

# Kauppan toimialan tilannekuva, muutos ja tulevaisuuskuva -hanke

**18 maaliskuu 2021**



01

Hankkeen tausta ja tavoitteet



02

Hankkeen aktiviteettien keskeiset tulokset



03

Kaupan toimialan muutos, tulevaisuuskuva ja skenaariot



04

Kaupan toimialan visio 2030 ja toimenpidekokonaisuudet



05

Etenemisehdotus hankkeen jälkeen

# Kaupan alan tilannekuva, muutos ja tulevaisuuskuva -hanke toteutettiin osana kaupan alan tulevaisuusselonteon valmistelua



## Tausta

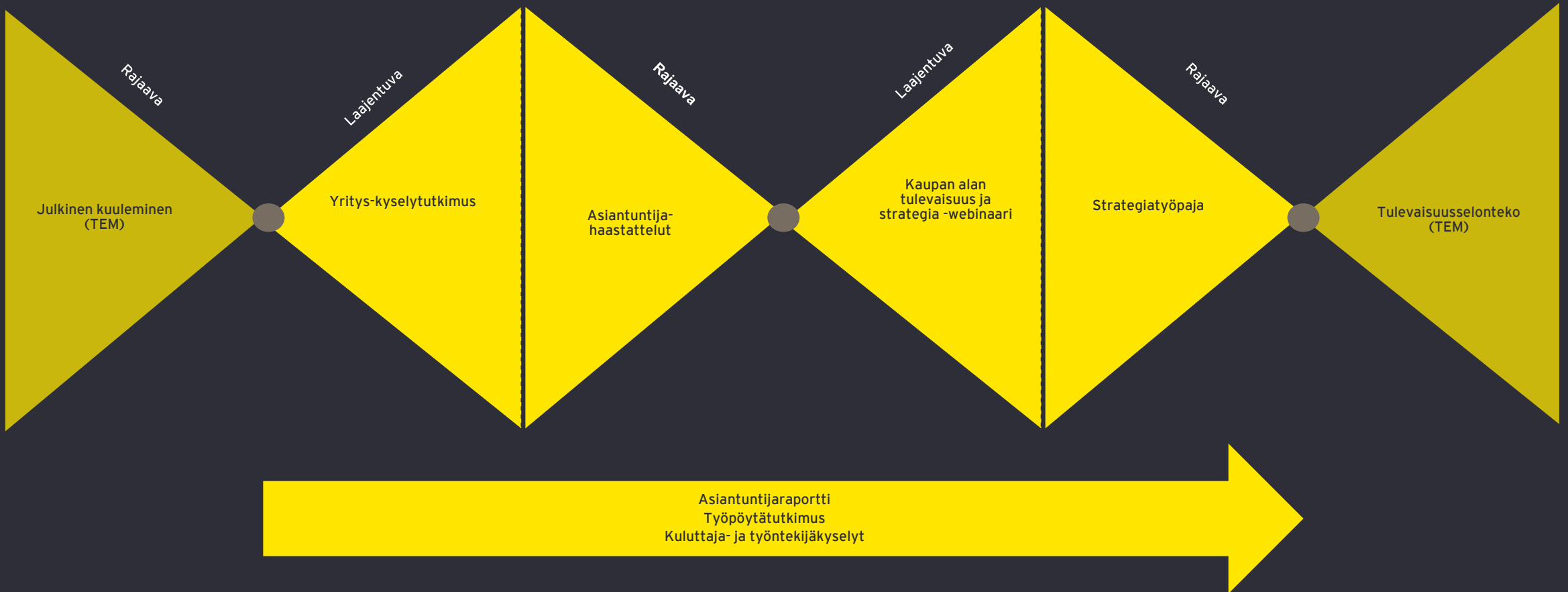
- ▶ Osa hallitusohjelman mukaista, TEM:n toteuttamaa kaupan alan tulevaisuusselontekoa
- ▶ Kaupan alalla globaali teknologian ajama murros, jossa maksaminen, kokemushakuisuus, kulutus ja hankinta muuttuvat ja nopeutuvat
- ▶ Koronapandemia, ilmastonmuutos ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset vauhdittavat murrosta
- ▶ Kaupan alan työllisyyskehityksen arvioitu olevan negatiivinen seuraavan 10 vuoden aikana



## Hankkeen tavoitteet

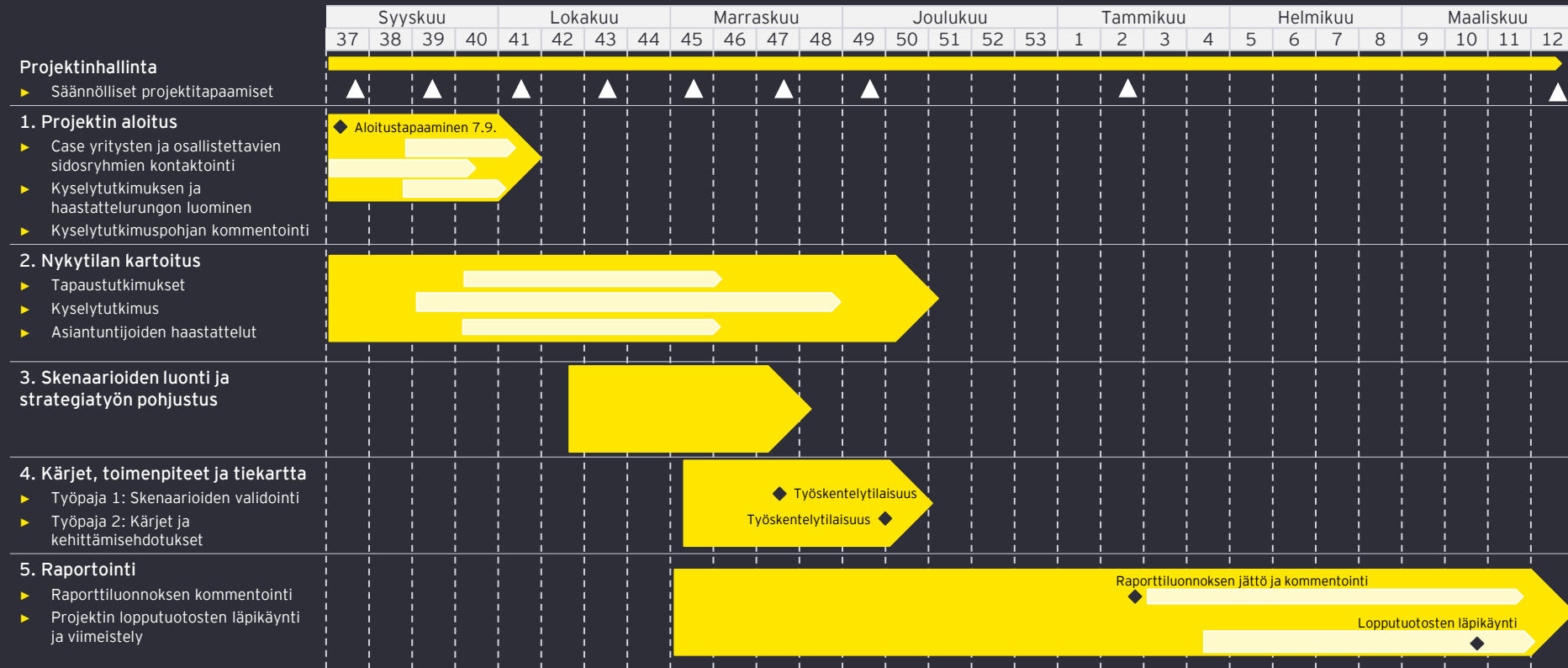
- ▶ Tietopohjaisen tilannekuvan muodostaminen kaupan toimialasta
- ▶ Kaupan toimialan rakennemuutoksen kuvaaminen ja toimialan tulevaisuuskuva luominen
- ▶ Konkreettisten toimenpide-ehdotusten luominen suomalaisen kaupan toimialan kilpailukyvyn kasvattamiseksi

