

Kauppan toimialan tulevaisuusselonteon kirjallisen kuulemisen yhteenveto

Työ- ja elinkeinoministeriö

LUONNOS 3.9.2020, Natalia Härkin



**Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet**

Sisällysluettelo

1. Johdanto	2
2. Kirjallinen kuuleminen.....	3
2.1. Kirjallisen kuulemisen toteutus	3
2.2. Lausunnonantajat	3
3. Tiivistelmä	5
4. Kirjallisen kuulemisen lausuntopalaute	7
4.1. Sisältöehdotukset ja nostot kaupan toimialan tulevaisuusselontekoon	8
4.2. Toimia, joilla valtiolta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa	15
4.3. Kaupan toimialan rakennemuutoksen keskeisimmät sisällöt ja teemat.....	17
4.4. Koronaviruspandemian taikka sen kaltaisten yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevien muutostilanteiden vaikutus kaupan toimialalle.....	18
4.5. Valtion ennakoiva tuki muutostilanteisiin kaupan toimialan rakenteiden kestävyys	19
4.6. Digitalisaation vaikutukset asiakassuhteiden, markkinoinnin ja arvoketjujen muutoksiin.....	20
4.7. Kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa huomioitavaa.....	22
4.8. Muuta huomioitavaa ja kommentit	23
LIITE 1. Kaupan tulevaisuusselonteon lausuntopyyntö	24
LIITE 2. Lausunnonantajatahojen sisältöehdotuksia ja nostoja kaupan tulevaisuusselontekoon	30
LIITE 3. Lausunnonantajatahojen nostoja toimista, joilla valtiolta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa.....	49
LIITE 4. Lausunnonantajatahojen nostoja kaupan toimialan rakennemuutoksen keskeisimmistä sisällöistä ja teemoista	58
LIITE 5. Lausunnonantajatahojen nostoja koronaviruspandemian taikka sen kaltaisten yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevien muutostilanteiden vaikutuksista kaupan toimialalle.....	61
LIITE 6. Lausunnonantajatahojen nostoja valtion ennakoivasta tuesta muutostilanteisiin kaupan toimialan rakenteiden kestävyys	68
LIITE 7. Lausunnonantajatahojen nostoja digitalisaation vaikutuksista asiakassuhteiden, markkinoinnin ja arvoketjujen muutoksiin.....	74
LIITE 8. Lausunnonantajatahojen nostoja kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa huomioitavasta	82
LIITE 9. Lausunnonantajatahojen nostoja muusta huomioitavasta ja kommentteja	86

1. Johdanto

Pääministeri Sanna Marinin hallitusohjelmaan on kirjattu laadittavaksi kaupan alan tulevaisuuden selonteko, jotta alaa voidaan kehittää strategisesti ja pitkäjänteisesti. Hallitusohjelmassa kaupan tulevaisuusselonteolla on ohjelmatasolla yhteys esimerkiksi Yrittäjyysstrategiaan, Kotimaisen omistajuuden -ohjelmaan sekä digitalisaatioon, kierto- ja alustatalouteen, aluepolitiikkaan, osaamiseen, työllisyyteen ja koulutukseen. Kaupan toimiala on yrittäjyyttä. Kauppa tuo yhteiskuntaamme sekä alueellisesti että paikallisesti tuotteiden ja palvelujen kautta elinvoimaa, kilpailukykyä sekä työpaikkoja, toimeliaisuutta ja verotuloja.

Hallitusohjelmaan on kirjattu 75 prosentin työllisyysaste sekä noin 60 000 uuden työllisen määrä vuoteen 2023 mennessä. Kaupan alan työllisyyskehitys ei kuitenkaan välttämättä ole positiivinen. On arvioitu, että Suomessa vuoteen 2030 mennessä vähittäiskaupoista yli 20 prosenttia, ehkä jopa 40 prosenttia häviää. Lisäksi on arvioitu, että vuoteen 2030 mennessä vähittäiskauppa menettää noin 11 000 – 25 000 työpaikkaa ja tukkukauppa 5 000 työpaikkaa Suomessa. Edellä mainitut arviot on tehty ennen kevään 2020 koronaviruspandemiaa. Digitalisaation myötä kaupan toimialalla myös työn sisällöt ja koulutukseen sekä osaamisen liittyvät vaatimukset muuttuvat.

Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa selonteon valmistelusta. Selonteko sisältää työ- ja elinkeinoministeriön vastuuasioiden ohella myös muiden ministeriöiden vastuulla olevia asioita.

Selonteko liittyy kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa ja kaupan rakenteiden globaaliin murrokseen. Myös keväästä 2020 alkaen vallinneesta koronaviruspandemiasta aiheutuva tilanne vaikuttaa kaupan toimialaan sekä sen kehitykseen ja tämä asia huomioidaan selonteossa. Kirjallisen kuulemisen vaiheessa selonteon tarkastelu kohdistui kuluttajakauppaan (tuotteet ja niihin liittyvät palvelut) sisältäen päivittäistavarakaupan ja tukkukaupan välisen ketjun. Tarkastelun ajanjakso on kymmenen vuotta eteenpäin.

Selonteon tavoitteena on tunnistaa kaupan alan sisältökokonaisuuksia ja teemoja, jotka tulee huomioida kaupan toimialan muutoksessa ja suomalaisen kaupan globaalissa ja kestävässä kasvussa. Tavoitteena on tuoda tietoa kaupan toimialan tilannekuvasta ja muutoskehityksestä. Keskeisistä sisältökokonaisuuksista ja teemoista on tarkoituksena tehdä kehittämis ehdotuksia ja nostoja poliittisen päätöksenteon tueksi kaupan toimialan kehittämiseksi strategisesti ja pitkäjänteisesti. Tavoitteena on myös tunnistaa toimialalle arviolta yksi tai muutama skenaario. Hallitus antaa eduskunnalle kaupan toimialan tulevaisuusselonteon vuonna 2021.

Työ- ja elinkeinoministeriö toteutti huhti-toukokuussa 2020 kirjallisen kuulemisen osana kaupan toimialan tulevaisuusselonteon valmistelua. Oheisessa asiakirjassa käydään läpi kirjallisen kuulemisen toteutus ja tulokset. Yhteenvedon luvussa 4 on lausuntopalaute yleisellä tasolla ja liitteissä 2-9 on kunkin kysymyksen osalta nostoja lausunnonantajatahoittain.

2. Kirjallinen kuuleminen

2.1. Kirjallisen kuulemisen toteutus

Työ- ja elinkeinoministeriö toteutti kaupan toimialan tulevaisuusselontekoon liittyen kirjallisen kuulemisen ajalla 22.4. – 22.5.2020. Kirjallisessa kuulemisessa pyydettiin selontekoon sisältöehdotuksia, nostoja ja konkreettisia kehittämissuhteita perusteluineen. Kuulemisessa oli mahdollisuus ottaa kantaa myös työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistamiin selonteon sisältöihin ja teemoihin (ministeriön muistio oli lausunnon liitteenä 1). Lisäksi pyydettiin lausuntoja kaupan alan rakennemuutokseen ja siihen, miten valtiovalta voisi vastata toimialan rakennemuutokseen Suomessa. Lausuntoja pyydettiin myös kaupan toimialaa ravastelevien muutostilanteiden vaikutuksista ja siitä, miten valtiovalta voisi tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyyttä ennakoivasti yllättäviin muutostilanteisiin. Ehdotuksissa ja näkökulmissa pyydettiin huomioimaan kaupan toimialan muutostilanne Suomessa ja globaalisti tulevan 10 vuoden aikajänteellä.

Kaupan tulevaisuusselonteon lausuntopyyntö (kirjallinen kuuleminen) julkaistiin Lausuntopalvelu.fi –järjestelmässä 22.4.2020, jossa se oli julkisesti avoimena vastattavana. Lausuntopyyntöä oli kysymyksiä, joihin pyydettiin antamaan vastaukset Lausuntopalvelu.fi:n kautta viimeistään 22.5.2020 klo 16.15.

Kirjallisen kuulemisen päättymisen jälkeen on työ- ja elinkeinoministeriössä virkamiestyönä laadittu lausuntopalautteesta oheinen yhteenveto.

2.2. Lausunnonantajat

Määräaikaan eli 22.5.2020 mennessä saatiin 30 lausuntoa Lausuntopalvelu.fi –järjestelmään sekä yksi lausunto työ- ja elinkeinoministeriön kirjaamoon. Yksi lausunnonantajataho pyysi lisäaikaa lausunnon toimittamiselle ja toimitti sen 26.5.2020 työ- ja elinkeinoministeriön kirjaamoon. Lausuntoja saatiin kaikkiaan 32 kappaletta seuraavilta tahoilta:

- | | |
|---|---|
| 1. Aalto-yliopisto | 17. Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry |
| 2. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry | 18. Oikeusministeriö |
| 3. Business Finland Oy | 19. Opetus- ja kulttuuriministeriö |
| 4. Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry | 20. Opetushallitus |
| 5. Elintarviketeollisuusliitto ry | 21. Osuustoimintakeskus Pellervo ry |
| 6. Huoltovarmuuskeskus | 22. Palvelualojen Ammattiliitto PAM ry |
| 7. Kaupan Liitto ry | 23. Perheyriyksen liitto ry |
| 8. Keskuskauppakamari | 24. Päivittäistavarakauppa PTY ry |
| 9. Kilpailu- ja kuluttajavirasto | 25. Sosiaali- ja terveysministeriö |
| 10. K-Kauppiasliitto ry | 26. Ympäristöministeriö |
| 11. Kuluttajaliitto- Konsumentförbundet ry | 27. Suomen Yrittäjät ry |

- | | |
|---|---|
| 12. Lidl Suomi | 28. Tampereen yliopisto |
| 13. Liikenne- ja viestintäministeriö | 29. Teknisen Kaupan Liitto ry |
| 14. Lääketeollisuus ry | 30. Tradenomiliitto TRAL ry |
| 15. Maa- ja metsätalousministeriö | 31. Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry |
| 16. Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry | 32. Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry |

Kaikki lausuntopalvelu.fi-järjestelmän kautta annetut lausunnot (30 kpl) löytyvät sähköisenä Internetin osoitteesta:

<https://www.lausuntopalvelu.fi/FI/Proposal/Participation?proposalId=cc196f4f-e7f7-45f3-83a2-291d3319407b>

Työ- ja elinkeinoministeriön kirjaamoon toimitetut (2) liikenne- ja viestintäministeriön sekä oikeusministeriön lausunnot on kirjattu asialle VN/5468/2020, kuten myös Lausuntopalvelu.fi-järjestelmän lausunnot.

3. Tiivistelmä

Työ- ja elinkeinoministeriö pyysi kirjallisella kuulemisella lausuntoja kaupan toimialan tulevaisuusselonteon valmisteluun ajalla 22.4. – 22.5.2020. Kuuleminen toteutettiin kaikille toimijoille avoimena Lausuntopalvelu.fi –sivustolla. Lausuntoja saatiin yhteensä 32 kappaletta. Kaikki vastaukset annettiin avokenttiin, joista ne on luokiteltu vastaussisältöjen perusteella sisältöluokkiin työ- ja elinkeinoministeriössä.

Vastaajilta pyydettiin ehdotuksia **kaupan tulevaisuusselonteon sisällöiksi ja nostoiksi**. Vastauksissa tuotiin esille, että selonteossa kaupan toimialaa tulee tarkastella kokonaisvaltaisesti, laaja-alaisesti sekä eteenpäin katsovasti, tulevaisuuden kehitystä ennakkoiden. Ministeriön esivalmistelussa tunnistamia sisältöjä ja teemoja pidettiin pääsääntöisesti hyvinä. Lausuntojen perusteella selonteon sisältökokonaisuuksiksi nousivat seuraavat: 1) digitalisaatio, 2) yritysvastuu, kestävä kauppa ja ilmastonmuutos, 3) kuluttajakäyttäytymisen muutos, 4) aluekehittäminen ja huoltovarmuus, 5) työvoima, osaaminen ja koulutus sekä 6) kilpailullisuus, sääntelyn purku ja yrittäjyyden edistäminen. Kussakin edellä mainitussa sisältöalueessa on luonnollisesti omia tarkasteltavia teemoja ja kysymyksiä.

Lausunnonantajilta pyydettiin myös **näkemyksiä kaupan tulevaisuusselonteossa huomioitavaksi**. Useat vastaukset liittyivät selonteon valmisteluun ja prosessin toteutukseen. Valmistelun toivottiin olevan avointa, osallistavaa, tulevaisuuteen katsovaa sekä yhteistyössä eri toimijoiden kanssa tehtävää. Selonteolta toivottiin lopputuloksina kehittämisehdotukset, visio ja tiekartta kaupan toimialalle. Lisäksi tehtiin useampia sisällöllisiä ehdotuksia, jotka liittyivät esimerkiksi työvoimaan ja kaupan alan reiluun kilpailuun. Lausujilla oli mahdollisuus esittää myös **muuta huomioitavaa ja kommentteja**. Pääosa vastauksista liittyi kaupan toimialan yleiseen kehittämiseen sekä toimialan erityiskysymyksiin. Yksittäisinä ehdotuksina esitettiin muun muassa, että selonteossa kiinnitettäisiin huomiota alan lainsäädännön nykyaikaistamiseen ja tasapuolisten kilpailuedellytysten varmistamiseen, tunnistettaisiin suomalaisen kaupan kilpailukykytekijöitä sekä tarkasteltaisiin monopolien hallittua purkamista, Private Label –asiaa sekä yritysten välistä B2B –kauppaa.

Kuulemisessa kysyttiin myös **keskeisimpiä kaupan rakennemuutosta eteenpäin vieviä sisältöjä**. Lausunnonantajien mukaan alan rakennemuutosta vievät keskeisimmin eteenpäin digitalisaatio, yritysvastuuseen liittyvät asiat, osaamisen- ja koulutuksen muutokset sekä työvoiman saatavuus. Alan rakennemuutosta vievät eteenpäin myös kilpailu sekä kilpailukyky kansallisesti ja kansainvälisesti sekä kuluttajakäyttäytymisen- ja asiakaslähtöisyyden muutokset.

Vastaajilta kerättiin näkemyksiä myös siitä, että **miten valtiolta voi vastata kaupan rakennemuutokseen Suomessa**. Vastaajat nostivat tässä esiin useita keinoja, kuten kilpailukykyisen toimintaympäristön takaamisen toimijoille muun muassa purkamalla turhaa sääntelyä, huolehtimalla ostovoimasta sekä verotuksellisin keinoin, kuten kaupan alan sähköveroa alentamalla teollisuuden sähköveron tasolle. Aluekehittämisen osalta vastaajat toivat esille, että valtiolta voi tukea kaupan rakennemuutosta turvaamalla palvelujen saatavuutta, saavutettavuutta ja kaupan jakeluverkostoa, erityisesti harvaan asutuilla seuduilla. Myös työmarkkinoiden joustavoittaminen ja työvoiman saatavuus nousivat esille vastauksissa - valtiolta voisi tukea kaupan alan rakennemuutosta muun muassa purkamalla kannustinloukkuja, lisäämällä joustoja työmarkkinoihin, uudistamalla sosiaaliturvaa sekä kehittämällä koulutusta. Valtiovallan toivottiin vastaavan kaupan rakennemuutokseen myös edistämällä yrittäjyyttä. Erityisenä nostona oli kaupan yritysten kansainvälistymisen vauhdittaminen, erityisesti erikoiskaupan osalta. Tukea tarvitaan digitalisoitumiseen,

verkostoitumiseen ja markkinointiin, kuten myös innovaatiotoiminnan räätälöityihin ratkaisuihin. Valtiovallan esitettiin tukevan myös kotimaista omistajuutta sekä huolehtivan omavaraisuudesta ja huoltovarmuudesta.

Lausujilta kerättiin näkemyksiä myös siitä, **millaisia vaikutuksia kaupan toimialalle on koronaviruspandemiasta taikka sen kaltaisista yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevista muutostilanteista**. Kirjallinen kuuleminen tehtiin koronaviruspandemian aikana huhti-toukokuussa 2020, jolloin lausujilla oli tuoreeltaan kokemuksia ja näkemyksiä kaupan alaa ravistelevan muutostilanteen vaikutuksista. Vastausten mukaan edellä kuvatun kaltaiset, merkittävät muutostilanteet vaikuttavat kaupan toimialalla: 1) kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin, 2) kaupan toimialan ja kuljetuspalvelujen uusiutumiseen, (kuten verkkokaupan kasvu, liikevaihdon ja asiakasmäärien lasku, yritystoiminnan supistaminen ja lopettaminen sekä työvoiman lomauttaminen ja irtisanomiset), 3) logistiin toimitusketjuihin ja tuotteiden saatavuuteen sekä 4) kaupan alan arvostuksen ja merkityksen ymmärryksen kasvuun. Vastauksissa nostettiin esille myös huoltovarmuuden-, omavaraisuuden- ja etukäteisvarautumisen merkitykset. Lisäksi tuotiin esille uusiin tuleviin yllättäviin muutoksiin kaupan muutoskyvykkyyden sekä liikkeenjohdollisten ja taloudellisten valmiuksien ja puskurien tärkeä merkitys.

Kirjallisella kuulemisella kartoitettiin lausunnonantajien näkemyksiä siitä, **miten valtiolta voi tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyyttä ennakoivasti muutostilanteissa**, kuten koronaviruspandemiassa. Vastauksissa nousivat esille seuraavat sisältökokonaisuudet: 1) etukäteisvalmistautuminen muutostilanteisiin, 2) kaupan kilpailukyvyistä ja kilpailun toimivuudesta huolehtiminen, 3) turhan sääntelyn purku, työmarkkinoiden jouston lisääminen, 4) koulutuksen, jatkuvan oppimisen ja TKI-toiminnan tukeminen sekä 5) huoltovarmuus ja kotimainen valmistus. Lisäksi tuotiin esille, miten itse muutostilanteissa tulisi reagoida.

Lausujilta kysyttiin näkemyksiä siitä, **miten digitalisaatio tulee muuttamaan asiakassuhteita, markkinointia ja arvoketjuja** sekä siitä, onko painopiste siirtymässä tavaroista palveluihin. Vastausten mukaan digitalisaatiolla on suuri merkitys kaupan toimialalle ja merkitys tulee kasvamaan. Digitalisaation katsottiin muuttavan asiakassuhteita, markkinointia ja arvoketjuja. Myös kaupan ja palvelujen rajat tulevat hämärtymään, eikä niiden erottaminen toisistaan ole jatkossa mahdollista. Kilpailu kovenee kaupan toimialalla Suomessa, globaalin kaupan rinnalla - suuret ulkomaiset verkkokaupat ottavat markkinaosuuksia. Toisaalta globaalin kaupan nähdään avaavan myös mahdollisuuksia suomalaisille ketterille toimijoille. Digitalisaatio haastaa myös perinteistä kivijalkakauppaa ja kaupan roolit muuttuvat nykyisestä. Huomioita kiinnitettiin myös kaupan alalla kertyvään asiakasdataan. Asiakkuudet ja datan omistaminen sekä johtaminen nousevat aiempaa tärkeämmäksi, kuten myös personoidun asiakasdatan käyttö. Digitalisoitumisen myötä myös tietyt riskit kasvavat ja tulee uusia riskejä. Kaupan alalla on keskeistä huomioida kyberturvallisuus ja kyber -riskeihin varautuminen. Myös toiminnan jatkuvuuden turvaaminen digitaalisten palvelualueiden häiriöissä on keskeistä, kuten sähköriippuvuus, automatisoituneet kuljetukset sekä huoltovarmuus Suomessa.

4. Kirjallisen kuulemisen lausuntopalaute

Kirjallisessa kuulemisessa pyydettiin lausunnonantajilta vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

Kaupan tulevaisuusselonteon sisältö kehittämisselonteon sisältöön	1: Mitä sisältöjä ja niihin liittyviä konkreettisia kehittämisselontekä/nostoja kaupan tulevaisuusselonteon tulisi mielestänne sisältää? Esitetyt sisällöt sekä kehittämisselontekä ja nostot pyydetään perustelevaan.
Kaupan toimialan muutoksesta	2: Mitkä ovat mielestänne keskeisimmät konkreettiset toimet, joilla valtiovalta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa? 3: Mitkä ovat mielestänne kolme keskeisintä sisältöä/teemaa kaupan toimialan rakennemuutoksessa? 4: Millaisia vaikutuksia mielestänne koronaviruspandemia taikka sen kaltaiset yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevat muutostilanteet tuovat kaupan toimialalle? 5: Miten valtiovalta voi mielestänne tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyyttä ennakoivasti yllättävissä muutostilanteissa (esimerkiksi koronaviruspandemian kaltaiset tilanteet)? 6: Miten digitalisaatio tulee näkemyksenne mukaan muuttamaan asiakassuhdetta, markkinointia ja arvoketjuja? Onko painopiste siirtymässä tavaroista palveluihin?
Tulevaisuusselonteon valmistelu	7: Mitä tulee mielestänne huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa?
Muuta huomioitavaa	8: Muut mahdolliset kommenttinne.

Seuraavissa alaluvuissa 4.1.– 4.9. on yhteenvedo kirjallisesta kuulemisesta sekä nostoja yksittäisten lausunnonantajien lausunnoista. Tämän lisäksi kustakin alaluvusta on nostoja lausunnonantajatahoittain yhteenvedon loppuosassa (liitteet 2-9).

4.1. Sisältöehdotukset ja nostot kaupan toimialan tulevaisuusselontekoon

Kirjallisessa kuulemisessa lausunnonantajilta pyydettiin sisältöjä ja konkreettisia kehittämis ehdotuksia sekä näkemyksiä siitä, mitä kaupan toimialan tulevaisuus selonteon tulisi sisältää. Lausunnonantajien ehdotukset oli mahdollista pohjautua myös työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistamiin sisältöehdotuksiin ja nostoihin, jotka oli liitetty kirjalliseen kuulemiseen muistionaineistona. Lausunnonantajia pyydettiin myös perustelevaan sisältö- ja kehittämis ehdotuksia.

Lausunnonantajista 88 prosenttia (28 kpl, n=32) oli vastannut tähän selonteon sisältöä koskevaan kysymykseen. Joissakin vastauksissa otettiin myös kantaa työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistamiin sisältöehdotuksiin.

Kaupan alan tulevaisuus selonteon sisältö- ja teemaehdotukset kerättiin lausunnonantajilta kirjallisessa kuulemisessa avoimeen vastauskenttään, josta vastaukset on luokiteltu vastaussisältöjen perusteella seuraaviin kokonaisuuksiin:

- digitalisaatio,
- yritys vastuu, kestävä kauppa ja ilmastonmuutos,
- kuluttajakäyttäytymisen muutos,
- aluekehittäminen ja huoltovarmuus,
- työvoima, osaaminen ja koulutus sekä
- kilpailullisuus, sääntelyn purku ja yrittäjyyden edistäminen.

Vajaa puolet vastaajista (14 kpl, n=32) otti kantaa työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistamiin sisältöihin ja teemoihin. Valtaosassa vastauksissa tuotiin esille, että ministeriö on tunnistanut esivalmistelussa kaupan selonteon sisältö- ja teemanostot hyvin, laaja-alaisesti ja kattavasti. Ministeriön sisältöehdotusten todettiin muodostavan toimivan kokonaisuuden. Kehittämis ehdotuksina nousi esille, että selonteossa tulisi vahvistaa koulutuksen, osaamisen ja tulevaisuuden osaamisen tarpeiden roolia sekä kaupan palvelullistumista (palvelusektorin kehittyminen) sekä tehdä tarkempaa analyysiä kuluttajakäyttäytymisestä. Uusina selonteon tarkastelun näkökulmina nousivat esille kaupan rooli kuluttajien elämäntyylin tukijana asiakas dataa hyödyntäen, kaupan alan tilastoinnin kehittäminen sekä suomalaisen ja kansainvälisen kaupan vertailujen tekeminen.

Lisäksi eräässä vastauksessa nostettiin esille selonteon rajaamisen tärkeys laajassa kokonaisuudessa.

Digitalisaatio

Useissa vastauksissa tuotiin esille, että digitalisaatio on muuttanut kaupan toimialaa merkittävästi. Toimialan digitalisoitumisen ja globalisoitumisen myötä verkkokauppa on kasvanut ja asiakkaiden ostokäyttäytyminen on muuttunut. Kevään koronavirus pandemia on vauhdittanut tätä kehitystä.

Kaupan alalla digitalisoitumisen katsottiin jatkuvan yhä sekä muuttavan toimialaa myös jatkossa. Digitalisoitumisesta johtuvien vaikutusten arvioitiin olevan vielä nykyistä voimakkaampia. Selonteon toivottiin selventävän että, mihin kaupan toimiala on menossa ja miten haluttaisiin, että toimiala muuttuu digitalisoitumisen seurauksena.

Erään vastauksen mukaan kaupan toimiala hakee digitalisoitumisella tehokkuutta ja kilpailuetuja, lyhentää ja tehostaa hankintaketjuja sekä luo alustoja, jotka tuottavat asiakastietoa. Digitaalinen tekniikka ja alustatalous tuovat myös mahdollisuuksia uusiin kulutuksen- ja kaupan toimintamalleihin, kuten lainaus-, vuokraus-, korjaus- ja huoltopalveluihin. Verkkokaupalla ja digitaalisella infrastruktuurilla todettiin olevan tärkeä merkitys kaupan toimialan uudistajana.

Digitalisaatio yhdistää myös jokaisen kaupan globaaliin kilpailuun, sijainnista riippumatta sekä vauhdittaa myyntiä valmistajilta suoraan kuluttajille. Muutamissa vastauksissa kiinnitettiin huomioita siihen, että kaupan digitalisoitumisessa pelkkä teknologia, verkkosivujen tai valikoimien kehittäminen eivät tuo menestystä taikka kilpailuetua suomalaisen kaupan toimialalle. Esille nostettiin myös, että suomalainen kauppa toimii harvemmin EU:n sisämarkkinoilla ja, että suomalaisen verkkokaupan heikkoutena on usein logistiikka sekä pitkät toimitusajat. Lisäksi tuotiin esille, että suomalaiset kuluttajat suosivat ulkomaisia verkkokauppoja. Selonteossa esitettiin tarkasteltavan, miten suomalainen kauppa pystyy toimimaan jatkuvasti uudistuvassa toimintaympäristössä. Ehdotuksena oli myös selonteossa vaihtoehtojen etsiminen siihen, miten suomalaisen kaupan alan yrityksiä voidaan tukea ja auttaa kansainvälistymisessä globaaleille markkinoille. Lisäksi esitettiin tarkasteltavan suomalaisen kaupan alan logistisia ratkaisuja (ml. varastointi) sekä tehtävän ennakoitua niissä tapahtuvista muutoksista tulevan kymmenen vuoden aikana.

Digitaalinen kauppa on muuttanut ja muuttaa yhä kuluttajakäyttäytymistä ja asiakaslähtöisyyttä. Valta on asiakkaalla – asiakas päättää mistä, milloin ja miten hän tekee ostoksensa. Eräässä vastauksessa kiinnitettiin huomiota kaupan digitalisoitumisen vaikutuksiin eri kuluttajaryhmiin tuoden esiin digitalisaation tuomat haasteet, erityisesti heikompien kuluttajaryhmien osalta. Lisäksi erilliskysymyksinä nostettiin esille tekoälyn käytön seuraukset kaupan toimialalle, fyysisen rahan käyttö tulevaisuudessa sekä kaupan keräämien tietojen kerääminen koko tuotantoketjussa.

Joissakin vastauksissa kiinnitettiin huomioita myös merkittävään kaupan alan työn sisältöjen muuttumiseen digitalisaation, automatisaation, tekoälyn ja robotisaation myötä. Asiaa on käyty läpi tarkemmin luvun 4.1. Työvoima, osaaminen ja koulutus –otsikon alla, sivulla 12.

Yritysvastuu, kestävä kauppa ja ilmastonmuutos

Kaupan vastuullisuustyö nostettiin esiin useammassa lausunnossa. Vastuullisuuden todettiin olevan kaupan alan yrityksille muun muassa lainsäädännön ylittävää, hyvää työnantajuutta korostavaa ja kestävä kehityksen mukaista toimintaa. Lausunnoissa tuotiin esille myös, että vastuullisuus ulottuu kaupan toimialalla koko tuotantoketjuun, hyvinvointiin, ilmastoon, ympäristöön ja sosiaaliseen vastuuseen. Arvioitiin, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yhä kaupan alalla. Eräässä vastauksessa todettiin, että myös vastuullisuuden viitekehityksessä on muistettava suomalaisen kaupan olevan osa kovaa kansainvälistä kilpailua: globaaleihin ongelmiin tulee etsiä ratkaisuja kansainväliseen ja EU-tasoiseen yhteistyöhön panostamalla.

Vaikka kaupan toimiala on tehnyt vastuullisuustekoja toiminnassaan, haastavat kuluttajien asenteet ja valinnat kauppaa toimimaan yhä vastuullisemmin. Kestävä kulutus korostuu asiakkaiden arvoissa ja ostokäyttäytymisessä. Kaupan todettiin voivan myös helpottaa myös kuluttajia tekemään kestävämpiä, vastuullisempia ja terveellisempiä kulutusvalintoja. Suomalaisen kaupan kilpailuvaltteja todettiin olevan muun muassa ruoan jäljitettävyyden ja alkuperätieto. Myös kiinnostavat suomalaiset brändit ja vastuullisesti toimivan kaupan arvioitiin voivan olla vetovoimatekijä yksittäisen yrityksen, toimialan sekä Suomen maakuvan näkökulmasta. Lisäksi yksittäisiä ilmastonmuutosta haastavia esimerkkejä nostettiin esiin

muutamissa lausunnoissa, kuten ilmaiset palautusoikeudet verkkokaupassa, kertakäyttömuoti sekä helposti rikkoutuvan tekniikan ilmastonvaikutukset.

Selonteossa kaupan yritys vastuuta, ilmastonmuutosta ja ympäristöasioita esitettiin tarkasteltavan laaja-alaisesti, myös tulevaisuuden mahdollisuuksien ja ilmastopolitiikan näkökulmista. Selontekoon syvennettävinä aiheina nostettiin esiin muun muassa hiilineutraalisuus, ympäristö- ja hiilijalanjälki, vastuullisuus, ilmastonmuutoksessa kestävään kulutukseen kannustaminen ja asiakkaiden omien kulutustietojen hyödyntämistä itsensä hyväksi.

Selontekoon nostettiin myös uudet liiketoimintamallit, alusta-, kierto- ja jakamistalous, kuten myös kierrätys, kertakäyttökulutus sekä sisäänostojen liiketoimintamalleissa tuotteiden kestävyys, korjattavuus ja huollettavuus, varaosien tarjonta sekä koko tuotteen arvoketju. Lisäksi eräässä vastauksessa todettiin, että kierrätys- ja poistotekstiilien erilliskeräys käynnistyvät Suomessa hallitusohjelman mukaisesti jo vuoden 2023 loppuun mennessä ja muissa EU-maissa vuoden 2024 loppuun mennessä. Kysymyksenä esitettiin, että minkälainen rooli erilaisilla kierrätysjakeilla ja esimerkiksi niiden vastaanotolla voisi olla kaupan alan tulevaisuusselonteossa.

Lausunnossa arvioitiin, että kaupan alalla ympäristöosaamisen tarve kasvaa, kun kierrätys muuttuu tavaroiden kierrätyksestä raaka-aineiden kierrätykseksi. Selonteossa esitettiin käsiteltävän myös erityisesti ekologista ja alueidenkäytöllistä kestävyyttä ja niiden konkretisointia.

Kuluttajakäyttäytymisen muutos

Kaupan toimialaa ja rakenteita ravistelee kuluttajakäyttäytymisen muutos, sillä kuluttaja tekee aikaan, paikkaan ja ostokanavasta riippumattomia päätöksiä ostamisestaan ja kuluttamisestaan. Kuluttajakäyttäytymisen muutoksen ymmärtäminen sekä siinä muutosherkkyys kaupan toimialalla toimii kilpailukykytekijänä, jonka avulla kauppa voi parantaa jalostusarvoaan.

Kuluttajakäyttäytymisen muutosta esitettiin tarkasteltavan selonteossa riittävällä tarkkuudella. Esille tuotiin myös, että kaupan tulevaisuusselonteon aikaperspektiivi on pitkä ja tämän vuoksi selonteossa on tärkeää miettiä, miten kuluttaja on muuttunut ja miten tulee todennäköisesti muuttumaan. Muutamassa vastauksessa arvioitiin, että kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuu yhäti muutosta, jossa ostamisesta ja omistamisesta siirrytään käytöstä taikka lopputuloksesta maksamiseen, erityisesti kestokulutushyödykkeissä. Jatkossa ostamisen painopiste olisi palveluissa tuotteiden sijaan. Eräässä vastauksessa esitettiin, että asiakaskokemuksen kehittäminen ja johtaminen sisällytettäisiin selontekoon omaksi osa-alueeksi. Digitalisoitumisen myötä myös asiakasdatan hyödyntämiseen ja kuluttajan itsenäisen valinnan säilymiseen on myös kiinnitettävä huomiota.

Selonteossa kuluttajakäyttäytymistä esitettiin tarkasteltavan myös eri perspektiiveistä, kuten kysyntä, eettisyys, omistamisesta käyttöoikeuksiin siirtyminen sekä eri ikäryhmien väliset erot. Lisäksi vastauksissa tuotiin esille, että on keskeistä arvioida, miten väestön vanheneminen osataan hyödyntää tulevaisuudessa kaupassa ja koko yhteiskunnassa.

Yksittäisenä toimialana nostettiin esiin elintarviketoimiala. Kuluttaja on elintarviketeollisuuden ja kaupan toiminnan keskiössä. Suomalaiset arvostavat ja haluavat ostaa suomalaisia elintarvikkeita. Kuluttajien ostovoima ja sen ylläpitäminen ovat ratkaisevia koko elintarvikeketjun kannalta. Kuluttajalle on myös tarjottava mahdollisuus tehdä kestäviä valintoja. Elintarvikeketjussa kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää kaikkien toimijoiden yhteistyötä. Selontekoon ehdotettiin uusina osa-alueina valmistajilta

myynti suoraan kuluttajille –kauppa (=D2C; direct to consumer) sekä hyvinvoinnin ja terveysteeman lisääminen megatrendien tarkasteluun.

Aluekehittäminen ja huoltovarmuus

Lausunnoissa tuotiin esille, että kaupan toimialan merkitys on suuri alueiden elinvoiman vaikuttajana ja kansalaisten elämisen mahdollisuuksien turvaajana. Elinvoimaiset kaupunkikeskukset edellyttävät kaupan ja palveluiden saatavuutta keskusrakenteessa. Alueilla laadukkaita palveluja tarvitaan myös asumiseen ja yrittämiseen.

Vastauksissa kaupan toimialan alueellista merkitystä tuotiin esiin myös havainnollisesti kaupan toimialan sisällä. Palvelut pysyvät niitä käyttämällä ja kuluttajakäyttäytymisellä on kiinteä yhteys aluekehittämiseen kaupan toimialalla. Päivittäistavarakaupan todettiin tuovan ihmiset kylille sekä tarjoavan alueille palveluja ja työpaikkoja. Erikoiskaupalla, kahviloilla ja palveluilla on elinvoimaisuuden luomisessa ja säilyttämisessä erityinen asema. Myös kyläkaupat sekä palvelujen turvaaminen maaseuduilla ja harvaan asutuilla seuduilla nousivat esille vastauksissa. Kyläkaupoista todettiin tulleen monipalvelutuottajia, tarjoten asukkailla muun muassa käteisnostomahdollisuuden sekä Postin- ja Veikkauksen palvelut. Tulevaisuuden kyläkauppojen arvioitiin maaseudun elinvoimaisuuden näkökulmasta tarkasteltuna olevan yhä enemmän maaseudun palvelukeskuksia, joilla on päivittäistavarakaupan lisäksi tarjolla monipuolisesti yksityisiä ja julkisia palveluja.

Tänä päivänä nousee esille myös muun muassa kauppakeskusten asiakasvirtojen väheneminen, kaupunkien keskustojen liiketilojen tyhjeneminen, kivijalkakaupan haasteet, muuttoliike sekä lock down –ilmiö koronaviruspandemian myötä. Eräässä lausunnossa pohdittiin, että globaali kehitys on toteutumassa myös Suomessa ja alueiden kehityksen polarisoituminen on etenemässä. Erilaiset aluekehityksen trendit Suomen sisällä antavat hyvin erilaisia mahdollisuuksia kaupan toiminnalle. Kaupan rooli korostuu niin maaseudulla kuin kaupungeissa, mutta alueet tarvitsevat hyvinkin erilaisia toimia pärjätäkseen erilaisissa olosuhteissa, riippuen esimerkiksi alueen väestörakenteesta.

Ehdotuksena oli, että selonteossa käsiteltäisiin kaupungistumisen kehitystä Suomessa vaikuttavuusarvioineen sekä kaupunkien keskustojen elinvoimaisuuden tukemista, myös kaupan rakenteen kannalta, huomioiden myös kaupan alan yritysten erityinen merkitys alueilla. Sisältöehdotuksina selontekoon nousivat esille myös kaupan palvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden turvaaminen, mukaan lukien harvaan asutut alueet sekä kyläkaupat. Lisäksi selonteossa ehdotettiin tarkasteltavan toimia, joilla kuluttajille turvataan helppo asiointi.

Ehdotuksena oli myös logistiikan sisällyttäminen selontekoon. Logistiikan arvioitiin olevan kaupan tulevaisuudessa yksi suurimpia muutoksen kohteita ja kilpailukyvyyn tekijöitä. Logistiikka liittyy keskeisesti myös verkkokaupan kehitykseen. Eräässä vastauksessa arvioitiin, että tulevaisuudessa tuotteet liikkuvat asiakkaiden luokse ja asiakkaat odottavat tuotteiden toimitusaikoja nykyisistä päivistä ja viikoista tunteihin tai jopa minuutteihin. Eräs lausunnonantaja nosti esiin, että hoidetaanko harvaan asutuilla alueilla kuljetukset tulevaisuudessa droneilla.

Selontekoon esitettiin nostettavan myös kaavoitus asiakaskäyttäytymisen näkökulmasta sekä asiakasvirtojen muuttuminen, tyhjenevät kivijalkaliikkeet keskustoissa sekä kiinteistöveron kysymykset. Eräässä vastauksessa tuotiin esille, että liikekiinteistöt maksavat usein ison osan

kiinteistöjen tuloista kiinteistöveroina, eikä asiakasvirtojen muutoksia huomioida kiinteistöveroissa. Tämä on haasteellista erityisesti pienille erikoiskaupoille, joilla liikevaihto on vaatimaton.

Selonteossa esitettiin käsiteltävän myös kaupan toimialan huoltovarmuutta, toiminnan jatkuvuutta ja toimintavarmuutta kaikissa tilanteissa. Erityisenä nostettiin esille päivittäistavarakaupan toiminnan jatkuvuuden suuri merkitys kansalaisten ruokahuollon ja kriittisten peruspalvelujen saatavuudessa häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa. Myös elintarvikeketjun keskinäinen riippuvuus tuotiin esille kaupan ekosysteemisessä kokonaisuudessa.

Työvoiman saatavuus, osaaminen ja koulutus

Osaavan työvoiman saatavuus ja osaaminen ehdotettiin nostettavan keskeiseen asemaan kaupan toimialan tulevaisuusselonteossa. Näillä sisällöillä on tiivis liittymäpinta myös kaupan alan koulutus- ja työelämän kysymyksiin, joihin myös viitattiin vastauksissa.

Lausunnoissa nousi esille kaupan toimialan kärsivän osaavan työvoiman saatavuudesta, kohtaanto-ongelmasta ja työntekijöiden vaihtuvuudesta. Alan merkittävimmiksi kohtaanto-ongelman syiksi arvioitiin muun muassa alan työehdot, palkkaus sekä työn ja perheen yhteensovittaminen. Muutamassa vastauksissa tuotiin esille, että monet työntekijät eivät saa toimeentulonsa turvaamiseksi riittävästi työtunteja taikka, että työntekijät kohtaavat usein toimeentulovaikeuksia tuntipohjaisten sopimusten tarjoamalla ansioilla. Myös osalle työntekijöistä kauppojen aukioloaikojen laajentumisen myötä yleistyneiden yö- ja viikonlopputöiden tekeminen saattaa olla mahdotonta. Lisäksi tuotiin esille, että kaupan toimialan haasteena on pysyä nuorille vetovoimaisena urapolkuna.

Selonteossa esitettiin selvitettävän erilaisia keinoja työvoiman saatavuuden- ja kohtaanto-ongelmien ratkaisemiseen sekä toimialan houkuttelevuuteen ja vetovoimatekijöihin, huomioiden niissä tulevaisuuden muutostarpeet. Konkreettisina kehittämissuunnitelmiksi ehdotettiin, että toimialan houkuttelevuutta voidaan lisätä kilpailukykyisen palkan ja työvuorosuunnittelun ohella tukemalla työntekijöiden arkea julkisia palveluja kehittämällä. Lisäksi esitettiin, että kuntien tulisi tarjota kohtuuhintaisia asuntoja sekä toimivia julkisia liikenneyhteyksiä ja, että perheellisille työntekijöille tulisi tarjota nykyistä laajempia päivähoitopalveluja, kuten vuoropäiväkoteja (24/7/365) sekä arki-iltaisain auki olevia päiväkoteja. Lisäksi tuotiin esille, että kokoaikatyö tulisi mahdollistaa sitä haluaville sekä turvattava elämiseen riittävät työtunnit lainsäädännöllä.

