

Second hand, recommerce, vertaiskauppa, uusiokauppa:

Kiertokauppa ilmiönä ja kiertokaupan markkina Suomessa

- Poimintoja tuloksista

Jaana Kurjenoja

Pääekonomisti

21.9.2023

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Määritelmiä

- Kiertokaupalle ei ole vakiintuneita suomenkielisiä termejä. Pääasiassa kiertokauppa on käytettyjen tavaroiden kauppaa, mutta siihen sisältyy myös kaupankäyntiä uusilla tuotteilla, jotka olisivat ilman uudelleen myyntiä päätyneet todennäköisesti tuhottaviksi.
- Alla määritellään tässä tutkimuksessa käytettäviä termejä lähinnä kaupankäynnin kanavien mukaan. Esim. Yrjölä ym. (2021) on määritellyt second hand -talouden termejä liiketoimintamallien mukaan.
- Recommerce: Sähköisesti verkossa tapahtuva uudelleen myynti, johon sisältyy
 - Kuluttajien keskinäinen vertaisverkkokauppa, jota käydään pääasiassa siihen suunniteltujen alustojen kautta, kuten tori.fi, tai eBay, tai erilaisten sosiaalisen median sovellusten, kuten Facebook-ryhmien kautta;
 - Second hand -verkkokauppojen B2C-myynti, esim. fonum.fi tai sprkontti.fi;
 - Kauppojen tai verkkokauppojen sähköinen ”outlet”-myynti eli uusiokauppa, jossa tuotteet eivät varsinaisesti ole käytettyjä ja jonkun toisen henkilön omistamia (preowned), vaan ne ovat esimerkiksi mallikappaleita, sovitettuja ja palautettuja tuotteita, myymättä jääneitä vanhoja malleja, kakkoslaatua tai virheellisiä tuotteita, jotka olisivat muuten päätyneet tuhottaviksi.
 - Vertaisverkkokauppa muodostaa määrällisesti suurimman osan sekä recommerce-ilmiöstä että koko kiertokaupasta.

Määritelmiä

- Second hand -kauppa eli käytetyn tavarahan B2C-kauppa:
 - Käytetyn tavarahan kauppa fyysisissä myymälöissä ja myymälöiden outlet-osastoilla;
 - Second hand -verkkokauppa, joka on myös osa recommerce-ilmiötä.
- Vertaiskauppa: kuluttajien keskinäinen kaupankäynti, jota käydään
 - Vertaisverkkokaupassa, joka on myös osa recommerce-ilmiötä;
 - Fyysisillä kirpputoreilla tai ostoskeskusten käytetyn tavarahan toreilla tai vastaavilla;
 - Kuluttajien suoraan keskenään käymä kauppa ilman sähköisiä tai fyysisiä alustoja, esimerkiksi naapureiden tai ystävien keskenään käymä kauppa.
- Kiertokauppa sisältää kaikki edellä kuvatut ilmiöt ja kaupankäynnin tavat.
- Koska kiertokauppa on niin moninainen kaupan muoto, sen voi yksinkertaistaa ja tiivistää käytetyn tavarahan kaupaksi, vaikka se sisältääkin myös ennen omistamattomien tuotteiden uusiomyyntiä.
- Tässä tutkimuksessa tarkastellaan vähittäiskauppaan liittyvien tuotteiden uudelleen myyntiä ja ostamista. Tutkimuksessa ei tarkastella käytettyjen autojen ja muiden ajoneuvojen tai asuntojen ja kiinteistöjen uudelleen myyntiä ja ostamista tai esimerkiksi pääsylippujen vertaiskauppaa tai jakamistalouteen liittyvää vuokrausta tai palvelua.

