

TAMPEREEN YLIOPISTO

Oikeustieteiden laitos

**SÄÄSTÖPOSSUSTA PÖRSSIHAIKSI -
pitkäaikaissäätämislain mukanaan tuoma eläkevakuuttamisen
markkinakentän muutos**

Vakuutustiede

Pro Gradu – tutkielma

Toukokuu 2010

Ohjaajat: Antti Kanto & Pekka Puustinen

Emilia Orimus

TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto	Oikeustieteiden laitos, vakuutustiede
Tekijä:	ORIMUS, EMILIA
Tutkielman nimi:	SÄÄSTÖPOSSUSTA PÖRSSIHAIKSI – pitkäaikaissäästämislain mukanaan tuoma eläkevakuuttamisen markkinakentän muutos
Pro gradu – tutkielma:	81 sivua
Aika:	Toukokuu 2010
Avainsanat:	Yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuuttaminen, pitkäaikaissäästäminen, veroetu, asiakkaan kokemaa arvo

Tämän tutkielman tarkoituksena on kuvata yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuutuksen markkinakentän muutosta tilanteessa, jossa hallitus on säätänyt uuden lain pitkäaikaissäästämistä. Lakimuutoksen myötä eläkesäästämisen veroetu laajennetaan koskemaan myös muita säästötuotteita, joiden on katsottu olevan eläkevakuutukseen rinnastettavia. Lakisääteisen eläkejärjestelmän ylläpitämiseksi on jouduttu tekemään mittavia leikkauksia tulevien sukupolvien eläketurvaan. Samalla on pyritty selvittämään, miten uusi pitkäaikaissäästäminen tulee muuttamaan eläkevakuuttamisen kilpailutilannetta, ja mitkä ovat asiakkaalle arvokkaita tuoteominaisuuksia.

Asiakkaan kokemaa arvoa ja tämän käyttäytymistä on tutkittu paljon, ja on löydetty useita käyttökelpoisia teorioita. Tässä tutkielmassa on käytetty markkinointiteorioita, jotka sopivat aineettomien tuotteiden tarkasteluun. Keino-päämäärä – ketjumalli kuvaa yksinkertaisesti sitä, miten tuoteominaisuudet tuottavat asiakkaalle lopullista arvoa. Tuotteilla on ominaisuuksia, jotka saavat aikaan seurauksia. Seurausten myötä asiakas saavuttaa lopullisen päämäärän eli hyödyn tai arvon. Oletetaan, että asiakas voi saada vakuutus- ja säästämispalveluiden käyttämisestä sekä utilitaristisia että hedonistisia hyötyjä. Tarkemmin asiakkaan kokemaa arvoa voi olla taloudellista, funktionaalista, emotionaalista tai symbolista ja sosiaalista. Teosten ja asiantuntijalausuntojen perusteella on pystytty muodostamaan uudesta markkinatilanteesta eheä kuva.

Tutkimus osoittaa, että pitkäaikaissäästämislakia voidaan pitää merkittävänä edistyksenä tavoitteellisessa säästämiseen kannustamisessa. Muissa EU-maissa on jo kokemuksia pitkäaikaissäästämistuotteista. Hedonistisuus ja viihteelliset ominaisuudet ja asiakkaan ottaminen mukaan palvelun tuottamiseen yleistyvät. Kilpailuasetelman kannalta voidaan todeta, että verovähennysoikeus ei ole enää ylivoimainen myyntivaltti, mutta sijoituskohteiden muuttamista verovapaasti voidaan markkinoida veroetuna. Ominaisuudet ovat tuotekohtaisia. Tuotevalikoimassa on monipuolisesti tuotteita, joiden ominaisuudet voivat aiheuttaa useita seurauksia. Useampi tuoteominaisuus puolestaan voi aiheuttaa yhden seurauksen, jolla on asiakkaan arvokokemuksen kannalta oleellinen merkitys. Ps-tili tuo säästäjäkuntaan merkittävän laajennuksen, mikä tarkoittaa säästäjäkunnan huomattavaa moninaistumista asiakasryhmittelyn ja tuotekehittelyn näkökulmasta.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että palveluntarjoajat joutuvat työskentelemään asiakaspysyvyyden eteen entistä aktiivisemmin leimautumatta kuitenkaan kalleimmaksi kuluvertailuissa. Samalla perinteisen eläkevakuutuksen tuotekehitykseen ja markkinointiin tullaan luultavasti panostamaan enemmän. Oleellista on tarvelähtöisyys. Erilaisia säästämissuunnitelmia on yhtä paljon kuin on eläkekaikaansa varten säästäjiä.

Sisällys

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Aiheenvalinta ja keskeinen kirjallisuus	2
1.2	Tutkimuksen tavoite	5
1.3	Oletukset ja rajaukset.....	6
1.4	Tutkimusmenetelmät.....	6
1.5	Tutkimuksen kulku	7
2	YKSILÖLLINEN VAPAAEHTOINEN ELÄKESÄÄSTÄMINEN	12
2.1	Lakisääteinen eläketurva pohjana	12
2.2	Tarve yksilölliseen vapaaehtoiseen eläkevakuuttamiseen.....	14
2.3	Yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuuttaminen Suomessa	15
2.4	Yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuutuksen markkinatilanne.....	18
2.4.1	Käyttö- ja säästötilit.....	18
2.4.2	Rahastosijoitukset ja säästövakuutukset	19
2.4.3	Osakesijoitukset.....	21
2.5	Suomalaiset säästäjinä	22
2.6	Säästämisen valintakriteerit	23
3	LAKI PITKÄAIKAISSÄÄSTÄMISESTÄ - MUUTOS 2010	26
3.1	Taustaa lakimuutokselle	26
3.1.1	Eläkesäästämisen nykytila.....	26
3.1.2	Nykytilan arviointi	27
3.1.3	Kehitystarpeet.....	28
3.2	Hallituksen esitys lain sisällöksi	30
3.2.1	Esityksen tavoitteet	30
3.2.2	Keskeiset päätökset	31
3.2.3	Esityksen arvioidut vaikutukset.....	33
3.2.4	Perustelut ja voimaantulo	34
3.3	Jalkauttaminen osaksi pitkäaikaissäästämistä.....	35
3.3.1	Säästämissopimus	37
3.3.2	Säästämistili.....	37
3.3.3	Finanssivalvonnan rooli.....	38
4	ASIAKKAAN KOKEMA ARVO	39

4.1	Arvon määrittelyn taustaa ja jaottelua	39
4.2	Keino-päämäärä -ketjumalli arvon muodostumisessa	40
4.3	Hedonistisuus utilitaristisen arvon täydentäjänä.....	42
4.3.1	Tiedostettu utilitaristisuus	42
4.3.2	Tavoiteltu hedonistisuus	43
4.4	Asiakkaan kokeman arvon ulottuvuudet.....	44
4.4.1	Taloudellinen arvo	44
4.4.2	Funktionaalinen arvo	45
4.4.3	Emotionaalinen arvo	46
4.4.4	Symbolinen arvo	46
4.5	Asiakkaan kokema arvo aineettomissa tuotteissa	47
5	UUSI ELÄKESÄÄSTÄMISEN MARKKINAKENTTÄ	49
5.1	Säästämissuunnitelmien tunnistaminen ja kuvaaminen.....	50
5.2	Arvon tuottaminen asiakkaalle	53
5.2.1	Tarpeiden selvittäminen ja tunneperäisyys.....	54
5.2.2	Oikeat ja riittävät tiedot.....	55
5.3	Teoreettisen viitekehyksen uudelleenarviointi	57
6	LOPUKSI	59
6.1	Tutkimuksen arviointi.....	59
6.2	Tutkimuskysymyksiin vastaaminen.....	60
6.2.1	Toimintaympäristön muuttuminen aktiivisemmaksi ja asiakaslähtöisemmäksi	60
6.2.2	Ps-tili piristää markkinoita ja laajentaa säästäjäkuntaa	61
6.2.3	Ominaisuuksien kehittäminen asiakkaalle lopullista arvoa tuoviksi	61
6.3	Tulevaisuus ja kehitysnäkymät	62
6.3.1	Mahdollisuudet.....	64
6.3.2	Haasteet.....	65
6.3.3	Eläkevakuutus tai ps-tili.....	66
7	POHDINTA	69
	LÄHTEET	75

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1.	Tutkimuksen kulku.....	9
Kuvio 2.	Tutkimuksen teoreettinen viitekehys	11
Kuvio 3.	Lakisääteinen eläkekertymä ja sitä tukevat vapaaehtoiset ratkaisut	17

Kuvio 4. Mahdolliset sijoituskohteet ps-tilillä	36
Kuvio 5. Arvon muodostumisen taustatekijät. Keino-päämäärä -ketjumalli	42
Kuvio 6. Asiakkaan kokeman arvon ulottuvuudet	43
Kuvio 7. Kotitalouksien säästöjen sijoitusmuodot seuraavan vuoden aikana.....	52
Kuvio 8. Teoreettisen viitekehyksen uudelleenarviointi	58
Kuvio 9. Mallinnus ominaisuuksien tuomasta arvosta.....	67

1 JOHDANTO

Suomessa on varsin kattava sosiaaliturva, mutta yksityinen varautuminen eläkeaikaisiin menoihin ja sairaudenhoitokulujen kattamiseksi sekä vastuunotto ovat kasvaneet. Suomalaisen sosiaalivakuutuksen erityispiirteenä on, että yksityiset vakuutuslaitokset hoitavat osaa sosiaalivakuutuksesta (Sosiaali- ja terveysministeriö 2007). Suomen sosiaaliturvaa on kuvattu pilarimallin avulla. Kaksi ensimmäistä pilaria käsittävät asumis- ja ansioperusteita turvaa sekä kolmas pilari lisäksi vapaaehtoisesti ja itsenäisesti hankittua turvaa. Pilarimallin pohjalta hallitus on esittänyt (HE 159/2009), että kotitalouksien osallistumisastetta on lisättävä. Edelleen tukemalla markkinoiden kehittämistä voidaan rajoittaa taloudellisten riskien siirtämistä kotitalouksille. Erityisominaisuutensa vuoksi yksityisillä vakuutuslaitoksilla on näkemystä ja mahdollisuuksia tarjota välineitä yksityiseen osallistumiseen osana sosiaalivakuuttamista.

Hallituksen lakiesitys (HE 159/2009) pitkäaikaissäästämisen verotuen muutoksesta tähtää markkinoiden kehittämiseen. Esityksen tavoitteena on saattaa muikin pitkäaikaissäästäminen kuin perinteinen eläkevakuutus verovähennysoikeuden piiriin, kuitenkin sidottuna sijoitusmuotona. Tutkielmassa tutustutaan eläkevakuutuksen kanssa kilpaileviin tuotteisiin, joita ovat tilisäästöt sekä rahasto- ja osakesijoitukset. Uutta sääntelyä on perusteltu monipuolisten rahoitusmarkkinoiden kehittämisellä, kilpailun tasapuolistamisella palveluntarjoajien välillä sekä tuotteiden monipuolisuuden, läpinäkyvyyden ja vertailtavuuden parantamisella. Säästäjien valinnanvapautta ja omaehtoista varautumista vanhuudenaikaisten menojen kattamiseen on tuettava.

Myyntityön haasteellisuus ja markkinoinnin erottuvuuden ongelmat sekä huoli arvojen hämärtymisestä myyntityössä on innoittanut tutkimaan aihealuetta. Tavoitteena on selvittää, mikä olisi asiakkaan ja palveluntarjoajan parhaaksi. Huomion kiinnittämisen vastuullisuuteen lain avulla voidaan todeta olevan edistysellistä. Aiheenvallintaa leimaava kaupallisuus on peräisin työelämästä. Tutkielman käsittelemä aihe on tarkoitus pitää yksinkertaisena ja ymmärrettävänä.

Arantolan (2006) mukaan asiakaskäyttäytyminen on muuttunut, ja 2000-luvun asiakas ostaa vertaisverkostojen ja suosittelun kautta. Viestien määrää on vaikea hallita, ja oikean tiedon omaksuminen on haastavaa, toisaalta asiakas on valveutunut. Internet on kanava, josta voi saada ja jakaa tietoa, ja sen kautta ostaminen on lisääntynyt. Asiakas arvostaa helppoutta ja vaivattomuutta, mutta samalla hyvää palvelua. Lisäksi sijoittamissuunnitelmat ovat elpyneet vuoden takaisesta. Jo lähes puolet suomalaisista aikoo sijoittaa tai säästää seuraavan vuoden aikana. (FKL 2009.) Siksi tuotekehittelyn näkökulmasta verovähennysoikeuden laajeneminen pakottaa kehittämään niiden

houkuttelevuutta myös muilla keinoin kuin tuoteominaisuuksia korostamalla. Sitovuutta tullaan kiristämään, jolloin asiakkaalle tulee myydä tarkoitus eli se, mitä varten hän tuotteeseen säästää. Eläkevakuutuksen kuvaileminen säästömuodoksi, ja verotuen luokittelu pitkäaikaisen säästämisen tueksi kuvastaa hyvin keskinäisen vakuutuksen ottaneiden yhteisen edun muuttumista yksityiseksi yksittäisen säästäjän eduksi (Niiranen 2006, 207).

Palveluntarjoajien tehtävänä on osata tuotteistaa asiakkaan tuotteesta tai palvelusta saama hyöty. Tuotteet sisältävät ominaisuuksia, jotka antavat asiakkaalle arvoa. Ominaisuudet voidaan siis nähdä keinoina päämääriin. Arvonmäärittely on hankalaa. Siksi on tarpeellista jaotella asiakkaan kokema arvo utilitaristiseen ja hedonistiseen ulottuvuuteen, ja tarkastella asiakkaan arvokokemusta tämän teorian läpi. Edelleen syvennetään ja eritellään arvoja onnistuneen pitkäaikaissäästämisen markkinakentän mallinnuksen aikaansaamiseksi.

1.1 Aiheenvalinta ja keskeinen kirjallisuus

Suomalaisten tietämys lakisääteisen eläketurvan riittämättömyydestä on kasvanut jatkuvasti, ja eläkeiän varaudutaan kasvavassa määrin. Yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuuttaminen on saanut myös kritiikkiä. Tuotteena se nähdään suhteellisen jäykkänä ja se kohtaa säästämisen välineenä kilpailua. Esimerkiksi säästäminen pankkitileille ja rahastoihin sekä vakuutussäästäminen ilman eläkevakuutuksen ominaisuuksia voidaan tulkita eläkevakuutussäästämisen kilpailijoiksi, koska ihmisten säästämiseen käytettävissä olevat varat ohjautuvat useimmiten näihin kanaviin. Vapaaehtoinen eläkevakuutus on kuitenkin ollut pitkään ainoa verotettu säästämistuote. Elinäikakerroin otetaan työeläkkeissä käyttöön vuonna 2010. Sen avulla varaudutaan eliniän pitenemiseen ja hillitään eläkemenojen kasvua. Käytännössä eläkkeet pienenevät entisestään suhteutuksen ansiosta, mikä lisää tarvetta vapaaehtoiseen eläkevakuuttamiseen. Eläkkeiden riittämättömyys tulevaisuudessa on ajankohtainen puheenaihe.

Hallitus esitti 18.9.2009 uutta pitkäaikaissäästämislakia, jossa muikin kuin vapaaehtoinen eläkevakuutus tulisi verotetun pitkäaikaissäästämisen piiriin (HE 159/2009). Valtiovarainministeri Jyrki Katainen ja hallinto- ja kuntaministeri Mari Kiviniemi esittivät eduskunnassa ehdotuksen lain sisällöksi. Lakia ehdotettiin tulevaksi voimaan 1.1.2010 sekä muutoksia takautuen voimaantulevaksi olemassa oleviin sopimuksiin lisättynä siirtymäajalla. Eduskunta hyväksyi

lakiuudistuksen joulukuussa 2009. Tässä tutkielmassa pääasiallisena lähteenä käytetään hallituksen esitystä, sillä se on sisällöltään kirjoitettua lakia laajempi ja perustelee ehdotukset lain sisällöksi.

Lakiuudistus on tehty Siva-työryhmän ehdotuksen pohjalta ja sen tavoitteena on kehittää pitkäaikaissäätämisen verotusta kilpailun tehostamiseksi säästötuotteiden tarjonnassa. Sen myötä muutkin säästämismuodot kuin vapaaehtoinen eläkevakuutus saisivat verovähennysoikeuden, kunhan pitkäaikaissäätämisen idea toteutuu. Lakiuudistuksen toivotaan parantavan pitkäaikaissäätäjän valinnan mahdollisuuksia ja kuluttajansuojaa. Kilpailun tehostuessa myös raskaiden kulurakenteiden oletetaan kevenevän. Samalla markkinoiden läpinäkyvyys paranee, ja valtiontaloudelliset vaikutukset tulevat mahdollisesti olemaan vastaavanlaisia kuin yksilöllisellä eläkevakuutuksella on ollut. Lakiuudistuksen jälkeen tullaan luomaan pitkäaikaissäätämistili, jäljempänä ps-tili, jonka avulla säästäminen käytännössä toteutetaan.

Suomalaiset ovat sisäistäneet verrattain hyvin lakisääteisen eläketurvan riittämättömyyden tulevaisuudessa. Vuonna 2009 maassa arvioidaan olevan yli 750 000 eläkesäästäjää, ja säästäjien joukko on kasvanut erityisesti alle 35-vuotiaiden, pieni- ja keskituloisten sekä naisten keskuudessa. Käytännössä joka viidennellä aikuisväestöön kuuluvalla on vapaaehtoinen eläkevakuutus. Tarve oma-aloitteelliselle säästämislle on suuri ja lakiuudistus on tervetullut sitä tukemaan. Yksilön omalle varautumiselle halutaan antaa työkalut. Palveluntarjoajina saavat toimia rahastoyhtiöt, talletuspankit ja sijoituspalveluyritykset toimilupansa puitteissa. Palveluntarjoajien joukko tulee näin ollen laajenemaan, koska vapaaehtoisia eläkevakuutuksia ovat aiemmin voineet myöntää vain vakuutusyhtiöt. Tällöin pankit ovat joutuneet perustamaan omia vakuutusyhtiöitä tai tekemään yritysjärjestelyjä, jotta ne olisivat olleet kilpailullisesti samassa asemassa finanssimarkkinoiden muiden toimijoiden kanssa (Järvenoja & Saarinen 2001, 145–146). Edelleen jotta verovähennysoikeuden saa, tulee varojen olla käytettävissä vasta eläkeiässä. Eläkevakuutuksen tarkoittama eläkeikä tullaan sitomaan kulloinkin voimassa olevaan lakisääteiseen eläkeikään. Säästöjen nosto tulee samoin tapahtumaan nykyistä pidemmässä ajassa, eläkkeenmaksun kaltaisesti.

Vapaaehtoisella eläkevakuutuksella on ollut erityinen asema ja kilpailuetu verovähennysominaisuutensa vuoksi. Oikeuden laajetessa muuhunkin pitkäaikaissäätämiseen on sen toimintaympäristö tutkittava uudelleen ja kiinnitettävä huomio entistä tarkemmin muihin kuin tuotteen teknisiin seikkoihin. Kun tuotteella on kilpailija ja se voidaan kilpailuttaa yhtiöiden välillä, asiakkaan kokemat erilaiset arvot suhteessa tuotteisiin tulevat entistä tärkeämmiksi. On voitava erottua muilla keinoin. Asiaa on tärkeä tutkia, sillä pitkäaikaissäätämistuotteet ovat yhtiöille kannattavia. Ne sitovat asiakkaan varoja pitkäksi aikaa ja tuovat yhtiölle mahdollisuuden sijoittaa

niitä tuottavasti. Tuleva lakiuudistus tulee toivottavasti lisäämään tuotteiden ja palveluiden läpinäkyvyyttä, jolloin kustannukset on pidettävä kilpailukykyisinä, ja tuotteita on muokattava paremmin säästämiseen kannustaviksi.

Tutkielman tekemisen liikkeellepanevana voimana voidaan pitää hallituksen 18.9.2009 antamaa esitystä pitkäaikaissästämisestä. Sen antamaan informaatioon perustuu myös suuri osa aineistona käytettävistä lehtiartikkeleista ja verkkokirjoituksista. Niitä ovat pääasiassa Talouselämän, Kauppalehden ja Finanssialan Keskusliiton julkaisut. Lisäksi ajantasaista tietoa tutkielmaan tarjoavat Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ja valtiovarainministeriön sekä Finanssialan Keskusliiton verkkosivut. Aiheen tuoreuden takia paras lähdeaineisto ei välttämättä ole painetussa muodossa.

Kirjallisuus pohjautuu teoksiin eläkesäästämisestä sekä tutkimuksiin ja opinnäytteisiin aiheeseen liittyen. Teokset ovat pääosin 2000-luvulla valmistuneita. Varsinaisesti pitkäaikaissästämislain muutoksesta ei kirjallisuutta tai vastaavaa tutkimusta ole vielä ehditty tekemään. Siksi teoriaa aiheen tutkimiseksi on haettu markkinoinnista. Ajatuksena on ollut myös tutkimuksen hyödyllisyys työelämää varten. Tarkoituksena on saada aikaan mahdollisimman hyvin palveluntarjoajia hyödyttävä tutkielma, vaikkei kyseessä ole toimeksianto tutkielman tekemiseen. Tutkielma voi myös laajentaa ymmärrystä pitkäaikaissästämisestä maailmasta ylipäätään asiasta vähän tietävälle.

Markkinointiteorian tueksi on löytynyt kirjallisuutta lähivuosilta. Lähdekelpoista materiaalia voidaan mainita olevan muun muassa: teokset asiakkuudesta, hyvästä asiakaspalvelusta finanssialalla, asiakastavoitteista ja -strategioista, asiakkuudenhallinnasta, brändeistä ja hinnoittelulla kilpailemisesta. Opinnäytetöistä ja tutkielmista lähimpänä ovat esimerkiksi työ vapaaehtoisesta yksilöllisestä eläkevakuutuksesta sijoituskohteena vakuutuksenottajan näkökulmasta sekä ETLA:n vapaaehtoinen eläkesäästäminen tulevaisuudessa vuodelta 2007. Verkossa julkaistut tieteelliset tekstit ovat antaneet runsaasti teoreettista pohjaa varsinkin arvonmäärittelyn tueksi. Ajankohtaisohjelmat ja kirjoitukset ovat tuoneet lisää tietoa ja vartenotettavia näkökulmia tutkimukseen.

Tutkimuksia aiheesta ei juuri ole voitu tehdä, sillä vaikka lakimuutosta on enteilty jo aiemmin, on se saatu vietyä läpi vasta nyt. Aiheesta on kuitenkin kirjoitettu useita lehtiartikkeleita sekä tehty laskelmia eläkevakuutuksen kannattavuuden puolesta ja vastaan taloudelliset seikat huomioon ottaen. Eläkevakuutuksen veroedun todellisesta kannattavuudesta on tehty paljon erilaisia laskelmia ja vertailuja. Eläkevakuuttamisesta yleisesti on kirjoitettu useita opinnäytteitä. Asiakkaan kokema

arvo on kiinnostanut tutkijoita pitkään. Sen vuoksi arvokokemuksesta on olemassa laajalti teorioita ja näkemyksiä, joita tässä tutkielmassa käytetään.

1.2. Tutkimuksen tavoite

Tutkimustyön tavoitteena on selvittää, millaisia ominaisuuksia säästämistuotteella tulee olla ollakseen houkutteleva pitkäaikaiseen säästämiseen ja mihin ne perustuvat. Valitun teorian pohjalta on päätelty parhaiten aineettomiin tuotteisiin sopivia arvoja, joilla oletetaan olevan merkitystä säästämistapaa valitessa ja joita tyydyttäen säästämisspäätöksiä on tähän mennessä pitkälti tehty. Oletettavasti ominaisuudet ja arvot linkittyvät toisiinsa, kun tuote valitaan säästämisen välineeksi. Ominaisuudet tuotteissa saavat aikaan henkilökohtaisen arvokokemuksen. Kuten Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara teoksessaan Tutki ja kirjoita (2009) toteavat, on kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyrkimyksenä pikemminkin löytää ja paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä. Tutkielma pyrkii havainnollistamaan markkinatilanteen muutosta myös kuvioin, selkiyttäen kuvaa toimijoista ja niille ominaisista piirteistä.

Mielenkiintoista on siis tutkia yksilölliseen eläkevakuutukseen liittyvää kilpailutilanteen muutosta. Aikaisempi eläkkeelle pääsy ja verovähennysoikeus ovat argumentteja, joilla eläkevakuutusta on pääasiassa tähän asti myyty. Nyt markkinakenttä tulee muuttumaan, ja kyse on asiakkaiden houkuttelemisesta muilla keinoin, kun tuotteen vahvin kilpailuetu poistuu. On saatava asiakas ymmärtämään eläkeaikaisen varautumisen tarve, ja keinoja varautua on useampia. Teoriapohjaa ymmärryksen aikaansaamiseksi on siksi haettu markkinointiin liittyen ja tarpeiden tunnistamiseen pyrkien.

Aiheesta kirjoitetuista lehtiartikkeleista johtuen on myös tarpeellista tuoda aihealueen tärkeyttä esiin, koska artikkelien sävystä ei välity oleellisin, eli yksilön ja yhteiskunnan tarve varautua oma-aloitteisesti tuleviin eläkkeenmaksuihin. Ja koska varautuminen on lähes väistämätöntä, on tarkoituksenmukaista selvittää, millaisella kentällä, millaisin keinoin ja millaisin tarpein säästämistä on lähdeittävä tarjoamaan. Lakimuutos tulee lisäämään kilpailua ja muuttamaan tuotteen toimintaympäristöä. Yhtiölle on elintärkeää selvittää, millä perusteella asiakas säästämisspäätöksensä tekee.

1.3 Oletukset ja rajaukset

Tutkielmassa käsiteltävää vakuutus tuotetta voidaan kutsua yksilölliseksi tai vapaaehtoiseksi eläkevakuutukseksi. Tutkimus käsittelee yksityisten luonnollisten henkilöiden ottamia eläkevakuutuksia ja vapaaehtoista eläkesäästämistä. Tutkielmassa pyritään määrittelemään asiakkaan kokema arvo, kuten se on säästämiseen liittyen mahdollista määrittää. Tutkimus rajataan tutkiemaan yleisesti eläkevakuutus säästämisen kanssa kilpailevia tuotteita – niitä, jotka myös uuden pitkäaikaissäästämislain piiriin kuuluvat. Kilpailevia tuotteita ovat tilisäästäminen, rahastosäästäminen sekä suora osakesijoittaminen. Tutkielmassa tarkastellaan teoriassa laillisten palveluntarjoajien eli rahastoyhtiöiden, talletuspankkien ja sijoituspalveluyritysten yhteisiä markkinoita. Markkinoilla kilpailevat eri tuotteet ja palveluntarjoajien tavat tarjota niitä. Tutkimuksen teossa tutkittavaa tilannetta ja tuotteita tarkastellaan viitekehysten raameissa.

Tärkeimmät käsitteet ovat yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuuttaminen, pitkäaikaissäästäminen ja pitkäaikaissäästämisen veroetu. Näillä käsitteillä tarkoitetaan mitä eläkevakuutuksen tuoteominaisuuksia ja tarpeellisuutta lakisääteisen eläketurvan täydentäjänä sekä pitkäaikaissäästämisen tunnusmerkit täyttäviä säästämismuotoja, joihin liittyy verokannuste. Edelleen teoriapohjan ymmärtämiseksi määritellään tarkemmin asiakkaan kokeman arvon jakautuminen utilitarististen ja hedonististen tarpeiden kautta ja pilkotaan tarkemmin valitun markkinointiteorian käsitteisiin: taloudellinen, funktionaalinen, emotionaalinen ja symbolinen.

1.4 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus on kvalitatiivinen. Kvalitatiivinen tutkimus voidaan nähdä kehäprosessina tai spiraalina, jonka avulla tavoitellaan esimerkiksi asiakassuhteen jatkuvaa parantamista. Tavoitteena voi myös olla pitkän asiakkuussuhteen kehittäminen, jollainen muodostuu pitkäaikaissäästämisen myötä. Tutkimusmenetelmä on pääosin hermeneuttinen eli tulkitseva, jolloin pyritään ymmärtämään ihmisen toimintaa ja asiakkaan kokeman arvon muodostumista ominaisuuksien seurauksena. Menetelmä on myös suhteellisen käytännönläheinen, mikä on hieman ristiriitaista, sillä tutkielma pohjautuu hyvin teoreettiseen päättelyyn. Töttö (2000, 116) ilmaisee asian osuvasti. Määritelmän mukaan laadulliseksi tutkimukseksi voidaan nimittää kaikkea, mistä numeroaineistot ja tilastolliset menetelmät jätetään ulkopuolelle.

Laadullista tutkimusta on kutsuttu kertomukseksi etsimisestä. Lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Tutkittavaa aihetta pyritään tarkastelemaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkimusmenetelmän valinta on tutkimuksessa mahdollisimman läpinäkyvä. Tällöin on mahdollista arvioida tutkimuksen luotettavuutta, ja jotta ilmenisi ne seikat, jotka ovat välttämättömiä tutkimuksen kulun ymmärtämiseksi ja mahdollisen uusinta- tai jatkotutkimuksen tekemiseksi. Tutkimusote on induktiivinen: se päättyy yksityisistä havainnoista yleisiin merkityksiin. (Hirsjärvi ym. 2009.)

Hermeneuttisen tutkimusmenetelmän mukaan yksityiskohtien tulkinta vaikuttaa kokonaisuuden tulkintaan, ja tutkimuskohteesta tehtyjen tulkintojen uudelleen tulkitseminen tuottaa yhä laajenevaa ymmärrystä kohteesta. Hermeneuttista analyysia yhdistetään usein muihin tulkinnallisuuteen, kokemuksellisuuteen ja merkitysten ymmärtämiseen tähtääviin analyysimenetelmiin. Tutkimusaineiston voidaan siis todeta muodostuvan ajankohtaisista ja monipuolisista julkaisuista sekä asiantuntijoiden kanssa käydyistä sähköpostikeskusteluista. Siksi on suosittu ihmistä tiedonkeruun välineenä, jolloin on myös luotettava omiin havaintoihin ja keskusteluihin asiantuntijoiden kanssa (Hirsjärvi ym. 2009). Kun käytetään aineistona paljon mielipidekirjoituksia ja asiantuntijoiden lausuntoja, voidaan tutkimuksessa nähdä olevan myös narratiivisia piirteitä. Narratiivisen analyysin kohteena voi olla esimerkiksi teksti. Analyysissa kohdetta eritellään kerrontaan ja kertomuksen teorioihin liittyvien käsitteiden, termien ja näkökulmien avulla. Analyysissa muodostetaan usein ydinkertomuksia tai tyyppikertomuksia. Niiden avulla voidaan osoittaa, millaisia yleisiä ajattelu- ja toimintatapoja, merkityksiä ja asenteita kertomuksen kohteena oleviin asioihin liittyy. (Jyväskylän yliopisto/aineiston analyysimenetelmät.)

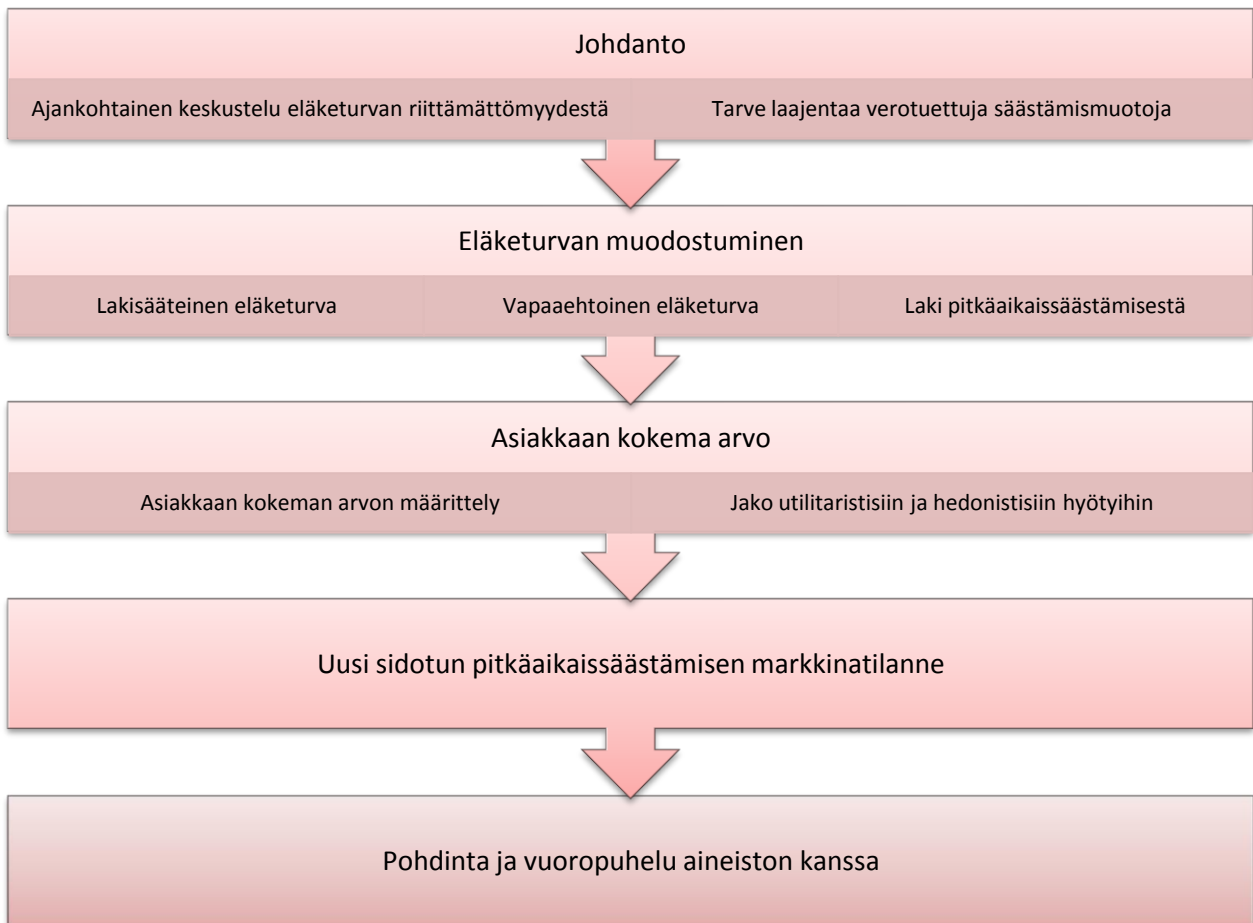
1.5 Tutkimuksen kulku

Tutkimus on luonteeltaan pääosin teoreettinen. Muutos lainsäädännössä ja kilpailutilanteessa on tuore. Silloin siitä ei ole mahdollista tehdä hypoteeseja, joita tämän tutkielman laajuudessa ja aikataavoitteessa olisi mahdollista testata. Tutkielman aluksi esitellään aiheenvalinta, joka pohjautuu ajankohtaisuuteen ja omaan mielenkiinnon kohteeseen. Tarkoitus on tuoda esiin aiheen tärkeys ja se, mihin vapaaehtoinen, oma-aloitteellinen eläkesäästäminen sijoittuu suhteessa lakisääteiseen turvaan. Koska yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuuttamistuotteen kilpailuasetelma tulee uuden lain myötä muuttumaan, on sitä tutkittava etukäteen vain teoriassa.

