Tampereen yliopisto

Joel Huhtaluoma

YEL-VAKUUTUSYHTIÖN VALINTAAN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Johtamisen ja talouden tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Tammikuu 2024

Ohjaaja: Jarna Pasanen

TIIVISTELMÄ

Joel Huhtaluoma: YEL-Vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavat tekijät

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Kauppatieteiden tutkinto-ohjelma

Tammikuu 2024

Tämän kandidaatintutkielman tavoitteena on kartoittaa YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavia tekijöitä Suomessa. Tutkielma sisältää kolme tutkimuskysymystä, joista päätutkimuskysymys on: "Mitkä tekijät vaikuttavat YEL-vakuutusyhtiön valintaan?" ja kaksi alatutkimuskysymystä ovat: "Mikä on ratkaisevin tekijä YEL-vakuutusyhtiön valinnassa?" sekä "Mikä on yleisimmin esiintyvä tekijä työeläkevakuutusyhtiön vaihtamiselle?"

Tutkielman teoriaosuus on jaettu kahteen lukuun. Ensimmäisessä teorialuvussa keskitytään taustateoriaan, jossa perehdytään YEL-vakuuttamiseen tarkastellen sen sisältöä, merkitystä, YEL-velvollisuutta, YEL-työtuloa ja työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailua. Toinen teorialuku, tulkintateoria, käsittelee ostokäyttäytymistä ja ostopäätösprosessia yleisesti sekä erityisesti vakuutuskuluttajan näkökulmasta.

Tutkimus on kaksiosainen monimenetelmätutkimus, jossa yhdistyvät sekä kvalitatiiviset että kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät. Aineisto on jaettu kahteen osaan, joista ensimmäinen on kerätty puolistrukturoiduilla haastatteluilla ja toinen Microsoft Forms –kyselylomakkeella. Haastatteluiden tarkoituksena oli hankkia tietoa yleisimmistä tekijöistä YEL-vakuutusyhtiön valintaperusteista ja helpottaa tarkoituksenmukaisen kyselylomakkeen luomista. Haastattelun aineisto on analysoitu aineistolähtöisen sisällönanalyysin menetelmin, ja tulokset edesauttoivat tunnistamaan yleisimpiä tekijöitä kyselylomakkeen vastausvaihtoehtojen laatimista varten.

Haastatteluiden pohjalta luotu kyselomake mahdollisti aineiston keräämisen laajemmalta tutkimusjoukolta. Kyselylomake tuotti sekä laadullista että määrällistä aineistoa. Kvantitatiivisen aineiston analyysissa käytettiin kuvailevaa tilastoanalyysia, ja tulokset on raportoitu suorina jakaumina. Nämä jakaumat mahdollistivat vastausvaihtoehtojen esiintyvyyden tarkastelun ja tarjosivat vastaukset tutkimuskysymyksiin. Vapaamuotoiset vastaukset kyselylomakkeessa käsiteltiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin menetelmiä soveltaen, mikä mahdollisti laajemman käsityksen saamisen vastausvaihtoehtojen rajojen ulkopuolelta.

Tutkielman tuloksista käy ilmi, että suositukset olivat yleisimmin esiintyvä sekä merkittävin tekijä YEL-vakuutusyhtiön valinnassa. Suosittelijana toimi useimmiten eläkevakuutusyhtiön yhteistyökumppani. Vakuutusyhtiön vaihdon taustalla yleisimpinä vaikuttavina tekijöinä ilmeni parempien etujen saaminen muualta sekä ongelmat asioinnissa nykyisen YEL-yhtiön kanssa.

Avainsanat: YEL-vakuutus, Vakuutuskilpailu, Eläkevakuutusyhtiöt

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO 4

1.1 Aihealueen esittely 4
1.2 Tutkimuskysymykset ja keskeiset rajaukset 5
1.3 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto 6
1.4 Aikaisemmat tutkimukset 8
1.5 Keskeiset käsitteet 9
1.6 Tutkielman rakenne ja teoreettinen viitekehys 10

2 YEL VAKUUTTAMINEN 12

2.1 Yrittäjän eläkevakuutuksen sisältö ja merkitys 12
2.2 YEL-velvollisuus 14
2.3 YEL-työtulo ja vakuutusmaksut 15
2.4 Työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailu 17

3. OSTOKÄYTTÄYTYMINEN JA OSTOPÄÄTÖSPROSESSI 19

3.1 Ostokäyttäytyminen 19
3.2 Kuluttajan ostopäätösprosessi 21
3.3 Vakuutuskuluttajan ostokäyttäytyminen ja -päätösprosessi 22

4. YEL-VAKUUTUSYHTIÖN VALINTAAN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT 25

4.1 Aineiston kuvaus ja esittely 25
4.2 Yleisimmät ja merkittävimmät tekijät YEL-vakuutusyhtiön valinnassa 27
4.3 Yleisimmät tekijät eläkevakuutusyhtiön vaihdolle 33

5 YHTEENVETO 35

5.1 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen ja johtopäätökset 35
5.2 Tutkielman arviointi ja jatkotutkimusehdotukset 36

LÄHTEET 38

LIITTEET 41

1 JOHDANTO

1.1 Aihealueen esittely

Yrittäjän eläkevakuutus (YEL) on yrittäjän sosiaaliturvan perusta. YEL-vakuutuksen avulla yrittäjä turvaa toimeentulonsa sairastumisen, työkyvyttömyyden sekä vanhuuden varalta. Vakuutus turvaa myös yrittäjän perheen yrittäjän kuoleman varalta sekä vanhempainpäivärahan. YEL-vakuutus on pakollinen 18–67-vuotiaille yrittäjille, joiden yritystoiminnassa tehdyn työtulon määrä ylittää vuosittain yrittäjän eläkelain (1272/2006) § 3 määrittämän vuositulorajan. YEL-vakuutusmaksut perustuvat yrittäjän ilmoittamaan työtuloon, jonka tulisi vastata työpanoksen rahallista arvoa. Työpanoksen rahallista arvoa voidaan arvioida esimerkiksi tarkastelemalla, kuinka paljon samankaltaisesta työtehtävästä maksettaisiin palkkaa yhtä ammattitaitoiselle henkilölle työsuhteessa. Yrittäjän eläkevakuutusmaksu on vuonna 2023 on 24,1 % YEL-työtulosta alle 53-vuotiaille, 25,6 % YEL-työtulosta 53–62-vuotialle ja vähintään 63-vuotiaille 24,1 % YEL-työtulosta. (Ilmarinen 2023.)

Ostaessaan vakuutuksia yrittäjät joutuvat tekemään päätöksiä vakuutusyhtiön valinnassa. Suomessa YEL-vakuutuksia myy neljä eri eläkevakuutusyhtiötä: Elo, Ilmarinen, Varma ja Veritas. Eläkevakuutuksia myydään tyypillisesti myös näiden eläkevakuutusyhtiöiden kumppaniorganisaatioiden kautta, joten YEL-vakuuttaminen ei aina tapahdu suoraan eläkevakuutusyhtiöistä. Aikaisempien tutkimusten mukaan tuotteen ominaisuudet ja hinta ovat olleet vakuutusalalla merkittävin tekijä, joka on vaikuttanut asiakkaiden ostokäyttäytymiseen vakuutuskilpailussa. Eläkevakuutusyhtiöiden välinen kilpailu YEL-vakuutusten myynnistä on kuitenkin erityislaatuista, sillä vakuutus on ominaisuuksiltaan ja hinnaltaan täysin identtinen. YEL-vakuutusyhtiö valitaan siis poikkeuksellisesti hinnasta ja ominaisuuksista riippumattomista syistä.

Tässä tutkimuksessa selvitetään, mitkä tekijät vaikuttavat YEL-vakuutusyhtiön valintaan vakuutuksen osto- tai siirtotilanteessa. Tutkimustuloksista saadaan hyödyllistä tietoa eläkevakuutusyhtiöille sekä heidän edustajilleen YEL-vakuutuksen ostoprosessista ja asiakkaiden valintaan vaikuttavista tekijöistä, joita voidaan hyödyntää vakuutusten

myymisessä tulevaisuudessa. Toisaalta tulokset voivat välillisesti hyödyttää myös yrittäjiä, jotka hyötyvät eläkeyhtiöiden kehittyvistä palveluista. Vakuutusalan tutkimuksessa on aiemmin käsitelty laajasti vakuutusyhtiöiden välistä kilpailua ja asiakkaiden ostokäyttäytymistä. Sen sijaan YEL-vakuutusten ostoprosessista ei ole aiemmin julkaistu julkisia tutkimuksia. Tutkimuksen tausta perustuu YEL-vakuuttamisen erityispiirteisiin sekä aiemman tutkimattomuuden näkökohtiin tässä aiheessa.

1.2 Tutkimuskysymykset ja keskeiset rajaukset

Tutkielman tavoitteena on selvittää YEL-vakuutusyhtiön valintaan (osto- tai siirtotilanteessa) vaikuttavat tekijät. Tämän kandidaatintutkielman tavoitteena on selvittää, millä perusteella yrittäjät valitsevat työeläkevakuutusyhtiönsä YEL-vakuutusta ostaessaan sekä, millä perusteilla he vaihtavat yhtiöstä toiseen kilpailuttaessaan vakuutuksia.

Päätutkimuskysymys on seuraava:
- Mitkä tekijät vaikuttavat YEL-vakuutusyhtiön valintaan?

Alatutkimuskysymyksiä ovat:
- Mikä on ratkaisevin tekijä YEL-vakuutusyhtiön valinnassa?
- Mikä on yleisimmin esiintyvä tekijä työeläkevakuutusyhtiön vaihtamiselle?

Päätutkimuskysymyksen tarkoitus on sanamukaisesti selvittää yleisesti mahdollisimman kattavasti, mitkä kaikki tekijät vaikuttavat YEL-vakuutusyhtiön valintaan. Kysymyksen tavoitteena on siis selvittää ja tutkia, mitä tekijöitä ylipäätänsä on YEL-vakuutusyhtiön valinnan perusteen takana.

Ensimmäisen alakysymyksen tarkoituksena on määritellä yleisin ja ratkaisevin tekijä YEL-vakuutusyhtiön valintaperusteista. Valintaperusteet voidaan arvioida vastausten toistuvuuden avulla ja ratkaisevin tekijä kertoo olennaisimman syyn YEL-vakuutusyhtiön valitsemiseksi. Ratkaiseva valintaperuste on tutkimuksen kannalta olennaisin tutkimustulos, sillä eläkevakuutusyhtiöt ja heidän edustajansa voivat hyödyntää tätä tietoa vakuutusten myynnissä. Toinen alakysymys keskittyy yleisimmin

esiintyviin tekijöihin tilanteessa, jossa olemassa olevaa YEL-vakuutusyhtiötä vaihdettaisiin toiseen.

Tämä tutkimus on rajattu koskemaan Suomessa toimivia yrittäjän eläkelain (1272/2006) § 3 mukaisia yrittäjiä, jotka toimivat yrityksessä päätäntävaltaisessa asemassa. Tutkielman luonteen ja laajuuden vuoksi tutkimus ulottuu vain niihin yrityksiin, joissa päätäntävalta on keskittynyt yhteen henkilöön. Rajauksilla pyritään saamaan olennaisempia vastauksia tutkimuskysymyksiin, sillä yrityksissä, joissa päätäntävalta jakautuu useammalle henkilölle, vastausten saaminen olisi haasteellista ja työlästä tutkimuksen laajuuteen nähden. On kuitenkin huomioitava, että YEL-vakuutusyhtiön valinnassa tehdään päätöksiä myös suuremmissa yrityksissä, joissa päätäntävalta on jakautunut. Oletettavasti YEL-vakuutusyhtiöiden valintaperusteet ovat kuitenkin yhtenäiset myös näissä tapauksissa.

1.3 Tutkimusmenetelmät ja -aineisto

Tutkimus on luonteeltaan kaksiosainen monimenetelmätutkimus, jossa käytetään sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Ensimmäinen vaihe aineiston keräämisessä toteutettiin avoimilla puhelinhaastatteluilla, joissa yrittäjät vastasivat kolmeen avoimeen kysymykseen YEL-vakuutusyhtiön valintaan ja vaihtamiseen vaikuttavista tekijöistä. Puhelut tallennettiin ja litteroitiin kyselyn jälkeen. Ensimmäisen vaiheen haastattelut luokittuvat kvalitatiivisiin tutkimusmenetelmiin. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä sopii tutkimukseen, joka keskittyy laadullisten, ei-numeeristen tietojen keräämiseen, analysointiin ja tulkintaan. Tutkimusmenetelmä on usein käytössä, kun tutkitaan ilmiöitä, käsitteitä, ajatuksia tai kokemuksia monimutkaisemmin kuin pelkillä numeerisilla mittareilla voidaan kattavasti kuvata. Kvalitatiivista tutkimusta käytetään usein pieniin tutkittaviin joukkoihin. Menetelmän vahvuuksiin kuuluvat avoimet vastaukset, josta ei rajaudu pois mahdollisia tutkijan tekemiä oletuksia sekä joustavuus, joka mahdollistaa uusien näkökulmien ja asioiden ilmenemisen. (Heikkilä 2014.)

Haastattelut ovat toteutettu puolistrukturoituna. Puolistrukturoidussa haastattelussa aihepiirin kysymykset ovat ennalta määritettyjä ja kysymyksiin ei ole annettu valmiita vastausvaihtoehtoja (Eskola & Suoranta 1998). Haastatteluiden analysoimiseksi on käytetty aineistolähtöistä sisällöanalyysiä. Aineistolähtöinen sisällöanalyysi on laadullisen tutkimuksen menetelmä, joka keskittyy tutkimaan avoimesti ja induktiivisesti aineistoa löytääkseen siitä merkittäviä teemoja ja rakenteita. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi tarjoaa joustavan lähestymistavan tutkimukseen, jossa ei vielä ole selkeää teoreettista viitekehystä tai hypoteeseja. Se mahdollistaa uusien näkökulmien ja yhteyksien löytämisen aineistosta, mikä voi rikastuttaa ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. (Tuomi & Sarajärvi 2018.) Menetelmä sopii haastatteluiden analysointiin, kun halutaan ymmärtää syvällisemmin syitä YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttaneista tekijöistä.

