

# Verkkokauppatilasto 2014

Perustietoa verkkokauppaseurannasta  
sekä verkko-ostaminen 2014/H1



# 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.
- Kotimaisista ja ulkomaisista 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



## ■ Alkuvuoden 2014 lukujen perusteena on 5 942 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 verrokkitietoa.
- Vuoden 2013 lukujen perusteena on 12 782 kuluttajahaastattelua

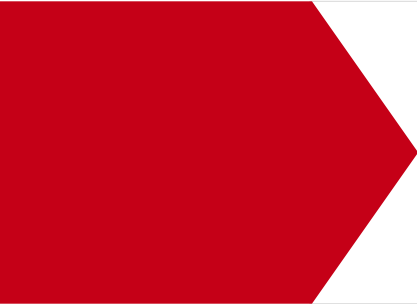


## ■ Luvut sisältävät arvonlisäveron ja toimituskulut


- Verkkokauppatilasto kuvaa kuluttajien rahankäyttöä, ei vähittäiskaupan myyntiä.

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


# Verkkokauppa 2014/H1



Suomalaiset ostivat tavaroita, palveluja ja sisältöjä verkosta tämän vuoden alkupuoliskolla yhteensä 4,9 miljardilla eurolla. Se on lähes 4 prosenttia vähemmän kuin vuosi sitten vastaavaan aikaan. Lasku johtui siitä, että palveluja ostettiin nyt verkosta aiempaa vähemmän. Verkkokaupan suurimpaan ryhmään, matkailupalveluihin, käytettiin rahaa 9 prosenttia vähemmän kuin vuosi sitten. Myös rahoituspalvelujen verkkokauppa supistui viime vuodesta peräti 60 prosenttia.



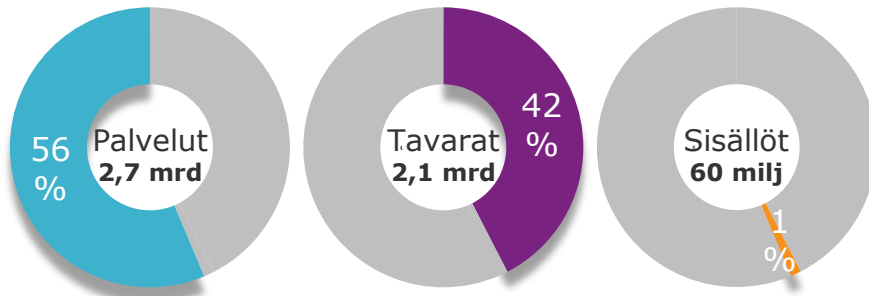
Taantumasta huolimatta tavaroiden ostaminen verkosta yleistyy. Verkkokauppatilastosta selviää, että vähittäiskaupan tuotteita ostettiin verkosta yhteensä 1,7 miljardilla eurolla eli 9 prosenttia enemmän kuin vuosi sitten vastaavan aikaan. Samaan aikaan koko vähittäiskauppa menetti Tilastokeskuksen mukaan liikevaihtoa puoli prosenttia. Vähittäiskaupan kasvu verkossa kertoo ennen kaikkea kuluttajien siirtymisestä kanavasta toiseen. Osa kasvusta on valunut myös ulkomaisiin verkkokauppoihin.



Suomalaiskuluttajien verkosta ostamien tavaroiden, palvelujen ja sisältöjen arvo on nyt 12 prosenttia suurempaa kuin neljä vuotta sitten. Nopeimmin neljässä vuodessa on kasvanut vähittäiskauppa, lähes 30 prosentilla. Palvelujen verkkokauppa on kasvanut samassa ajassa 7 prosenttia.

# Suomalainen verkkokauppa 2014/H1

## € 4,9 mrd



Vähittäiskaupan arvo tavaroiden verkkokaupasta 1,7 mrd €

Verkkokauppatilasto sisältää:

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

Muutos verrattuna 2013/H1 **-3,5%**

|  |              |
|--|--------------|
| Palvelut                               | <b>-9 %</b>  |
| Tavarakauppa                           | <b>+4 %</b>  |
| Digitaaliset sisällöt                  | <b>+30 %</b> |
| Vähittäiskauppaan kuuluva verkkokauppa | <b>+9 %</b>  |

Suurimmat tuoteryhmät:



4,9 mrd €

Verkkokauppatilasto 2014 / H1

# 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-elektroniikkaa

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 aikuisviihde)

Maksullisia ladattavia musiikkitiedostoja (esim. mp3)

## MATKAPUHELIN- JA OPERAATTORIPALVELUT

Laaajaistaliittymä

Maksu- / kaapeli-tv

Matkapuhelimen soittoaäniä, pelejä, sovelluksia, logoja tms

Matkapuhelinliittymän 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 / H1

©TNS 2014

**ASML**  
Asiakkuusmarkkinointiliitto

  
KAUPAN LIITTO

**TNS**

TNS Gallup tarjoaa verkkokaupan menestyksen tueksi valmiita ja räätälöityjä tutkimuksia, asiantuntijapalveluita, markkina-katsauksia sekä tuoteryhmä- ja kohderyhmäanalyyssejä.