Aluksi selvitetään lähtötilanne eli miten asiat ovat ja miksi yksilöllistä vapaaehtoista eläkevakuuttamista tarvitaan. Luodaan myös käsitys siitä, millainen on eläkevakuuttamisen asema ennen lakiuudistusta. Tutustutaan aineettomiin säästämistuotteisiin, jotka ovat kilpailleet eläkevakuutuksen kanssa samoilla markkinoilla ennenkin, ainoastaan säännöt ovat olleet toisenlaiset. Tilisäästäminen, rahastosäästäminen ja suora osakesijoittaminen ovat tuttuja ja paljon käytettyjä säästämistuotteita, mutta niillä ei ole aiemmin ollut samoja verotuksellisia etuja kuin yksilöllisellä vapaaehtoisella eläkevakuutuksella. Kilpailuasetelman voidaan kuitenkin katsoa syntyneen siitä, että jokainen valituista tuotteista on ollut mahdollinen kohde, johon käytettävissä olevia varoja on voitu säästää tai säilyttää. Säästämispäätös on oletettavasti ollut riippuvainen henkilön tai kotitalouden toiveista, tavoitteista, käsityksistä ja arvoista, joita tuote tai säästämistapa edustaa.

Lakiuudistus vie johdonmukaisesti seuraavaan pääkappaleeseen, jossa selvitetään lakiuudistuksen tausta ja perustelut sen voimaansaattamiselle sekä jalkautuminen muuttamaan markkinakenttää. Tuloksena lakiuudistuksesta on eläkesäästämisen uusi markkinakenttä. Asiakkaan kokema arvo linkitetään tuoteominaisuuksiin, jotta voitaisiin päästä käsitykseen siitä, millaisin perustein asiakkaat säästämispäätöksiään tekevät.

Eläkevakuutus on ns. aineeton tuote, eikä siihen todennäköisesti päde samat teoriat kuin esimerkiksi päivittäistavarakauppaan myynnin ja markkinoinnin osalta. Aineeton tuote vaatii myydäkseen huomion kiinnittämistä erilaisiin asioihin verrattuna päivittäistavarakauppaan. Aineettomuus vaatii tunteen tai tuntemuksia tuekseen. Szugat (2009) vertaa aineettomuutta jäävuoreen. Se, mitä asiakas näkee, on yleensäkin vain pieni osa kokonaisuutta. Siksi esitellään aineettomiin tuotteisiin sovitettua markkinointiteoriaa, jonka kehyksen läpi tarkastellaan valittua tuotetta ja sen kanssa kilpailevaa tuotemaailmaa. On syytä avata teorioiden perusteella asiakkaan kokemaa arvoa. Lopuksi pohditaan markkinatilanteen muodostumista lakimuutoksen raameissa ja mahdollisia menestystekijöitä tällä uudella markkinakentällä (kuviot 1).



Kuvio 1. Tutkimuksen kulku

Tutkimusongelmia on kolme. Seuraaviin kysymyksiin on tavoitteena saada vastaus käytettyjen teorioiden ja luettujen artikkelien perusteella, sekä niistä saatuja tietoja yhdistelemällä. Painavimpana tutkimuskysymyksenä ja koko työn tarkoituksena tulee esittää:

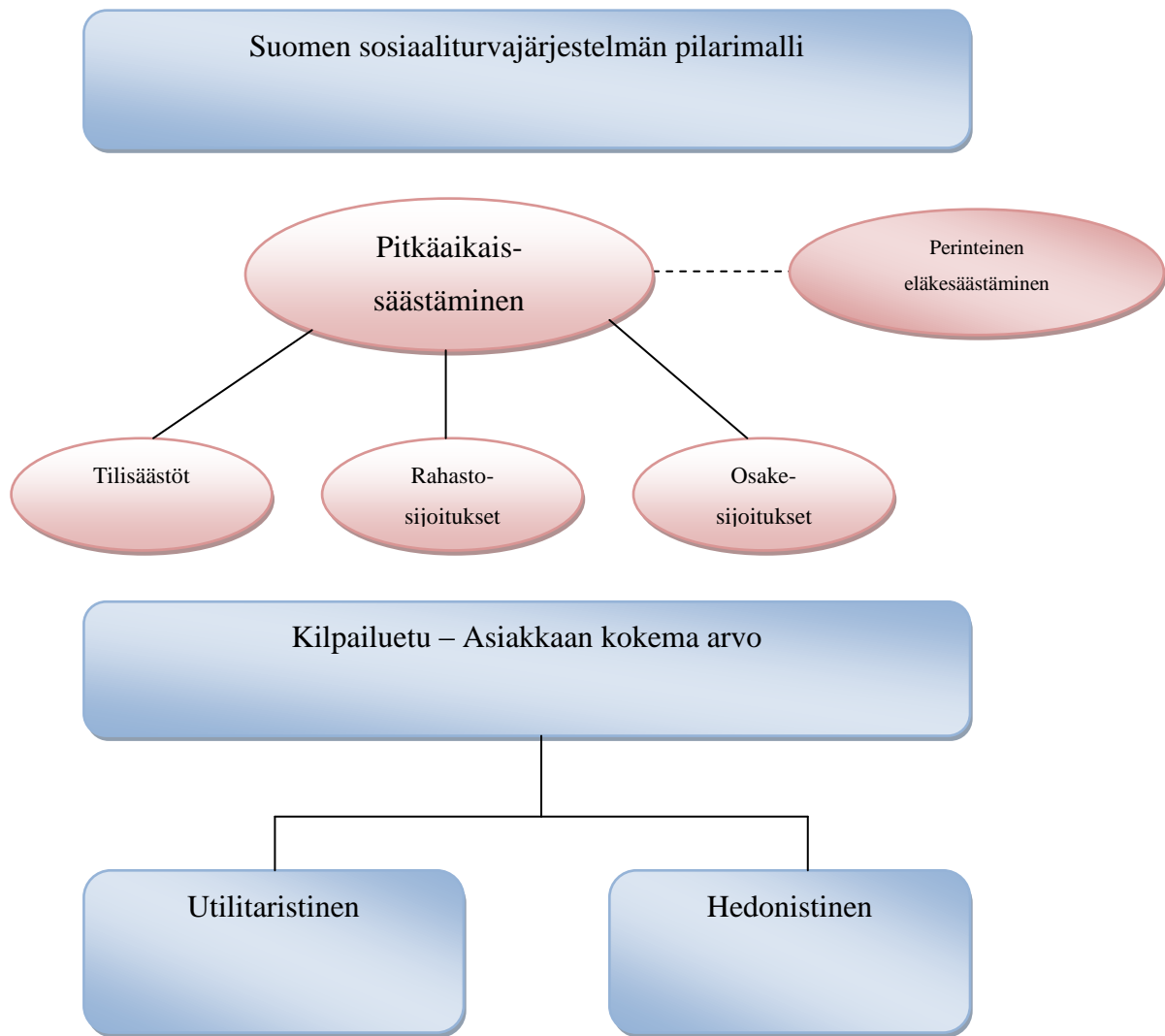
- Miten vapaaehtoisen eläkesäästämisen toimintaympäristö tulee muuttumaan?

Alisteisina tälle kokonaisuutta kuvaavalle tutkimusongelmalle rinnakkain esitetään:

- Miten uusi ps-tili tulee muuttamaan kilpailutilannetta, jossa vapaaehtoinen eläkevakuutus on kilpaillut siitä eroavien tuotteiden kanssa?
- Mitä ominaisuuksia tuotteen/palvelun tulee sisältää tulevaisuudessa ollakseen arvokkaita asiakkaalle, joka päättää aloittaa säästämisen eläkeaikaansa varten?

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastaamalla pystytään hahmottamaan ja kuvaamaan lakimuutoksen aiheuttama yleinen muutos tuoteominaisuuksiin sekä palveluntarjoajien vastuu uudessa markkinakentässä. Tarkoitus on luoda ymmärrys lakimuutoksen taustalle ja avata sen keskeinen sisältö. Muiden tutkimuskysymysten on tarkoitus antaa vastaus siihen, mitkä ovat eläkevakuutuksen ja sen kanssa kilpailevien tuotteiden erot ja yhtäläisyydet ennen ja jälkeen lakimuutoksen sekä linkittää tuoteominaisuudet asiakkaan kokemaan arvoon. Arvojen johtaminen ominaisuuksista mahdollistaa sen, että voidaan konkreettisesti todeta, mitkä ominaisuudet ovat asiakkaalle arvokkaita tutkittaessa aineettomia säästötuotteita. Oletuksena on, että tuotteen tai palvelun ominaisuudet tuottavat asiakkaalle lopulta häneen henkilökohtaisiin preferensseihinsä perustuvaa arvoa.

Tutkielman teoreettinen viitekehys (kuvio 2) on muotoiltu lakisääteisen turvan pohjalta ja sen todennäköisen heikkenemisen myötä kasvavaan yksilölliseen tarpeeseen varautua tulevaan eläkeikaan. Koska kilpailu on päätetty avata poliittisin ratkaisuin, on tunnettava tuotteet ja niiden ominaisuudet, mutta myös löydettävä niistä ne asiakkaalle eniten hyötyä eli arvoa tuottavat ominaisuudet. Sen vuoksi on laajennettava käsitystä pelkästään utilitaristisesta tarpeentyydytyksestä hedonistiseen arvokokemukseen, joka on nykyään oleellinen osa markkinointia ja palveluntarjoajan ja asiakkaan välistä suhdetta sekä merkittävä kilpailuetu.



Kuvio 2. Tutkielman teoreettinen viitekehys

2 YKSILÖLLINEN VAPAAEHTOINEN ELÄKESÄÄSTÄMINEN

2.1 Lakisääteinen eläketurva pohjana

Suomessa on varsin mittava sosiaaliturva. Sen taso on määritelty toisaalta lainsäädännöllä, toisaalta erilaisin sopimus pohjaisiin järjestelyin (Antila, Erwe, Lohi & Salminen 2005, 65). Suomen sosiaaliturvajärjestelmää on kuvattu laajasti pilarimallin mukaan. Se pitää sisällään lainsäädännöllä määrättyä pakollista sosiaaliturvaa, työmarkkinajärjestöjen välisin sopimuksin luotua turvaa ja vapaaehtoista turvaa. (Järvenoja & Saarinen 2001, 10.) Ensimmäinen pilari käsittää turvan, johon jokaisella on oikeus asumiseen perustuen. Tämä tarkoittaa mm. julkista sairaanhoitoa, kansaneläkettä, yleistä perhe-eläkettä ja sairausvakuutusta. Sen tarkoituksena on turvata kansalaisille perustoimeentulo eläkeaikana. (Järvenoja & Saarinen 2001.)

Toinen pilari käsittää turvan, johon on oikeus työssäolon tai työsuhteen perusteella. Toisen pilarin etuuksia ovat mm. työeläke, lakisääteinen tapaturmavakuutus ja työntekijän ryhmähenkivakuutus sekä esimerkiksi sairausajan palkka ja työterveyshuolto. Työeläkejärjestelmän tavoitteena on työaikaisen kulutustason säilyttäminen. (Järvenoja & Saarinen 2001.) Suomalaisessa eläkejärjestelmässä työmarkkinapohjaiset eläkeratkaisut ovat käytännössä osa ensimmäistä pilaria, koska työeläketurvasta on tehty lakisääteinen (Korhonen 2003, 18.)

Sosiaaliturvan kolmas pilari käsittää vapaaehtoisesti järjestetyn sosiaaliturvan. Tähän portaaseen kuuluvat kaikki yksityiset ja yksilölliset riskihenkilövakuutukset, mutta myös vakuutussäästäminen joko eläkevakuutuksena tai säästövakuutuksena. Kolmas pilari voitaisiin jakaa vielä kahtia. Sen muodostaisivat vapaaehtoiset eläkevakuutukset, joilla on yhteiskunnan tarjoama kannustin, kuten veroetu, sekä sellaiset vakuutukset, joilla ei ole mitään kannustinta. (Antila ym. 2005, 66.) Tässä tutkielmassa käsitellään vain kolmannen pilarin yksilöllisiä vapaaehtoisia eläkevakuutuksia.

Väestön ikääntyminen ja kasvavat julkiset menot asettavat vaatimuksia myös eläkesuunnittelulle. Menot kasvavat, koska ihmiset elävät yhä vanhemmiksi. Suomalaiset kotitaloudet ovat muiden länsimaiden kotitalouksiin verrattuna suhteellisen vähävaraisia sen vuoksi, että tulotasomme on ollut niiden tasolla vasta muutaman vuosikymmenen. Vaikka Suomen eläkejärjestelmä on kattava, eläkeläiset pystyisivät tuomaan itselleen merkittävää taloudellista liikkumavaraa eläkeaikana purkamalla kertynyttä varallisuuttaan. Avaintekijä on kuitenkin toimivat rahoitusmarkkinat. Tämän vuoksi esimerkiksi lyhyessä ajassa nostetut vapaaehtoiset eläkevakuutukset eivät täytä

vakuutusominaisuuttaan. (Määttänen & Valkonen 2008.) Vuoden 2005 eläkeuudistus tehtiin, ja elinaikakerroin otettiin käyttöön, koska eläkemenot uhkasivat paisua liian suuriksi.

Perussääntö on nykyisin se, että jokaisen vuoden ansioista kertyy työeläkettä 1,5 prosenttia. Kun henkilö täyttää 53 vuotta, eläkettä kertyy 1,9 prosenttia 62-vuotiaaksi asti. 63–68-vuotiaiden eläkekertymä on 4,5 prosenttia vuodessa. Näin kertyvä lakisääteinen eläkevakuutus on kaikilla suomalaisilla. (Hietaniemi & Ritola 2007, 20.) Vuoden 2005 eläkeuudistuksen eläke-etujen heikennykset vaikuttavat voimakkaimmin nuorempiin ikäluokkiin elinaikakertoimen käyttöönoton vuoksi. (ET-lehti 17/2006, 76.) Antilan ym. (2005) mukaan nykyään kyse on vaikeasti ratkaistavista asioista. Haasteena on miten vastuu sosiaaliturvan tasosta tulisi jakaa yksilön ja yhteiskunnan kesken, jolloin joudutaan enenevässä määrin pohtimaan vapaaehtoisen vakuutuksen roolia sosiaaliturvan täydentäjänä.

Lakisääteinen eläkevakuutus voidaan nähdä vakuutuksena elämisen varalta. Jos vakuutettu elää pitkään, hän saattaa saada eläkkeinä takaisin enemmän kuin hän on aikanaan maksanut eläkemaksuja. Jos taas vakuutettu kuolee suhteessa aikaisin, siirtyvät tulot pidempään elävien hyväksi. (Määttänen & Valkonen 2008.) On kyse vakuutusominaisuudesta (ks. Yaari 1965). Jos eläkesumma jaettaisiin kertakorvauksena eläkeiässä, olisi ongelma saada rahat riittämään koko elinajalle. Silloin olisi tärkeää varautua itse riittävästi pidättäytyen kulutuksesta nyt, jotta tulevaisuudessa rahaa olisi tarpeeksi. Vapaaehtoisen vakuuttamisen tarve riippuu lakisääteisen eläkevakuutuksen tasosta ja kotitalouden kulutukseen vaikuttavista preferensseistä (Määttänen & Valkonen 2008). Henki-Tapiolan viestintäpäällikkö Elina Hyypöläisen (2010) mukaan lakisääteisen eläketurvan riittämisen edellytyksenä on, että yhteiskunnan tarjoamia terveys- ja hoivapalveluita ei enää leikata. Väestön ikääntymisen kasvettua ja palkkatyössä olevien määrän vähennyttyä palveluita joudutaan todennäköisesti karsimaan, jolloin lakisääteinen eläketurva ei tule riittämään odotettuun palvelutasoon. Samoin joustonvara yllättävien elämäntilanteiden varalle pienenee.

Kotitalouksien on huomattu aliarvioivan keskimääräisen elinikänsä, jolloin annuiteetit näyttävät kalliilta. Annuiteetti on samansuuruisena summana toistuva maksu. Lakisääteinen eläketurva tarjoaa annuiteettimuotoisen työeläkevakuutuksen, jolloin yksityisen suojan tarve on sitä vähäisempi, mitä korkeammat ovat pakollisen järjestelmän korvausasteet. Omaehtoisen annuiteetin vaatima säästämisen suuruus tulee monille myös yllätyksenä. Mikäli ei haluta ottaa sijoitukselle riskiä, suojautuminen maksaa, mikä puolestaan nostaa säästämistuotteiden hintoja. Vakuutusyhtiöiden kulujen epäilläään muutenkin olevan suuria. (Lassila, Määttänen & Valkonen 2007.)

2.2 Tarve yksilölliseen vapaaehtoiseen eläkevakuuttamiseen

Tarvetta vapaaehtoiseen eläkevakuuttamiseen on lisännyt vuoden 2005 eläkeuudistus, jonka myötä otettiin käyttöön elinaikakerroin. Se on mekanismi, jonka avulla varaudutaan pitenevään elinikään. Jos keskimääräinen elinikä jatkaa nousuaan, pienentää elinaikakerroin kuukausieläkkeitä vastaavasti. Elinaikakertoimen tarkoitus on siis sopeuttaa eläkkeitä alati pidentyvään elinikään. (Työeläke.fi.) Uudistuksen myötä myös eläkkeisiin vaikuttavia indeksejä on tarkistettu, ja niistä päättää eduskunta. Eläkkeisiin vaikutetaan palkkakertoimella. Sen avulla työuran aikaiset palkat muutetaan eläkkeen alkamisvuoden tasoon. Indeksien avulla säädellään myös sitä, miten eläkkeet kehittyvät lähivuosina. Niiden vaikutus toimeentuloon vahvistuu entisestään, koska eläkkeistä ehditään nauttimaan jopa 20–30 vuotta. Pitkä aika kasvattaa pieniltäkin tuntuvat muutokset tuntumaan suurilta. Eläkkeiden tasoon taas vaikuttavat indeksit. Vuonna 2007 käytössä ovat olleet työeläkeindeksi, TEL-puoliväli-indeksi sekä palkkakerroin.

Maksussa oleviin eläkkeisiin käytetään työeläkeindeksiä (Eläketurvakeskus 2007). Voimakkaimmin indekseihin vaikuttavat hinnat. Hintojen nousu vaikuttaa indeksiin 80 prosentin voimalla. Palkkojen kehitys on siis vain 20 prosenttia indeksin kehityksestä. Eläketurvan kannalta tämä on ollut ikävä asia, koska palkat nousevat hintoja nopeammin. Tasoittavia toimenpiteitä ei kuitenkaan voida tehdä, koska ne tulevat liian kalliiksi. On myös ennustettu, että eläkeläisten tarvitsemien palvelujen hinnat nousevat keskimääräistä nopeammin, koska niiden kysynnän oletetaan kasvavan tarjontaa nopeammin. Kysynnän kasvuun oletetaan vaikuttavan myös kuntien omien palvelujensa supistaminen. (ET-lehti 17/2006.) Vuodesta 2005 lähtien työaikaisten tulojen tarkistamiseen käytetään palkkakerrointa, jossa hintojen ja palkkojen painotukset ovat päinvastoin kuin aiemmin, eli palkkojen vaikutus on suurempi kuin hintojen (Eläketurvakeskus 2007). Nämä seikat lisäävät tarvetta parantaa eläketurvaa muulla tavoin, käytännössä esimerkiksi vapaaehtoisen eläkevakuutuksen turvin. Eläke-Tapiolan toimitusjohtajan Satu Huberin (2008a) mukaan kyse on täydentävästä lisäeläkkeestä niille, joiden työuraan perustuva lakisääteinen eläke ei yksin riitä tavoitteena olevaan vanhuusiän toimeentuloon. Muita tarkoituksia varten säästöjä voitaisiin kerryttää ilman verokannustetta mm. finanssialan palveluita hyödyntäen.

Korhosen (2003, 31) mukaan valtiovarainministeriö on perinteisesti kannattanut vapaaehtoisten eläkevakuutusten lisäämistä ja lakisääteisten eläkejärjestelmien osuuden pienentämistä. Korhonen mainitsee väitöskirjassaan, että vakuutusperiaatteen noudattaminen edellyttää työnantajan työn tekemiseen liittymättömien maksujen vähittäistä poistamista (Sosiaali- ja terveysministeriö 2002).

Korhonen (2003, 29) kritisoi myös vapaaehtoisten eläkevakuutusten verovähennysoikeuden olevan mahdollisesti valtion hiljaista tulonsiirtoa keski- ja hyvätuloisille. Jonkinlainen kannustin on kuitenkin oltava, jotta tarve saadaan saatettua toiminnan tasolle.

Finanssialan keskusliiton teettämän Säästäminen ja luotonkäyttö -tutkimuksen (Finanssialan Keskusliitto 2009a) mukaan kotitalouksien vakuutussäästöt, joihin on laskettu mukaan yksityishenkilöiden ottamat säästöhenkivakuutukset ja yksilölliset eläkevakuutukset, ovat kasvaneet tasaisesti. Kuluneena vuonna tehdyssä kyselyssä kuitenkin näkyy huonontuneen ja epävarman taloustilanteen mukanaan tuoma varovaisuus säästämisen ja sijoittamisessa. Kotitalouksien varoja oli vakuutussäästöissä vuoden 2006 lopussa 20,7 miljardia euroa, kun luku edellisvuonna oli 18,9 miljardia euroa. Kasvu on ollut suhteellisen vakaata. (Finanssialan Keskusliitto 2007).

Suomalaisten kiinnostus säästämiseen ja sijoittamiseen yleisesti on ollut vahvaa. Hyvä rahatilanne ja suotuisa tulokehitys takaavat sen, että kulutuksen jälkeen rahaa jää edelleen käyttöön ja sen sijoittamista mietitään aiempaa enemmän. Sijoitussidonnaiset vakuutus tuotteet ovat nykyään oletettavasti varteenotettava vaihtoehto mietittäessä tulevaisuuden turvaa ottamatta kuitenkaan liian suurta riskiä. Finanssialan keskusliiton tilastojen (Finanssialan Keskusliitto 2007) mukaan yksityishenkilöiden ottamien yksilöllisten sijoitussidonnaisten eläkevakuutusten määrä onkin kasvanut tasaisesti.

Korhosen (2003, 143) mukaan valtaosa väestöstä kokee lakisääteisen eläketurvan olevan riittämätön. Nuoret ikäluokat eivät pidä lisävakuutus turvaa yhtä kalliina kuin vanhemmat. Kallis se ei välttämättä olekaan, sillä kuluihin menee suhteessa vähemmän pääomaa, ja tuottoa kertyy koko pääomalle pidemmältä ajalta. Korhosen havainto on se, että eläkevakuutusta ei ajatella eläkevakuuttamisen kannalta. Herääminen vakuutuksen tarpeellisuuteen tapahtuu siinä iässä, jolloin säästäminen alkaa olla suhteellisen kallista, noin 40 vuoden iässä.

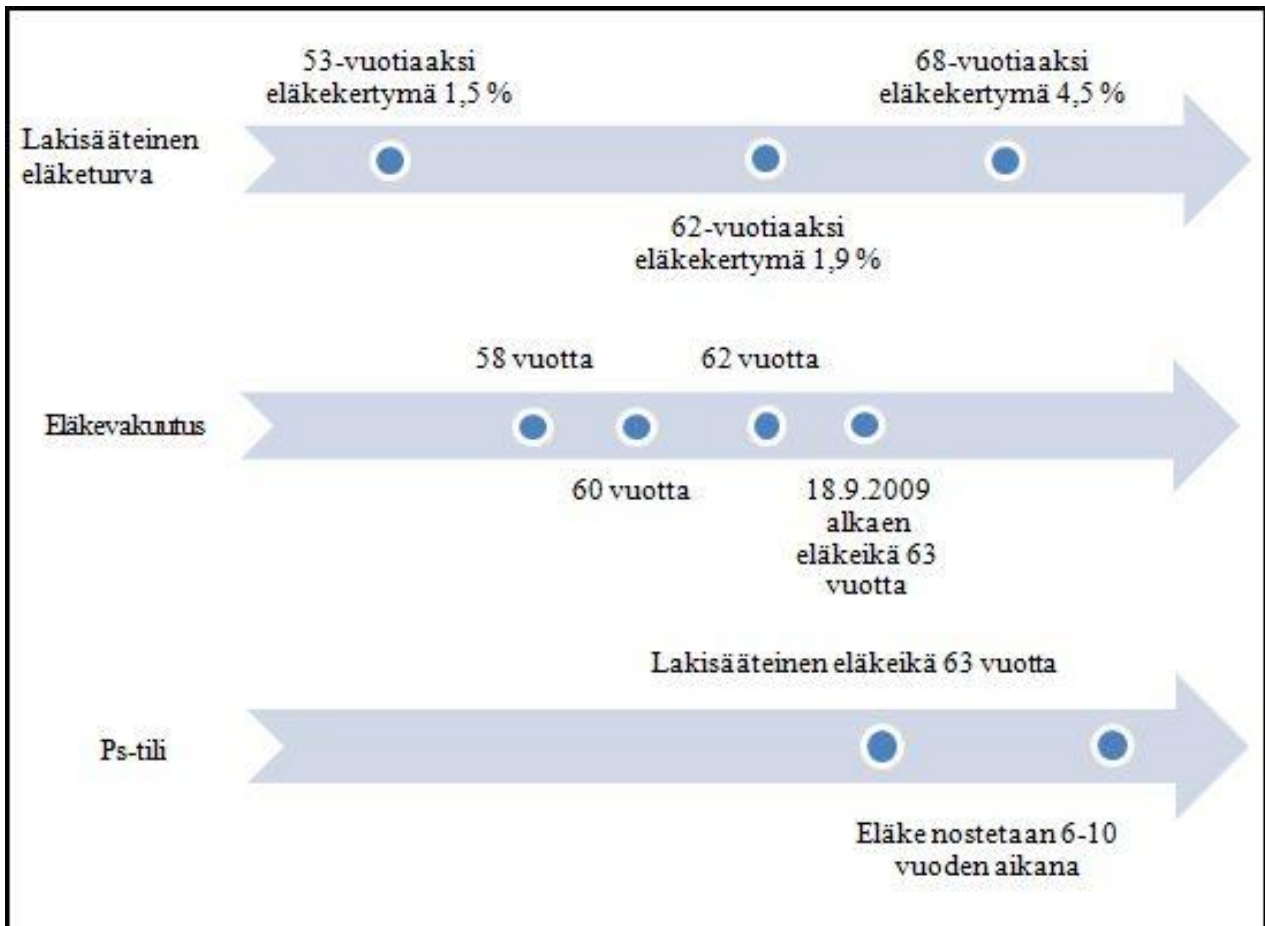
2.3 Yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus Suomessa

Yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus on kehitetty lakisääteisen eläketurvan lisäksi, täydentämään sitä. Järvenojan ja Saarisen (2001, 14) mukaan yksityinen eläkevakuutus on luonteeltaan ns. säästövakuutus, jossa vakuutuksenottaja maksaa vakuutukseen joko jatkuvasti tai yhdellä kerralla isomman vakuutusmaksun. Vakuutusyhtiö vähentää maksusta omat kulunsa ja sijoittaa vakuutusmaksut tuottavasti ja maksaa sitten yhdellä kertaa tai kuukausittain säästö pääoman

ja sille kertyneet tuotot sovittuna ajankohtana vakuutetulle tai muulle edunsaajalle (Tapiola 2010). Vapaaehtoinen eläkevakuutus sopimus on poikkeuksellisen sitova sopimus, ja sääntöjen mukaan eläkesäästöjä ei ole voinut siirtää toiseen yhtiöön (ET-lehti 13/2007). Hallituksen joulukuussa 2009 hyväksymän lakiehdotuksen mukaan säästöt ovat siirrettävissä yhtiöstä toiseen eli kilpailutettavissa (HE 159/2009). Säästö- ja sijoitussidonnaiseen vakuutukseen ei kohdistu terveyteen liittyvää vastuunvalintaa silloin, kun siihen ei liity mitään riskivakuutusosuutta (Pentikäinen & Rantala 1995, 374). Tämä puoltaa vakuutuksen siirrettävyyttä tulevaisuudessa säästöjen tapaan.

Vapaaehtoinen eläkevakuutus voi täydentää lakisääteistä eläkettä. Aikaisemmin se on voinut myös varhentaa sitä. Yleisimmin vakuutus sisältää turvan kuoleman varalle. Uuden pitkäaikaissäästämislain tavoitteena ei ole enää varhentaa eläkkeelle jäämistä, vaan säästöjen nostaminen tullaan sitomaan kulloinkin voimassaolevaan lakisääteiseen eläkeikään. Myös eläkkeen nostaminen on mahdollista aiempaa pidemmällä aikavälillä. Vastaavasti jaksaminen työelämässä lakisääteistä eläkeikää pidempään lyhentää eläkkeen nostamisen aikaväliä henkilön niin halutessa. (HE 159/2009.) Mietittäessä kannattaako yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuuttaminen kulujen huomioimisen jälkeen, ei ole yksiselitteistä vastausta, sillä siihen vaikuttavat odotukset verotuksen muutoksista, tulotasosta sekä oletettavista tuotoista (Vaihekoski 2003, 565).

Lakisääteinen eläke riippuu työuran kestosta ja ansiotasosta. Mitä pidempään jaksaa työskennellä sitä suurempi on eläkekertymä. Eläkevakuutus tuotetta on kehitetty mukailen lakisääteistä eläketurvaa ja sen täydentämistä. Voidaan huomata, että eläkevakuutuksen ehdot ovat kiristyneet lakimuutosten myötä (kuvio 3). Voidaan siis päätellä, että kehityssuunta on havaitunlainen, ja tavoitteena on yleisesti kasvattaa työssäoloaika, mutta myös paikata eläkkeisiin tehtäviä leikkauksia.



Kuvio 3. Lakisääteinen eläkekertymä ja sitä tukevat vapaaehtoiset ratkaisut

Suomi ikääntyy nopeimmin Euroopassa. Julkinen keskustelu perustuu usein yleistyksiin, mutta eläkevuosiaan suunnittelevan henkilön kannalta oleellisinta olisi oman tilanteen ymmärtäminen. Eläketurvan yleistä tasoa kuvaavat keskiarvot sopivat poliittiseen keskusteluun, mutta eivät riitä yksilöllisen arvioinnin perusteeksi. Yksilön kannalta onkin tärkeää huomata ero keskiarvon ja oman henkilökohtaiseen työuraan perustuvan tilanteen välillä (Huber 2008b.) Yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuutuksen perusajatus on hyvä ja käyttökelpoinen. Eräät markkinoilla tapahtuneet ylilyönnit ovat syöneet järjestelmän uskottavuutta. Silti järjestelmässä ennen lakimuutosta on ollut hyvää esimerkiksi se, että eläkeaikansa on voinut tietää ennalta. (Hyypöläinen 2010.)

2.4 Yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuutuksen markkinatilanne

Yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus on säästämisjärjestelmä, joka on ollut käytännössä ainoa verotuettu säästämismuoto vuoden 2009 loppupuolelle saakka. Siitä huolimatta ihmisten käytettävissä olevat varat ovat voineet ohjautua muihinkin säästämiskanaviin, jolloin kilpailua on käyty säästämiseen aiotuista varoista. Hyypöläinen (2010) uskoo säästämiseen kannustamisen riippuvan paljon ympärillä tapahtuvista asioista. Esimerkiksi eläkesäästäminen saattaa tuntua tarpeelliselta, jos henkilön lähipiiristä eläkkeelle jäänyt henkilö on joutunut kokemaan lakisääteisen turvan riittämättömyyttä.

