

ÁRBÓK VERSLUNARINNAR 2015

Hagtölur um íslenska verslun



Kaupmannasamtök
Íslands



Rannsóknasetur
verslunarinnar
Háskólinn á Bifröst

ÁRBÓK VERSLUNARINNAR 2015

Hagtölur um íslenska verslun

Árbók verslunarinnar 2015
Hagtölur um íslenska verslun

Útgefendur: Rannsóknasetur verslunarinnar og Kaupmannasamtök Íslands

Ritstjóri og ábyrgðamaður: Emil B. Karlsson

Texti og talnaefni: Árni Sverrir Hafsteinsson, Emil B. Karlsson og Pálmar Þorsteinsson

Útlitshönnun: Magnús Valur Pálsson

ISBN 978-9935-9275-0-7

Óheimilt er að afrita efni úr bókinni nema heimildar sé getið.

EFNI

MERKI UM VÖXT OG VIÐGANG	5
1 YTRI SKILYRÐI VERSLUNAR Á ÍSLANDI	
1.1 Landsframleiðsla	6
1.2 Kaupmáttur launa	7
1.3 Einkaneysla	8
1.4 Ráðstöfunartekjur og fjárhagur heimila	9
2 UMFANG ÍSLENSKRAR VERSLUNAR	
2.1 Heildarvelta í smásöluverslun	10
2.2 Framlag verslunar til landsframleiðslu	11
2.3 Velta smásöluverslunar eftir flokkum	12
2.4 Ferðamannaverslun	13
2.5 Fjöldi verslana eftir tegund	15
2.6 Fjöldi starfandi við verslun	16
3 LAUN Í VERSLUN	
3.1 Laun í verslun	17
3.2 Launakönnun VR	18
4 NETVERSLUN	
4.1 Umfang íslenskrar netverslunar	20
4.2 Fjöldi nettengdra sem kaupir um netið	21
4.3 Aldursskipting netkaupenda	22
4.4 Vörukaup á netinu	23
4.5 Upprunaland	25
5 VERSLUNARHÚSNÆÐI	28
Helstu niðurstöður	30
6 ÍBÚAR EFTIR LANDSVÆÐUM OG ALDRI	
6.2 Aldursdreifing	33
6.2.1 Höfuðborgarsvæðið	34
6.2.2 Suðurnes	35
6.2.3 Vesturland	36
6.2.4 Vestfirðir	37
6.2.5 Norðurland vestra	38
6.2.6 Norðurland eystra	39
6.2.7 Austurland	40
6.2.8 Suðurland	41

MERKI UM VÖXT OG VIÐGANG

Ytri skilyrði verslunar styrktust á síðasta ári um leið og hagur heimilanna vænkaðist. Flestir mælikvarðar fyrir blómlega verslun þróuðust því í jákvæða átt. Kaupmáttur ráðstöfunartekna jókst, einkaneysla óx og gengisþróun var nokkuð jöfn og hagfelldari en árin þar á undan. Við þessar aðstæður hefur verslun styrkst og ný tækifæri skapast. Þetta sést greinilegast á veltuaukningu í flestum tegundum sérvöruverslana. En þær verslanir eru næmastar fyrir samdrætti þegar kreppir að í hagkerfinu og sýna jafnframt skjót merki um vöxtur þegar hagvöxtur verður að nýju. Þetta sýna hagtölur sem kynntar eru í Árbók verslunarinnar 2015 - sem nú er gefin út níunda árið í röð.

Að þessu sinni er í Árbókinni sérstök umfjöllun um netverslun og rafræn viðskipti. Við umfjöllunina er að nokkru leyti höfð hliðsjón af skýrslu sem Rannsóknasetur verslunarinnar gaf út nýlega um þróun netverslunar og rafræna verslun morgundagsins.

Að hugsa út fyrir rammann

Fullyrða má að verslun, bæði hér á landi og á heimsvísu, standi á tímamótum. Stafræn tækni er orðin hluti af verslunarmynstri okkar og í henni felast nýir möguleikar sem verslunin mótast og aðlagar að þörfum neytenda. Með nýrri kynslóð sem elst upp við notkun á snjallsímum sem einu allsherjar samskiptatæki við umheiminn er neyslumynstrið að breytast. Því er þó ekki þannig farið að hefðbundinni verslun standi ógn af verslun um netið þar sem yfirgnæfandi hluti verslunar fer enn eftir hefðbundnum leiðum. Þvert á móti stefna hefðbundnar verslanir um allan heim hraðbyr að því að aðlagja verslunarhætti sína að þessum nýja

veruleika og mæta þörfum viðskiptavina sinna á öllum tegundum samfélags- og samskiptamiðla.

Tæknin snýst ekki aðeins um að birta vörulista verslunar á netinu eða gefa viðskiptavinum tækifæri til að pantast vörur á heimasíðu verslunar. Nýi veruleikinn býður viðskiptavinum uppá meiri þjónustu á einu augabragði í gegnum snjallsíma og tölvu heldur en hann fékk áður með mikilli fyrirhöfn. Sömu, ef ekki betri þjónustu, og væri viðskiptavinurinn sjálfur staddur í versluninni.

Samanburður á netverslun og hefðbundinni verslun tilheyrir brátt sögunni til því mörkin þar á milli verða sífellt óljósari. Stafræn tækni og hefðbundin verslun renna saman í eina heild. Það hvort greitt er fyrir vöruna með korti yfir afgreiðsluborð eða með því að slá inn kortanúmerið á netinu dugur ekki lengur til að greina kaupferli neytandans. Æ algengara verður að innkaupaferlið felist að hluta til í notkun netsins og að hluta til í raunheiminum. Þess vegna hafa rutt sé til rúms nýyrði í stað netverslunar á borð við „alverslun“ (e. omni shopping), „stafræn verslun“ (digital shopping) og „fjarverslun“ (mobile shopping).

Til þess að verslanir þrífist og dafni á breyttum tímum þurfa rekstraraðilar þeirra að aðlagja verslunarhætti sína að hinu breytta verslunarmynstri neytenda. Með þessari nýju tækni má auðvelda viðskiptavinum að nálgast allar upplýsingar og samanburð í gegnum snjalltæki sín og auka þannig viðskiptavild í garð verslunarinnar.

Emil B. Karlsson

Forstöðumaður Rannsóknaseturs verslunarinnar

1

YTRI SKILYRÐI VERSLUNAR Á ÍSLANDI

1.1 Landsframleiðsla

Árið 2014 var landsframleiðsla 1.989 milljarðar króna og hefur aldrei mælst hærrí á föstu verðlagi, en hagvöxtur árið 2014 var 1,9%. Hagvöxtur hefur nú haldist jákvæður síðustu fjögur ár en árin 2009 og 2010 lækkaði landsframleiðsla um 8% í kjölfar efnahagshrunsins.

Hagvöxtur á Íslandi var rétt yfir meðaltali OECD ríkjanna árið 2014 þar sem hann

mældist 1,8%. Frá árinu 2011 hefur hagvöxtur hérlandis verið góður í samanburði á alþjóðavísu enda nokkuð upp að vinna eftir samdráttarárin þar á undan. Litið til síðustu tíu ára hefur hagvöxtur á Íslandi verið meiri að meðaltali en í ríkjum OECD, eða 3,4% samanborið við 2% að meðaltali innan OECD en áhuga vekur að öll hin Norðurlöndin falla neðan meðaltalsins.

Mynd 1: **Landsframleiðsla á föstu verðlagi og Hagvöxtur, vísitölur**
GDP volume, constant prices, annual growth, index.



Heimild: Hagstofan

1.2 Kaupmáttur launa

Kaupmáttur launa hefur vaxið ört síðustu ár og var um áramótin 2014-2015 orðinn jafn hár og þegar hann var hæstur árin 2007-2008. Í árslok 2014 stóð vísitala kaupmáttar launa í 120,1 stigi samanborið við 113,6 í árslok 2013 og hækkaði því um 5,7% á árinu. Í kjölfar efnahagshrunsins fór vísitalan lægst í maí 2010 þegar hún náði 103,9 stigum en hafði hún þá ekki farið lægra síðan í desember 2001. Hækkun vísitölunnar eftir efnahagshrunið nemur því 17,3%.

Vísitala kaupmáttar launa sýnir breytingu á launavísitölu umfram breytingu á vísitölu neysliverðs og gefur því nokkuð góða mynd af því hvernig launatekjur að meðaltali duga fyrir almennri neyslukörfu. Þar sem vísitalan byggir á meðaltalsreikningum er ekki tekið tillit til tekjudreifingar né heldur eignatekna í vísitölunni.

Mynd 2: **Kaupmáttur launa, fast verðlag, vísitala**
Purchasing power, constant prices, index.



Heimild: Hagstofan

1.3 Einkaneysla

Einkaneysla Íslendinga árið 2014 var 1.077 milljarðar króna og jókst um 3,7% frá fyrra ári. Einkaneysla Íslendinga, sem er mælikvarði á kaupmátt og kaupvilja landsmanna, stóð árið 2014 í sama gildi og var árið 2005 en var hæst árið 2007, um 10% hærra en nú. Einkaneysla matar og drykkjarvara jókst um 3,2% frá fyrra ári og hefur aldrei verið hærra, en einkaneysla til þess flokks telur nú 141 milljarð.

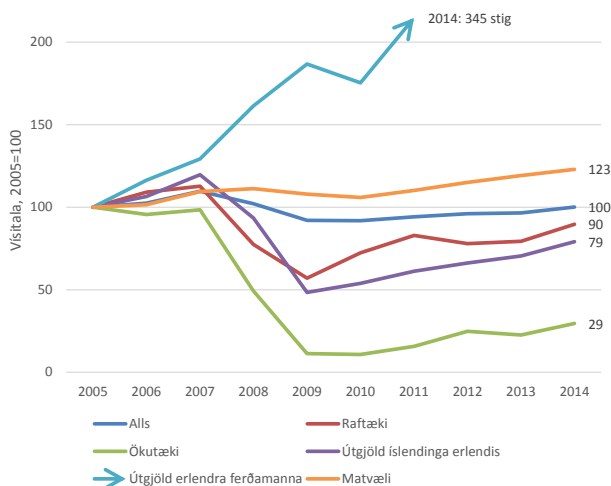
Skilyrði til verslunar eru fremur háð því hvað verslað er hérlendis fremur en hvað Íslendingar versla. Ef mælikvarðinn er leiðréttur fyrir verslun erlendra ferðamanna hérlendis og verslun Íslendinga erlendis má sjá að endanleg neysluviðskipti innan landsteinanna hafa aldrei verið hærra en nú, eða um 1.156 milljarðar. 4% meiri að raunvirði en árið 2007 þegar neysluviðskipti voru

næst hæst. Er þessi aukning tilkomin vegna aukinnar neyslu ferðamanna hérlendis en hún var 165 milljarðar árið 2014, þrefalt hærra en árið 2006.

Í könnun Hagstofunnar á samsetningu einkaneyslunnar kemur fram að stærsti einstaki útgjaldaliður heimilanna fer til húsnæðis, hita og rafmagns, en sá liður nemur 21,9% af meðalútgjöldunum. Næst stærsti einstaki útgjaldaliðurinn eru ferðir og flutningar, en í því felst meðal annars rekstur ökutækja og kaup á eldsneyti. Í þann lið fara 14,7% af útgjöldum heimilanna.

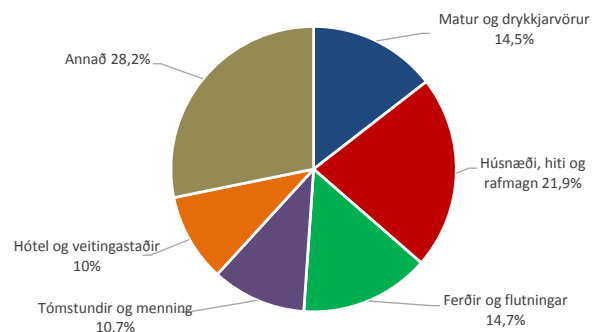
Þriðji stærsti útgjaldaliður heimilanna er matur og drykkjarvara. Til þeirra nauðsynja verja heimilin 14,5% af útgjöldum sínum. Þá kemur í ljós í tölum Hagstofunnar að 10% útgjaldanna er varið í veitingahús og hótél.

Mynd 3: **Þættir einkaneyslu, fast verðlag, vísitala** / Private consumption by category, constant prices, index.



Heimild: Hagstofan

Mynd 4: **Samsetning einkaneyslu** / Consumption, compounded proportions

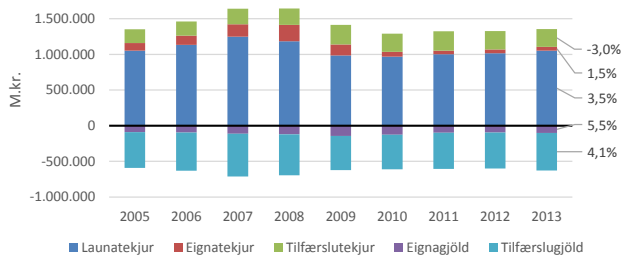


Heimild: Hagstofan

1.4 Ráðstöfunartekjur og fjárhagur heimila

Árið 2013 voru ráðstöfunartekjur á mann um 2,7 milljónir króna, 0,7% lægri að raungildi en árið 2012. Heildarlaunatekjur landsmanna jukust árið 2013 um 3,5% frá fyrra ári eða um 35 milljarða. Hins vegar lækkuðu tilfærslutekjur, sem innihalda meðal annars ýmsar bætur, um 3% eða 7,6 milljarða króna. Þá hækkuðu eignatekjur um tæpan milljarð. Útgjöld jukust hlutfallslega meira en tekjur eða um 4,3% og munar þar mestu um tilfærslugjöld en undir þau falla meðal annars skattgreiðslur.

Mynd 5: **Tekjur og gjöld heimila, fast verðlag** / Composition of household net income, constant prices.