# Tärkeimpiä osa-alueita tunnistettiin ja rajattiin tutkimusten, haastatteluiden ja työpajojen avulla



Metodologia ja toteutetut aktiviteetit mahdollistivat laaja-alaisen sidosryhmien osallistamisen





# Hanke toteutettiin syyskuun 2020 ja maaliskuun 2021 välisenä aikana



# Hankkeen aikana toteutettujen aktiviteettien avulla kerättiin uutta aineistoa ja näkökulmia kaupan toimialan kehittämiseksi



# Useiden eri sidosryhmien toimijoita osallistettiin kattavan näkemyksen varmistamiseksi

 Ohjausryhmä sekä virkamies- ja asiantuntijaryhmä		 Asiantuntijahaastattelut		 Ensimmäisen työpajan panelistit		 Toisen työpajan osallistujat
Kaupan toimialan tulevaisuusselonteon ohjausryhmä:	Virkamies- ja asiantuntijatyöryhmä	Haastateltava henkilö	Yritys / sektori	Yritys	Teema	Tahot
Kaupan liitto ry	Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu	Toimitusjohtaja	Elintarvikeyritys	Fodelia	Kaupan alan tulevaisuus	Business Finland
Keskuskauppakamari	Business Finland	Talousjohtaja	Erikoiskauppaketju	Tamro	Kaupan alan tulevaisuus	Elinkeinoelämän keskusliitto
Kilpailu- ja kuluttajavirasto	Kilpailu- ja kuluttajavirasto	Toimitusjohtaja	Erikoistavaran tukkukauppa	Northglow Consulting / Business Finland	Kaupan alan tulevaisuus / Kaupan alan digitalisaatio	Elintarviketeollisuusliitto
Kuluttajaliitto ry	Liikenne- ja viestintäministeriö	Verkkokauppa-asiantuntija	Julkinen sektori	Finnish Design Shop	Kaupan alan digitalisaatio	Kaupan liitto ry
Liikenne- ja viestintäministeriö	Maa- ja metsätalousministeriö	Toimitusjohtaja	Kansainvälinen verkkokauppa	Posti	Kaupan alan digitalisaatio	Oikeusministeriö
Maa- ja metsätalousministeriö	Oikeusministeriö	Liiketoimintajohtaja	Logistiikkayritys			Osuustoimintakeskus Pellervo ry
Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry	Sosiaali- ja terveysministeriö	Kauppias	Päivittäistavarakauppa			Perheyritysten Liitto ry
Oikeusministeriö	Tampereen yliopisto	Kenttäjohtaja	Päivittäistavarakauppa			Päivittäistavarakauppa ry
Opetus- ja kulttuuriministeriö	Ympäristöministeriö	Operaatiojohtaja	Teknologiayritys			Sosiaali- ja terveysministeriö
Osuustoimintakeskus Pellervo ry		Myyntijohtaja	Teknologiayritys			Tampereen yliopisto
Palvelualojen ammattiliitto PAM ry		Toimitusjohtaja	Tekstiilialan tukkukauppa			Tekninen kauppa
Perheyritysten Liitto ry		Toimitusjohtaja	Tekstiilivalmistaja			Työ- ja elinkeinoministeriö
Sosiaali- ja terveysministeriö		Alusta-asiantuntija	Vähittäiskauppa			Työ- ja elinkeinoministeriö
Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry						Työ- ja elinkeinoministeriö
Suomen Yrittäjät ry						
Teknisen Kaupan Liitto ry						
Valtiovarainministeriö						
Ympäristöministeriö						

# Kaupan ala on käsitteenä hyvin laaja ja sitä on hankkeessa tarkasteltu TOL 2008 - Toimialaluokituksen mukaan (1/2)

## Toimialaluokitus TOL 2008

A. Maatalous, metsätalous ja kalatalous	H. Kuljetus ja varastointi	Q. Terveys- ja sosiaalipalvelut
B. Kaivostoiminta ja louhinta	I. Majoitus- ja ravitsemistoiminta	R. Taiteet, viihde ja virkistys
C. Teollisuus	J. Informaatio ja viestintä	S. Muu palvelutoiminta
D. Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta	K. Rahoitus- ja vakuutustoiminta	T. Kotitalouksien toiminta työnantajina; kotitalouksien eriyttämätön toiminta tavaroiden ja palvelujen tuottamiseksi omaan käyttöön
E. Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito	L. Kiinteistöalan toiminta	U. Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta
F. Rakentaminen	M. Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	X. Toimiala tuntematon
<b>G. <u>Tukku- ja vähittäiskauppa; moottori-ajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus</u></b>	N. Hallinto- ja tukipalvelutoiminta	
	O. Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus	
	P. Koulutus	

