



KAUPAN LIITTO

Digital handel växer hos oss och annanstans

- Digital handel och finländarnas mest använda
webbutiker

Jaana Kurjenoja

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Innehåll

Den digitala konsumenthandelns tendenser, nu och i en nära framtid	2
Digital handel på de största e-handelsmarknaderna och i Norden 2018–2023	10
Digital handel i Finland 2018	30
De i Norden mest nedladdade applikationerna för inköp av varor för iPhone och Android – Amazon syns (ännu) inte i gruppen	36
Till sin nettoförsäljning största webbutikerna i Norden – Nordiska butiker säljer mycket i Norden	41
Mest använda och omtyckta webbutiker och marknadsplattformer i Finland	50

[Axplock](#) ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Digital handel på de största e-handelsmarknaderna och i Norden 2018–2023

Axplock ur undersökningen.

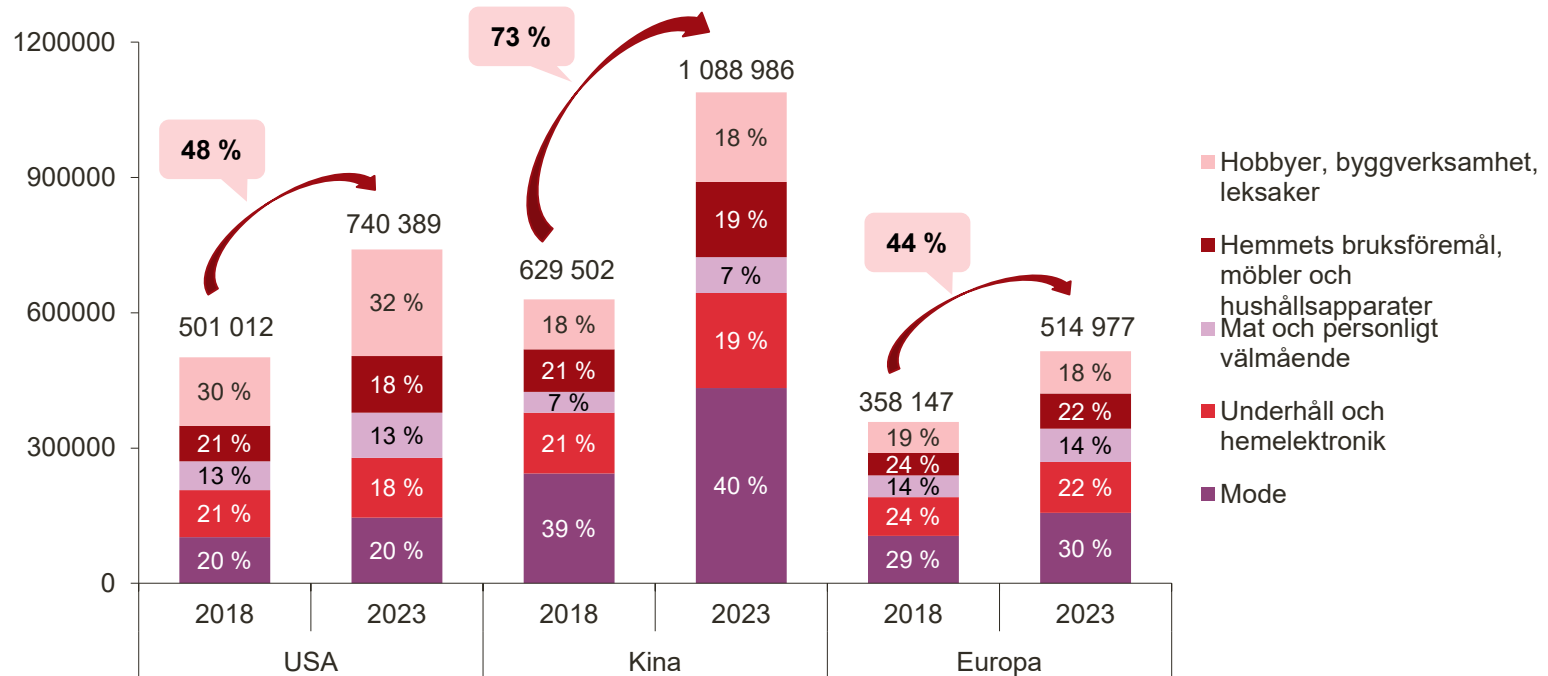
Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

Definitioner och bakgrund: vad och hur?

- I undersökningen avses med e-handel, digital handel eller köp på nätet
 - som sker direkt med företag via digitala kanaler då konsumenter köper nya varor. I e-handel beräknas inte i detta stycke inbördes handel mellan konsumenter eller använda produkter som konsumenter köper.
 - Ett digitalt inköp genomförs via en digital kanal med dator eller en mobil enhet (surfplatta eller mobiltelefon).
 - I detta stycke behandlas enbart handel med fysiska varor och inte till exempel handel med laddbara produkter eller tjänster.
 - När, var eller hur betalningen sker definierar inte det digitala inköpet. Ett digitalt inköp kan även betalas kontant i samband med att det avhämtas.
 - Hur produkten levereras eller avhämtas definierar inte det digitala inköpet. Ett digitalt inköp kan man själv avhämta i butiken eller på avhämtningsplatsen eller leverantören kan köra produkten hem till köparen.
- Uppgifterna i detta kapitel om e-handelns omfattning, antal användare, betalningssätt osv. grundar sig på statistiken i databasen Statista. Uppskattningen av e-handelsmarknadernas värde i dollar inkluderar inte mervärdesskatt och inte leveranskostnader. Värdena är uppskattningar av Statista som använder sin egen företagsdatabas som en av sina huvudsakliga källor.

I Kina beror tillväxten av e-handelsmarknaderna på att antalet köpare ökar, annanstans framför allt på en växande varukorg

Utvecklingen av den digitala handeln på de största e-handelsmarknaderna 2018–2023, milj. USD





Digital handel i Finland 2018

Axplock ur undersökningen.

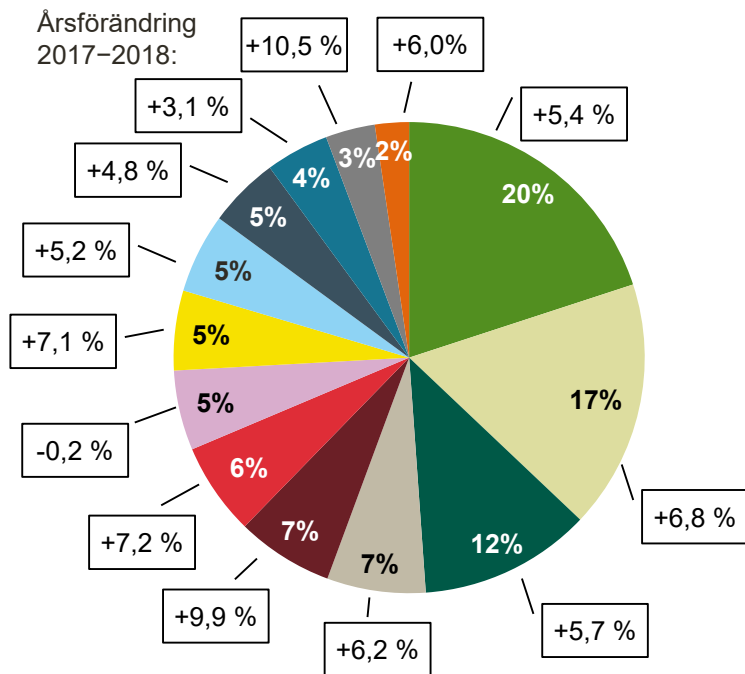
Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

Definitioner och bakgrund: vad och hur?

- Dessa tal baserar sig på statistiken i databasen Statista samt på en konsumentundersökning som TNS Kantar utförde för Finsk Handel 2018.
 - I undersökningen som utfördes av TNS Kantar 2018 samlade man månadsvis ihop ett sampel som representerade 1 000 konsumenter som med två veckors mellanrum förde dagbok över varor de köpt på nätet.
- Med e-handel, digital handel eller e-handel avses samma sak som i kapitlet ovan:
 - som sker direkt med företag via digitala kanaler då konsumenter köper nya varor. I e-handel beräknas inte i detta stycke inbördes handel mellan konsumenter eller använda produkter som konsumenter köper.
 - Ett digitalt inköp genomförs via en digital kanal med dator eller en mobil enhet (surfplatta eller mobiltelefon).
 - I detta stycke behandlas enbart handel med fysiska varor och inte till exempel handel med laddbara produkter eller tjänster.
 - När, var eller hur betalningen sker definierar inte det digitala inköpet. Ett digitalt inköp kan även betalas kontant i samband med att det avhämtas.
 - Hur produkten levereras eller avhämtas definierar inte det digitala inköpet. Ett digitalt inköp kan man själv avhämta i butiken eller på avhämtningsplatsen eller leverantören kan köra produkten hem till köparen.

