittajien ei voi antaa päättää valintoja toisen puolesta (Hyttinen, 2016, 58).

Muiden sijoittajien kirjoitukset sosiaalisessa mediassa eivät vaikuttaneet yhtä suurelta osin kyselyyn vastanneiden päätöksentekoon kuin yhden henkilön julkaisu (kuvio 10). Vastaajista noin puolet kertoi, ettei muiden henkilöiden kirjoitukset vaikuta heidän sijoituspäätöksiinsä. Vastauksista on havaittavissa, että suurin osa vastaajista tekee päätöksensä ensisijaisesti itse. Tämän jälkeen mahdollisesti etsii lisätietoa päätöksen tueksi.

Suurin osa vastaajista etsii sosiaalisesta mediasta yksittäisiä osakkeita koskevia osto- tai myyntisuosituksia (kuvio 11). Tämä vastausmäärä ei ollut yllättävä, koska joka päivä

sijoitusaiheisilla foorumeilla keskustellaan siitä mitä osaketta tällä hetkellä kannattaisi ostaa tai myydä. Nämä keskustelut myös kiinnostavat suurta osaa sijoittajista. Syy voi muun muassa olla, että muiden sijoituspäätöksiä tahdotaan verrata omiin tai osaavien sijoittajien toimia tahdotaan seurata markkinoilla. Moni sijoittaja myös hakee samantapaisia kohteita ja sijoituskohteen seuraaminen on helpompaa, kun yrityksen kehityksestä voi keskustella muiden kanssa.

Suoraa sijoitusneuvontaa saa Suomessa antaa vain yritys, jolle toimilupa sijoitusneuvonnan antamiselle on myönnetty. Erilaisia sijoitusvinkkejä yksityishenkilöt voivat kuitenkin sosiaalisen median alustoille kirjoittaa. Eniten sijoittajat arvostivat hyvin perusteltuja sijoitusvinkkejä eri yhtiöistä (kuvio 12). Vastaajat ovat perehtyneitä asiaan ja tietävät min-kälaisia tekijöitä he kirjoituksissa arvostavat. Kirjoittajan tulee perustella kantansa laajalti, jotta se olisi sijoittajan mielestä hyödyllinen ja luotettava. Toiseksi eniten vastaajat arvostivat syvällisiä analyyskejä eri yhtiöistä ja osakkeiden arvosta. Todella kattaviakin yritysanalyyskejä julkaistaan eri sosiaalisen median alustoilla. Näitä on tänä päivänä helpompi löytää ja niitä voi verrata keskenään. Sijoittajan kannattaa kuitenkin aina muistaa lähdekriteeri sekä oma vastuu. Sijoittajan on tärkeää luottaa myös omaan arvioon.

Joskus voi kuitenkin olla kannattavaa seurata menestyneiden sijoittajien osakevalintoja (Hyttinen, 2016, 80): Kaikkia sijoitusideoita ei tarvitse keksiä itse. Grahamin (2006, 270) mukaan sijoitusvinkin kysyjä uskoo aina, että hänellä on hyvä syy olettaa, että konsultoidulla henkilöllä olisi ylivoimainen tieto tai kokemus aihealueesta. Hänen havaintonsa kuitenkin osoittaa, että on lähes yhtä vaikeaa valita tyydyttäviä maallikkoneuvoja kuin on valita oikeat arvopaperit ilman apua. Paljon huonoja neuvoja annetaan ilmaiseksi. Kyse-lyssä monet vastaajista painottivatkin, että sijoitusvinkin antajalla ei saisi olla sidonnaisuuksia. On hyvä pitää mielessä, hyötyisikö vinkinantaja tästä julkaisustaan jollain tavalla (Lindström & Lindström, 2015).

Kyselyn vastaajista selkeästi yli puolet ei käyttänyt maksullista alustaa tiedonhaussa (kuvio 14). Vastauksien jakaantuminen edellä mainitusti ei ollut yllättävää. Tänä päivänä

tietoa on todella paljon eri alusoilta saatavilla, jonka vuoksi maksullisten alustojen tarve on vähentynyt. Pankit, välitystoimistot ja muut analyysitalot tarjoavat sijoittajille ilmaiseksi lähes kaiken tarvittavan informaation päätöksenteon tueksi. Sijoittajat kokevat, että saavat tarpeellisen tiedon muualta. Mahdollisesti maksullisten alustojen edut verrattuna muihin, ovat jääneet sijoittajille epäselviksi.

Kyselyn avulla tahdottiin jatko selvittää onko maksullinen alusta sitä käyttävien mielestä ”luotettavampi” tai ”varmempi” vaihtoehto saada lisätietoa sijoituspäätöksiin liittyen (kuvio 15). Suurin osa vastasi, ettei maksullinen alusta olisi mitenkään ”luotettavampi” tai ”varmempi” vaihtoehto saada lisätietoa sijoituspäätöksiin liittyen verrattuna ilmaisiin alustoihin. Keskustelua sijoittamisesta käydään paljon eri alustoilla. Tällöin sijoittajilla on mahdollisuus saada puolesta ja vastaan argumentoitua tietoa etsimästään asiasta. Maksullisella alustalla tulisi olla täysin riippumatonta tietoa, jotta se palvelisi taroituksen mukaisesti sijoittajaa. Toki, jos maksullinen alusta on kattava, saa sijoittaja yhdestä paikkaa mahdollisesti kaiken tarpeellisen tiedon. Sijoittajien keskuudessa maksulliset alustat ovat kuitenkin vielä vähemmistöllä käytössä. Viimeisten vuosien aikana markkinoille on tullut paljon uusia sijoittajia, jotka osaavat käyttää sosiaalista mediaa monipuolisesti hyödyksi. He osaavat nopeasti ja helposti etsiä tahtomastaan asiasta lisätietoja, jonka vuoksi heille sosiaalisen median käyttö voi olla yksinkertaista.