Haastattelun tavoitteena oli etsiä yleisiä tekijöitä YEL-vakuutusyhtiön valinnasta. Tutkimustapa antoi yrittäjälle mahdollisuuden keskustella aihepiiristä sekä kysymyksen takana olevasta ajatuksesta. Näiden haastattelujen perusteella on laadittu strukturoitu kyselylomake, jossa huomioitiin yleisimmät vastaukset. Ensimmäisen vaiheen haastattelun avoimien vastausten perusteella pyrittiin parantamaan kyselylomakkeen laatua ja vastausprosenttia sisällyttämällä yleisimmät vastausvaihtoehdot kyselylomakkeelle, mitä haastatteluissa nousi esille.

Tutkimuksen toinen vaihe toteutettiin suuremmalle kohderyhmälle käyttäen Microsoft Forms -kyselylomaketta. Kohderyhmät valittiin yhteystietojen perusteella Suomen yrittäjien yrityshakemistosta sekä yrittäjille kohdennetuista ryhmistä sosiaalisessa median kautta. Osa kysymyksistä säilytettiin avoimina vastauksille. Tutkimuksen toisen vaiheen kysely luokitellaan kvantitatiiviseksi tutkimusmenetelmäksi. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus sopii numeerisen datan keräämiseen, analysointiin sekä tulkitsemiseen. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä voidaan mitata ilmiöiden toistuvuutta, suhteita ja tekemään yleistyksiä laajemmalle tutkimusaineistolle. Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää tarpeeksi suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa usein hyödynnetään standardisoituja valmiita vastausvaihtoehtoja. Kvantitatiivisen analyysin avulla voidaan vastata kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein, eli sen avulla saadaan selville tapahtumat, mutta ei niiden syitä. (Heikkilä

2014.) Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on valittu aineiston koon ja valmiiden vastausvaihtoehtojen vuoksi.

Kyselyn aineiston analyysimenetelmänä on käytetty tilastollista kuvailevaa analyysiä. Tilastollinen kuvaileva analyysi on menetelmä, joka keskittyy numeerisen datan ominaisuuksien ja piirteiden kuvailemiseen tiivistetyllä tavalla. Menetelmä auttaa ymmärtämään aineistoa, tunnistamaan säännönmukaisuuksia ja saamaan yleiskuvan aineiston perusrakenteista. (Kananen 2008.) Menetelmä sopii kyselyn analysointiin, kun aineistosta etsitään tietoa yleisimmin esiintyvistä valintaperusteista valita YEL-vakuutusyhtiö. Lisäksi kyselyn avoimeen kysymykseen tulleita sanallisia vastauksia on analysoitu edellä kuvatun aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin.

1.4 Aikaisemmat tutkimukset

YEL-vakuuttamista on tutkittu Suomessa aiemmin paljonkin, mutta valtaosa viimeaikaisesta tutkimuksesta liittyy yrittäjien omiin näkemyksiin ja käyttäytymiseen itse vakuutuksen suhteen. Ennen kaikkea kiinnostavaa on ollut yrittäjien YEL-työtulon alimitoitus sekä vapaaehtoiset eläkeratkaisut (esim. Nivalainen & Tenhunen, 2020; Luostari, 2019).

Toisaalta löytyy tutkimuksia, jotka liittyvät vakuutusyhtiön valintaan ja vaihtamiseen yleisellä tasolla. Kyseiset tutkimukset kuitenkin koskevat enemminkin vakuutusyhtiöiden kokonaisvaltaista kilpailua ja tarjontaa eivätkä yksittäisiä vakuutuksia kuten YEL-vakuutusta. Tästä esimerkki tutkimuksia ovat vakuutusyhtiön vaihdon syitä käsittelevä tutkimus (Lappalainen, 2016) ja Vakuutusyhtiön vaihtamiseen vaikuttavat tekijät (Grönfors, 2013). Luonteeltaan tutkimukset lähenevät tätä tukimusta yleisesti ostoprosessin näkökulmasta, mutta eivät kuitenkaan vastaa tutkimuskysymykseen YEL-vakuuttamisen poikkeuksellisuuden vuoksi. YEL-vakuutusten valintaperusteita ei siis ole aiemmin vastaavalla tavalla Suomessa tutkittu.

1.5 Keskeiset käsitteet

Yrittäjän eläkevakuutus (YEL-vakuutus)

YEL-vakuutus on lakisääteinen eli pakollinen vakuutus Suomessa asuville yritystoimintaa harjoittaville yrittäjille yrittäjän eläkelain (1272/2006) § 3 mukaisien ehtojen täyttyessä. YEL on lyhenne sanoista Yrittäjän eläkelaki. Yrittäjän eläkelaki velvoittaa yrittäjiä vakuuttamaan itsensä vanhuuden, kuoleman ja työkyvyttömyyden varalta. Vakuutus turvaa myös yrittäjän omaiset siihen sisältyvän perhe-eläkkeen kautta. (Yrittäjät, 2023.) YEL-vakuutus on lakisääteinen 18–67 vuoden ikäisille yrittäjille.

YEL-työtulo

YEL-työtulolla viitataan YEL-vakuutetun työpanoksen arvoon, jonka perusteella yrittäjien eläkevakuutusmaksuja maksetaan. Työpanoksen arvon ylittäessä 8575,45 € (vuonna 2023) YEL velvollisuuden raja täyttyy. YEL-työtulon arvioimisessa usein käytetään vertaiskuvaa, kuinka paljon vastaavanlaisessa työtehtävässä olevalle työntekijälle maksettaisiin palkkaa, jos hän tekisi työt. YEL-työtulo määritellään aina vuositasolla vakuutuksen alkamishetkestä lähtien. Työtuloa ei siis määritetä kalenterivuosikohtaisena. YEL-vakuutus on henkilökohtainen ja useamassa yrityksessä yrittäjänä työskennellessä riittää vain yksi YEL-vakuutus. Tällöin YEL-työtulo arvioidaan ottaen huomioon kaikissa yrityksissä tehdyt työt. YEL-velvollisuuden tulee kuitenkin täyttyä kaikissa näissä yrityksissä. (Ilmarinen, 2023.)

Työeläkevakuutusyhtiö

Työeläkevakuutusyhtiöiden tehtävä on pääasiassa hoitaa yksityisillä aloilla työntekijöiden ja yrittäjien lakisääteinen työeläketurva. Eläkevakuutusyhtiöiden toiminta on tarkkaan säänneltyä ja se on rajoitettu koskemaan ainoastaan vakuutustoimintaa Työntekijän eläkelain (395/2006) ja Yrittäjän eläkelain (2006/1272) mukaisesti. Suurin osa työeläkevakuutetuista kuuluu työeläkevakuutusyhtiöihin. Noin 70 prosenttia kaikista noin 2,7 miljoonasta työeläkevakuutetusta on vakuutettu työeläkeyhtiöissä. Yrittäjien eläkevakuutukset hoidetaan työeläkevakuutusyhtiöissä, joita Suomessa on neljä: Veritas, Ilmarinen, Elo ja Varma. Työntekijöiden eläkevakuutusta voivat hoitaa eläkeyhtiöiden lisäksi esimerkiksi eläkesäätiöt ja -kassat. (Eläketurvakeskus, 2023a.)

Kilpailukeinot

Eläkevakuutusyhtiöt kilpailevat asiakkaista. Pohjana eläkevakuutusyhtiöiden kilpailukeinoihin voidaan pitää Jerome McCarthyn ja Neil Bordenin kehittämää 4P-mallia, jonka mukaan yrityksien kilpailukeinoina ovat hinta, tuote, saatavuus ja markkinointiviestintä. Markkinoinnin 4P:tä tulevat englanninkielisistä sanoista: place, promotion, price ja product. Tuote (product) ja hinta (price) ovat yleisesti olleet tärkein kilpailutekijä. YEL-vakuutuksen erityislaadun vuoksi nämä tekijät ovat mitättömät, sillä tuote ja hinta ovat samat yhtiöstä riippumatta. Kilpailukeinot YEL-vakuutuksissa perustuu mallin mukaisesti siis saatavuuteen sekä markkinointiviestintään.

Vakuutusten ostokäyttäytyminen

Ostokäyttäytymisellä viitataan siihen, miten ihmiset käyttäytyvät ostaessaan tuotteita tai palveluita. Ostokäyttäytyminen ohjaa ihmisten valintoja; miten he käyttäytyvät markkinoilla, miten he ostavat, missä, milloin ja miten usein sekä kuinka paljon he ovat valmiita käyttämään rahaa ja miten he ylipäätään suhtautuvat kuluttamiseen sekä palveluiden ja tuotteiden tarjoajiin. (Bergström & Leppänen, 2021.) Yleisesti perinteisien vakuutuksien ostamiselle löytyy jokin tarve eli riski, jolta halutaan suojautua siirtämällä riski vakuutusyhtiön kannettavaksi vakuuttamalla. YEL-vakuutuksen kohdalla vakuuttamisvelvollisuus on lakisääteinen ja moni yrittäjä on itse aktiivinen YEL-vakuutuksen ostamisessa.

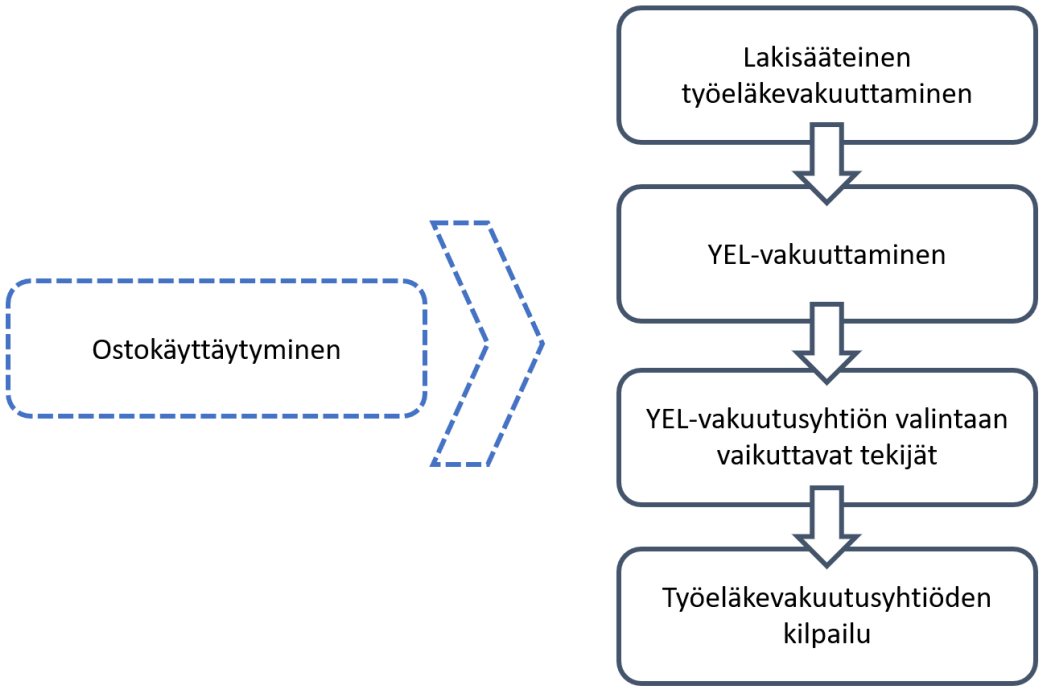
1.6 Tutkielman rakenne ja teoreettinen viitekehys

Tutkielma on jaettu viiteen päälukuun sisältäen johdannon, kaksiosaisen teoriaosuuden, empiirisen osuuden sekä yhteenvedon. Johdannossa käsitellään tutkittavaa aihetta, tutkimuskysymyksiä ja niiden keskeisiä rajauksia, tutkimusmenetelmiä ja -aineistoa, aikaisempia tutkimuksia, keskeisimpiä käsitteitä, tutkielman rakennetta ja teoreettista viitekehystä.

Teoriaa käsitellään toisessa ja kolmannessa luvussa. Ensimmäinen teoriaosuus koostuu tutkimuksen taustateoriasta ja toinen tulkintateoriasta. Ensimmäisessä teoriaosuudessa esitellään yrittäjän eläkevakuutuksen sisältöä ja merkitystä, YEL-velvollisuutta, YEL-työtuloa, vakuutusmaksuja ja työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailua. Toinen teoriaosuus

tarkastelee ostokäyttäytymistä, kuluttajan ostopäätösprosessia sekä erityisesti vakuutuskuluttajan ostokäyttäytymistä ja -päätösprosessia. Neljännessä luvussa esitellään tutkimuksen aineisto sekä empiirinen osuus. Viidennessä luvussa vastataan tutkimuskysymyksiin, esitetään johtopäätökset, arvioidaan tutkielmaa ja annetaan ehdotuksia jatkotutkimuksille. Tutkielman loppuun on listattu käytetyt lähteet ja liitteet.

Alla oleva Kuvio 1 visualisoi tutkielman teoreettisen viitekehyksen. Tutkielman kokonaisuus on aseteltu pystysuuntaiseen jonoon ja eri teemojen vaikutusta on kuvattu nuolilla ylhäältä alaspäin. Prosessi lähtee liikkeelle lakisääteisestä työeläkevakuuttamisesta, josta päästään tutkielman taustateoriaosuutta koskevaan YEL-vakuuttamiseen, joka rajaa tutkimuksen laajuutta. YEL-vakuuttamisesta edetään tutkimuksen päätutkimuskysymykseen YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavista tekijöistä, joka kuvaa tutkimuskysymyksen asettelua. Lopuksi päästään työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailuun. Kuvion vasempaan laitaan asetettu ostokäyttäytymien vaikuttaa edellä mainitun prosessin taustalla kaikkiin eri vaiheisiin.



