



KAUPAN LIITTO

Digital konsumenthandel Finland

- Digital handel och finländarnas mest använda webbutiker

Jaana Kurjenoja

17.3.2020

Axplock ur undersökningen.

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



Innehåll

Den digitala konsumenthandelns tendenser, nu och i en nära framtid	3
Finländsk handel är i genomsnitt mer digitaliserad	12
Digitala inköp i Finland	16
Den finländska digitala köparen är en måttlig returnerare – De mest returnerade produkterna	27
De i Norden mest nedladdade applikationerna för inköp av varor för iPhone och Android – Wish är överlägsen	31
Till sin nettoförsäljning de största webbbutikerna i Norden – Nordiska butiker säljer mycket på hemmamarknaden	34
Mest använda och omtyckta webbbutiker och marknadsplattformer i Finland	38

Källor

Axplock ur undersökningen.

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

Definition

- 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.



Finländsk handel är i genomsnitt mer digitaliserad

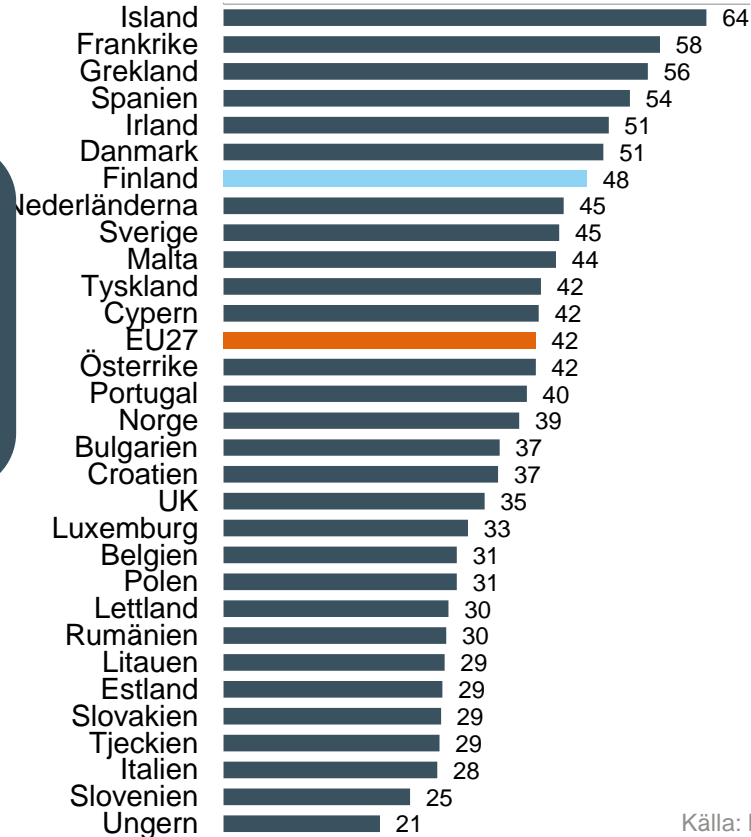
Axplock ur undersökningen.

