

Asia: VN/5468/2020

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Kaupan tulevaisuusselonteon sisältö kehittämisselonteon sisällön

1. Mitä sisältöjä ja niihin liittyviä konkreettisia kehittämisselontekoja/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 kehittämisselontekoja ja nostoja perusteluineen.

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 arvot 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.

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.

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.

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.

Kaupan alan markkinoiden kilpailullisuuteen ja toimivuuteen on hyvä kiinnittää huomiota. Hyvin toimiva kilpailu markkinoilla on yleensä kuluttajien edun mukaista.

Kaupan toimialan muutoksesta

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

Kestäviä kulutusvalintoja tukevat veroratkaisut: Kuluttajaliiton selvityksen mukaan jopa 67 % kansalaisista on sitä mieltä, että ympäristöystävällisempiä tuotteita ja palveluita tulisi verottaa kevyemmin kuin ympäristöä enemmän kuormittavia.

Toimivan kilpailun turvaamiseen tähtäävät toimet ml. kolmansista maista tulevan verkkokaupan epäreilun kilpailuedun poistaminen vahvistamalla yhdenmukaisten pelisääntöjen noudattamista sekä kotimaisten monopolisäännösten kriittinen tarkastelu.

Osaamisen ja koulutuksen kehittäminen vastaamaan alan tulevaisuuden tarpeita.

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

Digitalisaatio ja tekoäly, ilmastonmuutoksen aiheuttamiin haasteisiin vastaaminen, kuluttajakäyttäytymisen muutokset

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

Taloudellista epävarmuutta, toimitusketjujen hallinnan haasteita, ennakoimattomia lisäkuluja ja -panostuksia mm. asiakas- ja työturvallisuuteen.

Toisaalta 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 ja kauppa on joutunut panostamaan mm. verkkokaupan kehittämiseen. Vielä jää nähtäväksi, kuinka pysyviksi nämä käyttäytymismuutokset jäävät.

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

Mahdollisen turhan sääntelytaakan purkaminen ja ketteryyden lisääminen kuitenkin kuluttajien edusta ja turvallisuudesta huolehtien sekä uusien liiketoimintamallien ja verkkokaupan kehityksen tukeminen ja mahdollistaminen voisi vahvistaa rakenteita ja helpottaa toimintaa yllättävissä muutostilanteissa.

Samanaikaisesti tulee huolehtia huoltovarmuustoiminnan kehittämisestä ja kaupan valtakunnallisen palveluverkoston ylläpidosta, jotta kaikilla kuluttajilla on kaupan välttämättömät palvelut saavutettavissa myös kriisien aikaan.

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

Digitalisaatio muuttaa asiakassuhdetta, markkinointia ja arvoketjuja. Kuluttajien kannalta digitalisaatiolla on etuja, mutta se herättää myös paljon huolta: automatioituun 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.

Tulevaisuusselon valmistelu

7. Mitä tulee mielestänne huomioida kaupan tulevaisuusselonteon valmistelussa?

Selonteon valmistelussa olisi hyvä panostaa tutkitun tiedon ja selvitysten hankkimiseen ja analysointiin sekä sidosryhmien laajaan kuulemiseen valmistelun aikana.

Muuta huomioitavaa

8. Muut mahdolliset kommenttinne.

-

Vyyryläinen Tiina
Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry