

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

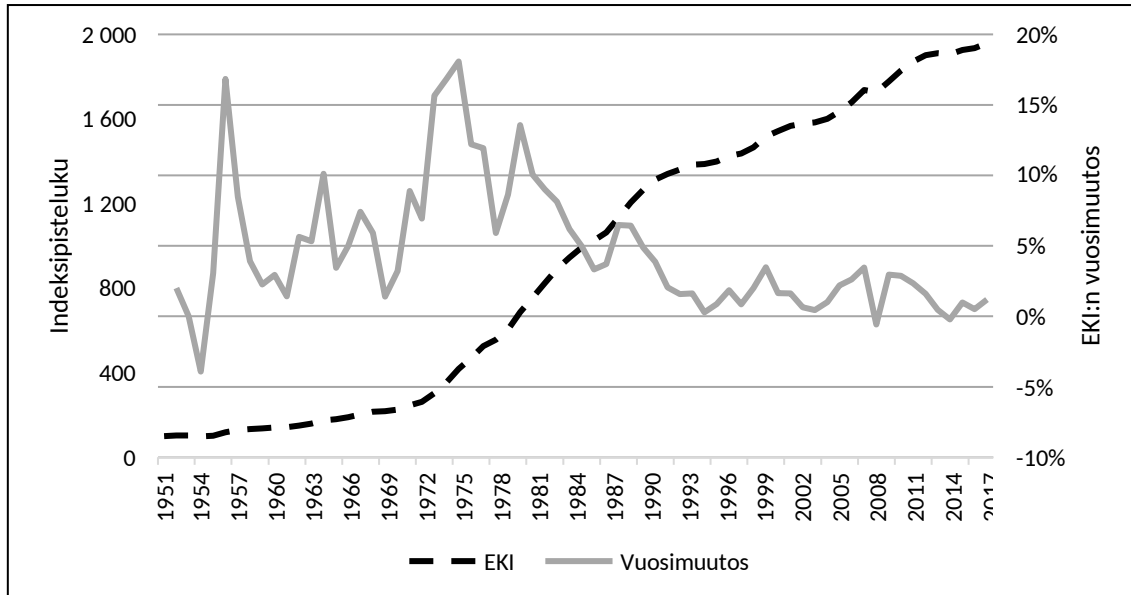
- 1) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
 - a. Osakeyhtiön tärkein päättävä elin on hallitus, jossa jokaisella omistajalla on edustus.
 - b. Osuuskunnan tärkein tehtävä on sen jäsenille maksettavan osuuspääoman koron maksimointi.
 - c. Yksityinen osakeyhtiö on sellainen yritys, jonka osakkeet eivät ole julkisen kaupankäynnin kohteena.
 - d. Kommandiittiyhtiö eroaa avoimesta yhtiöstä siten, että kaikki sen osakkaat ovat ns. vastuunalaisia yhtiömiehiä.
- 2) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
 - a. Joukkorahoituksella tarkoitetaan sosiaalisen median kautta yritykselle kerättyä rahaa.
 - b. Vakavaraisuusmääräysten tarkoitus on varmistaa, että pankkien varallisuus riittää kattamaan niiden toiminnassaan ottamat riskit.
 - c. Osakekurseille on tyypillistä se, että ne reagoivat reaaliaikaisesti reaalitalouden muutoksiin.
 - d. Koska rahoitusmarkkinat toimivat aina tehokkaasti, perustuvat pörssikuplat ja romahdukset tyypillisesti todelliseen tietoon yritysten ja talouden tilasta.

Vastaa kysymyksiin 3 ja 4 kokeen lopussa olevan liitteen 1 taulukon perusteella.

- 3) Kansainvälisen talouden yksi perusopeista on yhden hinnan laki, jonka mukaan identtisten hyödykkeiden (esimerkiksi Big Mac -hampurilainen) tulisi olla samanhintaisia kaikissa maissa, kun valuuttakurssit on otettu huomioon. Käyttämällä Big Mac -hampurilaisen keskimääräisiä hintoja voidaan arvioida, kuinka paljon valuuttakurssi on yliarvostettu/ aliarvostettu suhteessa vertailumaan valuuttaan. Liitteessä 1 olevan taulukon mukaan Big Mac -hampurilaisten keskimääräisiä hintoja vuonna 2019 hyödyntäen saatava laskennallinen Euroalueen valuuttakurssi suhteessa Yhdysvaltojen dollariin on
 - a. 14,7 prosenttia pienempi kuin taulukon todellinen valuuttakurssi.
 - b. 16,8 prosenttia pienempi kuin taulukon todellinen valuuttakurssi.
 - c. 27,4 prosenttia pienempi kuin taulukon todellinen valuuttakurssi.
 - d. 37,8 prosenttia suurempi kuin taulukon todellinen valuuttakurssi.
- 4) BKT asukasta kohden (paikallisessa valuutassa) on esitetty liitteessä 1 olevassa taulukossa. Mikä seuraavista väittämistä ei pidä paikkaansa?
 - a. Ruotsin BKT asukasta kohden on kasvanut suhteellisesti euroaluetta nopeammin vuodesta 2014 vuoteen 2017.
 - b. Saudi Arabian ja Sveitsin BKT asukasta kohden on kasvanut taulukon maista suhteellisesti hitaimmin vuodesta 2014 vuoteen 2017.
 - c. Turkin BKT asukasta kohden on kasvanut suhteellisesti euroaluetta hitaammin vuodesta 2014 vuoteen 2017.
 - d. Argentiinan BKT asukasta kohden on kasvanut taulukon maista suhteellisesti nopeimmin vuodesta 2014 vuoteen 2017.
- 5) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
 - a. Jälkiteolliselle yhteiskunnalle on tyypillistä, että teollisuuden osuus tuotannosta ja työvoimasta laskee.
 - b. Globalisaation keskeisiin piirteisiin kuuluu se, että maailmantalouden keskeisinä toimijoina eivät enää ole suuryritykset, vaan valtiot.
 - c. Liberaalin hyvinvointivaltion mallin mukaan kaikilla ihmisillä on oltava yhtäläiset mahdollisuudet saada hyvinvointipalveluja.
 - d. Uuskolonialismi viittaa ilmiöön, jossa länsimaat pyrkivät hyödyntämään kehitysmaiden luonnonvaroja, välittämättä toimintansa ympäristövaikutuksista.
- 6) Mikä seuraavista väittämistä ei pidä paikkaansa:
 - a. Väestönkasvu oli 1800-luvulla koko maailman mittakaavassa erityisen nopeaa Euroopassa.
 - b. Keskeisimpiä tekijöitä 1900-luvun suuren väestönkasvun taustalla oli kuolleisuuden lasku.
 - c. 2000-luvulla ns. köyhien maiden osuus väestönkasvusta on ollut jopa 90 prosenttia.
 - d. Väestönkasvu on keskittynyt kaupunkeihin, erityisesti kehittyvissä maissa.