Konsumenternas digitalt köpta detaljhandelsvaror i Finland och utomlands 2018

Tot. 2,9 miljarder euro utan mervärdesskatt och leveranskostnader, tillväxt 6 % sedan 2017, uppskattningen för tillväxten 2019 är 8 %



- Kläder
- Underhållning, data- och kommunikationselektronik
- Byggnad, gård och trädgård och keldjur
- Personligt välmående (kosmetik, hygien, mediciner)
- Inrednings- och bruksföremål
- Skodon
- Böcker och annan underhållning
- Väskor och accessoarer
- Hushållsapparater
- Sport och rekreation
- Hobbyer
- Mat och dryck
- Leksaker, babykläder och babyartiklar

Obs! Skillnaden till tidigare år beror framför allt på olika metoder och på att de siffror som framställs här inte innefattar alla tidigare produktkategorier och inte mervärdesskatt och leveransavgifter. Mängden digitala inköp som nu presenteras baserar sig på Statistas estimerade siffror där en av källorna som använts även är Statistas företagsdatabas.



Till sin nettoförsäljning de största webbutikerna i Norden

– Nordiska butiker säljer mycket på hemmamarknaden

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

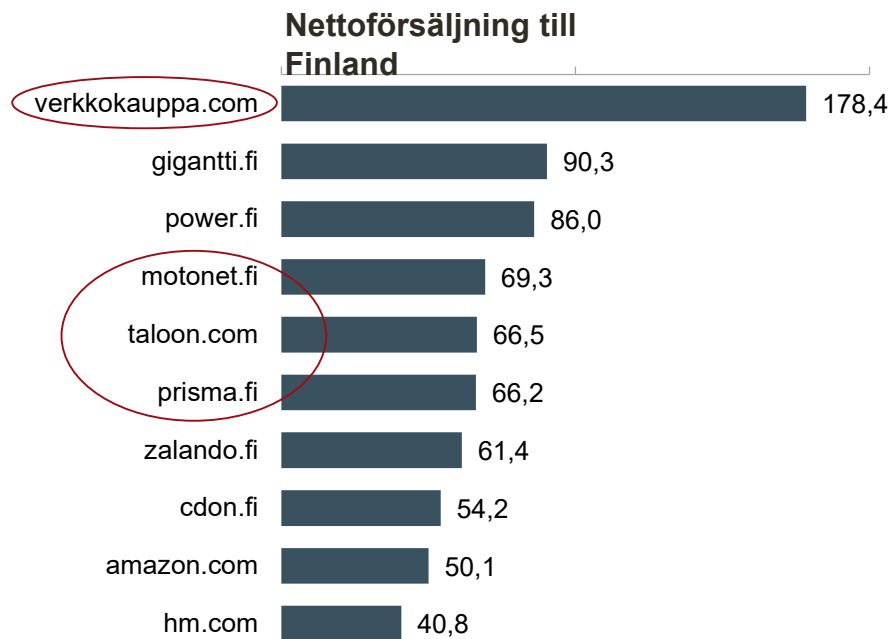
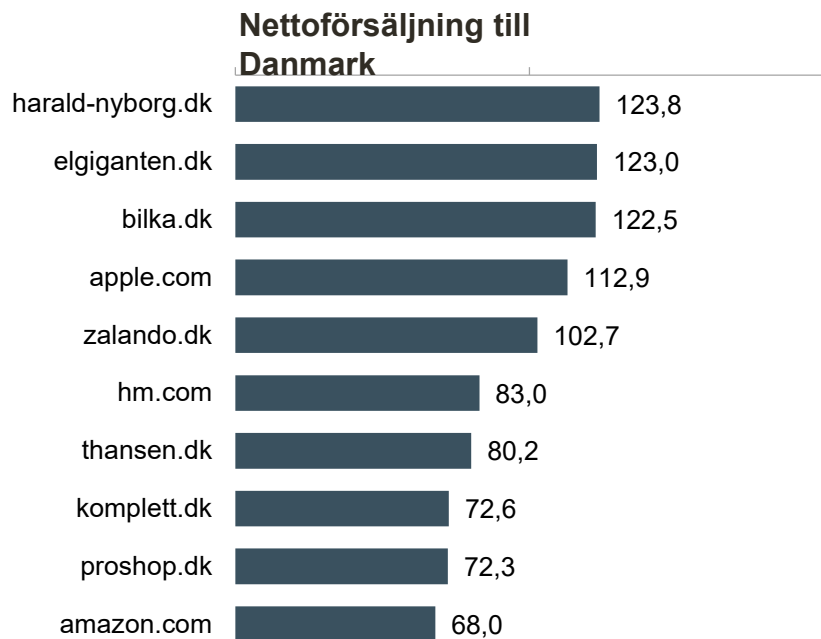
Definitioner och bakgrund: vad och hur?