Hyypöläinen (2010) toteaa myös, että pelkillä eläkevakuutusmarkkinoilla on ollut useita toimijoita, joiden tarjoamat ratkaisut ovat olleet erilaisia niin sisällöltään kuin kulurakenteeltaan. Jännittävänä piirteenä markkinoilla Hyypöläinen (2010) pitää sitä, että vuonna 2009 eläkevakuutusten uusmyynnin markkinajohtaja on ollut markkinoiden kallein eläkevakuutus. Lehtikirjoitusten negatiivinen sävy ei siis ole tehnyt asiakkaita toivotulla tavalla hintatietoisiksi. Kilpailu markkinoilla on ollut kovaa, ja myyntiponnistukset ovat olleet jopa aggressiivisia. Kilpailua on siis ollut, mutta sen vuoksi palveluntarjoajat ovat olleet pakotettuja erilaistamaan tuotteitaan erilaisiin elämäntilanteisiin sopiviksi. Säästövaihtoehtoja on monia, mutta tilisäästäminen on edelleen vahvinta. Se osoittaa mm. asiakkaiden haluttomuutta tehdä sitovia päätöksiä.

2.4.1 Käyttö- ja säästötilit

Käyttö- ja säästötili on lähes jokaisella suomalaisella, ja pankilla on velvollisuus avata tili asiakkaalle, jolla ei ole tiliä muussa pankissa (Finanssialan Keskusliitto 2009b). Käyttötiliä käytetään yleisimmin päivittäisten raha-asioiden hoitoon, mutta se soveltuu myös sijoitustilien, arvopaperikaupan tai lainan hoitotiliksi. Tiliin on liitettävissä erilaisia palveluja, kuten internet- ja puhelinpalvelu, maksupalvelu sekä tilinkäyttöä helpottavat kortit. Tili voi olla myös luotollinen. Tilille maksettava korko vaihtelee pankeittain, ja korkotuottoon vaikuttaa korkoprosentin lisäksi koronlaskutapa. Korko lasketaan esimerkiksi joko päiväsaldolle tai kuukauden alimman saldon mukaan. Talouden taantumana vuoksi tällä hetkellä käyttötilille maksettava korko on yleensä suhteellisen alhainen. (Finanssivalvonta 2009)

Säästötili voi olla joko jatkuva tai määräaikainen, ns. määräaikaistalletustili. Säästö- ja sijoitustileissä korko yleensä nousee sijoitussumman ja talletusajan mukaan. Jatkuvalle säästötilille voi säästää esimerkiksi tietyn summan kuukausittain tai kerralla. Määräaikaistilillä rahat sidotaan sovituksi ajaksi. Rahat saa yleensä nostaa vasta eräpäivänä talletusajan päätyttyä. Asuntosäästöpalkkiotili (asp-tili) voidaan avata 18–30-vuotiaalle omaan ensiasuntoon säästämistä varten. (Finanssivalvonta 2009) Kun kuluttaja säilyttää varojaan pankkitilillä, kuuluvat hänen varansa talletussuojan piiriin. Talletussuojan enimmäisraja on 50 000 euroa tallettajaa ja pankkia kohtaan. (Valtiovarainministeriö 2010.)

2.4.2 Rahastosijoitukset ja säästövakuutukset

Rahasto on pankin, pankkiiriliikkeen, vakuutusyhtiön tai muun vastaavan yhteisön hallinnoima omaisuus, josta voi ostaa rahasto-osuuksia. Rahasto omistaa yleisimmin osake- tai korkosijoituksia, ja se voi myös hankkia muiden rahastojen osuuksia. Rahasto-osuus oikeuttaa osuuteen arvopaperin arvon noususta. Rahaston säännöissä määritellään, mihin rahamarkkinainstrumentteihin tai toimialoihin rahasto voi sijoittaa ja missä suhteessa. Rahastosäästämisestä on tullut pitkällä aikavälillä seuraavaksi suosituin talletusmuoto pankkitalletusten jälkeen (Finanssialan Keskusliitto 2009a)

Rahastoon pääsee mukaan pienehköllä summalla, ja sijoitukset ovat suhteellisen likvidejä. Kokoneiden sijoittajien keskuudessa yleisin syy hankkia rahastoja on halu olla mukana eri markkina-alueilla. Lisäksi ammattisijoittajat käyttävät yleisesti sopivia lyhyen koron rahastoja likvidin rahan säilytyspaikkana. Rahastoja hankkimalla voi pienenkin pääoman hajauttaa tehokkaasti. Kulut ovat rahastokohtaisia, eli jokaisella rahastolla on oma hinnastonsa. Tyypillisiä kuluja ovat merkintäpalkkio rahastoa merkittäessä, lunastuspalkkio rahaston lunastusvaiheessa ja hallinnointipalkkio rahaston hallinnasta. Kaksi ensimmäistä ovat kertaluonteisia ja ne peritään maksusuorituksen yhteydessä. Hallinnointipalkkio peritään normaalisti kerran vuodessa. Lisäksi vuotuisena palkkiona voidaan periä myös säilytyspalkkiota. Kyseisiä maksuja ei tarvitse erikseen maksaa, vaan ne peritään suoraan rahaston arvosta. Rahaston hallinnoinnista syntyy kuluja, joiden laatua tai määrää ei yleensä ilmoiteta. Kaupankäyntikulut ovat vastaavasti tyypillisiä muita kuluja. (Rahastosäästäminen 2009.)

Rahastojen arvioitu tuotto on huonompi kuin suorien osakesijoitusten. Tämä on hinta siitä, että joku muu tekee työn sijoittajan puolesta. Rahasto toimii tavallaan välikätenä sijoittajan ja omistettavien yhtiöiden välillä. Sijoittaja kantaa sekä yhtiöiden menestyksestä aiheutuvat että rahastonhoitajaan ja rahastoyhtiöön liittyvät riskit. (Rahastosäästäminen 2009.)

Yhden osuuden arvo on koko rahaston arvo jaettuna myytyjen osuuksien määrällä. Rahaston arvossa huomioidaan kaikki rahaston varallisuus eli osakkeet, käteinen ja muut arvopaperit ja sen arvo lasketaan yleensä päivittäin. Vain murto-osa rahastosta on yleensä käteistä, riittäen pieniä määriä sijoittaneiden lunastusten maksuun. Rahastosta virtaa rahaa koko ajan molempiin suuntiin, kun merkintöjä tehdään ja osuuksia lunastetaan. Rahastosijoitukset rahamäärät ovatkin kasvaneet trendinomaisesti. Lisäksi aktiivisesti hoidetut rahastot muuttavat koko ajan omistusten painopistettä ja niin ne voivat myös joustavasti säädellä käteisen rahan määrää. Rahastolla pitää olla suunnitelma sen varalta, jos kurssit yllättäen lähtevät alamäkeen, ja lunastusvaatimuksia alkaa virrata rahastolle. Tällöin tulisi olla selvillä mitä myydään ja missä järjestyksessä. (Rahastosäästäminen 2009.)

Säästövakuutukselle ominaista on helppous, laaja valikoima sijoituskohteita ja edut verotuksessa. Säästövakuutusta käytetään yleisesti perintö- ja lahjaverosuunnittelussa, koska kuolintapauksessa lähiomaisen perintöverotukseen tulee huomattavia helpotuksia ja säästövakuutusta voidaan käyttää tehokkaasti varojen lahjoituksissa läheisille. Verotus muodostaa säästäjälle suuren kulun, jonka pienentämiseen säästövakuutus on hyvä väline. (Finanssimaailma 2009.)

Säästäjä saa suuria hyötyjä jo säästöaikana. Arvopapereita myytäessä menee tuotosta 28 prosenttia veroa nykyisen pääomaverotuksen mukaisesti. Säästövakuutuksen sisällä veroa ei peritä, vaan koko mahdollisen tuoton osuudelle saadaan todellista tuottoa. Vakuutuksen arvoa ei katsota varallisuudeksi eikä sitä silloin tarvitse ilmoittaa veroilmoituksessa. Pääomaverot maksetaan vasta, kun vakuutuksesta on nostettu enemmän varoja kuin mitä sinne on laitettu. (Finanssimaailma 2009.)

Sijoitussidonnaisessa vakuutuksessa sijoituskohteiksi ovat valittavissa kunkin vakuutusyhtiön omat rahastovalikoimat. Rahastoja merkittäessä peritään yleensä merkintäpalkkio tai lunastuspalkkio tai molemmat. Vakuutukseen sijoitettaessa niitä ei välttämättä peritä. Säästövakuutuksissa on vakuutusyhtiöiden välillä erittäin suuria eroja, esimerkiksi käytettävissä olevissa sijoituskohdevalikoimissa ja niiden laadussa. (Finanssimaailma 2009.) Rahasto – ja vakuutussäästämisen ero on, että vakuutussäästäjä ei itse omista rahasto-osuuksia, vaan osuuksien omistaja on vakuutusyhtiö. Rahastovalikoima on aina riippuvainen vakuutusyhtiöstä.

2.4.3 Osakesijoitukset

Osakesijoittaminen on sijoittamista pörssissä noteerattuihin yhtiöihin. Pörssi on sähköinen markkinapaikka, jossa osakkeilla käydään kauppaa päivittäin. Mitä isompi yhtiö, sitä vilkkaampaa on kaupankäynti. Suurin osa pörssikaupasta käydään ammattilaisten välillä. Voittoa tekevät pörssiyhtiöt jakavat tyypillisesti 40–80 prosenttia edellisvuoden tuloksestaan osinkoina omistajille. Osake on siis osa yritystä, ja osakkeenomistaja on yksi yrityksen omistajista. Mikäli yritys ajautuu konkurssiin, osakkeenomistaja ei kuitenkaan joudu vastuuseen veloista, vaan sijoituksen riski rajoittuu sijoitettuun pääomaan; osakkeen arvo voi ääritapauksessa laskea nollaan. (Sijoitus.org 2009.)

Osakkeen hyvä puoli on se, että osake antaa oikeuden saada osinkoa yleensä keväisin. Se on korvausta otetusta riskistä. Juuri kaupankäyntimahdollisuus tarjoaa pörssiyhtiön omistajalle edun verrattuna listaamattoman yhtiön omistajaan. Sijoittaja voi luopua osakkeesta milloin tahansa markkinahintaan. Haittapuolena vastaavasti on listayhtiöiden korkeampi osinkoverotus. (Sijoitus.org 2009.) Koska osakkeilla käydään paljon kauppaa, osakesijoittamiseen on kehittynyt lukuisia erilaisia sijoitusstrategioita. Niiden hallitseminen vaatii kokemusta ja kiinnostusta sijoittamiseen, toimialatuntemusta, ehkä myös onnea. Strategioita on periaatteessa melkein yhtä paljon kuin sijoittajiakin. (Sijoitus.org 2009.)

Osakesijoittaminen on riskisijoittamista. Täyden riskin osakesijoittamisen epäonnistumisesta kantaa sijoittaja. Tämän vuoksi hän on myös ansaitusti oikeutettu muita sijoitusmuotoja suurempiin tuottoihin aikoina, jolloin menestytään taloudellisesti. Osakesijoittamisen tavoitteena on saada sijoitetulle pääomalle tuottoa, jota voi kertyä eri tavoilla. Pitkäaikaisen osakesijoittamisen tarkoituksena on usein hyötyä osakkeelle maksettavista osingoista. Lyhyemmällä aikavälillä suoritettu sijoittaminen tähtää puolestaan usein osakkeen hinnanvaihteluiden hyödyntämiseen. Osakekurssit vaihtelevat kysynnän ja tarjonnan mukaan ja niihin vaikuttavat sijoittajien odotukset tulevasta. (Osakesijoittaminen 2009.)

2.5 Suomalaiset säästäjinä

Finanssialan keskusliitto teettää vuosittain säästämisen ja luotonkäytön tutkimuksen, jonka avulla arvioidaan väestön säästämis- ja kulutuskäyttäytymistä. Tutkimus pyrkii selvittämään paitsi sitä, mihin instrumentteihin säästetään, myös sitä, millä perusteella säästämisen väline valitaan. Tutkimuksen mukaan yli puolella suomalaisesta väestöstä on säästöjä jossain tähänkin tutkielmaan valitussa sijoituskohteessa. Eniten säästäminen on kasvanut ikääntyvien 55–64-vuotiaiden ryhmässä. Nuorilla, opiskelijoilla ja yksinelävillä on vähiten säästöjä tai mahdollisuuksia säästämisen toteuttamiseen. Yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuuttamisen näkökulmasta juuri ne ovat ryhmiä, joille pitkäaikaissäästämisen aloittaminen olisi kannattavinta ja tarpeellista. (Finanssialan Keskusliitto 2009a.)

Joka kolmas suomalainen säästää erilaisille säästö- ja sijoitustileille. Varovaisuus säästämässä näkyy, jolloin tilit kasvattavat suosiotaan. Käyttelytilille säästäminen on toiseksi suosituinta. Voidaan siis olettaa, ettei säästöön ole mahdollista laittaa juurikaan rahaa, ja rahat ovat säästössä lyhyellä aikavälillä. Tilisäästäminen on toisaalta teknisesti helpoin tapa säästää (Vaihekoski 2010). Tilisäästäminen eroaa muista säästämiskohteista siten, että se on tutkimuksen mukaan kaikenikäisten tapa säästää. Pitkällä aikavälillä rahastosäästäminen on kivunnut toiseksi suosituimmaksi säästökohteeksi tilisäästämisen jälkeen. Sen voidaan todeta olevan hyvä merkki pitkäjänteisemmästä säästämisestä. Myös rahastosäästämisen ikäjakauma on laaja. Rahastosäästäminen sopii monelle, sillä rahastoihin pääsee mukaan pienilläkin sijoituksilla. Vaikka yksilölliset vapaaehtoiset eläkevakuutukset ovat yleisesti kasvattaneet suosiotaan, on niihin säästävien henkilöiden osuus säilynyt jo muutamia vuosia ennallaan. Tilanne on sama tarkasteltaessa osakesijoittamista. (Finanssialan Keskusliitto 2009a.)

Säästämistä kuvataan tällä hetkellä ja tulevaisuudessa suhteellisen intensiiviseksi. Osuutensa innokkuuteen ja valpastumiseen saattaa olla myös mainonnalla, jolla säästämiseen kannustetaan. Esimerkiksi korkojen ollessa alhaalla palveluntarjoajat ovat joutuneet mainostamaan talletustarjouksia normaalia enemmän. Valtaosa säästämistutkimukseen vastanneista kertoi säästävänsä vararahastoksi tai huonompia aikoja varten. (Finanssialan Keskusliitto 2009a.)

Tärkeimpiä syitä säästämiseen ei siis voida pitää olevan varautuminen eläkeaikaan, joka voidaan tavallaan tulkita huonommiksi ajoiksi. Mielenkiintoista on, että yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus sijoituskohteena on säästämistuotteista toiseksi vähiten houkutteleva. Taakse jäävät ainoastaan muut säästö- ja sijoitusvakuutukset sekä kiinteä sijoittaminen, kuten asunnot ja metsät

sijoituskohteena. Vastattaessa kysymykseen, mihin säästöjä aiotaan tulevaisuudessa käyttää, on eläkeaikaisiin menoihin varautuminen kuitenkin kolmanneksi suosituin vaihtoehto. Haluamatta tehdä tarkempia yleistyksiä Hyypöläinen (2010) kuvaa suomalaisia säästämiseen orientoituneina. Säästämistä arvostetaan ja varautumista tulevaan pidetään tärkeänä. Säästämisspäätökset tosin tehdään valitettavan usein puutteellisin tiedoin, mikä näkyy esimerkiksi epärationalisena käyttäytymisenä rahastosijoittamisessa. Niihin säästetään innokkaasti kurssien ollessa nousussa, mutta matalien kurssien aikana hankintoja ei uskalleta tehdä. Muutos säästämiskäyttäytymisessä varsinkin nuorten osalta on se, että halutaan elää hetkessä ja nauttia mahdollisista ylimääräisistä varoista heti. Vaikka suomalaiset ovat ahkeria säästäjiä, eläkeasioissa on perinteisesti luotettu yhteiskunnan tukeen. Tilanne on kuitenkin muuttumassa. Sijoittajina suomalaiset ovat olleet muita maita jäljessä, mutta varallisuuden kasvaessa sijoittamisesta on tullut yleisempää. (Vaihekoski 2010.)

2.6 Säästämisen valintakriteerit

Säästö- ja sijoituskriteerien painotus on muuttunut. Turvallisuutta arvostetaan silti edelleen eniten. Sitä seuraa riskittömyys sijoituksessa. Tuoton painoarvo on menettänyt merkitystään. (Finanssialan Keskusliitto 2009a.) Sillä, että monien sijoitusten tuotot sulivat taantuman alkaessa, saattaa olla vaikutusta. Varautuminen eläke aikaan on ainoa säästämiskriteeri, joka ei ole menettänyt merkitystään viime vuosina. Varsinkin jatkuvalla uutisoinnilla eläkkeiden riittämättömyydestä sekä uuden pitkäaikaissäästämislain säätämällä on oletettavasti vaikutusta asiaan huolimatta siitä, minkä sävyistä tiedottaminen ja kirjoittelu ovat olleet. Turvallisuuden ja riskittömyyden lisäksi valintaan vaikuttavat vaivattomuus, tuotto, sijoituksen likviditeetti, sijoituskohteen arvon vaihtelu, veroedut tai verottomuus sekä sijoitusaika. Huberin (2008b) mukaan julkisesti lausutut yleistyksiset lakisääteisen eläketurvan heikosta tasosta voivat johtaa harhaan myös väärällä tavalla, jos ei ole tietoa henkilön yksilöllisestä tarpeesta lisävakuuttamiseen. Tällöin luulo heikosta työeläkkeen tasosta saattaa johtaa tarpeettomaan eläkesäästämiskäytökseen, ja henkilön taloudellinen tilanne saattaa hankaloitua silloin, kun rahaa tarvittaisiin muuhun kulutukseen.

Ylikoski ym. (2006) ovat tutkineet laatua ja asiakkaiden odotuksia finanssialalla. Palvelu koetaan hyväksi, kun asiakasta kuunnellaan, häneen keskitytään ja hänelle tarjotaan rehellisesti ja asiantuntevasti sopivia tuotteita ja palveluja. Tutkimuksessa ei mainita, millä asiakas arvioi

ammattitaitoa tai rehellisyyttä, mikäli hänellä ei ole kokemusta tai tietämystä tuotteista tai palveluista. Hyvänä pidetään myös joustavuutta ja selkokieliisyyttä. Tämä aiheuttaa haasteita palvelutilanteeseen, jossa asiakas kuitenkin toivoo saavansa tietää sopimuksen oleellisen sisällön. Esimerkkinä eläkevakuutus tuotteessa on ehtoja ja sääntöjä, jotka voivat tuntua monimutkaisilta ja epäreiluilta, jopa vaikeilta ymmärtää. Vakuuttamisen idea tulisi kuitenkin pitää yksinkertaisena. Usein säästämisspätös saattaa muodostua puutteellisin tiedoin tuotteesta, mutta luottamuksesta palveluntarjoajaan.

Lassila, Määttänen ja Valkonen (2007) ovat jakaneet säästämisen motiiveja ryhmiin. Elinkaarisäästäjät tasaavat kulutusta ajassa. Elinkaarisäästämisen merkitys on sitä vähäisempi, mitä suuremmat ovat elinajan viimeisten vuosien tulot verrattuna elinkaaren tuloihin ja mitä pienempi on säästöajan tuotto. Silloin säästäminen nähdään herkempänä esimerkiksi verotuksen vaikutukselle, kun tulojen muutokset tapahtuvat myöhään elinkaarella.

Tavoitesäästäjät kohdistavat varallisuutensa isoihin hankintoihin tietyllä aikavälillä eikä tavoitesäästäminen eroa paljonkaan elinkaarisäästämisestä, mutta verotuksellisesti on erilaisia reaktioita. Mikäli tavoitesäästäjän saamia pääomatuloja verotetaan, säästämistarve tavoitteen täyttämiseksi kasvaa. Verotuksen kokonaisvaikutus toimii vedenjakajana siinä, kuinka moni säästää lisää ja kuinka moni luopuu säästämisestä.

Varovaisuussäästäminen lienee yleisintä säästämistä. Varaudutaan yllättäviin menoihin tai tulojen yllättävään vähenemiseen. Tällöin tulovaikutuksen rooli on suurempi kuin esimerkiksi elinkaarisäästämisessä. Varovaisuussäästämiseen vaikuttaa paitsi tulojen ja menojen vaihtelu, myös markkinoiden ja julkisen talouden tarjoamat instrumentit tulojen ajalliseksi tasaamiseksi ja vakuuttamiseksi.

Perintösuunnittelijat säästävät joko suunnitellen tulevaa perinnönjakoa tai tahattomasti ja ensisijaisesti itselleen säästäen. Ajatellaan, että perintöä voidaan jättää myös antamisen ilosta, mutta tutkimukset ovat osoittaneet, että perinnönantajat toivovat saavansa vastineeksi perinnönsaajalta hoivaa ja apua. Perintösuunnittelun motiiveista ei kuitenkaan olla yksimielisiä, ja verotuksen vaikutukset käyttäytymiseen ovat epäselvät.

Lassilan ym. (2007) mukaan erilaiset käyttäytymisteoriat ovat kuitenkin tuoneet esiin varteenotettavan vaihtoehdon edellä mainituille teorioille. Niiden keskeinen sanoma on se, ettei kuluttaja eri syistä kykene rationaaliseen elinkaarisuunnitteluun tai suunnitelman toteutukseen.

Suunnitelman laatiminen saattaa olla liian monimutkainen tehtävä keskimääräiselle yksilölle. Verrattuna teoriassa kuvattuun rationaaliseen toimijaan, tosimaailman ihmisten päätöksentekoa leimaa itsekontrollin puute, päätösten lykkääminen, kerran tehtyjen päätösten hidas muuttaminen sekä riskinoton voimakas karttaminen. Laibson (1996) toteaa, että seuraavan periodin käyttäytymisen halutaan pysyvän kurissa etukäteen, mutta valintatilanteen koittaessa päätökset ovat lyhytnäköisiä.

On myös esitetty teoria pohjautuen elinkaarimalliin. Kuluttajien kuvataan olevan kärsimättömiä välittömän tyydytyksen saamisen suhteen, mutta maltillisempia kauemmas tulevaisuuteen kohdistuvissa asioissa (Angeletos, Laibson, Rebetto, Tobacman & Weinberg 2001). Tällaisella käyttäytymisellä nähdään olevan myös taloudellisia vastineita, kuten sitoutuminen eläkesäästämiseen, jota ei voi nostaa ennen tiettyä määrää. Malli selittää puhtaalle elinkaarimallille ongelmallisia asioita, kuten epälikvidin varallisuuden merkittävä osuus, kulutuksen ja ennakoitujen tulojen havaittava korrelaatio ja kulutuksen supistaminen eläkkeelle jäätessä. (Lassila ym. 2007.)

Uusi pitkäaikaissäästämislaki tulee tarjoamaan eläkesäästämiseen useita vaihtoehtoja. Tuotekehittäminen on kovassa vauhdissa. Monipuolisia ja mielenkiintoisia säästämistuotteita tulee kehittää kilpailukykyisesti. Finanssialan Keskusliiton puheenjohtaja Timo Siivola (2009) uskoo, että ps-tilit tulevat saamaan suuren suosion. Kokemuksia on muista Pohjoismaista, joissa vastaavanlaisia tilejä on jo tuotu markkinoille. Ruotsi ja Tanska ovat Siivolan mukaan maita, joissa suosio on suurta, ja näiden toiminnasta voidaan oppia.

Niiranen (2006) on tutkinut pitkäaikaissäästämisen veromuutoksien vaikutuksia myös säästäjän näkökulmasta. Niirasen mukaan käytännössä harvalla nuorella on mielikuvia ja käsitystä eläkeaikaisesta elämänkulusta, tarvittavasta toimeentulosta, saati lakisääteisen eläkkeen tasosta. Tämä on ymmärrettävää, sillä lakisääteisen eläkkeen tasoa kymmenien vuosien päähän on alan asiantuntijoidenkaan vaikea ennustaa tai laskea. Sosiaaliturva ja verotus voivat muuttua moneen kertaan. Vasta lähempänä lakisääteistä eläkeikää pystytään vertaamaan eläkkeen tasoa toivottuun. Silloin on kuitenkin pitkäaikaissäästämisen kannalta verrattain kallista aloittaa varautuminen. Oikeastaan vain julkisen keskustelun luoma yleinen käsitys siitä, että eläkkeet tulevat olemaan riittämättömät saavutetun elintason ylläpitämiseen, tuntuu olevan tällä hetkellä varma. Suomen lakisääteistä työeläkejärjestelmää ja sitä täydentävää yksilöllistä vapaaehtoista eläkesäästämistä ei tulisi asettaa vastakkain, koska ne ovat aidosti toisiaan tukevia järjestelmiä. (Huber 2008b.)

3 LAKI PITKÄAIKAISSÄÄSTÄMISESTÄ – MUUTOS 2010

3.1 Taustaa lakimuutokselle

Hallitus esitti 18.9.2009 säädettäväksi lain sidotusta pitkäaikaissäästämisestä ja laki hyväksyttiin eduskunnassa 22.12.2009 (Eduskunta 2009). Luonteeltaan laki on elinkeino- ja sopimusoikeudellinen ja siinä tullaan säätämään oikeudesta tarjota tässä laissa tarkoitettuja pitkäaikaissäästämissopimuksia. Lisäksi säädetään sopimuksen sisällöstä, asiakkaan ja palveluntarjoajan oikeuksista ja velvollisuuksista sopimusta tehtäessä ja sen voimassaoloaikana, sekä varojen sijoittamisesta ja niiden oikeudellisesta asemasta. Laissa määritellään säästämissopimukseen oikeutetut tahot, luonnolliset henkilöt ja palveluntarjoajat sekä erottelee lain varsinaisesta vero- ja vakuutuslainsäädännöstä. Laki tuli voimaan 1.1.2010. (HE 159/2009.)

3.1.1 Eläkesäästämisen nykytila

Nykyinen lainsäädäntö voidaan tulkita kirjavaksi. Tulevan pitkäaikaissäästämislain piiriin kuuluvien tuotteiden ja palveluntarjoajien toimintaa säätelee useita lakeja, jotka eivät välttämättä linkity toisiinsa. Vakuutuslaitoksia ja sijoituspalveluyrityksiä sitoo mm. vakuutusopimuslaki, vakuutusyhtiölaki, sijoituspalveluyrityksistä annettu laki, arvopaperimarkkinalaki, sijoitusrahastolaki sekä ulkomaisen luotto- ja rahoituslaitoksen toiminnasta Suomessa annettu laki. Laeissa on havaittavissa puutteita mm. niiltä osin, että niihin ei sisälly pitkäaikaissäästämistä koskevia säännöksiä lukuun ottamatta vakuutusopimuslain säännöksiä henkivakuuttamisesta. Nykyisin vain sen tyyppiselle säästämislle on kannusteita verolainsäädännössä. Myöskään sijoituspalvelujen osalta ei ole erikseen säädetty pitkäaikaissäästämistarkoituksessa tapahtuvaa arvopaperisäästämistä. Edelleen sijoitusrahastotoimintaa koskevassa sääntelyssä ei ole eroteltu lyhyt- ja pitkäaikaissäästämistä. (HE 159/2009.)

Vakuutusdirektiivejä lukuun ottamatta myöskään EU ei sääntele erikseen sidottua pitkäaikaissäästämistä. Euroopan yhteisöjen komissio (2006) on kuitenkin antanut ”Euroopan väestönkehitys – haasteista mahdollisuuksiin” tiedonannossaan, ohjeita jäsenvaltioille. Ohjeiden mukaan kansalaisia tulisi kannustaa päättämään oma-aloitteellisemmin eläköitymiseen liittyvästä

säästämisestä. Ratkaisevan tärkeää onkin edistää tehokkaita rahoitusmarkkinoita sekä henkilökohtaisen säästämisen ja investointien mahdollisuutta. Myös rahoitusvälinevalikoima tulee olla monipuolinen ja riittävä. Komissio on myös antanut toimintapoliittisia suosituksia, jotka koskevat rahoituspalveluiden mukauttamista väestörakenteen muutoksiin. Vaikka EU:n jäsenmaissa on eroja säästämismuodoissa ja niiden tukemisessa, on painopiste kaikilla samansuuntainen: vastuuta tulevien eläketulojen rahoittamisesta siirretään yhä enemmän julkiselta sektorilta kotitalouksille. Samalla kotitaloudet tulevat kantamaan kasvavan osuuden talouden riskeistä. Tuotteet ovat samalla monimutkaisia. (HE 159/2009.)

3.1.2 Nykytilan arviointi

Hallituksen esittämän (HE 159/2009) mukaan kuluttajan tarpeita vastaaville pitkäaikaisille säästämis- ja eläketuotteille on luotava kilpailukykyiset, avoimet ja tehokkaat markkinat. Myynnin ja markkinoinnin markkinainfrastruktuuria ei hallituksen esittämän mukaan voida pitää parhaana mahdollisena, jotta siitä olisi kuluttajille apua luotettavien ja sopivien rahoitustuotteiden valinnassa. Esimerkiksi eläkkeiden välityksessä on tuotekohtaisia eroja, vaikka yhtäläisyyksiäkin on paljon. Eläkesäästämässä ja yleisessä talouslukutaidossa nähdään olevan runsaasti puutteita. Näin ollen sääntelyyn olisi lisättävä talousvalistusta. Keskeistä on tuotteista ja niiden ominaisuuksista annettavan informaation lisääminen. Näin parannetaan kuluttajan mahdollisuuksia tehdä itsensä kannalta hyödyllisiä ratkaisuja. Talousvalistuksen myötä kuluttajat tiedostavat paremmin taloudelliset riskit ja mahdollisuudet sekä osaavat tehdä perusteltuja päätöksiä rahoituspalveluista. Esimerkkinä kyseisestä valistuksesta voidaan pitää pankkien ja yhdistysten tarjoamia teemailtoja säästämiseen ja yleiseen rahoitusmarkkinatilanteeseen liittyen.

Nykytilannetta on hankala verrata esimerkiksi muiden maiden eläkesäästämiseen, sillä lainsäädäntö ja tuotevalikoima ovat kansallisia. Myöskään hallintokulut eivät ole yksiselitteisiä. Eläkesäästöjen kulut voivat vaihdella suurestikin eri palveluntarjoajien välillä. Hankaluutta on aiheuttanut myös eläkevarojen siirrettävyys, toisin sanoen sen puute. Varoja ei Suomessa ole voinut siirtää veroseuraamuksitta toiseen järjestelyyn, jollei oteta sijoituskohteiden verotonta siirtelyä eläkevakuutuksen sisällä huomioon. Siirrettävyyden rajoittamista on perusteltu sillä, että palveluntarjoajalle siirtelystä aiheutuvia haittoja on voitu sen avulla pienentää.

Hallitus arvioi lakiesityksessään (HE 159/2009), että vuoden 2008 lopussa kotitalouksilla oli varallisuutta vakuutussäästöissä noin 21 miljardia euroa, joista eläkevakuutuksissa runsaat 6 miljardia euroa. Ongelmia näissä eläkevakuutuksissa ovat kulurakenteen raskaus, tuotevertailun hankaluus sekä kilpailuttamisen esteet. Vastaavasti verovähennysoikeus ja verovapaus perintöverotuksessa ovat lisänneet vakuutuksen houkuttelevuutta. 2000-luvulla tyypillisen säästäjän profiili on muuttunut ja nuorten säästäjien osallistumisaste on voimakkaasti kasvanut. Myös suurituloisten osuus on laskenut. Rakennemuutos voidaan nähdä positiivisena, koska nuorena säästämisen aloittaneilla on edessään pidempi sijoitusaika. Pitkä säästöaika taas mahdollistaa korkeammat tuotot, jolloin pienemmät sijoituksetkin riittävät.

Talouden ja väestön ikärakenteen muutokset ovat väistämättä lisänneet tarvetta yksilölliseen varautumiseen. Esimerkiksi vajaa työhistoria pätkätöiden, äitiyslomien tai opiskelujen vuoksi voi lisätä vakuuttamisen tarvetta oma-aloitteisesti. Eläkeuudistusten myötä vuonna 1965 syntyneillä ja sitä nuoremmilla saattaa eläkeajan alkuvuosien palkka olla alle puolet työaikaisesta palkasta. Eläkkeellä olon myötä lakisääteinen eläke suhteessa työajan palkkaan edelleen pienenee. Mikäli yksilöllisen eläkesäästämisen kasvuvauhti pysyy nykyvuosien tasoisena, arvioidaan Suomessa olevan vuonna 2012 miljoona pitkäaikais- ja eläkevakuutussäästäjää. (HE 159/2009.) Asiantuntijat eivät kuitenkaan usko säästämisen saavuttavan ennustettua suosiota.

Jo nykyisten vakuutuksenottajien määrästä voi päätellä, että ihmiset ovat huolissaan eläkepäiviensä rahojen riittävydestä tai sitten henkivakuutusyhtiöt ovat onnistuneet markkinoinnissaan hyvin. Koskisen (2009) mukaan ihmismieli on mielenkiintoinen. Pidetään itseään muita parempina sijoittajina. Tämä itsensä huijaaminen johtaa vahvoihin omiin mielipiteisiin siitä, milloin on hyvä tai huono aika sijoittaa tai myydä. Passiivisella sijoittamisella päästään markkinoiden keskituottoon tekemättä mitään. Samaan aikaan aktiivinen sijoittaja tekee enemmän töitä sekä saa mahdollisesti huonommat tuotot.