- verkkokaupan ja verkko-ostamisen kehitys
- verkko-ostajien profiili sekä numeroita syvempi ymmärrys kuluttajien mielenmaisemasta
- verkko-ostajien mediankäyttö ja suhde muuhun kuluttamiseen
- tuoteryhmä- sekä verkkokauppabränditasoinen tieto
- maksumenetelmät ja jakelukanavat
- ostohalukkuuteen vaikuttavat tekijät
- internetin ja somen käyttö ostoprosessin eri vaiheissa
- muut digitaaliseen liiketoimintaan liittyvät kysymykset

Verkkokauppa-asioissa sinua palvelevat:

Nina Frosterus, tutkimuspäällikkö  
Reeta Sutinen, tutkimuspäällikkö  
Ville Wikström, kehitysjohtaja  
Niina Sauvolainen, Digital-yksikön johtaja

sekä oma TNS Gallup yhteyshenkilösi

etunimi.sukunimi@tnsglobal.com  
Puh. 09 613 500

**TNS**



# Finnish E-commerce 2014

Facts about the statistics  
and online shopping 2014/H1



# The Finnish E-commerce Statistics – The volume of online purchases in Finland

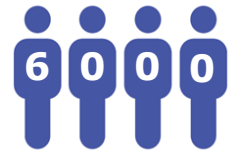
## ■ Includes all online shopping

- 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/H1 figures are based on 5 942 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.
- The Finnish e-commerce 2013 -statistics is based on 12 782 consumer interviews.



## ■ The figures include VAT and delivery fees

- The Finnish e-commerce statistics describe consumer spending, not retail sales.

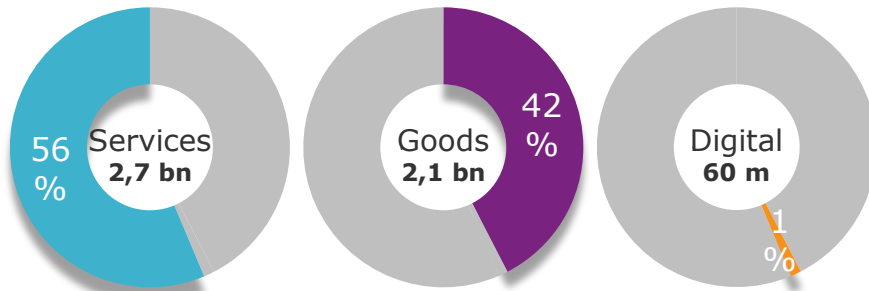
## ■ The driving forces behind this extensive research are:

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



# Finnish e-commerce 2014/H1

## € 4,9 billion



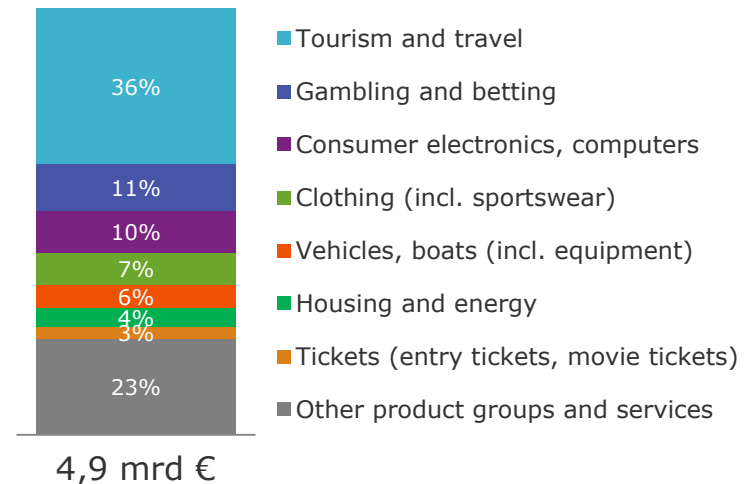
retail goods  
1,7 billion €

The Finnish e-commerce statistics include:

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

| Change from 2013/H1            | Value |
|--------------------------------|-------|
| Services                       | -9 %  |
| Goods                          | +4 %  |
| Digital content                | +30 % |
| E-commerce belonging to retail | +9 %  |

### Largest product groups:



Finnish e-commerce 2014 / H1

For more information about The Finnish E-commerce Statistics  
or other matters regarding digital consuming in Finland  
please contact:

Nina Frosterus, Research Manager  
Reeta Sutinen, Research Manager  
Ville Wikström, Development Director  
Niina Sauvolainen, Head of Digital

firstname.lastname@tnsglobal.com  
Tel. +358 9 613 500



Miestentie 9 C, PL 500, FI-02151 Espoo | t: +358 9 613 500 | f: +358 9 613 50 510 | [www.tns-gallup.fi](http://www.tns-gallup.fi)

TNS

©TNS 2014

ASML  
Asiakkuusmarkkinointiliitto

KAUPAN LIITTO

TNS