



KAUPAN LIITTO

Digitaalinen kuluttajakauppa Suomessa

- Digitaalinen ostaminen sekä suomalaisten eniten käyttämät verkkokaupat

Jaana Kurjenoja

17.3.2020

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Sisällys

Digitaalisen kuluttajakaupan kehityssuuntia nyt ja lähitulevaisuudessa	3
Suomalainen kauppa on keskimääräistä digitalisoituneempaa	12
Digitaalinen ostaminen Suomessa	16
Suomalainen digiostaja on maltillinen palauttaja - Eniten palautetut tuotteet	27
Ladatuimmat ostossovellukset Pohjoismaissa iPhoneille ja Androidille – Wish on ylivoimainen	31
Nettomyyntiltään suurimmat verkkokaupat Pohjoismaissa - Pohjoismaiset kaupat myyvät paljon kotimarkkinoillaan	34
Käytetyimmät ja pidetyimmät verkkokaupat ja markkina-alustat Suomessa	38

Lähteet

[Pöytäkirja](#) selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla [Kauppa.fi:n](#) jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Määritelmä

- Selvityksessä verkkokaupalla, digiostamisella tai verkko-ostamisella tarkoitetaan
 - kuluttajien digitaalisten kanavien kautta suoraan yritysten kanssa käymää uusien tavaroiden kauppaa. Tämän kappaleen verkkokauppaluvut eivät sisällä kuluttajien keskinäistä kauppaa tai kuluttajien ostamia käytettyjä tuotteita.
 - Digitaalinen ostos tehdään digitaalisessa kanavassa tietokoneella tai mobiililaitteella (tabletti tai matkapuhelin).
 - Tässä kappaleessa käsitellään pelkästään fyysisten tavaroiden kauppaa eikä esim. ladattavien tuotteiden tai palveluiden kauppaa.
 - Maksamisen aika, paikka tai tapa ei määrittele digitaalista ostosta. Digitaalisen oston voi myös maksaa käteisellä tuotetta noudettaessa.
 - Tuotteen kuljetus tai noutotapa ei määrittele digitaalista ostosta. Digitaalinen ostos voidaan hakea itse kaupasta tai noutopaikasta tai kuljettaa ostajan kotiovelle.

Suomalainen kauppa on keskimääräistä digitalisoituneempaa

Poimintoja selvityksestä.

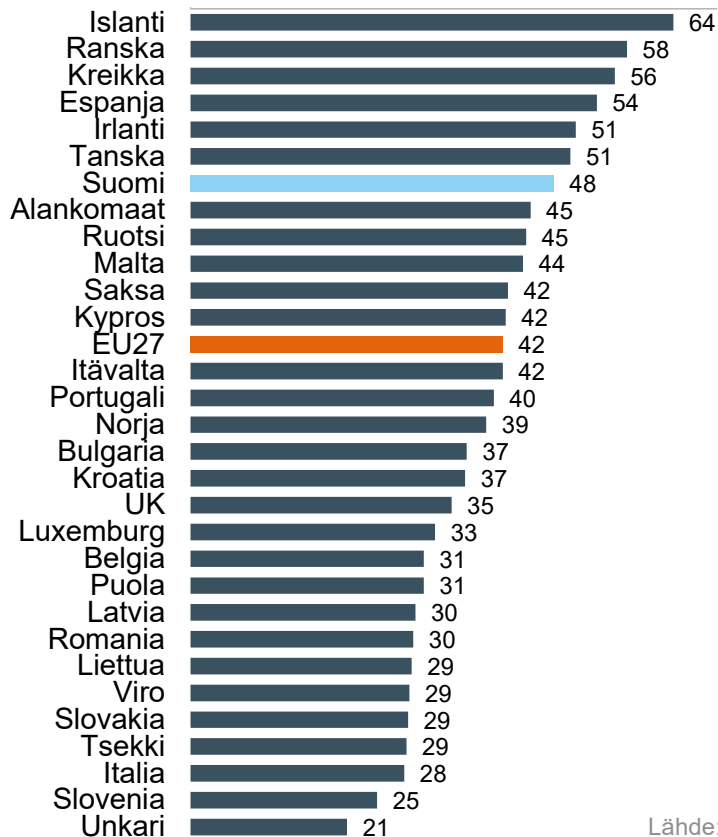
Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Suomalainen vähittäiskauppa myy digitaalisesti

