



**TURUN
YLIOPISTO**
Kauppakorkeakoulu

Talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkitys suomalaisten yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiselle

Laskentatoimi ja rahoitus,
Laskentatoimen ja rahoituksen laitos
Pro gradu -tutkielma

Laatija:
Lilja Tiikkainen

Ohjaaja:
KTT Lauri Lepistö

16.5.2026

Pori

Opiskelijan lausunto tekoölyn käytöstä tähän tutkielmaan liittyen:

En ole käyttänyt tekoölyä hyödyntäviä työkaluja tätä tutkielmaa kirjoittaessani.

Olen käyttänyt tekoölyä hyödyntäviä työkaluja tätä tutkielmaa kirjoittaessani. Tämä käyttö on dokumentoitu tutkielman liitteessä. Vakuutan, että tekoölyä käytettiin yliopiston ohjeistuksen mukaisella tavalla.

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

Pro gradu -tutkielma

Oppiaine: Laskentatoimi & rahoitus

Tekijä(t): Lilja Tiikkainen

Otsikko: Talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkitys suomalaisten yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiselle

Ohjaaja(t): KTT Lauri Lepistö

Sivumäärä: 57 sivua (+ liitteet 3 sivua)

Päivämäärä: 16.5.2026

Nyky päivänä sijoittaminen on noussut vahvaksi trendiksi Suomessa. Viime vuosina sijoittaminen on yleistynyt valtavasti ja sijoitusaiheista keskustelua kuulee ja näkee yhä enemmän. Sijoituskeskustelusta on tullut läpinäkyvämpää ja monet ihmiset haluavat jakaa avoimesti omia kokemuksiaan sijoittamisesta. Myös sosiaalisen median rooli on korostunut osana päivittäistä vuorovaikusta. Sosiaalisen median myötä podcastit ovat tulleet osaksi ihmisten arkea, ja tämän seurauksena on syntynyt talous- ja sijoitusaiheisiä podcasteja, jotka tavoittavat laajan yleisön.

Tämän työn tavoitteena on selvittää mikä merkitys talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on yksityishenkilöiden sijoituskäyttäytymiseen, talouden seuraamiseen ja sijoittamisen kiinnostavuuteen Suomessa. Tutkimuksen teoriaosassa käsitellään sijoittamista yleisesti, suomalaisten finanssiosaamista ja sen kehitystä, sijoituskäyttäytymistä behavioraalisen taloustieteen näkökulmasta sekä podcasteja ja erityisesti talous- ja sijoitusaiheisiä podcasteja. Tutkimus tarkastelee podcastien merkitystä sijoittamisen yleistymiseen yksityissijoittajien keskuudessa. Tutkimusaineiston empiirinen osuus kerättiin haastattelemalla kohdeyleisöä eli yksityishenkilöitä, jotka sijoittavat ja seuraavat aktiivisesti sosiaalisessa mediassa talouteen ja sijoittamiseen liittyviä podcasteja. Haastattelut toteutettiin teema-haastatteluin ja ne koostuivat 10 henkilön haastatteluista, jotka pidettiin kevään 2026 aikana.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on merkitystä yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiseen, mutta merkitys on epäsuoraa. Ne eivät ohjaa suoraan yksittäisiä sijoituspäätöksiä, vaan vaikuttavat enemmän sijoittajien ajattelutapoihin, kuten pitkäjänteisyyden ymmärtämiseen, itsevarmuuden lisääntymiseen ja yleisen talousosaamisen kehittymiseen. Podcastit ovat matalan kynnyksen oppimisväline ja ne voivat lisätä kiinnostusta sijoittamista kohtaan. Niiden tarkastelussa korostui myös tarve kriittiseen arviointiin ja tiedon täydentämiseen muista lähteistä. Podcastien rooli toimii erityisesti sijoittamisen popularisoijana ja sijoittamiseen liittyvän ymmärryksen vahvistajana sekä tehokkaana sijoitustiedon välittäjänä.

Avainsanat: sijoittaminen, talous, podcast, sijoituskäyttäytyminen, käyttäytymisrahoitus

SISÄLLYS

1	Johdanto	7
1.1	Aiheen esittely ja merkitys	7
1.2	Tutkielman tavoitteet ja rajaukset	10
1.3	Tutkielman rakenne	11
2	Yksityissijoittaminen Suomessa	12
2.1	Yksityissijoittaminen yleisesti	12
2.2	Suomalaisten finanssiosaaminen	13
2.3	Sijoituskäyttäytyminen ja sen kehitys	14
3	Behavioraalinen taloustiede sijoittamisessa	17
3.1	Behavioraalinen taloustiede	17
3.2	Behavioraalisen taloustieteen vaikutus sijoituspäätöksiin	19
3.3	Keskeiset psykologiset vinoumat sijoittamisessa	20
4	Podcastien rooli sijoittamisessa	24
4.1	Podcastit yleisesti	24
4.2	Podcastien suosio	25
4.3	Talous- ja sijoitusaiheiset podcastit	28
5	Tutkimusmenetelmät	30
5.1	Tutkimusmenetelmän valinta	30
5.2	Aineistonkeruu	30
5.3	Teemahaastattelun rakenne	33
5.4	Aineiston analyysimenetelmä	35
6	Tutkimuksen tulokset ja analysointi	37
6.1	Tutkimustulokset	37
6.2	Teema 1: Sijoitushistoria ja sijoitusprofiili	37
6.3	Teema 2: Talous- ja sijoitusaiheiset podcastit	39
6.4	Teema 3: Podcastien merkitys sijoituskäyttäytymiseen	42
6.5	Teema 4: Podcastien luomat mielikuvat sijoittamisesta	45

7	Yhteenveto	47
	7.1 Johtopäätökset ja pohdinta	47
	7.2 Tutkielman arviointi ja luotettavuus	49
	7.3 Jatkotutkimukset	51
	Lähteet	52
	Liitteet	58
	Liite 1. Teemahaastattelurunko	58
	Liite 2. Aineistonhallintasuunnitelma	59
	Liite 3. Selvitys tekoälyn käytöstä	60

KUVIOT

Kuvio 1. Alle 25-vuotiaiden sijoittajien määrän kehitys. (Pörssisäätiö 2025)	12
Kuvio 2. Pörssiosakkeita, sijoitusrahastoja tai molempia omistavien henkilöiden lukumäärä 2013–2024. (Suomen virallinen tilasto 2025a)	16
Kuvio 3. Käyttätymisrahoituksen muodostuminen kolmesta tieteenalasta. (mukailen Ricciardi & Simon 2000)	18
Kuvio 4. Kognitiivisen ja psykologisen sijoittajakäyttätymisen malli. (Ady 2018)	20
Kuvio 5. Podcastien koettu merkitys sijoituskäyttätymiseen.	43

TAULUKOT

Taulukko 1. Haastateltavien taustatiedot	31
------------------------------------------	----

1 Johdanto

1.1 Aiheen esittely ja merkitys

Sosiaalinen media on nykyään viestinnän tärkeä osa ja se on noussut viime vuosikymmenen aikana merkittäväksi osaksi yritysten ja kuluttajien välistä viestintäympäristöä. Aikaisemmin internet oli pääsääntöisesti sisällön kuluttamisen väline, mutta nykyään yhä useampi käyttää alustaa sisällön luomiseen, muokkaamiseen ja jakamiseen. Esimerkkejä tässä ovat sosiaalisen verkostumisen palvelut, kuten alustat ja blogit, joissa voidaan jakaa omia henkilökohtaisia mielipiteitä ja kokemuksia (Kietzmann et al. 2011, 241). Tämä kehitys on muuttanut informaatiovirran valtasuhteita ja siirtänyt valtaa perinteisiltä yrityksiltä kuluttajille ja yhteisöille. Tiedon avoimuus ja osallistavuus vahvistavat yksilöiden vaikutusvaltaa verkossa ja kuluttajien mahdollisuuksia vaikuttaa toistensa mielipiteisiin ja päätöksiin. Yritykset eivät voi enää täysin säädellä julkaistua sisältöä, vaan kuluttajilla on keskeinen rooli tiedon luomisessa ja jakamisessa (Kaplan & Haenlein 2010, 60–61). Tällainen sosiaalisen median ”ylivalta” voi vaikuttaa yksilöiden päätöksentekoon myös sijoitustoiminnassa. Aiempi Connell & Tingley (2019) tutkimus ”Investing in the Digital Age” tukee väitettä, että sosiaalisella medially on merkittävä rooli sijoittajien tiedonlähteenä ja päätöksenteossa. Tutkimuksessa havaittiin, että sosiaalinen media on tullut keskeiseksi informaatiokanavaksi talousmedian rinnalle etenkin yksityissijoittajien keskuudessa. Tutkimuksen mukaa iso osa sijoittajista käyttää sosiaalista mediaa päivittäin ja osa mainitsee, että sillä on suora merkitys sijoituspäätöksiin. Tämä vahvistaa sitä, että digitaalisilla ja vuorovaikutteisilla tiedon lähteillä on enenemissä määrin vaikutus sijoituskäyttäytymisen muodostumiseen (Connell & Tingley 2019). Vaikka sosiaalisessa mediassa olevan tieto ei ole aina täysin todenmukaista, käyttäjien luottamus sen todenmukaisuuteen voi vaikuttaa sijoituspäätöksiin. Tämä näkyy myös talous – ja sijoitusaiheisten podcastien yhteydessä. Podcastit tarjoavat kuuntelijoilleen keskustelualustan, joka mahdollistaa tiedon jakamisen, minkä vuoksi niiden merkitystä sijoittajien päätöksentekoon on hyvä tarkastella osana sosiaalisen median toimintaa, kuten vuorovaikutusta ja tiedon leviämistä.

Sosiaalisen median käyttö on kasvanut viime vuosina myös Suomen kontekstissa. Suomen virallinen tilasto (SVT) (2024) tutkimuksen *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö* mukaan vuonna 2024 16–89-vuotiaista suomalaisista 59 % käytti verkkopalveluja päivittäin tai lähes päivittäin. Etenkin nuorista aikuisista (16–34-vuotiaat) 80 % käytti verkkopalveluja päivittäin tai lähes päivittäin. Tämä viittaa siihen, että sosiaalisen median rooli on erittäin vahva nykypäivän yhteiskunnassa. Sosiaalinen media vaikuttaa yhä useamman ihmisen arkeen. Tiedonhaku, viihde sekä yhteisöllisyys ovat

siirtyneet suurimmilta osin verkkoon, mikä tekee aiheesta merkittävän. Tämän seurauksena myös sosiaalisen median alustat, kuten podcastit ovat tavoittaneet yhä enemmän ihmisten suosiota (Suomen virallinen tilasto 2024). Interactive Advertising Bureau (2024) tutkimuksen mukaan vuonna 2024 73 % podcast-yleisöstä oli sitä mieltä, että heille on tärkeää viettää aikaa suosikkipodcastiensä kanssa viikoittain ja yhdeksän kymmenestä henkilöstä kuvailee tätä kuunteluaikaa merkitykselliseksi osaksi elämäänsä. Tutkimuksessa mainitaan myös, että 86 % milleniaaleista sanoo, että podcastit eivät ole vain heidän intohimonsa, vaan myös heidän tärkein tiedonlähteensä. Tästä voidaan päätellä, että podcastien suosio ja vaikutusvalta on merkittävä. Podchaser-sivuston (2025) tilaston mukaan podcast nimeltään Sijoituskästi on Suomen kuunnelluin podcast Spotifyssa, kun tarkasteluun sisällytetään sekä kotimaiset että kansainväliset ohjelmat (tilanne 3.5.2026). Tämä tilasto osoittaa, että Sijoituskästi on onnistunut tavoittamaan laajan suomalaisen yleisön ja vakiinnuttanut asemansa yhtenä Suomen vaikutusvaltaisimmista talousaiheisista medioista. Podchaserin listaus kattaa kaikki Spotifyn suosituimmat podcastit maailmanlaajuisesti, mikä korostaa Sijoituskästin suosiota suomalaisten kuuntelijoiden keskuudessa. Tästä voidaan päätellä, että suomalaiset kuuntelijat ovat kiinnostuneet taloudesta ja sijoittamisesta.

Sijoittaminen on lisääntynyt Suomessa merkittävästi. Kahdessakymmenessä vuodessa suomalaiset ovat vaurastuneet enemmän kuin aikaisemmin. Sijoittaminen on tullut osaksi ihmisten arkipäivää, eikä se ole enää vain eläkeikäisten miesten harrastus, kirjoittavat Myllyoja ja Kullas (2020, 18). Sosiaalinen media on vaikuttanut tähän muutokseen valtavasti. Sosiaalisen median avulla monelle on avautunut uudenlainen alusta verkostoitumiseen ja tiedon hankintaan. Muun muassa sijoitusaiheiset ryhmät ovat keränneet nopeasti niin ison määrän seuraajia, että niistä voidaan puhua jo ilmiönä. Myös rahalaitokset ja pankit ovat heränneet tähän muuttuvaan maailmaan ja vastanneet asiakkaidensa tarpeisiin. Siitä syystä esimerkiksi sijoitustuotteet pyritään selittämään yksinkertaisemmin. Vaurauden ja rikastumisen tulisi näkyä eikä sitä pitäisi piilotella tai hävetä. Kuitenkin vielä tälläkin vuosikymmenellä elämme hyvin sukupuolittuneessa yhteiskunnassa, joka näkyy kohtalokkaasti naisten taloudessa ja sijoittamisessa (Myllyoja & Kullas 2020, 18). Siksi on tärkeää, että taloudesta ja sijoittamisesta puhutaan enemmän, jotta taloudellista tasa-arvoa voidaan edistää. Myös sijoittamisen kokenut asiantuntija, Seppo Saarion mukaan monella suomalaisella on aikaisemmin ollut väärä ajatus myös osakesijoittamisesta. Useat ajattelevat, että osakesijoittamista voi tehdä vain, jos on paljon rahaa tai varallisuutta. Saarion mukaan asia ei ole näin. Sijoittamisessa pääsee alkuun hyvin pienellä summalla rahaa, tärkeintä on vain aloittaminen. Ne, jotka keräävät tietoa ja aloittavat sijoittamisen, ovat niitä, joilla on mahdollisuus vaurastua ja ne, jotka pitävät rahat pankissa, köyhtyvät (Saario 2020, 15).

Sijoittamista on perinteisesti pidetty tylsänä, vaikeasti lähestyttävänä tai jopa pelottavana toimintana. Sijoittaminen on saattanut tuntua riskialttiilta, koska sitä ei ole ymmärretty tarpeeksi ja tämän takia monille on saattanut tulla pelko rahan menettämisestä. Tämä on voinut johtaa siihen, että monikaan ei halua aloittaa sijoittamista. Lisäksi sijoittaminen on usein mielletty varakkaiden ihmisten harrastukseksi tai heidän etuoikeudekseen. Podcastien myötä ilmiö on kuitenkin muuttunut. Talouteen ja sijoittamiseen keskittyvien podcastien myötä aiheesta on alettu puhua rennommin ja ymmärrettävämmiin, ilman monimutkaista talouspuhetta. Tämä kehitys on tehnyt sijoittamisesta helposti lähestyttävää ja lisännyt tavallisten kuluttajien kiinnostusta ja uskallusta ryhtyä sijoittamaan. Kun tarkastellaan maailmanlaajuisesti, erityisesti nuorempien sukupolvien keskuudessa sijoittamiseen liittyvä kiinnostus kasvanut merkittävästi. The World Economic Forum (2025) tutkimuksen mukaan vuonna 2025 noin 30 % Z-sukupolven edustajista on aloittanut sijoittamisen varhaisaikuisina ja vain 6 % suurten ikäluokkien edustajista. Verkkoalustat ovat tehneet sijoittamisesta helpommin lähestyttävää ja lisänneet nuorten tietoisuutta erilaisista sijoitusmahdollisuuksista. Kun tilannetta tarkastellaan Suomessa, voidaan todeta, että suomalaisten innostus sijoittamiseen on koholla: Jo lähes kaksi miljoonaa eli yli kolmannes Suomen väestöstä on sijoittanut rahojaan joko pörssiosakkeisiin tai sijoitusrahastoihin (Suomen virallinen tilasto 2025a; Tilastokeskus 2024). Teknologian kehittymisen ansiosta ja rahaliikenteen vapautumisen takia, kellä tahansa on nykyään mahdollisuus hankkia pörssiosakkeita mistä päin maailmaa tahansa. Kaupankäyntiä on helppo hoitaa internetin välityksellä, lähes samalla tavalla kuin päivittäisten raha-asioiden hoito pankissa (Saario 2020, 29).

Talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkitys suomalaisten yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiselle tutkimusaiheena yhdistää kaksi viime vuosina nopeasti kasvanutta ilmiötä: podcast median vaikiintumisen osaksi suomalaista mediakenttää sekä yksityissijoittamisen lisääntymisen. Aiemmissä opinnäytetöissä on tarkasteltu muun muassa podcastien kehityssuuntaan Suomessa (Ferm 2025), podcastien asemaa osana valtavirtamediaa (Valvio 2023), sosiaalisen median vaikutusta nuorten sijoittajakäyttäytymiseen (Posti 2025) sekä esimerkiksi sosiaalisen median vaikutusta sijoituspäätöksiin (Kuittinen 2014). Näissä tutkielmissa painopiste on enemmän ollut yleisesti sosiaalisen median sisällöissä, eikä yksittäisen sisältötyyppien vaikutuksissa kuulijoiden käyttäytymiseen. Sijoittamista ja sijoituskäyttäytymistä on tarkasteltu aiemmin laajasti rahoituksen ja käyttäytymistaloustieteen näkökulmista, mutta podcastien kaltaisen audiomedian roolia sijoituskäyttäytymiseen vaikuttavan tekijänä on käsitelty melko rajallisesti. Tällä tutkimuksella halutaan täyttää tutkimusaukko tarkastelemalla, millä tavoin talous- ja sijoitusaiheiset podcastit toimivat tiedonlähteenä, vaikuttajina ja mahdollisesti myös sijoituskäyttäytymistä ohjaavina tekijöinä. Aihe on yhteiskunnallisesti myös merkittävä, koska

yksityissijoittajien tekemät päätökset vaikuttavat taloudelliseen hyvinvointiin sekä koko rahoitusmarkkinoiden toimintaan. Digitaalisen median ymmärtäminen nykypäivän taloudellisissa päätöksissä on keskeistä. Tämä tutkimus pohjautuu ajankohtaiseen ilmiöön, jossa sosiaalinen media ja sen eri viestintämuodot, kuten podcastit ovat lisänneet ihmisten kiinnostusta taloudesta ja sijoittamisesta. Yhä useampi sosiaalisen median vaikuttaja on alkanut tekemään podcasteja. Sen takia podcasteja syntyy jatkuvasti uusia ja eri aihealueista. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan talous- ja sijoitusaiheisia podcasteja sekä niiden merkitystä suomalaisten sijoituskäyttäytymiselle ja suomalaiselle sijoituskentälle.

1.2 Tutkielman tavoitteet ja rajaukset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on tutkia, mikä merkitys talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on sijoittamiskäyttäytymiseen Suomessa ja vaikuttavatko podcastit yksityishenkilöiden kiinnostukseen sijoittamista kohtaan. Tarkastelukohteena on talous- ja sijoitusaiheiset podcastit, jotka ovat nousseet merkittäväksi osaksi uutta viestinnän ja sijoituskasvatuksen muotoa. Tutkimuksessa tarkastellaan podcastien merkitystä yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiseen ja sitä kautta sijoituspäätöksiin, sijoitusstrategioihin tai sijoittamiseen liittyviin asenteisiin ja tunteisiin. Tutkimus pyrkii tuomaan esiin podcastien suoria, että epäsuoria vaikutuksia sijoituskäyttäytymiseen. Näiden lisäksi tutkimus tarjoaa lisätietoa, siitä ovatko podcastit madaltaneet sijoittamisen aloittamisen kynnyistä ja lisänneet yksityissijoittajien suosiota Suomessa. Tutkimus antaa ymmärrystä, miten podcastit viestinnän välineenä vaikuttavat ihmisten mielikuviin sijoittamisesta ja voivatko ne toimia varsinaisina tiedonlähteinä sijoittamisessa vai enemmän täydentävinä tiedonlähteinä muiden talousaiheisten tietolähteiden rinnalla.

Tutkimus on rajattu koskemaan yksityisiä suomalaisia sijoittajia ja sijoittamisesta kiinnostuneita henkilöitä. Tutkimuksen empiirinen aineisto kerätään Suomen kontekstissa ja tutkimuksen tulokset kuvaavat suomalaisen sijoittajakentän ja podcastkuuntelijoiden välistä suhdetta. Kansainväliset vertailut ja muiden maiden ilmiöt jäävät tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Samoin tutkimuksen ulkopuolelle rajataan institutionaalinen sijoittaminen sekä ammattimainen varainhoito, sillä tutkimuksen painopiste on yksityishenkilöiden kokemuksissa ja toiminnassa. Näillä rajauksilla pyritään varmistamaan tutkimuksen tulosten tulkittavuus suomalaisen piensijoittamisen näkökulmasta.

Tutkimusongelmaa lähestytään seuraavalla tutkimuskysymyksellä:

Minkälainen merkitys talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on suomalaisten sijoituskäyttäytymiseen?

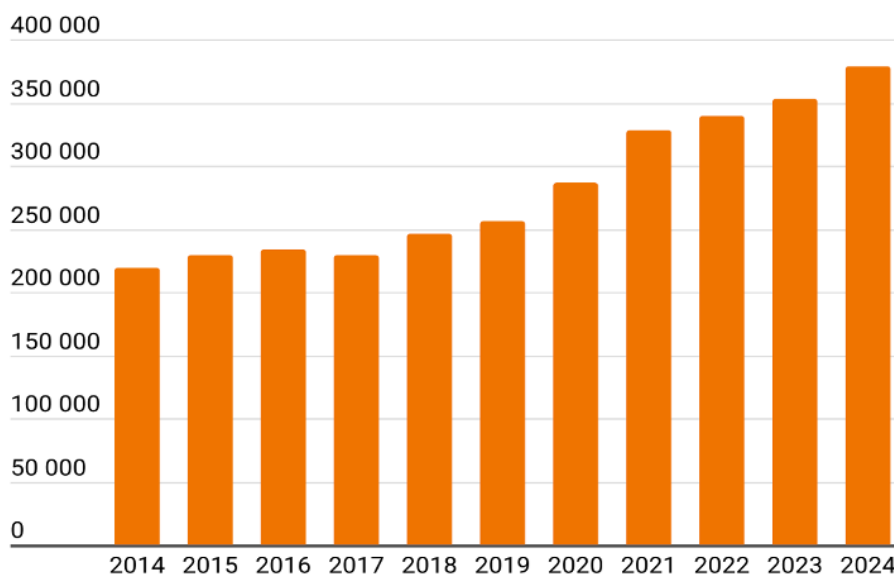
1.3 Tutkielman rakenne

Tutkimus koostuu seitsemästä pääluvusta. Se rakentuu teoreettisesta ja empiirisestä osuudesta sekä tulosten analysoinnista ja johtopäätöksistä. Toisessa luvussa keskitytään teoreettiseen viitekehykseen, jossa käsitellään yksityissijoittamista yleisellä tasolla sekä Suomen mittakaavassa. Aluksi tuodaan ilmi, mitä yksityissijoittaminen tarkoittaa ja miten se ilmenee Suomessa. Sitten edetään loogisesti suomalaisen finanssiosaamiseen sekä sijoituskäyttäytymiseen ja sen kehitykseen. Kolmannessa luvussa tarkastellaan behavioraalisen taloustieteen näkökulmaa, joka luo teoreettisen perustan sille, että ymmärretään sijoittajien päätöksentekoa ja käyttäytymistä paremmin. Siinä käydään läpi keskeiset psykologiset vinoumat ja miten ne näkyvät sijoittamisessa. Neljännessä luvussa esitellään podcastien roolia sijoittamisessa. Ensiksi käsitellään podcastit yleisesti ilmiönä, sekä vertaillaan niiden piirteitä muihin viestintä- ja tiedonvälitysmuotoihin. Erityisesti tässä luvussa syvennyttään talous- ja sijoitusaiheisiin podcasteihin sekä niiden sisältöihin. Tämä luku yhdistää podcastit ja yksityissijoittamisen toisiinsa ja toimii linkkinä teoreettisen viitekehyksen sekä empiirisen tutkimuksen välillä. Tutkimuksen viides luku koostuu tutkimusmenetelmistä. Tässä luvussa perustellaan tutkimusmenetelmän soveltuvuus tutkimusongelmaan ja esitellään aineiston keruumenetelmät sekä esitellään teemahaastattelun teemat. Kuudes luku sisältää empiirisen osuuden käsittelyn. Siinä kuvataan tutkimuksen aineisto, haastateltavien taustatiedot sekä tutkimuksen tulokset ja niiden analysointi. Luvussa tuodaan esiin aineistosta esiin tulleet empiiriset havainnot ja niitä arvioidaan suhteessa teoreettisiin lähtökohtiin. Seitsemännessä eli viimeisessä luvussa esitetään tutkimuksen johtopäätökset ja pohdinta. Tämän luvun tarkoituksena on koota yhteen tutkimuksen keskeiset tulokset ja vastata tutkimuskysymykseen. Sen lisäksi siinä arvioidaan tutkimuksen onnistumista, luotettavuutta, rajoitteita ja mahdollisia jatko-tutkimuksia.

2 Yksityissijoittaminen Suomessa

2.1 Yksityissijoittaminen yleisesti

Yksityissijoittajat ovat henkilöitä, jotka sijoittavat omia rahojaan omaksi edukseen. Yksityissijoittajan sijoittamat rahamäärät ja kaupankäyntiaktiivisuus ovat huomattavasti pienempiä verrattuna institutionaalisiin sijoittajiin. Yksityissijoittajan sijoitusmotiveina voivat toimia esimerkiksi säästäminen itselle tai lapsille, eläkeajan taloudellinen turvaaminen tai suuren hankinnan, kuten asunnon ostaminen (Palmer 2024). Institutionaaliset sijoittajat ovat puolestaan yhtiöitä tai organisaatioita, esimerkiksi vakuutus- ja eläkeyhtiöitä tai pankkeja, jotka tekevät sijoituksia toisen henkilön, yhtiön tai organisaation puolesta. Institutionaalisisilla sijoittajilla on saatavilla enemmän tietoa ja kokemusta sekä käytettävissään suuria rahamääriä, ja tätä kautta enemmän mahdollisuuksia sijoittamisessa. Suurilla rahamäärillä sijoittaessaan institutionaaliset sijoittajat joutuvat maksamaan pienempiä kaupankäyntikuluja ja lisäksi kaupankäynnillä voi olla huomattavia vaikutuksia osakkeiden kurssien kehitykseen (Palmer 2024). Yksityissijoittaminen on yleistynyt Suomessa ja varsinkin yhä useampi nuori kokee kiinnostusta sijoittaa osakkeisiin tai rahastoihin. Etenkin alle 25-vuotiaiden sijoittaminen on yleistynyt merkittävästi ja nykyisin joka neljäs nuori sijoittaa osakkeisiin ja/tai rahastoihin. Viimeisen kymmenen vuoden aikana nuorten sijoittajien määrä on noussut 87 %, joka on suurempi kasvu kuin missään muussa ikäryhmässä. Nuorten lisääntynyt kiinnostus sijoittamiseen kuvaa selvää muutosta suomalaisessa sijoituskulttuurissa (Pörssisäätiö 2025). Kuvio 1 nähdään alle 25-vuotiaiden sijoittajien määrän kehitys vuodesta 2014 vuoteen 2024.



Kuvio 1. Alle 25-vuotiaiden sijoittajien määrän kehitys. (Pörssisäätiö 2025)

2.2 Suomalaisen finanssiosaaminen

Useat 1990-luvun laman aikana varttunut suomalainen on perheessä saanut rahan liittyvää kasvatusta, joka voidaan lyhyesti tiivistää seuraavasti: velka on pahasta, työn teolla ei vaurastuta ja sijoittaminen kuuluu varakkaille ja on liian riskialtista tavallisille kansalaisille. Nämä ajatukset ovat vaikuttaneet suomalaisten taloustaitojen kehittymiseen ja hidastaneet finanssiosaamisen omaksumista. Useat sukupolvet ovat saaneet liian vähän talouskasvatusta, joka on johtanut siihen, että rahaa käytetään tavoilla, jotka eivät ole taloudellisesti järkeviä pitkällä aikavälillä. Kasvatus ja ympäristö vaikuttavat yksilön ajatukseen rahasta ja virheelliset tavat ja uskomukset voivat heikentää vaurastumista. Rahasta puhuminen on ollut pitkään tabu Suomessa ja siihen liittyy edelleen häpeää ja stigmaa. Avoin rahapuheen puuttuminen on johtanut siihen, että talousasioita ei käsitellä arjessa tarpeeksi ja moni jää tämän takia ilman riittävää rahakasvatusta. Suurin osa suomalaisista elää palkkapäivästä toiseen, vain haaveilemalla isommista mahdollisuuksista. Yleinen suomalainen tarina rahan käytöstä noudattaa usein samaa kaavaa, jossa yksilö käy töissä eläkeikänsä asti, maksaa asuntolainaa ja lottoaa, sillä toivolla, että saavuttaisi taloudellisen vapauden. Samaan aikaan on kuitenkin huomattavissa, että saman tulotason omaavat henkilöt onnistuvat kerryttämään varallisuutta, kun toiset kärsivät taloudellisten ongelmien kanssa. Tästä huomataan, että suurin selittävä tekijä erojen taustalla on talousosaaminen ja rahataidot. Yksinään tulotaso ei takaa taloudellista turvaa, ja ilman rahataitoja yksilö voi joutua vararikkoon varallisuudesta huolimatta. Hyvä talousosaaminen ja rahan käytön hallinta voivat siis mahdollistaa taloudellisen tasapainon, vaikka tulot olisivat pienemmät. Rahataidot ovat opittavissa ja niiden avulla voidaan luoda taloudelliset raamit uudelleen. Viime vuosina suomalaisten kiinnostus taloustaitoja ja finanssiosaamista kohtaan onkin kasvanut selvästi (Juntunen 2024, 9–10).

Suomalaisten finanssiosaaminen näkyy yksilöllisen talouden hallinnan lisäksi myös laajemmassa taloudellisessa käyttäytymisessä. Tilastokeskuksen mukaan vuoden 2025 2. vuosineljänneksen kotitalouksien velkaantumisaste oli 121,3 %, joka on suhteellisen paljon. Tämä tarkoittaa sitä, että velat ylittävät merkittävästi käytettävissä olevat tulot. Aikaisempiin vuosiin verrattuna velkaantumisaste on laskenut muutamalla prosenttiyksiköllä, mutta tulos on silti korkea. Tämän perusteella voidaan tulkita, että suomalaisten kotitalouksien taloudenhallinnassa on edelleen haasteita (Suomen virallinen tilasto 2025b). Suomessa on viime vuosina ponnisteltu paljon talouslukutaidon edistämiseksi. Esimerkiksi finanssiosaamista kehitetään osana kansallista talousosaamisen strategiaa, jonka tavoitteena on, että suomalaisten talousosaaminen olisi maailman huippuluokkaa vuoteen 2030 mennessä. Talousosaaminen on laaja kokonaisuus, joka sisältää vastuullisen talouden hallinnan, varojen säästämisen, sijoitustoiminnan sekä velkaantumisen ehkäisyn. Sijoittaminen on määritelty keskeiseksi osa-

alueeksi suomalaisten talousosaamisen kehittämisessä. Talousosaamista halutaan kehittää lisäämällä sitä esimerkiksi jo peruskoulujen ja toisen asteen koulutusten opetussuunnitelmiin eri oppiaineisiin, kuten kotitalouteen, matematiikkaan ja yhteiskuntaoppiin (Oikeuspalveluvirasto n.d.). Tällä hetkellä suomalaisten, erityisesti nuorten finanssiosaaminen on kokonaisuudessaan vahvalla tasolla. Oikeusministeriön vuonna 2024 toteuttama laaja kyselytutkimus osoittaa, että suurin osa 15–29-vuotiaista suomalaisista hallitsee keskeiset talouden peruskäsitteet, kuten inflaation, korkojen vaikutukset ja sijoitusten hajauttamisen periaatteet. Nuorilla on hyvät valmiudet ymmärtää omaa talouden hallintaa ja sijoittamiseen liittyviä tekijöitä (Oikeusministeriö 2024).

2.3 Sijoituskäyttäytyminen ja sen kehitys

Digitalisaation myötä Suomen sijoituskäyttäytyminen on muuttunut merkittäväällä tavalla. Sijoittajilla on nykyisin huomattavasti aiempaa laajemmat mahdollisuudet sijoittaa eri markkinoihin, mikä on monipuolistanut ja nopeuttanut sijoitustoimintaa. Maailmanlaajuisesti tarjolla on kymmeniä tuhansia pörssiyhtiöitä ja näiden perusteella muodostettuja indeksejä, joita seuraavat erilaiset rahastot ja erityisesti pörssinoteeratut rahastot eli ETF:t. Tällaiset sijoitustuotteet ovat mahdollistaneet sen, että yksityissijoittaja voi hajauttaa sijoituksensa laajasti eri toimialoille, markkinoille ja sijoitustyyliin ilman suurta pääomaa tai syvällistä asiantuntemusta. Tämä on tehnyt sijoittamisesta aiempaa helpompaa ja houkuttelevampaa, mikä heijastuu myös sijoittajakunnan kasvuna ja sijoittamisen arkipäiväistymisenä (Kallunki ym. 2019, 4–5).

Sijoituskäyttäytymisen kehityksen kannalta toinen merkittävä muutos liittyy kaupankäynnin kustannusten laskuun. Digitalisaatio on mahdollistanut sijoituspalveluiden tuottamisen aiempaa kustannustehokkaammin, mikä on alentanut kaupankäyntikuluja merkittävästi. Monilla alustoilla arvopapereita voidaan ostaa ja myydä lähes ilmaiseksi, ja useat pankit sekä välittäjät kilpailevat asiakkaista tarjoamalla maksuttomia tai hyvin edullisia kaupankäyntipalveluita. Tämä on kannustanut piensijoittajia käymään kauppaa aktiivisemmin ja ottamaan markkinoilla enemmän riskiä. Sijoituskäyttäytyminen on näin ollen muuttunut ja päätöksiä tehdään yhä useammin mobiilisovellusten ja erilaisten digitaalisten alustojen kautta (Kallunki ym. 2019, 4–5).

Kolmas keskeinen muutos liittyy tiedonvälityksen nopeutumiseen ja sijoittajainformaation määrän kasvuun. Internet ja digitaaliset palvelut mahdollistavat reaaliaikaisen pääsyn sijoittamiseen liittyvään tietoon, kuten osakekursseihin, talouslukuihin ja yritysten sijoittajaviestintään. Sijoittajille suunnattu tieto on saatavilla lähes viiveettä ja sen määrä on kasvanut valtavasti. Tämä on lisännyt sijoittajien tietopohjaa ja helpottanut päätöksentekoa, mutta samalla synnyttänyt uuden haasteen: tiedon

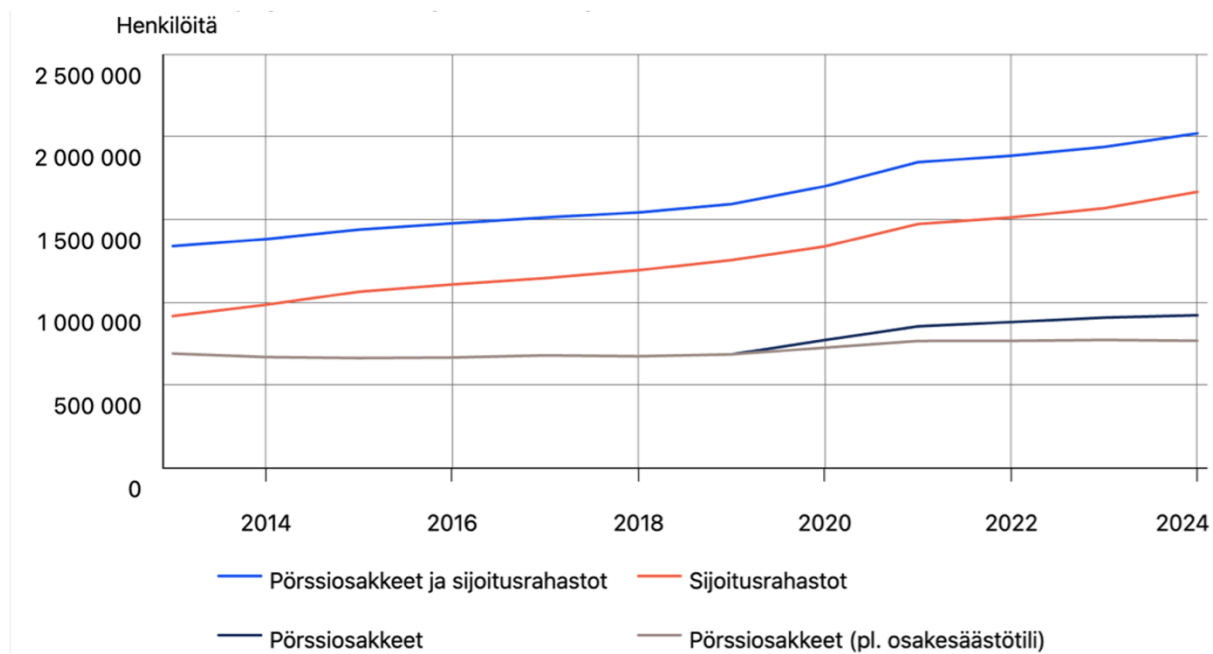
ylikuormituksen eli ”informaatioähkyn”. Sijoittajilla on nykyään käytössään niin paljon dataa ja eri lähteitä, että olennaisen tiedon erottaminen epäolennaisesta on entistä vaikeampaa (Kallunki ym. 2019, 4–5).

Oikeusministeriön vuoden 2024 tutkimuksen perusteella sijoituskäyttäytyminen on erilaista eri väestöryhmissä. Erityisesti on huomattu, että sukupuolella on vaikutusta riskinottoon. Nuoret miehet ovat yleisesti valmiimpia ottamaan taloudellisia riskejä, kuten sijoittamaan osakkeisiin tai rahastoihin. Nuoret naiset suhtautuvat taloudellisiin päätöksiin varovaisemmin. Miehet sijoittavat myös matalammalla kynnyksellä isompia summia kuin naiset. Iällä ei ollut kovin paljoa vaikutusta talousosaamiseen. Teini-ikäiset sekä nuoret aikuiset osoittautuivat melko samalle tasolle talousosaamisessa. Tutkimuksessa havaittiin kuitenkin, että vanhempien koulutustaso vaikuttaa nuoren sijoituskäyttäytymiseen. Korkeakoulutetusta perheestä tulevilla nuorilla on keskimäärin parempi tietämys sijoittamiseen ja säästämiseen liittyvistä asioista, kuin niillä nuorilla, joilla vanhempien koulutus on matalampi. Tämä korostaa koulutuksen ja kasvatuksen merkitystä sijoituskäyttäytymisessä (Oikeusministeriö 2024).

Aiemmin sijoittaminen aloitettiin paljon myöhemmällä iällä, kun työelämässä oli ehditty olla jo pidempään ja suurin osa asuntolainasta oli maksettuna. Nykyään sijoittaminen aloitetaan huomattavasti nuoremmalla iällä, jo ennen työelämää ja asunnon ostamista. Nuorten lisääntyneen sijoittamiskiihnostuksen taustalla on sijoittamiseen liittyvän tiedon kasvu. Sosiaalisessa mediassa on yhä enemmän vaikuttajia, jotka jakavat tietoa sijoittamisesta sekä tarjoavat nuorille koulutusta ja kursseja. Myös vuonna 2017 käynnistetty Pörssilähettiläät-ohjelma, joka on kasvanut valtakunnalliseksi viime vuosien aikana, on lisännyt nuorten intoa sijoittamisesta. Ohjelmassa on kolmen päivän kestävä koulutus, jossa nuori pääsee tutustumaan oman talouden hallintaan, säästämiseen ja sijoittamiseen. Koulutuksesta läpi päässeet nuoret voivat omatoimisesti käydä kouluissa pitämässä oppitunteja säästämisestä ja sijoittamisesta ysiluokkalaisille (Pörssisäätiö 2025). Tämä kuvaa isoa kehitystä suomalaisessa sijoituskäyttäytymisessä. Sijoittaminen ei ole vain taloudellisesti varakkaiden ihmisten toimintaa, vaan sijoittamiselle voi altistua jo peruskoulussa. Pörssilähettiläät-ohjelma on esimerkki toiminnasta, joka edistää sijoittamiskulttuurin muutosta. Ohjelman avulla pyritään lisäämään nuorten tietoa sijoittamisesta, mikä voi pitkällä aikavälillä vaikuttaa koko väestön sijoituskäyttäytymiseen sekä tulevaisuudessa lisätä kotitalouksien varallisuuden kasvua.

Suomen Pankin (2025) mukaan voidaan päätellä, että suomalaisten sijoituskäyttäytyminen on kasvanut viime vuosien aikana. Suomen Pankin (2025) tilaston perusteella kotitaloudet ovat sijoittaneet kotimaisiin sijoitusrahastoihin ennätysmäärän, jopa 376 milj. euron edestä syyskuun 2025 aikana.

Tämä on vuoden 2009 jälkeen tilastohistorian eniten sijoitettu määrä kuukaudessa. Sijoituksia on tehty 19 % enemmän vuoden 2025 tammi-syyskuun aikana kuin mitä oli edellisellä vastaavalla kaudella vuonna 2024. Kotimaisten sijoitusrahastojen lisäksi suomalaiset sijoittavat myös ulkomaille, vaikka määrät olivat hiukan pienempiä. Ulkomaisiin sijoitusrahastoihin sijoitettiin 62 milj. euroa lisää ja syyskuun 2025 lopussa myös omistukset ulkomaan sijoitusrahastoista olivat suurimmat tähän mennessä. Tämä viittaa siihen, että kiinnostus on kasvanut kansainvälisiä markkinoita kohtaan ja halutaan hajauttaa riskiä. Myös sijoituskohteiden suosiossa näyttäytyy selvä trendi: osakerahastoihin sijoittaminen on ollut nousussa, joka kertoo suomalaisten kasvavasta riskinotosta. On otettu enemmän riskiä, jotta saataisiin mahdollisimman hyvää tuottoa. Tähän ovat todennäköisesti vaikuttaneet tiedon lisääntyminen ja sijoituspalveluiden yleistymisen. Sijoituskäyttäytyminen on menossa kohti tietoisempaa ja pitkäjänteisempää varallisuuden hallintaa (Suomen Pankki 2025). Kuvio 2 havainnollistaa, että sijoitusrahastoja ja pörssiosakkeita omistavien henkilöiden määrä Suomessa on kasvanut vuodesta 2013 vuoteen 2024. Vuoden 2024 lopussa sijoitusrahastoja, pörssiosakkeita tai molempia omisti jo 2,02 miljoonaa henkilöä. Vuodesta 2020 lähtien sijoittamisen yleistymisen on kiihtynyt, mikä korostaa kotitalouksien kasvavaa kiinnostusta sijoitustoimintaan.

