



Viestintävirasto

Markkinakatsaus

2007



# **Markkinakatsaus 2007**

31.3.2008



© Viestintävirasto 2008

Tietoja lainattaessa lähteenä on mainittava Viestintävirasto.

Tiedustelut: [markkinaselvitykset@ficora.fi](mailto:markkinaselvitykset@ficora.fi)

## Johdanto

Viestintäviraston tavoitteena on turvata monipuoliset, toimivat ja turvalliset viestintäyhteydet kaikkialle Suomessa. Viestintävirasto ei voisi hoitaa tätä tehtäväänsä tehokkaasti ilman ajantasaista ja luotettavaa tietoa markkinoiden kehityksestä. Viestintämarkkinoita koskevan tiedon kerääminen onkin yksi Viestintäviraston keskeisistä lakisäätöistä tehtävistä. Virasto kerää tietoa tele-, media- ja postitoiminnasta sekä suoraan alan toimijoilta että teettämällä tutkimuksia ja selvityksiä.

Teleyritykset keskittyivät vuonna 2007 muun muassa uusien matkaviestinpalvelujen kehittämiseen. Televisiotoiminnassa puolestaan siirryttiin digiaikaan, kun analogiset maanpäälliset televisiolähetykset loppuivat elokuussa. Käyttäjille oli siten tarjolla entistä monipuolisempia viestintäpalveluja. Erityisesti mobiililaajakaistaliittymät yleistyivät vuonna 2007 nopeasti ja mobiililaajakaista oli vuoden lopussa jo kolmanneksi yleisin laajakaistatekniikka.

Uusien palvelujen kehittämisestä huolimatta viestintämarkkinat olivat vuonna 2007 melko pysähtyneessä tilassa. Markkinoille ei tullut uusia merkittäviä yrityksiä eikä yritysten markkinaosuuksissa tapahtunut suuria muutoksia. Myös hintataso pysyi vakaana. Merkittävimmän vähittäishintoihin vaikutti EU-aluetta koskevan verkkovierailuasetuksen voimaantulo. Asetuksessa määriteltiin enimmäishinnat sekä matkaviestinverkkoyritysten toisiltaan perimille tukkuhinnoille että verkkovierailupuhelujen vähittäishinnoille. Enimmäishinnat koskevat EU-maasta toiseen soitettuja ja EU-maassa vastaanotettuja puheluja.

Vaikka yritykset kehittivät aktiivisesti uusia matkaviestinpalveluja, pääosa kuluttajista on Viestintäviraston teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan kiinnostunut käyttämään matkaviestinpuhelintaan vain puhumiseen ja tekstiviestei-

hin. Myöskään internet-puhelujen käyttö ei viime vuonna merkittävästi kasvanut. Nopeiden laajakaistaliittymien osuus pysyi myös lähes ennallaan. Kaikista laajakaistaliittymistä vajaa kolmannes oli vuoden 2007 lopussa yhteysnopeudeltaan 2 Mbit/s tai sitä nopeampia ja tasan tai yli 10 Mbit/s laajakaistaliittymiä oli vain muutama prosentti.

Matkaviestinten ja laajakaistan levinneisyys on Suomessa kansainvälisesti tarkastellen edelleen korkea. Kuluttajien vähäinen kiinnostus uusien palvelujen käyttöönottoon kuitenkin osoittaa, että laajalle kuluttajajoukolle tärkeitä ja arjen toimintaa helpottavia uusia kohtuuhintaisia palveluja ei ole viime aikoina tullut markkinoille. Kuluttajien tarpeiden pitäisikin nykyistä paremmin ohjata uusien palvelujen kehitystä.

Toisaalta on muistettava, että hyvin toimivat ja kohtuuhintaiset peruspalvelut ovat olennaisin osa viestintäsektorin palveluvalikoimaa. Vuonna 2007 palvelujen käyttäjien kannalta erityisen huolestuttavaa oli suurimpien matkaviestinpalveluja tarjoavien yritysten asiakaspalvelun huono toimivuus. Myös matkaviestinpalveluja koskevia laskuvalituksia tehtiin edellisvuotta enemmän. Ongelmat asiakaspalvelussa ja laskutuksessa heikentävät kuluttajien luottamusta palveluihin eivätkä näin ollen kannusta uusien palvelujen käyttöönottoon. Palveluja koskevien prosessien kehittämisessä onkin alalla vielä paljon tehtävää.

Viestintävirasto julkaisi ensimmäisen, vuoden 2006 tietoja käsitelleen markkinakatsauksen viime keväänä. Tällöin katsauksessa keskityttiin telemarkkinoilla tapahtuneeseen kehitykseen. Tässä vuosikatsauksessa tarkastellaan telemarkkinoiden lisäksi myös televisio- ja radiotoiminnan sekä postimarkkinoiden kehitystä. Viestintävirasto toivoo, että tämä katsaus palvelee entistä laajemmin niin alan yritysten kuin muidenkin viestintämarkkinoiden kehityksestä kiinnostuneiden tarpeita.

Johanna Juusela  
Johtaja  
Viestintämarkkinat ja -palvelut

## Telemarkkinat

Vuonna 2007 teleyritykset panostivat 3G-verkkojen rakentamiseen ja uusien palvelujen kehittämiseen. Kaikki kolme matkaviestinverkoyritystä päivittivät verkkojaan erityisesti 3G-verkon osalta tukemaan nopean tiedonsiirron mahdollistavaa HSPA-tekniikkaa.

Myös nopeita laajakaistayhteyksiä kehitettiin ja niitä ryhdyttiin tarjoamaan yhä laajemmalle alueelle. Siirtymä hintakilpailusta palvelulähtöiseen kilpailuun jatkui. Uusia palvelukonsepteja tuotiin markkinoille. Esimerkkinä voidaan mainita kiinteähintaiset mobiililaajakaistaliittymät sekä nopealla laajakaistayhteydellä toteutettavat tv- ja tilausvideopalvelut.

Vuoden 2007 lopussa Manner-Suomen alueella toimi kolme matkaviestinverkoyritystä (Elisa, TeliaSonera ja DNA) ja kaksi virtuaalista matkaviestinverkoyritystä (TDC ja AinaCom). Lisäksi Ålands Mobiltelefon Ab toimi matkaviestinverkoyrityksenä Ahvenanmaan alueella.

Matkaviestinpalveluyrityksiä oli vuoden lopussa kymmenkunta. Kiinteän verkon puhelinpalveluita tarjosi vuoden 2007 lopulla noin kahdeksankymmentä yritystä, joista suurimpia olivat DNA, Elisa, Finnet-ryhmä ja TeliaSonera. VoIP-puhelinpalveluita tarjosi lähes neljäkymmentä yritystä. Noin kahdeksankymmentä yritystä tarjosi laajakaistaliittymiä ja näistä IPTV-palvelua tarjosi toistakymmentä.

Markkinoilla tapahtuneista rakenteellisista muutoksista merkittävin oli Finnet-liitosta irtautuneiden yhtiöiden perustama uusi DNA Oy. Yhtiö aloitti toimintansa uudella rakenteella virallisesti 1.7.2007.

## Laajakaistapalvelut

### Laajakaistaliittymät ja -tekniikat

Laajakaistaliittymien määrä jatkoi kasvuaan vuonna 2007. Vuoden 2007 lopussa Suomessa oli yhteensä noin 1 760 000 laajakaistaliittymää sisältäen sekä kotitalousasiakkaiden että yritysasiakkaiden laajakaistaliittymät. Liittymämäärä kasvoi vuoden aikana reilulla 300 000 liittymällä, mikä tarkoittaa noin 23 prosentin kasvua vuoden aikana. Vuoden 2007 lopun tilastoon sisältyvät myös matkaviestinverkoissa toteutetut mobiililaajakaistaliittymät, mikä pääosin selittää vuoden lopussa tapahtuneen suuren kasvun liittymämäärässä. Ilman mobiililaajakaistaliittymiä laajakaistaliittymien lukumäärä kasvoi vuoden 2007 aikana noin 13 prosenttia.

Viestintäviraston teettämän kuluttajatutkimuksen perusteella internet-yhteys oli reilulla 60 prosentilla kotitalouksista ja näistä laajakaistaliittymiä oli yli 90 prosenttia.

### LAAJAKAISTALIITTYMÄT

Vuosi	2006		2007	
	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.
DSL	1 136 000	1 234 000	1 283 400	1 348 000
Kaapelimodeemi	161 500	181 100	192 900	209 600
Mobiililaajakaista				143 100
Langaton laajakaista				15 300
Muu	12 400	13 800	44 000	44 200
Yhteensä	1 309 900	1 428 900	1 520 200	1 760 200

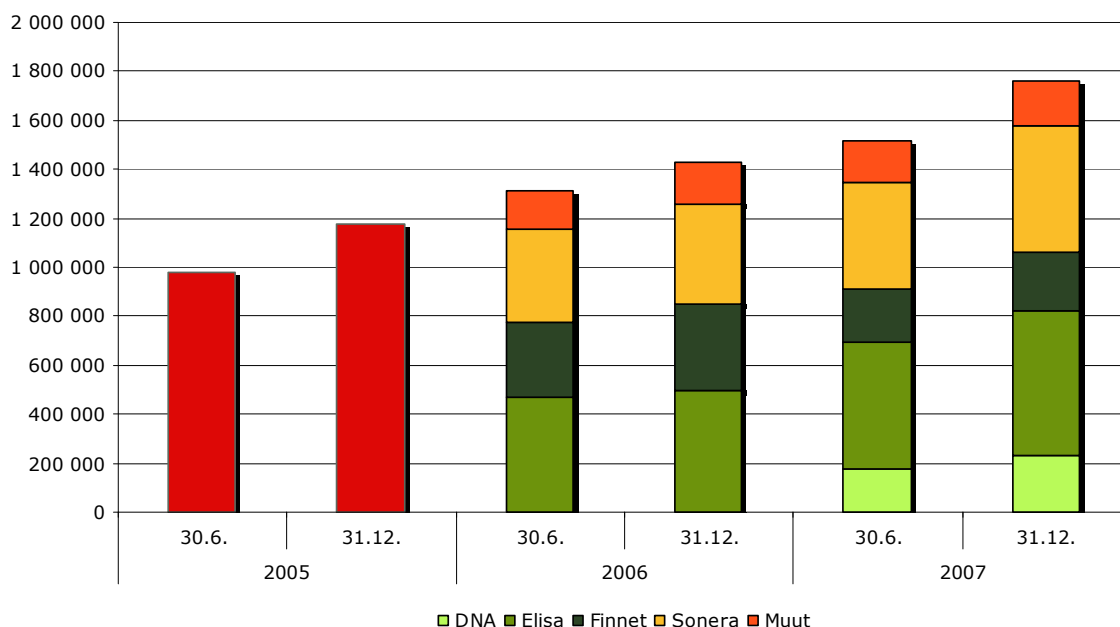
Taulukko 1. Laajakaistaliittymien kehitys 2006–2007.

Vuoden 2007 lopussa Elisa oli markkinajohtaja laajakaistaliittymissä. Elisan markkinaosuus oli noin 34 prosenttia, TeliaSoneran 29 prosenttia, Finnet-ryhmän yhtiöiden yhteensä noin 14 pro-

senttia ja DNA:n 13 prosenttia. Muiden tarjoajien osuus oli noin 10 prosenttia. Muista laajakaistayrityksistä suurin oli pääosin kaapeli-verkossa laajakaistaliittymiä tarjoava Welho.

Vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna osuudet pysyivät käytännössä ennallaan. Elisän markkinaosuus oli vuoden 2006 lopussa 34, TeliaSoneran 29 ja Finnet-ryhmän 25 pro-

senttia. Finnet-ryhmän markkinaosuuteen sisältyi tuolloin nykyisin DNA:han kuuluvien kuuden teleyrityksen laajakaistaliittymät.



Kuvio 1. Laajakaistaliittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet.

Kaikista laajakaistaliittymistä noin 30 prosenttia oli yhteysnopeudeltaan 2 Mbit/s tai sitä nopeampia vuoden 2007 lopussa. Näiden nopeampien laajakaistaliittymien osuus on jo parin vuoden ajan pysynyt varsin vakaana. Tasan tai yli 10 Mbit/s laajakaistaliittymiä oli vuoden lopussa vajaat neljä prosenttia kaikista laajakaistaliittymistä. Valtaosa laajakaistaliittymistä on siis nopeudeltaan yhä alle 2 Mbit/s.

Viestintäviraston teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan laajakaistaliittymän yleisin nopeus oli 1 Mbit/s. Tutkimuksessa selvitettiin myös, haluaisivatko kuluttajat käyttää sellaisia verkopalveluja, joiden käyttö edellyttäisi nykyistä liittymää nopeampaa laajakaistayhteyttä. Alle kymmenen vastaajaa sadasta halusi käyttää tällaisia palveluja, mutta valtaosa koki nykyisen liittymänsä nopeuden omiin käyttötarkoituksiinsa riittäväksi. Hieman useammat vastaajat olivat periaatteessa kiinnostuneita huippunopeista laajakaistayhteyksistä.

Selvästi yleisin laajakaistaliittymätyyppi oli edelleen ADSL tai muu DSL-tekniikkaan perus-

tuva liittymä, joita oli kaikista laajakaistaliittymistä yli 70 prosenttia. Toiseksi yleisin liittymätyyppi oli kaapelimodeemi, joka mahdollistaa laajakaistayhteyksien käytön kaapelitelevisioverkossa. Näiden liittymien osuus kaikista liittymistä oli noin 12 prosenttia.

Matkaviestinverkoissa tarjottavat mobiililaajakaistaliittymät yleistyivät vuoden 2007 aikana nopeasti. Mobiililaajakaistaliittymiä oli vuoden lopussa jo yli 140 000, mikä on noin kahdeksan prosenttia kaikista laajakaistaliittymistä. Mobiililaajakaista olikin vuoden lopussa jo kolmanneksi yleisin laajakaistatekniikka. Viestintäviraston kuluttajatutkimuksen vastaajista vain viidennes oli valmis vaihtamaan kiinteän verkon laajakaistaliittymänsä mobiililaajakaistataan, jos hintataso olisi molemmissa sama. Edellisenä vuonna vastaava luku oli noin 30 prosenttia. Syiksi vaihtohaluttomuuteen kuluttajat mainitsivat useimmiten tyytyväisyyden nykyiseen kiinteään laajakaistaliittymäänsä. Vajaat 30 prosenttia kuluttajista ilmoitti myös, ettei luota riittävästi mobiililaajakaistan toimivuuteen. Kuluttajatutkimuksen ja liittymämäärän kehityksen perusteella näyttääkin

siltä, että useimmissa tapauksissa mobiililaajakaista täydentää kiinteää laajakaistaliittymää, mutta ei korvaa sitä.