### G - Tukku- ja vähittäiskauppa; moottori-ajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus

<b>45 - Moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien tukku- ja vähittäiskauppa sekä korjaus</b>	<b>46 - Tukkukauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)</b>	<b>47 - Vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)</b>
451 - Moottoriajoneuvojen kauppa	461 - Agentuuritoiminta	<u>471 - Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä</u>
452 - Moottoriajoneuvojen huolto ja korjaus (pl. moottoripyörät)	462 - Maatalousperäisten raaka-aineiden ja elävien eläinten tukkukauppa	<u>472 - Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan vähittäiskauppa erikoismyymälöissä</u>
453 - Moottoriajoneuvojen osien ja varusteiden kauppa	463 - Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan tukkukauppa	<u>473 - Ajoneuvojen polttoaineen vähittäiskauppa</u>
454 - Moottoripyörien sekä niiden osien ja varusteiden myynti, huolto ja korjaus	464 - Taloustavaroiden tukkukauppa	<u>474 - Tieto- ja viestintäteknisten laitteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä</u>
	465 - Tieto- ja viestintäteknisten laitteiden tukkukauppa	<u>475 - Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä</u>
	466 - Muiden koneiden, laitteiden ja tarvikkeiden tukkukauppa	<u>476 - Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä</u>
	467 - Muu erikoistunut tukkukauppa	<u>477 - Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä</u>
	469 - Muu tukkukauppa	<u>478 - Tori- ja markkinakauppa</u>
		<u>479 - Vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä (pl. tori- ja markkinakauppa)</u>



# Kaupan ala on käsitteenä hyvin laaja ja sitä on hankkeessa tarkasteltu TOL 2008 - Toimialaluokituksen mukaan (2/2)

## G 47 - Vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)

### 471 - Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä

- 4711 - Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan erikoistumaton vähittäiskauppa
- 4719 - Muu vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä

### 472 - Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan vähittäiskauppa erikoismyymälöissä

- 4721 - Hedelmien, marjojen ja vihannesten vähittäiskauppa
- 4722 - Lihan ja lihatuotteiden vähittäiskauppa
- 4723 - Kalan, äyriäisten ja nilviäisten vähittäiskauppa
- 4724 - Leipomotuotteiden ja makeisten vähittäiskauppa
- 4725 - Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa
- 4726 - Tupakkatuotteiden vähittäiskauppa
- 4729 - Muu vähittäiskauppa erikoismyymälöissä

### 473 - Ajoneuvojen polttoaineen vähittäiskauppa

- 4730 - Ajoneuvojen polttoaineen vähittäiskauppa

### 474 - Tieto- ja viestintäteknisten laitteiden vähittäiskauppa

#### erikoismyymälöissä

- 4741 - Tietokoneiden, niiden oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa
- 4742 - Televiestintälaitteiden vähittäiskauppa
- 4743 - Viihde-elektronikan vähittäiskauppa

### 475 - Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä

- 4751 - Tekstiilien vähittäiskauppa
- 4752 - Rautakauppatavaran, maalien ja lasin vähittäiskauppa
- 4753 - Mattojen, tapettien ja lattianpäällysteiden vähittäiskauppa
- 4754 - Sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa
- 4759 - Huonekalujen, valaisimien ja muualla luokittelemattomien taloustarvikkeiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä

### 476 - Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa

#### erikoismyymälöissä

- 4761 - Kirjojen vähittäiskauppa
- 4762 - Sanomalehtien ja paperitavaran vähittäiskauppa
- 4763 - Musiikki- ja videotallenteiden vähittäiskauppa
- 4764 - Urheiluvälineiden vähittäiskauppa
- 4765 - Pelien ja leikkikalujen vähittäiskauppa

### 477 - Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä

- 4771 - Vaatteiden vähittäiskauppa
- 4772 - Jalkineiden ja nahkatavaroiden vähittäiskauppa
- 4773 - Apteekit
- 4774 - Terveystarvikkeiden vähittäiskauppa
- 4775 - Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa
- 4776 - Kukkien, kasvien, siementen, lannoitteiden, lemmikkieläinten ja niiden ruokien vähittäiskauppa
- 4777 - Kultasepänteosten ja kellojen vähittäiskauppa
- 4778 - Muu uusien tavaroiden vähittäiskauppa
- 4779 - Käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa myymälöissä

### 478 - Tori- ja markkinakauppa

- 4781 - Elintarvikkeiden, juomien ja tupakkatuotteiden vähittäiskauppa kojuista ja toreilla
- 4782 - Tekstiilien, vaatteiden ja jalkineiden vähittäiskauppa kojuista ja toreilla
- 4789 - Muiden tavaroiden vähittäiskauppa kojuista ja toreilla

### 479 - Vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä (pl. tori- ja markkinakauppa)

- 4791 - Vähittäiskauppa postimyyntiliikkeiden tai Internetin välityksellä
- 4799 - Muu vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä



01

Hankkeen tausta ja tavoitteet



02

Hankkeen aktiviteettien keskeiset tulokset



03

Kaupan toimialan muutos, tulevaisuuskuva ja skenaariot



04

Kaupan toimialan visio 2030 ja toimenpidekokonaisuudet



05

Etenemisehdotus hankkeen jälkeen

# Keskeisimmät havainnot yrityskyselytutkimuksesta ja asiantuntijahaastatteluista

## Päähavainnot

Digitalisaatio ja uusien liiketoimintamallien laajentuminen muuttaa globaalisti kuluttajien oletuksia ja arvostuksia

Kaupan alan globalisaatio laajentaa suomalaisten kaupan alan yritysten asiakaskenttää, mutta samalla lisää kansainvälisten kilpailijoiden määrää Suomessa

Kaupan toimialalla on havaittu merkittävä osaajapula ja tutkijayhteisön sekä kaupan alan yritysten välisessä yhteistyössä olisi kehittämistä