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

Detaljhandeln i Finland säljer digitalt

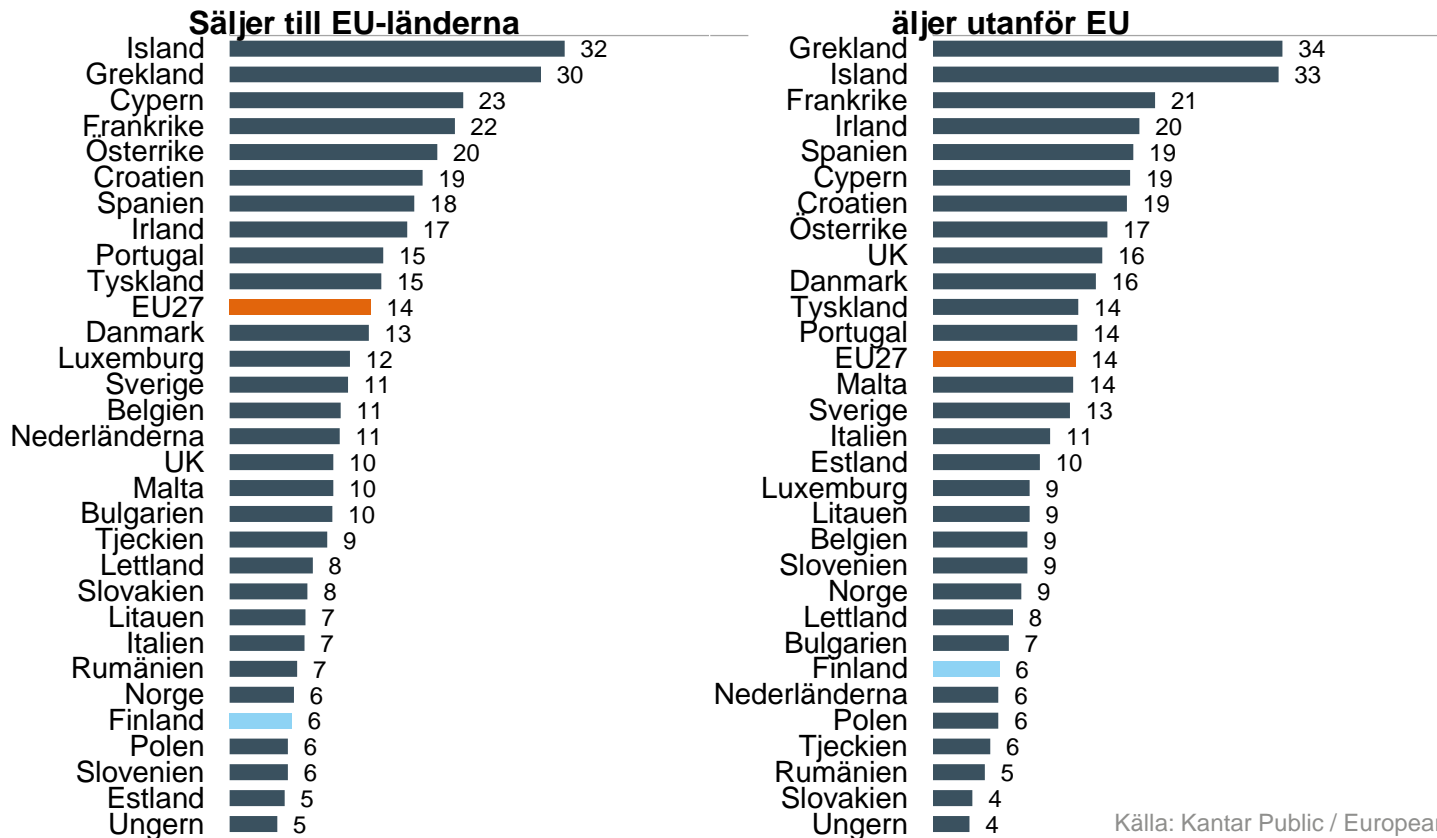
% detaljhandel som säljer till konsumenter via digitala kanaler

Handeln i Finland har digitaliserats i rask takt. Andelen av detaljhandelsbutiker som säljer digitalt ökade mest i Finland bland alla europeiska länder på två år, med 13,6 procentenheter. Tillväxten var nästan lika snabb i Norge och Danmark.



Trots digitaliseringen finns det ännu jobb att göra inom internationaliseringen

% av detaljhandlarna som säljer till konsumenter i EU-länder eller tredje länder via digitala kanaler



Digital handel i Finland

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](https://www.kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).