Langattomien laajakaistaliittymien tarjonta Digitan Flash-OFDM-tekniikkaan perustuvassa @450-verkossa käynnistyi huhtikuun 2007 alussa. Laajakaistaliittymiä Digitan verkossa tarjosivat alkuvaiheista lähtien muun muassa M&P Systems ja Fujitsu Services sekä joulukuun 2007 alusta lähtien myös TeliaSonera. Langattomien WiMAX-liittymien lukumäärä kasvoi vuoden aikana. Erilaisia kiinteitä langattomia laajakaistaliittymiä oli vuoden lopussa yhteensä noin 15 000 kappaletta.

### **Laajakaistamarkkinat ja hinnoittelu**

Viestintäviraston teettämän tutkimuksen mukaan laajakaistapalvelun tarjoajan vaihtaminen on hieman yleistynyt vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna. Noin 16 prosenttia kotitalouksista on joskus vaihtanut laajakaistapalvelun tarjoajaa. Tärkein syy vaihtamiseen oli parempi tarjous kilpailevalta operaattorilta. Edelliseen vuoteen verrattuna tyytymättömyys aiempaan palveluntarjoajaan on kasvattanut merkitystään, sillä lähes neljännes vastaajista mainitsi tämän syyksi operaattorinvaihtoon.

Tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien tyytyväisyyttä oman asuinalueensa palvelutarjontaan. Yli puolet ilmoitti olevansa tyytyväisiä vaihtoehtoisten palveluntarjoajien määrään ja reilu kolmannes ei osannut ottaa asiaan kantaa. Vain alle kymmenesosa vastaajista oli tyytymättömiä oman alueensa laajakaistaliittymätarjontaan.

Laajakaistapalvelujen markkinointi keskittyi mobiililaajakaistaliittymien lisäksi vahvasti erilaisiin määräaikaisiin kiinteän verkon laajakaistaliittymiin. Määräaikaiset sopimukset sisälsivät usein laajakaistaliittymän lisäksi myös tietokoneen.

Tyypillisten 1 ja 2 Mbit/s laajakaistaliittymien hintakehitys oli vuoden 2007 aikana lievästi laskeva. Yleisimmän liittymätyypin eli 1 Mbit/s laajakaistaliittymän kuukausihinta vaihteli vuoden lopulla reilusta 20 eurosta yli 35 euroon alueesta ja palveluntarjoajasta riippuen. 1 Mbit/s liittymän hinta laski vuoden aikana keskimäärin noin viisi prosenttia. Nopeampien

laajakaistaliittymien hintakehitys oli hitaampia liittymiä selvemmin laskusuunnassa. Monet operaattorit lisäsivät huippunopeiden, jopa 100 Mbit/s kuitupohjaisten laajakaistaliittymien tarjontaa. Osa laajakaistapalvelujen tarjoajista lopetti kokonaan hitaimpien 512 kbit/s liittymien uusmyynnin. Langattomien laajakaistaliittymien hintataso oli jonkin verran vastaavan nopeuksisia kiinteitä laajakaistaliittymiä korkeampi.

### **Laajakaistapalveluntarjoajien asiakaspalvelun laatu**

Laajakaistapalveluyritysten asiakaspalvelun vastausaikojen mediaani oli vuonna 2007 keskimäärin 18 sekuntia, mikä oli lähes sama kuin edellisenä vuonna. Vuonna 2007 asiakaspalvelu vastasi puheluihin alle minuutissa keskimäärin 84 prosentissa ja alle viidessä minuutissa keskimäärin 95 prosentissa laajakaistapalveluyrityksistä.

Laajakaistapalveluyritysten vastaanottamien laskuvalitusten prosentuaalinen osuus kaikista laskuista oli keskimäärin 0,28 prosenttia, mikä oli suurin piirtein saman verran kuin edellisenä vuonna. Vika- ja häiriöilmoitusten määrä 1000 laajakaistaliittymää kohti oli 32. Määrä oli edellisvuotta suurempi.

Keskimäärin 80 prosenttia laajakaistapalveluntarjoajista kykeni toimittamaan liittymän enintään kolmessa viikossa. Näiden yritysten osuus oli suurempi kuin vuonna 2006. Myös vikojen korjausajat lyhenivät. Niiden laajakaistapalveluntarjoajien osuus, joilla viat kyettiin korjaamaan pääsääntöisesti alle 72 tunnissa, oli vuonna 2007 keskimäärin 87 prosenttia.

### **Matkaviestinpalvelut**

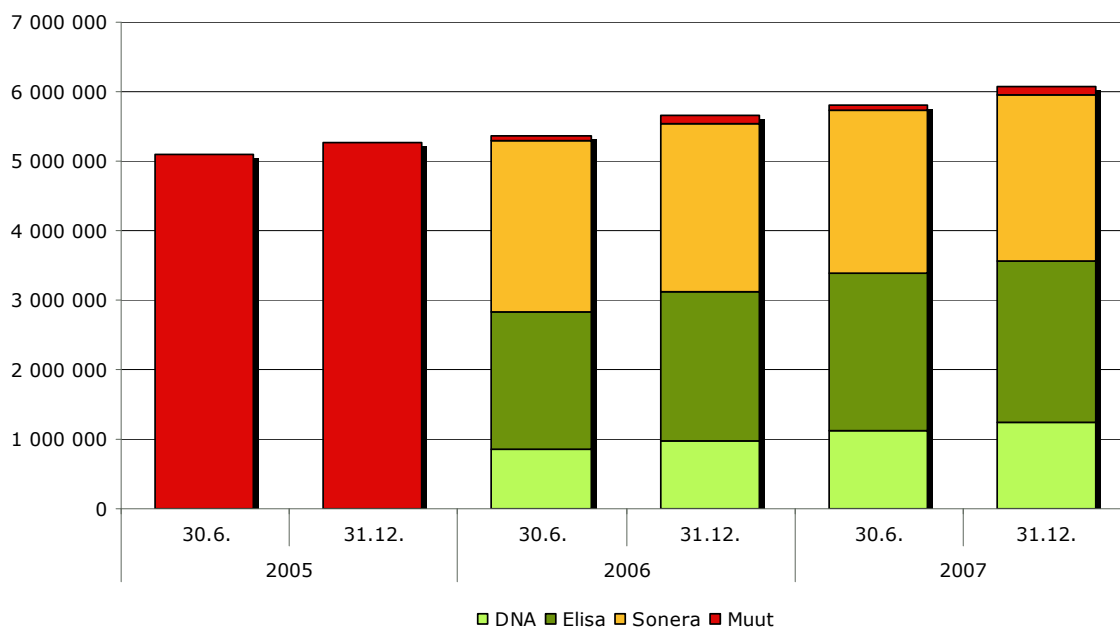
#### **Matkaviestinnän liittymä- ja puhelumäärät**

Suomen korkeasta matkaviestinpenetraatiosta huolimatta matkaviestinliittymien määrä kasvoi edelleen vuonna 2007. Liittymämäärä kasvoi vuoden aikana noin 400 000 liittymällä eli noin seitsemällä prosentilla<sup>1</sup>. Vuoden 2007 lopussa

<sup>1</sup> Liittymien tilastoinnissa tehtiin vuoden 2007 alussa tarkennuksia mm. prepaid-liittymiin liittyen, joten vuoden 2006 ja 2007 lopun liittymätilastot tai markkinaosuudet eivät ole täysin vertailukelpoisia.

Suomessa oli yhteensä hieman yli 6 000 000 matkaviestinliittymää. Liittymämäärä sisältää sekä jälkikäteen laskutettavat niin sanotut sopimusliittymät että prepaid-liittymät. Liittymämäärä sisältää sekä kotitalous- että yritys-

asiakkaiden liittymät. Liittymistä vajaat 80 prosenttia oli kotitalousasiakkaiden ja 20 prosenttia yritysasiakkaiden käytössä. Prepaid-liittymien osuus kaikista matkaviestinliittymistä oli vuoden lopussa alle 10 prosenttia.



Kuvio 2. Matkaviestinliittymät ja markkinaosuudet.

Matkaviestinoperaattoreiden markkinaosuudet tasoittuivat vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna. Suurimpien matkaviestinyritysten markkinaosuudet tasoittuivat vuoden aikana. TeliaSoneran markkinaosuus oli vuoden lopussa 39 prosenttia, Elisan 38 prosenttia ja DNA:n 20 prosenttia, kun vuoden 2006 lopussa vastaavat osuudet olivat 43, 38 ja 17 prosenttia. Itsenäisten palveluoperaattoreiden markkinaosuus pysyi koko vuoden varsin vähäisenä eli noin kahdessa prosentissa.

Kuluttajat siirsivät matkapuhelinliittymiään operaattorilta toiselle edellisvuotta vähemmän,

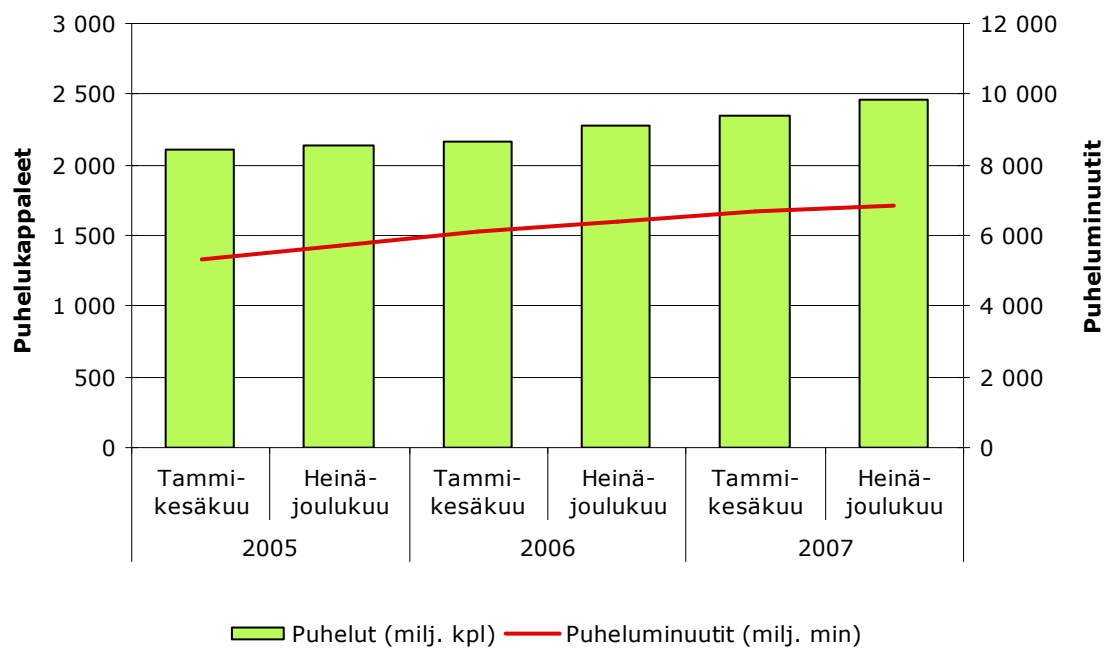
sillä Numpac Oy:n numeronsiirtotilastojen mukaan numeronsiirtoja tehtiin vuonna 2007 noin 450 000, mikä on noin 100 000 vähemmän kuin vuonna 2006. Numeronsiirtojen huippuvuonna 2005 siirtoja tehtiin lähes 1,5 miljoonaa kappaletta.

Matkapuhelut lisääntyivät vuonna 2007 sekä minuuteissa että puheluiden lukumäärässä laskettuna noin kahdeksan prosenttia. Matkapuhelun keskimääräinen kesto pysyi käytännössä ennallaan ja oli vuonna 2007 noin 2 minuuttia ja 45 sekuntia.

### MATKAVIESTINVERKON LIITTYMÄT JA LIIKENNE

Vuosi	2006		2007	
	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu
Matkaviestinliittymät	5 360 000	5 670 000	5 810 000	6 080 000
Puhelut (kpl)	2 164 000 000	2 279 000 000	2 342 000 000	2 467 000 000
Puheluminuutit	6 090 000 000	6 403 000 000	6 687 000 000	6 859 000 000

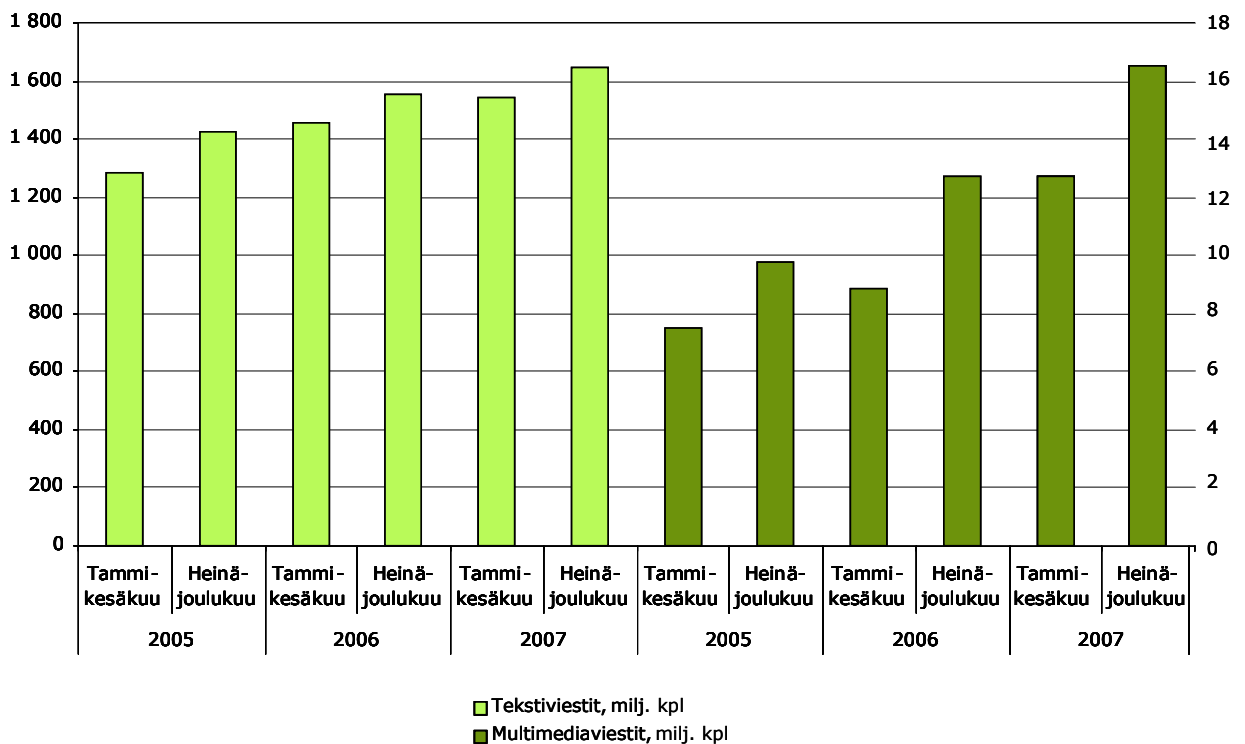
Taulukko 2. Matkaviestinliittymien ja puhelumäärien kehitys 2006–2007.