- Dessa siffror baserar sig på uppgifterna i Statistas företagsdatabas. De största webbutikerna listas utifrån sin nettoförsäljning i dollar.
 - I nettoförsäljningen ingår inte mervärdesskatt eller leveranskostnader.
- I följande kapitel (mest använda och populäraste webbutiker i Finland) listas webbutikerna utifrån hur många konsumenter som säger sig ha besökt butiken i fråga under ett år. De uppförda listorna i detta och följande kapitel skiljer sig från varandra därför att varukorgarnas värde i snitt i olika butiker och inköpsplatser skiljer sig från varandra.
 - Till exempel inköpsvärdet i webbutiker för elektronik och hushållsapparater är betydligt högre än till exempel i billiga butiker utanför EU som säljer kläder, kosmetik och specerivaror.
- Med e-handel, digital handel eller e-handel avses samma sak som i kapitlet ovan:
 - som sker direkt med företag via digitala kanaler då konsumenterna köper nya varor. I e-handel beräknas inte i detta stycke inbördes handel mellan konsumenterna eller använda produkter som konsumenterna köper.
 - Ett digitalt inköp genomförs via en digital kanal med dator eller en mobil enhet (surfplatta eller mobiltelefon).
 - I detta stycke behandlas enbart handel med fysiska varor och inte till exempel handel med laddbara produkter eller tjänster.
 - När, var eller hur betalningen sker definierar inte det digitala inköpet. Ett digitalt inköp kan även betalas kontant i samband med att det avhämtas.
 - Hur produkten levereras eller avhämtas definierar inte det digitala inköpet. Ett digitalt inköp kan man själv avhämta i butiken eller på avhämtningsplatsen eller leverantören kan köra produkten hem till köparen.

I motsatstill vad man ofta tror kan finländska webbutiker ofta konkurrera med utländska, även med sin nettoförsäljning

I siffrorna ingår bara butikerna direkta egna försäljning till konsumenterna. Inberäknade är inte marknadsplatser som eBay eller AliExpress och inte produkter som säljs av andra butiker via Amazon.

De 10 till sin nettoförsäljning största webbutikerna, nettoförsäljning milj. USD





Mest använda och omtyckta webbbutiker och marknadsplattformar i Finland

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

Bakgrund till utredningen: vad och hur?

- Dessa tal baserar sig på en konsumentundersökning som TNS Kantar utförde för Finsk Handel. Man undersökte vilka webbutiker som finländarna mest använder och tycker mest om.
- Kantar TNS genomförde en konsumentenkat baserad på inköp. Enkäten riktades till 4 541 åtminstone 18 år fyllda finländare. Konsumentenkat genomfördes i februari 2019.
 - Samplets struktur motsvarar befolkningens struktur.
 - Enkäten genomfördes i den internetstödda Gallup Forum-svarspanelen.
- Man frågade konsumenterna i vilka webbutiker de handlade mest mellan november 2018 och januari 2019.
 - På grunda av tidpunkten då enkäten genomfördes gavs få svar gällande vissa produktkategorier såsom gårdar och trädgårdar samt byggnad och reparationer.
 - På enkätblanketten fanns färdigt namn på cirka 150 olika webbutiker och därutöver nämnde konsumenterna hundratals andra webbutiker som de handlat i.
- Konsumenterna betygsatte webbutikerna på skalan 1 – 10:
 - Helhetsbetyg: hur nöjd är du med webbutiken genomgående.
 - Pris-kvalitet: motsvarade produkt- och tjänstehelheten det betalda priset.
 - Butikens funktionalitet: hur lätt är det att hitta butikens webbplats, hur lätt är det att greppa innehållet på webbplatsen och röra sig där, hur trevligt och lätt är det att besöka webbplatsen, hur lätt hittar du en produkt (produktsökningar, gränser m.m.), hur snabbt och problemfritt är det att betala (t.ex. lämpliga betalningsätt).
 - Stöd vid inköpsprocessen: hur nöjd är du med hur snabbt varan levereras och med alternativa leveransplatser, alternativa leveransätt, online-stöd/chatt (nytta, snabbhet och tillgång), produkt- och serviceutbud, och motsvarar de dina förväntningar.

Bakgrunden till utredningen. definitioner

- I utredningen tog man reda på hur nöjda konsumenterna var med webbutiker i vilka digitala inköp eller beställningar som lett till köp gjorts.
- Man jämförde inte konsumenternas inbördes e-handel, utan företag som säljer till konsumenter.
- Ett digitalt inköp eller nätinköp definieras här, såsom i tidigare kapitel, som ett inköp, en beställning eller som genomförs med dator, surfplatta eller mobiltelefon. Betalningen kan ske genast i samband med inköpet eller beställningen eller först då produkten har anlänt eller när produkten avhämtas. Det digitala inköpet kan t.ex. betalas kontant när produkten avhämtas. Ett digitalt inköp kan man själv avhämta i butiken eller på avhämtningsplatsen eller leverantören kan köra produkten hem till köparen.

Undersökta produktkategorier

- Kläder (även sportkläder)
 - Damkläder
 - Herrkläder
 - Barnkläder (0-13 år)
 - Accessoarier (t.ex. väskor, smycken för klädsel).
- Skodon (även idrottsskor)
 - Skodon för damer
 - Skodon för herrar
 - Skodon för barn (0-13 år).
- Elektronik och hemelektronik
 - Stora hushållsmaskiner (t.ex. tvättmaskiner, kylskåp, dammsugare)
 - Små hushållsmaskiner (t.ex. kaffekokare, elektriska tandborstar, råsafftcentrifuger, glassmaskiner, brödmaskiner)
 - Underhållningselektronik (t.ex. TV-apparater, spelkonsoler, digitalboxar)
 - Mobiltelefoner och mobiltelefonutrustning (t.ex. hörlurar, skyddsskal)
 - Datorer och pekplattor och utrustning samt kringutrustning (t.ex. skrivare, hörlurar, grafikkort).
- Hushållsvaror, inrednings- och trädgårdsprodukter
 - Hushållsvaror (käril, kokkäril och andra icke-elektriska hushållsvaror)
 - Möbler, mattor, armatur, inredningsartiklar, hemtextiler (t.ex. gardiner, borddukar, lakan, handdukar)
 - Trädgårdsväxter, plantor och frön, blombuketter, krukväxter osv.
 - Trädgårdsmöbler, utomhusbassänger och grillar.

