

Asia: VN/5468/2020-TEM-105

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Lausunnonantajan lausunto

Lausunnot lukuun 1. Selonteon tausta, tarkoitus ja laatiminen

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko on perusteellinen ja siinä on tunnistettu hyvin käynnissä oleva alan murros sekä tarpeet alan kehittämiseen laaja-alaisesti. Myös Business Finlandin tavoitteena on saada yhä useammat kaupan alan yritykset harkitsemaan vakavasti kansainvälisen kasvun mahdollisuutta ja kehittämään resurssejaan ja osaamistaan sen toteuttamiseksi.

Lausunnot lukuun 2. Kaupan toimialan tilanne- ja muutoskuva

Luvussa 2 annetaan paikoin kaupan digitaalisten alustojen mahdollisuuksista liian optimistista kuvaa. Sivulla 21 todetaan, että verkkokauppa-alustat ovat logistisesti tehokkaita ja että niiden käyttäminen mahdollistaa esimerkiksi nopean toimituksen, kattavan valikoiman ja kivijalkakauppaa edullisemman hinnan. Mielestämme tämä antaa turhan yksinkertaisen kuvan, sillä verkkokauppa-alusta on vain tekninen mahdollistaja. Samoin sivulla 32 kuvataan, että globaaleihin markkinapaikkoihin liittyminen on helppoa. On totta, että liittyminen on yksinkertaista, mutta liittyminen ei vielä takaa sitä, että onnistutaan saamaan asiakkaita ja kannattavaa myyntiä.

Kaupan kansainvälistä tilannetta kuvaavassa luvussa 2.8 haluaisimme kiinnittää huomiota kahteen seikkaan. Sivulla 28 olevassa kuvassa on esitelty 10 suurinta vähittäiskaupan toimijaa, mutta mukana ei ole yhtään kiinalaista yritystä. Kuitenkin Kiina ajaa kaupan digitalisaatiota eniten maailmassa. Myös sivulla 29 on todettu Kiinan osuudeksi globaalista verkossa käydystä vähittäiskaupasta 52,1% vuonna 2021. Jäimme myös pohtimaan, mitä tarkoitetaan Euroopan verkkokaupan markkinoiden osalta sillä, että niiden arvioidaan olevan kypsät. Luku kaipaisi paremmin yhteen vetävää näkemystä verkkokaupasta Euroopassa eri maiden prosentuaalisten lukujen lisäksi.

Lausunnot lukuun 3. Kuluttajakäyttäytyminen ja asiakaslähtöisyys

Kuluttajat ja asiakaslähtöisyys on avainroolissa kaupanalan tulevaisuutta pohdittaessa. Murroksen vaikutusten ymmärtämistä auttaisi, jos jotkin luvussa esitetyt väittämät olisivat paremmin perusteltuja. Esimerkiksi sivulla 46 kerrotaan kaupan monikanavaisuudesta, erilaisten myyntikanavien tasa-arvoisuudesta ja suoramyynnistä digitaalisten kanavien kautta. Tätä osuutta

voisi vielä selventää. Hintavetoisen ja merkityksellisyyteen perustuvan markkinan osuuksia voisi myös avata lisää ja tuoda esiin arvioinnin pohjalla olevat lähteet.

Lausunnot lukuun 4. Kaupan alan työllisyys, osaaminen ja koulutus

Kehittämisehdotuksessa 6 esitetään, että TKI-toiminnan intensiteettiä kaupan alalla tulisi kasvattaa. On selvää, että murros edellyttää uusien ratkaisujen kehittämistä. Olennaista tässä on saada alan toimijat sitoutumaan kehitystyöhön ja investoimaan siihen. Vaikuttavaa kehitystä ei voi saavuttaa vain ulkoa työntämällä, vaan edellyttää yrityksissä strategista tahtotilaa ja uudistumista.

Lausunnot lukuun 5. Kauppa osana alueiden elinvoimaisuutta ja huoltovarmuutta

Kaupan tulevaisuutta maaseudulla ja harvaan asutuilla alueilla kuvaavaan kappaleeseen olisi hyvä saada mukaan verkkokauppa ja sen mahdollisuudet toimia myös kasvukeskusten ulkopuolelle. Suomessa on nyt jo kansainvälisestikin menestyviä verkkokauppoja pieniltä paikkakunnilta mm. Keminmaa, Ranua ja Rovaniemi.