Kuvio 3. Matkapuhelut 2005–2007.

Tekstiviestiliikenteen kasvu jatkui edelleen vuonna 2007. Suomessa lähetettiin yhteensä lähes 3,2 miljardia tekstiviestiä, mikä on noin 200 miljoonaa kappaletta eli lähes kuusi prosenttia enemmän kuin vuonna 2006. Multimediatestejä lähetettiin vajaat 30 miljoonaa verrattuna edellisen vuoden reiluun 20 miljoonaan viestiin. Multimediatestien osalta prosentuaalinen kasvu oli voimakasta: viestejä lähetettiin

peräti yli 35 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Myös mobiilidatan käyttö kasvoi vuoden aikana merkittävästi. Vuonna 2007 matkaviestinverkoissa välitettiin noin viisinkertainen määrä dataliikennettä edelliseen vuoteen verrattuna. Liikenteen kasvu oli erityisen voimakasta vuoden viimeisellä neljänneksellä. Tämä selittyy suurelta osin mobiililaajakaistaliittymien määrän kasvulla.



Kuvio 4. Lähetetyt SMS- ja MMS-viestit 2005–2007

## Uudet matkaviestinpalvelut

Matkapuhelimen ja matkapuhelinliittymän myyminen toisiinsa sidottuna pakettina eli niin sanottu kytkykauppa on ollut Suomessa sallittua vuoden 2006 keväästä alkaen. Kytkeykauppa on kuitenkin sallittua ainoastaan 3G-verkossa toimivien päätelaitteiden osalta. Kytkeykauppa jatkui vuoden 2007 ajan edelleen vilkkaana, vaikka kytkyliittymien osuus kaikista myydyistä liittymistä ei ollutkaan enää yhtä korkea kuin heti kytkykaupan käynnistyttyä vuonna 2006. Kytkeykauppaliittymiä myytiin vuoden 2007 aikana yhteensä lähes 300 000 kappaletta, mikä vastaa vajaata kolmannesta kaikista vuoden aikana myydyistä matkapuhelinliittymistä.

Viestintäviraston teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan tärkeimpiä syitä kytkyliittymän hankkimiseen olivat mahdollisuus saada uusi hieno puhelin, erikoistarjous tai kampanja sekä kytkyliittymän kokonaisuus. Myös liittymään sisältyvä puheaikatarjous ja itse puhelimen ominaisuudet, kuten kamera tai MP3-

soitin, olivat merkittäviä syitä hankintaan. Sen sijaan vain reilut kymmenen prosenttia vastaajista ilmoitti hankintansa syyksi mahdollisuuden päästä käyttämään uusia mobiilipalveluja, kuten internetiä tai sähköpostia. Noin neljä viidestä kytkyliittymän hankkineesta oli ostokseen tyytyväinen. Eniten tyytymättömyyttä herättivät pitkät sopimusajat ja itse puhelimeen liittyvät huolto- tai korjausongelmat.

Kytkeykaupalla tai muuten hankitun 3G-puhelimen vaikutus mobiilipalvelujen käyttöön oli vastaajien mukaan edelleen suhteellisen vähäistä. Noin 60 prosenttia kuluttajista ilmoitti, ettei uuden 3G-puhelimen hankinta ollut mitenkään muuttanut heidän puhelimen käyttötapaansa. Toisaalta 30 prosenttia sanoi käyttävänsä aiempaa enemmän internet- ja sähköpostipalveluja matkapuhelimella. Tämä luku lähes kaksinkertaistui edellisvuoteen verrattuna.

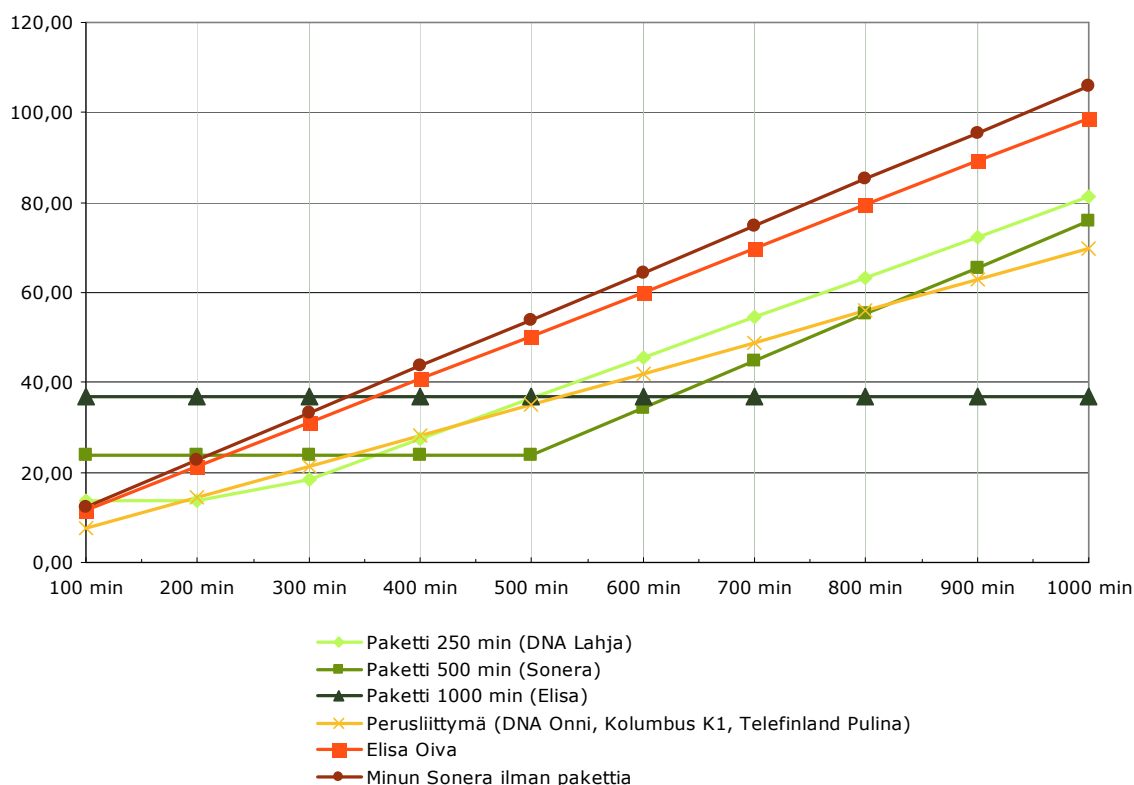
Matkapuhelimen käyttäjien käyttötottumukset olivat pysyneet lähes ennallaan edelliseen tutkimukseen verrattuna. Tekstiviestit olivat käytetyin palvelu ja niitä ilmoitti käyttävänsä 90 prosenttia vastaajista. Multimediaviestejä käyt-

ti noin kolmannes. Muita mobiilipalveluja, kuten internetiä, sähköpostia, videopuhelua tai mobiili-TV:tä, käytettiin selvästi vähemmän. Muita mobiilipalveluita ei käytetä pääasiassa siksi, ettei niitä koeta tarpeellisiksi. Myös osaamisen puute, hintataso ja palvelujen kiinnostamattomuus mainittiin usein syiksi olla käyttämättä kyseisiä palveluja. Lähitulevaisuudessa vastaajat arvelivat käyttävänsä aiempaa enemmän erityisesti tekstiviestejä, internetiä ja sähköpostia. Mobiilidatapalvelujen osalta tilanne markkinoilla vaikuttaa kaksijakoiselta: yhtäältä osa kuluttajista käyttää uusia mobiilipalveluja selvästi aiempaa aktiivisemmin, mutta toisaalta valtaosa on edelleen kiinnostunut käyttämään matkapuhelintaan vain puhumiseen ja tekstiviesteihin.

Matkapuhelinliittymien markkinoinnin painopiste oli vuonna 2007 edelleen kytkeykauppaliittymissä tai muissa määräaikaissa liittymissä ja erilaisissa palvelupaketeissa. Hintakilpailu puheluiden minuuttihinnalla oli vähäistä eikä pu-

heluiden minuuttihinnoissa tapahtunut juuri muutoksia vuoden aikana. Hintojen vertailu on muuttunut selvästi vaikeammaksi erilaisten tuote- ja palvelupakettien yleistyttyä.

Kytkeykauppana tarjottavien pakettien sisältö vaihtelee merkittävästi sekä mukaan kuuluvan puhelimen että pakettiin sisältyvien palvelujen osalta. Ostajalta vaaditaan sekä osaamista että vaivannäköä hintojen vertailussa. Esimerkiksi puhepakettiin sisältyvien puheluminuuttien todellinen minuuttihinta poikkeaa usein merkittävästi laskennallisesta minuuttihinnasta, koska kuluttaja puhuu harvoin täsmälleen puhepaketin verran minuutteja kuukaudessa. Lisäksi pienimpiin puhepaketteihin sisältyvien minuuttien hinta on laskennallisestikin varsin korkea, jopa yli 10 senttiä minuutilta. On myös muistettava, että puhelut valtakunnallisiin yrityk- tai palvelunumeroihin tai ulkomailta soitetut matkapuhelut eivät sisälly puhepaketteihin.



Kuvio 5. Esimerkki erilaisten matkapuhelujen hinnoittelumallien kuukausikustannuksista. Lähde: operaattoreiden internetsivut, 13.3.2008.

Kuviossa 5 on laskettu kustannukset ainoastaan puhekäytölle eikä siihen sisälly tekstiviesti- tai datakäyttöä. Laskelmiin ei ole otettu mukaan mahdollista kytkykaupalla hankittavaa puhelinta eikä paketteja, jotka sisältävät puheen lisäksi tekstiviestejä tai muita palveluita. Näiden eri tekijöiden vaikutus saattaa olla käyttäjäkohtaisesti hyvinkin suuri ja vaikuttaa itselle edullisimman valinnan tekemiseen. Laskelmat ovat esimerkinomaisia ja ne on tehty keskimääräisen puhelun keston mukaan.

Kuviosta nähdään, että kuluttajan on matkapuhelinliittymää valitessaan syytä tuntea varsin hyvin omat todelliset käyttötottumuksensa pystyäkseen valitsemaan itselleen edullisimman vaihtoehdon. Vähän puhuvan ei välttämättä kannata hankkia minkäänlaista puhepakettia, kun taas paljon puhuva käyttäjä hyötyy suurista puhepaketeista selvästi perinteisiin minuuttihinnoiteltuihin liittymiin verrattuna. Puhepaketteja löytyy kuviossa 5 esiteltujen lisäksi useita erikokoisia pienimpien sisältäessä 50 ja suurimpien 4000 minuuttia puheaikaa. Osaan liittymäpaketeista voi sisällyttää myös tekstiviestejä ja muita palveluita.

## Yritysnumeroiden hintataso laskuun

Viestintävirasto selvitti vuonna 2007 yritysnumeroihin soittamisen hinnoittelua. Matkapuhelimesta valtakunnalliseen yritysnumeroon soittaessa puhelujen hinnat ovat olleet poikkeuksellisen korkeita, jopa noin 30 senttiä minuutissa. Keskeinen syy korkeisiin hintoihin oli Viestintäviraston selvityksen mukaan matkaviestinverkkoyritysten perimissä nousevan liikenteen tukkuhinnoissa.

Matkaviestinverkkoyritykset neuvottelivat Viestintäviraston johdolla näiden hintojen alentamisesta ja pääsivät loppuvuodesta sopimukseen uusista, 1.2.2008 voimaan astuneista alennetuista tukkuhinnoista. Viestintävirasto edellytti tukkuhintojen laskun siirtymistä kuluttajien maksamiin vähittäishintoihin. Suurimmat yritysnumeroiden tarjoajat, Elisa, TeliaSonera, TDC ja DNA, ilmoittivat vuodenvaihteessa ja alkuvuodesta laskevansa yritysnumeroihin soittamisen vähittäishintojaan. Hintataso aleni keskimäärin reilut 30 prosenttia.

Operaattori	Entinen hinta	Uusi hinta
DNA Oy	29,13 snt/min	8,21 snt/puhelu + 16,42 snt/min
Elisa Oyj	29,13 snt/min	8,21 snt/puhelu + 16,9 snt/min
TDC Oy	29,7 snt/min	19 snt/min (hinta 1.6.2008 alkaen)
TeliaSonera Finland Oyj	8,21 snt/puhelu + 22,90 snt/min	8,21 snt/puhelu + 14,90 snt/min

Taulukko 3. Yritysnumeroihin soittamisen hinnat (soitto matkapuhelimesta).

Yllä olevassa taulukossa on esitetty kunkin telyrityksen osalta vain osa yritysnumerohinnoista, koska tarjolla on useita erilaisia yritysnumeroratkaisuja, joiden hinnoittelut poikkeavat toisistaan. Viestintäviraston internetsivuilla on kattava hintavertailu eri yritysnumeropalveluiden tarjoajista ja hinnoitteluvaihtoehdoista.

## Verkkovierailuhintoihin merkittävä pudotus EU-alueella

Heinäkuussa 2007 astui voimaan koko EU-alueetta koskeva verkkovierailuasetus, jolla säännellään ulkomailla soitettujen ja vastaanotettujen matkapuhelujen eli niin sanottujen roaming-puhelujen hintoja. Asetuksessa asetettiin enimmäishinta sekä matkaviestinverkkoyritysten toisiltaan perimille hinnoille että roaming-puhelujen kuluttajahinnoille. Enim-

mäishinnat koskevat EU-maasta toiseen soitettuja ja EU-maassa vastaanotettuja puheluita. Asetuksen mukaiset verkkovierailuhinnat astuivat suomalaisten matkaviestinyritysten osalta voimaan syyskuun 2007 alussa.