Uusien yritysten listautumisen suosio on viime vuosien aikana kasvanut hurjasti. Vuonna 2021 jopa 29 uutta yhtiötä listautui erilaisilta toimialoilta pörssiin, joka oli tähän mennessä kaikkien aikojen ennätys (Huhta, 2022). Vastaajista puolet oli osallistunut osakeantiin vuonna 2021 (kuvio 16). Listautumisantiin osallistuneiden jako oli yllättävä, koska listautuvien yritysten määrä oli ennätysellisen korkea vuonna 2021. Listautumisia oli myös hehkutettu sosiaalisen median eri alustoilla todella paljon. Osallistuvien sijoittajien määrän odotettiin olevan korkeampi. Jatkotutkimuksen kannalta tätä kysymystä olisi mielenkiintoista lähteä selvittämään pidemmälle. Mikä tekijä sai ihmiset olemaan osallistumatta osakeantiin? Jos sijoittaja vastasi osallistuneensa osakeantiin, tahdottiin jatkokysymyksen avulla selvittää, mitkä tekijät hänet saivat siihen osallistumaan. Sijoittajat,

jotka jättivät annit väliin, saimme heiltä nyt vain vastauksen, etteivät olleet osallistuneet osakeanteihin. Syy tälle jää epäselväksi.

Listautumisantiin osallistuminen vaatii sijoittajalta rohkeutta. Lindström ja Lindström (2015, 333) mainitsevatkin, että harvemmin antiin osallistuminen on esimerkiksi arvosijoittajalle ominaista. Osakeanteihin osallistuneista vastaajista noin puolet kertoi, että sosiaalinen media vaikutti jollakin tasolla heidän päätökseensä osallistua listautumisantiin (kuvio 17). He hakivat sosiaalisesta mediasta esimerkiksi lisätietoa yhtiöstä tai saivat sieltä suoran kehotuksen osallistua antiin. Vastaukset toistavat johdonmukaista linjaa läpi kyselyn. Vastaajat pyrkivät ensin tekemään taustatyön itsenäisesti ennen kuin lähtevät selvittämään muiden sijoittajien mielipiteitä. Tämä on erittäin suotuisa lähtökohta sijoittamiselle. Pikavoittojen perässä vastaajista 5,67 % osallistui osakeanteihin. Ennakko-odotus oli, että pikavoittoja olisi hakenut suurempi osa vastaajista. Listautumisissa on havaittavissa anomaliaa, eli listautuvan yhtiön pörssikurssi kohoaa ensimmäisinä pörssipäivinä korkealle (Elo & Saarhelo, 2018). Tätä anomaliaa hyödyntämällä sijoittaja voi hakea tuottoa.

Tutkielman tuloksien mukaan sosiaalinen media lisää laumakäyttäytymistä jollakin tasolla. Laumakäyttäytyminen liittyy lisäksi positiivisesti persoonallisuuden piirteisiin, mukaan lukien impulsiivisuus ja rohkeus (Baddeley ja muut, 2012, 23). Tämä huomio vaikuttaisi olevan saatujen tuloksien kanssa yhtenäinen.

Sosiaalisen median vaikutukset liittyen sijoittajien päätöksentekoon, ei ole aivan uusi tutkimuksen aihepiiri. Aihealueesta tarvitaan lisää tutkimuksia, jotta ymmärtäisimme sosiaalisen median todellisen kyvykkyyden vaikuttaa yksityishenkilöiden tekoihin. Toki sosiaalinen media, niin kuin muukin teknologia, muuttuu tällä hetkellä todella nopeasti, joten sen kyvykkyyksiäkään ei aivan reaaliajassa voida tutkia. Tulevaisuudessa aihepiiriä voidaan tutkia lisää ja syventää ymmärrystä laadullisia menetelmiä lisäämällä. Kyselylomakkeeseen voidaan esimerkiksi suunnitella enemmän avoimia kysymyksiä, jotta saadaan entistä tarkempia mielipiteitä.

## 7 Yhteenveto

Sosiaalisen median vaikutuksia sijoittajien toimenpiteisiin pyrittiin analysoimaan. Päämääränä tutkielmassa oli saada ymmärrystä sosiaalisen median voimasta tiedon kulussa ja osatekijänä sijoittajien päätöksentekoon. Saadut tulokset saattavat kiinnostaa myös organisaatioiden edustajia tai päätöksentekijöitä, jotka saatuaan tietoonsa sidosryhmien aktiivisuuden vaikutuksista sosiaalisessa mediassa voivat mukauttaa verkkoviestintäpolitiikkaansa sidosryhmien vaatimuksiin. Sosiaalisen median aktivismi kohdistuu yleensä yritysten päättäjiin. Tuloksien perusteella aktiivisuus sosiaalisen median alustoilla voi kuitenkin vaikuttaa myös sijoittajiin ja osakkeenomistajiin, mikä paljastaa toisen kanavan, jonka kautta sijoittajat voivat vaikuttaa yritysten päätöksiin tai valintoihin.