Kaupan alan yritysten edustajat kokevat, että julkisella sektorilla on merkittävä vaikutusmahdollisuus kaupan toimialan kehittämiseen

## Kuvaus

- ▶ Globaalien alustojen äärimmäiseen tehokkuuteen perustuva liiketoiminta mahdollistaa entistä nopeammat toimitukset, edulliset hinnat ja todella laajan valikoiman.
- ▶ Uudet toimijat, toimintamallit ja koronapandemia muuttavat kuluttajien tapaa tehdä ostoksia.
- ▶ Älypuhelin, mobiiliapplikaatiot, äärimmäisen helpoksi tehdyt maksutavat ja monikanavainen palvelukonsepti tekevät mistä tahansa hetkestä potentiaalisen ostomahdollisuuden paikasta ja ajasta riippumatta.
- ▶ Digitalisaatiota verrattiin vertauskuvallisesti Suomea ja Eurooppaa yhdistäväksi tekijäksi, mikä mahdollistaa suomalaisbrändien ulottumisen myös huomattavasti Pohjoismaita suuremmille markkina-alueille.
- ▶ Suomalaiset kaupan alan yritykset eivät haastatteluiden mukaan osaa vielä laajasti hyödyntää kansainvälistä asiakaskenttää.
- ▶ Isossa kuvassa suomalaisten kaupan alan yritysten kilpailukyky tulee kiteytymään suomalaisbrändien pärjäämiseen globaaleilla alustoilla sekä kaupan alan yritysten asiakaslähtöisyyden kasvattamiseen.
- ▶ Oman niché -alueen löytämisen kerrottiin vaikuttavan merkittävästi uuden brändin tai tuotteen pärjäämiseen kansainvälisillä markkinoilla ja alustoilla.
- ▶ Kokeilukulttuuri ja brändäämisen merkitys uusien palvelukonseptien, asiakaskokemuksen ja tuotteen luomisessa korostui useissa eri haastatteluissa. Lisäksi kansainvälisten edelläkävijäyritysten toiminnan seuraamisen todettiin olevan helpompaa kuin ikinä.
- ▶ Kaupan toimialan osaajapula ei kiteydy ainoastaan uusien digiteknologia-ammattilaisten ympärille vaan pulaa on myös markkinoinnin, laskentatoimen sekä rahoituksen osaajista.
- ▶ Tutkintokoulutuksia pitäisi uudistaa ja esimerkiksi digitaalisen kaupan koulutusohjelmia tulisi luoda kaikille opintoasteille.
- ▶ Lyhyen aikavälin toimenpiteeksi ehdotettiin useassa eri yhteydessä kansainvälisten osaajien houkuttelemista Suomalaisiin yrityksiin.
- ▶ Lisäksi kaupan alan yritysten ja erilaisten tutkijayhteisöjen välisessä luottamuksessa koettiin olevan haasteita.
- ▶ Verohelpotukset ja etenkin arvonlisäverotuksen keventäminen toistui yrityskyselyn vastauksissa.
- ▶ Työn sääntely, henkilöstön palkkaamisen helpottaminen, ostovoiman kasvattaminen, valta-asemien purkaminen ja kehitys sekä erilaiset innovaatiotuet nousivat ehdotetuiksi toimenpiteiksi.
- ▶ Sääntely (samojen sääntöjen noudattaminen myös EU:n ulkopuolisilla toimijoilla), byrokratian vähentäminen ja yleisesti toimiva infrastruktuuri korostuivat pidemmälle aikavälille ehdotetuissa toimenpiteissä.
- ▶ Digitaalisia investointeja verrattiin rakentamiseen ja muihin fyysisiin investointeihin, jolloin myös niihin kaivattiin vähennyskelpoisuutta ja rahallista tukea. Kassavirtainvestointien koettiin jarruttavan kehitystä niiden hitauden vuoksi.

# Keskeisimmät havainnot työntekijäkyselystä

## Päähavainnot

Kaupan alan houkuttelevuus työntekijänä jakaa työntekijöiden mielipiteitä

Digitaalisissa kyvykkyyksissä havaittiin olevan parannettavaa kaupan työntekijöiden keskuudessa ja kykyjen kehittämiseen sekä opettamiseen kaivattaisiin panostuksia tulevaisuudessa

Asiakaskohtaamiseen liittyvien taitojen merkitys jatkuvasti kehittyvässä toimintaympäristössä koettiin tärkeäksi

Julkisella sektorilla koettiin olevan merkittävä vaikutusmahdollisuus työntekijöiden lisäkoulutusten tukemisessa sekä huolehtiva rooli yhteiskunnallisena vaikuttajana

## Kuvaus

- ▶ Merkittävä osa vastaajista (45%) ei koe kaupan alaa kovinkaan houkuttelevana tai ei lainkaan houkuttelevana (7 %).
- ▶ Toisaalta huomattava määrä vastaajista kokee alan melko houkuttelevana (38 %) tai erittäin houkuttelevana (8 %) (N=384).
- ▶ Kyselyn mukaan kaupan alan houkuttelevuutta alentaa matala palkkataso, suuri ja raskas työmäärä sekä epämiellyttävät työajat. Lisäksi merkittävä osa työntekijöistä kokee työn arvostuksen tai työhyvinvoinnista huolehtimisen olevan kaupan alalla heikkoa.
- ▶ Kaupan alan houkuttelevuutta nostavat kyselyn mukaan huomattavat palkanlisät, helppo työllistyminen sekä hyvä työllisyystilanne.
- ▶ Suurin osa (47%) vastaajista kokee tai kokee jossain määrin (31%), että heidän työnsä näkökulmasta olisi tarpeellista saada digitalisaatioon/teknologioiden hyödyntämiseen liittyvää koulutusta seuraavan viiden vuoden aikana.
- ▶ Tällä hetkellä valtaosa vastaajista on sitä mieltä, että työnantajan tarjoama tuki digitaalisten taitojen kehittämiseen on melko vähäistä (35%) tai tukea ei ole tarjolla lainkaan (39%) (N=398).
- ▶ Työntekijöiden perehdyttämisessä, uusien järjestelmien käytössä ja asiakkaan kohtaamisessa on myös havaittu puutteita.
- ▶ Asiakaspalveluosaamisen ja jatkuvassa muutoksessa työskentelyn koettiin olevan tärkeimmät kyvykkyydet kaupan työntekijälle tulevaisuudessa.
- ▶ Kaupan alan murros, muuttuvat asiakasvaatimukset ja alustatalouden kasvava rooli vaativat nykypäivän työntekijöiltä joustavuutta, sillä kaupan alan rooleja ja toimenkuvia kehitetään jatkuvasti.
- ▶ Julkisen sektorin tulisi työntekijöiden riittävän osaamisen varmistamiseksi tukea työnantajien tarjoamaa täydennys- ja lisäkoulutusta, työntekijöiden itsenäistä omalla ajalla tapahtuvaa täydennys- ja lisäkoulutusta ja parantaa tutkintokoulutusten rakennetta kaupan toimialan erityistarpeisiin.
- ▶ Kaupan alan työntekijöiden keskuudessa nähtiin, että julkisella sektorilla on oleellinen rooli työ- ja perhe-elämän yhteensovittamisen mahdollistamisessa, kuluttajien ostovoiman turvaamisessa, osaavan työvoiman kouluttamisessa, monimuotoisten ja joustavien työntekomahdollisuuksien varmistamisessa sekä aukiololainsäädännön kehittämisessä.