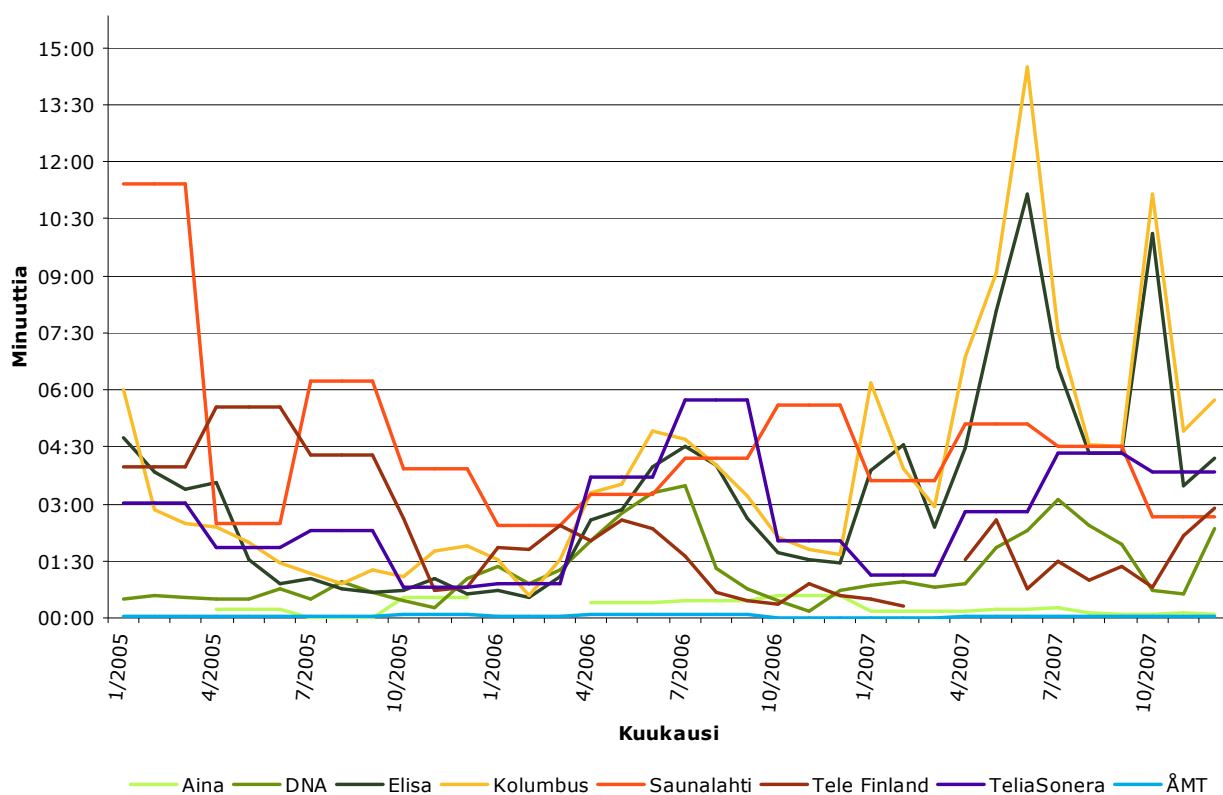
EU-maasta toiseen soitettu puhelu saa maksaa enintään 59,78 senttiä minuutilta ja vastaanotettu puhelu korkeintaan 29,28 senttiä minuutilta. Vuoden 2008 alusta lähtien samat hintakatot koskevat EU-maiden lisäksi myös ETA-maita Norjaa, Islantia ja Liechtensteinia.

Lisäksi matkaviestinyritysten on lähetettävä asiakkailleen tekstiviestillä verkkovierailua koskevat hintatiedot aina, kun asiakas siirtyy johonkin EU-maahan. Yritysten on myös tarjottava asiakkailleen ilmaisnumero, josta nämä voivat tiedustella tarkemmin hinnoittelun yksityiskohtia. Enimmäishinta ja siihen liittyvät tiedotusvelvoitteet yksinkertaistivat selvästi

puheluiden hinnoittelua EU-maissa. Jo vuoden 2007 toisen ja kolmannen vuosineljänneksen välillä EU-maissa havaittiin selvää laskua roaming-hinnoissa.

Toistaiseksi verkkovierailun sääntely ei koske tekstiviestejä tai datasiirtoa. Erityisesti datasiirron hinnoittelu ulkomailla on hyvin vaihtelevaa, hintaerot ovat suuria ja hintataso kokonaisuutena korkea. Tekstiviestien ja datasiirron hinnoittelu on myös EU-komission seurannassa.

Viime vuonna voimaan tullut sääntely ei koske puheluita ETA-alueen ulkopuolella soitettuja ja vastaanotettuja puheluita. Puhe-aikaa tai tekstiviestejä sisältävien pakettiliittymien kuukausihintoihin sisältyvät yleensä vain kotimaan puhelut ja tekstiviestit. Sama koskee myös erilaisia datapaketteja tai mobiililaajakaistaliittymiä.



Kuvio 6. Matkaviestinoperaattoreiden asiakaspalvelun vastausajat.

## Matkaviestinoperaattoreiden asiakaspalvelun laatu

Matkaviestinpalvelujen osalta Ålands Mobiltelefonin asiakaspalvelu vastasi nopeimmin koko vuoden ajan. Myös Aina Groupin asiakaspalvelun vastausajat olivat koko vuoden erinomaisella tasolla. Muutoin kehitys vuonna 2007 oli huolestuttava. DNA:n asiakaspalvelun vastausajat säilyivät tyydyttävällä tasolla, vaikka selvää notkahdusta oli kesällä ja taas vuoden lopulla. Elisan ja TeliaSoneran asiakaspalveluissa oli suuria vaikeuksia eikä kummankaan yrityksen asiakaspalveluiden keskimääräisissä vastausajoissa päästy hyvänä pidettävään yhteen minuuttiin eikä alle 20 sekunnissa vastattujen puheluiden osuudessa päästy hyvänä pidettävään 60 prosenttiin.

Matkaviestinpalveluyritysten vastausaikojen mediaani oli vuonna 2007 keskimäärin 1 minuutti 34 sekuntia. Alle minuutissa asiakaspalvelu vastasi vuonna 2007 alle puolessa matkaviestinpalveluyrityksistä. Alle viiden minuutin

asiakaspalvelun vastausaika oli noin 85 prosentissa matkaviestinpalveluyrityksistä. Luvut olivat huonompia kuin edellisenä vuonna.

Matkapuhelinpalveluntarjoajille kohdistettujen laskuvalitusten osuus kaikista lähetetyistä laskuista oli keskimäärin 0,16 prosenttia eli valituksia oli jonkin verran enemmän kuin edellisenä vuonna.

## Kiinteän puhelinverkon palvelut

Kiinteän puhelinverkon liittymien määrä jatkoi edelleen tasaista laskuaan vuonna 2007. Liittymien määrä väheni vuoden aikana yhdeksän prosenttia eli noin 180 000 kappaleella. Vuoden 2007 lopussa Suomessa oli yhteensä reilut 1,7 miljoonaa lankapuhelinliittymää. Liittymien määrä väheni suunnilleen saman verran kuin vuonna 2006, joten vuoden aikana uutisoidut lankapuhelinverkon liittymien hinnankorotukset eivät ainakaan vielä kiihdyttäneet luopumista kiinteän verkon liittymistä.

### KIINTEÄN PUHELINVERKON LIITTYMÄT JA LIIKENNE

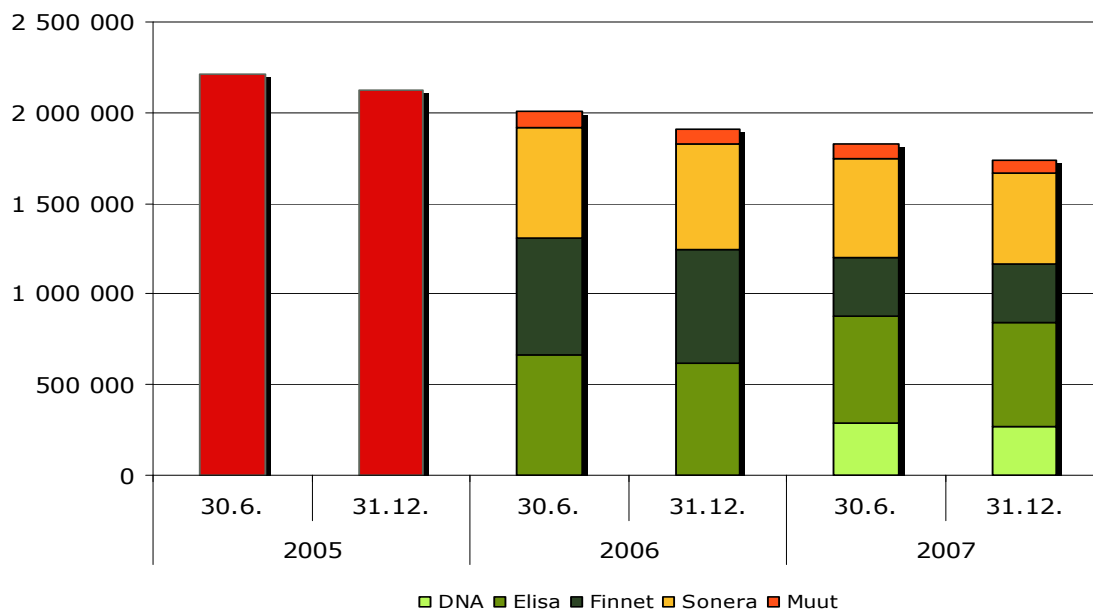
Vuosi	2006		2007	
	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu
Kiinteän verkon liittymät	2 000 000	1 920 000	1 830 000	1 740 000
Puhelut (kpl)	695 000 000	620 000 000	553 000 000	495 000 000
Puheluminuutit	3 046 000 000	2 298 000 000	2 198 000 000	1 827 000 000

Taulukko 4. Kiinteän puhelinverkon liittymien ja puhelumäärien kehitys 2006–2007.

Perinteisten lankapuhelinliittymien lisäksi Suomessa oli reilut 20 000 VoIP-liittymää. Luku sisältää ainoastaan teleyritysten loppukäyttäjille tarjoamat niin sanotut puhekaista-tyyppiset laajakaistapuhelinratkaisut, joista voi soittaa ja joilla voi vastaanottaa puheluja. Luku ei sisällä yritysasiakkaiden VoIP-puhelinvaihteratkaisuja eikä Skype tai MSN Messenger-tyyppistä VoIP-käyttöä.

Kiinteän verkon operaattoreiden markkinaosuuksissa ei vuoden 2007 aikana tapahtunut merkittäviä muutoksia. Itsenäisten palveluoperaattoreiden markkinaosuus pysyi noin viiden prosentin tasolla.

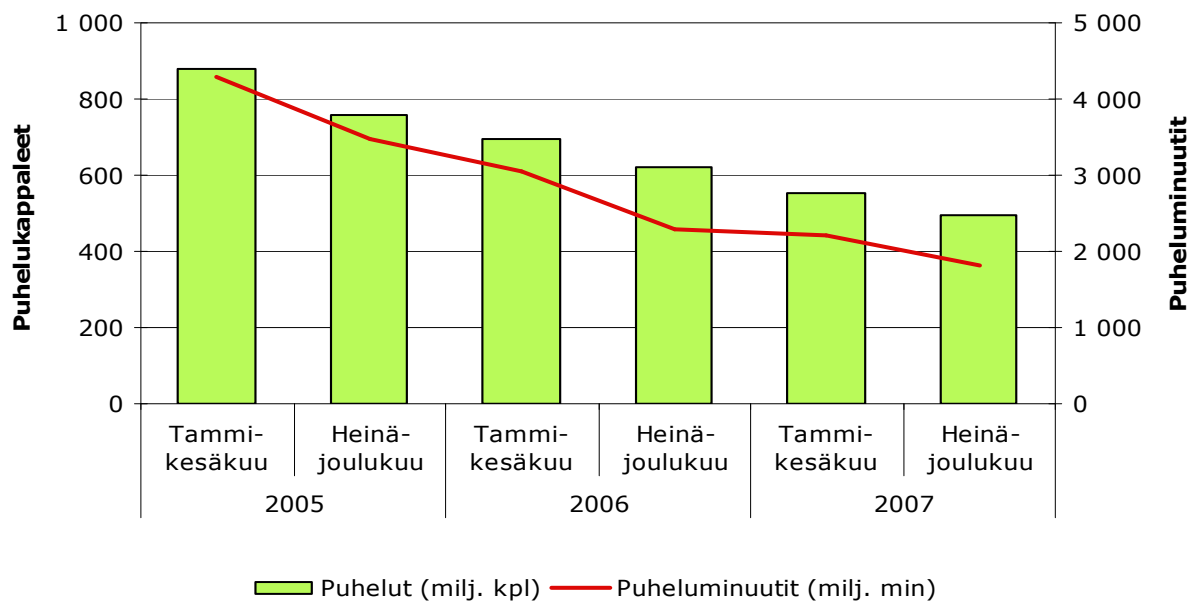
Suurimpien kiinteän puhelinverkon operaattoreiden markkinaosuudet muuttuivat vain prosenttiyksikön suuntaan tai toiseen vuoden aikana. Elisan markkinaosuus vuoden lopussa oli 33 prosenttia, TeliaSoneran 29 prosenttia, Finnet-yhtiöiden 18 prosenttia ja DNA:n 15 prosenttia, kun vuoden 2006 lopussa vastaavat osuudet olivat Elisa 32, TeliaSonera 30 ja DNA sekä Finnet yhdessä 33 prosenttia.



Kuvio 7. Kiinteän verkon liittymät ja markkinaosuudet operaattoriryhmittäin.

Myös puhelumäärät laskivat kiinteässä verkossa vuonna 2007. Vuoden aikana puhutut minuutit vähenivät vajaan neljänneksen ja puheluiden lukumäärä noin 20 prosenttia. Keskimääräisen lankapuhelun kesto lyheni vuoden

2006 4 minuutista 6 sekunnista 3 minuuttiin 48 sekuntiin. Lankapuhelimesta soitetut puhelut olivat edelleen noin minuutin pidempiä kuin matkapuhelut.



Kuvio 8. Kiinteän verkon puhelu 2005–2007.

## **Kuluttajien kiinnostus kiinteän verkon puhelinpalveluihin**

Viestintäviraston teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan lankapuhelinliittymä oli enää 36 prosentilla kotitalouksista. Suurin osa kotitalouksista, joilla ei ollut lankapuhelinliittymää, ei kokenut tarvetta sekä matkapuhelimelle että lankapuhelimelle. Kahdella kolmasosalla 55–79-vuotiaiden vastaajien kotitalouksista oli edelleen lankapuhelin. Muissa ikäryhmissä lankapuhelin oli alle kolmanneksella. Vajaa kaksi kolmannesta lankapuhelimen omistavista kotitalouksista arveli kykenevänsä tulemaan toimeen pelkällä matkapuhelimella. Ensisijainen syy lankapuhelimen säilyttämiseen oli tottumus sen käyttöön.

Runsas viidennes kuluttajista, joilla oli laajakaistaliittymä, käytti internetpuheluja. Ikäryhmittäin tarkasteltuna aktiivisinta käyttäjäkuntaa olivat 25–34-vuotiaat. Pääasialliset syyt internetpuheluiden käyttöön olivat puheluiden edullisuus sekä ystävien ja tuttavien tapa käyttää internetpuheluja. Yleensä internetyhteyttä käytetään puhumiseen satunnaisesti tai korkeintaan viikoittain. Internetpuheluja puhuttiin viikossa useimmiten alle tunti. Yli puolella vastaajista internetpuhelu olivat pidempiä kuin matkapuhelimella tai lankapuhelimella soitetut puhelut.