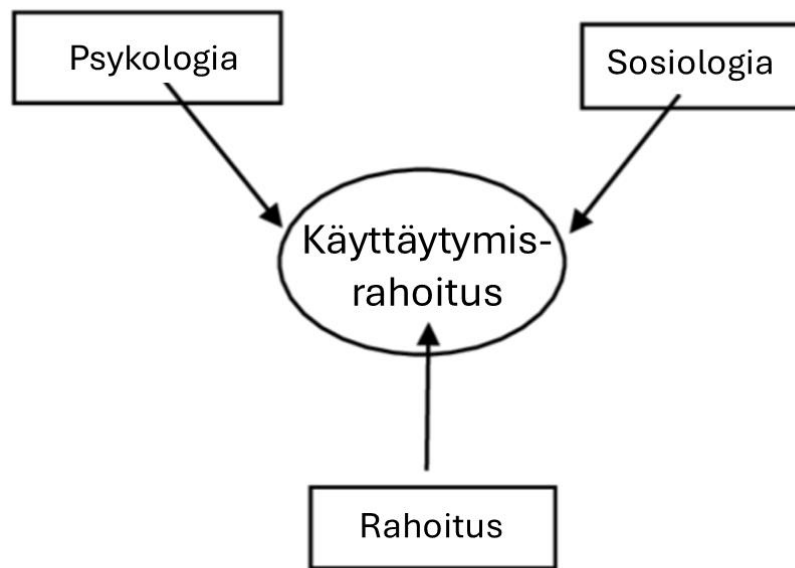


Kuvio 2. Pörssiosakkeita, sijoitusrahastoja tai molempia omistavien henkilöiden lukumäärä 2013–2024. (Suomen virallinen tilasto 2025a)

3 Behavioraalinen taloustiede sijoittamisessa

3.1 Behavioraalinen taloustiede

Behavioraalisen taloustieteen näkökulma keskittyy käyttäytymistaloustieteeseen, joka on taloudellisen analyysin lähestymistapa, jossa yhdistyy taloustiede ja psykologia. Siinä pyritään selvittämään, miten ihmiset tekevät päivittäisiä taloudellisia päätöksiä ja miten nämä päätökset vaikuttavat talouden tuloksiin (The Review of Economic studies, n.d.). Behavioraalisen taloustieteen pääpainona on keskittyä ihmisten käyttäytymisen empiirisiin havaintoihin. Havainnot ovat osoittaneet, että ihmiset eivät aina tee rationaalisia tai optimaalisia päätöksiä, vaikka heillä olisi tarvittava tieto ja taito. Ihmiset saattavat esimerkiksi pitkittää sijoittamista eläkesäästöihin tai urheilun aloittamista, vaikka he tietäisivät, että se olisi hyödyllistä. Miksi esimerkiksi uhkapelaajat saattavat ottaa suurempaa riskiä voiton sekä tappion jälkeen, vaikka todennäköisyys pysyy samana, eikä ole riippuvainen voitoista tai tappioista? Käyttäytymistaloustiede pyrkii vastaamaan tällaisiin kysymyksiin tutkimusten avulla ja ilmentämään ihmisiä olentoina, johon olosuhteet ja ympäristö vaikuttavat. Käyttäytymistaloustutkimusten avulla saadaan selville uusia oppeja, jotta taloustieteilijät pystyisivät ymmärtämään ihmisten taloudellista käyttäytymistä paremmin (Witynski, n.d.). Ymmärtämällä käyttäytymisrahoitusta paremmin on tärkeä keskittyä määrittelemään psykologia, sosiologia ja rahoitus ja miten ne toimivat yhdessä. Psykologia tarkastelee käyttäytymistä, henkisiä prosesseja sekä miten ihmisten henkinen ja fyysinen tila sekä ympäristötekijät vaikuttavat päätöksentekoon. Sosiologia tutkii ihmisten sosiaalista vuorovaikutusta ja ryhmiä sekä sosiaalisten suhteiden vaikutusta ihmisen asenteisiin ja käyttäytymiseen. Rahoitusteoria käsittelee arvonmäärittämistä ja päätöksentekoa ja pääomanallokointia. Yleensä käyttäytymisrahoituksessa pääpaino on edelleen perinteisessä rahoitusteoriassa, mutta psykologia ja sosiologia täydentävät sitä ja luovat sille kokonaisuuden. Näiden kolmen tieteenalan yhdistyminen muodostaa behavioral finance -lähestymistavan, jota Kuvio 3 havainnollistaa (Ricciardi & Simon 2000).



Kuvio 3. Käyttäytymisrahoituksen muodostuminen kolmesta tieteenalasta. (mukaillen Ricciardi & Simon 2000)

Yksi keskeinen käyttäytymistaloustieteen havainto liittyy siihen, miten ihmiset käyttävät päätöksissään yksinkertaisia oikopolkuja eli heuristiikkoja, joiden avulla tehdään päätökset nopeasti ilman perusteellista analyysia. Käyttäytymistaloustieteen pioneeri Richard Thaler mainitsee tästä konkreettisen esimerkin: Jos suomalaisilta kysyttäisiin, kuinka yleisenä pidät nimeä ”Dhruv”, useimmat saataisivat arvioida sen harvinaiseksi, koska eivät tunne ketään sillä nimellä. Todellisuudessa nimi on hyvin suosittu Intiassa, jossa väestömäärä on suurimmillaan ja tästä syystä nimi on globaalisti katsottuna hyvin yleinen. Ihmisten arvio perustuu helposti heidän lähipiiriinsä tai omiin kokemuksiinsa. Ihmiset tekevät päätöksiä saatavilla olevan tiedon perusteella, vaikka se ei olisi koko kuva kyseisestä ilmiöstä. Tämän kaltaiset kognitiiviset oikopolut saattavat toimia arjessa, mutta ne eivät välttämättä johda objektiivisesti oikeisiin tai yleispäteviin tuloksiin esimerkiksi sijoituskohteita arvioitaessa (Thaler 2015, 36–37). Toinen esimerkki, jota Thaler havainnollistaa ihmisten päätöksenteon epäjohdonmukaisuudesta on tilanne, jossa opiskelijat pitivät arvosanaa 96/137 parempana kuin 72/100, vaikka prosentuaalisesti molemmat vastaavat saman arvoista suoritusta. Ihmisten tyytyväisyys ei synny ainoastaan pelkästä tuloksesta, vaan siihen vaikuttaa muutkin tekijät, kuten miten tulos esitetään ja mihin sitä verrataan. Vastaava esimerkki, jonka Thaler mainitsee, esiintyy yrittäjyydessä: tilastollisesti suurin osa uusista yrityksistä epäonnistuu, vasikka yrittäjät itse ovat arvioineet omat onnistumismahdollisuutensa keskimäärin paljon korkeammaksi, jopa 75 prosenttiin. Nämä esimerkit osoittavat, että päätökset eivät perustu vain todennäköisyyksien rationaaliseen harkintaan, vaan niihin

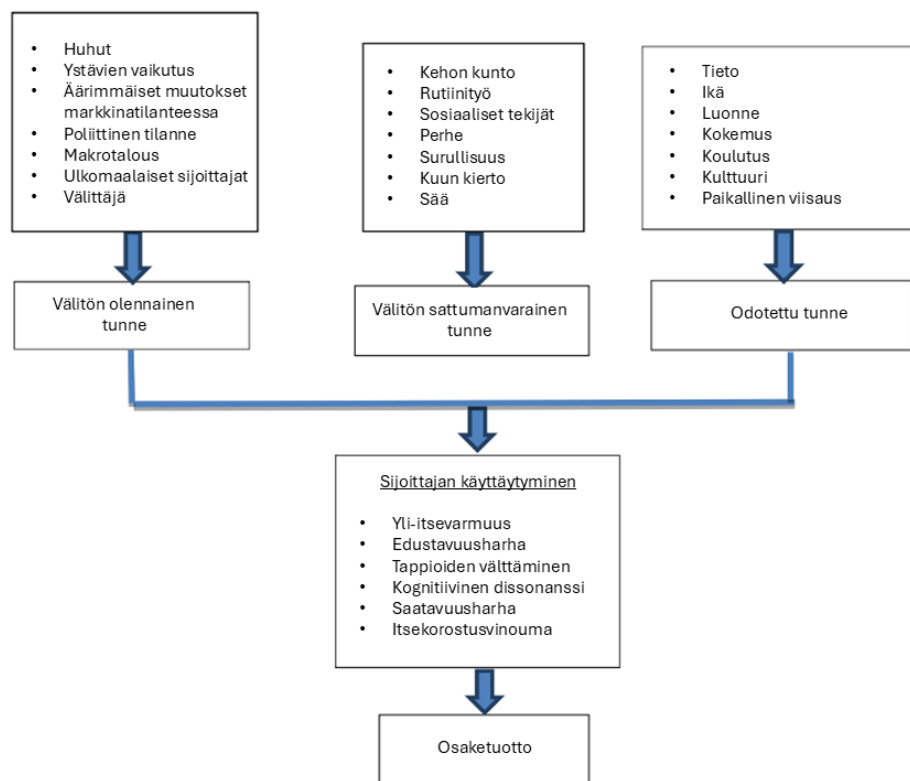
vaikuttavat psykologiset tekijät ja henkilön oma näkökulma (Thaler 2015, 18). Jotta voitaisiin ymmärtää ja ennustaa paremmin tulevia tapahtumia taloudessa ja osakemarkkinoilla sekä välttää tuhoisia romahduksia, kuten vuoden 2008 finanssikriisi, on tärkeää kiinnittää huomiota ihmisten käyttäytymismalleihin talousteorioita käsiteltäessä. Pelkät perinteiset mallit eivät pysty selittämään tai ennakkoimaan sijoittajien riskialttiita päätöksiä (Thaler 2015, 23).

3.2 Behavioraalisen taloustieteen vaikutus sijoituspäätöksiin

Teknologian kehityksen myötä yksilöiden sijoitusmahdollisuudet ovat muuttuneet merkittävästi. Sijoittaminen on houkutellettu niin kokeneita yksilöitä kuin amatöörejä. Tämän seurauksen rinnalla on syntynyt myös monia psykologisia ilmiöitä, jotka vaikuttavat sijoituspäätöksiin (Idris 2024). Monesti ajatellaan, että sijoittaminen on pelkkiä numeroita ja kaavioita, mutta todellisuudessa se on paljon muutakin. Sijoittamiseen liittyy paljon tunteita, uskomuksia ja alitajuisia vinoumia. Sijoittajalla voi olla käytössään tarvittava tieto ja osaaminen, mutta silti tunteet, kuten pelko, ahneus tai ryhmäpaine voivat saada tekemään epärationaalisia ratkaisuja. Usein tunteet saattavat ottaa vallan, varsinkin jos kyseessä on sijoittajalle uudenlainen sijoituskohde. Kun tietämys sijoittamisen psykologiasta lisääntyy, näitä tunnelatauksia on helpompi hallita. Sen lisäksi hyvä tapa hallita tunteita on käyttää sijoittamisen apuna erilaisia työkaluja ja analyysejä, kuten sijoitussuunnitelmaa (Arvopaperi 2025). Sijoittajan tunteet voidaan jakaa kahteen eri osaan: odotettuihin tunteisiin ja välittömiin tunteisiin. Odotettu tunne on nimensä mukaisesti tunne, jonka odotetaan tulevan, esimerkiksi osakkeiden ostamisessa tai myymisessä. Tunne syntyy usein vasta päätöksenteon tuloksen jälkeen, joten sillä ei ole vaikutusta päätöksenteko hetkeen. Tunteen voi kuvitella, joko positiiviseksi, esimerkiksi jos ostettujen osakkeiden hinnat nousee, tai toisaalta myös negatiiviseksi, jos osakkeiden hinnat laskee. Odotettuun tunteeseen on hyvä valmistautua henkisesti etukäteen ennen päätöksentekoa. Välitön tunne syntyy juuri päätöksenteon hetkellä. Se syntyy silloin, kun jotain odottamatonta tapahtuu suoraan. Välittömässä tunteessa yksilö kokee epämiellyttäviä tunteita, mikä voi aiheuttaa paniikkia. Tämä voi vaikuttaa osakkeiden hallitsemattomiin myynteihin tai ostoihin (Ady 2018). Perinteisten rahoitusmallien tulee ottaa huomioon emotionaaliset, että psykologiset tekijät, jotka häiritsevät rationaalista päätöksentekoa ja johtavat lyhyen aikavälin päätöksiin. Taloustaitojen leviämällä voidaan edistää ja kannustaa sijoittajien pitkän aikavälin sijoitusstrategioihin, jotta vähennetään tunnesijoittamisen vaikutusta. Finanssiteknologian kautta sijoittajat oppivat rationaalisempaa sijoituskäyttäytymistä, minkä seurauksena syntyy terveempi rahoitusympäristö (Idris 2024).

Behavioraalista näkökulmaa tarkastelemalla huomataan, että psykologiset tekijät vaikuttavat sijoituspäätöksiin jopa enemmän kuin tekniset analyysit. Psykologiset harhat syntyvät elämäntilanteen

ja tunnetilojen vaikutuksesta. Sosiaaliset tekijät sekä biologiset tekijät herättävät sijoittajissa monenlaisia tunteita. Myös useat muut tekijät, kuten maan poliittinen tilanne, makrotalous, perhesuhteet, ystävien kokemukset, huhut, positiivinen tai negatiivinen mieliala tai jopa sääolosuhteet vaikuttavat tunteiden vaihteluun ja sitä kautta sijoittajien päätöksentekoon. Näiden perusteella voidaan todeta sijoituspäätöksiin olevan täynnä psykologisia vinoumia ja siksi päätökset ovat usein irrationaalisia. Sijoittajan käyttäytyminen muodostuu erilaisten emotionaalisten tekijöiden vaikutuksesta. Kuvio 4 ilmentää tilannetta, kuinka sijoituspäätökseen liittyvät tunteet, päätöksestä riippumattomat tunteet ja odotuksiin perustuvat tunteet voivat johtaa käyttäytymisharhoihin ja vaikuttaa lopulta osaketuottoihin (Ady 2018).



Kuvio 4. Kognitiivisen ja psykologisen sijoittajakäyttämisen malli. (Ady 2018)

3.3 Keskeiset psykologiset vinoumat sijoittamisessa

Yleisimmät neljä psykologista vinoumaa, jotka liittyvät sijoittamiseen ovat FOMO (*fear of missing out*), laumakäyttäytyminen, menetysten ja ikävän tunteen välttely sekä liiallinen itseluottamus. Näillä psykologisilla vinoumillä on iso merkitys ihmisten taloudelliseen päätöksentekoon (Nieminen 2025). Alun perin termiä FOMO on käytetty sosiaalisessa mediassa käyttäytymisen ja kuluttamisen

yhteydessä, kuitenkin lähivuosina FOMO on löytänyt tiensä myös rahoituksen pariin. FOMO määrittää emotionaaliseksi reaktioksi, jossa ihminen kokee, että muut saavat tilaisuuden nauttia kokemuksista ja voitoista, joista itse on suljettu pois. Tunne siitä, että jää ulkopuolelle, voi saada yksilön toimimaan impulsiivisesti ahdistuksen ohjaamana. Tästä syystä sijoittajat saattavat tehdä hätäisiä tai tietämättömiä päätöksiä, kuten osakkeiden hallitsematon osto tai myyminen. FOMO voi johtaa yksilön tekemään epäedullisia päätöksiä, kuten käymään kauppaa useammin, mikä voi johtaa korkeampiin transaktiokustannuksiin ja alhaisempiin kokonaistuottoihin. Tyypillistä FOMO:lle on lyhytnäköisyys, jossa sijoittajat asettavat nopeat voitot etusijalle, jolloin pitkän aikavälin tavoitteet kärsivät. Vaikka tämä käyttäytyminen saattaa joskus johtaa kannattaviinkin tuloksiin, siihen kuitenkin liittyy lisääntynyt riski ja volatilitteetti, mikä voi johtaa taloudellisiin tappioihin. Varsinkin sosiaalisen median myötä, lisääntyneiden talouskanavien ja sijoitusfoorumien kautta ihmisillä on nykypäivänä mahdollisuus vertailla omia sijoitussalkkujaan muiden salkkuihin. Tämä luo FOMO:lle hyvän kasvualustan, jossa yksilöt altistuvat huomaamattomasti menestystarinoille korkeista voitoista. Nämä tarinat luovat yksilöille paineita, pelottelemalla mahdollisuuksien menetyksestä ja siksi ihmiset toimivat impulsiivisesti. Erityisesti nuorten keskuudessa FOMO on ilmiönä hyvin tunnettu. Niin kuin aiemmin todettiin Z-sukupolven yksilöt ovat nykypäivänä enemmän kiinnostuneita sijoittamisesta ja tästä syystä he ovat myös alttiita FOMO:lle sekä muille sosiaalisessa mediassa oleville trendeille, jotka voivat vaikuttaa sijoituspäätöksiin. Tähän väestöryhmään kuuluvat sijoittajat sijoittavat useammin myös korkean raksin kohteisiin, kuten kryptovaluuttoihin ja teknologiayhtiöiden osakkeisiin, joiden hinnat voivat vaihdella voimakkaasti (Idris 2024).

Laumakäyttäytyminen vaikuttaa ihmisen kykyyn tehdä omia päätöksiä. Laumakäyttäytymisessä ihminen seuraa muiden tekemisiä ja tekee päätöksiä muiden mukaan. Laumakäyttäytyminen lisää riskiä sijoituspäätöksissä, koska usein siinä ajatellaan tunteella eikä järjellä (Nieminen 2025). Tutkimuksessa Baddeley, Burke, Schultz & Tobler (2012) todettiin, että yksilöillä on vahva tarve seurata lauman päätöksiä. Tutkimuksessa perehdyttiin siihen, minkälaisia vaikutuksia laumapäätökset aiheuttavat yksilöiden taloudellisiin päätöksiin. Siinä havaittiin, että yksilöiden tieto muiden päätöksistä vaikutti myös heidän omiin päätöksiinsä. On todettu, että ryhmän vaikutus monissa taloudellisissa ja rahoituksellisissa päätöksissä on yhdenmukaista rajoitetun rationaalisuuden kanssa: epävarmassa maailmassa yksilö ymmärtää, että oma arviokyky voi olla erehtyväinen ja silloin voi olla rationaalista olettaa, että muut ovat tietoisempia asioista. Usein lauma-ajattelun mikrotaloudellisissa malleissa ajatellaan, että sijoittajat hyödyntävät, muiden tekemiä päätöksiä eli katsovat mitä muut sijoittajat ostavat tai myyvät ja käyttävät tätä tietoa omassa päätöksenteossaan. Tieto muiden valinnoista leviää helposti ryhmän sisällä, mikä voi johtaa laumakäyttäytymiseen. Lauman seuraaminen voi olla myös

nopea päätöksentekotapa. Yksilöt kopioivat muiden toimia, koska he ajattelevat, että muut tietävät enemmän. Ihmiset voivat hyötyä pelkästään siitä, että kuuluvat ryhmään ja tukevat muiden mielipiteitä, vaikka objektiivisesti se ei olisikaan paras valinta. Silloin he saattavat tuntea itsensä hyväksytyiksi, mikä voi tuottaa psykologisia hyötyjä. Monet yksilölliset erot, kuten sukupuoli, ikä ja persoonallisuus voivat vaikuttaa siihen, kuinka vahvasti henkilö altistuu sosiaaliselle vaikutukselle. Usein laumakäyttäytyminen on yhdistetty persoonallisuuspiirteisiin, kuten impulsiivisuuteen ja riskinottoon. Laumakäyttäytyminen saattaa olla omaksuttu ja automatisoitu päätöksentekotapa, jonka avulla ihminen pystyy tekemään päätöksiä vaikeissakin tilanteissa. Laumakäyttäytymistä ja erityisesti taloudellista laumakäyttäytymistä on tärkeää ymmärtää, koska se voi luoda epävakautta rahoitussektorille. Varsinkin silloin, jos ihmiset eivät ota huomioon objektiivista tietoa, vaan päättävät sijoittaa tiettyyn kohteeseen vain sen perusteella, että ”muutkin tekevät niin”. Tällöin sijoittajat jättävät huomioimatta faktat, analyysit tai riskit, jotka oikeasti olisivat päätöksenteon kannalta merkittäviä. Laumakäyttäytyminen voi tehdä taloudesta epävakamman ja alttiin suhdanteiden vaihtelulle, mikä korostaa volatilitteettia. Reaalitalous on riippuvainen rahoituksesta, joten laumakäyttäytymisen vaikutukset saattavat kulkeutua myös investointeihin, työllisyyteen ja tuotantoon (Baddeley et al. 2012).

Tappioiden välttelyharha on emotionaalinen vinouma, jossa mieluummin menetetään sijoitusten tuoma hyöty kuin kohdataan tappiot. Tappioista tuleva tunne koetaan usein paljon vahvempana, kuin voitoista saatava ilo. Tutkimusten mukaan todennäköisyys tuntea tappio on psykologisesti kaksinkertainen verrattuna samansuuruisen hyödyn tunteen todennäköisyyteen (Ady 2018). Tätä kutsutaan myös menetysten välttelyksi, koska pelätään tehdä ratkaisuja, joista mahdollisesti seuraa ikävä tunne. Sijoituspäätöksissä tämä saattaa näkyä niin, että sijoituksen alkaessa tuottamaan voittoa, on kiire myydä osakkeet, koska pelätään markkinoiden kääntyvän ja voittojen menettämistä tai päinvastoin eli sijoittaja pitää tappiolliset sijoitukset toivoessaan niiden kääntyvät vielä voitollisiksi. Tämä voi johtaa myös lyhyenvälin voittojen tavoitteluun pitkäntähtäimen tavoittelun sijaan, koska pelätään tappioita (Nieminen 2025).

Yksi yleisimmistä psykologisista harhoista on liiallinen itseluottamus. Tätä esiintyy usein, varsinkin jos omat sijoituskohteet on tuottaneet hyvin. Liiallinen itseluottamus saattaa näkyä liiallisena riskien ottamisella, jonka seurauksena syntyy vääriä päätöksiä ja taloudellisia tappioita (Nieminen 2025). Liiallista itseluottamusta kuvataan myös ylimielisysharhana. Ylimielisyys harhassa on vaikea tiedostaa tapahtuman todennäköisyyttä. Vaikutusvaltaisilla sijoittajilla on usein enemmän itsevarmuutta kuin vähemmän vaikutusvaltaisilla. Yksilöt, jolla on enemmän itsevarmuutta havaitsevat asioita paremmin, kokevat olevansa älykkäämpiä ja heillä on enemmän taitoja tehdä onnistuneita

sijoituspäätöksiä. Tämä voi kuitenkin johtaa epäonnistuneihin sijoituspäätöksiin, koska yksilö ajattelee olevansa parempi kuin muut (Ady 2018). Ylimielisuusharha johtaa rahoitusmarkkinoilla korkeisiin kaupankäyntimääriin. Yli itsevarmat sijoittajat käyvät kauppaa enemmän kuin rationaaliset sijoittajat ja tämä johtaa heikompaan odotettuun lopputulokseen. Mitä suurempi itsevarmuus, sitä suuremmat kaupankäynnit ja tätä kautta alhaisempi odotettu hyöty. Yli itsevarmat sijoittajat saattavat käydä kauppaa jopa silloin kuin odotetut nettotuotot ovat negatiivisia (Barber & Odean 2001).