Useissa vastauksissa nousi esille myös kaupan alan osaamiseen ja työn sisältöjen muuttoksiin liittyvät kysymykset, erityisesti digitalisoitumisen myötä. Kehityksen johdosta kaupan toimialan on murroksessa, jossa osa työtehtävistä poistuu taikka vähenee sekä syntyy myös uusia työpaikkoja sekä uudenlaisia työtehtäviä ja työntekijöiltä vaaditaan uutta osaamista. Tulevaisuudessa digitaalisten osaajien tarpeen ja alalla korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuuden arvioitiin kasvavan. Eräässä vastauksessa arvioitiin, että kaupan alalla asiakasrajapinnan työ muuttuu tuotteiden rahastamisesta konsultoivaan ja ratkaisujen etsimiseen. Esitettiin, että selonteossa tarkasteltaisiin, miten kaupan toimialalla osaamistarpeet muuttuvat ja miten muutoksiin voitaisiin varautua ennakoivasti.

Uusien osaamistarpeiden ja työnsisältöjen sekä digitalisaation myötä esitettiin vietävän eteenpäin myös kaupan alan koulutusta ja sen sisältöä. Selontekoon esitettiin sisällytettävän

kaupan alan digitaalisen liiketoiminnan osaajien ja digitaalisen kaupan koulutuksen uudistaminen. Esityksenä oli myös kaupan alan yliopistokoulutuksen puutteen korjaaminen. Esille nousivat myös täydennyskoulutukset, henkilöstön digitaitojen parantaminen, uusien teknologisten työkalujen käyttöön oton koulutukset sekä ympäristöosaamisen koulutus. Lisäksi korostettiin osaamisvaatimuksia datan hyödyntämisen ja uuden liiketoimintaosaamisen alueella. Myös koulujen ja yliopistojen opinto-ohjelmien sisällöissä tulisi huomioida älykkään teknologian mahdollisuudet ja rooli työelämässä. Ammattikorkeakoulujen roolia nostettiin esiin elinkeinorakenteen uudistavassa TKI-toiminnassa sekä työvoiman osaamistarpeiden päivittämisessä. Laajojen ja laadukkaiden koulutuskokonaisuuksien nähtiin olevan myös vetovoimatekijä kaupan alan työllisyyteen.

Esityksenä oli myös korkeakoulujen, ammattikorkeakoulujen ja kaupan yritysten yhteistyön lisääminen sekä näiden tarkastelu selonteossa. Lisäksi ammattikorkeakoulut ilmoittavat halukkuutensa yhteistyöhön selonteon valmistelussa.

Selontekoon esitettiin myös henkilöstön ja työnantajan välisiä kysymyksiä sekä työhyvinvoinnin teemoja. Tuotiin esille, että henkilöstön ja työnantajan välistä vuoropuhelua tulee lisätä. Konkreettisenä ehdotuksena oli, että henkilöstön ja johdon välistä vuoropuhelua parannettaisiin siten, että kaikki henkilöstöryhmät ovat edustettuina. Ehdotuksena oli myös kartoittaa järjestelmällisesti henkilön osaaminen ja käydä osaamiskeskustelut vuosittain. Myös yhteistoimintalaki kaikessa laajuudessaan ja kaikkien henkilöstöryhmien edustajien voimin esitettiin hyödynnettävän. Lisäksi ehdotettiin edistettävän henkistä työhyvinvointia panostamalla ennaltaehkäisevään työhön, esimerkiksi varhaisen välittämisen mallilla. Ehdotuksena oli myös toistuvat pakolliset terveystarkastukset yhdessä työterveyshuollon kanssa, joissa huomioidaan sekä henkinen että fyysinen hyvinvointi.

Kilpailullisuus, sääntelyn purku ja yrittäjyyden edistäminen

Lausunnoissa tuotiin esille, että kilpailullisesti hyvin toimivat markkinat ovat tärkeä asia suomalaisen kaupan toimialalle. Kaupan alalla on Suomessa pienet keskittyneet markkinat ja kilpailullisuutta tulee kehittää, kuten myös mahdollistettava uusien yritysten pääsy markkinoille. Eräs lausunnonantaja pohti myös mahdollista protektionismin voimistumista sekä globalisaation voittokulun hidastumista.

Ehdotuksina oli, että selonteossa käsiteltäisiin kilpailuympäristöä, jossa tämän päivän kaupat toimivat, vertailtaisiin suomalaisen kaupan alan toimijoiden kilpailukykyä ja toimintaedellytyksiä suhteessa EU-maihin ja muihin keskeisiin kilpailijamaihin sekä otettaisiin kantaa siihen, miten reilua kilpailua voidaan edistää. Ehdotuksena oli myös, että selonteossa etsittäisiin keinoja suomalaisen kaupan vahvuuksista ja kilpailuedusta kuluttajansuojassa sekä tuoteturvallisuudesta sisämarkkinoilla.

Selonteossa esitettiin käsiteltävän myös alustojen, maahantuojien tai logistiikan erilaisia toimintamalleja päätösten tueksi, sillä lainsäädännöllä on niihin hyvinkin erilaisia vaikutuksia. Lisäksi tarkasteltavina näkökulmina esitettiin muun muassa seuraavaa: kaupan kansainvälisen kilpailuympäristöön liittyvät kilpailuedut, hankintaketjut, vastuulliset hankinnat sekä EU-tasoisien lainsäädännön, kuten digitaalisten sisämarkkinoiden verkkokauppaa koskevien säännösten merkitys suomalaisen kaupan näkökulmasta, mukaan lukien kilpailuhaitat, kuten ylisääntely ja verotuskohtelu.

Suomalaiselle kaupan toimialalle epäreiluna kilpailuetuna nostettiin muutamissa vastauksissa esille EU:n ulkopuolisten toimitusten arvonlisäverot ja tullimääräykset sekä näiden maiden mahdollisesti vähäisemmät ympäristö- ja työnlainsäädännön vaatimukset. Myös globaalien

logistiikan hinnoittelun (UPU-sopimus) todettiin olevan haitallinen suomalaiselle kaupan toimialalle. Eräänä ehdotuksena oli, että kaikissa EU-maissa tulisi päästä samaan arvonlisäverokantaan. Edellä mainituissa asiayhteyksissä todettiin, että Suomen valtiovallan on hyvä edistää kilpailua haittaavien esteiden purkua, vaikkei päätösvalta asiassa olekaan Suomella. Suomessa pidettiin kilpailullisesti epäreiluna kaupan alan sähköverotusta ja esitettiin, että se tulisi säätää samalle tasolle teollisuusveron kanssa. Myös kiinteistöveron epäreiluus joissakin tilanteissa nousi esille.

Joissakin lausunnoissa otettiin kantaa sääntelyn purkuun. Nämä liittyivät pääosin lääkejakeluun ja alkoholilainsäätelyyn. Esitetyt ehdotukset poikkesivat toisistaan – sääntelyn purkamisen ja säilyttämisen näkökulmista. Lääkejakelun osalta eräässä lausunnossa esitettiin, että lääkejakelu rajattaisiin selonteon ulkopuolelle ja tarkasteltaisiin asiaa sosiaali- ja terveydenhuollon kokonaisuudessa, viittauksena myös vaikutusarviointien tekeminen sekä saatavuus-, saavutettavuus- ja potilasturvanäköt. Esityksenä oli myös, että alkoholilainsäädännön vapauttaminen jätettäisiin selonteon ulkopuolelle. Perusteluna todettiin, että pääministeri Sanna Marinin hallitusohjelmaan on kirjattu Alko Oy:n nykyisen vähittäismyynnin yksinoikeuden turvaaminen. Erään lausujan mukaan alkoholisäätely- ja apteekkisäätely ei vastaa kaikilta osin nyky-yhteiskunnan ja kuluttajien vaatimuksia. Esityksenä oli alkoholisäätelyn vapauttamisen jatkaminen ja itsehoitolääkkeiden vapauttaminen päivittäistavara-kaupan myytäväksi. Myös kaupan sijaintiin liittyvää sääntelyä esitettiin kevennettävän ja kaupan laadun määrittelystä luopumista kaikilla kaavatasoilla.

Myös Private Label –tuotteiden merkitystä yhteiskunnalle, kaupalle, kuluttajille ja kilpailulle esitettiin käsiteltävän selonteossa.

Yrittäjyyden edistämistä pidettiin muutamissa lausunnoissa hyvänä sisällyttää selontekoon, esivaiheessa tunnistetuista teemoista (omistajan-/sukupolvenvaihdokset, osuustoiminta, työelämän joustomahdollisuudet, sääntely, rahoituksen saatavuus, verotus ja kansainvälistyminen). Joissakin vastauksissa oli ehdotuksena, että selonteossa selvitetäisiin myös vaihtoehtoja, miten suomalaisia kaupan alan yrityksiä voidaan tukea ja auttaa kansainvälistymisessä ja kansainvälisessä kasvussa, esimerkiksi kansainvälisten asiakkaiden vaatimusten täyttävien verkkosivujen tekemisessä. Esiin nostettiin myös julkisten rahoitusinstrumenttien ja elinvoimaisen ekosysteemin kehittäminen kaupan alalle, kuten myös globaalit konseptit. Lisäksi esitettiin yksittäisenä ehdotuksena seuraavia uusia sisältöalueita: yrittäjän sosiaaliturvaa, konkurssi-yrittäjän uutta alkua, riittäviä yritys- ja neuvontapalveluja sekä pk-yritysten mahdollisuutta osallistua tarjouskilpailuihin. Muutamassa lausunnossa nostettiin esille paikallisen sopimisen mahdollistaminen.

Myös harvaan asuttujen seutujen ja maaseudun kaupan alan yrittäjyys nousivat esiin aluekehittämisen yhteydessä. Arviona oli, että tulevaisuuden kyläkaupoissa on päivittäistavaramyynnin lisäksi yhä enemmän muita yksityisiä sekä myös julkisia palveluita tarjolla (kyläkauppojen monipalvelutuottajat).

Lausunnossa osuustoiminnan moninaisuutta, ihmisten arvoja ja organisoitumista sekä kaupan roolia tulevaisuudessa nostettiin myös esiin. Näkökulmaan nousi muun muassa osuustoimintayrittäjyys, taloudellisesti-sosiaalinen alueosuuskauppa ja kuluttajaosuuskunnat. Noston mukaan kuluttajapalveluita tuottavat infraosuuskunnat (erityisesti vesi-, sähkö-, tietoliikenneosuuskunnat) ovat strategisesti erittäin tärkeitä. Kuluttajilla on myös kiinnostus eettiseen, ekologiseen ja lähellä toimivaan maatalouteen. Lähiruoka-ajattelussa nousevat esiin ruokaosuuskunnat, kaupunkiviljely ja lähiruoka-aate. Viljelijöillä on tarve kohdata kuluttajat suoraan ilman väliportaita. Tuottajien ruokaringit ja kumppanuusmaatalous yleistyvät. Myös kiertotalouden osuuskunnille ja luovan alan pienyrittäjille on tilausta tulevaisuudessa.

Osuuskunnista nostettiin myös ratkaisua kaupan alan työntekijöiden ns. pätkä- ja silpputyöhön sekä omistajanvaihdosten edistämiseen.

4.2. Toimia, joilla valtiolta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa

Kirjallisessa kuulemisessa pyydettiin lausunnonantajilta näkemyksiä siitä, millaisin konkreettisin toimin valtiolta voi tukea kaupan toimialan rakennemuutosta Suomessa. Lausunnonantajista 88 prosenttia (28 kpl, n=32) vastasi tähän kysymykseen.

Vastaukset annettiin avoimeen kenttään, jonka jälkeen vastaukset on luokiteltu sisältöjensä mukaan seuraaviin kokonaisuuksiin:

- kilpailukykyinen toimintaympäristö,
 - sääntely, verotus, ostovoima
- aluekehittäminen,
- työmarkkinoiden joustavoittaminen ja sosiaaliturvan uudistaminen,
- työvoiman saatavuus ja koulutus,
- kaupan alan yrittäjyyden edistäminen sekä
- kotimainen omistajuus ja huoltovarmuus.

Useat lausunnonantajat nostivat esiin, että valtiolta voi vastata kaupan rakennemuutokseen huolehtimalla kilpailukykyisestä toimintaympäristöstä. Kansallisella tasolla nousivat useimmiten esiin sääntelyn purkuun ja verotukseen liittyvät kysymykset. Sääntelyn toivottiin olevan tarkoituksenmukaista ja toimintaympäristöön vastaavaa (reaaliaikaisuus). Joissakin vastauksissa esitettiin sääntelyn purkua hallitusti – huomioiden, että heikoimmat pärjäävät jatkossakin sekä tasapuolinen ja reilu kilpailu. Sääntelyn purkuun liittyvät nostot koskivat kaupan sijainninhjaukseen (kaavoitus ja maankäyttö, maanrakennuslaki) sekä tuotekohtaisten rajoitteiden purkamiseen (monopoliin vapauttaminen). Esityksinä oli kaupan sijoittumisen sujuvoittaminen kaavoituksella sekä vähittäiskaupan suuryksiköiden erityissääntelystä luopuminen. Esityksinä oli myös apteekin perustamista ja omistamista koskevien rajoitusten purkaminen ja itsehoitolääkkeiden myynnin vapauttaminen vähittäiskauppaan. Myös alkoholien vapauttamista esitettiin jatkettavan sekä ohjauksen siirtoa valtion omistajaohjaukseen sosiaali- ja terveyspolitiikasta.

Alkoholi- ja lääkejakeleluu vapauttamisella esitettiin parannettavan kauppojen toimintaedellytyksiä, varmistettavan palveluverkoston saatavuutta, parannettavan palvelutasoa ja kuluttajien valinnan vapautta, edistettävän lyhyitä asiointietäisyyksiä sekä alennettavan logistiikkaketjujen kuormitusta.

Joissakin lausunnoissa nostettiin esille, ettei kansallisen sääntelyn tulisi olla EU-sääntelyä tiukempaa (gold plating). Muutamissa vastauksissa esitettiin kotimaiselle ja ulkomaiselle kaupalle yhtäläisiä toimintaedellytyksiä, kuten verotus, kierrätysvelvoitteet, tuote- ja tuotepakkausten palautus sekä vastuullisuusvaatimukset sekä UPU, arvonnlisäverokanta EU:ssa ja EU:n ulkopuolisen tuonnin arvonnlisävero. Epäreiluna kilpailuetuna nostettiin esille, että kolmannet maat eivät välttämättä vastaa tuoteturvallisuudesta, tuotetietovaatimuksista taikka tilitettävistä arvonnlisäveroista. Valtiovallalta toivottiin eräässä vastauksessa aktiivista vaikuttamista siihen, että suomalaisen kaupan kilpailuolosuhteet ovat tasapuolisia ja reiluja myös suhteessa kansainvälisiin kilpailijoihin nähden. Päätöksenteon toivottiin olevan tasapuolista, vakaata, ennakoitavaa ja johdonmukaista.

Vastausten mukaan valtiolta voi vastata kaupan alan rakennemuutokseen myös verotuksellisin keinoin. Verotuskysymyksissä nostettiin konkreettisina esimerkkeinä esiin kaupan toimialalla sähköveron palauttaminen alemman verokannan piiriin teollisuuden ja konesalien tasolle (kotimaisen palvelun kustannusten alentaminen) sekä kulutusta tukeva verotus (autoverotuksesta luopuminen, arvonnlisäveron kilpailukykyisyys). Eräässä vastauksessa esitettiin sukupolvenvaihdoksiin kotimaista omistajuutta tukevia verotusratkaisuja. Yleisellä tasolla todettuna verotuksen toivottiin olevan kannustavaa yrittäjälle sekä yrittämisen että työllistämisen näkökulmista, kuten myös työntekijöille työn vastaanottamiseen. Lisäksi toivottiin, että valtiolta huolehtii verotuksellisesti kuluttajien ostovoiman turvaamisesta. Ehdotettiin kulutusta tukevia veroratkaisuja sekä sitä, ettei ruoan hintatasoa, eikä uusia valmisteveroja tai terveystuloja säädetä elintarvikkeille.

Kaupan alan rakennemuutos heijastuu myös aluekehittämiseen. Esille nousivat esille muun muassa palvelujen saatavuus, saavutettavuus sekä kaupan jakeluverkoston turvaamisen tarve harvaan asutuilla seuduilla (ml. lääkkeet, alkoholi, polttoaine sekä Postin palvelut). Ehdotuksena oli kyläkauppatuki toiminta- ja investointitukena. Maankäyttöön ja kaavoitukseen liittyvien säännösten esitettiin olevan sellaisia, että ne ohjaavat kaupan alalle määrällisesti ja laadullisesti sijoittumispaikkoja ja edistävät alueiden elinkeinorakennetta ja työllisyyttä sekä kestäväää rakentamista. Joukkoliikenteessä toivottiin varmistettavan epätyypillisiin kaupan aukioloaikoihin vastaamista sekä kohtuuhintaisia asuntoja kasvukeskuksiin ja keskusta-alueille vastaamaan kaupan työvoiman saatavuuteen.

Työmarkkinoiden joustavoittaminen ja työvoiman saatavuus nostettiin esiin useissa vastauksissa. Esityksenä oli kannustinloukkujen purkaminen työvoiman tarjonnan ja työssäkäynnin houkuttelemiseksi, osa-aikatyön lisääminen sekä joustot työmarkkinoita kehitettäessä, kuten myös paikallinen sopiminen. Työperäistä maahanmuuttoa toivottiin helpotettavan työvoiman saatavuuden turvaamiseksi sekä työntekijöille elantoon riittävien työtuntien tarjoamista lainsäädännöllä. Sosiaaliturvaa esitettiin uudistettavan siten, että se kannustaisi työn vastaanottamiseen sekä moninaistuviin työn tekemisen muotoihin. Sosiaaliturvan uudistuksessa esitettiin kaupan toimialalla kiinnitettävän huomiota muun muassa erilaisiin työntekemisen muotoihin, pienipalkkaisuuden toimeentulo-ongelmiin sekä osa-aikaisen ja lyhytaikaisen työn vastaanottamisen kannustavuuteen.

Myös osaavan työvoiman saatavuuteen ja koulutukseen kiinnitettiin huomiota useissa vastauksissa. Esiin nousivat muuttuvat osaamistarpeet, koulutuksen saatavuus ja resurssien turvaaminen sekä kehittäminen tulevaisuuden tarpeisiin. Nostoina olivat koulutustarjonnan monipuolisuus sekä määrällinen riittävyys ja opetusisällön osuvuus ja oikea-aikaisuus sekä työssäoppiminen. Opetusta ja opetuspaikkoja esitettiin digitaalisen kaupan ja kansainvälisen kaupankäynnin osaamisiin sekä verkkokauppaan, erityisesti erikoiskaupan alalle. Lisäksi esitettiin kaupan toimintaan liittyvän tutkimustyön erityisrahoituksen luomista sekä kaupan huippuyksikön perustamista suomalaiseseen yliopistoon. Esityksenä oli myös opetus- ja kulttuuriministeriön tukema laaja koulutusyhteistyö sekä TKI-rahoituksen turvaamista ammattikorke- ja tiedekorkeakouluille kaupan alan kehittämiseen. Esille nostettiin myös osuustoimintamalli ja sen merkitys yrittäjyyskasvatuksessa.

Lausunnonantajien mukaan valtiolta voi tukea kaupan alan rakennemuutosta myös sen yrittäjyyttä edistämällä. Erään vastauksen mukaan suomalainen kauppa on digitalisoitunut keskimääräistä enemmän EU-vertailuissa, mutta digitalisoituminen on keskittynyt kotimarkkinoille, ei globaalisti. Esityksenä oli useimmissa vastauksissa, että valtio vauhdittaisi

kaupan yritysten kansainvälistymistä, erityisesti erikoiskaupan osalta. Tukea tarvitaan digitalisoitumiseen, verkostoitumiseen ja markkinointiin, kuten myös innovaatiotoiminnan räätälöityihin ratkaisuihin. Esityksenä oli myös kaupan alan uuden kulttuurin ja kasvurahoituksen tukeminen. Myös harmaan talouden vastaisuus nousi esille.

Kotimainen omistajuuden tukeminen valtiiovallan taholta nousi myös esille erityisesti päivittäistavarakaupassa sekä kotimaisen ruoan arvoketjussa. Myös suomalaisen alkutuotannon ja elintarviketeollisuuden omavaraisuuden pitämistä hyvällä tasolla nousi esille. Valtiovallan toivottiin tarkastelevan huoltovarmuudessa, miten markkinoiden toimintavarmuus pystytään turvaamaan erityisesti päivittäistavarakaupan kanssa, jotta päivittäistavarakaupan toiminta turvataan häiriöttömästi kaikissa tilanteissa.

4.3. Kaupan toimialan rakennemuutoksen keskeisimmät sisällöt ja teemat

Kirjallisessa kuulemisessa pyydettiin lausunnonantajien näkemyksiä siitä, mitkä kolme keskeisintä sisältöä tai teemaa vievät eteenpäin kaupan toimialan rakennemuutosta.

Kysymykseen vastasi 88 prosenttia (28 kpl, n=32) lausunnonantajista. Kysymys oli avoin ja vastaukset on luokiteltu sisältöjensä perusteella koontivaiheessa viiteen pääluokkaan. Useissa vastauksissa nostoja tehtiin enemmän kuin kolme, jotka kaikki on huomioitu luokittelussa ja yhteenvedossa.

Vastusten mukaan kolme keskeisintä sisältöä/teemaa, jotka vievät kaupan toimialan rakennemuutosta eteenpäin ovat:

- digitalisaatio,
- yritysvastuu sekä
- osaaminen, koulutus ja työvoiman saatavuus.

Digitalisaatiossa kaupan rakennemuutosta katsottiin vievän eteenpäin muun muassa tekoäly, automatisaatio, robotiikka, digiloikka, verkkokauppa, datan hallinta ja hyödyntäminen sekä reaaliaikatalous. Yritysvastuun osalta nousi esille eri teemoja, kuten ilmastonmuutos, hiilineutraalisuus, energian käyttö, kiertotalous, vastuullisuus ja kestävyys. Osaamisen, koulutuksen ja työvoiman saatavuudessa rakennemuutosta vauhdittavat kohtaanto-ongelmat, työvoima- ja asiantuntijapula, työvoiman liikkuvuus- ja koulutuskysymykset, työn ja perheen yhteensovittamisen haasteet, työn sisältöjen muutokset sekä kaupan toimialan työehdot ja palkkaus.

Kolmen kärjen lisäksi kaupan toimialan rakennemuutosta vievät vastaajien mukaan eteenpäin:

- kilpailu ja kilpailukyky kansallisesti ja kansainvälisesti sekä
- kuluttajakäyttäytymisen- ja asiakaslähtöisyyden muutokset.

Lisäksi yksittäisiä vastauksia kohdistui aluekehittämiseen, kaavoitukseen ja logistiikkaan sekä globalisaatioon, kuten myös kyberuhkan huomioimiseen koko arvoketjussa.

4.4. Koronaviruspandemian taikka sen kaltaisten yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevien muutostilanteiden vaikutus kaupan toimialalle

Lausunnonantajista 84 prosenttia (27 kpl, n=32) oli vastannut kysymykseen, jossa kysyttiin, että millaisia vaikutuksia koronaviruspandemia taikka sen kaltaiset yllättävät toimialaa merkittävästi ravistelevat muutostilanteet tuovat kaupan toimialalle. Vastaukset annettiin avoimena, josta ne on luokiteltu annettujen vastaussisältöjen perusteella neljään pääluokkaan.

Vastausten mukaan koronaviruspandemia taikka sen kaltaiset yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevat muutostilanteet vaikuttavat kaupan toimialalla:

- kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin,
- kaupan toimialan sekä sen kuljetuspalvelujen uusiutumiseen,
- logistisiin toimitusketjuihin ja tuotteiden saatavuuteen sekä
- kaupan alan arvostuksen ja merkityksen ymmärryksen kasvuun.

Lisäksi nostettiin esille huoltovarmuuden, omavaraisuuden ja etukäteisvarautumisen merkitys.

Kysely toteutettiin keväällä 2020 koronaviruspandemian aikana ja useat vastaukset liittyivät tuoreeltaan koronaan tuomiin muutoksiin ja kokemuksiin. Lausunnoissa nostettiin esille, että kaupan toimiala on laaja ja heterogeeninen ja jokainen muutostilanne on omansa. Toimialan sisällä, kuten päivittäis- erikois-, tekninen- sekä tukkukauppa kohtaavat kriisit eri tavoin. Toimialan lisäksi muutostilanteen kohtaamiseen vaikuttaa muun muassa kaupan koko, sijainti, taloudellinen tilanne, digitalisoitumisen aste sekä kaupan omat lähtökohdat. Useat vastaajat toivat esille kaupan toimialan ripeän muutoskyvykkyyden, johon korona pakotti kaupan toimialan yllättäen.

Vastauksissa nousi esiin, että koronapandemian aikana kauppojen myynti, liikevaihto ja asiakasmäärät laskivat ripeästi. Tämän johdosta yritystoimintaa on jouduttu supistamaan, keskeyttämään taikka lopettamaan sekä lomauttamaan ja irtisanomaan työntekijöitä. Muutamat vastaajat toivat esille, että haasteellista on ollut erityisesti erikois- ja teknisessä kaupassa. Myös kauppakeskusten asiakasmäärät ovat vähentyneet ja useat erikoisliikkeet ovat lomauttaneet työntekijöitä ja sulkeneet liikkeitä määräajaksi. Useat toivat esille, että samaan aikaan kaupan toimialalla on tapahtunut korona-aikana digiloikkaa. Erityisesti päivittäistavara- ja digitaalinen kauppa on kasvanut totuttua kehitystä nopeammin, erityisesti ruoassa. Muutostilanteet voivat tarjota myös uudessa tilanteessa uutta kysyntää uusilta markkinoilta, myös globaalisti.

Vastausten mukaan kaupan toimialaa ravistelevat muutostilanteet nähtiin haasteina ja uudistumisen mahdollisuuksina. Uudistumisen keinoina nähtiin kaupan digitalisoituminen, verkkokaupan kasvu, uusi palvelumuotoilu, kaupan palveluiden integroinnin voimistuminen, kuten myös uusien palveluiden keksiminen. Kuluttajakäyttäytymisen muutokset ravistelevat kaupan toimialaa. Koronan myötä kuluttajien liikkuminen ja ostokäyttäytyminen on muuttunut sekä omasta aloitteesta että valtiovoimien antamien suositusten myötä. Myös kaupan kuljetuspalvelujen kattavuus ja määrä ovat kasvaneet kautta valtakunnan. Kotiinkuljetuskysyntä on johtanut myös uusien palvelualan yritysten perustamisiin. Myös turvallisen asioinnin ja maksamisen merkitys on kasvanut, kuten myös kaupan henkilöstön turvallisuudesta ja terveydestä huolehtiminen on korostunut. Kauppa on myös palvelumuotoillut toimintaansa esimerkiksi riskiryhmille suunnatuilla ostovuoroilla.

Joissakin vastauksissa tuotiin esille, että muutostilanteissa tuotteiden ja palvelujen saatavuus saattaa kärsiä esimerkiksi valmistajien toimitusvaikeuksista taikka ostokäyttäytymisen muutosten myötä, kuten hamstraus. Vastauksissa nostettiin esiin myös kaupan alan

toimitusketjun haavoittuvuus ja logistiikka. Lausunnoissa nousi esille myös kaupan toimialan arvostus yhteiskunnassa ja taloudessa, kotimaisten elintarvikkeiden omavaraisuus ja huoltovarmuus.

Muutostilanteisiin etukäteen valmistautumista, kuten myös kaupan muutoskyvykkyyttä sekä asenteellisia, liikkeenjohdollisia ja taloudellisia valmiuksia ja puskureita pidettiin hyvinä – muistuttaen, että uusia ja yllättäviä muutoksia tulee jatkossakin. Esille tuotiin myös se, että mitä vahvempia toimijat ovat, sitä parempi mahdollisuus on selviytyä kriiseistä. Osana riskienhallintaa eräs vastaaja ehdotti, että yritykset tekisivät oman liiketoiminnan jatkuvuussuunnitelman kriisitilanteita varten.

4.5. Valtion ennakoiva tuki muutostilanteisiin kaupan toimialan rakenteiden kestävyyyteen

Kirjallisella kuulemisella kartoitettiin lausunnonantajien näkemyksiä siitä, miten valtiolta voi tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyyttä ennakoivasti muutostilanteissa, kuten koronaviruspandemia.

Kysymykseen vastasi 88 prosenttia (28 kpl, n=32) lausunnonantajista. Vastaukset annettiin avoimeen kenttään. Saadut vastaukset on luokiteltu vastaussisältöjen mukaan seuraaviin sisältöihin:

- etukäteisvalmistautuminen muutostilanteisiin,
- kaupan kilpailukyvästä ja kilpailun toimivuudesta huolehtiminen,
- turhan sääntelyn purku, työmarkkinoiden jouston lisääminen,
- koulutuksen, jatkuvan oppimisen ja TKI-toiminnan tukeminen,
- huoltovarmuus ja kotimainen valmistus.

Lisäksi lausunnonantajat toivat esille, miten itse muutostilanteissa tulisi reagoida.

Lausunnonantajat nostivat esiin valtiovallan valmistautumisen muutostilanteisiin etukäteen, myös yhteistyössä. Normaalioloissa on olennaista rakentaa toimintakykyisiä toimialoista riippumattomia taloudellisia ja sosiaalisia rakenteita - vastaamaan myös yllättäviin shokkeihin. Esimerkkeinä mainittiin pienten yritysten suorat kustannustuet ja järjestelmät suurempien yritysten pääomittamiseen. Valmistautumisessa tulisi kiinnittää huomiota pitkänaikavalin taloudelliseen kestävyyyteen, pyrkimykseen kehittää omaa toimintaa ja asiakasymmärrystä sekä tutkimustiedon hyödyntämistä etukäteen, sillä itse kriisitilanteessa näitä ei voida niin luoda. Esityksenä oli myös, että valtiolta varautuisi ennakoivasti kyberuhkiin sekä pohtisi lupakäytäntöjään muutostilanteiden varalle.

Vastauksissa nostettiin esille, että kaupan kilpailukyvästä on huolehdittava etukäteen, jotta toimintakyky säilyy muutostilanteessa. Esimerkkinä mainittiin muun muassa kilpailukykyinen verkkokauppa ja automaation kehittäminen. Yritysten toimintaedellytyksiä esitettiin huolehdittavan. Työmarkkinoille esitettiin rakenteellisia muutoksia, kuten myös sosiaaliturvan uudistamista yritystukien kehittämistä, osaamisen kehittämistä, työvoiman kysyntään vastaavan työvoimatarjonnan saatavuuden varmistamista sekä sitä, ettei kaupalle tulevia velvoitteita lisätä. Myös kilpailun toimivuudesta ja neutraalista kilpailuympäristöstä on pidettävä huoli yllättävissä muutostilanteissa sekä parannettava toimijoiden muutostilanteen hallintaa. Turhaa sääntelyn purkamista esitettiin, kuten myös työmarkkinoiden jouston

lisäämistä sekä kaupan rakenteiden kestävyuden tukemista. Ehdotuksena oli, että EU:n sisämarkkinoilla on edistävää tasapainoista sääntelyä ja reilua kilpailua. Esiin nostettiin muun muassa työmarkkinajärjestelmän uudistaminen, työehtojen edistäminen lainsäädännön, paikallisen sopimisen lisääminen sekä kollektiiviperusteisen työsuhdeturvan parantamista, sovitellun ansioturvan kehittämistä sekä osa-aikaisten työntekijöiden lisätyöoikeuden vahvistamista ja osa-aikaisten työntekijöiden työn ja muun elämän yhdistämisen helpottamista sekä työllistymismahdollisuuksien parantamista.

Koulutuksesta, jatkuvasta oppimisesta ja uudistavasta TKI-toiminnasta esitettiin huolehdittavan. Näiden merkityksen todettiin korostuvan yllättävissä muutos- ja kriisitilanteissa. Tärkeänä pidettiin myös sitä, että julkinen ja yksityinen sektori luo yhteistyönä puitteet jatkuvalla työntekijöiden osaamisen kartoitukselle. Esityksenä oli myös TKI-rahoitus korkeakouluille ja ammattikorkeakouluille kaupan alan kehittämiseen.

Huoltovarmuuteen viitattiin useissa vastauksissa. Nostoina esitettiin muun muassa päivittäistavara- ja välttämättömien tuotteiden huoltovarmuus, kaupan valtakunnallisen palveluverkoston ylläpito, suomalaisen ruoan tuotannon tukeminen sekä suomalaisen ruoan tuotannon ja -jakelun sääntelyn välttäminen. Kriittisiksi tuotannontekijöiksi nousivat esille myös meriliikenne, paikalliset energiatuotannon ratkaisut sekä koko maata kattava myymäläverkoston kattaminen. Ehdotuksena oli häiriötilanteen aikaisen harvennetun myymäläverkostomallin rakentaminen valtion ja päivittäistavara- ja välttämättömien tuotteiden huoltovarmuuden kesken, sisältäen muun muassa maksujärjestelmien ja tietoliikenneverkkojen toimintavarmuuden, varasähköjärjestelmien tukemisen, työvoiman saatavuuden ja logistiikan tukemisen valtiovoimien toimenpiteiden avulla. Lisäksi esitettiin, että valtiovalta tukisi kaupan toimijoita kyberuhkiin varautumisessa. Elintarvikkeiden sekä suojavälineiden, kuten maskien kotimaista valmistusta pidettiin tärkeänä.

Itse muutostilanteisiin esitettiin nopeita päätöksiä tulevista toimista, tukien sekä toimenpiteiden kehittämistä, selkeitä raameja, ohjeita ja lainsäädännön soveltamista sekä päätösvalloja. Ehdotuksia oli muun muassa nopeita suorat tuet ja sitä tukevat rahoitusjärjestelyt, työmarkkinajoustot, verojen ja maksujen siirrot, maksuehtojen joustavuus, public-private yhteistyömalli, arvonlisäveron nopea palautus ja muuttaminen lainaksi, yrittäjä- ja kaupan työntekijöiden eläkemaksujen väliaikaista jäädyttämistä sekä kuluttajien ostovoimasta ja kulutuskysynnästä huolehtimista. Tukea esitettiin akuuttiin kriisin ylittämiseksi muun muassa vuokra- ja henkilöstökuluihin, kuten myös yleistukea. Myös verkkokauppaosaamista ja kansainvälistymistä esitettiin tuettavan sekä maaseudun palveluiden ylläpitoa, kuten kyläkaupan toimintatukea. Myös lomautetuille työntekijöille esitettiin omaehtoisen koulutukseen tukea, oppisopimuspaikkojen lisäämistä sekä työpaikkojen täsmäkoulutusta. Lisäksi esitettiin pienten erikoiskauppojen IT-valmiuksien tukemista, verkkokauppaosaamisen koulutusta, suomalaisen verkkokaupan tukemista (kansainvälistyminen), kuten myös myyntiketjujen kartoittamista.

4.6. Digitalisaation vaikutukset asiakassuhteiden, markkinoinnin ja arvoketjujen muutoksiin

Kirjallisella kuulemisella kartoitettiin lausunnonantajien näkemyksiä siitä, miten digitalisaatio tulee muuttamaan asiakassuhteita, markkinointia ja arvoketjuja sekä siitä, onko painopiste siirtymässä tavaroista palveluihin.

Lausunnonantajista 84 prosenttia (27 kpl, n=32) vastasi kysymykseen. Kysymys oli avokysymys ja oheisena tiivistelmää annettujen vastausten nostoista.

Lausunnonantajien mukaan digitalisaatiolla on suuri merkitys kaupan toimialalle ja merkitys tulee kasvamaan. Digitalisaatio läpi leikkaa kaupan useita toimintoja: automatisaatiota, robotiikkaa ja älykästä teknologiaa käytetään jo muassa muassa logistiikassa, varastoinnissa ja kassapalveluissa. Korona on vauhdittanut kaupan digitalisaation kehitystä. Tulevan kymmenen vuoden aikana digitalisoituminen tulee muuttamaan kaupan toimialaa paljon, erityisesti, kun ekologiseen kuormitukseen kiinnitetään jatkossa enemmän huomiota. Jatkossa digitaaliseen kauppaan ja palveluihin liittyy yhä enemmän tekoälyä ja sen avulla tuotettavia autonomisia palveluja. Sähköisten palvelujen merkitys ja käyttö kasvavat sekä toimitusketjut automatisoituvat ja kotiinkuljetus lisääntyy. Myös maksaminen digitalisoituu ja digitaaliset maksukokemukset kasvavat.

Digitalisaation katsottiin muuttavan asiakassuhteita, markkinointia ja arvoketjuja. Kaupassa tavaroiden merkityksen arvioitiin säilyvän ja palvelujen roolin kasvavan, kuten kotiinkuljetukset, pesulapalvelut, lippupalvelut jne. Myös kaupan ja palvelujen rajat tulevat hämärtyämään, eikä niiden erottaminen toisistaan ole jatkossa mahdollista. Myös alustatalouden merkitys kasvaa kuluttajakaupassa. Kaupan toimialan digitalisaatiota johtavat asiakkaat, jotka käyttävät digitaalisia kanavia yhä sujuvammin ja monimuotoisemmin. Verkkokauppa kasvaa ja myös markkinointi siirtyy perinteisistä medioista sosiaaliseen mediaan ja verkkoon.

Kilpailu kovenee kaupan toimialalla Suomessa, globaalin kaupan rinnalla – suuret ulkomaiset verkkokaupat ottavat markkinaosuuksia. Toisaalta tämä avaa myös mahdollisuuksia suomalaisille ketterille toimijoille - onnistuneilla markkinarakojen löytämisillä voidaan päästä verkkokaupan valikoimiin taikka kokonaan uusille markkinoille.

Erään vastauksen mukaan fyysisiä myymälöitä rakennetaan yhä edelleen, vaikka verkkokauppa kasvaa. Myymälöiden määrä tulee vähenemään taikka myymäläkoot pieneneväseen. Suurin osa asiakkaista asioi kuitenkin edelleen myymälöissä ja fyysisen kaupan sijainnin merkitys korostuu. ”Tulevaisuuden kestävä myymälä” on valikoimallaan riittävän monipuolinen tai erikoistunut sekä mahdollisimman monella kulkumuodolla saavutettava ostospaikka, joka tarjoaa sellaista, mitä verkkokauppa ei pysty tarjoamaan. Menestyvät kaupan toimijat ovat myös jatkossa kaikissa kanavissa erilaisilla palveluilla.

Joissakin vastauksissa viitattiin siihen, että digitalisaatio haastaa perinteistä kivijalkakauppaa. Kivijalkakaupan rooli muuttunee show room –tyyppiseksi. Kivijalkakaupassa asiakkaille ystävällisen palvelun arvioitiin olevan hintaa tärkeämpi. Erikoiskaupan vahvuudeksi nähtiin henkilökohtainen palvelu, kaupan henkilökunnan asiantuntemus ja asiakkaalle neuvonantajan roolissa toimiminen. Tuotin esille myös kaupan rooli elämysten ja palvelujen myyjänä, tuotteiden rinnalla. Lisäksi arvioitiin, että tulevaisuudessa vähittäiskaupassa myyjien määrä vähenisi ja työtehtävät painottuisi yhä enemmän asiakkaiden palveluun, neuvontaan ja opastukseen. Eräässä vastauksessa kiinnitettiin huomiota myös kaupan alan työturvallisuusriskien kasvamiseen ilta-, yö- ja yksintyötyöskentelyn myötä, kun ostoksia voidaan tehdä digitalisaation myötä aikariippumattomasti 24/7/365.

Useissa vastauksissa viitattiin myös kaupan alalla kertyvään asiakasdataan. Asiakkuudet ja datan omistaminen sekä johtaminen nousee aiempaa tärkeämmäksi – tiedossa on voimaa. Asiakasdatan hyödyntäminen kasvaa ja sitä käytetään jatkossa yhä personoidummin. Asiakasdataa käytetään muun muassa asiakkaille kohdennettaviin tarjouksiin ja muuhun

markkinointiin sekä asiakaspalvelukokemuksen parantamiseen. Digitalisoituvassa yhteiskunnassa asiakassuhde ja luottamus sekä näitä edistävä kyberturvallisuus korostuvat. Ehdotuksena oli, että päivittäistavarakauppa avaisi asiakasdatan tietoja muille elintarvikeketjujen tahoille. Vastauksissa nostettiin huolena esille se, että kenen omaisuutta kertyvä data ja tieto ovat ja, että mihin sitä käytetään. Esille nousi myös automatisoidun päätöksenteon epävarmuus ja eteneminen asiakaskohtaisiin hinnoitteluihin sekä epätasa-arvoisiin lopputuloksiin.

Yksittäisiä vastauksia kohdistui myös riskeihin digitalisaatiossa. Digitalisoitumisen myötä tietyt riskit kasvavat ja tulee uusia riskejä. Kaupan alalla on keskeistä huomioida kyberturvallisuus ja kyberriskeihin varautuminen. Myös toiminnan jatkuvuuden turvaaminen digitaalisten palvelualustojen häiriöissä on keskeistä, mm. sähköriippuvuus, automatisoituneet kuljetukset. Myös logistiikan riskit nousivat esille, kun esimerkiksi kauppojen varastot voivat olla ulkomailla. Näillä saattaa olla merkittäviä vaikutuksia Suomen huoltovarmuuteen, jos toimintamalli on kaupan alalla yleinen, eikä Suomessa ole riittävässä määrin kansallisia toimintamalleja.

4.7. Kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa huomioitavaa

Kirjallisessa kuulemisessa pyydettiin lausunnonantajilta näkemyksiä siitä, mitä kaupan tulevaisuusselonteossa tulisi huomioida. Lausunnonantajista 78 prosenttia (25 kpl, n=32) vastasi tähän kysymykseen.

Useiden lausunnonantajien vastaukset liittyivät selonteon valmistelun ja sen prosessin toteutukseen. Näissä vastauksissa nostettiin esille avointa, keskustelevaa, osallistavaa, tulevaisuuteen katsovaa ja tutkimukseen perustuvaa työtappaa, kuten myös kaupan alan yritysten ja eri alojen asiantuntijoiden sekä sidosryhmien kuulemista selonteon valmistelussa. Esitettiin selkeää selonteon rajausta, tavoitteellista työtä ja kehittämis ehdotuksia lopputulokseksi sekä visioita ja tiekarttaa kaupan toimialalle. Lisäksi esitettiin selonteon kiinnittämistä myös hallitusohjelman hankkeisiin, kuten kotimaisen omistamisen -ohjelma ja yrittäjyysstrategia.

