KAUPAN LIITTO

21.11.2017

Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnalle

Asia: VNS 6/2017 vp Valtioneuvoston tulevaisuusselonteon 1. osa Jaettu ymmärrys työn murroksesta

Teema: Kaupan palvelustrategia ja työn muutos

Kauppa on elinkeinoelämän suurin työllistäjä. Yksityisten palvelujen merkitys koko talouden **suurimpana sektorina ja arvonlisäyksen synnyttäjänä** on helppo ymmärtää sen **työllistävän roolin** kautta. Kun vielä 1970-luvulla noin 30 prosenttia talouden työtunneista tehtiin jalostuksessa ja 25 prosenttia alkutuotannossa, nyt niiden yhteinen osuus tehdyistä työtunneista on alle 30 prosenttia. Yksityisten palvelujen osuus on sen sijaan kasvanut jo lähes 50 prosenttiin. Tämä näkyy myös eri sektoreiden maksamissa palkkojen ja työnantajamaksujen summassa.

Kaupan murros vaikuttaa jo työllisyyteen

Useat muutosvoimat ravistelevat kaupan alaa. Niin vähittäis- kuin tukkukaupassakin kilpailu pakottaa toimintojen tehostamiseen ja kustannuskuriin, mistä lopulta hyötyy asiakas – olipa se yritys tai kuluttaja.

Erikois- ja päivittäistavarakaupassa suurilla kotimaisilla ja kansainvälisillä ketjuilla ja yksiköillä on skaalaetuja muun muassa hankinnassa ja logistiikassa, mikä mahdollistaa niille kilpailun myös kansainvälisen verkkokaupan kanssa. Tässä kilpailussa pienellä kotimaisella vähittäiskaupalla voi olla vaikeaa ilman omaa erikoisalaa tai erikoisosaamista.

Vähittäiskauppa, teollisuus ja rakentaminen pyrkivät kustannustehokkuuteen vähentämällä hankintaportaita ja välikäsiä. Tavaroita ja palveluita hankitaan yhä enemmän suoraan tehtailta ja tavarantoimittajilta kotimaisten tukkureiden tai maahantuojien ohi. Täysin automatisoidut varastot sijoitetaan kustannustason, asiakaskunnan ja logistiikan kannalta järkeviin paikkoihin, esimerkiksi Etelä-Ruotsiin, Puolaan tai Alankomaihin, mikä haastaa kotimaista tukkukauppaa.

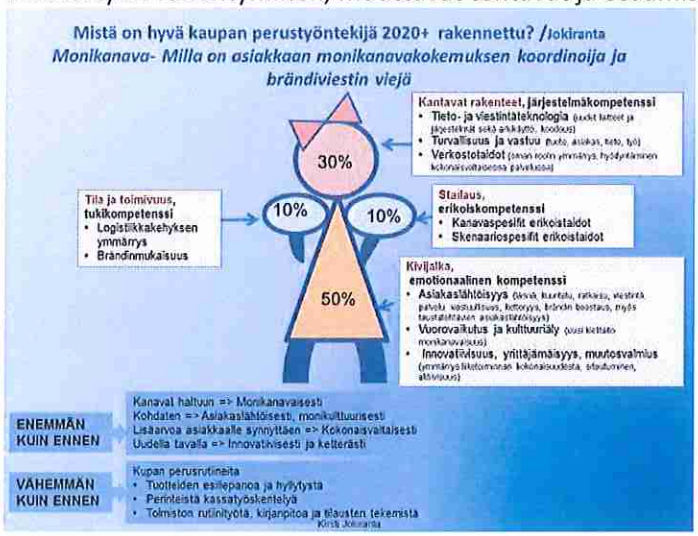
Kuluttajien, yritysten ja hankintakanavien digitalisoituessa ja kansainvälistyessä kauppa on muutoksessa, jota on vaikea ennustaa. Esimerkiksi rakentaminen on ollut hurjassa kasvussa jo vuodesta 2015, mutta rautakaupan kehitys on samaan aikaan madellut nollan tuntumassa.