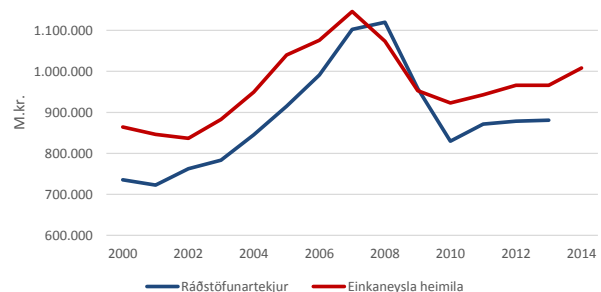
Heimild: Hagstofan

Að jafnaði ættu ráðstöfunartekjur að duga fyrir einkaneyslu heimila en eins og sjá má á mynd 5 er því öfugt farið miðað við opinberar hagtölur. Þrálátan mismun þessara stærða má að líkindum heimfæra á mæliskekkjur líkt og vantaldar tekjur í skattatölfræði á meðan skammvinn frávik skýrast af þáttum eins og skuldasöfnun eða auknum sparnaði heimila.

Árið 2014 nam vöxtur innlána umfram vöxt útlána heimilanna um sjö milljörðum en því hafði verið öfugt farið síðustu fjögur ár þar á undan. Vöxtur útlána umfram vöxt innlána á því tímabili nam um 303 milljörðum króna. Það má að mestu rekja til fasteignalána en kaup fasteigna eru ekki talin til einkaneyslu.

Mynd 6: **Ráðstöfunartekjur og einkaneysla heimila, fast verðlag**

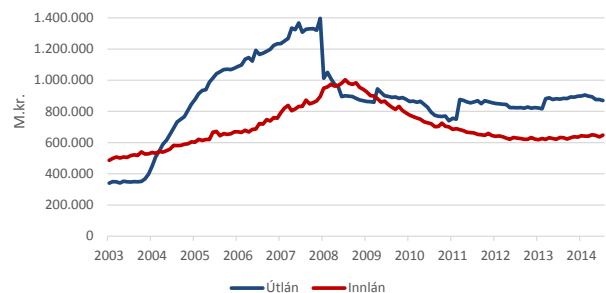
Private consumption and household net income, constant prices.



Heimild: Hagstofan

Lítill breyting varð á innbyrðis hlutföllum einkaneyslu heimila og ráðstöfunartekna árið 2013 frá fyrra ári og reyndar allt frá árinu 2010 en árið 2009 voru ráðstöfunartekjur hærri en einkaneysla.

Mynd 7: **Innlán og útlán heimila, fast verðlag** / Household borrowing and savings, constant prices.



Heimild: Seðlabankinn

2

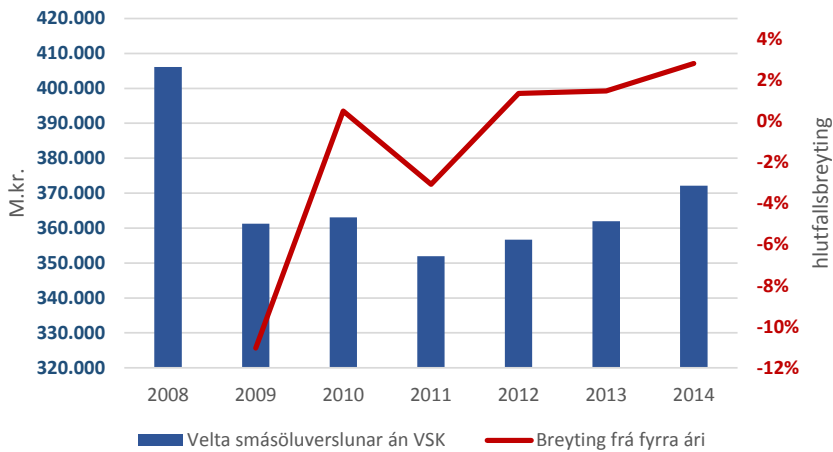
UMFANG ÍSLENSKRAR VERSLUNAR

2.1 Heildarvelta í smásöluverslun

Árið 2014 var heildarvelta smásöluverslunar án VSK 372 milljarðar króna samanborið við 362 milljarða árið á undan á verðlagi ársins 2014. Vöxtur í veltu smásöluverslunar frá fyrra ári var 2,8% en vöxtur árin 2012 og 2013

var 1,5%. Velta smásöluverslunar hefur ekki verið hærrí frá 2008 en veltan var 8,4% lægri árið 2014 borið saman við árið 2008, á föstu verðlagi.

Mynd 8: **Velta í smásöluverslun án VSK, fast verðlag**
Retail turnover from VAT records, constant prices.



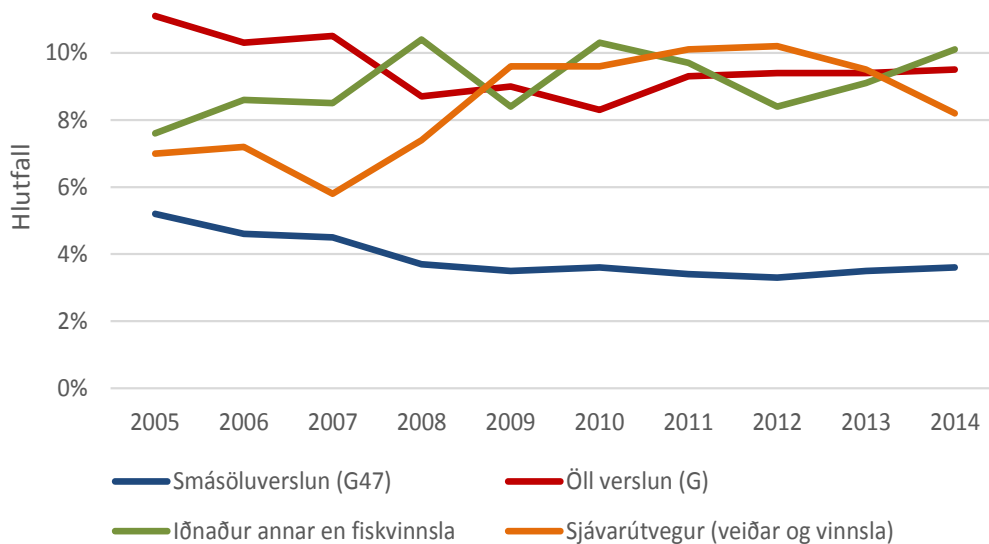
Heimild: Hagstofan

2.2 Framlag verslunar til landsframleiðslu

Árið 2014 var hlutur verslunar 9,5% af landsframleiðslu, hlutur sjávarútvegs 8,2% og iðnaðar 10,1%. Smásöluverslun nam um 3,6% af landsframleiðslu eða 38% verslunar, heildverslun var 4,6% af landsframleiðslu eða um 48%¹ verslunar og viðhald bifreiða um 1,2% landsframleiðslu eða 13% verslunar. Í hlutfalli við landsframleiðslu sækir verslun

lítillega í sig veðrið frá fyrra ári eða um 0,1 prósentustig og hefur verslun ekki verið stærri hluti landsframleiðslu síðan árið 2007 þegar verslun var 10,5% landsframleiðslu. Sjávarútvegur dregst töluvert saman sem hluti landsframleiðslu eða um 1,3 prósentustig frá fyrra ári á meðan iðnaður sækir í sig veðrið og jókst um eitt prósentustig landsframleiðslu.

Mynd 9. **Hlutur atvinnugreina í landsframleiðslu**
GDP composition.



Heimild: Hagstofan

¹ Með heilsölu telst m.a. smásala eldsneytis.

2.3 Velta smásöluverslunar eftir flokkum

Mest velta smásöluverslana árið 2014 var í þeim flokki sem aðallega selur mat og drykkjarvörur ásamt annarri dagvöru og sérvöru stórmarkaða. Var velta flokksins án VSK árið 2014 um 199,4 milljarðar króna og hækkaði um 2,92% frá árinu 2013, eða um 5,7 milljarða króna á verðlagi ársins 2014. Samkvæmt skýrslu Samkeppniseftirlitsins frá janúar 2015 er velta verslana með dagvöru áætluð um 130 milljarðar króna en samkvæmt skýrslunni er markaðshlutdeild Haga 48-49%, Kaupáss um 19-20%, Samkaupa 15-16% og hlutdeild annarra á bilinu 15-18%.

Næst mest var veltan í flokki heimilisbúnaðar eða um 35 milljarðar króna, en velta flokksins hækkaði um 8,4% frá fyrra ári en flokkurinn telur húsgögn, gólfefni, textílvörur og stærri heimilistæki. Byggingavörur voru þriðji stærsti flokkurinn árið 2014 og veltu 34,7 milljörðum samkvæmt VSK skýrslum en veltan jókst um 9,2% frá fyrra ári. Athyglisvert er að flokkur fatnaðar og skóbúnaðar er sá flokkur sem dróst mest saman árið 2014, um 1,7 milljarða eða tæp 7% en velta flokksins árið 2014 nam 22,8 milljörðum.

Tafla 1. **Velta smásöluverslunar eftir flokkum, fast verðlag**
Retail turnover by categories, constant prices

Flokkun verslunar í VSK skrá	2013	2014	Breyting
Dagvara og stórmarkaðir*	193.744	199.409	2,92%
Heimilisbúnaður	32.175	34.866	8,36%
Byggingavörur	31.814	34.725	9,15%
Lyf, lækningav. og snyrtiv.	26.191	25.764	-1,63%
Fatnaður og skór	24.478	22.783	-6,93%
Áfengi	14.799	15.193	2,66%
Menning og afþreying	11.066	12.178	10,05%
Upplýsinga og fjarskiptabúnaður	10.798	10.227	-5,30%
Blóm, gæludýr ofl.	2.782	2.687	-3,41%
Úr og skartgripir	1.584	1.537	-2,99%
Smásala úr söluvöðnum og á mörkuðum	178	146	-17,93%
Aðrir flokkar sérverslunar	12.341	12.617	2,24%
Alls	361.950	372.131	2.81%

Heimild: Hagstofan, ÁTVR.

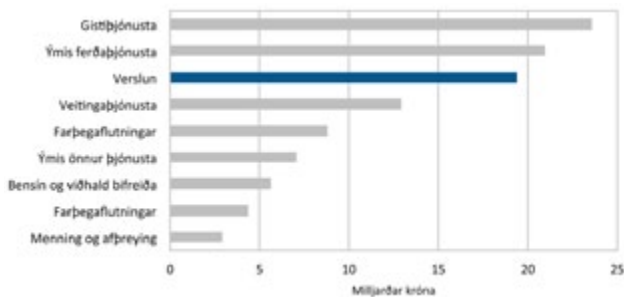
* Flokkurinn inniheldur alla virðisaukaskattskylda sölu fyrirtækja í ÍSAT2008 flokkum 47.1x, 47.2x og 47.3x að frádreginni áfengissölu Vínbúðarinnar. Auk sölu dagvöru í stórmörkuðum, dagvöruverslunum og dagvörusölu bensínstöðva er einnig innifalin sala sérvöru í stórmörkuðum - en hana er ekki hægt að undanskilja með opinberum gögnum.

2.4 Ferðamannaverslun

Greiðslukortavelta erlendra ferðamanna árið 2014 nam 112 milljörðum króna samanborið við 90 milljarða árið 2013. Ef tekið er tillit til verðþróunar var raunaukning greiðslukortaveltu erlendra ferðamanna 24% á milli ára.

Mynd 10: Samsetning greiðslukortaveltu erlendra ferðamanna 2014

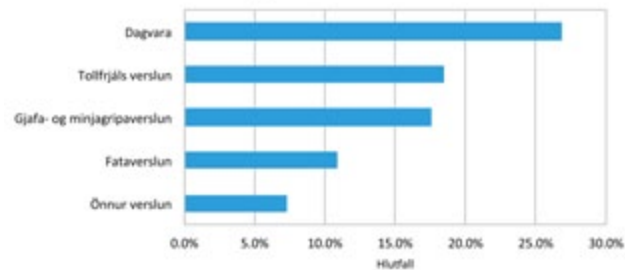
Credit-card turnover of foreign tourists by categories and retail subcategories, mio ISK.



Heimild: Rannsóknasetur verslunarinnar

Erlend greiðslukortavelta í íslenskum verslunum nam 18,4 milljörðum kr. og jókst um 16,2% frá fyrra ári. Stærsti einstaki þáttur kortaveltu í verslunum árið 2014 var dagvöruverslun og nam hún tæpum 3,7 milljörðum árið 2014 sem er aukning um 28,5% frá fyrra ári á föstu verðlagi, mesta aukning allra flokka. Dagvöruverslun tók þar með fram úr fataverslun sem hafði verið stærsti útgjaldaliður ferðamannaverslunar undanfarin ár. Fataverslun var þar með næstumfangsmesti liður ferðamannaverslunar árið 2014 og nam 3,4 milljörðum á árinu.

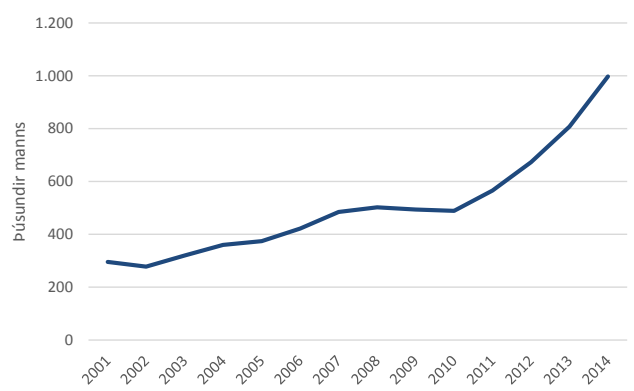
Mynd 11: **Vöxtur ferðamannaverslunar 2014 á föstu verðlagi skv. greiðslukortaveltu** / Real growth in retail turnover from tourism 2014.



Heimild: Rannsóknasetur verslunarinnar

Árið 2014 komu 997.556 ferðamenn til landsins, 24% fleiri en árið á undan. Það gerir aukningu upp á 190.207 ferðamenn. Þó fjöldi ferðamanna hafi aukist mikið undanfarin ár hefur aukningin aldrei verið jafn mikil. Þó fjöldi ferðamanna hafi þegar nær þrefaldast á undanförunum tíu árum spá greiningaraðilar áframhaldandi vexti. Ef miðað er við að hver ferðamaður hafi dvalið í sjö nætur má áætla að að meðaltali hafi verið um 19.000 ferðamenn á hverjum tíma á Íslandi, tæp 6% landsmanna.