Nämä psykologiset tekijät ja käyttäytymisvinoumat voivat korostua erityisesti, kun ihmiset altistuvat jatkuvasti talous- ja sijoitusaiheiselle medialle, kuten podcasteille. Podcastit saattavat vahvistaa joi-takin käsityksiä sijoittamisesta tai lisätä sijoittamiseen liittyviä tunteita ja sitä kautta vaikuttaa sijoituspäätöksiin. Tästä syystä tutkimuksessa tarkastellaan behavioraalista taloustiedettä, joka antaa keskeisen viitekehyksen arvioida podcastien mahdollista merkitystä sijoittajien käyttäytymiseen. Podcastien kautta tuleva tieto saattaa sisältää tulkintoja, näkemyksiä ja kokemuksia, jotka voivat ohjata kuuliaan huomaamattomasti. Näin sijoittajien päätöksenteko voi muovautua epäsuorien vaikutusten kautta, jos esimerkiksi podcasteissa tiettyä ilmiötä korostetaan tai toistetaan. Behavioraalinen taloustiede tarjoaa teoreettisen lähtökohdan ymmärtää ja tulkita näitä esiin nousseita ilmiöitä ja se toimii keskeisenä välineenä tutkimusaineiston analysoinnissa, kun tarkastellaan podcastien merkitystä sijoituskäyttäytymiseen.

4 Podcastien rooli sijoittamisessa

4.1 Podcastit yleisesti

Podcastit ovat verkkosyötteenä jaettavia ääni- tai videotallenteita, joista voi muodostua tällaisista tallenteista koostuva ohjelmasarja (Kielitoimiston sanakirja 2024). Podcast-tallenteen tai -lähetyksen voi tilata internetissä verkkosyötteenä, jolloin yhdellä tilauksella on mahdollista saada käyttöönsä ohjelmasarjan ohjelmat ja tulevat ohjelmat sitä mukaan, kun niitä julkaistaan. Podcast-tallennetta voi kuunnella esimerkiksi tietokoneelta tai puhelimesta haluttuna ajankohtana. Yksittäisen tallenteen voi myös ladata itselleen ja kuunnella ilman käytönaikaista verkkoyhteyttä (TEPA-termipankki n.d.). Podcastit voivat käsitellä mitä tahansa aihetta ja muistuttavat hyvin paljon radio-ohjelmia, mutta erona on se, että niiden tyyli on vapaamuotoisempaa ja ne ovat saatavilla vain internetissä. Alun perin sana podcast on tullut yhdistelmästä iPod ja broadcasting, koska aikaisemmin sisältöä kuunneltiin Applen MP3-soittimesta, mutta nykyään se ei ole enää välttämätön. Nykyään podcast termiä käytetään myös sellaisille äänisisällöille, joita ei tallentaa kuunneltavaksi offline- tilaan, mutta jotka muuten vastaavat podcastien sisällöllisiä kriteerejä. Podcasteihin ei tarvita lähetyksilisenssejä, koska ne eivät ole valtion säätelemiä, Tämä antaa podcasteille paljon vapautta muokata ja kokeilla erilaisia ohjelma sisältöjä. Joskus jakelualustat saattavat arvioida sisältöjä ja kieltäytyä julkaisemasta materiaalia, jos niiden on huomattu loukkaavan yksilöitä tai rikkovan lakeja (Jyväskylän ammattikorkeakoulu n.d.). Vaikka podcastit ovat yhä tunnetumpia, suomenkielistä käännöstä ei termille ole vielä kehitetty. Se on kuitenkin vakiintunut käyttöön osana suomalaista audioviestintää ja vuonna 2005 sana on poimittu Kotimaisten kielten keskuksen sanatietokantaan (Eronen 2018).

Podcastit ovat maailmalla saavuttaneet jo valtavirtamedian aseman. Podcastien läpimurto tapahtui vuonna 2015 ja lisää suosiota ne kasvattivat koronapandemian aikana vuonna 2020. Vuonna 2025 ne ovat vakiinnuttaneet asemansa todellisina media-alustoina, eivätkä ne toimi enää pelkästään sisältökanavina (Ad Results Media 2025). Tällä hetkellä podcastien suurimmat markkinat ovat Yhdysvalloissa, Iso-Britanniassa, Australiassa sekä Suomen lähinaapurissa Ruotsissa. Yhdysvalloissa on jopa spekuloitu, että podcasteilla saattaisi olla ollut vaikutusta Donald Trumpin presidentinvaalivoittoon. Ennen vaaleja Trump vieraili monissa suosituissa podcasteissa hakemassa huomiota ja itse vaaleja onkin kutsuttu joissain yhteyksissä "podcast-vaaleiksi". Tämä osoittaa, että podcastien vaikutusvalta nykypäivänä on merkittävä ja ulottuu jopa poliittiseen keskusteluun. Suomessa podcastien kehitys on vielä näihin ”kultamaihin” verrattuna hieman jäljessä, mutta valtavirtaistumista on odotettavissa lähitulevaisuudessa. Kasvua odotetaan uusien podcastien määrässä, että kuuntelijakunnassa. Tämä viittaa siihen, että Suomen Podcast-markkinoiden tulevaisuuden näkymät ovat eriomaiset. Podcast käsite

tulee laajenemaan edelleen ja jatkamaan kasvuaan monikanavaisena sisältökokonaisuutena. Podcastit tulevat kilpailemaan kirjojen, videoiden, keskusteluohjelmien sekä asiantuntijapaneelien kanssa. Podcastit nähdään mahdollisuutena tarjota ainutlaatuista sisältöä mitä perinteinen media ei käsittele (Suomen podcastmedia n.d.c).

Kietzmann et al. (2011, 242–243) mainitsevat seitsemän sosiaalisen median rakennuspalikkaa, jotka määrittelevät käyttäjien käyttäytymistä ja päätöksentekoa sosiaalisessa mediassa. Näitä ovat identiteetti, keskustelut, jakaminen, läsnäolo, suhteet, maine ja ryhmät. Identiteetti kertoo siitä, kuinka käyttäjät kertovat itsestään tietoja sosiaalisessa mediassa kuten ammatillista taustastansa ja henkilökohtaisia mieltymyksiä, jotka voivat vaikuttaa esimerkiksi siihen, kuinka luotettavana sijoittajat pitävät sisältöä. Keskusteluiden ja tiedon jakamisella lisätään vuorovaikutusta, jolloin esimerkiksi talous- ja sijoitusaiheisten podcastien kuulijat jakavat kuulemaansa sisältöä sosiaalisessa mediassa. Läsnäolo, suhteet ja ryhmät lisäävät yhteisöjä, joissa sijoittajat voivat vertailla kokemuksiaan. Maine ohjaa sitä kenen sisältöön luotetaan eniten ja kenen ajatuksia seurataan. Näiden rakennuspalikoiden avulla sosiaalinen media luo rakenteen, joka ohjaa käyttäjien kulutusta ja päätöksentekoa (Kietzmann et al. 2011, 242–243). Nämä rakennuspalikat näkyvät myös podcastien tuottamassa sisällössä. Podcastit jakavat tietoa markkinoista, sijoitusstrategioista ja sijoituskohteista laajalle yleisölle. Podcastit rakentuvat keskustelun ympärille, jossa juontajat ja vieraat puhuvat ajankohtaisia asioita ja esittävät näkemyksiä, mitkä voivat vaikuttaa kuulijoiden mielipiteisiin ja käsityksiin. Maine nousee esiin etenkin suosittujen podcastien kohdalla, sillä mitä suositumpi tai tunnetumpi podcast on kyseessä sitä enemmän se saattaa lisätä sisällön uskottavuutta ja vaikuttaa kuulijoihin. Näiden ominaisuuksien välisessä podcastit eivät toimi vain sisällön tiedonvälittäjinä, vaan ne voivat ohjata kuulijoiden kiinnostuksen kohteita ja luoda mielikuvia.

4.2 Podcastien suosio

Nykypäivänä ihmiset pyrkivät usein tekemään asioita samanaikaisesti (*multitasking*), mikä on osittain voinut edistää podcastien suosiota. Podcasteja voidaan kuunnella muiden toimintojen, kuten ruuanlaiton, lenkkeilyn ja jopa työnteon ohella. Tällä tavalla podcasteja voidaan kuunnella ilman erillistä ajankäyttöä. Nykyään ihmiset ovat yhä kiireempiä, joten ajankäytön hallinta on usein etusijalla. RadioMedian (2024) tutkimuksessa perehdytään suomalaisten podcastien kulutukseen. Tutkimuksessa tuli ilmi, että 41 % suomalaisista kuuntelee podcasteja viikoittain. Useimmat kuuntelevat vain muutamien jaksien viikossa, mutta podcastien suurkuluttajat saattavat kuunnella yli viisi jaksoa viikossa. Tutkimus tukeekin väitettäni suomalaisten multitaskingista. Suurin osa kuuntelee podcasteja muun

toiminnan ohessa esimerkiksi siivotessa tai matkustaessa. Harva kuuntelee podcasteja opiskelujen ohella tai töitä tehdessä, mikä kertoo siitä, että podcastien sisältöön halutaan oikeasti keskittyä eikä pitää niitä vain taustameluna. Joka neljännes sanoo keskittyvänsä vain kuuntelemiseen. Suurimmiksi kuuntelumotiiveiksi ihmiset mainitsevat viihtymisen, ajankulun ja mahdollisuuden oppia uutta. Podcastit ovat nuorten suosiossa, eniten niitä kuuntelee 16–34-vuotiaat, mutta myös vanhemmassa ikäluokassa 45–54-vuotiaissa on havaittu nousua aikaisempaan tutkimukseen verrattuna (RadioMedia 2024).

”Podcastit ovat enemmän kuin vain audiota – Monikanavaisuuden uusi aikakausi” otsikoi Suomen Podcastmedia (n.d.b) artikkelinsa. Aikoinaan podcastit on ajateltu pelkästään äänisisällöksi, mutta tällä hetkellä podcastit ovat paljon vaikuttavampia ja tarjoavat kuuntelijoilleen paljon muutakin kuin pelkkää ääntä. Ne ovat muodostuneet moninaisiksi mediakokemuksiksi, jotka tarjoavat videota ja tapahtumia sekä luovat yhteisöjä (Suomen Podcastmedia n.d.b). Podcastien suosio osoittaa myös se, että yhä useampi suomalainen olisi valmis maksamaan podcasteista. STT Infon vuoden (2024) tutkimus paljasti, että jopa 62 % kuuntelijoista olisi valmis maksamaan podcastin kuuntelusta. Vastajat kertoivat kuuntelemansa podcasteja jopa saunassa ja suihkussa. Tästä voidaan havaita, että ne ovat erittäin suosittuja ja osa monen suomalaisen arkea. Podcastien suosio selittyy osittain niiden tarjoamalla sisällöllisellä monipuolisuudella. Podcastit tarjoavat laaja-alaisesti eri aiheita, minkä ansiosta jokainen kuulija voi rakentaa itselleen omiin kiinnostuksen kohteisiin peruutuvan kokemuksen. Algoritmit eivät automaattisesti tarjoa kuulijalle sisältöä, vaan käyttäjän tulee itse etsiä ja valita media. Tällöin jokainen podcastin valinta on tarkoituksellinen, joka tekee kuuntelukerrasta aidosti merkityksellisen. Tämä vahvistaa entisestään niiden asemaa.

Suomessa podcastien kuuntelu on monipuolista kuuntelutavoiltaan kuin kielivalinnoiltaan. Suurin osa kuuntelee suomen kielistä sisältöä (61 %), kolmannes kuulijoista kuuntelee kotimaista sekä vieraskielistä sisältöä ja pieni osa (8 %) kuulijoista kuuntelee ainoastaan vieraskielisiä podcasteja. Podcasteja kuunnellaan erilaisista mobiililaitteista kuten puhelimista ja tableteista. Nuoremmat alle 30-vuotiaat kuuntelevat podcasteja enemmän puhelimelta kuulokkeiden välityksellä, kun taas vanhemmat yli 45-vuotiaat käyttävät kuunteluun tablettia. Koska suurin osa kuuntelusta tapahtuu pelkän puhelimen ja kuulokkeiden avulla, podcastit ovat aina saatavilla Älypuhelin löytyy lähes jokaiselta, tällöin kuuntelu ei vaadi erillisiä laitteita tai tilanteita, mikä helpottaa ja madaltaa kynnystä podcastien kuunteluun. Tekninen saavutettavuus puoltaa niiden asemaa helposti lähestyttävänä mediamuotona. Enemmistö kuuntelee podcasteja iltaisin, noin kello kolmen ja kymmenen välillä. Tästä voidaan päätellä, että moni käyttää vapaa-aikaansa niiden kuunteluun. Suosituimpia podcast alustoja Suomessa

ovat Spotify (47 %), Yle Areena (41 %), Supla (33 %), Soundcloud (9 %) ja Radioplay (8 %). Vanhempi ikäpolvi käyttää kuunteluun eniten Yle Areenaa ja nuoremmat henkilöt Suplaa ja Spotifyta (Suomen podcastmedia n.d.a).

Tekoälyn kehityksellä on ollut iso rooli podcastien synnyssä ja suosiossa. Uudet tekoälytyökalut ja niiden ominaisuudet ovat tukeneet podcastien kasvua, muun muassa sisällön personalisoinnissa ja vuorovaikutuksen luomisessa kuuntelijoiden kanssa. Tekoälyn avulla tekemisestä tulee tehokkaampaa ja tuotannon laatu paranee. Vaikka tekoäly pystyy luomaan sisältöä itsenäisesti, kuuntelijat arvostavat enemmän ihmisten luomaa sisältöä, näkökulmia, keskustelua ja juontajien persoonia. Tämän kautta yhteisön merkitys kasvaa podcasteissa. Juuri tämä podcasteista välittyvät inhimillisuus, keskeneräisyys ja läsnäolo toimivat niiden vahvuutena myös tekoälyn aikakaudella. Yhä useampi mediakenttä koittaa luoda teknisesti täydellistä sisältöä, mutta kuulijat osaavat tunnistaa mikä on aitoa ja samaistuttavaa (Kärkkäinen n.d.). Esimerkiksi viikoittaisissa podcast-jaksoissa kuulijalle syntyy tunne, että juontaja on kuin ystävä, ja podcast kokemus on kuin jakaisi henkilökohtaisen keskustelun ystävän kanssa. Tämä vahvistaa sitoutumista ja näin henkilö saadaan sitoutumaan kuuntelemaan jaksoja tulevaisuudessakin. Moni kuuntelija haluaa myös oppia tuntemaan suosikki podcastaajan henkilökohtaisemmin, jolloin suhde vahvistuu (Suomen podcastmedia n.d.c).

Sen lisäksi Podcastit toimivat tehokkaana mainonnan kanavana. Yhdysvalloissa ja Ruotsissa podcast-mainonta on noussut tehokkaammaksi kuin monet muut mediakanavat. Syynä tähän on se, että podcasteissa mainontaa pystytään kohdentamaan paremmin kuuntelijoiden kiinnostuksen mukaan, sekä hyödyntämään kuulijoiden henkilökohtaisia siteitä podcast-juontajiin. Kuuntelijoita kiinnostaa ensisijaisesti ihmiset ja heidän tarinansa brändien sijaan. Henkilökohtaisella suhteella on mainonnan koettu toimivan erittäin tehokkaasti, koska kuuntelijoiden mielestä suosikki podcast-juontajan mielipiteet arvotetaan paljon korkeammalla kuin perinteiset mainokset (Suomen podcastmedia n.d.c). Suomessa podcast-mainontaa on verrattu myös perinteiseen radiomainontaan. Podcast mainonnan on todettu olevan tarkempaa erityisesti sen mittaamisen ja vaikuttavuuden näkökulmasta. Podcast-mainonnalla on etulyöntiasema digitaalisen jakelun ansiosta verrattuna perinteiseen radioon. Digitaalinen jakelu mahdollistaa reaaliaikaisemmat ja tarkemmat mittarit, kuten lataus- ja kuuntelumäärät, sekä mainoksen kuunteluasteen, joiden avulla saadaan tarkempaa tietoa analysointia ja sijoitetun pääoman tuoton arviointia varten. Radiomaininta taas keskittyy enemmän epäsuoriin mittareihin. Podcast-mainonta perustuu on-demand-kuunteluun, kun taas radiomainonta tavoittaa kuuntelijoitaan reaaliaikaisessa lähetyksessä. Tämä vaikuttaa mainonnassa ajoitukseen ja tilanteeseen. Radiomainonnassa kuuntelija saattaa vaihtaa kanavaa mainostauon aikana, kun podcast-mainonnassa etuna on se, että

kuulija on itse valinnut kanavan ja ajankohdan kuunteluun, jolloin mainoskatkoa ei koeta niin keskeyttäväksi häiriöksi. Sen lisäksi podcastien kohdalla mainostajalle etuna on mahdollisuus valita kuuntelijat vastaamaan tarkasti tiettyä kohderyhmää, sukupuolen, iän ja kiinnostuskohteiden perusteella. Radiomainonnassa kohdentaminen on yleisluontoisempaa ja mainostaja valitsee kanavan lähinnä sen ajankohdan ja kanavavalinnan perusteella (Radiomedia 2025). Sen takia myös Suomessa mediatoimistot ovat alkaneet ottaa podcasteja mukaan eri brändien viestintäkanavien suunnitteluun. Lisäksi myös useat itsenäisesti toimivat podcastit haluavat kaupallistaa sisältönsä (Suomen podcast-media n.d.c).

4.3 Talous- ja sijoitusaiheiset podcastit

Viime vuosina sosiaaliseen mediaan on rantautunut uudenlainen ilmiö: sijoitussisältö, jossa vaikuttajat ja sisällöntuottajat jakavat vinkkejä ja kokemuksia sijoittamisesta helposti lähestyttävällä tavalla. Henkilökohtaisen talouden hallinta ja sijoittaminen ovat herättäneet kasvavaa kiinnostusta eri väestöryhmissä. Taloudellisiin kysymyksiin liittyvät keskustelut eivät rajoitu pelkästään asiantuntijoille, vaan sijoittamista ja rahankäyttöä on nostettu enemmän esiin arkipäiväisissä julkaisuissa ja keskusteluissa. Avoimempi rahapuhe on voinut osaltaan madaltaa kynnystä tarkastelemaan omaa taloudellista näkökulmaa enemmän ja lisännyt kiinnostusta taloudelliseen päätöksentekoon liittyvään tietoon. Talous- ja sijoitusaiheisten sisältöjen yleistymisen myötä tapa, jolla tietoa jaetaan, on muuttunut ja tähän kehitykseen merkittävässä roolissa ovat olleet talous- ja sijoitusaiheiset podcastit. Talousaiheiden käsittely on siirtynyt enemmän tarinamuotoisempaan ja keskustelelvampaan muotoon, mikä on lisännyt kiinnostusta sijoittamista kohtaan. Talous- ja sijoituspodcastit ovat merkittävä väline taloudellisen tiedon ja sijoitusoppien jakamisessa. Suomessa talous- ja sijoitusaiheisiä podcasteja on jo runsaasti, mikä kuvastaa niiden isoa suosiota ja kuuntelijoiden kiinnostusta sijoittamista kohtaan. Tarjontaa on isoilta toimijoilta, kuten *Yleisradio*, mutta myös iso osa on pienempien toimijoiden tuotantoja, kuten *Mimmit sijoittaa* tai *Sijoituskästi* (Yli-Korhonen 2026). Podcasteja tuotetaan tällä hetkellä monella eri sosiaalisen median alustalla. Podcasteja löytyy esimerkiksi Spotifysta, YouTubesta ja Yle Areenasta. Talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkityksestä kertoo lisäksi se, että myös monilla pankeilla ja sijoituspalvelujen tarjoajilla on nykyään oma podcastinsa sijoittamiseen ja talousaiheisiin liittyen, esimerkiksi Nordnetillä on *Trader's Club* ja *Rahapodi*, OP Ryhmällä *Rahapuhetta*, Danske Bankilla *Taloudellinen mielenrauha* ja Nordealla *Sijoituspodi*, sekä myös osakeanalyysia ja sijoittajaviestinnän palveluita tarjoavan Inderesin oma podcast *InderesPodi* (Osakesijoittajat.fi, n.d.; Taloustaito 2025).