Lausunnot lukuun 6. Digitalisaatio kaupan alan uudistajana ja globaalikauppa

Kehittämisehdotus 14 koskee kaupan toimialan innovaatioekosysteemin luomista ja käyttöönottoa. Toimiva ekosysteemi syntyy vain osapuolten yhteisestä halusta ja sitoutumisesta. Ehdotus tulisikin kirjata mieluummin muotoon kannustetaan kaupan toimialan toimijoita yhteistyöhön ja innovaatioekosysteemin luomiseen. Business Finland on Experience Commerce -ohjelman kautta jo alustanut uuden yhteistyö-ekosysteemin syntymistä yhdessä alan keskeisten toimijoiden kanssa. Sen kiihdyttämisessä osana esitettyjä kehittämisehdotuksia olisi iso mahdollisuus. Kehittämisehdotus voisi painottua kaupan alan transformaatiota läpikäyviin perinteisempiin kaupan pk-yrityksiin, jotta varmistetaan näiden uudistumiskyky kansainvälistyvässä ja digitalisoituvassa markkinassa.

Kehittämisehdotus 15 koskien TKI-panostuksia ja yritysneuvontaa sekä kehittämisehdotus 16 koskien verkkokauppaohjelmaa tulisi paremmin huomioida jo tehdyt toimet ja mitkä ovat parhaat keinot jatkossa. Business Finlandin Experience Commerce -ohjelma (2019-2023) panostaa voimakkaasti verkkokaupan luomiin mahdollisuuksiin sekä rakentaa kuluttajakaupasta kasvavaa vientialaa tarjoten näihin liittyen myös TKI-rahoitusta. Ohjelman päättyessä on hyvä arvioida, mikä on ollut tehtyjen toimenpiteiden vaikuttavuus ja mihin panokset seuraavaksi olisi syytä kohdentaa. Business Finlandin näkökulmasta ohjelmat on luotu muutoksen ajureiksi eikä jatkuvaan toiminnan edistämiseen.

Kehittämisehdotus 15 voisi olla selkeämmin muotoiltu: Osana työtä tulisi olla innovaation merkityksen määrittäminen kaupan alalla ja soveltuvien käytänteiden luominen julkisen rahoituksen päätöksentekoon. Lisäksi sivulla 120-121 käsitellään kaupan alan rahoitusta. Myös täällä olisi hyvä avata kaupan alan suhdetta innovaation määritelmään ja sen haastavuuteen osana julkista rahoitusprosessia. Kehittämisehdotus 16 voisi ohjelman sijaan painottua kansainvälistymispalveluihin ja kunnianhimoista kasvua tavoitteleviin yhtiöihin, joilla digitaalinen kauppa on DNA:ssa.

Kehittämisehdotukseen 17 koskien digitaalisen maksamisen ohjelmaa kaupanalalle voi miettiä, onko mielekästä pohtia maksutapoja vain yhdellä toimialalla, kun teknologiat murtavat käytäntöjä laajasti. On syytä miettiä tämän ehdotuksen tarpeellisuutta erillisenä ja olisiko parempi sisällyttää ehdotus osaksi muita kehittämisehdotuksia.

Kehittämisehdotus 22 vaatii konkretiaa, jotta se olisi ymmärrettävä. Emme osaa ottaa kantaa ehdotukseen, joka itsessään jää epäselväksi.

Yleisenä kommenttina, että lukuun olisi hyvä saada mukaan digitaaliset teknologiat, Live Commerce.

Lausunnot lukuun 7. Kestävä kauppa, ilmastonmuutos ja yritysvastuu

Kehittämisehdotuksista puuttuu näkökulma, että suomalainen kaupan ala voi rakentaa globaalisti merkittävää kilpailuetua vastuullisilla ratkaisuilla. Kansainvälistä digitaalista kauppaa hallitsevat markkina-alustat, joiden kilpailuetu on alhainen hinta ja laajat valikoimat laadusta ja vastuullisuudesta piittaamatta. Suomalaiset kaupan yritykset menestyvät kansainvälisessä markkinassa luomalla parempia ja vastuullisempia tuotteita, konsepteja, liiketoimintamalleja ja asiakaskokemuksia. Siksi vastuullisuus on nostettava osaksi kaupan yritysten strategiaa ja kilpailuetua.

