

Verkkokauppatilasto 2014

Perustietoa verkkokauppaseurannasta
sekä verkko-ostaminen vuonna 2014



Verkkokauppatilasto – Suomalaisen verkkokaupan arvo

■ Verkkokauppatilasto sisältää kaiken verkkokauppaostamisen

- Kaikki kuluttajille suunnatut palvelut, tuotteet ja sähköiset sisällöt: seurannassa mukana yhteensä 30 pääluokkaa ja noin 70 alaluokkaa.
- Suomenkielisistä ja muunkielisistä verkkokaupoista
- Riippumatta siitä, koska ostos maksetaan: oston yhteydessä, toimituksen yhteydessä, palvelun käytön yhteydessä
- Rajattu koskemaan B2C-verkkokauppaa, eli mukana on kuluttajien tekemät verkko-ostokset yrityksiltä, yrittäjiltä, yhdistyksiltä ja muilta elinkeinonharjoittajilta



■ Vuoden 2014 lukujen perusteena on 11 492 kuluttajahaastattelua

- Tiedonkeruu neljä kertaa vuodessa: mitä tuoteryhmiä ostettu edellisten kolmen kuukauden aikana
- Tiedonkeräyksessä hyödynnetään TNS Gallupin internet-avusteista vastaajapaneelia.
- Kyselytietoa varmennetaan hyödyntämällä muita lähteitä, mm. toimialatietoa ja muuta verrokkietoa.