Yhtenä esimerkkinä sijoituspodcastien kasvusta voidaan tarkastella Sijoituskästiä, joka havainnollistaa, miten yksittäinen podcast voi kehittyä merkittäväksi taloussisällön tuottajaksi. Sijoituskästi Media Oy on suomalainen vuonna 2022 perustettu osakeyhtiö. (Sijoituskästi Media Oy n.d.) Se on kahden henkilön Teemu Liilan ja Kevin Van Desselin luoma sijoitusaiheinen sisältöalusta, joka tuottaa sisältöä eri sosiaalisen median kanavissa kuten YouTubeissa, TikTokissa sekä Spotifyssa. Sijoituskästin sisältö koostuu sijoittamisesta, taloudesta, yrittämisestä sekä itsensä kehittämisestä. Heidän missionsa on tasa-arvoistaa mahdollisuus vaurastua. Aiemmin heillä oli tavoite olla yksi Suomen suurimmista sijoitusaiheisista podcasteista, jossa he onnistuivat. Nyt heidän tavoitteenaan on olla Suomen suurin talousmedia. Heillä käy vieraana monia tunnettuja suomalaisia eri taustoista, ja he julkaisivat yhden jakson viikossa (Tuohimedia n.d.). Sijoituskästin tarkoituksena on levittää tietoisuutta sijoittamisesta helposti lähestyttävällä tavalla sekä kannustaa sijoittamisen aloittamiseen. Sijoituskästi on nuorekas podcast ja sen takia erityisesti Z-sukupolvi seuraa Sijoituskästiä kuullakseen erilaisten asiantuntijoiden näkökulmia ja kokemuksia sijoittamisesta sekä taloudesta. Sijoituskästi on ilmainen kuulijoille, kuten yleisesti muutkin suomalaiset podcastit (Taloustaito 2025). Sijoituskästi kuvaa hyvin sitä, miten yksittäinen podcast voi kasvaa vahvaksi sisältöbrändiksi, jonka vaikuttavuus on noussut niin suureksi, että se kilpailee perinteisen talousmedian kanssa. Sijoituskästi ei ole vain podcast, joka kommentoi mediassa olevia asioita, vaan he toimivat jo itsessään mediana. He ovat rakentaneet ympärilleen sitoutuneen yleisön, joka seuraa sisältöä säännöllisesti (Kärkkäinen n.d.).

5 Tutkimusmenetelmät

5.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Laadullinen tutkimus on yksi tutkimuksen muodoista. Siinä pyritään ymmärtämään ihmisten kokemuksia, merkityksiä ja näkökulmia heidän omasta elämäntilanteestaan käsin. Tutkimuksessa ei käytetä tilastollisia menetelmiä, vaan pyritään kuvailemaan ja tulkitsemaan ilmiöitä mahdollisimman tarkasti sekä ymmärtämään tutkimuskohdetta. Laadullinen tutkimus huomioi tutkittavien taustat, elämäntilanteet ja aiemmat kokemukset, jotka vaikuttavat heidän toimintaansa ja ajatteluunsa ja tämän kautta myös tutkimustuloksiin. Tutkittavat nähdään aktiivisina merkityksen tuottajina, ei vain tutkimuskohteina (Hirsijärvi & Hurme 2022, s.25). Usein laadullisen tutkimusmenetelmän yleisin kysymys on: ”Minkä kokoinen tutkimusaineisto tarvitaan tai kuinka suuri otoksen tulee olla?”. Koolla ei ole väliä, vaan on tärkeämpää keskittyä siihen, miten voidaan saada mahdollisimman hyviä tietoja. Laadullinen tutkimusaineisto pyrkii toimimaan apuvälineenä ymmärtämään tutkimusta ja saamaan erilaisia näkökulmia tutkittavasta ilmiöstä. Sen takia laadulliseen tutkimukseen parempi kysymys on ”Millaisella tutkimusaineistolla saadaan kattava kuvaus tutkimusongelmasta?” (Vilka 2025, 115).

Tutkimuksen toteutukseen valikoitui laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Laadullinen tutkimusmenetelmä soveltui tutkimukseen hyvin, koska tavoitteena oli ensisijaisesti keskittyä havaintojen tekemiseen mittaamisen sijasta. Tutkimuksen kohderyhmänä oli kymmenen osallistujaa, jota analysoitiin mahdollisimman tarkasti. Tutkimuksessa keskityttiin saamaan tutkittavien omakohtaisia kokemuksia sijoittamisesta, podcasteista ja sijoituskäyttäytymisestä sekä sijoittamiseen innostumisesta ja taloustiedon oppimisesta podcastien avulla. Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä keskittyä harkinnanvaraisesti melko pieneen määrään tapauksia, joita tarkastellaan mahdollisimman syvästi. Tärkeintä ei ole aineiston määrä vaan sen sisältö. Harkinnanvaraisessa osallistujavalinnassa korostuu tutkijan osaaminen, sillä tutkimus tulee rakentaa vahvalle teoreettiselle pohjalle, joka ohjaa aineiston valintaa (Eskola & Suoranta 1998, 15).

5.2 Aineistonkeruu

Tutkimusaineisto kerättiin puolistrukturoitujen teemahaastattelujen avulla. Haastattelujen avulla pyrittiin ymmärtämään, onko talous- ja sijoitusaiheilla podcasteilla merkitystä suomalaisten yksityis-sijoittajien sijoituskäyttäytymiseen. Haastatteluilla selvitettiin, ovatko podcastit vaikuttaneet sijoituskäyttäytymiseen, kuten tiedonhankintaa, riskinottoon tai päätöksentekoon. Teemahaastattelussa ei käytetä etukäteen määriteltyjä kysymyksiä, vaan haastattelu etenee ennalta suunniteltujen teemojen

pohjalta. Menetelmä on puolistrukturoitu, koska kaikilla haastateltavilla käsitellään samat teemat. Teemahaastattelu sopi hyvin tutkimukseen, koska sen avulla haastattelutilanteesta saatiin avoin ja joustava. Haastateltava pystyi vapaasti ilmaisemaan asioista omalla tavallaan, mutta samalla varmistettiin, että kaikista tärkeistä teemoista keskusteltiin (Hirsijärvi & Hurme 2022; Eskola & Suoranta 1998). Tutkimuksessa käsiteltiin teemoja, kuten sijoitushistoria ja sijoitusprofiili, talous- ja sijoitus aiheiset podcastit, podcastit ja sijoituskäyttäytyminen sekä podcastien luomat mielikuvat sijoittamisesta. Näitä teemoja avataan lisää seuraavassa luvussa. Teemojen lisäksi haastattelijalla oli käytössä apukysymyksiä, jotka tukivat keskustelun sujuvaa etenemistä. Apukysymykset toimivat välineenä teemojen syventämiseen, mutta haastateltava sai kertoa ajatuksiaan omassa järjestyksessä, jotta keskustelu pidettiin vapaamuotoisena, ja mahdollistettiin uusien näkökulmien esiin nouseminen. Haastateltavilta kysyttiin myös heidän perustietojaan, kuten sukupuoli, ikä, aiemmat opinnot sekä työtehtävät. Tällä haluttiin selvittää, onko tautoissa havaittavissa yhtäläisyyksiä, esimerkiksi rahoitusallalla työskentely tai sijoittamiseen liittyviä opintoja. Haastateltavien taustatiedot on esitetty Taulukko 1. Haastateltavista käytetään lyhennystä H1-H10 tutkielmassa.

Taulukko 1. Haastateltavien taustatiedot

Haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Koulutus	Ammatti
H1	Mies	59	Sosionomi	Yrittäjä
H2	Mies	27	Diplomi-insinööri	Suunnittelija
H3	Mies	27	Ekonomisti	AFC-asiantuntija
H4	Mies	26	Kauppatieteiden kandidaatti	Payment Operation Specialist
H5	Mies	28	Tradenomi	Avainasiakaspäällikkö
H6	Nainen	28	Kasvatustieteen maisteri	Toimistotyöntekijä
H7	Nainen	25	Tradenomi	Palveluneuvoja
H8	Mies	28	Tradenomi	Palveluasiantuntija
H9	Nainen	29	Tradenomi	Kirjanpitäjä
H10	Nainen	28	Ekonomi	Rahoitusasiantuntija

Haastateltavaksi valittiin yhteensä kymmenen henkilöä, jotka sijoittavat aktiivisesti ja seuraavat sijoittamiseen liittyvää sisältöä sosiaalisessa mediassa, erityisesti podcastien kautta. Haastateltavat valittiin harkinnanvaraisesti, sillä tavoitteena oli saada mahdollisimman kattava ja syvälinen kuva podcastien merkityksestä yksityishenkilöiden sijoituskäyttäytymiseen. Haastatteluihin valittiin sekä naisia että miehiä, jotta saatiin molemmista sukupuolen edustajista tasaisesti vastauksia. Haastateltavat valittiin sosiaalisessa mediassa olevien sijoitusryhmien ja tuttavaverkostojen kautta. Haastateltaviksi

valikoitui henkilöt, jotka ovat kuunnelleet talous ja sijoitusaiheisia podcasteja. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina Zoomissa etäyhteyden välityksellä. Etäyhteyden toteuttamisella pyrittiin luomaan osallistujilla matala kynnyks osallistua haastatteluun. Näin osallistujilla oli mahdollisuus valita itselleen tuttu ja turvallinen ympäristö haastattelun ajaksi, mikä tukee luontevan ja avoimen vuorovaikutuksen luomista. Kun haastateltava saa osallistua haastatteluun hänelle tutusta paikasta, voi tilanne tuntua vähemmän jännittävältä, kuin tutkijan valitsemassa vieraassa paikassa. Tämän avulla voidaan luoda haastateltavalle mahdollisimman mukava ilmapiiri, jotta on helpompi keskittyä itse keskusteluun. Lisäksi etähaastattelulla voitiin vähentää käytännön järjestelyihin liittyviä ongelmia, kuten kulkemista paikasta toiseen. Matalamman kynnyksen ja joustavuuden takia haastateltavat saattoivat helpommin suostua haastatteluun (Eskola, Lähti & Vastamäki 2018, 33–34).

Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin analyysia varten. Nauhoituksen lisäksi tehtiin muistiinpanoja haastatteluiden aikana. Muistiinpanot olisivat toimineet varamateriaalina, jos nauhoitukseen olisi tullut ongelmia. Haastateltaville lähetettiin haastattelukutsut sähköpostitse, johon liitettiin teemahaastattelun teemat ja aihe. Sen lisäksi teemat kerrattiin vielä haastattelujen alussa. Tällä etukäteisvalmistelulla pystyttiin varmistamaan, että haastateltavat ovat valmiita haastatteluun, mikä voi parantaa pohdintoja ja monipuolistaa vastauksia. Tutkimuksen eettiset näkökulmat otettiin huomioon huolellisesti. Haastatteluihin osallistuvien henkilötietoja käsiteltiin luottamuksellisesti ja vastaukset muokattiin anonymiksi. Osallistujat antoivat suostumuksensa haastatteluun etukäteen ja heille kerrottiin tutkimuksen tarkoitus ja mahdollisuus peruuttaa osallistumisensa milloin tahansa. Tällä varmistettiin tutkimuksen eettisyys ja osallistujien oikeuksien kunnioittaminen.

Tutkimuksen alussa oli oletus, että haastateltavien koulutus- ja työtaustalla saattaa olla vaikutusta siihen, kuinka kattavasti he käsittelevät talousteen ja sijoittamiseen liittyviä teemoja. Erityisenä oletuksena oli, että talousalan koulutuksen (kauppätieteet tai taloushallinto) tai talouden parissa työskentelyn omaavat henkilöt mahdollisesti tuottavat tarkempaa ja perusteellisempaa pohdintaa sijoituskohteistaan verrattuna niihin, joiden koulutus ja ammattitausta eivät ole liitoksissa talouteen. Samaan aikaan kuitenkin tiedostettiin, että kokemus taloudesta ja sijoittamisesta ei ole pelkistään riippuvainen koulutuksesta tai ammatista. Yhtä hyvin minkä tahansa alan edustajilla voi olla merkittävää osaamista tai kokemusta aiheesta. Ennako-oletusta reflektointiin kuitenkin, jotta tutkija pystyi tarkastelemaan aineistoa avoimesti ilman, että oletukset ohjaisivat tulkintaa liikaa. Haastatteluaineisto kerättiin helmikuun – maaliskuun aikana ja haastatteluiden kestot vaihtelivat 40–60 minuutin välillä, jolloin keskimääräinen kesto oli noin 50 minuuttia.

Ennen kuin haastattelu aloitettiin, esiteltiin lyhyesti tutkimuksen aihe sekä haastattelun kulku. Haastattelun aikaikkuna oli ajastettu tunniksi mutta haastateltaville ilmoitettiin, että haastatteluun saattaa riittää lyhyempikin aika. Tämän jälkeen käytiin jokaisen osallistujan kanssa läpi taustatiedot ja merkittiin ne Taulukko 1. Samalla vielä varmistettiin haastateltavien suostumus osallistua haastatteluun sekä ilmoitettiin että haastattelu tullaan nauhoittamaan ja tulokset anonymisoidaan. Tämän jälkeen haastateltavalle korostettiin mahdollisuutta keskeyttää osallistuminen missä tahansa kohtaan tutkimusprosessia tai mahdollisuutta olla vastaamatta joihinkin kysymyksiin.

5.3 Teemahaastattelun rakenne

Ensimmäisessä teemassa sijoitushistoria ja sijoitusprofiili tutustutaan haastateltavien sijoitushistoriaan ja heidän sijoitusprofiiliinsa. Tämän tarkoituksena on muodostaa kokonaiskuva haastateltavien lähtökohdista. Sijoitustaustan selvittäminen on tutkimuksen kannalta oleellista, jottei podcastien merkitystä tarkastella irrallaan yksilön aiemmasta sijoituskokemuksesta, osaamisesta tai riskinsietokyvystä. Haastattelussa kartoitetaan, milloin sijoittaminen on aloitettu, millaisiin sijoituskohteisiin haastateltavat sijoittavat ja minkälaiseksi he määrittivät oman riskinsietokykynsä. Teemassa selvitetään myös mistä sijoittaminen on saanut alkunsa, onko kyseessä ollut henkilökohtainen taloudellinen vaurastuminen, ulkopuolisen kannustus vai joku yhteiskunnallinen keskustelu taloudesta. Sen lisäksi teema selvittää henkilöiden sijoittamiseen käytettyä aikaa ja kuinka aktiivisesti he seuraavat markkinoita. Näiden tekijöiden kautta voidaan määrittellä, kuinka merkittävä osa sijoittaminen on haastateltavien elämässä ja kuinka he altistuvat talousaiheisille sisällöille. Talousmedian seuraaminen ja sijoittamiseen käytetty aika saattavat vaikuttaa siihen, kuinka podcastien merkitys koetaan suhteessa muihin taloudellisiin tiedon lähteisiin. Tämä teema rakentaa tutkimukselle perustan antamalla taustaymmärrystä haastateltavien toimintatavoista ja motiiveista sijoittamista kohtaan.

Toisessa teemassa perehdytään haastateltavien suhteeseen talous ja sijoitusaiheisista podcasteista. Teemassa syvennytään, siihen minkälaista sisältöä haastateltavat kuluttavat, kuinka usein he kuuntelevat podcasteja, missä tilanteessa kuuntelu tapahtuu sekä mikä sai henkilön alun perin kuuntelemaan talous- ja sijoitusaiheisiä podcasteja. Tämän avulla pyritään ymmärtämään, kuinka alttiita ja omak-suvaisia haastateltavat ovat taloudellisille tiedoille. Teemassa selvitetään, kuinka helposti haastateltavat ymmärtävät podcasteista saatavaa tietoa ja käyttävätkö he sitä sijoituspäätöksensä tukena. Näin pyritään arvioimaan podcastien roolia yksityissijoittajien tiedonhaussa ja päätöksenteossa. Tarkoituksena on kartoittaa, kuinka suuri osa tiedonhankinnasta tapahtuu podcastien kautta verrattuna muihin

lähteisiin, kuten kirjoihin tai verkkosivuihin. Teema toimii alustuksena seuraavaan aiheeseen, jossa keskitytään podcastien merkitykseen sijoituskäyttäytymisessä.

Kolmas teema pyrkii vastamaan tutkimuskysymykseen: Minkälainen merkitys talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on suomalaisten sijoituskäyttäytymiseen? Teema keskittyy käsittelemään sijoituskäyttäytymistä ja behavioraalisen taloustieteen vinoumia, kuten esimerkiksi yli-itsevarmuutta, laumakäyttäytymistä tai FOMO-ilmiötä. Tässä teemassa on tarkoitus selvittää voivatko talous- ja sijoitusaiheiset podcastit vaikuttaa yksityissijoittajien toimintaan ja heidän tekemiinsä sijoitusvalintoihin. Aihetta lähestytään pohtimalla ovatko haastateltavat tehneet sijoituspäätöksiä podcastien pohjalta tai kokeneet podcastien vaikuttaneen esimerkiksi heidän sijoituspäätöksiinsä, riskinottoonsa tai sijoitusstrategiaansa. Teemassa tarkastellaan podcastien mahdollisesti herättämiä tunteita. Sijoittaminen voi herättää paljon erilaisia reaktioita, kuten innostusta, epävarmuutta tai pelkoa jäädä ilman hyviä sijoitusmahdollisuuksia. Näitä tunteita tarkastelemalla, voidaan ymmärtää paremmin, minkälaisia psykologisia vaikutuksia talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla voi olla yksityissijoittajien käyttäytymiseen. Lisäksi teema selvittää ovatko podcastit vaikuttaneet haastateltavien ajatukseen itsestään sijoittajana, kuten lisännyt kiinnostusta sijoittamista kohtaan tai innostanut seuraamaan talousaiheista sisältöä aktiivisemmin.

Viimeisessä teemassa podcastien luomat mielikuvat sijoittamisesta käsitellään sitä, minkälaisia mielikuvia podcastit mahdollisesti aiheuttavat sijoittamisesta tällä hetkellä sekä tulevaisuudessa. Teemassa tarkastellaan haastateltavien käsitystä siitä, voivatko talous- ja sijoitusaiheiset podcastit mahdollisesti vaikuttaa sijoittamiseen tulevaisuudessa. Teeman avulla halutaan antaa haastateltaville mahdollisuus reflektoida omia ajatuksia ja arvioida, kuinka podcastien kuunteleminen saattaa muokata ihmisten mielikuvia sijoittamisesta ja täten vaikuttaa sijoitusvalintoihin. Teeman tarkoituksena on saada kokonaisvaltainen käsitys siitä, mitä mielikuvia haastateltavat ajattelevat talous- ja sijoitusaiheisten podcastien tuovan tulevaisuuteen ja voivatko ne menestyä jatkossa. Teemassa pohditaan, kuinka merkityksellisenä ja hyödyllisenä henkilöt pitävät talous- ja sijoitusaiheisiä podcasteja sekä voisivatko ne olla tulevaisuudessa yhä suositumpia ja kiinnostavampia tiedonlähteitä verrattuna tavalliseen mediaan. Teema sopii hyvin haastattelun loppuun, koska haastattelun aikana haastateltaville on saattanut tulla uusia ajatuksia ja näkökulmia, joita voi tässä kohtaa tuoda ilmi. Näin saadaan esille haastateltavien arvioita podcastien houkuttelevuudesta sekä mielikuvien muodostumisesta yksityissijoittajien keskuudessa.

5.4 Aineiston analyysimenetelmä

Haastatteluaineiston käsittely aloitettiin litteroimalla haastattelut kirjalliseen muotoon. Zoom tuotti haastatteluista automaattisen tekstiversion, joka tarkistettiin ja korjattiin, jotta litterointi vastaisi mahdollisimman tarkasti haastattelujen sisältöä. Sen jälkeen analyysivaihe eteni haastattelujen huolellisella lukemisella, joka auttoi saamaan aineistosta kokonaiskuvan. Aineistosta tunnistettiin yhtäläisyyksiä ja eroja haastateltavien vastauksista sekä poimittiin keskeiset teemat. Teemojen muodostaminen tapahtuu analyysivaiheessa, jossa aineistosta etsitään esiin nousevia yhtäläisyyksiä. Haastatteluaineiston vertailu on tässä keskeistä, koska se mahdollistaa yhteisten piirteiden ja erojen tarkastelun. Kun aineisto on jaoteltu loogisesti, siirrytään varsinaiseen sisältöanalyysiin. Sisältöanalyysin tavoitteena on tiivistää laaja empiirinen aineisto selkeäksi ja ymmärrettäväksi, jonka pohjalta voitiin tehdä perusteltuja tulkintoja (Puusa & Juuti 2020, 149). Analyysi eteni aineistolähtöisesti mutta teoreettisella viitekehysellä ohjattiin tulkintaa. Tavoitteena oli muodostaa kokonaiskuva siitä, miten podcastit ovat muokanneet suomalaisten yksityissijoittajien käyttäytymistä, ajattelua, ja sijoittamiseen liittyvää kiinnostusta.

Laadullisen analyysin jaottelussa analyysit voidaan jakaa aineistolähtöiseen, teorialähtöisiin ja teoriasidonnaiseen eli teoriaohjaaviin analyysimuotoihin. Aineistolähtöisessä analyysissa teoreettinen ymmärrys rakentuu aineistosta käsin, ei valmiiden ennako-oletusten tai etukäteen suunniteltujen luokkien perusteella. Tässä lähestymistavassa aineisto ohjaa analyysiä ja teorian nousevat esiin vasta tulkinnassa. Teorialähtöinen analyysi perustuu valmiiseen teoriaa tai aikaisempaan tutkimukseen, jonka avulla aineistoa tarkastellaan. Teorialähtöisessä analyysissä tutkimuksen kohde muodostuu teorian pohjalta ja siinä testataan teoriaa suhteessa aineistoon eikä rakenneta uusia käsitteitä aineiston pohjalta. Teoriaohjaava analyysi on aineistolähtöisen ja teorialähtöisen analyysin välissä. Teoriaohjaava analyysi perustuu aineistoon, mutta aikaisemmat tiedot toimivat tukena. Teoria ei määrää analyysin etenemistä, mutta se auttaa tekemään havaintoja ja kiinnittämään huomiota tiettyihin ilmiöihin. Lopputulos rakentuu aineistosta käsin, mutta teoreettiset käsitteet ovat mukana tulkinnan tukena analyysin loppuvaiheessa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 82).