Kaupan liitto
Eteläranta 10, PL 340
00131 Helsinki
Puh. (09) 172 850
kauppa@kauppa.fi
www.kauppa.fi

Kaupan ns. suorittavia töitä on helppoa ja tehokasta automatisoida. Näin on jo tapahtunut kaupan logistiikka-varastoissa, joista kasvava osa on jo lähes täysin automatisoitu ja perinteinen kaupan varastotyö on muuttunut IT-työksi. Samoin kaupoissa on yhä enemmän itsepalvelukassoja. Digitalisaatio on asiakaspalvelua: Itsepalvelukassojen lanseeraus on lähtenyt viimeisen vuoden aikana liikkeelle myös Suomessa. Monissa toimipaikoissa jo yli viidesosa asiakasvirrasta kulkee itsepalvelukassojen kautta. Tulevaisuudessa niiden käyttö tulee myös vääjäämättä vähentämään kassatyötä.

Suomessa on myös koekäytössä jo täysin automaattinen ruokakauppa, helposti liikuteltava moduuli, jossa ei ole työssä yhtään työntekijää: http://rivender.com/fi/etusivu/ . Lisäksi verkkokauppa kilpailee yhä kiivaammin asiakkaista kivijalkakaupan kanssa.

Tätä on kaupan työn murros. Se muuttaa merkittävästi kaupan työvoiman tarvetta (perinteisen kassa- ja varastotyön vähentyminen, muuttuvat tehtävät ja osaamisvaatimukset).



Digitalisaatio toisaalta vähentää työvoiman tarvetta, mutta toisaalta sen myötä haetaan uudenlaista osaamista. Asiantuntijoiden rekrytointi on viime aikoina kuitenkin vaikeutunut sekä tukku- että vähittäiskaupassa. Esimerkiksi vähittäiskaupassa tammi-kesäkuussa 2015 avoinna olevista asiantuntijatehtävistä täyttyi 14 prosenttia, kun tänä vuonna niistä täyttyi enää 7 prosenttia.

Kansainvälisen ja kotimaisen kilpailun ja digitalisaation lisäksi yksi suurimmista kaupan työmarkkinoita muuttavista kehityksistä on kaupungistuminen: kasvukeskuksissa on asiakkaita ja työpaikkoja, syrjäseuduilta niitä häviää.

Kaupan liitto
Eteläranta 10, PL 340
00131 Helsinki
Puh. (09) 172 850
kauppa@kauppa.fi
www.kauppa.fi

Pärjääminen kilpailussa edellyttää tehokasta toimintaa, eivätkä kaikki yritykset tässä selviä. **Osa kaupan työpaikoista häviää**. Kaupan liitto ennustaa, että vähittäiskaupan työllisten määrä pienenee tänä vuonna neljä prosenttia ja ensi vuonna prosentin. Ja tänä vuonna tukkukaupan työllisten määrä kutistuu neljä prosenttia ja ensi vuonna kaksi. (Liite diat 8. ja 9.)

Työmarkkinoiden muutos näkyy jo kaupan myyjien määrässä: Vaikka kehitys on hidasta, tulevaisuudessa vähittäiskaupassa rekrytoidaan työntekijöitä yhä enemmän muihin kuin myyjän tehtäviin. Kun vuoden 2009 alkupuoliskolla avoinna olevien myyjän tehtävien määrä oli 73 prosenttia avoimista työtehtävistä, vuoden 2017 alkupuolella enää 67 prosenttia. (Liite dia 6.)

Kotimaisen digikehityksen kärkipaikka ei riitä kansainvälisessä kilpailussa

Kauppaa moititaan usein siitä, että se on herännyt digimaailmaan liian myöhään. Kotimaisessa tarkastelussa tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa. Kaupan liitto laski eri toimialoille digitalisaatioindeksin Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n toteuttaman yrityskyselyn aineiston pohjalta. Yritysten omien arvioiden perusteella kauppa ja muut palvelut johtivat digikehitystä teollisuuden ja rakentamisen tullessa kaukana perässä.

Sama asetelma näkyy digitalisaatioindeksissä, joka on laskettu Vainu.io-palvelun tuottaman yritys- ja toimialatiedon pohjalta. Vainun indeksin mukaan yksi digitalisoituneimmista aloista Suomessa on vähittäiskauppa ja varsinkin vähittäiskauppa, joka myy myös verkkokaupan kautta.

