

# VAKUUTUSMARKKINOIDEN TOIMIVUUS

KULJETUSALAN YRITYSTEN KOKEMUKSIA  
VAKUUTTAMISESTA

MIKA SAASTAMOINEN  
ANU RAIJAS  
TOM BJÖRKROTH  
ANNE RÄMÖ-TERVONEN



## **Julkaisija**

### **Kilpailu- ja kuluttajavirasto**

Puhelinvaihe: 029 505 3000

Sähköposti: [kirjaamo@kkv.fi](mailto:kirjaamo@kkv.fi)


Julkaisutilaukset: [viestinta@kkv.fi](mailto:viestinta@kkv.fi)

PDF-versio julkaisusta: [www.kkv.fi/julkaisut](http://www.kkv.fi/julkaisut)

ISSN-L 2323-6922

ISSN 2323-6930 (pdf)

ISBN 978-952-6684-28-4 (pdf)



MIKA SAASTAMOINEN  
ANU RAIJAS  
TOM BJÖRKROTH  
ANNE RÄMÖ-TERVONEN

# VAKUUTUSMARKKINOIDEN TOIMIVUUS

KULJETUSALAN YRITYSTEN  
KOKEMUKSIA VAKUUTTAMISESTA

KILPAILU- JA KULUTTAJAVIRASTON SELVITYKSIÄ 4/2016





## ESIPUHE

Kilpailu- ja kuluttajaviraston yhtenä tehtävänä on seurata ja arvioida kilpailuolosuhteita markkinoilla. Toimivan kilpailun merkitys korostuu erityisesti kansantaloudellisesti merkittävillä toimialoilla, jotka tuottavat panoksia tai palveluja useille muille toimialoille. Vakuutusala on tämänkaltaisen kansantaloudellisesti merkittävä toimiala. Vakuuttamisella on merkittävä rooli taloudessa keskinäisen vastuun kantamisen välineenä sekä erityisesti pienten ja keski suurten yritysten toimintaedellytysten turvaajana. Vakuutusalaan liittyy kilpailuvalvonnan näkökulmasta monia mielenkiintoisia piirteitä, kuten tiettyjen vakuutusten lakisääteisyys ja vakuutusten myynnissä käytetty tuotteiden paketointi.

Tällä selvityksellä on pyritty lisäämään ymmärrystä vakuutusosalasta kartoittamalla vakuutusallalla esiintyvien ilmiöiden yleisyyttä ja niiden vaikutuksia markkinoiden toimivuuteen. Selvityksen keskiössä ovat vakuutusten kysyntään, tarjontaan ja kaupankäyntitapoihin liittyvät aiheet. Selvitys rajattiin kuljetusalan yrityksiin ja niiden valintoihin vakuutusmarkkinoilla. Selvitys kuvaa kuljetusalan yrittäjien kokemuksia ja näkemyksiä vakuutuksista ja vakuuttamisesta.

Selvityksen käytännön toteutuksesta ja raportin kirjoittamisesta ovat vastanneet erikoistutkija Mika Saastamoinen, tutkimuspäällikkö Anu Raijas, kilpailuasiainneuvos Tom Björkroth ja erikoistutkija Anne Rämö-Tervonen. Hankkeen ohjausryhmään ovat lisäksi kuuluneet erikoistutkija Pirjo Aspinen ja tutkimuspäällikkö Johanna Nyländén. Lisäksi raporttia ovat kommentoineet erikoistutkija Laura Kariranta ja erikoistutkija Katja Järvelä. Selvityksen suunnittelun eri vaiheita ja raportin käsikirjoitusta on myös esitelty Kilpailu- ja kuluttajaviraston sisäisissä tapaamisissa, joissa useat ovat jo hankkeen toteutuksen varhaisessa vaiheessa päässeet kommentoimaan aihetta. Selvitykseen on saatu lisäksi tarpeellista toimialatietoa niin vakuutus- kuin kuljetusalalta.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto kiittää tekijöitä ja muita selvitykseen myötävaikuttaneita sekä selvitykseen osallistuneita kuljetusalan yrityksiä.

Helsingissä toukokuussa 2016

Juhani Jokinen  
Pääjohtaja



# SISÄLLYS

Esipuhe.....	5
1 Johdanto .....	9
1.1 Selvityksen taustaa .....	9
1.2 Vakuutusmarkkinoiden ominaispiirteistä .....	10
1.2.1 Vakuutusten kysynnästä .....	10
1.2.2 Vakuutusten tarjonnasta .....	11
1.2.3 Luottamuksen ja informaation merkityksestä .....	12
1.2.4 Kilpailun merkityksestä .....	12
1.3 Vakuutusala Suomessa .....	13
1.4 Vakuutukset kuljetustoimialalla .....	14
2 Selvityksen toteutus.....	18
2.1 Selvityksen tavoitteet .....	18
2.2 Aineiston hankinta ja analysointi .....	18
2.3 Aineiston kuvailu .....	19
3 Tulokset .....	23
3.1 Nykyiset vakuutukset .....	23
3.1.1 Lakisääteiset vakuutukset .....	23
3.1.2 Vapaaehtoiset vakuutukset .....	24
3.1.3 Vakuutusten keskittäminen ja hajauttaminen .....	25
3.1.4 Vakuutusyhtiön valintaperusteet .....	28
3.1.5 Pankkiasiakkuuden vaikutus vakuutusyhtiön valintaan .....	28
3.1.6 Yrityksen toiminnan koettu vaikutus vakuutusmaksuihin .....	30
3.2 Vakuutusten kilpailuttaminen .....	31
3.2.1 Kilpailuttamisen tiheys ja motiivit .....	31
3.2.2 Tarjouspyynnöt ja tarjoukset .....	32
3.2.3 Vakuutusten kytkeminen toisiinsa .....	34
3.2.4 Kilpailutuksen lopputulokset .....	35
3.3 Vakuutusyhtiön vaihtaminen .....	36
3.3.1 Yleisiä havaintoja vakuutusyhtiön vaihtamisesta .....	36
3.3.2 Hinnan ja muiden tekijöiden merkitys vakuutusyhtiön vaihtamisessa .....	37
3.3.3 Vakuutusyhtiön vaihtamista hillitsevät tekijät .....	39
4 Yhteenveto ja johtopäätökset .....	41
4.1 Yhteenveto .....	41
4.2 Johtopäätökset .....	42
Lähteet .....	46
Liitteet .....	47





# 1 JOHDANTO

## 1.1 Selvityksen taustaa

Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) yhtenä tehtäväalueena on seurata ja arvioida kilpailuolosuhteita ja kuluttajien asemaan vaikuttavaa kehitystä markkinoilla. Toimivan kilpailun merkitys tehokkuuden ylläpitämisen kannustimiin ja tätä kautta kilpailukykyyn korostuu kansantaloudellisesti merkittävillä toimialoilla, jotka tuottavat panoksia tai palveluja useille muille toimialoille.

Vakuutusyhtiöt keräävät vuosittain vakuutusmaksutulona noin 20 miljardia euroa. Toiset noin 20 miljardia euroa kulkee vakuutusyhtiöiden kautta sijoitustuottoina. Vakuutusyhtiöiden kautta virtaa siis vuosittain noin viidennes Suomen bruttokansantuotteesta. Eläkeyhtiöiden osuus tästä virrasta on yli puolet. Vakuutuksilla on merkittävä rooli taloudessa keskinäisen vastuun kantamisen välineinä. Muiden merkityksellisten tehtävien lisäksi vakuutuksilla on keskeinen merkitys pienten ja keski suurten yritysten toiminnan onnistumisessa. Vakuutustoiminta on liiketoimintaa ja siihenkin sovelletaan kilpailusäännöksiä.

KKV:n kilpailuvalvonnassa vakuutustoimiala on ollut näkyvästi esillä lähinnä työeläkejärjestelmään liittyvissä lausuntoasioissa. Kilpailukatsaus 2:ssa (Ahonen 2011) esitettiin varsin kattava näkemys työeläkejärjestelmän kilpailukysymyksiin. Kuten muihinkin toimialoihin, myös vakuutustoimialaan liittyen KKV:lle tulee ajoittain yhteydenottoja liittyen markkinoiden toimivuuteen. Yhteydenottojen perusteella KKV:ssa on muodostunut näkemyksiä vakuutusalan tietyistä ominaispiirteistä.

Vakuutusyhtiöillä näyttäisi olevan käytäntönä myydä useita tuotteita yhdessä eli paketoita tuotteita. Tämä voi olla asiakkaan kannalta hyvää palvelua, mutta onko sillä myös mahdollisesti markkinoita jäykistäviä vaikutuksia ja kielteisiä vaikutuksia kilpailuun? Miten markkinoiden toimivuuteen vaikuttaa se, että iso osa tuotteita on asiakkaalle pakollisia? Kuinka aktiivisia asiakkaat ovat kilpailuttamaan vakuutuksia? Mikä on asiamiesten tai vakuutusmeklareiden rooli vakuutusmarkkinoiden kilpailussa? Tällä selvityksellä on pyritty kartoittamaan ilmiöiden yleisyyttä ja niiden vaikutuksia markkinoihin kohdentamalla selvitys rajattuun kohderyhmään.

Selvityksen kohderyhmäksi valittiin kuljetusalan yritykset, koska ne kohtaavat edellä mainittuja ilmiöitä. Selvitys keskittyy kuljetusalan yrittäjien kokemuksiin vakuutuksista ja vakuuttamisesta. Tarkastelu rajataan Suomessa toimiviin tieliikenteen tavarakuljetuksia harjoittaviin yrityksiin (TOL 4941). Kuljetus- ja logistiikka-ala muodostaa merkittävän osuuden bruttokansantuotteesta ja talouden työpaikoista.<sup>1</sup> Paitsi että kuljetussektori tuottaa varteenotettavan osan talouden arvonlisäyksestä, se osallistuu niin raaka-aineiden, väli- tuotteiden kuin myös tuotannon tavaravirtojen ylläpitämiseen. Tätä taustaa vasten on perusteltua kiinnittää huomiota kuljetusmarkkinoiden toiminnan ohella myös kyseisen toimialan kustannuskehitykseen ja sen taustalla oleviin tekijöihin. Tuotannon (maantie) kuljetusintensiiteetti kytkee kuljetuspuolen kustannustekijät myös talouden yleiseen kilpailukykyyn, jonka kohentaminen on yksi hallitusohjelman keskeisimmistä tavoitteista.

Selvityksessä tarkastellaan kuljetusalan yritysten tarvitsemien vakuutusten markkinoita. Selvityksen fokuksessa ovat lakisääteiset vakuutukset (liikenne-, tapaturma-, eläke- ja ryhmähenkivakuutukset) sekä tietyt vapaaehtoiset vakuutukset (ajoneuvo-, oikeusturva-, vastuu-, kiinteistö-, omaisuus- ja keskeytysvakuutukset).

1 Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2014 kuorma-autoliikenteen toimialalla (TOL2008: 49E) oli 9 986 yritystä, joiden yhteenlaskettu kokonaisliikevaihto oli 6,1 miljardia euroa. Tilastokeskuksen käyttämän pk-yrityksen määritelmän mukaan suuria yrityksiä näistä oli vain 35 kappaletta. Toimialan jalostusarvo oli noin 2,28 miljardia euroa. Pk-yritysten osuus toimialan liikevaihdosta oli 83 % ja jalostusarvosta noin 91 %. Käyttökateprosentilla mitattuna pk-yritykset (10,1 %) näyttäytyivät suuria yrityksiä (4,2 %) kannattavampina.

## 1.2 Vakuutusmarkkinoiden ominaispiirteistä

### 1.2.1 Vakuutusten kysynnästä

Vakuutusten perimmäinen ajatus on ajallisesti satunnaiseen tapahtumaan liittyvän riskin hajauttaminen niin, että kun se satunnaisesti todentuu jollekin yksittäiselle toimijalle, se ei olisi kohtuuton kannettavaksi. Eli ottamalla vakuutuksen ja maksamalla vakuutusmaksua vakuutusnottaja pyrkii pienentämään jonkin riskin toteutumisesta aiheutuvaa menetystä. On perusteltua olettaa, että vakuutusnottajan kokema hyöty kasvaa, mikäli tämä saa samalla vakuutusmaksulla aikaisempaa laajemman vakuutusturvan. Vakuutusturvaa ostettaessa kyse on tilanteesta, jossa vakuutusnottaja ostaa tietyn vakuutusturvan (korvauksen määrä vahingon sattuessa) maksamalla vakuutusmaksuna vain murto-osan tästä vakuutusturvasta. Kääntäen voidaan ajatella, että vakuutusyhtiö tarjoaa vakuutusturvaa (tiettyä korvausta vahingon sattuessa) hintaan, joka on murto-osa vakuutusturvan määrästä. Yllä olevasta saadaan johdettua se, että vakuutuksen hinnan (preemion) laskiessa vakuutusturvan (vakuutuksen kattavuuden) kysyntä lisääntyy. (Ks. esim. Rees & Wambach 2008.)

Vakuutusturvaa tarjoavien vakuutusten ohella asiakkaan on valittava vakuutuksia tarjoava yhtiö. Valintaan voi liittyä merkittäviä informaatio- ja kitkatekijöitä, joista osa voi liittyä asiakkaan omiin mieltymyksiin, osaan taas vaikuttavat vakuutusyhtiöiden asiakashankinnassaan ja -suhteissaan soveltamat käytännöt. Tällaisia tekijöitä voidaan kutsua kuluttajan vaihtokustannuksiksi (engl. consumer switching costs). Vaihtokustannuksia koskevat teoriat soveltuvat myös yritykseen, kun se on asiakkaan roolissa.

Kuluttajan vaihtokustannuksilla tarkoitetaan niitä kustannuksia tai menetyksiä, joita kuluttajalle koituu hänen vaihtaessa hyödykkeen tarjoajaa. Kuluttajan vaihtokustannuksiin on kiinnitetty huomiota jo varsin pitkään osana markkinoiden kilpailullisuuden arviointia (ks. esim. Klemperer 1987, Farrell & Shapiro 1988, Beggs & Klemperer 1992, McDonald 2000, Office of Fair Trading 2003). Vaihtokustannusten merkitystä kilpailulle voi arvioida muun muassa siitä näkökulmasta, mitä nämä tarkoittavat yhtäältä kilpailulle markkinoista ja toisaalta kilpailulle markkinoilla. Koska kuluttajan vaihtokustannukset heikentävät tämän alttiutta tai mahdollisuuksia vaihtaa valittua hyödykkeen myyjää, voidaan vaihtokustannusten olemassaolon arvioida vahvistavan kilpailua uusista markkinoista, toisin sanoen elinkeinonharjoittajien kilpailua siitä, kuka onnistuu saamaan tämän uskollisen asiakkaan itselleen. Vaihtokustannusten merkitys kilpailulle markkinoilla on huomattavasti monisyisempi, mikä johtuu erilaisten vaihtokustannusten luonteesta ja näiden yhteydestä terveeksi ja toimivaksi määriteltyyn kilpailuun. Heikon asiakasvaihtuvuuden on usein mielletty ilmentävän markkinoilla heikkoa kilpailua tai asiakkaiden heikkoa asemaa suhteessa yrityksiin. Toisaalta heikko asiakasvaihtuvuus voi asiakkaan lukkiutumisen sijaan olla osoitus terveen ja toimivan kilpailun aikaansaamasta asiakasuskollisuudesta. Näin ollen suhtautuminen vaihtokustannuksiin ja niiden aikaansaamaan markkina-voimaan riippuu sekä niiden lähteestä että arvioitsijan näkemyksestä kilpailusta (Björkroth 2013).

Eräs tapa katsoa vaihtokustannusten ja kilpailun välistä yhteyttä on tarkastella sitä täydellisen kilpailun abstraktion kautta. Tällöin uskollisia asiakkaita ovat vain ne, jotka ovat hyvin tyytyväisiä asiakassuhteeseensa tai eivät löydä parempaa vaihtoehtoa. Kääntäen tätä voidaan pohtia hyvin keskittyneiden markkinoiden näkökulmasta, jolloin on esitetty että hyödykkeen tarjoajan vaihtaminen tapahtuu vasta kun asiakas on sangen tyytymätön. Porter (2001) on tätä ajatusta mukaillen todennut, että alhaiset vaihtamisen kustannukset vähentävät markkinoiden keskittymisestä aiheutuvaa haittaa.

Vaihtokustannuksia käsittelevä kirjallisuus on laaja ja vaihtokustannusten käsitteet ovat moninaiset. Karkeasti ottaen vaihtokustannukset ovat jaettavissa informaatioon liittyviin, sopimusperäisiin ja piileviin kustannuksiin (Burnham ym. 2003, Björkroth ym. 2006, Björkroth 2013). Informaatioon liittyvät vaihtokustannukset ovat jaoteltavissa menettelytapakustannuksiin, transaktiokustannuksiin, oppimiskustannuksiin ja etsinnän kustannuksiin. Sopimusperäiset kustannukset voidaan jakaa sopimusten päättämiseen liittyviin rahallisiin menetyksiin sekä kustannuksiin, joissa yritys sanktioi asiakkaan vaihtamista etuuksien tai muilla vastaavilla menetyksillä. Piileviin vaihtokustannuksiin voidaan lukea ensiksi psykologiset tai tunneperäiset kustannukset henkilösuhteiden tai tuotemerkkiyhteyden katkeamisesta palveluntarjoajan vaihtumisen seu-

rauksena. Toisena piilevänä vaihtokustannuksena voidaan mainita pinttyneiden tapojen tai muun muassa passiivisuuden katkaisemisesta johtuvat vaihtokustannukset. Viimeksi mainittu voi myös liittyä muun kuin nykyisen tai oletusarvoisen vaihtoehdon valintaan liitettyyn epävarmuuteen.<sup>2</sup>

Jaottelu voidaan esittää taulukkomuodossa, jonka pohjalta voidaan jäsentää myös vakuutuksiin liittyviä vaihtokustannuksia.

**Taulukko 1. Kuluttajan vaihtokustannukset.<sup>3</sup>**

	Informaatioon liittyvät	Sopimusperäiset	Piilevät
<b>Tekijä &amp; kustannus</b>	Burnham ym. (2003) Menettelytapakustannukset  Klemperer (1987) Transaktiokustannukset Oppimiskustannukset  Thibault & Kelly (1959) Etsintään liittyvät	Burnham ym. (2003) Rahalliset  Klemperer (1987) Sopimukseen liittyvät	Burnham ym. (2003); Caruana (2004) Suhteisiin liittyvät ja piilevät  Gremler (1995) Aloitekyvyttömyyteen / pinttyneisiin tapoihin liittyvät
<b>Määritelmä</b>	Käytetystä ajasta ja vaivasta (taloudellinen riski, arviointi ja perustamiskustannukset)  Kustannukset (aika ja vaiva) vaihdettaessa toiseen toimittajaan (ostajaan)  Uuden tuotemerkin opettelemiseen panostettu vaiva. Epävarmuus laadun suhteen  Kustannukset (ja riski) uuden palvelun valinnasta tai uuden palvelun laadussa	Etuuksien tai rahallisten resurssien menetykset  Palveluntarjoajan vaihtoa sanktioidaan suhteessa lojaalina pysymiseen ja kustannukset ovat palveluntarjoajan päätettävissä	Psykologiset tai tunneperäiset kustannukset henkilösuhteiden tai tuotemerkkiyhteyden katkeamisesta  Pinttyneiden tapojen tai aloitekyvyttömyyden voittamiseen liittyvät kustannukset

Selvityksen empiirisessä osiossa saatuja tuloksia vaihtamisen kustannuksista tarkastellaan yllä olevaa jaottelua hyödyntämällä.

## 1.2.2 Vakuutusten tarjonnasta

Vakuutusmarkkinoiden tarjontaan liittyy toiminnan luonteen (eli riskin jakamisen) vuoksi piirteitä, jotka erottavat sen perinteisistä tavaroiden ja palvelujen tarjontaa harjoittavista toimialoista. Siinä missä esimerkiksi teollisuuden toimialojen keskittyminen on selitettävissä suurien kiinteiden kustannusten mukanaan tuomilla mittakaavaeduilla, on tämä vain osaselitys vakuutustoimialan keskittymisalttiudelle. Tätä merkittävämpi voi olla ns. ”vakuutusteknologian” näkökulma, jonka mukaan suurtuotannon etuja ovat riskien kokoaminen tai yhdistäminen (engl. pooling) ja niiden hajauttaminen (engl. spreading). Kun yksittäinen vakuutuksen myöntäjä myöntää vakuutuksen usealle taholle, on koko ryhmän keskimääräinen riskin (tai tappion) jakauma erilainen kuin yhdellä yksilöllä. Sama pätee tilanteisiin, jossa ryhmä toimijoita sitoutuu keskinäisesti vakuuttamaan toisensa. Avainasemassa on havainto, että vakuutettujen vahinkojen korvaamiseen vaadittavat reservit eivät kasva samassa suhteessa kuin yhtiön sopimusmäärä. Näin ollen vakuutettavien lukumäärän kasvulla on suurtuotannon etuihin rinnastettavia vaikutuksia. Asiakasmäärältään suhteellisen pienillä markkinoilla tuotannon skaalaetujen luonnollisia ilmentymiä ovat oligopolistiset eli harvaintilapailun leimaamat markkinat.

2 Nämä liittyvät englanninkielisiin termeihin *status quo bias* ja *power of default*, joista lähemmin esim. Kahneman 2011 (348–349) tai Waddams Price 2013 (73–75).

3 Muokattu taulukosta Björkroth ym. 2006 (96).

Harvainkilpailulle on ominaista, joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta, että markkinoiden yrityksillä on jonkinasteista markkinavoimaa eli kyky myös pidemmällä aikavälillä hinnoitella yli kustannusten eikä toimia pelkästään hinnanottajana. Tuotantoon liittyvät monituote-edut eli samankaltaisten tai liitännäisten tuotteiden tai palvelujen tuottamiseen liittyvät tehokkuusedut muokkaavat myös tarjontapuolta. Yhdistettynä markkinavoimaan ja edellä mainittuihin suurtuotannon etuihin tämä mahdollistaa yrityksille erilaisia kauppatapoja ja tarjontastrategioita, kuten esimerkiksi asiakkaille suunnattuja alennuksia, tuotteiden niputtamista tai esimerkiksi useamman tuotteen sitomista yhdeksi erottamattomaksi kokonaisuudeksi. Niputtaminen ja sitominen eivät välttämättä ole merkkejä markkinavoimasta, eivätkä varsinkaan sen väärinkäytöstä. Ilmiöiden vaikutus kilpailuun on arvioitava tapauskohtaisesti kulloisessakin toimintaympäristössä. Niputtaminen voi myös olla asiakkaan parempaa palvelua.

### 1.2.3 Luottamuksen ja informaation merkityksestä

Kysynnän ja tarjonnan muodostamilla vakuutusten markkinoilla syntynyt vakuutus sopimus perustuu asiakkaan luottamukseen siitä, että riskin toteutuessa vakuutusyhtiö vastaa sovitulla tavalla riskin kustannuksista. Vakuutusyhtiö puolestaan luottaa siihen, että asiakas kertoo kaiken vakuutusriskin arvioinnin kannalta olennaisen tiedon. Riskin toteuduttua sekä asiakkaalla että vakuutusyhtiöllä on olemassa teoreettinen kannuste totuuden vääristämiseen. Luottamukseen liittyvät vakuutuksia koskevat kysymykset ovat hyvin monimuotoisia, eikä niitä ole tarpeen avata tässä selvityksessä. Suomessa vakuutus toimintaa säännellään ja valvotaan. Valvojana toimii Finanssivalvonta. Lisäksi KKV (kuluttaja-asiamies) valvoo vakuutusyhtiöiden menettelytapoja kuluttajansuojan kannalta.

Vakuutus jakaa riskiä ja luo siten hyvinvointia. Tämän hyvinvointivaikutuksen toteutumisessa haitallisen valikoitumisen estymisellä on merkittävä rooli. Alun perin termiä haitallinen valikoituminen (engl. adverse selection) käytettiin juuri vakuutusmarkkinoilla. Ilmiöllä tarkoitetaan, että jonkin vakuutuksen tapauksessa asiakkaat, jotka tietävät kyseisen riskin toteutumisen olevan todennäköistä juuri heidän kohdallaan, ottavat vakuutuksen todennäköisemmin kuin muut. Epätäydellisen informaation vallitessa vakuutusyhtiö ei voi hinnoitella vakuutusta riskiryhmien mukaan. Tällöin vakuutusten hinta nousee, koska markkinoille valikoituu korkean riskin asiakkaita. Tämä taas vähentää alhaisen riskin asiakkaiden halukkuutta ottaa vakuutus, mikä voi nostaa vakuutusturvan hintaa entisestään. Käytännössä vakuutusyhtiöt pyrkivät hinnoittelemaan tuotteensa riskiryhmien mukaan.

### 1.2.4 Kilpailun merkityksestä

Kilpailun merkitystä vakuutusmarkkinoilla voidaan pohtia siitä näkökulmasta, mitä kilpailupaineen väheneminen vakuutusyhtiöiden välillä voisi tarkoittaa. Heikon kilpailun tilanteessa yritykset eivät sanottavasti rajoita toistensa markkinavoimaa ja heikko kilpailu voi näkyä esimerkiksi siinä, että yritysten ei tarvitse asiakkuuksista kilpaillessaan ottaa yhtä suurta riskiä. Seurauksena on, että vakuutusmaksut heijastelevat vakuutusyhtiöiden alentunutta riskinottoa eli nousevat suhteessa korvaustasoihin.<sup>4</sup> Tämä johtaa parantuneeseen voitokkuuteen ja ”ylisuuriin” reserveihin (ml. voitot). Liiallisten reservien (pääoman) kerääminen muodostaa yhdessä tämän liiallisen pääoman tuoton kanssa itsessään tulonsiirron kuluttajilta vakuutusyhtiöille.