Myös selonteon sisältöön tehtiin useita yksittäisiä nostoja. Eräässä lausunnossa selonteossa esitettiin keskittyvän elinkeinon kannattavuuden ja kilpailukyvyn kehittämiseen. Toisessa lausunnossa selontekoa esitettiin käsiteltävän päivittäistavarakaupan, erikoiskaupan ja teknisen kaupan näkökulmista. Esityksenä oli selonteossa huomioitavaksi myös kaupan alan työtehtävien mahdollinen eriytyminen digitalisaation ja verkkokaupan myötä sekä logistiikan sekä kuljetusketjujen ja -palvelujen merkitys toimialalle. Myös kaupan alan työvoimarakennetta, työtehtävien eriytymistä, työntekijöiden työskentelyä ja työturvallisuutta esitettiin tarkasteltavan selonteossa kaupan toimintaympäristön muuttumisen myötä, kuten myös jo tehtyjen aukioloaikojen vapauttamisen vaikutuksia työntekijöihin. Selonteossa esitettiin käsiteltävän myös kaupan ja verkkokaupan tasa-arvoisuutta (verkon kautta myytävät tuotteet ja palvelut kansallisen lainsäädännön mukaisia, muun muassa kansallinen kielilaki), kuten myös kansainvälisten verkkopalustojen ja EU:n ulkopuolisten verkkokaupan toimijoiden vastuuden lisäämistä. Lausunnonantaja esitti myös toimivan kilpailun sisällyttämistä selontekoon – nostaen esiin keskittyneet kaupan alan markkinat Suomessa.

Lausunnossa otettiin kantaa myös alkoholi-, lääke-, rahapeli- ja tupakkamonopoliin käsittelyyn, nostoina esimerkiksi alkoholi- ja rahapelien hallitusohjelmakirjaukseen sekä rahapelin, lääkehuollon valmisteluihin, jotka ovat käynnissä. Muutama lausunnonantaja

kiinnitti huomioita verotuksen merkitykseen kaupan toimialalla. Nostona muun muassa se, että energiaverossa erityisesti sähkövero kohdentuu kaupan alalle epäreilusti. Virvoitusjuomien terveysperusteista arviointia esitettiin sekä alkoholiverossa korotukset väkeviin juomiin. Sen sijaan tuloverojen kiristystä ei pidetty toivottavana ostovoiman takaamiseksi. Lisäksi huomiona, että päästöihin ja terveyteen perustuvat kulutusverot nostavat ruoan hintaa. Työ- ja verolainsäädännön noudattamisen esitettiin oltavan samalla viivalla eri toimijoiden kesken. Esimerkkinä nostettiin alustatalous ja kysyttiin, ovatko pyörälähetit yrittäjiä taikka työsuhteessa.

4.8. Muuta huomioitavaa ja kommentit

Lausunnonantajilla oli mahdollisuus myös esittää muuta huomioitavaa ja kommentteja avoimeen vastauskenttään.

Lausunnonantajista 56 prosenttia (18 kpl, n=32) vastasi tähän kysymykseen. Useimmat vastaukset liittyivät kaupan toimialan yleiseen kehittämiseen ja toimialan erityiskysymyksiin selonteossa. Vastauksissa tuotiin esille myös kaupan toimialan merkittävyyttä yhteiskunnassa, elinkeinoelämässä sekä työllistäjänä sekä muutostilannetta esimerkiksi digitalisaation myötä.

Muutamissa vastauksissa selonteossa esitettiin käsiteltävän Private Label –asiaa. Tarkasteltavina näkökulmina esitettiin Private Label –tuotteiden asema ja vaikutusten arviointi tulevaisuuden kuluttajiin sekä markkinoihin sekä Private Label –problematiikka tilanteessa, jossa Private Label -tuotteet vahvistavat päivittäistavarakaupan asemaa kaksoisroolissa elintarvikeketjussa. Selonteossa esitettiin tarkasteltavan myös monopolien hallittua purkamista ja valtion omistajaohjauksen selkiyttämistä, kuten myös kaupan alan varautumista tulojen muodostumiseen rahapelikulutuksen mahdollisten muutosten myötä. Rahapelin murroksessa vaikuttavina tekijöinä nostettiin esille digitalisaatio, rahapelikulttuurin ja –politiikan muutokset.

Yksittäisinä ehdotuksina selontekoon esitettiin kaupan alan lainsäädännön nykyaikaistaminen, kaupan alan yritysten tasapuolisten kilpailuedellytysten varmistaminen moninaisessa yrittäjyyden kentässä sekä kaupan alan yritysten kansainvälistämisvalmiuksien kehittäminen.

Myös viranomaisten toiminnan ennakoiuutta toivottiin ja selontekoon esitettiin viranomaistoimivallan arviointia ja mahdollisia muutostarpeita. Esimerkkinä mainittiin, että terveystarkastajien ja työsuojelun toiminnassa on suuria alueellisia eroja. Selontekoon esitettiin sisällytettävän myös yritysten välinen eli B2B –kauppa, kuten myös alueiden eri suuntaisen kehityksen huomioiminen (suuret kasvavat keskukset vs. pienet väestöltään vähenevät keskukset). Esitettiin myös, että selonteossa olisi hyvä tunnistaa sellaisia kotimaisten toimijoiden kilpailukykytekijöitä, joilla voidaan luoda kestävä tulevaisuuspolku alan toimijoille.

Lisäksi esitettiin, että selonteon valmistelussa olisivat mukana myös ammattikorkeakouluja, kaupan alan asiantuntijoiden työelämäasiantuntijaorganisaatioita sekä keskeisiä palkansaajajärjestöjä.

LIITE 1. Kaupan tulevaisuusselonteon lausuntopyyntö

Lähde: <https://www.lausuntopalvelu.fi/FI/Proposal/Participation?proposalId=cc196f4f-e7f7-45f3-83a2-291d3319407b>

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Lausuntopyynnön diaarinumero: VN/5468/2020

Johdanto, tausta, tavoitteet

Johdanto

Hallitusohjelmaan on kirjattu laadittavaksi kaupan alan tulevaisuuden selonteko, jotta alaa voidaan kehittää strategisesti ja pitkäjänteisesti. Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa selonteon valmistelusta. Selonteko sisältää työ- ja elinkeinoministeriön vastuusasioiden lisäksi myös muiden ministeriöiden vastuulla olevia asioita.

Selonteko liittyy kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa ja kaupan rakenteiden globaaliin murrokseen. Myös vallitsevasta koronaviruspandemiasta aiheutuva tilanne vaikuttaa kaupan toimialaan ja sen kehitykseen. Selonteon tarkastelu kohdistuu kuluttajakauppaan (tuotteet ja niihin liittyvät palvelut) sisältäen päivittäistavara- ja tukkukaupan välisen ketjun. Tarkastelun ajanjakso on kymmenen vuotta eteenpäin.

Selonteon tavoitteena on tunnistaa kaupan alan sisältökokonaisuuksia ja teemoja, jotka tulee huomioida kaupan toimialan muutoksessa ja suomalaisen kaupan globaalissa ja kestävässä kasvussa. Tavoitteena on tuoda tietoa kaupan toimialan tilannekuvasta ja muutoskehityksestä. Keskeisistä sisältökokonaisuuksista ja teemoista on tarkoituksena tehdä kehittämisehdotuksia ja nostoja poliittisen päätöksenteon tueksi kaupan toimialan kehittämiseksi strategisesti ja pitkäjänteisesti. Tavoitteena on myös tunnistaa toimialalle arviolta yksi tai muutama skenaario. Hallitus antaa eduskunnalle kaupan toimialan tulevaisuusselonteon.

Tausta

Kaupan toimialalla on käynnissä rakennemuutos Suomessa ja kaupan rakenteiden globaalimurros. Myös käynnissä oleva koronaviruspandemia ravistelee kaupan toimialaa. Selonteon tavoitteena on luoda tilannekuva kaupan toimialan nykytilasta ja tulevaisuuskuvasta sekä tuoda poliittisen päätöksenteon tueksi kehittämisehdotuksia ja nostoja. Kaupan alan tulevaisuusselonteko on kirjattu pääministeri Sanna Marinin hallitusohjelmaan. Kyseessä on valtioneuvoston selonteko, josta valmisteluvastuu on työ- ja elinkeinoministeriöllä.

Hallitusohjelmassa kaupan tulevaisuusselonteolla on ohjelmatasolla yhteys esimerkiksi Yrittäjyysstrategiaan sekä Kotimaisen omistajuuden -ohjelmaan sekä digitalisaatioon, kierto- ja alustatalouteen, aluepolitiikkaan, osaamiseen, työllisyyteen ja koulutukseen. Kaupan toimiala on yrittäjyyttä. Kauppa tuo yhteiskuntaamme sekä alueellisesti että paikallisesti tuotteiden ja palvelujen kautta elinvoimaa, kilpailukykyä sekä työpaikkoja, toimeliaisuutta ja verotuloja.

Hallitusohjelmaan on kirjattu 75 prosentin työllisyysaste sekä noin 60 000 uuden työllisen määrä vuoteen 2023 mennessä. Kaupan alan työllisyyskehitys ei kuitenkaan välttämättä ole positiivinen. On arvioitu, että Suomessa vuoteen 2030 mennessä vähittäiskaupoista yli 20 prosenttia, ehkä jopa 40 prosenttia häviää. Lisäksi on arvioitu, että vuoteen 2030 mennessä vähittäiskauppa menettää noin 11 000 – 25 000 työpaikkaa ja tukkukauppa 5 000 työpaikkaa

Suomessa. Edellä mainitut arviot on tehty ennen koronaviruspandemiaa. Digitalisaation myötä kaupan toimialalla myös työn sisällöt ja koulutukseen sekä osaamisen liittyvät vaatimukset muuttuvat.

Tavoitteet

Työ- ja elinkeinoministeriö pyytää sisältöehdotuksia kaupan tulevaisuuselontekoon. Samalla pyydetään em. sisältönostoihin konkreettisia kehittämisehdotuksia perusteluineen. Lisäksi pyydetään ottamaan kantaa ministeriön alustaviin teemanostoihin selontekoon.

Ehdotuksissa ja näkökulmissa pyydetään huomioimaan kaupan toimialan muutostilanne Suomessa ja globaalisti tulevan 10 vuoden aikajänteellä.

Liitteet:

[Kaupan tulevaisuusselonteon lausuntopyyntö 23.3.2020 liite 1.docx](#) –

Työ- ja elinkeinoministeriö

LIITE 1.

Esivalmisteluvaiheessa on käyty keskusteluja keskeisten kaupan alan toimijoiden kanssa, tarkoituksena tunnistaa kaupan alan rakennemuutoksen keskeiset sisällöt. Tässä vaiheessa kaupan alan rakennemuutosta eteenpäin vievinä muutostekijöinä ovat nousseet esille muun muassa seuraavat:



Sisällöt voidaan tässä vaiheessa jaotella 1) megatrendeihin, 2) kuluttajakäyttäytymisen ja kaupan rakenteen muutoksiin, 3) yrittäjyyden edistämiseen, 4) työllisyyteen, osaavan työvoiman saatavuuteen

ja koulutukseen sekä 5) erityiskysymyksiin. Kuhunkin sisältöön on noussut erillisnostoja muun muassa seuraavasti:

1. Megatrendit

- *Digitalisaatio*: kuten tekoäly, automatisaatio, robotiikka, verkkokauppa, kuljetuspalvelut muuttavat kaupan toimialan koko ketjua, kuten hankinta, asiakkaiden käyttäytyminen, logistiikka ja maksaminen; digitalisaation vaikutus siihen, miten tavaroita ja palveluita myydään;
- *ilmastomuutos*: kuten yritys- ja ympäristövastuu, vähähiilisyystiekartat, alusta-, jakamis- ja kiertotalous;
- *globalisaatio*: kuten verkkokauppa, alusta- ja jakamistalous: valikoima ja saatavuus, toimitusvarmuus, prosessit sekä kuluttajakäyttäytymisen muutos ja asiakaslähtöisyys;
- *kaupungistuminen*: väestön pakkautuminen kaupunkeihin, maaseutujen autioituminen, tyhjät kauppakeskuskiinteistöt keskustoissa, palvelujen ja tuotteiden saatavuus, kuljetuspalvelut.

2. Kuluttajakäyttäytymisen ja kaupan rakenteen muutokset

- *Kuluttajakäyttäytymisen muutokset ja asiakaslähtöisyys*: markkinat ovat globaalit ja asiakas päättää, mistä, miten ja milloin tekee ostoksensa. Myös eri sukupolvet haastavat kuluttajakäyttäytymistä nostoen esiin myös erilaisia asioita ja arvoja, kuten digitaidot sekä eettisyys;
- *kaupan alan markkinoiden toimivuus ja kilpailullisuus, ml. alueellisuus*: eri näkökulmista, kuten kansallinen (omistajapohjan laajentaminen, kaupan sijainti); EU-sisämarkkinat (sisämarkkinoiden alustatalouden sääntely); EU+ETA maat/gloaalikauppa (tuoteturvallisuusvaatimusten täytyminen, ns. epäreilu kilpailu);
- *kaavoitus, logistiikka ja kaupan alueellisuus sekä palvelujen ja tuotteiden saatavuus*: kuten, maankäyttö- ja rakennuslaki; kaavoitus; kauppojen sijoittuminen ja saavutettavuus; kaupan ja lähipalvelujen saatavuus kuluttajille kohtuullisin ponnisteluin maakunnissa mm. jakeluverkosto; kaupan kotimaisuus ja alueellisuus myös tuottajien näkökulmasta: ilmastonmuutos, logistiikka ja kotimaiset arvoketjut.

3. Yrittäjyyden edistäminen

- *Omistajanvaihdokset*: ikääntymisestä johtuvia omistajanvaihdoksia on tulossa tulevan kymmenen vuoden aikana arviolta 50 000 kappaletta. Omistajanvaihdosten onnistuminen kaupan toimialalla on tärkeää mm. alueiden elinvoiman, palvelujen saatavuuden, työllisyyden ja verotulojen tähden;
- *osuuskuntatoiminta tulevaisuudessa*: väestön ikääntyessä asutus harvenee, myös maa- seudulla. Tilalle mm. nuoria, luovan alan ja muita muuttajia,

jossa yhtenä vaihtoehtona osuuskuntatoiminta - millainen on osuuskuntatoiminta kaupan alalla kymmenen vuoden kulutta;

- *esimerkiksi:* paikallinen sopiminen, sääntelyn purku, rahoituksen saatavuus yrityskannan uusiutumiseen (TKI –rahoitus), yritysten kansainvälistyminen, verotus.

4. Työllisyys ja työn sisältöjen muutos

- *Työllisyys ja työn sisältöjen muutos:* kaupan toimialalla työpaikkojen arvioidaan vähenevän tulevan kymmenen vuoden aikana, samaan aikaan alan työtehtäviin tarvitaan jatkossa korkeampaa asiantuntijuutta, nykyisten työntekijöiden koulutus ja uudelleen sijoittuminen tehtäviin, osaavan työvoiman saatavuus;
- *koulutus:* kaupan alaan erikoistunut koulutus; digitaalisen kaupan - koulutuksen puute.

5. Erityiskysymykset

- *Monopolit*
- *Private labell:* markkinat tulevaisuudessa;
- *Kauppojen välittämät palvelut*
- *Yllättävät äkilliset kaupan toimialaa ravistelevat muutokset*

Aikataulu, vastausohjeet, valmistelijat

Aikataulu

Lausunnot pyydetään viimeistään **22.5.2020 klo. 16.15.**

Vastausohjeet vastaanottajille

Vastaukset pyydetään antamaan lausuntopalvelu.fi-sivuston kautta. Vastauksia ei tarvitse lähettää erikseen sähköpostitse tai postitse. Vastauksessa tulee hyödyntää alla olevia kysymyksiä joko vastaamalla suoraan sivustolle tai vastaamalla kysymyksiin muulla tavoin jäsennehtynä avovastauksena.

Vastauksen antaakseen vastaajan tulee rekisteröityä ja kirjautua lausuntopalvelu.fi:hin. Tarkemmat ohjeet palvelun käyttämiseksi löytyvät lausuntopalvelu.fi:n sivuilta Ohjeet -> Käyttöohjeet. Palvelun käyttöönoton tukea voi pyytää osoitteesta lausunto.om@om.fi.

Huomaattehan, että kaikki vastaukset ovat julkisia ja ne julkaistaan lausuntopalvelu.fi:ssä.

Valmistelijat

Lisätietoa asiasta antaa:

Neuvotteleva virkamies Natalia Härkin, puh 029 504 7168 ja sähköposti natalia.harkin(a)tem.fi

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.

Kaupan toimialan muutoksesta

-
- 2. Mitkä ovat mielestänne keskeisimmät konkreettiset toimet, joilla valtiovalta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa?
- 3. Mitkä ovat mielestänne kolme keskeisintä sisältöä/teemaa kaupan toimialan rakennemuutoksessa?
- 4. Millaisia vaikutuksia mielestänne koronaviruspandemia taikka sen kaltaiset yllättävät toimialaa merkittävästi ravistelevat muutostilanteet tuovat kaupan toimialalle?
- 5. Miten valtiovalta voi mielestänne tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyyttä ennakoivasti yllättävissä muutostilanteissa (esimerkiksi koronaviruspandemian kaltaiset tilanteet)?
- 6. Miten digitalisaatio tulee näkemyksenne mukaan muuttamaan asiakassuhdetta, markkinointia ja arvoketjuja? Onko painopiste siirtymässä tavaroista palveluihin?

Tulevaisuusselön valmistelu

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

Muuta huomioitavaa

-
- 8. Muut mahdolliset kommenttinne.

Asiasanat

- kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Jakelu:

Aalto-yliopisto
Business Finland
Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry
Elinkeinoelämän valtuuskunta EVA
Etlä
Huoltovarmuuskeskus
Kaupan liitto
Keskuskauppakamari
Kilpailu- ja kuluttajavirasto
Kuluttajaliitto
Liikenne- ja viestintäministeriö
Maa- ja metsätalousministeriö
Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK
matkailu- ja ravintolapalvelut Mara
Oikeusministeriö
Opetus- ja kulttuuriministeriö
Opetushallitus
Osuustoimintakeskus Pellervo ry
Palvelualojen Ammattiliitto PAM ry
Perheyrittäjien liitto
Päivittäistavarakauppa PTY ry
Sitra
Sosiaali- ja terveysministeriö
Suomalaisen työn liitto
Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry
Suomen Yrittäjät
Tampereen yliopisto
Teknisen Kaupan liitto ry
Valtiovarainministeriö
Ympäristöministeriö

LIITE 2. Lausunnonantajatahojen sisältöehdotuksia ja nostoja kaupan tulevaisuusselontekoon

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä kaupan toimialan tulevaisuusselonteon sisällöiksi ja nostoiksi. Nostot liittyvät lukuun 4.2.

Työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistamista sisällöistä ja teemoista

Keskuskaupakamari, Sipola Johanna toteaa, että kaupan alan tulevaisuusselonteon esivalmisteluissa on tunnistettu hyvin ja kattavasti ne keskeiset teemat, jotka vaikuttavat kaupan alan tulevaisuuden kehitykseen. **Kaupan Liitto ry** lausuu, että ministeriön sisältöehdotuksissa on laaja-alaisesti otettu huomioon kaupan moninaisuus ja ulkoiseen toimintaympäristöön vaikuttavia globaaleja megatrendejä, joilla on merkittävä vaikutus kaupan alaan. **Teknisen Kaupan Liitto ry** katsoo, että sisältöehdotus on kaikkiaan kattava. **Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli** toteaa, että TEM:n esivalmistelussa tunnistetut trendit ovat relevantteja otettavaksi huomioon selonteossa. **Kilpailu- ja kuluttajaviraston** näkemyksen mukaan kaupan toimialan tulevaisuusselonteossa on nostettu asioita monipuolisesti esille, ja virastolla ei ole tässä vaiheessa esittää uusia sisältöehdotuksia. **Liikenne- ja viestintäministeriö** toteaa, että lausuntoon on nostettu erityisesti ministeriön hallinnon- ja toimialan kannalta olennaisia ehdotuksia ja kaupan alaan liittyviä nostoja. Lausuntopyyntöön liitteenä olevat sisältöehdotukset ovat varsin kattavia. Myös **Perheyritysten liitto ry** lausuu, että liitteessä 1 kuvatut alustavat sisältöehdotukset kattavat kokonaisuuden tarvittavan laajasti. Sisäiset painoarvot ovat muuttuneet korona-aikana siten, että digitalisaatiota hyödyntävien palveluiden yleistyminen on voimistunut selvästi tässä uudessa tilanteessa. Myös **Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna** lausuu, että ympäristöministeriön pitää hyvinä selonteon laadinnan yhteydessä mainittuja tavoitteita, joiden mukaan suomalainen kauppa on kilpailukykyinen, kehittyy ja kasvaa kestävästi. Erityisesti ekologinen ja alueidenkäyttölinen kestävyys ja niiden konkretisointi kaupan tulevaisuusselonteossa on ympäristöministeriön näkökulmasta keskeistä.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Ervasti Outi katsoo, että esitetyt sisällöt ja nostot ovat oikeansuuntaisia. **Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu** toteaa, että liitteessä 1 kuvatut alustavat sisältöehdotukset kattavat NÄE ry:n näkökulmasta kokonaisuuden kohtuullisen hyvin. **Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry** katsoo, että esivalmistelussa on hyvin tunnistettu olennaisia kaupan tulevaisuusselonteon teemoja/sisältöehdotuksia. Kuluttajakäyttäytymisen muutoksien tarkempi analyysi on paikallaan osana kaupan alan tulevaisuusselontekoa. Kuluttajien käyttäytymiseen vaikuttaa isot ilmastonmuutoksen ja digitalisaation kaltaiset megatrendit, hitaammin muuttuvat arvoihin liittyvät seikat (eettisyyden korostuminen, omistamisesta käyttöoikeuksiin siirtyminen), sekä toisaalta aivan päivittäiseen arkeen ja taloudelliseen tilanteeseen liittyvät realiteetit. Eri kuluttajasegmenttien kehitystä tulee arvioida, sillä kuluttajaryhmien välillä on eroja. **Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene** katsoo, että tulevaisuusselonteon alustavat sisältöehdotukset muodostavat toimivan kokonaisuuden. Tosin koulutuksen rooli jäi – ainakin visuaalisesti – varsin vaatimattomaksi, mikä ei vastaa todellisuutta. Kaikki liitteessä esitetyt sisältöalueet edellyttävät tutkimukseen ja koulutukseen pohjautuvaa osaamista sekä muutososaamista. **Opetushallitus, ammatillinen osaaminen** lausuu, että esivalmisteluvaiheessa tunnistetut kaupan alan rakennemuutosta eteenpäin vievät muutostekijät on tunnistettu kattavasti. Kehittämisehdotuksena olisi vahvistaa kaupan alan kehittämisen näkökulmaa osana laajempaa palveluklusteria, johon kuuluvat erityisesti ravintola-, matkailu- ja hyvinvointisektori. Toimialojen rajapinnat ja niissä tapahtuva

tuki-toiminta tulevat tiivistymään tulevaisuudessa ja tämä näkökulma voisi olla kenties vielä vahvemmin esillä tulevaisuusselonteon sisällössä. **Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB)** katsoo, että työ- ja elinkeinoministeriön esivalmistelussa tunnistetut sisältöehdotukset ovat hyvä pohja kaupan toimialan tulevaisuusselontekoon. Sisältöehdotukset ottavat huomioon monipuolisesti ulkoisen toimintaympäristön globaaleja megatrendejä, kuten digitalisaation, ilmastonmuutoksen, ja kaupungistumisen, jotka jo nyt ovat vaikuttamassa kaupan alaan. Ehdotuksena on kaupan palvelullistumisen vahvistaminen, joka liittyy myös alusta-, jakamis-, ja kiertotalouden kehitykseen. Myös kaupan yhteiskunnallinen rooli esimerkiksi kuluttajien terveellisempien tai ympäristöystävällisempien elämäntyylien tukijana ja mahdollistajana voisi olla mukana selonteossa näkyvämmiin.

Selonteon rajaamisesta

Lidl Suomi toteaa, että 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).

Digitalisaatio

Keskuskauppakamari, Sipola Johanna esittää, kaupan alan digitalisaatio ja verkkokaupan kehitys on kaupan alan tulevaisuuden kannalta keskeisimmässä asemassa. Koronakriisiepideemia on edelleen vauhdittanut kehitystä tavalla, joka on todennäköisesti käännteentekevä tulevaisuuden kannalta. Verkkokauppaa ja kaupan alan digitalisaatio ei tule käsitellä vain yhtenä osa-alueena muiden megatrendien joukossa vaan se tulee käsitellä omana osionaan. **Aalto yliopisto, Lindblom Arto** ehdottaa käsiteltävän kaupan monikanavaistumista eli rakennemuutos kivijalkakaupasta muihin muotoihin, kuten esim. verkkokauppaan, markkinapaikkoihin ja palvelualustoihin. Suurten tietomassojen (big data) roolia kaupan toimintojen hallinnassa; erityisesti asiakas- ja tuotetietojen.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry toteaa, että on itsestään selvää, että digitalisaatio on jo muuttanut kauppaa, mutta tulevaisuudessa vaikutus on vielä voimakkaampi. Tulevaisuusselonteon pitää yrittää selvittää mihin kauppa on menossa ja miten haluttaisiin, että kauppa muuttuu digitalisaation seurauksena. Ulkoistetaanko tietyt palvelut, kuten kassapalveluiden itsenäinen käyttö tai lopputuotteen kokoaminen yhä enemmän kuluttajille. Miten käy, jos kuluttaja on kykenemätön tuottamaan itselleen näitä palveluja? Syntykö uusia palveluita paikkaamaan kaupan muutoksia? Pitääkö tulevaisuudessa joidenkin kuluttajien hankkia tavaransa kaupasta ja sen lisäksi ostaa vielä lisäpalveluita, jotta pystyy ottamaan ostamansa tavarat käyttöön? Miten yhteiskunta suhtautuu tällaiseen epätasa-arvoon? Onko tämä täysin hyväksyttävää tai pitäisikö yhteiskunnan tasata tätä eroa jollain tavalla?

MTK pohtii myös, että mihin ja miten tekoälyn mahdollinen käyttö vaikuttaa? Helpottaako tekoälyn käyttö tiettyjä toimintoja kaupassa lopettamalla joitain työpaikkoja, mutta samalla luomalla uusia? Harvaan asutetussa isossa maassa kuljetuspalvelut ovat tärkeitä. Miten kauppa niitä käyttää ja muuttuvatko ne tulevaisuudessa? Ovatko esimerkiksi ”dronet” varteen otettava mahdollisuus harvalla asutetuilla seuduilla? Kaikissa muutoksissa pitää muistaa, että löytyy kuluttajia, joille digiloikka on vaikea tai jopa mahdoton. Miten he pystyvät jatkossa ostamaan kaiken tarpeellisen? Onko vuonna 2030 enää lainkaan käytössä fyysistä rahaa? Miten maksut silloin hoidetaan? Tiedämme, että nuorisolle ei välttämättä synny rahan ymmärrystä yhtä

helposti, jos he käyttävät pelkästään maksukortteja tai maksusovelluksia. Miten lapset tulevaisuudessa oppivat ymmärtämään rahan arvon ja ylikuluttamisen riskit? Kenen vastuulla tämä on? Kauppa on tässä edelläkävijä ja jo nyt koronakriisin aikana on erikoiskauppoja, jotka eivät halunneet ottaa vastaan fyysistä rahaa. Fyysisen rahan käyttö on myös etenkin pienelle erikoiskaupalle kustannus- ja turvallisuuskysymys. Onko paikkakunnalla pankkikonttori, joka ottaa käteistalletuksia vastaan? Hiukankin suuremmat rahamäärät kaupassa kasvattavat ryöstöriskiä.

Teknisen Kaupan Liitto ry toteaa, että megatrendit, kuten digitalisaatio ja ilmaston muutos vaikuttavat kaupan rakenteeseen ja muuttavat mm. työnsisältöä merkittävästi, joka vaatii uutta osaamista. Osa työtehtävistä poistuu tai ainakin vähenee merkittävästi, kuten tuotteiden rahastaminen ja asiakaspinnassa olevien ihmisten roolit, jotka muuttuvat enemmän konsultoivaan, ratkaisujen etsimisen suuntaan. Digitalisaatio helpottaa alustojen kautta palveluiden kasvavaa roolia. Tietyissä kestokulutushyödykkeissä ostamisen/omistamisen sijaan siirrytään käytöstä tai lopputuloksesta maksamiseen. Tämä voi olla kuluttajien välistä tai yritysiltä kuluttajille. Koronapandemia ja ilmaston muutos saattavat voimistaa toimitusketjujen muuttumista ja alueellisuuden korostumista. Globalisaation voittokulku saattaa siis hidastua ja protektionismi vastaavasti voimistua.

Business Finland Oy nostaa esiin, että 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 Liitto ry lausuu, että digitalisaatio luo niin mahdollisuuksia kuin myös haasteita kaupan alalla, mutta teknologia yksin ei tule takaamaan menestystä. Digitalisaatio yhdistää jokaisen kaupan – sijainnista riippumatta – globaaliin kilpailuun. Digitalisaation avulla haetaan tehokkuutta ja kilpailuetuja. Sillä voidaan mm. lyhentää ja tehostaa hankintaketjuja sekä luoda alustoja, jotka tuottavat asiakastietoa Automatisaatiolla taas voidaan tehostaa esimerkiksi logistiikka. On tärkeää tarkastella tulevaisuusselonteossa, miten suomalainen kauppa pystyy toimimaan jatkuvasti uudistuvassa toimintaympäristössä ja mitä vaikutuksia sillä on kaupan ekosysteemiin.

Suomalainen vähittäiskauppa toimii nykyisin yhä monikanavaisemmin. Digitalisaatio ja globalisaatio ovat muuttaneet asiakkaiden ostokäyttäytymistä ja lisänneet esimerkiksi verkkokauppojen määrää. Kaupan alan rakennemuutos on näkynyt muun muassa siinä, että monien perinteisten kaupan alan toimijoiden kannattavuus on heikentynyt tai ne ovat poistuneet markkinoilta kokonaan (mm. monien kivijalkaliikkeiden ja tavaratalojen vaikeudet sekä Anttila- ja Tiimari-ketjujen konkurssit). Lisäksi päivittäistavarakaupan myynti on jo pitkään keskittynyt isoihin myymälöihin ja etenkin ulkomaisten verkkokauppojen suosio on lisääntynyt suomalaisten kuluttajien keskuudessa. Kaupan alan rakennemuutosta käsittelevässä osiossa on hyvä ottaa huomioon myös seuraavat keskeiset ilmiöt: suomalaisen päivittäistavarakaupan ketjuuntuminen, ”suuruuden ekonomia” sekä kansainvälisen erikoiskaupan ja verkkokaupan alalle tuoma globaali kilpailu.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katrin mukaan selonteon tulee ottaa kantaa verkkokaupan ja logistiikan kansalliseen kehittämiseen. Verkkokaupat ovat tulleet jäädäkseen,

mutta tällä hetkellä suomalaiset suosivat kotimaisten verkkokauppojen sijaan ulkomaisia verkkokauppoja. Vastaavasti tällä hetkellä vain harvat suomalaiset verkkokaupat toimivat EU:n sisämarkkinoilla. Yksi syy löytyy kielimuurista. Selonteossa tulisikin selvittää erilaisia vaihtoehtoja, miten suomalaisia toimijoita voidaan tukea ja auttaa esimerkiksi kansainvälisten asiakkaiden vaatimukset täyttävien verkkosivujen tekemisessä. Kotimaisen verkkokaupan kehittäminen edistäisi samalla myös suomalaista tuotantoa ja työllisyyttä luoden välillisiä työpaikkoja muille toimialoille.

PAM:n näkemyksen mukaan pelkkien verkkosivujen tai valikoimien kehittäminen ei kuitenkaan riitä. Jotta suomalaisesta verkkokaupasta saataisiin kansainvälisesti houkutteleva, suomalaisten tahojen on myös panostettava logistiikkaan. Valitettavan usein suomalaisen verkkokaupan heikkoudet kilpistyvät usein heikkoon logistiikkaan ja pitkiin toimitusaikoihin. Tämä on omiaan heikentämään asiakaskokemusta ja houkuttelevuutta. Tästä syystä on tärkeää, että selonteossa tarkastellaan myös kaupan alan logistisia ratkaisuja (ml. varastointi) sekä ennakoidaan niissä tapahtuvia muutoksia seuraavan kymmenen vuoden aikana.

Tampereen yliopisto toteaa, että Suomen kaupan alan rakenne ja siihen liittyvä kulttuuri uusiutuu uusien toimijoiden kautta. Sekä uudet verkkokaupat että digitaaliseen infrastruktuuriin liittyviä palveluja tarjoavat yritykset ovat olennainen osa uutta kaupan rakennetta. Verkkokaupalla ja sen digitaalisella infrastruktuurilla on tärkeä rooli kaupan alan uudistajana Suomessa, jonka pitäisi mielestämme näkyä selonteossa enemmän. Tämä siksi, että näistä toimijoista voi löytyä myös hyvin merkittävää kansainvälistä vientipotentiaalia joko perinteisen kaupan toimialan tai siihen liittyvän digitaalisen ja teknologisen osaamisen näkökulmasta. On myös tärkeää, että kaupan alan uudet toimijat saavat äänensä riittävästi kuuluviin kaupan alan tulevaisuudennäkymiä käsittelevässä keskustelussa.

Teknisen Kaupan Liitto ry lausuu, että megatrendit, kuten digitalisaatio ja ilmaston muutos vaikuttavat kaupan rakenteeseen ja muuttavat mm. työnsisältöä merkittävästi, joka vaatii uutta osaamista. Digitalisaatio helpottaa alustojen kautta palveluiden kasvavaa roolia.

Keskuskauppakamari, Johanna Sipola katsoo, että kaupan tulevaisuudessa yksi suurimpia muutoksen kohteita ja kilpailukyvyn tekijöitä on logistiikka. Logistiikka liittyy keskeisesti verkkokaupan kehitykseen ja toivomme aiheelle näkyvää käsittelyä selonteossa.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri esittää, että selonteon tulee ottaa kantaa verkkokaupan ja logistiikan kansalliseen kehittämiseen. Verkkokaupat ovat tulleet jäädäkseen, mutta tällä hetkellä suomalaiset suosivat kotimaisten verkkokauppojen sijaan ulkomaisia verkkokauppoja. Vastaavasti tällä hetkellä vain harvat suomalaiset verkkokaupat toimivat EU:n sisämarkkinoilla. Yksi syy löytyy kielimuurista. Selonteossa tulisikin selvittää erilaisia vaihtoehtoja, miten suomalaisia toimijoita voidaan tukea ja auttaa esimerkiksi kansainvälisten asiakkaiden vaatimukset täyttävien verkkosivujen tekemisessä. Kotimaisen verkkokaupan kehittäminen edistäisi samalla myös suomalaista tuotantoa ja työllisyyttä luoden välillisiä työpaikkoja muille toimialoille.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katrin näkemyksen mukaan pelkkien verkkosivujen tai valikoimien kehittäminen ei kuitenkaan riitä. Jotta suomalaisesta verkkokaupasta saataisiin kansainvälisesti houkutteleva, suomalaisten tahojen on myös panostettava logistiikkaan. Valitettavan usein suomalaisen verkkokaupan heikkoudet kilpistyvät usein heikkoon logistiikkaan ja pitkiin toimitusaikoihin. Tämä on omiaan heikentämään asiakaskokemusta ja houkuttelevuutta. Tästä syystä on tärkeää, että selonteossa

tarkastellaan myös kaupan alan logistisia ratkaisuja (ml. varastointi) sekä ennakoidaan niissä tapahtuvia muutoksia seuraavan kymmenen vuoden aikana.

Yritysvastuu, kestävä kauppa ja ilmastonmuutos

Kaupan Liitto ry esittää, että selonteossa tulisi tarkastella laaja-alaisesti kaupan vastuullisuustyötä – sekä nykyisen tekemisen pohjana, että tulevaisuuden mahdollisuuksien näkökulmasta. Yrityksille vastuullisuus on lainsäädännön ylittävää, hyvää työnantajuutta korostavaa, kestävä kehityksen mukaista toimintaa. Erityisinä painopisteinä voidaan tarkastella kaupan roolia elinkeinoelämän suurimpana työllistäjänä, monimuotoisena ja monipuolisten mahdollisuuksien tarjoajana, samoin toimialan työtä kestävä arjen rakentajana. Miljoonat kansalaiset käyvät päivittäin kaupassa, ja kauppa voi omilla valinnoillaan ohjata kuluttajaa kohti kestävämpiä ja vastuullisempia valintoja. Kiinnostavat brändit ja vastuullisesti toimiva kauppa voivat olla vetovoimatekijöitä paitsi yksittäisen yrityksen ja toimialan, myös Suomen maakuvan näkökulmasta.

Maa- ja metsätalousministeriö tuo esille, että vastuullisuuden merkitys kasvaa – koko tuotantoketjun hyvinvointi, ilmasto, ympäristö, sosiaalinen vastuu. Huoltovarmuus kriisitilanteissa. Ilmastopolitiikan vaikutukset kauppaan – pysähtyykö globalisaatio ja paikallistalous nousee. Suhtautuminen kulutukseen – ostopäätös on viesti ja tyydyttää myös sosiaalisia tarpeita.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry nostaa esiin, että kaupan alalla on suuret mahdollisuudet helpottaa kuluttajia tekemään kestäviä kulutusvalintoja. Kestäväan kulutukseen kannustamista ja esimerkiksi asiakkaiden omien kulutustietojen hyödyntämistä heidän itsensä hyväksi, kestävien valintojen tekemistä ensisijaisiksi ja helpoiksi sekä kohtuuhintaisiksi kuluttajille voisi selonteossa myös tarkastella.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry toteaa, että kaupan pitää kaikissa toiminnoissaan miettiä edelleen myös hiilijalanjälkeä ja ympäristöä. Onko kuluttajille verkkokaupassa annettu ilmainen palautusoikeus ilmastonmuutoksen näkökannalta ok? Tiedämme, että tietyt ulkomaalaiset verkkokaupat tuhoavat palautetut tuotteensa, koska se on heille halvin vaihtoehto. Tämä ei ole ekologisesti kestävä ratkaisu. Suomessa keskustellaan paljon ruuan ja ruokavalintojen ilmastovaikutuksista, mutta emme juurikaan keskustele halvan, ns. kertakäyttömuodin tai halvan helposti rikkoutuvan tekniikan ilmastovaikutuksista. Kaupalla on tässäkin asiassa vastuunsa. Ruuassa jäljitettävyyden ja alkuperätieto ovat kilpailuvaltteja. Voitaisiinko muidenkin tuotteiden kohdalla antaa kuluttajille helposti samanlaisia tietoja? Miten ja minkälaisissa olosuhteissa tuote on valmistettu? Onko säästetty vettä?

Kaupan Liitto ry nostaa esiin, että ilmastonmuutos ja ympäristötietoisuus vaikuttavat kansalaisten ja kuluttajien asenteisiin ja valintoihin ja haastavat kauppaa toimimaan entistäkin vastuullisemmin. Toimiala onkin mukana useissa vapaaehtoisuuteen pohjaavissa sopimuksissa ja hankkeissa, joilla edistetään esimerkiksi muovin ja ruokahävikin vähentämistä sekä energia- ja materiaalitehokkuutta. Ympäristövaikutusten vähentämisen ohella kaupan yritykset kehittävät muun muassa tuotantoon ja työntekijöiden kohteluun kohdistuvaa valvontaa riskimaissa. Kansainvälisen kilpailun viitekehityksessä kauppa kiinnittää erityistä huomiota ympäristönäkökulmien lisäksi mm. tuoteturvallisuuteen ja yksityisyyden suojaan. Myös vastuullisuuden viitekehityksessä on muistettava, että suomalainen kauppa on osana kovaa kansainvälistä kilpailua. Globaaleihin ongelmiin tuleekin etsiä ratkaisuja kansainväliseen ja

EU-tasoiseen yhteistyöhön panostamalla. Näin vältetään myös sisämarkkinoiden fragmentoituminen ja kansallisen kilpailuasetelman heikentyminen.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katrin näkemyksen mukaan selonteossa tulee ottaa kantaa ympäristöasioiden osalta toimialan hiilineutraalisuuteen sekä vastuullisuuteen. Näiden asioiden mukaan ottamista puoltaa parhailaan meneillä oleva TEM:n koordinoima eri toimialojen vähähiilisyys- ja ympäristöasioiden tahtokirja. Lisäksi kestävä kulutus on todettu korostuvan asiakkaiden arvoissa ja ostokäyttäytymisessä. Yhä useammat asiakkaat haluavat myös tuottajien ja kaupan tarjoavan heille nykyistä paremmat mahdollisuudet kestäviin valintoihin ja kierrätykseen. On myös todennäköistä, että kaupan alalla ympäristöosaamisen tarve kasvaa, kun kierrätys muuttuu tavaroiden kierrätyksestä raaka-aineen kierrätykseksi.

Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna toteaa, että erityisesti ekologinen ja alueidenkäyttölinen kestävyys ja niiden konkretisointi kaupan tulevaisuusselonteossa on ympäristöministeriön näkökulmasta keskeistä. On hyvä, että ilmastonmuutos, yritys- ja ympäristövastuu sekä kiertotalous ja jakamis- ja alustatalous on tunnistettu TEM:n esivalmistelussa tärkeiksi tekijöiksi. Ilmastonmuutoksen hillitsemis- ja sopeutumistoimet sekä luonnon monimuotoisuuden häviämisen pysäyttäminen ovat hallitusohjelmamme ja ylipäätään kestävä tulevaisuuden keskeisiä tavoitteita, joiden tulisi heijastua myös kaupan alan tulevaisuusselontekoon. Olennaista on luonnonvarojen kestävä käyttö ja mm. kulutuksen painopisteen siirtäminen materiaalisesta kulutuksesta palvelujen kulutukseen, resurssitehokkuus sekä tuotteiden elinkaaren aikaisten ympäristövaikutusten minimointi. Kaupan alalla on tärkeä rooli, kun siirrytään nykyistä kestävämpiin kulutus- ja tuotantotapoihin.