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

- 7) Tilastokeskuksen julkaisema elinkustannusindeksi (EKI, 1951 = 100) on uusimmasta kuluttajahintaindeksistä ketjuttamalla muodostettu aikasarja ja vastaa siten asiallisesti kuluttajahintaindeksiä. Se soveltuu pitkän aikavälin tarkasteluun. Elinkustannusindeksi ja siitä laskettu vuosimuutos prosentteissa tarkastelujaksolla 1951–2018 on esitetty kuviossa 1. Mikä seuraavista väitteistä pitää paikkansa kyseisenä ajanjaksona kuvion 1 mukaan?
- Inflaatio on aina ollut positiivinen.
 - Deflaatiota ei ole esiintynyt.
 - Inflaatio oli lähes 20 prosenttia vuonna 2018.
 - Deflaatio ei ole ylittänyt viittä prosenttia tarkastelujaksolla.



Kuvio 1. Elinkustannusindeksi ja sen vuosimuutos 1951–2018.

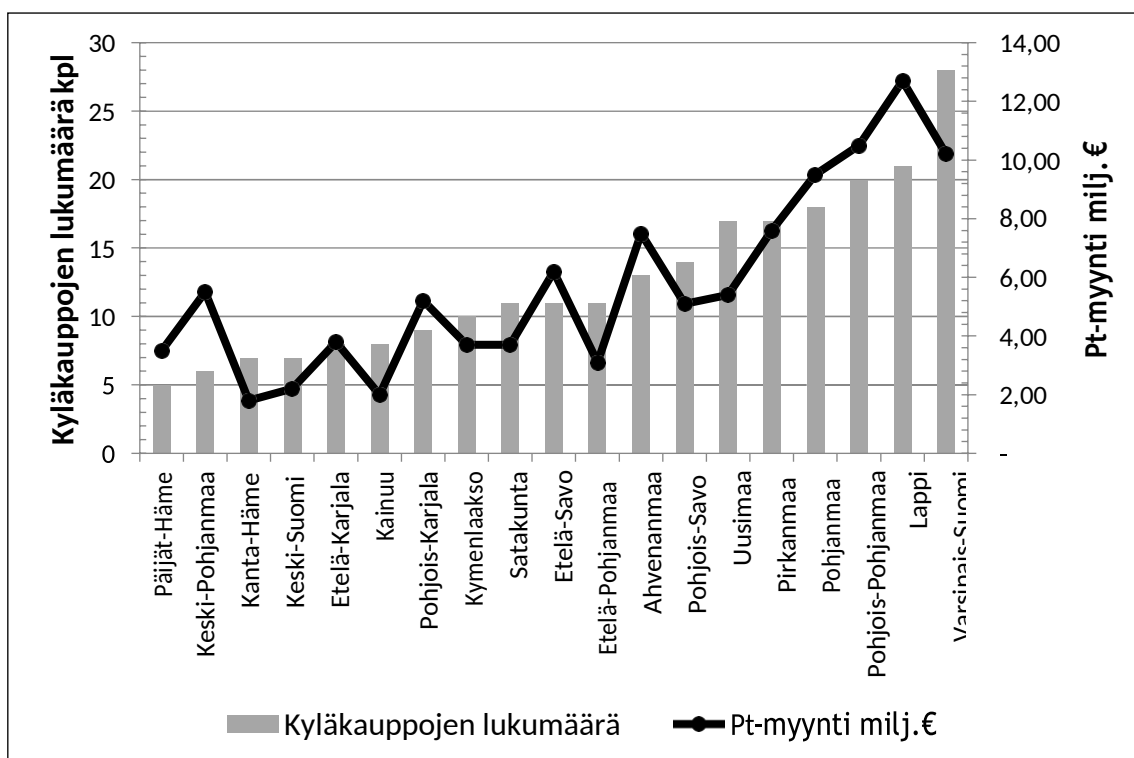
- 8) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Valtiolle maksettavan tuloveron prosentti on kaikille sama, koska verojärjestelmä halutaan pitää kustannustehokkaana ja yksinkertaisena.
 - Lisätuloista menevän valtion tuloveron määrää kuvaava marginaaliveroprosentti on esimerkki suhteellisesta verosta.
 - Suomessa kiinteistöveroä peritään kaikista maatalouskiinteistöistä.
 - Mikään vaihtoehdoista a, b tai c ei pidä paikkaansa.
- 9) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Niukkuudella taloustieteessä tarkoitetaan sitä, että yleisesti kuluttajilla on rahaa tarpeiden tyydyttämiseen, mutta tuotantoprosessien hitauden vuoksi monien tuotteiden valmistusmäärät ovat kysyntään nähden liian alhaisia.
 - Markkinataloudessa valtio määrittää mitä tuotteita tuotetaan ja tuotteiden hintatason, eikä siten vapaa markkinatalous toteudu sellaisenaan missään.
 - Työn tuottavuudella tarkoitetaan tuotannon määrää tuotannossa käytettyä reaali-pääomaa kohti.
 - Reaalinen talouskasvu on talouden todellisen kasvuvauhdin mittari, sillä hintojen nousun vaikutus on poistettu siitä.
- 10) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Suomalaisten palveluiden vienti on ollut merkittävä talouskasvun ja hyvinvoinnin lähde jo vuosisatoja.
 - Suomen talouden rakenne on sellainen, että talouden kasvunopeudessa ei ole ollut kovin suuria muutoksia 1980-luvun jälkeen.
 - Jos Suomen ulkomaankauppaan sovelletaan suhteellisen edun periaatetta, kannattaa Suomessa silloin tuottaa tuotteita, joita se verrattuna muihin hyödykkeisiin tuottaa edullisemmin ja tehokkaammin kuin muut maat.
 - Suomi on pieni maa, jonka vienti perustuu toimialoihin, joiden häiriöalttius on historiallisesti ollut maltillinen.

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

- 11) Minna ostaa 10 kpl pörssiyhtiön Y osakkeita hintaan 66 euroa/kpl. Hän arvioi, että kunkin seuraavan 4 vuoden aikana osakkeen Y hinta nousee 60 % todennäköisyydellä 10 %, ja hinta laskee 40 % todennäköisyydellä 10 %. Minna arvioi, että vuosittaiset hinnanmuutokset ovat toisistaan riippumattomia. Millä todennäköisyydellä Minna pääsee vähintään omilleen, eli ei jää tappiolle, jos hän myy osakkeensa tasan neljän vuoden kuluttua (yhden desimaalin tarkkuudella)?
- 21,6 %.
 - 47,5 %.
 - 66,7 %.
 - 82,1 %.
- 12) Mikä seuraavista väitteistä pitää paikkansa normeeratulle (eli normitetulle eli standardoidulle) muuttujalle tilastoaineistossa?
- Normeerattu muuttuja ei voi saada negatiivisia arvoja.
 - Normeerattu muuttuja noudattaa normaalijakaumaa.
 - Normeeratun muuttujan varianssi on 1.
 - Normeeratun muuttujan arvot ovat välillä [0, 1].

Vastaa kuviota 2 apuna käyttäen valintakokeen tehtäviin 13 ja 14.

