

# Verkkokauppatilasto 2013

Perustietoa verkkokauppaseurannasta  
sekä ensimmäinen vuosipuolisko



# 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 verkkostatokset yrityksiltä, yrittäjiltä, yhdistyksiltä ja muilta elinkeinonharjoittajilta



## ■ Vuoden 2013 H1 lukujen perusteena on 6 206 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
- Vastaajamäärä on kasvanut vuosien myötä.




## ■ Luvut sisältävät arvonlisäveron ja toimituskulut

- Verkkokauppatilasto kuvaa kuluttajien rahankäyttöä, ei vähittäiskaupan myyntiä


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

Verkkokauppatilasto 2013 / H1


# Verkkokauppa 2013/H1



Suomalaiset ostivat verkosta vuoden alkupuoliskolla tavaroita ja palveluita jälleen ennätysmäärän. Verkko-ostokset lisääntyivät tammi-kesäkuussa 6 prosenttia edellisvuodesta. Verkkokaupan kasvun ennakoidaan myös jatkuvan.



Suurimmissa tuoteryhmissä kovimmat kasvuluvut olivat rahoituksessa ja pukeutumisessa. Hurjimmat kasvuprosentit ovat aikuisviihteen, lastentarvikkeiden ja elintarvikkeiden verkkokaupassa, jotka kuitenkin euromääriltään ovat hyvin pieniä verkkokaupan ryhmiä. Maksullisia sisältöjä ladattiin aikaisempaa vähemmän, eniten väheni musiikin ja elokuvien verkko-ostokset. Myös autojen verkkomyynti jatkoi pienenemistään. Autojen verkkokaupan muutokset noudattavat autojen koko vähittäiskaupan arvon muutoksia Suomessa.



Vähittäiskaupan tuotteita ostettiin verkosta 1,5 miljardilla eurolla. Kasvu oli nopeampaa kuin koko verkkokaupassa yhteensä: lähes 9 prosenttia.

Vaikka elintarvikkeiden ja alkoholin verkkokauppa kasvaa huomattavasti, niiden osuus on vielä vähäistä: 2,5 prosenttia vähittäiskaupan verkko-ostoksista ja 0,8 prosenttia koko verkkokaupasta.

## Juhani Pekkala

Kaupan liitto, toimitusjohtaja



“Verkkokauppa merkitsee sitä, että suomalainen kauppa kilpailee kuluttajista kansainvälisten toimijoiden kanssa. Siksi on tärkeää, että Suomessa ei enää lisätä kaupan verotusta ja sääntelyä. Täällä pitää olla samat toimintaedellytykset kuin ulkomaisilla kilpailijoilla.”

## Jari Perko

ASML, toimitusjohtaja



“Verkkokauppa on kuin maailmanliigan kymmenottelu, vaikea ja haastava taitolaji kovassa seurassa. Pärjätäkseen täytyy reippaasti tavoitella maailmanluokan suoritus-tasoa, muu ei riitä.”