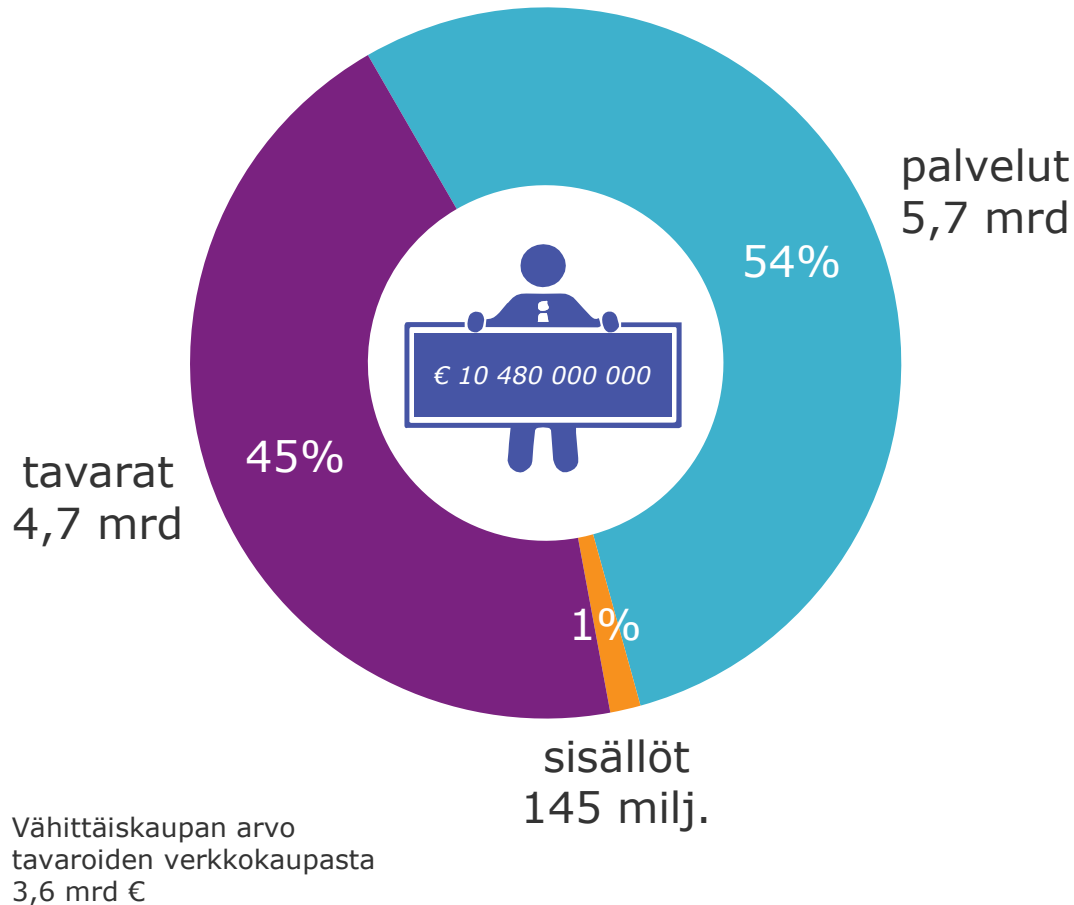


■ Luvut sisältävät arvonlisäveron ja toimituskulut

- Verkkokauppatilasto kuvaa kuluttajien rahankäyttöä, ei vähittäiskaupan myyntiä.

■ Verkkokauppatilaston toteuttajat vuodesta 2010: ASML, Kaupan liitto ja TNS Gallup

Suomalainen verkkokauppa 2014



Verkkokauppa Suomessa 2014

10,5 mrd €

Vuosimuutos +0%

Palvelut -5%

Tavarakauppa +7%

Digitaaliset sisällöt +12%

Vähittäiskauppaan kuuluva verkkokauppa +7%

Verkkokauppatilasto sisältää:

- Kaikki kuluttajille suunnatut palvelut, tuotteet ja sähköiset sisällöt
- B2C-verkkokaupan
- Arvonlisäveron ja toimituskulut

Verkkokauppatilasto 2014

©TNS 2015

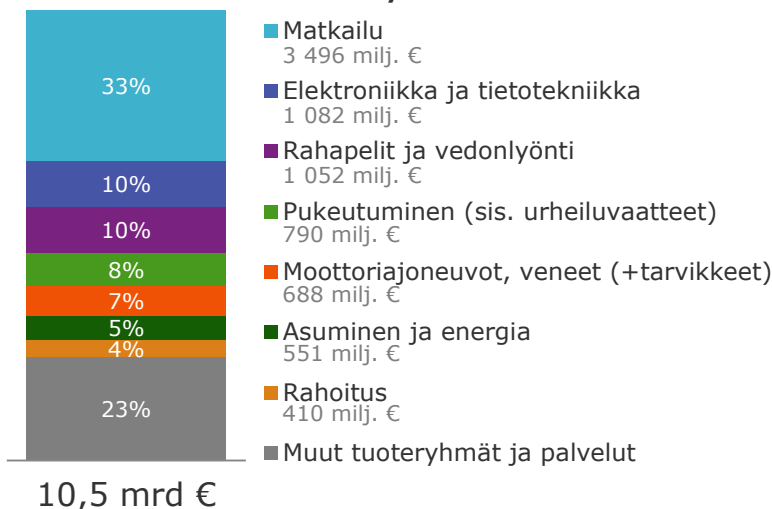
ASML
Asiakkuusmarkkinointiliitto

KAUPAN LIITTO

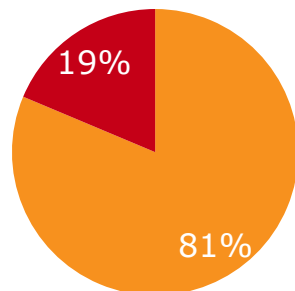
TNS

Eri tuoteryhmien ostaminen 2014

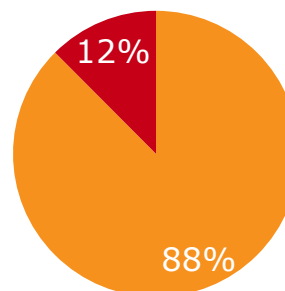
Suurimmat tuoteryhmät 2014:



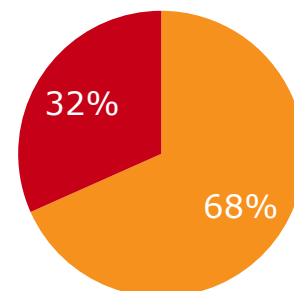
tavarat



palvelut



sisällöt



- suomenkielisistä verkkokaupoista
- muunkielisistä verkkokaupoista

Yleisimmin ostetut tuoteryhmät

Suomenkielisestä verkkokaupasta, keskimäärin yhden kvartaalin aikana



naiset

- Naisten vaatteet
- Kirjoja
- Rahapelit ja vedonlyönti
- Junalippuja
- Kengät (myös urheilujalkineet)



miehet

- Rahapelit ja vedonlyönti
- Miesten vaatteet
- DVD, Blu-ray
- Kirjoja
- Hotellivarauksia, muu majoitus



alle 24v

- Naisten vaatteet
- DVD, Blu-ray
- Tietokone- tai konsolipelejä
- Miesten vaatteet
- Kirjoja



yli 50v

- Rahapelit ja vedonlyönti
- Kirjoja
- Hotellivarauksia, muu majoitus
- Naisten vaatteet
- Lentolippuja

Verkkokauppatilasto 2014

Suomalaisen verkkokaupan kehitys 2013-2014

Verkkokauppa Suomessa 2014

	10,5 mrd €
Vuosimuutos	+0%
Palvelut	-5 %
Tavarakauppa	+7 %
Digitaaliset sisällöt	+12 %
Vähittäiskauppaan kuuluva verkkokauppa	+7 %



Eniten kasvaneet

Suuri kasvuprosentti:

- Matkapuhelinsovellukset
- Bussiliput
- Elokuvat (ladattava sisältö)
- Miesten vaatteet
- Lasitavarat, astiat ja keittiötyövälineet
- Matkapuhelintarvikkeet



Eniten heikenneet

Negatiivinen kasvuprosentti:

- Aikuisviihde
- Asunto, loma-asunto, lomaosake
- Rahoitus
- Lentoliput
- Hotellivaraukset, majoitus

Useissa vähittäiskaupan tuoteryhmissä verkkokaupan euromääräinen kasvu jatkuu markkinatilanteesta huolimatta. Kasvu on ns. rakenteellista, eli kulutus ei kasva, mutta ostoja siirretään nettiin.

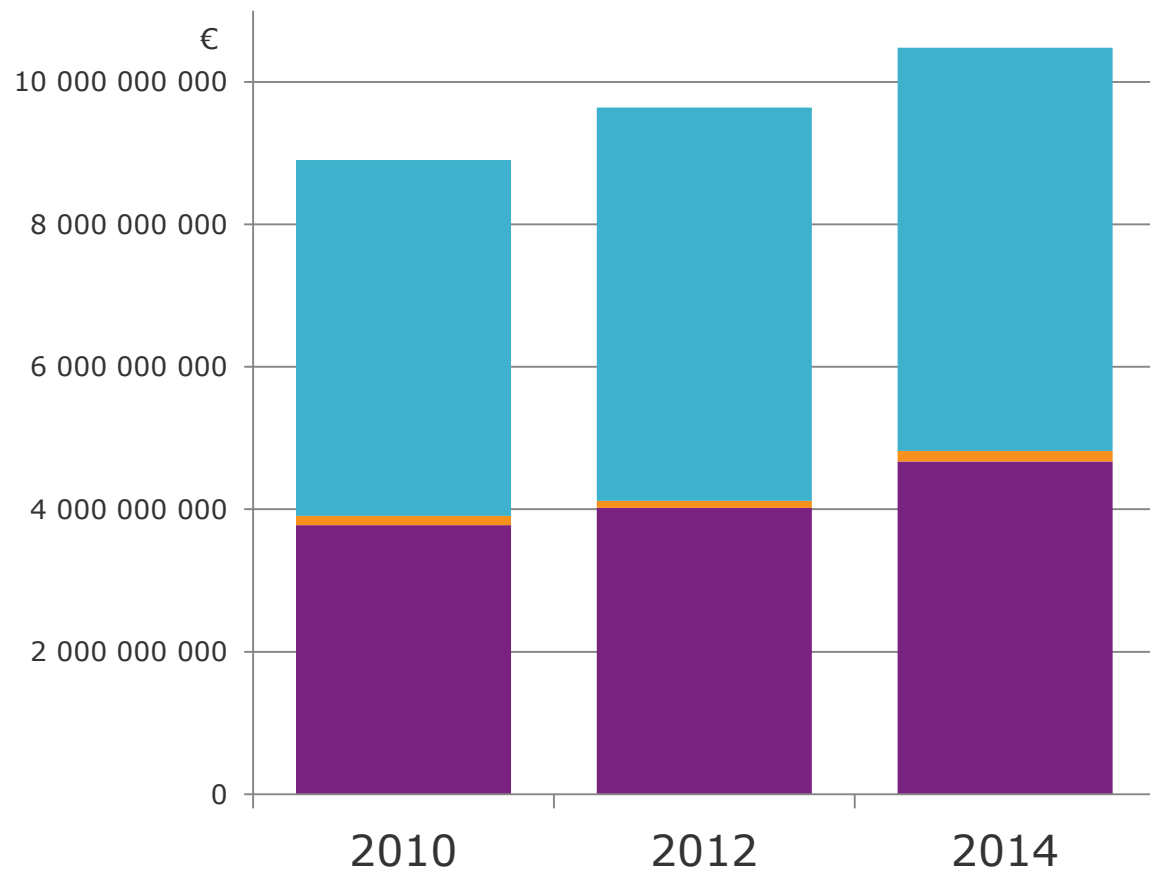
Ostoskoriin koossa on runsaasti vaihtelua tuoteryhmien välillä. Vuosien 2010-2014 aikana ostoskoriin arvo suurimmissa tuoteryhmissä ei ole yleisellä tasolla noussut merkittävästi, mutta ostajamäärien kasvu nostaa kaupan arvoa.