Kyläkaupalla tarkoitetaan maaseudulla tai maaseudun paikalliskeskuksessa sijaitsevaa kauppaa, jolle pätevät muun muassa seuraavat kriteerit: Sen etäisyys lähimpään päivittäistavaramyymälään on vähintään 7,5 km tai se on muuten vaikeasti tavoitettavissa. Kyläkaupassa voi tehdä kaikki päivittäiset ostokset, eli näihin ei lasketa elintarvikealan erikoismyymälöitä, kuten esimerkiksi liha- ja kalamyymälöitä, suoramyyntihalleja, elintarvikekioskeja, kahviloita ja halpahalleja. Kyläkauppa voi olla kausimyymälä (esimerkiksi avoinna vain kesäkaudella), mutta määritelmä ei sisällä huoltamoiden yhteydessä olevia myymälöitä. Myymäläautoja ei huomioida, jos ne eivät kuulu tiettyyn kyläkauppaan.



Kuvio 2. Kyläkauppatilasto 2017.

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

- 13) Kuvio 2 esittää kyläkauppojen päivittäistavaramyyntin (pt-myynti) maakunnittain vuonna 2017. Mikä oli kyläkaupan keskimääräinen myynti siinä maakunnassa, jossa kyläkauppakohtainen päivittäistavaramyynti oli keskimääräisesti suurinta vuonna 2017?
- Noin 560 000 €.
 - Noin 920 000 €.
 - Noin 5 750 000 €.
 - Noin 12 500 000 €.
- 14) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa kuvion 2 mukaan?
- Kyläkauppakohtainen myynti oli pienintä Kanta-Hämeessä.
 - Kyläkauppakohtainen myynti oli pienempi Etelä-Pohjanmaalla kuin Varsinais-Suomessa.
 - Kyläkauppakohtainen myynti oli pienempi Etelä-Savossa kuin Uudellamaalla.
 - Kyläkauppakohtainen myynti oli suurempi Etelä-Karjalassa kuin Pohjanmaalla.
- 15) Mikä seuraavista vaihtoehdoista ei vaikuttanut kyläkauppojen päivittäistavaramyyntiin Suomessa vuonna 2017?
- Kesämökkien lukumäärä alueella.
 - Maantieteellinen etäisyys suurempiin kaupunkeihin.
 - Arvonlisäveron ero kaupunkien ja maaseudun välillä.
 - Päivittäistavara-kaupan ketjuuntuminen.
- 16) Tilastojen mukaan jääkiekossa pelaaja tekee rangaistuslaukauksessa maalin 30 % todennäköisyydellä. Jos rangaistuslaukauskilpailussa kumpikin joukkue suorittaa kolme rangaistuslaukausta, niin millä todennäköisyydellä yksi maalivahdeista pitää nollan, mutta toinen ei? Rangaistuslaukausten oletetaan olevan toisistaan riippumattomia tapahtumia.
- 22,5 %
 - 34,3 %
 - 40,0 %
 - 45,1 %

- 17) Otoksesta x_1, x_2, \dots, x_n lasketaan otosvarianssi kaavalla

$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1},$$

missä \bar{x} on otoksen keskiarvo. Otoksessa on miehiä ja naisia, joista on laskettu erikseen seuraavan taulukon mukaiset tiedot erään tuotteen kuukausittaiselle kulutukselle.

	Naiset	Miehet
Otoskoko	30	10
Otoskeskiarvo	10	10
Otosvarianssi	4	9

Koko otoksen varianssi on tällöin

- 5,05.
 - 5,25.
 - 6,50.
 - 13,00.
- 18) Mikä seuraavista väittämistä ei pidä paikkaansa:
- Merkantilismin oppi-isän, Colbertin, keskeisiin ajatuksiin kuului, että valtion puuttuminen kaupankäyntiin johtaa tehottomuuteen.
 - Toinen teollinen vallankumous käynnistyi Yhdysvalloissa, kun sen teollisuus siirtyi massatuotantoon.
 - Massatuotantoon siirtymistä voidaan pitää keskeisenä edellytyksenä kulutusyhteiskunnan syntymiselle.
 - Aasian maista teollistuminen oli 1800-luvulla nopeinta Japanissa.

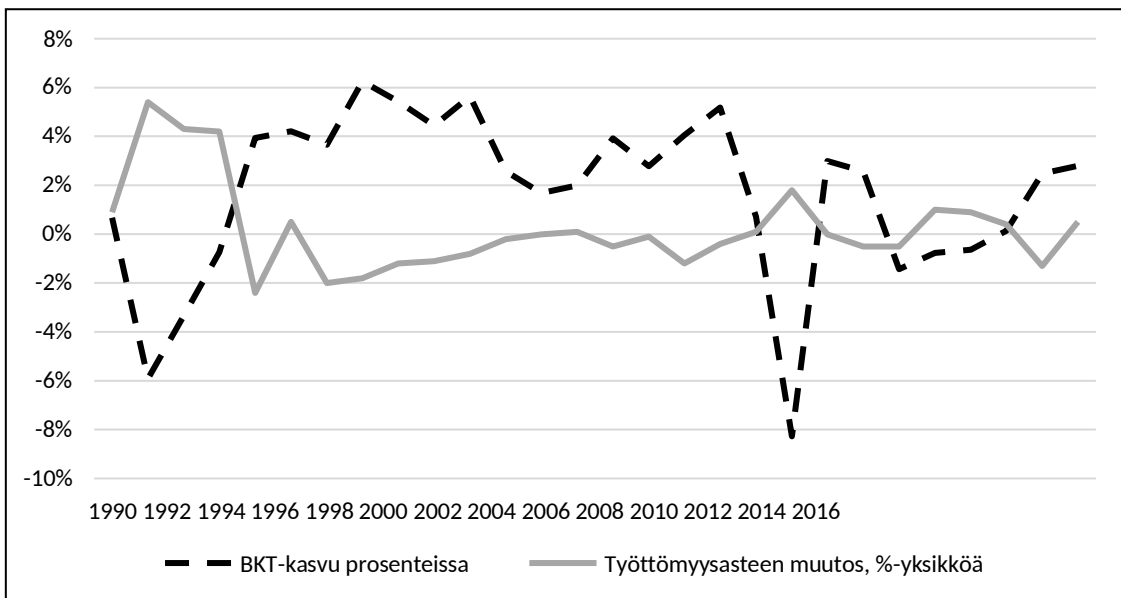
19) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?

- Kuntien maksamat valtionosuudet muodostavat merkittävän osan Suomen valtion tuloista.
- Yhteisövero on merkittävä kuntatalouden tulonlähde Suomessa, koska yhteisöveroprosentti on maassamme suhteellisen korkea.
- Varallisuusvero, jota maksetaan asunnon ja kiinteistön oston yhteydessä valtiolle, kuuluu välillisiin veroihin.
- Mikään vaihtoehdoista a, b tai c ei pidä paikkaansa.