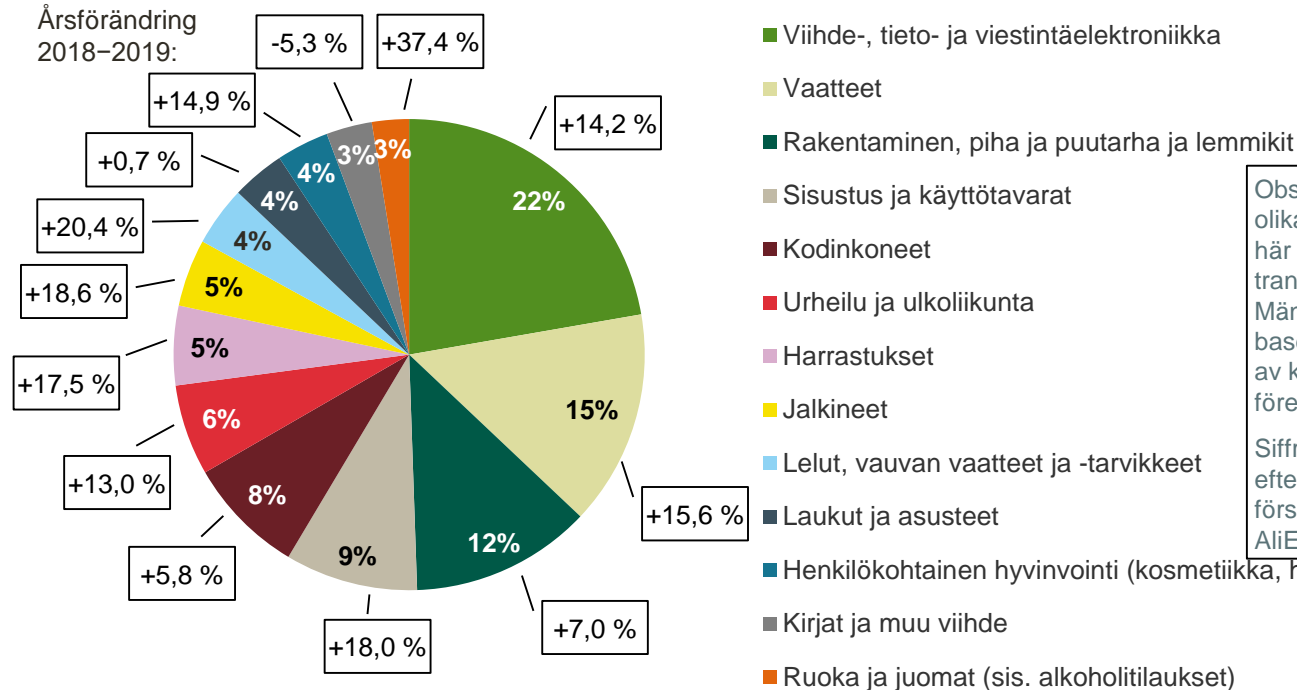


Definitioner och bakgrund: vad och hur?

- Huvudsakliga statistikkällor i det här kapitlet är Statistas databaser samt Kantar TN;S konsumentundersökningar för Finsk handel 2017–2019.
 - I konsumentundersökningen som utfördes av TNS Kantar samlade man månadsvis ihop ett urval som representerade 1 000 konsumenter som med två veckors mellanrum förde dagbok över varor de köpt på nätet.
- Med e-handel, digital handel eller köp på nätet avses:
 - handel 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 2019

Tot. 4,5 miljarder euro utan mervärdesskatt och leveranskostnader, tillväxt 12 procent sedan 2018, uppskattningen för tillväxten 2020 är 11 procent



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

Siffran kan underskatta de digitala inköpen, eftersom metoden inte helt kan beakta t.ex. försäljning från tredje parter via plattformar såsom AliExpress, Wish, eBay och Amazon.



Mest använda och omtyckta webbbutiker och marknadsplattformar i Finland

Axplock ur undersökningen.

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

Bakgrund till utredningen: vad och hur?

- Dessa siffror baserar sig på en konsumentundersökning som Kantar TNS utförde för Finsk Handel. Man undersökte vilka webbbutiker som finländarna mest använder och tycker mest om.
- Kantar TNS genomförde en konsumentenkät till 9 952 minst 18 år fyllda finländare varav 6 774 har gjort inköp på nätet den senaste månaden. Konsumentenkäten utfördes under tre insamlingsrundor där man frågade efter vilka webbbutiker som använts och hur nöjda konsumenterna varit med dem i april–december 2019.
 - Urvalets struktur motsvarar befolkningens struktur.
 - Enkäten genomfördes i den internetstödda Gallup Forum-svarspanelen.
 - På enkätblanketten fanns färdigt namn på cirka 150 olika webbbutiker och därutöver nämnde konsumenterna hundratals andra webbbutiker som de handlat i.
- Konsumenterna utvärderade webbbutikerna genom att besvara elva frågor på skalan 1–10:
 - Nöjdhet: hur nöjd är du med webbbutiken 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 betalningssätt).
 - Stöd vid inköpsprocessen: hur nöjd är du med hur snabbt varan levereras och med alternativa leveransplatser, alternativa leveranssätt, online-stöd/chatt (nytta, snabbhet och tillgång), produkt- och serviceutbud, och motsvarar de dina förväntningar.
- För vitsordet på alla elva frågor räknades ett medeltal ut som är affärens allmänna vitsord.
 - Allmänna vitsord på minst 8,5 är mycket bra!

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, råsftcentrifuger, glassmaskiner, brödmaskiner)
 - Underhållningselektronik (t.ex. TV-apparater, spelkonsoler, digitalboxar)
 - Mobiltelefoner och mobiltelefonutrustning (t.ex. hörlurar, skyddsodral)
 - 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.

