

Asia: VN/5468/2020

## **Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko**

### Kaupan tulevaisuusselonteon sisältö kehittämisselontekoon

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

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

Selkeä sisällön rajaus: Kaupan ala on vaikeasti rajattava kokonaisuus. Selonteon tavoitteiden valossa on syytä määrittää, mihin selonteossa keskitytään (vähittäiskauppa – tukkukauppa, pt-kauppa – erikoiskauppa, tuotteet – palvelut, koko arvoketju – pelkästään tavarakauppa)

### Kaupan toimialan muutoksesta

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

- Kuluttajien ostovoimasta huolehtiminen (huomioitava mm. verotuspäätöksissä)
- Yritysten vakaan toimintaympäristön takaaminen ennakoitavalla ja johdonmukaisella päätöksenteolla. Lainsäädännön ja verotuksen tulisi olla kilpailukykyistä ja tasapuolista eurooppalaisittain ja jopa maailmanlaajuisesti tarkasteltuna (esim. suhteessa aasialaisiin verkkokauppoihin).
- Kotimainen kauppa hyötyisi tuoteryhmäkohtaisten rajoitusten karsimisesta (esim. alkoholi).
- Sääntelyn ja rajoitusten purkaminen kauppaa koskevassa lainsäädännössä (MRL uudistus ja kaavoituksen kautta ohjauksen purku)
- Kaupan alan osaamisen vahvistaminen ja monipuolistaminen koulutustarjonnan avulla (erityisesti toisen asteen koulutus)

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

1. Terveen kilpailun edistäminen
  - o kehitystä ja investointeja rajoittavan sääntelyn purku
  - o monopolien purku
  - o Kaupan omien merkkien positiivisten vaikutusten tunnistaminen ja tasapuolinen kohtelu
  - Kaupan omat merkit ovat tuotemerkkejä siinä missä muutkin tuotemerkit. Niiden ero teollisuuden merkkeihin koskee brändin omistajuutta ja markkinointikulujen jakautumista: kauppa vastaa itse omien merkkiensä markkinoinnista ja brändäyksestä. Tehokas markkinointi usein pitää omien merkkien tuotteiden hinnat edullisina kuluttajille.
  - Kaupan omat merkit toimivat kanavana useille eri kotimaisille valmistajille saada tuotteensa laajaan levitykseen siinäkin tapauksessa, että yhden valmistajan oma kapasiteetti ei riittäisi kattamaan kysyntää esimerkiksi koko Suomen alueella. Kaupan oman merkin valmistaminen voi olla valmistajalle portti vientimarkkinoille.
  - Pelkästään tuotteen markkinoijan tai brändin ei pidä määrittää tuotemerkkiin kohdistuvia vaatimuksia tai rajoituksia, vaan säädösten on kohdeltava tasapuolisesti erilaisia tuotemerkkien omistajia.
2. Joustavuuden lisääminen kaavoitusta, logistiikkaa ja alueita koskevassa sääntelyssä
  - o Tieverkon kunto (ruokajakelun näkökulma): vaikuttaa mahdollisuuteen käyttää isompia reikkoja.
  - o Joukkoliikenteen suunnittelulla voidaan ratkaista ihmisten liikkumista (logistiikka jää edelleen). Kaupan läheisyys ja/tai helppo saavutettavuus eri kulkuvälineillä (myös autolla) on yksi tärkeimmistä kuluttajan valintakriteereistä.
  - o Biokaasuverkosto Suomessa alikehittynyt: rajoittaa käyttöä.
  - o MRL:ssa kaupan näkökulmien huomiointi
3. Työllisyys, työn muutos
  - o Kaupan ala on työvoimavaltainen ja siksi tämä teema on kaupalle äärimmäisen tärkeä.
  - o Tarvitaan nyt ja jatkossa kaikki keinot käyttöön, että saadaan riittävästi työvoimaa ja osaamista koko Suomeen.
  - o Huom! Kaksi erilaista haastetta: työvoimapula (suuret massat) ja asiantuntijapula (esim. tietty osaaminen + kielitaito).
  - o Tarvitaan joustavammat työehdot eri ryhmille (esim. eri palkkaluokat )

## Näkökulmia työvoimapulaan

- o työperäinen maahanmuutto: tullaan tarvitsemaan työperäistä maahanmuuttoa ja yhteiskunnan vahvaa tukea kotouttamiseen ja kouluttamiseen. Yritykset tekevätkin jo paljon mm. työnkuvien räätälöintiä ja kielikoulutusta. Lisäksi työllistymistä ja työn aloitusta nopeutettava koulutus- ja työllisyyspolkuja sekä lupakäytäntöjä kehittämällä.
- o osaamiseen ja koulutukseen panostaminen: ennen kaikkea toisen asteen koulutukseen satsaaminen
- o osatyökykyisten työllistäminen: Suomessa on arvioitu olevan n. 65 000 osatyökykyistä, jotka haluaisivat olla töissä. Täytyisi saada entistä useampi osatyökykyinen töihin työtehtäviä ja työaikoja räätälöimällä. Tämä on tehtävä kannustavaksi myös yrityksille.
- o oppisopimuskoulutus: edelleen hyvä malli, jota voidaan Suomessa hyödyntää enemmänkin.