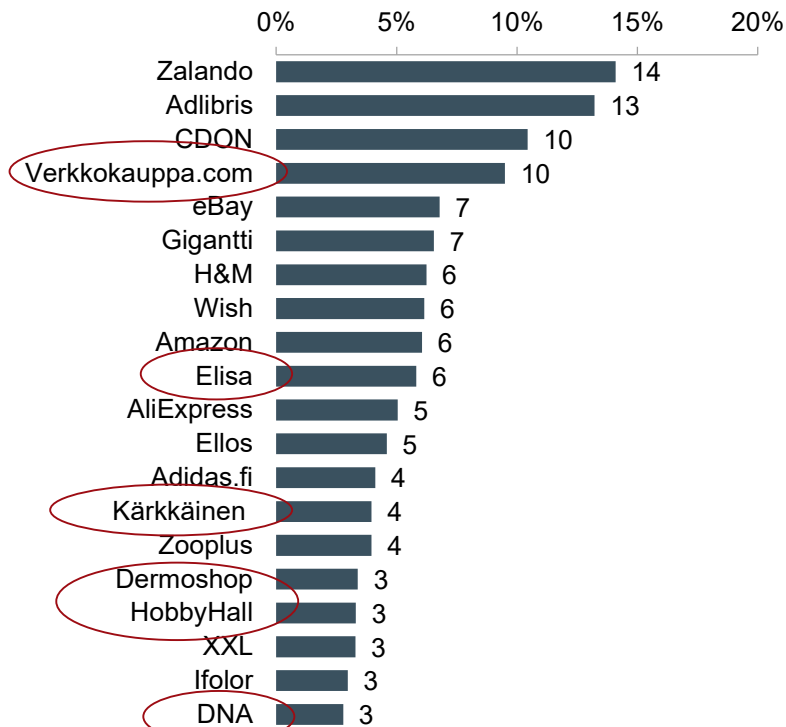
Undersökta produktkategorier

- Sällskapsdjur och djurhobbyer, hobby- och idrottsredskap
 - Sällskapsdjurs- och djurhobbyer (inkl. djurfoder och djursport)
 - Sport (inte djur- eller motorsport, inte heller kläder och skodon).
 - Övriga hobbyer (t.ex. fotografering, konst, musik, handarbete osv. men inte djur-, bil- eller idrottshobbyer).
- Kosmetik
 - Hår- och hudvårdsprodukter, make-up, parfymer osv.
- Hälsa- och naturprodukter
 - Naturvårdsprodukter, kosttillskott, mediciner, andra hälsovårdsprodukter (t.ex. plåster, knä- och andra stöd, ortopediska skor)
 - Kontaktlinser, glasögon, solglasögon.
- Järnhandelsprodukter
 - Byggnad och reparationer (t.ex. målfärg, tapeter, parkett, kakel, kranar, isolering, trävirke, dörrar).
- Böcker och tidningar
 - Böcker, elektroniska böcker, ljudböcker, nedladdningsbart undervisningsmaterial, enskilda tidningar (inte prenumerationer).

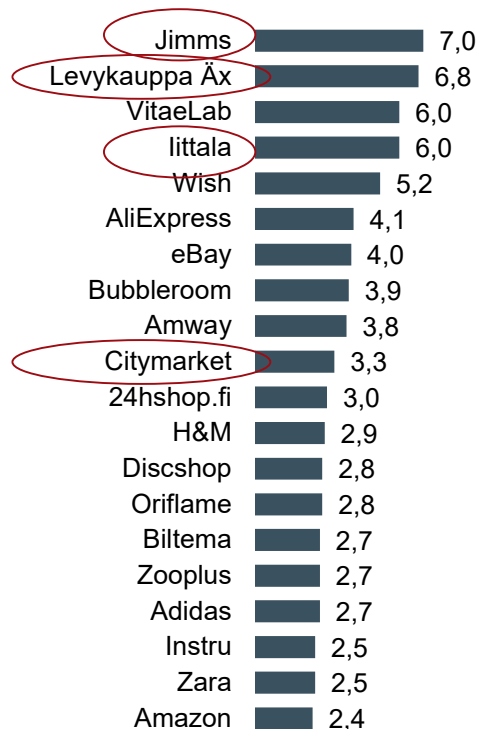
Wish, AliExpress och eBay lockar ofta till köp...

