



# Verkkokauppatilasto 2011

Lehdistötilaisuus 29.2.2012



# Kansallisen verkkokaupan seuranta vuodesta 2010

Seurannan toteuttajat:

The ASML logo features the letters 'ASML' in a bold, sans-serif font. The 'A' and 'M' are in a dark grey color, while the 'S' and 'L' are in a bright yellow color.

- Seurannan sisällöllinen suunnittelu ja kehitystyö on tehty yhteistyössä siten, että organisaatioiden osaaminen kaupasta, etäkaupasta ja sen seurannasta on saatu valjastettua palvelemaan verkkokaupan seuranta.
- TNS Gallup vastaa tiedonkeruuprosessista ja tietojen tarkistuksesta.
- Nyt julkistetaan koko vuoden 2011 Verkkokauppatilaston tulokset.

# Miten sähköistä kaupankäyntiä mitataan

- Verkkokauppatilasto sisältää kaiken verkkokauppaostamisen
  - Tavarat, palvelut, sähköinen sisältö
  - Sisältää tavarakaupan ja välittömän palveluoston lisäksi myös verkkokaupassa tehtävät palveluvaraukset
  - Sekä kotimaisista että ulkomaisista verkkokaupoista
  - Riippumatta koska ostos maksetaan: oston yhteydessä, toimituksen yhteydessä, palvelun käytön yhteydessä
- Luvut perustuvat kuluttajahaastatteluihin
  - Tiedonkeruu neljä kertaa vuodessa: mitä tuoteryhmiä ostettu edellisten kolmen kuukauden aikana
  - Tiedonkeräyksessä hyödynnetään TNS Gallupin laajaa ja korkeatasoista internet-avusteista vastaajaneelua
  - Vuoden 2011 lukujen perusteena on 9.306 kuluttajahaastattelua
  - Kyselytietoa varmennetaan hyödyntämällä muita lähteitä, mm. toimialatietoa ja muuta verrokkitietoa
- Luvut sisältävät arvonlisäveron ja toimituskulut
  - Verkkokauppatilasto ei kuvaa vähittäiskaupan myyntiä, vaan kuluttajien rahankäyttöä

# Seurattavat tuoteryhmät pääluokittain

- Toimialakohtainen tiedonkeruu
- Seurannassa mukana yhteensä 30 pääluokkaa ja 70 alaluokkaa.
  - Eri tuoteryhmien luvut muodostavat sähköisen kaupan kokonaisymyynnin
  - Vertailussa muihin tilastojulkaisuihin on huomioitava tuoteryhmien erilaiset rajaukset ja luokittelut

Pukeutuminen (myös urheiluvaatteet)	Matkapuhelin- ja operaattoripalvelut
Jalkineet (myös urheilujalkineet)	Liikenne (auto, vene, moottoripyörä yms.)
Hyvinvointipalvelut	Matkailu ja matkustaminen
Kauneustuotteet	Pääsyliput
Terveystuotteet	Vakuutukset
Kirjat	Erikoisharrastuksiin liittyvät tuotteet
Lehdet	Urheiluvälineet
Sisustus- ja puutarhakalusteet, tarvikkeet	Valokuvatuotteet
Keittiö ja puhtaanapito, tarvikkeet	Aikuisviihde
Asuminen ja energia	Elintarvikkeet
Lastentarvikkeet ja lelut	Lahjakortit (tavara- tai palvelulahjakortit)
Kulutus-, viihde-elektronikka, tietotekniikka	Lemmikki- ja eläinharrastustarvikkeet
Tietokoneohjelmat	Rahapelit
Pelit (tietokonepelit, konsolipelit)	Rahoitus (pikavipit, luotot, sijoituspalvelut)
Musiikki ja elokuvat	Rakentaminen ja korjaaminen

# Suomalaisessa verkkokaupassa tapahtunutta

- Verkko-ostaminen on kasvattanut suosiotaan kuluttajien parissa.
- Eri toimialoilla ja eri tuoteryhmissä kehitys tapahtuu hyvin eri vauhtia.
  - Erityisen nopeaa kasvu on ollut mm. rahoituspalveluissa ja elintarvikkeissa.
  - Sisältötuotteiden ostaminen on sen sijaan hieman vähentynyt.
- Kotimaiset kaupan suurtoimijat ovat lisänneet tuntuvasti panostustaan verkkoon.
- Markkinaosuuksien jako on aktiivisesti käynnissä monilla toimialoilla. Uudet toimijat saattavat valloittaa nopeastikin Suomen kaltaisen pienen markkinan. Näin on käynyt mm. jalkineiden verkkokaupassa.