Suurin osa internetpuheluiden käyttäjistä arvioi käyttönsä pysyvän tulevaisuudessa ennallaan. Yli 40 prosenttia vastaajista, joilla oli laajakaistaliittymä, arvioi ettei tule käyttämään internetpuheluja lähitulevaisuudessakaan. Potentiaalinen käyttäjäryhmä internetpuheluiden osalta vaikuttaisi olevan 55–79-vuotiaat. Näiden kuluttajien keskuudesta löytyy suhteellisesti eniten halukkuutta lisätä kyseisen palvelun käyttöä tulevaisuudessa.

## **Kiinteän verkon puhelinpalvelujen hinnoittelu**

Kiinteän verkon puheluhinnat nousivat vuoden 2007 aikana. Syksyllä kiinteän verkon liittymän avausmaksun keskihinta oli hieman yli 80 euroa ja kuukausimaksu noin 12 euroa. Avausmaksu nousi kesästä 2007 noin viisi prosenttia ja kuukausimaksu noin yhdeksän prosenttia. Suurimmat hinnankorotukset toteutti TeliaSonera, mutta myös muut suuret operaattorit nostivat kiinteän verkon liittymien kuukausi-

ja avausmaksujaan. Puheluhintojen nousu oli maltillisempaa ja esimerkiksi lankapuhelimesta matkapuhelimeen soitettujen puhelujen hinta pysyi lähes muuttumattomana. Lankapuhelimesta matkapuhelimeen soittaminen maksaa 14–27 senttiä minuutilta, minkä lisäksi puhelusta veloitetaan paikallisverkkomaksu.

## **Kiinteän puhelinverkon asiakaspalvelun laatu**

Kiinteän puhelinverkon yritysten asiakaspalvelun vastausaikojen mediaani oli vuonna 2007 noin 15 sekuntia, mikä oli vähän parempi kuin edellisenä vuonna. Alle minuutissa puheluihin vastasi vuonna 2007 keskimäärin 91 prosenttia ja alle viidessä minuutissa puolestaan 95 prosenttia kiinteän puhelinverkon yrityksistä.

Lankapuhelinverkon yrityksille kohdistettujen laskuvalitusten osuus kaikista niiden lähettämistä laskuista oli vähäinen. Lankapuhelinverkon yrityksille tehtyjen vika- ja häiriöilmoitusten määrä 1000 liittymää kohti oli keskimäärin 23, mikä oli suurin piirtein sama kuin edellisenä vuonna.

Noin 80 prosenttia kiinteän puhelinverkon yrityksistä kykeni toimittamaan liittymän lähes aina alle kolmessa viikossa vuonna 2007. Vastaavasti 85 prosenttia lankapuhelinverkon yrityksistä pystyi korjaamaan pääosan liittymien vikatilanteista alle 72 tunnissa vuonna 2007. Keskimääräinen viankorjausaika parani edellisvuoteen verrattuna.

## TV- ja radiotoiminta

Analogiset maanpäälliset tv-lähetykset loppuivat 31.8.2007. Kaapeliverkossa analogiset tv-lähetykset jatkuivat helmikuun 2008 loppuun asti. Digi-TV:n ohjelmat lähetetään viidessä valtakunnallisessa kanavanipussa, joiden peittoalueet vaihtelevat.

D-kanavanippu on varattu ensisijassa DVB-H eli mobiili-tv -käyttöön. Digitaalisen televisio-

verkon ohjelmistoluvan haltijat voivat lähettää ohjelmia DVB-H -verkossa ilman erillistä ohjelmistolupaa. Erikseen vain D-kanavanippuun ohjelmistotoimilupa on myönnetty Elisa Oyj:lle, Mobilive Entertainment Ltd. Oy:lle, M-Power Marketing Oy:lle, Pro Radio Oy:lle sekä Stiftelsen Arcada:lle.

Vaasan seudun alueelliseen kanavanippuun on myönnetty ohjelmistolupa KRS-TV rf:lle (Kristiinankaupungin seudulla), När-TV rf:lle (Närpiön seudulla) ja Vaasan Läänin Puhelin Oy:lle.

Kanavanippu A	YLE TV1	YLE TV2	YLE Teema
	YLE FST5	YLE TV1+	
Kanavanippu B	MTV3	Sub	Nelonen
	JIM	MTV3 MAX	Subtv Juniori
	Subtv Leffa		
Kanavanippu C	Klubi.tv	Urheilukanava	The Voice
	Turku TV	ISKELMÄ	IskelmäTV Harju & P.
	Canal+ Hits	Canal+ Sport1	Canal+ Sport2
	Canal+ First	Canal 69	Disney Channel
	URHEILU+KANAVA	DIGIVIIHDE	
Kanavanippu E	Discovery Channel	Eurosport	Kanava 23
	KinoTV	MTV3 Fakta	Music Television MTV
	Nickelodeon	SVT Europa	

Taulukko 5. Digitaalisten televisiölähetysten kanavat valtakunnallisissa kanavanipuissa.

Radiotoimintaan on myönnetty 10 valtakunnallista ja 49 alueellista ohjelmatoimilupaa. Radiotoiminnan aiemmat toimiluvat päättyivät vuoden 2006 lopussa. Vuoden 2007 alusta osaa aiemmin toimineiden radiokanavien toimiluvista ei jatkettu, joten radiokanavien toimintakenttä jakautui osittain uusiksi. Vuoden alussa tunnetuimmat valtakunnallisen toiminnan lopettaneet kanavat olivat Sävelradio ja Iskelmä. Paikallisista kanavista toimintansa lopetti muun muassa Radio City.

## Televisiotoiminta

### Televisiölähetysten vastaanottaminen

Digivastaanottimien määrä lähestyi vuoden 2007 lopussa lähes 90 prosenttia kaikista tv-talouksista, kun se vuoden 2007 alussa oli noin 60 prosenttia. Kaapeliverkoissa siirryttiin digitaalisiin televisiölähetyskseen helmikuun 2008 lopussa ja kaapeliverkkoon kuuluvista kotitalo-

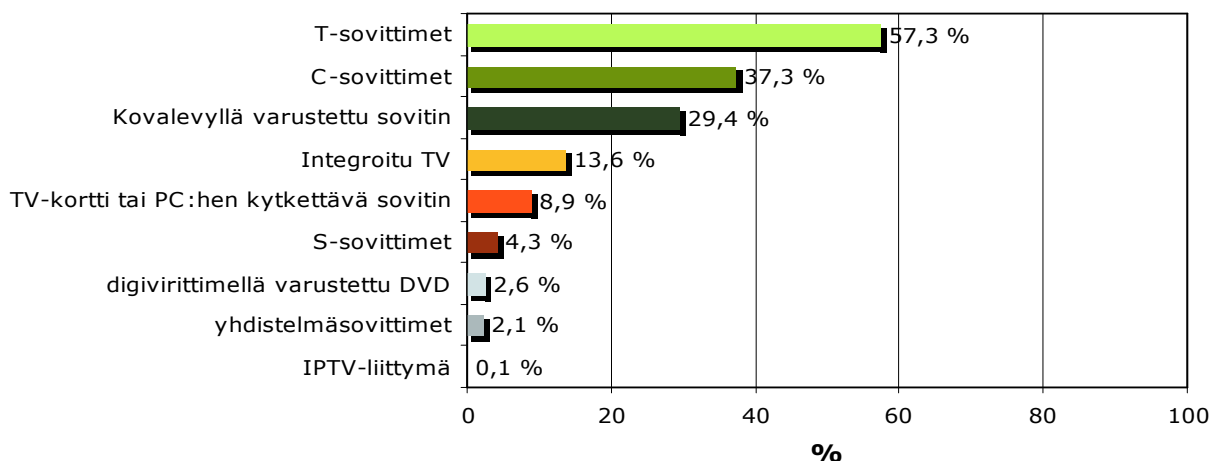
uksista neljännes vastaanottikin tv-lähetykset vuoden lopussa vielä analogisina.

Suurin osa digivastaanottimista oli niin sanottuja perussovittimia, joissa ei ole mahdollisuutta tallentaa ohjelmia. Kovalevyllä varustettuja tallentavia digivastaanottimia oli reilulla neljänneksellä digi-tv-talouksista. Tallentavat digisovittimet lisäsivät kuitenkin suhteellista osuuttaan tasaisesti pitkin vuotta.

Kaapeliverkon kautta tv-lähetyskseen vastaanottaa reilu miljoona kotitaloutta ja maanpäällisen verkon kautta noin miljoona kotitaloutta. Satelliittivastaanotto toimii lähinnä näitä täydentävänä vastaanottotapana. Antennivastaanottoon tarkoitettujen digisovittimien eli T-sovittimien osuus kaikista kotitalouksien digivastaanottimista oli vuoden 2007 lopussa lähes 60 prosenttia ja kaapelivastaanottoon tarkoitettujen C-sovittimien lähes 40 prosenttia. On syytä ottaa huomioon, että yhdessä kotitaloudessa voi olla useampia erilaisia digibokseja

riippumatta televisiolähetysten vastaanottovasta. Televisiolaitteiden, joihin on sisäänrakennettu digivastaanotin eli niin sanottujen integroitujen televisioiden osuus oli vuoden lopussa vajaa 14 prosenttia kaikista digivas-

taanottimista. Niiden osuus digivastaanottimista kasvoi tasaisesti vuoden mittaan. IPTV:n eli laajakaistayhteyden kautta vastaanotettavien tv-lähetysten osuus on vielä marginaalinen.

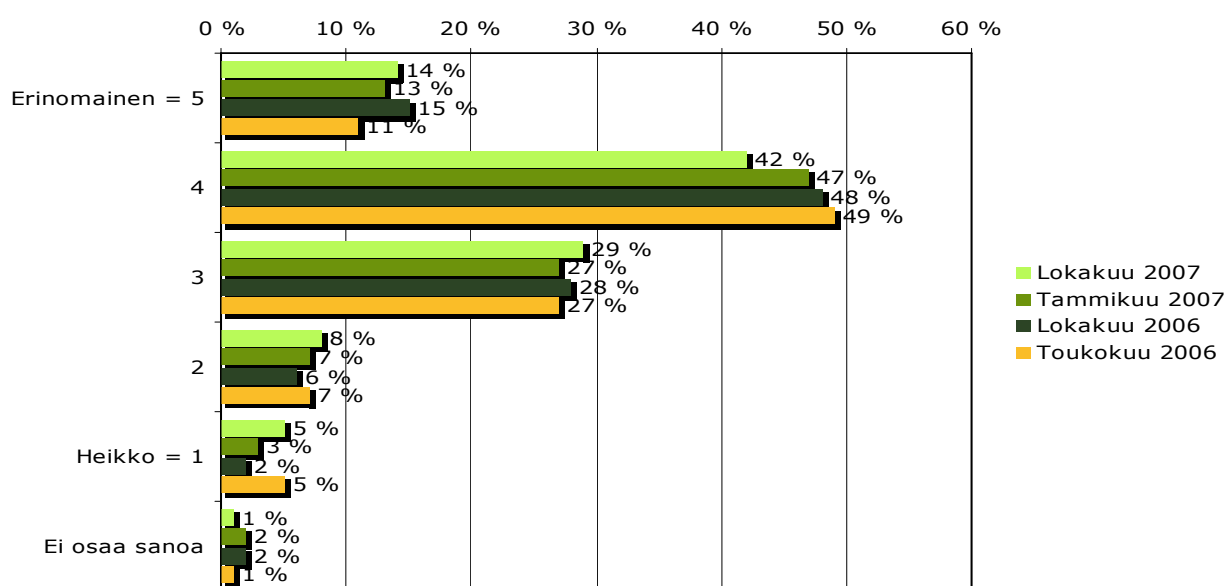


Lähde: Finnpanel 2007

Kuvio 9. Digi-TV -laitteiden yleisyys digi-TV -talouksissa 31.12.2007 (est = 2 004 000 eli 88,9 % kaikista TV-talouksista).

Viestintäviraston teettämien tutkimusten perusteella kuluttajat olivat varsin tyytyväisiä digi-tv:n käytettävyyteen myös vuonna 2007. Keväällä tehdyn tutkimuksen mukaan käytettävyys sai arvosanan 3,62 ja lokakuussa 3,54, kun asiaa mitattiin asteikolla 1–5, jossa 1 vas-

taa heikkoa ja 5 erinomaista. Vuonna 2006 vastaavat luvut olivat 3,55 ja 3,69. Vastaanottimen käyttöönotto sujui edelleenkin suurimmalta osalta kotitalouksia ilman vaikeuksia. Käyttöönottovaikeudet vähenivät vuoden loppua kohti.



Kuvio 10. Yleisarvosana digi-TV:n käytettävyydestä (osuus kotitalouksista, joilla on digiboksi tai digi-TV; n = 841; 651; 581; 520).

Vaikka kuluttajat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä digi-tv:n käytettävyyteen, heistä monet kertoivat kuitenkin kohdanneensa jonkinlaisia ongelmia television käytössä tai katselussa. Yleisimmät ongelmat liittyivät tekstitykseen, kuvanlaatuun tai digivastaanottimen jumitutumiseen. Vuoden lopulla tehdyn tutkimuksen mukaan niistä kaapeliverkkoon kuuluvista kotitalouksista, joilla ei vielä ollut digivastaanotinta, reilu 10 prosenttia ei kertomansa mukaan ollut aikeissa hankkia laitetta lainkaan. Finnpanelin maaliskuussa 2008 tekemän tutkimuksen mukaan näin ajattelevia oli enää kolme prosenttia.