Kiertokaupan markkina Suomessa

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Second hand -markkinoille on Suomessa kasvupotentiaalia

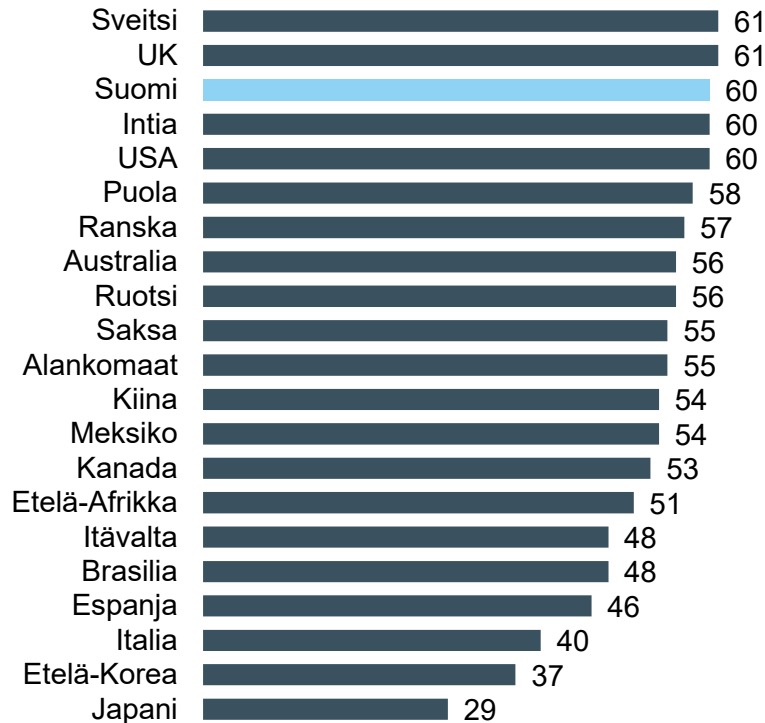
- Kurjenojan vuonna 2022 julkaistun tutkimuksen mukaan 70 prosenttia aikuisista kuluttajista on valmis maksamaan enemmän kestävästä tuotteista. Osuus ei ole juurikaan muuttunut pandemian aikana.
- Kestävien vaatteiden hankkimisessa maksuvalmius on pienempää kuin yleisesti kestävien tuotteiden: vaatteiden kestävydestä on valmis maksamaan vain 52 prosenttia.
- 46 prosenttia toivoo, että kaupat ja verkkokaupat tarjoaisivat second hand -valikoimaa uusien tuotteiden rinnalla.
- Suomalaiset ovat ahkeria käytettyjen tuotteiden ostajia myös kansainvälisessä vertailussa. Noin 60 prosenttia aikuisista suomalaisista digikuluttajista on ostanut tuotteita käytettynä viimeisen vuoden aikana.
 - Käytettyjen tuotteiden ostaminen on yleistynyt Suomen verrokkimaista viime vuosina erityisen paljon Saksassa.
 - Iso-Britannia on ohittanut Suomen second hand -ostamisen kärkimaana.
 - Suurista Euroopan ulkopuolisista maista second hand -ostaminen on loikannut Intiassa, jossa markkinan tuoterakenne eroaa selvästi länsimaista. Erilaisten markkina-alustojen yleistyminen on osaltaan siivittänyt Intian second hand -kaupan kasvua.

Kiertokaupan markkina Suomessa

- Jaana Kurjenoja vastaa tässä luvussa esitetyistä kiertokaupan markkinan sekä vertaisverkkokaupan kokoarvioista.
 - Arvioiden taustalla olevat lähteet: Kantar TNS, Yrjölä ja Kurjenoja, 2023 (kuluttajakysely); Similarweb, Trends, 14.9.2023; Statista, Consumer Insights, Global Survey, 2023a; Statista, Market Insights, Digital, 2023b; Tilastokeskus, Väestörakenne, 2023.
 - Lisäksi arvioiden tekemistä on tukenut keskustelut eri alan toimijoiden kanssa.
- Kiertokaupan koko Suomessa on noin 895 miljoonaa euroa, josta 61 prosenttia on kuluttajien välistä vertaisverkkokauppaa.
- Vertaisverkkokaupan koko on lähes kaksinkertaistunut vuodesta 2015, ja muoti on noussut sen suurimmaksi tuoteluokaksi.

