

Statistikk om e-handel - Norge og utland

- *status forbrukermarkedet*
- *hva vi kan lese ut av dagens undersøkelser*

Ingvar Tjøstheim
Norsk Regnesentral

Frokostmøte 10. juni 1999

- Kjøpt varer eller tjenester **eller** bestilt billetter
 - Norsk Info2000/4fakta sept. 98 - 180 av 2000 (28% av de med Internett)
 - Eforum/Gallup nov. 98 - 76 av 1000 (21% - " -
 - NR/Gallup des. 98 - 210 av 2000 (24% - " -
 - SIFO/MMI feb. 99 - 90 av 1000 (ca 20% - " -

Gjennomsnitt: **9%** (tilsvarer 320.000 nordmenn)

- Kjøpt varer eller tjenester (programvare, CD, bøker e.l.)
 - 20% (Info2000/4fakta) - 128 av 2000
 - 18% (NR/Gallup) - 156 av 2000

- Bestille billetter (flybilletter, konserter o.l.)
 - 14% (Info2000/4fakta) - 89 av 2000
 - 11% (NR/Gallup) - 98 av 2000

- Utføre banktransaksjoner
 - 15% (Info2000/Gallup) - 93 av 2000
 - 16% (NR/Gallup) - 139 av 2000

Segementering vha en cluster analyse - datasettet fra des.98 (NR/Norsk Gallup)

■ Innovatører: 12% (105 av 874)	Kjøpt varer/tjenester:	46.7%
■ Tidlige brukere: 14.3%	- " -	: 22.4%
■ Tidlig majoritet: 38.8%	- " -	: 16.5%
■ Sen majoritet: 17.4%	- " -	: 7.9%
■ Etternølere: 17.4%	- " -	: 7.2%
	gjennomsnitt	: 17.8%

- Det er med andre ord slik at de som handler på nettet ('har handlet') har visse felles kjennetegn.

Cluster-teknikken gir størst mulig forskjell mellom gruppene og størst mulig likhet innad i gruppene.

	'Innovatørene'	Alle med tilgang til Internett	Norges befolkning
■ Kjønn (menn - kvinner)	79% - 21%	61% - 39%	49% - 51%
■ Alder			
15 - 29år	43.8%	35.6%	25.3%
30 - 39år	35.2%	30.2%	18.6%
40 - 49år	11.4%	19.8%	17.4%
50 - 59år	6.7%	10%	14.1%
60+	2.9%	4.5%	24.3%
■ Yrke			
selvstendig næringsd.	14.3%	13.5%	
ansatt	61%	56.3%	
under utdanning	23.8%	25.5%	
■ Utdanning			
grunnskole	11.4%	16.5%	
videregående sk.	25.7%	33.8%	
høgskole 1-2 år	12.4%	10.1%	
høgskole/univ 3-4	24.8%	23.7%	
høgskole/univ 5+	24.8%	14%	

'Innovatørenes' bruk av Internett/web

	Innovatørene	Alle med tilgang til nettet	
■ epost	97.1%	81.7%	
- daglig		85.3%	52.2%
■ online databaser	93.3%	73.8%	
- daglig		70.4%	36.6%
■ lese nyheter	81.9%	64.9%	
- daglig		50%	30.3%
■ utdanningsformål	53.3%	37.5%	
■ kjøpe varer/tjenester	46.7%	17.8%	
■ bestille billetter	32.4%	11.2%	
■ banktransaksjoner	34.3%	15.9%	

Profil - alle som har handlet på nettet

Norsk Info2000/4Fakta	Kjønn	Alder	Utdannelse
Kjøpt varer eller tjenester (N=128)	Menn: 81% Kvinner: 19%	15-29: 34% 30-49: 56% 50+ : 10%	Universitet/høyskole: 69% Ikke høyskole: 31%
Bestilt billetter (N=89)	Menn: 65% Kvinner: 35%	15-29: 35% 30-49: 56% 50+ : 9%	Universitet/høyskole: 67% Ikke høyskole: 33%

Norsk Regnesentral /Norsk Gallup	Kjønn	Alder	Utdannelse
Kjøpt varer eller tjenester (N=156)	Menn: 77% Kvinner: 23%	15-29: 44% 30-49: 49% 50+ : 8%	Universitet/høyskole: 47% Ikke høyskole: 53%
Bestilt billetter (N=98)	Menn: 66% Kvinner: 34%	15-29: 38% 30-49: 52% 50+ : 10%	Universitet/høyskole: 61% Ikke høyskole: 39%

Situasjonen i Norge sammenliknet med USA

- **I USA ble det omsatt for 5 - 10 ganger så mye i 1. kvartal 1998 sammenliknet med Norge i 4. kvartal 1998**

Hvordan beregningen er gjort:

- USA - Kilde: IntelliQuest, Inc.
770 tilfeldige nettbrukere, telefon- intervju 1. kvartal 1998
Antall med tilgang: ca 72 millioner
Omsetning :\$1.560 millioner per måned
- Hvis vi regner at det er **48** ganger så mange på nettet i USA som i Norge blir tilsvarende omsetningstall = \$32.5 mill (**250 mill NOK**)
- I undersøkelsen til eforum fra nov. 98 (N=76)
Beløpsstørrelser e-handel siste måned:
 - under 100kr: 45 personer (59%)
 - over 100 kr: 31 personer (41%)

Estimat for månedlig e-handels omsetning

- 320.000 og 370.000 hadde handlet på nettet. Dette gir et gjennomsnitt på 345.000 personer
- Hvis vi antar at ca 45% handler månedlig tilsvarer dette 155.000 personer (Relevante tall fra desember: varer & tjenester 53%, billetter 38%)
- Ifølge SIFO Interaktiv hadde **311.000** svensker handlet online siste måned (3 tertial 1998) Befolkningen i Sverige er dobbel så stor som den norske.
- Hvis antar at 60% har handlet for 80,- og 40% for 300,- gir dette en omsetning på ca **26 mill** NOK. Hvis beløp i 40%-gruppen var 700,- blir omsetningen **51 mill**.
- Dette betyr at det handles for **5 - 10 ganger** så mye i USA sammenliknet med Norge (USA 1.kvartal 98 mot Norge 4. kvartal 98)

Kilde:

Elder, Andrew, (1999) Power Buyers or Cautious Shoppers? In **Net Effects**, Proceedings ESOMAR Internet Conference, London 21-23 February 1999, pp 15-34

Datagrunnlag - 770 tilfeldige nett-brukere 1.kvartal 1998	De negative (E-Curmudgeons)	De forsiktige (Cautioners Shoppers)	Generasjon plastikk (Generation Plastic)	Nybegynnerne (The Freshmen)	De erfarne (Power buyers)
Markedsandel:	22%	29%	14%	20%	15%
Aktivitet siste 30 dager: Søkt informasjon online	43%	56%	64%	60%	77%
Kjøpt noe online	7%	15%	20%	16%	45%
Gjennomsnittlig beløp brukt online	\$55	\$170	\$50	\$53	\$151

Andre viktige temaer fra Internettundersøkelsene

- Kredittkortbruk - blant de 210 av med e-handelserfaring fra NR/Gallup-undersøkelsen des. 98

'Har du betalt med kredittkort for noen av de varene eller tjenestene du har kjøpt eller bestilt over Internett?'

ja: 39% (81 av 2004)

Dette tilsvarer 144.000 nordmenn!

- Norske vis-a-vis utenlandske nettbutikker (eforum/Gallup, nov. 98)
 - norske: 53 (69%)
 - utenlandske: 20 (26%)
 - vet ikke: 4

- I eforum/Gallup undersøkelsen hadde 76 ehandelserfaring, mens 292 av nettbrukerne **ikke** hadde handlet på nettet.

275 av disse besvarte følgende spørsmål:

*Hva er den viktigste årsaken til at du **ikke** har kjøpt varer eller tjenester på Internett?*

- Har ikke hatt behov / ønske: 40% (116)
- Sikkerheten er for dårlig: 25% (73)
- Vil gå i butikken/tungvint/mangler
tillit til leverandør/vil se eller prøve 13% (37)
- Annet: 17% (49)

'Har du i løpet av siste måned ønsket å handle en vare eller en tjeneste på Internett, men valgt å ikke gjøre det likevel?

Ja: 19% (69 av 368)

Avsluttende kommentar

- De undersøkelsene som er gjennomført gir en god del nyttig informasjon om e-handel
- Det er behov for;
 - * jevnlige målinger med tilstrekkelig utvalgsstørrelse
 - * behov for å belyse spesielle tema slik som lagring av personopplysninger ('privacy')
 - * koblingsmuligheter til andre variable enn kjønn, alder o.l og inndeling etter segmenter
 - * tilfredshet med nettbutikken

Hvem er de som sier at de vil bestille feriereise?

Sammenliknet med de som har tilgang til Internett

- andelen menn øker fra 61% til 64%
- aldersprofilen er nesten identisk
 - gruppen 15 - 29år: **35%** (36% med tilgang til nettet)
 - gruppen 30 - 39år: **33%** (30%)
 - gruppen 40+: **32%** (34%)
- 82% av de som hadde benyttet nettet til å orientere seg om reiser og feriemål svarte ja på spørsmålet om å bestille feriereise
- ca 90% av de med e-handels erfaring svarte ja....

- **Markedspotensialet for bestilling av reiser på nettet**
Undersøkelse: 4Fakta for Norsk Info2000, september 98, 2002 intervju

56% (358 av 641) av de jevnlige Internettbrukerne svarte 'ja'
Dette tilsvarer ca 640.000 nordmenn.

Nesten 1 av 3 (419 av 1361) av alle de andre (=ikke jevnlige internettbrukere) svarte også 'ja' !!
Dette tilsvarer ca **745.000 nordmenn !**

Markedspotensialet = **1.380.000** (777 av 2002)