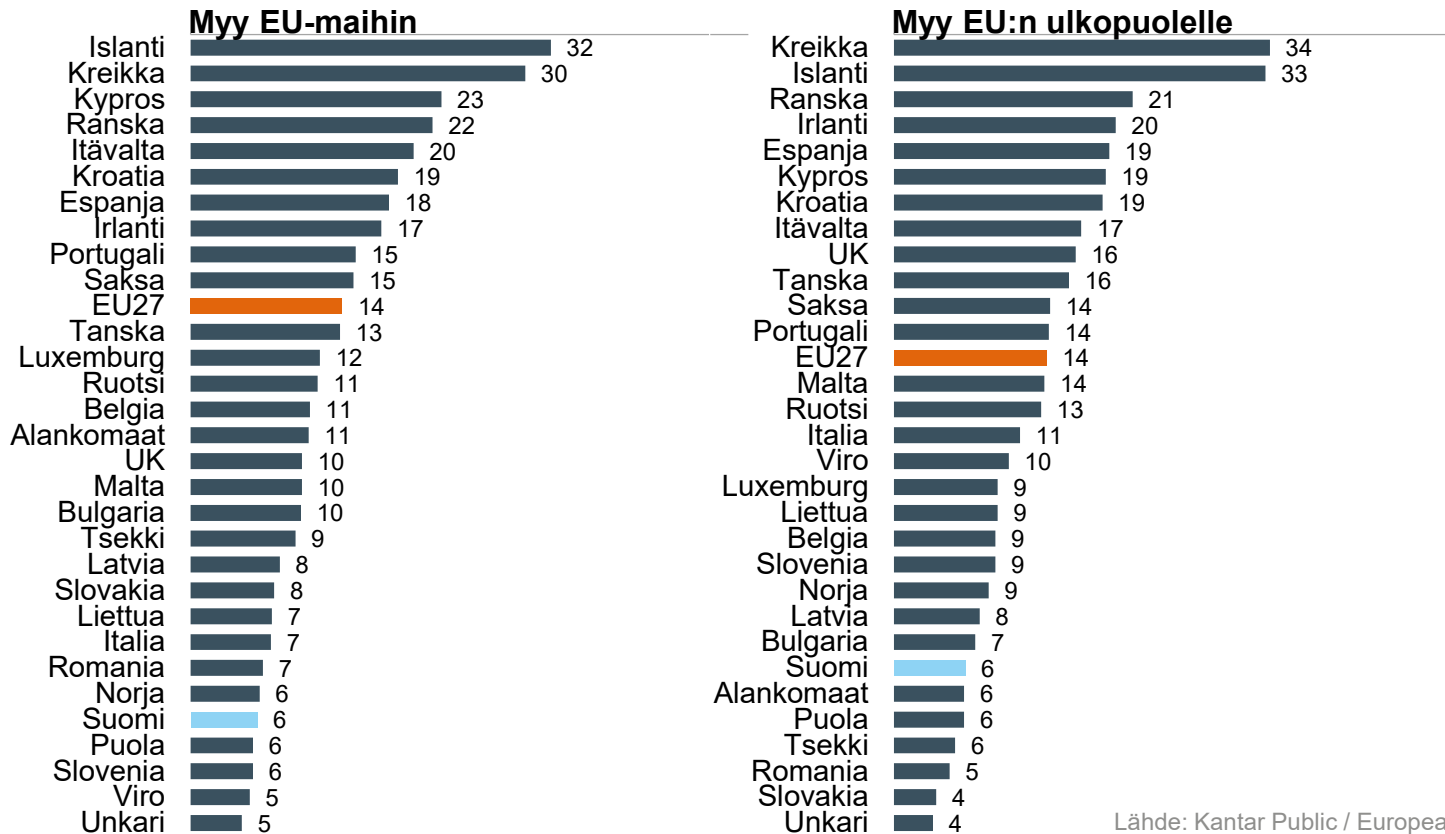
% vähittäiskaupoista, jotka myyvät digikanavilla kuluttajille

Suomalaisen kaupan digitalisoituminen on ollut nopeaa. Osuus vähittäiskaupoista, jotka myyvät digitaalisesti, kasvoi Euroopan maista Suomessa eniten kahdessa vuodessa, 13,6 %-yksikköä. Kasvu Norjassa ja Tanskassa oli lähes yhtä nopeaa.