Kuvio 1. Tutkielman teoreettinen viitekehys

2 YEL VAKUUTTAMINEN

2.1 Yrittäjän eläkevakuutuksen sisältö ja merkitys

YEL-vakuutusta eli yrittäjän eläkevakuutusta voidaan pitää yrittäjän tärkeimpänä vakuutuksena. Sen tarkoituksena on varmistaa yrittäjän toimeentulo vanhuuden ja työkyvyttömyyden varalta sekä perheen toimeentulo perheenhuoltajan kuoleman varalta. Varsinkin pienten ja keskisuurien yritysten kohdalla yrittäjä on monesti yrityksen tärkein henkilö ja hänen poissaolollaan on suuri vaikutus yrityksen toimintaan. Vakuutuksen avulla yrittäjät voivat saada vastaavan eläkkeen kuin palkansaajat. Erona palkansaajiin yrittäjillä on kuitenkin määriteltävänä työpanoksen arvo. YEL-työtulon tulisi olla tarpeeksi suuri, jotta mahdollisesti maksettavien etuuksien määrä on riittävä. YEL-vakuutuksesta maksettava eläke maksetaan vanhuuseläkkeenä yrittäjän eläkeiän saavuttamisen jälkeen. YEL-vakuutusmaksut ovat osittain joustavia, sillä yrittäjillä on mahdollisuus vaikuttaa työtulon määrityksellä maksamiensa eläkevakuutusmaksujen suuruuteen. Yrittäjä voi nostaa eläketurvaansa ja korottaa vakuutusmaksua ilman YEL-työtulon muuttamista pysyvästi. YEL-vakuutusta voi maksaa vapaaehtoisesti myös eläkeiän jälkeenkin. Yrittäjien työeläkevakuuttamista valvoo Eläketurvakeskus, joka kehottaa ja viimeisimpänä keinona ottamaan YEL-vakuutuksen yrittäjän puolesta, mikäli yrittäjä on laiminlyönyt velvollisuutensa. Yrittäjillä on kuitenkin mahdollisuus ottaa vakuutus taannehtivasti kuluvalle ja kolmelle edelliselle vuodelle, jonka jälkeen eläketurvaa ei ole mahdollista kartuttaa. (Eläketurvakeskus, 2023b.) YEL-vakuutusta ei voi korvata vapaaehtoisilla eläkeratkaisuilla, mutta niitä voi olla YEL-vakuutuksen rinnalla turvaamassa yrittäjän toimeentulon eläkkeelle jäädessään.

Vanhuuseläkeikä määräytyy syntymävuoden mukaan. Ennen vuotta 1955 syntyneillä eläkeikä on ollut aikaisintaan 63 vuotta. Alkaen vuodesta 1955 syntyneistä vanhuuseläkeikä nousee asteittain siten, että alin mahdollinen eläkeikä kasvaa kolmella kuukaudella jokaista ikäluokkaa kohti, kunnes saavutetaan 65 vuoden alaikäraja. Vuonna 1965 ja myöhemmin syntyneiden vanhuuseläkeikä määräytyy sen sijaan elinajanodotteen perusteella. Nykyään jokaiselle ikäryhmälle määritellään tavoite-eläkeikä. Tämä viittaa siihen ikään, jolloin eläkkeelle siirtymisen jälkeen laskettava lykkäyskorotus on

samansuuruinen kuin elinaikakerroin aiheuttama kuukausieläkkeen leikkaus. (Eläketurvakeskus, 2023c.)

YEL-vakuutus oikeuttaa vanhuuseläkkeen lisäksi työkyvyttömyyseläkkeeseen, kuntoutustukeen, työeläkekuntoutukseen, työuraeläkkeeseen sekä perhe-eläkkeeseen. YEL-työtulon suuruus vaikuttaa kaikkiin näihin edellä mainittujen maksettavien etuuksien määrään. Kela maksaa sairauspäivärahaa alle vuoden kestävistä työkyvyttömyyksistä johtuvista ansionmenetyksistä. Työkyvyttömyyden kestäessä yhtäjaksoisesti yli vuoden Kela maksaa kuntoutustukea tai työkyvyttömyyseläkettä. Työeläkelaitos voi myöntää työkyvyttömyyseläkkeen henkilölle, joka on täyttänyt 17 vuotta mutta ei vielä ikäluokan alinta vanhuuseläkeikää. Kuntoutustuki voidaan myöntää määräaikaisena lyhytaikaisesti työkyvyttömälle henkilölle, jonka vamman tai sairauden arvioidaan paranevan kuntoutuksen avulla. Kuntoutustukea maksetaan kuntoutumisen ajalta ja se on samansuuruinen kuin työkyvyttömyyseläke. (Eläketurvakeskus 2023d.)

Työuraeläke on uusi etuus, joka otettiin käyttöön vuoden 2017 eläkeuudistuksessa työeläkejärjestelmässä. Pitkä ura rasittavassa ja kuluttavassa työssä voi oikeuttaa siirtymään työuraeläkkeelle 63 vuoden iässä. Työuraeläke tarjoaa mahdollisuuden siirtyä eläkkeelle niille, joiden kyky jatkaa työelämässä on heikentynyt, mutta jotka eivät täytä täyden työkyvyttömyyseläkkeen myöntämisen ehtoja. Viimeiseksi työeläkejärjestelmästä maksettava lakisääteinen perhe-eläke jakautuu leskeneläkkeeseen ja lapseneläkkeeseen. Perhe-eläkkeen tarkoituksena on korvata yrittäjän kuoleman aiheuttamaa taloudellista menetystä. Lapseneläkkeeseen ovat oikeutettuja edunjättäjän lapset, jotka ovat alle 20-vuotiaita. Lesken lapsella, joka oli edunjättäjän kanssa samassa taloudessa ja avioliitossa, voi olla oikeus lapseneläkkeeseen edunjättäjän poismenon jälkeen. Lesken eläkkeeseen ovat oikeutettuja edunjättäjän kanssa avioliitossa, rekisteröidyssä parisuhteessa ja avoliitossa 1.1.2022 jälkeen olleet henkilöt. (Eläketurvakeskus, 2023e.)

YEL-vakuutus on keskeinen osa Suomen sosiaaliturvajärjestelmää, jonka tarkoitus on turvata Suomen kansalaisten taloudellinen hyvinvointi eri elämäntilanteissa. Sosiaaliturvalla tarkoitetaan sosiaalivakuutusmaksuilla sekä verovaroilla rahoitettuja lakisääteisiä etuuksia ja palveluita. Sosiaaliturvan keskeisenä tehtävänä on varmistaa toimeentulo sekä edistää ja ylläpitää työ- ja toimintakykyä. Lisäksi sosiaaliturva pyrkii

tasoittamaan taloudellisia eroja perheiden ja yksilöiden välillä ja vähentämään köyhyyttä. (STTK 2023.) Yrittäjän eläkevakuutuksen vaikutus ei hyödytä vain yrittäjiä yksilötasolla, vaan sillä on myös yhteiskunnallisia vaikutuksia. YEL-vakuutuksen olemassaolo kannustaa yritystoiminnan aloittamiseen, kun yrittäjät ovat taloudellisesti turvattuja. Yrittäjyyden lisääntyminen on merkittävä tekijä talouden kehityksessä. Yritykset luovat työpaikkoja, tuovat taloudellista kasvua ja osallistuvat verotuloina yhteiskunnan kehittämiseen. (Yrittäjänpäivä 2023.) YEL-vakuutus edistää yrittäjien hyvinvointia, mikä heijastuu positiivisesti koko yhteiskunnan kokonaistaloudelliseen kehitykseen. Ennen kaikkea YEL-vakuutus mahdollistaa yritystoiminnan jatkuvuuden.

2.2 YEL-velvollisuus

Yrittäjän eläkelaki (1272/2006) sääntelee yrittäjille lakisääteisen YEL-vakuutuksen, joka vaaditaan jokaiselta yrittäjältä ehtojen täyttyessä. YEL-velvollisuuteen vaikuttavat yrittäjän ikä, yrityksessä tehdyn työn määrä sekä yritystoiminnan kesto. Yrittäjän eläkelain (YEL 1272/2006, 3§) mukaisesti YEL-velvollisia iän perusteella ovat 18–69-vuotiaat henkilöt (vuonna 1957 tai aikaisemmin syntyneillä vakuuttamisvelvollisuuden yläikäraja on 68 vuotta, vuonna 1958–61 syntyneillä 69 ja sitä nuoremmilla 70 vuotta). Pelkkä omistus yrityksestä ei kuitenkaan määritä velvollisuuden täyttymistä, sillä yrittäjän tulee olla myös töissä kyseisessä yrityksessä. Yritystoiminnan keston tulee olla vähintään neljä kuukautta yhtäjaksoisesti 18-ikävuoden täyttämisen jälkeen. YEL-velvollisuus koskee myös ulkomaalaisia yrittäjiä, jotka harjoittavat liiketoimintaa Suomessa. (Työeläke.fi, 2023.)

Arvioidun työtulon määrän tulisi vuodessa olla vähintään 8575,45 € (vuonna 2023). Moni yrittäjä toimii osa-aikaisesti tai palkkatöiden ohella. Suurin osa uusista Suomessa perustetuista yrityksissä työllistävät vain osa-aikaisesti. Jos Yrittäjän eläkelain (1272/2006 3§) mukaiset edellytykset täyttyvät, vakuutus on otettava, vaikka yrittäjä toimii sivutoimisesti (työ- tai virkasuhteen rinnalla) tai kausiluonteisesti. Siten myös kevytyrittäjää ja itsensä työllistävää koskevat samat säännöt. On myös huomioitava, vaikka palkkaa ei osakeyhtiöstä nostaisi, niin YEL-vakuutusmaksuja tulisi maksaa, jos työpanoksen arvo ylittää velvollisuuden alarajan. (Työeläke.fi, 2023.)

Yhtiömuodot vaikuttavat YEL-velvollisuuteen. Yksityisten elinkeinonharjoittajien kohdalla YEL-velvollisuus on selkeä, kun omistus yrityksestä on yhdellä henkilöllä. Osakeyhtiöiden ja muiden yhtiömuotojen kohdalla omistusprosentti vaikuttaa YEL-vakuuttamisen velvoitteeseen. Osakeyhtiön johtava asemassa oleva henkilö, joka omistaa yksin yli 30 prosenttia yhtiöstä tai perheenjäsenten kanssa yli puolet yhtiöstä tai äänivallasta, on velvollinen ottamaan YEL-vakuutuksen. Perheenjäseneksi katsotaan henkilö, joka on suoraan alenevassa tai ylenevässä polvessa johtavassa asemassa olevan henkilön sukulainen ja asuu hänen kanssaan samassa taloudessa. Aviopuoliso tai rekisteröidyn parisuhteen osapuoli luetaan perheenjäseneksi, vaikka ei asuisikaan samassa taloudessa Samassa taloudessa asuva puoliso tai avopuoliso luetaan myös yrittäjän perheenjäseneksi. (Työeläke.fi, 2023.)

2.3 YEL-työtulo ja vakuutusmaksut

YEL-työtulo on yksi keskeisimmistä tekijöistä yrittäjän eläkevakuuttamisessa. YEL-vakuutusmaksut perustuvat ilmoitettuun työtuloon, jonka tulisi vastata yrittäjän työpanoksen todellista arvoa. Työtulon tulisi vastata esimerkiksi palkkasummaa paljon yrittäjän korvaaminen työntekijällä maksaisi. Eläketurvakeskus ja eläkevakuutusyhtiöt neuvovat yrittäjiä työtulon määrityksessä. Työtulon määrä lasketaan vakuutuksen alkamispäivästä vuodeksi eteenpäin, mutta halutessaan siihen on mahdollista tehdä muutoksia kesken vakuutuskauden esimerkiksi toiminnan muutoksien myötä. (Elo, 2024.)

Vakuutusmaksujen perusteella määrittyy yrittäjän eläkkeen määrä, sairasvakuutuksen päivärahat sekä vapaaehtoisen työtapaturmavakuutuksen korvausmäärä. Lisäksi työtulo vaikuttaa myös työttömyysturvaan ja vanhempainpäivärahan määrään. Vuonna 2024 YEL-työtulon alaraja on 9010,28 € ja yläraja on 204 625 €. Vuosittaista työtuloa ei voida vahvistaa näiden rajojen ulkopuolelle. Työtulon saavuttaessa alarajan on yrittäjällä velvollisuus ottaa YEL-vakuutus. Työttömyysturvaan kuulumisen raja on 14803,00 € vuonna 2024. Jos yrittäjä harjoittaa liiketoimintaa useammassa kuin yhdessä yrityksessä, kaikki toiminnot vakuutetaan ainoastaan yhdellä YEL-vakuutuksella. Tämä tarkoittaa, että yrittäjän työpanos kaikissa yrityksissä lasketaan yhteen. (Elo, 2024.)

YEL työtulon vahvistamisesta vastaa eläkelaitos. Se vahvistaa yrittäjälle päätöksellään yrittäjän työpanoksen arvoa vastaavan vuotuisen työtulon. Työtuloa määrittäessä vuosipalkkasummaa usein verrataan tilanteeseen, jossa ulkopuolinen työntekijä palkattaisiin vastaavaan asemaan vastaavanlaisella kokemuksella ja osaamisella ja näin arvioidaan työtulon keskimääräistä suuruutta. YEL työtulon määrittelystä on säädetty laissa ja työtulo tulisi määrittää yksilöllisesti, jotta oikeanmukaisen eläketurvan taso voidaan varmistaa. YEL työtuloon ei vaikuta yrittäjän tosiasiallisesti maksamat palkat. Yrityksen tuloksenkyky pyritään huomioimaan keskiarvollisesti, jotta työtulon muutoksia tarvitsisi tehdä vain tilanteessa, jossa yrityksessä tapahtuu keskeisiä muutoksia esimerkiksi toiminnan laajuudessa. Työtulo tulee siten arvioida pitemmän aikajakson mukaisesti, jotta tilapäiset tekijät eivät vaikuta siihen. Esimerkiksi yritystoiminnan ollessa hetkellisesti tappiolla, tulisi YEL maksuja maksaa samoin perustein kuin ennenkin. (Korpiluoma, 2011.)