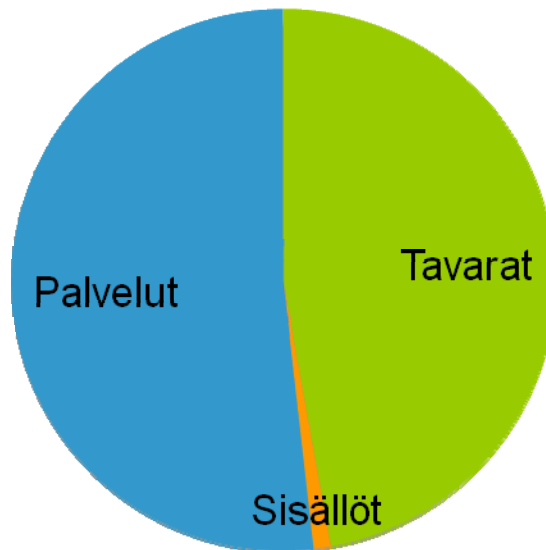


# Verkkokaupan määrä tammi-joulukuussa 2011

## 10,1 miljardia euroa

Kotimaisen kaupan määrä:  
8 762 miljoonaa euroa (87%)

Ulkomaisen kaupan määrä:  
1 351 miljoonaa euroa (13%)



Palvelut 5 238 miljoonaa euroa (52%)

Tavarat 4 772 miljoonaa euroa (47%)

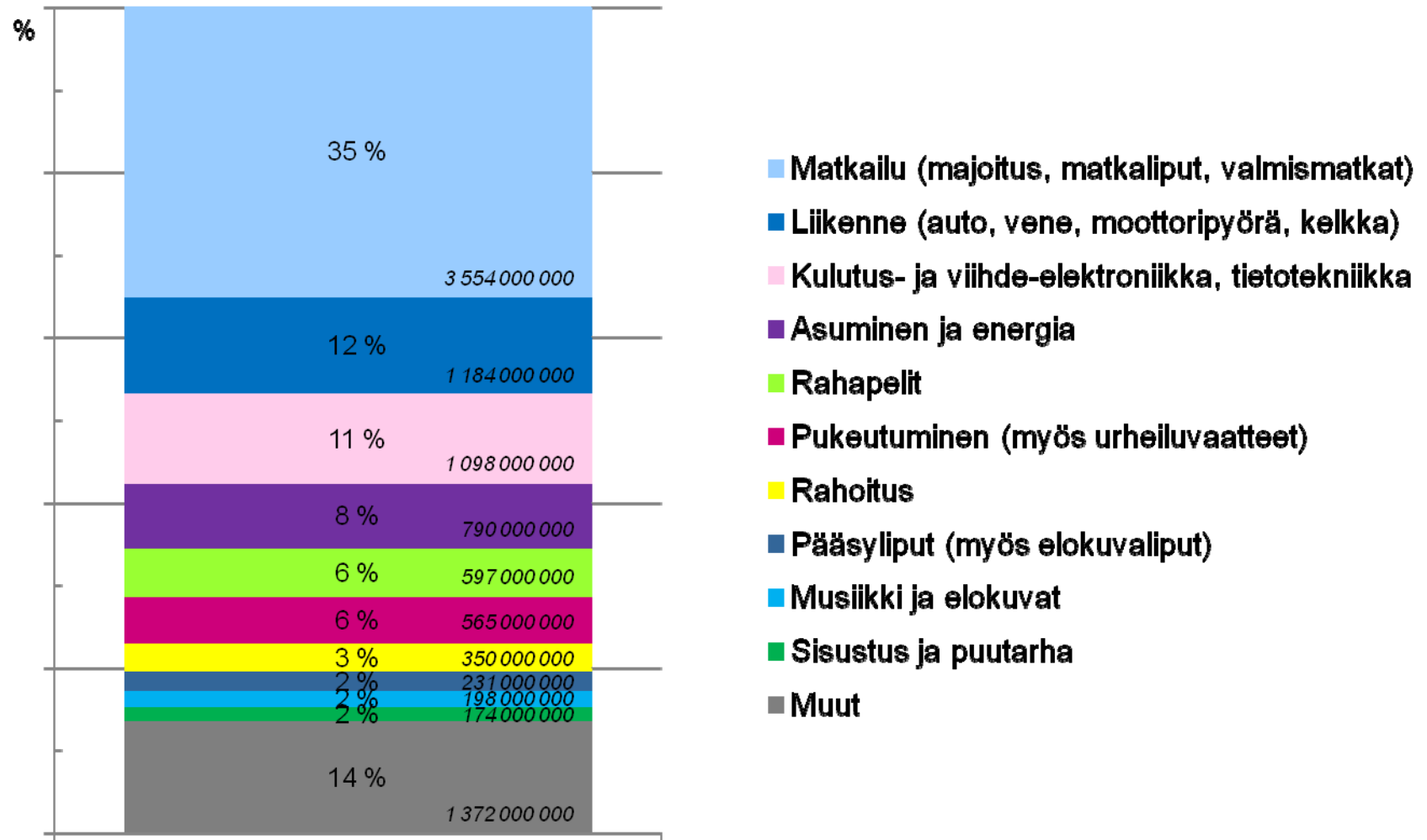
Sisällöt 104 miljoonaa euroa (1%)