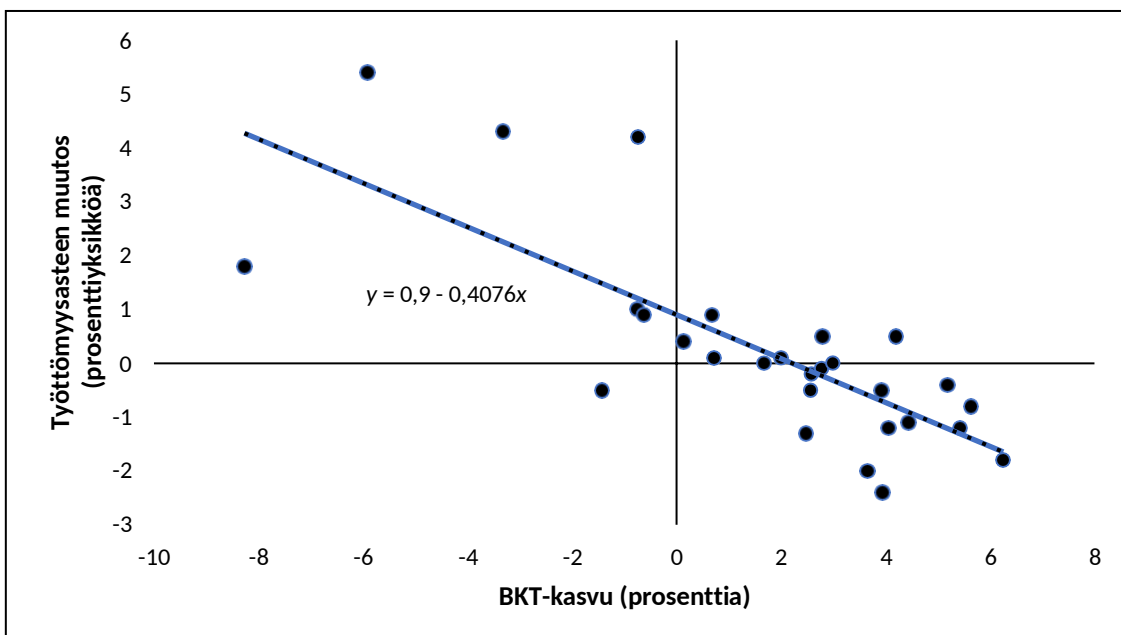
Taustatietoa kysymyksiin 20-22.

Tilastokeskuksen julkaisemien BKT- ja työttömyysaikaasarjojen pohjalta on laskettu BKT-kasvu prosentteissa ja työttömyysasteen muutos prosenttiyksiköissä, joista on laadittu seuraavat kuviot:

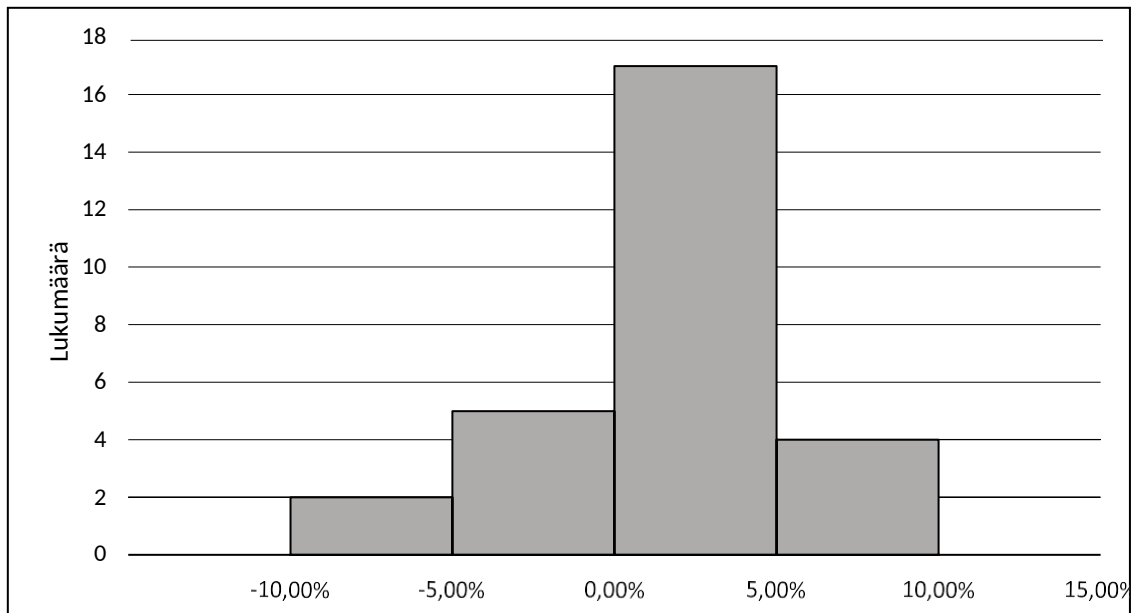
- Kuvio 3: Molempien muuttujien kehitys ajanjaksolla 1990–2017.
- Kuvio 4: Muuttujien välistä yhteyttä on kuvattu sirontakuviolla. Kuvioon on lisätty myös niin sanottu regressiokäyrä, jonka yhtälö on $y = 0,9 - 0,4076x$, jossa y on työttömyysasteen muutos prosenttiyksiköissä ja x on BKT-kasvu prosenttilukuina.
- Kuvio 5: Histogrammi BKT-kasvusta. BKT on laskettu vuoden 2017 hinnoin.



Kuvio 3. BKT-kasvun ja työttömyysasteen muutoksen kehitys 1990–2017.



Kuvio 4. BKT-kasvun ja työttömyysasteen muutoksen sirontakuvio 1990-2017.



Kuvio 5. Histogrammi BKT-kasvusta 1990-2017.

- 20) Tähän tehtävään annettujen tietojen perusteella BKT-kasvun ja työllisyysasteen välinen yhteys, muiden tekijöiden pysyessä muuttumattomina, on keskimäärin
- nolla.
 - positiivinen.
 - negatiivinen.
 - yksikköjoustava.
- 21) Laske työttömyysasteen odotettu muutos regressiokäyrän mukaan, kun BKT-kasvu on neljä prosenttia. Vastaus annetaan yhden desimaalin tarkkuudella.
- 1,6 prosenttiyksikköä
 - 0,7 prosenttiyksikköä.
 - +0,7 prosenttiyksikköä.
 - +2,5 prosenttiyksikköä.

- 22) Luokitellun havaintoaineiston keskiarvo saadaan kaavalla

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^k f_i \cdot m_i}{n}, \text{ jossa } m_i = \frac{L_i + U_i}{2}.$$

Kaavassa k ilmaisee luokkien lukumäärän, n havaintojen lukumäärän, f_i luokassa i olevien havaintojen lukumäärän ja m_i luokan i luokakeskuksen. Luokan i alarajaa merkitään L_i ja ylärajaa U_i . Laske keskimääräinen BKT-kasvu yhden desimaalin tarkkuudella käyttämällä kuviossa 5 olevaa tietoa (mitään muuta kuin mainitun kuvion tietoa ei käytetä).

- 0,0 prosenttia.
 - 1,6 prosenttia.
 - 1,7 prosenttia.
 - 2,5 prosenttia.
- 23) Monopolistinen kilpailu on yksi kilpailumuodoista. Mitä seuraavista vastausvaihtoehdoista ei yleensä voida pitää esimerkkinä monopolistisesta kilpailusta?
- Ravintoloiden kilpailutilannetta suuressa kaupungissa.
 - Henkilöautojen markkinoita.
 - Väkevän alkoholin vähittäismyyntiä Suomessa.
 - Muotivaatteiden markkinoita.