# Keskeisimmät havainnot kuluttajakyselystä

## Päähavainnot

Kuluttajat kertovat kiinnittävänsä tulevaisuudessa yhä enemmän huomiota kotimaisuuteen, ympäristöystävällisyyteen ja vastuullisuuteen

Verkkokaupan helppokäyttöisyys koetaan vähittäiskaupan osalta tärkeimmäksi ominaisuudeksi

Valtaosa kuluttajista haluaa tehdä päivittäistavaraostoksensa tutussa ja läheisessä supermarketissa ja merkittävin syy päivittäistavaroiden verkko-ostamiseen on ajan säästäminen

Kuluttajien mukaan julkisella sektorilla on merkittävä rooli kestävän ja vastuullisen kulutuksen edistäjänä

## Kuvaus

- ▶ Tällä hetkellä kuluttajat kertovat arvostavansa sekä päivittäistavara-, että erikoiskauppatuotteiden ominaisuuksissa kotimaisuutta, laatua ja hintaa.
- ▶ Hinnan suhteellisen merkityksen koetaan pienenevän tulevaisuudessa, sillä kuluttajien mainitsemat kolme tärkeintä ominaisuutta tulevina vuosina ovat kotimaisuus, ympäristöystävällisyys ja vastuullisuus.
- ▶ On hyvä huomioida, että kuluttajat eivät välttämättä toimi niin kuin he ennustavat toimivansa, joten tuloksiin on syytä suhtautua tietyin varauksin.
- ▶ Ruoka- ja päivittäistavaroiden verkkokaupan tärkeimpinä ominaisuuksina vastaajat pitävät helppokäyttöisyyttä (21%), edullista palvelumaksua (16%), laajaa tuotevalikoimaa (15%), nopeaa toimitusta (13%) ja joustavia toimitusvaihtoehtoja (11%) (N=737).
- ▶ Erikoistuotteiden verkkokaupan tärkeimpinä ominaisuuksina vastaajat pitävät niin ikään sivuston helppokäyttöisyyttä (23%), nopeaa ja joustavaa toimitusta (15%), edullista kuljetusmaksua (13%), laajaa tuotevalikoimaa (11%), helppoa ja ilmaista palautusoikeutta (10%) ja edullisia hintoja (10%) (N=837).
- ▶ Yli 80% vastaajista oli sitä mieltä, että päivittäistavarakaupan sijainti on tärkein vaikuttava tekijä myymälää valittaessa.
- ▶ Huomioitavaa on, että ainoastaan 8% vastaajista on vähentänyt fyysistä myymäläasiointiaan COVID-19 pandemian vuoksi ja päivittäistavaroiden verkko-ostamisen lisäys tehdään pääsääntöisesti ajan säästämisen vuoksi.
- ▶ Valtaosa vastaajista ei aio lisätä ruoka- ja päivittäistavaroiden verkko-ostamista ja pääasiallisiksi syiksi mainitaan kallis palvelumaksu (23%), kuljetusajan valinnan hankaluus (13%) ja se, että verkkokaupassa ei pysty itse vaikuttamaan hankkimien tuotteiden päiväyksiin (14%) (N=322).
- ▶ Suurin osa kuluttajista oli sitä mieltä, että julkisen sektorin tulisi suosia eettisesti ja vastuullisesti tuotettuja vaatteita esimerkiksi verotuksen avulla.
- ▶ Julkisen sektorin tulisi myös pystyä rajoittamaan paremmin epäeettisesti tuotettujen tai ympäristöä kuormittavien tuotteiden saatavuutta sekä järjestää tietoisuuskampanjoita kestävästä ja vastuullisesta kulutuksesta.
- ▶ Valtaosa kuluttajista haluaisi ostaa kaikkia mietoja alkoholituotteita sekä reseptivapaita itsehoitolääkkeitä ruokakaupasta.

# Ensimmäisen työpajan keskeisimpiä havaintoja siitä, miten julkinen sektori voi edesauttaa suomalaisen kaupan alan kehitystä



## Kilpailu ja yrittäjyys (N=47)

- ▶ Varmistamalla, että Suomi ei aseta EU-sääntelyä tiukempia velvoitteita kaupan toimijoille (72 %)
- ▶ Helpottamalla suomalaisen työn sääntelyä (verotus, työsopimuslait) (51 %)
- ▶ Purkamalla monopoleja (esim. uhkapelit, alkoholi ja/tai reseptivapaat itsehoitolääkkeet) (44 %)
- ▶ Poistamalla EU:n ulkopuolisten toimitusten kilpailuedun (esim. arvonlisävero- ja tullimääräykset) (34 %)
- ▶ Tukea kasvuyrityksiä rahallisesti digitalisaatioon liittyvissä investoinneissa (26 %)
- ▶ Ajamalla EU-tasoista yhtenäistä arvonlisäverokantaa (17 %)
- ▶ Vahvistamalla ja valvomalla suomalaista omistajuutta (esim. perintövero, yrittäjyyden sääntely, osakesäästötilit ja/tai valtionyhtiöiden pörssilistaukset) (6 %)