Kiertotalous ja sen ratkaisut, mukaan lukien jakamistalous, tarjoavat konkreettisia keinoja edistää kestäviä kulutus- ja tuotantotapoja ja pyrkii saamaan ne maapallon kantokyvyn rajoihin. Kiertotalous tarkoittaa käytännössä sitä, että tuotteiden käyttöikä pidennetään ja materiaalit pidetään käytössä mahdollisimman pitkään säilyttäen ja lisäten niiden arvoa. Kertakäyttökulutuksen sijaan tavaroita ja raaka-aineita jaetaan, vuokrataan, korjataan, päivitetään sekä uudelleenkäytetään ja kierrätetään. Uudet, palveluihin ja vuokraukseen perustuvat liiketoimintamallit, joissa tuotteen omistajuus ja siten sen huoltaminen ja käyttöikä pidetään säilyvät tuottajalla tai muulla kaupan alan toimijalla ovat tärkeitä uusia avauksia. Digitaalinen tekniikka ja alustatalous tarjoavat mahdollisuuksia ja sujuvoittavat siirtymistä uusiin kulutuksen ja kaupan malleihin. Konkreettisenä esimerkkinä on lainaus- ja vuokrauspalvelujen sekä toisaalta korjaus- ja huoltopalvelujen lisääntyvä kysyntä ja tarjonta. Myös jakamistalouden mallit tulisi ottaa huomioon ja etsiä ratkaisuja niiden helpottamiseksi ja houkuttelevuuden lisäämiseksi. Esimerkkinä voisi olla erilaiset tiettyjen jäsenetujen muodossa tulevat yhteiskäyttötuotteet tietyille ryhmille esim. asukasyhdistyksen tms. jäsenyyden myötä vuokrausoikeus / alennus koneisiin, peräkärryihin, ruohonleikkureihin tms. kestokulutustuotteisiin. Tai toimistotilojen tarjoaminen käyttöön yms. Kaupan alan tulevaisuusselonteossa tulisi ottaa huomioon nämä uudet toimintatavat kulutuksen ja tarjonnan osalta: uusia liiketoimintamalleja, palvelujen lisäämistä, huolto- ja korjaustoimintaa sekä jakamistalouden mahdollisuuksia.

Tuotteiden osalta keskeisessä roolissa on kestävä tuotesuunnittelu, koska sillä voidaan vaikuttaa jopa 80 prosenttiin tuotteen koko elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista. Tavoitteena tulisi olla, että tuotteista tehdään: kestäviä ja pitkäikäisiä, korjattavia ja huollettavia varaosineen, päivitettäviä ja muunneltavia, uudelleenkäytettäviä, turvallisesti kierrätettäviä materiaaleineen. Näillä ja muilla toimilla voidaan pienentää tuotteiden hiili- ja

ympäristöjalanjälkeä, lisätä niiden resurssi- ja energiatehokkuutta sekä kierrätysraaka-aineiden osuutta tuotteissa ja vähentää haitallisia aineita uusissa tuotteissa sekä saada niitä pois kierroista.

Kaupan alan tulevaisuusselonteossa tulisi ottaa huomioon, että sisäänostoissa ja liiketoimintamalleissa olisi huomioitava tuotteiden kestävyys, korjattavuus ja huollettavuus, varaosien tarjonta sekä ylipäättään koko tuotteen arvoketju. Sisäänostovalinnoissa tulisi painottaa kestäviä ja kiertotalouden mukaisia tuotteita pienine ympäristövaikutuksineen. Voisiko liiketoimintamalli ja arvonlisä perustua tuotteiden mahdollisimman suuren myynnin sijaan laatuun, korjaamiseen ja huoltamiseen tai jakamiseen sekä uudelleenkäyttöön? Joillakin erikoisliikkeillä on jo nyt second hand –myyntiä uusien tuotteiden myynnin rinnalla, sen lisäksi että ne ovat profiloituneet kestävyteen ja eettisyyteen. Osa tuottajista ja kaupan alan liikkeistä myös korjaavat tuotteita ja/tai myyvät niitä korjauksen jälkeen uudelleenkäyttöön. Vaatesektorilla on myös vuokrausliiketoimintaa perusliiketoimintana. Lisäksi tulee muistaa materiaalien kierrätys ja esimerkiksi poistotekstiilien erilliskeräys käynnistyy Suomessa hallitusohjelman mukaisesti jo vuoden 2023 loppuun mennessä sekä muissa EU-maissa vuoden 2024 loppuun mennessä. Minkälainen rooli erilaisilla kierrätysjakeilla ja esimerkiksi niiden vastaanotolla voisi olla kaupan alan tulevaisuusselonteossa?

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) viittaa mm. alusta-, jakamis- ja kiertotalouteen, joihin liittyvät keskeisenä ilmiönä kuluttajien välinen kauppa ja käytetyn tavaran kauppa. Ylipäättään se, miten kuluttajat jatkossa suhtautuvat uuden tavaran ostamiseen verrattuna käytetyn tavaran ostamiseen, saattaa olla muutoksen kohteena. Tämä on luonnollisesti iso kysymys kaupan alalle, jonka ansaintalogiikka lähtökohtaisesti perustuu uuden tavaran myynnistä saatavaan katteeseen. Edellä mainitut kaupan alan ilmiöt voisi mainita selonteossa eksplisiittisemmin. Näistä teemoista on tehty tutkimusta ja käyty keskustelua myös kaupan alan tieteellisissä lehdissä.

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) mukaan yksi näkökulma, joka ehdotuksissa saa mielestämme pienen painoarvon on kaupan palvelullistuminen. Se on mainittu ”kauppojen välittämät palvelut” -teemana erityiskysymyksien yhteydessä. Mielestämme kaupan palvelullistuminen ansaitsisi enemmän painoarvoa selonteossa. Tämä kehitys liittyy myös alusta-, jakamis-, ja kiertotalouden kehitykseen. Kaupasta on entistä enemmän tulossa alusta erilaisten palvelujen välittämiseen, ja erityisesti uuden tavaran myymisen rooli on muutoksessa. Kuluttajakäyttäytymisen globaali trendi on muutos omistamisesta käyttöoikeuteen, joka näkyy siirtymänä pois tuotteiden ostamisesta kohti erilaisia palveluja (esim. liikenne palveluna, vaatteet palveluna, asuminen palveluna). Muutos kuluttajien arvoissa kohti ympäristöystävällisyyden korostumista vahvistaa tätä kehitystä. Myös ruokaan liittyvät palvelut ovat lisääntymässä. Tästä esimerkkinä on viimeisten vuosien aikana käyty keskustelu ruokakaupan ja ravintolan välisen rajapinnan hämärtymisestä. Tämä kehitys on jo arkipäivää sekä kotimassa että ulkomailla.

Teknisen Kaupan Liitto ry toteaa, että megatrendit kuten digitalisaatio ja ilmastonmuutos vaikuttavat kaupan rakenteeseen ja muuttavat mm. työnsisältöä merkittävästi, joka vaatii uutta osaamista. Osa työtehtävistä poistuu tai ainakin merkittävästi vähenee kuten tuotteiden rahastaminen ja asiakaspinnassa olevien ihmisten rooli muuttuu enemmän konsultoivaan, ratkaisujen etsimisen suuntaan. Digitalisaatio helpottaa alustojen kautta palveluiden kasvavaa roolia. Tietyissä kestokulutushyödykkeissä ostamisen/omistamisen sijaan siirrytään käytöstä tai lopputuloksesta maksamiseen. Tämä voi olla kuluttajien - tai yritysten ja kuluttajien välistä.

Koronapandemia ja ilmaston muutos saattavat voimistaa toimitusketjujen muuttumista ja alueellisuuden korostumista. Globalisaation voittokulku saattaa siis hidastua ja protektionismi vastaavasti voimistua.

Kuluttajakäyttäytymisen muutos

Suomen Yrittäjät ry nostaa esiin kuluttajakäyttäytymisen ja kaupan rakenteen muutokset. Erityisesti kuluttajilla on mahdollisuuksia aikaan ja paikkaan sitomatta kuluttaa ja tehdä ostopäätöksiä. Tästä syystä on tärkeää, että kuluttajakäyttäytymisen muutoksia ja niiden syitä tarkastellaan riittävällä tarkkuudella lopullisessa selonteossa. Tähän liittyy oleellisena osana myös markkinoiden tilanne, yritysten välinen kilpailu sekä toimintaa ohjaava sääntely.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry katsoo, että kuluttajakäyttäytymisen muutoksien tarkempi analyysi on paikallaan osana kaupan alan tulevaisuusselontekoa. Kuluttajien käyttäytymiseen vaikuttaa isot ilmastonmuutoksen ja digitalisaation kaltaiset megatrendit, hitaammin muuttuvat arvoihin liittyvät seikat (eettisyyden korostuminen, omistamisesta käyttöoikeuksiin siirtyminen), sekä toisaalta aivan päivittäiseen arkeen ja taloudelliseen tilanteeseen liittyvät realiteetit. Eri kuluttajasegmenttien kehitystä tulee arvioida sillä kuluttajaryhmien välillä on eroja.

Kaupan Liitto ry nostaa esille, että selonteon aikaperspektiivi on pitkä ja on tärkeää myös miettiä, miten kuluttaja on muuttunut ja todennäköisesti muuttuu seuraavien vuosikymmenten aikana. Eri ikäryhmien arvot ja asenteet voivat ennakoida tulevia kulutustrendejä, ja siksi on tärkeää, että saamme niistä lisää tietoa. Esim. monet kansainväliset pikamuotikonseptit on luotu 10–15 vuotta sitten milleniaaleille. Z-sukupolvi voi kuitenkin olla arvomaailmaltaan erilainen, eikä milleniaaleille luotu konsepti pure heihin. Samalla monen maan väestörakenne vanhenee ja yli 45-vuotiailla on usein paras ostovoima. On tärkeää arvioida, miten väestön vanheneminen osataan hyödyntää tulevaisuuden kaupassa ja koko yhteiskunnassa.

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) mukaan yksi näkökulma, joka ehdotuksissa saa mielestämme pienen painoarvon on kaupan palvelullistuminen. Se on mainittu ”kauppojen välittämät palvelut” -teemana erityiskysymyksiin yhteydessä. Mielestämme kaupan palvelullistuminen ansaitsisi enemmän painoarvoa selonteossa. Tämä kehitys liittyy myös alusta-, jakamis-, ja kiertotalouden kehitykseen. Kaupasta on entistä enemmän tulossa alusta erilaisten palvelujen välittämiseen, ja erityisesti uuden tavaran myymisen rooli on muutoksessa. Kuluttajakäyttäytymisen globaali trendi on muutos omistamisesta käyttöoikeuteen, joka näkyy siirtymänä pois tuotteiden ostamisesta kohti erilaisia palveluja (esim. liikenne palveluna, vaatteet palveluna, asuminen palveluna). Muutos kuluttajien arvoissa kohti ympäristöystävällisyyden korostumista vahvistaa tätä kehitystä. Myös ruokaan liittyvät palvelut ovat lisääntymässä. Tästä esimerkkinä on viimeisten vuosien aikana käyty keskustelu ruokakaupan ja ravintolan välisen rajapinnan hämärtymisestä. Tämä kehitys on jo arkipäivää sekä kotimassa että ulkomailla.

Myös kaupan yhteiskunnallinen rooli esimerkiksi kuluttajien terveellisempien tai ympäristöystävällisempien elämäntyylien tukijana ja mahdollistajana voisi olla mukana selonteossa näkyvämmiin. Kaupan alan yrityksillä on kanta-asiakasjärjestelmiä, jotka mahdollistavat automaattisen tiedonkeruun. Järjestelmien avulla saadaan tietoa kotitalouksien ruokavaliosta, totumuksista ja preferensseistä. Kaupan alan mobiilisovellukset voivat tukea kuluttajan arkea ja helpottaa ”hyvien” valintojen tekemistä, kuten hiilijalanjälkimittarit tai

kotimaisuusastemittarit päivittäistavarakaupassa jo tekevät. Tämä kehitys liittyy asiakastiedolla palveluun: kaupan mahdollisuus luoda keräämästään asiakastiedosta asiakkaalle relevantteja palveluja. Tästä on jo Suomessa hyviä esimerkkejä erityisesti mobiilipalveluissa ja tämä kehitys tulee jatkumaan.

Tampereen yliopisto tuo esille, että asiakaskokemus on ydinkäsite, kun tarkastellaan kaupan alan yritysten kilpailukykyä ja kilpailuetua asiakkaiden näkökulmasta (Grewal ym. 2017). Asiakaskokemuksen kehittäminen ja johtaminen ovat myös suomalaisen kaupan tulevaisuuden kannalta olennaisia asioita, jotka voisivat näkyä selonteossa selkeänä teemana, jotka yhdistävät kuluttajakäyttäytymisen muutoksen, asiakaslähtöisyyden ja monet muutkin selonteossa tunnistetut teemat asiakkaiden näkökulmasta.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli lausuu, että päivittäistavaroiden tukku- ja vähittäiskauppa ovat tärkeä osa elintarvikeketjua. Elintarvikeketjun eri osapuolet; alkutuotanto, elintarviketeollisuus, tukku- ja vähittäiskauppa, sekä nämä yhdistävä logistiikka, muodostavat ekosysteemin, jossa kaikki ovat riippuvaisia toisistaan. Koronaepidemian aiheuttama poikkeustila on viimeistään tuonut näkyväksi elintarvikeketjun keskinäisriippuvuuden ja tärkeän roolin Suomen huoltovarmuudelle. Kuluttaja on elintarviketeollisuuden ja kaupan toiminnan keskiössä. Suomalaiset arvostavat ja haluavat kuluttaa suomalaisia elintarvikkeita. Kuluttajien ostovoima ja sen ylläpitäminen ovat ratkaisevia koko elintarvikeketjun kannalta. Kuluttajalle on myös tarjottava mahdollisuus tehdä kestäviä valintoja. Elintarvikeketjussa kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää kaikkien toimijoiden yhteistyötä. Suomen pienestä ja keskittyneestä markkinasta sekä vasta kehittyvästä verkkokauppamarkkinasta johtuen elintarviketeollisuuden taloudellinen riippuvuus suhteessa Suomessa toimiviin päivittäistavarakaupanyrityksiin on eurooppalaisittain korkea. Keskittyntä ja pitkälle vertikaalisesti integroitunutta päivittäistavaroiden tukku- ja vähittäiskauppaa on kyettävä kehittämään kilpailullisesti ja helpottaa uusien yritysten markkinoillepääsyä. Digitalisoitumisen myötä myös kuluttajan itsenäisen valinnan säilymiseen on kiinnitettävä erityistä huomiota.

Business Finland Oy toteaa, että 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 Finland Oy:n 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.

Aalto yliopisto, Lindblom Arto nostaa esiin kulutusasenteet ja kuluttamisen sisällön sekä niiden muuttumisen. Esimerkiksi sukupolvien erot kuluttamisessa ja suhtautumisessa

kuluttamiseen sekä kuluttajien keskinäisen vertaiskaupan ja jakamistalouden. **Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Ervasti Outi** lausuu, että kaupan toimialan kehittymistä tulee seurata säännöllisesti ja reaaliajassa. **EK** lisää nostona kaupan toimialan tilastoinnin kehittämisen ja säännöllisten kansainvälisten vertailujen tekemisen mm. kuluttajakäyttäytymisen, kaupan ja kaupan toimintaympäristön kehityksen eri verrokkimaissa.

Aluekehitys ja huoltovarmuus

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry tuo esille, koronakriisin aikana olemme nähneet, että kaupunki ei ehkä ole paras paikka olla ”lockdown -tilassa”. Olemme tehneet digiloikan etätöiden tekemisen suhteen ja tämä voi johtaa siihen, että ihmiset haluavat muuttaa enenevässä määrin pienemmille paikkakunnille. On ehkä myös huomattu, että tämän kaltaisessa kriisissä yhteiskunta on vähemmän haavoittuva, jos koko maa on (harvaan) asutettuna. Ihmiset eivät kuitenkaan halua asua paikkakunnilla, joissa ei ole palveluja. Toimiva päivittäistavarakauppa tuo kylille ihmisiä, jotka kuluttavat myös muita palveluja ja siten luovat lisää työpaikkoja. Tässä mielessä päivittäistavarakauppa on kaupungistumisen hidastumisen tai pysähtymisen keskiössä. Valtio tukee jo tietyillä ehdoilla syrjäseutujen päivittäistavarakauppoja. **Aalto yliopisto, Lindblom Arto** nostaa esiin väestön muutoksen ja muuttoliikkeen, kotitalouksien eri rakenteet ja niiden vaikutukset ostovoimien ja kulutuskysynnän kehittymiseen (tai taantumiseen).

Suomen Yrittäjät ry pitää tärkeänä, että käsitellään myös elinvoimaisia kaupunkikeskustoja sekä niiden ohjaamista ja sääntelyä. Erikoiskaupalla, kahviloilla ja palveluilla on elinvoimaisuuden luomisessa ja säilyttämisessä erityinen asema, minkä vuoksi kaupunkien keskustojen elinvoimaisuuden tukemista tulisi arvioida myös kaupan rakenteen kannalta ja huomioida sen osalta pienten yritysten erityinen merkitys.

Kaupan Liitto ry esittää, että selonteossa tulisi tarkastella myös kaupungistumisen kehitystä Suomessa, tehtävä siitä aiheutuvien vaikutusten arviointi ja otettava ne huomioon. Globaali kehitys on toteutu-massa myös Suomessa ja alueiden kehityksen polarisoituminen on etenemässä. Erilaiset aluekehityksen trendit Suomen sisällä antavat hyvin erilaisia mahdollisuuksia kaupan toiminnalle – kaupan rooli korostuu niin maaseudulla kuin kaupungeissa mutta ne tarvitsevat hyvinkin erilaisia toimia pärjätäkseen erilaisissa olosuhteissa riippuen alueen väestörakenteesta. Elinvoimaiset kaupunkikeskukset edellyttävät kaupan ja palveluiden saatavuutta keskustarakenteesta. Erikoiskaupalla, kahviloilla ja palveluilla on elinvoimaisuuden luomisessa ja säilyttämisessä erityinen asema, joten kaupunkien keskustojen elinvoimaisuuden tukemista tulisi arvioida myös kaupan rakenteen kannalta ja huomioida siinä kaupan alan yritysten erityinen merkitys.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry toteaa, että kaupan palveluiden saatavuus ja saavutettavuus kaikkialla Suomessa on tärkeää turvata. Palveluiden ja kaupan digitalisaatiokehityksen edetessä olisi selonteossa hyvä tarkastella toimia, joilla kaikille kuluttajille ja erityisesti ns. heikoille kuluttajaryhmille turvataan mahdollisuudet asiointiin helposti.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry katsoo, että myös kaavoitus on tärkeä. Haluaako kuluttaja tulevaisuudessa viettää aikaansa jättimäisissä ostoskeskuksissa vai ostaa palveluita ja tavaroita kaupunkien keskustoista? Onko ilmastomuutoksen kannalta järkevää mennä autolla ostoskeskukseen? Keski-Euroopassa ollaan jo elvyttämässä kaupunkien vanhoja

keskustoja, mutta Suomessa olemme edelleen rakentamassa jättimäisiä ostoskeskuksia. Muuttaako korona ihmisten käytöstä tässäkin mielessä? Halutaanko tulevaisuudessa mieluummin käydä pienessä kaupassa, jossa ei ole monta ihmistä kerralla vai asioida isojen ostoskeskusten ihmistungoksessa?

Kaupunkien keskustojen kivijalkaliikkeet kärsivät tällä hetkellä, koska asiakasvirrat ovat muualla. Pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta kaupunkien ja taajamien keskustoissa löytyy tyhjää tilaa. Erittäin suureksi ongelmaksi tämä muuttuu niiden yrittäjien kohdalla, jotka omistavat omat toimitilansa. Kivijalkaliikkeet, jotka toimivat vuokratiloissa voivat helposti muuttaa muualle. Jos omistat toimitilasi, asia on monimutkaisempi. On erittäin vaikeaa myydä kivijalkaliiketila tyhjentävästä keskustasta. Keskustojen kerrostalojen katutasossa on usein toimitiloja. Asiakasvirtojen muuttumista ei oteta huomioon kiinteistöveroissa. Näissä taloissa on yleensä korkeahko kiinteistövero ja useimmiten asunto-osakeyhtiön sääntöjen mukaan liikekiinteistö maksaa isomman osan talon kustannuksista eli isomman osan myös kiinteistöveroista. Tämä rasittaa erityisesti vaatimattoman liikevaihdon omaavia pieniä erikoiskauppoja.

Maa- ja metsätalousministeriö toteaa, että keskeistä on elintarvikeketjun toimivuus tuottajalta kuluttajalle ja kaupan ”portinvartijan” asema tässä ketjussa. Toinen näkökulma on maaseutualueiden palvelut. Maaseudulla sijaitsevien kyläkauppojen rooli monipuolisina palvelun tarjoajina asukkaille ja yrittäjille, tulee kasvamaan tulevaisuudessa. Jo nykyisellään usealla kyläkaupalla on esim. posti-, veikkaus ja käteisnostopalvelut. Tulevaisuudessa voi ajatella, että kaupasta löytyy monipuolinen valikoima niin kaupallisia kuin myös julkisia palveluita. Kyläkaupoista voidaan puhua enemmän monipalvelupisteinä ja ne vahvistavat alueiden elinvoimaisuutta.

Huoltovarmuuskeskus esittää erityiskysymyksenä nostettavaksi selontekoon yhtenä näkökulmana kaupan toiminnan jatkuvuuden sekä toimintavarmuuden kaikissa tilanteissa. Toiminnan jatkuvuudella tarkoitetaan toimijoiden kykyä jatkaa tuotteiden ja palvelujen toimittamista hyväksytyllä ennalta määritellyllä tasolla mahdollisen ilmenneen häiriön jälkeen. Erityisesti päivittäistavara-kaupan toiminnan jatkuvuudella on suuri merkitys kansalaisten ruokahuollon ja kriittisten peruspalveluiden saatavuudessa häiriötilanteissa sekä poikkeusoloissa.

Työvoima, osaaminen ja koulutus

Keskuskauppakamari, Johanna Sipola esittää, että osaaminen ja osaavan työvoiman saatavuus tulevaisuudessa tulee yleisestikin selonteossa nostaa keskeiseen asemaan. Erityisesti digitaalisen liiketoiminnan osaajien tarve kasvaa. Uusien, kehittyvien digitaalisten tarve tulee ottaa huomioon kaupan alan koulutuksen sisällöissä. Osaamiseen liittyen tulee tarkastella myös kaupan elämyksellisyyden ja palveluiden lisääntymisen vaikutuksia kaupan alan osaamistarpeisiin ja rajapintoihin eri ammattiryhmien kanssa.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri esittää, että selonteossa tulee selvittää erilaisia keinoja kohtaanto-ongelman ratkaisemiseksi. Monet palvelualat, kuten kauppa, kärsivät osaavan työvoiman puutteesta sekä työntekijöiden vaihtuvuudesta. Osalle työntekijöistä esimerkiksi kauppojen aukioloaikojen laajentumisen myötä yleistyneiden yö- ja viikonlopputöiden tekeminen saattaa olla mahdotonta.

Kaupan Liitto ry toteaa, että kaupalla on suuri merkitys työllisyyden näkökulmasta myös tulevaisuudessa. Kaupan yhtenä haasteena on pysyä vetovoimaisena urapolkuna nuorille, varsinkin jos ennakoidaan, että vähittäiskaupassa kauppojen lukumäärä vähenee. Kaupan vetovoimatekijöitä tulee entistä paremmin tunnistaa ja huomioida niissä tulevaisuuden muutostarpeet. Erilaisten työtehtävien kirjo kaupan alalla on valtava perusammattitehtävistä eritasoisiin esimies-, asiantuntija- ja johtotehtäviin. Laajan ja laadukkaan koulutuskokonaisuuden varmistaminen kaupan alan tutkinnoissa tukee osaltaan kaupan alan vetovoimaisuutta ja on tärkeää myös paneutua niihin toimenpiteisiin, joilla kaupan alaan liittyvän yliopistokoulutuksen puutteita voidaan korjata.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry lausuu, että kaupan alalla tehdään paljon osa-aikaista työtä. Monet työntekijät eivät saa toimeentulonsa turvaamiseksi riittävästi työtunteja. Julkisessa keskustelussa korostetaan usein niitä työntekijöitä, jotka haluavat tehdä satunnaisia tai harvoja työkeikkoja nollatuntisopimuksen pohjalta. Sen sijaan vakiintunutta elämää elävä ihminen, jolla on aitoja vastuita omasta ja perheensä toimeentulosta, asumisesta ja hyvinvoinnista, kohtaa usein toimeentulovaikeuksia tuntipohjaisten sopimusten tarjoamilla ansioilla. Tavoitteena tulee olla mahdollistaa kokoaikatyö sitä haluaville. Työehdot ja palkkaus yhdessä työn ja perheen yhteensovittamisen vaikeuksien kanssa ovat merkittävimmät syyt kaupan alan työvoiman kohtaanto-ongelmaan.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katrin näkemyksen mukaan yksi keskeinen syy kohtaanto-ongelmaan on se, etteivät kaupan alan työntekijät tule palkallansa toimeen. Elämiseen riittävien työtuntien turvaamista voidaan edistää ensisijaisesti lainsäädännön kautta. Lisäksi toimialan houkuttelevuutta voidaan lisätä kilpailukykyisen palkan ja työvuorosunnittelun ohella tukemalla työntekijöiden arkea julkisia palveluja kehittämällä. Kuntien tulisi tarjota esimerkiksi kohtuuhintaisia asuntoja sekä toimivia julkisia liikenneyhteyksiä. Lisäksi perheellisille työntekijöille tulisi tarjota nykyistä laajempia päivähoitopalveluja, kuten vuoropäiväkoteja (24/7/365) sekä arki-iltaisain auki olevia päiväkotia.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri toteaa, että selonteon digitalisaatiota koskevaa osuutta tulee laajentaa siten, että asiakassuhteita, markkinointia ja arvoketjuja koskevan tarkastelun lisäksi digitalisaatiota tarkasteltaisiin työn tekemiseen ja työntekijöiden näkökulmista. Digitalisaatio, automaatio ja robotisaatio muuttavat työtehtäviä. Muutoksen myötä osa työtehtävistä katoaa väistämättä, mutta samalla tilalle syntyy myös uusia työpaikkoja ja uudenlaisia työtehtäviä. Kaupan alalla muutokset ovat lisänneet muun muassa dynaamista varastointia, verkkokauppaa sekä itsepalvelukassoja. Joissain tapauksissa muutokset ovat vähentäneet tai poistaneet raskaita, rutiiniluonteisia ja työturvallisuuden kannalta vaarallisia tehtäviä, mutta samalla muutokset ovat tuoneet kaupan alalle uusia työturvallisuusriskejä. Esimerkiksi varasto- ja logistiikka puolella töitä jaetaan yhä useammin sähköisten järjestelmien ja älypuhelimien kautta. Vaikka työ olisi osa-aikaista, työ saattaa edellyttää työvuoroihin liittyvän viestinnän seuraamista työajan ulkopuolella enemmän kuin kokoaikatyössä. Tämä puolestaan vaikuttaa merkittävästi työntekijöiden jaksamiseen. Lisäksi selonteossa on tärkeää ottaa kantaa siihen, miten jo kaupan alalla työskentelevien sekä kaupan alalle kouluttautuvien digitaitoja voidaan parantaa. Jo nyt automatisaatio, robotiikka ja älykäs teknologia näkyvät muun muassa logistiikassa, varastoinnissa ja kassapalveluissa. Tästä syystä on tärkeää vahvistaa sekä oppilaitoksissa tapahtuvaa koulutusta (ml. korkeakoulut) että huolehtia siitä, että

jo nykyisin kaupan alalla työskentelevillä on riittävät mahdollisuudet päivittää osaamistaan eripituisin täydennyskoulutuksin.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry:n mukaan kaupan nykyisen ja tulevan henkilöstön kouluttaminen kohti muuttuvien markkinoiden vaatimuksia. Verkkokaupan laajetessa myymäläverkostoon ja asiakaspalveluun perustuva liiketoimintamalli kokee väistämättä muutoksia. On pyrittävä tunnistamaan muutostarpeet ja vastattava ajoissa markkinoiden vaatimuksiin kotimaisen kaupan kilpailukyvyn säilyttämiseksi. Henkilöstön digitaalisten parantaminen ja kouluttaminen uusien teknologisten työkalujen käyttöön sekä muuttuvien toimenkuvien vaatimuksiin on kestävä tapa rakentaa kilpailukykyä epävarmassa tulevaisuudessa. Myös koulujen ja yliopistojen opinto-ohjelmien sisällöissä tulisi huomioida älykkään teknologian mahdollisuudet ja rooli työelämässä.

Business Finland Oy nostaa esiin, että 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. **Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry:n** keskeiset kannat ovat, että korkeasti koulutettujen osaajien tarve kasvaa merkittävästi kaupan alalla tulevaisuudessa. Kaupan alan murros edellyttää työvoiman osaamisen päivittämistä. Tässä työssä ammattikorkeakoulut haluavat olla mukana. Monet alan haasteista liittyvät nouseviin teknologioihin ja globalisaatioon, joihin juuri ammattikorkeakoulut kykenevät tarjoamaan ratkaisuja. Korkeakoulut tukevat kaupan alan yrityksiä palveluiden ja logistiikan kehittämisessä. Ammattikorkeakoulut on otettava tiiviisti mukaan selonteon valmisteluun.

Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene katsoo, että tulevaisuusselonteon alustavat sisältöehdotukset muodostavat toimivan kokonaisuuden. Tosin koulutuksen rooli jäi – ainakin visuaalisesti – varsin vaatimattomaksi, mikä ei vastaa todellisuutta. Kaikki liitteessä esitetyt sisältöalueet edellyttävät tutkimukseen ja koulutukseen pohjautuvaa osaamista sekä muutososaamista. Monet kaupan haasteista liittyvät nouseviin teknologioihin ja yhä monimutkaistuvaan globaalisuuteen. Juuri näiden osalta erityisesti ammattikorkeakouluilla on paljon annettavaa.

Arenen mukaan kaupan alan murroksen tuoma osaamistarpeiden muutos tarkoittaa uudenlaisia osaamisvaatimuksia niin uusille kuin jo alan palveluksessa oleville ammattilaisille. Teknologian kehitys ja asiakkaisten uudet kulutustottumukset muuttavat kaupan luonnetta, jolloin erityisesti teknologiset ja logistiset ratkaisut nousevat entistä merkittävämpään rooliin. Henkilöstön osaamisvaatimukset tulevat kasvamaan ja entistä suurempi osa alan henkilöstöstä on tulevaisuudessa suorittanut korkeakoulututkinnon. Ala tulee työllistämään erilaisilta koulutusaloilta valmistuneita osaajia. Toisaalta voi olla tarve kehittää erityisesti kaupan alan tehtäviin valmistavien tutkintojen kehittämistä ammattikorkeakouluihin. Arene esittää, että selonteossa käsitellään kattavasti kaupan alan tulevaisuuden osaamistarpeita, erityisesti korkeakoulujen tuottaman osaamisen osalta.

Merkittävä haaste kaupan alalle on myös jo olemassa olevan työvoiman osaamisen päivittäminen ja ylläpito. Henkilöstön kyky pysyä mukana toimialan kehityksessä vaatii osaamisen päivittämistä jatkuvan oppimisen hengessä. Tämä näkökulma on tarpeen huomioida selonteossa. Arene esittää, että selonteossa otettaisiin käsittelyyn myös jo alan palveluksessa olevan henkilöstön osaamisen kehittäminen vastaamaan muuttuvia tarpeita. Kaupan alalla on tapahtumassa suuri murros alan teknologisen ja globaalin kehityksen myötä. Alan kilpailussa

mukana pysyminen edellyttää palveluiden, tuotteiden, logistiikan ja markkinoinnin jatkuvaa kehitystyötä. Kaupan alan yritysten ja korkeakoulujen yhteistyötä tiivistämällä voidaan parhaiten tukea tätä kehitystyötä.

Ammattikorkeakoulujen lakisääteinen tehtävä on työelämää edistävän ja elinkeinorakennetta uudistavan soveltavan tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa. **Arene** esittää, että selonteossa huomioidaan ammattikorkeakoulujen merkitys ja potentiaali kaupan alan kehittämiseksi sekä tarkastellaan korkeakoulujen ja kaupan alan yritysten välisen yhteistyön nykytilaa ja tulevaisuutta.

Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies toteaa, että kaupan alan kasvu ja kehittyminen on riippuvainen korkeasti koulutetuista asiantuntijoista, eli ylemmistä toimihenkilöistä. Kaupan ketju itsessään sisältää muun muassa hankintaa, asiakasymmärrystä, markkinointia, logistiikkaa ja tietojärjestelmiä. Osaamisessa tulee keskittyä ennen kaikkea näihin tulevaisuuden kaupan mahdollistaviin tekijöihin. Korkeakoulujen ja kaupan alan yritysten yhteistyö tulee huomioida selonteossa.

Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas toteaa, että selonteon tulisi sisältää konkreettisia esityksiä, miten Suomessa saadaan tuotettua osaavimmat asiantuntijat, sekä miten asiantuntijoiden osaaminen pysyy ajan tasalla läpi uran. Kaupan ala käsittää muutakin kuin kivijalkamyymälän myyjät. Kaupan alan kasvu ja kehittyminen on riippuvainen korkeasti koulutetuista asiantuntijoista, eli ylemmistä toimihenkilöistä. Kaupan ketju itsessään sisältää muun muassa hankintaa, asiakasymmärrystä, markkinointia, logistiikkaa ja tietojärjestelmiä. Osaamisessa tulee keskittyä ennen kaikkea näihin tulevaisuuden kaupan mahdollistaviin tekijöihin. Ammattikorkeakoulujen ja kaupan alan yritysten yhteistyö tulee huomioida selonteossa.

Kaupan alan yrityksissä tulee kartoittaa järjestelmällisesti henkilöstön osaaminen ja käydä vuosittain osaamiskeskustelut. Näiden avulla tulee tiedostaa ja hyödyntää löydetty osaaminen ja potentiaali. Työntekijän osaamisen hyödyntämistavoitteen on oltava vähintään 90 %. Ajantasainen tieto henkilöstön osaamisesta edesauttaa henkilöstön ennakoivaa osaamisen kehittämistä. Ennakoiva osaamisen kehittäminen puolestaan auttaa vastaamaan tulevaisuuden muutostilanteisiin sekä luomaan kilpailuetua ja lisäämään innovointia sekä uusien liiketoimintojen syntyä. Kaupan alan yrityksillä ei ole varaa menettää pidempään alalla olleiden asiantuntijoiden tietotaitoa vain puuttuvan osaamisen kehittämisen vuoksi. Oikea-aikainen ja oikeanlainen osaamisen kehittäminen vaatii ennen kaikkea avointa vuoropuhelua nykyhetkestä ja tulevaisuuden näkymistä.

Henkilöstön ja työnantajan välistä vuoropuhelua on lisättävä. Henkilöstön ja johdon välistä vuoropuhelua on parannettava siten, että kaikki henkilöstöryhmät ovat edustettuina. Hyödynnetään yhteistoimintalakia kaikessa laajuudessaan ja kaikkien henkilöstöryhmien edustajien voimin. Työhön sitoutuneiden asiantuntijoiden panosta tulee hyödyntää vahvemmin päätöksenteossa jo aikaisessa vaiheessa. Työhyvinvointi, etenkin henkisen hyvinvoinnin tärkeys kasvaa asiantuntijatyössä. Edistetään henkistä työhyvinvointia panostamalla ennaltaehkäisevään työhön, kuten varhaisen välittämisen malliin. Järjestetään toistuvat pakolliset terveystarkastukset yhdessä työterveyshuollon kanssa, joissa huomioidaan sekä henkinen että fyysinen hyvinvointi. Asiantuntijoiden työehtoja ja -oloja tulee kehittää. Kaupan

alan tulee olla houkutteleva työnantaja kaikista osaavimmille asiantuntijoille. Asiantuntijoiden työehdot eivät voi kaupan alalla olla epäselvät ja ristiriitaiset eri yritysten välillä.

Paikallisen sopimisen mahdollistaminen ja lisääminen eri henkilöstöryhmiä edustavien palkansaajaliittojen ja työnantajaliiton välisen sopimustoiminnan kautta mahdollistaa, että tulevaisuudessa voidaan vastata muutostilanteisiin nopeasti ja ketterästi.

Keskuskauppakamari, Johanna Sipola nostaa esiin kaupan alan perustutkimuksen ja tutkimuksen. Kun kaupan alan kiihtyvää muutosta ajaa asiakas, on erittäin tärkeää tutkia ja ymmärtää asiakasta entistä paremmin. Asiakaskokemuksen (tuote + palvelu) ymmärtäminen on kilpailukykytekijä, jonka avulla kaupan jalostusarvoa voidaan parantaa. Selonteossa tulee käsitellä myös kaupan alan TKI-yhteistyötä korkeakoulujen kanssa.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Ervasti Outi esittää kohtaan "työllisyys ja työn sisältöjen muutos" kaupan toimialan osaamisen ja tulevaisuuden osaamistarpeiden ennakkoinnin. Tämä koskee esimerkiksi kaupan henkilöstön tulevaisuuden digitaitojen ja -valmiuksien ennakkointia, sekä viime kädessä johdon digiyymmärrystä.

Kilpailullisuus, sääntelyn purku ja yrittäjyyden edellytysten parantaminen

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry katsoo, että kaupan alan markkinoiden kilpailullisuuteen ja toimivuuteen on hyvä kiinnittää huomiota. Hyvin toimiva kilpailu markkinoilla on yleensä kuluttajien edun mukaista. **PAM** esittää, että selonteossa tulee ottaa kantaa siihen, miten reilua kilpailua voidaan edistää kaupan alalla (mm. hankintaketjut, vastuulliset hankinnat sekä EU-tasoisien lainsäädännön, kuten digitaalisten sisämarkkinoiden verkkokauppaa koskevien säännösten, merkitys suomalaisen kaupan näkökulmasta).

Business Finland Oy toteaa, että 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.

Kaupan Liitto ry toteaa, selonteossa on syytä tarkastella tarkasti myös sitä kilpailuympäristöä, jossa tämän päivän kaupat toimivat. Jotta yritykset pystyisivät kilpailemaan, toimimaan ja kehittymään, niiden on ymmärrettävä, miten kansainvälinen kilpailuympäristö toimii. On myös tärkeää ymmärtää alustojen, maahantuojien tai logistiikan erilaisia toimintamalleja, sillä lainsäädännöllä on niihin hyvinkin erilaisia vaikutuksia.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli esittää kysyntä (kuluttaja- ja ostokäyttäytyminen) ja tarjontanäkökulmien (markkinoiden toimivuus, kilpailullisuus, kuluttajan valintamahdollisuudet) käsittelyä kaupan eri toimialojen (päivittäistavaroiden vähittäis- ja tukkukauppa, erikoiskauppa, tekninen kauppa) näkökulmista.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri katsoo, että selonteossa tulee selvittää kaupan rakennemuutosta sekä vertailla suomalaisen kaupan alan toimijoiden (ml. verkkokauppa ja alustat) kilpailukykyä ja toimintaedellytyksiä suhteessa muihin keskeisiin

kilpailijamaihin (esim. EU- ja Schengen-maihin). Lisäksi olisi tärkeää arvioida keskeisimpiä muutostrendejä toiminnan kehittämisen pohjaksi.

Aalto yliopisto, Lindblom Arto esittää käsiteltävän kotimaisen kaupan verohaitat verrattuna esim. kv. verkkokaupan kilpailijoihin, esimerkiksi kiinteistöverot tai veroerot (esim. sähkövero) teollisuuteen nähden, arvonlisäveron roolia, laajuutta ja muita kulutusveroja kotimaisen kulutuksen kannalta (kuinka varmistaa suomalaisille kuluttajille mahdollisuus ostaa Suomesta). Lisäksi ehdotuksena on vastuullisen liiketoiminnan haasteet ja mahdollisuudet kaupalle, tietosuojakysymykset ja tietojen väärinkäytön ehkäisemisen mahdollisuudet ja keinot sekä suomalaisen kaupan vertailu esim. EU:n keskeisten maiden välillä. Ehdotuksena on myös kaupan ja teollisuuden väliseen yhteistyöhön liittyvät haasteet ja ongelmakohdat sekä niihin liittyvät ratkaisuvaihtoehdot.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry katsoo, että globaali kilpailutilanne tulee huomioida ja pohtia keinoja, joilla vahvasta kuluttajansuojasta ja -turvallisuudesta sisämarkkinoilla voidaan tehdä vahvuus ja kilpailuetu ja joilla niiden säilyminen voidaan turvata. Kuluttajilla on vahva luottamus kuluttajatuotteiden ja -palveluiden turvallisuuteen ja oikeussuojaan ongelmatilanteissa ja useat selvitykset osoittavat, että aina ei ymmärretä, ettei sisämarkkinoiden ulkopuolelta ostetut tuotteet useinkaan täytä samoja turvallisuusvaatimuksia ja että oikeussuojan toteutumisessa on suuria haasteita.

Keskuskaupakamari, Johanna Sipola korostaa myös sääntelyn vapauttamisen merkitystä kaupan alan kehittymiselle. Kuten todettua, kaupan alan murros on asiakasvetoinen. Alkoholi- ja apteekkisääntely ei vastaa kaikilta osin nyky-yhteiskunnan ja kuluttajien vaatimuksia. Alkoholisääntelyn vapauttamista tulisi jatkaa ja itsehoitolääkkeitä vapauttaa päivittäistavara-kaupan myytäväksi. Myös kaupan sijaintiin liittyvää sääntelyä tulee keventää ja kaupan laadun määrittelystä kaikilla kaavatasoilla tulee luopua.