Sosiaalisen median kasvava tunkeutuminen kaikilla elämäntiloilla on nousemassa avaintekijäksi monimutkaisessa yhteiskunnallispoliittisessa ja taloudellisessa ympäristössä, erityisesti edellisen finanssikriisin ja sitä seuranneen Euroopan valtionvelkakriisin jälkeen (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Taloudellisen epävakauden, poliittisten levottomuuksien ja huomattavan yhteiskunnallisen mobilisoitumisen yhteydessä sosiaalinen media on keskeinen väline eri liikkeiden sosiaalisten väitteiden levittämisessä (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017). Vaikka sosiaalisen median vaikutuksia ei vielääkään ymmärretä hyvin, viimeaikaiset todisteet viittaavat siihen, että niiden vaikutukset ovat taloudellisesti merkittäviä (Gomez-Carrasco & Michelon, 2017).

Tutkielman teoreettinen viitekehys koottiin viitaten aiempiin tutkimuksiin aihealueesta. Tämä loi pohjaa empiirisen aineiston keräämiselle ja tuloksien esitykselle. Tieteellisiä julkaisuja käytettiin pääasiallisena kirjallisuutena teoreettisessa osuudessa. Internet-artikkeleilla ja uutisilla pyrittiin paikoittain tuomaan ajankohtaista tietoa tutkielmaan.

Empiirinen osuus toteutettiin käyttämällä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Valintaa perusteltiin menetelmän soveltuvuutena tutkielman tarkoitukselle ja ominaisuutena tuottaa tietoa tutkimusongelmien tarkastelemiseksi. Aineisto ja tulokset kerättiin kyselytutkimuksen avulla.

Keskeisimpänä huomiona tutkimuksen tuloksista oli positiivista huomata, että vastauksia saatiin 193 kappaletta ja että naisia oli vastannut kyselyyn lähes yhtä paljon kuin miehiä. Naisten aktiivisuus sosiaalisen median sijoittamiseen liittyvillä alustoilla on selkeästi noussut viimeisten vuosien aikana. Tänä päivänä sijoittajat käyttävät sosiaalista mediaa tukena päätöksenteossa. Tämä reaktio perustuu perinteisiin käytösmalleihin rahoitus-alalla. Tutkielmien perusteella yksilöillä on taipumusta seurata lauman päätöksiä. Perustuen tähän tutkielmaan huomattiin samaa reaktiota sijoittajien käytöksessä. Sijoittajien valintojen huomattiin kohdistuvan asioihin, joita suosivat myös muut sijoittajat. Tieto muiden sijoittajien päätöksistä johdattelee toista sijoittajaa toimimaan samoin.

Tutkielman kysely teetettiin Facebook ryhmään, jonka keskustelut painottuvat osakesijoittamisen aihepiiriin. Tämä valinta saattaa mahdollisesti vaikuttaa saatuihin tuloksiin. Kyselyn vastaajista suurin osa sijoittaa osakkeisiin ja etsii sosiaalisesti mediasta nimenomaan tietoa eri yhtiöiden osakkeista. Vastaajista suurin osa kertoi itsenäisesti perehtyvänsä sijoituspäätöksiin syvällisemmin ennen konkreettisia osto- tai myyntipäätöksiä. Sijoittajat siis seuraavat sosiaalisen median julkaisuja ja keskusteluja, mutta päätökset pohjautuisivat suurimmalla osalla aina kuitenkin lopulta omaan harkintaan.

Vastaajista yli puolet ei käyttänyt tiedonhaussa maksullista alustaa. Vastaajat kokivat, että tällä hetkellä kaikki tarpeellinen tieto on saatavilla ilmaiseksi, eikä sen puolueellisuutta suuremmin epäillä. Listautumisanteihin oli vuonna 2021 osallistunut kyselyn vastaajista hieman yli puolet. Suurin osa anteihin osallistuneista perehtyi ensisijaisesti itse listautuvan yrityksen tietoihin ennen päätöksentekoa. Vastaajat kuitenkin saivat sosiaalisesta mediasta vaikutteita osallistumispäätökseen. Sosiaalisessa mediassa paljon keskustelua aiheuttaneista listautumisista oletuksena oli, että niihin osallistuneet sijoittajat saavat kotiutettua pikavoitot myydessään osakkeet ensimmäisien päivien aikana kaupankäynnin alettua pörssissä.

## Lähteet

- Agichtein, E., Castillo, C., Donato, D., Gionis, A. & Mishne, G. (2008). *Finding high-quality content in social media*. WSDM '08: Proceedings of the 2008 International Conference on Web Search and Data Mining  
<https://doi.org/10.1145/1341531.1341557>
- Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino 2011.
- Alniacik, U., Alniacik, E. & Genc, N. (2010). *How corporate social responsibility information influences stakeholders' intentions*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 18(4): 234–245. <https://doi.org.proxy.uwasa.fi/10.1002/csr.245>
- Asetus markkinoiden väärinkäytöstä 596/2014*. EUR-Lex. Noudettu 10.5.2022 osoitteesta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/fi/TXT/?uri=CELEX%3A32014R0596>
- Baddeley, M., Burke, C., Schultz, W. & Tobler, P. (2012). *Herding in Financial Behaviour: A Behavioural and Neuroeconomic Analysis of Individual Differences*. CWPE 1225. <https://www.repository.cam.ac.uk/bitstream/handle/1810/257113/cwpe1225.pdf?sequence=1>
- Baker, C.R. (2019). *Research on professional responsibility and ethics in accounting*. Emerald Publishing Limited.
- Banerjee, A.V. (1992). *A Simple Model of Herd Behavior*. The MIT Press. <https://economics.mit.edu/files/8869>
- Barber, B.M., Huang, X., Odean, T. & Schwarz, C. (2020). *Attention-Induced Trading and Returns: Evidence from Robinhood Users*. *Journal of Finance*, Forthcoming. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3715077>
- Beddington, J., Larrinaga, C., Moneva, J.M. (2008). *Corporate social reporting and reputation risk management*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 21(3): 337–361. <https://doi.org/10.1108/09513570810863932>
- Boesso, G., Favotto, F. & Michelon, G. (2014). *Stakeholder Prioritization, Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: Further Evidence*.