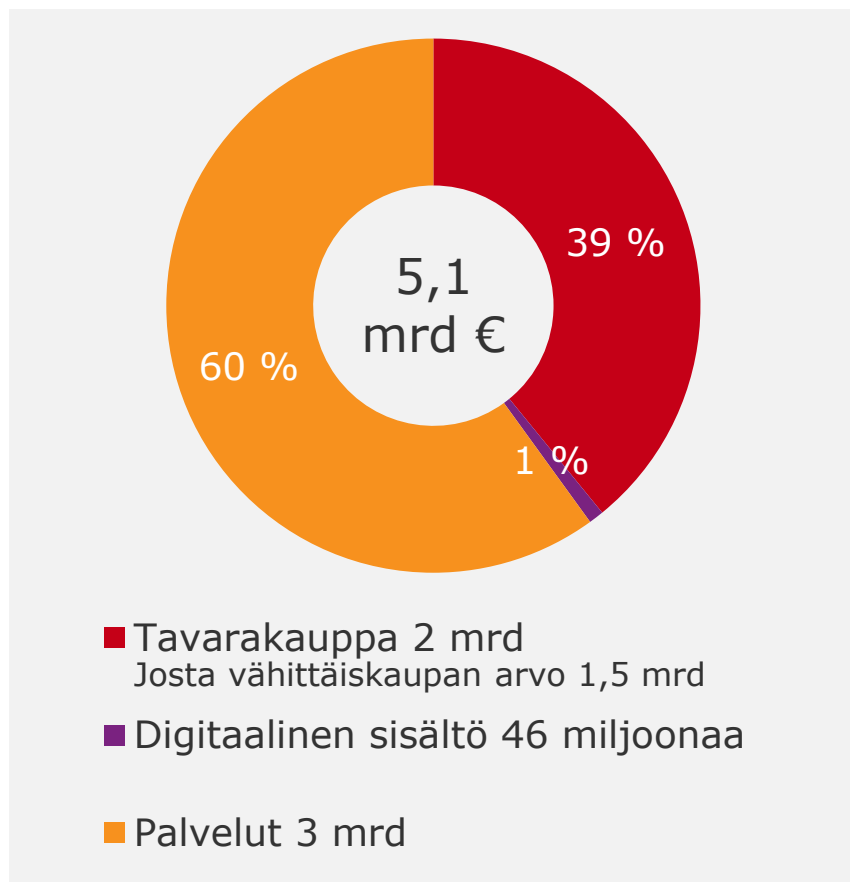
## Ville Wikström

TNS Gallup, Digital-yksikön johtaja



“Verkko-ostajien määrä kasvaa edelleen. Nyt jo 75 prosenttia aktiivi-ikäisistä suomalaisista on tehnyt verkko-ostoja. Vaikka nuoret ovatkin aktiivisimpia verkkokauppojen asiakkaita, ovat myös eläkeläiset innostuneet nettikaupan mahdollisuuksista.”

# Verkkokaupan määrä 2013/H1



Luvut sisältävät:

- kaikki kuluttajille suunnatut palvelut, tuotteet ja sähköiset sisällöt
- B2C-verkkokaupan
- arvonlisäveron ja toimituskulut