Jotkin vakuutuslajit ovat laajuutensa osalta kattavasti säänneltyjä. Tällaisissa pakollisissa vakuutuslajeissa ei hinnan ja halutun vakuutusturvan suhde ole käänteinen, mikä tarkoittaa vakuutus suojan kysynnän hyvin

4 Vrt. väitetty kartellitapaus Espanjan rakennusalan vakuutusmarkkinoilla, jossa ”liiallinen” kilpailu johti IDI vakuutuspremioiden laskuun. Tilanteeseen reagoitiin yhtiöiden välisellä yhteistyöllä: *“The main outcome of this understanding was a draft prepared by Asefa at the end of August 2001, entitled “Corrective Measures Decennial Damage Insurance”, which set market-wide standards for technical and commercial features of decennial insurance. The Asefa draft contained some technical requirements for IDI contracting and quality control, as well as several measures that involved a minimum price-fixing agreement.”* (Marcos 2012, erityisesti s. 515–516 ja s. 519 alaviite 24.)

alhaista kokonaishintajoustoa (peritty preemio ei sanottavasti voi vaikuttaa kysytyyn kattavuuteen). Vapaaehtoisissa vakuutuksissa, joilla voidaan täydentää tai laajentaa lakisääteisistä vakuutuksista saatavaa vakuutusturvaa, tilanne voi olla toinen. On mahdollista, että heikko kilpailu johtaa vakuutusmaksujen nousuun suhteessa niiden kattavuuteen, mikä voi pienentää kuluttajien hankkimaa vakuutusturvaa ja muodostaa näin eräänlaisen hyvinvointitappion.

Tiivistäen voidaan todeta, että vakuutusmarkkinat muodostavat otollisen alustan yhtiöiden markkinavoiman käytölle, ellei tälle markkinavoiman käytölle ole luonnollisia rajoitteita, kuten esimerkiksi pienet alalle tulon esteet, kuluttajien herkkyys palveluntarjoajien välisille hinta- tai laatueroille ja palveluntarjoajien vaihtamisen kohtuulliset kustannukset.

### 1.3 Vakuutusala Suomessa

Suomen vakuutusmarkkinoiden rakenteelle on tyypillistä lakisääteisistä vakuutuksista kerättyjen maksujen suuri osuus alan koko maksutulosta. Finanssialan keskusliiton (2015) mukaan maksutulosta reilu 60 prosenttia saadaan lakisääteisistä vakuutuksista: lakisääteisestä työeläkevakuutuksesta, lakisääteisestä tapaturmavakuutuksesta ja liikennevakuutuksesta. Lakisääteiset tapaturma- ja liikennevakuutukset luokitellaan vahinkovakuutuksiksi.

Finanssituotteiden markkinoilla etenkin suurilla vakuutusyhtiöillä on kumppanuussopimuksia eläkeyhtiöiden ja pankkien kanssa. Kaksi suurinta ryhmittymää tarjoavat sekä pankki- että vakuutuspalveluita. Pohjola-konserni on osa OP Ryhmää, johon kuuluu lisäksi luotto- ja rahalaitoksia sekä palveluyrityksiä. Sampo-konserniin kuuluvat emoyhtiö Sampo Oyj ja sen kokonaan omistamat tytäryhtiöt vahinkovakuutusyhtiö If Skadeförsäkring Holding AB (publ) ja Mandatum Henkivakuutusosakeyhtiö. If Skadeförsäkring Holding AB (publ) on If-konsernin emoyhtiö, joka omistaa tytäryhtiöt Ruotsissa ja Suomessa. Sen lisäksi että konsernin emoyhtiö Sampo Oyj hallinnoi vakuutusliiketoimintaa harjoittavia tytäryhtiöitä, se on merkittävä osakkeenomistaja Pohjoismaiden suurimmassa pankissa Nordeassa. Nordea on siis Sammon osakeyhtiö.

Vahinkovakuutusyhtiöiden markkinaosuuksissa erottuu kolme suurta yhtiötä Pohjola<sup>5</sup>, If ja LähiTapiola. Finanssialan Keskusliiton mukaan näiden yhteenlaskettu markkinaosuus oli vuonna 2014 noin 80 prosenttia. Seuraavaksi suurin yhtiö on Fennia. Työeläkevakuuttaminen on vielä keskittyneempää. Kolme suurinta työeläkevakuuttajaa ovat Ilmarinen, Varma ja Elo. Finanssialan keskusliiton mukaan kolmen suurimman eläkevakuutusyhtiön markkinaosuus oli vuonna 2014 noin 90 prosenttia. Yrittäjille suunnattu markkinointi kertoo vakuutusyhtiöiden keskinäisistä yhteistyökuvioista. Sekä Pohjola että A-Vakuutus ilmoittavat Ilmarisen olevan yhteistyökumppani eläkevakuutuksissa.<sup>6</sup> If ilmoittaa yritysasiakkaidensa voivan hoitaa eläkevakuutuksensa Varmassa.<sup>7</sup> LähiTapiola<sup>8</sup>, Turva<sup>9</sup> ja Fennia<sup>10</sup> mainitsevat kotisivuillaan eläkeasioissa työeläkeyhtiö Elon. Fennia mainitsee Elon lisäksi myös Eteran.

Vahinkovakuutusten tuotteita ryhmitellään eri lähteissä hieman eri tavoin. Tuotteiden markkinointinimet poikkeavat myös jonkin verran toisistaan. Kyselyyn valittu luokittelu on muokattu eri lähteistä. Vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset kattavat vakuutetulle ajoneuvolle itselleen sattuneita esinevahinkoja vakuussopimuksen ja -ehtojen mukaan. Ajoneuvon esinevakuutuksia ovat esimerkiksi kolari-, palo-, varkaus-, ilkivalta-

5 OP Ryhmän Pohjola-alkuiset nimet muuttuivat OP-alkuisiksi 4.4.2016 <https://www.op.fi/op/op-ryhma/op-ryhma/liiketoiminta-alueet> (1.4.2016)

6 <https://www.pohjola.fi/pohjola/yritys-ja-yhteisoasiakkaat/vakuutukset/vakuutustuotteet/henkilovakuutukset/tyel-vakuutukset> ja <https://www.a-vakuutus.fi/a-vakuutus/a-vakuutus-yhtiona/yhteistyokumppanit> (9.3.2016)

7 <https://www.if.fi/web/fi/yritysasiakkaat/vakuutuksemme/tyelakevakuuttaminen/pages/esittely.aspx> (9.3.2016)

8 <http://www.lahitapiola.fi/yritys/vakuutukset/lakisaaiteiset-henkilovakuutukset> (9.3.2016)

9 <http://www.turva.fi/yritysasiakkaat/vakuutukset/lakisaaiteiset-vakuutukset/tyel-ja-yel/esittely> (10.3.2016)

10 <http://www.fennia.fi/fi/yritykset-ja-yrittajat/vakuutukset/tyontekijat/elake/> (10.3.2016)

hivivahinko- ja lasivakuutus. Keskeytysvakuutukset korvaavat vakuutusehtojen mukaisesti liiketoiminnan keskeytymisestä aiheutuneita menetyksiä, esimerkiksi menetettyä liiketoiminnan tuottoa ja vahingosta aiheutuneita ylimääräisiä kuluja. Kiinteistövakuutukset on tarkoitettu asuin-, toimisto- ja liikekiinteistöille. Oikeusturvavakuutus korvaa vakuutetulle lakimiesavun käytöstä riita- ja rikosasioissa sekä riitaisissa hakemusasioissa aiheutuneita asianajo- ja oikeudenkäyntikuluja, kun asia liittyy vakuutettuun toimintaan ja se voidaan käsitellä yleisessä alioikeudessa (käräjäoikeus). Omaisuusvakuutukset korvaavat vakuutusehtojensa mukaisia suoranaisia esinevahinkoja. Vastuuvakuutukset korvaavat vahinkoja, joista vakuutettu on voimassa olevan oikeuden mukaan vastuussa. Toiminnan vastuuvakuutus kattaa sitä korvausvelvollisuutta, joka lain mukaan voi aiheutua yritykselle sen toimialaan kuuluvasta toiminnasta. Tähän luokkaan katsotaan kuuluvaksi myös kuljetusvastuuvakuutus.

## 1.4 Vakuutukset kuljetustoimialalla

Tilastokeskus on vuoteen 2014 asti laatinut vuosittain kuorma-autoliikenteen kustannusindeksin, josta voi havainnoida niin kokonaisindeksin kuin sen painotettujen osaindeksienkin kehitystä yli ajan.<sup>11</sup> Osaindeksien painokertoimista käy ilmi, että kuljettajien välittömät ja välilliset palkat ovat polttoaineen ohella kuorma-autoliikenteen merkittävimmät kustannustekijät.

**Taulukko 2. Kuorma-autoliikenteen kustannusindeksi 2010–2014 kustannustekijöittäin (v. 2010=100).**

Vuosi	Kuljett. palkat (28,5)	Väliill. palkat (17,7)	Päivärahat (1,2)	Polttoaineet (20,6)	Korjaus & huolto (6,3)	Renkaat (3,1)	Pääoman poisto (10,8)	Korot (1,2)	Vakuutukset (4,3)	Liikennöimis- maksut (1,4)	Hallinto (3,4)	Ylläpito (1,6)	Kok.- indeksi (100,0)
2010	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2011	101,2	102,4	98,3	117	102,5	113	102,7	130,7	106,4	100,4	102,1	103,7	105,9
2012	105,2	107,7	100,6	135,1	105,5	118,1	104,5	108,1	114,3	69,3	104,7	107,5	112,1
2013	107,1	109,5	105,7	129,7	107	120,6	107	108	123,9	70,7	106	110,2	112,8
2014	108,1	110	109,3	125,8	108,9	121,4	108,9	116,2	132,9	71,7	107,5	111,3	113,4

Lähde: Tilastokeskus

Vakuutusten (liikenne-, ajoneuvo- ja tavaravakuutusten) painokerroin on Tilastokeskuksen kustannusten kokonaisindeksiä koskevissa laskelmissa ollut 4,3 prosenttia.<sup>12</sup> Kyseisen alaindeksin painosta suurimman osan muodostavat liikennevakuutuksen kustannukset. Liikennevakuutus on lakisääteinen vakuutus, joka on pakollinen kaikille liikenteessä käytettäville moottoriajoneuvoille. Myös liikennevakuutuksesta korvattavat vahingot ja niistä maksettavat korvaukset määritellään lainsäädännössä.

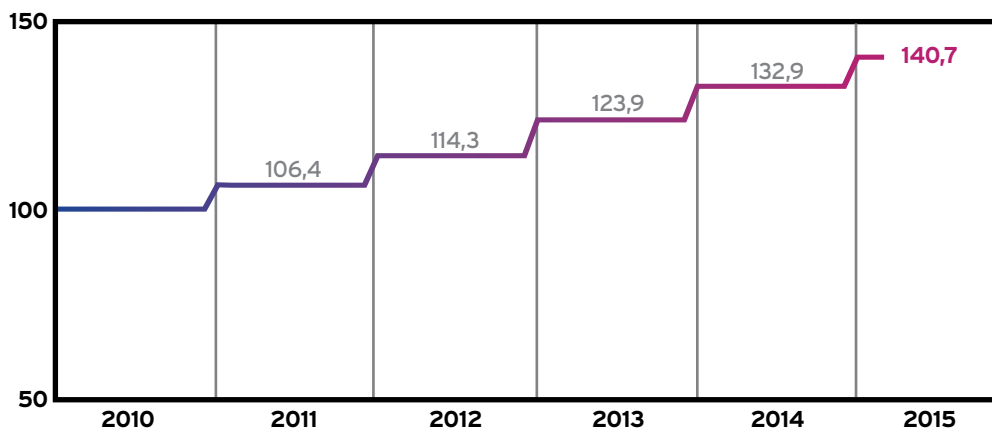
Luvanvaraista tavaraliikennettä harjoittavat elinkeinonharjoittajat ovat usein myös työnantajia, joten pelkkien liikenne- tai ajoneuvovakuutusten tarkastelu ei välttämättä anna kattavaa kuvaa vakuutusten merkityksestä toimialan kustannuskehitykselle. Käsillä olevan selvityksen näkökulmasta on huomattava, että välilliset palkat (paino 17,7 %) sisältävät ns. sosiaalipalkat ja sosiaalivakuutusmaksut. Sosiaalivakuutusmaksut kattavat työnantajan sosiaaliturvamaksut, TyEL-maksut, tapaturma-, työttömyys- sekä ryhmähenkivakuutusmaksut. Selvityksen kannalta merkityksellistä on, että elinkeinonharjoittaja voi valita myös edellä mainittujen vakuutusten palveluntarjoajan sekä täydentää lakisääteisiä vakuutusten vakuutusturvaa muun muassa vapaaehtoisilla tapaturma- ja eläkevakuutuksilla.

Tarkasteltaessa kustannusindeksin osaindeksien kehitystä kiinnittyy huomio kuorma-autoliikenteen vakuutuskustannuksia kuvaavan indeksin voimakkaaseen vuosittaiseen nousuun viime vuosien aikana (kuvio 1). Vuosittainen kustannusten nousu on vuodesta riippuen ollut noin 6,5–8,5 prosenttia edellisestä vuodesta.

11 Kuorma-autoliikenteen kustannusindeksin tuotanto yleisenä yhteiskuntatilastona on lopetettu. Viimeisimmät vuotta 2014 koskevat tiedot on julkistettu 19.1.2015. ([http://tilastokeskus.fi/til/kalki/kalki\\_2015-01-19\\_uut\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/kalki/kalki_2015-01-19_uut_001_fi.html))

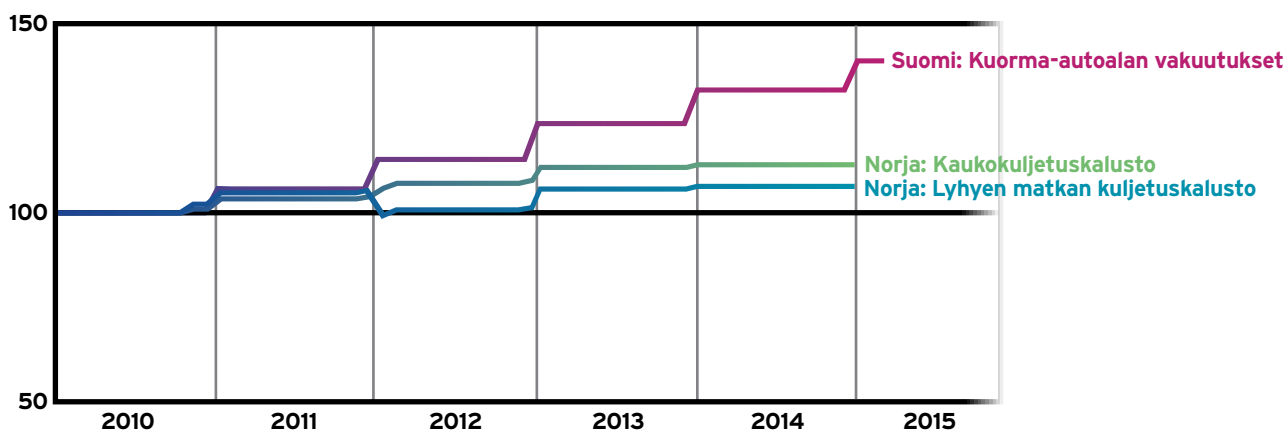
12 Tämä on jonkin verran korkeampi kuin esimerkiksi maanrakennusalan konekustannusindeksissä, jossa vakuutusten paino oli 2,8 % tai metsäalan konekustannusindeksissä, jossa vakuutusten painokerroin oli vain 0,8 %.

Indeksin perusteella vakuutuskustannukset ovat viimeisen 5–6 vuoden aikana nousseet yli 40 prosenttia, mikä on kyseisen ajanjakson yleiseen hintakehitykseen verrattuna varsin huomattavaa.



Kuvio 1. Kuorma-autoalan vakuutusten hintaindeksi vuosina 2010–2015. Lähde: Tilastokeskus.

Taulukon 2 indeksilukujen perusteella voidaan todeta, että vakuutusten kustannusten kehitys on ollut nopeaa myös suhteessa toimialan muiden kustannustekijöiden kehitykseen. Parempaan käsitykseen luvanvaraisen liikenteen vakuutusten hintakehityksestä saa kuitenkin vertaamalla Suomessa tapahtunutta kehitystä muista maista saatavilla olevaan tietoon. Norjassa tilastoidaan myös kuorma-autoalan kustannuskehitystä ajoneuvotyypeittäin. Kuviossa 2 on esimerkinomaisesti verrattu Suomen kuorma-autoalan vakuutusten hintaindeksin kehitystä Norjassa vakuutettujen eri ajoneuvotyyppien vakuutuskustannusten kehitykseen. Vertailussa on huomattava, että Suomen indeksissä raskaiden täysperävaunuyhdistelmien paino on selvästi suurin (55 %).<sup>13</sup>



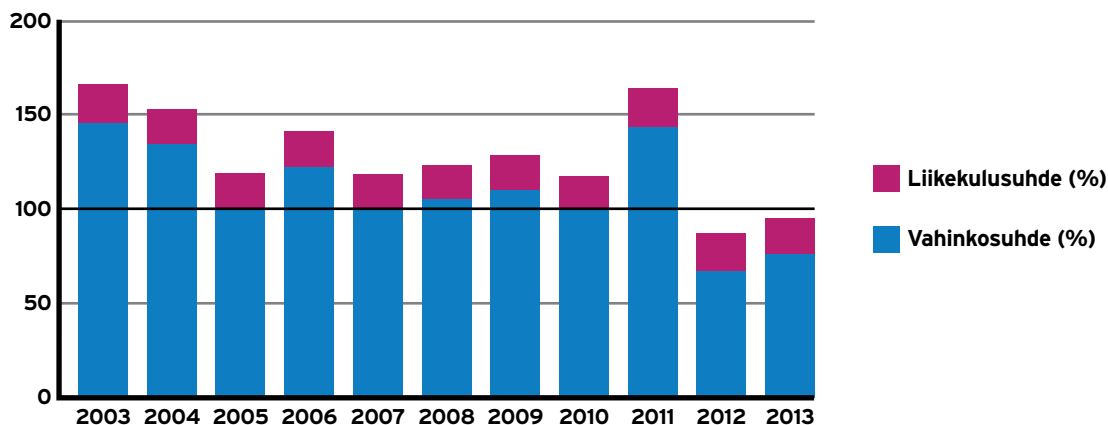
Kuvio 2. Kuorma-autoalan vakuutuskustannusten kehitys Suomessa ja Norjassa 2010–2015. Lähde: Tilastokeskus ja Statistisk sentralbyrå.

Vertailussa on silmiinpistävä se, että kuorma-autoalan vakuutuskustannukset ovat kehittyneet kovin eri tahtiin Suomessa ja Norjassa. Selitystä voidaan hakea liikennevakuutuksen korvaamien vahinkojen kehityksestä tai muista vakuutusten hinnoitteluun vaikuttavista seikoista, kuten vakuutusmarkkinoiden toimivuudesta.

13 Tilaston menetelmäselosteen mukaan ajoneuvotyyppien painot Suomen indeksissä ovat seuraavat: Täysperävaunuyhdistelmät 55 %, puoliperävaunuyhdistelmät 16 %, raskaat kuorma-autot 10 %, keskiraskaat kuorma-autot 7 %, kevyet kuorma-autot 6 % ja pakettiautot 6 %.



Vakuutustoiminnan maksutulojen ja toiminnan kustannusten suhteen kehitystä voi tarkastella myös luvanvaraisen liikenteen yhdistetyn kulusuhteen ja sen osien kehityksen valossa. Yhdistetty kulusuhde on vahinkosuhteen ja liikekulusuhteen summa. Vahinkosuhde saadaan jakamalla korvauskulut vakuutusmaksutuotoilla. Liikekulusuhteella tarkoitetaan liikekulujen suhdetta vakuutusmaksutuottoihin.<sup>14</sup>



Kuvio 3. Yhdistetyn kulusuhteen kehitys luvanvaraisessa liikenteessä. Lähde: Finanssivalvonta.

Kuviota 3 luetaan niin, että 100 prosenttia suurempi yhdistetty kulusuhde tarkoittaa sitä, että vakuutusista aiheutuneet kustannukset ovat ylittäneet näistä saadut vakuutusmaksutuotot. Tätä ei kuitenkaan voi tulkita niin, että vakuutusliiketoiminta olisi ollut tappiollista, sillä myös sijoitustuotot vaikuttavat vakuutusliikkeen kannattavuuteen. Vastaavasti 100 prosenttia alhaisempi yhdistetty kulusuhde ei vielä takaa sitä, että yhtiön tulos olisi ollut voitollinen. (Finanssivalvonta 2013.) Vahinkosuhde vaihtelee voimakkaasti, mikä johtuu liikennevahinkojen ennakoimattomuudesta. Esimerkiksi vuonna 2011 tieliikenneonnettomuuksia sattui merkittävästi enemmän kuin sitä seuraavina vuosina.<sup>15</sup>

Luvanvarainen liikenne muodostaa verrattain pienen osan koko liikennevakuutusten kokonaismaksutulosta. Vuosina 2003–2012 luvanvaraisen liikenteen osuus oli 6–8 prosenttia. Pienehkön vakuutuskannan vuoksi yhdistetyn kulusuhteen vaihtelu yli ajan voi muodostua suureksi. Vuosittainen vaihtelu on ollut suurta, mutta korvauskulujen määrä ei näyttäisi selittävän kohonneita hintoja. Yhdistetyn kulusuhteen valossa luvanvaraisen liikenteen liikennevakuutustoiminnan kannattavuus näyttäisi siis parantuneen. On huomattava, että vakuutustoiminnan kannattavuutta ei raportoida erikseen luvanvaraisen liikenteen osalta, joskin Finanssivalvonta tuottaa tietoa koko liikennevakuutustoiminnan tasoitetusta ja tasoittamattomasta tuloksesta.<sup>16</sup>

Jos tarkastellaan pelkästään luvanvaraiseen liikenteeseen (sis. kuorma-autot, linja-autot ja taksit) kohdistuvan vakuutusmaksutulon kehitystä, havaitaan sen nousseen vuoden 2010 noin 49 miljoonasta eurosta noin 53 miljoonaan euroon vuonna 2013. Kun tarkastellaan maksutulon jakautumista, oli Pohjola-konserni tytäryhtiöidensä (Pohjola Vakuutus Oy ja A-vakuutus Oy) kautta vuonna 2013 selkeästi suurin toimija (taulukko 3). Sen yhteenlasketusta osuudesta (48,7 %) maksutulosta on ylivoimaisesti suurin osa kertynyt A-Vakuutus Oy:stä. Ero maksutuloissa Pohjola-konsernin ja muiden vakuutusyhtiöiden välillä on kohtalaisen suuri, joskin ero on hieman kaventunut alla olevalla tarkastelujaksolla. Ifin kasvatettua osuuttaan 11,1 prosentista 17 prosenttiin. Tästä huolimatta Pohjola-konsernin yhteenlaskettu maksutulo on vuonna 2013 ollut lähes kolminkertainen Ifin verrattuna. Tapiolan ja Lähivakuutuksen yhdistyminen toi LähiTapiolan vuodesta 2013 lähtien kolmen suurimman liikennevakuuttajan joukkoon myös luvanvaraisessa liikenteessä.

14 Liikekulut muodostuvat vakuutuksiin liittyvistä liikekuluista lukuun ottamatta korvausten hoitokuluja, jotka puolestaan sisällytetään korvauskuluihin.

15 <http://stat.fi/til/ton/index.html>

16 Ks. Finanssivalvonta (2013) Selvitys liikennevakuutuksen kannattavuudesta 2003–2012, erityisesti sivut 6–12.



**Taulukko 3. Luvanvaraisen liikenteen liikennevakuutusmaksutulon jakauma v. 2010-2013.<sup>17</sup>**

Maksutulo Luvanvaraisesta liikenteen liikennevakuuttamisesta (Vuoden 2013 luvut saatu Fivasta erikseen 23.3.2015)				
	2010 (48,7 milj. €)	2011 (49 milj. €)	2012 (50,2 milj. €)	2013 (52,9 milj. €)
Pohjola-konserni	46,1 %	46,1 %	47,1 %	48,7 %
A-Vakuutus Oy	40,5 %	39,9 %	40,6 %	40,6 %
PohjolaVakuutus Oy	5,6 %	6,2 %	6,5 %	8,1 %
If	11,1 %	12,8 %	17 %	17,3 %
Fennia	15,9 %	11,7 %	10 %	9,3 %
Tapiola	12,1 %	11,1 %	9 %	15,8 %
Lähivakuutus	5,1 %	8,2 %	8 %	
Aktia (Folksam Vahinkovakuutus Oy)	5,2 %	5,5 %	5 %	4,2 %
Pohjantähti	3,3 %	3,2 %	3 %	3,7 %
Muut	1,2 %	1,2 %	1 %	1 %
Yhteensä	100,0	100,0	100	100 %

Lähde: Finanssivalvonta

Edellä esitetyt lyhyet kuvaukset luvanvaraisen liikenteen vakuuttamisesta ja vakuutuspalveluja tarjoavien yritysten osuudesta maksutulosta voidaan nähdä heijasteina vakuutuspalvelujen markkinoiden kysyntää määrittävien tekijöiden ja palvelujen tarjonnan kohtaannosta, jotka eivät vielä mahdollista pitävien päätelmien tekemistä markkinoiden toiminnasta. Ne tarjoavat kuitenkin oivan lähtökohdan markkinoiden lähempään tarkasteluun, jota on tässä selvityksessä toteutettu kuljetusalan elinkeinonharjoittajille suunnatulla kyselyllä.

<sup>17</sup> Tapiola ja Lähivakuutus päättivät yhdistymisestään vuonna 2012 ja LähiTapiola aloitti toimintansa tammikuussa 2013. Vuoden 2013 LähiTapiolan osuus on ”Tapiola” -rivillä.