Sosiaali- ja terveysministeriö toteaa, että kaupan alalla on nähty, että sen talous- ja työllisyyskehitystä voisi tukea strategisesti esimerkiksi laajentamalla ja lisäämällä alkoholijuomien kauppaa. Kun kauppa tuo yleisesti yhteiskuntaamme elinvoimaa ja verotuloja, alkoholijuomien saatavuuden lisääminen toisi esimerkiksi perheisiimme huolta ja pelkoa sekä sosiaali- ja terveydenhuoltoomme jonoja ja kustannuksia. Tämän lisäksi alkoholin aiheuttamien taloudellisten vaikutusten tarkastelun osana OECD on keväällä 2015 julkaistussa raportissa arvioinut, että alkoholin vaikutus työpaikoilla elinkeinoelämän tuotannon menetyksinä on noin yksi prosentti bruttokansantuotteesta. (Sassi, F. (ed.) (2015), *Tackling Harmful Alcohol Use: Economics and Public Health Policy*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264181069-en>.) Juuri tiedossa olevien kaupan alan pyrkimysten vuoksi pääministeri Marinin hallituksen hallitusohjelmassa on todettu, että Alko Oy:n nykyinen vähittäismyynnin yksinoikeus turvataan. Yksinoikeutta ei siis vain säilytetä, vaan se ”turvataan” hallituksen toimesta.

Sosiaali- ja terveysministeriö edellyttää tämän vuoksi, että kaupan toimialan tulevaisuuselonteossa todetaan, että kaupan alalla toistuvasti esitettyä alkoholijuomien saatavuuden lisäämistä ei pidetä yhteiskunnan kokonaisedun kannalta kestäväenä kehittämisehdotuksena. Perusteluna voidaan todeta esimerkiksi se peruste, miksi alkoholimarkkinoiden toimintaa ylipäänsä lainsäädännöllä ja haittaverotuksella rajoitetaan. Alkoholimarkkinat tuottavat kapealle elinkeinoelämän sektorille tuottoja ja samanaikaisesti ne aiheuttavat merkittäviä ulkoishaittoja koko suomalaiselle elinkeinoelämälle ja koko

yhteiskunnalle. Käytännössä kaupan tavoitteleva alkoholin myynnin lisääminen pahentaisi kestävyysvajetta kahdella tavalla: ensinnä terveydenhuolto- ja muut kustannukset kasvaisivat ja toiseksi lisääntyvät alkoholiongelmien vähentäisivät veronmaksajien ja tehtyjen työtuntien määrää.

Lääketeollisuus ry toteaa, että kaupan tulevaisuusselonteon lausuntopyynnön liitteessä 1 on nostettu yhtenä sisältöä koskevana erityiskysymyksenä esille monopolit. Erityisesti päivittäistavara-kaupan toimijat ovat eri yhteyksissä nostaneet esille toiveensa lääkejake- lun uudistamisesta Suomessa mm. niin, että apteekkien perustaminen ja itsehoitolääkkeiden jakelu vapautettaisiin, ts. apteekkitoimintaan liittyviä monopolinomaisia piirteitä vähennettäisiin. Tähän liittyen haluamme tuoda esille muutamia keskeisiä lääkkeiden vähittäismyyntiin ja - jakeluun ja niiden kehittämiseen liittyviä näkökohtia.

Avohoidossa käytettävät lääkkeet ovat keskeinen osa toimivaa terveydenhuoltoa. Lääkkeiden vähittäisjakelua ja sen kehittämistä on sen vuoksi tarkasteltava ensisijaisesti terveystavoitteiden näkökulmasta, osana laajaa sosiaali- ja terveydenhuollon kokonaisuutta. Lääkkeiden jakelujärjestelmän tulee kokonaisuudessaan, niin vähittäis- kuin tukkujake- lunkin tasolla, tukea lääkkeiden hyvää saatavuutta ja saavutettavuutta sekä potilaiden hyviä edellytyksiä lääkkeiden oikealle ja turvalliselle käytölle. Terveystavoitteiden näkökulmasta on tärkeää, että järjestelmä turvaa lääke- ja potilasturvallisuuden korkean tason säilyttämisen. Lisäksi järjestelmän tulee olla kustannustehokas.

Kaikkien lääkejake- lua koskevien muutosten yhteydessä tulee tehdä huolelliset vaikutusarviot niin lyhyellä kuin pitkälläkin tähtäimellä sisältäen mm. edellä mainitut saatavuus-, saavutettavuus- ja potilasturvallisuusnäkökulmat. Nähdäksemme lääkejake- luun liittyvät erityiskysymykset tulisi siksikin jättää kokonaisuudessaan nyt valmisteilla olevan, yleisesti kaupan alan tulevaisuutta koskevan selonteon ulkopuolelle.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli toteaa, että erityiskysymyksenä selonteossa tulisi käsitellä private label -tuotteiden merkitys yhteiskunnalle, kaupalle, kuluttajalle ja kilpailulle, kuten asia on esitetty hallitusohjelmassa.

Suomen Yrittäjät ry toteaa, että yrittäjyyden edistäminen on tärkeä teema. Yrittäjyyden edistämiskeinoiksi on mainittu omistajanvaihdokset, osuustoiminta tulevaisuudessa, työelämän joustomahdollisuudet (ml paikallinen sopiminen), järkevä sääntely, rahoituksen saatavuus, verotus ja kansainvälistyminen. Tuomme esille, että yrittäjyyttä edistetään lisäksi takaamalla yrittäjälle riittävän tasoinen sosiaaliturva, turvaamalla konkurssiin ajautuneen yrittäjän mahdollisuus uuteen alkuun, takaamalla yrittäjille riittävät yritys- ja neuvontapalvelut sekä edistämällä pk-sektorin mahdollisuuksia osallistua tarjouskilpailuihin.

Kaupan Liitto ry toteaa, että on tärkeää miettiä tulevaisuusselonteossa keinoja rakentaa globaaleja pelisääntöjä samoilla markkinoilla toimiville tahoille. Muun muassa kotimaisten verotuspäätösten vertaaminen kv. kilpailijoihin on tärkeää niin, että pystymme näkemään kuinka paljon kv. kilpailijamaat hyötyvät esim. alemmista kiinteistöveroista, alv:sta tai sähköverosta verrattuna suomalaiseen kauppaan. Samaan aikaan pitää tarkastella, millainen Suomi on toimintaympäristönä kaupalle. Tällä hetkellä pt-kauppaa lukuun ottamatta Suomessa toimivat tukku- ja vähittäiskaupat ovat yhä enenevässä määrin ulkomaisessa omistuksessa ja niiden eniten arvonalisää tuovat toiminnot sijaitsevat muualla kuin Suomessa. On löydettävä keinoja siihen, että Suomessa löytyy tulevaisuudessa huomattavasti enemmän keskisuuria ja suuria kaupan alan yrityksiä, sekä kasvuyrityksiä, joilla on potentiaalia kansainvälistyä. Näin

saamme Suomeen laajemmin arvonlisää tuottavaa tutkimus-, suunnittelu- ja pääkonttoritoimintoja.

Maa- ja metsätalousministeriö lausuu, että maaseutupolitiikassa ja maaseudun kehittämisen keskeisenä tavoitteena on, että laadukkaat palvelut mahdollistavat ja luovat edellytyksiä asumiseen ja yrittämiseen ja työn tekemiseen maaseudulla. Tavoitteena on turvata yksityisten ja julkisten palveluiden riittävä saatavuus kehittämällä alueellisten palvelukeskusten (esim. kauppa, koulu, kylätalo) tarjontaan uusia ratkaisuja, yhdistellen ja soveltaen sekä tuoden näin uusia toimintamalleja käytäntöön.

Maa- ja metsätalousministeriö toteaa, että maaseutualueilla sijaitsevien kyläkauppojen merkitystä ei siten voida mitata ainoastaan myyntivolyymillä, vaan niiden merkitys perustuu myös alueiden asuttavuuden säilyttämiseen sekä kattavan palvelutarjonnan järjestämiseen. Esimerkiksi Postilla on 850 täyden palvelun postia, joista yli 80 % toimii päivittäistavarakauppojen yhteydessä. Kyläkaupoissa voi toimia myös Matkahuollon ja Veikkauksen asiamiespisteet sekä apteekin palvelupiste. Käteistäkin saa useimpien lähikauppojen kassalta. Nähtävissä on, että tulevaisuuden kyläkaupoissa on päivittäistavaramyynnin lisäksi yhä enemmän muita yksityisiä sekä myös julkisia palveluita tarjolla. Kyläkaupoista on tullut monipalvelutuottajia ja tulevaisuuden kyläkaupat ovat maaseudun elinvoimaisuuden näkökulmasta tarkasteltuna yhä enemmän maaseudun palvelukeskuksia, joilla on päivittäistavarakaupan lisäksi monipuolisesti niin yksityisiä kuin julkisia palveluita valikossaan. Siten niiden merkitys kasvaa.

Osuustoimintakeskus Pellervo ry Sami Karhu toteaa, että kaupan alan yrityksillä on monet kasvot, omistuspohjat ja liiketoimintamallit, joilla ihmiset tyydyttävät taloudellisia, sosiaalisia ja ekologisia tarpeitaan. Suuri kysymys on, miten ihmiset organisoituvat tulevaisuudessa. Miten ihmiset ja toimijat liittyvät yhteen kaupan alalla vahvistaakseen asemaansa tyydyttääkseen taloudellisia, sosiaalisia ja kulttuurisia tarpeitaan?

Pellervon mukaan osuustoiminnassa ihmiset haluavat olla itse toimijoina kaupan alalla. Kuluttajaosuustoiminnassa jäsenyyden motivaattoreina korostuvat tuotteiden ja palveluiden laatu, hinta ja saatavuus. Omaan alueen elinvoima nähdään merkittävänä kuluttajaosuustoimintaa puoltavana seikkana. Kuluttajaosuuskunnissa kansalaisten oma-apu ja omatoimisuus ovat suuri arvo. Kansalaisia puhuttelee osuuskunnan vuorovaikutus alueellisen kehityksen kanssa. Alueosuuskauppa on taloudellis-sosiaalinen innovaatio. Kuluttajaosuuskunnat toimivat avoimilla markkinoilla. Kaupan ja tavaravirtojen kansainvälistymisen kohtaa kaikki yritykset. Yhteiskunnan perusrakenteessa toimii paljon myös erilaisia muita kuluttajaosuuskuntia. Tällaiset kuluttajapalveluita tuottavat infraosuuskunnat (erityisesti vesi-, sähkö-, tietoliikenneosuuskunnat) ovat strategisesti erittäin tärkeitä. Usein kysymys on välttämättömyyspalveluita toimittavasta luonnollisesta monopolista, jolloin kohtuuttomuuksien estämiseksi demokraattinen jäsenten omistajahallinto on aivan välttämätön rakenne. On tietenkin tarkoin pidettävä huolta, että tällaiset yritykset eivät päädy ulkopuolisten käsiin. Tämä on syytä nostaa erityisenä kysymyksenä esiin. Kuluttajilla on myös kiinnostus eettiseen, ekologiseen ja lähellä toimivaan maatalouteen.

Osuustoimintakeskus Pellervon Sami Karhu tuo esille, että kauppiasosuuskunnat ovat varsin yleinen liiketoimintamalli suomalaisessa talouselämässä. Kaupan alan pk-yritykset hakevat suuruuden voimaa liittymällä yhteen kauppiasosuuskuntaan. Suuruuden voima ja yrittämisen vapaus yhdistyvät. Myös luovan alan pienyrittäjät voivat jatkossa yhä enemmän luoda yrittäjien

verkostoja, joilla hankinta, tukipalvelut, tuotanto, markkinointi ja myynti saadaan koottua yhteen. Yhteisö merkitsee myös työyhteisöä. Kaupan alan työntekijöiden ns. pätkä- ja silpputyö voidaan koota osuuskunnan avulla kokopäiväisiksi ja riittävän toimeentulon tuoviksi työkokonaisuuksiksi. Työntekijät voivat liittyä näin yhteen vahvistaakseen työmarkkina-asemaansa ja saadakseen riittävän toimeentulon. Kaupan alan omistajavaihdokset voidaan myös hoitaa osuustoimintamallilla. Yritysten työntekijät ostavat yhteisen osuuskunnan lukuun kaupan alan yrityksen ja voivat näin varmistaa oman työpaikan jatkuvuuden.

Keskuskauppakamari, Johanna Sipola katsoo, että kaupan alan kansainvälinen kasvu tulee nostaa esille vahvemmin. Kansainvälistyminen liittyy tiiviisti erityisesti verkkokaupan kasvuun. Globaalin verkkokaupan odotetaan tuplaavan arvonsa lähivuosina, on varmistettava, että suomalaiset yritykset eivät jää verkkokaupassa pelkästään kotimarkkinoille, vaan luovat jo lähtökohtaisestikin globaaleja konsepteja. Mahdollisuudet kansainväliseen kasvuun ovat merkittävät.

Business Finland Oy nostaa esiin kaupan alan yritysten kansainvälisen kasvun vauhdittamisen. 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.

Business Finland Oy toteaa myös, että 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-työ muodostavat innovatiivisen ja kasvuhakuisen ekosysteemikokonaisuuden.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry lausuu, että globalisaatio vaikuttaa kauppaan erittäin paljon. Kuluttaja on ”klikkauksen” päässä isojen ulkomaisten kauppojen valikoimista. Kiinasta ja muualta tilataan paljon. Etenkin EU:n ulkopuolella on yleensä vähemmän vaatimuksia koskien esimerkiksi ympäristö- ja työläinsäädäntöä. Kuluttaja saattaa olla yllättynyt, kun ei takuu toimi tuotteella, joka on ostettu muualta. Jos takuu on voimassa, tuotetta ei voida viedä tuttuun ja turvalliseen kivijalkaliikkeeseen, vaan se pitää lähettää ulkomaille. Pahimmassa tapauksessa kuluttaja käy suomalaisessa erikoiskaupassa sovittamassa tai/ja tutkimassa tuotetta, mutta tilaa sen halvemmalla ulkomailta. Yksilön kannalta ymmärrettävää, mutta yhteiskunnan kannalta tämä on huono vaihtoehto. Yrittäjät Suomen pienemmällä paikkakunnilla tuovat esiin, että ”palvelut pysyvät käyttämällä” ja tämä pitää paikkaansa myös suuremmassa mittakaavassa. Miten kauppa pystyy vastamaan tähän tulevaisuudessa? Tuleeko meillä olemaan kaupan sijaan ”showroom”, jossa kuluttaja joutuu maksamaan tuotteen näkemisestä ja kokeilusta? Jos palautukset eivät olisikaan ilmaisia, ostaisiko kuluttaja suomalaisesta kivijalkakaupasta, jossa saisi palvelua ja sopivan tuotteen helposti käytettävällä takuulla?

Teknisen Kaupan Liitto ry toteaa, että globalisaation voittokulku saattaa hidastua ja protektionismi vastaavasti voimistua.

LIITE 3. Lausunnonantajatahojen nostoja toimista, joilla valtiovalta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä niistä toimista, joilla valtiovalta voi vastata kaupan toimialan rakennemuutokseen Suomessa. Nostot liittyvät lukuun 4.3.

Kilpailukykyinen toimintaympäristö

Maa- ja metsätalousministeriö nostaa esiin kotimaisten toimijoiden tasavertaiset mahdollisuudet kilpailla kansainvälisessä kilpailussa, verotuksen ja muun lainsäädännön. **Business Finland Oy** esittää globaalin kaupan sääntelyyn perustuvien epäreilujen kilpailuetujen purkamista (UPU, arvonlisäverokanta EU:ssa, EU:n ulkopuolisen tuonnin arvonlisävero yms.). **K-kauppiasliitto ry** ja **Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu** nostavat esiin kotimaiselle ja ulkomaiselle verkkokaupalle yhtäläiset toimintamahdollisuudet, kuten verotus, kierrätysvelvoitteet ja -maksut, tuotteiden/tuotepakkausten palautukset, vastuullisuuteen liittyvät vaatimukset. **Perheyritysten liitto katsoo**, että omistusten säilyminen Suomessa varmistetaan selkeällä ja ennakoitavalla lainsäädäntötyöllä sekä sen käytäntöön ohjaamisella ja kulutusta tukevilla veroratkaisuilla (esim. autoverosta luopuminen, alv-tasojen kilpailukykyisyyden varmistaminen) sekä sukupolvenvaihdoksia tukevilla veroratkaisuilla ja ko. teeman tukipaketeilla.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri lausuu, että kaupan alan rakennemuutosta voidaan tukea verotuksella, kuten palauttamalla kaupan alan toimijat alemman sähköverokannan piiriin. Tällä hetkellä energiaverotus ei kohdistu Suomessa kaikkiin samalla tavoin, koska kotitaloudet ja palvelualat maksavat sähköstä korkeampaa veroa kuin esimerkiksi teollisuus ja konesalit. Kaupan ja muiden palveluiden palauttaminen teollisuuden kanssa alemman sähköverokannan piiriin alentaisi kotimaisten palveluiden kustannuksia.

Lidl Suomi nostaa esiin yritysten vakaan toimintaympäristön takaamisen ennakoitavalla ja johdonmukaisella päätöksenteolla. Lainsäädännön ja verotuksen tulisi olla kilpailukykyistä ja tasapuolista eurooppalaisittain ja jopa maailmanlaajuisesti tarkasteltuna (esim. suhteessa aasialaisiin verkkokauppoihin). **Teknisen Kaupan Liitto ry** esittää samat tuotevastuut ja verot riippumatta myyntikanavasta (level playing field).

Kaupan Liitto ry lausuu, että keskeisiä asiakokonaisuuksia, joilla valtio voi tukea toimialan rakennemuutosta, ovat muun muassa kilpailukykyyn ja tasapuolisten toimintaedellytysten varmistaminen suhteessa EU:n ulkopuolisiin maihin/toimijoihin, kuluttajien ostovoimasta huolehtiminen erityisesti verotuksen keinoin, sekä yrityksille vakaan toimintaympäristön takaaminen ennakoitavalla ja johdonmukaisella päätöksenteolla ja sääntelyllä, joka tukee yritysten toiminnan kehittämistä, investointeja ja työllistämisen edellytyksiä. Kaupan kilpailukykyä huolehtiessa on tärkeää karsia kauppaa koskevia erityissääntöjä, jotka vääristävät kilpailua ja estävät luonnollisen elinkeinon kehittymisen. Näitä on mm. maanrakennuslain kauppaa koskeva erityissääntely ja monopolien purkaminen. Ilman erillistä sääntelyäkin kauppa haluaa olla siellä missä ihmisvirrat ovat. Myös **Suomen Yrittäjät ry** katsoo, että kilpailukyky tulee turvata suhteessa EU:n ulkopuolisiin toimijoihin, mutta myös kotimaan sisäisessä kaupassa. Esimerkiksi kuluttajansuojalainsäädännön, muun sopimussääntelyn sekä kilpailulainsäädännön tulee olla markkinoiden toimivuutta edistäviä ja tukea tasapuolisia asiakas- ja liikesuhteita kaupan toimialan sisällä. Esimerkiksi julkisten hankintojen osalta on varmistettava, että pk-yritykset pääsevät tosiasiallisesti mukaan

tarjouskilpailuihin. Suomalainen kauppa ei ole tasapuolisessa kilpailuasemassa kolmansien maiden markkina-alustojen kanssa, jotka eivät välttämättä esimerkiksi vastaa tuotteidensa turvallisuudesta, tuotetietovaatimuksista tai tilitettävistä arvonlisäveroista. On huolehdittava siitä, ettei kansallisella tasolla säädetä EU-sääntelyä tiukempaa lainsäädäntöä (gold plating).

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry nostaa myös esiin toimivan kilpailun turvaamiseen tähtäävät toimet ml. kolmansista maista tulevan verkkokaupan epäreilun kilpailuedun poistaminen vahvistamalla yhdenmukaisten pelisääntöjen noudattamista sekä kotimaisten monopolisäännösten kriittinen tarkastelu.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli lausuu, että valtiovallan tulisi kannustaa yrityksiä yhteisten tietomallien kehittämiseen ja käyttämiseen digitalisaation ja toimitusketjujen kilpailukyvyyn edistämiseksi. Valtiovallan tulisi myös huolehtia esteettömästä markkinoillepääsystä verkkokauppa-alustoille sekä verkkokauppa-alustoilla tiedon avoimuudesta ja saatavuudesta sekä varmistettava kuluttajan oikeus kattavaan tarjontaan ja itsenäiseen päätöksentekoon. Lisäksi sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi Suomen on aktiivisesti edistettävä digitaalisten palvelujen, dataa ja tekoälyä sekä verkkoalustoja sekä kiertotaloutta ja ilmastoneutraalia toimintaympäristöä koskevaa EU-sääntelyä.

Teknisen Kaupan Liitto ry esittää sääntelyn järjestyttämistä, koskien EU harmonisaation lisäämistä, ei EU-direktiivien yli menevää sääntelyä ja jatkuvaa vanhentuneen sääntelyn purkua. **Keskuskauppakamari, Johanna Sipola** toteaa, että kaupan sijaintiin liittyvää sääntelyä tulee purkaa, eikä millään kaavatasolla tulisi määritellä kaupan laatua. **Kilpailu- ja kuluttajaviraston** mukaan kilpailu- ja kuluttajaviraston tulee tunnistaa ja kieltää vahingolliset kilpailunrajoitukset, jotka voivat digitalisaation ja alustatalousjärjestelmien ansiosta saada uudenlaisia ilmenemismuotoja. **Lidl Suomi** esittää, että kotimainen kauppa hyötyisi tuoteryhmäkohtaisten rajoitusten karsimisesta (esim. alkoholi). Esityksenä myös sääntelyn ja rajoitusten purkamisen kauppaa koskevassa lainsäädännössä (maanrakennuslain uudistus ja kaavoituksen kautta ohjauksen purku).

Liikenne- ja viestintäministeriö esittää, verkkokaupan sekä digitaalisten palveluiden puolella ennustettavaa ja eri toimijoita tasapuolisesti koskevaa sääntelyä. Käytännössä tämä edellyttää aktiivista EU-tason yhteistyötä ja toimintaa. Eurooppalaisen toimintaympäristön tulee vahvistaa yritysten, julkisen sektorin ja kansalaisten luottamusta teknologioihin, kuten 5G tai tekoäly, sisämarkkinoiden toimivuutta sekä edellytysten luontia ihmisten, tavaroiden, palvelujen, datan ja pääoman vapaaseen ja turvalliseen liikkuvuuteen. Kansainvälisen ulottuvuuden osalta onkin tärkeitä luoda digitaalista kauppaa ja datataloutta koskevia kansainvälisiä sääntöjä (ml. datan liikkuvuuteen liittyvät kauppasopimukset). Suomi pitää tärkeänä, että näillä säännöillä pystytään edistämään tehokkaasti avoimia digitaalisia markkinoita, varmistamaan kansainväliset tietovirrat tietosuojasta tinkimättä ja edistämään kuluttajien luottamusta verkkoympäristöön.

K-kauppiasliitto ry esittää sääntelyn purkamisen jatkamista: esimerkiksi alkoholin ja käsikauppalääkkeiden myynnin asteittainen vapauttaminen parantaisi kuluttajien valinnanmahdollisuuksia ja palvelutasoa sekä auttaisi turvaamaan kattavan kauppaverkoston ylläpitämistä. **Keskuskauppakamari Johanna Sipolan** mukaan alkoholilainsäädännön vapauttamista tulee jatkaa ja apteekkilainsäädäntöä keventää esimerkiksi niin, että itsehoitolääkkeitä voidaan vapauttaa vähittäistavarakaupan myytäväksi. **Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu** esittää, että esimerkiksi käsikauppalääkkeiden

myynnin asteittainen vapauttaminen ja moniammatillisen lääkejakelellin salliminen parantaisi kuluttajien valinnanmahdollisuuksia ja palvelutasoa sekä auttaisi maantieteellisesti kattavan fyysisen palveluverkoston ylläpitämistä.

Päivittäistavarakauppa ry nostaa esiin tarkoituksenmukaisen ja ennakoivan sääntelyn sekä hallitun sääntelyn purkamisen. Ehdotuksena on vakaa toimintaympäristö ja lähtökohtainen pidättäytyminen EU-lainsäädännön kansallisista tiukennuksista, joilla heikennetään suomalaisten yritysten kilpailukykyä. Ehdotuksena on myös tasapuoliset toimintaedellytykset: kotimaa vs. EU vs. EU:n ulkopuoliset maat; verkkokauppa vs. kivijalkayritykset vs. eri myymälätyypit (koko, sijainti, kauppakeskus); kauppa vs. ravintolapalvelut kaupassa vs. muut toimialat. Lisäksi ehdotuksena kaupan sijainnin sääntelyn purkamista (eroon maankäyttö- ja rakennuslain 9a-luvusta) ja investointien mahdollistamista sujuvoittamalla kaavoitusta ja rakentamisen luvitusta. **Päivittäistavarakauppa ry** ehdottaa myös kilpailuedellytysten avaamista lääkejakelellin uudistamiseen seuraavasti: 1) apteekkijärjestelmä ja sen rahoitus sekä sääntely uudistetaan, 2) apteekkitoiminnan sääntely muutetaan vastaamaan yleistä terveystalvujärjestelmän sääntelymallia purkamalla apteekkien perustamista ja omistamista koskevat rajoitukset. Lisäksi Päivittäistavarakauppa ry:n ehdotuksena on alkoholin myynnin sääntely: 1) erotetaan hyvän hallintotavan mukaisesti alkoholimonopolin omistajaohjaus sosiaali- ja terveystalvitiikasta ja siirretään omistajaohjaus valtion omistajaohjausyksikköön, 2) tehdään riippumaton selvitys Alkon monopoliaseman ajanmukaisuudesta ja tarpeellisuudesta ja 3) vapautetaan hallitusti alkoholin myyntiä sallimalla mietojen viinien myynti kaikille määritetyt toimilupaehdot täyttävälle jälleenmyyjille.

Kaupan Liitto ry:n mukaan on kansainvälisesti keskeistä löytää ratkaisu siihen, että ulkomaisten verkkoalustojen sääntely saadaan samalle tasolle kuin eurooppalaisen kaupan sääntely ja velvoitteet. Suomalainen kauppa on epäreilussa kilpailuasetelmassa markkina-alustojen kanssa, kun ne eivät ole vastuussa esim. alustallaan myytävien tuotteiden tuoteturvallisuudesta tai tuotetietovaatimuksista, tai kun ne eivät vastaa alustallaan myytävistä tuotteista tilitettävästä arvonnäisäverosta. Kansallisesti ei tule myöskään säätää omaa, EU:ta tiukempaa lainsäädäntöä. Kaupan liiton mukaan apteekki- ja alkoholilainsäädännön hallittu vapauttaminen parantaisi kauppojen toimintaedellytyksiä ja varmistaisi palveluiden saatavuutta sekä lyhyitä asiointietäisyyksiä. Myös logistiikkaketjun päästöt alenisivat, kun samoilla rekoilla voitaisiin toimittaa tällä hetkellä em. tiukasti säänneltyjä tuotteita. Sääntelyn keventäminen edesauttaisi myös koko maan asuttavuutta ja tärkeitä lähitalvueluita turvaavien kyläkauppojen ja muiden haja-asutusalueiden pienten myymälöiden elinvoimaisuuden säilymistä. Sääntelyn painopisteen siirtämisessä kohti itse- ja yhteissääntelyä on myös valtiolla vahva rooli.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli katsoo, että valtiovallan ensisijainen tehtävä on edistää rakennemuutoksessa kuluttajan ostovoiman säilymistä sekä markkinoiden ja kilpailun toimivuuden ja kuluttajan valintamahdollisuuksien parantumista.

Lidl Suomi katsoo, että kuluttajien ostovoimasta tulee huolehtia, huomioitava mm. verotuspäätöksissä. **Päivittäistavarakauppa ry** nostaa esiin, että ruoan hinnassa verojen osuus on jo nyt eurooppalaisittain erittäin korkea. Ruoan hintatasoon tulee kohdistumaan EU:n sisämarkkinoilla ja Suomessa suuria korotuspaineita. Ruoan verotusta ei tule kiristää eikä uusia valmisteveroja tai terveystalvuperusteisia veroja säätää elintarvikkeille. Kun ruoan hintataso ei nouse, kuluttajilla on myös enemmän mahdollisuuksia tehdä valintoja muun kuin hinnan perusteella, ja suosia esimerkiksi terveellisiä vaihtoehtoja tai kotimaisia tuotteita.

Perheyritysten liitto ry esittää kulutusta tukevat veroratkaisut, esim. autoverosta luopuminen, alv-tasojen kilpailukykyisyyden varmistaminen.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry nostaa esiin kuluttamisen eettisyyden. On tärkeää suunnata kulutuspäätöksiä säällisin työehdoin tuotettuihin tuotteisiin ja palveluihin. On yhteiskunnan ja kaupan alan yhteinen etu, että työehtoihin liittyviä eettisiä näkökohtia pidetään esillä uusin tavoin. Myös valtion toimin on mahdollista edistää kuluttajien tietoisuutta eettisesti teetetystä työstä.

Aluekehittäminen

Maa- ja metsätalousministeriö lausuu, että kaupan mahdollisuudet tuottaa monipuolisia palveluita harvaan asutuilla alueilla edellyttänevät joissakin tapauksissa muutoksia lainsäädännössä (lääkehuolto, alkoholin jakelu). Verotus.

Aalto yliopiston Lindholm Arto esittää investointi- ja toimintatukea harvaan asutuilla seuduilla toimiville kauppoille. **Maa- ja metsätalousministeriö** esittää toimintatukea/kyläkauppa –tukea harvaan asuttujen alueiden kauppoille. Käynnissä on kyläkauppa monipalvelukeskuksina –kokeiluhanke, 2019-2021, joka on osoittautunut tarpeelliseksi. Määräaikaan mennessä tukea haki yli 200 yrittäjää, josta 40% sai myönteisen tukipäätöksen. Kokeilussa sovelletaan EU:n SGEI de minimis –sääntelyä. Kokeilusta laaditaan vaikuttavuusarviointi alkuvuodesta 2021. **Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri** korostaa kaupan tärkeyttä yhteiskunnassa, tarjoten kuluttaja- ja yritysasiakkaille olennaiset tuotteet ja palvelut. Esimerkiksi kyläkaupoilla on merkittävä rooli alueellisen tasa-arvon kannalta, sillä ne tarjoavat maaseudulla asuville aiempaa paremmat mahdollisuudet ostaa verkkokaupasta sekä käyttää Alkon ja Postin palveluita. Tästä syystä on tärkeää myöntää esimerkiksi investointi- ja toimintatukia harvaan asuttujen ja syrjäseutujen palveluiden turvaamiseksi. **Osuustoimintakeskus Pellervo ry:n Sami Karhu** toteaa, että kaupan eri toimijoiden jakeluketjun tulee olla riittävän tiheä eri puolilla maata. Usein verkostoon liittyy myös polttoainekauppa, jakeluverkoston riittävä tiheys on iso asia yhteiskunnalle. **K-kauppiasliitto ry** katsoo, että on mahdollistettava kohtuuhintainen asuminen myös kasvukeskuksissa ja keskusta-alueilla työvoiman saatavuuden helpottamiseksi. Keinoina esim. kaavoitus ja kohtuuhintainen vuokra-asuminen.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry toteaa, että kaupan logistiikkakeskukset sijoittuvat usein suurten kaupunkien ja maakuntakeskusten läheisyyteen. Varastointimahdollisuudet ja liikenneyhteydet edellyttävät oikea-aikaisia ja tulevaisuuteen katsovia kaavoituspäätöksiä. Suurten kaupunkien ja maakuntakeskusten maankäytön ja liikennesuunnittelun helpottamiseksi valtioneuvoston MAL-sopimusneuvottelut olisi käytävä loppuun viivytyksettä.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri katsoo, että vähittäiskaupan kilpailu on mahdollista vain, jos toimijoille on tarjolla riittävästi vaihtoehtoisia sijoittumispaikkoja. Maankäyttöön ja kaavoitukseen liittyvien säädösten tulee olla sellaisia, että ne ohjaavat kaupan alalle laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja ja edistävät alueiden elinkeinorakennetta ja työllisyyttä (mm. myymälöiden rakenne, sijoittuminen ja saavutettavuus). Vaikka kaavoituksella voidaan edistää kilpailua vain rajallisesti, kaavoituksen avulla voidaan kuitenkin edistää kilpailua sekä alueiden elinkeinorakennetta ja työllisyyttä, kiinnittämällä huomiota välillisesti vaikuttaviin tekijöihin (mm. tarvittavat liikenneyhteydet ja

tukipalvelut). Valtion lisäksi toimiva maankäyttö ja kaavoitus korostavat kuntien roolia (mm. asemakaavoitus). Kaavoituksen ratkaisujen avulla tulee rakentaa yrittämiselle sellaisia houkuttelevia sijoittumismahdollisuuksia, joissa kestävän ja turvallisen liikkumisen tavoitteet täyttyvät myös työmatkaliikkumisen osalta. Kaupan sijoittumiseen sekä asiakkaiden ja työntekijöiden liikkumiseen liittyvien kaavoitusratkaisujen lisäksi on tärkeää kannustaa kuntia kaavoittamaan ja perustamaan riittävästi työntekijöiden työntekeä tukevia ratkaisuja (mm. vuoropäivähoitokodit).

Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna toteaa, että ympäristöministeriön toimialaan kaupan tulevaisuuden selonteon näkökulmasta kuuluvat erityisesti alueidenkäytön- ja rakentamisen sekä kiertotalouden kysymykset. Kaupan rakennetta on kehittävä tukemaan kestävää yhdyskuntarakennetta, jossa palvelut ovat hyvin saavutettavissa erilaisin kulkumuodoin. Suunnitelmallisesti kehitettävä palveluverkko ja hyvät kaupan sijainnit kaupalle luovat kaupan kehittämislle ennakoitavuutta. **Ympäristöministeriö** toteaa, että kauppa on merkittävässä asemassa asukkaiden arjessa sekä kaupunki- ja taajamarakenteen kehityksessä. Päivittäistavarakaupan yhteyteen kytkeytyy enenevästi muita palveluita. Kaupan sijainnin ohjauksella voidaan vaikuttaa hyvän yhdyskuntarakenteen muodostumiseen ja kestävään liikkumiseen. Kauppaa ja palveluverkkoa tulee suunnitella yhdessä kaupan toimijoiden kanssa ja kiinteästi maankäytön- ja liikennejärjestelmäsuunnittelun yhteydessä. Kaavoituksen ja maapolitiikan säännöksillä tulee edistää kaupan sijoittumismahdollisuuksia hyviin sijainteihin samoin kuin edistää toimivan kilpailun edellytyksiä. Kaupan kehittämisen näkökulmasta tulisi kaupan ohjauksen sääntelyllä ja maankäytön suunnittelulla pyrkiä suurissa linjoissa pitkäjänteisyyteen ja johdonmukaisuuteen.

Liikenne- ja viestintäministeriö lausuu, että logistiikan toimivuuden ja tehokkuuden edistäminen on keskeistä kaupan toimialalle, sillä logistiikka aiheuttaa huomattavia kustannuksia yrityksille. Tiedon parempi hyödyntäminen mahdollistaa kaupan koko toimitusketjun sekä kuljetusten tehostamisen, jossa keskeisessä roolissa ovat viranomaiset ja elinkeinoelämän toimijat tiedon saatavuuden, yhteentoimivuuden ja laadukkuuden varmistamisessa. Logistiikkavirrat ovat pandemian myötä vähentyneet ITF:n (International Transport Forum, 2020) selvityksen mukaan huomattavasti, mutta pandemian vaikutus tavarankulkemisen vähenemään kaupungeissa on huomattavasti pienempi. Kaupungistumisen ja verkkokaupan kasvun myötä joustavat ratkaisut pienjakelun toimittamiseen kaupungeissa nousevat entistä tärkeämpään asemaan, mikä edellyttää kaupunkien ja yritysten välistä yhteistyötä. Lisäksi muun muassa väyläverkon kunto ja eri alueiden saavutettavuus sekä pakettijakelun järjestäminen vaikuttavat huomattavasti myös kaupan toimialaan.

Työmarkkinoiden joustavoittaminen, työvoiman saatavuus, sosiaaliturvan uudistaminen sekä koulutus

Suomen Yrittäjät ry lausuu, että kauppa tarvitsee joustavat työmarkkinat, osaavaa työvoimaa sekä palkkaamiseen kannustavaa työolainsäädäntöä. Suuri merkitys on lisätä työssäkäynnin houkuttelevuutta, osa-aikatyön arvostusta sekä tarvittavia joustoja. Kaupalla on mahdollisuus tarjota töitä osatyökykyisille, mikä on syytä myös lainsäädännöllä tehdä mahdolliseksi ja joustavaksi. Työn tarjoamisen kannalta oleellista on esimerkiksi osa-aikatyön tarjoamisen yksinkertaisuus ja määräaikaaisuuden peruste, palkkatuen helppo käyttö sekä työkyvyttömyyseläkkeen omavastuun tarkastelu. Lisätyön tarjoamisveloitteeseen tarvitaan poikkeamismahdollisuus työvoimapoliittisilla ja sosiaalisilla syillä. **Palvelualojen**

ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri esittää kaupan työntekijöiden elämiseen riittävien työtuntien turvaamista ensi sijassa lainsäädännön kautta.

Teknisen Kaupan Liitto ry toteaa, että työmarkkinoiden rakenne on korporatiivinen ja jäykkä -> joustojen merkitys korostuu tulevaisuuden kilpailutilanteessa -> paikallinen sopiminen. **K-kauppiasliitto ry** esittää työvoiman tarjonnan ja työssäkäynnin houkuttelevuuden lisäämistä kannustinloukkuja purkamalla. **Kauppan Liitto ry** katsoo, että valtiovallalla on myös merkittävä rooli kannustinloukkujen purkamisessa. Tällä on suuri merkitys, kun mietitään työvoiman tarjonnan lisäämistä sekä työssäkäynnin houkuttelevuutta. On tärkeää miettiä yhdessä myös julkisen vallan toimijoiden kanssa, miten osa-aikatyötä voidaan lisätä ja erilaiset joustavat työllistämismallit ja joustot ovat mahdollisia työmarkkinoita kehitettäessä. Muita toimia, joilla voidaan tukea kaupan rakennemuutosta julkisten toimijoiden toimesta, ovat muun muassa osaavan työvoiman varmistaminen työperäistä maahanmuuttoa nopeuttamalla, kohtuuhintaisen asumisen tukeminen kasvukeskuksissa ja keskusta-alueilla, joukkoliikenteen toimivuuden varmistaminen myös epätyypillisinä työntekoaikoina sekä investointi- ja toimintatuki harvaan asutuilla seuduilla toimiville kaupoille.

K-kauppiasliiton mukaan työperäisen maahanmuuton tulee olla tarvittaessa mahdollista työvoiman saatavuuden turvaamiseksi. **Keskuskauppakamari, Sipola Johanna** esittää työperusteisen maahanmuuton helpottamista. Väestökehityksemme johtaa vääjäämättä siihen, että työllisten määrä laskee tulevina vuosina ja tarvitsemme merkittävästi nykyistä enemmän osaajia myös ulkomailta.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry lausuu, että sosiaaliturvan ja erityisesti työttömyysturvan kehittämisessä on tärkeää huomioida erilaiset työn tekemisen muodot ja pienipalkkaisuudesta aiheutuvat toimeentulon ongelmat. Sosiaaliturvaa on edelleen uudistettava siihen suuntaan, että lyhytaikaisen ja osa-aikaisen työn tekeminen on järkevää ilman toimeentulon katkeamista ja kohtuutonta byrokratiaa.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri näkemys on, että nykyistä sosiaaliturvajärjestelmää tulisi uudistaa vastaamaan paremmin yhä moninaistuvia työn tekemisen muotoja. Sosiaaliturva ei vastaa kovin hyvin ihmisten vaihtuviin ja moninaisiin elämäntilanteisiin eikä työmarkkinoiden muutoksiin. Sosiaaliturva ei myöskään huomioi riittävästi palvelualojen työntekijöiden moninaisista ja epävarmoista työsuhteista sekä pienipalkkaisuudesta aiheutuvia toimeentulo-ongelmia. Tällä hetkellä sosiaaliturva ei kannusta vastaanottaman pätkätöitä järjestelmän byrokraattisuuden, jäykkyyden ja moralisoituvuuden vuoksi. PAM pitää tärkeäksi, että sosiaaliturva uudistetaan niin, että se tukee paremmin ihmisiä erilaisissa elämäntilanteissa, huomioi paremmin työelämän murroksen sekä kannustaa työntekoon. PAM:n aloilla työelämän suurten muutosten ja teknologian sekä globalisaation myötä työtä tehdään moninaisilla työsuhteilla, josta aiheutuu toimeentuloloukkuja. Pitkät käsittely- ja odotusajat, vaikea siirtyminen etuusnimikkeestä toiselle sekä yrittäjä- ja palkansaajamääritysten epämääräisyys aiheuttavat työntekijöille toimeentulovaikeuksia.

PAM haluaa ensisijaisesti vaikuttaa ja ajaa sitä, että työnantajat tarjoisivat työntekijöilleen riittävän määrän työtunteja ja maksaisivat elämiseen riittävää palkka. Koska tämä ei aina toteudu, PAM pitää tärkeänä sitä, että viime kädessä yhteiskunta takaa ihmisille oikeuden hyvään ja ihmisarvoiseen elämään. Yhteiskunnan sekä työelämän tulee olla oikeudenmukainen ja tasa-arvoinen myös heikommassa asemassa oleville kansalaisille.