- Corporate Social Responsibility and Environmental Management 22(6): 424-440.  
<https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1002/csr.1356>
- Bollen, J., Mao, H. & Pepe, A. (2021). *Modeling Public Mood and Emotion: Twitter Sentiment and Socio-Economic Phenomena*. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media 5(1): 450–453. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14171>
- Bradley, D., Hanousek Jr., J., Jame, R. & Xiao, Z. (2021). *Place Your Bets? The Market Consequences of Investment Advice on Reddit's Wallstreetbets*. SSRN. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3806065>
- Burisch, R. & Wohlgemuth, V. (2016). *Blind spots of dynamic capabilities: A systems theoretic perspective*. Journal of Innovation & Knowledge. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.015>
- Burton, E.T. & Snah, S.N. (2013). *Behavioral Finance*. John Wiley & Sons, Incorporated 2013.
- Chen, J. (2020a, 24. maaliskuuta). *Political Risk*. Noudettu 6.2.2022 osoitteesta <https://www.investopedia.com/terms/p/politicalrisk.asp>
- Chen, J. (2020b, 6. lokakuuta). *Risk*. Noudettu 7.2.2022 osoitteesta <https://www.investopedia.com/terms/r/risk.asp>
- Coombs, W.T. (1998). *The Internet as potential equalizer: new leverage for confronting social irresponsibility*. Public Relations Review 24(3): 289-303. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80141-6](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80141-6)
- Dim, C. (2021). *Should Retail Investors Listen to Social Media Analysts? Evidence from Text-Implied Beliefs*. SSRN. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3813252>
- Dockery, E. & Kavussanos, M.G. (2010). *Testing the efficient market hypothesis using panel data, with application to the Athens stock market*. Applied Economics Letters. <https://doi.org/10.1080/135048596356834>
- Elo, H. (2013, 30. huhtikuuta). Miten sijoitetaan putoavaan puukkoon? *Kauppalehti*. Noudettu 1.2.2022 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/miten-sijoitetaan-putoavaan-puukkoon/560e70d2-a4d3-5ef5-be6e-7feaf535956b>
- Elo, H. & Saarhelo, J. (2018). *Osakesijoittajan maailmanvalloitus*. Helsinki: Alma Talent.

- Elton, E.J. & Gruber, M.J. (1995). *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis*. (viides, painos). USA: John Wiley & Sons.
- Eppen, G.D. & Fama, E.F. (1969). *Cash Balance and Simple Dynamic Portfolio Problems with Proportional Costs*. *International Economic Review*.  
<https://doi.org/10.2307/2525547>
- Erjonsalo, J. (2020). Mitä ihmettä on firettäminen? – Jamilla, 24, oikoo väärät mielikuvat: "Oma talous ja tyytyväisyys täytyy ottaa omiin käsiin". *Helsingin Uutiset*.  
 Noudettu 3.5.2022 osoitteesta <https://www.helsinginuutiset.fi/paikalliset/1254631>
- Fama, E. (1970). *Efficient capital markets: A review of theory and empirical work*. *The Journal of Finance* 25(2): 383-417.
- Finanssialan Keskusliitto. (2012). *Finanssialan kyvykkyydet 2020 – luotus tulevaisuuteen*. Noudettu 3.2.2022 osoitteesta <https://www.finanssiala.fi/julkaisut/finanssialan-kyvykkyydet-2020-luotus-tulevaisuuteen/>
- Finanssivalvonta. (2022). *Liputus*. Noudettu 4.5.2022 osoitteesta <https://www.finanssivalvonta.fi/paaomamarkkinat/liikkeeseenlaskijat-ja-sijoittajat/liputus/>
- Finanssivalvonta. (2018). *Markkinoiden väärinkäyttöasetus - MAR*. Noudettu 4.3.2022 osoitteesta <https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykokonaisuu-det/markkinoiden-vaarinkayttoasetus/>
- Graham, B. (2006). *The intelligent investor. The definitive book on value investing*. New York: HarperBusiness Essentials.
- Grima, S., Özen, E., Boz H., Spiteri, J. & Thalassinou, E. (2019). *Contemporary issues in behavioral Finance*. Emerald Publishing Limited.  
<https://triton.fina.fi/uva/Record/nelli07.410000008515812?imgid=1>
- Guimarães-Costa, N. & Pina e Cunha, M. (2006). *The atrium effect of website openness on the communication of corporate social responsibility*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* / Volume 15, Issue 1.  
<https://doi.org/10.1002/csr.128>
- Hallipelto, A. (2021). *Taloulosaaminen 2020-luvulla*. Helsinki: Tietosanoma.