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

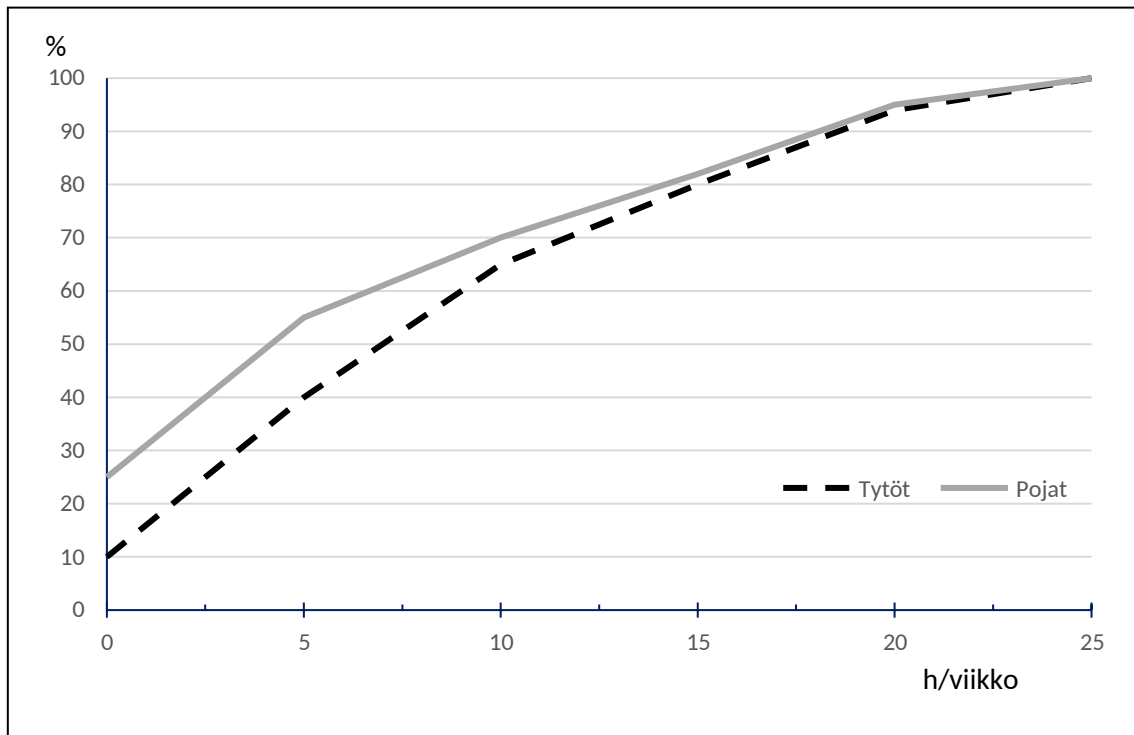
- 24) Tilastokeskuksen mukaan Suomen vaihtotase oli noin 0,8 miljardia euroa alijäämäinen erään vuoden kolmannella neljänneksellä. Tämän tiedon perusteella, mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Suomesta virtasi pääomaa nettomääräisesti ulos.
 - Suomen valtionvelka kasvoi.
 - Suomeen virtasi nettomääräisesti pääomaa, josta seurasi ylijäämä.
 - Koska vaihtotase oli alijäämäinen, Suomen kauppatase ei voinut olla positiivinen.
- 25) Taneli Tallettaja tekee vuoden mittaisen määräaikaistalletuksen, jonka vuosikorko on yksi prosentti. Samalla ajanjaksolla deflaatio on 1,5 prosenttia. Mikä seuraavista väittämistä koskien talletuksen (mukaan lukien kertynyt korko) ostovoimaa talletuksen erääntyessä pitää paikkansa?
- Ostovoima on pysynyt muuttumattomana.
 - Ostovoima on aiempaa korkeampi.
 - Ostovoima on aiempaa matalampi.
 - Annetun tiedon nojalla kysymykseen ei voi vastata.
- 26) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Maan kokonaistuotantoa eli bruttokansantuotetta laskettaessa julkiset palvelut jätetään tarkastelujen ulkopuolelle, koska kansalaiset eivät maksa niiden käyttämisestä rahaa.
 - Bruttokansantuotteen laskemisessa lopputuotteiden eri tuotantovaiheissa käytetyt raaka-aineet ja puolivalmisteet lasketaan mukaan, millä varmistetaan lopputuotteen aikaansaama todellinen arvonlisäys.
 - Kokonaiskysyntä, jonka osia ovat vienti, investoinnit ja kulutus, kertoo kysynnän määrän sekä sen mihin tavaroiden ja palveluiden kokonaistarjontaa on käytetty.
 - Bruttokansantuotteen asukaskohtaisissa tarkasteluissa kehitysmaiden elintaso näyttää todellista paremmalta, sillä kehitysmaissa yleinen kotona tehty työ arvotetaan bruttokansantuotetta laskettaessa muita eriä suuremmilla painokertoimilla.
- 27) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Kausityöttömyydellä tarkoitetaan sitä, että työttömyys vaihtelee pääsääntöisesti taantumaa ja nousukautta mukaillen.
 - Yleisen hintatason laskusta seurannutta työllisyyden väliaikaista paranemista kutsutaan stagflaatioksi.
 - Jos tavaroiden ja palveluiden kysyntä ylittää esimerkiksi nousukaudella niiden tarjonnan, syntyy niin sanottua kustannusinflaatiota.
 - Mikään vaihtoehdoista a, b, tai c ei pidä paikkaansa.
- 28) Finanssivalvonta julkaisi lehdistötiedotteen 22.3.2019 (5/2019) otsikolla *Makrovakauspäätös: Hidastuva talouskasvu korostaa lainanottajien maksukyvyn huolellista arviointia*. Siinä todetaan muun muassa: ”Kotitalouksien korkea velkaantuneisuuden taso on rakenteellinen haavoittuvuus, joka voi lisätä kansantalouden herkkyyttä suhdannevaihteluiden suhteen.” Mikä seuraavista vastausvaihtoehdoista pitää paikkansa lehdistötiedotteen lainauksen perusteella?
- Korkea velkaantuneisuus johtuu suhdannevaihteluista.
 - Talouden syklien vaikutus kansantalouteen saattaa voimistua kotitalouksien suuren lainanoton seurauksena.
 - Koska velkaantuneisuuden taso on korkea, Suomen talous ajautuu lamaan.
 - Luotolla elämistä suunnittelevien kotitalouksien kannattaa huolellisesti arvioida päätöksensä yritystaloudelliset seuraukset.
- 29) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa?
- Keskuspankkien kultavarannot muodostavat keskeisen osan kansainvälistä rahoitusjärjestelmää, koska keskuspankit lunastavat seteleitä kullalla.
 - Joukkovelkakirjalla (obligatiolla) tarkoitetaan sellaista lainaa, jolla on useita lainanottajia, jotka voivat käydä lainalla kauppaa arvopaperimarkkinoilla.
 - Yrityksen kyky investoida on yhteydessä siihen, paljonko se maksaa osinkoja.
 - Koska sijoitusrahastoissa hajautetaan sijoituksia eri kohteisiin tehokkaasti, sijoitusrahaston arvo ei voi heikentyä.