PAM:n kanta on, että yrityksen osa-aikaisille työskenteleville työntekijöille maksettava sosiaaliturva voidaan nähdä eräänlaisena yritystuen muotona. Jos palkka on niin vaillinainen, että sitä on täydennettävä sosiaaliturvalla, kyse on verovaroin maksettavista yritystuista. On hyvin todennäköistä, että osa-aikatoihin ei löytyisi nykyisellä tavalla työntekijöitä, jos yhteiskunta ei maksaisi heille palkkatulojen lisäksi sosiaaliturvaa elinkustannusten kattamiseen.

Keskuskauppakamari, Sipola Johanna katsoo, että valtion tulee varmistaa, että kaupan alan koulutuksen kokonaisuus vastaa alan muuttuvia osaamisvaatimuksia ja että koulutus on riittävästi resursoitua. **Maa- ja metsätalousministeriö** nostaa esiin ammatillisen koulutuksen ja tutkimuksen. **Päivittäistavarakauppa ry** nostaa esiin myös kaupan alan osaamisen vahvistamisen ja monipuolistamisen koulutustarjonnan avulla. **Opetushallitus, ammatillinen osaaminen**, nostaa esiin kaupan alan työvoima-, koulutus- ja osaamistarpeiden ennakoinnin lyhyellä, keskipitkällä ja pitkällä aikavälillä, koulutuksen määrän ja opetuksen sisältöjen osuvan ja oikea-aikaisen kohdentamisen sekä erityisesti erikoiskaupan tukemisen toimialan digitalisoituessa. **K-kauppiasliitto ry** nostaa esiin, että työssäoppimisen merkitys voimistuu. Työpaikkaohjaajien ja harjoittelupaikkojen kysyntä lisääntyy. Valtiovalta voisi tukea ja edistää työssäoppimista. Ulkomaisen työvoiman määrä kasvaa, ja tästä aiheutuu erityisvaateita myös koulutukseen, kuten kielen oppimiseen ja työssä oppimiseen.

Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu esittää, että kaupalliselle alalle tulee suunnata riittävä määrä opetuspaikkoja; erityinen painotus digitaaliseen osaamiseen ja verkkokauppaan. **Teknisen Kaupan Liitto ry** nostaa esiin matematiikan ja luonnontieteiden opettamisen lisäämisen peruskoulussa ja 2.asteella sekä teknisen ja kaupallisen osaamisen yhdistämisen. **Business Finland Oy** kiinnittää huomioita digitaalisen kaupan osaajien kouluttamiseen. **Aalto yliopisto, Lindblom Arto** esittää kansainvälisen kaupankäynnin osaamisen ja verkkokauppaosaamisen kasvattaminen täsmäkoulutuksilla.

Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami toteaa, että osuustoiminnallinen liiketoimintamalli, jonka ytimessä on jäsen ja jäsenetujärjestelmät, tulee ymmärtää laajasti yhteiskunnassa. Jäsenet ovat omistajia osuuskunnassa. Jopa 80-90 prosenttia kotitalouksista on mukana. Siksi tulee pyrkiä vahvistamaan kansalaisten osuustoimintatietoisuutta. Tässä suhteessa koko opetusjärjestelmä on tärkeä yrittäjyyskasvatuksesta ja yleissivistävästä opetuksesta alkaen aina yliopistoihin saakka. Kilpailupolitiikassa osuuskuntamalli tulee aina sisäistää osana markkinataloutta. Liiketoimintamallin kehittämiseen tulee olla yhteiskunnalliset edellytykset. Yritysneuvonnan tulee hallita malli, jotta sitä osataan käyttää silloin, kun se on toimiva tapa organisoida liiketoimintaa.

Opetus- ja kulttuuriministeriö, Haltia Petri katsoo, että korkeatasoisella koulutuksella, tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnalla ja osaamisella luodaan perusta työelämän ja talouden uudistumiskyvylle. Osaaminen on myös yksilölle paras turva työelämän muutostilanteissa. Valtiovallan tulee huolehtia siitä, että kaupan toimialan koulutus ja TKI-toiminta vastaavat tulevaisuuden tarpeita. Työikäisen väestön osaamisesta huolehtimisen tärkeys kasvaa rakennemuutoksissa. **Aalto yliopisto, Lindblom Arto** esittää kaupan toimintaan liittyvän tutkimustyön erityisrahoituksen luomista sekä kaupan huippuyksikön (tutkimus- ja tutkijankoulutusympäristön) perustamista suomalaisen yliopistoon.

Kaupan Liitto ry esittää, että korkeakoulutasolla tarvitaan Opetusministeriön tukemaa laajaa koulutusyhteistyötä, joka keskittyisi varsinkin kaupan ja kaupan hankintaketjujen, ml.

logistiikka, toimintaan. Tiedekorkeakoulutasoinen opetus tuottaa alalle sekä tutkimustietoa että osaavaa työvoimaa, joka edistäisi kaupan kansainvälistymistä ja kaupan uusia innovaatioita. Samoin kaupan alalla on tarvetta jatkuvan oppimisen lisätukemiseen. Töissä olevien osaamista on jatkuvasti päivitettävä, ja uudelleen kouluttamisen tarpeet kasvavat koko ajan. Jotta tähän voidaan vastata, on koulutus rakenteiden ja tukien uudelleen kouluttamiseen oltava riittävän yksinkertaiset ja joustavat. Digitaalisuutta voidaan hyödyntää myös oppimisen tukemisessa.

Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas sekä Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies esittävät tutkimus-, kehittämis- ja innovaatorahoituksen kohdentamista korkeakouluille (ammattikorkeakouluille ja tiedekorkeakouluille) kaupan alan kehittämiseen.

Yrittäjyyden edistämisestä

Keskuskauppakamari, Sipola Johanna esittää, että valtiovalta voi tukea kaupan rakennemuutosta vauhdittamalla kaupan alan yritysten kansainvälistymistä esim. Business Finlandin kautta. **Suomen Yrittäjät ry** toteaa, että suomalainen kauppa on keskittynyt kotimarkkinoille. Onkin tärkeää, että valtiovalta tukee erikoiskauppaamme kansainvälistymisessä. Suomalaisen kaupan kilpailuetu ei useinkaan ole hinta, vaan vahva ja erottuva brändi. Yrityksemme tarvitsevat tukea digitalisoitumisessa, kansainvälistymisessä, verkostoitumisessa sekä markkinoinnissa.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Ervasti Outi ehdottaa toimialan kansainvälistymisen vauhdittamista ja uusien innovaatioiden syntymisen tukemista kaupan alalle mm. Business Finlandin kautta (esimerkiksi asiakaslähtöisyyttä ja palvelullistumista edistävien toimintamallien ja innovaatiotoiminnan tukeminen, räätälöidyt ratkaisut, mitä voidaan oppia esim. pelialasta / muilta aloilta).

Kaupan Liitto ry nostaa esiin, että suomalainen kauppa on EU-vertailussa keskimääräistä digitalisoituneempi, mutta erittäin keskittynyt kotimarkkinoille. Ilman tukea erikoiskauppa ei pysty kansainvälistymään, vaikka pienillekin niche-aloille voisi löytyä kysyntää esimerkiksi Kiinan valtavilta markkinoilta. Suomalainen kauppa ei pysty useinkaan kilpailemaan hinnoilla, joten sen on kilpailtava vaikkapa omaleimaisuudella, autenttisilla brändeillä tai palvelukokonaisuudella, ja löydettävä näihin sopiva asiakaskunta. Pienehköjen yrityksen osaamista digitalisoitumisessa ja kansainvälistymisessä on tuettava nykyistä voimakkaammin Experience Commerce -tyyppisillä ohjelmilla, joissa tiedolla, tutkimuksella, konsultoinnilla ja verkostoitumisella on suuri rooli. Kaupan ympärille pystytään luomaan ekosysteemi eri alojen yrityksistä.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri toteaa, että yritystukien lisäksi on tärkeää kiinnittää huomiota kehitys- ja innovaatiotukiin. Esimerkiksi Business Finlandin myöntämiä tukia tulisi kohdentaa erikoiskauppaan (mm. yritysten IT-valmiuksien tukeminen). **Business Finland Oy** esittää kaupan alan uuden kulttuurin ja kasvurahoituksen tukemista.

Näkemisen ja silmäterveyden toimiala **NÄE ry, Tast Panu** ja **Perheyritysten liitto ry** nostavat esiin harmaan talouden vastaisen toiminnan.

Kotimainen omistajuus ja huoltovarmuus

Huoltovarmuuskeskuksen mukaan kaupan rakennemuutoksen yhteydessä huoltovarmuuden näkökulmasta on tärkeää tarkastella valtiovallan toimesta myös kotimaisen omistuksen suhdetta erityisesti päivittäistavara-kaupan toimijoissa sekä kotimaisen ruoan osuutta arvoketjussa. Valtiovallan olisi kyettävä toimillaan tukemaan näitä kokonaisuuksia, joilla varmistetaan osaltaan elintarvikehuollon huoltovarmuus Suomessa kaikissa tilanteissa. On todennäköistä, että tulevaisuudessa globalisaatio jatkaa etenemistään ja eri maissa myytävät elintarvikkeet samankaltaistuvat hiljalleen tämän kehityksen johdosta. Samalla kuluttajat oletettavasti tottuvat yhä prosessoidumpiin valmiselintarvikkeisiin, joita on nopea kotitalouksissa valmistaa. Tämä kehityskulku suosii hyvin keskitettyjä ja suurivolyymisiä tuotantoja, jotka toteutuvat hyvin esimerkiksi Keski-Euroopassa, josta valmistuotteet tuotaisiin tehokkaan logistiikan avulla myös Suomeen. Kehityskulussa on syytä tarkastella, mihin mm. Yhdysvalloissa on menty ja olettaa, että Suomi kulkee samaa uraa, mutta oletettavasti 10–20 vuotta jäljessä. Tämä oletettu kehitys luo erityisesti huoltovarmuuden näkökulmasta kasvavia ruokahuollon riskejä. Valtiovallan on Suomen huoltovarmuuden turvaamiseksi kiinnitettävä tulevaisuudessa erityistä huomiota suomalaisen alkutuotannon sekä elintarviketeollisuuden omavaraisuuden pitämiseen jatkossakin hyvällä tasolla.

Huoltovarmuuskeskus esittää, että valtiovallan olisi tarkasteltava millä toimenpiteillä se voi tukea markkinoiden toimintavarmuuden turvaamista yhteistyössä erityisesti päivittäistavara-kaupan toimijoiden kanssa, jotta päivittäistavara-kaupan toiminta Suomessa kyetään turvaamaan mahdollisimman häiriöttömästi kaikissa tilanteissa.

Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami lausuu, että ruokakauppa on kaupan alan merkittävä sektori. Osuustoiminnallisuus tarkoittaa suomalaista omistusta, jolla on huoltovarmuus-ulottuvuus. On tärkeää, että Suomessa on oma maatalous. Silloin saadaan varmalta pohjalta toimimaan koko elintarvikeketju suomalaisen kuluttajan ja koko ketjun parhaaksi.

LIITE 4. Lausunnonantajatahojen nostoja kaupan toimialan rakennemuutoksen keskeisimmistä sisällöistä ja teemoista

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä kaupan toimialan rakennemuutoksen keskeisistä sisällöistä ja teemoista. Nostot liittyvät lukuun 4.4.

Teknisen Kaupan Liitto ry toteaa, että digitalisaatio kuten tekoäly, automatisaatio ja robotiikka sekä alustatalous muuttavat toimialan koko arvoketjua. **Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry** nostaa esiin verkkokaupan lisääntymisen, myymäläverkoston supistumisen ja näistä johtuvat jakelun muutokset. **K-kauppiaaliitto ry** kiinnittää huomioita digitalisaatioon ja markkinoiden globalisaatioon, alustatalouksien nousuun ja jättimäisten globaalien toimijoiden dominanssiin. **Aalto yliopisto, Lindblom Arto** nostaa esiin kivijalkakaupan ja verkkokaupan muuntumisen sekä niiden keskinäisen integraation sekä kilpailuedellytykset voimakkaasti digitalisoituvassa toimintaympäristössä.

Suomen Yrittäjät ry:n mukaan verkkokauppa on yksi tärkein kaupanalan digitalisaation muoto. Koronakriisi oletettavasti vauhdittaa verkkokauppaan ja sitä kautta myös digitaaliseen markkinointiin siirtymistä. Yrittäjät nostavat lähivuosien kehitykseen myös reaaliaikatalouden eli siirtymisen standardoituihin verkkolaskuihin ja -kuiteihin. Lisäksi Yrittäjät toteaa, että digitalisaatio helpottaa asiakastietojen hankintaa, jolla on yrityksen kilpailukyvyn kannalta keskeinen merkitys.

Kaupan Liitto ry lausuu, että digitalisaatio ja automatisaatio lisäävät tehokkuutta ja tuottavuutta, mikä on sekä alan tulevaisuudelle, että kansaintalouden kasvulle olennaista. Hankintaketjut lyhenevät, kansainvälinen kilpailu (myös hinta- ja kustannuskilpailu) kiristyy, työvoiman tarve muuttuu ja työllisyyden rakenne muuttuu. Ennen kaikkea digitalisaatio helpottaa tiedonhankintaa asiakkaista, ja asiakastieto on keskeinen kilpailutekijä. Digitalisaatio auttaa ennakoimaan kuluttajakäytöksen muuttumista ja luomaan uusia toimintamalleja kuluttajien yksilöllisten vaatimusten lisääntyessä. Digitalisaatio haastaa myös työnantajia monella tapaa. Vastavalmistuneiden osaaminen saattaa laahata perässä, joten yritykset itse kouluttavat uusia työntekijöitä entistä enemmän.

Huoltovarmuuskeskus korostaa, että arvoketjun ja kauppapalvelujen digitalisoituessa sekä verkkokaupan kasvaessa kyberuhkiin varautumiseen on kiinnitettävä enenevässä määrin huomioita koko pitkässä arvoketjussa.

Tradenomiliitto TRAL ry, erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, kiinnittävät huomioita, että globaalien markkinoiden ja verkkokaupan myötä asiakkaalle kaupan maantieteellinen sijainti on hämärtynyt, eikä ole välttämättä olennainen tieto ostotapahtuman toteutumisen kannalta. Asiakkaalle on yhtä helppoa tilata kotisohvalta käsin tuotteita verkkokaupasta, oli se sijainniltaan sitten Kiinassa, Saksassa tai Suomessa. **Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry** toteaa, että kuluttaja on kuningas. Kulutuksen muutokset määrittävät pitkälti kaupan toimialan rakennemuutoksen. Miten kulutetaan, missä kulutetaan ja mitä kulutetaan ovat tärkeimmät kysymykset. **Maa- ja metsätalousministeriö** nostaa esiin myös kuluttajakysynnän pirstaloitumisen, suhtautumisen kuluttamiseen ja, että uusilla sukupolvilla erilaisia odotuksia kulutuksen suhteen. **Perheyritysten liitto ry** nostaa esiin myös kuluttajakäyttäytymisen muutokset, esimerkiksi online-kaupan suuren kasvun ja siitä seuraava kotijakelun kasvun sekä näihin vastaamisen.

Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen sekä Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies toteavat, että asiakaskokemuksen tärkeys kasvaa vain entisestään, joka taas lisää kaupan alan yritysten tarvetta muun muassa kattavaan tiedon

keräämiseen ja ennen kaikkea sen hyödyntämiseen myös tekoälyä hyödyntäen (asiantuntijatyöhön panostamiseen).

Suomen Yrittäjät ry lausuu, että kauppa on yksityisten toimialojen suurin työllistäjä (noin 300.000). Työllisyyden näkökulmasta kaupan ala tulee olemaan jatkossakin merkittävässä asemassa, mikä tulee huomioida valtiovallan päätöksenteossa ja toimissa. Kaupan ala tulee kärsimään sekä työvoimapulasta että asiantuntijapulasta. **Kaupan Liitto ry** tuo esille, että, onko kaupalle tarjolla työvoimaa, jonka avulla pystytään kansainväliseen kilpailuun ja uusiin kaupan alan innovaatioihin, vai onko suomalainen kauppa lähinnä ulkomaisten yritysten jakelupää; muutamaa kotimaista suurempaa yritystä lukuun ottamatta. Kaupan alan työvoima tulee monipuolistumaan ja se tulee koostumaan eri ikäisistä, eri taitotasoisista ja eri kieliryhmistä. Kaupan ala tulee kohtaamaan kaksi erillistä haastetta: työvoimapulan ja asiantuntijapulan. Vaihtuvuus lisääntyy myös kaupan toimialalla entisestään. **Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry** nostaa esiin alan työntekijöiden toimenkuvien, työehtojen ja palkkauksen kehittymisen. **Lidl Suomi** nostaa esiin myös työllisyyden ja työn muutoksen työvoimavaltaisella kaupan alalla ja toteaa, että nyt ja jatkossa tarvitaan kaikki keinot käyttöön, että saadaan riittävästi työvoimaa ja osaamista koko Suomeen. **Lidl Suomi** korostaa asiassa olevan kaksi erilaista haastetta: työvoimapula (suuret massat) ja asiantuntijapula (esim. tietty osaaminen + kielitaito).

Opetus- ja kulttuuriministeriö, Petri Haltia lausuu, että keskeisiä ovat työn sisältöjen muutoksen, osaamisen ja koulutuksen kokonaisuus; digitalisaatio, tekoäly jne.; ilmastonmuutos, yritys- ja ympäristövastuu, vähähiilisyystiekartat, alusta-, jakamis- ja kiertotalous. Erityisen tärkeää on kytkeä nämä tiiviisti toisiinsa. Digitalisaatio, ympäristövastuu ja työn muotojen muutos vaativat koulutusta ja uudenlaista osaamista. Osaaminen on siis muutoksiin sopeutumisen edellytys, mutta sillä ja uutta luovalla TKI-toiminnalla myös viedään muutosta eteenpäin ja haluttuun suuntaan.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri kiinnittää huomiota lausunnossaan kohtaanto-ongelmiin, työn ja perhe-elämän yhdistämiseen sekä koulutuksen kehittämiseen ja oppimisen varmistamiseen. PAM nostaa esiin, että kaupan alan rakennemuutoksessa on huomioitava myös jo nyt olemassa oleva kohtaanto-ongelma ja sen vaikutus alan houkuttavuuteen työllistäjänä myös tulevaisuudessa. Kasvavat vaikeudet rekrytoida työvoimaa ovat alalle vakava haaste. PAM:n näkemys on, että selonteossa tulee osana rekrytointiongelmia tiedostaa alan työsuhteiden laadun merkitys sekä huomioida alalla työskentelevien vastentahtoisesti osa-aikaisten määrän merkitys alan kehityksessä. Selonteossa tulisi selvittää, miten kaupan alan aukioloaikauudistus on muuttanut sekä kaupan alan toimintaa yleisesti, että erityisesti työn tekemistä (mm. työntekijöiden työajat ja työturvallisuus). PAM:n näkemys on, että osana selontekoa on arvioitava alaa koskevien päätösten sukupuolivaikutteita sekä tiedostaa osana selontekoa, että tutkimusten mukaan aukiolojen vapauttaminen on vaikuttanut erityisesti naisten suhtautumiseen omiin mahdollisuuksiin jatkaa kaupan alalla. Lisäksi PAM nostaa esille, että jos kaupan alan yritykset haluavat osaavaa ja muutoksiin sopeutuvaa, dynaamista työvoimaa, on niiden oltava saumaton osa elinikäisen oppimisen polkua ja asetettava enemmän panoksia työntekijöidensä osaamisen arviointiin ja osaamisvajeiden paikkaamiseen. PAM:n näkemys on myös, että alan koulutusta tulee kehittää tulevaisuudessa panostamalla työpaikkoihin oikeanlaisina oppimisympäristöinä. On myös tärkeää vahvistaa oppilaitoksissa tapahtuvaa koulutusta.

Päivittäistavarakauppa ry lausuu ilmastonmuutoksen ja kiertotalouden haasteista todeten, että kauppa on vahvasti mukana ilmastonmuutoksen vastaisessa taistelussa. Vastuullinen energiankäyttö on yksi kaupan tärkeimmistä keinoista torjua ilmastonmuutosta ja vähentää ympäristövaikutuksia. **Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna** toteaa, että elinvoimaisen Suomen

menestyksen avain on kyvyssä tarttua muutoksen tarjoamiin mahdollisuuksiin ja tarjota niihin ratkaisuja. Isoina muutosajureina kaikessa toiminnassa vaikuttavat ilmastonmuutoksen ja luonnon monimuotoisuuden vähenemisen vastainen taistelu, bio- ja kiertotalous, teknologinen kehitys sekä kaupungistuminen.

Kaupan Liitto ry nostaa esiin kansainvälisen kilpailun ja suomalaisen kaupan kilpailukyvyn. Esimerkiksi sääntely voi olla meillä kireämpää kuin jopa muissa EU-maissa (puhumattakaan EU:n ulkopuolisista maista), jolloin kauppa joutuu kantamaan ylimääräisiä kustannuksia kilpailijoihin verrattuna. Verotuksen eri osa-alueet voivat vaikuttaa kilpailumahdollisuuksiin. **Lidl Suomi** nostaa esiin terveen kilpailun edistämisen sekä joustavuuden lisäämisen kaavoitusta, logistiikkaa ja alueita koskevassa sääntelyssä.

Pellervo korostaa, että palvelutarjontaa tarvitaan koko maan alueella ja eri väestöryhmille. Se on olennaista palvelukyvyille. Suomalainen omistus ja arvoketjut ovat arvossaan - huoltovarmuuden arvo nousemassa erityisesti korona-epidemian vuoksi. **Huoltovarmuuskeskus** nostaa esiin kaupan toimialan rakennemuutoksen suhteen aluerakenteen muutokseen. Yleinen aluerakenteen muutos sekä kaupungistuminen johtavat osaltaan siihen, että kaupan myyntivolyymit harvaseudulla tulevat jatkossa pienenemään. Tulevaisuudessa on kuitenkin kyettävä turvaamaan edelleen mahdollisimman laaja myymäläverkosto sekä kauppapalvelut myös harvaa asutuilla seuduilla.

LIITE 5. Lausunnonantajatahojen nostoja koronaviruspandemian taikka sen kaltaisten yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevien muutostilanteiden vaikutuksista kaupan toimialalle

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä koronaviruspandemian taikka sen kaltaisten yllättävästi toimialaa merkittävästi ravistelevien muutostilanteiden vaikutuksesta kaupan toimialalle. Nostot liittyvät lukuun 4.5.

Kaupan toimialan ja sen kuljetuspalvelujen uusiutuminen sekä ostokäyttäytymisen muutokset

Kaupan Liitto ry toteaa, että toisaalta kriisi voi vaikuttaa positiivisesti joidenkin toimintojen kehittämiseen – ketteryyden ja reagointinopeuden vaatimus kasvaa sekä perustoiminnassa että uusien palveluiden kehittämisessä. Verkkokaupan ja sen palveluiden nopean kehityksen vaade korostuu uudessa tilanteessa (esim. ruoan verkkokauppa): on haaste ja mahdollisuus kotimaiselle kaupalle. Potentiaalia siirtyä tietyistä tuotteista kohti palveluita ja mahdollisuus myös täysin uusiin palveluihin. Kaupan infra luo potentiaalia myös uusien palvelumallien miettimiselle; muun muassa yleisen verkkokauppa-palveluiden kysynnän lisäksi esimerkiksi iäkkäiden ja muiden riskiryhmien palveluiden tarve korona-aikana. Vaikka kriisi saattaakin antaa mahdollisuuden uusille innovaatioille, on tärkeää miettiä, mahdollistavatko lupakäytännöt ja määräykset viranomaispuolelta ketterät muutokset.

Kaupan liitto, Business Finland sekä Maa- ja metsätaloustuottajien keskusliitto MTK ry, Ympäristöministeriön Jylhä Sanna, Perheyrittäjien liitto ry sekä Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas nostavat esiin kaupan alan uudistumisen: digitalisaation, verkkokauppaan verkkokaupan kasvun, kaupan alan palvelujen integroinnin voimistumisen sekä uusien palvelujen keksimisen.

Business Finland Oy nostaa esiin, että isommissa brändiyrityksissä digitaalisen kaupan asema organisaatiohierarkiassa vahvistuu. Se ei ole enää yksi osasto muiden joukossa, vaan koko organisaation läpileikkaava toimintamalli. **Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri** toteaa ruoan verkkokaupan lisääntyneen. Suurten ketjujen lisäksi pienemmät toimijat ovat perustaneet omia portaaleja ruoan verkkokaupalle. Verkkokaupoista tilattujen tuotteiden kotiinkuljetus on kasvanut. Jotkut logistiikkatoimijat ovat innovoineet ratkaisuja, joissa kontakti vähennetään minimiin (mm. luovutus niin, ettei paketteja anneta suoraan asiakkaiden käsiin).

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry tuo esille esimerkkinä päivittäistavara-kaupan kotiin tuodut kaupapakassit: alkuvuonna palvelu toimi ainoastaan isoissa kaupungeissa, joissa harva kuluttaja käytti palveluita. Tällä hetkellä samat palvelut ovat tarjoilla myös harvaan asutetuilla alueilla ja kuluttajat ovat valmiit maksamaan niistä. Päivittäistavara-kaupat eivät ole pystyneet vastamaan kotikuljetusten kysyntään ja tämä on johtanut uusiin palveluyrityksiin, jotka maksusta käyvät kaupassa kuluttajan puolesta ja tuovat tavarat kotiin. Päivittäistavara-kauppa on myös kehittänyt muita palvelumuotoja, kuten ikäihmisille ja muille riskiryhmään kuuluville suunnattuja ostosvuoroja.

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) nostaa esille, että koronan jälkeisessä maailmassa esimerkiksi (kotiin)kuljetuspalveluiden kysynnän kasvu ja erityisesti ruoan ja päivittäistavaran verkkokaupan kiihtyminen ovat entistä olennaisempia kehityskulkuja. Ylipäättään ruoan jakelu on mielenkiintoisessa kehitysvaiheessa, jota

koronavirus- pandemia voimistaa. Kuluttajat ovat koronatilanteen aikana tottuneet etätöiden tekemiseen ja kokeilleet erilaisia etäpalveluja ja kotiinkuljetuspalveluja. Tähän kysynnän lisääntymiseen myös pidemmällä aikavälillä pitää pystyä vastaamaan entistä paremmin, mikä aiheuttaa haastetta kaupan alan yritysten toimitusketjujen hallintaan.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston mukaan koronaviruspandemia tuo merkittäviä muutoksia kaupan toimialalle, sillä kuluttajat eivät liiku ja heitä myös kielletään liikkumasta. **Kaupan Liitto ry:n** mukaan kaupat, joissa asioiminen on loppunut tai vähentynyt merkittävästi kielloista, suosituksista ja/tai kuluttajien pelosta johtuvista syistä, ovat joutuneet erittäin koviin, kun kassavirta ehtynyt. Myynnin romahtaessa kuluja on ollut mahdotonta sopeuttaa riittävän nopeasti. Erityisen vaikeaa on ollut niillä kaupan alueilla, joissa hankintapäätökset tehdään 9–12 kk ennen suunniteltua myyntiä. Menekin romahtamisesta seuraa ylivarasto-ongelma, ja vaikka asiointi jossakin vaiheessa kasvaisi jälleen, on riskinä epäkurantti-ongelma, kun tavara on vanhentunut malleiltaan tai sesongiltaan.

Aalto yliopisto, Lindblom Arto nostaa esille, että helpot rahoituskeinot saattavat kasvattaa markkinaosuuksia ja velkaannuttaa lisää jo valmiiksi ylivelkaantuneita asiakkaita. Alennusmyynnit lisääntyvät (erikoiskaupassa), kauppojen on pakko saada kassavirtaa. Kauppojen tuotetarjonta saattaa kaventua voimakkaasti, mikäli tuotteiden hankinta tavarantoimittajilta vaikeutuu. Kansainvälistä tuotetarjontaa saatetaan korvata kotimaisella tuotannolla. Tavarantoimittajia saattaa ajautua konkurssiin, mikäli kaupat eivät pysty maksamaan hankintojaan (myös ulkomaiset toimittajat). Pienet, ketjuihin kuulumattomat kaupat lopettavat toimintansa, erityisesti vanhojen yrittäjien kaupoissa, joilla ei ole jatkajaa, kannattavuuskriisin ja maksukyvyttömyyden myötä. Elämispalveluihin ja erikoiskauppoihin nojaavat kauppakeskukset ajautuvat helposti vaikeuksiin. Kauppakeskuksia voi ajautua lopettamiskiarteeseen kauppojen sulkiessa ovensa lopullisesti.

Suomen Yrittäjät ry lausuu, että suurimmat vaikutukset kaupalle ovat myynnin ja asiakkaiden vähentyminen. Vastaajista 27 prosenttia kertoi, että myynti oli vähentynyt vähintään 30 prosentilla ja 27 prosenttia totesi, että myynti on vähentynyt yli 30 prosenttia. Myyntiä ei ole ollut lainkaan koronakriisin aikana 10 prosentilla. Noin kolmannes kaupan toimialan vastaajista kuitenkin katsoi, että myynti ei ole joka lainkaan vähentynyt tai myynti on jopa kasvanut. Lähes puolet (48 %) kaikkien toimialojen yrityksistä arvioi tarvitsevänsä suoraa julkista tukea kriisistä selviämiseen. Osuus on eri toimialoista suurin kaupanalan (56 %) ja palvelualan (50 %) yrityksissä. Tukea on kaupan toimialalla haettu eniten Business Finlandilta (43 %) ja ELY-keskuksilta (41 %). Tukea on hakenut kunnalta tai sen elinkeinoyhtiöltä 24 prosenttia ja Kelasta 20 prosenttia vastaajista. Kaupan vastaajista 23 prosenttia ilmoitti hakeneensa tai hakevänsä yrittäjän työttömyysturvaa. Kaupan toimijoista 29 prosenttia oli ollut kriisin vuoksi yhteydessä pankkiinsa. Selvästi suurin tarve on ollut lainojen maksujen lykkäyksille.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Ervasti Outin mukaan koko yhteiskunnan intressi on varmistaa yritysten toimintakyky muuttuneessa tilanteessa. Perimmäisenä tavoitteena tulisi olla, että terveitä yrityksiä ei ajautuisi konkurssiin poikkeuksellisen ja niiden liiketoiminnasta riippumattoman kriisin seurauksena. Poikkeusajan erilaisten tukien ja helpotusten myöntämisessä tulisi huomioida eri toimialojen, myös kaupan toimialan sisällä sen erityispiirteet ja tarpeet. Muutostilanteissa on tärkeää ymmärtää kaupan toimialan heterogeenisuus. Toimialan sisällä päivittäis-, erikois-, tekninen ja tukkukaupan yritykset kohtaavat kriisit usein hyvin eri lähtökohdista, ja alan yritysten koko vaihtelee suuresti. Vaikka esimerkiksi nyt koronakriisin aikana esimerkiksi ruoan verkkokauppa on merkittävästi

kasvanut, moni erityiskaupan alan yritys on ajautunut akuuttiin rahoituskriisiin ja toiminta on jouduttu keskeyttämään tai sitä on olennaisesti supistettu.

K-kauppiasliitto ry nostaa esiin, että pandemian ennakointi ja siihen varautuminen ollut mahdotonta. Vähittäiskaupat, joissa asiointi on loppunut tai vähentynyt merkittävästi viranomaisten kielloista tai suosituksista tai kuluttajien pelosta johtuvista syistä, ovat joutuneet erittäin koville kassavirran ehdyttyä äkisti. Myynnin romahtaessa kuluja on ollut mahdotonta sopeuttaa riittävän nopeasti. Erityisen vaikeaa on niillä kaupan alueilla, joissa hankintapäätökset tehdään 9-12 kk ennen suunniteltua myyntiä. Menekin romahtamisesta seuraa ylivarasto-ongelma, ja vaikka asiointi jossain vaiheessa kasvaisi jälleen, on riskinä epäkuranttiusongelma, kun tavara vanhentunut malleiltaan tai sesongiltaan (erikoiskauppa). Niissä ruokakaupoissa, joiden myynti romahtanut, on syntynyt hyvin nopeasti merkittävästi tuotetuotteiden hävikkiä. Toisaalta toimitusrytmiä pystytään säätämään nopeammin kuin kaupan muilla aloilla.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry:n mukaan erikoiskaupat ovat keksineet myös uusia palvelumuotoja, kuten yksityisiä ostosaikoja sekä etänäyttöjä. Tämän lisäksi ne, joilla aiemmin ei ole ollut verkkokauppaa, ovat nyt kivijalkamyynnin melkein loppuessa yrittäneet viedä kauppaa verkkoon. Suuri osa erikoisliikkeistä, joilla on nettikauppa ovat tarjonneet maksuttoman toimituksen ja ilmaisen palautuksen. Jotkut tukut ovat alkaneet myydä tuotteitaan myös suoraan kuluttajille. **Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri** toteaa, että irtomyynnissä olevien tuotteiden myynti on muuttunut. Tuoteryhmä on saatettu joko poistaa myynnistä (mm. salaattibuffetit), niiden myynti on vähentynyt tai tuotteita on alettu pakkaamaan asiakkaille valmiiksi (mm. leipomotuotteet).

Kaupan Liitto ry:n mukaan myös terveys- ja hyvinvointi on tunnistettu megatrendinä jo aikaisemminkin, mutta korona-aika tulee mahdollisesti jättämään pysyviä jälkiä kuluttajakäyttäytymiseen mm. terveysasioiden osalta. Tämä toisaalta voi vaikuttaa terveyteen liittyvien markkinoiden kasvuun (mm. suojarusteet, hygienia, tartunnan ennaltaehkäisy) ja myymälöiden suunnitteluun (mm. etäisyydet, hygienia-asiat, muut tartuntojen ennaltaehkäisyn tavat myymälässä). **Lidl Suomi** lausuu, että uusien toimitusmallien merkitys kasvaa, turvallisen asioinnin ja maksamisen merkitys kasvavat, kuten myös henkilöstön turvallisuudesta ja terveydestä huolehtiminen sekä yritysten kyky reagoida nopeasti muuttuviin tilanteisiin.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri lausuu, että yksittäisistä ammattiryhmistä lomautukset ovat kohdistuneet eniten myyjiin. Kauppakeskusten asiakasmäärät ovat vähentyneet ja monet erikoisliikkeet ovat lomauttaneet työntekijöitään sekä sulkeneet määräajaksi liikkeensä. Työturvallisuus on heikentynyt joissain paikoissa (mm. myymälävarkaudet, lisääntynyt alkoholimyynti sekä työntekijöiden altistuminen työssään koronartunnoille).

Lidl Suomi toteaa, että kuluttajien ostovoima ja luottamus omaan talouteen kärsii ja, että kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuu nopeita muutoksia.

Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu nostaa esiin voimakkaat kysyntämuutokset: erikoiskaupassa COVID-19 ja siihen liittyvien viranomaisohjeiden myötä kysyntä romahti vain muutamassa päivässä. Kysynnän äkillinen romahtaminen vaikuttaa suoraan kaupan nopeaan tarpeeseen sopeuttaa kuluja ja järjestellä toimintaa uudelleen. Erityisen suuri haaste on erikoiskaupassa, jossa hankintapäätökset tehdään 6-12 kk ennen suunniteltua myyntiä (ylivarasto- ja epäkuranttiusongelma). Molemmilla edellisillä on

voimakkaat vaikutukset kaupan toimialan talouteen. Voimakkailla muutoksilla kysynnässä ja (yllättävän tilanteen aiheuttamassa) kuluttajakäyttäytymisessä on myös merkittäviä pitkäaikaisvaikutuksia; esim. erikoiskaupassa epäilemättä pysyvä siirtymä verkko-ostamiseen.

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) toteaa, että sosiaalisen ja fyysisen etäisyyden olosuhteiden vaikutus kaupan alaan on otettava huomioon erittäin todennäköisenä skenaariona myös tulevaisuudessa. Kivijalkamyymälöiden ja esimerkiksi kauppakeskusten toimintaedellytykset sellaisessa tilanteessa, kun vältellään ihmiskontakteja, ovat muuttuneet radikaalisti. Siinä missä ylivertaisia asiakaskokemuksia on viime aikoina pyritty luomaan esimerkiksi elämyksellisyyden kautta, post korona -ajassa kuluttajilla voivat korostua enemmän perustarpeet, sekä turvallisuus ja hygieenisuus kulutuskäyttäytymisen kriteereinä. Riittävän tilavat myymälät, myymälöiden puhtaus ja pisaratartuntaa estävät keinot voivat korostua entistä enemmän. Tähän liittyen myös kaupan alan työntekijöiden työturvallisuus on korostunut – monet työnantajat ovat pyrkineet jo helpottamaan tilannetta esim. pleksilasein, mutta jatkossa asiakasrajapinnassa työskentelevien henkilöiden työturvallisuuden varmistaminen epidemiatilanteissa tulee varmasti olemaan tärkeää. Mobiilisovellukset, mobiilimaksaminen ja itsepalvelukassat tarjoavat jo osaltaan ratkaisuja tähän, joten niiden kehitys tulee todennäköisesti vahvistumaan jatkossa. Samoin jo pitkään ennakoitua virtuaali- ja lisätyn todellisuuden ratkaisut asiakaskontaktipisteinä (esimerkiksi virtuaaliset sovituskopit vaatteille tai kodinsisustuksen suunnittelu virtuaalitodellisuudessa) tulevat todennäköisesti kehittymään jatkossa (Roggeveen & Sethuraman, 2020).

Teknisen Kaupan Liitto ry lausuu että: 1) protektionismi kasvaa merkittävästi-> kaupan kustannukset kasvavat-> loppukäyttäjän kustannukset nousevat; 2) konkurssit, työttömyys ja kulutuslama; 3) investointilama; 4) toimintatapojen tehostuminen-> ajankäyttö, ajasta ja paikasta riippumattoman työn lisääntyminen; 5) hankinnan toimitusketjujen lyheneminen (maantieteellinen hajauttaminen) 6) uudet palvelut asiakkaalle-verkkokaupan toimitusketjun kapasiteetti.

Business Finland Oy nostaa esiin, että koronan tapaiset muutostilanteet voivat kohdella eri maita hyvin eri tavalla ja eriaikaisesti ja siksi yrityksille voi löytyä uudessa tilanteessa uutta kysyntää uusilta markkinoilta.

Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna mukaan on huomioitava koronaviruksen aikaiset, ehkä väliaikaiset ostokäyttäytymisen muutokset: esimerkiksi päivittäistavarakaupasta ostetaan enemmän sitä ruokaa, mikä muutoin syötäisiin ravintoloissa, osa erikoiskaupoista kuten vaatekauppa menettää myyntiään, kun taas esimerkiksi puutarhakauppa tuntuu lisännen kysyntää. Osa näistä muutoksista ei jääne pysyviksi.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri tuo esiin, että asiakkaiden ostotottumuksissa on tapahtunut muutoksia. Esimerkiksi ennen koronakriisiä hyvätuloisten työntekijöiden tulot ovat saattaneet laskea merkittävästi lomautusten vuoksi. Heikentynyt taloudellinen tilanne on heijastunut ymmärrettävästi myös asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Lisäksi etäopetuksen ja etätöiden lisääntyminen on lisännyt kotiin tehtävien ruokaostosten määrää. Monia erikoiskaupan liikkeitä on suljettu ja tämän seurauksena kuluttajat ovat joko luopuneet hankinnoistaan, siirtäneet niitä myöhempään ajankohtaan tai lisänneet verkkokauppojen käyttöä (mm. vaatteet ja urheiluvälineet). Kotimaisen ruoan ja pakattujen elintarvikkeiden (ml. vihannekset ja hedelmät) kysyntä on kasvanut. Kestokulutushyödykkeiden myynti on vähentynyt (esim. autot). **Palvelualojen ammattiliitto**

PAM ry, Jakosuo Katri tuo esille, että suomalaisen kaupan kannalta keskeinen kysymys on, missä määrin koronakriisin aikana tapahtunut kuluttajien ostokäyttäytymisen muutos siirtyy pysyvästi verkkoon ja kuinka paljon tästä siirtymästä nyt ja tulevaisuudesta kohdistuu suomalaiseen verkkokauppaan. Myös **Kaupan Liitto ry** tuo esille, että olennaista on se, miten kriisin yli pystytään siirtymään niin, että suomalainen kauppa pärjää. Tuetaanko muiden maiden kauppaa enemmän kuin Suomi tukee omaansa? Se voi vaikuttaa kaupan rakenteeseen siten, että ulkomaisten toimijoiden osuus täällä entisestään kasvaa.

Logistiset toimitusketjut ja tuotteiden saatavuus

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri toteaa, että joissain tapauksissa tuotteiden saatavuus on kärsinyt. Osittain kyse on valmistajien toimitusvaikeuksista (esim. globaali raaka-ainepula), mutta osin kyse on kuluttajien muuttuneesta käyttäytymisestä (esim. koronakriisin alkuvaiheessa kaupoista loppuivat esimerkiksi makaronit, säilykkeet ja wc-paperi, kun asiakkaat täydensivät kotivarastojaan). **Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas** toteavat logistiikan tuomat haasteet kulutuksen siirtyttyä valtaosin verkkoon.

Kaupan Liitto ry katsoo, että pitkien toimitusketjujen haavoittuvuus korostuu ja niiden hallinta sekä logistiikan ja mm. vastuullisuusnäkökulmien varmistaminen voi olla haastavaa. Monien hankintakanavien ja ammattitaitoisen henkilöstön merkitys korostuu. Seurauksena voi syntyä tarve lyhentää ketjuja ja tuoda joiltain osin tuotantoa lähemmäs. Isot muutokset (myös esim. laajavaikutteiset luonnonmullistukset) voivat siirtää hankinnan painopistettä merkittävästikin maailmalla. Uudella hankinta-alueella voi puolestaan ilmetä uusia haasteita, joita aiemmalla hankinta-alueella ei ollut. Toimitusketjujen läpinäkyvyyden vaatimus voi lisääntyä.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry toteaa, koronakriisin tuoneen taloudellista epävarmuutta, toimitusketjujen hallinnan haasteita, ennakoimattomia lisäkuluja ja -panostuksia mm. asiakas- ja työturvallisuuteen. **Keskuskauppakamari, Sipola Johanna** toteaa, että koronakriisi jättää jälkeensä varmastikin muuttuneita kulutuskäyttäytymiseen liittyviä asioita: kuten esimerkiksi verkkokaupan käytön laajenemisen, pick and collect -palveluiden kasvun sekä turvallisuuteen ja hygieniaan liittyviä vaatimuksia.