Useissa tuoteryhmissä suomenkielisistä kaupoista ostaa huomattavasti suurempi osa suomalaisista. Toisaalta muunkielisten kauppojen ostajamäärät kasvavat nopeammin.

Verkkokauppatilasto sisältää:

- Kaikki kuluttajille suunnatut palvelut, tuotteet ja sähköiset sisällöt
- B2C-verkkokaupan
- Arvonlisäveron ja toimituskulut

Verkkokaupan trendi 2010-2014



palvelut

2010	2012	2014
5,0 mrd €	5,5 mrd €	5,7 mrd €
muutos 2010-2014:		+13%

sisällöt

2010	2012	2014
134 milj €	97 milj €	145 milj €
muutos 2010-2014:		+9%

tavarat

2010	2012	2014
3,8 mrd €	4,0 mrd €	4,7 mrd €
muutos 2010-2014:		+24%

vähittäiskaupan osuus tavaroista:

2,7 mrd €	3,0 mrd €	3,6 mrd €
muutos 2010-2014:		+34%

Seurattavat tuoteryhmät

- Seurannassa mukana yhteensä 30 pääluokkaa ja noin 70 alaluokkaa
 - Eri tuoteryhmien luvut muodostavat sähköisen kaupan kokonaisu-myynnin
 - Vertailussa muihin tilastojulkaisuihin on huomioitava tuoteryhmien erilaiset rajaukset ja luokittelut

PUKEUTUMINEN (SIS. URHEILUVAATTEET)

Naisten vaatteet

Miesten vaatteet

Lasten (0-13v) vaatteet

Asusteita ja tarvikkeita (sis. laukut, korut ja kellot)

JALKINEET (myös urheilujalkineet)

HYVINVOINTIPALVELUT (KAUNEUS- JA TERVEYSPALVELUT)

KAUNEUSTUOTTEET

Hiusten- ja ihonhoitotuotteita

Meikkejä, hajusteita yms.

TERVEYSTUOTTEET

Luontaistuotteita/ravintolisä

Lääkkeitä

Piilolinssjä, silmälasjä

KIRJAT

LEHDET

SISUSTUS- JA PUUTARHAKALUSTEET SEKÄ -TARVIKKEET

Huonekaluja, mattoja, valaisimia, sisustustarvikkeita

Kodintekstiilejä

Piha- ja puutarhatuotteet

Kukat: kimput, asetelmat ja istutukset

KEITTIÖTARVIKKEET JA PUHTAANAPITO

Lasitavarat, astiat ja keittiötyövälineet

Siivous -/ puhtaanapitovälineet

Kodinkoneita

Kotitalouspalvelut

RAKENTAMISEEN JA KORJAAMISEEN LIITTYVÄT TUOTTEET

ASUMINEN JA ENERGIA

Asunnon, loma-asunnon, loma-osakkeen ostaminen

Asunnon, loma-asunnon, loma-osakkeen vuokraaminen

Sähkösovimukset

Öljyä (poltto-/lämmitysöljyt)

LASTENTARVIKKEET

Lastentarvikkeita (vaunut, turvaistuimet jne.)