Yrittäjän työtuloa voidaan muuttaa, mikäli yritystoiminnassa tapahtuu olennaisia muutoksia. Työtulo voidaan tarkistuttaa yrittäjän tai eläkelaitoksen aloitteesta. Perusteena muutokselle olisi esimerkiksi sivutoimisen yrittäjän siirtyminen päätoimiseksi yrittäjäksi. Vastaavassa tilanteessa työtuloa voidaan myös laskea. Mikäli yrittäjä ei täytä vakuutuksen piiriin kuulumisen edellytyksiä, niin vakuutus voidaan päättää takautuvasti. Työtuloa ei kuitenkaan voida muuttaa takautuvasti. (Korpiluoma, 2011.)

Eläkevakuutusmaksujen suuruus riippuu vakuutusmaksuprosentista, joka vaihtelee vuosittain sekä yrittäjän yksilöllisestä työtulosta. Sosiaali- ja terveysministeriö vahvistaa työeläkemaksuprosentit vuosittain. (Korpiluoma, 2011.) Alle 53-vuotiaan ja yli 62-vuotiaan YEL-maksu on 24,10 % ja 53–62-vuotiaan 25,60 % vahvistetusta työtulosta vuonna 2024 (Työeläke.fi, 2024). Aloittaville YEL velvollisille yrittäjille myönnetään 22 % maksualennus eläkevakuutusmaksuista ensimmäisen neljän vuoden ajaksi. Etuus on mahdollista hyödyntää korkeintaan kahdessa osassa. Mikäli yritystoiminta päättyy ennen etuuden käyttämistä, etuuden saa vielä toisella vakuutusjaksolla. (Varma, 2024.) Aloittavan yrittäjän alennus keventää aloittavan yrittäjän vakuutusmaksurasitetta.

2.4 Työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailu

Yksityisillä yrittäjillä on vapaus valita tapa, jolla he järjestävät työntekijöidensä sekä oman työeläkevakuutuksensa. Suomessa toimii neljä työeläkevakuutusyhtiötä: Veritas, Ilmarinen, Varma ja Elo. Edellä mainitut yhtiöt kilpailevat asiakkaistaan markkinaosuutensa kasvattamiseksi. Työeläkevakuutusyhtiöiden välinen kilpailu edesauttaa yritystoiminnan taloudellista kehitystä. Lainsäädäntö rajoittaa sekä edellyttää työeläkevakuutusyhtiöiden välistä yhteistyötä. Kilpailulainsäädäntö valvoo, että markkinoilla tapahtuva kilpailu on tervettä ja toimivaa. Lainsäädännön tarkoituksena on ehkäistä taloudellisesti vahingolliselta kilpailun rajoittamiselta. Työeläkevakuutusyhtiöiden tulisi yhdenmukaisesti määritellä vakuutusehdot ja niiden laskuperusteet tilastotietojen kokoamiseksi sekä työeläkelakien toimeenpanoon ja kehittämiseen liittyvissä asioissa. (Työeläkevakuuttajat, 2023.) Mikäli yhtiöt voisivat tarjota YEL-vakuutuksia alhaisemmilla laskuperusteilla esimerkiksi YEL-työtuloa määrittäessä, voisi tämä johtaa epäterveelliseen kilpailuun yhtiöiden välillä. YEL-työtulon määrittämisessä ei siis tulisi olla eroja yhtiöiden välillä.

Työeläkevakuutusyhtiöiden toiminta on lakisääteistä ja tarkasti säännelty. Tämän vuoksi toimitsijoiden välinen kilpailukin on rajoitettua. Eläke-etuudessa ei saisi olla eroja eläkevakuutusyhtiöiden välillä, joten yhtiöt siis myyvät ominaisuuksiltaan vastaavaa vakuutusta ja vakuutuksen ominaisuuksilla ei pitäisi olla mahdollisuutta kilpailla. Eläketurva on kaikilla työntekijöillä sekä yrittäjillä sama riippumatta siitä, miten eläketurva on järjestetty. Tämä pätee Erityisesti YEL-vakuutuksen kohdalla, sillä sen osalta vakuutusmaksuillakaan ei voi kilpailla. Työeläkejärjestelmän perustehtävä on työeläkkeiden turvaaminen ja kilpailu ei saisi vaarantaa tämän toteutumista. (Työeläkevakuuttajat, 2023.)

Vaikka työeläkevakuutusten toiminta on rajoitettua, ne voivat silti kilpailla. Työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailukeinoina ovat esimerkiksi asiakaspalvelun laatu ja erilaiset palveluratkaisut. Osa työeläkevakuutusyhtiöistä tarjoaa alakohtaista asiantuntijapalvelua yrittäjille, josta yrittäjät voivat saada apua yritystoiminnassaan. Toisin kuin yrittäjän eläkevakuutuksessa, yritykset, jotka työllistävät henkilöstöä, voivat hyötyä alennuksesta työeläkemaksuissa yhtiökohtaisen asiakashyvityksen avulla.

Asiakashyvitykset muodostavat ylijäämää työeläkeyhtiöiden sijoitustoiminnasta, ja ne jaetaan yhtiön asiakkaille. (Työeläkevakuuttajat, 2023.)

Työeläkevakuutusyhtiöiden välisen kilpailun pohjimmaisena tavoitteena on työeläkevakuutusjärjestelmän tehostaminen. Työeläkevakuutusyhtiöt harjoittavat sijoitustoimintaa ja pystyvät laskemaan työeläkevakuutusmaksujaan saamillaan tuotoilla. Tehokas sijoitustoiminta auttaa hankkimaan asiakkaita matalampien maksujen myötä sekä parantamaan yhtiön tehokkuutta. Työeläkevarat ovat paremmin turvattu hajautuksen näkökulmasta, sillä hajautus tehdään laajemmin, kun varoja sijoittaa useampi toimija eri sijoituskohteisiin. Asiakaspalvelun ollessa olennainen kilpailukeino, yhtiöt joutuvat panostamaan sen laatuun erityisesti. Lopulta kilpailun hyödyt näkyvät vakuutuksenottajilla ja niiden vakuuttamilla työntekijöillä. (Työeläkevakuuttajat, 2023.)

Työeläkevakuutusyhtiöiden kilpailu on poikkeuksellista. Toimialan kilpailukenttään vaikuttavat paitsi markkinoilla operoivien yritysten väliset kamppailut myös riskitekijät, kuten uudet toimijat ja vaihtoehtoiset tuotteet. Lisäksi merkittävä tekijä on ostajien ja muiden tuottajien, kuten tavarantoimittajien, neuvotteluvoima. Lakisääteisellä eläkevakuutusmarkkinalla on vain muutama iso toimija ja markkinat ovat hyvin rajoitetut. Kilpailun lähtökohtana on asiakkaiden houkuttelu kilpailijoilta tai kokonaan uusien asiakkaiden hankinta. Kilpailu edistää yhteistä hyvää taloudessa, sillä se pakottaa yhtiöiden kehittyvän. Huonot yritykset ja palvelut karsiutuvat ajan mittaan pois. Asiakasyrityksillä sekä toimittajilla on neuvotteluvoimaa työeläkeyhtiöitä kohden, mutta uhkaa muiden hyödykkeille ei ole lakisääteisyyden vuoksi ja uusien toimijoiden uhka on mitätön. Merkittävimmät toimijat ovat sijoitusrahastot ja sijoituspalveluyritykset it-toimittajien kanssa. (Sokka & Vanne, 2020.)

3. OSTOKÄYTTÄYTYMINEN JA OSTOPÄÄTÖSPROSESSI

3.1 Ostokäyttäytyminen

Ostokäyttäytymisellä viitataan siihen, miten ihmiset käyttäytyvät ostaessaan tuotteita tai palveluita. Ostokäyttäytyminen ohjaa ihmisten valintoja; miten he käyttäytyvät markkinoilla, miten he ostavat, missä, milloin ja miten usein sekä kuinka paljon he ovat valmiita käyttämään rahaa ja miten he ylipäätään suhtautuvat kuluttamiseen sekä palveluiden ja tuotteiden tarjoajiin. Vakuutusalalla näillä tarkoitetaan niitä valintaperusteita, jonka avulla ihmiset valitsevat ja hankkivat vakuutuksia. Ihmisten ostokäyttäytymiseen liittyy kaksi vaikuttavaa pääpiirrettä, jotka jakautuvat ulkopuolisiin tekijöihin ja henkilökohtaisiin ominaisuuksiin. Ulkopuolisia tekijöitä ovat esimerkiksi taloudellinen tilanne, kulttuuri ja yritysten markkinointi. Markkinoinnin lähtökohtana on asiakas ja asiakkaan käyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan ulkopuolisilla ärsykkeillä tarpeiden herättämiseksi. Henkilökohtaisiin ominaisuuksiin luokitellaan demografiset, psykologiset ja sosiaaliset tekijät. (Bergström & Leppänen, 2021.)

Demografisilla eli väestötekijöillä viitataan yksilön ominaisuuksiin, joita voidaan luokitella helposti mittaamalla ja analysoimalla. Ostamiseen vaikuttavat väestötekijät ovat niin sanottua kovaa dataa, jota voidaan hyödyntää markkinoinnin peruslähtökohtana esimerkiksi kohderyhmien määrittelemisessä. Tärkeimpiä demografisia muuttujia ostokäyttäytymisen kannalta ovat ikä, sukupuoli, siviilisääty, asuinpaikka, asuinmuoto, perheen koko, käytettävissä olevat tulot, omaisuus ammatti ja koulutus. Esimerkiksi ikä, sukupuoli ja perhetilanne vaikuttavat osaltaan asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin ja motiiveihin hankkia tuotteita tai palveluita. (Bergström & Leppänen, 2021.)

Psykologisilla tekijöillä tarkoitetaan yksilön sisäisiä tekijöitä, jotka liittyvät tapoihin, kykyihin ja toimintamuotoihin miten yksilö käyttäytyy. Edellä mainitut tekijät ovat niin sanotusti persoonallisia tarpeita, jotka näkyvät myös osana ostoprosessia. Psykologisten ja sosiaalisten tekijöiden välillä on erottamaton yhteys, sillä käyttäytyminen muovautuu myös vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. Myös demografisilla tekijöillä on

vaikutus yksilön persoonallisiin toimintatapoihin. Psykologiset tekijät voidaan eritellä viiteen pääkategoriaan, joita ovat tarpeet, motiivit, arvot ja asenteet, innovatiivisuus sekä oppiminen. (Bergström & Leppänen, 2021.)

Psykologiset tarpeet voidaan jakaa myös tiedostettuihin ja tiedostamattomiin. Näiden kahden välinen ero on siinä, että tiedostettuja tarpeita ihminen pyrkii tiedostetusti täyttämään. Tiedostamattomat tarpeet ovat tiedostettujen tarpeiden vastakohta ja markkinoinnilla pyritään herättämään näitä tarpeita. Tarpeiden taustalla ovat asiakkaan motiivit. Tarpeet tekevät ihmiset aktiiviseksi ja motiivit ohjaavat ihmisen täyttämään tarpeitaan. Erilaiset ostomotiivit selittävät kuluttajien ostopreferenssejä esimerkiksi tuote- ja merkkivalinnassa. Ihmisten arvot ja asenne ohjaavat yksilön ajattelua ja valintoja suhtautuessaan esimerkiksi tiettyyn tuotteeseen tai yritykseen. Asenteeseen vaikuttavat ihmisen ympäristö ja aiemmat kokemukset. Ihminen oppii reagoimaan ärsykkeisiin tietyllä tavalla ja markkinoinnin kannalta positiivisten kokemusten tuottaminen nähdään tärkeänä, sillä aiemmat ostokokemukset vaikuttavat kuluttamiseen tulevaisuudessa. Innovatiivisuus nähdään kuluttajan haluna kokeilla ja omaksua uutta sekä haluna ottaa ostoissa riskejä. (Bergström & Leppänen, 2021.)

Sosiaalisilla tekijöillä eli viiteryhmätekijöillä tutkitaan kuluttajan käyttäytymistä sosiaalisissa ryhmissä sekä viiteryhmien merkitystä osana asiakkaan ostopäätösprosessia. Sosiaalisien tekijöiden avulla on mahdollista tarkastella, millaisiin ryhmiin yksilö kuuluu ja mikä on hänen sosiaaliluokkansa. Vaikka sosiaaliset tekijät ovat helposti mitattavissa, on kuitenkin vaikeaa tarkastella kuinka nämä eri tekijät ja ryhmät vaikuttavat ihmisen ostokäyttäytymiseen. Viiteryhmillä tarkoitetaan kaikkia sosiaalisia ryhmiä, joiden kanssa yksilö on vaikutuksessa suoraan tai välillisesti. Viiteryhmänä voi olla esimerkiksi oma kansalaisuus tai kulttuuri. Jäsenryhmillä viitataan ryhmiin, joissa yksilö voi olla jäsenenä. Ihanneryhmät ovat ryhmiä, joita yksilö haluaa tavoitella kuten esimerkiksi urheiluseura tai julkisuuden henkilö. Negatiiviset viiteryhmät ovat kohteita ja tapoja, joita yksilö karttaa. (Bergström & Leppänen, 2021.)

Ryhmille on tyypillistä tietyt normit ja tavat, joiden mukaan tulisi toimia. Viiteryhmät vaikuttavat ostokäyttäytymiseen, mutta niiden vaikutus vaihtelee tilanteesta ja ostettavasta kohteesta riippuen. Mitä näkyvämpää tuotteen käyttö on, sitä suurempi on

viiteryhmän merkitys. Myös eri ryhmillä vaikutuksen suuruus on vaihtelevaa. Yleisimpiä merkittäviä sosiaalisia tekijöitä ovat perhe, ystävät, työyhteisö ja harrastukset. Viiteryhmien merkitys ostokäyttäytymisessä korostuu erityisesti silloin, kun yksilöllä ei ole riittävästi tietoa tuotteesta tai palvelusta. (Bergström & Leppänen, 2021.)