Digitalisoitumisesta huolimatta kansainvälistymisessä on vielä tekemistä

% vähittäiskaupoista, jotka myyvät digikanavilla EU-maiden tai kolmansien maiden kuluttajille



Digitaalinen ostaminen Suomessa

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

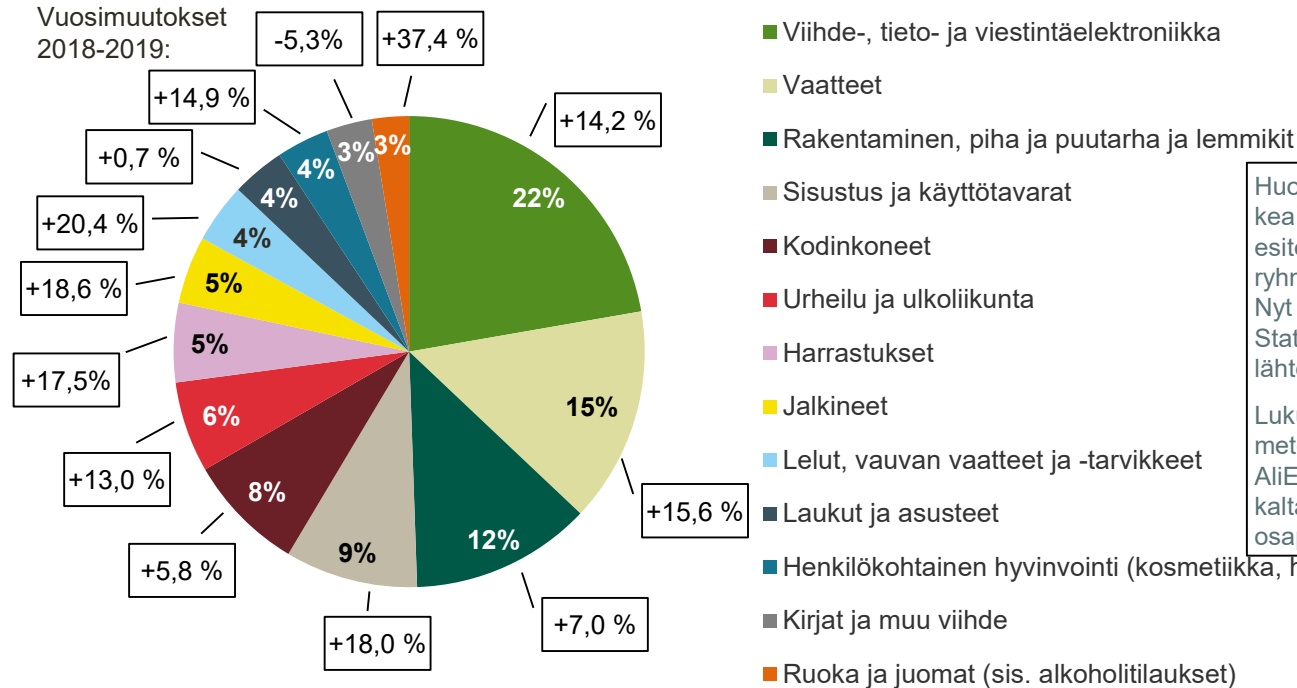


Määritelmiä ja taustaa: mitä ja miten?

- Pääasiallisina tilastolähteinä tässä luvussa on käytetty Statistan tietokantoja sekä Kantar TNS:n vuosina 2017–2019 aikana Kaupan liitolle tekemiä kuluttajatutkimuksia.
 - Kantar TNS:n toteuttamissa kuluttajatutkimuksessa on koottu kuukausittain 1 000 kuluttajan edustava otos, jossa verkko-ostoksia tehneet pitivät kahden viikon välein päiväkirjaa ostoksistaan.
- Verkkokaupalla, digiostamisella tai verkko-ostamisella tarkoitetaan:
 - kuluttajien digitaalisten kanavien kautta suoraan yritysten kanssa käymää uusien tavaroiden kauppaa. Tämän kappaleen verkkokauppaluvut eivät sisällä kuluttajien keskinäistä kauppaa tai kuluttajien ostamia käytettyjä tuotteita.
 - Digitaalinen ostos tehdään digitaalisessa kanavassa tietokoneella tai mobiililaitteella (tabletti tai matkapuhelin).
 - Tässä kappaleessa käsitellään pelkästään fyysisten tavaroiden kauppaa eikä esim. ladattavien tuotteiden tai palveluiden kauppaa.
 - Maksamisen aika, paikka tai tapa ei määrittele digitaalista ostosta. Digitaalisen oston voi myös maksaa käteisellä tuotteita noudettaessa.
 - Tuotteen kuljetus tai noutotapa ei määrittele digitaalista ostosta. Digitaalinen ostos voidaan hakea itse kaupasta tai noutopaikasta tai kuljettaa ostajan kotiovelle.