Vähittäiskaupan arvo tavaroiden verkkokaupasta:  
3 299 miljoonaa euroa

•Ulkomaisen kaupan osuus 18%

# Verkkokaupan määrä tammi-joulukuussa 2011

## 10 suurimman tuoteryhmän osuus

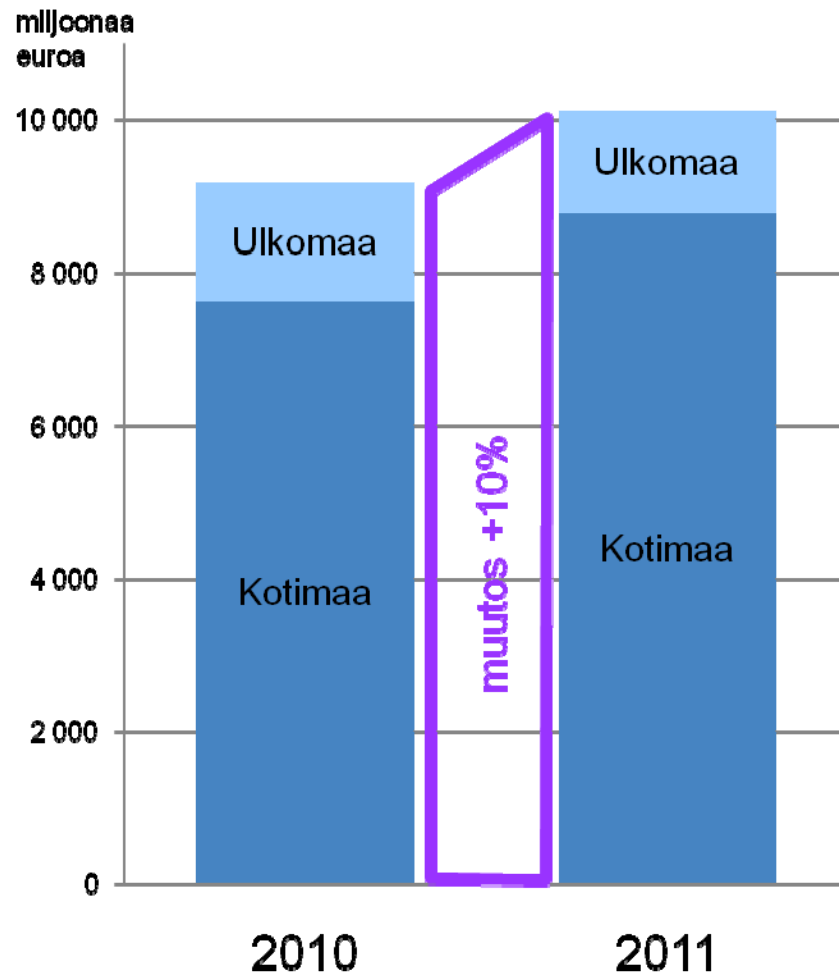


100 %  
10,1 miljardia euroa

Verkkokauppatilasto 2011

# Verkkokaupan määrä tammi-joulukuussa 2011

## 10 % kasvu



- Vuosi 2010: 9 172 miljoonaa euroa
- Vuosi 2011: 10 113 miljoonaa euroa

- Keskimääräinen kasvu 10%
  - Vähittäiskaupan keskimääräinen kasvu verkossa 14%
  - Ulkomaisen verkkokaupan kasvu ilman autokauppaa ja rahapelejä 6%. (Muutos autokaupan ja rahapelien kanssa -13%.)
- Tuoteryhmien väliset erot merkittäviä



# Top 10 kasvussa olevaa tuoteryhmää



- Veneet, venemootorit, vene- ja moottorivarusteet
- Rahoitus: pikavipit, luotot, sijoituspalvelut (ei osakekauppa)
- Ruokaa, elintarvikkeita
- Asunnon, loma-asunnon, loma-osakkeen ostaminen/vuokraaminen
- Lahjakortit
- Kosmetiikka
- Sähkösovimukset
- Auto (uusi tai käytetty)
- Asusteet ja tarvikkeet (sis. laukut, korut ja kellot)
- Luontaistuotteet, ravintolisät

# Top 10 ulkomaiset tuoteryhmät

## ulkomaisen verkkokaupan osuus suurin

- Lääkkeet
- Urheiluvälineet
- Autotarvikkeet, -varaosat
- Miesten vaatteet
- Harrastuksiin liittyvät tuotteet (käsityö, taide, musiikki, muu erikoisharrastus)
- Ruoka, elintarvikkeet
- Asusteet ja tarvikkeet (sis. laukut, korut ja kellot)
- Tietokoneohjelmat