3.1.3 Kehitystarpeet

Keskeisiä edellytyksiä eläkesäästämisen kehitykselle on, että markkinat sisältävät riittävästi kilpailua, ja että kuluttajat voivat tehokkaasti vertailla eri tuotteiden hyötyjä ja kustannuksia. Haastavaa on, että riskin sijoitustoiminnasta kantavat yhä useammin vakuutuksenottajat. Kyseisen sijoitussidonnaisen vakuutuksen nettoriski yhtiölle on yleensä pieni ja tällaisten tuotteiden

tarjoaminen edellyttää yhtiöiltä pienempiä vakavaraisuuspääomia. Ristiriitaista on myös, että yhteiskunnallisesti on perusteltua myöntää verokannusteita ainoastaan säästämismuodoille, joissa varat voidaan sijoittaa riittävän turvallisesti ja tuottavasti. Tällaista ei nyky muodossaan oleville vakuutuksille voida taata. Asetettujen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää, että lainsäädäntöä täydennetään sidottua pitkäaikaissäästämistä koskevalla erityisellä sääntelyllä ja siihen perustuvalla verokannusteiden soveltamisalan laajentamisella. (HE 159/2009.)

Tarpeellista on säätää oikeudesta tarjota tällaisia uusia tuotteita, tuotteita koskevista sopimuksille asetetuista vaatimuksista sekä säästöverojen sijoittamisesta ja oikeudellisesta asemasta säästöaikana eri sivullissuhteissa. Käytännössä tämä tarkoittaa tiettyjen vähimmäisvaatimusten asettamista, määritelmää tarpeeksi turvallisesta sijoittamisesta sekä riittävästä tiedoista sopimuksesta ja kohteista, joihin eläkesäästövaroja voidaan sijoittaa. Hallitus on esittänyt (HE 159/2009) seuraavia parannusehdotuksia:

- Kotitalouksien osallistumisastetta lisättävä muissa kuin lakisääteisissä järjestelmissä
- Eläkesäästötuotteiden tarjontaa on kehitettävä kilpailukykyisessä ja vakavaraisuusvalvonnan kannalta järkevässä ympäristössä sekä sitä tuettava alan vapaaehtoisin sitoumuksin. Tukemalla markkinoiden kehittämistä on mahdollista rajoittaa taloudellisten riskien siirtämistä kotitalouksille.
- Viranomaisten olisi pyrittävä lisäämään kuluttajien valmiustasoa ja pitämään yllä kuluttajansuojaa

On tarpeen lähteä arvioimaan, kuinka sijoitustuotteet on rakennettu ja millaisten jakelukanavien kautta niitä myydään. Mikäli yksityiset järjestelmät tulevat olemaan keskeinen eläketulon lähde, on kannattavuus- ja maksutasot asetettava sen mukaisesti. Koska eliniänodote on kasvava, on syytä tavoitella siihen sopeutuvaa lisäeläkejärjestelmää. Kansainvälinen kehitys on osoittanut, että kuluttajien oikeuksia ja valinnanvapautta on lisätty. Sen vuoksi vertailtavuuden parantamiseksi on jo annettu yhtenäistämishojeita. Esimerkkinä parannuksesta on kuluvertailun esittäminen niin, että kulut tulee esittää vuotuisena keskimääräisenä kuluprosenttina, joka kertoo kulujen osuuden vakuutuksen tuotosta koko vakuutusajalta. (HE 159/2009.)

Niirasen (2006, 210) mukaan liikuteltavuus pitkäaikaissäätötuotteen sisällä on tärkeää, jotta markkinatilanteen mukaisten painotusten muutokset sijoituksissa ovat mahdollisia. Lisäksi säästäjien suojaamiseksi pitäisi olla hajautussääntöjä, jotta ne säilyttäisivät tarkoituksensa eli arvonkehitys olisi positiivinen. Käytännössä voitaisiin rajoittaa suorien osakkeiden ja arvopaperisijoitusten osuutta säästötilillä. Lähtökohtaisesti kotitalouksien pankkitileillä makaavat varat olisi saatava jollain keinolla tuottamaan paremmin. Sen tukeminen maksaisi valtiolle verokantajana ainoastaan tileiltä saatavan lähdeveron menettämisestä aiheutuvan määrän euroja. Kulurakenteen perustelemiseksi on todettu, että palveluista perittäville kuluilla saa asiantuntevaa palvelua. Eläketurvaa on tärkeintä tarkastella kokonaisuutena, johon liittyy enenevässä määrin lakisääteistä työeläkettä täydentävää omaehtoista varautumista. Vaihekoski (2010) pitää markkinointia ja työeläkeotteiden käyttöä tarpeellisenä informaation lähteenä. Kuitenkaan tällä hetkellä ei pystytä toimittamaan kansalaisille ennusteita erilaisten oletusten vallitessa. Näitä ovat esimerkiksi työuran päättäminen eri eläkekertymään oikeuttavissa ikähaarukoissa. Toisaalta vielä ei ole mahdollista saada Valtionkonttorista eläkearviota tasosta, johon nykyinen työura oikeuttaa. Työeläkeyhtiöt lähettävät ne Suomessa asuville 18–67 –vuotiaille henkilöille vuotuisesti (Työeläke.fi).

3.2 Hallituksen esitys lain sisällöksi

3.2.1 Esityksen tavoitteet

Hallitus on lähtenyt esityksessään lähtökohdasta, jonka mukaan pankkitalletuksia, rahasto-osuuksia, sijoituspalveluna tarjottavaa suoraa arvopaperisijoittamista ja henkivakuutusta on pidettävä lähtökohtaisesti keskenään kilpailevina säästötuotteina, joiden sääntelyn ei tule perusteettomasti poiketa toisistaan esimerkiksi verotuksen tai asiakkaansuojan osalta. Paineita uusille ratkaisuille on, sillä tulevaisuuden merkittävä eläke- ja hoivamenojen kasvu tulee luultavasti edellyttämään kokonaisveroasteen korottamista. Koska verotukseen kuitenkin kohdistuu alentamispaineita, on järjestelmässä huomioitava väestön oman varautumisen mahdollisuus. Järjestelmän tulisikin antaa kotitalouksille mahdollisuus hoitaa pitkäaikaissästäminen kunkin kotitalouden oloihin parhaiten sopivalla tavalla. (HE 159/2009.) Mikäli varautuminen oma-aloitteisesti tulee siis olemaan ajan henki tulevaisuudessa, on välineet oltava moninaiset ja tasavertaiset kaikille. Sitä tukee jo aiempi verotuksen uudistus siirryttäessä pääomatuloverotukseen.

Uuden sääntelyn tehtävänä on linkittyä kansalaisten riittäväksi kokemaan vanhuudenturvaan, tehokkaiden ja monipuolisten rahoitusmarkkinoiden kehittämiseen sekä säästäjien valinnanvapauteen ja palveluistaan maksamiin hintoihin. Keskeistä on asiakkaan näkökulma, tasapuolinen kilpailu palveluntarjoajien välillä sekä tuotteiden monipuolisuus, läpinäkyvyys ja vertailtavuus. (HE 159/2009.)

3.2.2 Keskeiset päätökset

Lakimuutoksen tarkoituksena on luoda yleiset edellytykset sellaisten pitkäaikaissäästämistuotteiden kehittämiseksi, joihin voisi liittyä verokannusteita. Laki koskee talletuspankin, sijoituspalveluyrityksen ja rahastoyhtiön sekä niihin rinnastettavien ulkomaisten palveluntarjoajien tarjoamia laissa tarkemmin säänneltyjä pitkäaikaisia säästämistuotteita. Lakia sovelletaan ainoastaan luonnollisten henkilöiden tekemiin säästösopimuksiin. Sovelluksen ehtona on, että sopimukset ovat sellaisia, joiden ehtojen mukaan säästövarat saadaan nostaa vasta, kun varoihin oikeutettu saavuttaa määrätyn iän tai kun muu ehdoissa mainittu varoihin oikeutetun elämäntilanteeseen liittyvä erityinen nostoperuste täyttyy. Säästövarat on aina nostettava rahana. (HE 159/2009.)

Käytännössä laki tulisi useimmiten sovellettavaksi liiketoiminnassa, jossa säästämissopimuksen tarjoaja samalla tarjoaa varojen sijoittamiseen liittyvät palvelut. Laajimmillaan kyse on talletuspankin tarjoamista kaikista sijoituspalveluista, sijoituspalveluyrityksen tarjoamista omaisuudenhoidtopalveluista sekä rahastoyhtiön tarjoamista ja sen itse hallinnoimista sijoitusrahastoista. Mikäli ulkomaiset palveluntarjoajat täyttävät niiden toimintaa Suomessa koskevat yleiset vaatimukset, on niillä oikeus toimia tällä uudella markkinakentällä. Kuitenkin ulkomaisten palveluntarjoajien sopimusten todetaan olevan verotuksen kannalta epäedullisia siten, että todennäköisesti laki tulee sovellettavaksi ainoastaan kotimaisiin palveluntarjoajiin. (HE 159/2009.)

Käytännössä luonnollisten henkilöiden ja palveluntarjoajien välille tullaan luomaan säästämissopimus, joka on luonteeltaan aina puitesopimus. Säästämissopimukseen liittyy aina säästämistili, jonka kautta kaikki säästämiseen liittyvä maksuliikenne on aina hoidettava. Tili tulee myös helpottamaan verovalvontaa. Tilille ei ole mahdollista siirtää jo olemassa olevia arvopapereita arvostusongelmien vuoksi, mutta toisen palveluntarjoajan kanssa tehdyn sopimuksen sisällä olevat

arvopaperit ovat sellaisenaan siirrettävissä, jos tarjoajaa päätetään vaihtaa. Säästämistilikokonaisuudella ei ole talletussuojaa ns. tavallisten tilien tapaan. Varat on jätetty talletussuojan ulkopuolelle erityisesti kilpailuneutraliteettisyistä. Säästämistilillä olevia varoja ei korvata myöskään sijoittajien korvausrahastosta, ellei kyse ole palveluntarjoajan maksukyvyttömyystilanteessa edelleen sijoittamiseen perustuvista saamisista. Talletussuoja koskee kuitenkin säästötiliä, johon ohjataan varoja pitkäaikaissäästämistilin kautta. Palveluntarjoajan velkojilla ei ole säästöihin oikeutta. (HE 159/2009.)

Säästämisen välineinä tulevat olemaan tilit talletuspankeissa, julkisen tai monenkeskisen kaupankäynnin kohteena olevat arvopaperit sekä julkisyhteisöjen liikkeelle laskemat arvopaperit, vaikka jäljempänä mainitut eivät olisi julkisen kaupankäynnin kohteena. Lisäksi säästää voidaan rahasto-osuuksiin ja niihin rinnastettavien yhteissijoitusyritysten osuuksiin. Sijoituskohteiksi hyväksytään sellaiset arvopaperit ja rahasto-osuudet, joita koskee EU-direktiivien mukainen tai niitä vastaava tiedonantovelvollisuus, mukaan lukien meklarilistalla olevat arvopaperit. Tavoitteena ovat tehokas hajauttaminen sekä monipuoliset ja korkeatuottoiset sijoitusstrategiat. Samalla edistetään kansantalouden rahoitusylijäämien kanavoimista pankkijärjestelmän lisäksi yritysten omiin pääomiin, mikä puolestaan edistää niiden vakavaraisuutta ja investointikykyä. (HE 159/2009.)

Sallitut sijoituskohteet tulee olla riittävän ymmärrettäviä, turvallisia ja likvidejä kaikissa markkinatilanteissa. Lisäksi palveluntarjoajalta vaaditaan riittävää sijoituskohteiden ja markkinoiden tuntemusta ja ammattitaitoa. Käytännössä sijoitusstrategiaa ja sopimuksen riskitasoa koskien on luotava sopimusehtoja. Niissä on huomioitava aikaan liittyvä riski. Sopimusehdoin voidaan myös varmentaa huomion kiinnittyminen riskien hajauttamiseen. Säästösopimuksen sitovuuteen liittyen on säädetty, että varojen sijoittamisesta saadut tuotot ja sijoituskohteiden luovutuksesta kertyvät varat on lisättävä säästöpääomaan ja ne voidaan maksaa ainoastaan laissa mainitulle säästämistilille. (HE 159/2009.)

Asiakkaalla tulee olemaan oikeus vaihtaa palveluntarjoajaa niin halutessaan. Tämä aiheuttaa kilpailua palveluntarjoajien kesken, mikä luultavimmin vaikuttaa palvelusta perittäviin maksuihin asiakkaan eduksi. Mikäli säästämissopimus irtisanotaan, edellytetään, että samalla tehdään uusi säästämissopimus toisen palveluntarjoajan kanssa tai että varat siirretään tällaisen aiemmin tehdyn säästösopimuksen alaisuuteen. On ehdotettu, että varat on siirrettävä 30 vuorokauden sisällä sopimuksen irtisanomisesta. Jos uutta tai vastaavaa sopimusta ei löydy, on irtisanominen mitätön. Asiakkaalle tulee ilmoittaa muutoksen toteutumisesta. Kunkin sopimuksen vähimmäiskestoksi on esitetty yhtä vuotta. Näin siirtämisestä aiheutuneita kuluja saadaan pidettyä kohtuullisina ja

pystytään huomioon ottamaan vähimmäiskesto tuotteen hinnoittelussa ja muissa ominaisuuksissa. Kohtuulliset kulut on lupa periä siirrettävien varojen määrästä. (HE 159/2009.)

Palveluntarjoajalla on tiedonantovelvollisuus, jonka mukaan asiakkaalle on annettava riittävästi tietoa jo ennen sopimuksen tekemistä. Lisäksi tiedonantovelvollisuus ulottuu sopimuksen voimassaoloajalle. Asiakasta on tiedotettava vuosittain. Tietojen tulee olla yhteismitallisia, jotta asiakas voi luotettavasti arvioida palveluntarjoajaa, sopimusta ja erityisesti siihen liittyviä riskejä. Tiedot tulee antaa mahdollisimman ymmärrettävässä muodossa. Lisäksi Finanssivalvonta tarkentaa määräyksiä tietojen ilmoittamisesta, erityisesti säästämiseen liittyvien tuottojen ja kulujen laskentaperiaatteista. Palveluntarjoaja on myös vastuussa markkinoinnissa annetuista tiedoista. Uusi säästötuote rinnastuu oleellisilta osin eläkevakuutukseen (HE 159/2009.) Ohjeistus pohjataan vakuutusopimuslain 9 §: n mukaiseen sääntelyyn, jossa säädetään vastuusta puutteellisista tai virheellisistä tiedoista.

3.2.3 Esityksen arvioidut vaikutukset

Lakimuutoksella oletetaan olevan useita oleellisia vaikutuksia. Lähtökohtaisesti toimivuus vaatii, että verolainsäädännöllä mahdollistetaan eläkesäästötuotteita tarjoavien palveluntarjoajien mahdollisimman tasapuolinen ja neutraali kohtelu. Kyseessä on siis puitelaki, joka on olennaisesti riippuvainen verolainsäädännöstä. Säästämisessä on kyse valinnasta, jossa pidättäydytään tämän hetken kuluttamisesta sijoittaen varat tulevaisuuden investointeihin. Pitkäaikaissäästäminen kannustaa tähän verovähennysoikeudella. Nostettaessa säästöjä vastaavasti maksetaan verot. Näin eläkkeiden nostovaiheessa valtio saa verolainansa tuottoineen takaisin, mikä parantaa veropohjaa. Pitkäaikaissäästäminen tuo siis yksilölle valinnanvaraa nykyisen ja eläkeaikaisen kulutuksen välillä. (HE 159/2009.)

Kokemuksia sidotusta pitkäaikaissäästämisestä on esimerkiksi Ruotsista, jossa ensimmäisen vuoden piikkiä lukuun ottamatta ei kysynnän tasossa ollut huomattavaa kasvua. Kuitenkin suhteessa perinteiseen vapaaehtoiseen eläkevakuuttamiseen, siirtymä puhtaisiin säästötuotteisiin on ollut voimakasta. Eläkesäästämisen suosion kasvu ja yhä nuorempien ikäluokkien mukaantulo 2000-luvulla osoittaa myös rahastojen koon kasvavan. Yksilöllisen eläkevakuuttamisen säästöjen on arvioitu olevan vuonna 2008 noin 5 prosenttia bruttokansantuotteesta. Nykyisenkaltaisella

maksutulokehityksellä 2030-luvulla osuuden voidaan arvioida olevan jopa 20 prosentin luokkaa. (HE 159/2009.)

Täysin ratkaisevassa asemassa uuteen tilanteeseen ovat lainsäädännön kautta määriteltävät pelisäännöt, joilla varmistetaan palveluntarjoajien välinen kilpailu sekä tuotteiden läpinäkyvyys ja vertailtavuus. Mitä tehokkaammat markkinat ovat, sitä enemmän on valintoja suhteessa kulutukseen ja säästämiseen. Hyödyt riippuvat keskeisesti siitä, onnistutaanko sijoituksilla saamaan riittävä tuotto. Siksi on tärkeää hallita sijoitusriskit mahdollisimman hyvin ja pitää hoitokustannukset mahdollisimman alhaisina.

Alhaiset kustannukset vaativat toimivaa kilpailua. Hallituksen tekemän lakimuutoksen visiona on, että pienenevät kulut ja tuotteen markkinointi kasvattavat verovähennyskelpoisten eläkemaksujen määrää uusille säästötileille. Taloudellisen kehityksen ja yhteistyön järjestö OECD arvioi yksityisten eläkejärjestelmien hallinnollisten kustannuksien olevan 10–35 prosenttia säästösummasta. Hallituksen muodostama Siva-työryhmä päätyi Suomen osalta suurin piirtein samaan kuluhaarukkaan. Lakimuutoksen arvioidaan pienentävä kuluja mahdollisesti yhdellä prosenttiyksiköllä, jolloin parannus kokonaiseläketurvaan täyden työuran tapauksessa olisi noin 20 prosenttia. Yritysten palveluvalikoiman uskotaan laajenevan ja vaikuttavan suotuisasti niiden liiketoimintaan. Välittömiä vaikutuksia julkiseen talouteen ei niinkään ole, vaikutukset koskevat pääasiassa yksityistalouksia ja elinkeinoelämää. (HE 159/2009.)

3.2.4 Perustelut ja voimaantulo

Hallitus perustelee esityksessään lain pitkäaikaissäästämisestä (HE 159/2009) verrattain hyvin: verotuksella pyritään ohjaamaan ihmisten käyttäytymistä. Pitkäaikaissäästämisluonteinen varautuminen eli tämänhetkisestä kulutuksesta tinkiminen on haasteellista. Siksi ainoastaan sen tukeminen verotuksella saa aikaan toivottua säästämistä. Puhutaan myös sidotusta pitkäaikaissäästämisestä. On kuitenkin koettu epätasa-arvoiseksi ja kilpailua vääristäväksi, että verovähennysoikeutettuja tuotteita on ollut käytännössä vain yksi, yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus. Sitominen on kohdistunut väärin asioihin, tuotevalikoiman niukkuuteen ja rajoitettuun kilpailuun, kun palveluntarjoajaa ei ole ollut mahdollista vaihtaa.

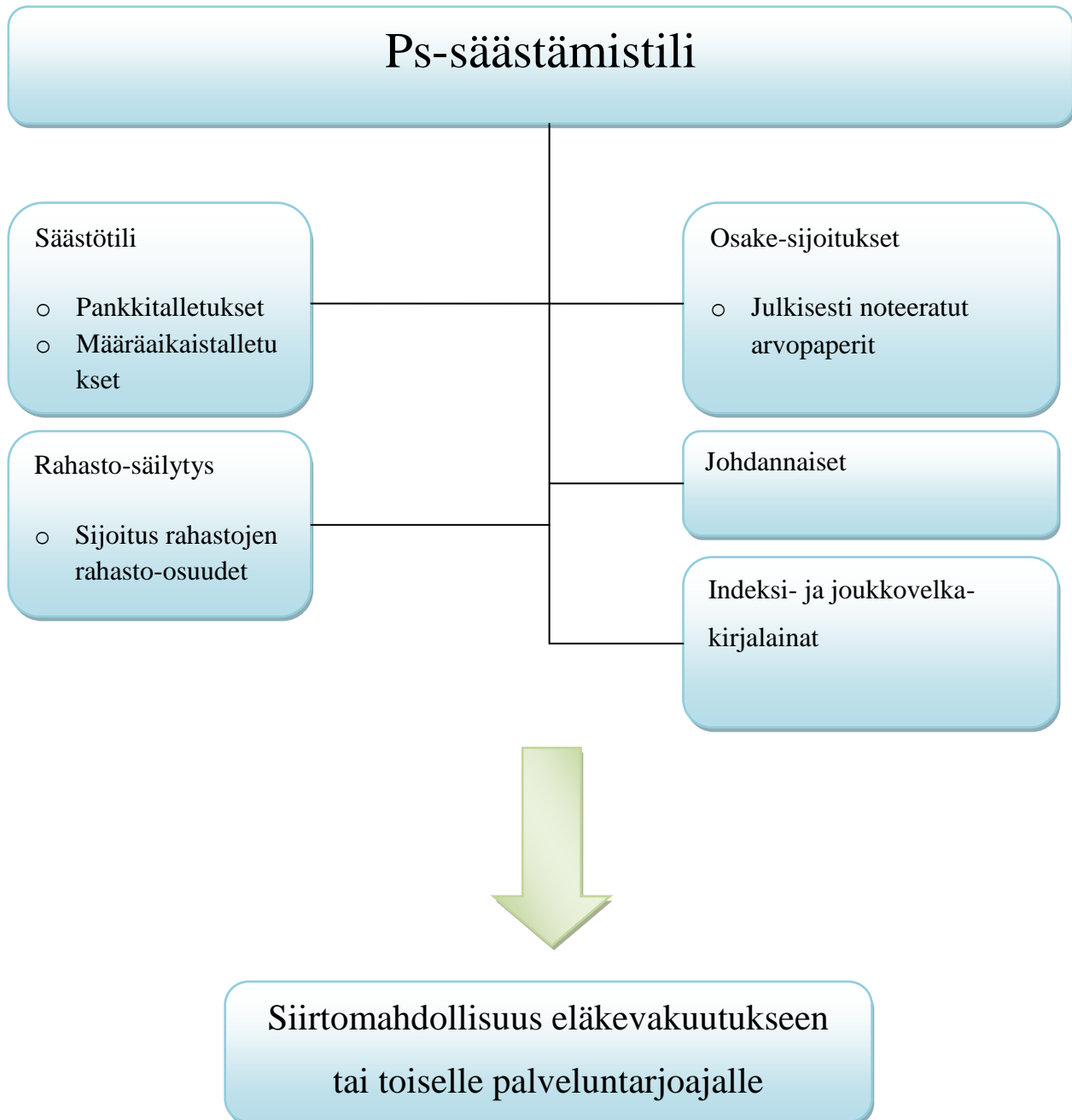
Vaikka laajeneva tuotevalikoima ja valinnan vapaus luovat omat haasteensa, on lakimuutos ja sitä seuraava tuotekehittely tervetullut ja perusteltu. Vaihekoski (2010) pitää lakiuudistusta hyödyllisenä yksilön kannalta. Kansantalouden näkökulmasta uudistus ei välttämättä ole yhtä merkittävä. Tärkeintä on, että yhteiskunta tukee säättämistä niille, joilla on siihen tarvetta. Pörssisäätiö on ottanut tiedotteessaan (2009) kantaa lakimuutoksen sisältöön. Pörssisäätiön lausunnon mukaan omaehtoinen varautuminen ei koskaan korvaa lakisääteistä eläkettä, mutta se on hyvä instrumentti paikkamaan muita eläketurvan aukkoja, jotka saattavat johtua perhevapaista, lyhytaikaisista työsuhteista tai muista vastaavista työelämän katkoista. Kilpailevien sijoitusmuotojen veroneutraalia kohtelua pidetään edistyksellisenä. Pörssisäätiö laajentaisi kilpailutettavuuden myös olemassa oleviin eläkevakuutuksiin. Edelleen pitkäaikaissäästämistä osakkeiden avulla katsotaan positiivisesti, sillä osakesijoittamisen luonne on pitkäaikainen. Hajauttamisen määritelmän tarkka puuttuminen häiritsee. Laissa ei sanota mitä ”riittävästi” käytännössä tarkoittaa. Tärkeää on siis sopia siitä säästämissopimuksessa tapauskohtaisesti. Laki on ollut voimassa 1.1.2010 alkaen samaan aikaan siihen liittyvien lainmuutosten kanssa.

Ps-tilien myötä pankeilla on pitkästä ajasta jotakin uutta myytävää säästämisestä kiinnostuneille asiakkailleen. Tämä on tilaisuus pienemmille yrittäjille – ja markkinaosuustaiston paikka isoille. Vaikka ps-tilin siirtäminen palveluntarjoajalta toiselle on mahdollista, on todennäköistä että pääosa markkinakakusta jaetaan suhteellisen pian. Mahdolliset ps-tilisäästäjät ovat pankkien näkökulmasta hyviä asiakkaita: rahoistaan huolta pitäviä, tavoitteellisia ja ehkä kiinnostuneita muistakin palveluista. Ps-tiliä voikin tulla pankkien varainhoidon ”sisäänheittotuotteita”. (Marttinen 2010.) Nämä oletukset lisäävät asiakasjaottelun problematiikkaa, sillä tavoitteena todennäköisesti on kaikille sopivien tuotteiden kehittäminen.

3.3 Jalkauttaminen osaksi pitkäaikaissäästämistä

Hallitus on esityksessään (HE 159/2009) kuvannut pitkäaikaissäästämisen uutta prosessia. Tarkoitus on luoda raamit uudelle markkinatilanteelle, mutta jättää tilaa sopimukselle palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. Yhtenäiset termit on avattu ja valvontaa lisätty. Kaikki pitkäaikaissäästämisasiakkaat tulevat tekemään palveluntarjoajan kanssa säästämissopimuksen, jonka ohessa avataan säästämistili. Olennaisia ovat sääntöjen yhdenmukaisuus ja noudattaminen, riittävä informaatio sekä valvonta. Varat talletetaan ps-säästämistilille, josta ne ohjataan

sopimuksen mukaisesti säästämiskohteisiin. Ps-säästämistili on suhteellisen dynaaminen säästämismuoto (kuvio 4.)



Kuvio 4. Mahdolliset sijoituskohteet ps-tilillä

3.3.1 Säästämissopimus

Hallitus esittää (HE 159/2009), että pitkäaikaissästämissopimusta tullaan laissa yhtenäisesti nimittämään säästämissopimukseksi. Sopimus sisältää oleelliset tiedot säästäjän ja palveluntarjoajan rooleista ja säästämisvaroista. Lähtökohtana on, että luonnollinen henkilö tallettaa säästämistilille rahavaroja, jotka palveluntarjoaja sijoittaa sovitun mukaisesti eri sijoituskohteisiin. Säästämissopimuksessa tulee sopia sijoittamisen strategiasta ja tavoitteista. Lisäksi on määriteltävä haluttu riskitaso sekä sovittava kuinka paljon arvon heilahtelua säästäjä sietää. Käytännössä se vaatii selkeää dokumentointia sovitusta asioista. Palveluntarjoajat toteuttavat sen esimerkiksi tallennettavien säästönkartoitustyökalujen avulla. Tiedonantovelvollisuus palveluntarjoajalla on sama, kuin mitä vakuutuslainsäädännössä (ks. VSL 9§) asiasta mainitaan.

3.3.2 Säästämistili

Solmittaessa säästämissopimusta, avataan *säästämistili*, johon aiotut *säästövarat* tullaan siirtämään. Säästövaroiksi määritellään tilille saapuneilla rahasuorituksilla hankitut rahasto-osuudet, osakkeet ja joukkovelkakirjalainat. Johdannaisiin on mahdollista sijoittaa vain omaisuuden säilyttämisen niin vaatiessa. Säästämistilin omistaja on asiakas, mutta sidotun luonteensa takia tilin käyttöoikeus on palveluntarjoajalla. Tiliä hoidetaan valtakirjalla, joka voi olla täyden omaisuudenhoidon valtakirja tai koskea vain yksilöityjä toimeksiantoja. Säästövarat on pidettävä erillään muista talletuksista, sillä pitkäaikaissästämisvaroille ei ole asetettu talletussuojaa, kuten muille pankkitalletuksille. Toisaalta taas säästövarat ovat irrallaan palveluntarjoajan muusta omaisuudesta mahdollisessa konkurssitapauksessa, eikä niitä voida ulosmitata. Säästämistilille voi tallettaa ainoastaan rahavaroja ja siltä voi nostaa ainoastaan rahavaroja. Erillinen säästämistili tulee helpottamaan myös verovalvontaa. Tuotot mahdollisen kaupankäynnin seurauksena maksetaan samaiselle tilille, ja niitä verotetaan vasta varojen nostovaiheessa. (HE 159/2009.)

3.3.3 Finanssivalvonnan rooli

Finanssivalvonnan rooli tulee hieman kasvamaan nykyisestä. Palveluntarjoajan on ilmoitettava sille vähintään kuukautta ennen säästämissopimusten tarjoamisen aloittamista. Ilmoituksen liitteenä tulee olla riittävät selvitykset siitä, että palveluntarjoaja täyttää laissa edellytetyt vaatimukset ja että se kykenee luotettavasti tarjoamaan laissa tarkoitettua palvelua. Selvitysten tulee sisältää tiedot siitä, miten palveluntarjoaja aikoo varmistaa selonotto- ja tiedonantovelvollisuuden noudattamisen. Lisäksi tarvitaan selvitys käytettävistä sopimusmalleista sekä tiedot tarjottavista sijoituskohteista ja mahdollisista ulkopuolisten palveluntarjoajien käytöstä. Luultavasti tärkein tehtävä Finanssivalvonnalla on ohjeistaa, miten sopimukseen liittyvät tuotot ja kulut on säästämissopimuksissa laskettava ja ilmoitettava niin, että se mahdollistaa säästämissopimusten vertailun. (HE 159/2009.) Hyypöläisen (2010) mukaan läpinäkyvyys on ollut tavoiteltu ominaisuus säästämiseen, mutta vertailtavuutta lakimuutos ei paranna. Vertailu on mahdotonta pitkällä aikajänteellä, jos palveluntarjoajat perivät kuluja eri toimista eri määriä, kiinteinä kuluina tai prosentiosuuksina. Kiinteiden kulujen sijaan painopiste kulurakenteessa on siirtymässä sijoituskohteista velkomiseen. Asiakashyvityksiä ei myöskään voi vertailla, sillä niiden määrä voi olla sidoksissa keskittämisen, esimerkiksi säästämisen asteeseen, joka voi muuttua asiakkuuden aikana. Edelleen kaikille ei ole olemassa sopivia säästömuotoja lakiuudistuksesta huolimatta. Esimerkiksi kertynyttä asuntovarallisuutta ei voi muuttaa eläkkeiksi.

Lakiesitys (HE 159/2009) antaa selkeät ohjeet osallistumisasteen nostamisesta ja osallistumisen tukemisesta veroedin, kuitenkin sidottuna niin, että pitkäaikaissäästämisen tavoite toteutuu. Säästämissopimuksen luonne puitesopimuksena antaa palveluntarjoajille mahdollisuuden kehittää haluamiaan tuotteita ja mahdollisimman hyviä erilaistamisstrategioita suhteessa kilpailijoihin. Pitkäaikaissäästämissiikkuus vaatii jatkuvaa työtä, sillä säästön siirto tulee olemaan mahdollinen yhtiöiden välillä. Siksi on tuotava esiin myös näkökulma asiakkaan kokemasta arvosta.

4 ASIAKKAAN KOKEMA ARVO

4.1 Arvon määrittelyn taustaa ja jaottelua

Asiakkaan kokema arvo on kiinnostanut tutkijoita, koska sen määrittelemiseen ei välttämättä ole olemassa yleispätevää keinoa. Suurin osa aihetta käsittelevistä tutkimuksista määrittelee asiakkaan kokemaa arvoa vähittäiskaupassa, jolloin arvon määrittely on suhteellisen konkreettista, samoin kuin ostettavat tuotteet, ostoympäristö ja laadun arviointi. Siksi niitä ei ole suoraan voitu käyttää tutkimuksen aineistona. Aineettomien tuotteiden ja palveluiden tuottaminen ja myynti on lisääntynyt viime vuosina, jolloin on tullut tarkoituksenmukaiseksi tutkia asiakkaan kokemaa arvoa myös niihin liittyen. Vakuutus-, pankki- ja finanssipalvelut ovat aineettomia palveluja, joiden markkinointi on pääosin tunteisiin, uskomuksiin ja arvoihin perustuvaa. Näin oletetaan, vaikka raha-asioita yleistäen ehkä väitetään hoidettavan järkiperusteisesti. Tämän oletuksen pohjalta tutkittavaa aihealuetta tarkastellaan markkinointiteorioihin nojaten.