Kuluttajien digitaalisesti ostamia vähittäiskaupan tuotteita koti- ja ulkomailta 2019

Yht. 4,5 mrd. euroa ilman arvonlisäveroa ja kuljetuskustannuksia, kasvu 12 % vuodesta 2018, ennustettu kasvu vuodelle 2020 11 %



Huom! Ero aikaisempiin vuosiin johtuu ennen kaikkea erilaisesta metodista sekä siitä, että tässä esitetyt luvut eivät sisällä kaikkia aikaisempia tuoteryhmiä, kuljetuskustannuksia eikä arvonlisäveroa. Nyt esitettävä digiostamisen määrä perustuu Statistan estimoiimiin lukuihin, joissa yhtenä taustalähteenä on ollut myös Statistan yritystietokanta.

Luku voi aliarvioida digitaalisen ostamisen, sillä metodi ei täysin pysty huomioimaan esim. AliExpressin, Wishin, eBayn ja Amazonin kaltaisten alustojen kautta tapahtuvaa kolmansien osapuolten myyntiä.



Käytetyimmät ja pidetyimmät verkkokaupat ja markkina-alustat Suomessa

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla,
Tutkimukset-osiossa.

Selvityksen taustaa: mitä ja miten?

- Tämän luvun tiedot perustuvat Kantar TNS:n Kaupan liitolle tekemään kuluttajatutkimukseen suomalaisten eniten käyttämistä ja pitämistä verkkokaupoista.
- Kantar TNS toteutti otospohjaisen kuluttajakyselyn 9 952:lle vähintään 18-vuotiaalle suomalaiselle, joista 6 774 on tehnyt verkko-ostoksia kolmen edellisen kuukauden aikana. Kuluttajakysely toteutettiin kolmella keruukierroksella, joilla kysyttiin käytettyjä verkkokauppoja ja tyytyväisyyttä niihin huhti-joulukuussa 2019.
 - Otoksen rakenne vastaa väestön rakennetta.
 - Kysely toteutettiin internet-avusteisessa GallupForum – vastaajapaneelissa.
 - Kyselylomakkeessa oli valmiiksi nimettynä noin 150 eri verkkokauppaa, minkä lisäksi kuluttajat nimesivät satoja muita käyttämiään verkkokauppoja.
- Kuluttajat arvioivat verkkokauppoja vastaamalla 11 kysymykseen asteikolla 1–10:
 - Tyytyväisyys: kuinka tyytyväinen verkkokauppaan on kokonaisuutena.
 - Hinta-laatu: vastasiko tuote- ja palvelukokonaisuus maksettua hintaa.
 - Kaupan toimivuus: miten helppoa on löytää kaupan sivusto, miten helppoa on hahmottaa sivuston sisältö ja liikkua siellä, miten miellyttävää ja helppoa sivustolla vierailu on, miten helposti tuotteen löytää (tuotehaut, rajaukset ym.), kuinka nopeaa ja vaivatonta on maksaminen (esim. sopivat maksutavat).
 - Ostoprosessin tuki: tyytyväisyys toimituksen nopeuteen ja toimituspaikkojen vaihtoehtoihin, tyytyväisyys vaihtoehtoihin toimitustapoihin, tyytyväisyys online-tukeen/ chattiin (hyödyllisyys, nopeus, on tarjolla), tyytyväisyys tuote- ja palveluvalikoimaan ja vastasiko se odotuksia.
- Kaikkien 11 kysymyksen arvosanoista laskettiin keskiarvo, joka on kaupan yleisarvosana.
 - Vähintään 8,5:n yleisarvosanat ovat erittäin hyviä!