- Havia, P., Lappalainen, V. & Rinta-Loppi, A. (2014). *Eriäinen ote omaan talouteen: Vapaus, onni ja hyvä elämä*. Helsinki: Talentum.
- Heikkilä, T. (2004). *Tilastollinen tutkimus*. (viides, uudistettu painos). Helsinki: Edita.
- Heikkurinen, P. & Ketola T. (2011). *Corporate Responsibility and Identity: from a Stakeholder to an Awareness Approach*. Business Strategy and the Environment 21(5): 326-337. <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1002/bse.744>
- Heinola, J. (2021). *Miten perinteinen arvo-osuustili eroaa osakesäästötilistä?* OP Media. Noudettu 4.5.2022 osoitteesta <https://www.op-media.fi/sijoittaminen/miten-osakesaastotili-eroaa-arvoosuustilista/>
- Huhta, A. (2022, 2. tammikuuta). Listautumisvuosi 2021 rikkoi teknokuplan aikaisen ennätyksen – Tältä listautujat näyttivät silloin ja nyt. *Kauppalehti*. Noudettu 10.5.2022 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/listautumisvuosi-2021-rikkoi-teknokuplan-aikaisen-ennatytksen-talta-listautujat-nayttivat-silloin-ja-nyt/691d0f26-0030-4a6a-a1b0-6ad074b95b98>
- Huhtinen, H. (2018). *Mikä ihmeen FIRE? Nuoret haluavat nyt aikaiselle eläkkeelle, mutta se vaatii yleensä isoja tuloja ja äärimmäistä säästeliäisyyttä*. OP Media. Noudettu 2.5.2022 osoitteesta <https://www.op-media.fi/sijoittaminen/osakesijoittaminen/mika-ihmeen-fire-nuoret-haluavat-nyt-aikaiselle-elakkeelle-mutta-se-vaatii-yleensa-isoja-tuloja-ja-aarimmaista-saasteliaisyytta/>
- Hyttinen, M. (2017). *Luovu ajoittamisesta – tuplaa tuottosi*. Helsinki: Talentum Pro.
- Hyttinen, M. (2014). *Vaurastu kuin Warren Buffet*. Helsinki: Talentum.
- Hyttinen, M. (2017). *#Suosioharha. Sijoittaminen on taitolaji*. Helsinki: Alma Talent.
- Hämäläinen, K. & Oksaharju, J. (2016). *Sijoita kuin guru*. Vantaa: Hansaprint.
- Hämäläinen, K. & Oksaharju, J. (2020). *Sijoita kuin guru*. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Hämäläinen, K., Oksaharju, J. & Walker, R. (2017). *Laatuguru. Näin valitset voittaja osakkeet*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Hämäläinen, K., Oksaharju, J. & Walker, R. (2019). *Pikkuguru. Näin löydät tulevaisuuden tähdet*. Helsinki: Hansaprint Oy.

- Ismail, S., Nair, R.K., Sham, R. & Wahab, S.N. (2018). *Impacts of Online Social Media on Investment Decision in Malaysia*. UCSI University. Indian Journal of Public Health Research and Development 9(11):1241. DOI: 10.5958/0976-5506.2018.01627.3
- Jansen, B.J., Zhang, M., Sobel, K. & Chowdury A. (2009). *Twitter power: Tweets as electronic word of mouth*. Journal of the American Society for Information Science and Technology 60(11): 2169–2188. <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1002/asi.21149>
- Kahneman, D., Slovic, F. & Tversky, A. (1982). *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. London: Cambridge University Press.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1973). *On the psychology of prediction*. Psychological Review, 80 (4), 237– 251.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*. Econometrica 47(2), 263-292.
- Kajanto, M. (2021). *Naisten sijoittaminen on nousussa*. OP Media. Noudettu 9.5.2022 osoitteesta <https://www.op-media.fi/sijoittaminen/naisten-sijoittaminen-on-nousussa/>
- Kallunki, J-P., Martikainen, M. & Niemelä, J.E. (2019). *Ammattimainen sijoittaminen*. Helsinki: Alma Talent.
- Kalmi, P. & Ruuskanen, O.-P. (2016). *Suomalaiset pärjäävät taloudellisessa tietämyksessä ja käyttäytymisessä hyvin suhteessa muihin maihin*. Kansantaloudellinen aikakauskirja – 112. vsk. – 1/2016. [https://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2016/03/kalmi\\_ruuskanen.pdf](https://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2016/03/kalmi_ruuskanen.pdf)
- Kananen, J. (2008). *Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2008.
- Kauppalehti. (2012, 28. marraskuuta). *Rahastosijoittaja, muista valuuttariski*. Noudettu 3.2.2022 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/rahastosijoittaja-muista-valuuttariski/8bb3c246-ec39-3f27-851c-864a5237fdf3>
- Keynes, M. & M. Keynes. (1964). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London: Harcourt Brace Jovanovich (reprint of the 1936 edition).