Mynd 12: **Fjöldi ferðamanna til landsins** / Number of inbound international tourists.

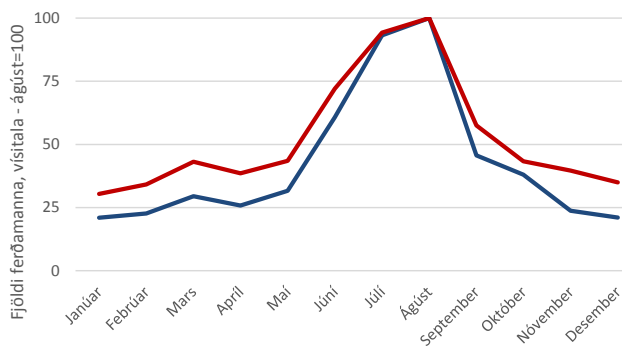


Heimild: Ferðamálastofa

Árstíðarsveifla í ferðaþjónustu hefur tekið nokkrum breytingum á undanförunum árum og eru komur ferðamanna nú jafnari yfir árið en áður fyrr. Hlutfallslega hefur ferðamönnum yfir vetrarmánuðina fjölgað en fækkað yfir sumarmánuðina. Sem dæmi um þetta kom tæpur helmingur ferðamanna ársins 2010 sumarmánuðina júní, júlí og ágúst en samsvarandi hlutfall var 42% árið 2014. Þá var hlutfall þeirra ferðamanna sem kom yfir vetrarmánuðina janúar, febrúar og mars 14% árið 2010 en 17% árið 2014. Ágúst er þó sem fyrr fjölmennasti brottfararmánuður ferðamanna.

Hafa ber í huga að ekki fer öll velta erlendra ferðamanna í gegnum greiðslumiðlun innlendra færsluhirða og að tölur um kortaveltu ná ekki til þeirra útgjalda þar sem greitt er með reiðufé.

Mynd 13: **Árstíðarsveifla í ferðaþjónustu, fjöldi ferðamanna, vísitala** / Seasonality in tourism, number of tourists, index, aug=100.



Heimild: Ferðamálastofa

2.5 Fjöldi verslana eftir tegund

Árið 2014 voru skráð 2.242 verslunarfyrirtæki í smásölu sem er fjölgun upp á 10 frá fyrra ári eða tæpt hálf prósént. Flest verslunarfyrirtæki á árinu höfðu skráningu sem fataverslanir eða 306, 18 færri en árið 2013. Þrátt fyrir fjölda fataverslana var velta þeirra þó eingöngu um 6% heildarveltu smásölufyrirtækja og endurspeglar fjöldi fyrirtækja í fataverslun því ekki heildarumsvif

fatnaðar innan smásöluverslunar. Mesta fjölgun verslunarfyrirtækja frá fyrra ári er, eins og undanfarin ár, í flokki netverslana en þeim fjölgaði um tíu frá síðasta ári en sérstaklega er fjallað um netverslun í kafla 4. Verslanir eru í raun fleiri en tafla 2 ber með sér en ekki eru taldir útsölastaðir þeirra fyrirtækja sem reka fleiri en eitt útibú.

Tafla 2: **Fjöldi verslanafyrirtækja eftir tegund**
Number of retail businesses by category

Flokkun fyrirtækis	2013	2014	Breyting
Fataverslanir	324	306	-6%
Blóm, úr & skart, gleraugu & sjóntæki og ljósmyndavörur	181	176	-3%
Söluturnar og önnur blönduð sérvara	159	161	1%
Netverslanir	156	166	6%
Íþrótt og tómstundarvörur, leikföng	122	122	0%
Stórmarkaðir	120	117	-3%
Smásala á mat og annarri matarkyns sérvöru	104	105	1%
Húsgögn, ljós og búsaðhald	100	98	-2%
Byggingavörur (málning, gólfefni o.þ.h.)	87	82	-6%
Smásala á tölvum, hljóð- og fjarsk.bún. auk heimilistækja	85	84	-1%
Lyf, lækningavörur, snyrtivörur og sápur	75	72	-4%
Textílvörur	69	69	0%
Gæludýr og listmunir	73	69	-5%
Notuð vara eða markaðir	51	50	-2%
Bækur, dagblöð og ritföng	46	45	-2%
Skór og leðurvörur	35	35	0%
Bensínstöðvar	20	18	-10%
Tónlist og myndefni	15	15	0%
Hljóðfæri	7	7	0%
Aðrar nýjar vörur	403	445	10%

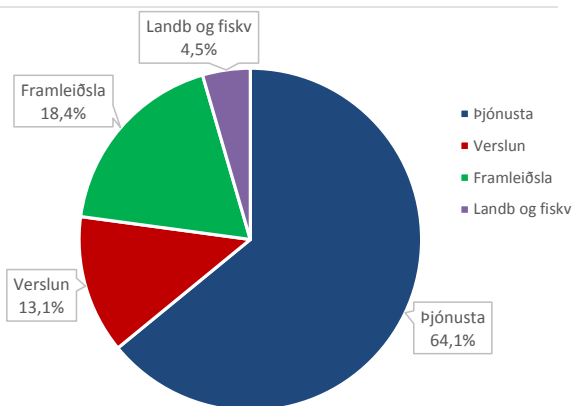
Heimild: Hagstofan

2.6 Fjöldi starfandi við verslun

Árið 2014 höfðu 23.200 manns verslun að aðalstarfi eða 13,1% starfandi og fækkaði um 300 manns eða 1,3% frá fyrra ári. Alls störfuðu 177.600 á íslenskum vinnumarkaði, 2.700 fleiri en árið á undan. Þetta er mesti fjöldi starfandi frá árinu 2008 þegar starfandi samkvæmt sama mælikvarða voru 179.300. Fjöldi starfandi dróst töluvert saman í kjölfar efnahagshrunsins 2008 samfara almennum samdrætti í efnahagslífinu en hefur starfandi nú farið fjölgandi frá 2011. Sem fyrr starfa flestir við þjónustu (utan verslunar) eða 64,1%, 2.800 fleiri en árið 2013. 32.600 störfuðu við framleiðslu á árinu eða 18% starfandi og 8.000 við landbúnað og sjávarútveg en litlar breytingar urðu á fjölda starfandi í þessum greinum.

Mynd 14. **Starfandi í aðalstarfi eftir flokkum atvinnugreina**

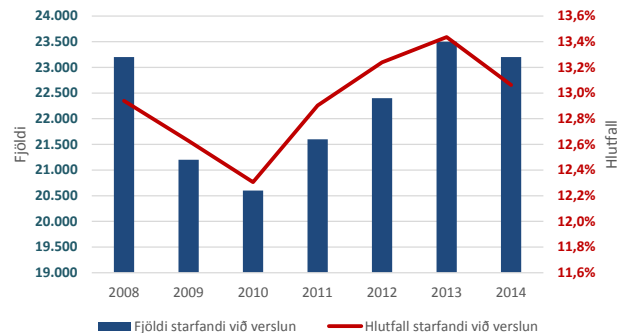
Employment by industry



Heimild: Hagstofan

Árið 2014 voru 13.100 karlar starfandi við verslun en 10.100 konur. Körlum fjölgaði um 400 frá fyrra ári á meðan konum fækkaði um 700. Störfum við verslun á landsbyggðinni fjölgaði um 100 frá fyrra ári og voru árið 2014 6.800. Á höfuðborgarsvæðinu voru störf 16.400 árið 2014 og fækkaði um 400 frá árinu 2013.

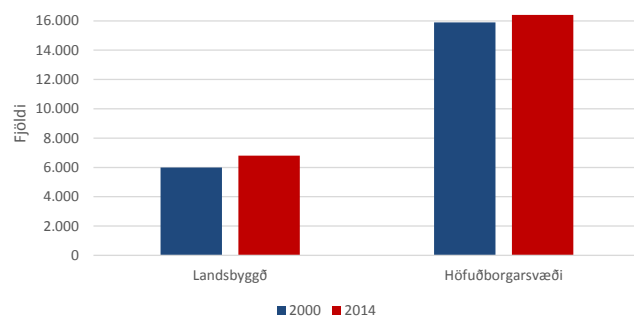
Mynd 15. **Fjöldi og hlutfall starfandi við verslun** / Employment in retail and wholesale, number (bars) and proportion (line)



Heimild: Hagstofan

Ef litið er til lengri tíma hefur starfsmönnum í verslun ekki fjölgað jafn hratt og starfsmönnum annarra atvinnugreina. Þannig störfuðu sem dæmi 14% við verslun árið 2000 borið saman við 13,1% árið 2014. Fjöldi starfsmanna við verslun hefur þó aukist um 1.300 manns á tímabilinu með auknum fjölda starfandi hérlendis. Starfandi við verslun á höfuðborgarsvæðinu hefur fjölgað um 3,1% frá árinu 2000 en 13,3% á landsbyggðinni en má líklega heimfæra fjölgun starfandi við verslun á landsbyggðinni, að hluta hið minnsta, á mikinn vöxt ferðaþjónustu undanfarin ár.

Mynd 16. **Starfandi við verslun eftir landsvæði og kyni** / Number employed in retail and wholesale by metropolitan status.



Heimild: Hagstofan

3

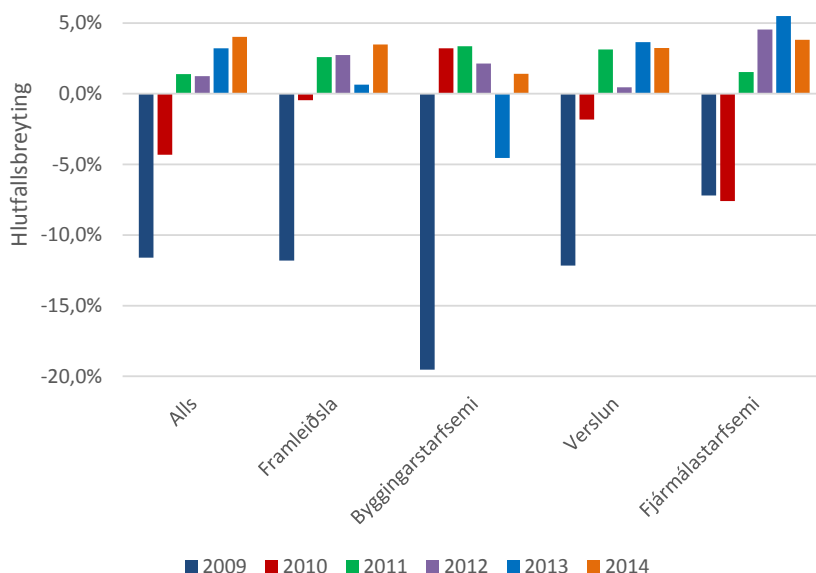
LAUN Í VERSLUN

3.1 Laun í verslun

Miðgildi reglulegra heildarlauna í verslun var 411 þúsund krónur árið 2014 og hækkaði að nafnvirði um 4,1% milli ára. Sé leiðrétt fyrir verðlagsbreytingum nam launahækkun verslunarfólks 3,2% en sé litið til allra atvinnugreina var raunhækkun launa að jafnaði 4% á sama tímabili. Mest hækkuðu laun starfsmanna í heilbrigðis- og félagsþjónustu eða um 9,1% að raunvirði og voru þau 442 þúsund krónur á

mánuði árið 2014. Séu laun í mismunandi atvinnugreinum árið 2014 borin saman má sjá að heildarlaun eru næst lægst í verslun. Starfsfólk í fræðslustarfsemi hefur lægri heildarlaun eða 407 þúsund krónur á mánuði. Hæst voru launin hjá veitustarfsmönnum, um 595 þúsund krónur á mánuði, og starfsmönnum í fjármálafyrirtækjum um 588 þúsund krónur.

Mynd 17. **Breyting reglulegra heildarlauna eftir bálkum atvinnugreina, fast verðlag** / Changes in regular income by industry, fixed prices.



Heimild: Hagstofan

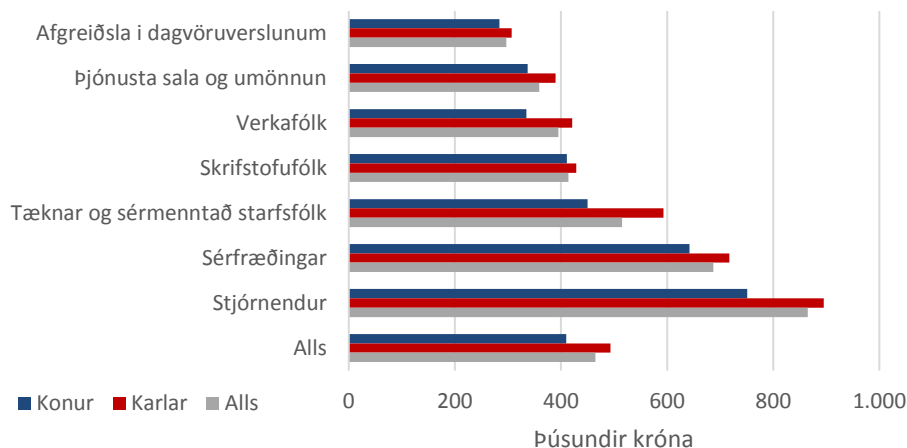
Greint eftir starfsstéttum voru stjórnendur með hæst regluleg heildarlaun, 865 þúsund krónur á mánuði en á hæla þeirra komu sérfræðingar með 687 þúsund krónur á mánuði. Lægst laun hafði almennt afgreiðslufólk í dagvöruverslun, 297 þúsund krónur á mánuði, en næst lægst laun voru í flokki þjónustu, sölu og umönnunar eða 359 þúsund krónur á mánuði.

Á heildina litið hækkuðu laun kvenna meira en laun karla árið 2014 eða um 2,7% að raunvirði samanborið við 1,9% launahækkun

karla en launabreytingar eru þó afar misjafnar eftir starfsstéttum. Laun sérfræðinga hækkuðu mest árið 2014, um 5,2% að raungildi frá fyrra ári, og þá sérstaklega laun kvenkyns sérfræðinga en laun þeirra hækkuðu um 8,7% frá 2013 meðan karlar hækkuðu um 4,6%. Laun afgreiðslufólks í dagvöruverslunum hækkuðu um 4,5% sé litið til beggja kynja en meðan laun kvenna hækkuðu um 4,7% lækkuðu laun karla um 0,5%.