Selvityksen taustaa: määritelmiä

- Selvityksessä tutkittiin kuluttajien tyytyväisyyttä verkkokauppoihin, joista digitaaliset ostot tai ostoon johtaneet tilaukset tehtiin.
- Selvityksessä ei tarkasteltu kuluttajien keskinäistä vertaisverkkokauppaa vaan yrityksiä, jotka myyvät kuluttajille.
- Digitaalinen ostos tai verkko-ostos on tässä, kuten aikaisemmissakin luvuissa, määritelty tietokoneella, tabletilla tai matkapuhelimella tehdyksi ostoksi tai tilaukseksi. Maksaminen voi tapahtua heti ostamisen tai tilauksen yhteydessä tai vasta tuotteen saavuttua tai tuotetta noudettaessa. Digitaalisen ostos voi maksaa vaikka käteisellä tuotetta noudettaessa. Digitaalinen ostos voidaan hakea itse kaupasta tai noutopaikasta tai kuljettaa ostajan kotiovelle.

Tarkastellut tuoteryhmät

- Vaatteet (myös urheiluvaatteet)
 - Naistenvaatteet
 - Miestenvaatteet
 - Lastenvaatteet (0-13 v.)
 - Asusteet (esim. laukut, pukeutumiskorut).
- Jalkineet (myös urheilujalkineet)
 - Naisten jalkineet
 - Miesten jalkineet
 - Lasten jalkineet (0-13 v).
- Elektroniikka ja kodin tekniikka
 - Suuret kodinkoneet (esim. pesukoneet, jääkaapit, pölynimurit)
 - Pienet kodinkoneet (esim. kahvinkeitinimet, sähköhammasharjat, mehulingot, jäätelökoneet, leipäkoneet)
 - Viihde-elektroniikka (esim. TV:t, pelikonsolit, digiboxit)
 - Matkapuhelimet ja matkapuhelintarvikkeet (esim. kuulokkeet, kuoret)
 - Tietokoneet ja tabletit ja niiden tarvikkeet ja oheislaitteet (esim. tulostimet, kuulokkeet, näytönohjaimet).
- Taloustavarat, sisustus- ja puutarhatuotteet
 - Taloustavarat (astiat, keittovälineet ja muut ei-sähköiset taloustavarat)
 - Huonekalut, matot, valaisimet, sisustustarvikkeet, kodin tekstiilit (esim. verhot, pöytäliinat, lakanat, pyyhkeet)
 - Puutarhakasvit, taimet ja siemenet, kukkakimput, ruukkukasvit jne.
 - Puutarhakalusteet, ulkoaltaat ja grillit.