Kuuselan ja Rintamäen (2002) mukaan arvot voidaan nähdä suhteellisen pysyvinä ja yleisluontoisina elämän peruseräinä. Jokaisella on omat henkilökohtaiset käsityksensä niistä asioista, joita halutaan ja tavoitellaan. Kulutus- ja ostotapahtumista ilmenee toistuvasti kohteiden arvostus. Asiakkaan kokemaa arvoa voidaan pitää henkilökohtaisena ja holistisena näkemyksenä hänen kuluttamansa tuotteen tai palvelun ominaisuuksista. Perimmäinen syy kuluttamisella onkin asiakkaan oma arvio tuotteen tai palvelun tarjoamista hyvistä ja huonoista puolista.

Kilpailu pakottaa palveluntarjoajat hakemaan ainutlaatuisia tapoja suuremman hyödyn ja arvon tuottamiseksi asiakkailleen. Taipaleen (2007, 11) mukaan pelkkä kustannustehokkuus ei tuo jatkuvaa kannattavuutta. Erottuvuuden pitää antaa yritykselle kilpailuetua ja sen on lisäksi oltava kustannustehokasta. Koska vakuutussäästäminen on luonteeltaan aineetonta ja kustannustehokkuuden mittaaminen haastavaa, on erotuttava luonnollisesti palvelun kautta. Taipale (2007) korostaa, että asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavat usein muutkin seikat kuin se, mitä arvoa tai hyötyä tuote tai palvelu sinänsä tarjoaa. Tällaisia arvoa tuottavia ominaisuuksia ovat esimerkiksi helppous, nopeus ja saavutettavuus, ehkä tarkasteltavan aineettoman tuotteen näkökulmasta selkeys ja ymmärrettävyys. Palveluntarjoajan on kerrottava asiakkaalle, mikä tämän saama hyöty tuotteesta on.

Asiakkaan kokema arvo on syytä pitää erillään asiakasarvosta käsitteenä. Asiakas arvo tarkoittaa yrityksen saamaa taloudellista hyötyä, joita seuraa asiakkaan uskollisuudesta ja pitkään kestäneestä asiakassuhteesta. (Huber, Herrmann & Morgan 2001, 42.) Vaikka asiakkaan kokema arvo ei ole sama asia kuin asiakasarvo, voidaan sitä pitää sen peilikuvana, sillä asiakkaan kokema arvo tuottaa usein arvoa myös yritykselle (Bruhn & Georgi 2006, 48). Asiakkaan kokeman arvon on todettu olevan perusta kaikelle markkinoinnille (Huber, Herrmann & Henneberg 2007). Andersonin ja Narus'n (1998) mukaan arvonäkökulman ymmärtäminen auttaa siten, että osataan tarjota sekä nykyisille että uusille asiakkaille oikeita asioita.

Arvon määrittely aineettomien tuotteiden osalta on siis haasteellista. Kaikkeen kaupankäyntiin liittyy taloudellinen näkökulma ja arvo. Arvo puolestaan määrittyy sillä, mitä jää jäljelle saatujen hyötyjen ja annettujen uhrausten erotuksena. Koettu arvo on moniulotteinen rakennelma, johon koettu hinta, laatu, hyödyt ja uhraukset ovat juurtuneet. (mm. Babin 1994.) Arvo edustaa kaupankäyntiä hyötyjen ja uhrausten välillä, mutta vielä enemmän se edustaa vuorovaikutusta asiakkaan ja tuotteen tai palvelun välillä (Payne & Holt 2001).

Storbacka, Blomqvist, Dahl ja Haeger (1999) ovat sitä mieltä, että arvotuotanto käsitteenä on keskeisintä asiakkuusajattelussa. Näin yhteistyössä asiakkaan kanssa optimoidaan asiakkuudesta syntyvää välitöntä ja välillistä arvoa. Ne tuotteet, palvelut ja lupaukset, jotka asiakas saa vastineeksi omista lupauksistaan, muodostavat hänelle välittömän arvon. Yhteinen oppiminen ja kehittyminen sekä tunnearvot puolestaan ovat välillisen arvon tuottajia. Esimerkiksi turvallisuuden ja vaivattomuuden tunteen lisääntyminen ovat seurausta välillisistä arvoista. Kotler (1999) on tutkinut aineettomuutta ja palvelujen markkinointia ja toteaa, että tulisi puhua seuraavista kilpailukeinoista: asiakkaan suoritteesta saama arvo, asiakkaalle aiheutuvat kustannukset, mukavuus ja kaksisuuntainen vuorovaikutteisuus.

Tässä tutkielmassa yritetään arvioida eläkevakuutusmarkkinakentän toimijoiden sopivuutta ja haluttavuutta asiakkaiden silmissä – sitä, minkä arvojen pohjalta mikäkin tapa säästää vanhuuden varalle valitaan.

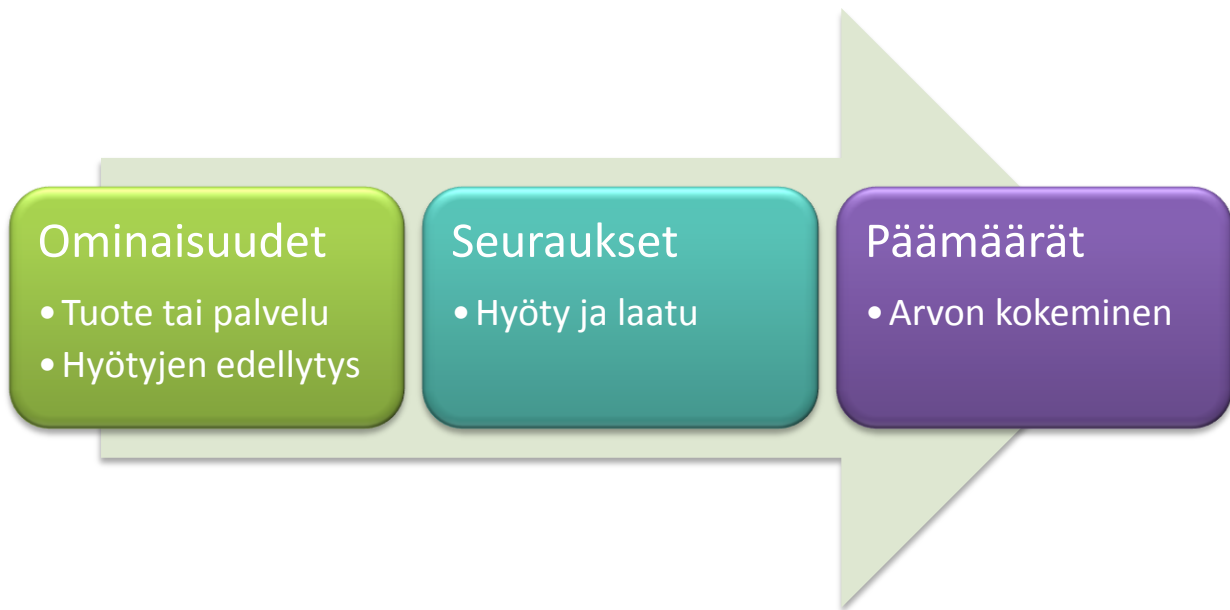
4.2 Keino-päämäärä-ketjumalli arvon muodostumisessa

Mm. Wilkie (1994) määrittelee asiakkaan kokeman arvon yksinkertaisesti kolmiportaisesti (kuvio 5). Keino-päämäärä -ketjumalli sisältää ensimmäisellä tasollaan tuotteen ominaisuudet.

Ominaisuudet voivat olla konkreettisia tai abstrakteja. Ominaisuuksia hyödyntäessään kuluttaja kokee seurauksia, jotka voivat olla kielteisiä tai myönteisiä sekä funktionaalisia tai psykososiaalisia. Lisäksi ominaisuuksien suhde seurauksiin voi erota myös voimakkuudeltaan ja ne voivat ilmetä heti tai myöhemmin. Riippuu myös henkilöstä, millaisiksi seuraukset koetaan ja mikä on kokemuksen voimakkuus. Seuraukset mahdollistavat päämäärien tavoittelun. Päämäärät voidaan nähdä arvoina. Menestystekijänä palveluntarjoajan näkökulmasta on siis ominaisuuksien ja arvojen välisen yhteyden ymmärtäminen. Yksi ominaisuus voi saada aikaan useita seurauksia. Vastaavasti yksi hyöty voi olla seurausta useammasta ominaisuudesta (Vriens ja Hofstede 2000, 5-7). Ominaisuuksien on huomattu merkitsevän ostotilanteessa asiakkaalle eniten. Myöhemmin arvioituna ominaisuuksien merkitys vähenee, ja seuraukset eli hyödyt saavat suuremman merkityksen ostonjälkeisessä käyttäytymisessä (Woodruff, 1997, 141.)

Hyypöläinen (2010) mainitsee eläkesäästötuotteen yhdeksi tärkeimmistä ominaisuuksista riittävän selkeyden: Asiakkaan on voitava ymmärtää, miten tuote toimii. Ymmärrettävyyttä parantavat hyvät ja uskottavat materiaalit, joilla asiaa esitellään. Lisäksi myyjän on oltava luotettavan tuntuinen, ja tuotteen tulee olla helposti hankittavissa ja ylläpidettävissä. Sijoituskohteiden on oltava houkuttelevia ja hyvätuottoisia siten, että niiden menestyksestä on myös näyttöä. Asiakkaalla pitää olla mahdollisuus palveluun tai itsepalveluun sen mukaan, mitä hän arvostaa. Asiakkaalle tärkeä ominaisuus voi myös olla reilulta tuntuva kulurakenne, jossa saatu hyöty ja perittävät kulut ovat järkevässä suhteessa.

Seurauksena voidaan Hyypöläisen (2010) mielestä pitää turvattua toimeentuloa eläkeajalle tai keveämpää verotusta nykyhetkessä. Vastaavasti on mahdollisuus toteuttaa matkusteluhaaveitaan tai saada joustonvaraa arkeen eläkeaikana. Seurauksista johtavat lopulliset arvot, kuten esimerkiksi tunne siitä, että on tunnollinen ja pitkäjänteinen kansalainen. Säästäväisyyttä on yleisesti pidetty hyveenä. Asiakas voi kokea olevansa kykenevä suunnittelemaan talouttaan pitkällä aikajänteellä sekä onnistuvansa sitoutumaan tehtyihin päätöksiin.



Kuvio 5. Arvon muodostumisen taustatekijät. Keino–päämäärä -ketjumalli (mukaiillen Wilkie 1994, 162)

4.3 Hedonistisuus utilitaristisen arvon täydentäjänä

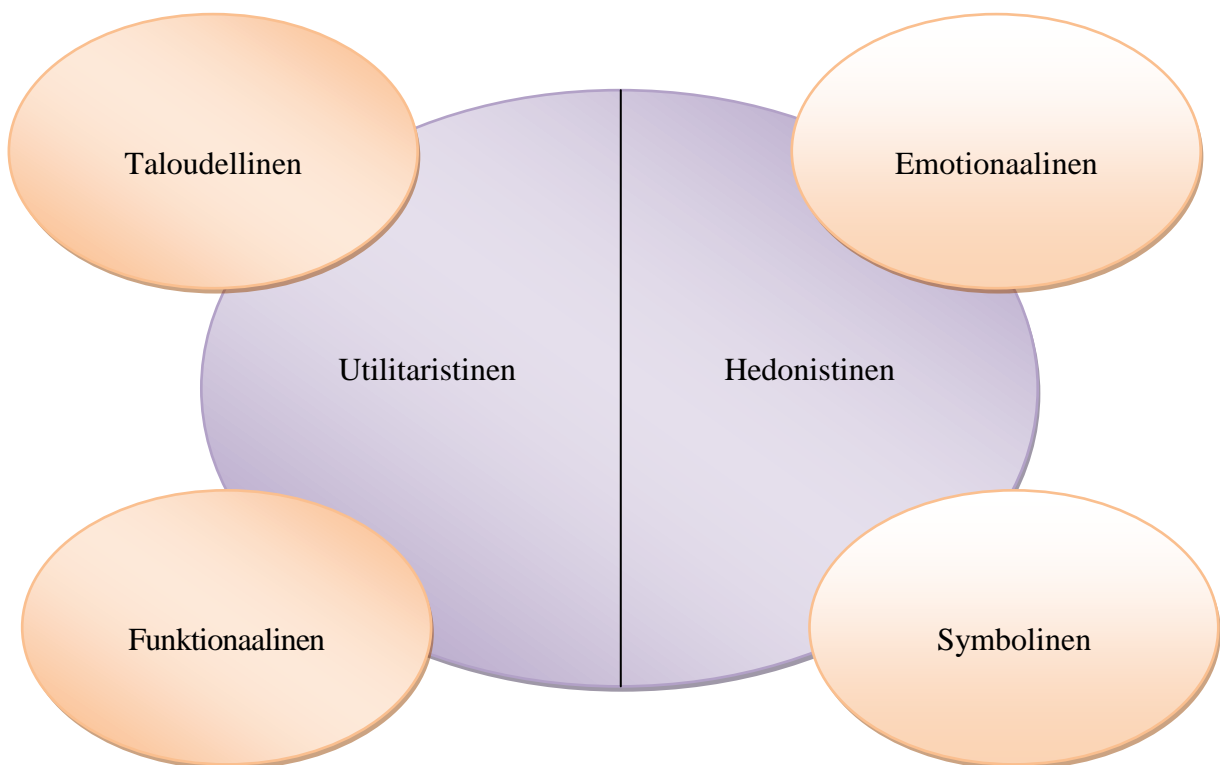
4.3.1 Tiedostettu utilitaristisuus

Selkeä jaottelu tehdään yleisesti asiakkaan kokeman utilitaristisen ja hedonistisen hyödyn välillä (Chandon, Laurent & Wansink 2006, 66). Asiakkaan saaman hyödyn voidaan todeta olevan asiakkaalle arvon lähde, jolloin kumpaakin käsitettä voidaan tässä yhteydessä käyttää. Oletetaan, että utilitaristinen hyöty on se, mitä tavoitellaan aina. Utilitaristiset hyödyt ovat luonteeltaan instrumentaalisia, kognitiivisia ja funktionaalisia. Säästämistuotteissa on kyse rahasta, omaisuudesta ja esimerkiksi omaisuuden sijoittamisesta saatavasta tuotosta. Kyse on ominaisuuksista, joita voidaan mitata rahalla tai ajansäästöllä. Esimerkiksi tuoteominaisuudet voivat tuoda utilitaristista hyötyä. Pelkästään rahallinen arvo ei välttämättä ole utilitaristisen arvon indikaattori, vaan samaa arvoa voivat tuottaa aika ja muut uhratut kustannukset. Arvoja on luokiteltu saman jaottelun mukaan. Arvo on myös erotettava laadusta ainakin kahdella tapaa: arvo on paljon yksilöllisempi ja henkilökohtaisempi kuin laatu ja niinpä se on myös käsitteenä korkeatasoisempi. Arvokäsityksen muodostumiseen vaikuttavat vahvasti tilannetekijät, mutta arvon kokeminen on myös hyvin yksilöllistä eli vaikeasti yleistettävissä. (Ks. Zeithaml 1988.)

4.3.2 Tavoiteltu hedonistisuus

Utilitaristisen hyödyn tutkimisen rinnalle ja sitä laajentamaan on otettu hedonistisen hyödyn käsite. Jos utilitaristisuus on tiedon prosessointia, voidaan hedonistisuus nähdä sitä tukevana. Tutkittaessa aineettomia tuotteita saattaa olla tarpeen myös avata hedonistisuutta ja sen merkitystä enemmän sekä eritellä sitä tarkemmin. Toisin kuin utilitaristisia hyötyjä, hedonistisia hyötyjä tavoitellaan niiden itsensä vuoksi. Kuluttajat voivat saada mielihyvää myös tuotteen tai palvelun etsimisestä tai löytämisestä. Kokemukset prosessin aikana toimivat hyödyn lähteenä. (mm. Chandon ym. 2006.)

Vaikka arvokokemus on pohjimmiltaan järkevä määritellä utilitarististen ja niitä tukevien hedonististen ominaisuuksien tuomaksi hyödyksi, on silti mielenkiintoista jakaa asiakkaan kokemaa arvoa useampaan ulottuvuuteen kahtiajaon tarkemmaksi tulkittamiseksi (kuvio 6). Rintamäki, Kuusela ja Mitronen (2007, 625–629) ovat jakaneet arvon neljään ulottuvuuteen. Taloudellinen, funktionaalinen, emotionaalinen ja symbolinen arvon ulottuvuus sopivat myös aineettomien tuotteiden tuottaman arvon tarkasteluun. Lisäksi sosiaalisuus voidaan tulkita osaksi symbolista arvoa esimerkiksi perintösuunnittelun näkökulmasta. Sosiaalinen arvo on usein hyvin merkityksellinen kuluttajille.



Kuvio 6. Asiakkaan kokeman arvon ulottuvuudet

4.4 Asiakkaan kokeman arvon ulottuvuudet

4.4.1 Taloudellinen arvo

Kuluttajat vertaavat luonnostaan maksamaansa hintaa samaansa hyötyyn. Tällöin kalliskaan asia ei välttämättä ole kallista, mikäli sen tuottama arvo on kyllin suuri. Voidaan katsoa olevan muitakin kustannuksia, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan kustannus-hyötysuhteeseen. Niitä kutsutaan vaihtoehtoiskustannuksiksi. Vaihtoehtoiskustannuksia ovat esimerkiksi asiakkaan kokema vaiva ja menetetty aika. Helppous ja hyvä saavutettavuus madaltavat tunnetta aiheutuneista kustannuksista. (Lämsä & Uusitalo 2009.) Asiakkaan kokema riski voi olla hänen näkökulmastaan kustannus.

Laitinen (2007) kirjoittaa hinnan psykologisesta merkityksestä asiakkaalle. Talousteoreettisesti ja mekanistisesti ajateltuna asiakkaan suhtautuminen hintaan nähdään aina samanlaisena. Ostopäätös pelkistetään kysyntäkäyrään, jolloin asiakas ostaa tuotetta sitä enemmän, mitä vähemmän se maksaa. Markkinointiteoriassa näkemys korvataan psykologisella lähestymistavalla, jolloin vastaavasti tuotteen objektiivinen hinta ei ole avainasemassa, vaan kuluttajan henkilökohtainen näkemys tästä hinnasta on. Asiakas kokee asioita ympärillään ja muodostaa niistä kokonaisuuden. Samalla asiakkaan persoonallisuus, motivaatio, halut ja tarpeet sekä aiemmat kokemukset muokkaavat hänelle itselleen käsityksen ympäröivästä maailmasta. Tällä käsityksellä puolestaan on ohjaava vaikutus asiakkaan käyttäytymiseen ja suhtautumiseen tuotteen hintaan.

Tuotteen hintaa verrataan vielä kilpaileviin tuotteisiin ja laatuun, jolloin siitä muodostuu subjektiivinen hintakäsitys. Se voi olla eri henkilöillä hyvinkin toisistaan poikkeava. Hintakäsityksen syntymiseen Laitisen (2007, 227) mukaan vaikuttavat olennaisesti asiakkaan hintatietoisuus ja -tajuisuus. Tarkastellen eläkevakuutusta kuluttajan näkökulmasta, hintatietoisuus saattaa olla varsin vaikea muodostaa. Tiedotusvälineet ovat ottaneet oman roolinsa auttaakseen kuluttajia hintavertailuissa. Painettu ja puhuttu media ovat pitäneet omalla aktiivisuudellaan huolta kansalaisten informoimisesta. Kuitenkaan aina esimerkiksi alhaiset kulut eivät ole ostopäätöksen liikkeellepaneva voima.

Koska utilitaristinen kuluttaminen perustuu oletukseen kuluttajien rationaalisuudesta, voidaan taloudellinen arvokokemus nähdä utilitaristisena. Lisäksi rahallinen säästö lisää asiakkaan kokemaa arvoa vähentämällä tämän kokemia uhrauksia (Rintamäki ym. 2006, 12). Taloudellista arvoa koituu kustannusten vähenemisestä sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä (Sweeney & Soutar 2001,11).

Ajatellessa kustannus-hyötyperusteisesti, eläkevakuutus tuotteen kustannuksia ovat kulurakenteen lisäksi myös aika ja vaiva, jotka tuotteen vertailuun on käytettävä. Pidemmälle vietyä myös stressi tiedon puutteesta tai säästämisen vaikeaselkoisuus voivat nousta kustannukseksi asiakkaan näkökulmasta. Laitisen (2007) mukaan voidaan soveltaa myös arvopohjaista hinnoittelua. Se perustuu asiakaskohtaiseen laskelmaan hinnan edullisuudesta asiakkaalle esimerkiksi pitkällä tähtäimellä. Siten tavoitteena on sijoittaa hinta asiakaskohtaisesti tuotteen arvoon asiakkaalle.

4.4.2 Funktionaalinen arvo

Funktionaalisuus määritellään toiminnalliseksi hyödyksi ja sen mukanaan tuomaksi arvoksi. Tällöin ymmärretään tuotteen tai palvelun hyödyllisyys ja vaihtoehdot. Kyse on laadullisista ominaisuuksista. (Williams & Soutar 2000.) Funktionaalisen arvon sanotaan olevan yhteydessä asiakkaan tarpeiden tyydyttämiseen ja kuluttamisen vaivattomuuden lisäämiseen (Rintamäki ym. 2007, 627). Funktionaalinen arvo eli käytännöllinen arvo voidaan luoda kehittämällä hyödyllisiä tuotteita, joissa ei ole virheitä ja jotka ovat täsmällisiä. Esimerkiksi häiriöttömyys verkkopalvelussa tai korvausprosessissa, käytettävyys sekä vakuutus tuotteen sisällön selkeys tuovat asiakkaalle funktionaalista arvoa.

Annettu asiakaslupaus on helpoimmin arvioitavissa funktionaalisen arvon perusteella. Tärkeää on, että tuote tai palvelu on toimiva ja tyydyttää sille asetetun tarpeen (Smith & Colgate 2007). Arantolan (2006) mukaan helposti ajatellaan, että ajansäästö ja helppous olisivat kaikille yhtä arvokasta, mikä ei pidä paikkaansa. Sitä tuskin kuitenkaan on kiistäminen, että virheettömyyttä arvostavat lähes kaikki. Chandon ym. (2000) ehdottavat, että palvelun vaivattomuutta voidaan lisätä helpottamalla asiakasta hyödykkeen etsinnässä ja yksinkertaistamalla päätöksentekoa. Vaivattomuus ilmenee asioinnin helppoutena ja tehokkuutena. Yhteiskunnan muuttuessa yhä kiireisemmäksi, ja tehokkuusvaatimusten kasvaessa vaivattomuudesta ollaan mahdollisesti valmiita jopa maksamaan.

4.4.3 Emotionaalinen arvo

Emotionaalinen arvo on vahvasti sidoksissa hedonistiseen kuluttamiseen. Vaikka tunteet vaikuttavat ostopäätöksiin, tuotteita tai palveluja ostetaan vain harvoin pelkästään niiden varassa (Sweeney & Soutar 2001, 216). Hedonistisuus on elämyksellisyyttä ja miellyttävyyttä. Hedonistisella tarpeentyydytyksellä haetaan nautinnollisuutta liittyen palveluun tai tuotteeseen. Jotta esimerkiksi palvelukokemus olisi hedonistinen, tulee vedota asiakkaan tunteisiin ja aisteihin, luoda yhteenkuuluvuutta, jopa kuulumista määriteltyyn viiteryhmään. Hedonistista arvoa voidaan tuottaa tietämyksellä, asiakkaan kokemus voidaan haluta olevan jopa fantasianomainen. Hedonistisia piirteitä harvemmin onnistuneesti tuotetaan, mikäli funktionaalinen arvo asiakkaalle ei täyty. (Smith & Colgate 2007.) Hedonistisuutta ilmenee esimerkiksi, kun asiakkaan kannalta löydetään hänelle toimiva ja suotuisa ratkaisu. Finanssipalveluita valitessa mielihyvää saattaa tuottaa arvoihin sopivan sijoituskohteen löytyminen tai vain tieto siitä, että asiakasta kuunnellaan ja toteutetaan asiakkaan näköinen ja yksilöllinen sijoitussuunnitelma. Hedonistisen arvon tuottaminen on haasteellista valtaosalle asiakaskuntaa vakuutus- ja säästämispalvelujen monimutkaiseksi koetun luonteen vuoksi.

4.4.4 Symbolinen arvo

Symboliikkaa liittyy vahvasti varsinkin asioihin, joihin liittyy raha tai suurella määrällä rahaa saavutettava tuote tai palvelu. Arvo on asiakkaalle symbolinen, kun hän kokee oman arvonsa kasvavan tuotteen tai palvelun käytön myötä ja sillä on hänen identiteettiään parantava vaikutus. Symbolinen arvo on hyvin henkilökohtainen ja siihen voi liittyä itsekorostusta. Symboliset arvot ovat pitkälti kulttuuri- ja uskontosidonnaisia eikä niiden sosiaalista merkitystä tällöin myöskään voida sivuuttaa. (Smith & Colgate 2007.) Kuluttamisen voidaan nähdä olevan myös omien, henkilökohtaisten tai moraalisten arvojen ilmaisemista (Chandon ym. 2000, 68).

Säästämiskohteen valinnassa symboliikka oletettavasti korostuu, sillä esimerkiksi riskinotto ei sovellu kaikille. Korkeaa tuottoa ei myöskään ajatella tavoiteltavan kovin pienellä määrällä alkupääomaa. Sijoittaminen itsessään on tietynlainen statussymboli. Kuitenkin sijoittamisen välineiden kehittyessä on sijoittamisesta tullut mahdollista hyvin vähäisellä panostuksella mukaan kykeneville. Koska sijoittaminen on mahdollista jossain määrin jokaiselle, on säädetty MiFID

(Markets in Financial Instruments Directive (2004/39/EY)), Rahoitusvälineiden markkinat – direktiivi. Sen avulla on muun muassa tarkoitus parantaa sijoittajien suojaa. (Finanssialan Keskusliitto 2010.) Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sijoittajaprofilointia. Edelleen tavoitteena on yhtenäistää arvopaperimarkkinoita ja helpottaa sijoituspalvelujen tarjoamista. Sijoittajaprofilointi voidaan nähdä myös statusarvoa kohottavana, vaikka se onkin direktiivin määräämää. Asiakasta autetaan tutustumaan itseensä sijoittajana ja samalla jaetaan vastuuta lopullisen sijoituspäätöksen onnistumisesta.

4.5 Asiakkaan kokema arvo aineettomissa tuotteissa

Arantola (2006) on tutkinut asiakasläheisyyttä ja innovointia. Asiakasymmärryksen tuottaminen ja hyödyntäminen on parhaimmillaan, kun innovoidaan uusia tuotteita tai palveluita. Aineettomissa tuotteissa on paljolti kyse luottamuksesta asiakkaan ja palveluntuottajan välillä. Säästäminen on henkilökohtaista ja perustuu useasti laajemmalle asiakkuudelle kuin pelkästään esimerkiksi tilisäästämiseen yhdelle tilille. Arantolan (2006) mukaan onkin oleellista erottaa toisistaan kuluttaja ja asiakkuus. Asiakkuus on aina molemmille osapuolille arvokkaampaa kuin satunnaiskuluttaminen.

Asiakkuudet yleisesti voivat sisältää palveluntarjoajalle myös riskiä, jolloin asiakasvalintaa on syytä suorittaa. Säästäminen on palveluntarjoajan näkökulmasta vähäriskistä, jopa riskitöntä, sillä riski sijoittamisessa on yleensä asiakkaalla. Vastaavasti korkosijoituksissa tuotteen kulut saattavat olla korkeammat, koska yhtiö kantaa riskin. Säästämistuotteiden kehittäminen on luultavasti sen vuoksi ollut aktiivista. Tuotteita on oltava monenlaisia, jotta kaikille asiakasryhmille löytyisi kiinnostava mahdollinen tapa säästää. Tutkittaessa asiakkaan kokemaa arvoa sijoituskohteisiin liittyen on esimerkiksi voitu muodostaa segmenttejä ryhmien kokeman vastuun kokemisen perusteella. Nilsson (2009) on havainnut, että yksi ryhmä on ensisijaisesti huolissaan sijoitusten mukanaan tuomasta voitosta. Toinen ryhmä puolestaan arvostaa sijoittamisen sosiaalisen vastuun yli voitontavoittelun. Kolmas ryhmä vaatii molempien ehtojen täyttyvän sijoituspäätöstä tehdessään. Profilointi on vaikeaa, ja sijoittajissa sekä segmenteissä on selviä eroja.

Hellman (2003) toteaa, että yksittäisen yrityksen mahdollisuus vaikuttaa asiakkaidensa odotuksiin pienenevät, kun kilpailu lisääntyy. Asiakkaat oppivat kilpailijoilta. Oletettavasti tapa, jolla esimerkiksi säästämistuotteita tarjotaan, vaikuttaa asiakkaaseen enemmän kuin tuotteen tai palvelun sisältö sinällään. Hellman (2003) kuvailee asiakkaan olevan nykypäivänä aktiivinen, valikoiva,

kriittinen sekä aikaisempaa itsenäisempi ja uskottomampi. Kampanjat tulevat kalliiksi eikä niillä välttämättä saavuteta haluttua asiakasuskollisuutta. Tulevaisuudessa avainasemassa ovat hyvin hoidetut asiakasvalinnat ja -kohtaamiset. Asiakkaan kokema arvo voidaan pitää ns. tietämystietona. Tietämystietoa saadaan, kun asiakastiedosta tuotettua informaatiota käytetään tavoitteellisesti. Asiakasinformaatiolla on tuotekehittelyn näkökulmasta merkitystä. Hyvin tuotettuna se lisää tiedon hyväksikäytön helppoutta ja mielekkyyttä. Kotler (1999) painottaa, että nykyään on tarjottava asiakkaalle hyötypaketteja ja niistä koituvaa arvoa, eikä myydä ainoastaan tuotteita ja niiden ominaisuuksia.

Hyypöläinen (2010) ei usko, että ps-tilien tulo markkinoille itsessään lisää säästämiseen liittyviä hedonistisia piirteitä. Palveluiden kehittäminen verkkoon oletettavasti kuitenkin lisää hedonistisia piirteitä, kuten elämyksellisyyttä ja virikkeellisyyttä. Toisaalta voidaan ajatella, että esimerkiksi osakesijoittamiseen liittyvä jännitys on tulkittavissa säästämisen hedonistiseksi piirteeksi, ja eläkeikaan liittyvästä matkailusta haaveilu voidaan nähdä myös tällaisena. Toisaalta lakiuudistus lähinnä vähensi tätä piirrettä, eikä eläkesäästäminen ole enää paras tapa haavesäästämistä varten. Eläkesäästämisen ratkaisuihin liittyy joidenkin asiakkaiden mielestä myös oppimisprosessi: opetellaan aluksi pienillä summilla sijoitusinstrumenttien toimintaa ja seurataan verkossa miten niiden arvot vähitellen kehittyvät. Näin opitaan asiantuntevimiksi säästäjiksi. Kuluttajille pitää tarjota riittävä informaatio sijoituskohteista, jotta säästöjä ei kuitenkaan onnistuta hukkaamaan omatoimisesti.

Yhteenvedona läpikäydyistä ominaisuuksien ja arvojen määrittelyistä voidaan todeta, että niillä on yhteisiä tekijöitä. Asiakkaan kokema arvo on selkeästi tuotteeseen tai palveluun liittyvä asia. Asiakkaan kokema arvo on kuitenkin eri asia kuin tuotteen arvo (Khalifa 2004). Arvo on myös aina subjektiivisesti määritelty, mikä tekee siitä äärimmäisen henkilökohtaisen. Näkemys siitä, mikä on hyvää tai paha on siis asiakkaalla ja yrityksellä omansa. Lisäksi erilaisten määritelmien käyttö vaikeuttaa arviointia. Käsitteet arvo ja hyöty menevät arkikielessä usein sekaisin (Woodruff 1997).

5 UUSI ELÄKESÄÄSTÄMISEN MARKKINAKENTTÄ

Eläkesäästämisen markkinakenttä muuttunee kevään 2010 aikana, kun uudet pitkäaikaissäästämistuotteet tulevat markkinoille. Pitkäaikaissäästäminen voidaan tulkita edelleen eläkesäästämiseksi, koska sidotun luonteensa vuoksi säästäminen tapahtuu eläkeaikaa varten. Koska lakimuutos sallii myös muiden ETA-maiden tarjota säästötuotteita Suomessa, tulee palveluntarjoajien määrä mahdollisesti kasvamaan. Hyypöläisen (2010) mukaan tilanne on vielä varsin vakiintumaton. Tuotteita ovat lähteneet kehittämään ja tarjoamaan vasta finanssiryhmät, joilla on jo ollut yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus valikoimissaan. Säästämistuotteiden odotetaan olevan entistä selkeämpiä ja läpinäkyvämpiä, mutta myös asiakkaalle edullisempia. Markkinat kasvavat ja monipuolistuvat, mutta samalla myös asiakkaan vastuu kasvaa. Vaihekoski (2010) uskoo, että markkinointitoimet pitävät säästämistarpeen asiakkaiden mielissä ja on sikäli myynnin kannalta hyödyllistä, vaikkei lisäeläketurvan tarvetta ole kaikilla. Toisaalta monet ovat varautuneet muilla keinoin eläkeaikaisiin menoihin. Hallitus (HE 159/2009) on määritellyt markkinointikäsitteen, joka käsittää mainonnan, esitemateriaalit sekä tarjoukset kirjallisesti ja suullisesti. Niille esitetään tarkempaa yhtenäistämistä sekä valvonnan lisäämistä.