## Yritysvastuu, kestävä kauppa ja ilmastonmuutos (N=46)

- ▶ Tekemällä kuluttajien luonnonvaroja säästävät valinnat asumisessa, liikenteessä ja ruokailussa mahdollisimman helpoiksi ja kannattaviksi (67 %)
- ▶ Kohdentamalla julkisen sektorin tavara- ja palveluhankinnat kestävästi ja innovatiivisesti (54 %)
- ▶ Yhtenäistämällä ja yhdenmukaistamalla standardointia (39 %)
- ▶ Ohjaamalla luonnonvarojen käyttöä tieto- ja tutkimuspohjaisesti (esim. kalatalous, kaivostoiminta ja/tai metsätalous) (39 %)
- ▶ Korostamalla kotimaisuutta, sekä elintarvikkeiden, että muiden kulutushyödykkeiden osalta (39 %)
- ▶ Mahdollistamalla verohelpotuksia kestävästi ja vastuullisesti toimiville yrityksille (33 %)
- ▶ Järjestämällä tietoon ja tutkimukseen pohjautuvia kampanjoita kestävästi tuotettujen tuotteiden puolesta (17 %)



## Työvoima, osaaminen ja koulutus (N=40)

- ▶ Uudistamalla ja lisäämällä digitaalisen kaupan koulutusta kaikilla opintoasteilla (80 %)
- ▶ Kannustamalla ja helpottamalla kaupan toimialan osaajien työperäistä maahanmuuttoa (50 %)
- ▶ Mahdollistamalla ja kannustamalla kasvuyritysten ja/tai vahvojen suomalaisten brändien vertaisoppimista (40 %)
- ▶ Parantamalla kansainvälisten tutkinto-opiskelijoiden mahdollisuuksia työllistyä Suomeen (38 %)
- ▶ Lisäämällä kaupan toimialan houkuttelevuutta, esimerkiksi osa-aikatyön vähentämisen, tai kilpailukykyisemmän palkan muodossa (33 %)
- ▶ Tukemalla koulutuksia vanhemman väestön digitaalisten taitojen kehittämiseen (18 %)
- ▶ Viimeisen työnantajan eläkevelvollisuuden lieventäminen tai poistaminen (13 %)
- ▶ Eläkeläisten kannustaminen työelämän pidentämiseen (työn verotuksen keventäminen) (13 %)





01

Hankkeen tausta ja tavoitteet



02

Hankkeen aktiviteettien keskeiset tulokset



03

Kaupan toimialan muutos, tulevaisuuskuva ja skenaariot



04

Kaupan toimialan visio 2030 ja toimenpidekokonaisuudet



05

Etenemisehdotus hankkeen jälkeen

# Hankkeen aikana luotiin ääripäiden skenaariot ja niitä tarkasteltiin viiden toimenpidekokonaisuuden näkökulmista

Ulottuvuudet	Skenaario	 <b>Kauppa keksii keinot</b>	 <b>Kauppa kokee kolauksen</b>
 <b>Rohkeus ja visionäärisyys</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yritykset tuntevat muuttuvan kilpailukentän tuomat mahdollisuudet sekä ovat saavuttaneet asettamansa korkeat tavoitteet kasvun ja kansainvälistymisen suhteen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yritykset ovat keskittyneet kilpailemaan kotimaan markkinalla tavanomaisin liiketoiminnan keinoin, eivätkä halua ottaa riskejä.</li> </ul>	
 <b>Rahoitusmallit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suomessa toimii digitaalisen kaupan ekosysteemi, mikä mahdollistaa rahoituksen, yrittämisen, kansainvälistymisen sekä huomattavasti nykyistä korkeamman asteen kotimaisen omistajuuden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaupan alan yritysten rahoitusmallit eivät juuri eroa nykyisestä. Yksityisiä rahastoja tai liiketoimintaryhmittymiä ei ole syntynyt ja yksittäiset menestyvät yritykset on ostettu ulkomaisten yhtiöiden toimesta pois ja kaupan alan verotulot ovat pienentyneet merkittävästi.</li> </ul>	
 <b>Koulutus, osaaminen ja tutkimus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suomi on tunnettu kaupan alan osaamisesta, korkean teknologian kehittämisestä sekä koko toimialaa kehittävästä yhteistyöstä yritysten ja erilaisten tutkimusyhteisöjen välillä. Työllisyys on kasvanut ja toimiala koetaan työntekijän kannalta innostavana ja houkuttelevana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaupan toimialan työllisyyskehitys on jatkunut negatiivisena ja työntekijät kokevat kaupan alan hyvin epämiellyttävänä. Tutkimus ja koulutus ovat kuihtuneet ja keskittyneet vain yksittäisiin yliopistoihin, joiden yhteistyö keskenään ja teollisuuden välillä on olematonta.</li> </ul>	
 <b>Infrastruktuuri ja sääntely</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yhteiskunnan infrastruktuuri tukee modernia kaupan alan yrittämistä, eikä muuta EU-aluetta tiukempi sääntely jarruta kaupan toimialan kehitystä. Verotusmallit ovat mahdollistaneet suomalaisten kaupan alan yritysten kilpailukyyn muiden valtioiden verotukseen verrattuna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Muuta EU-aluetta tiukempi sääntely näivettää kaupan alan kilpailukykyä. Infrastruktuuri on jäänyt merkittävästi kehityksestä jälkeen ja kaavoitus on hyvin kankeaa. Verotus on laskenut yritysten kilpailukykyä entisestään ja kuluttajien ostovoima on systemaattisesti laskenut.</li> </ul>	
 <b>Kestävä kehitys</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aito vastuu ympäristöstä ja ihmisistä toimii suomalaisten kaupan alan yritysten kilpailuetuna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suomalaisten yritysten vastuullisuuden eteen tekemät toimenpiteet kattavat pääosin ainoastaan laissa säädetty pykälät.</li> </ul>	