Lausunnot lukuun 8. Markkinoiden toimivuus ja kilpailullisuus sekä markkinoiden välinen sääntely

Suhtaudumme myönteisesti ehdotukseen (kehittämisehdotus 39) neuvottelukunnan perustamisesta. Murroskohdassa yli sektorirajojen menevä yhteistyö on edellytys muutosten aikaan saamiseksi. Mikäli neuvottelukunta perustetaan, siihen tulisi saada edustajat kaupan rakennemuutoksen ja digitalisaation jo läpäisseistä yhtiöistä sekä sellaiseksi suoraan perustetuista ja kv-ympäristössä toimivista yhtiöistä.

Kehittämisehdotus 29 näyttäytyy hyvin yleisluontoisena ja tähän Business Finlandin Experience Commerce -ohjelma toimitti selonteon valmistelun aikana lukuisia konkreettisia ehdotuksia: UPU, ALV Eu alueella, Cookies- käytännöt, GDPR-valvonta, verotuksen tasavertaisuus ym. Näitä on jo listattukin ehdotuksissa 23-28 ja näiden priorisointi on tärkeää ja katsomme, että panostusten olisi hyvä kohdistua konkreettisesti näihin selvästi tunnistettuihin alueisiin lisäselvitysten sijaan.

Lausunnot lukuun 9. Yhteenveto kehittämisehdotuksista

Business Finlandin lausunnot kehittämisehdotuksiin on esitetty yllä kyseisten lukujen kohdalla, mihin ehdotukset liittyvät. Yleisenä huomiona voi todeta, että ehdotuksissa olisi ollut hyvä huomioida julkisen ja yksityisen sektorin kumppanuus ja yhteistyö sekä millä keinoin sitä kautta uusien ratkaisujen syntymistä voitaisiin edistää. Julkinen sektori ei yksin saa muutosta aikaan, vaan yksityisen sektorin sitoutuminen on olennaista.

1. Kansallinen kehittämistyö: luodaan uusia ja kehitetään voimassa olevia kansallisia järjestelmiä, toimintamalleja ja säännöksiä edistämään kaupan alan uudistumista sekä kasvukykyä (painopistealue 1)

Olemassa olevien kansallisten järjestelmien, säännösten ja toimintamallien kehittäminen

2. Resursointi: vauhditetaan kaupan alan uudistumista, kasvua ja kansainvälistymistä TKI-panoksilla ja ohjelmatyöllä (painopistealue 2)

-

3. Kansainvälinen vaikuttamistyö: vaikutetaan kansainvälisesti EU-tasolla ja EU-alueen ulkopuolella kaupan alaa koskeviin sisältöihin/asioihin (painopistealue 3)

-

Kaupan alan visio vuonna 2032

-

Kaupan alan skenaariot vuonna 2032

-

10 a. Ekosysteemisesti uudistunut kansainvälisesti kilpailukykyinen kauppa -skenaario

-

10 b. Kilpailuhaitan kokenut kauppa -skenaario

-

10 c. Kilpailukyvyyn menettänyt kauppa -skenaario

-

11. Muut mahdolliset palautteet ja kommentit

Seuraavat asiat ovat selonteossa käsitelty ylimalkaisesti tai niitä ei mainita lainkaan:

- Vertaiskauppa s.47
- Jakamistalous
- Palveluiden integroituminen kaupan uusiin malleihin ja sisältöjen merkityksen kasvu s.47
- Social selling -mallit s.47
- Micro selling -ansaintamallit s.47
- NFT (non-fungible token) ja Metaverse, eli tulevaisuuden kauppamallit. NFT on jo nyt merkittävä.

Teija Lahti-Nuutila

Executive Director

Aija Kalandar

Head of Experience Commerce Finland

Lahti-Nuuttila Teija
Innovaatorahoituskeskus Business Finland

Mustonen Maria
Business Finland Oy - Network Services