

Asia: VN/5468/2020

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Kaupan tulevaisuusselonteon sisältö kehittämisselontekoon

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

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

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 on ratkaisevaa 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 päivittäistavarakauppanyrityksiin 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.

Selonteossa tulisi ottaa huomioon seuraavat sisällöt

- Kaupan alaan vaikuttavien trendien ja niiden ajurien analyysi. TEM:n esivalmistelussa tunnistetut trendit ovat relevantteja otettavaksi huomioon selonteossa.
- Kysyntä (kuluttaja- ja ostokäyttäytyminen) ja tarjontanäkökulmien (markkinoiden toimivuus, kilpailullisuus, kuluttajan valintamahdollisuudet) käsittely kaupan eri toimialojen (päivittäistavaroiden vähittäis- ja tukkukauppa, erikoiskauppa, tekninen kauppa) näkökulmista
- Valikoitujen trendien ja niiden ajurien käsittely kaupan eri toimialojen näkökulmista. Esimerkiksi päivittäistavarakaupan digitalisaation ilmentymät (mm. verkkokaupan kehittyminen, tekoäly) tulisi käsitellä omana kokonaisuutenaan ja analysoida sen vaikutuksia kuluttajan valintaan ja koko elintarvikkeiden tarjontaketjuun ja sen kilpailuun.
- Erityiskysymyksenä selonteossa tulisi käsitellä private label -tuotteiden merkitys yhteiskunnalle, kaupalle, kuluttajalle ja kilpailulle, kuten asia on esitetty hallitusohjelmassa.

Kaupan toimialan muutoksesta

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

- Valtiovallan ensisijainen tehtävä on edistää rakennemuutoksessa kuluttajan ostovoiman säilymistä sekä markkinoiden ja kilpailun toimivuuden ja kuluttajan valintamahdollisuuksien parantumista.
- Valtiovallan tulisi kannustaa yrityksiä yhteisten tietomallien kehittämiseen ja käyttämiseen digitalisaation ja toimitusketjujen kilpailukyvyyn edistämiseksi. - Verkkokauppaostaminen on lisääntynyt koronakriisin aikana ja sen odotetaan lisääntyvän lähivuosien aikana. Kaupan alan yritykset ovat valmiit investoimaan verkkokaupan kehittämiseen. Tuotteiden myynti verkkokaupassa edellyttää paitsi kaupalta myös koko toimitusketjulta korkeaa digitalisaatioastetta ja investointeja teknologiaan. Toimitusketjun digitalisoituminen sekä kuluttajan edellyttämän läpinäkyvyyden lisääminen edellyttää, että toimitusketjun osa-puolet sitoutuvat käyttämään yhteisiä tiedon liikkuvuuden mahdollistavia standardeja. Standardien avulla mahdollistetaan myös digitaalisten alustojen syntyminen.
- Valtiovallan tulisi huolehtia esteettömästä markkinoillepääsystä verkkokauppa-alustoille - Suomen päivittäistavaramarkkinoilla verkkokaupan kehittyminen tapahtuu pääasiallisesti kahden suuren, yhteensä yli 80 % markkinaosuuden omaavan, kauppaketjun toimesta. Päivittäistavaroiden verkkokaupan kehittyminen lisää kuluttajien jakelukanavavaihtoehtoja ja helpottaa ostamista. Toisaalta kehitys lisää tosiasiallisesti myös suurten kaupan yritysten markkinaosuuksia ja keskittymistä, eikä välttämättä lisää tarjoajien määrää markkinoilla.
- Valtiovallan on huolehdittava verkkokauppa-alustoilla tiedon avoimuudesta ja saatavuudesta sekä varmistettava kuluttajan oikeus kattavaan tarjontaan ja itsenäiseen päätöksentekoon -

Digitaaliset kaupankäynnin ratkaisut edellyttävät runsasta asiakas-, kysyntä- ja myyntitiedon sekä tekoälyn hyödyntämistä. Verkkokaupan kehittyessä on huolehdittava, että tieto kuluttajakäyttäytymisestä on avointa ja koko tarjontaketjun saatavilla. Näin yhtäältä varmistetaan tarjonnan kehittyminen ja toisaalta vähennetään riskiä siitä, että tekoälyyn perustuva tuotteiden näkyvyys kuluttajalle ei heikennä kuluttajan valintaa ja brändituotteiden mahdollisuuksia kilpailla verkkokauppamarkkinoilla.

- Sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi Suomen aktiivisesti edistettävä digitaalisten palvelujen, dataa ja tekoälyä sekä verkkoalustoja sekä kiertotaloutta ja ilmastoneutraalia toimintaympäristöä koskevaa EU-sääntelyä

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

- Suomessa toimivan kaupan kansainvälisen kilpailukykyyn edistäminen toimitusketjujen keskinäisriippuvuutta unohtamatta.
- Kilpailun ja kuluttajan valinnan säilyminen ostamisen digitalisoitumisen lisääntyessä
- Asiakas-, kysyntä- ja myyntitiedot sekä tiedolla johtamisen hallinta koko kaupan arvoketjun osalta

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

- 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.
- Kysynnän ja ostamisen muutokset, ruuan jakelukanavien ja kuljetustapojen muutokset, turvallisuuden korostuminen.

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

- Kilpailun toimivuudesta ja neutraalista kilpailuympäristöstä on pidettävä huoli myös yllättävissä muutostilanteissa sekä parannettava toimijoiden muutostilanteen hallintaa edistämällä esimerkiksi yhteisten tietomallien käyttöönottoa ja muutoksen hallintaan liittyvän tiedon (mm. kuluttajakysyntä) riittävästä saatavuudesta.

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

- Asiakassuhteet ja ostaminen sähköistyvät. Kuluttajat ja asiakkaat edellyttävät enemmän omaan tarpeeseen räätälöityjä tuotteita ja palveluja.

- Toimitusketjut automatisoituvat edelleen, kotiinkuljetus lisääntyy

Tulevaisuusselön valmistelu

7. Mitä tulee mielestänne huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa?

- Selonteossa kaupan alaa tulisi käsitellä alatoimialoittain päivittäistavarakaupan, 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.

Muuta huomioitavaa

8. Muut mahdolliset kommentit.

- Erityiskysymyksenä selonteossa tulisi ottaa huomioon private label -tuotteiden merkitys yhteiskunnalle, kaupalle, kuluttajalle ja kilpailulle erityisesti verkkokauppamarkkinan kehittyessä. Useat tutkimukset ovat havainneet private label -tuotteilla olevan sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia toimitusketjuun ja laajemmin yhteiskuntaan. Kuluttajan valinnan toteutumisen ja kilpailun toimivuuden kannalta on tärkeää, että kilpailu private label- ja brändituotteiden välillä perustuu tuotteen omiin ansioihin niin perinteisen kivijalkakaupan kuin verkkokauppamarkkinoillakin. Selonteon tulisi ottaa kantaa private label -tuotteiden asemaan ja arvioida niiden vaikutuksia tulevaisuuden kuluttajaan ja markkinoihin.

Tammivuori Heli
Elintarviketeollisuusliitto ry