- King, B.G. & Soule, S.A. (2007). *Social Movements as Extra-Institutional Entrepreneurs: The Effect of Protests on Stock Price Returns*. *Administrative Science Quarterly* 52(3): 413–442. <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.2189/asqu.52.3.413>
- Klein, T. (2021). *A Note on GameStop, Short Squeezes, and Autodidactic Herding: An Evolution in Financial Literacy?* SSRN. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3845722>
- Koponen, H. (2022, 23. tammikuuta). Perinteisten korkorahastojen tuottonäkymä on surkea, mutta silti niitä kaupitellaan mummoille ja vaareille. *Kauppalehti*. Noudettu 8.5.2022 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/perinteisten-korkorahastojen-tuottonakyma-on-surkea-mutta-silti-niita-kaupitellaan-mummoille-ja-vaareille/f53d67a7-9d0c-4fab-821e-cd473204480a>
- Koskinen, P. (2021, 29. tammikuuta). Fiva huolissaan joukkoistetuista kurssivedätyksistä – Manipulaatiosta saa Suomessakin vankeutta. *Kauppalehti*. Noudettu 9.5.2022 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/fiva-huolissaan-joukkoistetuista-kurssivedatyksista-manipulaatiosta-saa-suomessakin-vankeutta/7e428ff2-bc58-4926-9543-d04bda12e742>
- Kullas, E. & Myllyoja, N. (2014). *Nainen ja rikastumisen taito. Kirja sijoittamisesta, vaurastumisesta ja naiseudesta*. Helsinki: Talentum.
- Kurittu, K. (2021). *Sijoita rahasi vastuullisesti*. Helsinki: Alma Talent.
- Lehtipuu, U. (2016). *Timanttipesula: Sijoita elämäsi fiksumusti*. Helsinki: Talentum Pro.
- Lehtipuu, U. & Majasalmi, T. (2018). *Rikastamo. Elämäsi fiksuimmat rahapäätökset*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Lindström, K. & Lindström, T. (2015). *Onnistu osakemarkkinoilla*. Helsinki: Talentum.
- Linnainmaa, H. (2022, 1. helmikuuta). Harkitsetko sijoittamista kryptovaluuttoihin? - Näin valitset oikean kaupankäyntialustan. *Kauppalehti*. Noudettu 1.5.2022 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/harkitsetko-sijoittamista-kryptovaluuttoihin-nain-valitset-oikean-kaupankayntialustan/791b630d-1ae9-4f6f-90d9-343dcc359e44>
- Littorin, P., Haapanen M-L. & Villanen, J. (2020). *Korkojen kera. Matka oman talouden hallintaan*. Helsinki: Basam Books Oy.

- Lyócsa, S., Baumöhl, E. & Výrost, T. (2021). YOLO trading: Riding with the herd during the GameStop episode. *Finance Research Letters* 46 (2022).  
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102359>
- Markowitz, H. (2009). *Harry Markowitz: Selected Works*. World Scientific Books. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Markowitz, H.M. (1991). *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments*. Cambridge (Mass): Basic Blackwell.
- Michelon, G., Boesso, G. & Kumar, K. (2012). *Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 20(2): 81–94. <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1002/csr.1278>
- Milas, C., Panagiotidis, T. & Dergiades, T. (2021). *Does It Matter Where You Search? Twitter versus Traditional News Media*. *Journal of Money, Credit and Banking* Volume 53, Issue 7 p. 1757–1795. <https://doi.org/10.1111/jmcb.12805>
- Mitchell, C. (2022, 5. toukokuuta). *Who Is William F. Sharpe?* Noudettu 5.5.2022 osoitteesta <https://www.investopedia.com/terms/w/william-f-sharpe.asp>
- Myllyoja, N. & Kullas, E. (2020). *Rahan taju*. Helsinki: Alma Talent.
- Mähkä, M. (2021). *Rahastokirja vasta-alkajille ja niille jotka haluavat päästä sijoittamisessa helpolla*. Helsinki: Alma Talent.
- Niskakangas, T. (2019, 3. lokakuuta). Osakesäästötilit tulevat käyttöön vuodenvaihteessa - Tässä ovat hyödyt ja haitat säästäjille. *Helsingin Sanomat*. Noudettu 15.3.2022 osoitteesta <https://www.hs.fi/talous/art-2000006259477.html>
- Nordnet (2019): *Suomalaisista on tulossa osakesäästötilin myötä huomattavasti aktiivisempia sijoittajia – jos he saavat osakepoimintaan apua*. Nordnet. <https://news.cision.com/fi/nordnet/r/tutkimus--suomalaisista-on-tulossa-osakesaastotilin-myota-huomattavasti-aktiivisempia-sijoittajia--j,c2829671>
- Piñeiro-Chousa, J., Vizcaíno-González, M. & Pérez-Pico, A.M. (2017). *Influence of Social Media over the Stock Market*. *Psychology & Marketing*/Volume 34, Issue 1/p. 101–108. <https://doi.org/10.1002/mar.20976>