Muutos vuoteen 2012/H1  
**+5,9%**

Tavarakauppa +2,6 %  
Digitaaliset sisällöt -1,1 %  
Palvelut +8,3 %

Vähittäiskauppa +8,7 %

Verkkokauppatilasto 2013 / H1

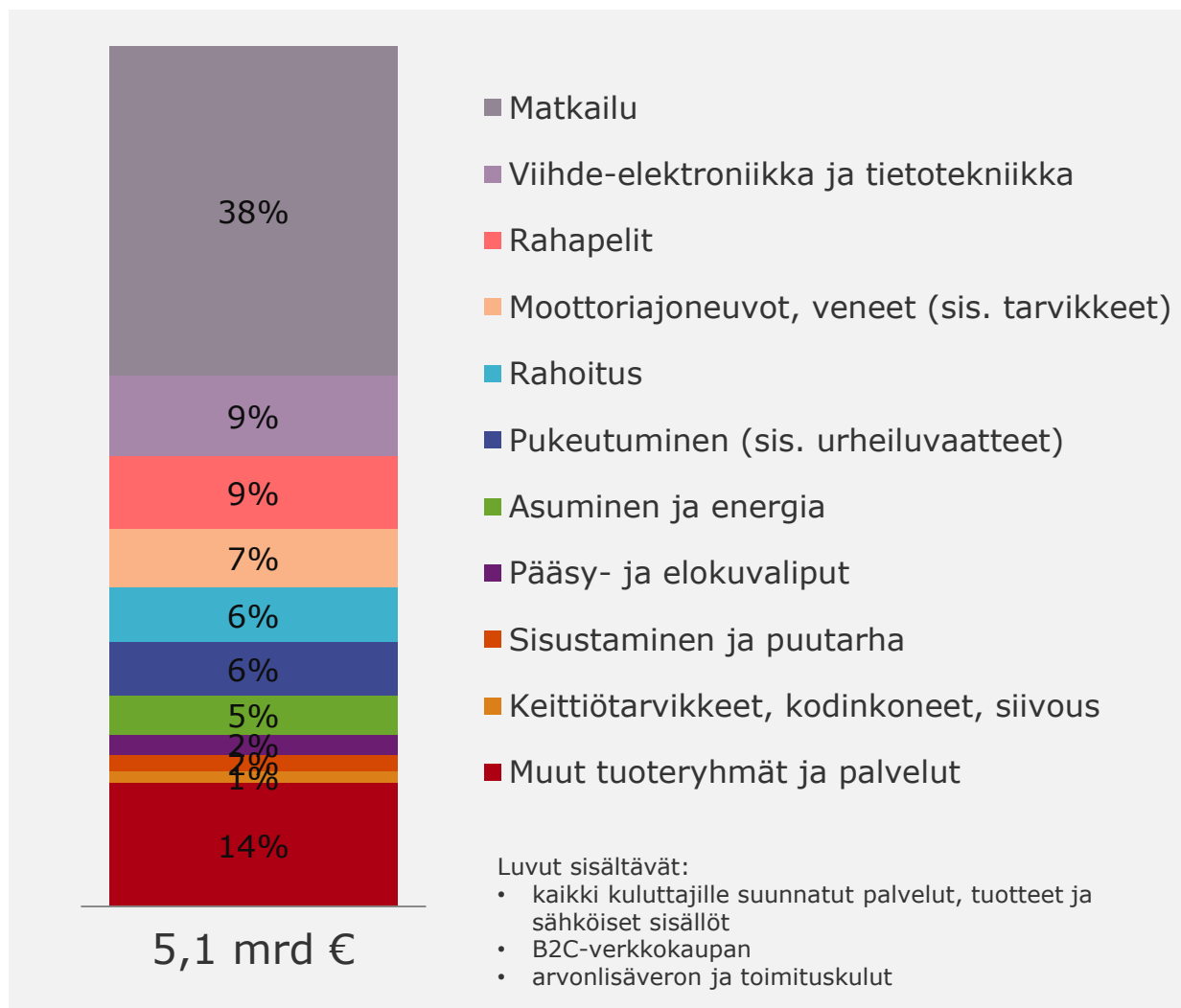
©TNS 2013

ASML  
Asiakkuusmarkkinointiliitto

KAUPAN LIITTO

TNS

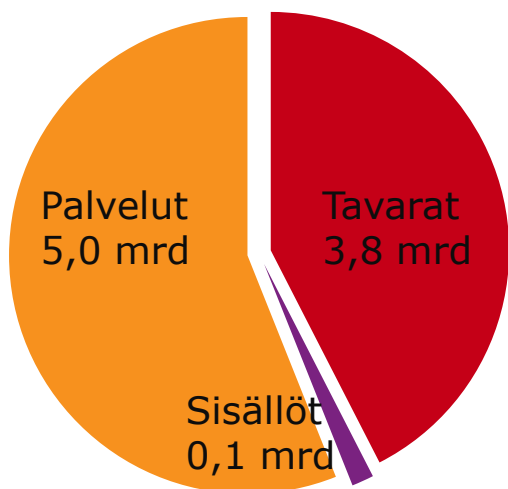
# Verkkokaupan suurimmat tuoteryhmät 2013/H1