## 2 SELVITYKSEN TOTEUTUS

### 2.1 Selvityksen tavoitteet

Edellisessä luvussa esitettyä taustaa vasten ja kuljetusalaa koskevien vakuutusmarkkinoiden tuntemusta syventääkseen KKV selvittää tarkemmin alan markkinoiden toimivuutta. Selvityksen keskiössä ovat vakuutusten kysyntään, tarjontaan ja kaupankäyntitapoihin liittyvät aihekokonaisuudet.

Vakuutusten kysynnän näkökulmasta on tarpeen ymmärtää, mitkä tekijät vaikuttavat elinkeinonharjoittajan vakuutusportfolion sisältöön ja mitä tekijöitä painotetaan valittaessa palveluntarjoajaa sekä mitkä seikat vaikuttavat asiakassuhteen jatkuvuuteen ja mahdollisuuksiin vaihtaa palveluntarjoajaa. Vakuutuspalvelujen tarjontaan liittyen on haluttu selvittää, miltä vakuutusyhtiöiden välinen kilpailu asiakkaista näyttäytyy asiakkaan näkökulmasta ja voidaanko vakuutusyhtiöiden välistä kilpailua pitää yleisesti ottaen toimivana.

Kuljetusalan vakuutusten tarjonnassa esiintyy useita ilmiöitä ja käytäntöjä, joilla voi olla vaikutusta markkinoiden toimivuuteen. Näitä ovat muun muassa asiamiesten ja meklarien rooli vakuutusten kilpailuttamisprosessissa sekä lakisäästeisten ja vapaaehtoisten vakuutusten mahdolliset niputtamis- ja sitomiskäytännöt liittyen esimerkiksi eläkevakuutuksiin. Asiakasyritysten asema vakuutusmarkkinoilla voi vaihdella yrityksen koon mukaan, mikä liittyy esimerkiksi tapaturmavakuutuksissa käytettäviin maksutaulukoihin, hintaherkyyteen ja neuvotteluvoimaan suhteessa vakuutusyhtiöihin.

Selvityksen perusteella voidaan muodostaa alustava käsitys siitä, missä määrin vakuutusyhtiöillä vaikuttaisi olevan markkinavoimaa suhteessa kuljetusalan yrityksiin ja mistä tekijöistä markkinavoima rakentuu. Samalla voidaan saada viitteitä siitä, onko vakuutusyhtiöiden joukossa yrityksiä, jotka voivat merkittävässä määrin hinnoitella tuotteita kustannuksistaan, asiakkaistaan ja kilpailijoistaan riippumatta. Tulokset, jotka koskevat lakisäästeisten ja vapaaehtoisten vakuutusten mahdollisia niputtamis- tai sitomiskäytäntöjä sekä sitä, missä määrin nämä vastaavat asiakkaiden mieltymyksiä, ovat merkityksellisiä muodostettaessa käsitystä markkinoiden toimivuudesta. Tällöin huomio kiinnittyy siihen, missä laajuudessa palveluntarjoajien voidaan katsoa edellyttävän toisiinsa liittymättömien vakuutusten hankkimista samalta palveluntarjoajalta.

Tutkimuksella pyritään muodostamaan käsitys:

- Kuljetusalan yrittäjille tarjottavien vakuutusten kilpailuprosessista
- Vakuutusyhtiöiden markkinavoimasta suhteessa kuljetusalan yrityksiin
- Kuljetusalan yritysten neuvotteluvoimasta suhteessa vakuutusyhtiöihin
- Kaupankäyntikäytäntöjen (esimerkiksi paketoinnin ja vaihtamisen esteiden) vaikutuksesta kilpailuun.

### 2.2 Aineiston hankinta ja analysointi

Aineiston keräämisessä käytetty kyselylomake laadittiin KKV:ssa ja aineiston keräyksen toteutti kirjekyselyllä Taloustutkimus Oy. Yrityksen vakuutuksia kartoittava kysely kohdennettiin tieliikenteen tavarakuljetusyrityksille (toimialaluokka 49410).

Tieliikenteen tavarakuljetusyritykset ovat usein henkilöstömäärältään pieniä. Jotta vastaajien joukkoon saataisiin kattavasti myös suurempien yritysten vastauksia, kyselyn otokseen valittiin kaikki vähintään 5 henkilöä työllistävät tieliikenteen tavarakuljetuksia harjoittavat yritykset. Pienemmistä, 1–4 henkilöä työllistävistä yrityksistä otos muodostettiin satunnaispoimintana. Otoksen koko oli kaikkiaan 4 000 yritystä. Kysely osoitettiin yrityksissä henkilöille, joiden nimekkeenä oli toimitusjohtaja, liikkeenharjoittaja, johtaja tai yrittäjä.

Kyselylomake (liite 2) ja saatekirje (liite 1) postitettiin yrityksiin 13.10.2015. Niille 189 vastaajalle, joiden sähköpostiosoite oli tiedossa, lähetettiin sähköpostitse muistutus 27.10.2015. Lomakkeita palautui 9.11.2015

mennessä 377 kappaletta vastausprosentin ollessa 9,4.<sup>18</sup> Vastaajia yritettiin kannustaa vastaamaan kyselyyn korostamalla aiheen tärkeyttä, mutta mitään palkintoja heille ei vastaamisesta annettu. Analysoitavaksi hyväksyttiin lopulta 372 lomaketta. Saadut vastaukset ja näistä tehdyt havainnot kuvaavat tilannetta vuonna 2015.

Aineistoa analysoitiin yksinkertaisin kuvailevin analyysein: suorilla jakaumilla ja ristiintaulukoinnilla. Vastajaryhmien välisiä eroja tarkastellaan seuraavien taustamuuttujien suhteen: yrityksen ensisijainen vakuutusyhtiö, päätoimiala, liikevaihto, henkilöstömäärä, ajoneuvojen lukumäärä, kotipaikka, ikä sekä lainanantajapankki.

## 2.3 Aineiston kuvailu

Tässä alaluvussa esitellään kerätty aineisto taustamuuttujittain. Taloustutkimus Oy toimitti kyselyyn vastanneista yrityksistä joitakin taustatietoja, joita voitiin hyödyntää vastaajayritysten taustojen kuvailemisessa ja analyyseissä.<sup>19</sup> Vastaajamäärät vaihtelivat jonkin verran kysymyksittäin, sillä jotkut yritykset olivat jättäneet vastaamatta yrityksen taustaa kartoittaviin kysymyksiin.

Kyselyyn vastanneet yritykset kuljettivat monenlaista tavaraa (taulukko 4). Yleisimmin yrityksen päätoimialaksi oli nimetty irtotavaran kuljetus tai raskaan tavaran kuljetus, joita kumpaakin kuljetti noin neljännes vastaajista. Seuraavaksi yleisintä vastaajien joukossa oli kappaletavaran ja puutavaran kuljetus sekä kylmäkuljetukset ja jätteen siirtokuljetukset. Vain pieni osa vastaajista harjoitti autojen tai eläinten kuljetusta tai kuorma-autojen vuokraamista.

**Taulukko 4. Yritysten päätoimiala (n=372), % vastaajista.**

Päätoimiala	% vastaajista
Irtotavaran kuljetus (ml. kuljetus säiliöautoissa)	28
Raskaan tavaran kuljetus	25
Kappaletavara	13
Puutavaran kuljetus	10
Kylmäkuljetukset	9
Jätteen ja jätemateriaalien siirtokuljetus ilman keräämistä ja hävittämistä	5
Autojen kuljetus	1
Eläinkuljetukset	1
Kuorma-autojen vuokraaminen kuljettajineen	1
Muu	14

Suurin osa vastanneista yrityksistä oli sekä henkilöstömäärältään, liikevaihdoltaan että ajoneuvomäärältään pieniä, kuten taulukosta 5 nähdään. Kolme neljästä yrityksestä työllisti 1–4 henkilöä ja noin kolmasosassa yrityksistä oli vain yksi työntekijä.<sup>20</sup> Kyselyyn vastanneet yritykset vastaavat henkilöstömäärältään melko hyvin kaikkia toimialan yrityksiä. Aineistossa on edustettuna hieman perusjoukkoa vähemmän 1–4 hengen yrityksiä ja vastaavasti hieman perusjoukkoa enemmän 5–9 hengen yrityksiä.

18 Tutkimuksessa saatujen tulosten virhemarginaali on 5 prosenttiyksikköä puoleen tai toiseen 95 % luottamustasolla.

19 Taloustutkimus Oy toimitti aineiston mukana seuraavat osoitelähteestä otetut/saadut taustatiedot yrityksistä: yrityksen kotipaikan postinumero, kuntakoodi, kunta, seutukunta ja maakunta sekä yrityksen TOL, yhtiömuoto, henkilökuntaluokka, liikevaihtoluokka/liikevaihto ja perustamisvuosi.

20 Tässä on hyödynnetty vastaajien omaa ilmoitusta yrityksen koosta, josta sai tiedon yhden hengen yrityksistä sekä Taloustutkimus Oy:n antamaa tietoa, josta sai kattavamman tiedon yritysten koosta.

**Taulukko 5. Vastanneiden yritysten (n=372) ja kaikkien toimialan yritysten (n= 7497) henkilöstömäärät, % yrityksistä<sup>21</sup>.**

Henkilöstömäärä	% vastaajista	% kaikista toimialan yrityksistä
1-4	75	83
5-9	15	10
10-19	6	5
20-49	3	2
yli 50	1	1

Yritysten henkilöstöstä keskimäärin 75 % oli kuljettajia ja loput hallintoa. 5–19 hengen yrityksissä kuljettajien osuus oli noin 85 %, yli 50 hengen yrityksissä 67 %.

Neljällä yrityksellä viidestä liikevaihto oli alle miljoona euroa vuodessa (taulukko 6). Yli kymmenen miljoonan euron liikevaihto oli vain prosentilla vastanneista yrityksistä.<sup>22</sup> Tämän kysymyksen vastauksissa oli runsaasti puuttuvia tietoja. Myös perusjoukkoa koskeissa tiedoissa tieto liikevaihdosta oli vain 38 prosentilta kuljetusalan yrityksistä. Perusjoukon tiedoissa 30 prosentilla yrityksistä liikevaihto oli alle 200 000 euroa, 17 prosentilla 200 000–400 000 euroa, 29 prosentilla 400 000–1 000 000 euroa, 13 prosentilla 1–2 miljoonaa euroa, 10 prosentilla 2–9 miljoonaa euroa ja 1 prosentilla vähintään 10 miljoonaa euroa. Perusjoukon tietoihin verrattuna aineistossa oli enemmän liikevaihdoltaan alle 200 000 euron yrityksiä ja vastavasti vähemmän yrityksiä, joiden liikevaihto oli 400 000–1 000 000 euroa tai 1–2 miljoonaa euroa.

**Taulukko 6. Yritysten liikevaihdon suuruus vuonna 2014 (n=295), % vastaajista.<sup>23</sup>**

Liikevaihtoluokka	% vastaajista
alle 100 000 euroa	18
100 000-200 000 euroa	22
200 000-400 000 euroa	20
400 000-1 000 000 euroa	22
1-2 miljoonaa euroa	8
2-10 miljoonaa euroa	9
10-100 miljoonaa euroa	1

Koska yritykset olivat pieniä, useammassa kuin joka kolmannessa yrityksessä (36 %) oli käytössä vain yksi kuljetusajoneuvo. Joka viidennessä yrityksessä (19 %) oli kaksi ajoneuvoa, joka neljännessä (24 %) 3–5 ajoneuvoa, joka kymmenennessä (11 %) 6–10 ajoneuvoa ja niin ikään joka kymmenennessä (10 %) enemmän kuin 10 ajoneuvoa. Yritykset omistivat enimmäkseen itse omat ajoneuvonsa, sillä vain joka viidennessä yrityksessä (18 %) oli käytössä leasing-rahoituksella olevia ajoneuvoja.

Yritysten ilmoittaman vuosittaisen vakuutusmaksun suuruudessa oli huomattavaa hajontaa (taulukko 7). Neljäsosa yrityksistä jätti vastaamatta tähän kysymykseen. Pienimmillään yritysten ilmoittamat vakuutusmaksut olivat tuhannen euron luokkaa, suurimmillaan taas miljoonia. Kaksi kolmasosa vastaajayrityksistä kertoi vakuutusmaksujen olevan alle 20 000 euroa vuodessa. Vakuutusmaksujen suuruuteen vaikuttavat liikenne- ja ajoneuvovakuutusten ohella työnantajan lakisäätteiset vakuutusmaksut. TyEL-maksut, tapaturma-, työttömyys- sekä ryhmähenkivakuutusmaksut muodostavat merkittävän kustannuserän.

21 Lähde: Taloustutkimus Oy / JM Tieto Oy.

22 Tässä on käytetty vastaajien omaa ilmoitusta, koska siinä oli selvästi vähemmän puuttuvia tietoja verrattuna Taloustutkimus Oy:n tietoihin.

23 Tieto puuttui 21 %:lta vastaajista.

**Taulukko 7. Yritysten vuosittaisen vakuutusmaksun suuruus (n=278), % vastaajista.<sup>24</sup>**

Vakuutusmaksu €/vuosi	% vastaajista
0–5 000	16
5 001–10 000	29
10 001–20 000	21
20 001–50 000	17
50 001–100 000	9
100 000–1 000 000	7
yli 1 000 000	2

Yrityksillä oli hyvin yleisesti lainaa: neljällä viidestä oli lainaa pankista tai rahoitusyhtiöstä. Yleisimmin lainaa oli Osuuspankista (25 % vastaajista), Nordea Pankista (21 % vastaajista) tai Pohjola Pankista (12 % vastaajista).

Vastanneiden yritysten kotipaikat sijaitsivat eri puolilla Suomea, yleisimmin Uudellamaalla, Varsinais-Suomessa, Pohjois-Savossa ja Pohjois-Pohjanmaalla (taulukko 8). Aineistossa olevien yritysten kotipaikat vastaavat melko hyvin yritysten perusjoukon maantieteellistä jakautumista. Uudellamaalla, Pirkanmaalla ja Lapissa sijaitsevia yrityksiä oli aineistossa jonkin verran vähemmän kuin perusjoukossa. Kanta-Hämeessä, Pohjois-Savossa ja Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevia yrityksiä taas oli aineistossa jonkin verran enemmän kuin perusjoukossa.

**Taulukko 8. Yritysten kotipaikat maakunnittain (n=366), % vastaajista<sup>25</sup>, % kaikista toimialan yrityksistä<sup>26</sup>**

Maakunta	% vastaajista	% kaikista toimialan yrityksistä
Uusimaa	16	21
Varsinais-Suomi	9	10
Satakunta	5	5
Pirkanmaa	7	9
Kanta-Häme	6	4
Päijät-Häme	4	4
Kymenlaakso	3	3
Etelä-Karjala	4	3
Pohjois-Karjala	3	3
Etelä-Savo	5	4
Pohjois-Savo	9	5
Etelä-Pohjanmaa	7	5
Keski-Pohjanmaa	1	2
Pohjanmaa	3	4
Pohjois-Pohjanmaa	9	8
Keski-Suomi	4	5
Kainuu	1	2
Lappi	2	4


Kyselyyn vastanneet yritykset olivat toiminnassaan varsin vakiintuneita, sillä suurin osa yrityksistä (82 %) oli toiminut jo yli 10 vuotta. Yrityksistä 3 prosenttia oli alle 2 vuotta vanhoja, 6 prosenttia 2–5 vuotta vanhoja ja 9 prosenttia 6–10 vuotta vanhoja.

Yhteenvedon aineiston vastaajajoukosta voidaan todeta, että se vastaa melko hyvin tutkimuksen perusjoukkoa perusjoukosta saatavan tiedon perusteella. Henkilöstömäärän osalta vastaajajoukossa oli perusjoukkoon nähden jonkin verran vähemmän pieniä 1–4 hengen yrityksiä ja vastaavasti enemmän 5–9 hengen yrityksiä. Liikevaihdon osalta taas vastaajajoukossa oli perusjoukkoa enemmän pieniä yrityksiä, joiden liike-

24 Tieto puuttui 25 % vastaajista.

25 Tieto puuttui 2 % vastaajista.

26 Lähde: Taloustutkimus / JM Tieto Oy.



vaihto oli alle 200 000 euroa. Vastaavasti aineistossa oli perusjoukkoa enemmän yrityksiä, joiden liikevaihto oli 400 000–2 000 000 euroa. Maantieteellisesti vastaajia oli perusjoukkoon nähden hieman vähemmän Uudeltamaalta, Pirkanmaalta ja Lapista ja perusjoukkoa enemmän Kanta-Hämeestä, Pohjois-Savosta ja Etelä-Pohjanmaalta. Aineiston painottuneisuudesta huolimatta voidaan sen ajatella olevan hyvä asetetun tutkimusongelman ratkaisemiseen.

## 3 TULOKSET

Tässä luvussa esitetään selvityksen tulokset kuvailevin analyyssein eli suorilla jakaumilla ja ristiintaulukoinnilla. Ristintaulukoinnin tulosten raportoinnissa otetaan esille vain tilastollisesti merkitsevät erot vastaajaryhmien välillä.<sup>27</sup>

### 3.1 Nykyiset vakuutukset

Tässä alaluvussa käsitellään kuljetusalan yritysten tämänhetkisiä vakuutuksia: mitä vakuutuksia yrityksillä on, missä vakuutusyhtiöissä ne ovat sekä millä perusteilla vakuutukset ja vakuutusyhtiöt on valittu. Luvussa etsitään aineistosta viitteitä lakisääteisten ja vapaaehtoisten vakuutusten keskittämisestä sekä pankkiasiakkuuden merkityksestä siihen, mikä vakuutusyhtiö valikoituu kuljetusyrityksen ensisijaiseksi vakuutusyhtiöksi.

Kuljetusalan yrityksiä koskevat lakisääteiset vakuutukset ovat liikennevakuutus, tapaturmavakuutus, eläkevakuutus sekä ryhmähenkivakuutus<sup>28</sup>. Lisäksi kuljetusalan yrityksillä voi olla monenlaisia vapaaehtoisia vakuutuksia, esimerkiksi ajoneuvo-, oikeusturva-, vastuu-, kiinteistö-, omaisuus- tai keskeytysvakuutuksia.

#### 3.1.1 Lakisääteiset vakuutukset

Kyselyyn vastanneita yrityksiä pyydettiin ilmoittamaan vakuutuslajeittain, missä vakuutusyhtiössä heidän yrityksensä lakisääteiset vakuutukset ovat.<sup>29</sup> Yleisimmin yritysten lakisääteiset vakuutukset olivat A-Vakuutuksessa (taulukko 9). Seuraavaksi yleisimmät vakuutusyhtiöt olivat LähiTapiola ja If. Vastaajista 47 prosentilla oli liikennevakuutus Pohjola-konserniin kuuluvissa yhtiöissä (A-Vakuutus ja Pohjola), mikä yhtäältä heijastelee luvanvaraisen liikenteen liikennevakuutusmaksutulon jakautumista vuosina 2010–2013 (ks. taulukko 3 edellä) ja toisaalta indikoi tämän verrattain korkean markkinaosuuden pysyvyyttä.

27 Tilastollisesti merkitsevien erojen testaamisessa taustamuuttujittain on käytetty  $\chi^2$ -testiä. Tulosten yhteydessä esitetään suluissa tilastollisen testin tuloksena saatu p-arvo, joka ilmoittaa virheellisen päätelmän todennäköisyyden. Jos p-arvo on alle 0,05, tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä. Jos se on alle 0,01, tulos on tilastollisesti merkitsevä. Jos se on alle 0,001, tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä.

28 Työntekijöiden ryhmähenkivakuutuksen ovat velvollisia ottamaan ne työnantajat, joiden toimialaa koskevassa yleissovossa työehtosopimuksessa on tästä määräys.

29 Eläkevakuutusten osalta yritykset vastasivat kyselyyn odottamattomalla tavalla. Yritykset olivat merkinneet eläkevakuutuksen otetuksi sellaisiin vakuutusyhtiöihin, jotka eivät edes tarjoa lakisääteistä eläkevakuutusta. Tämä voi johtua mahdollisesti siitä, ettei kyselylomakkeessa ollut valmiina vastausvaihtoehtona lakisääteisiä eläkevakuutuksia tarjoavia vakuutusyhtiöitä. Vastaajilla oli mahdollisuus merkitä valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi kohta ”muu vakuutusyhtiö, mikä”, jonne olisi voinut kirjoittaa eläkevakuutusyhtiön nimen. Tätä mahdollisuutta ei kenties käytetty, vaan eläkevakuutus merkittiin useimmiten johonkin valmiina olevaan vastausvaihtoehtoon. Toinen mahdollinen selitys ”virheellisille” vastauksille voi olla, että vastaajat eivät ole tietoisia siitä, missä vakuutusyhtiössä heidän eläkevakuutuksensa ovat. Jos eläkevakuutus on hankittu samassa yhteydessä kuin muutkin vakuutukset, voi vakuutuksen ottajalle jäädä mielikuva, että eläkevakuutus on samassa vakuutusyhtiössä kuin muutkin vakuutukset. Näin ollen eläkevakuutusten ottamista koskevia tuloksia ei voida pitää luotettavina ja siksi niitä ei esitetä tässä raportissa.

**Taulukko 9. Vakuutusyhtiöt, joissa yrityksillä on lakisääteiset vakuutukset (n=372), % vastaajista.**

Vakuutusyhtiö	Liikennevakuutukset	Tapaturmavakuutukset	Ryhmähenkivakuutukset
A-Vakuutus	42	36	25
LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola)	22	21	17
If	17	16	13
Fennia	10	10	9
Pohjola	5	7	7
Pohjantähti	3	3	2
Aktia	2	2	1
Turva	1	1	1
Folksam	1	1	1
Ilmarinen			1
Varma			0
Elo			0
ETERA			0
Muu vakuutusyhtiö	1	1	3

Liikenne- ja tapaturmavakuutuksista A-Vakuutuksessa oli noin kaksi viidesosaa. LähiTapiolassa näitä vakuutuksia oli runsas viidesosa, Ifissä taas hieman alle viidesosa. Fenniassa näitä vakuutuksia piti kymmenesosa yrityksistä. Ryhmähenkivakuutuksia ei kaikilla kyselyyn vastanneilla yrityksillä ollut, koska vastaajista niin moni oli yhden hengen yritys. Neljäsosalla yrityksistä ryhmähenkivakuutus oli A-Vakuutuksessa ja joka kuudennella LähiTapiolassa. Yrityksiä toimialoittain tarkasteltuna löytyi jonkin verran vaihtelua käytetyn vakuutusyhtiön suhteen ryhmähenkivakuutuksissa. Raskaan tavarankuljetusta harjoittavilla yrityksillä oli hieman muita useammin ryhmähenkivakuutukset Fenniassa ( $p=0.048$ ), kun taas kylmäkuljetusta harjoittavilla yrityksillä oli hieman muita useammin nämä vakuutukset Pohjolassa ( $p=0.046$ ). Voi olla, että tietyt vakuutusyhtiöt ovat erikoistuneet hoitamaan kuljetusalan tiettyjä vakuutuksia.

Yrityksen ensisijaisesti käyttämäksi vakuutusyhtiöksi määriteltiin se vakuutusyhtiö, jossa yrityksellä oli lakisääteiset liikenne- ja tapaturmavakuutukset (ks. myös taulukko 11). Tästä muodostettiin uusi muuttuja, jossa vastaajajoukko jakautui seuraavasti: A-Vakuutuksessa oli 35 prosenttia yrityksistä, LähiTapiolassa 22 prosenttia yrityksistä, Ifissä 16 prosenttia yrityksistä, Fenniassa 10 prosenttia yrityksistä, Pohjolassa 9 prosenttia yrityksistä sekä muissa vakuutusyhtiöissä<sup>30</sup> 8 prosenttia yrityksissä. Pohjola-konsernin yhtiöt olivat siis ensisijaisia vakuutusyhtiöitä 44 prosentille vastaajista.

A-vakuutuksen suosiota saattaa selittää se, että vuonna 2013 Taloustutkimuksen teettämän tutkimuksen mukaan A-Vakuutus sai ammattiliikennöitsijöiltä parhaat arviot tuotteista ja palveluista suhteessa muihin vakuuttajiin. A-Vakuutuksessa erityisesti henkilöstön ammattitaitoa ja liiketoiminnan ymmärtämistä pidettiin korkeatasoisena. (Pohjola 2013.)

### 3.1.2 Vapaaehtoiset vakuutukset

Vapaaehtoisista vakuutuksista kyselyssä kartoitettiin yritysten ajoneuvovakuutukset, keskeytysvakuutukset, kiinteistövakuutukset, oikeusturvavakuutukset, omaisuusvakuutukset sekä vastuuvakuutukset (taulukko 10). Vapaaehtoisista vakuutuksista yleisimpiä olivat ajoneuvovakuutukset, oikeusturvavakuutukset ja vastuuvakuutukset, joita oli lähes kaikilla yrityksillä. Melko yleisiä olivat myös omaisuusvakuutukset ja kiinteistövakuutukset, joita oli noin viidellä kuudesta yrityksestä. Keskeytysvakuutuksia oli kahdella kolmasosalla yrityksistä.

30 Nämä vakuutusyhtiöt olivat Pohjantähti, Aktia, Turva, Folksam ja joku muu vakuutusyhtiö.



**Taulukko 10. Vakuutusyhtiöt, joissa yrityksillä on vapaaehtoiset vakuutukset (n=372), % vastaajista.**

	Ajoneuvo- vakuutukset	Oikeusturva- vakuutukset	Vastuu- vakuutukset	Kiinteistö- vakuutukset	Omaisuus- vakuutukset	Keskeytys- vakuutukset
A-Vakuutus	38	33	38	20	24	26
LähiTapiola (Lähi-vakuutus, Tapiola)	21	19	19	23	21	15
If	16	16	15	11	13	10
Fennia	10	10	9	10	10	7
Pohjola	5	8	4	14	10	2
Pohjantähti	3	3	2	2	2	2
Aktia	1	1	1	1	1	1
Folksam	1	1	1	1	1	1
Turva	0	1	0	1	1	0
Muu vakuutusyhtiö	2	1	2	1	1	1
Yhteensä	99	93	92	83	84	65

Ajoneuvo-, oikeusturva- ja vastuuvakuutuksissa vakuutusyhtiöiden osuudet olivat hyvin samanlaisia. Yleisimmin näitä vakuutuksia pidettiin A-Vakuutuksessa, sen jälkeen LähiTapiolassa, Ifissä ja Fenniassa. Kiinteistö- ja omaisuusvakuutuksissa yleisimmät vakuutusyhtiöt olivat A-Vakuutus ja LähiTapiola. Näiden lisäksi yli 10 %:n osuuksia oli Ifillä, Pohjolalla ja Fennialla. Keskeytysvakuutukset olivat useimmiten A-Vakuutuksessa, LähiTapiolassa, Ifissä sekä Fenniassa.