- CD/LP-levyt
- Lastentarvikkeet (vaunut, turvaistuimet jne.)

# Suomalaiset verkkokaupassa

Verkosta ostaneita: 3 035 500

Ei-ostaneita: 1 016 500



**Aktiiviostajia:**  
1 669 000



**Harvoin ostavia:**  
1 366 500



**Aikoo ostaa:**  
335 000

**Ei osta:**  
681 000



Lähde: NetTrack 2012 (TNS Gallup /Digital)  
15-74-vuotiaita: 4 052 000 (Tilastokeskus)

# Ostamisessa tapahtuneet muutokset

Verkon ostajakunnassa on tapahtunut kahdenlaisia merkittäviä muutoksia:

## 1. Nuoret ovat lisänneet kulutustaan verkossa tuntuvasti edellisvuodesta

■ Nuorilla kasvussa ovat etenkin naisten vaatteiden ostaminen sekä kotimaisista että ulkomaisista verkkokaupoista.

- Myös mm. kirjoja, asusteita, matkailupalveluita, kodintekstiilejä, hiusten- ja ihonhoitotuotteita sekä keittiötarvikkeita on ostettu kotimaisista verkkokaupoista.
- Viihteen kulutus verkossa on ollut pienempää kuin aiemmin.

## 2. Uudet, aiempaa vanhemmat kohderyhmät aktivoituvat verkko-ostajina.

■ Vaikka ostajakunta monipuolistuu, tämä ei kuitenkaan näy merkittävästi yksittäisten tuoteryhmien ostamisen yleisyydessä.

- Naiset lisänneet hieman asusteiden, junalippujen ja kirjojen ostamista verkosta.
- Miehet lisänneet etenkin matkailupalveluiden ostamista verkosta. Yhä useampi mies on ostanut ulkomaisesta verkkokaupasta kulutus- ja viihde-elektroniikkaa, autotarvikkeita/varaosia sekä tietokone- tai konsolipelejä.