- Pulkkinen, J. (2022, 30. tammikuuta). Vuosi sitten vallantuntoiset Reddit-sijoittajat rikastuivat suursijoittajien kustannuksella, sitten kaikki meni pieleen - näin meemi-osakeilmiö voi nyt. *Helsingin Sanomat*. Noudettu 5.5.2022 osoitteesta <https://www.hs.fi/talous/art-2000008571752.html>
- Puttonen, V. & Repo, E. (2022). *Miten sijoitan rahastoihin* (viides uudistettu painos). Helsinki: Talentum.
- Pörssisäätiö. (2022). *Osa 9: Miten osakesäästötili toimii?* Noudettu 2.5.2022 osoitteesta <https://www.porssisaatio.fi/sijoituskoulu/miten-osakesaastotili-toimii/>
- Qualman, E. (2010). *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way we Live and Do Business*. Wiley: Hoboken, NJ. [https://books.google.fi/books?hl=en&lr=&id=p2A96JKRIY4C&oi=fnd&pg=PR9&ots=35bx9GleEc&sig=VeBP0ewc82bURV2ha2iw6\\_idKSA&redir\\_esc=y](https://books.google.fi/books?hl=en&lr=&id=p2A96JKRIY4C&oi=fnd&pg=PR9&ots=35bx9GleEc&sig=VeBP0ewc82bURV2ha2iw6_idKSA&redir_esc=y) -  
v=onepage&q&f=false
- Rantala, V. (2015). *How Do Investment Ideas Spread through Social Interaction? Evidence from a Ponzi Scheme*. 6th Miami Behavioral Finance Conference. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2579847](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2579847)
- Ruf, B.M., Muralidhar, K., Brown, R.M., Janney, J.J. & Paul, K. (2001). *An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective*. *Journal of Business Ethics* 32(2): 143–156. <https://doi.org/10.1023/A:1010786912118>
- Saario, S. (2016). *Miten sijoitan pörssiosakkeisiin* (12., uudistettu painos). Helsinki: Talentum Pro.
- Salo, M. (2016). *Sijoittamisen ohjaaminen. Sijoitusneuvot ja -suositukset sijoittajan päätöksenteossa*. Helsinki: Alma Talent.
- Salop, S. (1987). *Evaluating uncertain evidence with Sir Thomas Bayes: a note for teachers*. *Journal of Economic Perspectives* 1(1), 155-159.
- Sammalisto, S. & Asunmaa, A. (2021). *Viisas pääsee vähemmällä taloudessakin*. Helsinki: Hansaprint.
- Scharfstein, D.S. & Stein, J.C. (1990). *Herd behavior and investment*. *American Economic Review* 80(3), 465–479.

- Siegel, J.J. (2014). *Stocks for the long run: The definitive guide to financial market returns & long-term investment strategies* (viides painos). New York: McGraw-Hill Education.
- Siikanen, M., Baltakys, K., Kanninen, J., Vatrappu, R., Mukkamala, R. & Hussain, A. (2018). *Facebook drives behavior of passive households in stock markets*. Finance Research Letters 27 (2018). <https://doi.org/10.1016/j.frl.2018.03.020>
- Smith, V.L. (2005). *Behavioral economics research and the foundations of economics*. Journal of Socio-Economics 34:2, 135–150.
- Statista. (2022). *Facebook: number of monthly active users worldwide 2008-2021*. Noudettu 3.3.2022 osoitteesta <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Sul, H., Dennis, A.R. & Yuan, L.I. (2014). *Trading on Twitter: The Financial Information Content of Emotion in Social Media*. 47th Hawaii International Conference on System Sciences. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.107>
- Tetlock, P.C. (2007) *Giving Content to Investor Sentiment: The Role of Media in the Stock Market*. The Journal of Finance. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2007.01232.x>
- Tilastokeskus. (2020). *Internetin käyttö medioiden seuraamisen ja viestintään lisääntyneet*. Noudettu 2.5.2022 osoitteesta [https://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2020/sutivi\\_2020\\_2020-11-10\\_tie\\_001\\_fi.html](https://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html)
- Ukkola, P. (2020). *Pörssi-ilmiöitä*. Helsinki: Alma Talent.
- Unerman, J. & Bennett, M. (2004). *Increased stakeholder dialogue and the internet: towards greater corporate accountability or reinforcing capitalist hegemony? Accounting, Organizations and Society* 29(7): 685–707. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2003.10.009>
- Valli, R. (2015). *Johdatus tilastolliseen tutkimukseen* (toinen, uudistettu painos). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Valli, R. (2018). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistokeruu: virikkeitä aloittelevalla tutkijalle*. Jyväskylä: PS-kustannus.

- Valtiovarainministeriö. (2018). *Pörssiyritysten omistuksen julkisuus Suomessa: EU-oikeudellinen selvitys*. Noudettu 4.5.2022 osoitteesta [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161094/VM\\_30\\_18\\_Porssiyhtioiden\\_omistuksen\\_julkisuus.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161094/VM_30_18_Porssiyhtioiden_omistuksen_julkisuus.pdf)
- Vasi, I.B. & King, B.G. (2012). *Social Movements, Risk Perceptions, and Economic Outcomes: The Effect of Primary and Secondary Stakeholder Activism on Firms' Perceived Environmental Risk and Financial Performance*. *American Sociological Review* 77(4): 573–596. <https://doi.org/10.1177/0003122412448796>
- Vasileiou, E., Bartzou, E. & Tzanakis, P. (2021). *Explaining Gamestop Short Squeeze using Intraday Data and Google Searches*. *SSRN Electronic Journal*, (p. 16). <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3805630>
- Vehkalahti, K. (2014). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Finn Lectura.
- Vero. (2021). *Osakesäästötili*. Noudettu 4.5.2022 osoitteesta <https://www.vero.fi/henkiloasiakkaat/omaisuus/sijoitukset/osakes%C3%A4%C3%A4st%C3%B6tili/>
- Vilka, H. (2007). *Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Werner, F.M., De Bondt, M. & Thaler, R. (1985). *Does the Stock Market Overreact?* *The Journal of Finance*/Volume 40, Issue 3/p. 793-805. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1985.tb05004.x>
- Yang, W., Lin, D. & Yi, Z. (2017). *Impacts of the mass media effect on investor sentiment*. *Finance Research Letters* Volume 22. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2017.05.001>

# Liitteet

## Liite 1. Kyselylomake

6.5.2022 3.47

Kysely sijoittajille

### Kysely sijoittajille

Kysely toteutetaan osana pro gradu-tutkielmaa.