Kaikissa yllä tarkastelluissa vakuutuslajeissa selvästi eniten asiakkaita vastaajien joukossa oli Pohjola-konsernilla. Mikäli yhtiöiden asemaa arvioidaan osuutena vastanneista, oli Pohjola-konsernin yhtiöiden osuus sekä ajoneuvo- että keskeytysvakuutuksissa noin 43 prosenttia, oikeusturvavakuutuksissa 44 prosenttia, kiinteistö- ja omaisuusvakuutuksissa 41 prosenttia, vastuuvakuutuksissa 46 prosenttia. Osuudet asiakkaista viittaavat tässä asiakasryhmässä Pohjola-konsernin merkittävään asemaan kyseisissä vakuutuslajeissa.

Luvanvaraisen liikenteen toiminnan luonteella oli jotakin vaikutusta vakuutusyhtiön valintaan. Puutavaran kuljetusta harjoittavilla yrityksillä oli muita useammin kiinteistö- ja vastuuvakuutukset A-Vakuutuksessa ( $p=.050$ ). Kylmäkuljetuksia harjoittavilla yrityksillä oli puolestaan muita useammin keskeytysvakuutukset A-Vakuutuksessa ( $p=.025$ ).

### 3.1.3 Vakuutusten keskittäminen ja hajauttaminen

Kuljetusalan yritykset olivat yleisesti keskittäneet vakuutuksiaan. Taulukko 11 osoittaa, että liikenne- ja tapaturmavakuutukset olivat hyvin usein samoissa vakuutusyhtiöissä, mikä kertoo vakuutusten jonkinlaisesta keskittämisestä. Vahvimmin keskittämistä tapahtui LähiTapiolassa ja Fenniassa.

**Taulukko 11. Lakisääteisten liikenne- ja tapaturmavakuutusten ottaminen yleisimmissä vakuutusyhtiöissä, % vastaajista vakuutusyhtiöittäin.**

		Yrityksen lakisääteiset tapaturmavakuutukset				
Yrityksen lakisääteiset ilkennevakuutukset		A-Vakuutus	LähiTapiola (Lähi-vakuutus, Tapiola)	If	Fennia	Pohjola
	A-Vakuutus (n=155)	83 %	0 %	1 %	2 %	10 %
	LähiTapiola (Lähi- vakuutus, Tapiola) (n=80)	0 %	93 %	0 %	0 %	3 %
	If (n=65)	5 %	3 %	86 %	3 %	2 %
	Fennia (n=38)	2 %	3 %	0 %	95 %	0 %
	Pohjola (n= 17 )	12 %	12 %	18 %	0%	53 %

Taulukko 12 osoittaa, että lakisääteiset liikennevakuutukset ja vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset olivat suurimmissa vakuutusyhtiöissä useimmiten samassa yhtiössä. Kuten edellä, vahvimmin tämä ilmeni Lähi-Tapiolassa ja Fenniassa.

**Taulukko 12. Lakisääteisten liikennevakuutusten ja vapaaehtoisten ajoneuvovakuutusten ottaminen yleisimmissä vakuutusyhtiöissä, % vastaajista vakuutusyhtiöittäin.**

Yrityksen vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset						
Yrityksen lakisääteiset liikennevakuutukset		A-Vakuutus	LähiTapiola (Lähi-vakuutus, Tapiola)	If	Fennia	Pohjola
	A-Vakuutus (n=155)	92 %			3 %	3 %
	LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola) (n=80)		98 %			1 %
	If (n=65)	2 %	2 %	92 %	3 %	3 %
	Fennia (n=38)	5 %			97 %	
	Pohjola (n= 17 )	6 %	5 %	12 %		77 %

Uusi vakuutusten keskittämis -muuttuja määriteltiin siten, että yritys tulkittiin vakuutusten keskittäjäksi, jos tällä oli lakisääteiset liikenne- ja tapaturmavakuutukset sekä vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset samassa vakuutusyhtiössä. Vakuutusten keskittäminen oli hyvin yleistä, sillä 83 prosenttia aineiston yrityksistä oli edellä kuvatun kaltaisia keskittäjiä. Fennian ja A-vakuutuksen asiakkaat olivat kaikkein vankimpia keskittäjiä, sillä Fennian asiakkaista 95 prosenttia ja A-vakuutuksen asiakkaista 91 prosenttia keskitti nämä kolme vakuutusta samaan vakuutusyhtiöön. Pääasiallisesti Pohjolaa vakuutusyhtiönä käyttävistä yrityksistä vain 32 prosenttia keskitti edellä mainitut vakuutukset. (p=.000.)

Yrityksen päätoimialalla oli vaikutusta keskittämisen tasoon. Kylmäkuljetusta harjoittavat yritykset keskittivät eniten vakuutuksiaan. Mitä suurempi yrityksen liikevaihto oli (p=.002) ja mitä enemmän sillä oli henkilökuntaa (p=.007) sekä kalustoa (p=.038), sitä yleisemmin se oli keskittänyt vakuutuksensa.

Taulukoista 13 ja 14 nähdään, mistä vakuutusyhtiöistä vapaaehtoisia ajoneuvovakuutuksia ottaneet yritykset olivat ottaneet vapaaehtoisia keskeytys- ja oikeusturvavakuutuksia. Vaikka vakuutusten ottaminen keskittyi yhteen vakuutusyhtiöön, on keskeytys- ja oikeusturvavakuutusten ottamisaktiivisuudella eroja eri vakuutusyhtiöissä. Keskeytysvakuutuksia oli eniten ajoneuvovakuutuksen LähiTapiolasta ottaneilla yrityksillä, oikeusturvavakuutuksia Fenniasta ja Ifistä ottaneilla. Näissä vakuutuslajeissa yritykset olivat vahvasti keskittäneet vakuutuksensa samaan vakuutusyhtiöön.

**Taulukko 13. Vapaaehtoisten ajoneuvovakuutusten ja keskeytysvakuutusten ottaminen yleisimmissä vakuutusyhtiöissä, % vastaajista vakuutusyhtiöittäin.**

Yrityksen vapaaehtoiset keskeytysvakuutukset							
Yrityksen vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset		A-Vakuutus	LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola)	If	Fennia	Pohjola	Yhteensä
	A-Vakuutus (n=143)	69 %			1 %	1 %	71 %
	LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola) (n=79)		72 %	1 %			73 %
	If (n=61)			57 %			57 %
	Fennia (n=39)			3 %	67 %		69 %
	Pohjola (n= 18 )	6 %	6 %	6 %		39 %	57 %

**Taulukko 14. Vapaaehtoisten ajoneuvovakuutusten ja oikeusturvavakuutusten ottaminen yleisimmissä vakuutusyhtiöissä, % vastaajista vakuutusyhtiöittäin.**

Yrityksen vapaaehtoiset oikeusturvavakuutukset							
Yrityksen vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset		A-Vakuutus	LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola)	If	Fennia	Pohjola	Yhteensä
	A-Vakuutus (n=143)	82 %	1 %	1 %	3 %	9 %	96 %
	LähiTapiola (Lähi-vakuutus, Tapiola) (n=79)		87 %	1 %		1 %	90 %
	If (n=61)	2 %	3 %	90 %		2 %	97 %
	Fennia (n=39)	5 %		3 %	92 %		100 %
	Pohjola (n= 18 )	11 %		11 %		78 %	100 %

Kyselyyn vastanneista yrityksistä 63 prosenttia ilmoitti yrityksen kaikkien vakuutusten olevan yhdessä vakuutusyhtiössä.<sup>31</sup> Kahdessa vakuutusyhtiössä vakuutuksia piti oman ilmoituksensa mukaan 31 prosenttia yrityksistä, ja kolmessa tai useammassa vakuutusyhtiössä 6 prosenttia yrityksistä. Vaikka tämän kysymyksen vastausten luotettavuus on kyseenalaista, se kertoo kuitenkin, että kuljetusalan yritysten vakuutukset ovat useimmiten yhdessä tai kahdessa vakuutusyhtiössä eikä vakuutuksia ole hajautettu useampaan vakuutusyhtiöön. Sama keskittäminen ilmeni jo edellä lakisääteisiä liikenne- ja tapaturmavakuutuksia sekä vapaaehtoisia ajoneuvovakuutuksia tarkasteltaessa.

Vakuutuksensa olivat keskittäneet yhteen vakuutusyhtiöön muita useammin LähiTapiolan (77 %) ja Fennian (72 %) asiakkaina olevat yritykset ( $p=.002$ ), mikä tulos saatiin jo edellä. Vakuutusten hajauttamista useampaan kuin yhteen vakuutusyhtiöön taas suosivat Pohjolan asiakkaat (64 %) ( $p=.002$ ).

Yleisimmät syyt yritykselle pitää vakuutukset yhdessä vakuutusyhtiössä olivat keskittämisestä saatavat hyvät alennukset (68 % vastaajista) ja asioinnin helppous (65 % vastaajista). Jonkin verran merkitystä oli myös luotettavilla korvauskäytännöillä (29 % vastaajista) ja nopeilla korvauskäytännöillä (16 % vastaajista). Sen sijaan toimialajärjestön neuvottelemilla alennuksilla (6 % vastaajista) ja vastaperustetulle yritykselle tarjotulla kokonaispaketilla (4 % vastaajista) ei ilmoitettu olleen juurikaan merkitystä. Erään vastaajan avovastauksen mukaan yrityksen vakuutusten keskittäminen yhteen yhtiöön johtui siitä, että edullisten ajoneuvovakuutusten saamisen ehtona vakuutusyhtiö oli vaatinut lakisääteisten vakuutusten ottamista samasta yhtiöstä.

Keskittämisestä koettu helppous erotteli vastaajayrityksiä jossain määrin. Keskittämisestä seuraavaa asioinnin helppoutta pitivät muiden vakuutusyhtiöiden asiakkaita tärkeämpänä Fennian asiakkaat ( $p=.050$ ). Sitä vastoin keskittämisestä koituvan helppouden kokivat muita vähemmän tärkeänä yritykset, jotka kuljettivat raskasta tavaraa ( $p=.018$ ) ja yritykset, joilla ei ollut pankkilainaa ( $p=.005$ ). Keskittämisestä seuraavia alennuksia pitivät muita tärkeämpänä yritykset, joilla oli lainaa Pohjola Pankissa ( $p=.018$ ). Toimialajärjestön neuvottelemat alennukset olivat tärkeitä keskittämisen syitä ainoastaan A-Vakuutuksen asiakkaille ( $p=.000$ ).

Asioinnin helppouden merkityksestä kertovat myös vastaukset asennekysymyksiin. Vakuutusten hallinnointi koettiin helpoksi, jos kaikki vakuutukset on keskitetty yhteen yhtiöön: lähes kolme neljästä vastaajasta (72 %) oli väittämän kanssa samaa mieltä ja vain 8 prosenttia oli asiasta eri mieltä.<sup>32</sup> Hieman muita useammin keskittämisen tuomaan helppouteen uskoivat keskikokoiset yritykset, joissa oli 2–5 ajoneuvoa ( $p=.006$ ).

Yleisimmät syyt siihen, että yrityksen vakuutukset oli hajautettu useampaan kuin yhteen yhtiöön, olivat vastaajien mielestä vakuutusten kokonaishinnan edullisuus (23 %:lle vastaajista) ja se, ettei kaikkia vakuutuksia saa yhdestä vakuutusyhtiöstä (22 %). Jälkimmäinen syy viittaa luultavasti ennen kaikkea eläkevakuutuksiin.

31 Näiden vastausten luotettavuuteen liittyy heikkous, joka edellä mainittiin eläkevakuutusten kohdalla: koska eläkevakuutuksia ei ole mahdollista ottaa samasta vakuutusyhtiöstä kuin muita vakuutuksia, on luultavaa, että yritysten vakuutukset ovat vähintään kahdessa vakuutusyhtiössä. Voi olla, että ne yritykset, jotka ovat ilmoittaneet yritysten vakuutusten olevan vain yhdessä vakuutusyhtiössä, eivät ole ajatelleet eläkevakuutuksia tässä yhteydessä. Tai sitten ne ovat olleet siinä käsityksessä, että eläkevakuutukset todellakin ovat samassa vakuutusyhtiössä kuin muutkin vakuutukset.

32 Väittämän tarkka sanamuoto: Vakuutusten hallinnointi yrityksessä on helppoa, jos kaikki vakuutukset on keskitetty yhteen yhtiöön.

Myös toimialajärjestön neuvottelemat alennukset (17 %:lle vastaajista), halu saada kokemuksia useammasta vakuutusyhtiöstä (14 %), halu säilyttää neuvotteluvoima suhteessa vakuutusyhtiöön (11 %) ja korvauskäytäntöjen vaihtelevuus (10 %) olivat syitä hankkia vakuutukset useammasta kuin yhdestä vakuutusyhtiöstä.

Toimialajärjestön neuvottelemat alennukset olivat muita useammin syynä vakuutusten hajauttamiseen A-Vakuutuksen ja Pohjolan asiakkailta (p=.008) sekä kappaletavaraa kuljettaville yrityksille (p=.014). Vakuutusten edullisemmalla kokonaishinnalla oli muita useammin merkitystä puutavaraa kuljettaville yrityksille (p=.018).

### 3.1.4 Vakuutusyhtiön valintaperusteet

Hinta mainittiin tärkeimmäksi syyksi vakuutusyhtiön valinnassa: 46 prosentille vastaajista tärkein peruste vakuutusyhtiön valinnassa oli vakuutusten edullinen hinta. Seuraavaksi tärkeimpiä perusteita olivat vakuutusten kattavuus (30 %:lle vastaajista), henkilökohtainen palvelu ja mukava yhteyshenkilö (27 %) sekä hyvä asiakaspalvelu (24 %). Myös mahdollisuus vakuutusten keskittämiseen (20 %), nopea korvauspalvelu (19 %) sekä hyvä tuote- tai palveluvalikoima (15 %) vaikutti joillakin yrityksillä vakuutusyhtiön valintaan.

Vastaajien välillä esiintyi jonkun verran vaihtelua vakuutusyhtiöiden valintaperusteissa. Edullinen hinta oli muita tärkeämpi valintaperuste yrityksille, joissa työskenteli 5–9 henkilöä (p=.002). Näistä yrityksistä 67 prosenttia piti hintaa tärkeimpänä perusteena vakuutusyhtiön valinnassa. Edullinen hinta oli muita tärkeämpää myös yrityksille, joilla oli vähintään kolme ajoneuvoa, ja vähemmän tärkeää yrityksille, joilla oli vain yksi ajoneuvo (p=.005).

Hyvää asiakaspalvelua painottivat muita useammin Fennian (37 % Fennian asiakkaista) ja pienten vakuutusyhtiöiden (50 %) asiakkaat (p=.003). Keskittämismahdollisuutta painottivat muita useammin yritykset, joiden liikevaihto oli 1–2 miljoonaa euroa vuodessa (p=.048) ja jotka kuljettivat kappaletavaraa (p=.037). Keskittämismahdollisuudet olivat vähemmän tärkeitä yrityksille, jotka harjoittivat kylmäkuljetuksia (p=.013).

### 3.1.5 Pankkiasiakkuuden vaikutus vakuutusyhtiön valintaan

Kuljetusyritysten vakuutus- ja pankkiasiakkuudet eivät vaikuttaneet olevan täysin riippumattomia toisistaan. A-Vakuutusta ja LähiTapiolaa käyttivät ensisijaisena vakuutusyhtiönä muita useammin yritykset, joilla oli lainaa Osuuspankista (p=.002). Osuuspankin laina-asiakkailta oli puolestaan harvemmin lakisäänteisiä vakuutuksia Ifistä. Fenniaa käyttivät ensisijaisena vakuutusyhtiönä muita useammin yritykset, joilla oli lainaa Nordeasta (p=.050).

Vakuutuslajeittain tarkasteltuna tulokset olivat samansuuntaiset. Yritysten liikennevakuutusten vakuutusyhtiö vaihteli jossain määrin lainapankkiasiakkuuden mukaan. A-Vakuutuksessa liikennevakuutuksiaan pitivät muita useammin yritykset, joilla oli lainaa Osuuspankista (p=.033). Osuuspankin laina-asiakkailta puolestaan oli liikennevakuutuksia harvemmin Ifissä (p=.020). Fenniassa liikennevakuutuksiaan taas pitivät muita useammin yritykset, joilla oli lainaa Nordeasta (p=.010). Nordean laina-asiakkaat puolestaan pitivät muita harvemmin liikennevakuutuksiaan LähiTapiolassa (p=.041).

Niin ikään tapaturmavakuutusten vakuutusyhtiö vaihteli lainapankkiasiakkuuden mukaan samansuuntaisesti kuin edellä liikennevakuutusten kohdalla. Tapaturmavakuutuksia muita useammin Fenniassa pitivät sellaiset yritykset, joilla oli lainaa Nordeasta (p=.040). Sen sijaan Nordean laina-asiakkaat pitivät muita harvemmin tapaturmavakuutuksia LähiTapiolassa (p=.027). Muita harvemmin tapaturmavakuutuksia pitivät Ifissä yritykset, joilla oli lainaa Osuuspankista (p=.029).

Fenniassa pitivät hieman muita useammin ryhmähenkivakuutuksia yritykset, joilla oli lainaa Nordeasta (p=.045), LähiTapiolassa puolestaan Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.031).

Lakisääteisten vakuutusten osalta A-Vakuutuksella ja LähiTapiolalla näyttäisi olevan yhteys Osuuspankin laina-asiakkuuteen, samoin kuin Fenniällä Nordean laina-asiakkuuteen.

Taulukossa 15 nähdään pankkiasiakkuuden yhteys vapaaehtoisten vakuutusten ottamiseen vakuutuslajeittain. Vihreällä värillä on merkitty positiivinen yhteys (esimerkiksi ajoneuvovakuutuksia pitivät Fenniassa muita useammin Nordean asiakkaat). Punaisella värillä puolestaan on merkitty negatiivinen yhteys (esimerkiksi ajoneuvovakuutuksia pitivät Ifissä muita harvemmin Osuuspankin asiakkaat). Vapaaehtoisten vakuutusten osalta LähiTapiolalla ja Pohjolalla näyttäisi olevan yhteys Osuuspankin laina-asiakkuuteen, samoin kuin Fenniällä Nordean laina-asiakkuuteen.

**Taulukko 15. Pankkiasiakkuuden yhteys vapaaehtoisten vakuutusten ottamiseen vakuutuslajeittain.**

	Ajoneuvo- vakuutukset	Oikeusturva- vakuutukset	Vastuu- vakuutukset	Kiinteistö- vakuutukset	Omaisuus- vakuutukset	Keskeytys- vakuutukset
A-Vakuutus						▲ Pohjola Pankin laina-asiakkaat (p=.014)
LähiTapiola (Lähi-vakuutus, Tapiola)	▼ Nordean laina-asiakkaat (p=.023)		▲ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.014)	▼ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.040)		▲ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.012)
If	▼ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.039)				▼ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.029)	
Fennia	▲ Nordean laina-asiakkaat (p=.015)	▲ Nordean laina-asiakkaat (p=.040)		▲ Nordean laina-asiakkaat (p=.030)	▲ Nordean laina-asiakkaat (p=.010)	▲ Nordean laina-asiakkaat (p=.002)
Pohjola		▲ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.026)	▲ Pohjola Pankin laina-asiakkaat (p=.007)	▲ Osuuspankin laina-asiakkaat (p=.034)		

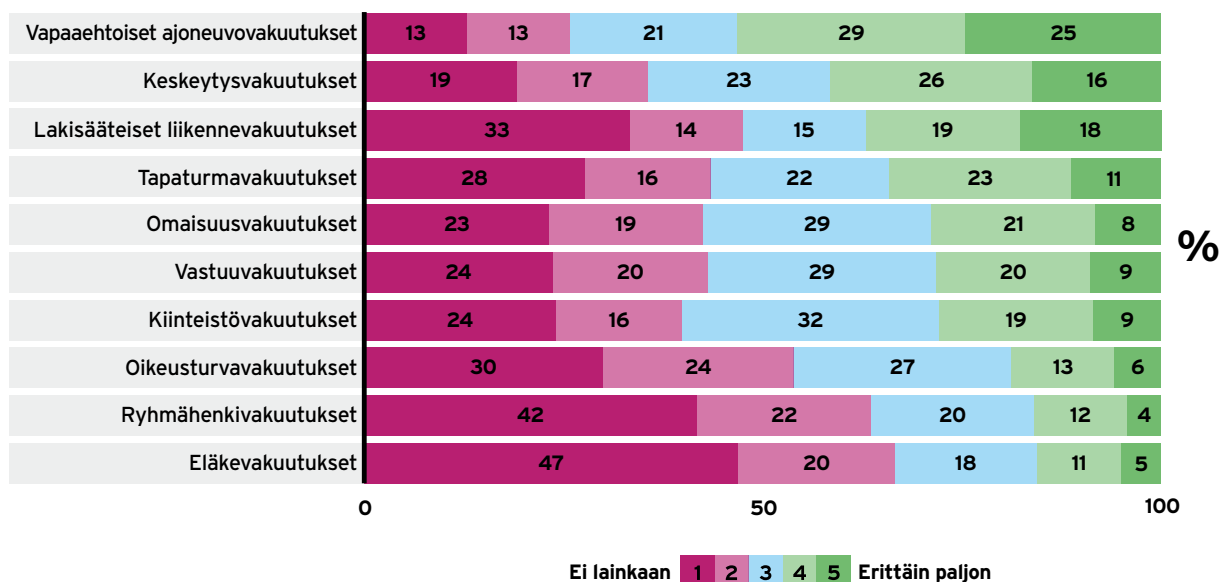
Lakisääteisten ja vapaaehtoisten vakuutusten pitäminen tietystä vakuutusyhtiössä poikkesi siis jonkin verran sen mukaan, missä pankissa kuljetusyriyksellä oli lainaa. Vastaajilta kysyttiin erikseen myös sitä, oliko pankkiasiakkuudella ollut vaikutusta vakuutusyhtiön valintaan. Vastausten mukaan pankkiasiakkuus ei juurikaan vaikuttanut vakuutusyhtiön valintaan. Vain 7 prosenttia vastaajista ilmoitti, että asiakassuhde pankkiin olisi vaikuttanut vakuutusyhtiön valintaan. Yleisintä tämä oli Pohjolan asiakkailta, joista joka kolmas kertoi pankkiasiakkuuden vaikuttaneen vakuutusyhtiön valintaan (p=.000). Lähes puolet (11/24) niistä yrityksistä, jotka kertoivat pankkiasiakkuuden vaikuttaneen vakuutusyhtiön valintaan, oli Pohjolan asiakkaita. Hieman muita yleisempää pankkiasiakkuuden vaikutus oli myös A-Vakuutuksen asiakkailta, joista 10 kertoi pankkiasiakkuuden vaikuttaneen vakuutusyhtiön valintaan. Niistä 24 yrityksestä, jotka kertoivat pankkiasiakkuuden vaikuttaneen vakuutusyhtiön valintaan, 21 oli siis Pohjola-konsernin vakuutusyhtiöiden asiakkaita. Pankkiasiakkuuden vaikutus oli muita yleisempää myös pienissä yrityksissä (liikevaihto alle 100 000 euroa vuodessa), joista 18 prosenttia kertoi pankkisuhteen vaikuttaneen vakuutusyhtiön valintaan (p=.023). Samoin alle 10 vuotta vanhoissa yrityksissä pankkiasiakkuuden vaikutus vakuutusyhtiön valintaan oli hieman yleisempää kuin sitä vanhemmissa yrityksissä (p=.045).

Kuljetusyritysten mukaan pankit eivät kuitenkaan olleet edellyttäneet vakuutusten ottamista saman konsernin vakuutusyhtiöstä. Yleensä keskittämisen syiksi mainittiin edut, joita samaan konserniin kuuluva pankki ja vakuutusyhtiö tarjosivat. Pankki- ja vakuutuspalvelut samaan konserniin keskittäneet yritykset kokivat saavansa keskittämisestä etua ennen kaikkea säästöjen sekä hyvän ja asiantuntevan palvelun muodossa. Hieman vähäisemmässä määrin etua oli koettu saadun toiminnan tehokkuuden, luottamuksen ja kokonaispalvelun muodossa. Nämä vastaukset viittaavat siihen, että vakuutusyhtiön valinta on kysyntälähtöinen.

### 3.1.6 Yrityksen toiminnan koettu vaikutus vakuutusmaksuihin

Vakuutuksen ottamisella yritys pyrkii suojautumaan riskiltä jakamalla sitä vakuutusyhtiön kanssa. Vakuutusmaksun voi olettaa heijastavan riskin toteutumisen todennäköisyyden ja vahingon määrän tuloa. Tästä näkökulmasta on kiinnostavaa, näkevätkö yritykset pystyvänsä omalla toiminnallaan, esimerkiksi vahinkojen todennäköisyyttä pienentävillä toimilla, vaikuttamaan vakuutuskustannuksiin. Yhtenä edellytyksenä kustannuksiin vaikuttamisella on se, että yritykselle on selvää, mistä vakuutusmaksu muodostuu. Asennekysymyksiin saatuja vastausten perusteella puolet vastaajista (49 %) koki, että yrityksen toiminnalla voi vaikuttaa vakuutusmaksujen määräytymiseen. Viidesosa vastaajista oli eri mieltä asiasta.<sup>33</sup> Vastaajista 38 prosenttia koki, että riskien vähentämiseen tähtäävät toimet huomioidaan vakuutusmaksuissa. Neljäsosa vastaajista (26 %) oli eri mieltä asiasta.<sup>34</sup> Riskien vähentämisen vaikutuksiin uskoivat muita useammin keskikoiset yritykset, jotka työllistivät 3–9 henkeä (p=.006).