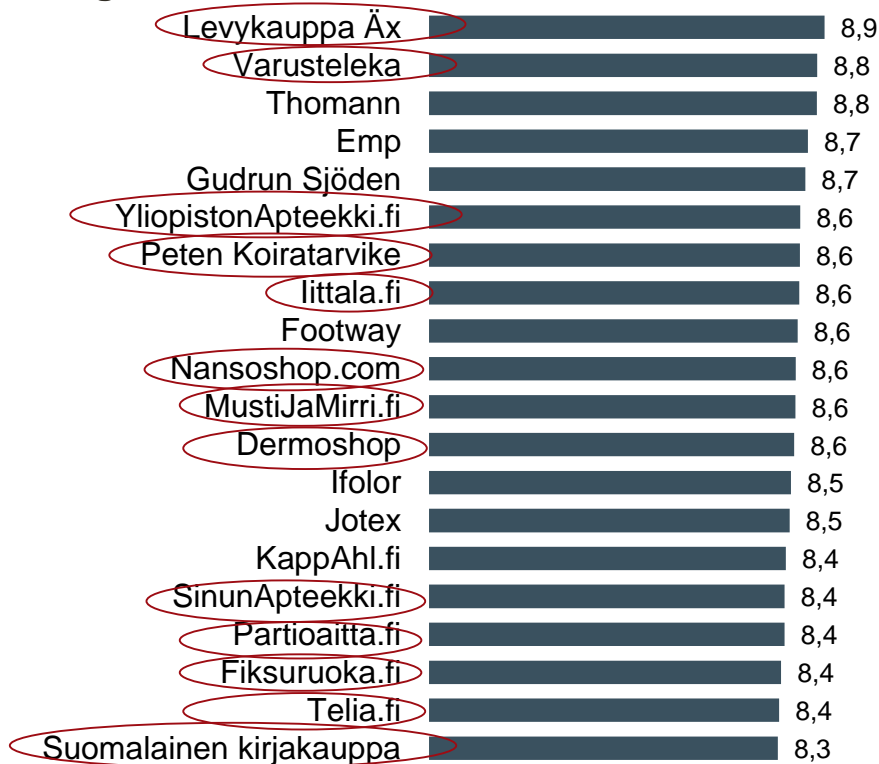
Undersökta produktgrupper

- 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).

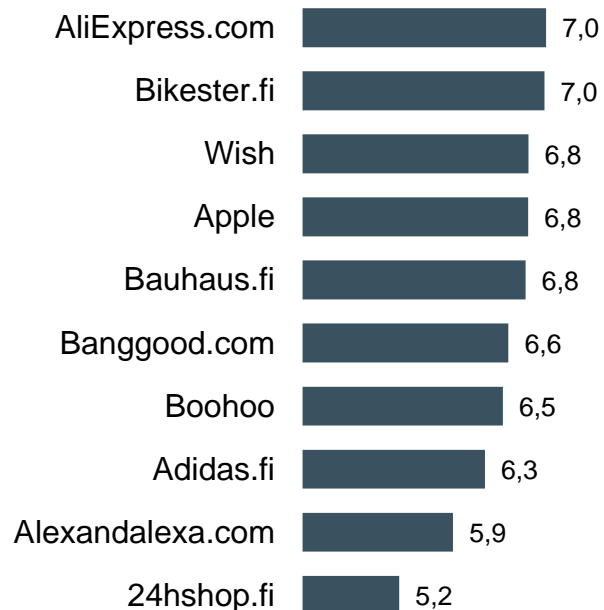
Finländska webbutiker är omtyckta

Allmänt vitsord: Medeltalet för elva kriterier, skalan 1–10

Högst medeltal, medeltalet för elva kriterier



Lägst medeltal, medeltalet för elva kriterier



Källor

ASML, Finsk Handel, TNS Gallup 2010–2015: Webbhandelsstatistik 2010–2015.

International Post Corporation / Posti, 2020: Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2019 / Postis sammandrag av IPC:s publikation.

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

Kurjenoja Jaana, 2020: Handelns utsikter 2020–2022, Finsk Handel.

Kurjenoja Jaana, 2020: Webbhandelns regionala fördelning, Finsk Handel.

Kurjenoja Jaana, 2019: Digital handel växer hos oss och annanstans, Finsk Handel.

Kurjenoja Jaana, 2018: Den digitala handeln 2017, Finsk handel.

Kurjenoja Jaana, 2017: Den digitala handeln 2016, Finsk handel.

Statista, 2020: Consumer Market Outlook.

Statista, 2020: Digital Market Outlook.

Statista, 2020: databasen eCommerceDB.

Statista, 2020: Statistas databaser.

Statistikcentralen, 2020: Omsättningsdiagram för handel.

Statistikcentralen, 2019: Undersökningen av befolkningens användning av data- och kommunikationsteknik 2019, Statistikcentralen

Dessutom konsumentenkäter som utförts på uppdrag av Finsk Handel och som Finsk Handel planerat:

KantarTNS; Webbutik-vitsord 2017, 2018 och 2019.

KantarTNS: Mest använda och omtyckta webbutiker 2018 och 2019.



Mer information:

Jaana Kurjenoja

chefsekonom

Finsk Handel

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

tfn 040 820 5378