% av digitala köpare, besöksgranger i snitt, november 2018 – januari 2019

% av digitala köpare



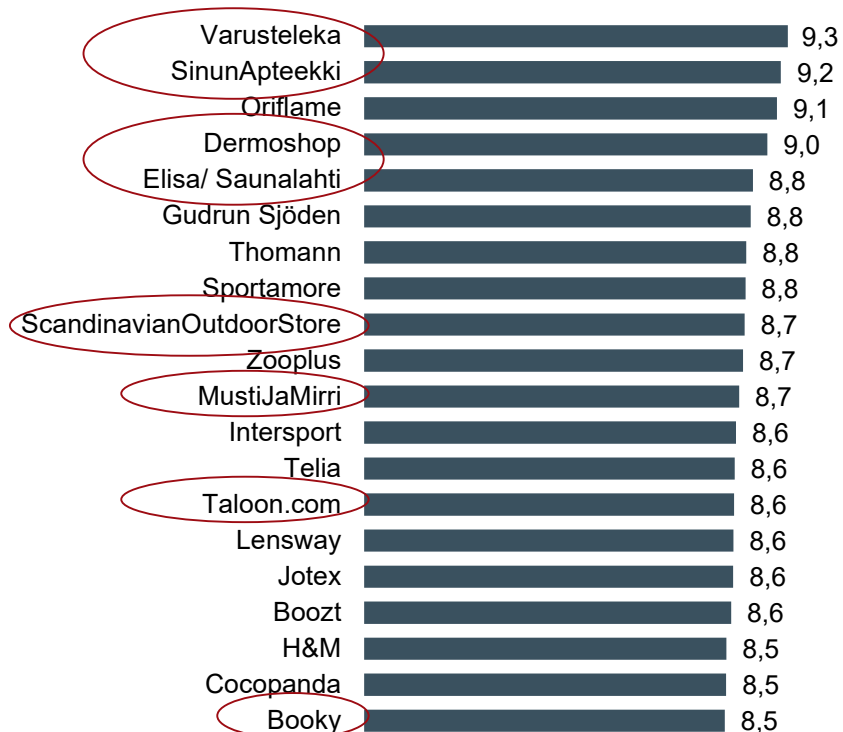
Antal köp i genomsnitt



... men finländarna gillar i alla fall finländska webbutiker

Populäraste webbutiker: olika produktkategoriers betyg i snitt på skalan 1 – 10

Nöjdhet totalt



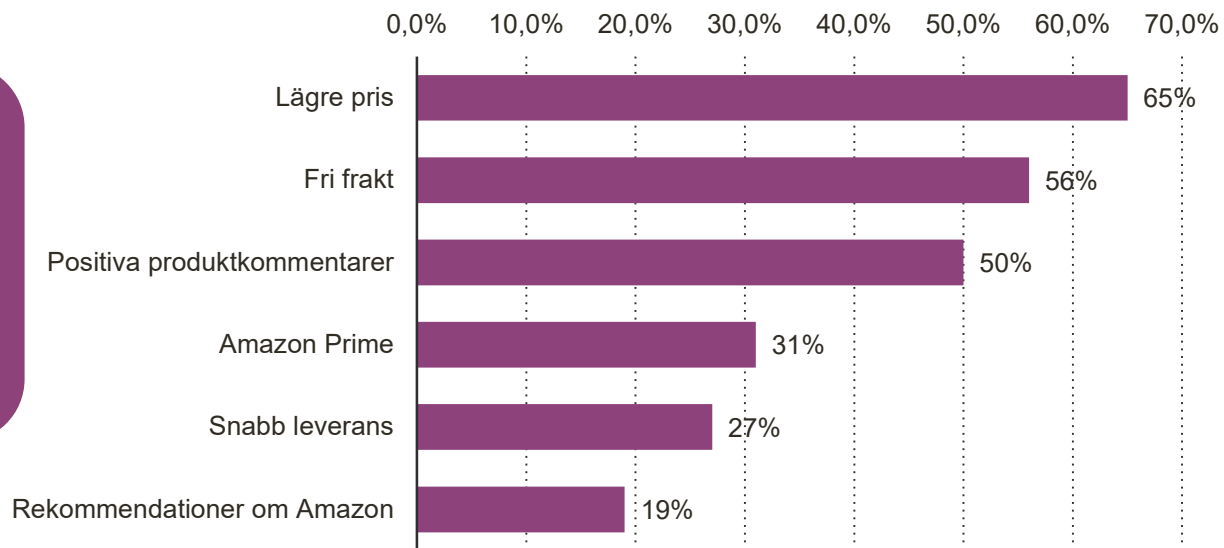
Amazon då?



KAUPAN LIITTO

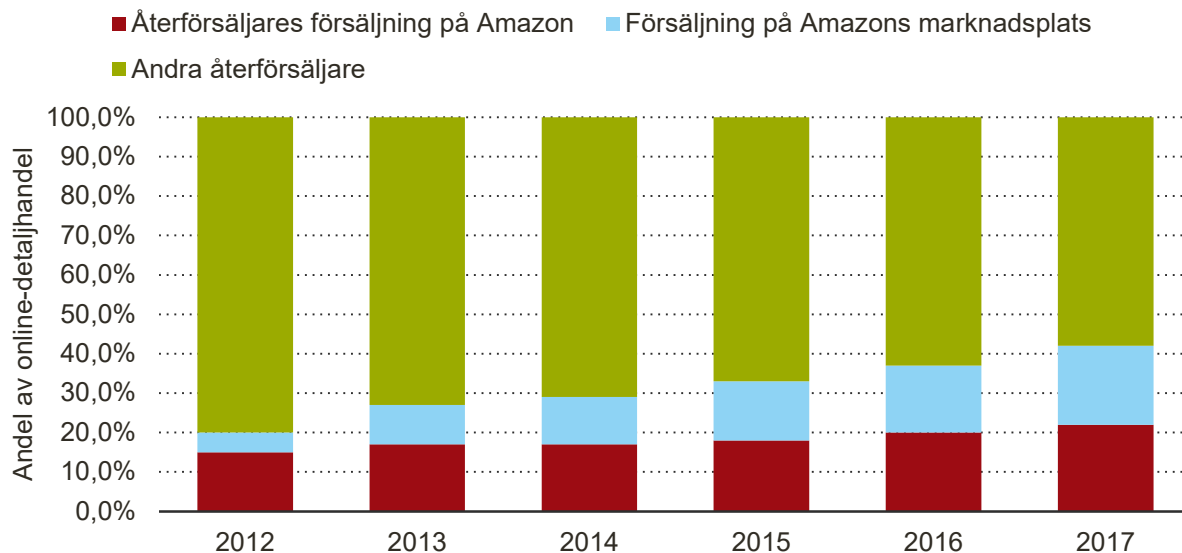
Most popular reasons for Amazon buyers in the United States to shop via Amazon as of October 2017