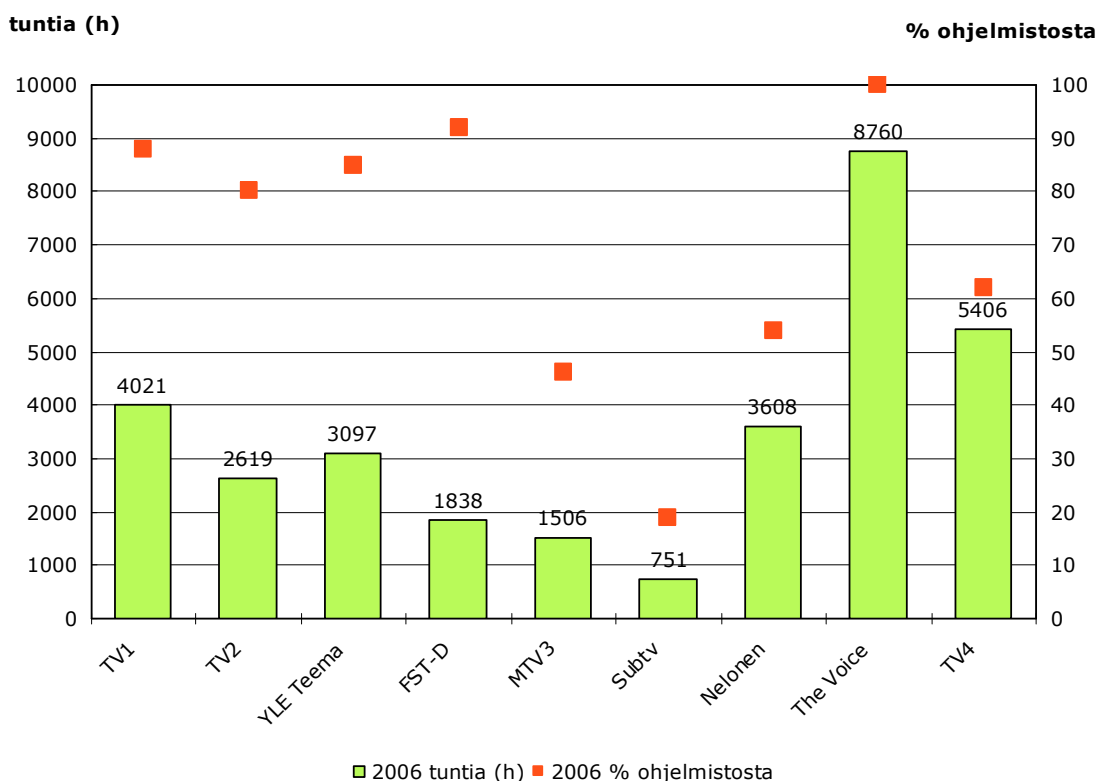
### Televisio-ohjelmiston alkuperä

EU:n medialainsäädäntö säätelee televisio-ohjelmien alkuperää. Lain mukaan televisio-toiminnan harjoittajan on varattava eurooppalaisille ohjelmille suurin osa vuosittaisesta lähetyksajastaan. Lisäksi yhtiöiden on varattava tv-yhtiöistä riippumattomien tuotantoyhtiöiden

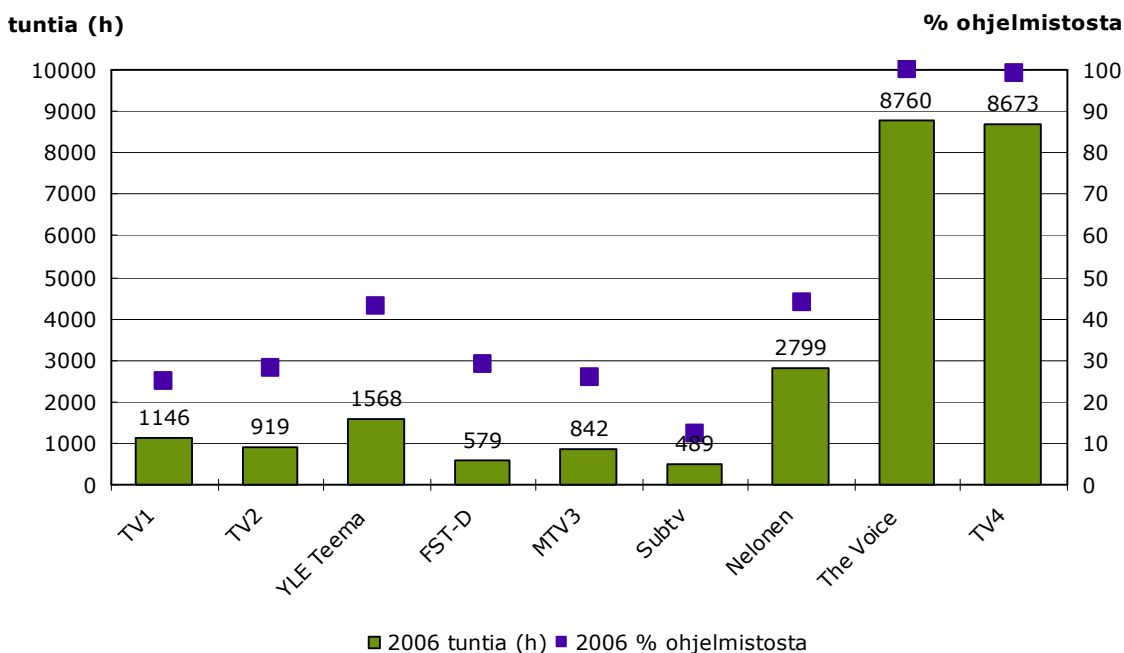
tuottamille ohjelmille 15 prosenttia lähetyksajastaan. Nämä säännökset eivät kuitenkaan koske uutisia, urheilutapahtumia, kilpailunomaisia viihdeohjelmia, mainoksia, ostos-TV-lähetyksiä eivätkä tekstitelevisiolähetyksille varattua aikaa. Säännöksiä ei sovelleta myöskään paikalliseen televisiotoimintaan, vaan ainoastaan valtakunnalliseen televisiotoimintaan.

Viestintävirasto kerää vuosittain tiedot ohjelmiston alkuperästä niiltä tv-toimijoilta, joihin tätä säädöstä sovelletaan. Vuotta 2007 koskevat tiedot kerätään alkukesästä 2008.

Kotimaiset tv-kanavat täyttävät pääsääntöisesti sekä eurooppalaista että riippumatonta tuotantoa koskevat vaatimukset. Yleiskanavista eurooppalaista tuotantoa on ollut eniten Yleisradion TV1- ja TV2-kanavilla. Kaupallisista kanavista MTV3 ja Nelonen ovat esittäneet eurooppalaista alkuperää olevaa tuotantoa selvästi vähemmän.



Kuvio 11. Televisio-ohjelmiston eurooppalaisuus 2006.



Kuvio 12. Riippumattomien tuottajien ohjelmat 2006.

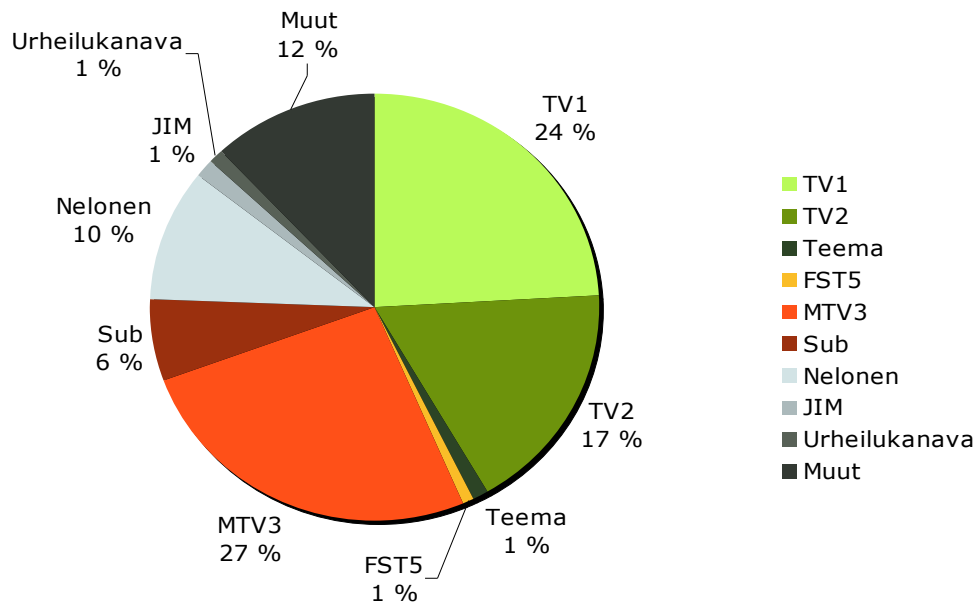
TV-yhtiöistä riippumattoman tuotannon määrät eivät ole vaihdelleet yhtä voimakkaasti eri kanavien välillä, lukuun ottamatta The Voicea ja TV4:ää, joilla kaikki tuotanto on ollut yhtiöstä riippumatonta.

### Television katselu

Vuonna 2007 television katselu lisääntyi kolme prosenttia verrattuna edellisen vuoden katselumäärään. Televisionkatseluun käytettiin aikaa keskimäärin 2 tuntia 46 minuuttia päivässä. Televisio oli edelleen ylivoimaisesti suosituin media suomalaisten keskuudessa. Sen osuus kaikesta päivittäisestä mediakäytöstä oli 41 prosenttia.

Television katselu jakautui vuonna 2007 aiempaa useammille kanaville. Vuonna 2007 viikoittain katsottujen kanavien lukumäärä oli yhdeksän, kun se vuotta aiemmin oli kuusi. Erityisesti uudet digikanavat kasvattivat katseluosuuksiaan.

Maksu-tv:n yleistyminen on päässyt vauhtiin digitalisoitumisen myötä. Vuoden 2007 lopussa maksu-tv-talouksia oli noin 600 000, kun vuotta aiemmin määrä oli noin 250 000 kotitaloutta. Maksu-tv-talouksien lukumäärä on siis vuoden aikana reilusti yli kaksinkertaistunut. Maksulliset tv-kanavat ovat yleisempiä lapsiperheissä ja lasten televisionkatselusta reilu viidennes siirtyi Finnpanelin tutkimusten mukaan maksullisille kanaville vuoden 2007 aikana.

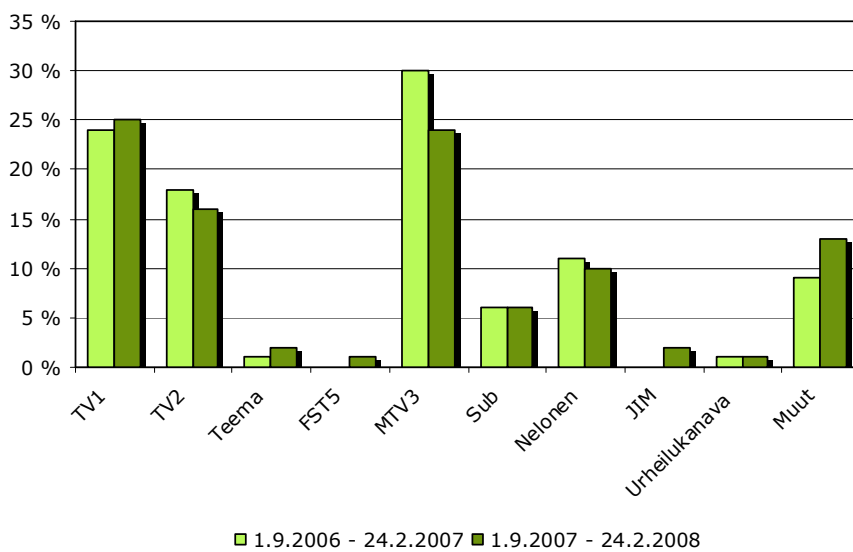


Lähde: Finnpanel Oy

Kuvio 13. Televisiokanavien katseluosuudet minuuteista 2007.

Finnpanel selvitti digisiirtymän vaikutuksia television katseluun jaksolla, joka alkoi analogisten maanpäällisten lähetysten loppumisesta syksyllä 2007 ja päättyi kaapeliverkkolähetys-

ten digisiirtymäajan loppuvaiheessa. Verrattuna samaan ajanjaksoon vuotta aiemmin katse-  
luaikaa oli digiajan alussa siirtynyt erityisesti uusille digikanaville.

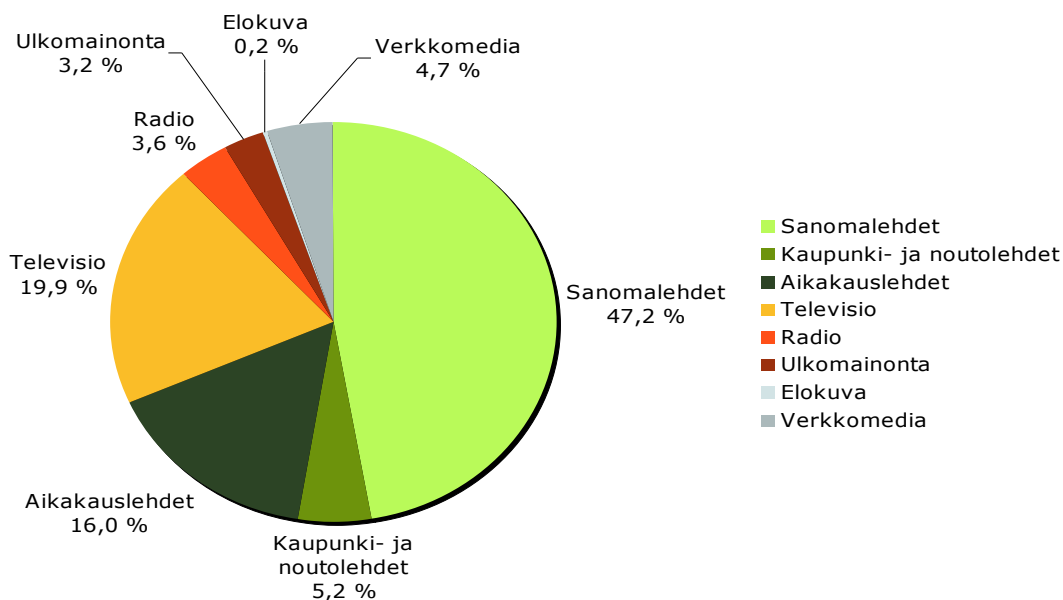


Kuvio 14. Digiajan vaikutus TV-kanavien katseluosuuksiin.

## Mediamainonnan määrä

Mediamainonnan kokonaismäärä vuonna 2007 oli 1,315 miljardia euroa. Vuosi 2007 oli jo viides perättäinen mediamainonnan kasvuvuosi.

Mediamainonnasta sanomalehdet muodostavat suurimman yksittäisen mediaryhmän. Toiseksi eniten mainostettiin televisiossa ja kolmanneksi eniten aikakauslehdissä. Verkkomedian osuuteen ei ole laskettu hakusanamainontaa eikä sähköisiä hakemistoja.

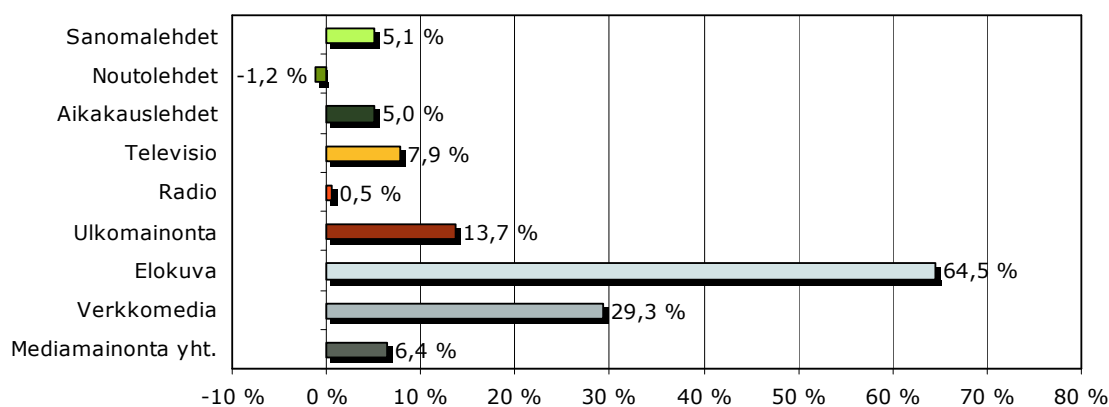


Lähde: TNS Media Intelligence

Kuvio 15. Mediamainonnan osuudet 2007.