Mynd 18. **Miðgildi reglulegra heildarlauna eftir starfsstétt og kyni**

Median regular income by profession and gender, x1000 ISK.



Heimild: Hagstofan

3.2 Launakönnun VR

Samkvæmt árlegri launakönnun VR var miðgildi heildarlauna í smásöluverslun 435 þúsund krónur árið 2014 og nam hækkun launa að raunvirði 9,5% frá fyrra ári. Í heildverslun var miðgildi heildarlauna heldur hærra eða 500 þúsund krónur á mánuði en hækkun þeirra var eilítið lægri eða um 8,6% frá árinu á undan. Í smásölu hækkuðu laun mest í apótekum og snyrtivöruverslunum eða um 11,7% umfram verðlagsþróun en laun í byggingarvöruverslunum hækkuðu álíka mikið eða um 11%. Í heildverslun hækkuðu

laun mest í sölu hrávöru, um 23,9% frá fyrra ári en starfsmenn þess flokks verslunar voru jafnframt hæst launaðastir árið 2014. Í allri verslun eru laun nú sem áður lægst í dagvöruverslun samkvæmt launakönnun VR, 410 þúsund krónur á mánuði, en í smásöluverslun eru hæst laun hjá starfsmönnum sérvöruverslana, 450 þúsund krónur á mánuði.

Greint eftir starfsstéttum var miðgildi heildarlauna sölu- og afgreiðslufólks 420

þúsund krónur á mánuði árið 2013 og hækkaði að raunvirði um 6,8% frá árinu á undan. Lægst laun hafa kassastarfsmenn, 282 þúsund á mánuði, en laun þeirra hækkuðu um 5,2% umfram verðlag frá árinu 2013. Hæst laun sölu- og afgreiðslufólks hafa sölufulltrúar en miðgildi heildarlaun þeirra var 435 þúsund krónur á mánuði árið 2014, 2,8% hærra en árið 2013 að teknu tilliti til verðlagsþróunar. Við túlkun launatalna eftir

starfsstéttum ber þó að hafa í huga að svarendur merkja sjálfir við starfsstétt sína og fá svör eru að baki sumum tölunum. Sem dæmi má nefna að eingöngu 15 svör eru á bak við launatölu um afgreiðslu á kassa og að nær helmingur þeirra 579 sem starfa við sölu og afgreiðslustörf segjast starfa sem sölufulltrúar. Einnig skal bent á að töluvert ósamræmi er á milli launatalna samkvæmt Hagstofu og könnunar VR.

Tafla 3. **Miðgildi heildarlauna eftir atvinnugreinum, fast verðlag**
Median monthly salaries in retail and wholesale by industry, fixed prices

	2013	2014	12 m breyting
	þús. kr.	þús. kr.	%
Smávöruverslun			
Dagvöruverslun	374	410	9,6
Byggingavöruverslanir	400	444	11,0
Apótek og snyrtivöruverslanir	384	429	11,7
Smásöluverslun alls:	397	435	9,5
Heildverslun			
Bílasala og bensínstöðvar	479	505	5,5
Heildverslun með matvæli	459	486	6,0
Lyf, fatnaður og heimilisbúnaður	434	470	8,2
Heildverslun með hrávöru	454	562	23,9
Heildverslun alls:	461	500	8,6

Heimild: VR.

Tafla 4. **Miðgildi heildarlauna eftir starfsstéttum, fast verðlag**
Median monthly salaries by retail or wholesale profession, fixed prices

	2013	2014	12 m breyting
	þús. kr.	þús. kr.	%
Starfsstétt			
Afgreiðsla á sérvöru	340	354	4,2
Afgreiðsla á matvöru	315	311	-1,4
Afgreiðsla á kassa	268	282	5,2
Vaktstjóri í verslun	353	370	4,9
Sala í ferðaþjónustu	357	366	2,6
Sölufulltrúar	423	435	2,8
Sölu og afgreiðslufólk alls:	393	500	8,6

Heimild: VR

4

NETVERSLUN

4.1 Umfang íslenskrar netverslunar

Rannsóknasetur verslunarinnar áætlað að velta innlendrar netverslunar árið 2014 hafi verið um 4,3 milljarðar króna eða sem nemur um 1,2% af heildarveltu smásöluverslunar. Það skal tekið fram að þá er eingöngu talin sala á vörum líkt og seldar eru í hefðbundnum smásöluverslunum. Þá er ótalin netsala á hvers konar þjónustu, svo sem sala á farmiðum, aðgöngumiðum, hugbúnaði yfir netið og netþöntunum á skyndibitafæði.

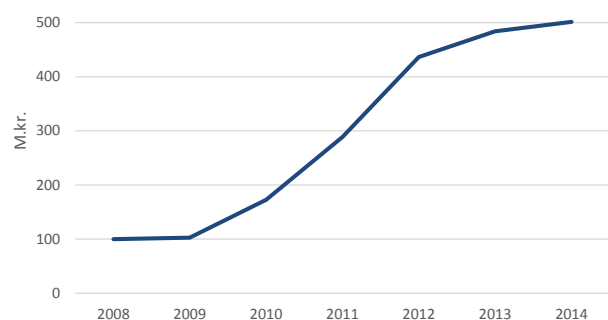
Opinberar hagtölur yfir veltu netverslana eru ekki fyllilega nákvæmar þar sem stór hluti hefðbundinna verslana selur einnig vörur á netinu án þess að sundurgreina þá veltu í uppgjöri á virðisaukaskatti. Til er sérstakur atvinnugreinaflokkur sem nær til netverslana (47.91.0: netsala og önnur póstverslun) en til þess flokks telja þó ekki nema hluti þeirra verslana sem selja vörur um netið.

Þar sem velta þeirra verslana sem selja einnig um netið en eru ekki skráðar í atvinnugreinaflokk 47.91.0 kemur ekki sérstaklega fram í opinberum hagtölum var gripið til þess ráðs að afla sérstaklega

upplýsinga um netverslunarveltu þeirra. Til þess að meta heildarumfang netverslunar aflaði RSV upplýsinga frá um 60 verslunum sem ekki skrá aðalstarfsemi sína sem netverslun en afla þó töluverðs hluta veltu sinni með netverslun. Við þær tölur sem RSV aflaði var bætt opinberum tölum um veltu netverslunar samkvæmt ofangreindri atvinnugreinaflokkun. Þær tölur voru fengnar úr skráum um virðisaukaskattsuppgjör hjá Hagstofunni. Á mynd 20 má sjá þróun netverslunar frá 2008 samkvæmt atvinnugreinaflokk 47.91.0. Þar kemur fram að vöxtur netverslunar á tímabilinu 2008 til 2014 var 402%. Heldur

Mynd 19: **Þróun íslenskrar netverslunar (velta í atvinnugreinaflokk 47.91.0: netsala og önnur póstverslun)**

Internet commerce in Iceland



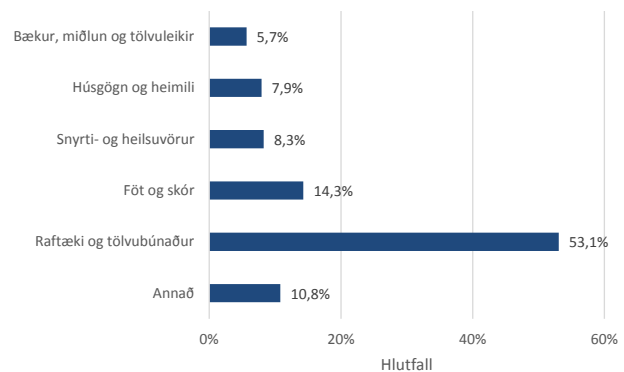
Heimild: Hagstofan

hefur dregið út þessum vexti undanfarin ár og þannig var vöxturinn aðeins 4% á milli ára 2013 og 2014.

Stærsti flokkur netverslunar hér á landi er sala á raftækjum og tölvubúnaði samkvæmt þeim gögnum sem Rannsóknasetur verslunarinnar tók saman fyrir árið 2014. Nam hluti þess flokks 53,1% af allri netverslun. Föt og skór voru í öðru sæti yfir veltuhæstu vöruflokkana í netverslun árið 2014 með 14,3% hlutdeild. Í þeim löndum sem netverslun er hvað öflugust eru venjulega þrír vöruflokkar sem skera sig úr; raf- og tölvubúnaður, föt og skór og bækur.

Í ljósi þess er athyglisvert að flokkurinn bækur, miðlun og tölvuleikir hér á landi er aðeins 5,7% í því úrtaki sem gert var.

Mynd 20: **Netverslun eftir flokkum**
Internet commerce by categories



Heimild: Rannsóknasetur verslunarinnar

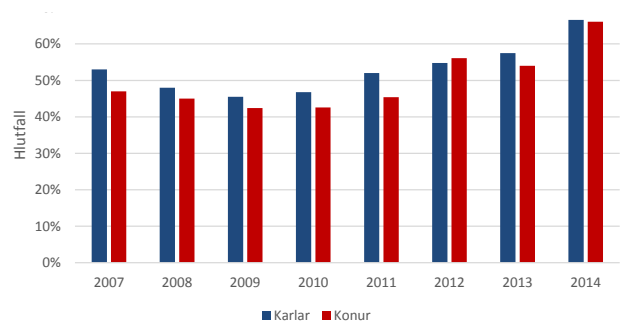
4.2 Fjöldi nettengdra sem kaupir um netið

Á árinu 2014 sögðust 66,4% landsmanna hafa keypt vöru eða þjónustu á netinu einhverntíman á síðustu 12 mánuðum í árlegri könnun Hagstofunnar. Þetta hlutfall var 55,8% árið áður og jókst því um 19 prósentustig á milli ára. Nokkuð jafnt hlutfall er milli kvenna og karla hvað varðar kaup á netinu. Karlar versluðu hlutfallslega mun oftar á netinu fyrir um áratug síðan en smám saman hefur hlutfall kvenna sem kaupa á netinu farið vaxandi. Nokkuð misjafnt er hvaða vörur konur kaupa á netinu og hvaða vörur karlar kjósa að kaupa. Þannig kaupa konur til dæmis oftar föt á netinu á meðan raf- og tölvutæki eru mun vinsælli meðal karla.

Eftirtektarvert er að samkvæmt hinni árlegu könnun Hagstofunnar á kauphegðun almennings um netið dróst netverslun

saman við efnahagshrunið en hefur farið vaxandi hvert ár frá árinu 2010. Árin fyrir hrun voru netviðskipti við erlendar netverslanir blómleg, sér í lagi bandarískar netverslanir enda var gengi krónu gagnvart bandaríkjadal afar hagstætt á þeim tíma.

Mynd 21: **Hlutfall Íslendinga sem versluðu á netinu síðustu 12 mánuði** Proportionally purchases off the Internet in the last 12 months.

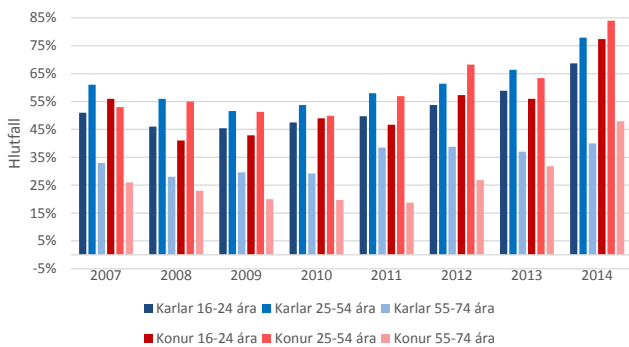


Heimild: Hagstofan

4.3 Aldursskipting netkaupenda

Sá hópur sem hvað oftast kaupir á netinu eru konur á aldrinum 25 – 54 ára samkvæmt könnun Hagstofunnar. Um 84% kvenna á þessum aldri sagðist árið 2014 hafa keypt vöru eða þjónustu á netinu einhvertíma síðustu 12 mánuði. Sá hópur sem hins vegar keypti sjaldnast á sama tímabili voru karlar á aldrinum 55 – 74 ára.

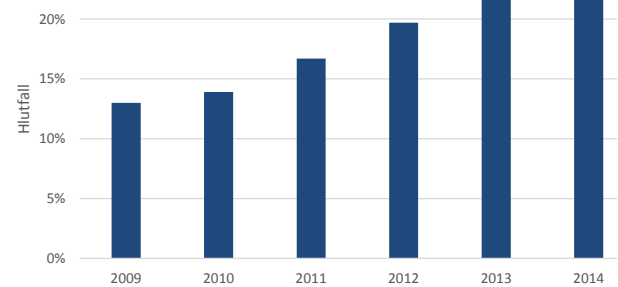
Mynd 22: **Aldursskipting þeirra sem kaupa á netinu eftir kyni og tímabilum**
Age structure of those who purchases off the Internet by age and year



Heimild: Hagstofan

Almennt má segja að það gerist æ algengara að þeir sem tilheyri eldri aldurshópum noti netið til að kaupa vörur og þjónustu. Þannig sögðust 23% þeirra sem eru á aldrinum 65 – 74 ára hafa keypt á netinu síðustu 12 mánuði árið 2014, en árið 2009 var hlutfallið 13%. Aukningin í þessum aldurshópi nam því 79% á þessu fimm ára tímabili.

Mynd 23: **Netkaup þeirra sem eru 65-74 ára** /Internet purchases of those who are 65 – 74 year old



Heimild: Hagstofan

4.4 Vörukaup á netinu

Sá vöruflokkur sem einstaklingar kaupa oftast á netinu eru föt og skór. Í könnun Hagstofunnar á netnotkun einstaklinga frá 2014 sögðust 53% neytenda hafa keypt föt á netinu einhvertíma síðastliðna 12 mánuði. Frá árinu 2007 hefur þeim sem kaupa föt og skó á netinu fjölgað um 143%. Athyglisvert er að í þeim vöruflokki sem lengstum hefur verið hvað vinsælastur, bækur og tímarit, dróst fjöldinn saman um 28% á milli ára. Hugsanlega er þar um mæliskekkju að ræða því eins og sjá má á súluritinu hér að neðan hafa að meðaltali 43% keypt bækur og tímarit á netinu síðastliðin átta ár.