Palveluntarjoajat pyrkivät lain edellyttämällä tavalla profiloimaan säästäjiä ja muodostamaan heistä asiakasryhmiä. Riskiin suhtautumisen voidaan lakiesityksen ja lähdeaineiston perusteella arvioida olevan vahvasti segmentointia ja profilointia ohjaava ominaisuus. Tutkimuksia säästämiskäyttäytymisestä on tehty paljon, ja varsinkin säästämissuunnitelmia tullaan oletettavasti kartoittamaan vuotuisesti. Tutkimustuloksia leimaa sekavuus, koska käyttäytymisen ennustaminen ja yleistäminen on haastavaa. Ihminen saattaa ilmaista halukkuuttaan säästämiseen tietyistä syistä, mutta käyttäytyä todellisuudessa suunnitelmansa vastaisesti. Ps-tili tulee todennäköisesti sopimaan säästämiskohteena aktiiviselle säästäjälle, joka on kiinnostunut sijoittamaan erilaisiin sijoitusinstrumentteihin sekä on itse halukas reagoimaan markkinoiden muutoksiin. Eläkevakuutus puolestaan käy perinteisemmälle säästäjälle, joka ei halua olla aktiivinen ja turvautuu valmiiseen palveluun.

Elinkaarimallin mukaan asiaa tarkasteltuna asiakkaaseen on onnistuttava vaikuttamaan tarve- ja hankintavaiheissa, mikä asettaa palveluntarjoajille haasteita markkinointiin. Muita käyttäytymisteorioita voidaan käyttää markkinoinnin tukena. Säästämistä voidaan lähestyä yrittäen löytää mahdollisimman hyvin sopiva sijoituskohde ylimääräiselle rahalle. Voidaan myös lähteä eläkeaikaisen lisäturvan tarpeesta ja löytää asiakkaan tavoitteita parhaiten mahdollistava

säästösumma. Vaihtoehtona on myös ajatella säästämistä puhtaasti verohyödyn kautta. Kuinka paljon asiakas on valmis siirtämään kulutustaan myöhemmäksi, ja millaisilla säästösummilla verohyöty voidaan maksimoida. Yhteistä näille erilaisille lähestymistavoille on kuitenkin se, että lähtökohtana on yksilöllinen asiakas ja hänen elämäntilanteensa, varallisuutensa ja haaveensa. Palveluntarjoajat ovat pakotettuja panostamaan asiakaslähtöisyyteen, ja tulee löytää asiakkaalle ratkaisu, jossa tunne ja järki lyövät kättä sopivassa suhteessa. On vaikea määrittellä millainen määrä vastuuta asiakkaalle olisi sopivaa antaa, sillä eläkesäästämisen valikoimaa suunnitellaan koko kansan tuotteiksi vaihtoehtoja laajentamalla. Kuitenkin on todettu, ettei tavallinen säästäjä kykene rationaaliseen päätöksentekoon säästämässä ja sijoittamisessa, mitä varsinkin aktiivinen ps-tilin hoito vaatii.

5.1 Säästämissuunnitelmien tunnistaminen ja kuvaaminen

Asiakaskeskeisyys ja -lähtöisyys kuvaavat uutta eläkevakuuttamisen tai laajemmin pitkäaikaissäästämisen markkinakenttää hyvin. Pölläsen (2007) mukaan finanssimarkkinoilla on usein vaikeaa erottua tuotteilla, mutta asiakaskeskeisellä toimintatavalla voidaan erottua ja sitä on kilpailijoiden vaikea kopioida. Asiakkaan näkökulman huomioiminen on asiakaslähtöisyyttä. Valitun strategian toteuttaminen tarkoittaa kuitenkin valintojen tekemistä kilpailun ja resurssien niukkuuden vuoksi. Suomessa tällä hetkellä toimivia vakuutus- ja finanssialan yhtiöitä kuvataan vielä toimintatavaltaan melko tuotantolähtöisiksi (Lindroos ja Lohivesi 2004).

Eläkkeelle jääminen ei voi aikaistua tulevaisuudessa, jolloin sitä ei myöskään voida käyttää myyntiargumenttina. Määttäsen (2006) mukaan eläkevakuutuksella ei ole ollut nytkään merkitystä työnjättöikään tai eläkeikään, kun taloudelliset seikat on otettu huomioon. Finanssitavaratalot ovat laajentaneet konttoriverkostojaan sekä asiamiestoimintaansa siinä määrin, että vakuutussäästöpalveluiksi luettavien eläkevakuutuspalvelujen saatavuus on parantunut huomattavasti.

Niiranen (2006, 181) näkee yksityisen eläkesäästämisen vahvuutena sen, että se on säästäjään päin täysin rahastoiva järjestelmä. Siten yksilöllisen eläkesäästön vastuu ei siirry tuleville sukupolville eikä näin ollen aiheuta yhteiskunnalle paineita ja ongelmia.

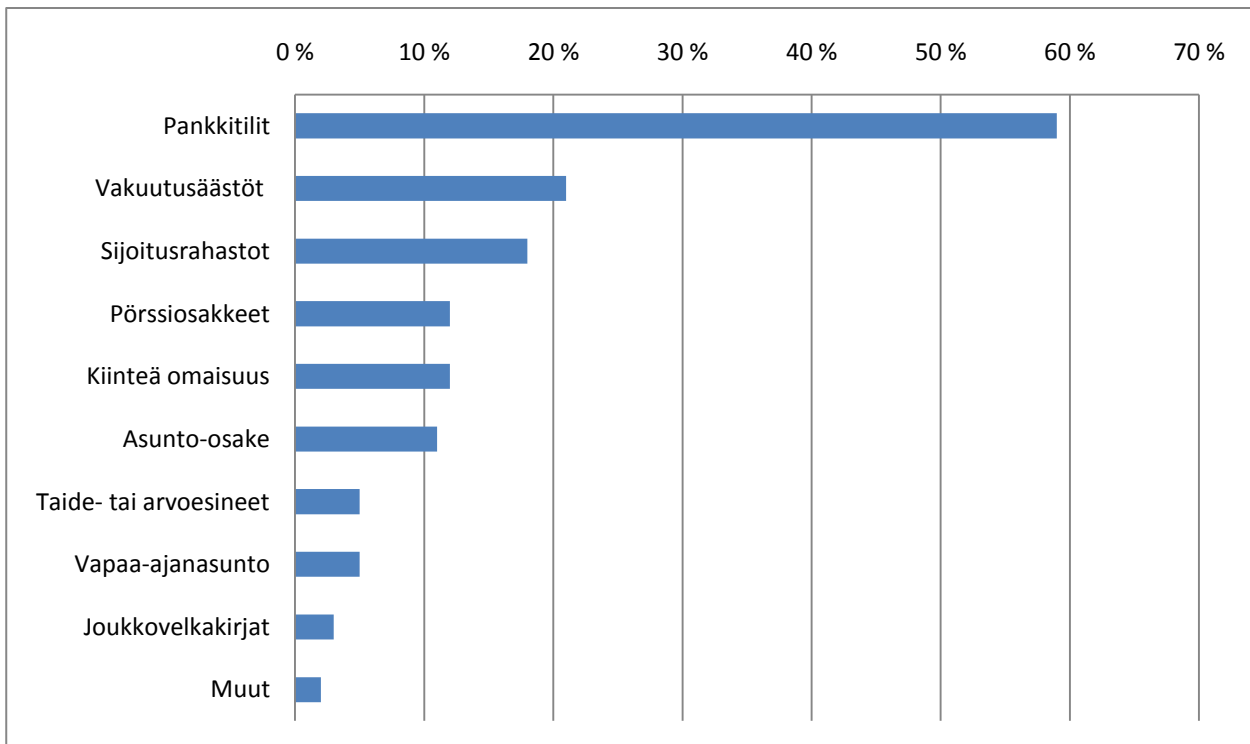
Vaikka puhetta suomalaisten säästämis- ja sijoitustietämyksen kasvusta on paljon, on edelleen tyypillistä, että varoja pidetään pieniriskisillä ja lähes tuottamattomilla käyttelytileillä. Käyttelytilit ovat turvallinen ja helppokäyttöinen tapa säästää verrattuna vakuutussäästämiseen ja muihin

sijoitusinstrumentteihin (Puustinen 2008). Vakuutussäästötuotteisiin säästäminen toteutetaan pienissä erissä. Silloin voidaan ehkä olettaa, että kuluttajat ovat valmiimpia ottamaan enemmän riskiä verrattuna tilanteeseen, jossa sijoitetaan suuria summia kerralla. Eniten tutkimuksia ja vertailuja säästövaihtoehtojen kannattavuudesta on tehty perinteisen vapaaehtoisen eläkevakuutuksen ja rahastosäästämisen välillä, sillä niitä on kulujen ja sijoituskohteiden samankaltaisuuden vuoksi ollut helppoa vertailla.

Vaihekoski (2003, 567) on tullut vertailussaan siihen tulokseen, että yksi eläkevakuutuksen keskeisimmistä ominaisuuksista on mahdollisuus sijoittaa nettomääräisesti rahastosäästäjää enemmän verottajan avustuksella. Tällöin eläkevakuutus on osoittautunut ylivoimaiseksi suhteessa suoraan rahastosäästämiseen, kun henkivakuutuksen osuutta ei ole huomioitu. Laskutapojen moninaisuus ja epävarmuus tulevasta häiritsevät kuitenkin vertailujen tekoa, sillä esimerkiksi henkivakuutuksen efektiiviset kustannukset voivat nopeasti muuttaa eläkevakuutuksen kannattavuutta.

Turvallisuushakuisuuden sijasta saattaakin olla syytä tarkastella säästämisen motiiveja. Niistä voidaan hakea syitä siihen, miksi niin moni säilyttää varojaan käyttelytileillä. Motiivin löytäminen vastaa myös mahdollisesti kysymykseen, millä perusteella säästetään mihinkin, ja mitä arvoa se säästäjälle tuottaa. Tilastokeskuksen tammikuun 2010 kuluttajabarometrin mukaan keskeisin motiivi on edelleen säästää ”pahan päivän varalle”. Yli puolet kotitalouksista säästää yllättävän rahan tarpeen varalle. Edelleen säästetään lomien ja matkojen toteuttamiseksi, mutta kolmanneksi tärkeimpänä motiivina säästämiseen kotitaloudet mainitsevat varautumisen vanhuuden varalle. (Tilastokeskus 2010.)

Kun kotitalouksilta on kysytty tammikuussa 2010 säästöjen sijoitusmuotoja seuraavien kahdentoista kuukauden aikana (kuvio 7), ovat pankkitilit ylivoimaisen suosittuja. 57 prosenttia kotitalouksista säästää pankkitileille. Vakuutussäästöissä arvioidaan olevan säästöjä 21 prosentilla kotitalouksista ja sijoitusrahastoissa 18 prosentilla. Suoraan osakkeisiin sijoittaa 12 prosenttia kotitalouksista. (Tilastokeskus 2010.) Ps-tili voi sisältää edellä mainittuja sijoitusinstrumentteja, mutta ei voida suoraan päätellä, jakaantuisivatko ne ps-tilin sisällä samoin. On huomioitava, että ps-tili itsenäisenä instrumenttina ei kuitenkaan ole ominaisuuksiltaan samanlainen, kuin sen kohteet. Oletettavasti tilisäästämiseen orientoituneet henkilöt saattaisivat tallettaa varojaan ps-tilin tilisäästöön, sillä säästötilillä ps-säästämisilikonaisuuden sisällä on olemassa talletussuoja.



Kuvio 7. Kotitalouksien säästöjen sijoitusmuodot seuraavan vuoden aikana

Puustinen (2008) painottaa sitä, että pääoman säästäminen johonkin kohteeseen ei yksin luo arvoa kuluttajalle vaan se, miksi juuri esimerkiksi vakuutus tuotteen ominaisuudet tyydyttävät tarpeet muita säästöinstrumentteja paremmin. Puustisen esimerkissä kuluttaja on saanut palvelua, jonka vuoksi hän on saanut pääomalleen riittävää tuottoa. Lisäksi kuluttaja voi kokea mielihyvää siitä, että on onnistunut säästämään kurinalaisesti. Eli vaikka kuluttajan tavoite ehkä onkin ollut elinkaarisäästäminen, on hän saanut mielihyvän tunnetta pitkin elinkaarta siitä, että säästöt ovat turvassa ja eläkeaikana taloudellinen tilanne tulee olemaan keskimääräistä parempi. Vakuutussäästämisen erityisominaisuus on myös sijoituskohteiden tuoma arvo.

Esimerkkinä Puustinen (2008) on maininnut sijoituskohteiden olevan usein nimetty ekologisuutensa, matala- tai korkeariskisyytensä sekä sijoituskohteidensa eettisyyden mukaan. On kuitenkin huomattava, että asiakkaan saamassa arvokokemuksessa on paljon yksilöllistä vaihtelua, mikä tekee markkinoinnista ja palveluiden sekä tuotteiden kehittämisestä haastavaa. Harrison, Waite ja White (2006) ovat tutkineet eläkevakuutuksien ostopäätöksiä ja niiden motiiveja. Tavoitteena on ollut yksilöiden tekemän eläkevakuutusostopäätöksen vaikeuden osoittaminen. Tulosten mukaan ostopäätökset eivät ole kuitenkaan täysin tiedostettuja saati rationaalisia, varsinkaan tuotteisiin liittyvän riskin osalta. Tällaista ”analyysihalvausta” luonnehtii parhaiten

sekavuus, monimutkaisuus ja apatia. On ymmärrettävä, että päätöksiin liittyy haasteita ja esteitä. Sen lisäksi, että selvitetään säästämismotiivit, pitää olla perillä myös siitä, mitä tarpeita kuluttajaryhmillä on tarkasteltaessa vakuutussäästötuotteita. Saatujen tietojen perusteella on päätettävä, minkä ryhmän tarpeita ja millä keinoin ryhdytään tyydyttämään. Arvon tuottaminen koskee myös palvelukanavia (ks. myös Ballantyne & Varey 2006).

Arvioitaessa eläkevakuutuksen sopivuutta ikäryhmien perusteella on Vaihekoski (2003) esittänyt, että toisin kuin on aiemmin esitetty, nuorille eläkevakuutus ei olekaan niin kannattava, kuin markkinoinnissa annetaan ymmärtää. Optimaalisin ikä säästämisen aloittamiseen on Vaihekosken mukaan noin 40–55 vuotta. Esitettyä myöhempi säästämisen aloittaminen puolestaan ei lyhyen sijoitusaikansa vuoksi ehdi kompensoimaan korkeita maksuja. Ikää ja veroastetta ei pidä laskelmissa kuitenkaan erottaa. Eri tekijöillä on vaikutusta toisiinsa. Esimerkiksi työuran tulotason voidaan todeta vaikuttavan siten, että eläkevakuutuksen voidaan selkeästi olevan hyödyllisempi korkeampituloisille. Vaihekoski pyrkii monen muun asiaa tutkineen tavoin vaikuttamaan kuluttajaan selkeiden vertailulaskelmien avulla. Silloin korostetaan pääasiassa taloudellista hyötyä.

5.2 Arvon tuottaminen asiakkaalle

Tutkittaessa arvon muodostumista ja eläkesäästämistuotteita voidaan havaita, että ratkaisuja ihmisen tekemien valintojen ymmärtämiseen on haettu erilaisten käyttäytymismallien avulla. Kuluttajia on pyritty ryhmittelemään säästämiskäyttäytymisensä perusteella todeten samalla, että jokainen säästämispäätös on erilainen ja tuloksena on yksilöllinen, preferensseihin ja elämäntilanteeseen liittyvä säästämiskäyttöratkaisu. Vaikka lain ja markkinointiteorioiden yhteensovittaminen järkeväksi kokonaisuudeksi on haastavaa, uudessa kilpailutilanteessa onnistumisessa on tärkeää tunnistaa valintoihin vaikuttavia tekijöitä sekä lain velvoitteet. Menestyksekkään yhdistelmän myyntikentällä saattavat näitä tietoja yhdistelemällä muodostaa henkilökohtainen yhteys kuluttajaan ja oikeiden ja riittävien tietojen antaminen läpinäkyvyyperiaatteen mukaan. Tärkeää on myös asiakkaan päätöksentekoa tukevien palvelujen kehittäminen.

5.2.1 Tarpeiden selvittäminen ja tunneperäisyys

Niirasen (2006) mukaan säästäjä miettii säästöstrategiansa pitkälti elämäntilanteensa, ikänsä ja luonteensa perusteella. Edellä mainittujen ominaisuuksien perusteella säästäjät on mahdollista jakaa riskiä hakeviin, riskiä sietäviin ja riskiä karttaviin (ks. Kallunki, Martikainen & Niemelä 2002, 32–34). Jaottelu on hyvä tehdä, sillä riskinottohalukkuus vaikuttaa merkittävästi säästötuotteen valintaan. Uuden pitkäaikaissäästämislain sisältämä tuotevalikoima sisältää laajasti kaikille profiileille sopivia tuotteita. Eläkevakuutuksen verotuen on ajateltu olevan säästämisen aloittamiseen kannustava niinkään riippumatta riskinottohalukkuudesta.

Asiakaspalvelun elinkaarimallin (ks. Ives & Mason 1990) mukaan palvelu koostuu neljästä eri vaiheesta, jotka ovat tarvevaihe, hankintavaihe, omistusvaihe ja luopuminen. Puustinen (2008) on nivonut vakuutussäästämisen yhteen elinkaarimallin kanssa. Tarve säästää tai sijoittaa tyydyttyä ottamalla vakuutus tai aloittamalla säästäminen. Hankintavaiheessa vertaillaan eri sijoitusvaihtoehtoja ja päädytään johonkin palvelukanavaan, josta vakuutus voidaan ottaa. Eri kanavista saadaan päätöstä ohjaavia lisätietoja. Omistaminen luokitellaan sopimuksen voimassaoloajaksi ja luopuminen ehtojen mukaiseksi sopimuksen päättymiseksi. Palveluntarjoajan näkökulmasta on tärkeää tunnistaa paitsi motiivit, myös kuluttajien palvelun käytöstä saama arvo. Palveluntarjoajien olisi tärkeää onnistua vaikuttamaan kuluttajaan tarve- ja hankintavaiheessa.

Niiranen (2006) toteaa edelleen, että henkilökohtaiset ominaisuudet vaikuttavat myös siihen, miten säästäjä lähestyy vanhaksi elämiseen varautumista. Niiranen mainitsee kolme esimerkkiä lähestyä säästämistä. Varsinkin nuorten suosima tapa on miettiä, paljonko jää kuukausittain ylimääräistä rahaa, ja kuinka suuri osa siitä olisi mahdollista käyttää tulevaisuutta varten. Sen perusteella voi pyytää henkivakuutusyhtiöltä tarjousta säästämiseen. Toisaalta hieman iäkkäämmät voivat miettiä, mikä on eläkeaikaisen lisäturvan tarve, ja paljonko tulisi säästää kuukausitasolla, jotta vaje olisi mahdollista täyttää. Kolmanneksi voidaan miettiä eläkesäästämistä puhtaasti verohyödyn kautta. Tavoitellaan mahdollisimman suurta verohyötyä eli pyritään minimoimaan veronmaksu. Itsensä vakuuttaman yksityishenkilön on mahdollista saavuttaa täysi verohyöty 5000 euron suuruisen vakuutusmaksun vuosittain suorittamalla (Osuuspankki 2010). Niiranen (2006) kuvaa verohyödyn vuoksi säästävää riskiä hakevaksi. Tuottoa ja hyötyä haetaan muista arvoista ja asioista tinkimällä. Kuluttajan päätöksentekoa tulisi jatkuvasti voida seurata käyttäytymistieteen menetelmin. Aiempi luokittelu auttaa kuitenkin karkeasti hahmottamaan säästäjien käyttäytymismalleja.

Lassila ym. (2007) esittävät, että puhdasta elinkaarimalliajattelua parempia tuloksia on saatu malleilla, joissa elinkaarikulutuksen tasaamisen lisäksi on otettu huomioon: varovaisuussäästäminen, perintösäästäminen, kuluttajien odotusten muodostuminen, luottomarkkinoiden epätäydellisyys, kertynyt eläkevarallisuus ja julkisen talouden rooli riskien uudelleen jakajana. Lisäksi elinkaariajattelua on pyritty täydentämään, tai jopa haastamaan psykologiseen käyttäytymiseen nojaavat käyttäytymismallit.

Arvioitaessa kuluttajan kokemaa arvoa on muistettava, että yhdelle tärkeää voi olla tämänhetkinen veroetu eli nykyisten käytettävissä olevien varojen määrä. Toinen taas sietää kulutuksen siirtämistä, jolloin arvostetaan tulevaisuuden taloudellista turvaa. Kolmas mahdollisesti kokee arvoa, kun sijoittaminen eettisiin kohteisiin on mahdollista. Puustinen (2008) ennustaa, ettei palveluntarjoajien ole tuotteiden ja palvelujen avulla mahdollista luoda asiakkailleen uusia tarpeita. Jo olemassa olevat tarpeet ovat kuitenkin kaivettavissa esiin, mikä haastaa palveluntarjoajat positiivisesti. Motiivien tunnistamisen lisäksi tulee tiedostaa eri kuluttajaryhmien tarpeet ja kyvyt.

5.2.2 Oikeat ja riittävät tiedot

Markkinoilla oleellimmat erot yhtiöiden tarjoamien tuotteiden välillä sisältyvät kulurakenteeseen. Oulun yliopiston professorin Hannu Kahran mielestä kustannusten tulisi olla aina ensimmäinen kriteeri, jolla valintoja tehdään. Osakesäästäjien keskusliiton puheenjohtaja Timo Rothovius puolestaan kehottaa huomioimaan myös sijoittamiselle asetetut rajoitukset. (Lampinen 2009.)

Tuotteiden ominaisuudet tuntuvat aiheuttavan kuluttajille hyötyjä tai haittoja, joiden johdosta kuluttajat valitsevat tai jättävät valitsematta itselleen vakuutussäästötuotteen muiden vakuutus- ja säästötuotteiden sijaan (Puustinen 2008; Zeithaml 1988). Tuote on yleensä osa vakuutussäästöpalvelua, josta ymmärrettävästi peritään maksu. Vertailtavuuden näkökulmasta huonoa on, jos palveluntarjoajat alkavat periä kuluja prosentuaalisesti. Pahinta on, jos ne sidotaan pankkien omiin bonus- ja kanta-asiakasjärjestelmiin. Tämän jälkeen todellisten hintojen, listahintojen, maksettujen hintojen ja mainostettujen hintojen vertailu saattaa käydä tuskalliseksi. (Pulli 2009.) Vakuutussäästöpalvelua kuluttaessa käytetään tuotteen lisäksi erilaisia tukipalveluja koko sopimusajan. Esimerkkinä voidaan mainita erilaiset katsaukset sijoitusten kehityksestä, verkkopalvelut ja laskurit sekä henkilökohtainen asiakaspalvelu.

Puustisen (2008) mukaan yhtiöt, jotka myyvät vakuutussäästöpalveluita sähköisesti, tarjoavat sähköisissä palveluissaan enemmän tuotekohtaista informaatiota kuin yhtiöt, jotka eivät käytä sähköisiä palveluitaan myyntikanavana. Isokoski (2006) esittää, että informaation esitystapa vaikuttaa siten, että kuluttaja ei tiedosta oikealla tavalla riskiä, jonka on ottanut aloittaessaan vakuutussäästämisen. Shanteaun (1992) mukaan kuluttajilla itsellään on taipumus riskiä arvioidessaan toimia epärationaalisesti eikä suinkaan hyötyään maksimoiden. Kahneman (2003) puolestaan väittää, että kuluttajien riskiä sisältävään päätöksentekoon vaikuttaa olennaisesti se, millaista informaatiota tuotteen ominaisuuksista annetaan.

Tuotteiden ominaisuuksien ja riskin ymmärtäminen edellyttää usein vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa. Pöllänen (2007) esittää, että ymmärtääkseen täysin asiakokonaisuuden asiakkaan olisi ensin tunnettava monimutkainen sosiaaliturva. Vakuutustuotteet sisältävät lisäksi esimerkiksi matematiikkaa ja juridiikkaa, jotka vaikuttavat muun muassa hinnoitteluun. Konkreettisten asioiden ajatellaan herättävän asiakkaan kiinnostuksen. Esimerkiksi lakisääteisen eläketurvan osajia omaavat palveluntarjoajat voivat luoda asiakkaalle arvoa osoittamalla tälle tämän henkilökohtainen lisäeläketurvan tarpeen. (Hyypöläinen 2010.) Käytännössä yhtiöillä on hoidettavanaan pitkäaikaisia ja sitoutuneita asiakassuhteita, mikä antaa suuria mahdollisuuksia asiakkuudenhallintaan. Osana kokonaispalvelua, Puustinen (2008) painottaa kirjautumista vaativien palvelujen, kuten henkilökohtaisen verkkopalvelun osuutta hyödyn tuottamisessa asiakkaalle. Kuluttajan on itse mahdollista seurata sijoituksiaan ja tehdä niihin muutoksia sekä lähettää esimerkiksi kysymyksiä palveluntarjoajalle. Tuoton muodostumisen kannalta on tärkeää seurata sijoituksia ja niiden kehittymistä pitkällä tähtäimellä. Varsinkin nuoret tuntuvat arvostavan ja pitävän houkuttelevana tätä palvelun ulottuvuutta osana säästämistä (Mäenpää 2006).

Merkityksellinen tieto asiakkaalle on esimerkiksi, että tuotto-olettama on rahastojen historialliseen kehitykseen perustuva arvio, joka ei ole lupaus rahaston tulevasta kehityksestä. Vakuutus sopimus ei ole omaisuudenhoitosopimus, eli palveluntarjoaja ei ole velvollinen muuttamaan sijoituskohteita vakuutusnottajalle edullisemmaksi, ellei asiasta ole erikseen sovittu. Voidaan myös todeta, etteivät sijoitussidonnaiset vakuutukset sovellu päiväkauppaa harrastaville sijoittajille, sillä palveluntarjoajat usein pidättävät muutaman pankkipäivän rahaston toteuttamisaikaa. (Kuluttajien vakuutustoimisto 2008.)

Tutkittuaan sähköisen palvelukanavan toimivuutta vakuutussäästötuotteisiin liittyen Puustinen (2008) toteaa, etteivät palveluntarjoajat ole lähteneet aktiivisesti myymään sijoitussidonnaisia eläkevakuutuksiaan internetissä, vaan niiden tarkoitus on ollut tukea hankintavaiheessa kuluttajaa

antaen tämän tarvitsemaa informaatiota. Palveluntarjoajien kotisivuja on kuvattu näyteikkunoiksi tiedon valtatiellä (Kettunen & Filenius 1998).

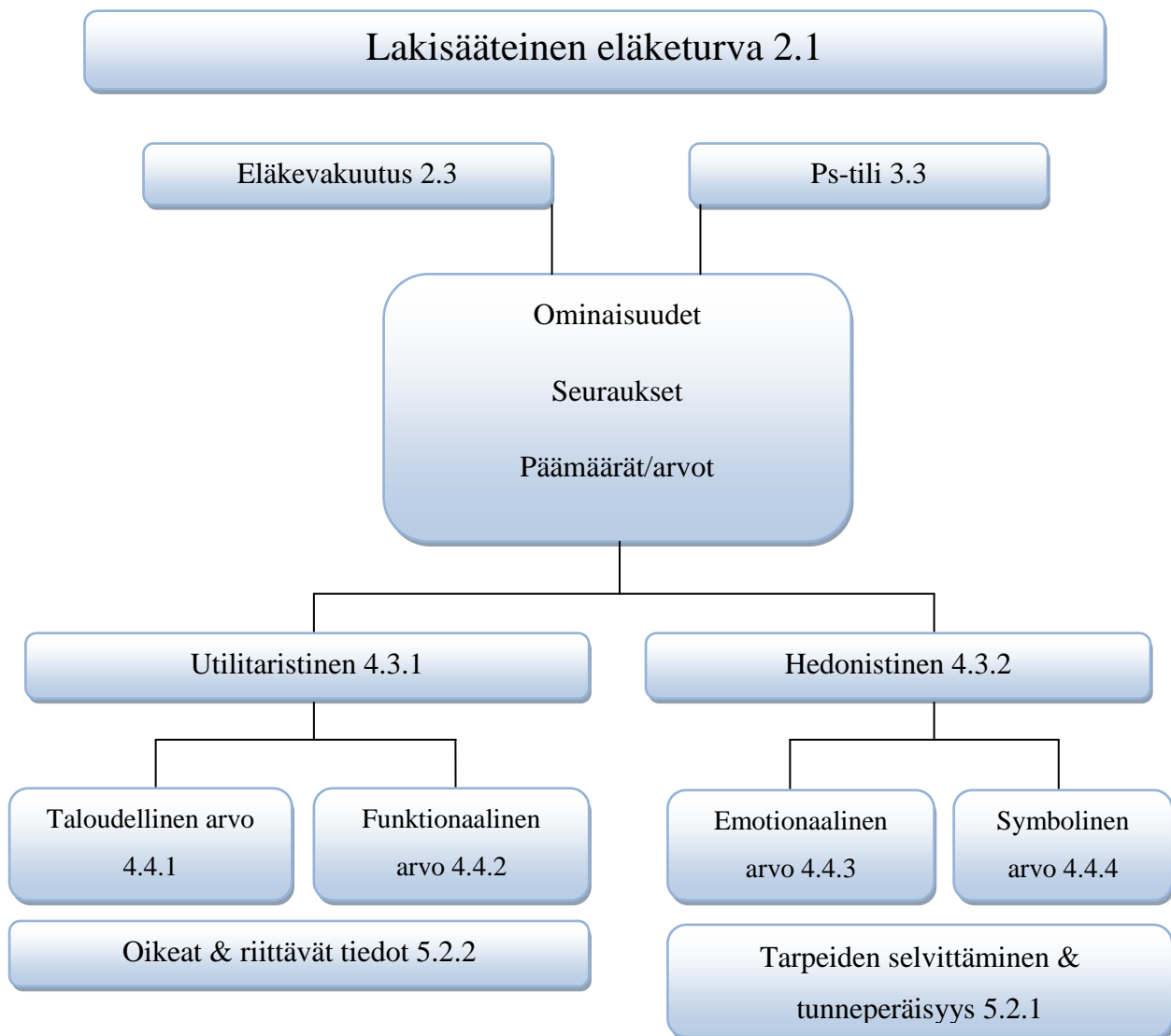
Tukitoimenpiteenä on säädetty jo aiemmin tutkielmassa esitelty direktiivi Markets in Financial Instruments (MiFID). Direktiivin mukaan ei riitä, että kuluttajalle annetaan ainoastaan hankintaa tukevaa tuotekohtaista informaatiota, vaan keskeiseksi osaksi palvelua tulee myös kuluttajan tarpeiden selvittäminen. Lisäksi on selvitettävä kuluttajan kokemus sijoittamisesta sekä tämän tavoitteet ja riskikäsitykset. (Finanssialan Keskusliitto 2010.) Direktiivin pohjalta voidaan siis ajatella tavoiteltavan tarvelähtöistä ajattelutapaa, jonka antama informaatio on voitava visualisoida ymmärrettävästi. Silloin kuluttaja saadaan aktivoitua ja osallistumaan parhaimmillaan itse palveluiden tuottamiseen.

Paras lisä palveluntarjoajalle on sähköisesti toimiva ja kannustava sähköinen tukipalvelu. Onnistunut sähköinen palvelu antaa avaimet erottumiseen, sillä eläkevakuutusäästötuotteet eivät sisällä paljonkaan eroja sijoituskohteiden ja kulurakenteen lisäksi. Ongelmana onkin tuotteiden vaikea vertailtavuus ja vertailun viemä aika, joka tuntuu lisäksi olevan niukka hyödyke. (Puustinen 2008.) Lassilan ym. (2007) mukaan koulutustason nousu lisää kotitalouksien pitkän aikavälin taloudellista suunnittelua. Vaikka tuotekehityksellä ja verotuksella on keskeinen rooli, pidetään tiedon lisäämistä keskeisenä kysyntään vaikuttavana tekijänä, johon yhteiskunta ja vakuutusyhtiöt voivat vaikuttaa. Hyypöläinen (2010) pitää keskeisenä erottumistekijänä erityisesti asiakkaan tarpeeseen jalostettua informaatiota, joka liittyy ostettuun tuotteeseen tai palveluun. Tiedon määrä ei ole ratkaiseva, vaan laatu eli soveltuvuus asiakkaalle ja tiedon jalostaminen helposti ymmärrettävään muotoon. Keskeistä on asiointin vaivattomuus, esimerkiksi käytettävissä olevat verkkopalvelut.