Vuonna 2007 mediamainonnan määrä kasvoi yli kuusi prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Eniten kasvoi panostus sähköisiin medioihin ja ulkomainontaan. Kaikkein eniten kasvaneiden mediaryhmien eli elokuva-, internet- ja ulkomainonnan yhteinen osuus koko media-

mainonnan määrästä jäi alle kymmeneen prosenttiin. Toimialoista erityisesti kaupan ryhmittymät ja elintarvikkeet lisäsivät televisiomainontaa. Erityisesti vuoden kolmantena neljänneksenä televisiomainonta kasvoi voimakkaasti.



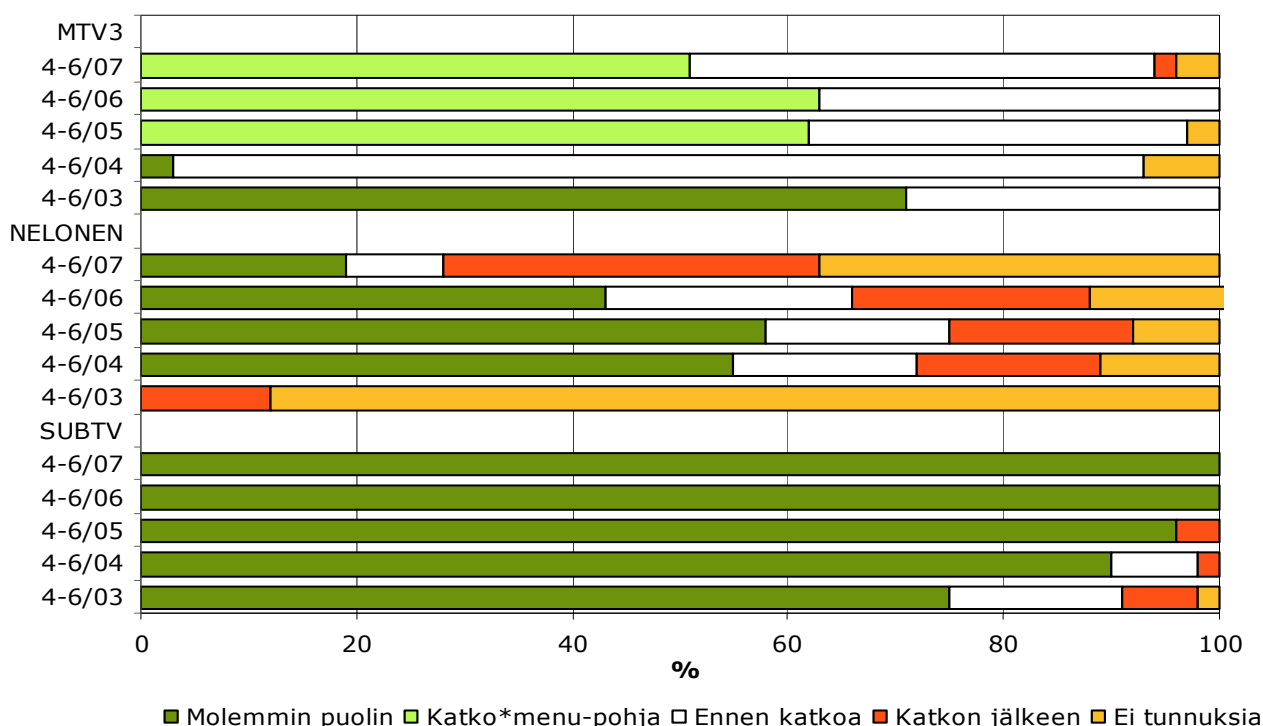
Lähde: TNS Media

Kuvio 16. Mediamainonnan kehitys mediaryhmittäin 2007.

## Tv-mainonnan kesto ja sijoitus

Tv- ja radiotoiminnasta annetussa laissa mainonnan yleisiä periaatteita koskevan säännöksen mukaan mainokset on erotettava muusta ohjelmistosta kuva- tai äänitunnuksella. Viestintävirasto tekee kahdesti vuodessa otantatutkimuksia kaupallisten televisiokanavien pri-

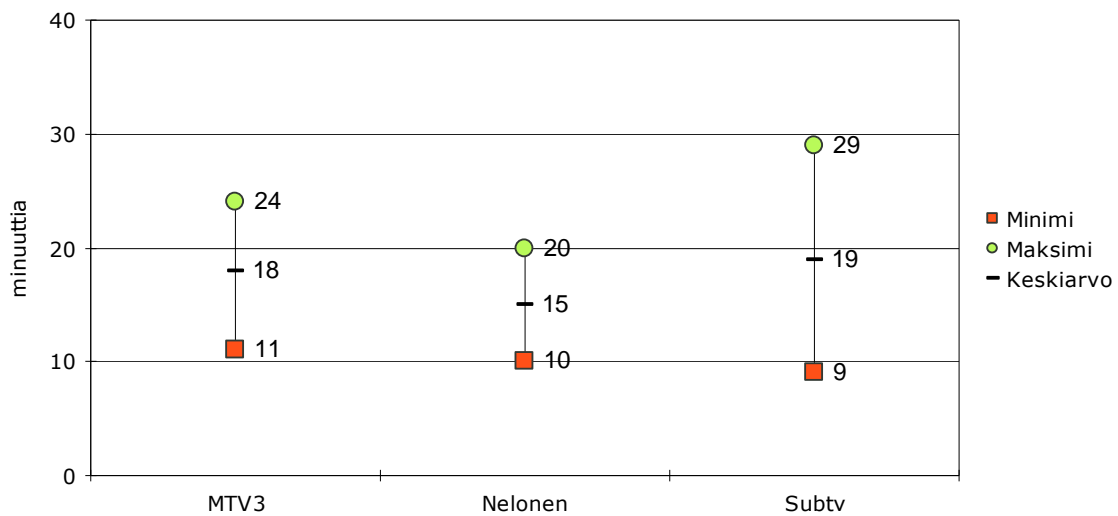
me time -ajan ohjelmistoista. Keväällä 2007 tehdyn tutkimuksen mukaan Subtv:llä noudatettiin mainonnan erottamista koskevaa sääntöä kaikilla mainoskatkoilla. Myös MTV3 ja Nelonen käyttivät katkotunnusta aina, kun ohjelma keskeytettiin mainoskatkolla. Sen sijaan kahden eri ohjelman välisillä katkoilla erityisen tunnuksen käyttäminen oli harvinaisempaa varsinkin Nelosen ohjelmistossa.



Kuvio 17. Mainonnan erottaminen ohjelmistosta katkotunnuksilla: eri ohjelmien väliset katkot keväisin 2003–2007.

Laissa säännellään myös ohjelmaa keskeyttävien mainoskatkojen väliin jäävän ohjelmajakson pituutta, jonka on oltava vähintään 20 minuuttia. Säännöstä ei sovelleta ohjelman alun ja ensimmäisen mainoskatkon väliseen aikaan eikä myöskään ohjelman lopun ja sitä edeltävän viimeisen mainoskatkon väliseen ohjelma-aikaan.

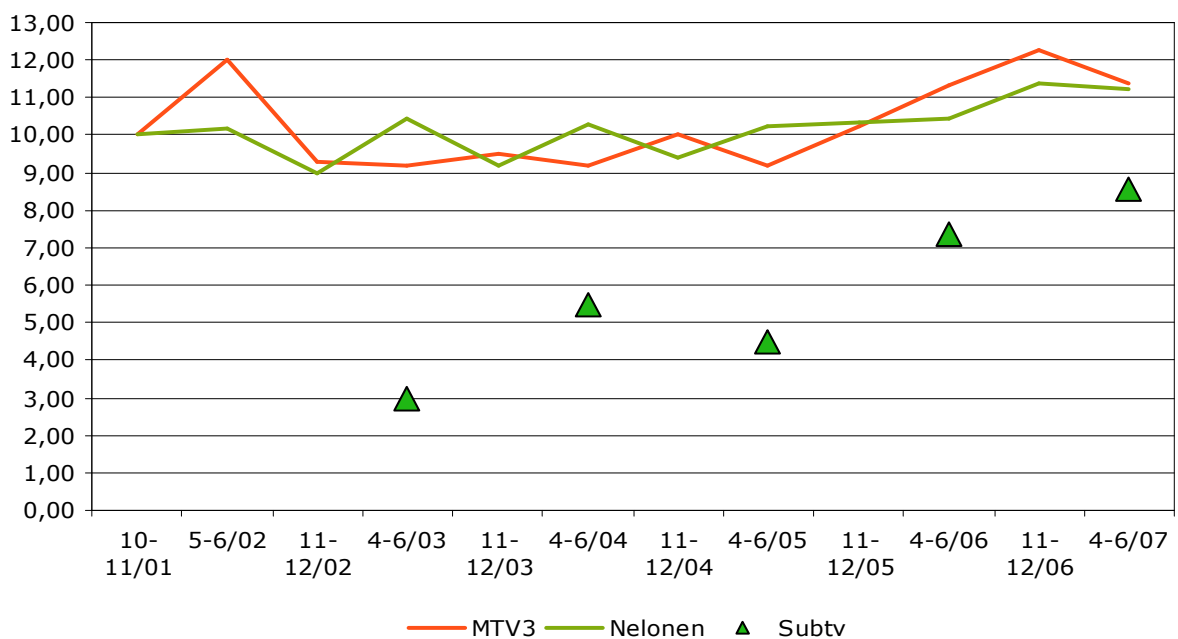
Tv-kanavat noudattavat tätä 20 minuutin sääntöä lähes poikkeuksetta pitkien elokuvien osalta, mutta muissa pitkissä ohjelmissa vaihtelua on paljon. Keskimäärin ohjelmaosion kesto vaihteli vuoden 2007 tutkimuksessa 15–19 minuutin välillä.



Kuvio 18. Ohjelmaosien kesto 4-6/2007.

Mainonnan erottamista ja sijoittelua koskevien säännösten lisäksi laissa säännellään myös mainonnan määrää ohjelmistossa. Lain mukaan yhtä tasatuntien välistä tuntia kohti ei mainosten ja teleostoslähetysten osuus saa olla yli 20 prosenttia eli 12 minuuttia. Keskimäärin mainontaa oli kevään 2007 tutkimuksessa 9-11,5 minuuttia yhtä tasatuntia kohti.

Nelosella mainonnan kesto yhtä tasatuntia kohti prime time -aikaan on kasvanut vuodesta 2002 yhdellä minuutilla. MTV3:lla kestot ovat vaihdelleet enemmän ollen korkeimmillaan loppuvuodesta 2006. Subtv:llä kasvu on ollut voimakkainta, mutta jää edelleen selvästi alle 12 minuutin.



Kuvio 19. Mainonnan kesto yhtä tasatuntia kohti 2001-2007 (keskimäärin mittausajanjaksolla (min, sek)).

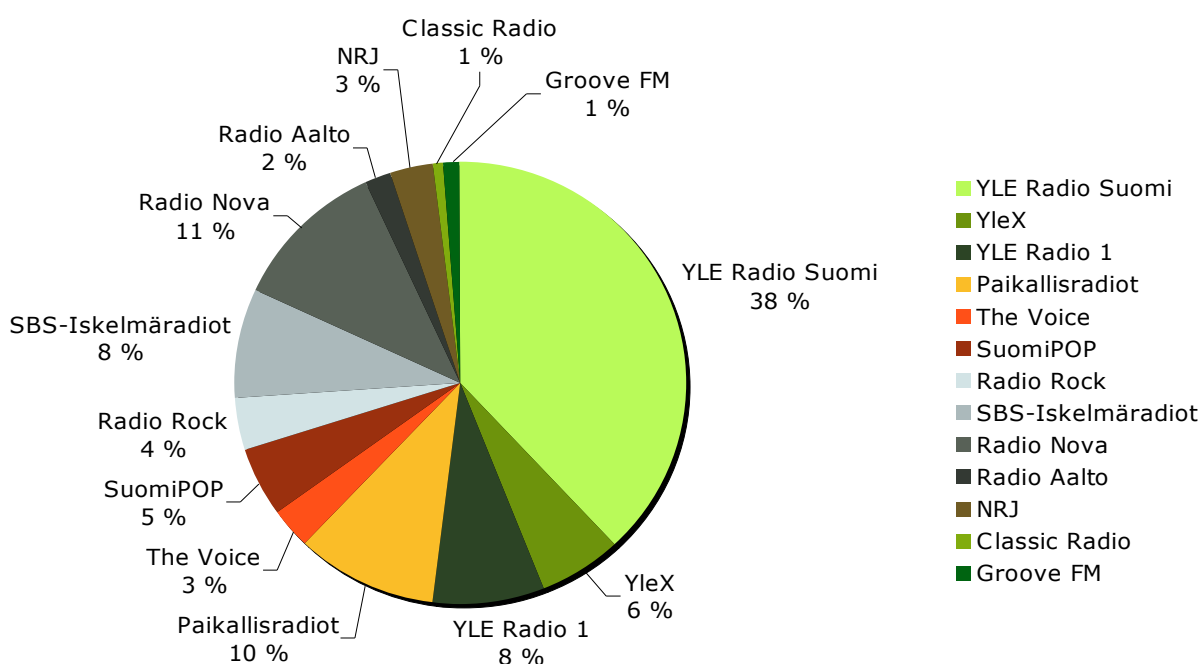
## Radiotoiminta

### Kuunteluosuudet

Radiota kuunneltiin keskimäärin 3 tuntia 16 minuuttia päivässä vuonna 2007. Kuuntelu-aika kasvoi kahdella minuutilla edelliseen vuoteen verrattuna. Kuuntelu lisääntyi erityisesti 15–24-vuotiaiden keskuudessa sekä myös 65 vuotta täyttäneiden keskuudessa. Suomalaiset kuuntelivat keskimääräisenä päivänä 1,5 radiokanavaa ja viikon aikana 2,7 kanavaa. Kes-

kimäärin suomalaisilla oli mahdollisuus kuunnella 15–20 eri radiokanavaa.

Keväällä 2007 tehdyn tutkimuksen mukaan joka kolmannella suomalaisella oli matkapuhelin, jossa on FM-radio. Kuusi prosenttia heistä kuunteli viikottain radiota matkapuhelimen kautta. Syksyllä 2007 tehdyn tutkimuksen mukaan seitsemän prosenttia väestöstä kuunteli viikottain radiota digi-tv:n kautta ja kuusi prosenttia internetin kautta.