3.2 Kuluttajan ostopäätösprosessi

Kuluttajan ostopäätösprosessi lähtee liikkeelle tarpeen tunnistamisesta. Kuluttajat vertaavat nykytilannettaan halutun tai toivotun tilanteen välillä ja tunnistavat tarpeita. Tarve voi syntyä kahdella eri tavalla, josta ensimmäisessä kuluttajan nykytilanteessa tapahtuu muutos. Tätä voidaan kuvastaa esimerkiksi auton polttoaineen loppumisella. Tapahtumassa kuluttajan tilanne heikkenee aikaisemmasta ja tilanteen palauttamiseksi on ostettava polttoainetta. Tätä kutsutaan tarpeen tunnistamiseksi. Toisena tarpeen syntymisenä pidetään mahdollisuuden tunnistamista. Ulkopuoliset ärsykkeet voivat herättää kuluttajan ajatusprosessin ja tämä saa aikaan vertailun nykytilanteesta siihen mitä hänellä voisi olla. Esimerkiksi kuluttaja voi haluta autokaupassa nähdyn tehokkaamman auton, jolloin ideaalitilanne on korkeammalla kuin nykyinen. Ideaalitilanteen toteuttaminen herättää tarpeen ostaa uuden auton. Molemmissa edellä mainituissa tilanteissa vertaillaan nykyhetken tilannetta siihen, mitä se voisi olla. (Solomon, 2016.)

Ostopäätösprosessin toinen vaihe on tiedon etsiminen. Tarpeen tunnistamisen jälkeen kuluttaja pyrkii toteuttamaan nykyisen tilan muutoksen haluttuun tilaan. Prosessin alussa kuluttaja pyrkii selvittämään, miten voisi tämän tarpeen täyttää. Tiedonhaku voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan, sisäiseen sekä ulkoiseen tiedonhakuun. Yleisesti kuluttajalla on tietoa jo valmiiksi haluamastaan tarpeesta, joka on muodostunut aikaisemmista kokemuksista, suosituksista tai mainoksista. Nämä luokitellaan sisäiseksi tiedon etsinnäksi. Ulkoinen tiedonhaku perustuu olemassa olevien tietojen täydentämiseksi ulkoisista lähteistä, kuten ystäviltä ja mainoksista. (Solomon 2016.) Lukuisissa tutkimuksissa on todistettu suusanallisen viestinnän (*word of mouth*) vaikuttavan merkittävimmin kuluttajan ostopäätösprosessiin (Engel, Blackwell & Kegerreis, 1969; Brown & Reingen, 1987).

Tarpeen tunnistamisen ja tiedonhankinnan jälkeen kuluttaja vertaa erilaisia vaihtoehtoja, joita hän punnitsee eri kriteereiden avulla ennen lopullista ostopäätöstä. Vaihtoehtojen arviointi ei kuitenkaan ole suoraviivaista tai kaavamaista, vaan jokainen yksilö tarkastelee vaihtoehtoja omien kriteeriensä valossa. Tähän vertailuprosessiin vaikuttavat yksilön lisäksi ostopaikka ja ostettava hyödyke. Vertailu voi tapahtua loogisesti eri vaihtoehtojen analyyttisen arvioinnin kautta tai sitten kuluttaja saattaa olla tekemättä vertailua lainkaan, luottaen intuitioon tai totuttuun tapaan. On kuitenkin havaittu, että kuluttajat paneutuvat syvällisempään päätöksentekoon tilanteissa, joissa eri vaihtoehdot herättävät negatiivisia tunteita, kuten konflikteja niiden välillä. Esimerkki tällaisesta vaativasta tilanteesta voisi olla, päätös sydänleikkauksesta, johon liittyy suuria riskejä. Riskin kääntöpuolena on mahdollisuus elämänlaadun merkittävästä paranemisesta. (Solomon, 2016.)

Vaihtoehtojen arvioimisen jälkeen on tehtävä ostopäätös. Ostopäätöksen tekeminen on yksilöllistä ja kuluttajat noudattavat siinä erilaisia toimintatapoja syvällisestä pohdinnasta nopeaan päätöksentekoon. Ostopäätös käyttäytymiseen vaikuttaa hyödykkeen aiempi tuntemus, kokemukset sekä mielikuvat brändistä ja tuotteesta. (Solomon 2016). Ostopäätöstä seuraa oston jälkeinen käyttäytyminen, jossa kuluttaja arvio ostoksen tuomia hyötyjä ja vertaa niitä odotuksiinsa. Kuluttajat huomioivat myös koko ostoprosessia kokonaisuudessa, jonka avulla he muodostavat kokonaiskuvan. Tätä kutsutaan asiakastyytyväisyydeksi tai tyytymättömyydeksi. Kokemuksien perusteella asiakas arvioi todennäköisyyksiä ostamisesta uudelleen vastaavasta paikasta tai vastaavaa hyödykettä. (Solomon, 2016.)

3.3 Vakuutuskuluttajan ostokäyttäytyminen ja -päätösprosessi

Vakuutusten ostopäätösprosessiin vaikuttavat monet tekijät. Ostoprosessi käynnistyy yleensä yksilön tai vakuutusyhtiön toimesta, kun kuluttajalla herää jokin tarve vakuuttamiselle tai kun vakuutusyhtiö on yhteydessä asiakkaaseen. Vakuutustarpeiden harkinta lähtee yleensä käyntiin henkilön sisäisistä tekijöistä kuten tiedostetuista riskeistä tai vallitsevasta elämäntilanteesta. Esimerkiksi perheenlisäys, talon osto, yritystoiminnan aloittaminen tai terveysongelmat voivat herättää tarpeen vakuuttamiselle. Suomessa eniten vakuutuksia on 25–49-vuotiailla, mikä juontaa juurensa perheen perustamisen tuomiin vakuutustarpeisiin. (Ylikoski & Järvinen, 2011.)

Nykyään vakuutusyhtiöt ovat yhteydessä asiakkaisiin ja tuotteiden sekä palveluiden tarjoamisen kautta herättävät tarpeita asiakkaissa. Ennen vakuutuksien osto on tapahtunut asiakaslähtöisesti ja asiakas on itse vertaillut ja kilpailuttanut vakuutustentarjoajia. Tämä ei ole osoittautunut tehokkaaksi, sillä ostopäätöksen tekemistä on siirretty jatkuvasti eteenpäin. Kun vakuutusyhtiö toimii tarpeen herättäjänä, asiakas saadaan paremmin sitoutettua vakuutustapaamiseen ja tällöin asiakkaan tehtäväksi jää vain saapua tapaamiseen ja näin vakuutustarpeiden täyttyminen tehostuu. (Ylikoski & Järvinen, 2011.)

Vakuutusyhtiön valinta vaikuttaa suoraan vakuutuksenottajan talouden turvallisuuteen ja riskienhallintaan. Valitessaan vakuutusyhtiötä asiakas pohtii, mistä saisi parhaan vastineen maksamilleen vakuutusmaksuille. Vakuutuksen sisältö ja ehdot kertovat asiakkaalle vakuutuksen kattavuudesta ja ominaisuuksista. Asiakkaan tehdessä päätöstä vakuutusyhtiön valinnasta, hän arvioi palveluprosessin sujuvuutta. Tämä sisältää kriteereitä kuten vakuutuksen ostoprosessin helppous, vakuutusyhtiön maine sekä vakuutusten kustannukset. Asiakas pyrkii yhdistämään hyödyt ja hinnat muodostaakseen käsityksen siitä, mitä hän saa tiettyyn hintaan, eli palvelun kokonaisarvon. Yksilön valintaa ohjaavat omat edut, ja asiakas tavoittelee sitä vakuutusyhtiötä, jonka tarjoamat vakuutukset tuottavat hänelle eniten arvoa. Hinnan lisäksi valintaan vaikuttavat asiakkaan kokemat muut kustannukset, kuten hankintaan käytetty aika ja vakuutuspalveluiden käytännön toimivuus. Asiakkaan valinnan taustalla vaikuttavat myös yksilön viiteryhmät. (Ylikoski & Järvinen, 2011.)

Asiakkaan kokema arvo ja hyöty on hyvin yksilöllistä. Tutkimuksissa on havaittu erilaisia näkemyksiä arvon merkityksestä asiakkaille. Joillekin asiakkaille arvo tarkoittaa ensisijaisesti alhaista hintaa. Tämä korostaa hintanäkökulman keskeisyyttä palvelun valinnassa. Toisille arvo puolestaan merkitsee kaikkia niitä hyötyjä, joita he saavat palvelun käytöstä rahan sijaan. Asiakkaat voivat arvostaa palvelun tarjoamia etuja kuten hyvää asiakaspalvelua ja asiakaskokemusta ensisijaisesti. Arvon muodostumiseen vaikuttavat hinnan lisäksi myös muut asiakkaan kokemat kustannukset, kuten aika, jonka hän käyttää palvelun hankkimiseen, ja vakuutuspalveluiden käytännön toimivuus. (Ylikoski & Järvinen, 2011.)

Vakuutusyhtiön vaihto voi olla järkevää eri syistä. Vakuutusyhtiön vaihtaminen tapahtuu useimmin kilpailevan vakuutusyhtiön toimesta. Vakuutuskilpailutuksen kartoitusvaiheessa pyritään löytämään eroavaisuuksia olemassa olevasta vakuutusturvasta ja kilpailukeinoina on yleensä hinta ja kustannukset. Vakuutustarjonnan ollessa vastaava kilpaileviin yhtiöihin, kilpaileva yhtiö voi tarjota tuotteitansa edellisemmin ja näin houkutella asiakkaita vaihtamaan yhtiötään. Joskus asiakkaat voivat olla tyytymättömiä saamansa palveluun nykyisessä yhtiössä esimerkiksi asiakaspalvelussa ja vakuutusten kilpailuttaminen voi tapahtua pienellä kynnyksellä tai asiakkaan omasta aloitteesta. Jotkut asiakkaista päättävät ostaa vakuutuksen jo ensimmäisellä tapaamiskerralla, kun taas toiset haluavat vertailla useita yhtiöitä samanaikaisesti. Lisäksi asiakkaat luottavat omiin vertaisryhmiinsä, mikä auttaa heitä muodostamaan kokonaiskuvan siitä, mikä vakuutusyhtiö heidän tulisi valita. (Ylikoski & Järvinen, 2011.)

4. YEL-VAKUUTUSYHTIÖN VALINTAAN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

4.1 Aineiston kuvaus ja esittely

Tutkimuksen aineisto jakautuu kvalitatiiviseen sekä kvantitatiiviseen aineistoon, jotka on kerätty kahdessa eri osassa osana tutkimusprosessia. Ensimmäinen aineisto osuus koostuu kolmesta haastattelusta, joihin on osallistunut YEL-vakuutettuja Suomessa toimivia yrittäjiä. Haastatellut yrittäjät on jätetty anonyymeiksi identiteetin tunnistamattomuuden säilyttämiseksi. Haastatteluun osallistuneet yrittäjät ovat valittu satunnaisesti haastattelijan ennalta tuntemista henkilöistä. Haastattelut toteutettiin puhelimitse marraskuussa 2023 ja niistä on otettu tallenteet, jotka on myöhemmin litteroitu sanallisesti. Aineisto litteroitiin vastausvaihtoehtojen erottelemiseksi puhelimessa otetuista tallenteista Microsoft Word-ohjelmalle tekstimuotoon. Haastattelussa käytetyt kysymykset löytyvät liitteestä 1.

Haastateltavat yrittäjät olivat kokemukseltaan ja toimialaltaan toisistaan poikkeavia ja tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon näkökulmia vastauksiin YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavista tekijöistä. Haastattelut olivat rakenteeltaan puolistrukturoituja ja ennalta määritettyihin kysymyksiin ei ollut valmiita vastausvaihtoehtoja. Haastattelun aineisto on analysoitu aineistolähtöisen sisällöanalyysin avulla, joka mahdollistaa keskeisten asioiden nostamisen esille sekä tutkimusongelman kannalta merkitsevien teemojen vertailun (Eskola & Suoranta, 1998). Haastattelun vastauksista tunnistetut teemat täydensivät toisen vaiheen kyselylomakkeen strukturoitujen vastausvaihtoehtojen määrittelyä ja paransivat näin kyselylomakkeen relevanttiutta sekä todennäköisesti myös vastausprosenttia.

Tutkimuksen toisen vaiheen aineisto kerättiin Microsoft Forms-ohjelmalla kyselylomakkeen muodossa. Lomakkeen muodostamisessa on hyödynnetty haastatteluista kerättyä tietoa. Kyselylomake oli viikon ajan täytettävissä ajalla 29.11.2023-06.12.2023. Se jaettiin valitulle kohderyhmälle sosiaalisen median kautta yrittäjille tarkoitetuissa ryhmissä ja Suomen yrittäjien yrityshakemistosta satunnaisesti

yrittäjien yhteystietojen perusteella. Kyselyyn vastasi yhteensä 132 YEL-vakuutettua yrittäjää ja keskimääräinen vastausaika oli 5 minuuttia ja 52 sekuntia. Kysymykset esitettiin kaikille osallistujille samassa järjestyksessä. Kyselylomakkeen alussa varmistettiin osallistujan halukkuus osallistua tutkimukseen sekä sen jälkeen yrittäjän taustatiedot kuten sukupuoli, ikä, kokemus vuosissa yrittäjänä, missä työeläkevakuutusyhtiössä osallistuja on asiakkaana nyt ja mikä on tämänhetkinen YEL-työtulo. Taustatietojen jälkeen yrittäjiltä kysyttiin, olivatko he vertailleet tai kilpailuttaneet eri työeläkevakuutusyhtiöitä. Lopuksi päästiin kyselylomakkeen tärkeimpiin kysymyksiin, josta ensimmäisessä kysyttiin tekijöitä, mitkä ovat vaikuttaneet nykyisen eläkevakuutusyhtiön valintaan, mikä oli merkittävin tekijä kyseisen yhtiön valintaan vaikuttanut tekijä sekä mikä saisi heidät vaihtamaan työeläkevakuutusyhtiöstä toiseen. Lisäksi vastaajille on annettu vapaamuotoinen vastausvaihtoehto, jossa voi kertoa tarkemmin, YEL-vakuutusyhtiön valintaperusteista. Kyselylomake löytyy liitteestä 2.