Päivittäistavarakauppa ry toteaa hankintojen siirtyvät tuotteen laadun ja toimitusvarmuuden takaamiseksi lähemmäs, Eurooppaan. Epävarmuus vaikeuttaa ennustettavuutta, pakottaa kehittämään entisestään varautumista yrityksissä, yhteistyössä viranomaisten kanssa. Kyky reagoida nopeasti muuttuviin tilanteisiin korostuu. Olisi kehitettävä strategia viranomaisia ja yrityksiä varten varalle, jos koko toimiala suljetaan nopeasti kriisin vuoksi. Kuluttajien ostovoiman heikkeneminen vaikuttaa ostopäätöksiin.

Huoltovarmuuskeskuksen mukaan uhkien mahdollinen realisoituminen näkyy kaupan toimijoille kuitenkin hyvin eri lailla. Esimerkiksi päivittäistavarakaupassa pandemia näkyy myyntiä lisäävästi (mm. hamstraus sekä kulutuskäyttäytymisen muutos), kun erikoiskaupassa ja teknisessä kaupassa pandemia näkyy myyntiä merkittävästi vähentävänä. Näin ollen uhkien vaikutuksia on tarkasteltava erikseen kaupan eri toimialoilla ja tarkastelussa on huomioitava uhkakohtainen tarkastelu. Lisäksi tulisi tarkastella mahdollisia synergioita sekä tukimahdollisuuksia kaupan eri toimialojen kesken mahdollisissa kriisitilanteissa. Kriisit ovat myös mahdollisuuksia muuttaa toimialan toimintamalleja pysyvästi. Esimerkiksi

koronaviruspandemian aiheuttama verkkokaupan kasvu jäänee vähintään osittain pysyväksi ainakin suurissa kaupungeissa.

Kaupan arvostuksesta ja roolista, omavaraisuudesta, huoltovarmuudesta sekä etukäteisvarautumisesta muutoksiin

Kaupan Liitto ry katsoo koronavirusepidemian osoittaneen, että kaupan ja palveluiden merkitys koko talouden toiminnalle on erittäin suuri. Suomikaan ei toimi vain vientisektorin vetämänä. Samoin viruksen myötä on nähty, että kauppa ja erityisesti erikoiskauppa on hyvin haavoittuvainen tämänkaltaisten poikkeustilanteiden eskaloituessa. Kaupan alan monimuotoisuus ja vaikutukset kaupan toimialan sisällä eroavat selkeästi toimialoittain. Samoin kriisi tuo esiin koko palvelualan eri toimijoiden vaikutukset toisiinsa ja palvelualan riippuvuussuhteet, esimerkkinä kahviloiden ja ravintoloiden sulkemisen vaikutus kauppaan.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry toteaa, että koronaviruspandemia on tuonut esiin erityisesti päivittäistavarakaupan äärimmäisen tärkeän roolin ja on varmasti osaltaan myös lisännyt kuluttajien arvostusta kaupan alan työntekijöitä ja toimijoita kohtaan. Samalla muutostilanne on johtanut äkillisiin kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin.

Maa- ja metsätalousministeriön mukaan elintarvikekaupan merkitys korostuu. Paikallisten tuotteiden ja lähiruoan arvostus ja kysyntä kasvavat kuluttajien keskuudessa. Kaupan hankintaketjuihin muutospainetta. Myös kuluttajien ja päättäjien odotukset yhteiskuntavastuun kantamisesta kasvavat. Lisäksi valmius reagoida nopeasti muuttuviin tilanteisiin – kysyntäpiikit, kysyntälama, vaihtoehtoisten hankintaketjujen rakentaminen, jakelukanavan muutokset – verkkokauppa – toimitusketju.

Päivittäistavarakauppa ry lausuu, että kotimaisten elintarvikkeiden arvostus kasvaa ja omavaraisuuden merkitys korostuvat, kuluttajien ostovoima heikkenee, mikä vaikuttaa ostopäätöksiin sekä turvallisen asioinnin merkitys kasvaa. Myös uudenlaiset tavat tehdä töitä ja viettää vapaa-aikaa luovat uusia palvelumuotoja.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli katsoo, että koronavirusepidemia on osoittanut päivittäistavarakaupan roolin elintarvikkeiden huoltovarmuudessa sekä koko elintarvikealan syvän keskinäisriippuvuuden. Verkottuneessa yhteiskunnassa keskinäisriippuvuus korostaa luottamuksen ja yhteisten toimintamallien kehittämisen tärkeyttä erityisesti äkillisissä muutostilanteissa. Myös kysynnän ja ostamisen muutokset, ruuan jakelukanavien ja kuljetustapojen muutokset, turvallisuuden korostuminen.

Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies toteaa, että koronaviruspandemian myötä on mahdollista, että ainakin hetkellisesti omavaraisuus ja kotimaisuus nousevat tärkeämmiksi kuin aiemmin, etenkin elintarvikkeiden osalta. Tämä edellyttää alkutuotannon kasvua ja poliittisia päätöksiä tuottajahintoihin, koska kuluttajahinnat eivät voi nousta hallitsemattomasti.

Huoltovarmuuskeskus mukaan riskit yhteiskunnan kannalta vakavassa häiriötilanteessa ja poikkeusoloissa (esim. laaja sähkökatko, pandemia, tietoliikennekatkos) ovat erittäin vakavia myös päivittäistavarakaupan jatkuvuudelle ja näiden riskien realisoituessa toiminta voisi keskeytyä alueellisesti tai pahimmillaan jopa valtakunnallisesti. Näin kansalaisten mahdollisuudet hankkia päivittäistavaroita sekä tätä kautta kansalaisten elinmahdollisuudet vaarantuisivat oleellisesti.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry nostaa esiin, että häiriöt kansainvälisissä toimitusketjuissa korostavat kotimaisen huoltovarmuuden merkitystä. Erityisesti elintarvike- ja päivittäistavarakaupan jatkuminen on turvattava myös poikkeusoloissa. Kotimaisen erikoiskaupan toimintaedellytykset voivat heiketä nopeasti kysynnän siirtyessä verkkokauppoihin, joista merkittävä osa toimii ulkomailta käsin. Poikkeusolojen aikana avoinna pysyvissä kaupan yksiköissä asiakkaiden ja henkilöstön suojaamiseksi tehtävät toimet on voitava ottaa käyttöön nopeallakin aikavälillä.

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) tuo esille, että toimitusketjujen globaalit riippuvuudet ja toimitus- ja huoltovarmuus ovat korostuneet korona-aikana ja nämä asiat tulisi huomioida riittäväällä vakavuudella selonteossa.

Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami katsoo, että korona-aikana hyvä ja nopea kaupan sopeutumiskyky on ollut tarpeen. Sittenkin korona on vain yksi kriisi muiden joukossa. Tulee uusia ja yllättäviäkin kriisejä. Tähän täytyy olla asenteelliset, liikkeenjohdolliset ja taloudelliset valmiudet ja puskurit.

Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies katsoo, että yllättäviin tilanteisiin varautuminen vaatii korkeasti koulutettuja asiantuntijoita, jotka suunnittelevat ja kehittävät toimintaa. Asiantuntijoiden rooli korostuu yllättävissä muutostilanteissa ja niistä eteenpäin pääsemisessä, jolloin asiantuntijoiden työt tulee turvata kaupan alalla. **Opetushallitus, ammatillinen osaaminen** nostaa esiin henkilöstön tehtävä- ja osaamisrakenteen muutokset sekä resilienssin (selviytymis- ja sopeutumiskyvyn) merkityksen korostuminen liiketoiminnassa.

Kauppan Liitto ry:n mukaan varautumisen tason tulee olla jatkossa riittävä, jotta taloudelliset vaikutukset eivät ole näin valtavat. Kriisit vaikuttavat usein kuluttajien ostovoimaan ja samalla luottamus omaan talouteen kärsii. Koronakriisi vaikutti/vaikuttaa siihen, että uusien toimitusmallien, turvallisen maksamisen sekä turvallisen asioinnin merkitys kasvaa. Henkilöstön näkökulmasta kyse on myös turvallisuudesta ja siitä, kokevatko työntekijät töihin tulon turvalliseksi. Tällaisissa tilanteissa on erityisen tärkeää, että kriisin johdon (valtiovalta) viestintä ja toimintaohjeet ovat selkeitä ja hyvin perusteltuja. Sitoutuneen, osaavan ja muutoskykyisen henkilöstön merkitys kasvaa. Koronakriisi toi isot odotukset kaupalle niin kuluttajien (sujuvat palvelut turvallisesti, tuotteiden saatavuus), yhteiskunnan (huoltovarmuus) kuin työntekijöiden osalta (työturvallisuus).

LIITE 6. Lausunnonantajatahojen nostoja valtion ennakoivasta tuesta muutostilanteisiin kaupan toimialan rakenteiden kestävyteen

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä siitä, että miten valtiolta voi tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyttä ennakoivasti muutostilanteihin sisällöittäin. Nostot liittyvät lukuun 4.6.

Valmistautuminen etukäteen

Perheyritysten liitto ry katsoo, että vahvalla yhteistyöllä, joiden avulla/kautta harjoitellaan ja valmistaudutaan poikkeusoloissa toimimiseen yhteistyössä ennakolta. **Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami** tuo esille, että on olennaista ns. normaalioloissa rakentaa toimintakykyisiä taloudellisia ja sosiaalisia rakenteita. Muutoskestävyys eli joustavuus sopeutua vallitseviin olosuhteisiin tarkoittaa moninaisia yritys rakenteita. Moniarvoinen markkinatalous tulee pitää arvossaan ja talouselämän eri toimijoiden arvo ja tunnistaa merkitys. Kun olosuhteet ja arvot muuttuvat, niitä vastaavat toimijat löytyvät palvelukykyisinä toimijoina.

Kaupan Liitto ry lausuu, että valtiolla tulisi olla valmiit, toimialoista riippumattomat rakenteet ja järjestelmät vastata yllättäviin shokkeihin, esim. järjestelmät suurempien yritysten pääomittamiseen ja tukimallit pienempien yritysten suoriin kustannustukiin. Pitkän aikavälin taloudellinen kestävyys, pyrkimys kehittää omaa toimintaa ja asiakasymmärrys ovat olennaisia tekijöitä kriiseistä selviämiseen. Näitä ei voi luoda shokin aikana, vaan pohja luodaan jokapäiväisessä työssä. Tässä työssä ohjelmalliset ja konsultoivat kaupan tukiohjelmat ovat kriittisiä ja niitä pitäisi vahvistaa. Myös tutkimustieto tukee markkinoiden ja asiakkaan ymmärtämistä ja shokkeihin reagoimista. Koulutuksesta ja osaamisen kehittämisestä on huolehdittava.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto esittää, että valtiolta voi ennakoivasti pohtia lupakäytäntöjään koronaviruspandemian ja muunlaisten yllättävien muutostilanteiden varalle. **K-kauppiasliitto ry** toteaa, että muutosten syitä on vaikea tai mahdoton ennakoida ja tarvittavien tukitoimenpiteiden hahmottaminen ennalta on hankalaa. Tärkeintä on varmuus siitä, että päättäjillä on joka tilanteessa valmius reagoida nopeasti muuttuvaan toimintaympäristöön, esimerkiksi määräaikaisten lakien tai ohjeiden muodossa. Kolmikantaisesti työmarkkinaosapuolten kanssa tehdyt tilapäiset työsopimuslain muutokset ovat hyvä esimerkki nopeasta joustavuudesta kriisitilanteessa. Olisi luotettava siihen, etteivät yritykset turvaudu lomautuksiin kuin tositilanteessa ja tositarpeessa.

Kaupan kilpailukyky, kilpailun toimivuus sekä turhan sääntelyn purku

Kilpailukykyistä huolehtiminen nousee esille **Keskuskauppakamari, Sipola Johannan** sekä **maa- ja metsätalousministeriön** vastauksissa. **Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Outi Ervastin** mukaan, jotta kaupan toimintakyky varmistetaan yllättävissäkin muutostilanteissa, on ennakoivasti panostettava mm. kilpailukykyisen verkkokaupan ja automaation kehittämiseen sekä tätä tukevaan monipuoliseen innovaatiotoimintaan. Kaupan palveluiden turvallinen saatavuus sekä logistiikan toimivuus on varmistettava kaikissa tilanteissa. **Lidl Suomi** toteaa, että yritysten toimintaedellytyksistä tulee huolehtia johdonmukaisella päätöksenteolla, huolehtia kuluttajien ostovoimasta sekä välttää kaupalle tulevien velvoitteiden lisäämistä.

Kaupan Liitto ry esittää, että työmarkkinoille on saatava myös rakenteellisia muutoksia, jolloin on mahdollista reagoida nopeasti markkinoiden muutoksiin kriiseissä. Sosiaaliturvan uudistaminen luo pohjaa myös työvoiman saatavuudelle, jos työn kannustavuutta parannetaan.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli lausuu, että kilpailun toimivuudesta ja neutraalista kilpailuympäristöstä on pidettävä huoli myös yllättävissä muutostilanteissa sekä parannettava toimijoiden muutostilanteen hallintaa esimerkiksi edistämällä yhteisten tietomallien käyttöönottoa ja muutoksen hallintaan liittyvän tiedon (mm. kuluttajakysyntä) riittävästä saatavuudesta.

Opetushallitus, ammatillinen osaaminen nostaa esille yritystukijärjestelmän kehittämisen, alan asiantuntija- ja johtotason osaamisen kehittämisen sekä työvoiman kysyntään vastaavan työvoimatarjonnan saatavuuden varmistamisen.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry lausuu, että on edistettävä tasapainoista sääntelyä EU:n sisämarkkinoilla ja toimittava sen puolesta, että reilua kilpailua ja työehtoja edistävä lainsäädäntö saadaan voimaan viivytyksettä.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry esittää, että mahdollisen turhan sääntelytaakan purkaminen ja ketteryuden lisääminen, kuitenkin kuluttajien edusta ja turvallisuudesta huolehtien, sekä uusien liiketoimintamallien ja verkkokaupan kehityksen tukeminen ja mahdollistaminen, voisivat vahvistaa rakenteita ja helpottaa toimintaa yllättävissä muutostilanteissa.

Kaupan Liitto ry toteaa, että sääntelyn tulee olla myös järkevällä tasolla. Sitä laadittaessa tulee katsoa yhtä vaalikautta pidemmälle ja huomioida kotimarkkinoilla toimivan kaupan kilpailukyvyyn edellytykset suhteessa EU:n ulkopuolisiin toimijoihin. Samoin on tärkeää, että palveluiden kehittämistä jarruttavat sääntelyn pullonkaulat on purettava. Esimerkiksi ikärajavaltovottavia tuotteita on mm. vahvan tunnistamisen kautta voitava myydä täysi-ikäisille asiakkaille, joilla ei ole (koronatilanteesta, terveydellisistä tai muista syistä johtuen) mahdollisuutta asioida itse kaupassa – kyse on ihmisten yhdenvertaisuudesta. Samoin esim. vaarallisten aineiden säännökset hankaloittavat huomattavasti kosmetiikan (parfyymit, hiuskiinne jne.) toimittamisen tiettyihin lokerikkoihin, esimerkiksi maanalaisiin, vaikka riski on marginaalinen. Asia vaatisi nyt täydelliset tuotetiedot, mutta niitä ei ole toimittajilta saatavissa.

Työmarkkinoiden jouston lisääminen ja kaupan rakenteiden kestävyys tukeminen

Päivittäistavarakauppa ry esittää mahdollisuuksia lisätä työelämän ja sääntelyn joustoja poikkeustilanteessa. Myös **Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu** ehdottaa lisäämistä työmarkkinoiden joustoihin, samalla todeten, että nyt saatiin työmarkkinaosapuolten toimesta nopeasti tarvittuja lisäjoustoja. Vastaavien tilanteiden toistumiseen täytyy varautua jäykkää työmarkkinajärjestelmää lainsäädännöllisesti uudistamalla ja paikallisen sopimisen mahdollisuuksia lisäämällä.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri tuo esille, että valtiolta voi tukea kaupan toimialan rakenteiden kestävyttä kiinnittämällä huomiota esimerkiksi seuraavilla keinoilla: 1) kollektiiviperusteisen työsuhteturvan parantaminen, 2) sovitellun ansioturvan kehittäminen sekä 3) osa-aikaisten työntekijöiden lisätyöoikeuden vahvistaminen ja osa-

aikaisten työntekijöiden työn ja muun elämän yhdistämisen helpottaminen sekä työllistymismahdollisuuksien parantaminen.

Osaaminen, jatkuva oppiminen ja uudistava TKI-toiminta

Opetus- ja kulttuuriministeriö, Haltia Petri nostaa esiin huolehtimisen koko väestön osaamisesta, jatkuvasta oppimisesta ja uudistavasta TKI-toiminnasta. Näiden merkitys korostuu yllättävissä muutostilanteissa ja kriiseissä. Koulutus ja osaaminen luovat perustan, jonka avulla voidaan nopeasti sopeutua, luoda uusia toimintatapoja ja toipua rajuistakin muutostilanteista. Kaupan niin kuin muidenkin toimialojen toimintakyvyn kannalta väestön henkinen kriisinkestävyys on olennaista. Tätä vahvistetaan ja ylläpidetään huolehtimalla sivistyksen peruspalveluista.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri esittää, että työvoiman uudelleen koulutukseen ja digitaalisten kehittämiseen tulisi myöntää tukea, oppisopimuspaikkoja tulisi lisätä. Lisäksi työpaikkoja tulisi kannustaa avaamaan ovensa täsmäkoulutukselle, joka voitaisiin suorittaa työvoimapolitiittisena koulutuksena (tavoitteena esimerkiksi yhden tutkinnon osan suorittaminen). Lisäksi PAM painottaa koulutuksen osalta, että työnantajan rooli on huolehtia osaamisesta työntekijän työuran aikana. Tämä vaatii osaamisen proaktiivista ja jatkuvaa arviointia sekä kartoitusta. Julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyönä onkin tärkeää luoda puitteet jatkuvalla työntekijöiden osaamisen kartoitukselle.

Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies ja Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas lausuvat, että osaamisen kehittämisen ja jatkuvan oppimisen resurssit on turvattava ja niihin on tulevaisuudessa panostettava entistä enemmän. Esityksenä on TKI-rahoitus korkeakouluille ja ammattikorkeakouluille kaupan alan kehittämiseen. Varmistetaan, että asiantuntijoita on jatkossakin ja koulutus vastaa alan tarpeisiin.

Huoltovarmuus ja kotimainen valmistus

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry nostaa esiin, että huoltovarmuuden turvaamiseksi olisi vältettävä kotimaista ruoantuotantoa ja -jakelua heikentävää sääntelyä tavoilla, jotka eivät rajoita vapaata kilpailua ja markkinoille tuloa tai lisää kaupan keskittymistä. **Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB)** toteaa valtiovallan roolin olevan keskeinen erityisesti päivittäistavarakaupan ja välttämättömien tuotteiden osalta huoltovarmuuden varmistamisessa. Suomalaisen ruoantuotannon tukeminen on yksi keino vahvistaa huoltovarmuutta yllättävissä muutostilanteissa. **Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami** katsoo, että on olennaista luoda edellytykset riittävälle suomalaiselle omistukselle. Kansakunnan tulee hoitaa omat asiansa kaikissa olosuhteissa eikä jäädä muiden valintojen varaan. Sinivalkoinen ankkuriomistajuus on olennaista.

Päivittäistavarakauppa ry esittää varmistamista huoltovarmuuden kannalta kriittisten tuotantotekijöiden, kuten meriliikenteen, paikallisten energiatuotannon ratkaisujen sekä koko maan kannalta riittävän kattavan myymäläverkoston toimivuuden. **Huoltovarmuuskeskus** lausuu, että kaupan digitalisoituessa sekä mm. verkkokaupan kasvaessa valtiolta voisi tukea

kaupan toimijoita myös kyberuhkiin varautumisessa esimerkiksi Kyberturvallisuuskeskuksen palveluin.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry toteaa, että samanaikaisesti tulee huolehtia huoltovarmuustoiminnan kehittämisestä ja kaupan valtakunnallisen palveluverkoston ylläpidosta, jotta kaikilla kuluttajilla on kaupan välttämättömät palvelut saavutettavissa myös kriisien aikaan. **Teknisen Kaupan Liitto ry** esittää huoltovarmuuteen viranomaisvarautumista sekä lainsäädännön ja ohjeistuksen jatkuvaa päivitystä.

Huoltovarmuuskeskus esittää myös, että valtiovalta voi tukea kaupan toimialaa yhteisillä varautumisen kehittämisprojekteilla. Esimerkkinä mahdollisesta yhteisestä kehittämisprojektista Huoltovarmuuskeskus haluaa nostaa esille häiriötilanteen aikaisen harvennetun myymäläverkostomallin rakentamisen yhdessä päivittäistavarakauppatoimijoiden kanssa (noin 320 myymälää). Harvennetun myymäläverkoston pisteissä maksujärjestelmien ja tietoliikenneverkkojen toimintavarmuuden kehittämisen sekä varasähköjärjestelmien rakentamisen tukeminen osaltaan valtiovallan toimenpitein. Lisäksi työvoiman saatavuuden sekä logistiikan varmistamisen tukeminen valtion toimenpiteiden avulla näihin harvennetun myymäläverkoston pisteisiin.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry katsoo, että valtio auttaa kauppaa varautumalla hyvin poikkeustiloihin. Tällä hetkellä tiedämme, että tiettyjä toimintoja, kuten esimerkiksi maskien ja muiden suojavälineiden valmistaminen, olisi hyvä pitää kotimaassa. Kun koko maata ei jouduta paniikissa sulkemaan, kauppakin pärjää paremmin. Kauppa pärjää, jos ihmiset luottavat tulevaisuuteensa ja uskaltavat kuluttaa.

Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami toteaa, että suuri osa kaupasta liittyy elintarvikkeisiin. On peräti tärkeää, että suomalainen elintarvikeketju on kestäväällä pohjalla. Suomen tulee tuottaa itse ruokansa. Suomalainen omistajuus koko arvoketjussa on tärkeää ja osuustoiminnallinen omistajuus sen keskeinen muoto.

Muutostilanne

Kaupan Liitto ry ja K-kauppiasliitto katsovat, että epidemia-aallon iskiessä tarvitaan nopeita päätöksiä tulevista toimenpiteistä kansalaisten ja yhteiskunnan suojaamiseksi (suunnitelma rajoituksista) ja toisaalta pitämiseksi toiminnassa ja avaamiseksi (suunnitelma exististä). Mitä enemmän yrityksillä on tietoa suunnitelluista askelmerkeistä, sitä helpompi niiden on suunnitella omaa toimintaansa ja jatkuvuutta. Varautuminen vastaaviin tilanteisiin tulee rakentaa sisään kaupan toiminnan rakenteisiin (mm. omavalvontaan ja viranomaisohjeistuksiin), jotta ne ovat jatkossa nopeasti ja tehokkaasti otettavissa käyttöön.

Päivittäistavarakauppa ry nostaa esille nopeasti käyttöön otettavien tukien ja muiden toimenpiteiden kehittämisen yritysten auttamiseksi yllättävien muutostilanteiden/kriisin yli. **Teknisen Kaupan Liitto ry** esittää kriisitilanteeseen: 1) nopeat suorat tuet ja sitä tukevat rahoitusjärjestelyt, 2) työmarkkinajoustot, 3) verojen ja maksujen siirrot, maksuehtojen joustavuus sekä 4) public-private yhteistyömalleja.

Aalto yliopisto, Lindblom Arto esittää arvolisäverojen nopean palautuksen ja muuttamisen lainoiksi – valmiiden prosessien luominen kaiken varalle, yrittäjä- ja kaupan työntekijöiden eläkemaksujen väliaikaista jäädytystä sekä suomalaisten kuluttajien ostovoimasta ja kulutuskysynnästä huolehtimista.

Business Finland Oy lausuu, että 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. Business Finland Oy:n mukaan myös luomalla selkeät raamit ja päätösmallit erilaisten tukivaihtoehtojen käytön osalta, jolloin vaikutus kohdentuu nopeammin ja tarkemmin haluttuihin kohteisiin. **Perheyritysten liitto ry** esittää mahdollisimman selkeää ohjeistusta ja lainsäädännön soveltamistyötä.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri korostaa, että epidemioiden ja pandemioiden aikana valtiovallan olisi kannustettava työnantajia tarjoamaan kaikille työntekijöilleen riittävä ohjeistus, tarpeelliset suojavarusteet sekä tarvittavat rokotukset: epidemioiden ja pandemioiden aikana kaupan alan työntekijät altistuvat työssään koronartunnoille. Parhailtaan menossa olevan koronakriisin aikana päivittäistavara-kaupassa tämä ilmiö on huomioitu verraten hyvin, mutta erikoiskaupan alalla työntekijöiden (ja asiakkaiden) suojelemiseen ei ole kiinnitetty vielä riittävä huomiota.

Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu katsoo, että yrityksille tärkeätä on ennakoitavuus myös poikkeustilanteessa. Jatkossa tulee olla selvät askelmerkit siitä, kuinka kansalaisten lisäksi yhteiskunnan eri toimialoja suojellaan poikkeustilanteissa; esim. epidemian ja/tai siihen liittyvien viranomaispäätösten/-suositusten aiheuttamien vaikutusten (palkat, vuokrat, kiinteät kulut) korvaaminen yrityksille siten, että elinkelpoinen yrityskanta säilyy yllättävän tilanteen yli.

K-kauppiasliitto ry lausuu, että akuutin kriisin ylittämiseksi tarvitaan tukea kiinteiden kulujen kattamiseksi, esimerkiksi vuokrat ja henkilöstökulut. **Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry** esittää, että käytössä olevin kehittämisrahoitus- ym. keinoin olisi tuettava yritysten verkkokauppaosaamista ja kansainvälistymistä. **Maa- ja metsätalousministeriö** esittää maaseudun palvelujen ylläpitoa ja esimerkiksi kyläkaupan toimintatukea.

Suomen Yrittäjät ry nostaa esiin korona-ajan todeten, että erityisesti erikoiskaupalla on ollut koronakriisin vuoksi vaikeuksia selvittää kiinteistä kustannuksistaan, kuten vuokramenoista ja palkoista. Suomen Yrittäjät on ajanut kriisin alusta saakka yrityksille yleistukea, joka kohdistettaisiin kaikille toimialoille. **Suomen Yrittäjät ry** pitää tärkeänä, että hallitus on linjannut tällaisen tuen tarpeen ja valmistelun. Kustannustuen voimassaoloa tulee kuitenkin jatkaa, jos kriisi pahenee tai jatkuu pidempään. Nyt on tärkeä saada päätöksiä nopeasti ja varata riittävästi budjettiresursseja. Kun päätökset on tehty, Business Finland ja ELY-keskukset on syytä ohjata tekemään varsinaista tehtäväänsä. Esimerkiksi Business Finlandia tarvitaan tukemaan innovaatioita ja kansainvälistymistä (tärkeää elvytyspolitiikkaa). Kriisin voittamiseksi tarvitaan laaja työkalupakki. Monelle suorat tuet ovat välttämättömiä. Monelle taas pankkien ja Finnveran kautta saatu lainarahoitus on olennainen. Näin ollen myös pk-yrityksen rahoituksen saatavuudesta tulee huolehtia.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri esittää, että valtiovallan tulisi kohdistaa poikkeusaikana yrityksille maksettavien tukien lisäksi tukitoimenpiteitä myös työntekijöille (esim. taloudellinen tuki lomautettuina olevien työntekijöiden omaehtoiseen koulutukseen). Lisäksi **PAM ry** esittää myös pienten erikoiskauppojen IT-valmiuksien tukemista esimerkiksi rahoittamalla yritysten kehitys- ja innovaatio toimintaa ja kansainvälistymistä sekä tukemalla työntekijöiden verkkokauppaosaamiseen liittyvää koulutusta (esim. asiakaspalvelu, myynti ja strateginen asemointi markkinoilla) sekä myyntiketjujen kartoittamista ja varmistamista

kriisitilanteissa (ml. ulkomaille suuntautuva verkkokauppa) ja suomalaisen verkkokaupan tukemista (ml. kansainvälistyminen).

LIITE 7. Lausunnonantajatahojen nostoja digitalisaation vaikutuksista asiakassuhteiden, markkinoinnin ja arvoketjujen muutoksiin

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä digitalisaation vaikutuksista asiakassuhteiden, markkinoinnin ja arvoketjujen muutoksista kaupan alalla. Nostot liittyvät lukuun 4.7.

Keskuskauppakamari, Sipola Johanna toteaa, että digitalisaation merkitys kasvaa edelleen. Digitalisaatiota johtaa asiakkaat, jotka käyttävät digitaalisia kanavia yhä sujuvammin ja monimuotoisemmin. Kun asiakkaat siirtyvät verkkoon ja someen, siirtyy sinne tietenkin myös markkinointi. Datan hyödyntäminen markkinoinnissa ja asiakkaiden palvelemisessa kasvaa. Tiedossa on voimaa. Asiakkaan ymmärtämistä on mahdollista tutkia ja ymmärtää yhä paremmin ja asiakkaille on mahdollista tarjota – ja asiakkaat myös vaativat yhä personoidumpia palveluita. Kaupan ja palveluiden rajapinta on jo nyt hämärtynyt. Tulevaisuudessa rajaa on mahdotonta edes vetää. Digitalisaation ytimessä on palveluajattelu. Samalla kun digitalisaatio etenee, etenee myös palveluiden kehittyminen. Kaupat eivät enää myy pelkästään tuotteita vaan ne myyvät elämyksiä ja palveluita.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry tuo esille, että Ruotsissa painopiste on jo siirtynyt tavaroista palveluihin. Tulemme perässä hitaasti, mutta liikumme kuitenkin samaan suuntaan. Kuluttajat eivät ole yksi ainoa homogeeninen ryhmä ja jatkossa joukko pirstaloituu entistäkin pienempiin ja erikoisempiin ryhmiin. Joillekin kulutus määrittää minuutta, kun taas toisille sillä ei ole juurikaan merkitystä. Kaupalle asiakkaiden tiedot ovat kallisarvoisia ja kauppa mustasukkaisesti vaalii omia tietojaan. Suomalainen kuluttaja on kiltisti laittanut monta erilaista kanta-asiakaskorttia lompakkoonsa miettimättä tietojen arvoa. Vilauttamalla korttia kuluttaja antaa ilmaiseksi tietoa omasta kuluttamisestaan ja altistaa itseensä markkinointiin. Tietoja analysoidaan ja asiantuntijat tietävät henkilön ostosten perusteella, mitä hänelle kannattaa mainostaa. Ostosten jälkeen voidaan heti kysyä kuluttajalta, mitä mieltä hän oli ostokokemuksesta ja siten voidaan parantaa palveluja. Etenkin päivittäistavarakaupan pitäisi avata näitä tietoja myös muille elintarvikeketjun tahoille. Kuluttajien ostokäytös saattaa muuttua nopeastikin ja tällä hetkellä ketjun muut toimijat (elintarviketeollisuus ja maatalousyrittäjät) saavat tietoja hitaasti ja tämä haittaa ketjun optimaalista toimivuutta. Yllä mainitut trendit tulevat jatkossa edelleen vahvistumaan ja kuluttajatieto tulee olemaan entistä tärkeämpää kaupalle.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry lausuu, että digitalisaatio muuttaa asiakassuhdetta, markkinointia ja arvoketjuja. Kuluttajien kannalta digitalisaatiolla on etuja, mutta se herättää myös paljon huolta: automatisoituun päätöksentekoon liittyy paljon epävarmuutta, mennäänkö kohti asiakaskohtaista hinnoittelua ja johtaako se epätasa-arvoisiin lopputuloksiin, kenen omaisuutta asiakastieto on ja mihin sitä käytetään jne. Tiedon merkitys ja samalla läpinäkyvyyden ja avoimuuden vaatimus korostuu. Nähdäksemme on tapahtumassa siirtymää tavaroista ja omistamisesta palveluihin ja käyttöoikeuksiin sekä jakamiseen.

Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu toteaa, että palveluiden merkitys on voimakkaassa kasvussa kaiken tavarakaupan osana; erityisesti tämä näkyy lääkinnällisten laitteiden ja lääkkeiden kaupassa. Verkkokauppa ja -palvelut (esim. terveydenhuollon palvelut, liittyvät myös lääkinnällisten laitteiden ja lääkkeiden kauppaan) on ottanut Suomessa koronakriisin aikana jättiloikan eteenpäin. Se tulee epäilemättä jäämään selvästi suurempaan rooliin myös kriisin jälkeen. Yhtälöön sopii huonosti mm. Suomen nykymuotoinen apteekkimonopoli. Digitaaliseen kauppaan ja palveluihin liittyy jatkossa voimakkaasti tekoäly

ja sen avulla tuotettavat autonomiset palvelut; esim. optisen alan verkkokaupassa liittyvät perustason silmäterveyspalvelut. Globaali verkkokauppa vyöryy voimakkaasti rajojen yli ja kamppailee kivijalkakaupan toimijoiden rinnalla joka päivä suomalaisen kuluttajan valinnoista. Tämän seurauksena kilpailu on koventunut ja lisääntyy myös Suomessa. Markkinointi on siirtynyt perinteisistä medioista someen ja verkkoon. Lisäksi se on entistä personoidumpaa ja digitaalisissa ympäristöissä syntyvään profiloititietoon perustuvaa. Alustatalouden merkitys kuluttajakaupassa kasvaa, tässä Eurooppa ja Suomi kehittyvät pitkältä takamatkalta. Valitettavasti suuret globaalit toimijat (USA, Kiina) kasvattavat valta-asemaansa kaupassa juuri alustatalouden kautta

Teknisen Kaupan Liitto ry nostaa esiin seuraavat näkökulmat: sähköisten palvelujen merkitys ja käyttö kasvavat merkittävästi, kuluttajamarkkinointi henkilökohtaistuu entisestään, käyttäjäkokemus on keskeisessä roolissa, kivijalkakaupasta show roomiksi, tilaukset (keskus)varastosta tai suoraan tavarantoimittajalta, kilpailuedut rakentuvat osaamisen ja verkostotalouden pohjalle sekä kestokulutushyödykkeissä painopiste siirtyy ostamisesta vuokraamiseen ja as a service-tyyppisiin ratkaisuihin.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli lausuu, että asiakassuhteet ja ostaminen sähköistyvät. Kuluttajat ja asiakkaat edellyttävät enemmän omaan tarpeeseen räätälöityjä tuotteita ja palveluja. Toimitusketjut automatisoituvat edelleen ja kotiinkuljetus lisääntyy.

Maa- ja metsätalousministeriö toteaa että tavaroiden rooli säilyy, mutta palveluiden merkitys kasvaa (kotiinkuljetus, pesulapalvelut, lippupalvelut jne.). Asiakastyytyväisyyden merkitys kasvaa ja sen mittaaminen on helpompaa. Kivijalkamyymälän asiakkaille ystävällinen palvelu on tavarain hintaa tärkeämpi. Digitalisaatio mahdollistaa kaupan hallussa olevan tiedon paremman saavutettavuuden toimitusketjulle ja sidosryhmille. Kuluttajat tulevat mukaan ketjuun aktiivisina toimijoina.

Business Finland Oy nostaa esiin fyysisten tuotteiden toimitusketjuissa palvelujen osuuden ja sen, että niiden merkitys kokonaisuudessa sekä kilpailukyvyn tuojana kasvaa. Osassa tuoteryhmistä digitaaliset ratkaisut ja jakelu ovat jo suurelta osin syrjäyttäneet fyysiset tuotteet. Asiakkuuden ja datan omistaminen sekä johtaminen nousevat entistä tärkeämmäksi. Etenkin kuluttajadatan hyödyntäminen arvoketjun eri osapuolten kesken. Digitalisaatio on myös avannut brändeille mahdollisuuden olla osana suoraa asiakassuhdetta, joka tuo paljon uusia mahdollisuuksia mutta edellyttää myös uutta osaamista ja resursointia toimintoihin.

Päivittäistavarakauppa ry lausuu, että arvoketjun johtaminen edellyttää koko ajan tehokkaampaa tiedon hallintaa. Kaupan ja kuluttajien jatkuvasti kehittyvät digitaidot vaikuttavat markkinaaan. Tuotteiden myynti sisältää enemmän lisäpalveluita, kuten tarkempaa tietoa myytävistä tuotteista. Digitalisoituvassa yhteiskunnassa asiakassuhde ja luottamus sekä näitä edistävä kyberturvallisuus korostuvat palveluiden tarjonnan kasvaessa. Erilaisille asiakasryhmille tullaan rakentamaan runsaasti erilaisia palveluratkaisuja. Data antaa mahdollisuuden myös kehittää uudenlaisia tuotteita, esim. ikääntyvälle väestölle.

Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami toteaa, että digitalisaatiolla on suuri merkitys koko kaupalle. Ilmiö on alussa ja pikemminkin harjoitteluvaiheessa ihmisten kuluttajakäyttäytymisen, käyttäjäliittymien ja tekniikan suorituskyvyn ja toimivuuden suhteen. Paljon tulee muuttumaan 10 vuodessa, varsinkin kun ekologiseen kuormitukseen kiinnitetään jatkossa enemmän huomiota. Käsittelemme tässä elintarvikekauppaa. Kuten tiedämme, muutokset ovat usein alkuun hitaita, mutta sitten eksponentiaalisia. Nyt ruoan verkkokauppa

on 20 vuotta opeteltu kannattavuusrajalla. Verkkokauppa kuitenkin yleistyy. Perustuotteet ostetaan aina edullisesti. Kalliilla ei osteta tavanomaista vaan erityistä. Erityisesti peruselintarvikkeet ostetaan tulevaisuudessa verkosta. Saattaa olla, että tuotteita ei jatkossa viedä enää kaupan hyllylle lainkaan vaan ne toimitetaan suoraan tilaajille. Tämä avaa myös mahdollisuuksia, koska kauppa tarvitsee muita vetovoimatekijöitä. Kaupan hyllyille pääsee erilaisia, myös pienten valmistajien, tuotteita. Alueelliset elintarviketuottajat löytävät tätä kautta vahvuutensa ja yhdistyvät voimansa. Näin potentiaaliset tuotteet myös päätyvät nykyistä helpommin kaupan hyllyyn. Samalla logiikalla suoramyynni tiloilta lisääntyy, joka on merkittävä trendi. Kun kaupan food service -palvelut lisääntyvät, se hyödyttää alkutuottajia ja elintarviketuottajia, koska pitkälle viedyistä tuotteista saadaan parempi kate kuin perustuotteista. Suuret ulkomaiset verkkokaupat ottavat markkinaosuuksia. Se myös avaa mahdollisuuksia ketterille toimijoille. Kun onnistuu hakemaan markkinaraot, voi päästä verkkokaupan valikoimiin, mikä avaa uusia markkinoita.

Kaupan Liitto ry lausuu, että digitaalisuuden merkitys kasvaa edelleen sekä jakelussa että markkinoinnissa. Verkkokaupan osuus tulee kasvamaan, mutta se ei syrjäytä kivijalkakauppaa. Digitaalisuus on pikemminkin kivijalkakaupan jatke. Digitalisaatio on osa ostotapahtumaa. Kaupan takahuoneessa, kuten logistiikassa, markkinatutkimuksessa, hinnoittelussa ja jakelussa, digitalisaatio tarjoaa suuria mahdollisuuksia kustannustehokkuuteen ja parempaan asiakaspalveluun. Palveluiden rooli tulee kasvamaan, eikä kaupan ja palveluiden erottaminen toisistaan ole enää mahdollista. Kaupassa ei ole enää kyse pelkästä tuotteen myynnistä, vaan käyttöön liittyvät oheispalvelut, huolto, korjaus ja kierrätys ovat jatkossa yhä suuremmissa roolissa kaupan kehittämisessä. Olennaista koko ketjussa on asiakas, miten asiakas käyttäytyy ja muuttuu, mitkä ovat hänen arvonsa ja asenteensa ja miten ne vaikuttavat ja miten niihin voi vaikuttaa. Kuka on loppuasiakas ja miten hän käyttäytyy tai mitä arvostaa. Kun tätä ymmärretään paremmin, pystytään luomaan kokonaisuuksia, jotka tuovat arvoa asiakkaalle. Kun esim. ymmärretään, miten asiakas hakee tietoa, pystytään markkinoimaan paremmin.