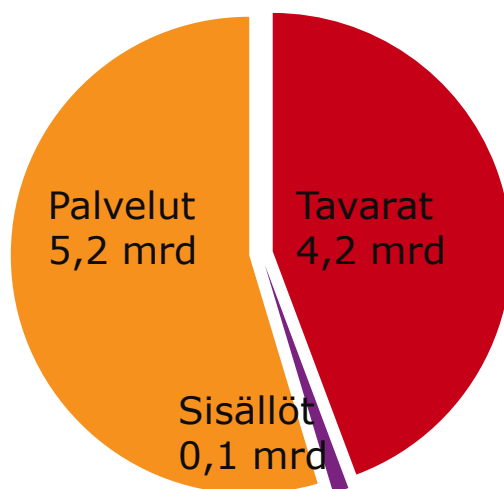
Verkkokauppatilasto 2013 / H1

# Verkkokaupan määrä vuosina 2010-2012

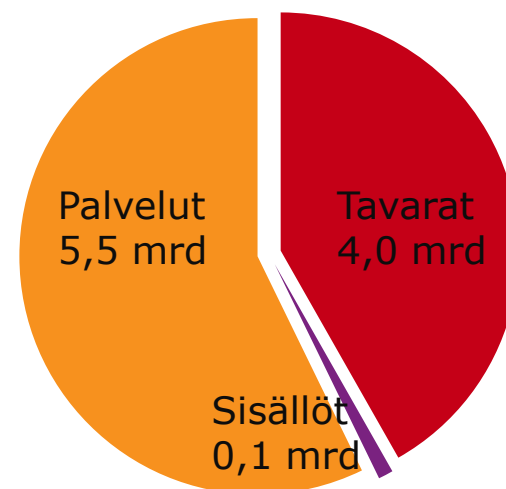
vuosi 2010  
8,90 mrd €



vuosi 2011  
9,58 mrd €



vuosi 2012  
9,65 mrd €



Vähittäiskaupan osuus tavaroiden verkkokaupasta, kun luvuista on poistettu venealan verkkokauppa:  
2,7 mrd €                      2,9 mrd €                      3,0 mrd €

Luvut sisältävät:

- kaikki kuluttajille suunnatut palvelut, tuotteet ja sähköiset sisällöt
- B2C-verkkokaupan
- arvonlisäveron ja toimituskulut

Verkkokauppatilasto 2013 / H1

# Seurattavat tuoteryhmät pääluokittain

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

Pukeutuminen (myös urheiluvaatteet)  
Jalkineet (myös urheilujalkineet)  
Hyvinvointipalvelut  
Kauneustuotteet  
Terveystuotteet  
Kirjat  
Lehdet  
Sisustus- ja puutarhakalusteet, tarvikkeet  
Keittiö ja puhtaanapito, tarvikkeet  
Asuminen ja energia  
Lastentarvikkeet ja lelut  
Kulutus-, viihde-elektroniikka, tietotekniikka  
Tietokoneohjelmat  
Pelit (tietokonepelit, konsolipelit)  
Musiikki ja elokuvat

Matkapuhelin- ja operaattoripalvelut  
Liikenne (auto, vene, moottoripyörä yms.)  
Matkailu ja matkustaminen  
Pääsyliput  
Vakuutukset  
Erikoisharrastuksiin liittyvät tuotteet  
Urheiluvälineet  
Valokuvat tuotteet  
Aikuisviihde  
Ruoka, elintarvikkeet  
Lahjakortit (tavara- tai palvelulahjakortit)  
Lemmikki- ja eläinharrastustarvikkeet  
Rahapelit  
Rahoitus (pikavipit, luotot, sijoituspalvelut)  
Rakentaminen ja korjaaminen



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 verkko-ostajien mielenmaisemasta
- verkko-ostajien mediankäyttö ja suhde muuhun kuluttamiseen
- tuoteryhmä- sekä verkkokauppabrändin tasoinen tieto
- maksumenetelmät ja jakelukanavat
- ostohalukkuuteen vaikuttavat tekijät
- internetin ja somen käyttö ostoprosessin eri vaiheissa
- muut digitaaliseen liiketoimintaan liittyvät kysymykset

Verkkokauppa-asioissa sinua palvelevat:

Ville Wikström, yksikönjohtaja  
Reeta Sutinen, tutkimuspäällikkö  
Nina Frosterus, tutkimuspäällikkö

sekä oma TNS Gallup yhteyshenkilösi

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

TNS