5.3 Teoreettisen viitekehityksen uudelleenarviointi

Tutkielman teoreettinen viitekehitys kuvaa lakisääteisen turvan tukemista vapaaehtoisin järjestelyin. Viitekehitys sisältää myös säästämistuotteiden ominaisuuksien kautta saavutettavat hyödyt asiakkaalle. Niiden tuottamisessa onnistuminen todennäköisesti tuottaa palveluntarjoajalle kilpailuetua markkinoilla. Saatujen tietojen perusteella markkinat ovat lakimuutoksen jälkeen vaiheessa, jossa jokainen toimija hakee omaa paikkaansa. Oletettavasti yksilöllinen vapaaehtoinen eläkevakuutus ja ps-tili löytävät molemmat omat markkinansa, jos markkinoinnissa onnistutaan. Ne

eivät ole toisensa poissulkevia säästämisinstrumentteja, vaan niiden sisältämien ominaisuuksien ymmärtäminen ratkaisee, kumpi tuottaa asiakkaalle enemmän hänen arvostamiaan asioita. Lakisääteistä eläketurvaa on valtion tukemana mahdollista lisätä ps-tilin tai eläkevakuutuksen muodossa. Keino-päämäärä -ketjumalli on käyttökelpoinen väline arvioitaessa tuotteiden ominaisuuksia ja niistä saatuja seurauksia, jotka tuottavat asiakkaalle hänen lopulta arvostamiaan asioita. On positiivista, jos tuotteen tai palvelun käytöstä voi seurata sekä utilitaristisia että hedonistisia hyötyjä. Käytännössä siinä voidaan onnistua, jos pystytään tunnistamaan asiakkaan tarpeet ja antamaan tarpeeksi asiakkaalle jalostettua tietoa päätöksenteon tueksi. Siksi teoreettista viitekehystä on syytä laajentaa aikaisemmasta (kuvio 8).



Kuvio 8. Teoreettisen viitekehysten uudelleenarviointi

6 LOPUKSI

6.1 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen tavoitteena on ollut kuvata oleellisena osana vanhuudenturvaa yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuuttamisen merkitys. Tarve on tullut jäädäkseen. Tutkielman luettuaan lukijalla tulisi olla käsitys lakisääteisestä eläketurvasta ja epätäydellisestä informaatiosta sen tulevaisuuden tasoihin liittyen. Siksi on käsitelty eläkevakuuttamista ja omaehtoisen varautumisen laajentamista lainsäätäjien toimesta, ja lisäksi on kuvattu uuden markkinakentän kilpailevat tuotteet ja niiden ominaisuudet. Asiakkaan kokemaa arvoa säästämistuotteisiin liittyen on pyritty määrittelemään siltä osin kuin se on mahdollista.

Kantavana ajatuksena on ollut osoittaa, että säästämisspäätökset ovat yhä enemmän hedonistisia. Arvokokemus puolestaan perustuu tuoteominaisuuksiin, jotka toteutuessaan tuottavat asiakkaalle hänen arvostamiaan seurauksia ja joihin vaikuttavat asiakkaan omat henkilökohtaiset preferenssit. Siksi tutkimuksen tuloksiin on syytä suhtautua varauksella. Jokainen asiakas on erilainen. Kuitenkin joitain yleistyksiä on tehtävä, jotta palveluntarjoajat kykenevät luomaan markkinointistrategioitaan. Lisäksi tutkimuksen laadullisuus jättää tulkinnalle liikkumavaraa, sillä tutkittavaa aihealuetta ei ole tämän tutkielman mittakaavassa ja ajankohtana ollut mahdollista eikä tarkoituksenmukaista mitata kvantitatiivisin menetelmin. Tämä johtuu siitä, että aiempaa tutkimusta ei ole juuri voitu tehdä, koska kokemus lakimuutosten seurauksista käytännössä puuttuu.

Mielenkiintoisen aiheesta on tehnyt se, että aihealue on kirvoittanut voimakkaasti kantaaottavia kirjoituksia talousjulkaisuissa jo ennen lakimuutosta. Niitä leimaa selkeästi kirjoittajan tai hänen edustamansa tahon intressi suhteessa lakimuutoksen veromuutoksiin ja sitovuuteen sekä kulurakenteiden vertailuun. Asiantuntijahaastattelut ovat antaneet toivottua sävyä aihealueen tarkasteluun. Lehtiartikkeleiden käyttöä lähteenä on syytä tarkastella kriittisesti, sillä niiden sanomalla ei välttämättä ole tieteellisiä perusteita. Aihealueen tutkiminen on kuitenkin mielenkiintoisempaa, kun asiasta ollaan montaa mieltä.

Tutkielmien tekemisen yhteydessä arvioidaan yleensä niiden reliabiliteettia ja validiteettia. Reliabiliteetti kuvaa sitä, missä määrin mittari mittaa tutkittavaa ominaisuutta. Validiteetilla tarkoitetaan mittarin pätevyyttä, eli mittaako se tarkoitettua asiaa. On myös kyseenalaistettu, tarvitaanko tiettyjä mittareita tutkimukselle, jonka arviointi tapahtuu lukijan päässä,

tutkimustulosten ja kriittisen lukijan välisessä vuorovaikutuksessa. Olisi epäloogista ennalta määrittellä kriteerit, joita vasten verrata tutkimusta. Tärkeämpää on pystyä kuvaamaan ja perustelemaan tutkimuksen kulku sekä ratkaisut, joilla tutkimuksen luotettavuutta on pyritty arvioimaan. (Garrat ja Hodkinson 1998.)

6.2 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen

Yksiselitteisten vastausten saaminen tutkitusta aiheesta on haasteellista, jopa mahdotonta. Siksi tavoitteena onkin ollut tutkimusaiheen onnistunut kuvaaminen ja ymmärtäminen. Vaikka aikaisempiin tutkimustuloksiin asiakkaiden käyttäytymisestä voidaan tutustua, on pitkäaikaissäästämissä mukanaan tuomat markkinat Suomessa uudet. Vaikka tuotteet ja säännöt muuttuvat, ihmisten käyttäytyminen tuskin muuttuu radikaalisti, jolloin käyttäytymisen peruseräitä voidaan pitää pohjana markkinointisuunnittelulle. Tutkimuskysymyksiä tutkielman alussa esitettiin:

- Miten yksilöllisen vapaaehtoisen eläkesäästämisen toimintaympäristö tulee muuttumaan?
- Miten uusi ps-tili tulee muuttamaan kilpailutilannetta, jossa vapaaehtoinen eläkevakuutus on kilpaillut siitä eroavien tuotteiden kanssa?
- Mitä ominaisuuksia tuotteen tai palvelun tulee sisältää tulevaisuudessa ollakseen arvokkaita asiakkaalle, joka päättää aloittaa säästämisen eläkeaikaansa varten?

6.2.1 Toimintaympäristön muuttuminen aktiiviseen ja asiakaslähtöiseen suuntaan

Pitkäaikaissäästämissä voidaan pitää merkittävä edistyksenä tavoitteellisessa säästämisen kannustamisessa. Muissa EU-maissa on jo kokemuksia onnistuneista pitkäaikaissäästämis tuotteiden lanseerauksista. Samalla perinteisen eläkevakuutuksen tuotekehitykseen ja markkinointiin tullaan luultavasti panostamaan enemmän. Kilpailu lisää palveluntarjoajien valppautta. Molempia säästämisvaihtoehtoja tullaan edelleen varmasti aktiivisesti tarjoamaan kuluttajille. Toivottavaa olisi, että ”eläkevakuutuksen myynti” muuttuisi ”eläkeikäisten ratkaisujen tarjoamiseksi asiakkaille”. Lähtökohtana olisi laajempi asiakkaan elämäntilanteen kartoitus ja sopivan tuotteen löytäminen säästämisen välineeksi. Kaikille ei edes tulisi tarjota samoja vaihtoehtoja. Palveluntarjoajat voivat erottua osaamisellaan ja asiantuntemuksellaan myös sosiaalivakuutusturva

pohjanaan käyttäen. Hedonistisuus ja viihteelliset ominaisuudet ja asiakkaan ottaminen mukaan palvelun tuottamiseen keventänevät vakavan asian ratkaisemista asiakkaan eduksi.

6.2.2 Ps-tili piristää markkinoita ja laajentaa säästäjäkuntaa

Uusi ps-tili avaa kilpailun eläke-aikaan varautumista helpottavien tuotteiden myynnissä. Verovähennysoikeus ei ole enää ylivoimainen myyntivaltti, mutta sijoituskohteiden muuttamista verovapaasti voidaan markkinoida veroetuna. Verot maksetaan vasta tulevaisuudessa. Ps-tilin valitsevat henkilöt todennäköisesti hakevat useita edellä mainittuja hyötyjä. Palveluntarjoajat joutuvat työskentelemään asiakaspysyvyyden eteen entistä aktiivisemmin leimautumatta kuitenkin kalleimmaksi yhtiöksi tarkasteltaessa esimerkiksi sopimuksen siirtämiselle osoitettuja kuluja. Vastakkain asettelu ps-tilin ja perinteisen yksilöllisen vapaaehtoisen eläkevakuutuksen välillä ei välttämättä tule olemaan jyrkkä, vaan ne tullaan esittelemään vaihtoehtoina tai toisiaan täydentävinä ratkaisuin, kun asiakkaasta on saatu riittävät tiedot. Samalla vanhoihin eläkevakuutuksiin maksamista voidaan yrittää aktivoida ennen lakimuutosta saavutetuilla eduilla, joita ovat esimerkiksi laajempi veroetu perintöverotuksessa sekä aikaisempi eläkkeen nostoikä. Ps-tili -asiakkaat kasvattavat eläke-aikaan varautuvien absoluuttista ja palveluntarjoajien avainasiakkaiden määrää.

6.2.3 Ominaisuuksien kehittäminen asiakkaalle lopullista arvoa tuoviksi

Ominaisuudet ovat tuotekohtaisia. Positiivista on, että tuotevalikoimassa on monipuolisesti tuotteita, joiden ominaisuudet voivat aiheuttaa useita seurauksia. Useampi tuoteominaisuus puolestaan voi aiheuttaa yhden seurauksen, jolla on asiakkaan arvokokemuksen kannalta oleellinen merkitys. Vain kysymällä asiakkaalta suoraan ja kartoittamalla hänen riskinottohalukkuutensa sekä muut preferenssinsä voidaan tarjota hänelle sopivaa säästötuotetta, ja ammattitaitoisen myyjän olisi myös tunnistettava kuvaako asiakas itseään ja elämäntilannettaan totuudenmukaisesti. Suunnitelman dokumentointi todennäköisesti motivoi asiakasta keskittymään itseensä ja elämäntilanteeseensa paremmin kuin jos keskustelu on vapaamuotoista. Ominaisuuksia on pyritty hahmottamaan ja luokittelemaan. Esimerkiksi Finanssialan keskusliiton määritelmän mukaan säästö- ja sijoitustuotteiden ominaisuuksia ovat: turvallisuus, riskittömyys, vaivattomuus, tuotto,

likviditeetti ja sijoituskohteiden arvon vaihtelu. Toisaalta ominaisuuksia ovat myös eläketurvan taso, veroedut, sijoitusaika ja perintösuunnittelun mahdollisuus. Keino-päämäärä -ketjumallin mukaan ominaisuuksista koituu asiakkaalle seurauksia, jotka tuottavat hänelle hänen todellisuudessa arvostamia asioita. Niihin liittyy yhä useammin elämyksellisiä piirteitä varsinkin, kun asiakas osallistuu itse aktiivisesti palvelujen tuottamiseen.

Vaihekosken (2010) mielestä yksinkertaisuus on valttia houkutelukseen laajaa yleisöä. Kuitenkin ps-tili saattaa kiinnostaa myös valvutuneempaa sijoittajaa, jolloin tärkeitä ominaisuuksia saattavat olla vielä monipuolisemmat sijoitusmahdollisuudet, kuten indeksiosuusrahastot ja joukkovelkakirjalainat, joihin sijoittaminen on perinteisesti hankalaa. Myös hyvä raportointi, helposti toteutettavat kaupat ja edullinen palveluntarjoajan vaihto houkuttelevat kokeneempia sijoittajia. Esimerkkinä valvutuneesta ja keskimääräistä varakkaammasta henkilöstä Vaihekoski mainitsee sijoittajaprofiilin, jolle kustannustehokas säästämisratkaisu on ainoa motiivi ja ”itsensä kurissa pitäminen” on ainoastaan negatiivinen asia eli kustannus. On siis otettava huomioon, että ps-tili tuonee säästäjäkuntaan merkittävän laajennuksen, mikä tarkoittaa säästäjäkunnan huomattavaa moninaistumista asiakasryhmittelyn ja tuotekehittelyn näkökulmasta.

6.3 Tulevaisuus ja kehitysnäkymät

Lassilan ym. (2007) mukaan eläkevakuutusten tarjonnan lisäämisen kannalta on oleellista saada kuluttajat kiinnostumaan tuotteesta. Tuotteet voidaan hinnoitella edullisemmiksi, jos käännteistä valintaa asiakkaiden suhteen saadaan vähennettyä ja jos vakuutusyhtiöt pystyvät suojautumaan riskeiltä joukkolainojen avulla. Suomalaisille vakuutus tuotteille ja -palveluille on ominaista, että asiakkaat eivät välttämättä tunnista tarvitsevansa vapaaehtoista henkilö- ja eläkeurvaa. Siksi tarvitaan hyvää myyntityötä, ja asiakkaalle on pystyttävä perustelemaan, että hän saattaa tarvita tietynlaisen vakuutuksen. Turvan tarve on tällöin oikeasti oltava olemassa. (Pöllänen 2007.)

Vakuutussäästäminen on edullista verotuksellisesti, sillä säästölle kertynyttä tuottoa ei veroteta vuosittain, vaan vasta kun vakuutussäästö maksetaan edunsaajalle. Kuluttaja voi siis vaihdella rahastoja vakuutuksen sisällä ilman, että niiden vaihdoista tai luovutusvoitoista perittäisiin veroa. Veroedut ovatkin vakuutussäästämisessä keskeinen tuoton muodostaja (Räbinä 2006). Siksi rahastosäästämiseen ohjatessa tuli pystyä tarjoamaan muutama kustannustehokas rahasto, joita on yksinkertaista ymmärtää (Vaihekoski 2010). Niiranen (2006) on vertaillut eri EU-maiden

pitkäaikaissäätämistukitoimia ja poiminut niistä kehityskelpoisia ideoita. Esimerkiksi Saksassa tuetaan säästökohteita suoraan. Läpinäkyvyys ja konkreettisuus toteutuvat, kun tuki maksetaan euromääräisenä tilille. Edelleen vaihtoehtona voidaan pitää valistuksen lisäämistä ja säästämisosaamisen parantamista, jolloin myös kotitalouksien säästämisen suunnitelmallisuus ja tuottavuus paranevat. Palveluntarjoajia uskottavamman, näkyvämmän ja luotettavamman roolin valistuksessa voisi ottaa yhteiskunnan instituutiot, joille rooli käytännössä sopisi.

Olellainen ominaisuus pitkäaikaissäätämisessä on mahdollisuus muuttaa säästövarojen sijoituskohteita. Pitkäaikaissäätämisen verotessa koron karttuminen korolle verovapaasti on merkittävä verotuki. Siten pitkäaikaissäätäminen säästäjän näkökulmasta on kaikilla vaihtoehtoisilla tavoilla tulkittava palkitsevaksi. Nykyiset eläkesäästömarkkinat ovat koko säästämisen kentässä pienet. (Niiranen 2006.) Nyt kun omaisuusmassaa on mahdollista sijoittaa useampaan vaihtoehtoiseen kohteeseen, voidaan näiden markkinoiden mahdollisesti olettaa kasvavan?

Professori Mika Vaihekoski Turun kauppakorkeakoulusta ei pidä jo julkaistujen palveluntarjoajien tuotteisiin sisältyviä kuluja mahdottomina. Vaihekoski pitää tärkeämpänä kilpailun lisääntymistä ja odottaa omien sanojensa mukaan jo malttamattomana tilapäisiä tarjouksia markkinoiden tehokkuusvaatimuksen tapaan. Yksi palveluntarjoaja on esimerkiksi ilmoittanut tarjoavansa säästämispalveluaan kolme ensimmäistä vuotta ilman hoitokuluja. Sen ajan jälkeen asiakkaan lähtöherkkyyden voidaan ilmeisesti katsoa pienentyneen. Veroedun tavoittelu on mennyt Vaihekosken mielestä jo liiallisuusiin. Veroedun avulla markkinointi ei välttämättä ole ajanmukaista. Veroedun voisi markkinoinnissa ulottaakin kohteiden vaihtelun verottomuuteen. Sen on todellinen etu, toisin kuin veroetu, josta maksetaan verot myöhemmin. Vaihekoski näkee ps-tilin tehokkaana riskienhallintavälineenä, koska tilin sisällä on mahdollista tehdä transaktioita, joita ei vallitsevan taloustilanteen puitteissa kannattaisi tehdä. Ps-tili toimii siis tavallaan myös suojana ja antaa aikaa reagoida talouden muutoksiin. (Niemi 2010.) Henkivakuutus tuotteita tarjoavan Mandatum Lifen toimitusjohtaja Petri Niemisvirta (2010) uskoo lisäksi, että sopimuksen ns. hintatakuu voi jatkossa olla vahva myyntivaltti, sillä laki ei edellytä aluksi määriteltyjen kustannusten pitämistä ennallaan sopimusaikana. Etu korostuu, jos kilpailijat nostavat hintojaan.

Asiantuntijat pitävät uudistusta positiivisena asiana varsinkin valinnanvapauden lisääntymisen vuoksi. Myös aavistuksia runsaudenpulasta on ollut, mutta läheskään kaikki palveluntarjoajat eivät ota kaikkia sijoitusinstrumentteja valikoimiinsa ainakaan heti alkuvaiheessa. Pienet hallinnointipalkkiot ja hyvin hajautetut riskit ovat avainasioita, toisaalta mitä nuorempi sijoittaja,

sitä enemmän riskiä voi ja kannattaa ottaa. Sekä Vaihekoski että Rothovius uskovat ps-tilien menestykseen. Varsinaisesta buumista voidaan puhua vasta, kun uudenaikaisesta säästämisestä on saatu kokemusta. Rothovius uskoo ps-järjestelmästä tulevan paljon eläkevakuutusjärjestelmää suositumpi. (Niemi 2010.)

Puustinen (2008) muistuttaa, että kuluttajilla on muitakin kuin taloudellisia ja funktionaalisia tavoitteita säästämiseen liittyen. Tällaisia voivat olla mm. kokemushakuisuus, halu kehittyä, itsensä ylittämisen tarve sekä sosiaalinen hyväksyttävyyys. Suoraan voidaan siis päätellä, että emotionaalisiin ja sosiaalisiin tarpeisiin tarttuminen ja niiden aktivoiminen tulee olemaan entistä tärkeämpää tulevaisuudessa. Mäenpää (2006) on havainnut, että nuoret potentiaaliset asiakkaat arvostavat tulevaisuudessa tuotteen ja palvelun monipuolisia, jopa viihdyttäviä ominaisuuksia. Pöllänen (2007) ehdottaa, että asiakashyvityksiin voisi kiinnittää huomiota erottuvuuden parantamiseksi. Rahassa annetut hyvitykset eivät välttämättä erotu asiakkaalle siitä arvosta mitä ne maksavat yhtiölle. Sen sijaan huomioiminen esimerkiksi onnittelun, neuvonnan tai pienen lahjan muodossa eläkkeelle jäävälle saattaa olla tunneperäisesti ajateltuna asiakkaalle jopa rahallista etua arvokkaampi.

6.3.1 Mahdollisuudet

Nordean säästämisen ja sijoittamisen palveluista vastaavan johtajan Timo Kuoppamäen (2010) mukaan pankit ovat toiveikkaita. Markkinoinnissa säästäjiä houkutellessaan lekottelevilla kissoilla, linnuilla, puilla ja muilla leppoisaan elämään viittaavilla mielikuvilla. Faktoina on käytetty elinaikakertoimen vaikutusta eläkkeisiin, väestön ikääntymistä ja huoltosuhteen heikentymistä. Ps-tili sopii hyvin keski-ikäiselle ja -tuloiselle ihmiselle.

Finanssialan Keskusliiton puheenjohtaja Timo Siivola (2009) arvioi taantumien hiljentävän ps-tilisäästämisen suosiota aluksi. Vanhojen eläkevakuutusten paremmat edut puolestaan voivat vahvistaa säästämistä varsinkin laskuperustekorkoisissa vakuutuksissa. Verrattuna sijoitussidonnaisiin eläkevakuutuksiin ps-tili voi viedä voiton nopeastikin. Siivolan mukaan verolainsäädäntöä pitäisi kuitenkin kehittää siten, että jo eläkkeellä olevalle annettaisiin mahdollisuus kertamaksuisen eläkkeen hankkimiseen esimerkiksi asuntoa vakuutena käyttäen.

Pörssisäätiön toimitusjohtajan Sari Lounasmeren (2010) mukaan Pörssisäätiön järjestämissä sijoitusilloissa joka kymmenes on ollut täysin uusi sijoittaja. Pörssiosakkeita omistaa joka neljäs kotitalous. Vuonna 2009 sijoitusrahasto-osuuksia oli joka kolmannella kotitaloudella. Tavalliselle ihmiselle kyse on enemmän pitkäjärjenteisestä säästämisestä kuin nopeasta rikastumisesta. Vastaalkaja joutuu perehtymään talouteen paljon, ja jokainen elää oman taloutensa realiteettien kanssa. Säästämisasioita on mietittävä pitkällä, oman talouden hallinnan perspektiivillä. Siihen kuuluu myös oman kulutuskäyttäytymisensä arvioiminen realistisesti. Positiivisina ominaisuuksina ovat verovähennysmahdollisuus ja sijoituskohteiden vaihtelu ilman veroseuraamuksia. Negatiivisia ominaisuuksia toisaalta ovat epävarmuus ehtojen ja verotuksen muutoksista.

Finanssialan keskusliiton mielestä kansalaisia ei pitäisi kannustaa käyttämään säästöjään eläkeajan ensimmäisinä vuosina, sillä hoivakulut ovat korkeimmillaan eläkeajan viimeisinä vuosina. (Niemi 2010.) Tässä hallitus on nyt päätenyt kompromissiin, ei tavoitella elinikäistä eläkettä, mutta nostoaikaa on pidennetty. Eläkevaroilla ei ole tarkoituskaan ostaa esimerkiksi purjevenettä. Sijoittamisesta ja säästämisestä keskusteltaessa on pystyttävä perustelemaan asiakkaalle, miksi hänen olisi syytä sitoa osa säästöistään. Lopullinen päämäärä eli arvo on sijoituskohdetta valitessa siis hyvä selvittää.

Eläkesäästäminen on pitkäjärjenteistä ja myös sen pelisäännöt tulisi luoda kestämään aikaa. Kaikilta säästämistuotteiden tarjoajilta on vaadittava pitkäjärjenteistä asiakkaiden etujen turvaamista ja vahvaa vakavaraisuutta. (Kauppi 2009.) Kyseinen vaade tulee toivottavasti karsimaan heikoin eettisin perustein tuotteitaan tarjoavat palveluntarjoajat pois markkinoilta.

6.3.2 Haasteet

Osakesäästäjien Keskusliiton toiminnanjohtaja Tomi Salo (2009) on huolissaan säästäminen riskeistä ja siitä, miten ne vaikuttavat tulevaisuudessa esimerkiksi hoivapalveluiden hintoihin. Salo pitää mahdollisena, että säästänyt henkilö joutuu maksamaan korkeampia hintoja käyttämistään palveluista varallisuutensa perusteella. Todellinen haaste on varmistaa, että säästänyt henkilö hyötyy säästöistään ja kulutuksen siirtämisestä ja että hänen turvaansa ei sillä perusteella huononeta sosiaalivakuutuksesta käsin. Vaihekoski (2010) toteaa, että perinteisen eläkevakuutuksen kiinnostavuus todennäköisesti heikkenee ps-tilin rinnalla, jos vakuutus ei muutu todelliseksi vakuutukseksi. Vakuutusominaisuus tässä tapauksessa tarjoaisi tietyn kassavirran

loppuelämäksi. Lisäksi lakimuutos jättää liikaa tilaa kustannusten nousulle ja asiakkaan lukitsemiselle esimerkiksi pankin vaihdon kustannusten myötä.

Toinen haaste voidaan havaita yhdistelemällä lakimuutoksesta ja käyttäytymisteorioista saatua informaatiota. Vaikka kansalaisia kuvataan aktiivisiksi, valikoiviksi, kriittisiksi sekä aikaisempaa itsenäisemmiksi ja uskottomammiksi, on vastuu sijoittamisesta edelleen suhteellisen suuri tavallisen henkilön harteille. Varsinkin, kun pitkä säästöaika muodostaa suuren säästösumman, jonka tuotolle kohteiden seuraamisella ja vaihtelulla on merkitystä. Tuotteen valinnassa on oltava selvillä pohjautuuko säästämisratkaisu esimerkiksi varovaisuussäästämiseen tai perintösäästämiseen, sekä onko otettu huomioon kuluttajien odotusten muodostuminen, luottomarkkinoiden epätäydellisyys, kertynyt eläkevarallisuus ja julkisen talouden rooli riskien uudelleen jakajana. Informaatio on ajasta ja paikasta riippuvaista eikä tulevaisuutta voi ennustaa. Päätöksiä tekevät ihmiset, ja ihmisen päätöksenteko on harvoin täysin objektiivista. Ostopäätösten ei ole havaittu olevan täysin tiedostettuja saati rationaalisia, varsinkaan tuotteisiin liittyvän riskin osalta. Näiden tietojen perusteella on tarjottava ratkaisuja kuluttajille ja tehtävä säästämisspäätöksiä.

6.3.3 Eläkevakuutus tai ps-tili

Kun lakimuutos on saatettu voimaan ja uusia tuotteita tulee markkinoille ripotellen, joutuvat kansalaiset vielä päättämään halutaanko varautua vanhuuteen ps-tilin vai perinteisen eläkevakuutuksen kautta. Oletuksena on, että säästäminen tulee yleisemmäksi tuotevalikoiman laajentumisen myötä. Perinteisen eläkevakuutuksen ominaisuudet eivät enää ole ylivertaisia kilpaileviin tuotteisiin nähden, kun ne liitetään ps-tiliin. Ps-tili tarjoaa määrällisesti enemmän mahdollisuuksia ja ominaisuuksia, jotka saattavat tuottaa asiakkaalle hänen arvostamiaan seurauksia ja tätä kautta arvoa. Perinteinen eläkevakuutus puolestaan tarjoaa edelleen varteenotettavan vaihtoehdon säästäjälle, joka ei ole kiinnostunut seuraamaan säästöjensä kehitystä aktiivisesti.

On todettu, että asiakkaan kokemat hyödyt voivat olla taloudellisia, funktionaalisia, emotionaalisia tai symbolisia. Symbolisen hyödyn käsitteeseen voidaan sisällyttää myös sosiaalisen hyödyn käsite. Onnistuakseen tuotekehittelyssä on hyödyt osattava palauttaa ketjun alkuun eli tuoteominaisuuksiin. On tehtävä yleistyksiä ja yritettävä ymmärtää ihmistä ja hänen käyttäytymistään. Ominaisuuksien on oltava mahdollisimman yksinkertaisia ja niiden käytettävyyden kyseisissä tuotteissa on oltava

hyvä. Tuoteominaisuuksien vertaamista koettuun hyötyyn saattaisi olla mahdollista käyttää myös osana markkinointia (kuvio 9).

	Taloudellinen	Funktionaalinen	Emotionaalinen	Symbolinen
Tilit	<ul style="list-style-type: none"> Matalatuottoinen Palvelumaksut Korot päivän saldolle tai kuukauden alimmalle saldolle 	<ul style="list-style-type: none"> Turvallinen Talletussuoja Likvidi Helppo Kilpailutettavissa Pakollinen Tilien saldoa on helppo seurata Palkkapäivät 	<ul style="list-style-type: none"> Ei sijoittamista Turvallisuuden tunne Tunneside pankkiin, ei tiliin 	<ul style="list-style-type: none"> Ei juuri symboliikkaa Määräaikaistalletukset riskinkarttajille
Rahastot	<ul style="list-style-type: none"> Verosuunnittelu vakuutuskuoressa Mahdollinen merkintäpalkkiottomuus Keskittämisedut muihin palveluihin Hyvät tuotot 	<ul style="list-style-type: none"> Reaaliaikaisuus kuluissa ja palkkioissa Tukipalvelut. Likvidi Helppo tunnistettavuus Ei sitovaa Välimuoto osake- ja vakuutussäästämisestä Helppo Nopea Yleisesti käytetty eläkesäästämisessä 	<ul style="list-style-type: none"> Eri sijoituskohteet arvostuksen ja preferenssien mukaan Tilissäätämistä vaativampaa Voi säästää useampaan kohteeseen Arvon vaihtelun sietäminen 	<ul style="list-style-type: none"> Paljon vaihtoehtoja Arvostuksen mukaan valittavissa Eripituisille sijoitushorisonteille omat tuotteet Tietämys markkinoista eduksi
Osakkeet	<ul style="list-style-type: none"> Suhdanneriippuvaisin Riskisin Hajauttamisen tärkeys Tappioiden uhka Korkeiden tuottojen mahdollisuus Vaihtoehtokustannukset 	<ul style="list-style-type: none"> Hyvä tuotto vaatii yleensä pitkän aikahorisontin Vaativaa Aikaa vievää 	<ul style="list-style-type: none"> Omistajuus Osallistuminen Oma tietämys Toimialatuntemus Ennakoiva ote säästämiseen 	<ul style="list-style-type: none"> Tietoinen riskinotto Vastuu Oikeus osinkoihin Korkea sosiaalinen statusarvo
Eläkevakuutus/ Ps-tili	<ul style="list-style-type: none"> Verotuettu Sijoituskohteiden vaihto maksutta Pitkä sijoitusaika Saattaa olla kallis Sitova Tuotto korkoa korolle Kulut sidottu muuhun asiakkuuteen Keskittämisedut Verosuunnittelu 	<ul style="list-style-type: none"> ”Kriisirahasto-ominaisuus” Mahdollisuus säästää pieniä määriä Helppo Oma vastuu pieni Mahdollisuus kilpailuttaa uudet sopimukset. 	<ul style="list-style-type: none"> Turvallisuuden tunne Huolehtiminen tulevasta Suunnitelmallisuuden onnistuminen Arvon vaihteluun voi itse vaikuttaa säästökohteita valitsemalla 	<ul style="list-style-type: none"> Ainutlaatuinen Vaatii tietämystä yhteiskunnan malleista ja lakisääteisestä turvasta Jatkossa yleisempi On normaalia olla eläkesäästäjä?

Kuvio 9. Mallinnus ominaisuuksien tuoma arvo

Vertauskuvallisesti on ajateltu, että valintatilannetta voisi verrata ravintola-annoksiin. Valitsisiko asiakas mieluummin turvallisen lihapulla-annoksen vai haluaako hän keräillä ateriansa noutopöydästä. Siitä on yksinkertaistaen säästökohteiden valinnassakin kyse. Myös instrumenttien täydentäminen toistensa avulla voi sopia joillekin. Sopivuus ja päätös ovat aina yksilöllisiä. Mikä

sopii yhdelle, ei välttämättä sovi toiselle. Molemmille tuotteille on olemassa oma tarvitsijakuntansa. Siksi on tärkeää, että jokaiselle on löydettävissä säästämisratkaisu, jolla vanhuuteen voidaan varautua.

7 POHDINTA

Suurin osa suomalaisista pääsee eläkkeelle elinaikanaan. Historia jo todistaa, että eri ikäluokat saavat eläkettä eri laskentaperustein ja eri iässä. Silti ihmiset suhtautuvat eri tavoin tuohon aikaan, jolloin ollaan taloudellisesti yhteiskunnan varassa, jollei omaehtoista varautumista ole. On ollut mielenkiintoista huomata, miten valtava tietomäärä vaaditaan ymmärtääkseen lakisääteisen eläketurvan sisältö ja se, millaista epävarmuutta tulee sietää tulevaisuudessa siihen liittyen. Uusi säästämistuote on pääasiassa pankkien tarjoama, mikä poistaa vakuutusominaisuutta eli takuuta tuotosta ei välttämättä ole. Tulevaisuudessa ei ehkä ole asianmukaista markkinoida eläkevakuutusta vakuutuksena. Suurin epävarmuus liittyy siihen, millainen on lakisääteisen eläkkeen taso tulevaisuudessa ja mikä on riittävää varautumista eläkeaikaisiin menoihin.

Yksityisillä markkinoilla on tarjolla runsaasti säästämisvaihtoehtoja eri tarkoituksiin. Lakisääteisen eläkkeen täydentämistä pidetään tärkeänä ja sillä on erityinen asema sidotun luonteensa ja veroetujensa vuoksi. Perusteet pysyvät siis samana. Ihanteellisessa tilanteessa markkinat toimivat tehokkaasti, ja eläkepoliittiset tavoitteet täyttyvät. Tällöin kansalaiset ovat omaksuneet puutteet lakisääteisessä eläketurvassa ja ovat lähteneet tutustumaan yksilöllisiin vapaaehtoihin säästötuotteisiin. Oleellista on saada ihmiset kiinnostumaan nimenomaan sidotuista säästötuotteista, jotta edellä mainitut tavoitteet täyttyvät.

Haasteena on se, että jokainen ihminen on omanlaisensa ja tekee päätöksiä omien toiveidensa, kokemuksiansa ja tavoitteidensa perusteella. Siksi käyttäytymistä on tutkittu pitkään ja tutkimuksia on pyritty ulottamaan muun muassa säästämistuotteisiin, jotta voitaisiin parhaiten kehittää markkinoille houkuttelevia tuotteita kilpailukykyisin hinnoin ja ennen kaikkea asiakkaita kiinnostavin ominaisuuksin. Koska säästämissuunnitelmia ja -tavoitteita on yhtä paljon kuin on ihmisiäkin, on pyritty tekemään yleistyksiä ja luokittelemaan säästäjiä erilaisiin ryhmiin sekä tunnistamaan heissä piirteitä, jotka määräävät heidän käyttäytymistään ostotilanteessa eniten. Näin on voitu kehittää tuote- ja palveluvalikoimaa yleisesti.