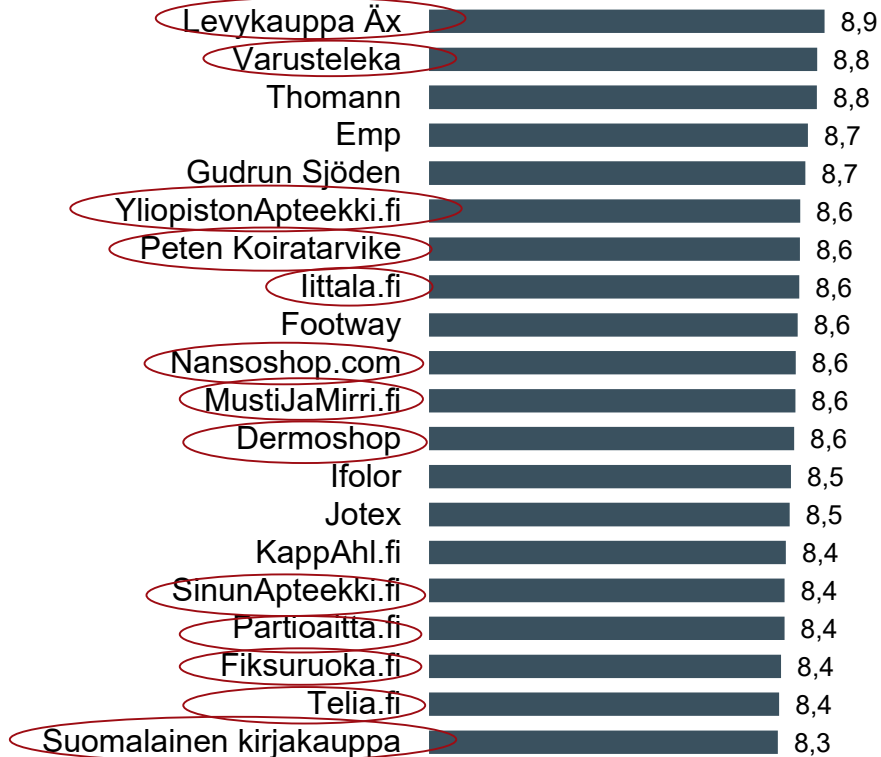
Tarkastellut tuoteryhmät

- Lemmikit ja eläinharrastukset, harrastus- ja urheiluvälineet
 - Lemmikit ja eläinharrastukset (ml. eläinten ruoka ja eläinurheilu)
 - Urheiluharrastukset (ei eläin- tai moottoriurheilua eikä vaatteita ja jalkineita).
 - Muut harrastukset (esim. valokuvaus, taide, musiikki, käsityöt jne., mutta ei eläin-, auto- tai urheiluharrastuksia).
- Kosmetiikka
 - Hiusten- ja ihonhoitotuotteet, meikit, hajusteet jne.
- Terveys- ja luontaistuotteet
 - Luontaistuotteet, ravintolisät, lääkkeet, muut terveydenhoitotuotteet (esim. laastarit, polvi- ym. tuet, ortopediset jalkineet)
 - Piilolinssit, silmälasit, aurinkolasit.
- Rautakauppatuotteet
 - Rakentaminen ja korjaaminen (esim. maalit, tapetit, parketit, laatat, hanat, eristeet, puutavara, ovet).
- Kirjat ja lehdet
 - Kirjat, e-kirjojat, äänikirjat, ladattavat oppimateriaalit, yksittäiset lehdet (ei lehtitilauksia).

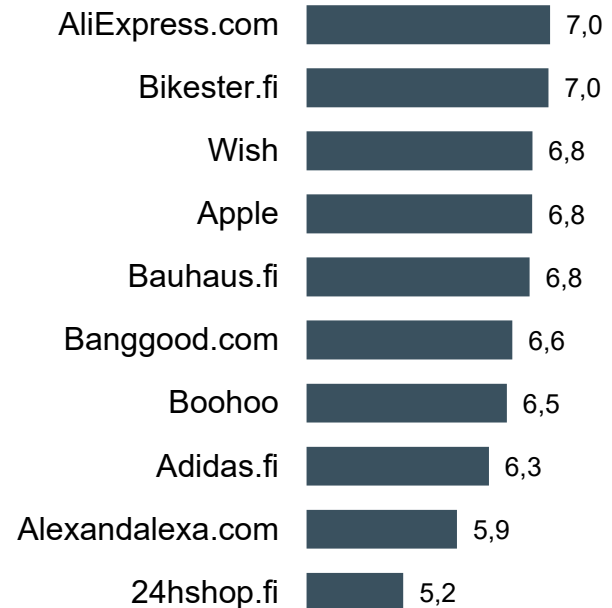
Suomalaisista verkkokaupoista pidetään

Yleisarvosana: 11 arviointikriteerin keskiarvo, asteikko 1 – 10

Korkeimmat keskiarvot, 11 kriteerin keskiarvo



Alimmat keskiarvot, 11 kriteerin keskiarvo



Lähteet

ASML, Kaupan liitto, TNS gallup 2010-2015: Verkkokauppatilasto 2010-2015.

International Post Corporation / Posti, 2020: Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2019 / Postin tekemä tiivistelmä IPC:n julkaisusta.

Kantar Public, 2019: Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection 2018, European Commission.

Kurjenoja Jaana, 2020: Kaupan näkymät 2020-2022, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2020: Verkkokaupan alueellinen jakautuminen, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2019: Digitaalinen ostaminen kasvaa meillä ja muualla, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2018: Digitaalinen kauppa 2017, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2017: Digitaalinen kauppa 2016, Kaupan liitto.

Statista, 2020: Consumer Market Outlook.

Statista, 2020: Digital Market Outlook.

Statista, 2020: eCommerceDB tietokanta.

Statista, 2020: Statistan tietokannat.

Tilastokeskus, 2020: Kaupan liikevaihtokuvaaja.

Tilastokeskus, 2019: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus 2019, Tilastokeskus

Lisäksi Kaupan liiton toimeksiannosta tehdyt ja Kaupan liiton suunnittelemat kuluttajakyselyt:

KantarTNS; Verkkokauppa-arviot 2017, 2018 ja 2019.

KantarTNS; Käytetyimmät ja pidetyimmät verkkokaupat 2018 ja 2019.



Lisätietoja:

Jaana Kurjenoja

pääekonomisti

Kaupan liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

p. 040 820 5378

