

Asia: VN/5468/2020

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Kaupan tulevaisuusselonteon sisältö kehittämisehdotuksineen

1. Mitä sisältöjä ja niihin liittyviä konkreettisia kehittämisehdotuksia/nostoja kaupan tulevaisuusselonteon tulisi mielestänne sisältää? Esitetyt sisällöt sekä kehittämisehdotukset ja nostot pyydetään perustelemaan.

Ehdotuksenne ja näkökulmanne voivat pohjautua myös työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistettuihin sisältöehdotuksiin (liite 1). Myös tässä kohdin pyydetään sisältöihin kehittämisehdotuksia ja nostoja perusteluineen.

Osaaminen ja osaavan työvoiman saatavuus kaupan alan murroksessa

Osaamisvaatimukset ja tarve osaajista kasvavat niin datan hyödyntämisen kuin uuden liiketoimintaosaamisen saralla. Business Finland korostaa kaupan alan digitaalisen liiketoiminnan osaajien ja erityisesti digitaalisen kaupan koulutuksen uudistamista ja lisäämistä. Business Finlandin Experience Commerce -ohjelma on esitelty näkemyksensä ammatillisen koulutuksen uudistamistarpeista Opetushallituksen opetusneuvos Tuija Laukkaselle. Kansainvälisten osaajien rekrytoinnin helpottamista joko ulkomailta tai Suomessa opiskelleista Business Finland tukee Talent Boost -toiminnalla ja Talent Explorer -rahoituksella.

Kaupan alan yritysten kansainvälisen kasvun vauhdittaminen

Eri rahoitusinstrumenttien, niin julkisten kuin private equity -tyyppisten, avulla voidaan kiihdyttää yritysten kasvua ja myös pitää potentiaaliset ns. scaleup-yritykset Suomessa riittävän pitkään sen sijaan, että ne myytäisiin jo aikaisessa kasvuvaiheessa ulkomaille.

Julkisia rahoitusinstrumentteja pitää oppia soveltamaan paremmin vastaamaan kaupan alan liiketoiminnan kehittämisen tarpeita. Kaupan innovaatiot eivät yleensä liity vain tuotteiden/palveluiden teknisiin ominaisuuksiin tai tuotteiden valmistusprosesseihin vaan asiakasrajapinnan innovaatioihin, kuten esim. liiketoimintamalleihin ja -konsepteihin.

Business Finland pitää tärkeänä, että kaupan alalle syntyy elinvoimainen ekosysteemi ja sitä tukeva rahoituskulttuuri kuten esimerkiksi pelialalla, jossa rahoittajat, julkaisijat, pelikehittäjät ja pelialaan

liittyvät asiantuntijayritykset sekä pelialan koulutus- ja TKI-tyo muodostavat innovatiivisen ja kasvuhakuisen ekosysteemikonaisuuden.

Kaupan alan tasapuolisten toimintaedellytysten edistäminen

Digitaalisessa, rajat ylittävässä kaupassa, EU:n ulkopuolisilla toimijoilla on epäreilu kilpailuetu EU:n ulkopuolisten toimitusten arvonlisävero- ja tullimääräysten vuoksi. Lisäksi reilun ja tasapuolisen kilpailun mahdollistamiseksi kaikkien maiden tulisi päästä samaan arvonlisäverokantaan EU:ssa. Toinen suomalaista kaupan alaa haittaava asia koskee globaalin logistiikan hinnoittelua (UPU-sopimus). Nämä ovat asioita, jotka eivät ole yksin Suomen ratkaistavissa, mutta on tärkeää, että valtiovalta edistää nopeasti havaittujen kaupan kilpailua haittaavien esteiden purkamista mahdollisimman.

Digitaalinen kauppa on auki 24/7 ja verkossa on eniten asiakkaita kello 18-22. Digitaalinen kauppa on myös lähtökohtaisesti kansainvälistä ja toimii useilla aikavyöhykkeillä. Kaupan alalla työaikojen joustavuus mm. asiakaspalvelun turvaamiseksi nousee keskeiseksi kilpailutekijäksi. Tämä asia on tärkeä huomioida kaupan alan työajoista ja -ehdoista neuvoteltaessa, jotta kansainvälistyvät yrityksemme pystyvät pitämään asiakaspalvelunsa Suomessa.

Kaupan rakennemuutos, kanavat ja asiakkuuden omistaminen

Kaupan murroksessa perinteisen lineaarisen arvoketjun (valmistaja-tukkukauppa-vähittäiskauppa) rajat murtuvat, eri toimijoiden roolit muuttuvat ja toimialojen rajat hälvenevät. Lisäksi erityyppiset alustatoimijat, kuten Amazon, ovat tulleet uutena kanavana ja kilpailijana mukaan.

Jokainen toimija haluaa omistaa asiakkaan: jälleenmyyjät, brändit ja alustat. Digitaalisuus on mahdollistanut ja vauhdittanut valmistajien (brändien) myyntiä suoraan kuluttajille ilman välikäsiä (D2C = direct to consumer). Jälleenmyyjät ja alustat kehittävät myös tuotteita omilla tuotemerkeillään. Kaupan rakennemuutos on siis myös toimijoiden monipuolistumista. Jatkossa kauppa ei ole vain jälleenmyyjien pelikenttä, vaan siellä on brändejä ja jopa mediataloja sekä peliyrityksiä. Toimialojen välinen konvergenssi kasvaa ja se muuttaa kaupan toimialan dynamiikkaa olennaisesti.