Tässä tutkimuksessa analyysiksi sopi aineistolähtöinen analyysi, koska tutkimusaiheena on talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkitys suomalaisten yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiseen, mikä on suhteellisen uusi ja vähän tutkittu ilmiö. Podcastien roolia sijoituskäyttäytymisessä ei ollut aikaisemmin juurikaan tutkittu Suomessa. Analyysi eteni havaintojen ja keskeisten teemojen tunnistamisella haastatteluaineistosta ilman, että valmiit teorian määrittivät analyysin kulkua. Samaan aikaan aihe liittyy kuitenkin ilmiöihin, joita on käsitelty laajasti aiemmissä tutkimuksissa, kuten

sijoituskäyttäytymiseen, informaation vaikutukseen päätöksenteossa sekä käyttäytymistaloustieteen keskeisiin mekanismeihin. Näin tutkimus pystyy sekä hyödyntämään olemassa olevaa tietoa sijoituskäyttäytymisestä että tuottamaan uutta ymmärrystä podcastien merkityksestä, ilmiön ollessa vielä tutkimuksellisesti tuore. Kerättyä aineistoa tarkastellaan ja tulkitaan teoreettisen viitekehyksen näkökulmasta, jolloin havainnot on mahdollista selittää laajemmin ja yhdistää olemassa olevaan tutkimustietoon. Analyysin avulla pyritään ymmärtämään, miten haastatteluista esiin nousseet havainnot liittyvät tutkimuksen teoreettisiin käsitteisiin ja teemoihin. Menetelmän kautta muodostuvien synteisien tavoitteena on luoda kokonaiskuva aineistosta. Synteisien avulla kootaan yhteen pääseikat, jotka auttavat vastamaan tutkimuskysymykseen ja luomaan perustaa jatkotutkimuksia varten (Puusa & Juuti 2020, 151–152).

Aineiston analyysissä hyödynnetään suoria lainauksia haastatteluaineistosta. Lainausten avulla on tarkoitus säilyttää aineiston alkuperäisyys sekä tuoda esiin tärkeimmät havainnot kokonaisuuden kannalta. Yksittäiset lainaukset eivät kuitenkaan pelkästään edusta koko aineistoa, eikä niiden perusteella tehdä kattavia johtopäätöksiä. Sen sijaan ne havainnollistavat analyysia ja tekevät näkyväksi tutkijan tulkintoja. Näin lukija saa mahdollisuuden arvioida esitettyjä tulkintoja ja johtopäätösten perusteluja läpinäkyvästi sekä niiden yhteyttä alkuperäiseen aineistoon (Puusa & Juuti 2020, 150).

6 Tutkimuksen tulokset ja analysointi

6.1 Tutkimustulokset

Tutkimuksen keskeiset tulokset esitetään haastatteluteemojen mukaisesti, mikä helpottaa niiden tulkintaa. Tutkimuksen analyysi perustuu litteroituihin teemahaastatteluihin ja esiin nousseisiin huomioihin, joita havainnollistetaan suorilla lainauksilla. Haastatteluita toteutettiin yhteensä kymmenen kappaletta, mikä on kohtuullinen määrä, mutta luotettavien yleistysten tekemiseksi melko alhainen määrä. Jokainen haastateltava oli kuunnellut talous- ja sijoitusaiheisia podcasteja sekä sijoittanut. Vastaajien taustatiedot, kuten sukupuoli, ikä, koulutus ja ammatti on esitetty Taulukko 1. Taustatiedot tukevat tulosten tulkintaa, sillä yksilöllisten tekijöiden on todettu vaikuttavan siihen, miten ihmiset vastaanottavat informaatiota tai tekevät päätöksiä. Haastatteluissa kerättyjen taustatietojen perusteella ilmenee, että haastateltavien ikä painottuu selvästi nuorempiin ikäryhmiin, erityisesti Z-sukupolveen. Tämä havainto on linjassa teoriaosuudessa esitettyjen näkemysten kanssa, joiden mukaan suuri osa Z-sukupolven edustajista on aloittanut sijoittamisen varhaisaikuisina ja etenkin nuoret aikuiset (16–34-vuotiaat) käyttävät verkkopalveluja päivittäin tai lähes päivittäin. Tämä viittaa siihen, että sosiaalisen median kautta tavoitetaan enemmän nuoria aikuisia, jotka sijoittavat ja kuuntelevat talous- ja sijoitusaiheisia podcasteja. Koulutustaustaltaan kaikki vastaajat ovat korkeasti koulutettuja ja useilla on kaupallisen alan koulutus, kuten tradenomin tai ekonomin tutkinto. Myös ammattikauma liittyy monella suoraan talous- ja rahoitusalaan. Tämä viittaa siihen, että haastateltavilla on mahdollisesti parempi tietämys taloudesta ja sijoittamisesta. Talousalan koulutus ja työtehtävät ovat todennäköisesti myös vaikuttaneet henkilön kiinnostukseen sijoittamisesta. Haastateltavien läheisyys talous- ja rahoitusalaan voi vaikuttaa siihen, kuinka aktiivisesti sijoittamista seurataan ja toteutetaan. Jos haastateltavat altistuvat työssään taloudelliselle informaatiolle, voi se lisätä sijoittamiseen liittyvää itsevarmuutta ja alttiutta tehdä sijoituspäätöksiä. Tämän takia kyseinen vastaajajoukko saattaa olla keskimääräistä aktiivisempi sijoitusryhmä. Tämä piirre saattaa rajata aineiston edustavuutta, koska tulokset eivät välttämättä ole verrattavissa yksilöihin, joilla ei ole vastaavaa koulutus- tai työtaustaa.

6.2 Teema 1: Sijoitushistoria ja sijoitusprofiili

Vastaajien sijoituskokemuksen määrä oli vaihtelevaa. Sijoitushistoriassa on havaittavissa sekä yhtäläisyyksiä että eroja aloitusvaiheessa, mutta useammalla sijoittaminen on kehittynyt kohti pitkäjänteistä ja osittain automatisoitua toimintaa. Haastateltavien sijoitushistoria osoittaa, että sijoittamisen aloittamiseen on vaikuttanut monesti ulkoiset tekijät, kuten perhe, pankit sekä taloudellinen

ympäristö. Useat haastateltavat (H2, H5, H7, H8 ja H9) kuvasivat sijoittamisen aloittamisen perheen esimerkeistä, kuten vanhempien kannustuksesta tai varallisuuden kasvamisesta. Sijoittamisen aloittaminen ei useinkaan perustunut haastateltavan syvälliseen taloudelliseen osaamiseen, vaan enemmän sosiaaliseen ympäristöön. Tämä tukee teoriaosuudessa esitettyä väitettä, jossa sosiaaliset tekijät ja biologiset tekijät, kuten ympäristö ja läheisten mielipiteet vaikuttavat sijoittamiseen, kuten Kuvio 4 ilmeni. Suurin osa haastateltavista koki motivaation sijoittamisen aloittamiseen olleen tulevaisuuden turvaaminen ja pankkitileillä makaavan rahan hyödyntäminen. Haastateltavan H6 kohdalla podcastien merkitys sijoittamisen aloittamiseen näyttäytyy poikkeuksellisen suorana yhteytenä. Haastateltava kuvasi sijoittamisen aloittamisen olleen suoraan seurausta talouspodcastien kuuntelusta, jotka innostivat ja kannustivat kokeilemaan sijoittamista.

”Olen sijoittanut noin kuusi vuotta. Aloitin sijoittamisen oikeastaan silloin, kun aloin kuuntelemaan podcasteja.” (H6)

”Aloitin sijoittamisen kymmenen vuotta sitten ja ihan taisi äiti sanoa minulle, että voisi olla hyvä sijoittaa johonkin eikä makuuttaa rahoja pankkitilillä.” (H2)

”Olen sijoittanut noin seitsemän vuotta. Aloitin silloin, kun taloudelliset näkymät olivat aika suotuisat ja osakekurssit käyttäytyivät positiivisesti koronakriisin jälkeen.” (H3)

Usea haastateltava (H1, H2, H3, H4, H5, H10) oli aloittanut sijoittamisen pankkien tarjoamilla rahastoratkaisuilla. Tämä kuvastaa haluttua helppoutta, joka liittyy valmiisiin sijoitusratkaisuihin, kun syvällisempää ymmärrystä sijoittamisesta ei ole vielä kertynyt. Tässä kohtaa korostuu sijoitusneuvonnan ja instituutioiden rooli sijoituskäyttäytymisen ja päätösten muovaajina. Ajan kuluessa sijoitusprofiilit ovat kehittyneet ja laajentuneet. Useat haastateltavat (H2, H3, H4, H6, H7, H10) kertoivat siirtyneensä kokeilevammasta sijoittamisesta kohti passiivisempaa ja systemaattisempaa sijoittamista. Yksittäisiin osakkeisiin sijoittaminen on monilla vähentynyt, kun kokemusta on tullut enemmän ja tilalle ovat tulleet indeksirahastot ja ETF-sijoitukset. Kun oppiminen lisääntyy, moni haluaa siirtyä kustannustehokkaampiin ja hajautetumpiin vaihtoehtoihin. Keskeinen yhtäläisyys, joka toistui haastateltavien välillä, oli pitkäjänteinen passiivinen sijoitustuote. Kaikki haastateltavat kertoivat sijoittavansa automaattisen säästösopimuksen kautta. Sen lisäksi suurin osa ei seuraa markkinoita aktiivisesti. Kuitenkin muutama haastateltava (H3, H4, H5) kertoi olevansa kokeneempia sijoittajia ja seuraavansa markkinoita aktiivisemmin ja kiinnostuvansa myös makrotaloudesta, mikä vaikuttaa sijoituspäätöksiin ja hajautuksiin.

”Aloitin sijoittamisen pankin tarjoamalla matalariskisellä rahastolla, kunnes tajusin, että hoitokulut olivat isoja ja halusin siirtyä Nordnetin indeksirahastoihin, joissa on enemmän tuottoa. Automaattisella säästösopimuksella raha lähtee pankkitililtä kerran kuussa, joka on helppo tapa itselle.” (H10)

”Sijoittaminen ei ole ollut minulle kovin suunnitelmallista ja ajattelen sijoittamista enemmän säästämisenä. Sijoituksia olen tehnyt pääasiassa rahastoihin ja jonkin verran yksittäisiin osakkeisiin. Osan varallisuudesta olen käyttänyt myös asunnon hankintaan.” (H8)

”Alussa sijoitukset olivat pääasiassa rahastoja, ja osa niistä oli aktiivisesti hoidettuja rahastoja, mutta nykyisin sijoitan enemmän esimerkiksi indeksirahastoihin ja ETF:iin. Lisäksi minulla on myös suoria osakesijoituksia. Tykkään käyttää sijoittamiseen ja talouden seuraamiseen melko paljon aikaa päivittäin.” (H5)

6.3 Teema 2: Talous- ja sijoitusaiheiset podcastit

Haastateltavien vastauksista ilmenee, että talous- ja sijoitusaiheiset podcastit ovat vakiinnuttaneet asemansa osana haastateltavien tiedonhankintaa, mutta toimivat usein täydentävinä tiedonlähteinä. Moni mainitsee podcastien kuuntelun motiivin olleen paremman ymmärryksen saaminen sijoittamisesta. Podcastien avulla halutaan oppia sijoittamisen peruskäsitteitä ja kokonaisuutta ilman syvällisiä ennakkotietoja. Erityisesti sijoittamisen alkeet ja peruskäsitteet koetaan tärkeäksi. Osa mainitsee kuuntelevansa podcasteja yleisen kiinnostuksen takia taloudesta ja ajankohtaisista ilmiöistä. Näin podcastit voivat myös toimia viihteellisenä ja ajankohtaisena sisältönä, kuin vain oppimisen välineenä. Haastattelujen perusteella suurin osa on aloittanut sijoittamisen jo ennen talous- ja sijoitusaiheisten podcastien kuuntelua. Podcastien kuuntelu on kuitenkin lisännyt kiinnostusta sijoittamista kohtaan ja kasvattanut yleistä talousosaamista. Mahdollisesti tähän vaikuttaa se, että podcastit ovat suhteellisen uusi mediamuoto, eivätkä ne ole olleet yhtä vakiintunut tiedonlähde aikaisemmin kuin nykyisin. Podcastien kuuntelussa korostuu epäsäännöllisyys. Useat haastateltavat mainitsivat kuunnelleensa podcasteja tietyssä elämänvaiheessa tai esimerkiksi koronapandemian aikana, koska tällöin oli enemmän aikaa. Koronan jälkeen osalla kuuntelu on vähentynyt. Nykyään podcastien kuuntelu on useimmilla valikoivaa, esimerkiksi haastateltavat H3, H5, H8, H9, H10 korostavat, että kuuntelu tapahtuu silloin, kun joku tietty aihe tai vieras herättää kiinnostuksen. Haastateltava H2 kuitenkin kertoo kuuntelevansa podcasteja hyvin säännöllisesti viikoittain ja odottavansa aina uutta jaksoa.

”Kuuntelin sijoitusaiheisia podcasteja aluksi, koska halusin ymmärtää sijoittamista paremmin. Se oli silloin korona-aikana, kun oli aikaa. Podcastit eivät muuttaneet sitä, mitä sijoitan, mutta auttoivat hahmottamaan kokonaiskuvaa. Ne selittivät asiat aloittelijan näkökulmasta, yksinkertaisesti ja helposti ymmärrettävästi. Niistä on tullut jonkinlaista pitkäjänteisyyden käsitystä. Ymmärrän, että sijoitusten pitää olla siellä vähintään kymmenen vuotta, että ne alkavat tuottaa. Ei kannata siirrellä rahastoja välikäden vuoksi. Se on auttanut ymmärtämään, että pitkän aikavälin tavoitteet tuottavat.” (H1)

Kaikkia haastateltavia yhdistää se, että podcasteja kuunnellaan muiden toimintojen ohessa. Tämä tukee teoriaosuudessa esitettyä näkemystä podcastien käytöstä osana multitasking-käyttäytymistä. Yleisiä kuuntelutilanteita ovat liikkuminen paikasta toiseen, kuten lenkkeily ja automatkat sekä koti-työt. Myös haastateltavat H8 ja H9 kertovat kuuntelevansa podcasteja rutiininomaisten työtehtävien parissa. Tästä voidaan tulkita, että podcastit toimivat hyvin ajankäytöllisesti tehokkaana tapana yhdistää arki ja oppiminen. Podcastien kuuntelu ei usein vaadi täyttä keskittymistä ja haastateltavat korostavat, että kuuntelevat vain harvoin pelkästään podcasteja ilman muuta tekemistä. Tämä erottaa podcastit esimerkiksi analyyseistä tai tietokirjallisuudesta, jotka vaativat enemmän aktiivista keskittymistä. Myös moni mainitsee sosiaalisen median roolin korostuvan podcastien kuuntelussa. Erityisesti lyhyet podcastien klipit herättävät kiinnostuksen sosiaalisessa mediassa ja saavat kuuntelijan löytämään pidempien sisältöjen pariin.

Yksi merkittävä yhtäläisyys, joka korostuu haastateltavien välillä, on kokemus podcastien helposta ymmärrettävyydestä. Lähes kaikki haastateltavat (H1, H2, H3, H6, H7, H8, H9, H10) korostavat podcastien olevan helpommin lähestyttäviä kuin muut lähteet, kuten sijoituskirjallisuus. Podcastien vahvuudeksi nähdään erityisesti arkikielisyys ja konkreettiset esimerkit, joka tekevät podcasteista erityisen sopivia aloittelijoille. Myös osa tuo esiin eroja podcastien välillä, esimerkiksi haastateltava H3 kokee, että jotkut podcastit vaativat enemmän ennakkotietoa kuin toiset. Sen lisäksi haastateltavat H9 ja H10 nostavat esiin sen, että sisältö voi joskus olla jopa liian yksinkertaistettua, jolloin se ei välttämättä vastaa todellisuutta. Haastattelujen perusteella podcastit eivät ole ensisijainen yksittäisen tiedon lähde. Ne toimivat enemmän kiinnostuksen herättämisen välineenä ja yleisinä tiedon välittäjinä. Suurin osa haastateltavista (H2, H3, H5, H6, H7, H8, H9) sanoo etsivänsä yksittäisiä tietoja muista lähteistä, kuten kirjallisuudesta tai internetistä. Podcastien roolia tiedonhaussa voidaan pitää kaksivaiheisena; ne herättävät kiinnostuksen ja tuovat esiin uusia näkökulmia ja voivat toimia alustana syvällisemmän tiedon hakemiselle. Lisäksi osa mainitsee suhtautuvan podcasteihin kriittisesti. Esimerkiksi haastateltava H7 korostaa, että kuka tahansa voi tuottaa podcasteja ja kaikkia sijoitusneuvoja ei

kannata pitää luotettavana. Kuitenkin suurin osa sanoo pitävänsä podcasteja erinomaisena yleisen talous- ja sijoitusaiheisen tiedon välittäjänä.

”Aloin kuunnella talous- ja sijoituspodcasteja ehkä noin viisi tai kuusi vuotta sitten ihan mielenkiinnosta taloutta ja sijoittamista kohtaan. Tällä hetkellä kuuntelen esimerkiksi Inderesin podcastia, Sijoituskästiä ja Nordnetin Rahapodia. Välillä saattaa mennä viikkoja tai kuukausia, etten kuuntele mitään, mutta joskus taas kuuntelen useampia jaksoja peräkkäin. Yleensä kuuntelen podcasteja Spotifysta ja teen samalla jotain muuta, esimerkiksi laitan ruokaa tai siivoan. Podcastien kuunteleminen on helpompaa ja viihdyttävämpää, kuin tekstien lukeminen. Lukeminen tuntuu enemmän työltä.” (H3)

”Kuuntelen sijoitus- ja talousaiheisia podcasteja sekä Spotifysta että YouTubesta. En kuitenkaan kuuntele podcasteja aivan säännöllisesti, vaan enemmänkin valikoiden. Podcastien kuuntelu liittyy usein muihin arjen tilanteisiin, kuten liikuntaan tai vapaa-aikaan. Spotify toimii enemmän silloin, kun kuuntelen pelkkää ääntä esimerkiksi lenkillä, mutta joskus kuuntelen myös videon kanssa sohvalta. Olen kuunnellut esimerkiksi Sijoituskästiä, Heikkilän ja Vilénin show’ta ja Inderesin sisältöjä. Podcastien vahvuus on mielestäni se, että ne ovat helposti lähestyttävä tapa käsitellä talousaiheita.” (H5)

”Podcastit ovat olleet yksi tapa oppia sijoittamisesta erityisesti alkuvaiheessa. Silloin, kun aloin kiinnostua sijoittamisesta enemmän, aloin myös kuunnella sijoituspodcasteja. Yksi ensimmäisistä podcasteista oli Mimmit sijoittaa ja nykyään kuuntelen Rahapodia sekä Sijoituskästiä. Podcastit selittävät sijoittamiseen liittyviä termejä hyvin selkeästi. Kuuntelen niitä esimerkiksi lenkillä, bussissa tai kotona tehdessäni jotain muuta.” (H7)

Haastateltavien mainitsemat podcastit osoittivat selkeitä yhtäläisyyksiä podcastien valinnassa. Eniten esiin nousevat podcastit, kuten Mimmit sijoittaa, Rahapodi sekä Sijoituskästi, joita suurin osa haastateltavista oli kuunnellut ainakin joskus. Mimmit sijoittaa korostui useilla haastateltavilla (H1, H6, H7) alkuvaiheen podcastina, jota pidettiin erityisen helposti lähetettävänä ja aloittelijalle sopivana. Myös moni (H2, H3, H6, H7, H8) mainitsee Rahapodin ajankohtaisena talousaiheita käsittelevänä podcastina. Sijoituskästin rooli korostui laajasti haastateltavien (H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10) kesken ja sen vahvuudeksi nähdään vaihtelevat vieraat ja monipuoliset aiheet. Näiden lisäksi osa haastateltavista (H3, H4, H5) kuunteli myös Inderesin podcastia, jota pidetään enemmän analyttisempänä ja talousosaamista vaativana. Enemmän sijoituskokemusta omaavana olevat haastateltavat mainitsivat myös kuuntelevansa satunnaisesti esimerkiksi Heikkilän ja Vilenin Show’ta ja Bernerin

varttia, mikä viittaa siihen, että aktiivisemmat sijoittajat hakeutuvat laajempaan osaamiskenttään talous- ja sijoituspodcastien osalta. Yhtäläisyytenä voidaan todeta, että suurin osa haastateltavista suosi tunnettuja podcasteja, jotka ovat helposti saatavilla ja näkyvässä roolissa sosiaalisessa mediassa. Erot puolestaan liittyvät siihen, millä perusteella haastateltavat kuuntelevat ja seuraavat podcasteja. Osa keskittyi yhden podcastin seuraamiseen aktiivisesti ja osa valikoi sisältöjä eri podcastien välillä.

6.4 Teema 3: Podcastien merkitys sijoituskäyttäytymiseen

Haastattelujen perusteella talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on ollut merkitystä haastateltavien sijoituskäyttäytymiseen, mutta vaikutus on pääosin epäsuoraa ja ilmenee erityisesti ajattelun, tiedon ja varmuuden lisääntymisen kautta. Suurin osa haastateltavista ei tee yksittäisiä sijoituspäätöksiä suoraan podcastien perusteella, vaan niiden merkitys korostuu enemmän ajatusten ja sijoitusstrategian muokkaajina. Moni haastateltava kuvaa podcastien vahvistaneen sijoitustietämystään. Pitkäjänteisen sijoittamisen merkitys nousi esiin useissa vastauksissa. Podcastien koettiin vahvistavan ajatusta siitä, että sijoituksia ei tulisi muuttaa lyhyen aikavälin markkinaliikkeiden perusteella. Myös moni kuvaa innostumisen kasvaneen indeksisijoittamista ja ETF-sijoittamista kohtaan. Vaikka suoria sijoituspäätöksiä podcastien perusteella tehtiin harvoin, niiden merkitys näkyy haastateltavien ajattelun kehittymisenä. Podcastit antavat uusia näkökulmia ja tietoa eri sijoitusinstrumenteista sekä ymmärrystä markkinoista. Tämä lisäsi monien haastateltavien mukaan varmuutta omaa sijoittamista kohtaan. Haastateltavien H3 ja H5 mukaan podcastit tuovat myös esiin varovaisuutta sekä riskejä lisäämällä tietoisuutta epävarmuustekijöistä.