Suomi on yksi maailman johtavia second hand -ostamisen maita

Viimeisen vuoden aikana käytettyjä tuotteita ostaneet, % 18–64-vuotiaista verkon käyttäjistä



Käytetyimmät second hand -kaupat ja vertaisverkkokaupan alustat

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Käytetyimmät second hand -kaupat ja vertaisverkkokaupan alustat

- Suosituimpien second hand -kauppojen ja vertaisverkon alustojen listaukset perustuvat yliopistonlehtori Mika Yrjölän ja pääekonomisti Jaana Kurjenojan suunnittelemaan kuluttajakyselyyn ja Kantar TNS:ltä tilattuun tiedonkeruuseen.
 - Hankkeen tarkempi kuvaus on luvussa 4.
- Arviot second hand -kauppojen ja vertaisverkkokauppojen vierailijamääristä perustuvat Similarwebin työkaluun.
- Tiedot ladatuimmista mobiilisovelluksista on poimittu data.ai Intelligence -työkalulla.

Second hand -ostajien kansainvälistä vertailua

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Käytettyjen tuotteiden ostajien kansainvälistä vertailua: Taustaa

- Kuluttajien kansainvälisen vertailun lähteenä on käytetty Statistan Global Consumer Survey – tietokantaa. Tulosten analyysissa verrataan 18–64-vuotiaita suomalaisia saman ikäisiin ruotsalaisiin, saksalaisiin ja brittikuluttajiin.
 - Suomen tulokset perustuvat 4.7.2022–19.6.2023 välillä tehtyyn kuluttajakyselyyn, jonka otos on 12 177,
 - Saksan kuluttajakysely tehtiin 4.7.2022–23.6.2023 otoskoolla 35 994,
 - Yhdistyneissä Kuningaskunnissa kysely tehtiin 4.7.2022–22.6.2023 otoskoolla 24 183,
 - Ruotsin kysely toteutettiin 12 167:n otoksella 5.7.2022–19.6.2023.
- Tämän tutkimuksen second hand -ostamisessa ei tarkastella ajoneuvojen tai asuntojen ja kiinteistöjen ostamista, pääsylippujen vertaiskauppaa tai jakamistalouteen liittyvää vuokraus- ja palvelutoimintaa.

Käytettyjen tuotteiden ostajien kansainvälistä vertailua

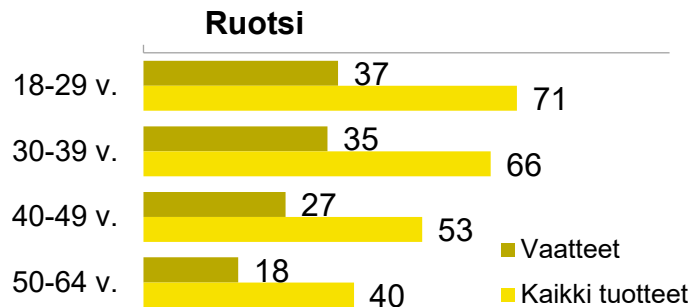
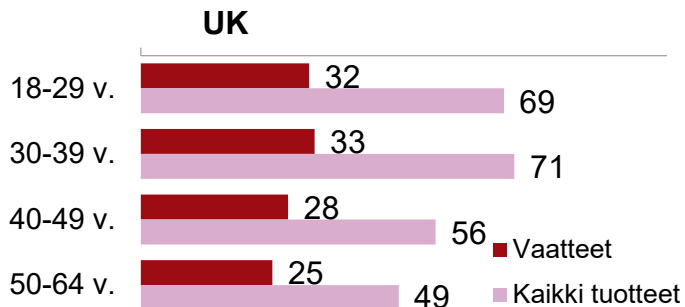
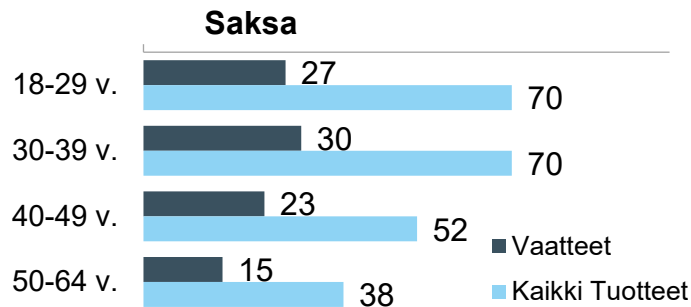
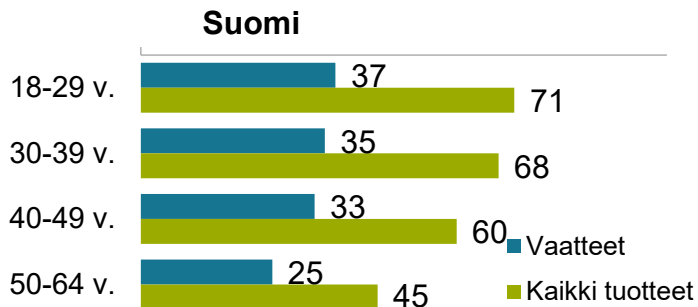
- Käytettyjen tuotteiden ostaminen painottuu Suomessa ja verrokkimaissa varsinkin alle 40-vuotiaisiin.
- Suosituimmat second hand -ostokset niin Ruotsissa, Isossa-Britanniassa, Saksassa kuin Suomessakin ovat vaatteita. Vielä muutama vuosi sitten suosituin tuotekategoria olivat kirjat, pelit, elokuvat ja muu viihde.
- Käytettyjen tuotteiden ostajien voisi usein kuvitella olevan muita vastuullisempia kuluttajia ja erityisen tarkkoja kuluttamisen tavoissaan. Tämä ei kuitenkaan välttämättä päde varsinkaan second hand -vaateostoksia tekeviin.
- Käytettyjen vaatteiden ostajat ovat usein spontaaneja ja tarjoushakuisia kuluttajia. Osittain tämä voi johtua vaatteiden second hand -asiakkaiden ikäjakaumasta, minkä mukaan varsinkin alle 40-vuotiaat ostavat paljon vaatteita käytettynä.
 - Pelkästään ikäjakauma ei kuitenkaan selitä tätä, sillä esimerkiksi 40–49-vuotiaat kuluttajat ovat vielä tarjoushakuisempia ja spontaanimpia ostajia kuin nuoremmat. Yli 50-vuotiaat ovat vähiten tarjoushakuisia ja spontaaneja ostajia.
- Viidesosa suomalaisista second hand -vaatteiden ostajista tekee myös muita useammin vaateostoksia – uusia tai käytettyjä –, joita ei koskaan edes käytä.