Lähde: Finnpanel Oy

Kuvio 20. Radiokanavien kuunteluosuudet minuuteista 2007.

### Kaupallisten radiokanavien ohjelmisisältö

Valtioneuvoston myöntämät uudet toimitukset kaupalliseen radiotoimintaan tulivat voimaan vuoden 2007 alussa. Toimilupaehtoisissa asetettiin radio-ohjelmistoille sisältöä koskevia vaatimuksia muun muassa puheisisältöjen määräästä. Toimilupaehtojen toteutumista valvoo Viestintävirasto, joka selvitti ensimmäisen kerran toimilupaehtojen noudattamista vuonna 2007. Selvitystä varten virasto teetti otanta-tutkimuksen kymmenen radioaseman ohjelmistoista yhtenä arkipäivänä kello 06.00–

18.00 välisenä eli niin sanottuna prime time-aikana.

Toimiluvanvaraisten radioasemien viikottaisesta lähetyksajasta puheohjelmien osuuden on oltava vähintään 15–30 prosenttia. Yhden päivän otantaan perustuvan tutkimuksen mukaan puheisisältövaatimus ja muut toimilupaehdot toteutuivat kaupallisissa radioissa vaihtelevasti.

Parhaiten toimiluvan mukainen puheisisältövaatimus päivätasolla tarkasteltuna toteutui selvityksessä mukana olleista Radio Robin Hoodin, Oi FM:n ja Radio 957:n ohjelmistoissa ja hei-

koiten Rogmo FM:llä ja Radio Aallolla. Radio Novan ohjelmistossa puheisisältöjä oli määrällisesti paljon, mutta sen toimiluvassa puheisisältövaatimus on myös korkein eli 30 prosenttia. Tämä vaatimus ei päivätasolla tarkasteltuna täysin toteutunut. Puheisisältövaatimukset alituitivat hieman myös Iskelmän asemilla Iskelmä Porvoota lukuun ottamatta.

Paikallisradioiden toimilupaehdot sisältävät myös vaatimukset kuuluvuusalueen asioita käsittelevästä tai paikallisia erityisryhmiä palvelevasta toimituksellisesta sisällöstä, kuten uutislähetyksistä. Tutkituista radioasemista parhaiten paikallisuusvaatimus toteutui Radio Robin Hoodin ja Radio 957:n kohdalla. Vähiten paikallista sisältöä oli Iskelmä Helsingillä ja Tampereella. Myös Iskelmä Tampereen, Satakunnan, Helsingin ja Porvoon ohjelmien sisältö oli tutkimusajankohtana suurelta osin keskenään yhtenevää.

## Postitoiminta

Viestintäviraston tehtävänä on valvoa postipalvelulain nojalla yleispalvelun toteutumista postipalveluissa. Suomessa postitoiminnan yleispalvelusta vastaa Itella Oyj eli entinen Suomen Posti.

Yleispalveluun kuuluvat enintään kahden kilon painoiset kirjelähetykset ja enintään kymmenen kilon painoiset postipaketit kotimaassa sekä enintään kolmenkymmenen kilon painoiset maahan saapuvat lähetykset. Lisäksi yleispalveluun sisältyvät kirjatut ja vakuutetut lähetykset. Yleispalvelun tarjoajan on pidettävä jokaisessa kunnassa vähintään yksi yleispalvelua tarjoava toimipiste.

### *Postilähetysten määrät*

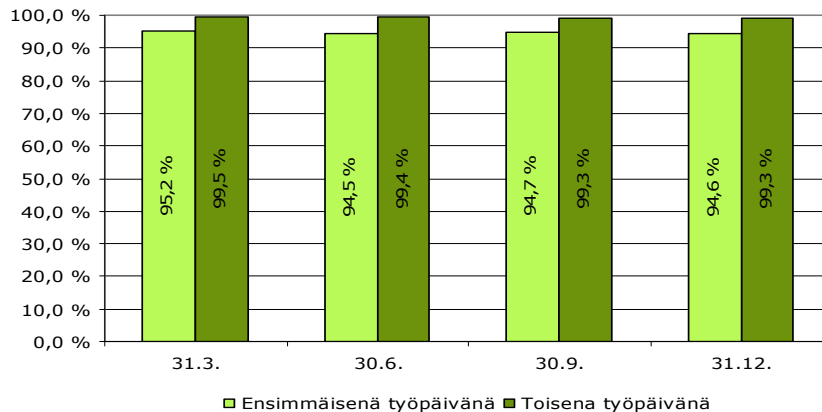
Vuoden 2007 posti- ja pienkuljetustilasto julkaistaan myöhemmin vuonna 2008. Vuoden 2006 tilaston mukaan kotimaan lähetysten kokonaismäärä oli yhteensä 3 798 miljoonaa lähetystä. Näistä lähetyksistä 1 104 miljoonaa kappaletta eli noin 29 prosenttia kuului toimiluvanvaraiseen yleispalveluun.

Yleispalvelun ulkopuolella kuljetettiin yhteensä 2 694 miljoonaa kotimaan lähetystä vuonna 2006. Tästä jakelusta suurin osa eli 1 662 miljoonaa lähetystä oli osoitteetonta jakelua eli suoramarkkinointia ja ilmaisjakelulehtiä. Seuraavaksi eniten oli lehtijakelua. Ulkomaan lähetysten kokonaismäärä tutkituilla yrityksillä<sup>2</sup> oli yhteensä 110 miljoonaa kappaletta vuonna 2006.

### *1. luokan kirjeen kulkunopeus*

Yleispalveluun kuuluvat kotimaan kirjelähetykset, jotka on jätetty postiyritykselle seuraavana työpäivänä jaettaviksi (eli ns. 1. luokan kirje), on jaettava niin, että lähetyksistä vähintään 85 prosenttia on perillä seuraavana työpäivänä ja vähintään 98 prosenttia viimeistään toisena työpäivänä.

<sup>2</sup> Postitoiminnan osalta tilaston kattavuus on 100 prosenttia. Toimialan muu jakelu- ja kuriiritoiminnan yritysten osalta vastausaste oli 68 prosenttia ja tutkimukseen erikseen valikoitujen yritysten osalta 92 prosenttia. Kyselyn kokonaisvastausasteeksi muodostui 74 prosenttia.



Kuvio 21. Ensimmäisen luokan kirjeen kulkunopeus 2007 (kumulatiivinen tulos). Lähde: Kirjeen palvelutasotutkimus. Suomen Posti Oyj / Add Value Oy.

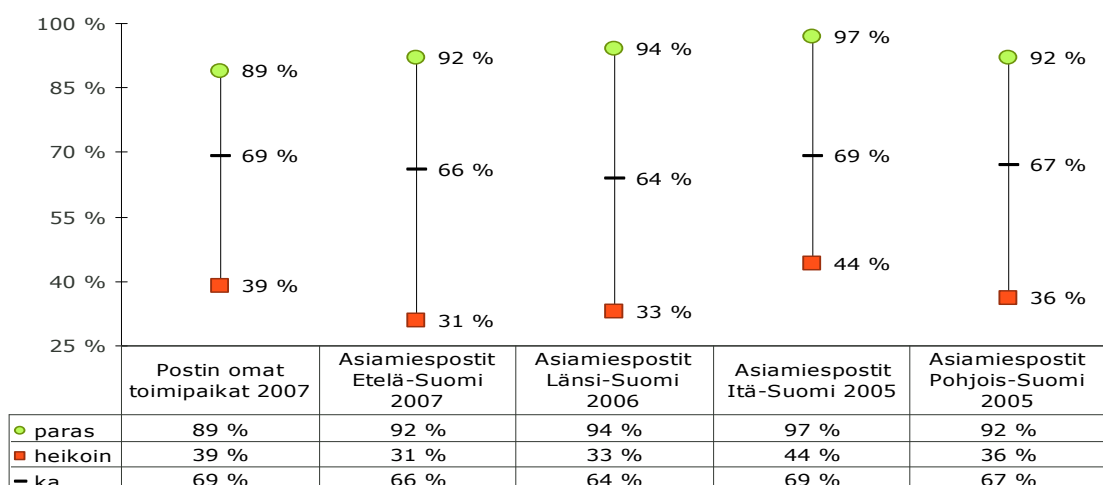
Itella Oyj seuraa näiden 1. luokan kirjeiden kulkunopeutta jatkuvan paneelitutkimuksen avulla. Ensimmäisen luokan kirjeistä lähes 95 prosenttia jaettiin vuonna 2007 lähetystä seuraavana työpäivänä ja reilut 99 prosenttia toisena työpäivänä.

### Postitoimipaikkojen palvelutaso

Viestintävirasto on seurannut säännöllisesti vuodesta 2005 lähtien asiamiespostien palvelutasoa niin sanotulla mystery shopping-menetelmällä, jossa tutkijat tekevät toimipaikkoihin vakioituja koeasiointeja. Tutkimukset on toteuttanut TNS Gallup Oy.

Palvelutasoa arvioidaan useiden palveluosaimisen ja tuotetuntemuksen osatekijöiden avulla. Osatekijöiden saamista pisteistä lasketaan erityinen palveluindeksi, jonka avulla voidaan vertailla palvelutason toteutumista eri alueilla ja eri ajankohtina.

Vuonna 2007 tutkittiin ensimmäistä kertaa samalla menetelmällä myös Itella Oyj:n omia postitoimipaikkoja. Tulosten mukaan Itellan omissa toimipaikoissa palvelu oli tasalaatuisempaa, vaikkakaan palvelun keskitasossa ei ollut merkittävää eroa verrattuna yrittäjäpostitoimipaikkoihin.



Kuvio 22. Postitoimipaikkojen palveluindeksit.

## LÄHTEET

Viestintäviraston markkinaseuranta  
Viestintäviraston markkinatutkimukset  
Telepalveluiden käyttötutkimus 2006, 2007  
Digi-TV:n käytettävyystudkimus  
Liikenne- ja viestintäministeriö

Finnpanel Oy  
TNS Media Intelligence  
Teleyritysten osavuosi- ja vuosikatsaukset sekä lehdistötiedotteet  
Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilasto 2006  
Itella Oyj

## LYHENTEET

**3G (third generation) -verkot, -palvelut ja päätelaitteet** - edustavat niin kutsutun kolmannen sukupolven langattomia tiedonsiirtoratkaisuja, jotka mahdollistavat suuria tiedonsiirtonopeuksia vaativien palveluiden käyttämisen matkaviestinverkoissa

**ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)** - yleisin käytössä oleva DSL-tekniikka, jossa tiedonsiirtonopeus verkosta käyttäjälle on suurempi kuin käyttäjältä verkkoon päin

**DSL (Digital Subscriber Line)** - puhelinverkon kautta muodostettava digitaalinen tietoliikenneyhteystekniikka

**DVB-H (Digital Video Broadcasting - handheld)** - digitaalisten televisiolähetysten standardi liikkuvia matkapuhelimen tyyppisiä päätelaitteita varten

**Flash-OFDM (Fast Low-latency Access with Seamless Handoff Orthogonal Frequency Division Multiplexing)** - liikkuvan yhteyden mahdollistava langattoman laajakaistaverkon tekniikka

**HSPA (High-Speed Packet Access)** - tekniikka, jonka avulla kyetään parantamaan 3G-matkapuhelinverkkojen suorituskykyä datasiirron nopeuksien osalta

**IPTV (Internet Protocol Television)** - teknologia, jossa digitaalista televisiolähetettä tai videota lähetetään internet-protokollaa käyttävän sovitin ja laajakaistayhteyden avulla

**MMS (Multimedia Messaging Service)** - matkapuhelinviestinnässä käytetty standardi, joka mahdollistaa tekstin lisäksi kuvien äänen ja videoiden käytön viesteissä

**SMS (Short Message Service)** - matkapuhelinten tekstiviestijärjestelmä

**VoIP (Voice over Internet Protocol)** - internet-yhteyden välityksellä tarjottava reaaliaikainen äänen- ja kuvansiirtotekniikka, jota voidaan käyttää perinteisen peruspuhelinpalvelun tavoin

**WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access)** - radioteitse muodostettava langaton yhteystekniikka, jonka avulla tarjotaan laajakaistayhteyksiä useiden kilometrien päähän tukiasemasta ja jolla tarjotaan käyttäjille liikennöintinopeuksiltaan nykyisiä kaapelimodeemi- ja xDSL-yhteyksiä vastaava langaton verkkoyhteys

## Kuviot

- Kuvio 1. Laajakaistaliittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet.
- Kuvio 2. Matkaviestinliittymät ja markkinaosuudet.
- Kuvio 3. Matkapuhelut 2005–2007.
- Kuvio 4. Lähetetyt SMS- ja MMS-viestit 2005–2007.
- Kuvio 5. Esimerkki erilaisten matkapuhelujen hinnoittelumallien kuukausikustannuksista.
- Kuvio 6. Matkaviestinoperaattoreiden asiakaspalvelun vastausajat.
- Kuvio 7. Kiinteän verkon liittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet.
- Kuvio 8. Kiinteän verkon puhelut 2005–2007.
- Kuvio 9. Digi-TV -laitteiden yleisyys digi-TV -talouksissa 31.12.2007.
- Kuvio 10. Yleisarvosana digi-TV:n käytettävyydestä.
- Kuvio 11. Televisio-ohjelmien eurooppalaisuus 2006.
- Kuvio 12. Riippumattomien tuottajien ohjelmat 2006.
- Kuvio 13. Televisiokanavien katseluosuudet minuuteista 2007.
- Kuvio 14. Digiajan vaikutus TV-kanavien katseluosuuksiin.
- Kuvio 15. Mediamainonnan osuudet 2007.
- Kuvio 16. Mediamainonnan kehitys mediaryhmittäin 2007.
- Kuvio 17. Mainonnan erottaminen ohjelmistosta katkotunnuksilla: eri ohjelmien väliset katkot keväisin 2003–2007.
- Kuvio 18. Ohjelmaosien kesto 4-6/2007.
- Kuvio 19. Mainonnan kesto yhtä tasatuntia kohti 2001–2007.
- Kuvio 20. Radiokanavien kuunteluosuudet minuuteista 2007.
- Kuvio 21. Ensimmäisen luokan kirjeen kulkunopeus 2007.
- Kuvio 22. Postitoimipaikkojen palveluindeksit.

## Taulukot

- Taulukko 1. Laajakaistaliittymien kehitys 2006–2007.
- Taulukko 2. Matkaviestinliittymien ja puhelumäärien kehitys 2006–2007.
- Taulukko 3. Yritysnumeroihin soittamisen hinnat.
- Taulukko 4. Kiinteän puhelinverkon liittymien ja puhelumäärien kehitys 2006–2007.
- Taulukko 5. Digitaalisten televisiolähetysten kanavat valtakunnallisissa kanavanipuissa.