01

Hankkeen tausta ja tavoitteet



02

Hankkeen aktiviteettien keskeiset tulokset



03

Kaupan toimialan muutos, tulevaisuuskuva ja skenaariot



04

Kaupan toimialan visio 2030 ja toimenpidekokonaisuudet

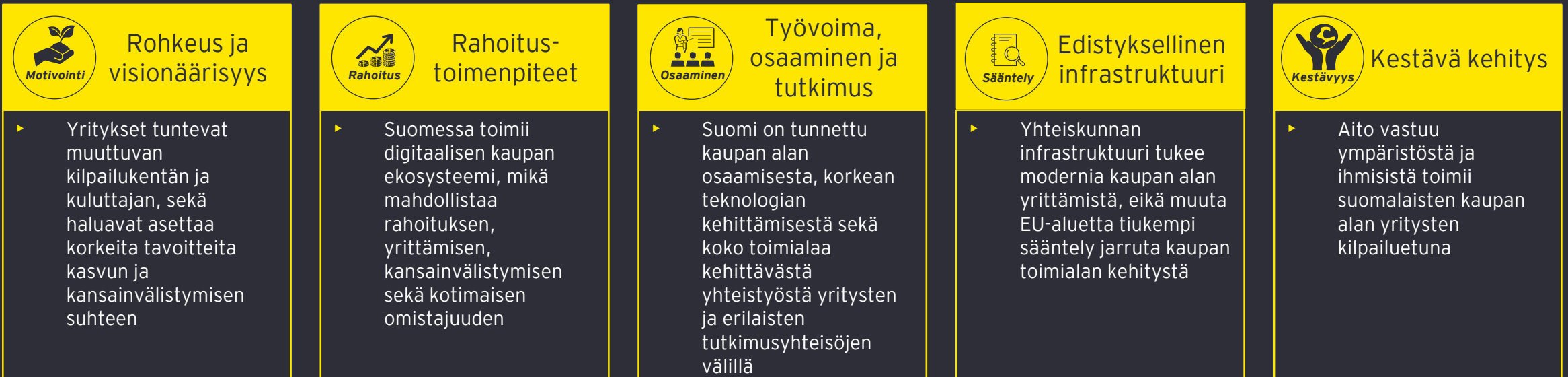


05

Etenemisehdotus hankkeen jälkeen

# Hankkeen aikana luotiin kaupan toimialan visio 2030 ja viisi toimenpidekokonaisuutta vision mukaisen tavoitetilan saavuttamiseksi

Visio 2030: "Suomessa toimii kaupan toimialan ekosysteemi, jonka avulla luodaan uusia, asiakaslähtöisiä innovaatioita ja mahdollistetaan alan yritysten kansainvälinen menestyminen. Kaupan toimiala koetaan houkuttelevana ja vastuu ihmisistä sekä ympäristöstä ovat suomalaisen kaupan valttikortteja."



MOTIVOINTI

RAHOITUS

# Visio 2030

- Suomi on kansainvälisesti tunnettu kaupan alan osaamisestaan
- Kaupan ala nähdään houkuttelevana ja työllisyys on korkea
- Vastuu ihmisistä ja ympäristöstä ovat suomalaisten kaupan alan yritysten valttikortteja

## Motivointi

"Pöhinän luominen digitaalisen kaupan kasvun ja kansainvälistymisen ympärille"

Mahdollistamalla ja kannustamalla kasvuyritysten ja/tai vahvojen suomalaisten brändien vertaisoppimista

Miten kotimaiset toimijat esim. verkkokaupat voisivat oppia toisiltaan tavoissa hyödyntää kuluttajakäyttämystä?

Kaupan alan yritysten kohtaamispaikkojen ja foorumien muodostaminen vertaisoppimiseen

## Tietopohjainen yhteistyö

Tuotetietoa paremmin kuluttajilla uuden teknologian avulla

Datan käytön esteiden poistaminen

Edistää asiakasdatan käyttöä

## Ekosysteemi ja yhteishankkeet

Keskitetyn lohkoketjuhankkeen rahoittaminen ja kehittäminen

IoT hankkeet ja tutkimukset niiden käytäntöönvienti

Pelialalta tutun ekosysteemikokonaisuuden rakentaminen kaupan alalle

Kaupan alan digitalisaation startup hubit

## Muu koulutus

Koulutusmoduulien tms. joustavia täydennyskoulutuksen muotojen luominen

Innovaatioregulaation helpottaminen (esim. kokeilulainsäädännön helpottaminen /nopeuttaminen)

Tukea yritysten insentivejä ja halukkuutta kehittää ja opettaa omaa työvoimaansa

## Tutkimus

Enemmän panostusta tutkimustuloksista viestimiseen - vaatii myös resursseja

Ennakkoluulot tukijayhteisönä kaupan alan välillä - miten näitä voisi vähentää?

Luottamuksen rakentaminen tutkijoiden ja yrittäjien välillä

## Tutkintokoulutukset

Digitaalisen kaupan koulutukseen panostuksia esim. turvaamalla korkeakoulujen digitaalisen kaupan koulutusohjelmien rahoitus

Kaupan koulutuksen lisääminen korkeakoulutasolla esim. logistiikan ja hankinnan osalla

Kaupan koulutuksen lisääminen kaikilla opintoasteilla

Myynnin koulutuksen lisääminen, myös korkeasteella, vrt. Ruotsi

Pääomasijoittajien houkutteleminen voimakkaammin kaupan alalle

Julkisen sektorin rahoituspalvelut kaupan alalle, esim BF tutkimusrahoitus.

Kotimaisten, kaupan alaan keskittyvien, kasvurahastojen perustaminen

Uudet julkiset rahoitusmuodot kaupan kansainvälistymiseen

## Uudet rahoitusmallit

Tarvitaan julkista rahoitusta koulutusjärjestelmän kautta, mutta myös työnantajien panostusta täydennyskoulutuksiin /henkilöstökoulutukseen yms. tarvitaan.

## Houkuttelevuus

Kilpailukykyinen palkkaus

Joustavien työllistämismallien lisääminen ja luominen

Työntekijät nähtävä voimavarana ja investointina, ei kuluera.ä.

