Leevi Parsama
Verkkokaupan asiantuntija
eCommerce Growth-hanke

Eduskunnan tulevaisuusvaliokunta

Asia: E 13/2016 vp Valtioneuvoston selvitys: Komission julkinen kuuleminen, EU:n teollis- ja tekijänoikeuksien täytäntöönpanoa koskeva lainsäädäntökehys

Omaan yli 20 vuoden kokemuksen digitaalisesta liiketoiminnasta, niin yrittäjänä kuin eri yritysten toimitusjohtajana. Olen toiminut mm. verkkokauppiaana outdoor-ketjussa, jossa myimme tuotteita ympäri maapalloa. Edellisvuonna mm. 57 eri maahan aina Alaskasta Tasmaniaan asti. Viimeisen vuoden aikana olen tehnyt nykyiseen verkkokaupan asiantuntijatyöhöni liittyen useita tutustumismatkoja eri maiden verkkoliiketoimintaan. Kävin kahdesti Venäjällä tapaamassa paikallisia kauppiaita, syksyllä olin Saksassa sikäläisen verkkokauppiasyhdistyksen vieraana, jolloin tutustuin mm. yhden Euroopan suurimman verkkokaupan, Zalandon, toimintaan. Lisäksi asuin puoli vuotta Yhdysvalloissa perehtymässä maailman nopeimmin kasvavaan verkkokauppa-markkinaan. Toimin myös Suomen verkkokauppiasklubin puheenjohtajana sekä asiantuntijana eCom Team Finland -ryhmässä. Täten uskon omaavani vahvan käytännön näkemyksen lausunnon kohteena olevaan lainsäädäntöön.

Kun kokemuspohjaani vastaan asettaa termin ”EU:n digitaalisten sisämarkkinoiden”, niin ei voi olla ihmettelemättä miten se on mahdollista? Miten digitaalista markkinaa voidaan rajata perinteisten maarajojen mukaan, kun samaan aikaan todellinen markkina, jossa koko toiminta tapahtuu, levittäytyy reaaliajassa jokaiseen päätelaitteeseen joka puolelle maailmaa? Miten voidaan olla varmoja, ettei samalla merkittävästi leikata eurooppalaisten yritysten globaalia kilpailukykyä?

Ymmärrän toki, että niin asiaa pitää tarkastella, mutta nyt pitää säädäntötyössä osata olla todella avarakatseinen. Erittäin hyvä kuitenkin että uudistusta tapahtuu, sillä nykyisessä digitaalisessa liiketoimintaympäristössä on paljon merkittäviä eriarvoisuustekijöitä. Näitä löytyy verotuksesta, tullauskäytännöistä, logistiikasta, tukipolitiikasta, erilaisista toimintaa säätelevistä asetuksista jne. Nykyisellä viitekehyksellä ei mahdollisuutta tasavertaiseen digitaaliseen liiketoimintaan ole oikeasti olemassa. Suomi tulee monessa asiassa jopa pahasti takamatkalta.

Lausuntopyynnössä viitattiin myös sähköisen kaupan tulevaisuuden näkymiin. Pakko todeta, että Suomen kannalta ne ovat melkoisen lohduttomat. Nyt pitää viimeistään herätä uhkakuvaan, joka kotimaisen kaupan päälle on rakentumassa. Jos mitään ei tehdä, kaupalle käy samalla tavalla kuin Suomen savupiipputeollisuudelle. Globaali kilpailu tulee ja pyyhkii pöydän puhtaaksi. Kysymys on vain aikajänteestä.

Pari esimerkkiä kilpailun tahdin määräävästä suuruuden ekonomiasta. Alibaba on maailman suurin verkkokauppa, sen liikevaihto oli viime vuonna suurempi kuin Suomen BKT. Amazon on hyvä kakkonen, se on puolitoista kertaa Suomen valtion budjetti. Näitä jättejä on paljon muitakin ja ne toimivat globaalissa markkinassa ihan omilla pelisäännöillään. Ne eivät tunnetusti paljoa asetusten perään kysele, vaan hakevat aggressiivisesti markkinaosuuksia. Ylikävelytkin kuitataan pohjattomalla pääomalla.

Suuruuden vastavoimana on kuitenkin aina markkina, jossa arvot, tunteet, asiantuntemus ja henkilökohtainen palvelu ovat vallitsevat voimat. Tämä on myös Suomen pelikenttä. Tällöin kansainvälistyminen ei kuitenkaan tapahdu enää maarajoja mukaillen, vaan digi-infran kautta human-to-human kauppana, jossa myyjää ja asiakasta yhdistävät yhteiset kiinnostuksen kohteet. Tällainen toiminta koetaan usein niche-markkinoiksi, mutta kun kaupallisia potentiaaleja tarkastellaan globaalissa ulottuvuudessa, ovat ne usein erittäin merkittäviä.

Team Finlandin eCommerce Growth -hankkeen myötä olemme tänä keväänä järjestäneet Maailma on markkinasi -kiertueen ympäri Suomea. Näissä tilaisuuksissa olemme tavanneet lukuisia suomalaisia yrittäjiä, jotka toimivat jo täysin tässä globaalin pk-yrittäjyyden markkinassa. Asiakkaat tunnistetaan, keinot heidän löytämisekseen eri puolilta maailmaa ovat olemassa ja kauppa käy. Nyt tämä toimintatapa pitää konseptoida ja monistaa sekä sitä lainsäädännön tulee erityisesti tukea.

Yhteenveto: Toivon lainsäätäjien ottavan huomioon digitaalisen liiketoiminnan ja sähköisen kaupan perimmäisen ulottuvuuden: markkina on aina globaali ja se on avoinna 24/7/365. Liiketoiminnan kannalta se tarjoaa paljon potentiaalia, aina joku on hereillä, aina jossain on talvi jne. Kaikille EU:n sisältä tähän markkinaan ponnistaville olisi saatava tasavertaiset toimintaolosuhteet, niin verotuksen, logistiikan, työvoimasäädösten kuin erilaisten viranomaisasetusten osalta. Muutoin nämä tulevaisuuden globaalit yrittäjät siirtävät yrityksensä maihin, joista liiketoimintaa on kannattavinta harjoittaa. Kansainvälisessä verkkokaupassa tämä kynnys ei ole kovin korkea, koska asiakkaat ovat kuitenkin jo maailmalla.

Lisäkommentti: Tein viime vuoden lopulla Team Finlandin toimeksi annosta eCommerce Growth -tutkimuksen, jossa selvitettiin suomalaisen verkkokaupan todellinen tila.
Yli 30 verkkokauppiaan syvähaastattelusta on laadittu 10 löydöstä sisältävä raportti, jonka tule mielelläni esittelemään tulevaisuusvaliokunnalle. Lisäksi TEM:ssä on sisällä Finpron hakemus kolmivuotisesta verkkokaupan kansallisesta kasvuohjelmasta.
Sen tavoitteena on auttaa em. globaaleja pk-yrittäjiä kasvamaan ja kansainvälistymään entistä nopeammin sekä synnyttää Suomelle kilpailukykyinen konsepti käynnissä olevaan kaupan alan murrokseen.

Turussa 30.3.2016

Kunnioittavasti,

Leevi Parsama
Verkkokaupan asiantuntija
eCom Team Finland

tel. +358 -40 - 528 9001
leevi@parsama.com