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

- 30) Mikä seuraavista vaihtoehdoista pitää paikkansa?
- Kreikkalaisten kaupunkivaltioiden talous perustui kaupalle, joten suurin osa kaupunkien asukkaista oli kauppiaita ja käsityöläisiä.
 - Rooman valtakunnan aikana rakennetut lukuisat tiet ja sillat rakennettiin ensisijaisesti palvelemaan voimakkaasti laajenevaa kauppaa.
 - Rahatalous kehittyi antiikin Kreikassa kaupan kasvun myötä.
 - Tekninen kehitys oli voimakasta Rooman valtakunnassa, koska orjatyövoimaa oli runsaasti saatavilla.
- 31) Erään osakkeen vuotuinen arvomuutos kolmen peräkkäisen vuoden ajalta on seuraava:
- Vuoden 1 aikana: +40 prosenttia
 - Vuoden 2 aikana: –60 prosenttia
 - Vuoden 3 aikana: +65 prosenttia
- Tuottojen vuotuinen keskiarvo on näin ollen tasan 15,0 prosenttia. Ohje: Alkuarvolla tarkoitetaan osakkeen arvoa vuoden 1 alussa ja loppuarvolla osakkeen arvoa kolme vuotta myöhemmin. Osakkeelle ei makseta osinkoja. Luvut esitetään yhden desimaalin tarkkuudella. Mikä seuraavista väitteistä pitää paikkansa?
- Loppuarvo on 45,0 prosenttia korkeampi kuin alkuarvo.
 - Loppuarvo on 52,1 prosenttia korkeampi kuin alkuarvo.
 - Alkuarvo on 7,6 prosenttia korkeampi kuin loppuarvo.
 - Alkuarvo on 8,2 prosenttia korkeampi kuin loppuarvo.
- 32) Mikä seuraavista vaihtoehdoista pitää paikkansa?
- Feodalismista tuli vallitseva hallintojärjestelmä Suomessa ja Skandinaviassa, kun aatelisto muodostui keskiajalla.
 - Keskiajalla syntyneitä kaupunkimaisia keskittyimiä Flanderissa ja Pohjois-Italiassa kutsuttiin Hansaliitoksi, jonka jäsenet eivät maksaneet lainkaan tulleja.
 - Orjakauppa oli keskeinen osa niin sanottua kolmiokauppaa, jota käytiin Euroopan ja siirtomaiden välillä.
 - Euroopassa 1300-luvulla riehunut ruttoepidemia heikensi talonpoikaissäädyn asemaa ympäri Eurooppaa.
- 33) Mikä seuraavista väittämistä koskien maailmankauppaa ja teollista kehitystä ajanjaksolla 1850–1950 pitää paikkansa?
- Maailmankauppajärjestö WTO:lla oli tärkeä rooli tullien alenemisessä 1800-luvulla.
 - Protektionismin takia kehitysmaat saivat suojatut vientimarkkinat ja pystyivät viemään tuotteitaan Euroopan ulkopuolisiin maihin ilman kilpailua.
 - Teollisuuden kasvu tapahtui pääasiassa muissa kuin raaka-aineita tuottavissa maissa.
 - Suomeen rakennettiin vahva vientiteollisuus maailmansotien välisenä aikana, koska Suomi ei pystynyt vastaanottamaan tarjottua Marshall-apua ensimmäisen maailmansodan päätyttyä.
- 34) Mikä seuraavista väitteistä koskien kansainvälistä Pariisin ilmastopöytäkirjasta (2015) ei pidä paikkaansa?
- Sopimus on nyt oikeudellisesti sitova niille maille, jotka ovat sen allekirjoittaneet, mukaan lukien Kiina.
 - Ilmastopöytäkirjan perusteella maapallon lämpeneminen voidaan pysäyttää, koska sopimus sitoo allekirjoittaneita maita.
 - Pariisissa tehdyn sopimuksen mukaan maat sitoutuivat myötävaikuttamaan siihen, että maapallon keskilämpötilan nousu hidastuu.
 - Tulevaisuudessa maailman rikkaiden maiden on vuosittain osallistuttava rahallisesti hankkeisiin, joiden tavoitteena on vähentää ilmastomuutoksen haittoja köyhemmissä maissa.

KAUPPATIETEELLISEN ALAN YHTEISVALINTA, TEHTÄVÄT

- 35) Pienen yrityksen työsuojelutoimikuntaan valitaan 6 henkilöä työntekijöiden keskuudesta. On sovittu, että heidät valitaan arvalla satunnaisesti niin, että sekä miehiä että naisia valitaan kumpiakin kolme. Yrityksessä on työntekijöinä 10 miestä ja 8 naista. Millä todennäköisyydellä Saila, yksi naistyöntekijöistä, tulee valituksi (kahden desimaalin tarkkuudella)?
- 0,38
 - 0,44
 - 0,50
 - 0,56
- 36) Peliyhtiö tutki erään tietokonepelin suosiota tyttöjen ja poikien keskuudessa. Kyselyssä oli poikia ja tyttöjä yhtä paljon. Kysyttäessä kaikilta tytöiltä ja pojilta, kuinka monta tuntia viikossa he pelaavat ko. peliä, saatiin seuraavat tulokset, jotka on esitetty kuviossa 6 prosentuaalisina summakäyrinä. Mikä seuraavista väitteistä ei kuvion 6 perusteella pidä paikkaansa?
- Tytöt pelaavat keskimäärin enemmän kuin pojat.
 - Tyttöjen pelituntien mediaani on noin 7 tuntia.
 - Kaikista lapsista noin 20 % pelaa 5–10 tuntia.
 - Niistä, jotka pelaavat vähintään 15 tuntia viikossa, yli puolet on poikia.



Kuvio 6. Poikien ja tyttöjen peliaika viikossa. Prosentuaalinen summakäyrä.

Vastaa kysymyksiin 37–40 kokeen lopussa olevan liitteen 2 perusteella.