Business Finlandin mielestä on tärkeää, että suomalaiset toimijat ymmärtävät yllä kuvatun muutoksen ja sen vaatiman liiketoiminnan johtamisen osaamisen ja kyvykkyyksien kehittämisen tärkeyden. Suomen kansantalouden kannalta on tärkeää pystyä tukemaan yrityksiä tässä muuttuvaan toimintaympäristöön sopeutumisessa.

Kaupan toimialan muutoksesta

2. Mitkä ovat mielestänne keskeisimmät konkreettiset toimet, joilla valtiovalta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa?

- Digitaalisen kaupan osaajien kouluttaminen
- Globaalin kaupan sääntelyyn perustuvien epäreilujen kilpailuetujen purkaminen (UPU, arvonlisäverokanta EU:ssa, EU:n ulkopuolisen tuonnin arvonlisävero yms)

- Kaupan alan uuden kulttuurin ja kasvurahoituksen tukeminen

3. Mitkä ovat mielestänne kolme keskeisintä sisältöä/teemaa kaupan toimialan rakennemuutoksessa?

- Digitaalisen kaupan kasvu ja siihen liittyvät osaamishaasteet
- Kaupan alan rajat hälvenevät; brändit ja D2C-yritykset osaksi kaupan alaa, mediat, pelit, alustat, uudet radikaalit innovaatiot
- Uudet liiketoimintamallit luovat uudenlaista kauppaa

- Kaikki em. kohdat perusteltu edellä.

4. Millaisia vaikutuksia mielestänne koronaviruspandemia taikka sen kaltaiset yllättävät toimialaa merkittävästi ravistelevat muutostilanteet tuovat kaupan toimialalle?

- Digitaalisen kaupan kasvun nopeutuu: Kasvu ollut keskimäärin 15 % vuodessa, vuonna 2020 kasvu saattaa olla jopa 30 %. Digitaalisen kaupan osuus kaupasta Suomessa (pt-kaupan ulkopuolinen kaupan osuus) on ollut 20 %, vuoden 2020 jälkeen se voi olla yli 30 %. Vastaavasti investoinnit kivijalkaan tulevat suuremman tarkastelun alle.
- Palvelujen integrointi osaksi kaupan alaa nopeutuu ja voimistuu
- Isommissa brändiyrityksissä digitaalisen kaupan asema organisaatiohierarkiassa vahvistuu. Se ei ole enää yksi osasto muiden joukossa, vaan koko organisaation läpileikkaava toimintamalli.
- Koronan tapaiset muutostilanteet voivat kohdella eri maita hyvin eri tavalla ja eriaikaisesti ja siksi yritysille voi löytyä uudessa tilanteessa uutta kysyntää uusilta markkinoilta.

5. Miten valtiolta voi mielestänne tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyttä ennakoivasti yllättävissä muutostilanteissa (esimerkiksi koronaviruspandemian kaltaiset tilanteet)?

- Luomalla selkeät raamit ja portaat mahdollisten rajoitusten käyttöönotolle ja niistä viestinnälle: epävarmuus ja viiveet tuovat ylimääräisiä kustannuksia kautta koko ketjun ja pahimmillaan vaikuttavat jopa huoltovarmuuteen.
- Luomalla selkeät raamit ja päätösmallit erilaisten tukivaihtoehtojen käytön osalta, jolloin vaikutus kohdentuu nopeammin ja tarkemmin haluttuihin kohteisiin.

6. Miten digitalisaatio tulee näkemyksenne mukaan muuttamaan asiakassuhdetta, markkinointia ja arvoketjuja? Onko painopiste siirtymässä tavaroista palveluihin?

- Fyysisten tuotteiden toimitusketjuissa palvelujen osuus ja merkitys kokonaisuudessa sekä kilpailukyvyyn tuojana kasvaa. Osassa tuoteryhmistä digitaaliset ratkaisut ja jakelu ovat jo suurelta osin syrjäyttäneet fyysiset tuotteet.
- Asiakkuuden ja datan omistaminen sekä johtaminen nousee entistä tärkeämmäksi. Etenkin kuluttajadatan hyödyntäminen arvoketjun eri osapuolten kesken.
- Digitalisaatio on avannut brändeille mahdollisuuden olla osa suoraa asiakassuhdetta, joka tuo paljon uusia mahdollisuuksia mutta edellyttää myös uutta osaamista ja resursointia toimintoihin.

Tulevaisuusselön valmistelu

7. Mitä tulee mielestänne huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa?

Toimialan transformaatio on voimakasta ja vauhti kiihtyvää. Edessä oleviin haasteisiin vastaaminen ja suomalaisten toimijoiden kilpailukyvyn säilyttämisen keinojen hahmottaminen vaativat laaja-alaista osaamista ja näkemyksellisyyttä, joka pitää näkyä työhön osallistuvien asiantuntijoiden ja sidosryhmien kuulemisessa.

Muuta huomioitavaa

8. Muut mahdolliset kommentit.

Kiristynvä kilpailu Suomessa kehittää yritysten valmiuksia kansainvälistymiseen

Kilpailutilanne Suomessa kaupan alalla muuttuu uusien kansainvälisten toimijoiden tullessa tänne. Kotimaiset yritykset, jotka menestyvät ja ovat vahvoja kotimarkkinoilla kiristyvässä kilpailussa, voivat halutessaan pärjätä myös ulkomailla. Business Finlandin tavoitteena on, että kaikki digitaalisen kaupan yritykset harkitsevat vakavasti kansainvälisen kasvun mahdollisuutta ja kehittävät resurssejaan ja osaamistaan sen toteuttamiseksi.

Pokkinen Kari
Business Finland Oy