Jatkuvan oppimisen edistäminen

## työllistyminen

Opiskelijoiden samanaikaiseen työntekoon kannustaminen (ei vähennetä opintotukea, jos tekee töitä)

Oppisopimuskoulutuksen uudistaminen, jotta se tulee käytännössä mahdolliseksi myös nuorille työelämään tulijoille.

Oppiskäytön laajentaminen nuorten, ensimmäistä tutkintoa suorittavien keskuudessa.

## Työperäinen maahanmuutto

Kokoaikaisen työpaikkojen luominen prioriteetiksi

Kansainvälisten tutkinto-opiskelijoiden Suomeen työllistymisen mahdollisuuksien parantaminen

Monikulttuurisuus työpaikkojen hyveeksi

Digiosaajia Suomeen; koulutuspolut muille maahanmuuttajille

Kotouttamiseen ja työntekijöiden kulttuuritaustasta johtuvien erojen ymmärtämiseen konkreettisia työpaikkakohtaisia toimenpiteitä/ohjelmia.

## Kilpailun vapauttaminen

Lääkkeiden verkkokaupan edistäminen

Alkoholin verkkokaupan edistäminen

Sähköveron vaikutus

## Data

Datan standardointi ja jakaminen aktiivisesti päivitetyn dashboardin avulla

Helppo digitaalinen veropalvelu, jossa kaikki EU-maat

Verkkokaupan kattava, seikää ja standardoitu tilastointi ja näkyvyys

## Verotus

Työn verotuksen vaikutus

Perintöveron vaikutus

Arvonlisäveron vaikutus

Haittaverojen vaikutus

## Yritystoiminnan valinnat ja insentivit

Toimitusketjun läpinäkyvyyden varmistaminen

Uudet liiketoimintamallit kuluksessa ja tarjonnassa

Käytetyn tavaran kauppa osaksi liiketoimintaa

Korjaus- ja huoltopalvelut kaupan alan yritysten tarjoamaan mukaan

Mahdollistamalla verohelpotuksia kestävästi ja vastuullisesti toimiville yrityksille

Tietopohjan laajentaminen, tutkimusyhteistyö, datan hyödyntäminen

Julkisen sektorin tavara- ja palveluhankintojen kohdentaminen kestävästi ja vastuullisesti

Paikalliset hankinnat

Vastuulliset hankinnat

## Lainsäädäntö ja velvoitus

Suomi eturintamassa yritys vastuun toteuttamisessa, kansallinen yritys vastuulaki käyttöön!

Sanktiot ja uhrien oikeus korjaviin toimenpiteisiin takaavat yritys vastuun tehokkaan toteutumisen

Ihmisoikeuksia koskeva huolellisuusvelvoite takaa ihmisoikeuksien toteutumisen kaikissa tuotantoketjun vaiheissa

Right to repair -lainsäädäntö

## Työntekijöiden vastuu

Työntekijät mukana ilmastonmuutoksen torjuntatoimissa

Henkilöstön koulutus yritys vastuusaioista

## Kestävä kulutus

Tekemällä kuluttajien luonnonvaroja säästävät valinnat asumisessa, liikenteessä ja ruokailussa mahdollisimman helpeiksi ja kannattaviksi

Sertifikaattien selkeyttäminen

Tietoisien kuluttajuuden edistäminen

Kauppa tarjoaa asiakkaille kestäviä ja terveellisiä kulutusvalintoja

TYÖVOIMA, OSAAMINEN & TUTKIMUS

SÄÄNTELY JA INFRASTRUKTUURI

KESTÄVÄ KEHITYS

Digitalisaatio

Kuluttajakäyttämisen muutos

Aluekehittäminen ja huoltovarmuus





01

Hankkeen tausta ja tavoitteet



02

Hankkeen aktiviteettien keskeiset tulokset



03

Kaupan toimialan muutos, tulevaisuuskuva ja skenaariot



04

Kaupan toimialan visio 2030 ja toimenpidekokonaisuudet



05

Etenemisehdotus hankkeen jälkeen

# Strategiatyötä tulisi lähteä konkreettisesti edistämään yhteistyössä kaupan toimialan sidosryhmien kanssa



## Strategiatyön jatkaminen

- ▶ Strategiatyön jatkaminen mahdollisimman tehokkaasti ja organisoidusti on tärkeää, jotta aikaansaatu työ pystytään hyödyntämään kattavasti.
- ▶ Kaupan toimialan kilpailukyky riippuu sen valmiudesta reagoida ympäristöönsä asianmukaisesti.
- ▶ Olemme luoneet korkean tason suunnitelman strategiatyön jatkoa varten.



## Toimenpidekokonaisuuksien hyväksyttäminen

- ▶ Lopullisten kehitysten kärkien muodostaminen kaupan toimialan tulevaisuusselonteon yhteydessä.
- ▶ Hyväksyntä toimenpidekokonaisuuksille sidosryhmiltä.
- ▶ Sidosryhmien aktiivinen osallistaminen kehityskohteiden jatkosuunnittelua varten.
- ▶ Tärkeää toteuttaa tehokkaasti ja yhteistyössä kaupan alalle merkittävien toimijoiden kesken.



## Johtamisrakenne

- ▶ Toimenpidekokonaisuuksien hyväksynnän saamisen jälkeen jokaiselle kokonaisuudelle nimetään omistaja.
- ▶ Omistaja toimii vastuuhenkilönä kokonaisuutensa tavoitteissa, aikataulussa ja toimenpidelistauksessa.
- ▶ Jokainen kokonaisuus muodostaa työryhmän, joka määrittää ja priorisoi kokonaisuutensa toimenpiteet.
  - ▶ Konkreettinen kaupan toimialan tavoitetilä
  - ▶ Tavoitteen saavuttamisen esteenä olevien suurimpien haasteiden identifiointi
  - ▶ Haasteiden ratkaisemiseksi muodostettavat kehitystoimenpiteet



## Jatkuva kehittäminen

- ▶ Toimenpidekokonaisuuden rakenteen säännöllinen arviointi.
- ▶ Kokonaisuuden rakenteen tulee elää ja mukautua kaupan alan muutosten mukana.
- ▶ Tärkeintä on reagoida muutokseen tarpeeksi nopeasti ja ymmärtää toimenpiteiden vaikutusta laaja-alaisesti.