- 37) Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa Havas Groupin raportin perusteella?
- Tuotemerkillä pyritään näyttämään, millä tavalla kilpailijoiden tuotteet ovat huonompia kuin oma tuote.
 - Lisäarvon tuottaminen tuotemerkkien avulla ei kannata, koska kuluttajat eivät ole kiinnostuneita niistä.
 - Tuotemerkkien käyttö markkinoinnissa on laskemassa, koska kuluttajat eivät luota niihin.
 - Tuotemerkillä pyritään lisäämään myyntiä luomalla kuluttajalle lisäarvoa.
- 38) Mitä mieltä haastatellut markkinoinnin ammattilaiset ovat Gilletten videosta?
- Se on tuhonnut tuotemerkin, koska se yhdistää tuotemerkin huonoon ilmiöön.
 - Se on liian kantaottava, ja siksi kuluttajat eivät halua pysyä tuotemerkin rinnalla.
 - Se kytkeytyy laajempaan, ajankohtaiseen keskusteluun, ja siksi tuotemerkki jää paremmin kuluttajien mieleen.
 - Lyhyellä tähtäimellä se heikentää myyntiä, mutta vaikutus on lyhytkestoinen, koska kuluttajat muuttuvat tuotemerkin mukana.
- 39) Millä tavalla Gilletten tapaus liittyy Havas Groupin raporttiin?
- Se on varoittava esimerkki siitä, miten tuotemerkki voi etäännyä varsinaisesta tuotteesta.
 - Se on esimerkki siitä, miten tuotemerkkiin voi liittää merkityksellisyyttä ja mielenkiintoa.
 - Se ei liity asiaan muuten kuin, että nimi mainitaan raportissa muiden joukossa.
 - Se on esimerkki siitä, miten uuden tuotteen voi liittää osaksi vanhaa tuotemerkkiä.
- 40) Millä tavalla aineiston teksti liittyy kestäväan kehitykseen?
- On eettisesti väärin kritisoida omia asiakkaitaan ja moittia heidän elämäntapaansa.
 - Teksti osoittaa, että kuluttajat ovat kiinnostuneempia elämyksistä kuin tuotteista.
 - Tekstin tarkoitus on näyttää digitaalisen markkinoinnin edut verrattuna markkinointiin paperille painetuissa lehdissä.
 - Se, että yritykset käsittelevät sosiaalisia ongelmia, kuuluu kestäväan kehityksen tavoitteluun.

LIITE 1**Taulukko liittyen kysymyksiin 3 ja 4.**

Big Mac -hampurilaisen hinta paikallisessa valuutassa eri maissa, kunkin maan valuuttakurssi USA:n dollaria kohden ja BKT asukasta kohden eri vuosina. Lähde: GDP/ capita (LCU), World Bank national accounts data and OECD national accounts data file sekä European Commission Eurostat. Big Mac -hampurilaisen keskimääräinen hinta löytyy The Economist lehden kautta (The Economist/big-mac-data: Data and methodology for the Big Mac index).

Maa	Valuutan koodi ISO 4217	Big Mac - hinta paikallisessa valuutassa 2019	Valuuttakurssi (USA:n dollaria kohden) 2019	Big Mac - hinta paikallisessa valuutassa 2017	BKT/asukas paikallisessa valuutassa 2014	BKT/asukas paikallisessa valuutassa 2017
Argentiina	ARS	75,00	37,4550	70,00	106536	238437
Australia	AUD	6,10	1,4016	5,90	67893	71333
Brasilia	BRL	16,90	3,7180	16,50	28299	31344
Kanada	CAD	6,77	1,3314	5,97	56006	58440
Sveitsi	CHF	6,50	0,9817	6,50	79344	78962
Chile	CLP	2640,00	678,9900	2550,00	8437911	9957295
Kiina	CNY	20,90	6,8497	19,80	47203	59660
Tsekki	CZK	85,00	22,3117	75,00	409848	476132
Tanska	DKK	30,00	6,5155	30,00	351054	371792
Euroalue	EUR	4,05	0,8725	3,91	30100	32900
Iso-Britannia	GBP	3,19	0,7832	3,19	28432	30863
Japani	JPY	390,00	108,4400	380,00	4037493	4310331
Etelä Korea	KRW	4500,00	1118,6000	4400,00	29284279	33622037
Norja	NOK	50,00	8,5329	49,00	612521	624549
Uusi-Seelanti	NZD	6,20	1,4793	6,10	53715	60435
Venäjä	RUB	110,17	66,6850	137,00	542127	626782
Saudi-Arabia	SAR	12,00	3,7512	12,00	92158	78185
Singapore	SGD	5,80	1,3559	5,60	72170	79698
Ruotsi	SEK	52,00	8,9063	48,97	406023	456868
Thaimaa	THB	119,00	32,0075	119,00	193378	223833
Turkki	TRY	10,75	5,3834	10,75	26541	38473
Yhdysvallat	USD	5,58	1,0000	5,30	54697	59532

LIITE 2**Aineisto tehtäviin 37–40****81 % tuotemerkeistä voisi kadota eivätkä eurooppalaiset kuluttajat välittäisi**

Havas Groupin julkaisemassa raportissa *Meaningful Brands 2019* todetaan, että 81 % kaikista Euroopassa myytävistä merkeistä voisi kadota ilman, että kuluttajat välittäisivät. Päätelmä perustuu tutkimukseen 1800 tuotemerkestä, johon osallistui 350 000 vastaajaa 31 maasta. Raportin mukaan tuotemerkeistä tulee merkityksettömiä, koska ne eivät pysty tarjoamaan kiinnostavaa ja viihdyttävää sisältöä eivätkä pysty parantamaan kuluttajien elämänlaatua ja hyvinvointia tarjoamalla hyödyllisiä kokemuksia tai palveluita. Kuluttajat odottavat tuotemerkkien tarjoavan sisältöä, mutta yli puolet kuluttajista pitää niiden tuottamaa sisältöä huonona ja merkityksettömänä. Vuosituhannen vaihteessa syntyneiden eli millenniaalien kuluttajien keskuudessa nämä asiat ovat vielä tärkeämpiä kuin vanhemmille.

Havas Groupin tutkimuksen mukaan ne tuotemerkit, joita pidetään merkityksellisinä ja jotka yrittävät tehdä maailman paremmaksi paikaksi, suoriutuvat osakemarkkinoilla 134 % paremmin ja saavat yhdeksän kertaa suuremman osuuden kuluttajan ostoista kuin muut tuotemerkit. Maailmanlaajuisesti yli puolet kuluttajista pitää tuotemerkkejä paremman tulevaisuuden luomisessa tärkeämpinä kuin valtioiden hallituksia. Esimerkiksi 50 % brittiläisistä kuluttajista ostaisi mieluummin sellaisilta yrityksiltä, joiden uskoo pyrkivän pelkän voiton sijasta myös johonkin hyvään päämäärään. Millenniaalien keskuudessa tämä osuus on peräti 55 prosenttia. Vaikka 81 % briteistä on sitä mieltä, että yritysten ja tuotemerkkien tulisi kommunikoida rehellisesti vastuullisuudestaan ja lupauksistaan, ainoastaan 33 % uskoo, että ne oikeasti tekevät sen.

Globaali katsaus

Johnson & Johnson, Gillette, BMW ja Danone ovat kaikki uusia tulokkaita vuoden 2019 maailman merkityksellisimmät tuotemerkit Top 10-listalla. Johnson & Johnsonin nousu kuudennelle sijalle tuli yrityksen ilmoitettua koko vauvanhoidon portfolionsa uudelleenbrändäyksestä, minkä tuloksena korostetaan läpinäkyvyyttä tutkitun tiedon sijaan.

Gillette nousi listalle #MeToo-liikkeen herättämän kohun jälkeen, jolloin parranajomerkkiä kritisoitiin ‘We Believe’ -mainoksesta, joka näyttää, miten moderni maskuliinisuus korvaa miehisenä pidetyn alistamisen, ahdistelun ja yllyttämisen.