Leluja

KULUTUS- JA VIIHDE-ELEKTRONIIKKA SEKÄ TIETOTEKNIikka

Kulutus- ja viihde-elektroniikka

Matkapuhelimia

Matkapuhelintarvikkeita

Tietokoneen oheislaitteita kuten tulostin, kuulokkeet yms.

Tietokoneen komponentteja/osia

Tietokoneita, tablet-laite (esim. iPad)

TIETOKONEOHJELMAT (ladattavat ohjelmat, cd/dvd-levyt)

TIETOKONE- JA KONSOLIPELIT

MUSIIKKI JA ELOKUVAT

CD/LP-levyjä

DVD-levyjä, Blu-ray

Maksullisia ladattavia elokuvia (ei aikuisviihdettä)

Maksullisia ladattavia musiikkitiedostoja (esim. mp3)

MATKAPUHELIN- JA OPERAATTORIPALVELUT

Laaajaistaliittymä

Maksu- / kaapeli-tv

Matkapuhelimen soittoaäniä, pelejä, sovelluksia, logoja tms

Matkapuheliniittymän tai siihen liittyviä palveluita

AUTO, VENE, MOOTTORIPYÖRÄ, KELKKA, TARVIKKEET

Auto (uusi tai käytetty)

Autotarvikkeita/varaosia

Veneet, venemoottorit, varusteet

Moottoripyörät ja -kelkat, tarvikkeet

MATKAILU

Valmismatkoja (sisältää matkat ja varauksen)

Hotellivarauksia, muu majoitus

Laivalippuja/-risteilyjä

Lentolippuja

Bussilippuja

Junalippuja

RAHAPELIT JA VEDONLYÖNTI

PÄÄSYLIPUT

Elokuvalippuja

Pääsylippuja erilaisiin tapahtumiin

VAKUUTUKSET

HARRASTUKSIIN LIITTYVÄT TUOTTEET (ei urheiluharrastus)

URHEILUVÄLINEET (ei sisällä vaatteita ja jalkineita)

VALOKUVAT JA VALOKUVATUOTTEET

AIKUISVIIHDE (sisältää tuotteet ja maksullinen sisältö)

ELINTARVIKKEET

Ruokaa, elintarvikkeita

Alkoholia (viinit, väkevät, miedot alkoholijuomat)

LAHJAKORTIT

LEMMIKKI- JA ELÄINHARRASTUSTARVIKKEET

RAHOITUS (pikavipit, luotot, sijoituspalvelut, ei osakekauppa)

Verkkokauppatilasto 2014

©TNS 2015

ASML
Asiakkuusmarkkinointiliitto


KAUPAN LIITTO

TNS

Verkkokauppatilasto

Lisätietoja:

TNS Gallup

Ville Wikström

+358 9 613 500, ville.wikstrom(at)tnsglobal.com



Kaupan liitto

Jaana Kurjenoja

+358 9 172 850, jaana.kurjenoja(at)kauppa.fi



KAUPAN LIITTO

ASML

Jari Perko

+358 40 565 9700, jari(at)asml.fi



Finnish e-commerce 2014

Facts about the statistics
and the value of online purchases in 2014



The Finnish eCommerce Statistics

The value of online purchases in Finland

■ Includes all online shopping

- All consumer services, products, and digital content: in the monitoring are a total of 30 product groups and about 70 sub-groups, that together form the total e-commerce in Finland.
- Purchases both from domestic and foreign web stores
- Only B2C, ie the figures include online purchases consumers made from companies, entrepreneurs, associations and other businesses.