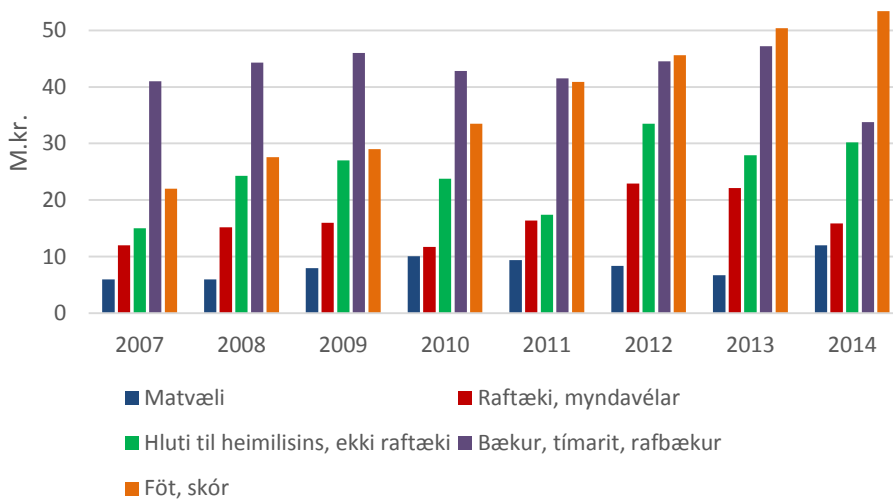
Þá vekur athygli að hlutfall þeirra sem hafa keypt matvæli og hluti til heimilis á netinu

eru tvöfalt fleiri nú en árið 2007. Hlutfall þeirra sem höfðu keypt matvæli á tólf mánaða tímabili fyrir könnunina 2014 voru 12% og þeirra sem höfðu keypt hluti til heimilis, önnur en raftæki, voru 30%.

Súluritið hér að neðan sýnir að um 16% sögðust hafa keypt raftæki á netinu síðustu tólf mánuði og er það eftirtektarvert í ljósi þess að velta velta íslenskra netverslana er mest með raftæki. Af því má draga þá ályktun að dýrustu vörurnar sem keyptar eru á netinu séu raftæki.

Í súluritinu er ekki sundurgreint hvort vörur eru keyptar frá innlendum eða erlendum netverslunum.

Mynd 24: **Vörukaup á netinu** / E-commerce by products



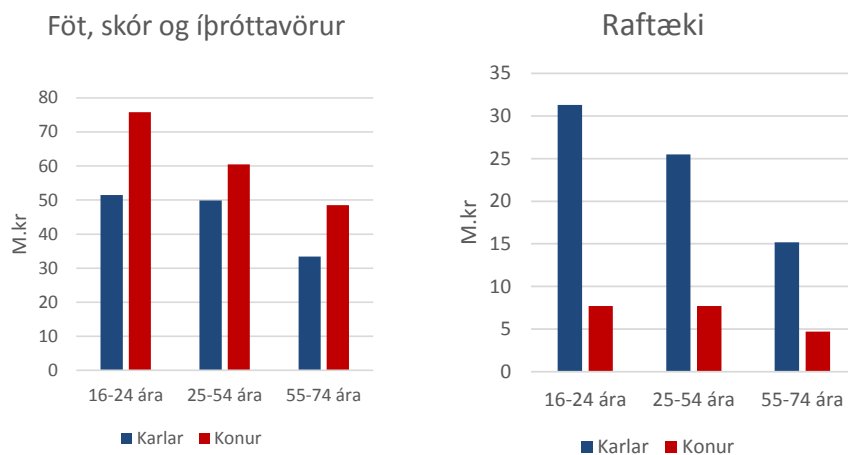
Heimild: Hagstofan

Í könnun Hagstofunnar frá 2014 má lesa mismunandi neysluhegðun eftir ýmsum lýðfræðilegum þáttum. Þar má meðal annars greina mismun á því hvaða vörur hvort kynið, karlar eða konur, velja að kaupa á netinu. Sem dæmi má nefna annars vegar kaup á fötum og skóm og hins vegar á raftækjum. Fatakaup á netinu eru mun vinsælli meðal kvenna en karla og þá sérstaklega meðal fólks á aldrinum 16-25 ára. 76% kvenna í þeim aldurshópi sagðist hafa keypt föt á netinu einhvertíma á síðustu 12 mánuðum en 52% karla. Dæmið snýst við

þegar kemur að raftækjum. Í aldurshópnum 16-24 ára sögðust 31% karla hafa keypt raftæki á netinu á síðustu 12 mánuðum á meðan 8% kvenna í sama aldurshópi hafði verslað slík tæki í gegnum netverslanir á sama tímabili.

Í sömu könnun Hagstofunnar kemur fram að sáralítill munur er á hlutfalli þeirra sem búa á höfuðborgarsvæðinu og þeirra sem búa utan höfuðborgarsvæðisins hvað varðar kaup á netinu.

Mynd 25: **Hlutfall þeirra sem keyptu föt, skó og íþróttavörur (t.v.) og raftæki (t.h.) á netinu** / Proportion of those who purchased cloths, footwear and sportswear off the Internet



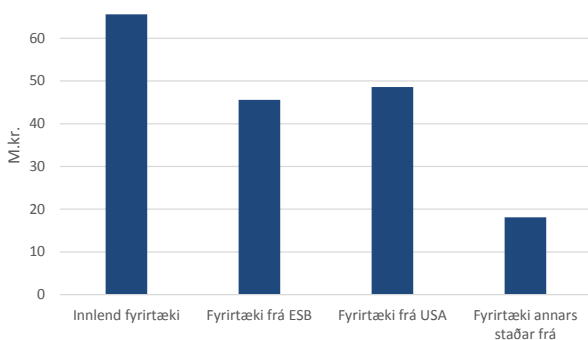
Heimild: Hagstofan

4.5 Upprunaland

Árið 2014 sögðust 66% þeirra sem höfðu keypt á netinu hafa keypt frá innlendu fyrirtæki á síðustu 12 mánuðum. Til samanburðar sögðust 46% hafa keypt frá fyrirtæki innan Evrópusambandsins, 49% frá Bandaríkjunum og 18% frá öðrum löndum. Hafa ber í huga að hér er spurt um bæði vörur og þjónustu og því eru kaup á aðgöngumiðum, farmiðum, pöntun á hótलगistingu o.fl. talin með.

Það kann að vekja athygli að aðeins 18% segjast hafa keypt vörur frá löndum utan Evrópu og Ameríku í ljósi mikillar aukningar á netverslun frá Kína og öðrum Asíulöndum en á móti kemur að þetta hlutfall er tvöfalt hærra en var árið áður. Árið 2013 sögðust 9% hafa keypt á netinu frá öðrum löndum en Evrópu og Ameríku.

Mynd 26: **Upprunaland söluaðila í netverslun** / E-commerce sellers by countries of origin.

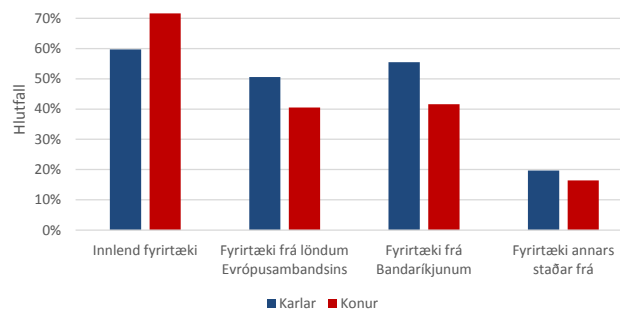


Heimild: Hagstofan

Í nýlegri skýrslu um netverslun sem Rannsóknasetur verslunarinnar gaf út kemur fram að mun hærra hlutfall Íslendinga kaupir vörur frá öðrum löndum en sínu heimalandi heldur en neytendur á Norðurlöndunum og í Bretlandi.

Á meðan konur kaupa oftast í gegnum innlendar netverslanir kaupa karlar oftast í gegnum erlendar netverslanir. Þannig sögðust 72% þeirra kvenna sem keyptu um netið hafa verslað við innlenda aðila á meðan 60% sögðust hafa keypt innanlands. Hins vegar sögðust 25% fleiri karlar hafa keypt frá erlendum netverslunum en innlendum.

Mynd 27: **Innlend og erlend netkaup eftir kynjum** / Domestic and foreign Internet purchases by gender.



Heimild: Hagstofan

Sprenging í fataverslun á netinu

Íslendingar keyptu föt og skó frá útlöndum gegnum netverslun árið 2014 fyrir 631 millj. kr., þegar taldar eru vörur sem Íslandspóstur annaðist flutning á. Verðmæti fata- og skókaupa á netinu er um 43% alls þess sem keypt er frá öðrum löndum og Íslandspóstur afgreiddi. Á síðustu fimm árum jókst erlend netverslun alls um 160% þegar talið er verðmæti slíkra sendinga með Íslandspósti. Samkvæmt upplýsingum Hagstofunnar um netverslun einstaklinga frá útlöndum sem Íslandspóstur annaðist afgreiðslu á, árið 2014, nam heildarupphæð þess varnings um 1,5 milljörðum kr. sem er um 0,4% af heildarveltu innlendarar smásöluverslunar. Mest var velta með föt og skó og hefur sá flokkur margfaldast á örfáum árum. Vöxtur í veltu netverslunar á fötum frá útlöndum á tímabilinu frá 2009 til 2014 var 730%.

Sá flokkur sem kom næst var húsbúnaður. Íslendingar keyptu slíkan búnað frá útlöndum fyrir 296 millj. kr. sem er 618% aukning frá árinu 2009. Þar er um að ræða

allt frá sængurlíni til jólaljósasería. Þriðji veltumesti vöruflokkurinn voru bækur, tónlist og kvikmyndir sem nam alls um 210 millj. kr. Í þeim flokki hefur orðið smávægilegur samdráttur á síðustu árum, eða um 2% á síðustu fimm árum.

Töluverður vöxtur hefur verið í erlendri netverslun Íslendinga á snyrtivörum og skartgripum og tengdum vörum. Á bilinu 2009 til 2014 var 223% vöxtur í þeim flokki og nam veltan árið 2014 um 88 millj. kr. Þó vissulega hafi orðið vöxtur í kaupum landsmanna á raftækjum frá útlöndum virðist sem slíkar vörur séu keyptar í meira mæli frá innlendum netverslunum.

Vakin er athygli að þessar tölur segja aðeins til um netverslun einstaklinga frá öðrum löndum sem Íslandspóstur annaðist dreifingu á. Ótalið er verðmæti þess sem DHL og önnur flutningafyrirtæki önnuðust.

Rannsóknasetur verslunarinnar hefur undir höndum mun ítarlegri sundurliðun á þeim flokkum sem kynntir eru í töflu 5 hér að neðan.

Tafla 5. **Verðmæti erlendarar netverslunar eftir vöruflokkum á þeim vörum sem Íslandspóstur annaðist flutning á, í millj. kr.** / Value of foreign purchases off the Internet by categories on goods handled by Íslandspóstur, in million ISK.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Breyting (%) 2009-2014
Bækur, kvikmyndir, hugbúnaður og annað útgefið efni	212,9	256,9	242,5	213,7	200,2	209,5	-2%
Föt og skór	76,0	114,4	144,5	165,6	517,2	630,8	730%
Raftæki og tölvubúnaður	13,7	15,8	8,9	6,7	11,0	35,5	159%
Snyrtivörur, skartgripir ofl.	27,1	31,2	27,3	26,8	43,2	87,5	223%
Matvæli og drykkjarvörur	10,1	8,7	12,1	21,6	28,9	35,6	253%
Húsbúnaður	41,1	66,9	93,6	122,9	160,3	295,5	618%
Vara- og aukahlutir fyrir ökutæki	21,8	24,9	76,2	25,3	31,6	85,9	294%
Íþróttta, útivist og afþr.vörur	100,1	84,9	102,4	27,7	2,6	41,1	-59%
Annað	63,8	37,5	41,2	177,9	45,7	49,2	-23%
Alls:	566,6	641,1	748,6	788,2	1.040,6	1.470,5	160%

Heimild: Hagstofan

Mest keypt frá Bandaríkjunum

Árið 2014 keyptu Íslendingar mest frá bandarískum netverslunum þegar talið er verðmæti þeirra vara sem Íslandspóstur afgreiddi. Alls voru keyptar vörur frá bandarískum netverslunum fyrir 411 millj. kr. Langhæstum upphæðum var varið til kaupa á fötum og skóm frá Bandaríkjunum líkt og frá fleiri löndum.

Þó svo að flestar sendingar sem hingað berast kunni að vera frá Kína þá er verðmæti netverslunarvarnings þaðan í þriðja sæti árið 2014. Ef hins vegar lagt er saman verðmæti þess varnings sem kom frá Kína og Hong Kong 2014 var það í öðru sæti að verðmæti 373 millj. kr. Landsmenn kaupa langmest af fötum og skóm frá Kína og Hong Kong, þar á eftir eru ýmsar

vörur til heimilisins og þar næst snyrti-, hreinlætisvörur og skart.

Það land sem Íslendingar kaupa næst mest frá er Bretland. Árið 2014 nam verðmæti þess 351 millj. kr. Þar ber hæst kaup á fötum og skóm. Þá er athyglisvert að mest er keypt af bókum, kvikmyndum og hugbúnaði frá Bretlandi. Árið 2014 nam sú upphæð 99 millj. kr.

Þá er eftirtektarvert að tiltölulega lítið er keypt í netverslunum frá hinum Norðurlöndunum. Svíþjóð er þar efst á blaði með 17,5 millj. kr. árið 2014.

Vakin er athygli að þessar tölur segja aðeins til um netverslun einstaklinga frá öðrum löndum sem Íslandspóstur annaðist dreifingu á. Ótalið er verðmæti þess sem DHL og önnur flutningafyrirtæki önnuðust.

Tafla 6. **Erlend netverslun Íslendinga eftir vöruflokkum og upprunalandi (á þeim vörum sem Íslandspóstur annaðist flutning á), í millj. kr.** / Foreign purchases off the Internet by categories and countries of origin (goods handled by Íslandspóstur) in million ISK.