”Podcastien kautta olen saanut ajatuksia esimerkiksi siitä, mihin toimialoihin kannattaa sijoittaa ja millaisia sijoitusstrategioita kannattaa käyttää. Podcastien kautta olen kuullut esimerkiksi ETF-rahastoista ja niiden helppoudesta. On mahdollista, että olen joskus valinnut yksittäisiä sijoituskohteita podcastien perusteella, varsinkin jos joku toimiala on ollut paljon esillä. Podcastit ovat myös lisänneet varovaisuutta, koska niissä puhutaan paljon markkinoiden riskeistä ja taloudellisesta epävarmuudesta.” (H3)

”Podcastit eivät ole suoraan vaikuttaneet yksittäisiin sijoituspäätöksiini. Niiden vaikutus näkyy enemmän tiedon lisääntymisenä ja sijoittamisen ymmärtämisenä. Podcastien kautta olen oppinut enemmän ja saanut lisää ymmärrystä sijoittamisesta. Kuka tahansa voi kuitenkin tehdä podcastin, joten sijoitusvinkkeihin pitää suhtautua kriittisesti.” (H7)

Haastateltavien vastauksissa nousi esiin se, että podcastien vaikutus sijoituskäyttäytymiseen on hyvin yksilöllistä. Osa koki vaikutuksen vähäiseksi, kun taas toiset kokivat podcastien vaikuttaneen selkeämmin omiin valintoihin. Kuvio 5 nähdään, että talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on merkitystä suurimman osan haastateltavien sijoituskäyttäytymiseen. Yhteensä 70 % haastateltavista kokee podcastien merkityksen vähintään kohtalaiseksi, joista 40 % arvioi merkityksen suureksi ja 30 % kohtalaiseksi. Vain pieni osa vastaajista, 10 % koki, ettei podcasteilla ole ollenkaan merkitystä sijoituskäyttäytymiseen ja vain 20 % koki merkityksen vähäiseksi. Useammin podcasteja kuuntelevat haastateltavat kokivat merkityksen sijoituskäyttäytymiseen keskimäärin suuremmaksi. Tämä viittaa siihen, että podcastien merkitys voi vahvistua kuunteluiden myötä, jolloin niistä saatava tieto ja näkökulmat yhdistyvät osaksi sijoittajan ajattelua.



Kuvio 5. Podcastien koettu merkitys sijoituskäyttäytymiseen.

Haastateltavat kertovat podcastien merkityksen näkyvän sijoittamiseen liittyvissä tunteissa. Yleisimmin esiin nousi innostus ja kiinnostuksen lisääntyminen sijoittamista kohtaan. Haastateltavat H1, H6, H7 ja H8 kertovat podcastien lisäävän myös varmuutta sijoittamista kohtaan ja tunnetta siitä, että sijoittaminen voi olla ymmärrettävää ja mahdollista jokaiselle.

”Aiemmin ajattelin, että sijoittaminen on aika riskialtista ja ehkä vähän epävarmaakin, mutta nykyään se tuntuu hyväksyttävämmältä ja luotettavammalta, kun niin moni ihminen tekee sitä. Ei se tunnu enää siltä, että se olisi vain rikkaiden ihmisten juttu, vaan tavallinenkin ihminen voi sijoittaa pienillä summilla.” (H1)

Haastatteluissa nousi esiin myös FOMO-ilmiö eli tunne siitä, että jää paitsi hyvistä sijoitusmahdollisuuksista. Erityisesti tunne ilmenee silloin, kun podcasteissa on aiheena ajankohtaiset tai nopeasti suosioon nousseet sijoituskohteet, kuten kryptovaluutat. Kuitenkin suurin osa mainitsee, että tunteet ovat ohimeneviä, eivätkä vaikuta merkittävästi sijoituspäätöksiin.

”FOMO-ilmiötä en kuitenkaan koe kokeneeni kovin paljon. Ajattelen vähän niin, että sijoittaminen on osittain myös tuurista kiinni ja ne, jotka käyttävät siihen paljon aikaa ja perehtyvät siihen kunnolla, saavat todennäköisesti parempia tuottoja. Se on vähän sama kuin liikunnassa: mitä enemmän siihen panostaa, sitä parempia tuloksia saa.” (H1)

”FOMO-ilmiötä en ole ehkä kovin paljon kokenut, mutta joskus esimerkiksi kryptovaluutoista puhuttaessa on tullut vähän sellainen tunne, että onko jäänyt jostain paitsi, kun jotkut ovat tehneet niillä todella suuria tuottoja. Toisaalta olen myös kuullut niihin liittyvistä riskeistä, joten se on tasapainottanut sitä tunnetta.” (H2)

Vain kaksi haastateltavaa (H2, H4) tunnistivat itsessään käyttäytymistaloustieteen ilmiön yli-itsevarmuuden.

”Kyllä minulle on myös käynyt sellainen tilanne, että olen ollut ehkä vähän liiankin itsevarma sijoittajana. Se liittyi siihen aikaan, kun tein ensimmäisiä suoria osakesijoituksia ja markkinat olivat nousussa. Silloinhan kuka tahansa näyttää hyvältä sijoittajalta, kun kurssit nousevat ja kaikki sijoitukset ovat plussalla. Siitä voi tulla sellainen fiilis, että on hyvä sijoittaja, vaikka todellisuudessa markkina vain sattui olemaan nousussa. Kun kurssit myöhemmin lähtivät laskuun, huomasi ettei kaikki mennytkään nappiin.” (H2)

”Saatan joskus ajatella, että minulla on parempi käsitys jostakin sijoituskohteesta kuin markkinoilla yleisesti sekä koen, että riskinsietokyyni on melko korkea.” (H4)

Esiin nousi myös se, että podcastit aiheuttavat toisinaan huolta ja epävarmuutta, jos käsitellään aiheita, kuten taloudelliset riskit tai epävarmuus maailmantilanteesta. Tämä saattaa jopa vaikuttaa hälventämällä yli-itsevarmuuden tunnetta.

”Podcastit voivat esimerkiksi muistuttaa siitä, kuinka vaikeaa markkinoiden ennustaminen on. Usein niiden kautta tulee esille myös se, että kukaan ei oikeasti tiedä varmasti, miten markkinat kehittyvät. Se voi jopa vähentää yli-itsevarmuutta, koska tulee tietoisemmaksi siitä, kuinka paljon epävarmuutta sijoittamiseen liittyy.” (H5)

Useat haastateltava tuovat esiin, että sijoituspäätöksiin vaikuttavat henkilökohtaiset ja emotionaaliset tekijät. Erityisesti henkilökohtainen merkitys sijoituskohteeseen lisää halukkuutta sijoittaa kyseiseen kohteeseen. Haastateltavat kuvasivat tilanteita, joissa sijoituskohde oli tuttu tai vastasi omia arvoja, mutta ei välttämättä ollut objektiivisesti paras mahdollinen sijoituskohde.

”Jos pidän yrityksen ideasta tai tuotteesta, se voi lisätä halua sijoittaa siihen.” (H4)

”Kyllä itselläni tunneside on vaikuttanut sijoituskohteen valintaan, erityisesti jos esimerkiksi kyseessä on ollut itselle tuttu tai läheinen yritys.” (H10)

Tästä voidaan päätellä, että tunteet ja henkilökohtainen merkitys vaikuttavat päätöksentekoon tilanteessa, jossa päätös ei perustu objektiiviseen analyysiin. Sijoittaminen ei näyttäyty pelkästään numeroihin ja kaavioihin perustuvana toimintana. Tulokset tukevat behavioraalista näkemystä, jossa sijoittajat eivät toimi täysin rationaalisesti, vaan päätöksentekoa ohjaa myös emotionaaliset tekijät ja henkilön aiemmat kokemukset. Erityisesti sijoituskohteen tunnettuus ja siihen liittyvä positiivinen mielikuva voi näyttäytyä juuri tällaisena kognitiivisena oikopolkuna sijoituspäätöstä tehdessä. Tällöin sijoittaja saattaa päätyä valitsemaan kohteen pelkän tunnepohjaisen arvion perusteella, mikä voi johtaa siihen, että riskit ja vaihtoehtoiset kohteet jäävät huomioimatta.

6.5 Teema 4: Podcastien luomat mielikuvat sijoittamisesta

Haastattelujen perusteella toistui selkeä yhtäläisyys vastauksissa. Lähes kaikki haastateltavat arvioivat podcastien merkityksen kasvavan ja niiden rooli sijoittamisen lisääjänä korostui. Podcastit nähdään tulevaisuudessa merkittävänä tekijänä sijoittamiseen liittyvien mielikuvien muokkaajana. Podcastien koetaan erityisesti madaltavan kynnystä aloittaa sijoittaminen sekä tekemään siitä helposti lähestyttävää laajemmalle yleisölle. Podcastien kautta sijoittaminen nähdään haastateltavien H3, H4, H5, H7, H8, H9 ja H10 mielestä saavutettavampana ja helpompana toimintana, mikä voi lisätä erityisesti nuorten kiinnostusta sijoittamiseen. Haastateltavat arvioivat podcastien vaikuttavan siihen, minkälaisia mielikuvia sijoittamisesta muodostuu. Niiden nähtiin lisäävän mielenkiintoa ja innostusta sekä arkipäiväistävän sijoittamista. Samalla aineistosta esiin nousi myös kriittinen näkökulma podcastien sisältöön. Osa haastateltavista (H4, H6, H8, H9) toi esiin podcastien voivan antaa vääristyneen tai yksipuolisen kuvan sijoittamisesta, esimerkiksi esittämällä asiat liian yksinkertaisesti tai korostamalla menestystarinoita. Vakuuttavasti esiintyvät podcastjuontajat saattavat helposti vaikuttaa kuulijan näkemyksiin.

”Podcastit tekevät sijoittamisesta tunnetumpaa ja helpommin lähestyttävää monelle ihmiselle, mikä voi lisätä sijoittamisen suosiota tulevaisuudessa. Luulen, että yhä useampi alkaa sijoittaa tulevaisuudessa. Ne voivat joissain tapauksissa kuitenkin antaa liian yksipuolisen kuvan ja johdattaa harhaan.” (H9)

”Uskon, että sijoituspodcastit vaikuttavat tulevaisuudessa positiivisesti sijoittamiseen. Ne tekevät sijoittamisesta helpommin lähestyttävää ja voivat innostaa erityisesti nuoria aloittamaan aiemmin. Toisaalta ne voivat myös antaa hieman vääristyneen kuvan, jos esillä on vain erittäin menestyneitä sijoittajia. Kokonaisuudessaan uskon kuitenkin, että niiden vaikutus on enemmän positiivinen kuin negatiivinen.” (H8)

”Tulevaisuudessa uskon, että sijoituspodcastien merkitys tulee kasvamaan. Moni ihminen, mukaan lukien itse, ei jaksa lukea pörssitiedotteita tai talouskirjallisuutta, ellei sitä tee työkseen. Podcastien avulla saa helposti tietoa ja niitä on kiva kuunnella muiden tekemisten ohella. Ajattelin aikaisemmin, että sijoittaminen on tosi tylsä aihe, mutta podcastien takia se ei tunnu enää niin tylsältä, vaan siitä on innostunut ihan eri tavalla.” (H10)

Haastateltavien vastauksissa toistui useasti myös viihteellisyyden merkitys. He kokevat podcastien viihteellisyyden nostavan sijoitusaiheen uudelle tasolle. Perinteiset talousaineistot, kuten kirjalliset raportit tai pörssitiedotteet, eivät samalla tavalla enää motivoi. Tiedon vastaanottaminen painottuu enemmän elämyksiin, kuin kriittisiin arviointeihin. Podcastit ovat viihdyttäviä ja niiden sisältö motivoi kevyellä ja tarinallisella kerrontatyylillä. Tämä havainto on linjassa teoriaosuudessa esitettyyn näkemykseen siitä, että talous- ja sijoituspodcastit kilpailevat yhä vahvemmin perinteisten taloussisältöjen kanssa tarjoamalla viihteellisemmän tavan omaksua talous- ja sijoitusaiheista informaatiota.

7 Yhteenveto

7.1 Johtopäätökset ja pohdinta

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, minkälainen merkitys talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on suomalaisten yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiseen. Sen lisäksi tutkielmassa saatiin havaintoja siitä, toimivatko podcastit sijoittamisen aloittamisen välineenä, yleisesti sijoitus- ja taloustiedon tiedonlähteenä sekä minkälaisia mielikuvia talous- ja sijoitusaiheiset podcastit herättävät kuulijoissa. Tutkimuksen tavoitteeseen päästiin osittain. Tutkimuskysymykseen saatiin vastaus ja sen perusteella hyödyllistä tietoa. Tutkimuksen perusteella saatiin tietoa talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkityksestä suomalaisten yksityissijoittajien käyttäytymiseen. Tutkittavien vastauksista voidaan todeta, että suurin osa vastauksista tuotti samanlaista tietoa. Vastauksista voidaan tehdä päätelmä, että talous- ja sijoitusaiheisilla podcasteilla on havaittavissa jossain määrin merkitystä suomalaisten yksityissijoittajien käyttäytymiseen. Tietoa saatiin kuitenkin suhteellisen pieni määrä, koska tutkittavia ei ollut kovin paljoa ja tietoa ei tällöin voida pitää täysin yleistettävänä.

Haastattelun alussa haluttiin saada tietoa tutkittavien sijoitustaustasta ja sijoitusajankohdasta sekä sijoittamisen aloittamisen tekijöistä. Lähes kaikki haastateltavat, lukuun ottamatta yhtä olivat aloittaneet sijoittamisen jo ennen podcastien kuuntelua. Podcastit lisäsivät haastateltavien ymmärrystä sijoittamisesta, mutta eivät toimineet pohjana sijoittamisen aloittamiselle. Tähän voi vaikuttaa haastateltavien ikärakenne, joka painottuu noin 25–30-vuotiaisiin. Kyseinen ikäryhmä on todennäköisesti aloittanut sijoittamisen aikana, jolloin podcastit eivät olleet vielä yhtä suosittuja kuin nykyisin. Siksi tulos ei välttämättä anna todellista kuvaa podcastien vaikutuksesta sijoittamisen aloittamiseen, vaan siihen liittyy myös sijoittamisen aloittamisen ajankohta. Jos haastateltavissa olisi nuorempia henkilöitä, voisi podcastien rooli sijoittamisen aloittamisessa olla erilainen, koska podcastit ovat nykyisin isompana osana digitaalista mediaympäristöä, mikä voi madaltaa kynnystä sijoittamisen aloittamisessa. Kuitenkin tällaiseen tulkintaan liittyy paljon epävarmuutta. Podcastit voivat lisätä kiinnostusta sijoittamisen aloittamisesta, mutta niin kuin aikaisemmin mainittiin, monet muut tekijät, kuten perhetausta, taloudellinen tilanne sekä yleinen talousosaaminen vaikuttavat tuloksiin. Siksi ei voida olettaa, että edes nuoremmat ikäryhmät olisivat välttämättä aloittaneet sijoittamisen podcastien vaikutuksesta ja tämä korostaa tarvetta jatkotutkimukselle.

Tutkimuksessa ilmeni, että podcastien merkitys sijoituskäyttäytymiseen on yksilöllistä. Podcasteilla on merkittävä, mutta pääosin epäsuora vaikutus yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiseen. Podcastit eivät vaikuttaneet suoraan sijoituspäätöksiin, vaan toimivat enemmän tiedonvälityksen ja

näkökulmien laajentamisen välineenä, joiden kautta kuuntelijat saavat ymmärrystä markkinoista ja erilaisista sijoitusinstrumenteista. Keskeinen havainto, joka nousi esiin, oli, että podcastit vahvistavat erityisesti sijoittamisen pitkäjänteisyyttä. Lisäksi ne lisäsivät monen haastateltavan kiinnostusta indeksi- ja ETF-sijoittamista kohtaan. Näiden tulkintojen perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että podcastit ohjaavat sijoittajien preferenssejä yleisellä tasolla, vaikka yksittäiset päätökset syntyvät usein muiden tekijöiden vaikutuksesta. Tulokset osoittavat myös, että podcastien merkitys liittyy sijoittajien kokemaan itsevarmuuteen. Podcastien kautta lisääntynyt tieto koetaan helpottavana ja ymmärrettävänä, mikä madaltaa kynnystä osallistua sijoitusmarkkinoille. Samaan aikaan podcastit lisäävät tietoisuutta riskeistä ja epävarmuustekijöistä, mikä voi lisätä varovaisuutta ja estää merkittäviä menetyksiä.

Käyttäytymistaloustieteen pohjalta tunnistettiin erilaisia ilmiöitä haastateltavien joukosta. Kuitenkin haastateltavat kokivat tunteiden olevan lyhytaikaisia eivätkä ne johtaneet pysyviin sijoituspäätöksiin. Moni haastateltava koki pystyvänsä hallitsemaan käyttäytymistaloustieteen ilmiöitä, kuten FOMO-ilmiötä, liiallista itsevarmuutta tai laumakäyttäytymistä paremmin, kuin olisi voinut etukäteen olettaa. Haastattelun kohteena olevat henkilöt osoittivat hyvää tietämystä sijoittamisesta, mikä voi viitata siihen, että käyttäytymisvinoumat eivät vaikuta heihin yhtä voimakkaasti, kuin vähemmän perehtyneisiin sijoittajiin. Kuten teoriaosassa todettiin, että jos sijoituskohteet ja markkinat ovat tutut, vinoumat eivät vaikuta niin paljoa päätöksiin ja käyttäytymiseen. Uudet sijoituskohteet taas lisäävät näiden riskiä. Toisaalta tällaista havaintoa tulee tarkastella myös kriittisesti. Vinoumien tunnistaminen ja niistä tietoiseksi tuleminen ei välttämättä tarkoita, että niitä ei olisi päätöksenteossa. Haastateltavat saattavat arvioida omaa rationaalisuuttaan optimaalisesti ja aliarvioida tiedostamattaan psykologisten tekijöiden vaikutuksen käyttäytymiseensä. Vaikka kokeneemmat sijoittajat pystyvät hallitsemaan käyttäytymistaloustieteen ilmiöitä paremmin, se ei tarkoita, että he eivät kokisi niitä ollenkaan. Lisäksi on mahdollista, että sijoittajat kokevat onnistuneet päätökset omaksi osaamiseksi ja epäonnistumiset ulkoisten tekijöiden seuraukseksi, mikä voi johtaa harhaan omasta rationaalisuudesta ja vähentää alttiutta kokea vinoumia.

Talous- ja sijoituspodcastien rooli sijoittamiseen liittyvän kiinnostuksen ja osallistumisen edistäjänä ilmenee merkittävänä. Haastateltavat kokivat podcastien olevan matalan kynnyksen kanava, joka tekee sijoittamisesta helposti lähestyttävää jokaiselle, sekä erityisesti lisää nuorten innostusta sijoittamista kohtaan. Podcastien luomat arkipäiväiset esimerkit sijoittamisesta tekevät niistä viihteellisen ja mielekkään seurata erilaisten vapaa-ajan toimintojen, kuten ruoanlaiton tai urheilun yhteydessä. Podcastit lisäävät kuuntelijoiden taloudellista aktiivisuutta selittämällä markkinoiden tapahtumia ja mielenkiintoa sijoittamiseen ja samalla opettaen kriittisen tiedon arviointia.

Tutkimuksessa alkuperäinen oletus siitä, että haastateltavien talousalan koulutus tai talouden parissa työskentely johtaisi siihen, että sijoittamiseen ja talouteen liittyviä teemoja käsitellään perusteellisemmin, sai aineistosta osittaista tukea. Haastatteluiden perusteella ilmeni, että varsinkin talouden parissa työskentelevät haastateltavat (H3, H4, H5 ja H10) tuottivat syvällisempiä ja analyyttisempiä pohdintoja sijoituskohteisiin liittyen, verrattuna haastateltaviin, joiden koulutus- ja työtausta ei liittynyt suoraan talouteen. Näiden haastateltavien vastauksessa nousi esiin kyky eritellä esimerkiksi sijoituskohteita, riskejä sekä tuotto-odotuksia. Lisäksi he korostivat enemmän ammatillista termistöä ja viittasivat analyyttisiin perusteluihin, joka tukee heidän osaamistaan. Samalla kuitenkin aineistosta nousi esiin myös muiden alojen edustajien vastauksia, joissa oli yksittäisiä esimerkkejä perustelluista ja harkituista sijoituspäätöksistä. Henkilökohtainen kiinnostus sekä itse hankittu kokemus ja osaaminen voivat olla yhtä tärkeitä tekijöitä kuin koulutus tai ammattitaito. Sijoitusosaaminen ilmenee moninaisena ilmiönä, johon vaikuttavat tausta, yksilöllinen kokemus sekä oma oppiminen.

7.2 Tutkielman arviointi ja luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus kulkee mukana koko tutkimusprosessin ajan. Luotettavuuden arviointi ei ole vain yksittäinen vaihe, vaan siihen on kiinnitettävä huomiota aineiston keruusta aina tulosten raportointiin saakka. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuutta voidaan arvioida kolmen käsitteen avulla. Nämä ovat uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys. Näiden kaikkien tulee toteutua, koska ilman näitä tutkimukselta katoaa pohja. Uskottavuudella viitataan siihen, kuinka hyvin tutkimuksen tulokset hyväksytään todeksi sekä kuinka asianmukaisesti ja huolellisesti aineisto on kerätty ja analysoitu. Tutkimuksen uskottavuutta on vahvistettu kuvamaalla aineistonkeruu ja analysointivaihe läpinäkyvästi sekä aineisto luettu huolellisesti useaan kertaan, jotta tulkinnat perustuvat aineistoon. Luotettavuudella tarkoitetaan sitä, kun tutkija vakuuttaa lukijan siitä, että tutkimusongelmassa on käytetty perusteltuja ja oikeanlaisia lähestymistapoja ratkaisemaan ongelma. Luotettavuutta on vahvistettu valitsemalla tutkimusmenetelmät, jotka sopivat tutkimusongelman tarkasteluun ja niiden valinta on perusteltu huolellisesti. Eettisyys tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa on noudatettu eettisiä periaatteita koko tutkimuksen ajan. Tutkimuksessa on otettu huomioon se, että se ei saa missään tilanteessa vaarantaa kohteena olevien ihmisten elämää eikä aiheuttaa haittaa kohteena oleville tai tutkimuksiin liittyville osapuolille (Puusa & Juuti 2020, 167).