Vaikuttaa siltä, että loputon kuluvertailujen tekeminen ei ole hyväksi, sillä palveluntarjoajat tarjoavat perinteisiä eläkevakuutuksia ja ps-tilejä eri ehdoin ja kulurakentein. Jos yksi palveluntarjoaja perii tilin hoitokuluna prosentuaalisen tai kiinteän hoitokulun, mutta ei esimerkiksi rahastojen merkintäpalkkioita ja toinen tarjoaa sopimuksen ilman hoitokuluja, mutta sitoo sen kokonaisasiakkuuteen, on asiakkaan lähes mahdotonta vertailla tuotteen kannattavuutta pitkällä

aikavälillä. Kun lisätään palveluntarjoajakohtaiset alennukset ja sopimusten siirrosta aiheutuvat kulut sekä kaikki tämä suhteutettuna säästön määrään ja aikajänteeseen, on jopa asiantuntijoiden mahdotonta todeta taloudellisesti kannattavin säästämisratkaisu. Vertailtavuus ei siis ole toteutunut toivotulla tavalla. Siksi palveluntarjoajat ovat kääntäneet katseensa asiakkuusmarkkinointitutkimuksiin, joiden avulla pyritään selvittämään ne seikat, joiden perusteella säästämispäätökset todella tehdään, vaikka ne itselle järjellä ja taloudellisin syin perusteltaisiinkin.

Kun halutaan eritellä hyötyjä, hyvä tapa on jakaa ne utilitaristisiin ja hedonistisiin, joihin moni säästämis päätös perustuu. Mielihyvä- ja elämishakuisuus korostuvat kilpailussa asiakkaista. Siksi asiakas on otettava mukaan palveluiden tuottamiseen, arvon voidaan olettaa olevan vahvempi ja merkityksellisempi aina, kun asiakas on itse mukana tuotteen käytössä alusta asti ja käyttää siihen aikaa, vaivaa ja ajatuksia. Hyvä yhdistelmä saattaisi olla oikean tuotteen myynnin varmistaminen seuraavasti: sijoittajaprofiilin kartoitus ja tuotteen valinta sekä sen saattaminen voimaan tapahtuisi yhdessä asiantuntijan kanssa. Aikaa tulisi varata tarpeeksi. Suhteessa säästöaikaan ei esimerkiksi tunnin tapaaminen tilanteen kartoittamiseksi ole pitkä aika. Tukipalvelut tulisi kehittää vaivattomiksi, selkeiksi ja informatiivisiksi sekä mahdollisimman vähän aikaan ja paikkaan sidotuiksi. Turvallisuus voisi olla ominaisuus palvelussa, jolloin ehkä sijoituskohteen valinnassa voitaisiin ottaa enemmän riskiä ja tilisäästämisen painotus saataisiin muuttumaan.

Finanssialan keskusliiton teettämän Säästäminen ja luotonkäyttö -tutkimuksen (2009a) perusteella voidaan säästämisellä havaita olevan tiettyjä leimaavia ominaisuuksia, joita arvostetaan. Arvopäämäärä -ketjumalliin peilaten ominaisuudet ovat tärkeitä tunnistaa, jotta seuraukset ja todelliset päämäärät eli arvot voidaan tunnistaa. Nämä ovat yleisesti säästämiseen liitettyjä ominaisuuksia, joiden käytettävyyttä voidaan arvioida seuraavasti.

- Turvallisuus

Lakimuutos suojaa sijoittajaa tiukentuvan valvonnan avulla. Läpinäkyvyys ja selkeämpi tietojen, kuten kulujen ja tuotto-odotusten esittäminen parantavat asiakkaan tietämystä. Lisäksi tuotevalikoimaan tullaan todennäköisesti sisällyttämään laajalti matalariskisiä, mutta myös tuotto-odotukseltaan maltillisempia tuotteita. Eläkeaikaan varautuminen kymmeniä vuosia etukäteen muodostaa sijoittajalle myös poliittisen riskin.

- Sijoituskohteen riski

Sijoitukset eivät ole riskittömiä. Eläketurvan kanssa ei ole järkevää liikkua äärirajoilla. Siksi esimerkiksi talletussuojan puuttumista lukuun ottamatta riskittömät tilisäästöt saattavat tulla

suosituiksi. Tilin valitsemista säästökohteeksi voi parhaiten luonnehtia säästämiseksi sijoittamisen sijaan. Maltillinen riskinotto saattaa kuitenkin olla kannattavampi vaihtoehto ps-tilin kulujen kattamiseksi.

- Vaivattomuus

Uuden ps-tilin hoito on järjestettävissä valtakirjalla. Tietoa on yhä enemmän saatavissa verkossa. Perinteisen eläkevakuutuksen myyntimalliin on tullut muutoksia palvelemaan vaivattomuutta, esimerkiksi sijoituskohteita on vähennetty. Riskinottohalukkuuden mukaan on valittavissa takuutuottoinen ja sijoitusmuotoinen vaihtoehto. Vastuu sijoituskohteiden vaihdosta suhdanteiden mukaan jää yhtiölle.

- Tuotto

Mitä suurempi tuotto on, sitä edullisempi se on säästäjälle, sillä suurempi lähtösumma tuottaa enemmän lisätuottoa. Eläkevakuutuksen on tarkoitus tuottaa säästäjälleen taloudellista lisäarvoa. (Vaihekoski 2003, 568.) Historiallisesti parhaat absoluuttiset tuotot ovat tulleet pitkällä aikavälillä, usein osakkeisiin sijoittamalla.

- Likviditeetti

Likviditeetille on vaikea antaa rahallinen arvo, vaikka useat arvostavatkin varojen nopeaa muunnettavuutta rahaksi. Rahastosäästäjällä on esimerkiksi riski toimia lyhytnäköisesti ja nostaa varansa muutaman hyvän pörssivuoden jälkeen, ja myös säästötavoitteista voidaan lipsua (Vaihekoski 2003, 573). Sidottu säästäminen ei toteuta likviditeettivaatimusta. Siksi käytettävissä olevien varojen hajauttaminen preferenssien mukaan on jokaiselle kotitaloudelle tärkeää. Kaikkia rahoja tuskin kannattaakaan laittaa eläkesäästöön.

- Arvon vaihtelu

Sijoittajaprofiloinnin tarkoitus on selvittää asiakkaan riskinottohalukkuuden lisäksi hänen asennoitumistaan tuoton vaihteluun. Osakesijoitukset sekä osakkeisiin sijoittavat rahastot vaihtelevat tuottojen osalta eniten ja vaihtelut voivat olla suuriakin. Arvon vaihtelu alaspäin on aiheuttanut eniten tyytymättömyyttä sijoittajissa. Tällöin sijoituskohde on ehkä ollut väärä tai myynnistä ja markkinoinnista saatu informaatio on ollut puutteellista. Arvon vaihtelu kuuluu oleellisena osana sijoittamiseen. Arvon vaihtelun mahdollisuus pienentää vakuutusominaisuutta eikä tuottoa voida välttämättä taata.

- Eläketurva

Lakisääteisen eläkkeen kautta tuleva eläketurva ei ole useinkaan riittävä saavutettuun elintasoon nähden. Elinaikakertoimen leikkauksia on vielä vaikea hahmottaa. Eläketurvan tasoon vaikuttavat työssäoloajan pituus sekä palkkataso ja mahdolliset poissaolot työelämästä. Riittävää eläketurvaa arvostetaan. Tosin oman varautumisen tarpeen sisäistäminen on vielä monelta osin keskeneräistä. Voi olla, että kuluttajat tarvitsevat tarpeen ymmärtämisessä apua. Ennen kaikkea tulisi saada aikaan ymmärrystä myyntisuuntautuneisuuden sijaan. Tiedonvälityksessä onnistuminen saa aikaan sijoitustuotteiden myyntiä luonnollisena seurauksena tästä.

- Verodut

Pitkäaikaissäästäjä ottaa aina poliittisen riskin (Vaihekoski 2003, 574). Kuitenkin muutosten trendi on ollut aina vakuutuksenottajan etuja rajaava, jonka vuoksi voisi ajatella säästämisen aloittamisen olevan järkevämpää aina mahdollisimman aikaisin, mikäli säästäminen on joka tapauksessa päätetty aloittaa. Vaihekoski (2004, 212) tiivistää osuvasti: ”Verotus tulee muuttumaan jatkossakin ja valitettavasti kärsijäksi jää usein ne, jotka huolehtivat asioistaan, koska muilla ei ole mistä ottaa.”

- Sijoitusaika

Lakimuutoksen avulla pyritään kannustamaan pitkäaikaissäästämiseen. Yleisesti pitkän aikavälin sijoittamisessa suoria osakesijoituksia pidetään kannattavimpana sijoitusvaihtoehtona absoluuttisen tuoton näkökulmasta. Se miksi kaikki ihmiset eivät siltikään sijoita osakkeisiin selittyy käyttäytymisteorioiden ja preferenssien tutkimisen avulla.

Lisäksi oleellisena säästämiseen kannustamisena ja välineiden valintaan vaikuttavana asiana voidaan pitää halua suunnitella varallisuuden jakoa perinnönjättäjän jälkeen elinkaarimalliin perustuen.

- Perintösuunnittelu

Perintösuunnittelun näkökulmasta eläkevakuutus on ollut mahdollinen suunnitteluväline. Mikäli eläkevakuutukseen on sisällytetty henkivakuutus, on vakuutuksenottajan kuoltua korvaus ollut verovapaata tiettyyn määrään saakka. Summa on normaalia verovapauden rajaa korkeampi. Edelleen muiden säästövakuutusten osalta vakuutuksenottaja on saattanut jo elinaikanaan lahjoittaa vakuutuksesta varoja kevyemmin veroseuraamuksin, kuin jos

summa olisi lahjoitettu puhtaasti rahana. Perintösuunnittelussa on otettava huomioon, että vaikka ns. vanhoissa eläkevakuutuksissa on vakuutetun kuollessa lähiomaisille verovapausoikeus 35 000 euroon saakka, ei sama päde enää uusiin ps-tileihin. Täyttä verovapautta ei enää ole. Kuolintapauksessa korvauksessa vähennetään ensin pääomatulovero, jonka jälkeen vähennetään vielä perintövero. Siksi vanhoihin eläkevakuutuksiin säästäminen on kannattavaa, mikäli sellainen on.

Vaihekoski (2003, 574) tiivistää eläkesäästämisen problematiikkaa siten, että säästämismuotojen vertailu ei ole yhtä suoraviivaista kuin markkinointi antaa ymmärtää. Kannattavuustekijöiden ja niiden yhteisvaikutusten arviointi ei onnistu ilman yksilöllistä laskelmaa. Siksi eläkevakuuttamisen edullisuutta ei voida arvioida ilman asiakaskohtaista analyysiä. Analyysin olennaisena osana henkilön omat preferenssit vaikuttavat vaihtoehtojen edullisuuteen. Sen vuoksi uutisoinnin ja lehtikirjoittelun voidaan olettaa olevan harhaanjohtavaa.

Näyttää siltä, että myynnin onnistumisessa on kriittistä myös ajoitus, eli asiakkaan kannalta relevantit tilanteet. Myynnin on tällöin oltava aktiivista, mikä tarkoittaa sitä, että otetaan esille muitakin asioita kuin asiakkaan esittämät asiat, jolloin myös asiantuntijuus ja luottamus korostuvat. Onnistuminen linkittyy siis kokonaisasiakkuuteen, jolloin siirtoherkkyys ei välttämättä ole kovin suuri, vaikka palveluntarjoajaa on mahdollista vaihtaa. Vaikka vakuutus- ja säästämistuotteita myydään paljolti mielikuvilla, on myyjällä oltava substanssiosaaminen tuotteesta tai palvelusta, jota hän voi mielikuvaosaamisella täydentää. Asiakkaan suhtautuminen riskiin ja tämän kysymyksiin vastaaminen totuudenmukaisesti ja asiantuntevasti on olennainen osa myyntiprosessia.

Liittyen Pölläsen (2007) ehdotuksiin asiakkaan palkitsemisesta ja huomioimisesta muulla tavoin kuin pelkkiä taloudellisia hyötyjä tarjoamalla, voisi nykyisille ja tuleville eläkkeensaajille olla olemassa oma ”klubi” tai ryhmä, jossa nautittaisiin erilaisia etuja. Ryhmään kuuluvia palkittaisiin pitkästä säästämisestä ja pidettäisiin osana yhtiötä pidempään. Ryhmään kuulumisen toisi myös sosiaalisen ulottuvuuden säästämiseen, ja rahallisen hyödyn lisäksi voitaisiin tuottaa hedonistisia arvoja. Lisäpalvelut, kuten tietoisuus ja ajankohtaistiedotteet sekä vapaa-ajan aktiviteetit palveluntarjoajan kutsumana toisivat asiakkuuteen ja säästämiseen yhteisöllisiä elementtejä aikana, jolloin jopa perinteiset yhteiskunnan rakenteet toimivat raastasti markkinoiden tehokkuusvaatimusten tapaan. Tällöin on huomioitava kuitenkin mahdolliset asiakkaiden eriarvoistumiskysymykset.

Koska eliniänodote on kasvava, on syytä tavoitella siihen sopeutuvaa lisäeläkejärjestelmää. Siksi kriittistä huolimatta on tärkeää tarjota mahdollisuus varautua eläkeaikaan ajoissa. Jo nyt ps-tilien ja eläkevakuutuksien mainonnan alettua uudella markkinakentällä, on huomattavissa asiakas- ja tarvelähtöisyys. Markkinoinnissa on keskeistä tuoda ilmi, että jokaiselle löytyy sopiva vaihtoehto säästää eläkeaikaa varten, ja veroedun markkinoiminen tulisi ulottaa säästökohteiden vaihtelun verottomuuteen etenkin ps-tilille säästäville asiakkaille. Sitominen on aiemmin kohdistunut väärin asioihin, kuten tuotevalikoiman niukkuuteen ja rajoitettuun kilpailuun. Kun tuotevalikoima laajenee, sitovuus on ulotettu sopimuksen keston. Epäoikeudenmukaiselta vaikuttaa se, että palveluntarjoajalla on oikeus muuttaa sopimusta yksipuolisesti esimerkiksi lakisääteisen eläkeiän mukaan. Tutkielman kantavana ajatuksena on ollut osoittaa myös, että sitoutuminen palveluntarjoajaan muodostuu lopulta osittain määrittelemättömistä tunneperäisistä seikoista, jolloin onnistuminen tarve- ja hankintavaiheessa asiakkaan ja palveluntarjoajan välisessä vuorovaikutuksessa saattaa riittää koko säästämisen elinkaaren ajaksi. Tärkeämpää on pitää aktiivisista ja säästäväisistä asiakkaista kiinni huomioiden heitä sopimusaikana. Silloin ei tarvitse kantaa jatkuvaa huolta markkinaosuuden vähenemisestä.

Tulevaisuus näyttää, miten ps-tilit otetaan vastaan ja kuinka käy perinteisen eläkevakuutuksen. Alkaa näyttää siltä, että toisen markkinointi alkaa tukea toista. Myöhemmin voidaan myös tutkia, onko ps-tilien markkinajohtaja kallein, kuten edellisvuonna eläkevakuutusten myynnin markkinajohtaja oli. Miten tulevaisuudessa mitataan kalleutta? Verotuksen kokonaisvaikutus saattaa toimia ratkaisijana siinä, miten säästäminen jakautuu. Asiakaspysyvyyttä on mielenkiintoista tarkastella vuosien päästä. Tilanne on muuttunut siten, että vakuutuksista ei voida enää juurikaan puhua. Vakuutusominaisuus täyttyy lähinnä siinä tapauksessa, että jokin elämäntilanteen muutos oikeuttaa nostamaan säästöt kesken sopimuskauden. Vakuutukseksi voidaan tulkita myös tieto siitä, että henkilöllä on ylimääräistä rahaa lakisääteistä eläkettä tukemaan, kun hän aikanaan pääsee eläkkeelle. Voidaan todeta, että rahat ovat tallessa asiakkaalta itseltään. Haavesäästäminen toteutettakoon eri keinoin, molempia tarvitaan taloudellisesti turvatun elämän onnistumiseksi.

Lähteet

Kirjallisuus ja tutkielmat

- Aaltola, Juhani & Valli, Raine. 2007 Ikkunoita tutkimusmetodeihin – näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin, 2. uudistettu painos.
- Antila, V-A., Erwe, O., Lohi, I. Salminen, J. 2005. Vapaaehtoinen henkilövakuutus. Suomen vakuutusalan koulutus ja kustannus. Helsinki.
- Arantola, Heli. 2006. Customer Insight – uusi väline liiketoiminnan kehittämiseen. Juva: WSOYpro.
- Bruhn, M. & Georgi, D. 2006. Services Marketing. Managing the service value chain. Harlow: Prentice Hall.
- Hellman, Kalevi. 2003. Asiakastavoitteet ja – strategiat – Asiakastuloslaskelma, -tase, -virta ja – portfoliot. Helsinki: WSOY.
- Hietaniemi, M & Ritola, S. 2007 Suomen eläkejärjestelmä. Eläketurvakeskuksen käsikirjoja 2007:5. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy.
- Isokoski, H Sijoitussidonnaiset vakuutukset & kuluttajansuoja. Teoksessa: Kuluttajien vakuutustoimisto & Vakuutuslautakunta 35 vuotta Sisula-Tulokas L, Luukkonen I, Saario M. Kuluttajien vakuutustoimisto & Vakuutuslautakunta. Helsinki s. 162–188.
- Järvenoja M. & Saarinen M. 2001. Vapaaehtoinen eläkevakuutus. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Kallunki Juha-Pekka, Martikainen Minna & Niemelä Jaakko. 2002. Ammattimainen sijoittaminen. Helsinki
- Kettunen S, Filenius, M. 1998. Elektroninen kaupankäynti. Teknolit.
- Korhonen, Marko. 2003. Yksilöllinen eläkevakuuttaminen eläketurvan täydentäjänä. Väitöskirja.
- Kotler, P. 1999. Muuttuva markkinointi: luo, voita ja hallitse markkinoita. Porvoo: WSOY.
- Kuusela, H & Rintamäki, T. 2002. Arvoa tuottava asiointikokemus. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.
- Laitinen, Erkki K. 2007. Kilpailukykyä hinnoittelulla. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lassila, J., Määttänen, N. & Valkonen, T. 2007. Vapaaehtoinen eläkesäästäminen tulevaisuudessa. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen keskustelunaiheita. Helsinki.
- Lindroos, J-E & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. Helsinki: WSOY.
- Lämsä, Anna-Maija & Uusitalo, Outi. 2009. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena 1-6. painos. Edita Publishing Oy.

- Määttänen, Niku. 2006. Vapaaehtoiset eläkevakuutukset, verotus ja eläkkeelle siirtyminen. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen keskustelunaiheita. Suomen Vakuutusyhtiöiden Keskusliitto. Helsinki.
- Määttänen, Niku. & Valkonen Tarmo. 2008. Ikääntyneiden varallisuus ja sen muuttaminen kulutukseksi. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen keskustelunaiheita. Suomen Vakuutusyhtiöiden Keskusliitto. Helsinki.
- Niiranen, Ville. 2006. Pitkäaikaissäätämisen verotuki – eläkesäästämisen verotuksesta. Finva. Helsinki.
- Pentikäinen, T. & Rantala, J. 2003. Vakuutusoppi. Suomen vakuutusalan koulutus ja kustannus Oy. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.
- Puustinen, P. 2008. Vakuutussäästäminen ja sähköiset vakuutussäästöpalvelut. Työselosteita ja esitelmiä, kuluttajatutkimuskeskus.
- Pöllänen, A. 2007. Asiakaskeskeinen liiketoimintamalli – Näkökulmana finanssiyhtiön henkivakuutusasiakkaat. Tampereen yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Finanssi- ja vakuutuskoulutuskeskus Finva.
- Rajola, Federico. 2003. Customer Relationship Management – Organizational and Technological Perspectives Berliini: Springer.
- Räbinä, Timo. 2006. Säästöhenki- ja vapaaehtoiset eläkevakuutukset varallisuuden siirron ja suunnittelun välineinä II. Verotus 4/2006.
- Storbacka, K, Blomqvist, R, Dahl, J, & Haeger, T. 1999. Arvoa strategisista asiakkuuksista. WSOY. Juva.
- Taipale, Jari. 2007. Brändi – liiketoiminnan ytimessä – erotu tai unohda koko homma. Helsinki: Infor.
- Vaihekoski, M. 2003. Kannattaako vapaaehtoinen eläkevakuutus? Liiketaloudellinen Aikakauskirja. Löytyy osoitteesta: http://lta.hse.fi/2003/4/lta_2003_04_d9.pdf. Luettu 27.2.2010
- Vaihekoski, M. 2004. Kannattaako vapaaehtoinen eläkevakuutus uudistuksen jälkeen? Liiketaloudellinen Aikakauskirja. Löytyy osoitteesta http://lta.hse.fi/2004/2/lta_2004_02_d6.pdf. Luettu 27.2.2010.
- Wilkie, W. 1994. Consumer behavior. New York: John Wiley & Sons.
- Yaari, Menahem E. 1965. Uncertain Lifetime, Life Insurance, and the Theory of the Consumer.
- Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu – menestystekijä finanssialalla Helsinki: Finva.

Artikkelit tieteellisissä aikakauslehdissä

- Anderson, J. & Narus, J. 1998. Business Marketing: understand what customers value. Harvard Business Review, Vol. 76 (6), 53-61.

- Angeletos, G-M., Laibson, D., Rebetto, A., Tobacman, J. & Weinberg, S. 2001. The Hyperbolic Consumption Model: Calibration, Simulation, and Empirical Evaluation. *Journal of Economic Perspectives*.
- Babin, B.J. 1994. Exploring the Concept of Affective Expanding the Concept of Retail Personality. *Journal of Business Research* 29.
- Ballantyne, D. & Varey R.J. 2006. Creating value-in-use through marketing interaction: the exchange logic of relating, communicating and knowing. *Marketing theory*. Vol. 6 No. 3 s. 335-348.
- Chandon, P., Wansink, B. & Laurent, G. 2000. A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness. *Journal of Marketing*, Vol. 64 (4), 65-81.
- Harrison, T., Waite, K & White, P. 2006. Analysis by paralysis: the pension purchase decision process. *International Journal of Bank Marketing*, 24 (1), 5-23.
- Huber, F., Herrmann, A. & Morgan, R. 2001. Gaining competitive advantage through customer value oriented management. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 (1), 41-53.
- Ives, B & Mason, R O. 1990. Can information technology revitalize your customer service? *Academy of Management Executive*. Vol. 4. No. 4. s. 52-69.
- Kahneman, D. 2003. A Perspective of Judgement and Choice. *American Psychologist*. Vol. 58 s. 697-720.
- Khalifa, A. 2004. Customer Value: a review of recent literature ns an integrative configuration. *Management Decision*, Vol. 42 (5), 645-666.
- Laibson, David I. 1996. Hyperbolic discount functions, undersaving, and savings policy. Cambridge (Mass.): National Bureau of Economic Research.
- Mäenpää, K. 2006. Clustering the Consumers on the Basis of Their Perceptions of the Internet Banking Services. *Internet Research* 16 (3), 304-322.
- Nilsson, J. 2009. Segmenting Socially Responsible Mutual Fund Investors. The Influence of Financial Return and Social Responsibility. *International Journal of Bank Marketing* 27 (1), 5-31.
- Payne, A. & Holt, S. 2001. Diagnosing Customer Value: Integrating the Value Process and Relationship Marketing vol. 12. *British Journal of Marketing*.
- Rintamäki, T., Kanto, A., Kuusela, H. & Spence, M. 2006. Decomposing the value of department store shopping into utilitarian, hedonic and social dimensions. Evidence from Finland. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 34 (1), 6-24.
- Rintamäki, T., Kuusela, H. & Mitronen, L. 2007. Identifying competitive customer value propositions in retailing. *Managing Service Quality*, Vol. 17 (6), 621-534.
- Shanteau, J. 1992. Decision Making Under Risk: Applications to Insurance Purchasing. Advantages in Consumer Research. *Association of Consumer Research*. Vol. 19 s. 177-181.
- Smith, J. B & Colgate, M. 2007. Customer Value Creation: A Practical Framework. *Journal of Marketing theory and Practise* vol. 15, no. 1.

- Sweeney, J. & Soutar, G. 2001. Consumer perceived value: the development of a multi-item scale. *Journal of Retailing*, Vol. 77 (2), 203-220.
- Vriens, M. & Hofstede, F. 2000. Linking attributes, benefits and consumer values. *Marketing Research*, Vol. 12 (3), 4-10.
- Williams, P., Soutar, G. N. 2000. Dimensions of Customer Value and the Tourism Experience: An Exploratory Study. ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge
- Woodruff, R. 1997. Customer value. The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25 (2), 139-153.
- Zeithaml, V. 1988. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: a Means-end Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52 No. 3 s. 2-2.

Artikkelit sanomalehdessä

ET-lehti. 17/2006, 13/2007.

Huber, S. 2008a. Elinikäinen lisäeläke hyödyttää yksilöä ja ikääntyvää yhteiskuntaa. *Viisas Raha*. 20.3.2008.

Huber, S. 2008b. Totuus eläketurvasta on yksilöllinen. *Kauppalehti*. 28.1.2008.

Koskinen, P. 2009. Eläkesäästäjä, pidä aina varasi. *Talouselämä*. 8.9.2009.

Kuoppamäki, T. 2010. Pankit uskovat vahvasti eläkesäästämiseen. *Aamulehti*. 18.3.2010.

Lounasmeri, S. 2010. Mikä mahtava osakesato! *Aamulehti*. 28.3.2010.

Marttinen, A. 2010. Psst...! Pssst...! *Taloussanomien*. Helsinki: Verotieto Oy. 17.2.2010.

Niemisvirta, P. 2010. Mandatum myy vakuutuskuorta ps-tilin sijaan. *Aamulehti*. 13.4.2010.

Pulli, H. 2009. Hinta ratkaisee eläketileissäkin. *Kauppalehti*. 18.9.2009.

Salo, T. 2009. Osakesalkku voi poikia paremmin eläkerahaa kuin säästöpossu. *Aamulehti*. 1.11.2009.

Siivola, T. 2009. Eläkesäästämisen uudenlaisia välineitä hiotaan jo pankeissa. *Aamulehti* 10.12.2009.

Raportit ja komiteamietinnöt

Euroopan yhteisöjen komissio. 2006. KOM (2006) 571 lopullinen. Luettavissa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0571:FIN:FI:PDF>.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2002. Sosiaali- ja terveysministeriön komiteamietintö. SOMERA – toimikunnan mietintö sosiaalimenojen rahoittamiseksi. Sosiaali- ja terveysministeriö 2002:4. Helsinki

Muut painetut lähteet

Eduskunta. 2009. Laki sidotusta pitkäaikaissästämisestä. Luettavissa: 1183/2009. <<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2009/20091183>>. Luettu 28.2.2010.

Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi sidotusta pitkäaikaissästämisestä ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi. 2009. HE 159/2009. Luettavissa: <<http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2009/20090159.pdf>>. Tulostettu.

Tapiolan verkkovuosikertomus 2009. Luettavissa: <http://www.tapiola.fi/NR/rdonlyres/DD6F0445-6A49-4F0E-8CF7-DC9F653CB8F6/0/TAPIOLA_VSK2009.pdf>.

Vakuutusopimuslaki

Henkilölähteet

Hyypöläinen, E. 2010. Sähköpostikeskustelu pitkäaikaissästämislain muutoksista palveluntarjoajan näkökulmasta. 16.4.2010. Tekijän hallussa.

Vaihekoski, M. 2010. Sähköpostikeskustelu pitkäaikaissästämislain muutoksista rahoituksen asiantuntijan näkökulmasta. 23.4.2010. Tekijän hallussa.

WWW-sivut

Eläketurvakeskus. Työeläkeindeksi 2007. Luettavissa: <<http://etk.fi/>> Luettu 17.11.2007.

Finanssialan Keskusliitto. 2007. Säästämisen ja luotonkäytön tutkimus 1-9/2007. Luettavissa: <<http://www.fkl.fi/>>. Luettu 17.11.2007.

Finanssialan Keskusliitto 2009a. Säästämisen ja luotonkäytön tutkimus 5/2009. Luettavissa: <<http://www.fkl.fi/>> Luettu 10.12.2009.

Finanssialan Keskusliitto 2009b. Peruspankkipalvelut. Luettavissa: <http://www.pankkiturvallisuus.fi/www/page/fk_pts_7637>. Luettu 13.11.2009.

Finanssialan Keskusliitto 2010. MiFid. Luettavissa: <http://www.fba.fi/www/page/fk_www_5481>. Luettu 10.3.2010.

Finanssimaailma. Luettavissa: <<http://www.finanssimaailma.fi/?page=>>. Luettu 18.11.2009.

Finanssivalvonta. Säästö- ja sijoitustilit. Luettavissa: <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Saastajalle/Tuotteet_ja_palvelut/Tilit_ja_maksaminen/Saas_to_ja_sijoitustilit/Pages/Default.aspx>. Luettu 12.11.2009.

Garratt, D & Hodkinson, P. 1998. Can There Be Criteria for Selecting Research Criteria?—A Hermeneutical Analysis of an Inescapable Dilemma. Luettavissa: <<http://qix.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/4/515>>. Luettu 4.3.2010.

- Jyväskylän yliopiston kurssi- ja oppimateriaalit/menetelmät 2010. Luettavissa: <<https://webapps.jyu.fi/koppa/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmät>>. Luettu 13.3.2010.
- Kauppi, P-N 2009. Asiakkaiden edut turvattava nykyisissä eläkevakuutuksissa. Luettavissa: <<http://www.fkl.fi/>>. Luettu 2.11.2009.
- Kuluttajien vakuutustoimisto. 2008. Säästö- ja sijoitusvakuutusten valintaopas. Luettavissa: <http://www.fine.fi/userfiles/file/ssva2008_R2.pdf>. Luettu 31.1.2010.
- Lampinen, A. 2009. Eläkevakuutuksesta ei ole hyötyä. Taloussanomat. Luettavissa: <http://www.taloussanomat.fi/porssi/2009/06/11/elakevakuutuksesta-ei-ole-hyotya/200914223/170>. Luettu 8.9.2009.
- Niemi, M. 2010. Taloussanomat. Kansa maksaa kaksi euroa säästääkseen yhden. Luettavissa: <<http://www.taloussanomat.fi/raha/2010/03/18/kansa-maksaa-kaksi-euroa-saastaakseen-yhden/20103951/139>>. Luettu 22.3.2010.
- Osakesijoittaminen: osakesijoittaminen on riskisijoittamista 2009. Luettavissa: <<http://www.laki24.fi/siva-sijoittaminen-osakesijoittaminen.html>>. Luettu 12.11.2009
- Osuuspankki. Eläkevakuutuksen verohyöty. Luettavissa: <<https://www.op.fi/op?cid=150048429&srcpl=3>>. Luettu 18.1.2010.
- Rahastosäästäminen. Luettavissa: <<http://salkku.info/rahastot>>. Luettu 12.11.2009.
- Sijoitus.org. Mitä osakesijoittaminen tarkoittaa? 2009. Luettavissa: <<http://www.sijoitus.org/sijoitusopas/osakesijoittaminen.php>>. Luettu 12.11.2009.
- Sosiaali- ja terveysministeriö. Suomen sosiaaliturvan pääpiirteet. 2010. Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2007:9. Helsinki. Luettavissa: http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=28707&name=DLFE-3705.pdf. Luettu 25.2.2010.
- Suomen pörssisäätiö 2009. Kannanotto lakimuutokseen. Luettavissa: <[http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/thw/?\\${APPL}=akirjat&\\${BASE}=akirjat&\\${THWIDS}=0.16/1256910436_213805&\\${TRIPPIFE}=PDF.pdf](http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/thw/?${APPL}=akirjat&${BASE}=akirjat&${THWIDS}=0.16/1256910436_213805&${TRIPPIFE}=PDF.pdf)>. Luettu 30.11.2009.
- Szugat, S. 2009. Values in business marketing. Luettavissa: <http://www.ozsmallbiz.net/values-in-business-management/>. Small business support network sivusto – Immaterial values in Business Marketing. Luettu 12.9.2009.
- Tapiola. Omaeläkkeen esittely 4.3.2010. Luettavissa: <<http://www.tapiola.fi/NR/rdonlyres/7FF597B3-9241-4418-8067-51C961D1BB15/0/Omael%C3%A4ke.pdf>>. Luettu 4.3.2010.
- Tilastokeskus 2010. Tammikuun 2010 kuluttajabarometri. Luettavissa: <http://www.tilastokeskus.fi/til/kbar/2010/01/kbar_2010_01_2010-01-27_kuv_013.html>. Luettu 31.1.2010.
- Työeläke. Arvio elinaikakertoimen vaikutuksista 2009. Luettavissa: <<http://www.tyoelake.fi/Page.aspx?Section=45367>>. Luettu 27.11.2009.

Työeläke.fi. Työeläkeotteen lähettäminen. Luettavissa: <<http://www.tyoelake.fi/atlu.aspx?Section=43593>>. Luettu 23.4.2010.

Valtiovarainministeriö. Talletussuojan määrittely.
Luettavissa:<http://www.vm.fi/vm/fi/11_rahoytysmarkkinat/05_vakaus_ja_valvonta/03_talletussuoja/index.jsp>. Luettu 31.3.2010.