■ 2014 figures are based on 11 492 consumer interviews

- Data collection is carried out four times a year: what products or services consumers have bought online during the latest three months.
- The results are also verified via other sources, for example industry data and relevant studies.



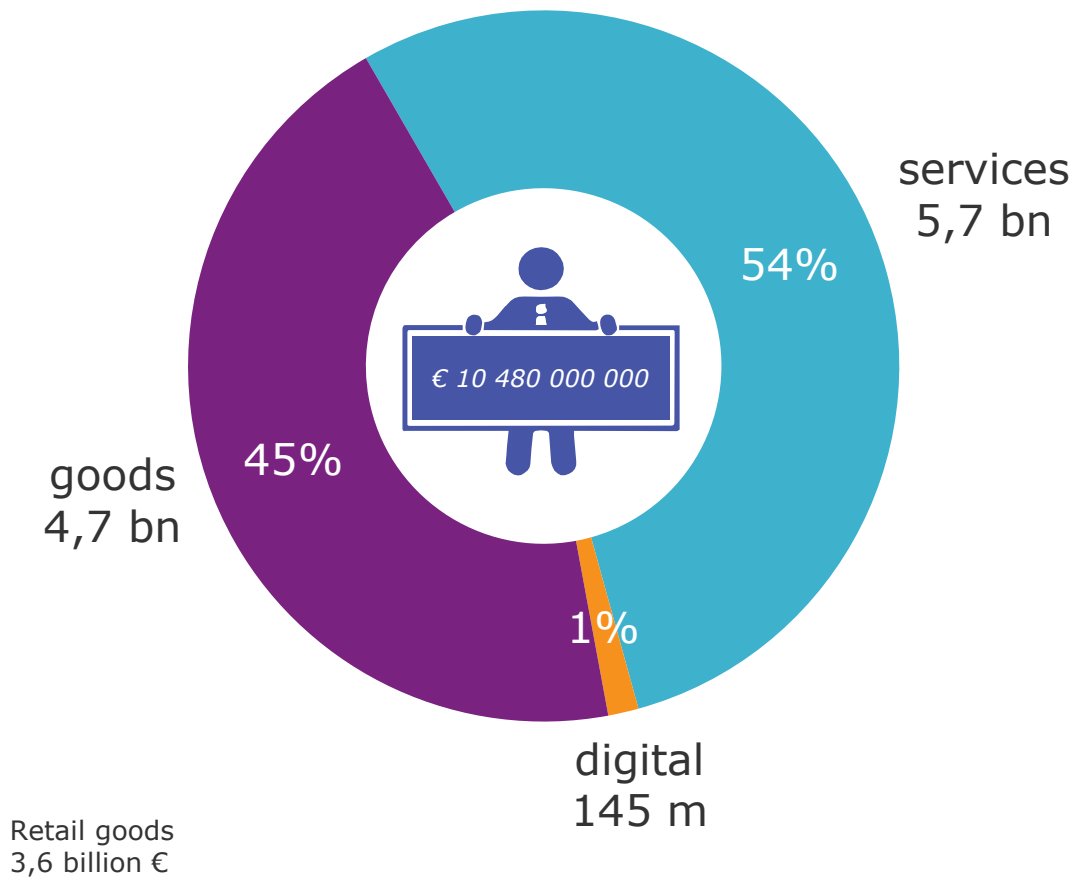
■ Include VAT and delivery fees

- The statistics describe consumer spending, not retail sales.

■ Since 2010, the driving forces behind this extensive research are:

The Federation of Finnish Commerce,
The Finnish Direct Marketing Association (Finnish DMA),
TNS Gallup

E-commerce in Finland 2014



E-commerce in Finland 2014 10,5 billion €

Annual growth	+0%
Services	-5%
Goods	+7%
Digital content	+12%
Retail goods	+7%

The Finnish e-commerce statistics include:

- All consumer services, products, and digital content
- B2C
- Taxes and delivery fees

Finnish eCommerce Statistics 2014

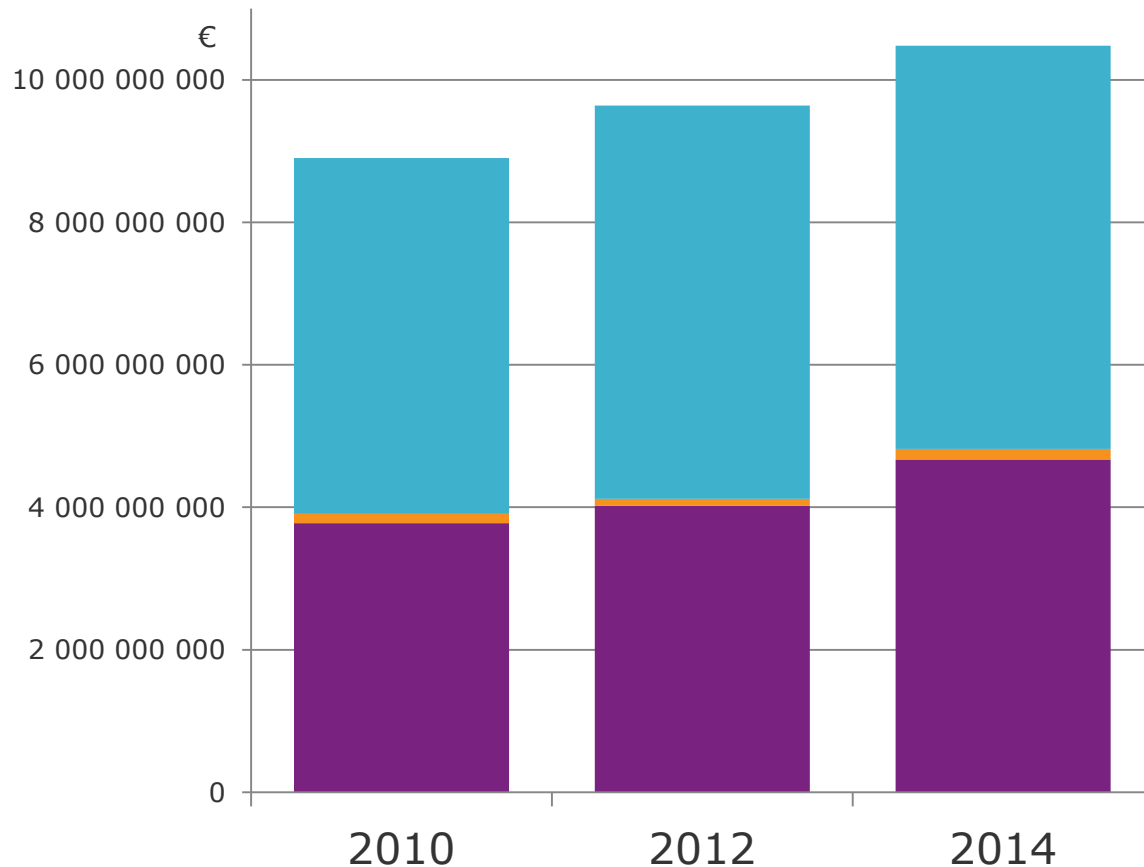
©TNS 2015

ASML
Asiakkuusmarkkinointiliitto

KAUPAN LIITTO

TNS

Finnish e-commerce trend



services

2010	2012	2014
5,0 bn €	5,5 bn €	5,7 bn €
change 2010-2014:		+13%

digital content

2010	2012	2014
134 m €	97 m €	145 m €
change 2010-2014:		+9%

goods

2010	2012	2014
3,8 bn €	4,0 bn €	4,7 bn €
change 2010-2014:		+24%

retail goods:

2,7 bn €	3,0 bn €	3,6 bn €
change 2010-2014:		+34%

The Finnish eCommerce Statistics

For more information, contact:

TNS Gallup

Ville Wikström

+358 9 613 500, ville.wikstrom(at)tnsglobal.com

The Federation of Finnish Commerce

Jaana Kurjenoja

+358 9 172 850, jaana.kurjenoja(at)kauppa.fi

Finnish DMA

Jari Perko

+358 40 565 9700, jari(at)asml.fi



KAUPAN LIITTO