I synnerhet butiker på nischmarknader är oroade över att Amazon startar sin verksamhet i deras länder. Amazon leder ofta till en allt hårdare konkurrens. Med hjälp av sitt enorma kunddata och täta distributionscenter utmanar företaget andra aktörer till konkurrens även i fråga om kundservice och snabba leveranser. Amazon Prime fungerar ofta som ett exempel för onlinekanalernas stamkundssystem

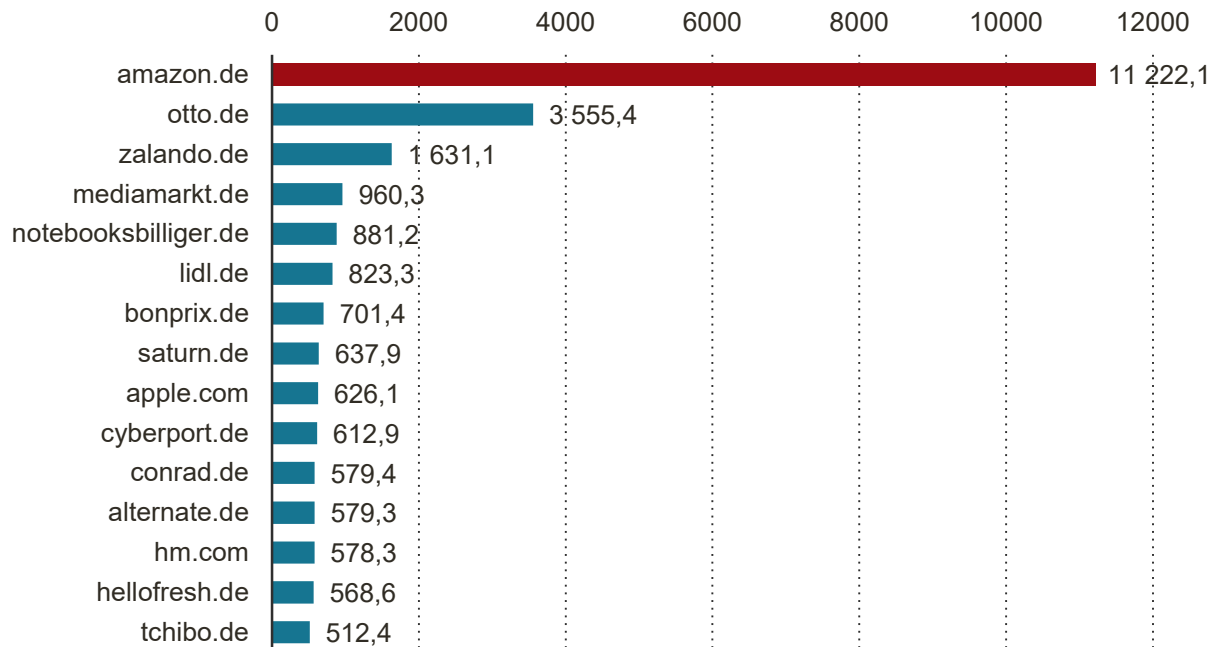


U.S. Amazon first-party and third-party e-commerce sales share 2012-2017

Amazon får största delen av detaljhandels försäljningsintäkter via tredje parter försäljning. När Amazon och andra marknadsplatser erbjuder butiker hela servicepaketet från produktlayout till betalning och kundservice, ett färdigt kundunderlag med potentiella kunder och dessutom effektiva sökfunktioner, är incitamentet att sälja via marknadsplatsen stor. Marknadsplatsen underlättar synligheten även på begränsade nischmarknader så för en liten nisch kan det vara ödesdigert att stanna utanför. Sammanfattat av en brittisk affärsman: "Ingen vill sälja via Amazon, men antingen säljer du eller så dör du".



Most popular online stores in Germany in 2018, by e-commerce net sales (in million U.S. dollars)



Amazon har kraftigt investerat i distributionsnät och logistik, marknadsföring, dataanalys och ständig utveckling och innovation av produkter och tjänster – från stamkundsprogram till virtuella assistenter. Det är förmåner som konsumenterna värdesätter, till exempel gratis leverans utgör en aggressiv priskonkurrent och upprätthåller konsumentens intresse till exempel med videor om drönartester. Konsumenterna gillar Amazon!



Mer information:

Jaana Kurjenoja

chefsekonom

Finsk Handel

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

tfn 040 820 5378