Kokonaisuutena katsoen yritykset kokivat pystyvänsä jossain määrin omalla toiminnallaan vaikuttamaan vakuutusmaksujensa suuruuteen. Vaikutusmahdollisuudet vaihtelivat vakuutuslajeittain (kuvio 4). Eniten vaikutusmahdollisuuksia yritykset kokivat olevan vapaaehtoisten ajoneuvovakuutusten maksuissa. Näihin vakuutuksiin vaikuttaa bonuskäytäntö, jossa vakuutusmaksuihin saa alennusta vahingottomista ajanjaksoista. Kaikkein vähiten yritykset kokivat voivansa vaikuttaa toiminnallaan eläkevakuutusten ja ryhmähenkivakuutusten maksujen suuruuteen, mikä on ymmärrettävää, koska ne ovat lakisääteisiä. Tapaturmavakuutuksen voisi olettaa olevan sellainen vakuutuslaji, jossa vakuuttajan riskiä pienentävät toimet voisivat pienentää vakuutusmaksuja. Noin kolmasosa vastaajista kokikin voivansa vaikuttaa tapaturmavakuutusmaksun suuruuteen, mutta toisaalta vielä suurempi osa vastaajista ei kokenut voivansa vaikuttaa omilla toimillaan vakuutusmaksun suuruuteen.



Kuvio 4. Yritysten kokema mahdollisuus vaikuttaa omalla toiminnallaan vakuutusmaksun suuruuteen vakuutuslajeittain tarkasteltuna, % vastaajista.

33 Väitteen tarkka sanamuoto: Minulle on selvää, miten yrityksen toiminta vaikuttaa vakuutusmaksujen määräytymiseen.

34 Väitteen tarkka sanamuoto: Riskien vähentämiseen tähtäävät toimet huomioidaan vakuutusmaksuissa.

Yritysten näkemykset vaikutusmahdollisuuksista vakuutusmaksuihin vaihtelivat jonkin verran. Muita useammin lakisääteisten liikennevakuutusten kustannuksiin kokivat voivansa vaikuttaa yritykset, joiden liikevaihto oli yli 400 000 euroa vuodessa ( $p=.014$ ) ja jotka sijaittivat Pohjois- tai Itä-Suomessa ( $p=.049$ ). Tapaturmavakuutusten kustannuksiin kokivat voivansa vaikuttaa muita useammin yritykset, joiden liikevaihto oli yli 400 000 euroa vuodessa ( $p=.046$ ) ja joissa oli vähintään 5 työntekijää ( $p=.022$ ). Ryhmähenkivakuutusten kustannuksiin kokivat voivansa vaikuttaa muita useammin Fennian asiakkaat ( $p=.044$ ).

Vapaaehtoisten ajoneuvovakuutusten maksuihin kokivat voivansa vaikuttaa muita useammin 5–9 henkilöä työllistävät yritykset ( $p=.021$ ) sekä yli 10 vuotta vanhat yritykset ( $p=.011$ ). Keskeytysvakuutusten maksuihin kokivat voivansa vaikuttaa muita useammin 5–9 työntekijän yritykset ( $p=.020$ ). Oikeusturvavakuutusten kustannuksiin kokivat voivansa vaikuttaa muita useammin Fennian ja LähiTapiolan asiakkaat ( $p=.017$ ), yritykset, joiden liikevaihto oli 400 000–1 000 000 euroa ( $p=.042$ ) ja jotka sijaittivat Länsi-Suomen tai Pohjois- ja Itä-Suomessa ( $p=.022$ ) sekä puutavaraa kuljettavat yritykset ( $p=.028$ ). Vastuuvakuutusten kustannuksiin kokivat muita useammin voivansa vaikuttaa Länsi-Suomessa sijaitsevat yritykset ( $p=.018$ ) sekä puutavaraa kuljettavat yritykset ( $p=.016$ ).

## 3.2 Vakuutusten kilpailuttaminen

Vakuutusten kilpailuttamiseen liittyviä kysymyksiä esitettiin sekä koko vastaajajoukolle että kohdennetusti niille vastaajille, joilla oli kokemuksia kilpailuttamisesta. Koko vastaajajoukolle esitettiin kysymys vakuutusten kilpailuttamisen tiheydestä, ja tätä kysymystä käytettiin sitten filterinä, jonka avulla kilpailutusprosessia tarkemmin kartoittavat kysymykset kohdennettiin vain niille vastaajille, jotka joskus olivat kilpailuttaneet vakuutuksia. Koko vastaajajoukolle esitettiin myös joitakin kilpailuttamiseen liittyviä asenneväittämiä.

### 3.2.1 Kilpailuttamisen tiheys ja motiivit

Pyrkimys toiminnan kannattavuuden ylläpitämiseen kannustaa yrityksiä ylimääräisten kustannusten karsimiseen muun muassa palveluntarjoajia aika ajoin kilpailuttamalla. Useampi kuin kolme neljästä kyselyyn vastanneista yrityksistä ilmoitti joskus kilpailuttaneen vakuutuksensa. Yrityksistä 6 prosenttia kertoi kilpailuttavansa vakuutuksensa vuosittain, 34 prosenttia teki kilpailutusta 2–3 vuoden välein ja 37 prosenttia harvemmin kuin kerran kolmessa vuodessa. Yrityksistä 23 prosenttia ei ollut koskaan kilpailuttanut vakuutuksiaan.

Aktiivisimpia kilpailuttajia olivat Fennian ja Ifin asiakkaat. Muita harvemmin vakuutuksiaan kilpailuttivat A-Vakuutuksen ja pienten vakuutusyhtiöiden asiakkaat ( $p=.005$ ).

Yrityksen koko vaikutti kilpailutuksen aktiivisuuteen, sillä liikevaihdoltaan suuremmat yritykset (yli 400 000 euroa vuodessa) olivat hanakampia kilpailuttamaan vakuutuksiaan kuin pienemmät yritykset (alle 200 000 euroa vuodessa) ( $p=.004$ ). Samoin yrityksen henkilöstömäärä vaikutti kilpailutuksen aktiivisuuteen: pienimmät, 1–2 hengen yritykset kilpailuttivat vakuutuksensa harvemmin kuin suuremmat, vähintään 5 hengen yritykset ( $p=.016$ ). Myös yrityksen ajoneuvojen määrä vaikutti samaan suuntaan: vähintään 3 ajoneuvoa omistavat yritykset olivat aktiivisempia kilpailuttamaan vakuutuksia kuin 1–2 ajoneuvoa omistavat yritykset ( $p=.000$ ).

Asenteiden tasolla yritysten näkemykset kilpailuttamisen tiheydestä jakautuivat. Vajaa kolmasosa vastaajista (31 %) oli sitä mieltä, että jokaisen yrityksen tulisi kilpailuttaa vakuutuksensa vuosittain. Tätä useampi vastaaja (37 %) oli eri mieltä asiasta.<sup>35</sup> Kappaletavaraa kuljettavat yritykset olivat muita harvemmin sitä mieltä, että vakuutukset tulisi kilpailuttaa vuosittain ( $p=.018$ ).

---

35 Väitteen tarkka sanamuoto: Jokaisen yrityksen tulisi kilpailuttaa vakuutuksensa vuosittain.



Puolet kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että yrityksen vakuutustarve tulee kartoittaa vuosittain. Noin neljäsosa vastaajista (23 %) oli eri mieltä asiasta.<sup>36</sup> Useampi kuin kolme neljästä vastaajasta (78 %) oli sitä mieltä, että yrityksen vakuutustarve tulee päivittää aina liiketoiminnan muuttuessa, esimerkiksi laajetessa tai supistuessa. Joka kymmenes vastaaja (9 %) oli eri mieltä asiasta.<sup>37</sup>

Suurin osa yrityksistä (88 %) ilmoitti vakuutuksia kilpailuttaessaan kilpailuttavansa samalla kertaa kaikki vakuutukset.<sup>38</sup> Yrityksistä reilu kymmenesosa (12 %) kertoi kilpailuttavansa vain osan vakuutuksista, useimmiten ajoneuvojen vakuutukset. Alle 10 vuotta vanhoista yrityksistä jokainen oli kilpailuttanut samalla kertaa kaikki vakuutuksensa (p=.006).

Vastaajista 43 prosenttia oli sitä mieltä, että kaikki yrityksen vakuutukset kannattaa muuttaa samalla kertaa. Vastaajista 28 prosenttia oli eri mieltä asiasta.<sup>39</sup> Kaikkien vakuutusten muuttamista kerralla kannattivat muita useammin yritykset, joilla ei ollut lainkaan pankkilainaa (p=.024).

Hyvänä motiivina vakuutusten kilpailuttamiselle on kustannusten karsiminen. Suurin osa vastaajista (70 %) oli sitä mieltä, että vakuutusyhtiötä kilpailuttamalla voi säästää vakuutusmaksuissa. Joka kymmenes vastaaja oli eri mieltä asiasta.<sup>40</sup> Muita useammin kilpailutuksen tuomiin säästöihin uskoivat keskikokoiset ja suuret yritykset, joiden liikevaihto oli yli 200 000 euroa vuodessa (p=.023), henkilöstömäärä vähintään viisi henkeä (p=.029) ja ajoneuvojen määrä vähintään kolme (p=.030). Muita harvemmin kilpailutuksen tuomiin säästöihin uskoivat Pohjola-konsernin asiakkaat (p=.014).

Vakuutusyhtiötä kilpailutetaan myös paremman vakuutusturvan toivossa, sillä runsas puolet vastaajista (56 %) oli sitä mieltä, että kilpailuttamalla voi saada paremman vakuutusturvan. Vain 15 prosenttia vastaajista oli eri mieltä tässä asiassa.<sup>41</sup> Kilpailutuksen tuomaan parempaan vakuutusturvaan uskoivat muita useammin liikevaihdoltaan keskikokoiset yritykset (liikevaihto 200 000–2 000 000 euroa vuodessa) (p=.007) sekä ajoneuvomäärältään suuret yritykset (vähintään 6 ajoneuvoa) (p=.018). Pohjola-konsernin asiakkaat uskoivat muita harvemmin, että kilpailuttamalla voisi saada paremman vakuutusturvan (p=.034).

### 3.2.2 Tarjouspyynnöt ja tarjoukset

Kilpailutusprosessi lähti yleensä liikkeelle vakuutusyhtiön tekemästä tarjouksesta (60 %:lla vastaajista). Noin kolmasosa kilpailutuksista käynnistyi kuljetusyrityksen omasta aloitteesta, joko suullisesti (28 % vastaajista) tai kirjallisesti (3 % vastaajista). Vakuutusmeklarin aloitteesta käynnistyi vain 2 prosenttia kilpailutuksista.

Vakuutusyhtiön tekemiä tarjouksia vastaanottivat tyypillisimmin pienet yritykset, joilla liikevaihto oli alle 400 000 euroa vuodessa (p=.000) ja vain yksi ajoneuvo (p=.038). Suuremmat yritykset, joiden liikevaihto oli 400 000–1 000 000 tai yli 2 000 000 euroa vuodessa (p=.000) ja joilla oli vähintään kaksi ajoneuvoa (p=.038), sitä vastoin olivat muita useammin itse aloitteellisia kilpailutuksessa (p=.000).

Kuviosta 5 nähdään, että yritykset eivät lähettäneet tarjouspyyntöjä kovin moneen vakuutusyhtiöön.

36 Väitteen tarkka sanamuoto: Yrityksen vakuutustarve tulee kartoittaa vuosittain.

37 Väitteen tarkka sanamuoto: Yrityksen vakuutustarve tulee päivittää aina liiketoiminnan muuttuessa (laajetessa tai supistuessa).

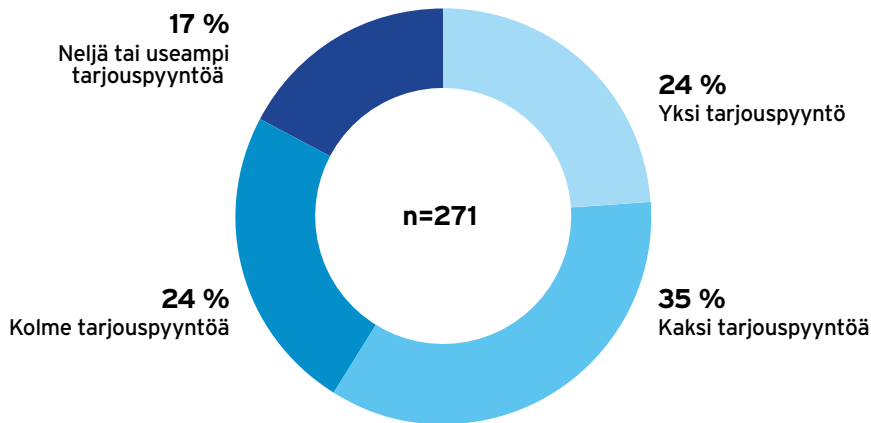
38 Näidenkin vastausten kohdalla on epäselvää, sisällyttivätkö vastaajat myös eläkevakuutukset ”kaikkiin vakuutuksiin”.

39 Väitteen tarkka sanamuoto: Kaikki yrityksen vakuutukset kannattaa muuttaa kerralla.

40 Väitteen tarkka sanamuoto: Vakuutusyhtiötä kilpailuttamalla voi säästää vakuutusmaksuissa.

41 Väitteen tarkka sanamuoto: Vakuutusyhtiötä kilpailuttamalla voi saada yritykselle paremman vakuutusturvan.





Kuvio 5. Yritysten lähettämien tarjouspyyntöjen määrä (n=271).

Useimmin yritykset ilmoittivat lähettäneensä tarjouspyyntöjä suuriin vakuutusyhtiöihin. Yleisimmin tarjouspyyntöjä lähetettiin A-Vakuutukseen (55 % vastaajista), Ifin (50 % vastaajista) ja LähiTapiolaan (49 % vastaajista). Myös Pohjolaan (30 % vastaajista) ja Fenniaan (28 % vastaajista) lähetettiin melko usein tarjouspyyntöjä. Harvemmin tarjouspyyntöjä lähetettiin Pohjantähteen (12 % vastaajista), Aktiaan (3 % vastaajista), Turvaan (2 % vastaajista) ja Folksamiin (1 % vastaajista). Kaksi kolmesta yrityksestä pyysi tarjousta myös vanhalta vakuutusyhtiöltään, kolmasosa ei puolestaan näin tehnyt. Yritykset kertoivat vakuutusyhtiöiden vastaavan aktiivisesti tarjouspyyntöihin, sillä yleensä yritykset myös saivat tarjouksia niiltä vakuutusyhtiöiltä, joihin olivat lähettäneet tarjouspyynnöt.

Vastaajien pääasiallinen vakuutusyhtiö oli odotetusti yhteydessä siihen, mihin vakuutusyhtiöihin yritykset olivat lähettäneet tarjouspyyntöjä. A-Vakuutuksen asiakkaat olivat muita useammin lähettäneet tarjouspyyntöjä A-Vakuutukseen ( $p=.001$ ), Ifin asiakkaat Ifin ( $p=.001$ ), LähiTapiolan asiakkaat LähiTapiolaan ( $p=.003$ ) ja Fennian asiakkaat Fenniaa ( $p=.000$ ).

Taulukossa 16 verrataan yritysten lähettämien ja saamien tarjouspyyntöjen määrän suhdetta toisiinsa. Vaikka vakuutusyhtiöt vastasivat varsin hyvin tarjouspyyntöihin, oli vakuutusyhtiöiden aktiivisuudessa yllättävän suurta vaihtelua. Kilpailu tältä osin näyttää toimivan, koska vakuutusyhtiöt lähettävät tarjouksia, sekä pyydettyinä että pyytämättä.

Taulukko 16. Yritysten lähettämät tarjouspyynnöt ja saadut tarjoukset (n=271) ( $p=.000$ ).

		Saadut tarjoukset				
		1 tarjous	2 tarjousta	3 tarjousta	4+ tarjousta	
Pyydetty tarjoukset	1 tarjous	72 %	19 %	5 %	0 %	100 %
	2 tarjousta	12 %	79 %	8 %	1 %	100 %
	3 tarjousta	11 %	20 %	65 %	3 %	100 %
	4+ tarjousta	0 %	4 %	13 %	83 %	100 %

A-Vakuutukseen lähettivät tarjouspyyntöjä muita useammin liikevaihdoltaan suuremmat (vähintään 400 000 euroa vuodessa) yritykset ( $p=.024$ ) sekä Osuuspankin laina-asiakkaat ( $p=.046$ ), jotka lähettivät tarjouspyyntöjä muita useammin myös Pohjolaan ( $p=.021$ ). Pohjantähteen lähettivät tarjouspyyntöjä muita useammin yritykset, joilla oli lainaa Nordeasta ( $p=.026$ ).

Puutavaraa kuljettavat yritykset pyysivät muita useammin tarjousta vanhalta vakuutusyhtiöltään ( $p=.023$ ). Raskasta tavaraa kuljettavat yritykset taas pyysivät muita harvemmin tarjousta vanhalta vakuutusyhtiöltään ( $p=.011$ ).

Yleensä vakuutusyhtiöiden antamat tarjoukset myös vastasivat tarjouspyyntöjä, sillä 87 % vastaajista kertoi, että tarjouksissa oli pääsääntöisesti huomioitu yrityksen vakuutustarve tarjouspyynnön mukaisesti. Loput vastaajista kertoivat, että tarjoukset eivät vastanneet tarjouspyyntöä kaikilta osin. Näissä tapauksissa kyse oli siitä, että tarjouksista puuttui joitakin vakuutuksia, tarjotut vakuutukset eivät kattaneet haluttuja asioita, tarjoukset jäivät kokonaan saamatta tai tarjouksessa ei ollut asiakkaan mielestä ymmärretty kuljetusyrityksen toimintaa.

Saatujen vakuutustarjousten vertailu oli joillekin yrityksille helppoa ja joillekin vaikeaa. Noin neljäsosa vastaajista (27 %) piti tarjousten vertailua helppona, ja toinen neljäsosa (26 %) vaikeana. Lopuille (47 %) se ei ollut helppoa eikä vaikeaa. Kolme neljästä vastaajasta (77 %) piti vakuutusyhtiöltä saamia tarjouksia keskenään vertailukelpoisina ja loput neljäsosa vastaajista ei. Vertailua vaikeuttivat tarjousten huomattavasti toisistaan vaihtelevat korvauserusteet, korvausten tasot, omavastuurajat, kattavuus ja hinnat. Havainnot saatujen tarjousten vertailtavuudesta tukevat näkemystä, että edellytykset toimivalle kilpailulle ovat näillä markkinoilla aika hyvät. Toisaalta vakuutustarjousten vertailu oli joillekin yrityksille vaikeaa: erään vastaajan mukaan ”pitäisi olla vakuutusmatemaatikko, jotta niitä voisi vertailla”. Joissakin tarjouksissa koettiin myös olleen selkeitä virheitä, esimerkiksi vakuutusmaksut oli asiakkaan mielestä laskettu väärin tai henkilöstön tehtävät oli ymmärretty väärin.

Toisaalta asennekysymyksiin vastatessaan yli puolet (51 %) vastaajista ei pitänyt vakuutusyhtiöiden hinnoittelua ymmärrettävänä ja vain 15 % vastaajista piti.<sup>42</sup> Tämä tulos on jossain määrin samansuuntainen Finanssialan Keskusliiton teettämän kuluttajakyselyn kanssa (Finanssialan Keskusliitto 2012), jossa 67 prosenttia vastaajista oli ainakin osittain eri mieltä väittämästä ”vakuutustuotteet/vakuutusehdot ovat helposti ymmärrettäviä” ja 81 prosenttia oli ainakin osittain eri mieltä väittämästä ”vakuutustuotteiden tarjoaman turvan ja vakuutusmaksujen vertailtavuus on helppoa”. Pohjola-konsernin asiakkaat pitivät muita harvemmin vakuutusyhtiöiden hinnoittelua ymmärrettävänä (p=.033).

Osa yrityksistä oli käyttänyt vakuutusten hankinnassa tai uusimisessa apua. Selvästi yleisintä oli käyttää apuna vakuutusyhtiön myyjää tai asiamiestä (47 % vastaajista). Huomattavasti harvemmin oli apuna käytetty vakuutusmeklaria (7 % vastaajista), muuta vakuutusedustajaa (3 % vastaajista) tai toimialajärjestöä (3 % vastaajista). Rungas kolmasosa yrityksistä (36 %) ei ollut käyttänyt vakuutusten hankinnassa tai uusimisessa lainkaan ulkopuolista apua. Vakuutusmeklaria olivat käyttäneet muita useammin Fennian asiakkaat (16 %). LähiTapiolan asiakkaista taas yksikään ei ollut käyttänyt vakuutusmeklaria (0 %) (p=.044). Vakuutusmeklaria olivat käyttäneet myös muita useammin suuret yritykset, joiden liikevaihto on yli miljoona euroa vuodessa, jotka työllistivät vähintään kymmenen henkeä ja joilla oli vähintään kuusi ajoneuvoa (p=.000). Suurissa yrityksissä saatetaan kokea tarvittavan syvällistä asiantuntemusta vakuutusten ottamisessa ja siksi tukeudutaan ulkopuoliseen asiantuntijaan.

### 3.2.3 Vakuutusten kytkeminen toisiinsa

Koska elinkeinonharjoittajat voivat hankkia eri vakuutustuotteita eri vakuutusyhtiöistä, nähtiin vakuutusyhtiöiden markkinavoiman ja toimivan kilpailun näkökulmasta aiheelliseksi kysyä, missä määrin vakuutusyhtiöiden oli koettu tarjouksissaan edellyttävän eri vakuutusten ostamista samasta yhtiöstä.

Peräti neljäsosa vastaajista (27 %) kertoi, että vakuutusyhtiöt olivat tarjouksissaan edellyttäneet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai vakuutusyhtiön nimeämästä muusta yrityksestä. Yleisimmin tarjouksissa oli edellytetty eläkevakuutusten ottamista vakuutusyhtiön mainitsemalta taholta (13 % vastaajista). Jonkin verran oli edellytetty myös vapaaehtoisten vakuutusten ottamista (9 % vastaajista), tapaturmavakuutuksen ottamista (6 % vastaajista) tai jonkin pankkipalvelun ottamista (1 % vastaajista) vakuutusyhtiön nimeämältä taholta.

42 Väitteen tarkka sanamuoto: Vakuutusyhtiöiden hinnoittelu on ymmärrettävää.

On kuitenkin epäselvää, miten vastaajat ovat ymmärtäneet kysymyksessä käytetyn termin ”edellyttää”. Avovastausten perusteella vaikuttaa siltä, että ainakin jossain tapauksissa vakuutusyhtiö ei ole edellyttänyt, vaan pikemminkin ehdottanut tai tarjonnut muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa.

Muita useammin muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa oli edellytetty Helsinki-Uudenmaan alueella sijaitsevilta yrityksiltä ( $p=.024$ ) sekä yrityksiltä, joilla oli lainaa Pohjola Pankissa ( $p=.007$ ). Helsingin-Uudenmaan alueella sijaitsevilta yrityksiltä oli edellytetty erityisesti muiden vapaaehtoisten vakuutusten hankintaa ( $p=.026$ ). Yrityksiltä, joilla oli lainaa Pohjola Pankissa, oli edellytetty erityisesti eläkevakuutusten hankintaa ( $p=.002$ ). Eläkevakuutusten ( $p=.011$ ) ja tapaturmavakuutusten ( $p=.013$ ) hankintaa oli edellytetty muita useammin 3–4 hengen yrityksiltä. Eläkevakuutusten hankintaa oli edellytetty muita useammin myös kylmäkuljetuksia harjoittavilta yrityksiltä ( $p=.013$ ) sekä kappaletavaraa kuljettavilta yrityksiltä ( $p=.022$ ). Vastaajien joukosta ei löytynyt tilastollisesti merkitseviä eroja vakuutusyhtiön asiakkuuden suhteen.

Vastaajista 26 kommentoi sanallisesti, miten ja mikä vakuutusyhtiö oli edellyttänyt muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai nimeämästään muusta yrityksestä. Kommenteissa mainittiin A-Vakuutus 4 kertaa, If 4 kertaa, LähiTapiola 4 kertaa, Pohjola 3 kertaa ja OP-Ryhmä 2 kertaa. Puolessa kommentaista kerrottiin, että vakuutusyhtiö oli edellyttänyt kaikkien vakuutusten siirtämistä samaan vakuutusyhtiöön – seitsemän kommentin mukaan keskittäminen oli edellytys edullisemmille vakuutusmaksuille. Kuusi vastaajaa kertoi, että vakuutusyhtiö oli edellyttänyt eläkevakuutusten ottamista nimeämästään eläkevakuutusyhtiöstä. Yhden kommentin mukaan tapaturmavakuutukset olisi pitänyt ottaa samasta vakuutusyhtiöstä. Kaikki kolme suurta vakuutusyhtiötä olivat asiakkaan kokemuksen mukaan jossain tilanteissa edellyttäneet eläkevakuutusten siirtämistä samaan leiriin. Tarjoushinnan voimassaolon ehdoksi oli voitu esittää, että eläkevakuutukset ovat tietyssä yhtiössä. Selviä viitteitä sitomisesta ei selvityksestä saatavien tulosten perusteella voida todeta, koska havainnot ovat yksittäisiä ja varsin epäselvästi muotoiltuja toteamuksia.