	Banda- ríkin	Bret- land	Kína	Hong Kong	Þýska- land	Singa- púr	Holland	Pólland	Sviss	Svíþjóð	Önnur lönd
Bækur, kvikmyndir, hugbúnaður og annað útgefið efni	64.4	99.2	0.4	0.4	15.1	0.4	2.1	9.1	0.4	6.1	11.9
Föt og skór	194.4	170.0	144.6	50.4	12.1	7.5	7.3	1.8	2.7	3.9	0.2
Raftæki og tölvubúnaður	3.9	1.9	1.4	1.5	0.7	23.0	0.9	0.2	0.5	0.2	36.2
Snyrtivörur, skartgripir ofl.	22.6	14.6	19.5	6.3	2.6	2.1	1.5	1.2	0.8	1.3	0.7
Matvæli og drykkjarvörur	15.3	5.5	0.2	0.1	5.3	0.0	0.3	1.9	0.5	0.5	5.9
Vörur til heimilis	70.8	46.1	52.9	45.2	13.5	8.5	24.4	4.7	3.8	3.8	7.4
Vara- og aukahlutir fyrir ökutæki	24.6	5.6	1.6	3.5	25.8	0.6	0.4	4.4	8.2	0.3	1.3
Íþróttta, útivista og afþreyingarvörur	1.1	0.7	37.9	0.1	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	15.1
Annað	14.2	7.7	4.6	2.5	4.1	3.1	2.3	1.1	0.7	1.4	32.9
Samtals	411.3	351.3	263.2	109.9	79.3	45.2	39.3	24.5	17.5	17.5	111.5

Heimild: Hagstofan (FOB virði smásendinga eftir vöruflokkum)

5

VERSLUNARHÚSNÆÐI

Á undanförunum árum hafa verið birtar upplýsingar um verslunarrými á Íslandi í Árbók verslunarinnar sem byggja á upplýsingum frá Þjóðskrá. Vegna ýmissa annmarka verða slíkar upplýsingar ekki birtar að þessu sinni.

Þjóðskrá Íslands hefur undanfarin ár, að beiðni Rannsóknaseturs verslunarinnar, greint fermetrafjölda verslunarhúsnæðis á Íslandi eftir svæðum, fjölda kaupsamninga og meðalfermetraaverð verslunarhúsnæðis. Upplýsingarnar eru fengnar úr fasteignaskrá.

Í fasteignaskrá er að finna upplýsingar um stærð húsnæðis og flokkað eftir notkun. Skráin er meðal annars notuð sem grunnur fyrir brunabóta- og fasteignamat. Þetta á bæði við um íbúðarhúsnæði og atvinnuhúsnæði, þar með talið verslunarhúsnæði.

Samkvæmt Þjóðskrá taldi verslunarrými á landinu 1.241.086 fermetra árið 2013 og jókst um 2,6% frá árinu áður. Samkvæmt

þessu voru 3,8 fermetrar verslunarrýmis á hvern landsmann að meðaltali.

Nokkurrar ónákvæmni gætir um þessa mælingu og hafa ber í huga ýmis álitæfni við skráninguna.

Innifalið í tölum um fermetrafjöldu verslana eru veitingahús og ýmis önnur þjónustustarfsemi eins og hárgreiðslustofur, efnalaugar og önnur sambærileg þjónusta. Ein ástæða þessa er að oft er breytt um starfsemi í verslunar- og veitingahúsum. Eitt árið kann að vera rekin verslun í húsnæði og næsta ár veitingastarfsemi.

Almennt á skrifstofurými ekki að vera talið með verslunarrými í tölum Þjóðskrár sem unnar hafa verið fyrir Rannsóknasetur verslunarinnar. Hins vegar eru dæmi þess að skrifstofubýggingar hafi verið taldar með sem verslunarrými. Dæmi um það er þegar háhýsið Höfðatorg við Borgartún í Reykjavík var tekið í notkun á síðasta ári og skráð sem verslunarhúsnæði. Í því tilviki hafa tölur verið leiðréttar eftir á en ekki er

vitað í hve miklu mæli skrifstofuhúsnæði er skráð sem hluti af verslunarrými. Líklega eru jafnframt dæmi til um að verslunarhúsnæði sé í einhverjum tilvikum skráð sem skrifstofuhúsnæði.

Enn einn skekkjuvaldur við þessa skráningu er að eignaskráning á sambærilegu verslunarrými getur verið mismunandi frá einu húsnæði til annars. Dæmi um þetta er að verslunarmiðstöðin Smáralind er skráð sem ein heildareign með öllu sameiginlegu rými, en Kringlan er hins vegar skráð sem eign í nokkrum hlutum sem gerir að verkum að sameiginlegt rými er ekki talið með í skráningu Þjóðskrár sem verslunarrými.

Úttekt RSV á verslunarrými

Rannsóknasetur verslunarinnar tók saman greinargerð um aðferðir við mælingu á verslunarhúsnæði fyrir Samtök verslunar og þjónustu haustið 2014, sem að hluta til var byggð á upplýsingum um framkvæmd mælingar á verslunarhúsnæði í nágrannalöndum okkar, þó sérstaklega í Danmörku, Noregi og Svíþjóð. Haft var samband við opinbera aðila, hagsmunasamtök verslunarinnar og greiningarfyrirtæki í verslun í þessum löndum, í þeim tilgangi að kanna hvernig staðið er að mælingum í þessum löndum.

Niðurstaðan er sú að opinberir aðilar í nágrannalöndum okkar greina ekki sérstaklega stærð verslunarhúsnæðis. Það gera hins vegar hagsmunasamtök að einhverju leyti og byggja þær tölur á upplýsingum sem aðildarfyrirtæki þessara

samtaka láta þeim í té. Sömu aðferðum beita þau fjölbjóðlegu greiningarfyrirtæki sem stunda slíkan samanburð. Forsendur geta verið mismunandi á milli landa og milli aðila sem sjá um framkvæmdina.

Íbúafjöldi og þéttleiki byggðar er eitt af því sem ber að hafa í huga við samanburð á verslunarrými milli landa. Dæmi um þetta er að tvær stærstu verslunarmiðstöðvar á höfuðborgarsvæðinu, Kringlan og Smáralind, eru sambærilegar að stærð við verslunarmiðstöðvar í þéttbýlum borgum í nágrannalöndum okkar sem ætla má að afkasti meiri veltu á hvern fermetra en hér vegna fámennis. Þá má nefna að í fámennum íslenskum byggðalögum eru verslanir sem verða að hafa ákveðinn grunnflöt sem óraunhæft er að bera saman við sambærilega stærð af verslun á þéttbýlli svæðum.

Verslunarrými dagvöruverslana

Í kjölfar ofangreindrar úttektar RSV var óskað eftir því að Capacent, sem er umboðsaðili alþjóðlega greininga- og ráðgjafafyrirtækisins Nielsen hér á landi, að gera sambærilega mælingu hér á landi og gerð hefur verið í Noregi og beita til þess sambærilegum aðferðum. Þær mælingar ná aðeins til dagvöruverslana og því undanskildar allar aðrar verslanir. Niðurstaða þeirra mælinga var að hér á landi væru 309 fermetrar verslunarrýmis á hverja 1.000 íbúa en í Noregi eru 488 fermetrar á hverja 1.000 íbúa. Sú vísbending gefur til kynna að nýting verslunarhúsnæðis sé betri hér á landi en í Noregi. Jafnframt

að meðalstærð dagvöruverslunar hér á landi sé 618 fermetrar en í Noregi er meðalstærðin 671 fermetri.

Nýjar skráningaraðferðir Þjóðskrár

Þjóðskrá birtir á hverju ári fasteignamat fyrir íbúðar- og atvinnuhúsnæði. Nú er verið að innleiða nýja og endurbætta matsaðferð með matsformúlu sem tekur ekki aðeins mið af þinglýstum kaupsamningum til að meta markaðsverð heldur einnig

leigusamninga. Þjóðskrá telur að með nýja matinu dragi úr skekkju sem hingað til hefur verið í matinu, meðal annars hvað varðar notkun húsnæðis fyrir verslun eða aðra flokka atvinnuhúsnæðis. Með nýju matsaðferðinni er gert ráð fyrir að á næstu tveimur til þremur árum muni matið smám saman verða leiðrétt sem muni leiða til raunsannra mats á verslunarfermetrum en verið hefur.

Helstu niðurstöður

- Ekki eru tiltækar opinberar tölur um stærð verslunarhúsnæðis í nágrannalöndum okkar líkt og Þjóðskrá tekur saman hér á landi. Evrópska Hagstofan, Eurostat, eða aðrar sambærilegar stofnanir safna ekki slíkum upplýsingum á samræmdan hátt. Á hinum Norðurlöndunum hafa hagsmunaaðilar eða fjölþjóðleg greiningar- og ráðgjafafyrirtæki tekið saman tölur um verslunarrými, hver á sinn hátt.
- Misræmi er í skráningu verslunarfermetra hér á landi og í grannlöndunum. Ástæðuna má rekja til mismunandi skilgreininga á hvað telst verslunarrými og aðferða við mælingar. Þjóðskrá byggir sína greiningu á upplýsingum í fasteignaskrá en í samanburðarlöndunum er aflað upplýsinga beint frá eigendum verslunarhúsnæðis og bætt við öðru verslunarrými samkvæmt mati viðkomandi greiningaraðila.
- Mun víðari skilgreining er á upplýsingum Þjóðskrár um verslunarhúsnæði heldur en í samanburðarlöndunum. Þannig eru veitingahús og ýmis þjónustustarfsemi eins og hárgreiðslustofur innifaldar í verslunarhúsnæði hér á landi auk þess sem sameiginlegt rými verslunarmiðstöðva er í mörgum tilvikum talið með á meðan samanburðartölur í grannríkjunum segja aðeins til um fermetrafjölda sölurýmis í verslun.
- Samkvæmt mælingu Capacent/Nielsen 2014 á fermetrafjölda dagvöruverslana hér á landi og í Noregi kemur í ljós að á Íslandi er 179 færri fermetrar verslunarrýmis á hverja 1.000 íbúa en í Noregi.

6

ÍBÚAR EFTIR LANDSVÆÐUM OG ALDRI

Í árslok 2014 bjuggu 329.100 manns á Íslandi en það er fjölgun um 1% frá árinu á undan. Karlar eru 1.272 fleiri en konur eða 50,2% mannfjöldans en karlar hafa verið fleiri en konur óslitið frá árinu 1950 en að meðaltali hafa lifandi fæðst 1,05 drengir á hverja stúlku frá sama ári. Í árslok 2014 bjuggu hérlendis 24.230 erlendir ríkisborgarar og 204.820 með íslenskt ríkisfang en 7,4% íbúa eru með erlent ríkisfang. Landsmönnum fjölgaði um 3.429 á árinu 2014, fæddir umfram dána voru 2.326 og aðfluttir umfram brottflutta voru 1.113. Brottfluttir íslenskir ríkisborgarar voru 760 umfram aðflutta

en aðfluttir erlendir ríkisborgarar umfram brottflutta voru 1.873. Flutningsjöfnuður var jákvæður annað árið í röð árið 2014 en árin 2009-2012 var flutningsjöfnuður neikvæður. Jákvæðum flutningsjöfnuði árin 2013-2014 er haldið uppi af erlendum ríkisborgunum en flutningsjöfnuður íslendinga hefur verið neikvæður frá árinu 2006. 3.734 manns fluttu frá landsbyggðinni á höfuðborgarsvæðið árið 2014 á móti 3.377 sem fluttu frá höfuðborgarsvæðinu á landsbyggðina. Frá aldamótum hefur hægt nokkuð á landsbyggðaflotta en á áttunda og níunda áratuginum fluttu oftast á bilinu

Tafla 7. **Mannfjöldi í árslok 2014** / Human population by regions.

Mannfjöldi í árslok	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Breyting
Alls	307.672	315.459	319.368	317.630	318.452	319.575	321.857	325.671	329.100	1,05%
Höfuðborgarsvæðið	191.919	197.945	201.251	200.907	202.341	203.594	205.675	208.752	211.282	1,21%
Suðurnes	18.912	20.659	21.544	21.359	21.088	21.242	21.206	21.560	22.026	2,16%
Vesturland	15.029	15.569	15.707	15.370	15.379	15.368	15.381	15.441	15.566	0,81%
Vestfirðir	7.361	7.238	7.287	7.266	7.037	6.955	7.031	6.972	6.970	-0,03%
Norðurland vestra	7.557	7.482	7.499	7.490	7.493	7.299	7.271	7.245	7.137	-1,49%
Norðurland eystra	28.041	28.421	28.573	28.379	28.501	28.506	28.503	28.560	28.744	0,64%
Austurland	15.886	14.483	13.357	12.980	12.811	12.868	12.957	13.055	13.009	-0,35%
Suðurland	22.967	23.662	24.150	23.879	23.802	23.743	23.833	24.086	24.366	1,16%
Breyting frá fyrra ári	2,59%	2,53%	1,24%	-0,54%	0,26%	0,35%	0,71%	1,18%	1,05%	

Heimild: Hagstofan.

eitt til tvö þúsund fleiri af landsbyggðinni á höfuðborgarsvæðið en öfugt, fór sá mælikvarði síðast yfir eitt þúsund manns árið 1999.

Árið 2014 fluttu 6.988 manns til landsins erlendis frá, 3.815 karlar og 3.173 konur. Flestir fluttu til landsins frá Póllandi 1.393 erlendir ríkisborgarar og 13 íslenskir. Næst

flestir fluttu til landsins frá Danmörku 771 íslenskur ríkisborgari en 122 erlendir ríkisborgarar. Frá landinu fluttu 5.875 manns, þar af 3.400 íslenskir ríkisborgarar og 2.475 erlendir ríkisborgarar. Flestir fluttu til Noregs, 1.004 íslendingar og 57 erlendir þegnar en næst á eftir kemur Danmörk en þangað fluttu 942 á árinu.

Tafla 8. **Flutningsjöfnuður eftir ríkisföngum** / Migration to and from Iceland

	Alls	Íslenskir ríkisborgarar			Erlendir ríkisborgarar		
	Aðfluttir umfram brottflutta	Aðfluttir umfram brottflutta	Aðfluttir	Brottfluttir	Aðfluttir umfram brottflutta	Aðfluttir	Brottfluttir
2005	3.860	118	3.093	2.975	3.742	4.680	938
2006	5.255	-280	2.762	3.042	5.535	7.070	1.535
2007	5.132	-167	3.228	3.395	5.299	9.318	4.019
2008	1.144	-477	2.817	3.294	1.621	7.471	5.850
2009	-4.835	-2.466	2.385	4.851	-2.369	3.392	5.761
2010	-2.134	-1.703	2.637	4.340	-431	2.988	3.419
2011	-1.404	-1.311	2.824	4.135	-93	2.754	2.847
2012	-319	-936	3.130	4.066	617	2.827	2.210
2013	1.598	-36	3.139	3.175	1.634	3.932	2.298
2014	1.113	-760	2.640	3.400	1.873	4.348	2.475

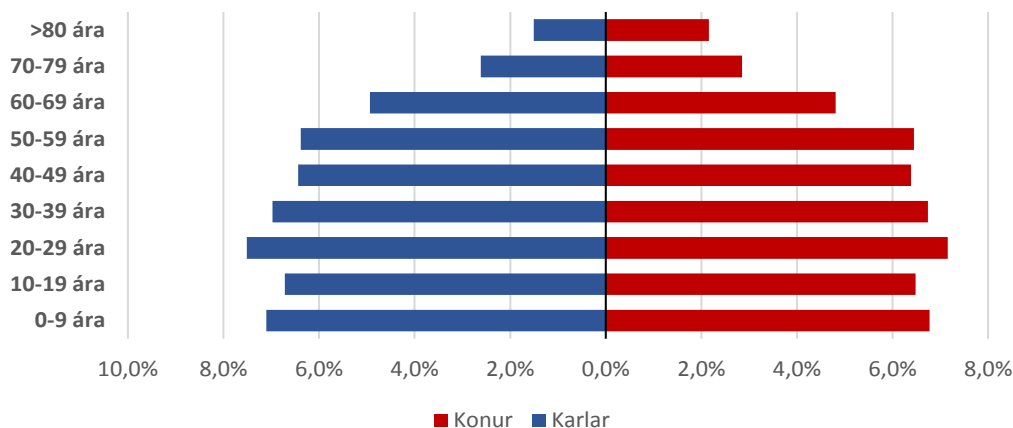
Heimild: Hagstofan

6.2 Aldursdreifing

Vöruframboð verslana á hverjum stað er að stóru leyti háð lýðfræðilegri samsetningu svæðisins. Líkt og fyrri ár er aldurshópurinn frá 20-29 ára fjölmennastur en hann samanstendur af einstaklingum fæddum árin 1985-1994. Fjölmennasti einstaki árgangurinn eru einstaklingar fæddir árið 1990 en ríflega 5.200 einstaklingar fæddir það ár voru í manntalinu í lok árs 2014. Menn á vinnufærum aldri (18-67 ára) árið 2014 voru 213.699 samanborið við 211.333 árið á undan en aukningin er tæpt hálf prósentsstig af mannfjölda hvors árs.

Á mynd 27 má sjá aldurspíramída þjóðarinnar en þegar frjósemi er stöðug og engin stórvægileg áföll dynja yfir mjókkar aldurspíramídinn með hverju aldursbili. Eins og sést á myndinni eru tvö yngstu aldursbilin fámennari en áður nefnt aldursbil 20-29 ára en það stafar af minnkandi frjósemi. Sem dæmi um þetta var frjósemi árið 2013 1,9 lifandi barn á hverja konu samanborið við 2,3 árið 1990.

Mynd 28. **Aldurspíramídi yfir allt landið**
Iceland age-pyramid



	Allt landið	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014		89.254	92.207	84.027	48.366	11.817	325.671
Fjöldi 1. janúar 2015		89.112	93.423	84.431	50.082	12.052	329.100
Breyting árið 2014		-0,2%	1,3%	0,5%	3,5%	2,0%	1,1%

Heimild: Hagstofan

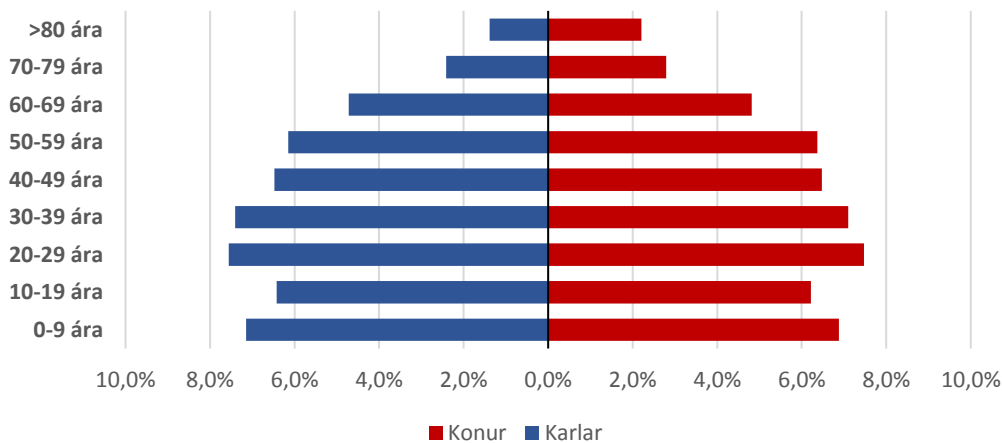
6.2.1 Höfuðborgarsvæðið

Íbúar á höfuðborgarsvæðinu voru 211.282 í árslok 2014 og fjölgaði um 2.530 eða 1,2% frá fyrra ári. Mest fjölgun íbúa höfuðborgarsvæðisins er í aldurshópnum 60-79 ára eða 3,4% milli ára en árið á undan fjölgaði um 3,6% í sama aldurshóp. Eingöngu er fækkun í aldurshópnum undir 20 ára en er sú fækkun þó aðeins

um 5 manns. Höfuðborgarsvæðið er eini landshlutinn þar sem konur voru fleiri en karlar árið 2014 en 1370 fleiri konur búa á höfuðborgarsvæðinu en karlar. Launatekjur á höfuðborgarsvæðinu árið 2012 voru 4.166 þúsund krónur eða um 1% hærri en landsmeðaltal.

Mynd 29. **Aldurspíramídi höfuðborgarsvæðisins**

Capital region age-pyramid



Höfuðborgarsvæðið	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	56.365	61.492	53.372	30.098	7.425	208.752
Fjöldi 1. janúar 2015	56.360	62.395	53.808	31.135	7.584	211.282
Breyting árið 2014	0,0%	1,5%	0,8%	3,4%	2,1%	1,2%

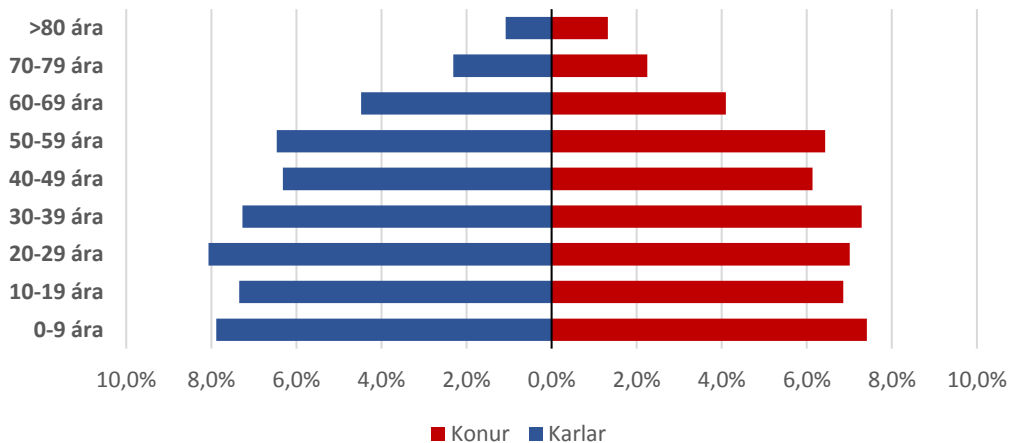
Heimild: Hagstofan

6.2.2 Suðurnes

Á Suðurnesjum bjuggu 22.026 í árslok 2014 samanborið við 21.560 í árslok 2013 og fjölgaði íbúum því um 2,2%, er það mesta fjölgun allra landshluta á árinu. Fjölgun varð í öllum aldursbilum en mest þó í elstu aldurshópnum yfir 60 ára. Suðurnes eru ásamt höfuðborgarsvæðinu þeir landshlutar þar sem áberandi hærra hlutfall íbúa eru á aldursbilinu 20-29 ára en í aldursbilinu fyrir neðan, 10-19 ára. Líklegt verður að telja að þetta útskýrist að hluta til af aðgengi

að háskólum og nemendagörðum þeim tengdum. Meðalaldur Suðurnesjabúa er lægstur í samanburði við aðra landshluta eða 35,37 ár borið saman við 37,45 ár að meðaltali á landsvísu. Launatekjur á Suðurnesjum árið 2012 voru 3.640 þúsund krónur á mann, 12% undir landsmeðaltali en skýrast lágar launatekjur á Suðurnesjum að hluta til af miklum fjölda námsmanna í landshlutanum.

Mynd 30. **Aldurspíramídi Suðurnesja**
Suðurnes age-pyramid



Suðurnes	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	6.484	6.302	5.504	2.762	508	21.560
Fjöldi 1. janúar 2015	6.495	6.526	5.583	2.893	529	22.026
Breyting árið 2014	0,2%	3,6%	1,4%	4,7%	4,1%	2,2%

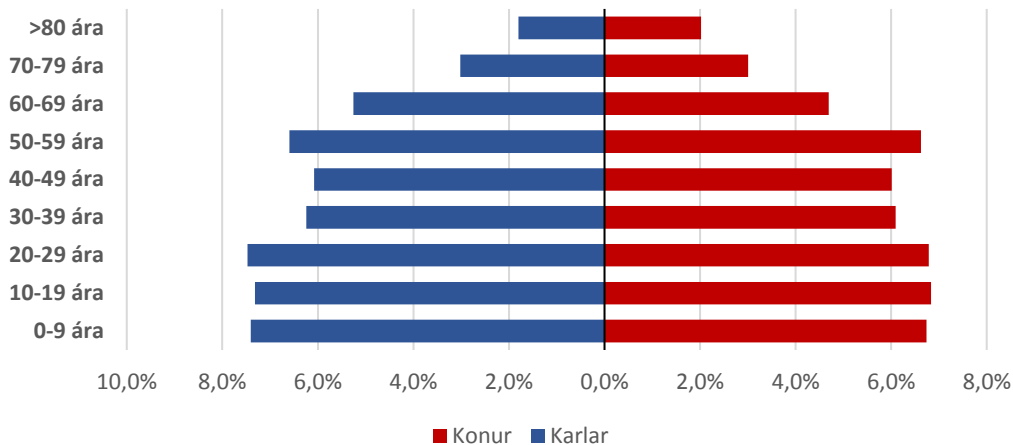
Heimild: Hagstofan

6.2.3 Vesturland

Á Vesturlandi bjuggu 15.566 manns í árslok árið 2014, 0,8% fleiri en árið á undan og bættust 125 íbúar við íbúafjölda landshlutans á árinu. Árið 2014 var fjölgun í öllum aldurshópum landshlutans nema

meðal þeirra sem eru 40-59 ára. Mest fjölgaði í hópi þeirra sem eru 60-79 ára eða um 4,7%. Launatekjur á Vesturlandi árið 2012 voru 4.216 þúsund krónur á framteljanda en það er um 2,3% yfir landsmeðaltali.

Mynd 31. **Aldurspíramídi Vesturlands**
Age-pyramid for the west region



Suðurnes	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	6.484	6.302	5.504	2.762	508	21.560
Fjöldi 1. janúar 2015	6.495	6.526	5.583	2.893	529	22.026
Breyting árið 2014	0,2%	3,6%	1,4%	4,7%	4,1%	2,2%

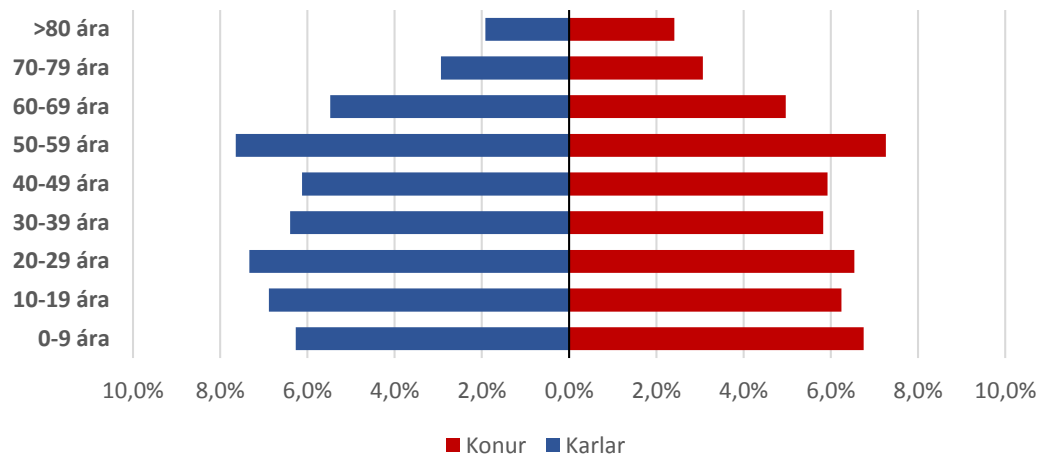
Heimild: Hagstofan

6.2.4 Vestfirðir

Íbúafjöldi Vestfjarða var nær óbreyttur árið 2014 en heildarfjöldi íbúa lækkaði um tvo á árinu. Mest fjölgun þegar horft er til ólíkra aldurshópa var meðal íbúa á aldrinum 60-79 ára en þeim fjölgaði um 3,5% frá fyrra ári. Mest fækkaði í aldurshópnum undir tvítugu, um 2,1% eða fjörutíu einstaklinga.