Kaupan Liitto ry:n mukaan tulevaisuudessa asiakasdatan hyödyntäminen kasvaa palveluiden kehittämisessä ja markkinoinnissa. Tietosuojan merkitys ja varmistaminen kehityksen edetessä on keskeisessä roolissa. Jotta tietoa pystyttäisiin hankkimaan asiakkaan tiedonhausta, mieltymyksistä yms. pitäisi olla digitaalinen alusta, jonne ohjautuisi riittävästi trafiikkaa. Ilman tällaista yritys saa tietoa lähinnä ostotapahtumista, jotka eivät kerro riittävästi. Painopiste ei siis ole muuttumassa tavaroista palveluihin tai päinvastoin, vaan tietoon. Ilman kattavaa asiakastietoa yritys ei pysty toimimaan tehokkaasti: markkinoimaan, myymään, luomaan asiakkaalle arvoa eli luomaan asiakassuhteita. Digitaalisuuden myötä ostaminen ei ole enää paikkasidonnaista. Kuluttajat voivat myös halutessaan ostaa tarvitsemansa tuotteet suoraan teollisuudelta tai tavarantoimittajalta ja näin ollen kauppa ei tarvita enää välissä ollenkaan. Kestokulutushyödykkeissä painopiste saattaa myös siirtyä ostamisesta vuokraamiseen ja palvelutyyppeihin ratkaisuihin. Toisaalta digitaalisuus avaa oven myös koulutuksen kehittämiselle, eikä sekään ole paikkaan sidottua. Verkko-oppiminen avaa myös ovet kansainväliselle koulutustarjonnalle, joten suomalaisten kouluttajien on pystyttävä tarjoamaan kilpailukykyistä ja kattavaa koulutusta koko kaupan alalle. Digitaalisuus tuo myös kansainvälisen kaupan Suomeen ja haastaa näin jokaisen yrityksen kovenevassa kilpailussa. Alustatalouden merkitys kuluttajakaupassa kasvava – tässä Eurooppa ja Suomi ovat vasta kehitymässä. Ulkomainen verkkokauppa pystyy keräämään suomalaisista asiakastietoja, kuten luottokorttitietoja, ja pystyy hyödyntämään tätä toiminnassaan. Tuotemerkkien digitalisointi vähentäisi toisaalta kaupalle aiheutuvia kustannuksia ja tekisi kilpailuasetelman kv-

verkkokauppaa vastaan reilummaksi. Maksaminen digitalisoituu kovaa vauhtia, kun perinteisen korttimaksamisen rinnalle ovat nousseet digitaaliset maksukokemukset. Digitaalisen maksamisen kehittymisen ansiosta maksaminen on mahdollista miljardeilla yhdistetyillä laitteilla, kuten tietokoneilla, tableteilla, puhelimilla, autoilla sekä älykelloilla. Tämä trendi kuitenkin samalla luo uusia kyberuhkia, jotka kohdistuvat niin kauppaan kuin kuluttajiin.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry:n mukaan vaikuttaisi luontevalta, että etenkin päivittäistavarakaupassa aika- ja paikkariippumaton ostaminen yleistyy entisestään. Valmiiksi kerättyjen ostosten noutomyynti ja kotitoimitukset todennäköisesti lisääntyvät, jolloin tavarakauppa täydentyy tilaus- ja kuljetuspalveluilla. Tavaroiden keräily, pakkaus ja toimitukset työllistävät jatkossa enemmän henkilökuntaa, vaikka ainakin osa prosessista todennäköisesti automatisoituu nopeasti. Erikoistavarakaupassa henkilökohtainen palvelu ja kaupan henkilökunnan asiantuntemus ja rooli asiakkaan neuvonantajana voivat korostua. Kestokulutushyödykkeiden valinnassa asiakaspalvelun henkilökunta luo lisäarvoa kuluttajalle ja kilpailuetua työnantajalleen toimimalla tuotteiden suosittelijana sekä esittelijänä. Myös erikoiskaupan puolella kuluttajatoimitusten nopeus nousee kilpailutekijäksi.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto toteaa, että elinkeinonharjoittajat pystyvät keräämään asiakkaistaan paljon dataa, jota pystytään hyödyntämään kuluttajille suunnatussa täsmämarkkinoinnissa. Tähän liittyy keskeisesti kuluttajan oikeus yksityisyyteen sekä kuluttajan oikeus päättää omien tietojensa käytöstä. Vertailusivustot ja kilpailuttamispalvelut mahdollistavat kuluttajille erilaisten tavaroiden ja palveluiden vertailun. Suurten tavaravirtojen entistä parempi hallinta ja optimointi ovat mahdollista digitaalisten järjestelmien avulla. Tavarakaupassa digitaaliset järjestelmät ovat kuitenkin apuväline, sillä tavaroiden tulee fyysisesti liikkua paikasta toiseen. Digitalisaation seurauksena koko arvoketjussa syntyy myös merkittävä määrä tuote- ja tavarantoimittajakohtaista tietoa tuotteiden alkuperästä, liikkeistä ja menekistä. Tiedon omistajuuteen ja jakamiseen liittyy paljon avoimia kysymyksiä, joihin myös valtiovallan tulee väistämättä ottaa kantaa. Tiedon jakaminen voi luoda tehokkuushyötyjä koko arvoketjussa, mutta se voi toisaalta lisätä markkinoiden läpinäkyvyyttä keinotekoisella ja markkinoiden toimivuuden kannalta haitallisella tavalla. Toisaalta suuret tietomäärät voivat mahdollistaa kokonaan uusien palveluiden kehittämisen.

K-kauppiasliitto ry lausuu, että palveluiden merkitys on kasvussa. Verkkokauppa on ottanut Suomessa koronakriisin aikana viiden vuoden loikan uudelle tasolle, ja tulee jäämään selvästi suurempaan rooliin myös kriisin jälkeen. Globaali verkkokauppa vyöryy rajojen yli, jonka seurauksena kilpailu on koventunut ja kovenee edelleen myös Suomessa. Markkinointi on muuttanut muotoaan perinteisistä medioista someen ja verkkoon, ja kehitys jatkuu. Markkinointi, tuote- ja palvelutarjonta sekä viestintä tulee olemaan entistä personoidumpaa. Alustatalouden merkitys kuluttajakaupassa on kasvava, tässä Eurooppa ja Suomi vasta kehittymässä. USA:n ja Kiinan suuret toimijat kasvattavat valta-asemaansa maailmankaupassa näiden kautta. Kaupan alan koulutuksessa (mm. liiketaloudessa) huomioitava ja seurattava aktiivisesti osaamistarpeita ja kyettävä reagoimaan mahdollisiin muutoksiin (esim. verkkokaupan kasvu).

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri toteaa, että kauppa digitalisoituu kovaa vauhtia. Jo nyt automatisaatio, robotiikka ja älykäs teknologia näkyvät muun muassa logistiikassa, varastoinnissa ja kassapalveluissa. Samalla kun digitalisaatio on muuttanut kuluttajien ostokäyttäytymistä, se on muuttanut myös työn tekemistä (mm. ilta- ja yötyön sekä

yksintyöskentelyn lisääntyminen sekä työntekijöiden digitaidot). Digitalisaation myötä kuluttajilla on myös mahdollisuus tehdä ostoksia 24/7/365. Tämä puolestaan on muuttanut työn tekemistä. Esimerkiksi ilta- ja yötyön sekä yksintyöskentelyn lisääntyminen on tuonut muun muassa kaupan alalle uusia työturvallisuusriskejä. Tällaisiin riskeihin kuuluvat tutkimusten mukaan esimerkiksi lisääntynyt työtapaturmien sekä sydän- ja verisuonitautien sekä erityyppisten syöpien riskiä sekä ongelmat työn ja muun elämän yhteensovittamisessa.

PAM:n mukaan tulevaisuudessa vähittäiskaupassa myyjien määrän on ennustettu vähenevän ja työtehtävien painottuvan yhä enemmän asiakkaiden palveluun, neuvontaan ja opastukseen. Esimerkiksi globaalin verkkokaupan seurauksena asiakas ei tee valintaa enää kivijalkaliikkeessä myynnissä olevan kolmen valkoisen paitapuseron kesken, vaan hän saattaa valita haluamansa vaatteet verkkokaupan 1000 valkoisen paitapuseron valikoimasta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että henkilökohtaisen palvelun ja erilaisten personoitujen palvelujen merkitys korostuvat tulevaisuudessa yhä enemmän. Samalla korostuu myös osaavan henkilöstön rooli. Digitalisaatio mahdollistaa yrityksille aiempaa yksilöllisempien ja henkilökohtaisempien asiakassuhteiden luomisen. Tällaisten asiakassuhteiden luominen edellyttää kuitenkin teknologian ja tehokkaan tiedonhallinnan lisäksi asiakkaiden halukkuutta luovuttaa omat tietonsa (esim. yksilöidyt osto- ja asiakastiedot) yritysten käyttöön esimerkiksi mainonnan personointia varten. Asiakkaiden luottamusta voidaan lisätä kiinnittämällä huomiota yksityisyyteen, tietoturvaan ja tietosuojaan. Näiden osa-alueiden toteutuminen edellyttää kuitenkin sitä, että yritys tarjoaa työntekijöilleen riittävästi koulutusta. Tästä syystä työnantajien tulee huolehtia siitä, että henkilöstö saa riittävästi koulutusta esimerkiksi sähköisten asiakastietojen turvallisesta käsittelystä sekä uusista maksutavoista (ml. erilaiset mobiilimaksutavat). PAM:n näkemys on, että vastatakseen digitalisaatioon on tärkeää vahvistaa sekä oppilaitoksissa tapahtuvaa koulutusta, että huolehtia siitä, että jo nykyisin alalla toimivilla on riittävät mahdollisuudet päivittää osaamistaan eripituisin täydennyskoulutuksin.

PAM katsoo, että digitalisaation myötä sosiaalisen median kanavien merkitys asiakkaiden ostopäätöksissä on kasvanut. Etenkin someaktiivien keskuudessa eri kanavista löytyvät suositukset tietyistä yrityksistä saattavat vaikuttaa merkittävästi ostopäätöksiin. Ongelmallista on kuitenkin suositusten luotettavuus: suositukset perustuvat aina asiakkaiden subjektiivisiin kokemuksiin eikä aina ole todennettavissa, että suosituksen tehnyt henkilö on todella käyttänyt arvioimaansa palvelua tai ostanut arvioimaansa tuotetta. Joissain tapauksissa ongelmaksi saattaa muodostua se, että suositelijan arviointi voidaan yhdistää tiettyyn työntekijään. Ongelmaksi tämä muodostuu etenkin silloin, tuntemattomien henkilöiden kirjaukset vaikuttavat työntekijöiden asemaan ja/tai palkkaan.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Ervasti Outi lausuu, että digitaalisuus on yksi voimakkaimmin kaupan toimintaympäristöä ja -edellytyksiä muokkaava tekijä. Palvelullistaminen, uudet ansaintalogiikat, verkkokauppa ym. muuttaa toimialaa merkittävästi, ja avaa toimialan kilpailun asiakkaista ja kuluttajista yhä globaalimmaksi. Tämä ei kuitenkaan poista esimerkiksi lähipalveluiden tarvetta päivittäistavarakaupassa. Siksi molemmat näkökulmat ovat tarpeen huomioida selonteossa.

Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas toteavat, että saatavilla olevan tiedon määrä ja sen hyödyntämisen mahdollisuudet muuttavat asiakassuhdetta ja markkinointia. Tämän tuomiin mahdollisuuksiin linkittyy vahvasti automatisaatio ja tekoäly, joiden avulla tieto saadaan hyödynnettyä mahdollisimman tuottavasti.

Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna lausuu, että ympäristöministeriön tuoreessa selvityksessä (Maankäyttö- ja rakennuslain kaupan selvitys, Ympäristöministeriön julkaisuja 2020:10) tarkastellaan tulevaisuuden kaupan trendejä, kaupan tulevaisuuden näkymiä ja logistiikan kehitystä, joihin kaikkiin verkkokaupalla on vaikutusta. Selvityksen johtopäätöksissä todetaan mm. että huolimatta verkkokaupan kasvusta, rakennetaan edelleen fyysisiä myymälöitä. Verkko-ostamisen kasvu kuitenkin vähentää myymälämäärää tai pienentää myymäläkokoja mutta verkkokaupan lisääntyessä fyysisen kaupan sijainnin merkitys korostuu. Selvityksen mukaan mm. verkkokauppa on vain yksi kaupan asiakaskanavista ja menestyvät kaupan toimijat ovat mukana kaikissa kanavissa erilaisilla palveluilla. Myymälöihin panostetaan, koska liiketoiminta on niissä kannattavaa ja suurin osa asiakkaista asioi edelleen myös myymälöissä. ”Tulevaisuuden kestävä myymälä” on joko valikoimiltaan riittävän monipuolinen tai erikoistunut sekä mahdollisimman monella kulkumuodolla hyvin saavutettava ostospaikka, joka kykenee tarjoamaan jotakin sellaista, mitä nettikauppa ei pysty tarjoamaan. Painopiste on siirtymässä tavaroista palveluihin. Kauppaan integroituu entistä enemmän muita palveluja lisäten kaupan vetovoimaa. Muita palveluita ovat usein hyvinvointipalvelut mutta myös mm. verkkokaupan noutopisteet. Verkkokaupan noutopisteet olisikin hyvä ohjata tukemaan myymälöiden toimintaedellytyksiä. Asiointi- eikä tavaraliikenteen ole havaittu vähentyvän verkkokaupan myötä. Ihanteellista olisi, ettei verkkokauppa lisäisi liikennettä. Osaltaan myös verkkokaupan lisääntyminen lisää kaupan palveluistumista mm. mahdollisten keräily- ja kotiinkuljetusten muodossa.

Lidl Suomi toteaa, että asiakassuhteista tulee yksilöllisempiä, markkinointi digitalisoituu sekä pt-kaupassa painopiste muuttuu muita kaupan sektoreita hitaammin, mutta myös pt-kaupassa tarjottavat digitaaliset palvelut yleistyvät

Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies toteaa, että saatavilla olevan tiedon määrä ja sen hyödyntämisen mahdollisuudet muuttavat asiakassuhdetta ja markkinointia. Tämän tuomiin mahdollisuuksiin linkittyy vahvasti automatisaatio ja tekoäly, joiden avulla tieto saadaan hyödynnettyä mahdollisimman tuottavasti.

Opetushallitus, ammatillinen osaaminen lausuu, että digitalisaatio saattaa lisätä suoraa valmistajien ja kuluttajien välistä kaupankäyntiä. Kaupan alan liiketoiminnan painopiste siirtynee yhä enemmän elämyshakuisten palveluiden klusteriin, johon kuuluvat mm. ravintola-, matkailu ja hyvinvointisektori

Huoltovarmuuskeskus tuo esille, että toiminnan digitalisoituessa myös riskit digitalisoituvat ja uusia riskejä syntyy. Tällöin ensiarvoisen tärkeää on huomioida mitä kyberturvallisuus ja kyberriskeihin varautuminen toimialalle tarkoittaa. Toiminnan jatkuvuus on kyettävä turvaamaan myös digitaalisten palvelualustojen häiriöissä. Digitalisaatioon liittyy myös kaupan loppupisteen lisäksi koko toimitusketjun automatisoituminen ja digitalisoituminen, mikä tuo samoja kyberturvallisuuden ja sähköriippuvuuden riskejä lisää pitkään arvoketjuun. Varsin nopeasti esimerkiksi elintarvikehuollon ja kaupan jakeluketju on muuttumassa koneiden ketjuksi (ml. automatisoitu kuljetus ketjun pisteestä toiseen), joita liimaa yhteen tietotekniikka. Myös reaaliaikaisuus kasvaa tehokkuustavoittelun perässä, mikä tarkoittaa aiempaa suurempaa riippuvuutta sujuvasta logistiikasta sekä entistä pienempiä puskureita.

Huoltovarmuuskeskus katsoo myös, että digitalisaatio voi helpottaa entisestään myös ulkomaisten kaupan toimijoiden pääsyä Suomen markkinoille, jolloin Suomeen tarvitsee

monistaa vain toimijan verkkokauppa sekä luoda tarvittavat paikalliset logistiikkakumppanuudet. Toimijan varastot voivat digitalisaation sekä logistiikan yhä kehittyessä sijaita kaukanakin ulkomailla. Tällöin riskinä ovat kuitenkin vaikeasti ennakoitavat häiriöt esimerkiksi kansainvälisissä tietoliikenneyhteyksissä tai logistisissa toiminnoissa, jotka voivat estää vähintään tilapäisesti kokonaan toimijan Suomen toiminnot. Tällä puolestaan saattaa olla merkittäviä vaikutuksia Suomen huoltovarmuuteen, mikäli toimintamalli on kaupan toimialalla yleinen ja Suomessa ei ole riittävässä määrin kansallisia toimintamalleja.

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta (MAB) toteaa, että teknologian kehitys ja digitalisaatio mahdollistavat monenlaisten prosessien automatisoinnin kaupan alalla. Mm. itsepalvelukassat, mobiilisovellukset ostosten tekemiseen ja skannaamiseen myymälässä ja älykkäät järjestelmät varastohallinnassa ja logistiikassa tehostavat prosesseja ja parantavat myös asiakaskokemusta (Grewal ym. 2017). Samalla kaupan alan työn luonne muuttuu nopeasti, kun monet aiemmin työntekijöiden avulla hoidetut tehtävät automatisoituvat teknologian avulla hoidettaviksi. Työntekijöiden osaamistarpeet muuttuvat, mikä pitää ottaa huomioon selonteossa, kun tarkastellaan kauppaa työnantajana. Esineiden internetin (internet-of-things) kehitys tulee huomioida selonteossa, sillä yksi mahdollinen skenaario, joka on esitetty kirjallisuudessa, on ns. machine-to-machine commerce (Grewal ym. 2017), jolloin kuluttajan kotona olevat laitteet, esimerkiksi älyjääkaapit tai älykkäät avustajat (esim. puheella ohjattava Amazonin Alexa) hoitaisivat ostopäätökset automaattisesti kuluttajan puolesta. Pohjois-Amerikassa älykkäät avustajat ovat jo nyt käytössä huomattavan suurella osalla kotitalouksista ja tämä kehitys on ollut erittäin nopeaa. Kehityksessä huomioitavaa on myös suurten globaalien toimijoiden, kuten Amazonin, Googlen ja Applen yliote markkinoista. Jo tällä hetkellä kyseiset yhtiöt hallitsevat digitaalisen markkinoinnin kenttää. Mikäli kuluttajat omaksuvat näiden yhtiöiden laitteet osaksi ostoprosessiaan, niiden valta kaupan arvoketjussa kasvaa entisestään.

Asiakastiedon ja data-analytiikan roolit tulevat jatkossa korostumaan sekä markkinoinnissa että kaupan palvelutarjoamassa. Digitaalinen markkinointi on mullistanut mahdollisuuden kohdentaa markkinointia asiakkaille aiempaa tehokkaammin ja asiakkaiden tarpeet kohdaten. Asiakastietoon pohjautuvia palveluja pystytään tarjoamaan asiakkaille jatkossa entistä enemmän. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että asiakastiedosta kehitetään asiakkaalle hyödyllisiä palveluja. Ylipäätään asiakastiedon rooli ja kyky jalostaa siitä asiakkaalle merkityksellisiä palveluja kasvaa. Tämä siirtää huomiota myös asiakastietorajapintojen omistukseen. Erityisesti alustatalouden myötä entistä kriittisemmäksi on tullut kysymys siitä, kuka omistaa asiakastietoa keräävät rajapinnat, kenellä on tietoon pääsy ja kuka tästä tiedosta pystyy kehittämään luomaan arvoa itselle ja asiakkaalle (esim. Saarijärvi ym. 2016). Toisaalta esimerkiksi älyn (erilaisen informaation) sisällyttäminen käyttötavaraan tai pakkauksiin on teknisesti mahdollista. Esimerkkinä tästä ovat teknologiset innovaatiot, joiden kautta ruoan pilaantumisindeksiaattoreita on mahdollista sisällyttää pakkaukseen, jolloin kuluttajan ei tarvitse luottaa pelkästään päivämäärämerkintään ja tämä puolestaan ennaltaehkäisee ruokahävikkiä kotitalouksissa (Närvänen ym. 2020). Päivittäistavarakaupalla voisi olla mahdollista yhdessä esimerkiksi ruokaketjun muiden toimijoiden kanssa kehittää kuluttajaa ohjaavia ratkaisuja, jotka edistäisivät esimerkiksi kiertotalouden tavoitteita. Suomalaiset kaupan alan toimijat ovatkin jo vahvistaneet yritys vastuullisuuttaan monin eri teoin. Hyödyntämällä erilaista informaatiota ja tietoa sekä palvelu- ja teknologisia innovaatioita, kauppa voisi vahvistaa yritys vastuuttaan ja rooliaan suomalaisessa yhteiskunnassa. Tähän toki liittyvät myös tietosuojaja yksityisyydensuojakysymykset, jotka pitää ottaa erityisesti huomioon.

Digitalisaatioon liittyvänä asiana selonteossa voisivat näkyä myös kaupan alaan liittyvät teknologiset tai palveluinnovaatiot ja niiden rooli alan uusintajana. Innovaatiot voivat pitää sisällään myös esim. konsepti- tai liiketoimintamalli-innovaatioita – esimerkkinä vaikkapa koronatilanteessa syntyneet palveluinnovaatiot, joissa paikalliset taksirytykset ovat yhdistäneet voimansa kauppojen kanssa ja ryhtyneet toimittamaan tuotteita kotiinkuljetuksena. Myös erilaiset jäsenyyksiin ja kestotilauksiin perustuvat palvelut ovat kasvussa yksittäisten transaktioiden sijaan (Grewal ym. 2017). Asiakkaiden kohtaaminen kasvokkain ja ihmistenvälinen vuorovaikutus ovat perinteisesti kuuluneet asiakaspalvelutyöhön kaupan alalla, ja näiden merkitystä tulevaisuudessa tulisi arvioida kaupan digitalisoituessa. Erityisesti päivittäistavarakaupan myymälöillä on Suomessa haja-asutusalueilla ollut myös yhteiskunnallinen rooli toimia paikallisen yhteisön kokoontumispaikkoina ja siten edistää kansalaisten hyvinvointia ja sosiaalista vuorovaikutusta. Ostosten tekeminen ja vapaa-ajan viettäminen ostoskeskuksissa on luonut kuluttajille myös sosiaalista arvoa, jonka merkitystä tulee arvioida kaupan tulevaisuuden kannalta.

Perheyritysten liitto ry toteaa, että digitalisaatio on jo nykyisellään muuttanut koko kaupan arvoketjuja ja tämä muutos tulee voimistumaan eksperimentaalisesti seuraavan 5-10 vuoden aikana. Tekoäly yhdistettynä robotiikkaan mahdollistaa yhä enemmän perusprosessien tuottamista asiakastarpeen mukaisesti, automaattisesti ilman ihmiskäsien välitöntä tarvetta. Painopiste on jo siirtynyt esim. autokaupassa tuotteista kokonaispalveluratkaisuihin ja tämä kehitys tulee jatkumaan vahvasti myös tulevaisuudessa.

Aalto yliopisto, Lindblom Arto katsoo, että asiakassuhteista saattaa olla tulossa entistä yksilöllisempiä ja persoonallisia, sikäli mikäli ihmiset luottavat toimijaan ja uskaltavat antaa toimijan käyttöön omia tai hankinnoistaan kerättyjä tietoja. Markkinointi digitalisoituu edelleen ja asiakas- ja ostotietoja tullaan käyttämään laajasti koko arvoketjussa tai tätä laajemmista palvelualueistoissa ja ekosysteemeissä tuottajilta kuluttajille asti. Perinteisten kaupan arvoketjujen rinnalle syntyy palvelualueita ja markkinapaikkoja, joiden keskeisenä ”raaka-aineena” ja ohjauksena ovat asiakas- ja vähittäiskaupan kuittirivitiedot. Tiedosta voidaan jalostaa uutta tietoa, jota voidaan myydä palvelualueen kumppaneille. Samalla kaupan arvoketjun toimijat kohtaavat myös uusia haasteita erityisesti kuluttajien tietosuojan, kyberturvallisuuden sekä digitaaliseen liittyen. Ostaminen ei ole enää paikka- tai aikaidonnaista. Kuluttajat voivat halutessaan ohittaa perinteisen kaupan ja ostaa tarvitsemansa tuotteet suoraan teollisuudelta tai muilta toimijoilta juuri silloin kuin itse haluavat. Tavaroiden rooli säilyy, mutta niiden käyttöön ja ylläpitoon liittyvät erilaiset palvelut (kuten esim. asennus-, huolto- ja korjaus) kasvavat. Asiakkaista muodostuu markkinoinnin kohteista entistä enemmän kumppaneita, joiden arvo kasvaa muun muassa suosittelijoina.

LIITE 8. Lausunnonantajatahojen nostoja kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa huomioitavasta

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä siitä, mitä tulisi huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa. Nostot liittyvät lukuun 4.8.

K-kauppiasliitto ry esittää, että kaupan kuuleminen ja ottaminen mukaan selonteon valmisteluun on keskeistä. **Osuustoimintakeskus Pellervo ry, Karhu Sami** toivoo laadukasta, aidosti keskustelevaa prosessia, joka vie asioita eteenpäin. **Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry:n** mukaan valmistelussa pitää kuulla laajaa asiantuntijajoukkoa ennakkoluulottomasti. Epätodennäköisiäkin skenaariota pitää pohtia ja miettiä ”outside the box”. **Perheyritysten liitto ry** ehdottaa mahdollisimman laaja-alaista toimialan kuulemista ja huomioimista, jolla varmistetaan kaupanalan alajaoksien (päivittäiskauppa, erikoiskauppa, autokauppa jne.) tarpeiden ja toiveiden määrät ja painotukset. **Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli** esittää selonteossa kaupan alaa tulisi käsitellä alatoimialoittain päivittäistavara-kaupan, erikoiskaupan ja teknisen kaupan näkökulmasta. Tämä tuo esille eri alojen erot sekä näyttää paremmin kunkin alan kytkennän omaan ekosysteemiinsä. Edellä mainitun rajauksen avulla myös selonteon toimenpiteet on helpompi konkretisoida.

Näkemisen ja silmäterveyden toimiala NÄE ry, Tast Panu nostaa esiin, että kauppa on Suomessa myös paljon muuta kuin suuret pt-vetoiset kaupan ryhmittymät. Selonteon jatkovalmisteluun tulee kytkeä vahvemmin mukaan myös kaupparyhmittymien ulkopuolisten toimijoiden edustajia, mm. erikoiskaupasta. **K-kauppiasliitto ry** nostaa vielä esiin, että mahdollisten uusien liiketoimintamallien arvioinnissa on huomioitava yritysten tasapuolinen kohtelu. **Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry** korostaa, että selonteon valmistelussa olisi hyvä panostaa tutkitun tiedon ja selvitysten hankkimiseen ja analysointiin sekä sidosryhmien laajaan kuulemiseen valmistelun aikana. **Keskuskauppakamari, Sipola Johanna** toivoo, että teemojen käsittely selonteossa on tarpeeksi tavoitteellista. Tavoitteellisuus varmistaa, että laajasta sisällöstä nousee keskeiset asiat esiin ja että selonteko rajautuu.

Myös **Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Outi** Ervasti korostaa selonteossa konkretiaa; selkeitä toimenpiteitä ja aikataulutettuja askelmerkkejä (tiekartta). Selonteon tulisi muodostaa pitkäjänteinen, yli hallituskausien menevä tiekartta toimenpiteisiin, millä kaupan alan tulevaisuuden toimintamahdollisuuksia vahvistetaan muuttuvassa maailmalla ja kiristävässä kansainvälisessä kilpailutilanteessa. EK nostaa myös, että selonteolla tulee olla selkeä linkki mm. hallituksen kotimaisen omistajuuden ohjelmaan, yrittäjyysstrategiaan sekä muihin keskeisiin hallituksen ohjelmiin ja strategioihin.

Liikenne- ja viestintäministeriö sekä Aalto yliopisto, Lindblom Arto korostaa, että on syytä pohtia tarkkaan, mitä kaikkea tulee sisällyttää kaupan tulevaisuusselontekoon. Kaupan toimiala on vaikeasti rajattavissa oleva kokonaisuus. Liikenne- ja viestintäministeriö ehdottaa yhtenä mahdollisuutena keskittyä tällä hetkellä suurimmaksi nähtyihin haasteisiin. Aalto yliopiston Lindblom Arto ehdottaa, että kaupan ala voidaan jakaa yhtäältä vähittäiskauppaan ja toisaalta tukkukauppaan sekä tavara-alojensa osalta edelleen päivittäistavara-kauppaan, erikoiskauppaan (sis. vaate-, rauta-, kirja-, sisustuskauppa jne.) ja tekniseen kauppaan. Näillä kaupan eri aloilla on omat toimintalogiikkansa ja aloihin vaikuttaa toimintaympäristön muutokset eri tavoin. Tärkeää on myös ymmärtää, että kaupan ala on tavarakaupan ohella yhä enemmän palveluliiketoimintaa ja kaupan alaan kiinnittyy suuri määrä erilaisia toimijoita arvoketjun eri

vaiheista (esim. logistiikka- ja hankintayhtiöitä sekä asiantuntijaorganisaatioita). Sisältääkö kaupan selonteko kaiken yllä kuvatun vai tulisiko selonteossa keskittyä selkeästi joihinkin kaupan aloihin tai osa-alueisiin?

Tampereen yliopisto, Johtamisen ja talouden tiedekunta katsoo, että koska sisältöehdotukset ovat keskenään eri tasoisia ja moninäkökulmaisia, olisi niitä selonteossa selkeyden vuoksi syytä ryhmitellä vielä lisää tai jäsentää esimerkiksi mikro-, meso-, ja makrotasolle tai eri toimijoiden (lainsäätävä, kunta/kaupunki, kauppa työnantajana, kaupan alan työntekijät, asiakkaat) näkökulmista. Toteamuksena on myös, että tieteellisen ja tutkitun tiedon tulisi painottua selonteon joka vaiheessa.

Opetushallitus, ammatillinen osaaminen toteavat, että Opetushallituksen ennakkointiasiantuntijat osallistuvat mielellään erityisesti Työllisyys ja työn sisältöjen muutos - osionne valmisteluun mahdollisuuksiensa mukaan.

Kaupan Liitto ry katsoo, että, tulevaisuusselonteossa kauppaa on syytä käsitellä hyvin laajasti ja tunnistaa sen monimuotoisuus nyt ja tulevaisuudessa. Lisäksi on hyvä tunnistaa rakenteita, jotka saattavat erityisesti olla kaupan kehityksen jarruina tai kehityksen edistäjinä, esim. lainsäädäntö, byrokratia, työlainsäädäntö ja verotus. Selonteossa on keskityttävä elinkeinon kannattavuuden ja kilpailukyvyn kehittämiseen (tarkoitus ei saa olla TES-neuvotteluiden käyminen).

Lidl Suomi nostaa esiin verotuspäätösten merkityksen kaupalle. Lidl nostaa lausunnossaan esiin useita verokysymyksiä, joista mainittakoon tässä, että 1) kaikkien uusien verojen käyttöönotto on teknisesti hankalaa pt-kaupan kannalta, 2) uudet verot voivat johtaa kilpailuhäiriöihin tuotteiden välillä, 3) alkoholivero: uudet korotukset tulisi kohdistaa väkeviin, tärkeää tilastojen seuranta (mm. matkustajatuonti), 4) virvoitusjuomavero: terveysperusteiden arviointi (pitää tehdä), aiheutuu kilpailuhäiriöitä sekä 5) energiaverot: erityisesti sähköveron kohdentuminen on kaupan kannalta epäreilu.

Ympäristöministeriö, Jylhä Sanna lausuu, että selonteon valmistelussa tulisi huomioida, että Suomen päivittäistavarakaupan markkinat ovat poikkeuksellisen keskittynyttä kahdelle toimijalle. Uusien toimijoiden alalle tuloa on osaltaan hankaloittanut päivittäistavarakaupalle sopivien toimipaikkojen saatavuus. Tasavertaisten kilpailuolosuhteiden turvaaminen kaupan toimijoille tukisi markkinoiden toimivuutta ja toimiva kilpailu lisäisi mahdollisuuksia tulla markkinoille. Kaupan tulevaisuuden selonteossa tulisi huomioida myös muut keinot toimivan kilpailun edistämässä MRL:n lisäksi.

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry nostaa esiin, että kaupan alan työtehtävät saattavat eriytyä entisestään digitalisaation ja verkkokaupan kasvun myötä: elintarvikkeiden ja päivittäistavarojen kaupassa tehokasta logistiikkaa ja nopeita toimituksia hoitava työvoima ja toisaalta erikoiskaupassa yhä pidemmälle erikoistuneet asiantuntijamyyjät. Tehokas ja kohtuuhintainen kuljetusketju logistiikkakeskuksesta tai myymälästä kuluttajalle muodostuu selkeäksi kilpailueduksi. Kun kilpaillaan asiakaskokemuksen helppoudella, hinnalla ja nopeudella, on huolehdittava työn teettämisen inhimillisyydestä ja työehdoista. Kaupan alan rakennemurroksen ei tule tarkoittaa työsopimusten ulkopuolella toimivan alustatyön tai pakkoyrittäjyyden kasvua. SAK mukaan on nähtävissä, että kaupan toimialasta tulee yhä suurempi kuljetusten järjestäjä tai hankkija myös loppuasiakkaisiin päin. Kaupan toimitusketjujen muuttuessa on kiinnitettävä yhä enemmän huomiota kuljetusten

turvallisuuteen ja ilmastovaikutuksiin. Liikenteen sähköistyminen ja uudet kuljetusteknologiat tulevat yhä enemmän kaupan toimialan asialistalle.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry, Jakosuo Katri lausuu, että selonteossa tulisi käsitellä työntekijöiden mahdollisuutta työskennellä kaupan alalla. Elämän rytmin muuttuminen ja palveluiden aukioloaikojen laajentuminen vaikuttavat väistämättä myös työntekijöiden työelämän, perhe-elämän ja muun yksityiselämän yhteensovittamiseen. Aukioloaikojen laajentuminen on lisännyt muun muassa vuorohoitopaikkojen sekä julkisen liikenteen tarvetta. Myös näitä muutoksia olisi hyvä käsitellä selonteossa. Selonteossa olisi hyvä tarkastella myös kaupan työvoimarakenteen muuttumista, kuten osa-aikaisten työntekijöiden toimeentulon taso. Myös työsuhdemuodot ovat muutoksessa, esimerkiksi osa-aikaisten työntekijöiden määrä on noussut, alityöläisten myyjien määrä on kasvanut kaupan aukiolojen vapautumisen jälkeen, vuokratyövoima käyttö lisääntynyt.

PAM:n mukaan selonteossa tulisi tarkastella myös työturvallisuuteen liittyviä kysymyksiä, koska uudet toimintatavat vaikuttavat myös olennaisesti työntekijöiden hyvinvointiin ja sitä kautta yritysten toimintaedellytyksiin ja julkisen talouden menoihin. Esimerkiksi kaupan aukioloaikojen vapautuminen on osaltaan liudentanut työn ja vapaa-ajan välistä rajaa sekä tuonut uusia haasteita esimerkiksi työsuojeluun, työturvallisuuteen ja työhyvinvointiin. Kaupan alan työntekijöiden hyvinvointia uhkaavat myös muun muassa asiakkaiden taholta tuleva epäasiallinen kohtelu ja häirintä sekä yksintyöskentelyn myötä lisääntynyt turvattomuuden tunne (mm. väkivallan uhka).

Sosiaali- ja terveysministeriö lausuu, että lääkkeet, alkoholi, tupakka ja rahapelit ovat erityisiä kulutushyödykkeitä, joiden osalta kansalaisten hyvinvoinnin, terveyden ja turvallisuuden turvaaminen on ensisijainen politiikkaa ohjaava tavoite. Selvitystyössä tulee huomioida, että mainittujen erityisten kulutushyödykkeiden osalta lakimuutosten arviointi kuuluu asianosaisille ministeriöille. Alkoholi-, lääke- ja tupakka-asioiden osalta vastuuministeriö on STM, rahapelilainsäädännön osalta sisäministeriö. Monopolit on mainittu selonteossa yhtenä siihen sisältyvänä erityiskysymyksenä. Selonteossa tulee huomioida, että alkoholi- ja rahapelimonopoliin osalta pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelman kirjaukset ovat näiltä osin selviä. Alko Oy:n nykyinen vähittäismyynnin yksinoikeus turvataan, samoin Veikkaus Oy:n yksinoikeus rahapelien toimeenpanoon.

Rahapelihaittojen ehkäisyä ja vähentämistä tehostetaan ja yksinoikeutta vahvistetaan hallituskaudella sisäministeriön hankkeessa (SM051:00/2019), jossa selvitetään arpajaislain muutostarpeita sekä sosiaali- ja terveysministeriön johdolla laadittavassa rahapelipoliittisessa ohjelmassa. Hallitusohjelman mukaisesti lääkehuollon kokonaisuutta uudistetaan pitkäjänteisesti sosiaali- ja terveysministeriön raporttiin (2019:5) sisältyvän tiekartan suuntaviivojen mukaisesti. Tiekarttaan on kirjattu erilaisia lääkkeisiin, niiden tutkimukseen, valmistamiseen, jakeluun ja käyttöön liittyviä tavoitteita ja toimenpiteitä. Tavoitteena on parantaa lääkehuollon kustannustehokkuutta varmistuen lääketurvallisuus ja neuvonta sekä palveluiden sujuvuus, saatavuus ja saavutettavuus. Pitkään valmistelussa olleet, apteekki-alaa uudistavat ja viime hallituskaudella rauenneet hallituksen esitykset valmistellaan STM:ssä mahdollisimman pian uudelleen eduskunnan käsittelyyn.

Apteekki-alan laajemman uudistustyön pohjaksi tehdään selvitys, jonka on muodostettava kattava kuva lääkkeen vähittäishinnan muodostumisesta ja vähittäisjakelusta. Selvityksen

pohjalta arvioidaan mahdollisuudet laajentaa apteekkien omistajapohjaa. Selvitystyön pohjalta arvioidaan myös muita hallituskauden yli ulottuvia kehittämistarpeita.

LIITE 9. Lausunnonantajatahojen nostoja muusta huomioitavasta ja kommentteja

Oheisena on nostoja lausunnonantajatahojen näkemyksistä muusta huomioitavasta sekä kommentteja. Nostot liittyvät lukuun 4.9.

Päivittäistavarakauppa ry esittää monopolien hallittua purkamista ja valtion omistajaohjauksen selkeyttämistä hyvän hallintotavan mukaisesti. **Sosiaali- ja terveysministeriö** toteaa, että useat eri tekijät muokkaavat voimakkaasti suomalaisten rahapelikulutusta (mm. digitalisoituminen, rahapelikulttuurin ja -politiikan muutokset). Muutoksilla tulee olemaan vaikutusta kaupan toimialalle ja alan on syytä varautua rahapelitoiminnan tuottojen vähenemiseen ja tarpeeseen tarkastella tulojen muodostustapoja tässä kokonaisuudessa.

Elintarviketeollisuusliitto ry, Tammivuori Heli sekä Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry ehdottavat Private Label -tuotteiden sisällyttämisen selontekoon. ETL esittää tarkasteluun Private Label -tuotteiden merkityksen yhteiskunnalle, kaupalle, kuluttajalle ja kilpailulle erityisesti verkkokaupparuokinnan kehittyessä. Selonteon ehdotetaan ottavan kantaa Private Label -tuotteiden asemaan ja arvioida niiden vaikutuksia tulevaisuuden kuluttajaan ja markkinoihin. **Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ry.** nostaa esiin päivittäistavarakaupan kaksinaisroolin Private Label -tuotteissa, myös omien tuotteiden valmistajana. Lausunnon mukaan kaksinaisroolissa päivittäistavarakauppa vahvistaa asemaansa elintarviketehtävissä saadessaan tietoa tulevista tuotteista, innovaatioista ja hintarakenteesta. Ehdotuksena on tilanteeseen puuttuminen siten, että päivittäistavarakauppa saisi edelleen valmistuttaa omia merkkejään, mutta eivät saisi hyödyntää kaksoisroolinsa kautta tullutta tietoa. Kiellon lisäksi voitaisiin harkita, että uusilla tuotteilla olisi tietty ”suoja-aika”, jonka aikana niistä ei saisi teettää Private Label -tuotteita.

Kaupan Liitto ry esittää kaupan alan lainsäädännön joustavoittamista ja nykyaikaistamista tämän päivän tarpeisiin. Alaa ohjaava lainsäädäntö on tehty erilaiseen toimintaympäristöön kuin missä tällä hetkellä toimitaan. **K-kauppiasliitto ry** ehdottaa viranomaistoimivallan arvioimista ja muuttamista tarvittaessa. Nostona myös terveystarkastajien ja työsuojelun alan toiminta, jossa suuria alueellisia eroja: vaikeuttaa viranomaistoiminnan ennakoitavuutta.

Opetushallitus, ammatillinen osaaminen ehdottaa, kaupan alan muutoshasteiden tarkastelua vahvasti globaalista viitekehyksestä. Alan digitalisoitumisen voimistuminen tarkoittaa verkkokaupan kilpailun kiristymistä kotimaisten ja kansainvälisten toimijoiden välillä. Selvitystyössä olisi hyvä tunnistaa sellaisia kotimaisten toimijoiden kilpailukykytekijöitä, joilla voidaan luoda kestävä tulevaisuuspolku alan toimijoille.

Suomen Yrittäjät ry ja Kaupan Liitto ry toteavat, että selonteon jatkotyössä on tärkeää huomata, että kaupan alalla toimii monenlaisia yrityksiä: vähittäis- ja tukkukauppoja, erikoiskauppa, liikenneasemia, hankinta-, logistiikka- ja maahantuontiyrityksiä sekä teknisen kaupan ja palvelujen yrityksiä. Kaupan ala tarjoaa monipuolisesti mahdollisuuksia yrittäjyyteen. Yrittäjyyteen tulee kannustaa useilla eri osa-alueilla ja varmistaa yritysten tasapuoliset kilpailuedellytykset.

Teknisen Kaupan Liitto ry ehdottaa, että selontekoon sisällytettäisiin kauppa laajasti, myös B2B –kauppa.

Tradenomiliitto TRAL ry, Erityisasiantuntijat Joonas Kopra ja Henna Hirvonen, Kopra Joonas sekä **Ylemmät Toimihenkilöt YTN ry, Teemu Hankamäki, puheenjohtaja / Joonas Kopra, kaupan alan vastuullinen asiamies** esittävät, että ammattikorkeakoulujen sekä kaupan alan asiantuntijoita edustavan työelämäasiantuntijaorganisaation (YTN) sekä kaupan alalle keskeisten palkansaajajärjestöjen mukaan ottaminen olisi ollut äärimmäisen tärkeää uskottavan selonteon aikaansaamiseksi.

Ympäristöministeriö, Sanna Jylhän mukaan kaupan selonteossa on pyrittävä huomioimaan alueiden erisuuntainen kehitys. Voimakkaana jatkuvan kaupungistumisen myötä suurin negatiivinen muutos kaupassa tapahtuu väestöltään vähenevillä seuduilla.