# Kysymyksiin vastaavat

ASML



KAUPAN LIITTO

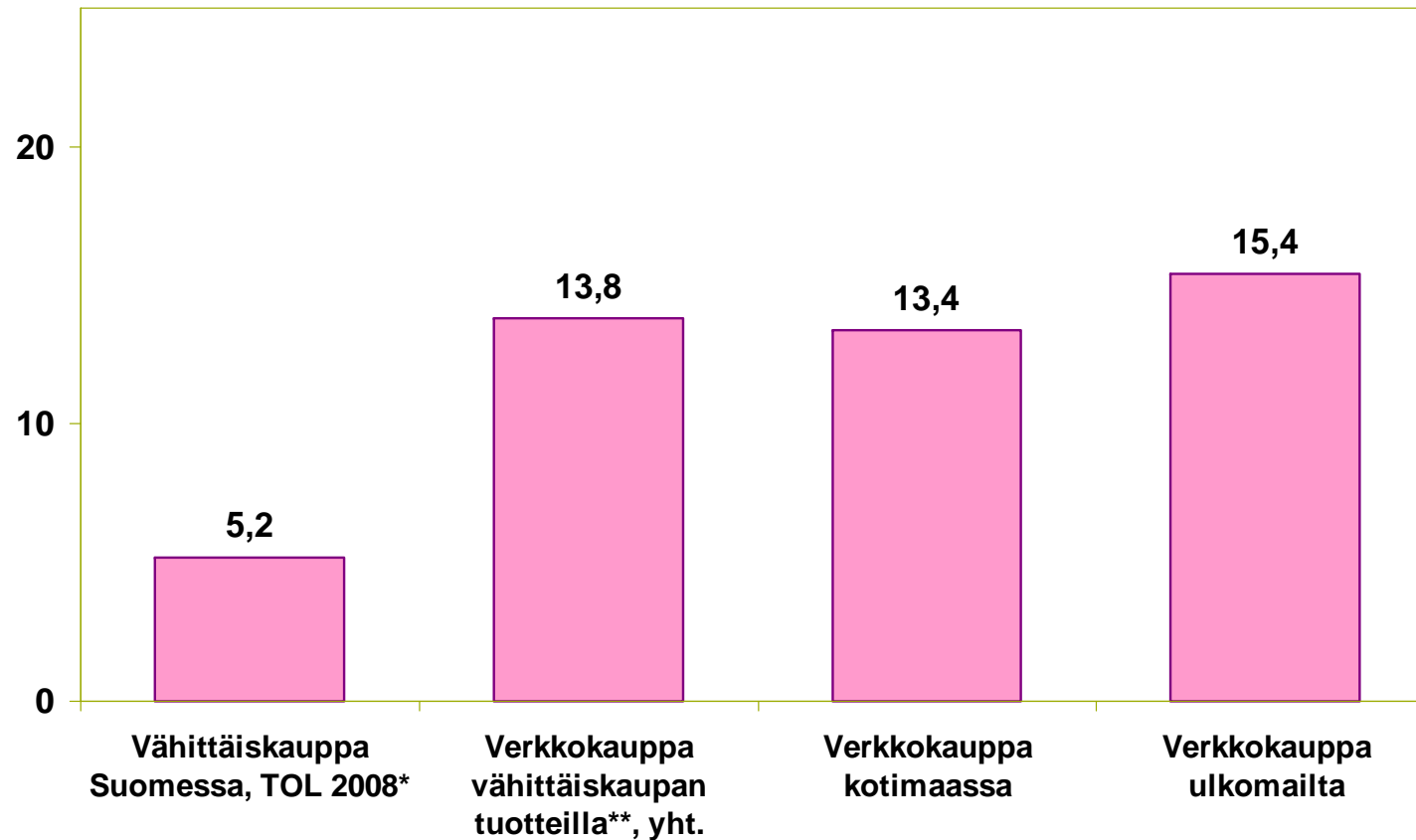


Thank you!



# Vähittäiskaupan liikevaihdon kasvu 2010-2011

Prosenttia



\*Lähde: Tilastokeskus. Liikevaihto ei sisällä arvonlisäveroa. Liikevaihtotiedoissa on mukana vain kaupan toimialaan määritellyt yritykset.

\*\* Lähde: TNS Gallup, Verkkokauppatilasto 2011. Liikevaihto sisältää kaikki verot ja toimituskulut. Tuoteluokitus ei vastaa Tilastokeskuksen toimialaluokitusta. Luku sisältää sekä ulkomailta että Suomesta tehdyt ostokset. Lukuun sisältyvät kaikki yritykset, jotka myyvät verkkokaupan kautta siitä huolimatta, mihin toimialaan ne kuuluvat.