Top 10. Merkityksellisimmät tuotemerkit vuonna 2019	Esimerkkejä tuotemerkeistä, joiden sijoitus putosi vuosina 2017–2019	<u>Sija 2017</u>	<u>Sija 2019</u>
1. Google			
2. PayPal	Nivea	7	12
3. Mercedes-Benz	Samsung	5	16
4. WhatsApp	Ikea	9	23
5. YouTube	Lego	10	30
6. Johnson & Johnson			
7. Gillette			
8. BMW			
9. Microsoft			
10. Danone			

Lähde: Havas Group, Meaningful brands 2019, <https://www.meaningful-brands.com/en>

Gilletten tapaus

Partahöyläyrittäjän lyhytelokuva nimeltään 'We Believe' leikkii yrityksen iskulauseella "Parasta mitä mies voi saada" vaihtaen sen muotoon "Parasta mitä mies voi olla". Yritys kertoo toivovansa miesten olevan vastuullisia. Jotkut ovat kehuneet viestiä, jolla Gillette haluaa uudistaa kolmekymmentä vuotta vanhan iskulauseensa, mutta toiset sanovat, että Gillette ei ole heille enää olemassa. Mainosta katsottiin 2 miljoonaa kertaa YouTubessa 48 tunnissa. Maaliskuun lopulla sitä oli katsottu yli 30 miljoonaa kertaa, sillä oli 783 000 tykkäystä ja 1,4 miljoonaa "ei-tykkäystä". Kommentteja oli yhteensä puoli miljoonaa.

Videolla yritys kysyy: "Onko tämä parasta, miksi mies voi tulla?". Video sisältää kuvia alistamisesta, seksuaalisesta ahdistelusta, seksistisestä käyttäytymisestä sekä miesten aggressiivisesta käyttäytymisestä. Tämän jälkeen videossa näytetään esimerkkejä positiivisesta käyttäytymisestä, kuten edellä mainittujen tapahtumien estäminen. Videon saamat kommentit ovat suurimmaksi osaksi negatiivisia: katsojat sanovat, etteivät aio enää ostaa Gilletten tuotteita ja että mainos on "feminististä propagandaa".

"Alle kahdessa minuutissa onnistuimme karkottamaan suurimman asiakasryhmämme, hyvin tehty!", kirjoitti eräs vihainen katsoja. Myös Twitterin käyttäjät ilmaisevat tyytymättömyyttään Gilletten uuteen kampanjaan: "Olen ajanut partani 12-vuotiaasta asti. Alusta alkaen käytin Gilletteä, koska isänikin käytti sitä. Nyt en aio enää koskaan käyttää sitä, eikä aio isänikään. Yhteensä olemme olleet asiakkaitanne yli 50 vuotta, mutta ei koskaan enää."

"Gillette on tehnyt selväksi, että yhtiö ei halua maskuliinisten miesten asiakkuutta. Aion täyttää heidän toiveensa. Olen käyttänyt Gilletten partateriä siitä asti, kun he lähettivät minulle ilmaisen näytteen 18-vuotispäivänäni, ja nyt en aio enää ostaa yhtäkään heidän tuotteistaan."

Kommenteissa esitettiin myös, että Gilletten, jonka omistaa Procter & Gamble, tulisi julkaista anteeksipyyntövideo. Mutta tuotemerkin edustajien mielestä uusi mainos sopii yhteen iskulauseen kanssa, ja he sanovat uskovansa "parhaimpaan miehissä". Vaikka reaktiot mainokseen ovat olleet suurimmaksi osaksi negatiivisia, kuten vanha sanonta kuuluu, ei ole olemassa huonoa julkisuutta.

"Heidän mainoksensa antaa heille hyvää julkisuutta, korkeat katsojamäärät ja aiheuttaa väittelyä – heidän on täytynyt ymmärtää tämä julkaistessaan videon.", sanoo Rob Saunders, brittiläisen mainostoimisto Media Agency Groupin myyntipäällikkö BBC:n haastattelussa. *"Tämä oli Gilletteltä hyvin suuri asennemuutos, joka tapahtui yhden yön aikana, ja se näkyi erityisesti sosiaalisen median keskusteluissa."*

Samalla kun tuotemerkin uusi viesti on aiheuttanut negatiivisia reaktioita sosiaalisessa mediassa, sitä on myös kiiteltä laajasti yrityksestä osallistua keskusteluun siitä, mitä on olla moderni mies.

"Kiitos Gillette, kun otitte riskin yhdistää iskulauseenne johonkin merkitykselliseen, tärkeään ja todelliseen. Tämän keskustelun oli tapahduttava. Miksi tulee niin paljon valituksia siitä, että Gillette näyttää miehisyden hyvät ja huonot puolet?"

"Me tiesimme, että liittyminen dialogiin "modernista miehisydestä" tarkoittaisi, että joutuisimme jatkuvasti miettimään, mitä ajattelemme miehistä ja millaisina esitämme heidät", sanoo tuotemerkkihoitaja Gary Coombe BBC:lle. *"Tästä lähtien Gillette tulee arvioimaan kaikki julkiset sisältönsä määriteltyihin standardeihin nähden, joiden tarkoitus on varmistaa, että me täysin edustamme ihannekuvaa Kunnioituksesta, Vastuullisuudesta ja Roolimallina olemisesta mainoksissamme, sosiaalisen median kuvissamme sekä käyttämissämme sanamuodoissa."* *"Meille päätös julkisesti korostaa näkemystämme ja ylistää niitä miehiä, jotka tekevät oikein, oli helppo ja merkityksellinen päätös."*

Tapaus Felix

Vastaavanlainen tapaus sattui Suomessa vuonna 2016, kun elintarvikeyhtiö Orkla Foods julkaisi mainosvideon, jossa tummaihoisen Josephine kertoi ruokamaustaan. Videolla yhtiö kertoi Felix-ketsupin tuntevan ”*Josephinen ja miljoonien muiden suomalaisten maun*”.

Twitterissä alkoi kiivas keskustelu jossa muun muassa esitettiin boikottiuhkauksia, joihin Orkla reagoi vastaamalla: ”*Ei häittää meitä!*”. Orklan twiitti keräsi lukuisia tykkäyksiä ja uudelleentwiittauksia sekä herätti huomiota myös perinteisessä mediassa. On mahdollista, että yritys jo etukäteen aavisti, että tällainen kohu syntyisi. Aloittamalla keskustelun sosiaalisessa mediassa mainostaja ottaa riskin, koska ei voi tietää, mihin suuntaan keskustelu kääntyy.

Lähteet:

Marketing Week

https://www.marketingweek.com/2019/02/21/brands-disappear/?ct_5c7ac5d011b85=5c7ac5d011b86

BBC NewsBeat 15.1.2019 <https://www.bbc.com/news/newsbeat-46874617>

Jukka Ala-Mutka <https://jukkaam.com/2016/03/28/henkilobrandit-korporaatioissa-mahdoton-yhdistelma/>

Talouselämä 22.3.2016: <https://www.talouselama.fi/uutiset/ei-haittaa-meita-orklalta-kuitti-twitterissa-felix-mainoksen-boikottisuunnitelmille/aad62571-ea41-3835-b6f8-6a3e3b184644>

Youtube: Gillette lyhytelokuva: <https://www.youtube.com/watch?v=koPmuEyP3a0&t=2s>