## Näkökulmia asiantuntijapulaan

- o kielipolitiikka: muiden kuin englannin osaaminen on kaventumassa. Tällä hetkellä ei ole tavatonta, että yritys palkkaa asiantuntijan ja kielikouluttaa itse. Monipuolista kielten ja kulttuurien osaamista tarvitaan jatkossakin (saksan lisäksi myös esim. ranska ja venäjä liike-elämässä kysytyjä)

## 4. Kaupan ilmastotyö

- o Kauppa tekee jo runsaasti ilmastotyötä, jolla on merkittäviä vaikutuksia. Ilmastotyö vaatii yrityksiltä runsaasti investointeja.
- o Yritykset tekevät ratkaisuja markkinaehtoisesti ja taloudellisin perustein, ei tarvita velvoitteita tai pakottavaa lainsäädäntöä.
- o Kauppa ei ole erillään muusta yhteiskunnasta, tarvitaan yhteinen suunta ja tukea: esim. uusiutuvan energian saatavuus tai kaasun jakeluverkoston laajentaminen (ja biokaasun tuotanto)
- o Energian käyttö: Kaupassa kuluu runsaasti energiaa muun muassa kiinteistöjen lämmitykseen, tuotteiden kylmäsäilytykseen ja myymälöiden valaisuun. Energiapolitiikalla isot vaikutukset kaupan toimialaan. Vaatimukset ja niiden kiristäminen esim. tuotteiden säilytyksen suhteen (Euroopan sisällä variaatiota) asettavat eri EU-maat eriävää asemaan.
- o Sähkövero: oma sähköntuotanto pitää tehdä kannattavaksi tai ainakin tasapuoliseksi: Teollisuudella huomattavasti alhaisempi sähköveroluokka: latauspisteillä sähkönmyyjät eriarvoisessa asemassa
- o vanhat kiinteistöt vaativat lähivuosina isoja modernisointeja, jotta olisivat nykypäivän/tulevaisuuden tasolla. Uudistamista tulisi selkeästi tukea esimerkiksi erilaisilla kannusteilla, jotta tapahtuisi siirtymää ilmastoystävällisimpiin energiamuotoihin.

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

- o kuluttajien ostovoima ja luottamus omaan talouteen kärsii
- o kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuu nopeita muutoksia
- o uusien toimitusmallien merkitys kasvaa
- o turvallisen maksamisen merkitys kasvaa
- o turvallisen asioinnin merkitys kasvaa
- o henkilöstön turvallisuudesta ja terveydestä huolehtiminen korostuu
- o yritysten kyky reagoida nopeasti muuttuviin tilanteisiin korostuu

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

- o huolehtimalla kuluttajien ostovoimasta
- o huolehtimalla yritysten toimintaedellytyksistä johdonmukaisella päätöksenteolla
- o välttämällä kaupalle tulevien velvoitteiden lisäämistä

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

- o asiakassuhteista tulee yksilöllisempiä
- o markkinointi digitalisoituu
- o pt-kaupassa painopiste muuttuu muita kaupan sektoreita hitaammin, mutta myös pt-kaupassa tarjottavat digitaaliset palvelut yleistyvät

## Tulevaisuusselön valmistelu

**7. Mitä tulee mielestänne huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa?**

Verotuspäätösten merkitys kaupalle

- o tuloverotuksen kiristäminen ei toivottavaa, tarvitaan ostovoimaa
- o päästöihin ja terveyteen perustuvat kulutusverot: nostavat ruoan hintaa
- o kaikkien uusien verojen käyttöönotto on teknisesti hankalaa pt-kaupan kannalta
- o uudet verot voivat johtaa kilpailuhäiriöihin tuotteiden välillä
- o alkoholivero: uudet korotukset tulisi kohdistaa väkeviin, tärkeää tilastojen seuranta (mm. matkustajatuonti)
- o virvoitusjuomavero: terveysperusteiden arvionti (pitää tehdä), aiheutuu kilpailuhäiriöitä

- o kiinteistövero: verotasoja halutaan nostaa, miten kohtelee toimijoita erikseen?
- o energiaverot: erityisesti sähköveron kohdentuminen on kaupan kannalta epäreilu

## Muuta huomioon otettavaa

### 8. Muut mahdolliset kommentit.

-

Riikonen Pilvi-Sisko  
Lidl Suomi