Sosiaalisella medially tarkoitetaan internetin palveluita, joissa käyttäjät voivat kommunikoida toistensa kanssa ja tuottaa omaa sisältöä seuraajilleen. Perinteisistä joukkotiedotusvälineiden välityksellä tapahtuvasta viestinnästä sosiaalinen media eroaa siten, että käyttäjät eivät ole vain tiedon vastaanottajia, vaan voivat itsekin osallistua tiedon luomiseen ja levittämiseen esimerkiksi kommentoimalla ja jakamalla sisältöä.

Sosiaalinen media on tänä päivänä yhä vaikuttavammassa roolissa erilaisten yhteisöjen keskustelualustana. Yhä suurempi osa ihmisistä ottaa osaa keskusteluun tätä kautta ja tuo omia mielipiteitään esille. Vaikuttajat käyttävät sosiaalista mediaa työkalunaan viestiäkseen muille ihmisille heille tärkeistä asioista. Kyselyllä pyritään selvittämään, millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa sijoittajien päätöksentekoon.

Kyselyssä on yhteensä 15 kysymystä ja vastaamiseen menee muutama minuutti. Kyselyyn vastaaminen on anonyymiä.

---

\*Pakollinen

1. 1. Sukupuoli \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Nainen
- Mies
- Muu/En halua sanoa

## 2. 2. Ikä \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 18-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- yli 71-vuotias

## 3. 3. Kuinka monta vuotta sitten teit ensimmäisen sijoituspäätöksesi? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Alle vuosi
- 1-5 vuotta
- 6-10 vuotta
- 11-15 vuotta
- 16-20 vuotta
- 21-30 vuotta
- 31-40 vuotta
- yli 41 vuotta

## 4. 4. Mihin sijoituskohteisiin sijoitat? \*

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Osakkeet
- Sijoitusrahastot
- Joukkovelkakirjalainat
- Pörssinoteeratut rahastot
- Asunnot
- Metsä
- Kryptovaluutat
- Johdannaiset
- Muu: \_\_\_\_\_

## 5. 5. Onko sinulla laadittuna sijoitussuunnitelma? \*

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä, kirjallisena itse tehtynä
- Kyllä, kirjallisena pankin kanssa tehtynä
- Kyllä, ajatuksen tasolla
- Ei

## 6. 6. Mistä sosiaalisen median kanavilta etsit tietoa sijoittamiseen liittyen? \*

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Facebook
- Shareville
- Inderes
- Instagram
- Twitter
- Sijoitusblogit
- Tiktok
- YouTube
- Jodel
- Muu: \_\_\_\_\_

7. 7. Voiko yhden henkilön julkaisu sosiaalisessa mediassa vaikuttaa sijoituspäätökseesi? Esimerkiksi blogikirjoitus tai Instagram julkaisu. \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä. Seuraan päätöksilläni helposti julkaisijan valintoja
- Kyllä. Olen itse tehnyt ensin päätöksen, mutta tahdon varmistusta valinnalleni
- Kyllä. Toimin usein päinvastoin kuin julkaisijan kehoitus
- Ei vaikuta

8. 8. Vaikuttaako muiden sijoittajien sosiaalisen median keskustelut sijoituspäätöksiisi? Esimerkiksi Facebook ketjukeskustelu tai Inderesin keskustelupalsta. \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä. Noudatan keskustelun dominoivaa, yleisintä tai konsensus mielipidettä
- Kyllä. Toimin usein päinvastoin kuin dominoiva, yleisin tai konsensus mielipide
- Ei vaikuta

9. 9. Millaista tietoa tarkemmin etsit sosiaalisen median alustoilta? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Yksittäisiä osakkeita koskevia osto- tai myyntisuosituksia
- Informatiivisia rahastojen kustannus tai tuotto vertailuja
- Muu: \_\_\_\_\_

10. 10. Millaiset sijoitusvinkit ovat mielestäsi hyödyllisempiä ja luotettavimpia? \*

\_\_\_\_\_

11. 11. Miten sijoitusvinkin antajan asiantuntemus ja sidonnaisuudet vaikuttavat päätökseesi? \*

---

---

---

---

---

12. 12. Käytätkö tiedonhaussa maksullisia alustoja? Esim. Sijoittaja.fi:n maksullinen informaatioalusta. \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 En

13. 13. Onko mielestäsi maksullinen alusta "luotettavampi" tai "varmempi" vaihtoehto saada lisätietoa sijoituspäätöksiin? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei  
 Muu: \_\_\_\_\_

14. 14. Viime vuonna oli keskustelua paljon uusien yritysten listautumisista Suomessa. \*  
Vuonna 2021 jopa 29 uutta yhtiötä listautui hyvin erilaisilta toimialoilta pörssiin.  
Oletko osallistunut vuonna 2021 osakeantiin?

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 En

6.5.2022 3.51

Kysely sijoittajille

15. 15. Jos vastasit kyllä, mikä sai sinut osallistumaan osakeantiin? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Olin itse alun perin kiinnostunut yrityksen liiketoiminnasta ja lähdin selvittämään yrityksen tulevaisuuden suunnitelmia
- Yrityksen osakkeiden ostoa suositeltiin jollakin sosiaalisen median alustalla
- Yrityksestä keskusteltiin sosiaalisessa mediassa ja kiinnostukseni heräsi tätä kautta
- Toinen sijoittaja vinkkasi minulle tästä yrityksestä
- En osallistunut vuonna 2021 listautumisiin
- Muu: \_\_\_\_\_

---

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

Google Forms