Edellyttämistä lievempänä finanssituotteiden toisiinsa sitomisen tai kytkemisen muotona voidaan pitää suosittamista. Vastausten mukaan suosittelu oli yleisempää kuin edellyttäminen. Noin kaksi kolmasosaa vastaajista kertoi, että vakuutusyhtiöt olivat jossain yhteydessä suositelleet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai vakuutusyhtiön nimeämästä muusta yrityksestä. Useimmin (41 %:lle vastaajista) oli suositeltu muiden vapaaehtoisten vakuutusten ottamista vakuutusyhtiön mainitsemalta taholta. Lähes joka neljännelle (23 %) oli suositeltu eläkevakuutusten ottamista vakuutusyhtiön mainitsemalta taholta. Joka seitsemännelle oli suositeltu tapaturmavakuutusten (14 % vastaajista) tai pankkipalveluiden (13 % vastaajista) hankintaa vakuutusyhtiön mainitsemalta taholta.

Muita useammin muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa oli suositeltu yrityksille, joiden liikevaihto oli 400 000–1 000 000 tai yli kaksi miljoonaa euroa vuodessa ( $p=.030$ ) sekä yrityksille, jotka harjoittivat kylmäkuljetuksia ( $p=.034$ ). Tapaturmavakuutusten hankintaa oli suositeltu muita useammin yrityksille, joilla on 3–5 ajoneuvoa ( $p=.034$ ).

### 3.2.4 Kilpailutuksen lopputulokset

Vakuutusten kilpailutus voi johtaa monenlaisiin lopputuloksiin. Useimmiten yritykset pitäytyivät aiemmassa sopimussuhteessa. Kilpailutuksen tuottamia tuloksia voidaan myös käyttää neuvotteluissa oman vakuutusyhtiön kanssa. Vastauksista käy ilmi, että yrityksistä 41 prosenttia ei tehnyt kilpailutuksen jälkeen mitään muutoksia vakuutuksiinsa. Yrityksistä 30 prosenttia teki sisällöllisiä muutoksia vakuutus sopimuksiin, mutta piti vakuutuksensa kuitenkin samassa tai samoissa yhtiöissä kuin ennenkin. Kilpailutuksen päätteeksi vakuutusyhtiön vaihtamiseen päätyi 29 prosenttia yrityksistä.

Pohjola-konsernin asiakkaat vaihtoivat vakuutusyhtiötä harvemmin kuin muiden vakuutusyhtiöiden asiakkaat. Sen sijaan Pohjola-konsernin asiakkaat pitivät muita useammin vakuutukset samassa vakuutusyhtiössä, mutta tekivät kuitenkin muutoksia vakuutus sopimuksiin ( $p=.035$ ).

Vakuutusyhtiön vaihtoon päätyivät hieman muita useammin alle kymmenen hengen yritykset. Vakuutusso-  
pimusten muuttamiseen vanhassa vakuutusyhtiössä päätyivät muita useammin kahden hengen sekä vähintään  
kymmenen hengen yritykset. Vanhoissa vakuutusso-  
pimuksissa pitäytyivät hieman muita useammin kahden  
hengen yritykset ( $p=.029$ ).

Vakuutusyhtiön vaihtoon päätyivät muita useammin myös yritykset, joiden liikevaihto oli 100 000–200 000  
tai 1 000 000–2 000 000 euroa vuodessa. Vakuutusso-  
pimusten muuttamiseen vanhassa vakuutusyhtiössä taas  
päätyivät muita useammin yritykset, joiden liikevaihto oli alle 100 000, 400 000–1 000 000 tai yli 2 000 000  
euroa vuodessa. Vanhoissa vakuutusso-  
pimuksissa taas pitäytyivät hieman muita useammin yritykset, joiden  
liikevaihto oli 200 000–400 000 euroa vuodessa ( $p=.007$ ).

Asennekysymyksillä esiin tulleet näkemykset kilpailuttamisen helppoudesta jakaantuivat vastaajien kesken.  
Noin kolmasosa vastaajista (32 %) piti vakuutusten kilpailuttamista helppona. Hieman suurempi osuus vas-  
taajista (38 %) taas piti kilpailuttamista vaikeana.<sup>43</sup> Tällä näkemyksellä ei kuitenkaan ollut selkeää vaikutusta  
kilpailuttamisen aktiivisuuteen. Yhtenä selityksenä kilpailuttamisen koettuun vaikeuteen voi olla vakuutus-  
tuotteiden keskinäinen erilaisuus eri vakuutusyhtiöissä. Kysyttäessä kuljetusyritysten näkemyksiä vakuutus-  
yhtiöiden tuote- ja palvelutarjonnasta vain 12 prosenttia vastaajista uskoi kaikilla vakuutusyhtiöillä olevan  
samanlaiset tuotteet ja palvelut. Suurin osa vastaajista (59 %) oli eri mieltä asiasta.<sup>44</sup>

### 3.3 Vakuutusyhtiön vaihtaminen

Tässä luvussa tarkastellaan kuljetusyritysten vakuutusten vaihtamista: vaihtamisen tiheyttä ja motiiveja sekä  
erilaisia vaihtamisen esteitä.

#### 3.3.1 Yleisiä havaintoja vakuutusyhtiön vaihtamisesta

Saatujen vastausten valossa on merkillepantavaa, että vaikka kilpailutusta tehtiinkin, kuljetusalan yritykset  
eivät olleet vaihtaneet vakuutusyhtiötä kovinkaan usein: 38 % yrityksistä ei ollut vaihtanut koskaan vakuu-  
tusyhtiötä. Ilmeisesti vaihtamisesta koituvan vaivan vuoksi vakuutusyhtiötä lähdetään vaihtamaan vasta  
sitten, kun ollaan tyytymättömiä nykyiseen yhtiöön tai toinen vakuutusyhtiö tekee nykyistä yhtiötä hin-  
naltaan edullisemman tarjouksen vakuutuksista. Neljäsosa kuljetusalan yrityksistä oli vaihtanut vakuutusyhtiötä  
viimeksi yli 5 vuotta sitten ja viidesosa 3–5 vuotta sitten. Yrityksistä 12 prosenttia oli vaihtanut vakuu-  
tusyhtiötä viimeksi 1–2 vuotta sitten ja 6 prosenttia viimeisen vuoden aikana.

Vakuutusyhtiön vaihtamisella oli kuitenkin selvä yhteys vakuutusten kilpailuttamiseen. Vaihtaminen oli  
selvästi yleisempää niiden yritysten joukossa, jotka olivat joskus kilpailuttaneet vakuutuksiaan ( $p=.000$ ).

Muita useammin saman vakuutusyhtiön asiakkaana pysyivät A-Vakuutuksen asiakkaat, joista puolet (52 %) ei  
ollut koskaan vaihtanut vakuutusyhtiötä ( $p=.007$ ). Aktiivisimpia vakuutusyhtiön vaihtajia olivat nykyiset  
Ifin (54 %), Fennian (47 %) ja pienten vakuutusyhtiöiden (48 %) asiakkaat, joista noin puolet oli vaihtanut  
vakuutusyhtiötä viimeisen viiden vuoden aikana.

Muita aktiivisimpia vakuutusyhtiön vaihtajia olivat yritykset, joiden liikevaihto oli 100 000–200 000 tai  
1 000 000–2 000 000 euroa vuodessa. Näistä yrityksistä yli puolet oli vaihtanut vakuutusyhtiötä viimeisen  
viiden vuoden aikana. Kaikkein pienimmistä yrityksistä (liikevaihto alle 100 000 euroa vuodessa) puolet ei  
ollut koskaan vaihtanut vakuutusyhtiötä ( $p=.013$ ).

43 Väitteen tarkka sanamuoto: Vakuutusten kilpailuttaminen on helppoa.

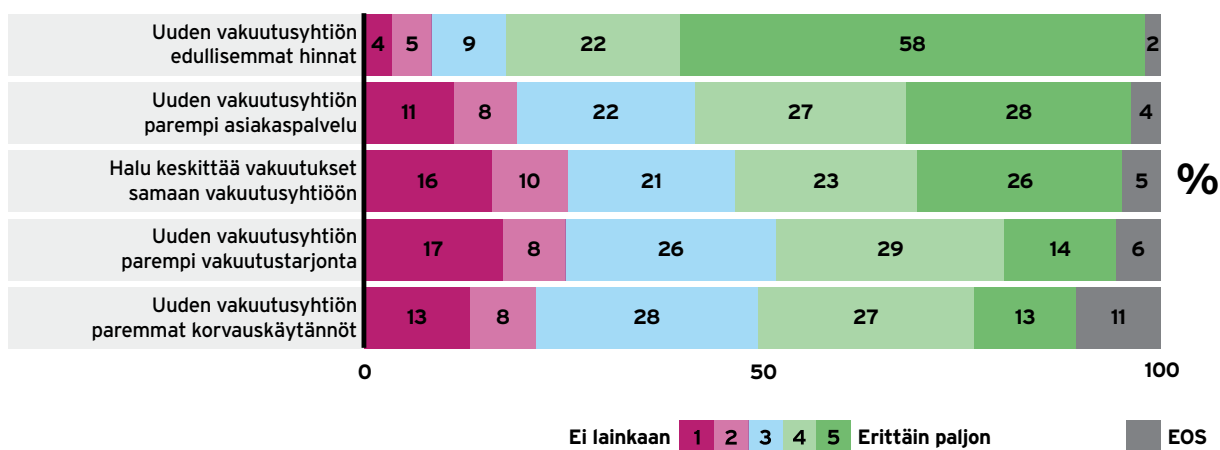
44 Väitteen tarkka sanamuoto: Kaikilla vakuutusyhtiöillä on samanlaiset tuotteet ja palvelut.

Yritysten ikä ja rahoitusasema vaikuttivat vakuutusyhtiön vaihtamistiheyteen. Alle 10 vuotta vanhat yritykset olivat vaihtaneet vakuutuksensa viimeisen kahden vuoden aikana useammin kuin yli 10 vuotta vanhat yritykset (p=.000). Yritykset, joilla ei ollut lainkaan lainaa, olivat muita useammin pysyneet aina saman vakuutusyhtiön asiakkaina (p=.024).

Vakuutustarjousten vertailun helppous vaikutti jonkin verran siihen, oliko yritys koskaan päättänyt vaihtamaan vakuutuksiaan. Vakuutusten vaihtaminen oli yleisempää sellaisissa yrityksissä, jotka pitivät tarjoustensa vertailua helppona (p=.040).

### 3.3.2 Hinnan ja muiden tekijöiden merkitys vakuutusyhtiön vaihtamisessa

Edulliset hinnat olivat yrityksille tärkein syy vakuutusyhtiön vaihtamiseen (kuvio 6). Neljä viidestä vastaajasta (80 %) ilmoitti, että edulliset hinnat vaikuttivat paljon tai erittäin paljon päätökseen vaihtaa vakuutusyhtiötä. Seuraavaksi tärkeimmät tekijät vaihtamispäätöksen taustalla olivat parempi asiakaspalvelu sekä halu keskittää vakuutukset samaan vakuutusyhtiöön. Oletettavasti yritykselle oli tärkeää saada vahinkotapahtumissa nopeaa palvelua. Myös paremmalla vakuutustarjonnalla ja paremmilla korvauskäytännöillä oli merkitystä vaihtamispäätökseen.



Kuvio 6. Eri tekijöiden vaikutus vakuutusyhtiön vaihtamiseen, % vastaajista.

Edulliset hinnat olivat houkutin erityisesti niille yrityksille, joiden liikevaihto oli 200 000–400 000 euroa vuodessa (p=.031). Sen sijaan edulliset hinnat olivat muita harvemmin vaikuttivat Pohjola-konsernin asiakkaille (p=.047). Parempi asiakaspalvelu houkutteli muita useammin yrityksiä, joiden liikevaihto oli alle 100 000 tai 200 000–1 000 000 euroa vuodessa (p=.021). Paremmat korvauskäytännöt houkuttelivat muita useammin kylmäkuljetuksia harjoittavia yrityksiä (p=.013). Aineistosta ei löytynyt näiden tekijöiden osalta tilastollisesti merkitseviä eroja vakuutusyhtiön asiakkuuden suhteen.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan heille koitunutta vakuutuskustannusten säästöä vakuutusyhtiön vaihtamisesta. Suurin osa vakuutusyhtiötä vaihtaneista yrityksistä arveli säästäneensä vakuutuskustannuksissa, jotkut jopa yli 20 prosenttia (taulukko 17). Useimmiten säästö arveltiin 6–10 prosentin suuruisiksi. Noin neljäsosa vastanneista yrityksistä arveli säästäneensä vaihtamisen seurauksena vakuutusmaksuissa vähintään 16 prosenttia. Joka kymmenes vakuutusyhtiötä vaihtanut yritys ei kokenut säästäneensä vaihtamisen seurauksena ollenkaan.

**Taulukko 17. Yritysten arvio vakuutusyhtiön vaihtamisen vaikutuksesta yrityksen vakuutusmaksuihin, % vastaajista (n=226).**

Arvioitu säästöprosentti	% vastaajista
Emme saaneet säästöä	10
1-5 %	15
6-10 %	30
11-15 %	19
16-20 %	15
yli 20 %	11

Suurimpia säästöjä (yli 16 %) arvioivat saaneensa muita useammin 5–9 henkeä työllistävät yritykset. Muita useammin vaille säästöä kokivat jääneensä pienet, 1–2 hengen yritykset ( $p=.040$ ).

Kuljetusyritysten halukkuutta vakuutusyhtiön vaihtamiseen kartoitettiin kahdella hypoteettisella kysymyksellä, joissa selvitettiin hinnan alennusten ja korotusten vaikutusta vaihtamishalukkuuteen. Ensimmäisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin ajattelemaan kuvitteellista tilannetta, jossa yritys saisi toiselta vakuutusyhtiöltä tarjouksen, joka olisi sisällöltään muuten täsmälleen samanlainen kuin yrityksen nykyinen vakuutuspaketti tai vakuutus sopimus, mutta edullisempi. Vastaajilta kysyttiin, kuinka monta prosenttia yrityksen vakuutuskustannusten pitäisi tällaisessa tilanteessa laskea, jotta yritys vaihtaisi vakuutusyhtiötä. Pieni osa yrityksistä ilmoitti lähtevänsä vaihtamaan vakuutusyhtiötä jo hyvin pienen säästön vuoksi. Runsas kolmannes yrityksistä vaihtaisi vakuutusyhtiötä, jos saisi 6–10 prosenttia edullisemmat vakuutusmaksut. Vajaa kolmannes yrityksistä vaihtaisi vakuutusyhtiötä saadessaan vähintään 11–15 prosentin säästön. Yrityksistä 13 prosenttia vaatisi vähintään 16–20 prosentin säästön ja 15 prosenttia yrityksistä lähtisi vaihtamaan vakuutusyhtiötä vasta yli 20 prosentin säästön vuoksi. Pohjola-konsernin asiakkaat olivat muita vaikeammin houkuteltavissa vaihtamaan vakuutusyhtiötä saavutettavien säästöjen vuoksi ( $p=.003$ ).

**Taulukko 18. Yritysten halukkuus vakuutusyhtiön vaihtamiseen toisen vakuutusyhtiön tarjoaman säästön vuoksi, % vastaajista.**

Tarjottu säästö vakuutusmaksuissa	% vastaajista
1-5 %	7
6-10 %	35
11-15 %	29
16-20 %	13
yli 20 %	15

Vastaajia pyydettiin kuvittelemaan myös toinen hypoteettinen tilanne, jossa nykyinen vakuutusyhtiö nostaisi yrityksen vakuutusmaksuja. Vastaajilta kysyttiin, kuinka monta prosenttia yrityksen vakuutuskustannusten pitäisi nousta, jotta yritys vaihtaisi vakuutusyhtiötä olettaen, että vakuutus sopimuksen ehdot säilyisivät vaihdossa samanarvoisina. Lähes joka kolmas yritys olisi halukas vaihtamaan vakuutusyhtiötä jo hyvin pienen hinnankorotuksen vuoksi. 6–10 prosentin hinnankorotuksen jälkeen vakuutusyhtiötä lähtisi vaihtamaan 45 prosenttia vastaajista. Joka seitsemäs yritys (14 %) lähtisi vaihtamaan vakuutusyhtiötä 11–15 prosentin hinnannousun jälkeen. Melko pieni osuus yrityksistä lähtisi vakuutusyhtiön vaihtoon vasta 16–20 prosentin tai yli 20 prosentin hinnannousun jälkeen.

**Taulukko 19. Yritysten halukkuus vakuutusyhtiön vaihtamiseen oman vakuutusyhtiön hinnankorotusten seurauksena, % vastaajista.**

Vakuutuskustannusten nousu	% vastaajista
1-5 %	31
6-10 %	45
11-15 %	14
16-20 %	6
yli 20 %	5

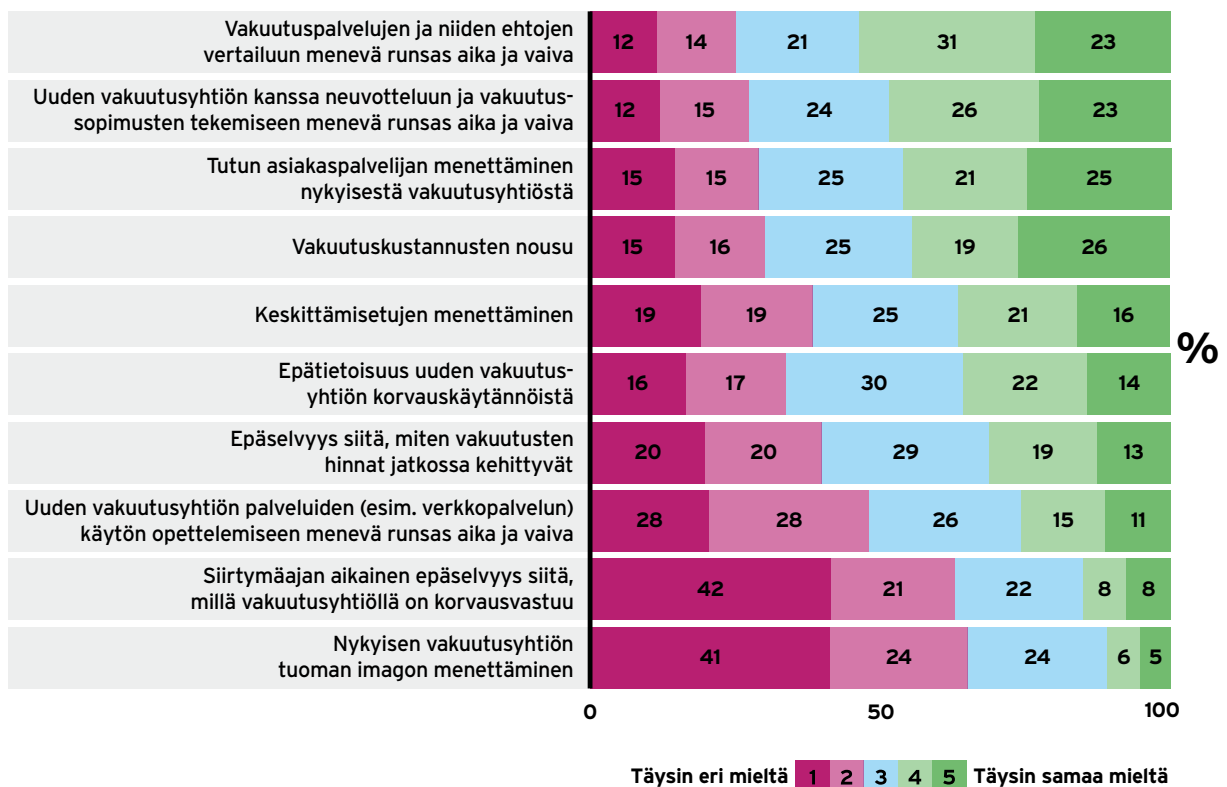
Edelliset tulokset osoittavat, että yritykset reagoivat nykyisen vakuutusyhtiön hinnan nostoon huomattavasti herkemmin kuin kilpailevan yhtiön tarjoamaan vastaavaan hinnan alennukseen. Eri vakuutusyhtiön asiakkaiden välillä ei löytynyt tilastollisesti merkitsevää eroa suhtautumisessa vakuutuskustannusten säästöön tai hinnankorotukseen.

Taulukon 19 jakaumaa voidaan verrata vastausten jakaumaan vaihtamisesta saaduista säästöistä (taulukko 17) ja kilpailevien vakuutusyhtiöiden aikaansaamasta vaihtohalukkuudesta (taulukko 18). Vaikuttaa siltä, että kovin pienet suhteelliset hintamuutokset tai kilpailijan hinnanalennukset eivät ole aikaansaaneet merkittävää palveluntarjoajan vaihtoa, eikä tähän näyttäisi tulevan muutosta. Toisaalta oman vakuutusyhtiön palvelujen vähäininkin suhteellinen kallistuminen näyttäisi saavan lähes kolmasosan vastaajista harkitsemaan vakuutusyhtiön vaihtamista. Pohdittavaksi jää, missä määrin vakuutusyhtiöt luovat toisilleen todellista hintakilpailupainetta, kun 57 prosenttia vastaajista edellyttää yli 10 prosentin kustannussäästöä ennen kuin harkitsevat vakuutusyhtiön vaihtamista. (Vrt. Coccoresse 2005, s. 1091).

### 3.3.3 Vakuutusyhtiön vaihtamista hillitsevät tekijät

Vakuutusyhtiön vaihtamista hillitseviä tekijöitä oletettiin olevan lukuisia. Näille ominaista on, että ne muodostavat osaltaan asiakkaiden ns. vaihtokustannuksia, jonka turvin nykyiselle vakuutusyhtiölle saattaa tarjoutua mahdollisuus hinnoitella tuotteitaan jossain määrin kilpailijoistaan riippumatta. Tässä tarkastelussa ei saada selville vaihtokustannusten absoluuttisia arvoja, mutta vastausten perusteella voidaan arvioida eri tekijöiden keskinäistä tärkeyttä.

Merkittäviä vaihtamisen esteitä löytyi kaikista vaihtokustannusten luokista (kuvio 7). Suurimpana esteenä vakuutusyhtiön vaihtamiselle yritykset pitivät vakuutuspalvelujen ja niiden ehtojen vertailuun menevää aikaa ja vaivaa (informaatioon liittyvä vaihtokustannus). Myös neuvotteluihin ja sopimusten tekemiseen menevä aika ja vaiva koettiin merkittäväksi esteeksi vakuutusyhtiön vaihtamiselle (informaatioon liittyvä vaihtokustannus). Seuraavaksi tärkeimpinä esteinä yritykset pitivät tutun asiakaspalvelijan menettämistä (piilevä vaihtokustannus) ja vakuutuskustannusten nousua (sopimusperäinen vaihtokustannus). Vähäisimpiä esteitä vakuutusyhtiön vaihtamiselle olivat siirtymäajan korvausvastuiden epäselvyys sekä nykyisen vakuutusyhtiön tuoman imagohyödyn menettäminen.



Kuvio 7. Vakuutusyhtiön vaihtamista estävien tekijöiden vaikutus, % vastaajista.



Tutun asiakaspalvelijan menettäminen haittasi hieman muita harvemmin yrityksiä, joilla oli vähintään kuusi ajoneuvoa ( $p=.050$ ) ja joilla oli lainaa Nordeassa ( $p=.003$ ).

Vakuutuspalveluiden ja niiden ehtojen vertailuun menevä aika ja vaiva haittasivat muita useammin Pohjola-konsernin asiakkaita ( $p=.011$ ) sekä irtotavaraa kuljettavia yrityksiä ( $p=.032$ ) ja muita harvemmin raskasta tavaraa kuljettavia yrityksiä ( $p=.037$ ). Uuden vakuutusyhtiön kanssa neuvotteluun ja vakuutus sopimusten tekemiseen menevä runsas aika ja vaiva haittasivat muita harvemmin raskasta tavaraa kuljettavia yrityksiä ( $p=.047$ ). Uuden vakuutusyhtiön palveluiden (esim. verkkopalvelun) käytön opettelemiseen menevä runsas aika ja vaiva haittasivat muita harvemmin kylmäkuljetuksia harjoittavia yrityksiä ( $p=.034$ ) sekä yrityksiä, joilla oli lainaa Osuuspankissa ( $p=.016$ ).

Keskittämisetujen menettäminen oli hieman muita useammin esteenä vakuutusyhtiön vaihtamiselle A-Vakuutuksen, LähiTapiolan ja Pohjolan asiakkaille ( $p=.001$ ) sekä yrityksille, joilla oli lainaa Osuuspankissa ( $p=.006$ ). Samoin keskittämisetujen menettäminen oli muita useammin esteenä yhden ajoneuvon omistaville yrityksille, vähemmän se taas haittasi vähintään kuusi ajoneuvoa omistavia yrityksiä ( $p=.031$ ). Keskittämisetujen menettäminen haittasi muita harvemmin myös kylmäkuljetuksia harjoittavia yrityksiä ( $p=.037$ ).

Epätietoisuus uuden vakuutusyhtiön korvauskäytännöistä askarrutti hieman muita useammin A-Vakuutuksen asiakkaita, joista 43 prosenttia piti sitä esteenä vakuutusyhtiön vaihtamiselle ( $p=.053$ ). Epätietoisuus korvauskäytännöistä oli muita useammin vaihtamisen esteenä myös yli 10 vuotta vanhoille yrityksille ( $p=.035$ ). Keskeinen vaihtamiskustannus näissä yrityksissä liittyi epävarmuuteen uuden palvelun tai tuotteen laadusta, mikä tulos saatiin myös Pohjolan teettämässä tutkimuksessa (Pohjola 2013). Muita vähemmän epätietoisuus korvauskäytännöistä haittasi raskasta tavaraa kuljettavia yrityksiä ( $p=.010$ ).

Epätietoisuus vakuutusten hintojen kehityksestä oli muita useammin vaihtamisen esteenä Pohjola-konsernin asiakkaille ( $p=.001$ ).

Vakuutusyhtiön imagon menettäminen haittasi muita useammin yrityksiä, joilla oli vakuutukset Pohjola-konsernin yhtiöissä ( $p=.024$ ) tai lainaa Osuuspankista ( $p=.005$ ) ja muita harvemmin raskasta tavaraa kuljettavia yrityksiä ( $p=.021$ ).

Vaihtamisinnokkuutta vähentää se, että vastaajat eivät usko vakuutusmaksujen alenevan vakuutusyhtiön vaihtamisen ansiosta. Yli kolmasosa vastaajista (35 %) ei uskonut vakuutusmaksujen alenevan ja vain 18 prosenttia uskoi yrityksensä vakuutusmaksujen alenevan vakuutusyhtiötä vaihtamalla.<sup>45</sup> Pohjola-konsernin asiakkaat uskoivat muita useammin, että heidän vakuutusmaksunsa alenisivat, jos he vaihtaisivat vakuutusyhtiötä ( $p=.037$ ).

Lähes kaikilla vakuutusyhtiötä vaihtaneista yrityksistä (90 %) vanhojen vakuutus sopimusten irtisanominen oli sujunut ongelmitta. Joka kymmenes yritys oli kuitenkin kohdannut vanhojen sopimusten irtisanomisessa ongelmia. Vanhan vakuutusyhtiön kanssa oli ongelmia esimerkiksi maksettujen vakuutusmaksujen palauttamisessa, vahinkotilastojen saamisessa sekä yhteydenpidossa ja yleisessä asioiden etenemisessä. Lisäksi ongelmia oli ollut siksi, että joistakin vakuutuksista oli joutunut maksamaan päällekkäisiä maksuja ja jotkut vanhat vakuutukset eivät olleet irtisanoutuneet lainkaan.

Myönteisten asiakaskokemusten ja kiinteämmän asiakassuhteen merkitys korostui vakuutusyhtiön vaihtamista hillitteinä tekijöinä myös asenneväittämässä. Kolme viidestä vastaajasta (61 %) oli sitä mieltä, että he eivät halua vaihtaa vakuutusyhtiötä, koska heillä on hyviä kokemuksia nykyisestä vakuutusyhtiöstä. Vain 12 prosenttia vastaajista oli eri mieltä asiasta.<sup>46</sup> Yli puolet vastaajista (55 %) oli sitä mieltä, että pitkä asiakassuhde samassa vakuutusyhtiössä tuo etuja yritykselle. Vastaajista 22 prosenttia oli eri mieltä asiasta.<sup>47</sup> Vastaajista 38 prosenttia oli sitä mieltä, että yrityksen kannattaa pysyä samassa vakuutusyhtiössä, koska yritys tunnetaan siellä. Vastaajista 28 prosenttia oli eri mieltä asiasta.<sup>48</sup> Muita useammin väitteen kanssa oltiin samaa mieltä niissä yrityksissä, joilla oli lainaa Osuuspankista ( $p=.019$ ).

45 Väitteen tarkka sanamuoto: Yrityksemme vakuutusmaksut alenisivat, jos vaihtaisimme vakuutusyhtiötä.

46 Väitteen tarkka sanamuoto: Emme halua vaihtaa vakuutusyhtiötä, koska meillä on hyviä kokemuksia nykyisestä vakuutusyhtiöstä.

47 Väitteen tarkka sanamuoto: Pitkä asiakassuhde samassa vakuutusyhtiössä tuo etuja yritykselle.

48 Väitteen tarkka sanamuoto: Yrityksen kannattaa pysyä samassa vakuutusyhtiössä, koska yritys tunnetaan siellä.



## 4 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### 4.1 Yhteenveto

Käsillä olevassa selvityksessä on tarkasteltu vakuutuksia kuljetusalan yrityksissä. Kuljetusala ja vakuutusala ovat valikoituneet selvityksen kohteeksi niiden kansantaloudellisen merkittävyyden vuoksi. Vakuutusosalassa kiinnostusta ovat herättäneet myös alan ominaispiirteet, kuten tuotteiden paketointi ja joidenkin tuotteiden lakisääteisyys.

Selvityksessä on tutkittu kuljetusalan yritysten kokemuksia ja näkemyksiä vakuutuksista ja vakuuttamisesta. Selvityksen aineisto kerättiin kyselyllä, joka lähetettiin 4 000 kuljetusalan yritykseen. Kyselyyn vastasi 377 yritystä, joista analysoitavaksi hyväksyttiin 372 vastauslomaketta. Kyselyyn vastanneet yritykset edustivat melko hyvin kaikkia kuljetusalan yrityksiä.

Kuljetusalan yritykset pitivät sekä lakisääteisiä että vapaaehtoisia vakuutuksia yleisimmin A-Vakuutuksessa. Seuraavaksi yleisimmät vakuutusyhtiöt olivat LähiTapiola, If, Fennia ja Pohjola. Pohjola-konsernin vakuutusyhtiöt (A-Vakuutus ja Pohjola) olivat ensisijainen vakuutusyhtiö 44 prosentille vastaajayrityksistä. Vakuutusyhtiön valinnassa hinta oli tärkein peruste, mutta myös vakuutusten kattavuus, henkilökohtainen palvelu ja mukava yhteyshenkilö sekä hyvä asiakaspalvelu vaikuttivat vakuutusyhtiön valintaan.

Sekä lakisääteisten että vapaaehtoisten vakuutusten keskittäminen oli hyvin yleistä. Yrityksistä 83 prosenttia oli keskittänyt lakisääteiset liikenne- ja tapaturmavakuutukset sekä vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset samaan yhtiöön. Yleisintä keskittäminen oli LähiTapiolan ja Fennian asiakkailla sekä suurilla yrityksillä. Vakuutusten keskittämistä perusteltiin ennen kaikkea hyvillä alennuksilla ja asioinnin helppoudella.

Selvityksen mukaan pankkiasiakkuudella oli jonkin verran tilastollista yhteyttä vakuutusasiakkuuteen. Osuuspankin asiakkuus oli yhteydessä A-Vakuutuksen, LähiTapiolan sekä Pohjolan vakuutusasiakkuuteen ja Nordean asiakkuus oli yhteydessä Fennian asiakkuuteen. Toisaalta vain 7 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että pankkiasiakkuus oli jotenkin vaikuttanut vakuutusyhtiön valintaan. Pankit eivät myöskään olleet edellyttäneet vakuutusten ottamista samasta konsernista.

Yritykset kokivat pystyvänsä jossain määrin omalla toiminnallaan vaikuttamaan vakuutusmaksujensa suuruuteen. Eniten vaikutusmahdollisuuksia koettiin olevan vapaaehtoisten ajoneuvovakuutusten maksujen suuruuteen, luultavasti niihin liittyvän bonuskäytännön vuoksi. Vähiten vaikutusmahdollisuuksia taas koettiin olevan lakisääteisten eläkevakuutusten ja ryhmähenkivakuutusten maksujen suuruuteen. Tapaturmavakuutuksissa vastaajien näkemyksen jakautuivat: noin kolmasosa vastaajista koki voivansa vaikuttaa tapaturmavakuutusmaksun suuruuteen, mutta vielä suurempi osa vastaajista ei kokenut voivansa vaikuttaa omilla toimillaan tapaturmavakuutusmaksun suuruuteen.

Kolme neljästä yrityksestä oli joskus kilpailuttanut vakuutuksensa. Kolmasosa yrityksistä kilpailuttaa vakuutuksensa 2–3 vuoden välein, 37 prosenttia harvemmin kuin kerran kolmessa vuodessa. Noin neljäsosa yrityksistä ei ollut koskaan kilpailuttanut vakuutuksiaan. Suuret yritykset kilpailuttivat vakuutuksiaan pieniä yrityksiä yleisemmin. Yleensä yritykset kilpailuttivat kaikki vakuutuksensa samalla kerralla. Kilpailutuksen motiiveina olivat säästöt ja paremman vakuutusturvan saaminen. Yli kolmasosa vastaajista piti kilpailuttamista vaikeana.

Kilpailutusprosessi lähti useimmiten liikkeelle vakuutusyhtiön tekemästä tarjouksesta. Noin kolmasosa kilpailutusprosesseista käynnistyi kuljetusyrityksen tekemästä tarjouspyynnöstä. Tarjouspyyntöjä lähetettiin yleisimmin suuriin vakuutusyhtiöihin eli A-Vakuutukseen, LähiTapiolaan ja Ifin. Saatujen vakuutustarjousten ymmärtäminen oli neljäsosalle vastaajista vaikeaa. Kilpailutusprosessin lopputuloksena 41 prosenttia yrityksistä ei tehnyt mitään muutoksia vakuutuksiinsa, 30 prosenttia teki sisällöllisiä muutoksia mutta pysyi vanhassa vakuutusyhtiössä ja 29 prosenttia vaihtoi vakuutusyhtiötä.

Neljäsosa vastaajista kertoi, että vakuutusyhtiöt olivat tarjouksissaan edellyttäneet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai vakuutusyhtiön nimeämästä yrityksestä. Yleisimmin oli edellytetty eläkevakuutusten, vapaaehtoisten vakuutusten tai tapaturmavakuutusten ottamista. Avovastauksissa oli mainintoja A-Vakuutuksesta, Ifistä, LähiTapiolasta, Pohjolasta ja OP-ryhmästä. Näihin vastauksiin liittyy kuitenkin tulkintaongelma: miten vastaajat ovat ymmärtäneet termin ”edellyttää”? Avovastauksen perusteella vaikuttaa siltä, että ainakin joskus on ollut kyse ehdottamisesta, tarjoamisesta tai muusta vastaavasta. Tulosten perusteella ei löytynyt selviä viitteitä sitomisesta, koska havainnot ovat yksittäisiä ja varsin epäselvästi muotoiltuja toteamuksia.

Kaksi kolmesta yrityksestä kertoi myös, että vakuutusyhtiöt olivat tarjouksissaan suositelleet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai vakuutusyhtiön nimeämästä yrityksestä. Yleisimmin oli suositeltu vapaaehtoisten vakuutusten, eläkevakuutusten, tapaturmavakuutusten tai pankki-palveluiden hankintaa.

Vaikka kilpailutusta tehtiin, se ei välttämättä johtanut vakuutusyhtiön vaihtamiseen: 38 prosenttia yrityksistä ei ollut koskaan vaihtanut vakuutusyhtiötä, neljäsosa oli vaihtanut viimeksi yli 5 vuotta sitten, viidesosa 3 – 5 vuotta sitten ja viidesosa viimeisen 2 vuoden aikana. Kilpailutus kuitenkin avaa portin vakuutusyhtiön vaihtamiselle, sillä vakuutusyhtiön vaihtaminen oli selvästi yleisempää niiden yritysten joukossa, jotka olivat joskus kilpailuttaneet vakuutuksiaan. Edullisempi hinta oli selvästi tärkein syy vakuutusyhtiön vaihtamiseen. Myös parempi asiakaspalvelu ja halu keskittää vakuutukset vaikuttivat vaihtopäätökseen.

Oman vakuutusyhtiön hinnankorotukset ajaisivat yritykset herkemmin vaihtamaan kuin toisen vakuutusyhtiön tekemät edullisemmat tarjoukset. Vakuutusyhtiön vaihtamista hillitsevät eniten huoli vakuutuskestannusten noususta, tutun asiakaspalvelijan menetys sekä vertailuun ja neuvotteluun menevä aika ja vaiva.

## 4.2 Johtopäätökset

Käsillä olevan selvityksen tuloksista tehtävät johtopäätökset ovat jaoteltavissa seuraaviin keskenään kytköksissä oleviin aihepiireihin: 1) vakuutusten paketointi ja keskittäminen, 2) kilpailun toimivuus ja kilpailutuskäytännöt, 3) vakuutusyhtiöiden markkinavoima sekä 4) palveluntarjoajan vaihtamisen esteet.

Paketointiin ja keskittämiseen liittyvät johtopäätökset koskevat sitä, esiintyykö vakuutusmarkkinoilla tuotteiden paketointia, miksi tuotteita paketoidaan, esiintyykö markkinoilla vakuutusten keskittämistä ja miten lakisäätteiset ja vapaaehtoiset vakuutukset näyttäytyvät paketoinnin ja keskittämisen näkökulmasta.

Asiakkaan mahdollisuutta valita ja tarvittaessa vaihtaa palveluntarjoajaa voidaan pitää yhtenä toimivan kilpailun keskeisenä edellytyksenä. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna on huomionarvoista, että neljäsosa vastaajista kertoi vakuutusyhtiöiden tarjouksissaan edellyttäneen myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai muusta nimeämästään yrityksestä. Osuus on suuri, mutta tuloksen merkittävyyttä voi pienentää epävarmuus siitä, miten vastaajat ovat tulkinneet ilmaisun ”edellyttää”. Vakuutusyhtiöiden pyrkimystä ohjata asiakasvirtoja ja keskittämistä ei voi kuitenkaan kyseenalaistaa, sillä kaksi kolmesta vastaajasta kertoi, että vakuutusyhtiöt olivat tarjouksissaan suositelleet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai muusta nimeämästään yrityksestä. Paketointikäytäntö ilmenee myös kysyntäpuolella siten, että asiakkaat kilpailuttavat hyvin usein kaikki vakuutukset kerralla. Selvityksessä pankkiasiakkuus ei ollut täysin riippumaton vakuutusasiakkuudesta, mutta pankkiasiakkuuden vaikutus ei noussut ylöskään voimakkaasti esiin.

On ilmeistä, että vakuutusyhtiöt voivat paketoita tuotteita myydäkseen enemmän ja maksimoidakseen omaa liikevoittoaan. Selvityksen mukaan vakuutusten paketointi lienee kuitenkin pikemminkin vastausta asiakkaiden tarpeeseen säästää aikaa ja vaivaa sekä merkki asiakkaan liiketoiminnan tuntemuksesta. Asian-tunteva vakuuttaja osallistuu asiakkaan riskienhallintaan eli riskien tunnistamiseen ja niiden korvaamiseen

toteutumishetkellä. Asiakkaan näkökulmasta ”yhden luukun” -palvelu säästää aikaa ja vaivaa, mutta voi toisaalta johtaa hinta- tai laatu-tietoisuuden hämärtymiseen yksittäisten tuotteiden osalta.

Kyselyn tulosten perusteella voidaan todeta, että vakuutusten keskittäminen on hyvin yleistä, joskaan tuloksista ei ole pääteltävissä tehdäänkö sitä vakuutusyhtiön vai asiakkaan aloitteesta. Yleisimmät syyt keskittämiseen olivat siitä saatavat alennukset sekä asioinnin helppous eli keskittäjät ovat kokeneet saavansa hyötyä keskittämisestä. Toisaalta vakuutuksensa hajauttaneista noin neljäsosa perusteli hajauttamista kokonaishinnan edullisuudella.

Kysymykseen siitä, miten tiettyjen vakuutusten lakisääteisyys vaikuttaa markkinoihin, selvityksen tulokset vahvistivat lähtöoletuksen, että lakisääteiset ja vapaaehtoiset vakuutukset ovat hyvin usein keskitetty samaan vakuutusyhtiöön. Vakuutusyhtiöillä vaikuttaisi olevan edellytyksiä ohjata asiakasvirtoja myös vakuutuspalveluissa, joita ne eivät itse tarjoa, sillä vastaajista 13 prosenttia kertoi, että vakuutusyhtiö oli tarjouksessaan edellyttänyt eläkevakuutusten ottamista vakuutusyhtiön nimeämästä eläkevakuutusyhtiöstä ja 23 prosenttia ilmoitti, että vakuutusyhtiö oli tarjouksessaan suositellut eläkevakuutusten ottamista vakuutusyhtiön nimeämästä eläkevakuutusyhtiöstä. Tulokset heijastelevat osaksi vakuutusyhtiöiden markkinavoimaa, mutta myös kumppanuuksien merkitystä vakuutusalalla.

Kilpailun toimivuuden arvioinnin kannalta on olennaista tunnistaa markkinoiden kysyntään ja tarjontaan liittyvät keskeiset tunnuspiirteet. Näihin kuuluu tieto siitä, millä perusteella yritykset valitsevat vakuutusyhtiön, ovatko tuotteet keskenään vertailtavissa, kuinka usein ja kenen aloitteesta vakuutuksia kilpailutetaan sekä mikä on vakuutusedustajien ja meklareiden rooli vakuutusten hankinnassa.

Tämän selvityksen perusteella voidaan todeta, että hinta oli tärkein tekijä vakuutusyhtiön valinnassa, mutta sekin vain alle puolelle vastaajista. Seuraavaksi tärkeimmät tekijät olivat vakuutusten kattavuus sekä hyvä palvelu.

Yhtenä toimivan kilpailun edellytyksenä voidaan pitää hyödykkeiden keskinäistä vertailtavuutta ja mahdollisuutta suhteuttaa hyödykkeiden ominaisuuksia kysynnän taustalla oleviin tarpeisiin. Tästä näkökulmasta selvityksen tulokset eivät anna kovinkaan myönteistä kuvaa tehokkaan kilpailun edellytyksistä, sillä kilpailutaminen koettiin vaikeana ja tarjousten sekä hinnoittelun ymmärtäminen oli vaikeaa melko suurelle osalle vastaajista. Seikkojen, jotka vaikeuttavat kilpailutusta, voi perustellusti olettaa heikentävän kilpailun toimivuutta.

Tulosten mukaan useampi kuin kolme neljästä yrityksestä on joskus kilpailuttanut vakuutuksensa. Se ei sinänsä ole kovin paljon, kun otetaan huomioon, että yritykset olivat enimmäkseen yli 10 vuotta vanhoja. Verrattain vaimeaa kilpailuttamisintoa kuvastaa se, että vain 40 prosenttia vastaajista kilpailutti vakuutuksiaan vähintään kerran kolmessa vuodessa. Pienet yritykset kilpailuttivat suuria harvemmin vakuutuksiaan, mikä johtuu luultavasti pienemmistä henkilöstöresursseista. Tarjouspyyntöjä lähetettiin eniten niille vakuutusyhtiöille, joilla on suurin markkinaosuus. Vakuutusmaksuissa säästäminen sekä paremman vakuutusturvan saaminen ovat tärkeimmät motiivit kilpailuttamiselle. Kokonaiskuva on, että kilpailuttaminen voisi olla aktiivisempaa, mutta tuloksia on suhteutettava kilpailuttamisen vaatimaan aikaan ja vaivaan ja näkemyksiin mahdollisesti saatavista kustannussäästöistä. Toisaalta tulokset osoittivat, että kilpailuttamisesta oli saatu selkeää hyötyä: vakuutusyhtiötä vaihtaneet yritykset olivat saaneet hyvin säästöä vaihtamisen seurauksena.

Yhtenä ilmentymänä vakuutusyhtiöiden välisestä kilpailusta voidaan pitää havaintoa, jonka mukaan kilpailutusprosessi lähti useimmiten liikkeelle vakuutusyhtiön aloitteesta. Tämä kertoo siitä, että vakuutusyhtiöiden kesken on jonkin verran halua kilpailuun. Asiakkaiden aloitteesta käynnistyi kolmasosa kilpailutuksista.

Vakuutusyhtiöt ja niiden edustajat ovat keskeisessä roolissa, kun kuljetusalan yritykset hankkivat tai päivittävät vakuutus sopimuksia, sillä vakuutusyhtiön myyjää tai asiamiestä oli käyttänyt apuna vakuutusten hankinnassa lähes puolet yrityksistä. Vakuutusmeklarit eivät näy saaneen varteenotettavaa jalansijaa kuljetusalan yritysten yhteistyökumppaneina. Se, että meklaria oli käyttänyt vain 7 prosenttia vastaajista, voi osaltaan selittää vaimeaa kilpailutusintoa – tai olla ainakin heijaste siitä. Vaihtoehtoisesti kyse voi olla vakuutusmeklareiden heikoista toimintaedellytyksistä Suomen vakuutusmarkkinoilla.

Kysymykseen siitä, missä määrin vakuutusyhtiöillä vaikuttaisi olevan markkinavoimaa suhteessa kuljetusalan yrityksiin ja mistä tekijöistä markkinavoima rakentuu, on tämän selvityksen avulla saatu lisää näkemystä. Viitteitä markkinavoiman olemassaolosta näyttäisi antavan se, että asiakkailta voidaan edellyttää useamman tuotteen ostoa, esimerkiksi eläkevakuutuksen ottamista nimetyltä taholta. Toisaalta näihin vastauksiin liittyy tulkinnallisia epävarmuuksia. Vaikka osa yrityksistä kilpailuttaa vakuutuksia melko usein, kuljetusyritysten neuvotteluvoiman suhteelliseen heikkouteen voisi viitata myös se, että kilpailutuksissa aloite tulee useimmiten vakuutusyhtiöltä. Tämä koskee erityisesti pienempiä kuljetusyrityksiä.

Vakuutusmarkkinoilla vallitseva kaupankäyntitapa näyttäisi olevan koko vakuutusportfolion kilpailuttaminen kerralla ja vakuutusten ottaminen yhdeltä palveluntarjoajalta. Asiakkaiden taipumus keskittää vakuutuksensa voi olla ilmentymä asiakkaiden neuvotteluvoiman heikkoudesta ja vakuutusyhtiöiden neuvotteluvoiman vahvuudesta. Toisaalta vakuutusten keskittäminen voi olla osoitus vakuutuksiin liittyvien transaktiokustannusten minimoimisesta. Kuljetusyritysten neuvotteluvoiman olemassa oloon voisi viitata se, että suurin osa kuljetusyrittäjistä kilpailuttaa ainakin ajoittain vakuutuksensa kustannuksia karsiakseen tai paremman vakuutusturvan toivossa. Koko vakuutusportfolion kilpailuttaminen kerralla ei kaupankäyntitapana yksiselitteisesti ilmennä vakuutusyhtiöiden markkinavoimaa.

Markkinarakenteen, kaupankäyntitapojen ja palveluntarjoajan vaihtamiseen liittyvien kitkatekijöiden muodostama kokonaisuutta arvioitaessa esiin nousee myös kysymys, mitkä ovat erikokoisten vakuutusyhtiöiden mahdollisuudet vastata paketoitustrategiaan. Vaikuttaisi kuitenkin siltä, että kuljetusyritykset eivät toisistaan ole täysimittaisesti hyödyntäneet kaikkea kilpailuttamisessa piilevää potentiaalia. Kilpailuttamisesta saavutetut kustannussäästöt olivat yritysten näkemysten mukaan parhaimmillaan olleet merkittävät, mutta tästä huolimatta osa yrityksistä ei kilpailuttanut vakuutuksiaan. Kuljetusalan kilpailutilanteen mahdollisesti kiristyessä välittynee kilpailupaine myös tässä selvityksessä käsiteltyjen vakuutusten markkinoilla.

Vaikka selvityksen perusteella ei voida tehdä pitäviä päätelmiä siitä, onko vakuutusyhtiöiden välinen kilpailu yleisesti ottaen toimivaa, tulokset antavat kuitenkin jotain osviittaa. Yhtenä tämän selvityksen keskeisenä innoittajana on ollut havainto kuljetusalan vakuutuskustannusten noususta, joka on ollut hyvin nopeaa verrattuna toimialan muiden kustannustekijöiden tai yleisen hintatason kehitykseen. Kun hintakehitys ei sanottavasti korreloi korvauskustannusten kehityksen kanssa, saadaan perusteltu syy pohtia kilpailun toimivuutta.

Arvioitaessa vakuutusyhtiöiden markkinavoimaa, kysymykseksi jää vielä se, millainen merkitys erilaisilla vaihtamisen esteillä on vakuutusmarkkinoilla. Arviot siitä, ovatko asiakkaiden vakuutusyhtiöiden vaihtamiseen liittyvät kustannukset kohtuullisia, nivoutuvat läheisesti vakuutusyhtiön mahdollisuuksiin hinnoitella palvelunsa asiakkaista ja kilpailijoistaan riippumatta. Kun yrityksen keskeiset valintakriteerit liittyivät hintaan, vakuutusten kattavuuteen ja hyvään palveluun, on ymmärrettävää, että myös keskeiset vaihtamisen esteet liittyvät näihin tekijöihin.

Selvityksessä tarkasteltiin useita klassisia palveluntarjoajan vaihtamiseen liittyviä asiakkaan vaihtokustannuksia. Näitä ovat informaatioon ja etsintään liittyvät vaihtokustannukset (esimerkiksi vaihtamisprosessin eri vaiheisiin liittyvä aika ja vaiva sekä epävarmuus uuden palvelun laadusta), sopimukselliset vaihtokustannukset (esimerkiksi mahdollinen vakuutuskustannusten nousu tai keskittämisalennusten tai muiden rahallisten etuuksien menetys) sekä piilevät tai psykologiset, asiakassuhteeseen liittyvät vaihtokustannukset (esimerkiksi huoli tutun asiakaspalvelijan menettamisestä). Selvityksen perusteella kaikista vaihtokustannusten luokista löytyi merkittäviä vaihtamisen esteitä, joita olivat huoli vakuutuskustannusten noususta (sopimukselliset vaihtokustannukset), tutun asiakaspalvelijan menetys (piilevä vaihtokustannus) sekä vertailuun ja neuvotteluun menevä aika ja vaiva (informaatioon liittyvä vaihtokustannus).

Puhuttaessa vakuutuspalveluista on selvää, että lukuun ottamatta lainsäädännön puitteissa määriteltyä vakuutustuotteita, vakuutuspalveluissa voi kokonaisuutena tarkastellen olla laadullisia eroja. Tuotteiden laadutekijöihin, kuten esimerkiksi palvelutasoon tai ammattitaitoon, perustuva erilaistaminen johtaa siihen, että hinnasta tulee vain yksi monesta muuttujasta, jonka perusteella asiakas valitsee tai vaihtaa palvelun-

tarjoajan. Palveluntarjoajan vaihtamiseksi vaadittavaa kustannussäästöä koskevat tulokset viittaavat tämän olevan asian laita myös nyt tarkastelluilla markkinoilla: laadulla on merkitystä asiakkaalle.

Arvioitaessa pelkästään hinnan merkitystä palveluntarjoajan vaihtamiselle todettiin, että asiakkaat reagoivat herkemmin oman vakuutusyhtiön hinnannostoon kuin kilpailevan yhtiön vastaavaan hinnanalennukseen. Useampi asiakas vaihtaa palveluntarjoajaa, kun nykyisen palveluntarjoajan hinnannosto muuttaa suhteellisia hintoja, kuin jos kilpailevat vakuutusyhtiöt aikaansaavat saman suhteellisen hintaeron omia hintojaan laskemalla. Toisin sanoen karkean arvion perusteella vaikuttaa siltä, että vakuutusyhtiön kysynnän omahintajousto on absoluuttisesti suurempi kuin sen kysynnän ristihintajousto. Havaintoa voidaan tulkita käänteisesti myös niin, että vakuutusyhtiöiden ei ole välttämättä helppoa kasvattaa asiakasmäärää pelkkien hinnanalennusten avulla.

Selvityksessä on tarkasteltu kuljetusalan yritysten vakuutuksia. Tulosten ja johtopäätösten sovellettavuutta vakuutusmarkkinoille yleensä tulee pohtia siitä näkökulmasta, kuinka hyvin kuljetusalan yritykset vastaavat muiden toimialojen yrityksiä. Kuljetusalan yritykset ovat sekä liikevaihdoltaan että henkilöstömäärältään melko pieniä, joten siinä suhteessa työeläkevakuutuksia koskevat tulokset eivät välttämättä ole yleistettävissä toimialoille, joissa yritykset ovat henkilöstömäärältään suurempia.

Kuljetusyritysten vakuutusmarkkinoita tarkastelleessa selvityksessä tavoiteltiin parempaa ymmärrystä kyseisistä markkinoista ja niiden kilpailuolosuhteista. Tältä osin selvityksen tavoitteet toteutuivat. Selvityksen tulokset viittaavat verrattain toimivaan kilpailuun, joskin osa tuloksista on tulkittavissa niin, että markkinat voisivat toimia paremminkin. Tulosten valossa Kilpailu- ja kuluttajaviraston on perusteltua jatkaa vakuutusmarkkinoiden seuranta osana viraston tehtäväkenttää.

## LÄHTEET

- Beggs A & Klemperer P (1992) Multi-period competition with switching costs. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 651-666.
- Björkroth T (2013) Loyal or locked-in – And why should we care? *Journal of Competition Law & Economics*, September 2013.
- Björkroth T, Koponen A, Pohjola M & Virtanen M (2006) Kilpailun seurantamenetelmien kehittäminen I: Kilpailuseurannan toteuttamisen periaatteet. Kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisuja 2/2006.
- Coccorese P (2005) Competition in markets with dominant firms: A note on the evidence from the Italian banking industry. *Journal of Banking & Finance*, 29(5), 1083-1093. <http://down.cenet.org.cn/upfile/36/2005423161949144.pdf>.
- Farrell J & Shapiro C (1988) Dynamic Competition with Switching Costs, *RAND Journal of Economics*, The RAND Corporation, vol. 19(1), pages 123-137, Spring.
- Finanssialan Keskusliitto (2012) Tulevaisuuden turvaa vakuuttamalla. Vakuutustutkimus 2012. [http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Vakuutustutkimus\\_2012.pdf](http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Vakuutustutkimus_2012.pdf)
- Finanssialan Keskusliitto (2015) Vakuutusyhtiöt Suomessa 2014. Julkaisut ja tutkimukset 2015.
- Finanssivalvonta (2013) Selvitys liikennevakuutuksen kannattavuudesta 2003–2012.
- Juuti A (2011) Lakisääteinen työeläkejärjestelmä ja kilpailu. Luku 3.4 teoksessa Ahonen A (toim.) Kilpailukatsaus 2: viisas sääntely – toimivat markkinat. Kilpailuviraston selvityksiä 1/2011. Kilpailuvirasto, Helsinki.
- <http://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2011/kivi-selvityksia-1-2011.pdf>
- Kahneman D (2011) *Thinking fast and slow*. Penguin Books, London.
- Klemperer P (1987) Markets with consumer switching costs. *The Quarterly Journal of Economics*, 375-394.
- MacDonald J M (2000) Demand, information, and competition: why do food prices fall at seasonal demand peaks? *The Journal of Industrial Economics*, 48(1), 27-45.
- Marcos F (2012) The Spanish property insurance cartel. *Connecticut Law Review* 18(2). <http://insurancejournal.org/wp-content/uploads/2012/08/8-Marcos.pdf>
- Office of Fair Trading (2003) Switching costs. Economic Discussion Paper 5. Part one: Economic models and policy implications.
- Pohjola (2013) Pohjolalle ja A-Vakuutukselle huippuarviot ammattiliikennöitsijöiltä. <https://www.pohjola.fi/pohjola/konserni/pohjola-lyhyesti> [viitattu: 23.12.2015]
- Porter M E (2001) Competition and Antitrust: Toward a Productivity-Based Approach to Evaluating Mergers and Joint Ventures, 46 *Antitrust Bulletin* 46, 919.
- Rees R & Wambach A (2008) The Microeconomics of Insurance. *Foundations and Trends in Microeconomics* Vol. 4, Nos. 1–2 (2008) 1–163.
- Statistisk sentralbyrå (2015) Kostnadsindeks for lastebiltransport. [viitattu 2.4.2015] <http://ssb.no/transport-og-reiseliv/statistikker/kilt>
- Tilastokeskus (2012) Kuorma-autoliikenteen kustannusindeksi 2010=100, Käyttäjän käsikirja. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 21.12.2015].
- Tilastokeskus (2015) Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieliikenneonnettomuustilasto [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-758X. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 4.4.2016]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/ton/index.html>
- Waddams Price C (2013) Shedding Light on Consumer Behaviour in Energy Markets. Teoksessa Mehta J (toim.) *Behavioural Economics in Competition and Consumer Policy*. University of East Anglia.

## Liite 1: Saatekirje

**taloustutkimus oy**

LUOTTAMUKSELLINEN

### ARVOISA KULJETUSALAN AMMATTILAINEN!



Taloustutkimus selvittää Kilpailu- ja kuluttajaviraston toimeksiannosta kuljetusalan yritysten vakuutusmarkkinoita ja näillä esiintyvien sopimus- ja kaupankäyntikäytäntöjen vaikutusta toimialalla.

#### Miksi vastata

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) seuraa kilpailun toimivuutta markkinoilla ja talouden kilpailukykyä. Markkinoiden seurannassa KKV on kiinnittänyt huomiota kuljetusalan vakuutuskustannuksia kuvaavan indeksin voimakkaaseen nousuun viime vuosien aikana. Tämän vuoksi KKV on näiden markkinoiden tuntemusta syventääkseen päättänyt tarkemmin selvittää kuorma-autoalaa koskevien vakuutusmarkkinoiden toimivuutta. Selvityksessä kartoitetaan vakuutusten kysyntään, tarjontaan ja kaupankäyntitapoihin liittyviä asioita.

Vastaamalla kyselyyn voitte olla osaltanne tuottamassa aivan uutta tietoa kuljetusalaan kohdennetuista vakuutusmarkkinoista. Kyselystä löytyy tietoa myös KKV:n internetsivuilta ([www.kkv.fi](http://www.kkv.fi)) sekä SKAL:n jäsensivuilta.

#### Miten vastata ja milloin

Pyydämme käyttämään vastatessasi tummanväristä kynää, esimerkiksi sinistä tai mustaa kuulakärkikynää.

Lomakkeet tallennetaan koneellisesti, joten on tärkeää, että vastausrastit pysyvät vastausruutujen sisäpuolella.

Mikäli teet merkintöjä vastausruutuun, johon et ole niitä tarkoittanut, pyydämme että mustaat koko sen ruudun, jossa väärä merkintä on.

Täytä näin

Korjaa näin

Tarkemmat vastausohjeet löydät lomakkeelta.

Ole hyvä ja palauta täytetty lomake mahdollisimman pian oheisessa vastauskuoressa. Postimaksun olemme maksaneet puolestasi.

#### Luottamuksellisuus

Vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisina Kansainvälisen Kauppakamarin tutkimussääntöjä noudattaen.

Tulokset esitetään tilastollisina taulukoina, joten yksittäisiä vastauksia ei voi erottaa eikä kenenkään henkilöllisyyttä tunnista.

#### Lisätietoja

Mikäli haluat kysyä tutkimuksesta, voit olla yhteydessä Kilpailu- ja kuluttajavirastossa kilpailuasiainneuvos Tom Björkrothiin, puh. 029 505 3350, [tom.bjorkroth@kkv.fi](mailto:tom.bjorkroth@kkv.fi). Kyselyn teknisissä asioissa voit ottaa yhteyttä Taloustutkimuksessa tutkimusjohtaja Pauliina Ahoon, puh. 010 758 5221, [pauliina.aho@taloustutkimus.fi](mailto:pauliina.aho@taloustutkimus.fi).

Lämpimät kiitokset arvokkaasta tutkimusavusta

**Timo Mattila**  
ylijohtaja

**Kilpailu- ja kuluttajavirasto**

**Pauliina Aho**  
tutkimusjohtaja

**TALOUSTUTKIMUS OY**

Osoitelähde: JM Tieto Oy, Päättäjät ja Vaikuttajat-tietokanta, puh. 020 769 8240  
Taloustutkimus Oy | VAT FI0114711-9 | [www.taloustutkimus.fi](http://www.taloustutkimus.fi)  
T-14668









**5. Miksi yrityksenne kaikki vakuutukset ovat yhdessä vakuutusyhtiössä?**

[Voitte valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon.] [Siirtykää kysymykseen 7.]

- 1  Yrityksemme saa hyvät alennukset keskittämällä vakuutukset yhteen vakuutusyhtiöön
- 2  Käyttämällämme vakuutusyhtiöllä on luotettavaksi osoittautuneet korvauskäytännöt
- 3  Käyttämällämme vakuutusyhtiöllä on nopeat korvauskäytännöt
- 4  On helppoa asioida vain yhden vakuutusyhtiön kanssa
- 5  Valitsimme vastaperustelulle yritykselle tarjotun kokonaispalvelun
- 6  Toimialajärjestö (esim. SKAL) on neuvotellut alennukset tiettyyn vakuutusyhtiöön
- 7  Muu syy, mikä? \_\_\_\_\_

**6. Miksi yrityksenne vakuutukset ovat useammassa kuin yhdessä vakuutusyhtiössä?**

[Voitte valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon.]

- 1  Vakuutusten kokonaishinta tulee näin edullisemmaksi
- 2  Eri vakuutuslajien korvauskäytännöt vaihtelevat vakuutusyhtiöittäin
- 3  Emme ole saaneet kaikkia vakuutuksia yhdestä vakuutusyhtiöstä
- 4  Haluamme säilyttää neuvotteluvoimamme vakuutusyhtiöitä kohtaan
- 5  Olemme halunneet hakea kokemuksia useammasta vakuutusyhtiöstä
- 6  Toimialajärjestö (esim. SKAL) on neuvotellut joihinkin vakuutuksiin alennukset tiettyyn vakuutusyhtiöön
- 7  Muu syy, mikä? \_\_\_\_\_

**7. Millä perusteilla olette valinneet vakuutusyhtiön/vakuutusyhtiöt yrityksenne vakuutuksille?**

Merkittävää yrityksellenne kolme tärkeintä kriteeriä tärkeysjärjestyksessä.

	1. tärkein	2. tärkein	3. tärkein
Vakuutusten edullinen hinta	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
Vakuutusten kattavuus	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
Mahdollisuus keskittää kaikki vakuutukset yhteen vakuutusyhtiöön	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3
Hyvä asiakaspalvelu	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4
Henkilökohtainen palvelu / mukava yhteyshenkilö	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 5
Nopea korvauspalvelu	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 6
Vakuutusyhtiön hyvä tuote-/palveluvalikoima	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 7
Muu syy, mikä?	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 8

**8. Kun yrityksenne valitsi nykyisen vakuutusyhtiönne, vaikuttiko vakuutusyhtiön valintaan asiakassuhde johonkin pankkiin?**

- Kyllä  1  
Ei  2 → [Siirtykää kysymykseen 11.]

**9. Miten yrityksenne asiakassuhde pankkiin vaikutti vakuutusyhtiön valintaan?**

[Voitte valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon.]

- Valitsimme pankin kanssa samaan konserniin kuuluvan vakuutusyhtiön, jotta saisimme keskittämisetuja  1
- Käyttämämme pankki edellytti vakuutusten ottamista samaan konserniin kuuluvasta vakuutusyhtiöstä  2 → [Siirtykää kysymykseen 11.]
- Pankki vaikutti vakuutusyhtiön valintaan muulla tavalla, miten? \_\_\_\_\_  3 → [Siirtykää kysymykseen 11.]





**10. Missä muodossa koette saavanne etua pankki- ja vakuutusasioiden keskittämisestä?**

- 1  Olemme hyötyneet yritykselle tarjotusta kokonaispalvelusta
- 2  Säästöinä vakuutusmaksuissa (alennusten, bonusten yms. muodossa)
- 3  Toiminnan tehokkuutena, koska monet asiat saa hoidettua yhden tahon kanssa
- 4  Hyvänä ja asiantuntevana palveluna
- 5  Luottamuksena (joka syntyy, kun yksi taho tuntee ja palvelee koko kokonaisuutta)
- 6  Muu syy, mikä? \_\_\_\_\_
- 7  Emme ole hyötyneet keskittämisestä millään tavalla

**11. Missä määrin koette, että voitte yrityksenne toiminnalla vaikuttaa maksamanne vakuutusmaksun suuruuteen eri vakuutuksissa? Vastatkaa asteikolla 5-1, jossa 5=erittäin paljon ja 1=ei lainkaan.**

	5) erittäin paljon	4	3	2	1) ei lainkaan	Ei ole ko. vakuutusta
Lakisääteiset liikennevakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Tapaturmavakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Eläkevakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Ryhmähenkivakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Vapaaehtoiset ajoneuvovakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Keskeytysvakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Kiinteistövakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Oikeusturvavakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Omaisuusvakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Vastuuvakuutukset	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6

## B Vakuutusten kilpailuttaminen

Kysymykset 12–25 koskevat yrityksenne vakuutusten kilpailuttamista. Kilpailutuksella tarkoitetaan tässä tarjousten pyytämistä vakuutusyhtiöstä, tarjousten arvioimista ja vertailua sekä mahdollista hankintapäätöstä ja uuden vakuutus sopimuksen saamista. Kilpailutus voi koskea yksittäistä vakuutusta tai laajaa kirjoa palveluita.

**12. Kuinka usein yrityksellänne on tapana kilpailuttaa vakuutuksenne?**

- Kerran vuodessa  1
- Kerran 2–3 vuodessa  2
- Harvemmin kuin kerran kolmessa vuodessa  3
- Emme ole kilpailuttaneet vakuutuksia  4 → [Siirtykää kysymykseen 25.]

**13. Kun viimeksi kilpailutitte yrityksenne vakuutuksia, kilpailutitteko kaikki yrityksenne vakuutukset vai ainoastaan osan?**

- 1  Kilpailutimme kaikki yrityksen vakuutukset
- 2  Kilpailutimme vain osan yrityksemme vakuutuksista, minkä/mitkä?

\_\_\_\_\_

**14. Mistä vakuutusten kilpailutus lähti liikkeelle?**

- 1  Vakuutusyhtiön tekemästä tarjouksesta
- 2  Yrityksemme kirjallisesta aloitteesta (esim. nettipohjainen tarjouspyyntö)
- 3  Yrityksemme suullisesta aloitteesta (esim. puhelinsoitto)
- 4  Muulla tavoin, miten? \_\_\_\_\_



T-14668 PAH



+

+

**15. Miltä vakuutusyhtiöiltä pyysitte tarjouksia? [Voitte valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon.]**

- 1  A-vakuutus
- 2  Aktia
- 3  Fennia
- 4  If
- 5  LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola)
- 6  Pohjola
- 7  Pohjantähti
- 8  Turva
- 9  Tryg
- 10  Muu vakuutusyhtiö, mikä? \_\_\_\_\_

**16. Pyysittekö tarjousta myös aiemmin käyttämältänne tai käyttämiltänne vakuutusyhtiöiltä?**

- 1  Kyllä
- 2  Ei

**17. Miltä vakuutusyhtiöiltä saitte tarjouksia? [Voitte valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon.]**

- 1  A-vakuutus
- 2  Aktia
- 3  Fennia
- 4  If
- 5  LähiTapiola (Lähivakuutus, Tapiola)
- 6  Pohjola
- 7  Pohjantähti
- 8  Turva
- 9  Tryg
- 10  Muu vakuutusyhtiö, mikä? \_\_\_\_\_

**18. Olivatko saamanne tarjoukset tarjouspyynnön mukaisia?**

- 1  Kyllä, tarjouksissa oli pääsääntöisesti huomioitu yrityksemme vakuutustarve tarjouspyynnön mukaisesti
- 2  Ei, tarjoukset eivät vastanneet tarjouspyyntöämme kaikilta osin, miten? \_\_\_\_\_

**19. Olivatko saamanne tarjoukset vertailukelpoisia keskenään?**

- 1  Kyllä, tarjoukset olivat keskenään vertailukelpoisia
- 2  Ei, tarjoukset eivät olleet vertailukelpoisia, miksi? \_\_\_\_\_

**20. Millaisena koitte vakuutusyhtiöiltä saamienne tarjousten vertailun ja arvioinnin?**

- 5  Erittäin helppona
- 4  Helppona
- 3  Ei helppona eikä vaikeana
- 2  Vaikeana
- 1  Erittäin vaikeana

**21. Ovatko vakuutusyhtiöt tarjouksissaan edellyttäneet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai nimeämästään muusta yrityksestä?**

- 1  Ei ole edellytetty muiden palveluiden hankinta
- 2  Kyllä, vapaaehtoisten vakuutusten hankintaa
- 3  Kyllä, eläkevakuutusten hankintaa
- 4  Kyllä, tapaturmavakuutusten hankintaa
- 5  Kyllä, pankkipalveluiden hankintaa
- 6  Kyllä, muun palvelun hankintaa, minkä? \_\_\_\_\_

+

T-14668 PAH

+

+

+

22. Kuvaile tarkemmin, miten ja mikä vakuutusyhtiö on edellyttänyt muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai nimeämästään muusta yrityksestä.

---



---

23. Ovatko vakuutusyhtiöt jossain yhteydessä suosittelleet myös muiden vakuutusten tai palveluiden hankintaa samasta vakuutusyhtiöstä tai nimeämästään muusta yrityksestä?

- 1  Ei ole suosittelut muiden palveluiden hankinta
- 2  Kyllä, vapaaehtoisten vakuutusten hankintaa
- 3  Kyllä, eläkevakuutusten hankintaa
- 4  Kyllä, tapaturmavakuutusten hankintaa
- 5  Kyllä, pankkipalveluiden hankintaa
- 6  Kyllä, muun palvelun hankintaa, minkä? \_\_\_\_\_

24. Kun viimeksi kilpailutitte yrityksenne vakuutuksia, miten kilpailutus päättyi?

- 1  Emme tehneet muutoksia yrityksemme vakuutuksiin
- 2  Pidimme vakuutukset samassa vakuutusyhtiössä / samoissa vakuutusyhtiöissä, mutta muutimme vakuutus sopimusta/-sopimuksia (eri hinta, eri sopimusehdot tms.)
- 3  Vaihdoin vakuutusyhtiötä

25. Oletteko joskus käyttäneet yrityksenne vakuutuspalveluiden hankinnassa tai uusimisessa apuna...

[Voitte valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon.]

- 1  Vakuutusyhtiön myyjää tai asiainhoitajaa
- 2  Muuta vakuutusedustajaa (esim. automyyjä)
- 3  Vakuutusmeklaria
- 4  Toimialajärjestöä (esim. SKALia)
- 5  Muuta ulkopuolista tahoa, mitä? \_\_\_\_\_
- 6  Emme ole käyttäneet ulkopuolista apua
- 7  En osaa sanoa

## C Vakuutusyhtiön vaihtaminen

Kysymykset 26–32 koskevat vakuutusyhtiön vaihtamista.

Vaihtamisella tässä tarkoitetaan yrityksellenne keskeisimmän vakuuttajan vaihtamista.

26. Milloin yrityksenne on viimeksi vaihtanut vakuutusyhtiötä?

- |                                     |                          |                                 |
|-------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Alle vuosi sitten                   | <input type="checkbox"/> | 1                               |
| 1–2 vuotta sitten                   | <input type="checkbox"/> | 2                               |
| 3–5 vuotta sitten                   | <input type="checkbox"/> | 3                               |
| Yli 5 vuotta sitten                 | <input type="checkbox"/> | 4                               |
| Emme ole vaihtaneet vakuutusyhtiötä | <input type="checkbox"/> | 5 → [Siirtykää kysymykseen 30.] |

27. Kun viimeksi vaihdoitte vakuutusyhtiötä, kuinka monta prosenttia arvelette säästäneenne vakuutuskustannuksissa vuoden aikana?

- 1  1–5 %
- 2  6–10 %
- 3  11–15 %
- 4  16–20 %
- 5  yli 20 %
- 6  Emme saaneet säästää

28. Liittyikö vanhojen vakuutus sopimusten irtisanomiseen jotain ongelmia?

- 1  Kyllä, mitä? \_\_\_\_\_
- 2  Ei

+

T-14668 PAH

+

+

+

**29. Kun viimeksi vaihdoitte vakuutusyhtiötä, kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttivat vaihtamispäätökseenne? Vastatkaa asteikolla 5-1, jossa 5=erittäin paljon ja 1=ei lainkaan.**

	5) erittäin paljon	4	3	2	1) ei lainkaan	En osaa sanoa
Uuden vakuutusyhtiön paremmat korvauskäytännöt	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Uuden vakuutusyhtiön edullisemmat hinnat	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Uuden vakuutusyhtiön parempi vakuustarjonta	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Halu keskittää vakuutukset samaan vakuutusyhtiöön	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Uuden vakuutusyhtiön parempi asiakaspalvelu	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6
Muu syy, mikä? _____	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 6

**30. Jos saisitte toiselta vakuutusyhtiöltä tarjouksen, joka olisi sisällöltään muuten täsmälleen samanlainen kuin nykyinen vakuutuspaketinne tai vakuutus sopimuksenne, kuinka monta prosenttia vakuutuskustannusten pitäisi laskea, jotta vaihtaisitte vakuutusyhtiötä?**

- 1  1–5 %  
 2  6–10 %  
 3  11–15 %  
 4  16–20 %  
 5  yli 20 %

**31. Jos nykyinen vakuutusyhtiönne nostaisi vakuutusmaksuja, kuinka monta prosenttia kalliimpia hintojen pitäisi olla, jotta vaihtaisitte vakuutusyhtiötä olettaen, että vakuutus sopimuksenne ehdot säilyisivät vaihdossa samanarvoisina?**

- 1  1–5 % kalliimpia  
 2  6–10 % kalliimpia  
 3  11–15 % kalliimpia  
 4  16–20 % kalliimpia  
 5  yli 20 % kalliimpia

**32. Mitä mieltä olette seuraavista vakuutusyhtiön vaihtamiseen liittyvistä väittämistä? Vastatkaa asteikolla 5-1, jossa 5=täysin samaa mieltä ja 1=täysin eri mieltä.**

	5) täysin samaa mieltä	4	3	2	1) täysin eri mieltä
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että siirtymäajan aikana on epäselvää, millä vakuutusyhtiöllä on korvausvastuu	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että on epäselvää, miten vakuutusten hinnat jatkossa kehittyvät	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että emme tiedä millaiset korvauskäytännöt uudessa vakuutusyhtiössä on	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että vakuutuspalvelujen ja niiden ehtojen vertailuun meni paljon aikaa ja vaivaa	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että uuden vakuutusyhtiön kanssa neuvotteluun ja vakuutus sopimusten tekemiseen meni paljon aikaa ja vaivaa	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että uuden vakuutusyhtiön palveluiden (esim. verkkopalvelun) käytön opettelemiseen meni paljon aikaa ja vaivaa	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että menettäisimme keskittämisetumme	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että vakuutuskustannuksemme nousisivat	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että menettäisimme tutun asiakaspalvelijan nykyisestä vakuutusyhtiöstä	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Meille vakuutusyhtiön vaihtamisen esteenä on se, että menettäisimme nykyisen vakuutusyhtiömme tuoman imagon	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

+

T-14668 PAH

+

+

+

## D Väittämiä

### 33. Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

Vastatkaa asteikolla 5-1, jossa 5=täysin samaa mieltä ja 1=täysin eri mieltä.

	5) täysin samaa mieltä	4	3	2	1) täysin eri mieltä
Yrityksen vakuutustarve tulee kartoittaa vuosittain	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Yrityksen vakuutustarve tulee päivittää aina liiketoiminnan muuttuessa (laajetessa tai supistuessa)	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Kaikki yrityksen vakuutukset kannattaa muuttaa kerralla	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Vakuutusten kilpailuttaminen on helppoa	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Jokaisen yrityksen tulisi kilpailuttaa vakuutuksensa vuosittain	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Vakuutusyhtiötä kilpailuttamalla voi säästää vakuutusmaksuissa	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Vakuutusyhtiötä kilpailuttamalla voi saada yritykselle paremman vakuutusturvan	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Vakuutusyhtiöiden hinnoittelu on ymmärrettävää	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Pitkä asiakassuhde samassa vakuutusyhtiössä tuo etuja yritykselle	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Minulle on selvää, miten yrityksen toiminta vaikuttaa vakuutusmaksujen määräytymiseen	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Riskien vähentämiseen tähtäävät toimet huomioidaan vakuutusmaksuissa	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Vakuutusten hallinnointi yrityksessä on helppoa, jos kaikki vakuutukset on keskitetty yhteen yhtiöön	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Emme halua vaihtaa vakuutusyhtiötä, koska meillä on hyviä kokemuksia nykyisestä vakuutusyhtiöstä	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Yrityksen kannattaa pysyä samassa vakuutusyhtiössä, koska yritys tunnetaan siellä	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Yrityksemme vakuutusmaksut alenisivat, jos vaihtaisimme vakuutusyhtiötä	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
Kaikilla vakuutusyhtiöillä on samanlaiset tuotteet ja palvelut	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

+

T-14668 PAH

+