Käytettyjen tuotteiden ostajien kansainvälistä vertailua

- Suomalaiset ovat edelleen kansainvälisessä vertailussa maltillisia tuotepalauttajia, ja kuluvan vuoden aikana vaatteiden digiostosten palautukset ovat jopa vähentyneet viime vuoteen verrattuna (Kurjenoja, 2023). Käytettyjen tuotteiden ostajat palauttavat kuitenkin niin Suomessa kuin Saksassa, Isossa-Britanniassa ja Ruotsissakin useammin verkkokauppaostoksiaan – käytettyjä tai uusia – kuin pelkästään tavaroita uusina ostavat.
- Vaatteiden second hand -asiakkaat palauttavat kaikkia vaatteiden verkko-ostoksiaan erityisen paljon kaikissa verrokkimaissa. Suomessa käytettyjä vaatteita ostaneista 36 prosenttia palauttaa yleisesti vaatteiden verkko-ostoksia; Saksassa vastaava osuus on 48 prosenttia.
- Monelle vaatteita käytettynä ostavalle second hand -kauppa näyttäisi olevan vain yksi ostostapa ja -kanava muiden joukossa. Halvat hinnat voivat rohkaista turhaankin ostamiseen ilman käyttötarvetta. Turhaa ostamista ei välttämättä koeta edes kovin vastuuttomaksi, jos se kohdistuu käytettyihin tuotteisiin. Samalla spontaani heräteostaminen ja tarjousten hakeminen voivat siivittää tuotepalautuksiin.

