

Asia: VN/5468/2020

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Kaupan tulevaisuusselonteon sisältö kehittämis ehdotuksineen

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

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

Keskuskauppakamari katsoo, että kaupan alan tulevaisuusselonteen esivalmisteluissa on tunnistettu hyvin ja kattavasti ne keskeiset teemat, jotka vaikuttavat kaupan alan tulevaisuuden kehitykseen. Esitämme kuitenkin kunnioittavasti muutamia huomioita teemoihin liittyen:

- Kaupan alan digitalisaatio ja verkkokaupan kehitys on kaupan alan tulevaisuuden kannalta keskeisimmässä asemassa. Koronakriisiepideemia on edelleen vauhdittanut kehitystä tavalla, joka on todennäköisesti käänteentekevä tulevaisuuden kannalta. Verkkokauppaa ja kaupan alan digitalisaatio ei tule käsitellä vain yhtenä osa-alueena muiden megatrendien joukossa vaan se tulee käsitellä omana osionaan.
- Kaupan tulevaisuudessa yksi suurimpia muutoksen kohteita ja kilpailukyvyn tekijöitä on logistiikka. Logistiikka liittyy keskeisesti verkkokaupan kehitykseen ja toivomme aiheelle näkyvää käsittelyä selonteossa. Kaupan logistiikkaan on tulossa suuria muutoksia, jos verkkokaupan kehitys jatkuu ja tuotteet liikkuvatkin asiakkaiden luokse, eivätkä asiakkaat tuotteiden luokse. Mitkä ovat ne logistiset virrat, jos nykyisen 10 %:n sijaan 80 % tuotteista liikkuu asiakkaille toimitettuna. Toiseksi, minkälainen vaikutus kaupan logistiikkaan on sillä, jos asiakkaiden odotus tuotteiden toimitusajasta muuttuu nykyisistä päivistä tunteihin tai jopa minuutteihin.
- Kaupan alan perustutkimus ja tutkimus. 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.

- Osaaminen ja osaavan työvoiman saatavuus tulevaisuudessa tulee yleisestikin selonteossa nostaa keskeiseen asemaan. Erityisesti digitaalisen liiketoiminnan osaajien tarve kasvaa. Uusien, kehittyvien digitaitojen 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.
- 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 kotimarkkinoilla vaan luovat jo lähtökohtaisesti globaaleja konsepteja. Mahdollisuuden kansainväliseen kasvuun ovat merkittävät.
- Keskuskauppakamari 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.

Kaupan toimialan muutoksesta

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

- Kaupan alan koulutuksen kautta. Valtion tulee varmistaa, että kaupan alan koulutuksen kokonaisuus vastaa alan muuttuvia osaamisvaatimuksia ja että koulutus on riittävästi resursoitua.
- Luomalla kansainvälisesti kilpailukykyisen toimintaympäristön kaupan alan yrityksille toimia. Verotuksen on oltava kannustavaa – niin yrittäjille yrittää ja työllistää kuin työntekijöille ottaa työtä vastaan. Huolehtimalla, että kaupan alan kustannuskilpailukyky kehittyy myönteisesti.
- Helpottamalla työperusteista maahanmuuttoa. Pula osaavasta työvoimasta on hetkellisesti hautautunut koronaepidemian aiheuttaman talouskriisin alle, mutta ongelma ei ole hävinnyt mihinkään. Väestökehityksemme johtaa vääjäämättä siihen, että työllisten määrä laskee tulevina vuosina ja tarvitsemme merkittävästi nykyistä enemmän osaajia myös ulkomailta.
- Varmistamalla tasapuoliset kilpailuolosuhteet esimerkiksi suomalaisille verkkokaupoille suhteessa kiinalaisiin verkkokauppoihin.

- Purkamalla sääntelyä. Kaupan sijaintiin liittyvää sääntelyä tulee purkaa. Millään kaavatasolla ei tulisi määritellä kaupan laatua. Alkoholilainsäädännön vapauttamista tulee jatkaa ja apteekkilainsäädäntöä keventää esimerkiksi niin, että itsehoitolääkkeitä voidaan vapauttaa vähittäistavarakaupan myytäväksi.
- Vauhdittamalla kaupan alan yritysten kansainvälistymistä esim. Business Finlandin kautta.
- Huolehtimalla kuluttajien ostovoimasta.

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

- Kaupan alan digitalisaatio ja verkkokaupan kehitys. Digitalisaatioon liittyvä palveluiden kasvu, datan käyttö, uudenlaiset rajapinnat jne. Verkkokauppaan liittyvä logistiikka.
- Asiakkaiden kulutustottumusten muutokset. Rakennemuutos on pitkälti asiakasvetoista. Asiakkaiden kulutukseen taas vaikuttaa voimakkaasti esimerkiksi vastuullisuus ja ilmastonmuutos.
- Osaaminen ja alan työllisyyteen vaikuttavat kysymykset. Erityisesti digiosaaminen.

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

Koronaviruspandemialla on ollut moninaisia vaikutuksia kaupan toimialalle. Osittain vaikutukset ovat olleet yllättäviä ja sattumanvaraisia, osittain positiivisia ja osittain hyvin negatiivisia. Jokainen kriisi on varmastikin omanlaisensa ja vaikutukset johtuvat monista eri yksityiskohdista. Koronaviruspandemian kaltaiseen tilanteeseen, jossa kuluttajien kysyntä joidenkin tuotteiden osalta on loppunut kuin seinään, on varmastikin vaikea valmistautua.

Yhteistä muutostilanteissa ja kriiseissä varmastikin on se, että ne korostavat yritysten yleisen kilpailukyvyn edellytysten merkitystä. Mitä vahvempia toimijat ovat, sitä parempi mahdollisuus heillä on selviytyä kriiseistä. On myös tärkeää riskienhallinnan kannalta, että yritykset tekevät oman liiketoiminnan jatkuvuussuunnitelman kriisitilanteita varten.

Koronakriisi jättää jälkeensä varmastikin muuttuneita kulutuskäyttäytymiseen liittyviä asioita: kuten esimerkiksi verkkokaupan käytön laajenemisen, pick and collect -palveluiden kasvun sekä turvallisuuteen ja hygieniaan liittyviä vaatimuksia.

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

Huolehtimalla yleisistä kilpailukyvyn edellytyksistä pitkäjänteisesti (kts. kohta 2.)

Häiriötilanteissa valtion tulee reagoida nopeasti ja tilanteesta riippuen tarjota esimerkiksi tukea eri muodoissa.

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

Digitalisaation on 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.

Tulevaisuusselön valmistelu

7. Mitä tulee mielestänne huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa?

- Keskuskauppakamari toivoo, että teemojen käsittely selonteossa on tarpeeksi tavoitteellista. Selonteon tavoitteena tulisi olla niiden tekijöiden tunnistaminen, jotka vaikuttavat siihen, että Suomessa on tulevaisuudessakin menestyviä, työllistäviä, kilpailukykyisiä, kasvavia ja kansainvälistyviä kaupan alan yrityksiä. Tavoitteellisuus varmistaa, että laajasta kokonaisuudesta ei tule liiaksi kuvailevaa selostusta vaan että laajasta sisällöstä nousee keskeiset asiat esiin ja että selonteko rajautuu.

Muuta huomioitavaa

8. Muut mahdolliset kommenttinne.

-

Sipola Johanna
Keskuskauppakamari