Fjölmennasti aldurshópurinn á Vestfjörðum eru einstaklingar á sextugsaldri en hvergi annarsstaðar á landinu skipar jafn fullorðinn hópur fjölmennasta aldursbilið. Launatekjur á Vestfjörðum voru 4.118 þúsund krónur á mann árið 2012, það er í takt við landsmeðaltal ársins.

Mynd 32. **Aldurspíramídi Vestfjarða**
Vestfirðir age-pyramid



Vestfirðir	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	1.863	1.800	1.899	1.108	302	6.972
Fjöldi 1. janúar 2015	1.823	1.819	1.879	1.147	302	6.970
Breyting árið 2014	-2,1%	1,1%	-1,1%	3,5%	0,0%	0,0%

Heimild: Hagstofan

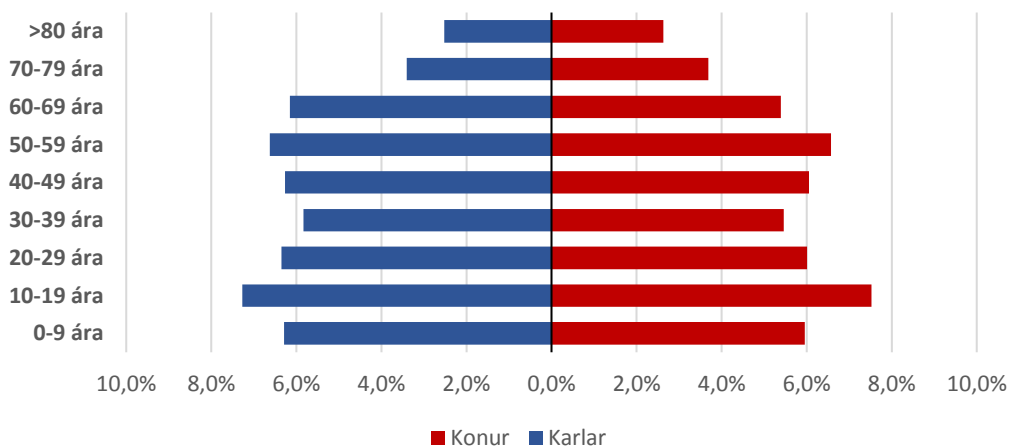
6.2.5 Norðurland vestra

Íbúar Norðurlands vestra voru 7.137 í árslok árið 2014, 1,5% færri en í árslok 2013 eða fækkun um 108 manns. Fólksfækkun í landshlutanum er sú mesta árið 2014 og hefur verið viðvarandi um nokkurra ára bil en sem dæmi fækkaði íbúum um 0,4% hvort árið 2012 og 2013. Mest fækkun var í aldurshópum 20-39 ára eða um 3,9% en mest fjölgun í aldurshópnum 60-79 ára, 2,3%. Á Norðurlandi vestra er hæsta hlutfall allra

elstu íbúa landsins en landshlutinn er sá eini þar sem íbúar yfir áttæðu telja meira en 5% íbúafjöldans og íbúar yfir níuræðu eru um 1% íbúafjöldans samanborið við tæp 0,4% á landsvísu. Meðalaldur íbúa landshlutans er jafnframt hæstur, 39,88 ár samanborið við 37,45 ár á landsvísu. Launatekjur á Norðurlandi vestra voru 3.947 þúsund krónur á hvern framteljanda árið 2012, 4,2% undir landsmeðaltali.

Mynd 33. **Aldurspíramídi Norðurlands vestra**

Age-pyramid for the north-west region



Norðurland vestra	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	1.964	1.756	1.860	1.300	365	7.245
Fjöldi 1. janúar 2015	1.930	1.688	1.821	1.330	368	7.137
Breyting árið 2014	-1,7%	-3,9%	-2,1%	2,3%	0,8%	-1,5%

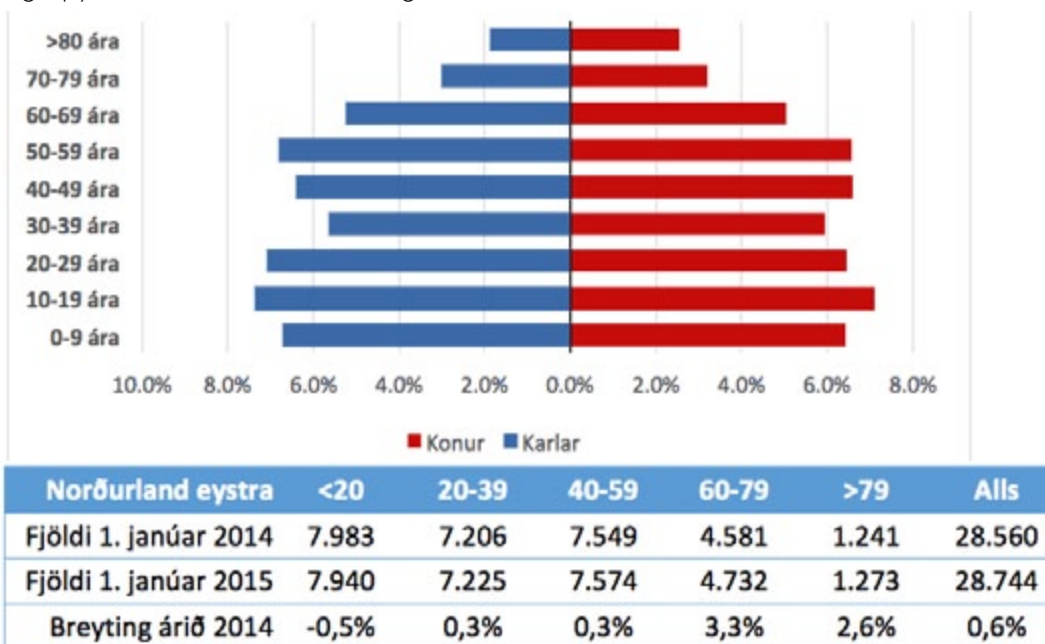
Heimild: Hagstofan

6.2.6 Norðurland eystra

Íbúar á Norðurlandi eystra voru 28.744 í árslok 2014 og fjölgaði um 0,6% eða 184 manns frá fyrra ári. Eins og í flestum landshlutum var fjölgunin mest í aldursbilinu 60-79 ára en í því aldursbili fjölgaði íbúum Norðurlands eystra um 3,3% á árinu.

Fólksfækkun mælist í einu aldursbili en það er meðal yngstu íbúa landshlutans, undir 20 ára, fækkaði þeim um hálf t prósent frá fyrra ári. Launatekjur á Norðurlandi eystra árið 2012 voru 4.085 þúsund krónur á hvern framteljanda, 1% undir landsmeðaltali.

Mynd 34. **Aldurspíramídi Norðurlands eystra**
Age pyramid for the north-east region



Heimild: Hagstofan

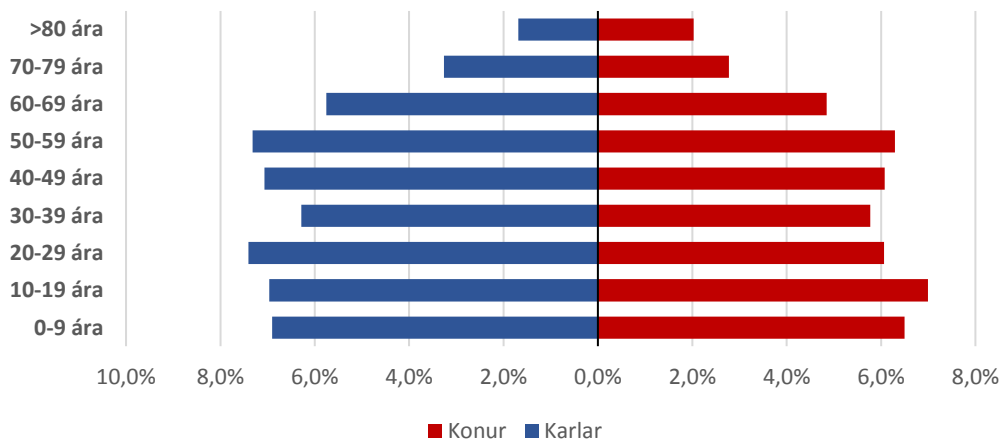
6.2.7 Austurland

Íbúar Austurlands voru 13.009 í árslok 2014 en þeim fækkaði um 0,4% frá fyrra ári en það jafngildir fækkun um 46 íbúa. Fækkun íbúa varð í öllum aldursþrepum nema meðal 60-79 ára íbúa en þeim fjölgaði um 1,5% á

milli ára. Launatekjur á hvern framteljanda á Austurlandi árið 2012 voru 4.754 þúsund krónur á mann, 15,4% hærra en landsmeðaltal og þær lang hæstu allra landshluta á Íslandi.

Mynd 35. Aldurspíramídi Austurlands

Age-pyramid for the east region



Austurland	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	3.568	3.366	3.494	2.133	494	13.055
Fjöldi 1. janúar 2015	3.559	3.321	3.481	2.165	483	13.009
Breyting árið 2014	-0,3%	-1,3%	-0,4%	1,5%	-2,2%	-0,4%

Heimild: Hagstofan

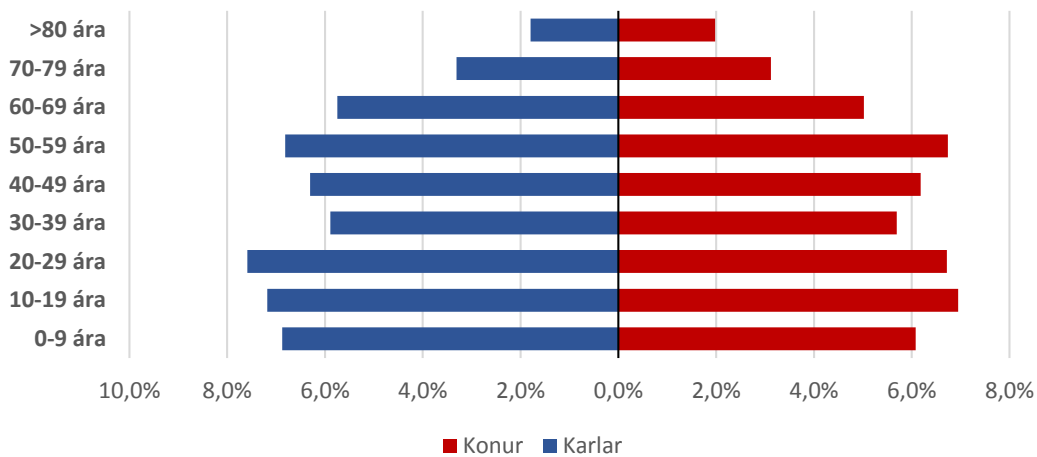
6.2.8 Suðurland

Íbúar Suðurlands voru 24.366 í árslok 2014 eða 1,2% fleiri en árið á undan. Mest fjölgun eftir aldurshópum var meðal íbúa 60-79 ára eða um 4,6% og er það í takt við þróun í öðrum landshlutum. Mest fækkun var meðal

þeirra sem eru 40-59 ára en þeim fækkaði um 0,9%. Launatekjur á Suðurlandi voru 3.848 þúsund á hvern framteljanda árið 2012, 6,6% undir landsmeðaltali.

Mynd 36. **Aldurspíramídi Suðurlands**

Age-pyramid for the south region



Suðurland	<20	20-39	40-59	60-79	>79	Alls
Fjöldi 1. janúar 2014	6.633	6.148	6.400	4.008	897	24.086
Fjöldi 1. janúar 2015	6.600	6.309	6.345	4.193	919	24.366
Breyting árið 2014	-0,5%	2,6%	-0,9%	4,6%	2,5%	1,2%

Heimild: Hagstofan

Í Árbók verslunarinnar 2015 kemur fram að:

- Á árinu 2014 var heildarvelta smásöluverslunar án virðisaukaskatts tæpir 372 milljarðar króna samanborið við 362 milljarða árið áður. Vöxtur í veltu frá fyrra ári var 2,8% að raunvirði, sem er um tvöfalt meiri vöxtur en árið áður.
- Árið 2014 var landsframleiðsla 1.048 milljarðar króna og hefur aldrei mælst hærri á föstu verðlagi.
- Kaupmáttur launa var um áramótin 2014-2015 jafn hár og þegar hann var hæstur árin 2007-2008. Einkaneysla Íslendinga árið 2014 var 1.077 milljarðar króna og jókst um 3,7% frá fyrra ári. Einkaneysla matar og drykkjarvara jókst um 3,2% frá fyrra ári og hefur aldrei verið hærri.
- Hluttur verslunar í landsframleiðslu var 9,5% árið 2014, sem er svipað hlutfall og annars vegar sjávarútvegs og hins vegar iðnaðar.
- Greiðslukortavelta erlendra ferðamanna nam um 112 milljörðum kr. 2014 og jókst um 25% frá árinu áður. Erlend kortavelta íslenskra verslana nam 18,5 milljörðum kr. og stærstur hluti þeirrar upphæðar rann til dagvöruverslana, eða 3,7 milljarða kr.
- Alls störfuðu 23.200 manns við verslun árið 2014 sem er 13,1% af heildarvinnuafli landsins. Starfsmönnum í verslun fækkaði um 300 frá árinu áður. Karlar sem störfuðu við verslun voru 3.000 fleiri en konur í greininni.
- Miðgildi reglulegra heildarlauna í verslun voru 411 þúsund krónur árið 2014 og hækkuðu að nafnvirði um 4,1% milli ára. Verslunarfólk er sá hópur sem er með einna lægstu laun. Aðeins starfsmenn í fræðslustarfsemi hafa lægri laun samkvæmt mælingu Hagstofunnar.
- Áætlað er að velta innlendar netverslunar árið 2014 hafi verið um 4,3 milljarðar króna eða sem nemur um 1,2% af heildarveltu smásöluverslunar. Stærstur hluti íslenskrar netverslunar eru raftæki. Stór hluti netverslunar Íslendinga fer fram við erlendar netverslanir. Mestur vöxtur er í netverslun með föt frá útlöndum.
- Í Árbók verslunarinnar er ítarleg greining á ýmsum lýðfræðilegum þáttum eftir landssvæðum. Þar koma meðal annars fram breytingar á fjölda íbúa eftir landssvæðum, aldursskiptinu og kyni.