Alle 40-vuotiaat ostavat käytettyjä tuotteita useimmin

Käytettyjen tuotteiden ostaminen ikäluokittain, % 18–64-vuotiaista verkon käyttäjistä



Vertaisverkkokaupan käyttäjät

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Vertaisverkkokaupan käyttäjä: Yhteistyöhanke Tampereen yliopiston kanssa

- Tutkimuksen vertaisverkkokauppaa tarkasteleva osio on Tampereen yliopiston Johtamisen ja talouden tiedekunnan asiakaslähtöisen markkinoinnin tutkimusryhmän sekä Kaupan liiton yhteistyötä, joka alkoi vuonna 2015 vertaisverkkokaupan tutkimushankkeesta.
- Yhteistyöhankeissa Tampereen yliopiston tutkimusryhmä ja Kaupan liitto suunnittelevat yhdessä kuluttajatutkimuksen, jonka Kaupan liitto kustantaa. Kuluttajatutkimuksen aineisto luovutetaan Tampereen yliopiston käyttöön.
- Tampereen yliopiston tutkimusryhmä ja Kaupan liitto analysoivat tuloksia itsenäisesti toisistaan riippumatta.
- Viimeisimmässä yhteistyöhankeessa yliopistonlehtori Mika Yrjölä tutkimusryhmineen ja Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja suunnittelivat kuluttajakyselyn suomalaisten näkemyksistä ja kokemuksista second hand -ostamisesta ja vertaisverkkokaupasta.
- Kuluttaja-aineiston keruu tilattiin Kantar TNS:ltä.

Vertaisverkkokaupan käyttäjä: Taustaa

- Kantar TNS toteutti kesäkuussa 2023 Kaupan liiton tilaaman otospohjaisen kuluttajakyselyn 3 095:lle vähintään 18–79-vuotiaalle mannersuomalaiselle. Kantar TNS vastaa otoksen suunnittelusta ja kyselyn tulosten keruusta.
 - Otoksen rakenne vastaa väestön rakennetta.
 - Kysely toteutettiin internet-avusteisessa GallupForum -vastaajapaneelissa.
 - Kuluttajakysely on vertailukelpoinen vuosina 2015 ja 2018 toteutettuihin vastaaviin kyselyihin.
- Vastaajat on aineistossa luokiteltu normaalien demografisten tekijöiden mukaan, kuten ikä, sukupuoli, suuralue, koulutus, perhetilanne ja tulotaso.
- Lisäksi taustamuuttujaksi on luotu kokemus oman kotitalouden taloudellisesta tilanteesta:
 - Kokemusta on kysytty asteikolla 1–5: Tulee erinomaisesti toimeen; Tulee melko mukavasti toimeen; Pärjää, kun tekee ostokset harkiten; Joutuu tinkimään ajoittain tai Joutuu tinkimään lähes kaikesta.
 - Taustamuuttuja on luotu siksi, että oma kokemus toimeentulosta voi olla hyvinkin erilainen kuin vuosituloista voisi päätellä.
- Jaana Kurjenoja vastaa tämän tutkimuksen tulosten analysoinnista. Yliopistonlehtori Mika Yrjölä tutkimusryhmineen hyödyntää myöhemmin kuluttajakyselyn aineistoa omissa tutkimushankkeissaan.

Lähteet

Data.ai Intelligence, 2023: Top Apps, 14.9.2023.

Kantar TNS, Yrjölä Mika ja Kurjenoja Jaana, 2023: Kuluttajakysely second hand –ostamisesta ja vertaisverkkokaupasta.

Kurjenoja Jaana, 2022: Digikuluttajan vastuullisuusasenteet pandemian ja sodan pyörteessä, 21.9.2022, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2015: Vertaiskauppa verkossa – Marginaali-ilmiöstä ilmiöksi, 24.11.2015, Kaupan liitto.

Saarijärvi Hannu, 2018: Vertaiskauppa 2018: Volyyymi, valta ja vaikutukset. 1.2.2018, Kaupan tutkimuspäivä.

Similarweb PRO, 2023: Trends, 14.9.2023.

Statista, 2023a: Consumer Insights, Global Survey.

Statista, 2023b: Market Insights, Digital.

Tilastokeskus, 2023: Väestörakenne, Väestö iän ja sukupuolen mukaan,
https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vaerak/statfin_vaerak_pxt_11rd.px/.

Yrjölä Mika, Hokkanen Harri ja Saarijärvi Hannu, 2021: A typology of second-hand business models, Journal of Marketing Management, vol. 37, nos. 7-8, 761-791, DOI: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1880465>.

Kiitos!

Jaana Kurjenoja
Pääekonomisti
Kaupan liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

 [@JaanaKurjenoja / kauppa.fi](https://twitter.com/JaanaKurjenoja)



KAUPAN LIITTO