Tässä tutkimuksessa arvioidaan luotettavuutta myös reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetti arvioi tutkimuksen toistettavuutta. Reliabiliteettia pidetään hyvänä, jos tutkimuksen toistaessa samoissa olosuhteissa saadaan sama lopputulos. Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteetin tulisi kuitenkin suhtautua varauksella. On epätodennäköistä, että kaksi tutkijaa päätyisivät täysin samaan

lopputulokseen tai että rinnakkaisella tutkimusmenetelmällä saataisiin aivan sama lopputulos. Täytyy huomioda, että haastattelujen tulokseen vaikuttaa aina haastattelijan ja haastateltavan vuorovaikutus. Erot kahden tutkimuskerran välillä eivät kuitenkaan kerro menetelmän heikkoudesta, vaan usein muuttuneiden tilanteiden seurauksista tai tutkijoiden tulkintaeroista. Reliabiliteettia on lisätty käyttämällä samaa tutkimusrunkoa kaikissa aineistonkeruutilanteissa, jotta tutkimus on mahdollisimman johdonmukaisesti toistettavissa samankaltaisessa tutkimusasetelmassa. Reliaabeliutta voidaan arvioida myös tarkastelemalla, onko kaikki käytettävissä oleva materiaali otettu huomioon ja onko litteroinnit totutettu oikein. Näitä pyrittiin varmistamaan nauhoittamalla haastattelut sekä tarkastamalla litteroinnit huolellisesti virheiden välttämiseksi (Hirsijärvi & Hurme 2022, 196–199).

Validiteetilla arvioidaan sitä, kuinka hyvin tutkimusmenetelmä tavoittaa sen merkityksen, jota on tarkoitus ymmärtää. Sen avulla tarkastellaan ovatko tehdyt tulkinnat uskottavia ja perusteltuja. Validiteetti voidaan jakaa joko sisäiseen tai ulkoiseen validiteettiin. Sisäinen validiteetti kertoo ovatko valitut tavat oikeanlaisia tutkittavan asian mittaamiseen, kun ulkoinen validiteetti havainnoi, kuinka yleistettävää tutkimus on (Hirsijärvi & Hurme 2022, 196–199). Tutkimuksen validiteettia voidaan pitää hyvänä, koska tutkimus tutkii sitä mitä pitikin. tutkimuksella haluttiin selvittää podcastien merkitystä suomalaisten yksityisjoittajien sijoituskäyttäytymiseen ja vastauksia saatiin tähän tutkimuskysymykseen. Kuitenkin kriittisenä näkökulmana näyttäytyy pieni joukko haastateltavia sekä vastausten subjektiivinen luonne, jotka rajoittavat tulosten yleistettävyyttä.

Tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin parantamaan myös valitsemalla viitekehukseen luotettavia lähteitä, jotka tukivat tutkimusta ja sen tuloksia. Joistakin aiheista, kuten podcasteista Suomessa oli haastavaa löytää tieteellisiä lähteitä tai aikaisempia tutkimuksia, koska aihe on vielä sen verran uusi. Sen takia lähteissä on paljon verkkolähteitä, mutta olen pyrkinyt arvioimaan niiden luotettavuutta tarkastelemalla kirjoittajien ja nettisivujen taustaa. Lähteissä on myös käytetty englanninkielisiä lähteitä, jotta on saatu laajempaa teoriaa tukemaan tutkimusta. Luotettavuuden vahvistamiseksi olen kuvannut tutkimuksen toteutuksen yksityiskohtaisesti ja perustellut metodologiset valinnat mahdollisimman selkeästi. Sen lisäksi olen myös havainnollistanut analyysin vaiheita esittämällä haastatteluihin osallistuneiden taustatiedot Taulukko 1, joka tukee lukijan mahdollisuuksia arvioida tutkimuksen luotettavuutta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 123–124).

Haastattelujen luotettavuutta lisättiin sillä, että en ohjannut haastateltavien vastauksia, vaan haastateltavat saivat itse kertoa omista kokemuksistaan omalla tavallaan ja kysyin lisätietoja vain tarvittaessa (Puusa & Juuti 2020, 17). Tutkimuksen arkaluontoisuus on huomioitu painottamalla osallistujille heidän oikeuttansa päättää itse, kuinka yksityiskohtaisesti he halusivat jakaa omia kokemuksiaan.

Tämän vuoksi teemahaastattelu ja avoimet kysymykset toimivat tilanteessa hyvin. Osallistujilla oli näin mahdollisuus rajoittaa jakamaansa tiedon määrää (Eskola & Suoranta 1998). Tutkijan oma asema on keskeinen tekijä laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa. On tärkeää tiedostaa omat ennakko-oletukset ja henkilökohtainen näkökulma, vaikka täysin objektiivinen tarkastelu ei aina ole mahdollista. Oma kiinnostus ja aiemmat kokemukset aiheesta saattavat vaikuttaa tutkimuksen etenemiseen (Tuomi & Sarajärvi 2018, 119). Pysin varmistamaan, että tulokset pohjautuvat ensisijaisesti aineistoon, eivät etukäteen muodostettuihin oletuksiin.

7.3 Jatkotutkimukset

Tämän tutkimuksen tulokset ovat suuntaa antavia talous- ja sijoitusaiheisten podcastien merkityksestä suomalaisten yksityissijoittajien sijoituskäyttäytymiseen. Tulokset osoittavat, että podcasteilla voi olla merkitystä esimerkiksi sijoituspäätöksiin, riskinottoon, sijoitusstrategiaan ja sijoittajien kiinnostukseen eri sijoituskohteisiin. Tutkimuksessa haastateltavien määrä on hyvin pieni 10 tutkittavaa, mikä vaikuttaa rajoittavasti havaintojen yleistettävyyteen ja sen takia havaintoja tulee tulkita varauksella, eikä niitä voida yleistää kaikkiin suomalaisiin sijoittajiin. Jatkotutkimuksessa olisi hyvä tutkia ainetta laajemmalla ja monipuolisemmalla otoksella. Jatkotutkimuksessa voisi hyödyntää sekä laadullista tutkimusta että määrällistä tutkimusta. Yhdistämällä laadullisen haastatteluaineiston sekä kvantitatiivisen kyselytutkimuksen, voitaisiin saada tarkempaa tietoa siitä, kuinka yleistettävissä saadut havainnot ovat eri sijoittajaryhmissä ja kuinka merkittävästi podcastit vaikuttavat sijoittajien päätöksentekoon sekä käyttäytymiseen. Tämän lisäksi olisi mielenkiintoista kerätä tietoa siitä, kuinka ikä tai sukupuoli voi vaikuttaa podcastien kuunteluun ja niiden koettuun merkitykseen. Lisäksi voisi olla hyödyllistä tutkia eroja kokeneiden ja aloittelevien sijoittajien välillä, esimerkiksi, vaikuttaisiko podcastien kuuntelu eri lailla sijoituskäyttäytymiseen riippuen kuuntelijan aiemmasta sijoitusosaamisesta tai sijoitushistoriasta. Jatkotutkimuksessa olisi kiinnostavaa tutkia tarkemmin podcastien sisällöllisiä eroja ja niiden merkitystä sijoittajien käyttäytymiseen. Erilaiset podcast-tyypit, kuten keskustelumuo- toiset tai sijoitusstrategioihin keskittyvät sisällöt tuottavat vaihtelevaa talous- ja sijoitusaiheista sisältöä ja saattavat vaikuttaa sijoittajiin eri tavoilla.

Lähteet

- Ad Results Media. (2025). *Podcast Upfront 2025: Audio's Future Is Louder, Smarter and More Visual Than Ever*. <<https://www.adresultsmedia.com/news-insights/podcast-upfront-2025-audios-future-is-louder-smarter-and-more-visual-than-ever/>> haettu 19.10.2025
- Ady, S. U., (2018). *The Cognitive and Psychological Bias in Investment Decision-Making Behavior: (Evidence from Indonesian Investor's Behavior)*. Journal of Economics and Behavioral Studies, 10 (1), 86-100. <<https://ojs.amhinternational.com/index.php/jeps/article/view/2092>> haettu 18.1.2026
- Arvopaperi. (2025). *Paras hyöty kasvusta saadaan ohjaamalla sitä*. <<https://www.arvopaperi.fi/kumppanisisallot/invesdor/paras-hyoty-kasvusta-saadaan-ohjaamalla-sita/>> haettu 9.2.2026
- 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.econ.cam.ac.uk/sites/default/files/publication-cwpe-pdfs/cwpe1225.pdf>> haettu 2.2.2026
- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). *Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment*. The Quarterly Journal of Economics. 261–289. <<https://faculty.haas.berkeley.edu/odean/papers/gender/boyswillbeboys.pdf>> haettu 2.2.2026
- Connell, D., & Tingley, B. (2019). *Investing in the Digital Age: Media's role in the Institutional Investor Engagement Journey*.
- Eronen, R. (2018). Podcast. *Kielikello*. <<https://kielikello.fi/podcast/>> haettu 28.2.2026
- Eskola, J., Lätti, J., & Vastamäki, J. (2018). Teemahaastattelu: Lyhyt selviytymisopas. Teoksessa R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1: Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. PS-kustannus. 27–51

- Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Ferm, J. (2025). Podcastien kehityssuunnat Suomessa. Asiantuntijoiden näkemyksiä tulevaisuudesta ja kehittämistarpeista. Metropolian Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H. (2022). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.
- Idris, H. (2024). *The Effects of FOMO on Investment Behavior in the Stock Market*. Golden Ratio of Data in Summary. 4 (2), 879–887.
<<https://goldenratio.id/index.php/grdis/article/view/757/522>> haettu 24.1.2026
- Interactive Advertising Bureau. (2024). *Podcasting in the Creator Economy: A Long-Term Opportunity*. <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2024/08/IAB_Podcasting_In_The_Creator_Economy_Guide_August_2024.pdf>
haettu 13.10.2025
- Juntunen, E. (2024). *Vaurastu viisaasti: rahataidot haltuun*. 1. painos. Helsinki: Tammi.
- Jyväskylän ammattikorkeakoulu. (n.d.). Podcast-opas sisällöntuottajille. Avoimet oppimateriaalit.
haettu 28.2.2026:
- Kallunki, J., Martikainen, M. & Niemelä, J. E. (2019.) *Ammattimainen sijoittaminen*. 8., uudistettu painos. Helsinki: Alma Talent.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world unite! The Challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53 (1), 59–68.
- Kielitoimiston sanakirja. (2024). *Podcast*. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikeskus Oy.
<<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/podcast>> haettu 19.10.2025
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*. Business Horizons 54 (3), 241-251.

- Kuittinen, L. (2014). Sosiaalisen median vaikutus sijoituspäätöksiin. Laurea-ammattikorkeakoulu-Opinnäytetyö.
- Kärkkäinen, M. (n.d.). Podcast – vuosi 2025: mitä opimme – ja miksi vuodesta 2026 tulee kään-
teentekevä? Suomen podcastmedia. <[https://www.podcastmedia.fi/blogi/podcast-markkina-
vuonna-2026/#content](https://www.podcastmedia.fi/blogi/podcast-markkina-
vuonna-2026/#content)> haettu 2.3.2026
- Myllyoja, N. & Kullas, E. (2020). *Rahan taju*. Helsinki: Alma Talent.
- Nieminen, J. (2025). *Teet parempia sijoituksia, kun vältät neljää psykologista harhaa*. Yle.
<<https://yle.fi/a/74-20138340>> haettu 16.10.2025
- Oikeusministeriö. (2024). *Tutkimus: Suomalaisnuorten talousosaaminen on hyvällä
tasolla*. <[https://oikeusministerio.fi/-/tutkimus-suomalaisnuorten-talousosaaminen-on-
hyvalla-tasolla](https://oikeusministerio.fi/-/tutkimus-suomalaisnuorten-talousosaaminen-on-
hyvalla-tasolla)> haettu 14.10.2025
- Oikeuspalveluvirasto. (n.d.) *Talousosaamisen edistäminen ja talousosaamisen strategia*.
<<https://www.oikeuspalveluvirasto.fi/tietoa-meista/talousosaamisen-edistaminen/>> haettu
14.10.2025
- Osakesijoittajat.fi (n.d.) *Sijoituspodcastit – Parhaat sijoitus- ja talouspodcastit vuonna 2023*.
<<https://osakesijoittaja.fi/sijoittajan-tyokalut/sijoitus-podcastit/>> haettu 28.2.2026
- Palmer, B. (2024). *Institutional Investors vs. Retail Investors: What's the Difference?* Investopedia.
<<https://www.investopedia.com/ask/answers/06/institutionalinvestor.asp>> haettu 19.10.2025
- Podchaser. (2025). *Podcast Charts & Rankings*. Spotify / Finland / Top Podcasts. Haettu
<<https://www.podchaser.com/charts/spotify/finland/top%20podcasts?date=2025-10-12>> haettu
3.5.2026
- Posti, M. (2025). Sosiaalisen median vaikutus nuorten sijoittajakäyttäytymiseen. Haaga-Helia am-
mattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). *What is Behavioral Finance?* Business, Education & Technology Journal, 2, 1–9. <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=256754> haettu 21.2.2026
- STT Info. (2024). *Tutkimus: yhä useampi suomalainen on valmis maksamaan podcasteista, joita kuunnellaan kotiaskareiden lomassa ja jopa saunassa.* Podimo. <<https://www.sttinfo.fi/tiedote/70118941/tutkimus-yha-useampi-suomalainen-on-valmis-maksamaan-podcasteista-joita-kuunnellaan-kotiaskareiden-lomassa-ja-jopa-saunassa?publisherId=69820336&lang=fi>> haettu 19.10.2025
- Puusa, A. & Juuti, P. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.* 1. painos. Gaudeamus.
- Pörssisäätiö. (2025). *Alle 25-vuotiaista jo joka neljäs sijoittaa.* Pörssisäätiö. <<https://www.porssisaatio.fi/perehdy-tutkimuksiin/porssisaation-tilastot/nuoret-sijoittajina/>> haettu 15.10.2025
- RadioMedia. (2025). *Miten podcast – mainonta eroaa perinteisestä radiomainonnasta?* <<https://radiomedia.fi/ajankohtaista/miten-podcast-mainonta-eroaa-perinteisesta-radiomainonnasta/>> haettu 1.3.2026
- RadioMedia. (2024). *Näin suomalainen kuuntelee –Podcast Edition 2024.* <<https://radiomedia.fi/tutkimukset/nain-suomalainen-kuuntelee-podcast-edition-2024/>> haettu 19.10.2025
- Saario, S. (2020). *Miten sijoitan pörssiosakkeisiin.* 19. painos. Helsinki: Alma Talent.
- Sijoituskästi Media Oy. (n.d.). Yritystiedot ja yhteystiedot. Finder. <<https://www.finder.fi/Viestintätoimisto/Sijoituskästi+Media+Oy/Helsinki/yhteystiedot/3969939>> haettu 9.2.2026
- Suomen virallinen tilasto. (2024). *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö.* Helsinki. Tilastokeskus. <<https://stat.fi/tilasto/sutivi>> haettu 13.10.2025

- Suomen Pankki. (2025). *Syyskuussa 2025 kotitaloudet sijoittivat runsaasti lisää sijoitusrahastoihin.* <<https://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/tilastotiedotteet/historia/2025/syyskuussa-2025-kotitaloudet-sijoittivat-runsaasti-lisaa-sijoitusrahastoihin/>> haettu 9.2.2026
- Suomen podcastmedia (n.d.a). *Podcastin kuuntelija profiilit: Kuka kuuntelee podcasteja, ja miksi se kannattaa tietää?* <<https://www.podcastmedia.fi/blogi/podcastin-kuuntelijaprofiilit-kuka-kuuntelee-podcasteja/#content>> 1.3.2026
- Suomen podcastmedia. (n.d.b). *Podcastit ovat enemmän kuin vain audiota –Monikanavaisuuden uusi aikakausi.* <<https://www.podcastmedia.fi/blogi/monikanavaisuuden-aikakausi-podcasteissa/>> haettu 19.10.2025
- Suomen podcastmedia. (n.d.c). *Viisi ennustetta podcast- markkinasta vuonna 2025.* <<https://www.podcastmedia.fi/blogi/podcast-markkina-2025/#content>> haettu 9.2.2026
- Suomen virallinen tilasto (SVT). (2025a). *Pörssiosakkeita tai sijoitusrahastoja omisti 2 miljoonaa henkilöä vuonna 2024.* Helsinki. Tilastokeskus. <<https://stat.fi/julkaisu/cm1hec3qa5v7e07w078ysh762>> haettu 18.10.2025
- Suomen virallinen tilasto (SVT). (2025b). *Kotitalouksien nettorahoitusvarat kasvoivat vuoden 2025 toisella neljänneksellä.* Helsinki. Tilastokeskus. <<https://stat.fi/julkaisu/cm1kg3otp8zyl07w7ncewtrrm>> haettu 14.10.2025
- Taloustaito. (2025). *Talouspuhetta kuulokkeisiin- suositut podcastit testissä.* <<https://www.taloustaito.fi/vapaalla/talouspuhetta-kuulokkeisiin--suositut-podcastit-testissa/#a89d113c>> haettu 17.2.2026
- TEPA-termipankki (n. d.) *Podcast.* Sanastokeskus ry. <<https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/podcast>> haettu 19.10.2025
- Thaler, R. (2015). *Väärin käyttäytyminen. Käyttäytymistaloustieteen synty.* Tampere: Tammerprint.

The World Economic Forum. (2025). *New research finds retail investing shift towards younger investors, reshaping market trends.* <<https://www.weforum.org/press/2025/03/new-research-finds-retail-investing-shift-towards-younger-investors-reshaping-market-trends/>> haettu 13.10.2025

The Review of Economic studies. (n.d.). *Behavioural Economics.* Oxford Academic.
<https://academic.oup.com/restud/pages/behavioural_economics> haettu 2.2.2026

Tilastokeskus. (2024). *Innostus sijoittamista kohtaan kasvaa: Jo yli kolmanneksella väestöstä rahastosijoituksia tai osakkeita.* <<https://stat.fi/fi/uutinen/innostus-sijoittamista-kohtaan-kasvaa-jo-yli-kolmanneksella-vaestosta-rahastosijoituksia-tai-osakkeita>> haettu 18.10.2025

Tuohimedia. (n.d.) *Sijoituskästi.* <<https://tuohimedia.fi/case/sijoituskasti/>> haettu 22.1.2026

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.).
Tammi.

Valvio, J. (2023). *Podcastit osana valtavirtamediaa. Digitaalisen audion kasvu Suomessa 2023.*
Metropolian Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Vilka, H. (2025). *Tutki ja Kehitä.* 6. päivitetty painos. Jyväskylä: Santalahti-kustannus.

Witynski, M. (n.d.). *BEHAVIORAL ECONOMICS, EXPLAINED.* University of Chicago News.
<<https://news.uchicago.edu/explainer/what-is-behavioral-economics>> haettu 2.2.2026

Yli-Korhonen, J. (2026). *13 parasta sijoituspodcastia – Listasimme suomalaiset talouspodcastit.*
Financer. <<https://financer.fi/sijoittaminen/sijoitus-podcastit/>> haettu 17.2.2026

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelurunko

Taustatiedot

Sijoitushistoria ja sijoitusprofiili

Talous- ja sijoitusaiheiset podcastit

Podcastit ja sijoituskäyttäytyminen

Podcastien luomat mielikuvat sijoittamisesta

Liite 2. Aineistonhallintasuunnitelma

Aineiston käsittely tutkimuksessa

Tutkimuksessa kerätään aineistoa haastattelemalla yksityishenkilöitä Zoomin välityksellä. Haastatteluvien sähköpostiosoitteita käytetään vain haastattelupyynnön lähettämiseen ja ne on kerätty tutkijan omien kontaktien kautta. Muut tiedot kerätään haastatteluun osallistuneilta. Haastattelut keskittyvät sijoittamiseen ja sijoituskäyttäytymiseen. Alla eritelty haastateltavilta kerättävät tiedot tutkimusta varten: sukupuoli, ikä, koulutus, ammatti, sijoitushistoria ja sen kehittyminen, kokemukset podcasteista sekä niiden merkitys sijoituskäyttäytymiseen.

Kaikki tiedot ovat anonymisoitu tutkimukseen. Tutkimuksen aikana aineistoa säilytetään Turun yliopiston verkkokansiossa. Tietoja ei luovuteta tutkimuksen ulkopuolisille henkilöille ja kerätty materiaali säilytetään tietoturvallisesti. Haastattelut nauhoitetaan ja litteroidaan tekstitiedostoiksi. Tietoja säilytetään tutkielman valmistumiseen, jonka jälkeen nämä aineistot tuhoataan.

Liite 3. Selvitys tekoälyn käytöstä

Tässä työssä on käytetty generatiivista tekoälyä opinnäytetyöprosessin tukena. Alla on kuvattu käytetty tekoälytyökalu sekä sen käyttötarkoitus. Vakuutan, että olen käyttänyt tekoälyä asianmukaisella tavalla ja ilmoittanut sen käytöstä ohjeiden mukaisesti sekä otan vastuun työni sisällöstä.

Työssä on noudatettu Turun kauppakorkeakoulun ohjeistusta tekoälyn käytöstä.

1. Käytetty työkalu: OpenAI ChatGPT (versio GPT- 5.3)

Käyttötarkoitus:

- Kaikki luvut: Tutkielman kieliasun tarkistaminen ja kielellisen sujuvuuden parantaminen sekä akateemisten sanamuotojen käyttäminen
- Tutkimuskysymyksen määrittäminen ja muotoilu
- Sisällysluettelon laatiminen
- Teemahaastattelujen teemojen miettiminen
- Haastattelussa käytettyjen apukysymysten luonnostelu
- Haastatteluaineiston litteroinnin automatisointi yhdessä Zoom-ohjelman kanssa
- Tulosten analysointi ja havaintojen jäsentäminen
- Englanninkielisten aineistojen suomentaminen

Tekoälyn tuottamat muotoilut eivät ole muuttaneet omaa tulkintaa tai argumentaatiota.