Kyselylomakkeen aineisto on analysoitu kvantitatiivisia sekä kvalitatiivisia menetelmiä hyödyntäen. Numeerista dataa on käsitelty tilastollisella kuvailevalla analyysimenetelmällä. Se mahdollistaa numeerisen aineiston perusominaisuuksien ja piirteiden kuvaamiseen tiivistetyllä tavalla. (Kananen, 2008.) YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavat tekijät, merkittävin valintaan vaikuttanut tekijä ja syyt työeläkevakuutusyhtiön vaihtoon ilmenneet tekijät ovat tilastoitu suorilla jakaumilla, josta nähdään vastausvaihtoehtojen esiintyvyys prosentteina. Laadullinen aineisto osuus vapaamuotoisista vastauksista YEL-vakuutusyhtiön valinnasta on analysoitu aineistolähtöisellä sisällöanalyysillä.

Vastaajien taustatiedot löytyvät taulukosta 1.

Ikä	**n**	**%**
18–30-vuotias	4	3
31–40-vuotias	29	22
41–50-vuotias	41	31
51–60-vuotias	36	27
61–70-vuotias	22	17
Sukupuoli	**n**	**%**
Nainen	53	40

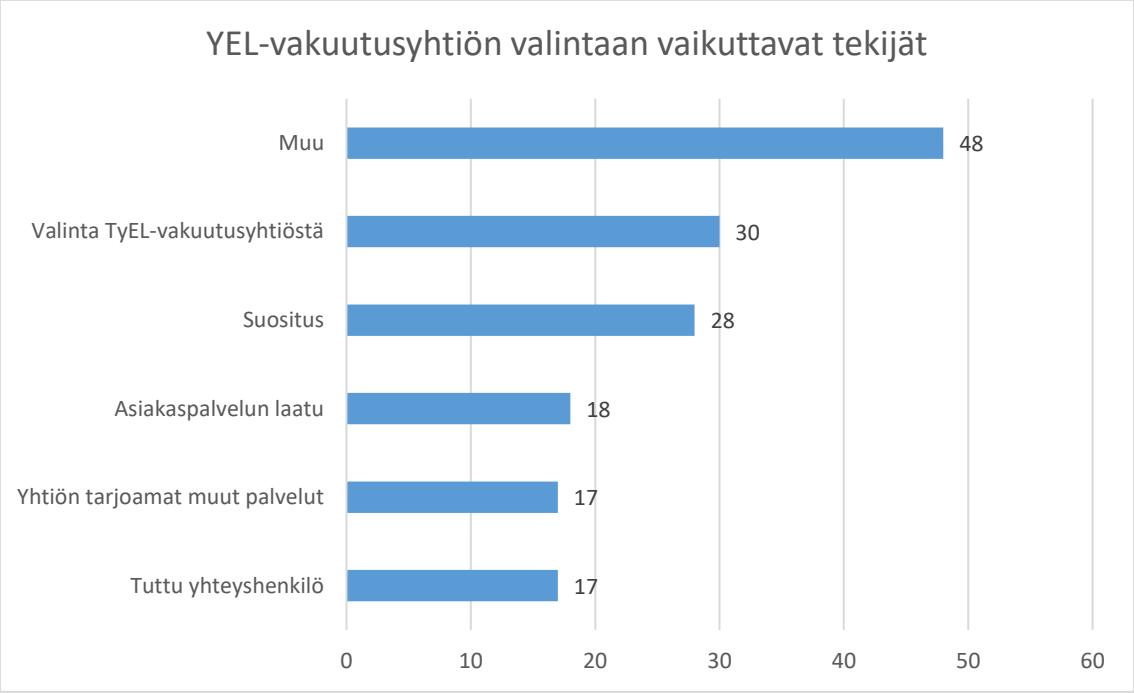
Mies	77	58
Muu	2	2
Aika yrittäjänä	**n**	**%**
Alle 10 vuotta	53	40
10–20 vuotta	41	31
Yli 20 vuotta	38	29
Nykyinen YEL-yhtiö	**n**	**%**
Elo	64	48
Ilmarinen	40	30
Varma	23	17
Veritas	5	4
Tämänhetkinen YEL-työtulo	**n**	**%**
8575 euroa (minimityötulo)	21	16 %
8576–14 087 euroa (alle työttömyysturvan rajan)	22	17 %
14 088–19 999 euroa	20	15 %
20 000–29 999 euroa	20	15 %
30 000–39 999 euroa	20	15 %
40 000–49 999 euroa	12	9 %
Yli 50 000 euroa	17	13 %

4.2 Yleisimmät ja merkittävimmät tekijät YEL-vakuutusyhtiön valinnassa

Haastattelun tarkoituksena oli kartoittaa yleisimpiä tekijöitä YEL-vakuutusyhtiön valinnasta. Haastatteluissa kävi ilmi, että yrittäjät eivät olleet juurikaan miettineet YEL-vakuutusyhtiön kilpailuttamista tai vertaamista, kun kaksi kolmesta haastateltavasta kertoi, että ei ole juurikaan miettinyt asiaa. Sama ilmiö toistui kyselylomaketta analysoitaessa. Vastaajista 81 % vastasi, ettei ole vertaillut tai kilpailuttanut työeläkevakuutusyhtiötä YEL-vakuutusta ottamisen tai siirtämisen yhteydessä. Loput 19 % vastaajista oli tehnyt vertailua tai kilpailuttanut vakuutuksen siirron tai ottamisen yhteydessä.

Haastatteluista YEL-vakuutusyhtiön valintaperusteista kävi ilmi esimerkiksi suositukset ja saatavuus. Haastattelujen pohjalta kyselylomakkeen vastausvaihtoehdoiksi liittyen YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttaviin tekijöihin valikoituivat suositus, yhtiön tarjoamat muut palvelut, tuttu yhteyshenkilö, valinta TyEL-vakuutusyhtiöstä, asiakaspalvelun laatu sekä muu syy. Vastaajat saivat valita halutessaan useamman

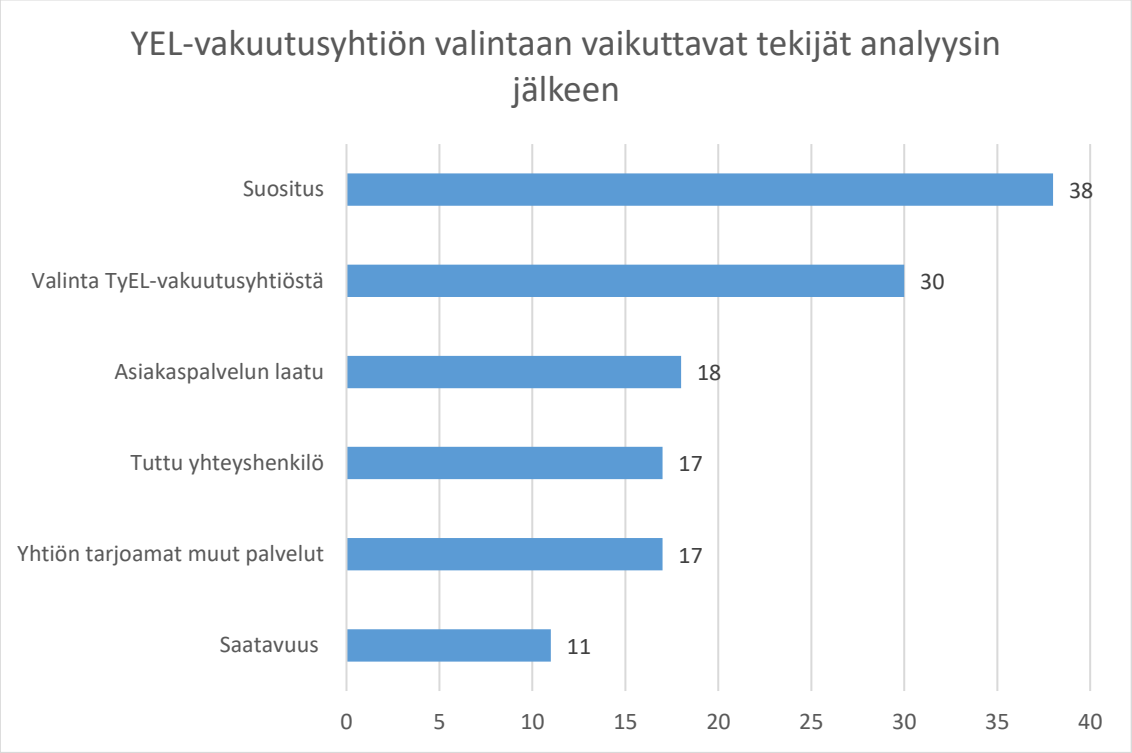
vaihtoehdon, joiden kokivat vaikuttaneen YEL-vakuutusyhtiön valintaan. Yhteensä valintoja tuli 158 kappaletta. Valintaan vaikuttaneiden tekijöiden jakauma kokonaisuudessaan näkyy kuviossa 2.



Kuvio 2. YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavat tekijät

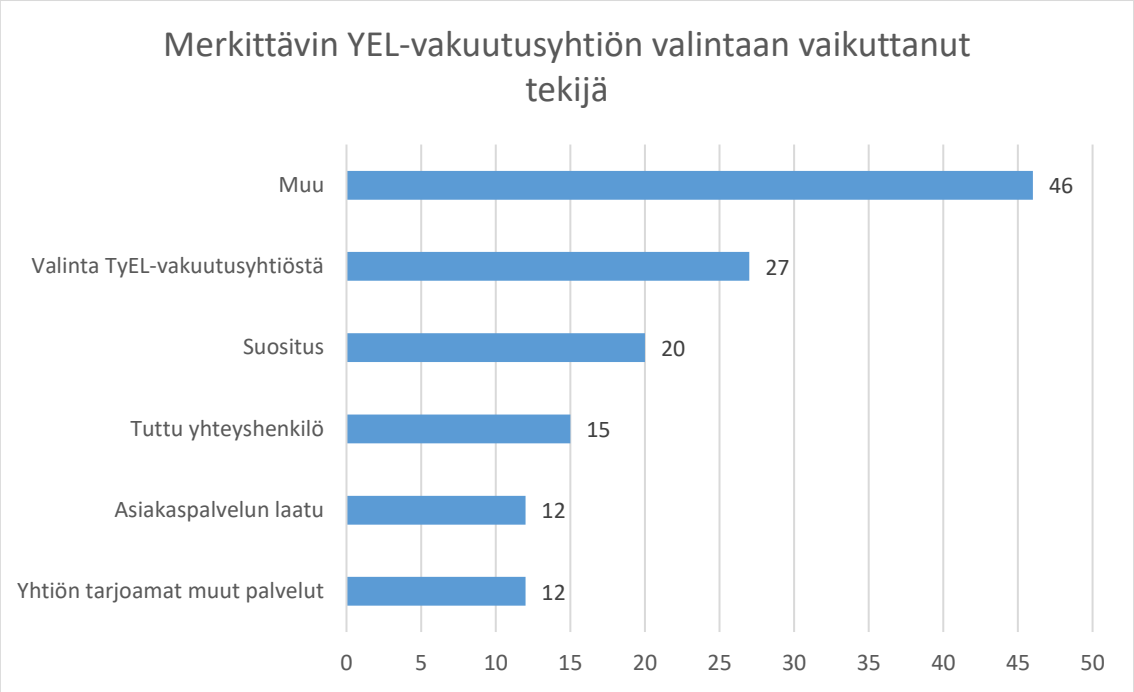
Kyselylomakkeen ”muu” vastausvaihtoehtoihin osallistujat olivat kirjoittaneet vapaasti tekijöitä YEL-vakuutusyhtiön valintaan perustuen. Muu -vastauksien läpikäymisen jälkeen näistä vastauksista erottui kaksi usein esiintyvää tekijää: saatavuus ja suositukset. Moni yrittäjä oli vastannut YEL-vakuutus yhtiön valintaan vaikuttaneena tekijänä saatavuuden kuten "ensimmäinen, johon törmäsin netissä”, ”Aakkosissa ensimmäinen" ja "Googlehaussa ensimmäisenä". Saatavuuden perusteella luokittuneita vastauksia YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttaneista tekijöistä tuli yhteensä 11 kpl. Toinen ”muu” vastauksissa usein toistunut valintaan vaikuttanut tekijä oli suositukset. Moni yrittäjä oli valinnut YEL-vakuutusyhtiönsä esimerkiksi vahinkovakuutusyhtiönsä yhteistyökumppaninsa suosituksesta asioinnin keskittämiseksi. Muutamia suosituksiin luokiteltuja vastauksia oli esimerkiksi ”Vakuutusasiamiehen tarjous”, ”Elo on vakuutusyhtiöni kumppani” ja ”Vakuutusyhtiön asiakaspalvelija ehdotti vaihtoa toiseen yhtiöön”. Suosituksiin luokittui yhteensä kymmenen ”muu” vastausta. Loput 27 ”muu” vastausta olivat yksittäisiä ja epärelevantteja tutkimustulosten kannalta sekä ne eivät toistuneet vastausten joukossa. Tällaisia vastauksia oli esimerkiksi ”ei mikään edellä

mainituista” ja ”Yritys oli tuttu aiemmasta”. Kun muu -kategorian suositukset yhdistettiin vastausvaihtoehtoon ”suositus” ja lisäksi luotiin oma luokka, ”saatavuus”, lopullinen jakauma YEL-vakuutusyhtiöön vaikuttavista tekijöitä näkyy kuviossa 3. Sen mukaisesti suositukset (n= 38) ja valinta Tyel-vakuutusyhtiöstä (n= 30) olivat useimmin esiintyvät tekijät YEL-vakuutusyhtiön valinnassa, josta suurin yksittäinen vastausprosentti oli suosituksilla (24,1 %).



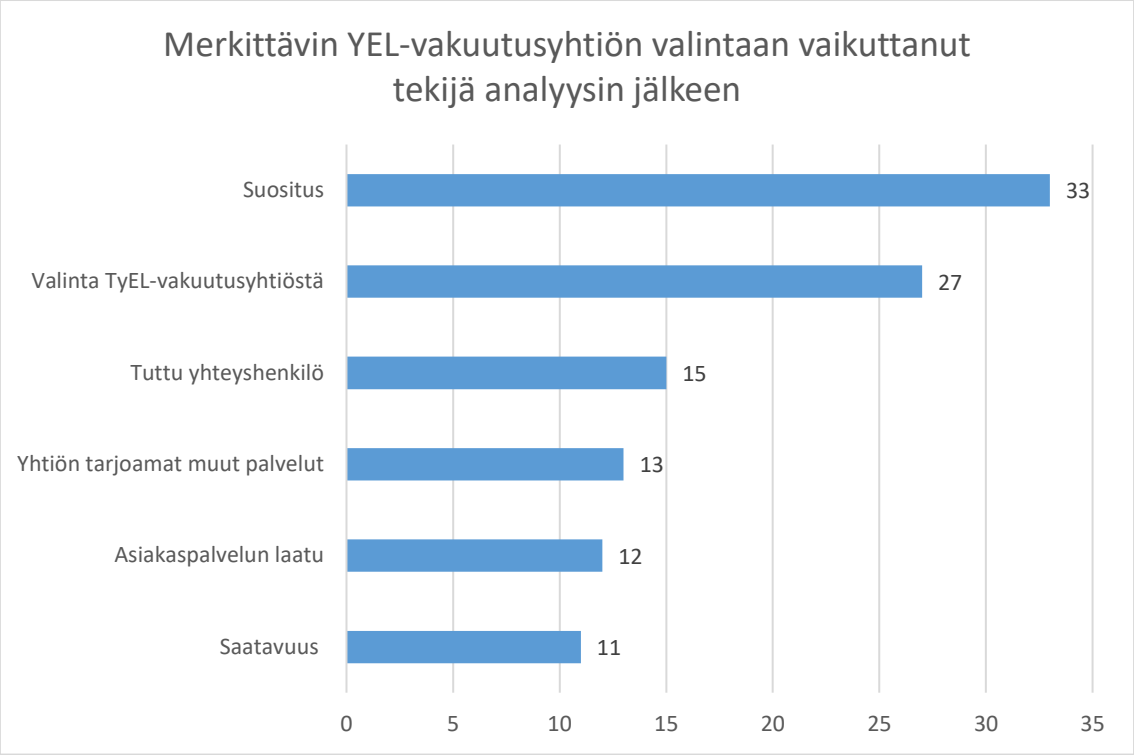
Kuvio 3. YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavat tekijät analyysin jälkeen

Haastatteluissa tiedusteltiin myös merkittävintä tekijää YEL-vakuutusyhtiön valinnassa. Ratkaisevana valinnan päätöksenä haastateltavat mainitsivat esimerkiksi palvelun nopeuden ja toimivuuden sekä tutun yhteyshenkilön. Kyselylomakkeen vastausvaihtoehdoiksi päädyttiin ottamaan samat kuin kaikkien päätökseen vaikuttaneiden tekijöiden osalta (edellinen kysymys), mutta nyt vastaaja pystyi valitsemaan vain yhden vaihtoehdon annetuista. Kuviossa 4 näkyy merkittävimmän YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttaneen tekijän jakauma kokonaisuudessaan.



Kuvio 4. Merkittävin eläkevakuutusyhtiön valintaan vaikuttanut tekijä

Kuviosta voidaan havaita vastausvaihtoehtojen toistuvuutta merkittävimmän eläkevakuutusyhtiön valintaan vaikuttaneesta tekijästä. Kysymyksessä ilmeni samat tekijät ”muu” vaihtoehdon kohdalla, kuin aiemmassakin, ja tarkemman analyysin tuloksena saatavuuteen luokittui 11 vastausta ja suosituksiin 13 vastausta Muu -kategoriasta. Loput Muu -kategorian vastaukset eivät muodostaneet selkeää yksittäistä ryhmää mihin ne olisi voitu yhdistää. Tällaisia vastauksia oli esimerkiksi: ”YEL maksujen hinta on kaikilla sama, en koe sillä suurta merkitystä” ja ”ei mikään vaihtoehdoista, joku oli valittava”. Kuviossa 5 näkyy lopullinen jakauma, josta havaitaan, että merkittävimmäksi tekijäksi eläkevakuutusyhtiön valintaan olivat suositukset (n= 33) ja toiseksi yleisimpänä valinta TyEL-vakuutusyhtiöstä (n= 27). Loput vaihtoehdot saivat huomattavasti vähemmän vastauksia kuten kolmantena esiintynyt ”tuttu yhteyshenkilö” (n= 15).



Kuvio 5. Merkittävin eläkevakuutusyhtiön valintaan vaikuttanut tekijä analyysin jälkeen

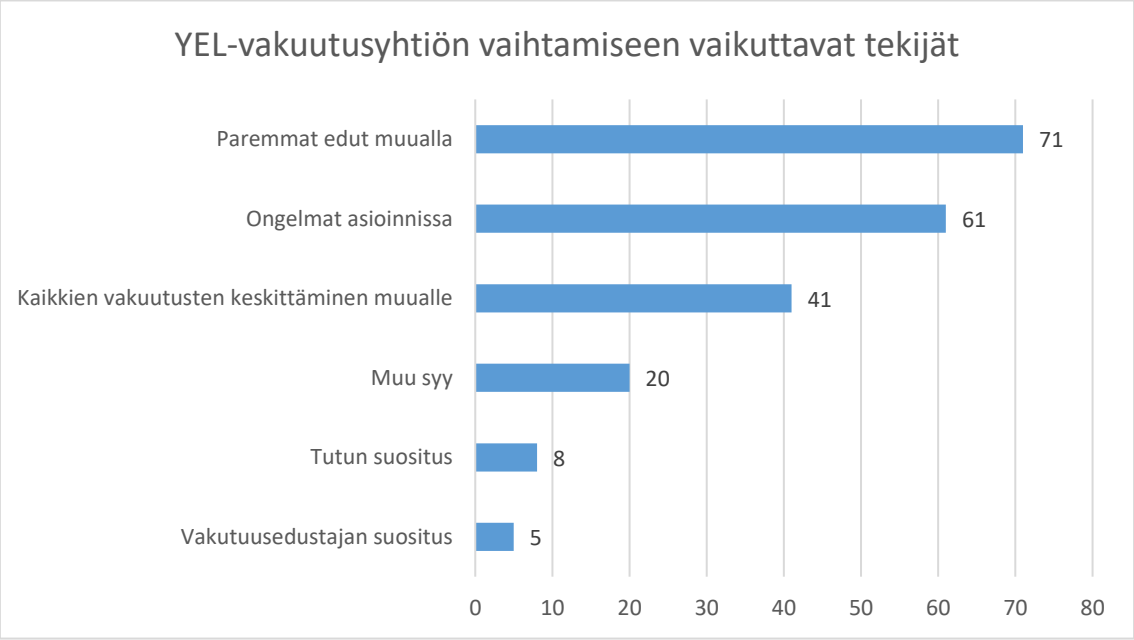
Kyselyn kymmenes kysymys tarjosi haastateltaville mahdollisuuden esittää yksityiskohtaisemmin niitä kriteerejä, joiden perusteella he valitsivat YEL-vakuutusyhtiönsä. Avoimia vastauksia YEL-vakuutusyhtiön valintaperusteista tuli yhteensä 88 kpl. Tähän kysymykseen vastasi 22 haastateltavaa, jotka olivat valinneet suosituksen merkittävimmäksi tekijäksi. Avointen vastausten analyysi osoitti, että suosituksia oli saatu seuraavilta tahoilta: toinen yrittäjä (n= 2), kirjanpitäjä (n= 2), eläkevakuutusyhtiön yhteistyökumppani (n= 13). Lisäksi esille nousi myös yrittäjäkurssit (n= 2). Lopuista suosituksen valinneista vastauksista ei ilmennyt suosituksen antanutta tahoa (n= 3). Tällaisia vastauksia oli esimerkiksi ”Otin vain jonkun, kun aloin yrittäjäksi” ja ”En edes ymmärtänyt, että eläkevakuutus vaihtui myös, kun kilpailutin kaikki yrityksen vakuutukset”. Avoimissa vastauksissa tuli myös esille saatavuus (n= 9). Merkityksellisinä lisäpalveluina mainittiin kokonaisasiakkuuden keskittäminen ja asioinnin helppous, jotka liittyivät eläkevakuutusyhtiöiden yhteistyökumppanimalleihin, jotka mahdollistavat asiakkaille vakuutusasioiden hoitamisen yhdestä paikasta.

Tutkittavan otannan perusteella voidaan nähdä, että suosituksilla on todennäköisimmin suurin merkitys, kun yrittäjä valitsee eläkevakuutusyhtiötään. Tulosta puoltaa se, että on

hyvin todennäköistä, että yrittäjät saavat suosituksen YEL-vakuutusyhtiöstä esimerkiksi vahinkovakuutusyhtiön puolesta yhteistyökumppaniverkoston kautta tai suosituksesta esimerkiksi kirjanpitäjältä tai toiselta yrittäjältä. Monet yrittäjät pyrkivät valitsemaan kaikki vakuutuksensa samasta yhtiöstä asioinnin helpottamiseksi ja näin suosituksilla on vahva merkitys eläkevakuutusyhtiön valinnassa. Valintaa YEL-vakuutukselle TyEL-vakuutuksen kautta puoltaa toisaalta sama asia keskittämisestä. Erityisesti, kun YEL-vakuutuksen kohdalla ei ole hintaeroa, niin valinta todennäköisesti tehdään ensisijaisesti TyEL-vakuutuksen perusteella, josta on mahdollista saada asiakashyvityksiä, joiden puolesta yritykset saavat edullisempia vakuutusmaksuja.

4.3 Yleisimmät tekijät eläkevakuutusyhtiön vaihdolle

Haastatteluissa tiedusteltiin myös syitä, joiden vuoksi yrittäjät olivat vaihtaneet tai vaihtaisivat YEL-vakuutusyhtiötään. Haastatteluiden perusteella syitä YEL-vakuutusyhtiön vaihtoon olisivat ongelmat asioinnissa, palvelussa sekä toisen yhtiön tarjoamat paremmat edut ja palvelut. Vastaava kysymys esitettiin kyselyn lopussa, ja vastausvaihtoehtoina annettiin vakuutusedustajan suositus, tutun suositus, ongelmat asioinnissa ja paremmat edut muualla. Kysymykseen oli mahdollinen valita yksi tai useampi vastausvaihtoehto. Vastauksia kertyi yhteensä 206, eli moni vastaajista oli myös valinnut useampia vaihtoehtoja. Vastaajille oli myös annettu ”Muu” vaihtoehto, mikäli valmiit vastausvaihtoehdot eivät olleet sopivia. Kuviosta 6 nähdään yleisimmät syyt eläkevakuutusyhtiön vaihtoon vaikuttavista tekijöistä. Valinnan jälkeen viimeisessä avoimessa kysymyksessä yrittäjillä oli mahdollisuus kertoa tarkemmin YEL-vakuutusyhtiön vaihtamiseen vaikuttavista tekijöistä avoimesti.



Kuvio 6. YEL-vakuutusyhtiön vaihtamiseen vaikuttavat tekijät

Yleisimmin esiintyneenä syynä tuli ilmi paremmat edut muualla (n= 71), jonka jälkeen toisena ilmeni ongelmat asioinnissa (n= 61). Kolmanneksi eniten ääniä sai kaikkien vakuutusten keskittäminen muualle (n= 41). Loput vastausvaihtoehdoista saivat huomattavasti vähemmän ääniä, kuten kolmantena tullut ”tutun suositus” (n= 8). ”Muu”

vaihtoehtoja on vastattu 20 kpl. Muu vaihtoehdoissa ei toistunut yksittäisiä syitä eläkevakuutusyhtiön vaihtamisen perusteista ja niistä ei luokiteltu erikseen omaa vaihtoperustetta. Muu vaihtoehtoihin kirjattuja vastauksia oli esimerkiksi ”hinta”, ”en ole vaihtanut” ja ”vakuutusyhtiö lakkauttaa toimintansa”.

Kyselyn tuloksien perusteella voidaan päätellä, että herätteenä eläkevakuutusyhtiön vaihdolle yleisimmin ovat ongelmat asioinnissa tai työeläkevakuutusyhtiöiden tai niiden yhteistyökumppaneiden välinen kilpailu. Tutkimustuloksista tuli myös ilmi, että suosituksilla ei ole yhtä suurta vaikutusta, kun yritys on jo valinnut työeläkevakuutusyhtiönsä. Tulos poikkeaa verrattaessa sitä aikaisempaan tutkimuskysymykseen YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavista tekijöistä, jossa suositukset saivat suurimman vastausmäärän. Suosituksien merkitys on siis vahvempi, kun yritystoiminta on alussa ja yrittäjät eivät ole todennäköisesti ole yhtä tietoisia vakuutuksista sekä vakuutusyhtiöistä. Asiakaspalvelun laadussa ja toimivuudessa oli suurempi merkitys eläkevakuutusyhtiön vaihdossa kuin valinnassa. Vastaukset todennäköisesti perustuvat siihen, että yleensä asiakaspalvelun laadun ja ongelmat vasta ilmenevät useamman asiointi kerran jälkeen.

5 YHTEENVETO

5.1 Tutkimuskysymyksiin vastaaminen ja johtopäätökset

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää yleisimpiä ja merkittävimpiä tekijöitä YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavista tekijöistä sekä perusteita, millä yrittäjät vaihtavat työeläkevakuutusyhtiötä toiseen. Tutkielman alussa asetetut tutkimuskysymykset olivat seuraavat:

Päätutkimuskysymys:
- Mitkä tekijät vaikuttavat YEL-vakuutusyhtiön valintaan?

Alatutkimuskysymykset:
- Mikä on ratkaisevin tekijä YEL-vakuutusyhtiön valinnassa?
- Mikä on yleisimmin esiintyvä tekijä työeläkevakuutusyhtiön vaihtamiselle?

Tutkimusaineisto kerättiin YEL-vakuutetuilta yrittäjiltä kaksiosaisessa tutkimuksessa, josta ensimmäinen tehtiin kolmella puolistrukturoidulla haastattelulla ja toinen osuus Microsoft Forms-kyselylomakkeella. Haastatteluiden ja kyselylomakkeen tarkoitus oli kerätä tietoa YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttaneista tekijöistä sekä perusteista, joilla yrittäjät vaihtavat eläkevakuutusyhtiötään.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että kyselylomakkeen vastauksissa keskeisimmät näkökulmat koskien päätutkimuskysymystä olivat suositukset, TyEL-vakuutusyhtiön valinta ja asiakaspalvelun laatu. Näistä tekijöistä, jotka vaikuttavat YEL-vakuutusyhtiön valintaan, suositukset nousivat esiin merkittävimpänä, vastaten näin ensimmäiseen alatutkimuskysymykseen. Myös toiseen alatutkimuskysymykseen saatiin vastaus. Eläkevakuutusyhtiön vaihtamiseen vaikuttavista tekijöistä yleisimpiä olivat paremmat edut muualla, ongelmat asioinnissa sekä kaikkien vakuutusten keskittäminen muualle, joista eniten vastauksia keräsi paremmat edut muualla.

5.2 Tutkielman arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkimuksessa pyrittiin noudattamaan hyvää tieteellistä käytäntöä erityisesti toimintatapojen ja eettisyyden näkökulmasta, antaen ansaitun tunnustuksen muille tutkijoille. Tutkielman aineistona hyödynnettiin tutkimusta varten kerättyä tietoa YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavista tekijöistä, merkittävimmästä YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttaneesta tekijästä sekä YEL-vakuutusyhtiön vaihtamiseen vaikuttavista tekijöistä. Ensimmäisen osuuden haastattelun tarkoitus oli saada tietoa yleisimmistä syistä liittyen tutkimuskysymyksiin. Haastattelujen määrä oli riittävä, sillä vastauksia saatiin kattavasti kyselylomaketta varten. Kyselylomakkeessa muu vaihtoehdot täydensivät puuttuvia valmiita vastausvaihtoehtoja.

Kyselylomakkeeseen saatu 132 vastausta on todennäköisesti riittävä oikeanlaisen otannan kannalta ja aineistossa saavutettiin riittävä saturaatio. Uusien vastauksien perusteella ei todennäköisesti olisi saatu olennaista uutta tietoa tai sillä ei olisi ollut merkitystä tutkimuskysymyksien kannalta (Eskola & Suoranta 1998).

Tutkielmassa on hyödynnetty useita eri lähteitä ja niitä olisi voinut olla enemmänkin. Tutkimuksessa on hyödynnetty monia internet lähteitä ja painotusta lähteissä olisi voinut lisätä esimerkiksi kirjallisien lähteiden osalta. Tutkimuksen kehityskohteena voisi pitää kyselylomakkeen vastausvaihtoehtojen kattavuuden lisäämistä. Vastauksissa ilmeni suhteellisen monta ”muu” vastausta, josta piti jälkikäteen luokitella vastausvaihtoehtoja. Selkeämmillä ja kattavammilla valmiilla vastausvaihtoehdoilla voitaisiin välttyä muilta vastauksilta. Tutkimusta olisi voinut myös laajentaa kyselylomakkeella kerätyistä yrittäjien taustatekijöistä ja tekemällä vertailua esimerkiksi yrittäjien iän perusteella. On kuitenkin huomattava, että taustatekijöiden välinen vertailu edellyttäisi suurempaa vastausmäärää. Lopuksi tutkielmaa voidaan pitää onnistuneena, sillä vastausten analysoinnin perusteella onnistuttiin vastaamaan kaikkiin asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja saatiin uutta tietoa.

Työeläkevakuutusyhtiöt ovat Suomessa merkittävässä roolissa yksityisten alojen sekä yrittäjien lakisääteisen työeläketurvan hoitamisessa. Siksi on kiinnostavaa, miten eläkevakuutusyhtiöt jatkossa kehittyvät. Tämän tutkimuksen tulosten perusteella moni

yrittäjä valitsee YEL-vakuutusyhtiönsä TyEL-vakuutusyhtiön valinnan perusteella. Olisi kiinnostavaa tietää millaisia tekijöitä on TyEL-vakuutusyhtiön valinnan taustalla, kun siinä on enemmän muuttujia valintaperusteina, kuten eläkevakuutusyhtiöiden maksamat asiakashyvitykset. Jatkotutkimuksessa voisi myös selvittää, oliko yrittäjän eläkelain (YEL 1272/2006) mukaisella lakiuudistuksella koskien YEL-työtuloa, vaikutusta työeläkevakuutusyhtiöiden markkina-asemaan. Eläkevakuutusyhtiöt ovat nostaneet asiakkaidensa vakuutusmaksuja ja tällä voi olla vaikutusta yhtiöiden markkina-asemassa. Jatkotutkimuskysymys eläkevakuutusyhtiöiden markkina-asemasta edellyttäisi kuitenkin kattavaa aineistoa.

LÄHTEET

Kirjallisuus

Bergström, S., & Leppänen, A. (2021). Yrityksen asiakasmarkkinointi (19., uudistettu painos.). Edita.

Engel, J., Blackwell, R., & Kegerreis, R. (1969). How information is used to adopt an innovation. Journal of Advertising Research, 9(4), 3–8.

Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Grönfors, H. (2013). Vakuutusyhtiön vaihtamiseen vaikuttavat tekijät: Vahinkovakuutusyhtiö Fennian asiakkaat Turun alueella. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu.

Heikkilä, T. (2014). Tilastollinen tutkimus (9. uud. p.). Edita.

Kananen, J. (2008). Kvantti: kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Lappalainen, K. (2016). Yritysasiakkaiden vakuutusyhtiön vaihdon syyt. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Luostari, J. (2019). Yrittäjän eläketurva – vapaaehtoinen eläkevakuutus lakisääteisen rinnalla. Opinnäytetyö. Tampereen yliopisto.

Borden N. (1964). The Concept of the Marketing Mix. Harvard business school.

Nivalainen, S., & Tenhunen, S. (2020). Kuinka yrittäjät eläkevakuuttavat? Eläketurvakeskuksen tutkimuksia 1/2020.

Sokka J. & Vanne R (2020). Työeläkekilpailu TyEL-järjestelmän taloudessa. Työeläkevakuuttajat.

Solomon, M. R. (2016). Consumer behaviour (Sixth Edition). Harlow, England: Pearson.

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

Ylikoski, T., & Järvinen, R. (2011). Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Muut lähteet

Elo. (2024). YEL-vakuutus. Viitattu 09.01.2024.
https://www.elo.fi/fi-fi/yrittaja/yel-vakuutus

Eläketurvakeskus. (2023a). Työeläkevakuutusyhtiöt. Viitattu 17.09.2023.
https://www.etk.fi/suomen-elakejarjestelma/hallinto-ja-valvonta/elakejarjestelman-toimijat/tyoelakevakuutusyhtiot/

Eläketurvakeskus. (2023b). YEL-yrittäjät. Viitattu 30.10.2023.
https://www.etk.fi/suomen-elakejarjestelma/elaketurva/tyoelaketurvan-kattavuus-ja-vakuuttaminen/yel-yrittajat/

Eläketurvakeskus. (2023c). Vanhuuseläke. Viitattu 30.10.2023.
https://www.etk.fi/suomen-elakejarjestelma/elaketurva/tyoelake-etuudet/vanhuuselake/

Eläketurvakeskus. (2023d). Työkyvyttömyyseläke. Viitattu 30.10.2023.
https://www.etk.fi/suomen-elakejarjestelma/elaketurva/tyoelake-etuudet/tyokyvyttomyyselake/

Eläketurvakeskus. (2023e). Työuraeläke. Viitattu 30.10.2023.
https://www.etk.fi/suomen-elakejarjestelma/elaketurva/tyoelake-etuudet/tyouraelake/

Ilmarinen. Kenelle ja milloin YEL-vakuutus? Viitattu 17.09.2023.
https://www.ilmarinen.fi/yrittaja/yel-vakuutus/kenelle-ja-milloin-yel-vakuutus/

Ilmarinen. YEL-maksut ja laskuasiat. Viitattu 07.01.2024.
https://www.ilmarinen.fi/yrittaja/yel-vakuutus/yel-maksut-ja-laskuasiat/

Suomen Teknisten Toimihenkilöiden Keskusliitto. #sosiaaliturva. Viitattu 08.12.2023.
https://www.sttk.fi/aihe/sosiaaliturva/

Työeläkevakuuttajat. Keskinäinen kilpailu. Viitattu 30.10.2023.
https://www.tela.fi/tyoelakevakuuttajat/keskinainen-kilpailu/

Työeläke.fi. Yrittäjäeläkkeen määrä ja vakuutusmaksut. Viitattu 09.01.2024.
https://www.tyoelake.fi/yrittajan-elaketurva/yrittajaelakkeen-maara-ja-maksut/

Varma. Aloittava yrittäjä. Viitattu 09.01.2024.
https://www.varma.fi/yrittaja/aloittava-yrittaja/

Yrittäjänpäivä.fi. Yrittäjyys Suomessa. Viitattu 03.12.2023.
https://yrittajanpaiva.fi/yrittajyys/

Yrittäjät.fi. Mikä on YEL? Viitattu 17.09.2023.
https://www.yrittajat.fi/tietopankki/turvaa-yrittamiseen/yrittajan-sosiaaliturva/yel/

Oikeudelliset lähteet

Laki työeläkevakuutusyhtiöistä 354/199

Työntekijän eläkelaki 395/2006

Yrittäjän eläkelaki 1272/2006

LIITTEET

Liite 1: Haastattelurunko

1. Millaisia tekijöitä pohdit tai otit huomioon, kun valitsit eläkevakuutusyhtiösi?

2. Miksi päädyit lopulta ottamaan YEL-vakuutuksesi juuri tästä tietystä eläkevakuutusyhtiöstä?

3. Missä tilanteessa lähtisit vaihtamaan YEL-Vakuutusta / Miksi vaihtaisit YEL-Vakuutusyhtiötä?

Liite 2: Kyselylomake

Kysely YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavista tekijöistä

1. OSALLISTUMINEN KYSELYYN
   Annan suostumukseni siihen, että kyselyyn antamiani henkilötietoja sekä vastauksia käsitellään Joel Huhtaluoman kandidaatintutkielmassa (työnimeltään YEL-vakuutusyhtiön valintaan vaikuttavat tekijät).

   kyllä

2. TAUSTATIEDOT
   Ensimmäiseksi esitetään muutamia taustakysymyksiä sinusta ja yritystoiminnastasi. Taustatietoja hyödynnetään taustamuuttujina mahdollisissa vertailuissa.

   Sukupuolesi?

   Nainen
   Mies
   Muu

3. Minkä ikäinen olet?

   18–30-vuotias
   31–40-vuotias
   41–50–vuotias
   51–60–vuotias
   61–70–vuotias

4. Kuinka kauan olet toiminut yrittäjänä?

   Alle 10 vuotta
   10–20 vuotta
   Yli 20 vuotta

5. Missä työeläkevakuutusyhtiössä olet asiakkaana tällä hetkellä?

   Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen
   Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo
   Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma
   Eläkevakuutusosakeyhtiö Veritas

6. Mikä on tämänhetkinen YEL-työtulosi?

   8575 euroa (minimityötulo)
   8576–14 087 euroa (alle työttömyysturvarajan)
   14 088–19 999 euroa
   20 000–29 999 euroa
   30 000–39 999 euroa
   0 000–49 999 euroa
   yli 50 000 euroa

7. PERUSTEET YEL-VAKUUTUSYHTIÖN VALINTAAN
   Seuraavaksi esitetään kysymyksiä YEL-vakuutusyhtiön valintaperusteista.

   Oletko vertaillut tai kilpailuttanut eri työeläkevakuutusyhtiöitä YEL-vakuutuksen ottamisen tai siirtämisen yhteydessä?

   Kyllä
   En

8. Mitkä tekijät vaikuttivat nykyisen eläkevakuutusyhtiösi valintaan (voit valita useamman vaihtoehdon)?

   Suositus
   Yhtiön tarjoamat muut palvelut
   Tuttu yhteyshenkilö
   Valinta TyEL-vakuutusyhtiöstä
   Asiakaspalvelun laatu
   Muu

9. Mikä oli merkittävin eläkevakuutusyhtiön valintaan vaikuttanut tekijä (voit valita vain yhden vaihtoehdon)?

   Suositus
   Yhtiön tarjoamat muut palvelut
   Tuttu yhteyshenkilö
   Valinta TyEL-vakuutusyhtiöstä
   Asiakaspalvelun laatu
   Muu

10. Kerro tarkemmin YEL-eläkevakuutusyhtiön valintaperusteista. Mitkä tekijät vaikuttivat YEL-vakuutusyhtiön valintaan (esim. kenen suosituksesta päädyit

eläkevakuutusyhtiön asiakkaaksi, millaiset lisäpalvelut olivat sinulle merkityksellisiä, mikä oli lopulta ratkaisevin tekijä yhtiön valinnassa)?

11. Mikä saisi sinut vaihtamaan työeläkevakuutusyhtiötäsi toiseen (voit valita useamman vaihtoehdon)?

    Kaikkien vakuutusten keskittäminen muualle
    Vakuutusedustajan suositus
    Tutun suositus
    Ongelmat asioinnissa
    Paremmat edut muualla
    Muu