Ongelmana osaaminen

Vähittäis- ja tukkukaupan yrityksistä kuitenkin 18 prosenttia katsoi, ettei pysty seuraamaan ja hyödyntämään digitalisaatiota, vaan ainoastaan mukautumaan siihen. Teollisuusyrityksistä mukautumaan tyytyviä oli peräti 24 prosenttia.

Digiosaamista tarvitaan kaupan kaikissa tehtävissä ja lähitulevaisuudessa yhä enemmän. Tällä hetkellä logistiikan, asiakasanalytiikan ja asiakashallinnan kehittäminen ja digitalisointi ovat monen kansainvälisen kaupan yrityksen avainalueita. Siksi suomalaisen kaupan näkemykset tehtävistä, joissa digiosaamista tarvitaan, ovat huolestuttavia. Lähes kaikki ymmärtävät digitaalisen osaamisen ja esim. sosiaalisen mediankanavien merkityksen markkinoinnissa, mainonnassa ja viestinnässä, mutta osaamista tarvitaan paljon laajemmin.

Suuret yritykset ja kansainväliset ketjut panostavat asiakasanalytiikkaan, logistiikkaan, maksamisen digiteknologioihin jne., mutta esimerkiksi pienellä erikoiskaupalla ei tähän aika ja osaaminen aina riitä. Ja juuri erikoiskauppa hyötyisi digitalisaatiosta kansainvälisen kilpailun keskellä.

Kaupan liitto
Eteläranta 10, PL 340
00131 Helsinki
Puh. (09) 172 850
kauppa@kauppa.fi
www.kauppa.fi

Huolestuttavaa on, että kauppa ei saa tarvitsemaansa digiosaamista oppilaitoksista, vaan kouluttamalla itse. Digiosaajien kouluttaminen on kuitenkin lähes mahdotonta pienelle erikoiskaupalle. Avuksi tarvitaan julkisen sektorin tukemia hankkeita, joilla kaupan yritykset, oppilaitokset, tutkimushankkeet ja eri alojen startupit tuodaan yhteen.

Tarvitsemme koulutusta

Jotta edellytykset elinvoimaiselle, kasvua vetävälle palvelusektorille olisivat olemassa, korkeakouluihin tulee perustaa nykyistä enemmän kuluttajaymmärrykseen, markkinointiin, tuote- ja palvelusuunnitteluun keskittyviä kansainvälisiä koulutusohjelmia ja -kokonaisuuksia.

Lisäksi julkisilla rahoitus- ja tukihankkeilla tulee kehittää palveluyritysten ekosysteemejä, joissa erilaiset palveluntarjoajat ja asiakasyritykset kohtaavat toisensa. Samalla yhteistyö kaupan yritysten kanssa kehittäisi palveluntarjoajien osaamista ja ymmärrystä ja valmentaisi myös niitä kansainväliseen kilpailuun.

Yksinyrittäjyyden merkitystä toimialojen elinvoimaisuudelle usein ylenkatsotaan. Tulevaisuudessa yksinyrittäjyys on kuitenkin merkittävä työllistymistapa perinteisen palkkatyön rinnalla. Yksinyrittäjyyteen kannustamiseksi arvonlisäverollisen liikevaihdon alarajaa on nostettava huomattavasti ja huojennusmenettely poistettava. Näin vähennetään hallinnollisia kustannuksia, virheitä ja turhaa työtä.

Kaupan liitto katsoo, että perinteisillä yritys- ja elinkeinotuilla ei rakenneta tehokasta ja kansainvälisesti kilpailukykyistä palvelusektoria. Tarvitsemme monipuolista koulutusta, erilaisten yritysten yhteistyötä ja kansainvälistymistä tukevia hankkeita sekä kannustavaa verotusta.

KAUPAN LIITTO RY

Anna Lavikkala
Työmarkkinajohtaja

Lisätiedot:

Jaana Kurjenoja, pääekonomisti, Kaupan liitto, p. 040 820 5378, jaana.kurjenoja@kauppa.fi

Anna Lavikkala, työmarkkinajohtaja, Kaupan liitto, p. 0400406088, anna.lavikkala@kauppa.fi

Liite: **Kaupan työllisyys ja digitalisaatio** dia-sarja