

## KAUPAN ALAN ENNAKOINTIFOORUMI 5.3.2014 RAISIO

### ”KUIN KAUPAS NYP PÄRJÄTÄ – HÄRTSLAAGI VAI NETTIPUULAAGI”

Raision seudun koulutuskuntayhtymä Raseko, Varsinais-Suomen liitto, Varsinais-Suomen ELY – keskus sekä Varsinais-Suomen yrittäjät järjestivät 5.3.2014 kaupan alan näkymiä ja tulevia koulutustarpeita luotaavan foorumin Raision kaupunginkirjaston Martinsalissa. Alustajina sekä samalla panelisteina toimivat toimitusjohtaja ja erikoiskaupan tutkija Tuomas Santasalo, toimitusjohtaja Pertti Vikkula (Kauppakeskus Mylly), eBusiness director Petteri Piipponen (Kesko), Ketjujohtaja Mikko Rauhanen (SOK), suunnittelujohtaja Heikki Saarento (Varsinais-Suomen liitto) ja yrittäjä Jukka Liukas (Kalefoto, Raisio).

### Verkkokaupan tasainen kasvu jatkuu – kivijalka silti pitänyt pintansa...toistaiseksi

Verkkokaupan tasainen kasvu on jatkunut koko 2000-luvun 1. vuosikymmenen mutta on osin talouskriisin seurauksena näyttänyt tasaantumisen merkkejä. Uutena ilmiönä keski-ikäisten nettiosastaminen on selvästi kasvanut kaupankäynnin ytimen keskittyessä edelleen erilaiseen viihdeostamiseen (matkat ja erilaiset kulttuuripalvelut). Niin sanotut perinteiset kakkosostopaikat ovat alkaneet menettää asemiaan internet – kaupalle asiakkaiden keskuudessa. Vähittäiskaupan volyymit ovat yleisesti laskeneet kun taas erikoistuotteiden kysyntä on jatkanut tasaista kasvuaan talouden heikon tilanteenkin aikana. Ostoprosessin tyypillinen kaava on edelleen se, että tuotteeseen ja hintoihin tutustutaan internetin kautta mutta valtaosa kaupasta tehdään edelleen myymälöissä. Asiakaspalvelun saatavuus ja sosiaalinen toimintaympäristö on yksi keskeinen syy ”kivijalkakaupan” toistaiseksi varsin vahvana jatkuneelle asemalle.

Suurten kauppaketjujen hallitessa kokonaisuutta on nuorilla uusyrittäjillä parhaimmat mahdollisuudet päästä markkinoille esim. franchising –pohjalta. Pienyritysten keskinäinen yhteistyö on myös hyvin ratkaisevaa menestymisen varmistamisessa. Loogisesti rakennetut kauppakeskittymät ja kauppavyöhykkeet ovat keskeinen edellytys perinteisen kaupankäynnin menestymiselle. Raision Myllyn alue on hyvä esimerkki tällaisesta vyöhykkeestä ja myös Turun keskustassa on toimivia kokonaisuuksia. Parhaimmat esimerkit löytyvät Tampereelta. Kaupan alaa tulee kehittää laajana kaupunkikehittämisen osana huomioiden mm. saavutettavuus, julkiset palvelut ym. Uusina ilmiöinä lähiajattelu vaikuttaa myös kaupan alan tulevaisuuteen. Nopeasti muuttuvat markkinat ja teknologia edellyttävät alalta kokonaisuutena uudenlaista joustavuutta ja nopeutta muuttaa toimintamallejaan. Alan kokonaiskehitykselle nykyinen talouden epävarmuus ja ostovoiman kehitysnäkymät ovat merkittävä epävarmuustekijä tällä hetkellä. Alan työllistävyys ei enää kehity yhtä suotuisasti kuin aiemmin yleisen taloustilanteen ja verkkokaupan tuoman haasteen takia. Myös nuorten vastavalmistuneiden ja pidemmän uran tehneiden henkilöiden työllistymismahdollisuuksissa on eroja.

## **Verkkokauppa vahvistanut saavutettavuutta – kaupan uudistuminen ja palvelukonsepti ratkaisevat menestymisen**

Samalla kun verkkokauppa on vahvistanut kaupan yleistä saavutettavuutta ja toimii hyvänä ”sisäänheittäjänä” ovat suuret kauppakeskukset ja –ketjut pyrkineet lisäämään kilpailukykyään mm. erikoistumisen (erikoisliikkeet) ja erityisen ”kauppakeskustunnelman” luomisen (arkkitehtuuri, viihde ym.) avulla. Suuruuden ekonomia ja monipuolisuus sekä uudistuminen 10 -15 vuoden välein ovat merkittäviä tekijöitä kilpailukyvyn säilymisen kannalta. Asiakkaat ovat myös yhä enemmän kiinnostuneita monien tuotteiden tuotantoketjusta ja sen ”kestävyydestä” mikä on syytä ottaa huomioon alaa edelleen kehitettäessä. Niin verkkokaupan kuin perinteisen kaupan kehittämisessä tulee entistä enemmän kehittää asiakas- ja palvelunäkökulmaa ja räätälöintiä tuotteiden ja tuoteryhmien suhteen. Ammattitaitoisen palvelun ja neuvonnan merkitys on ratkaisevassa asemassa erityisesti monien teknisten tai erikoiskaupan tuotteiden osalta. Lisäksi kaupan alan laatuvaatimusten nykyistä täsmällisempi määrittäminen korostuu myös jatkossa.

## **Koulutuksessa edelleen asiakaspalvelu keskiössä – asenne työhön ja sosiaalisen median hallinta entistä tärkeämpää**

Vaikka kaupan alan osaajia ei suoraan kouluteta missään, ovat myynnin ammattitutkinnot keskeinen osa alan perusosaamista ja usein myös tehtävien täytössä olennainen edellytys. Koulutusorganisaatioilta edellytetään myös työelämän tarpeiden kannalta oikeiden koulutuspolkujen ja soveltuvien koulutusohjelmien leikkauspintojen määrittämistä. Osaamistarpeissa korostuu yhä enemmän asiakaspalvelukyky - myös verkkokaupan osalta - ja oman alansa räätälöity osaaminen ja tietämys. Koulutustarpeet erityisesti isojen kauppakeskusten näkökulmasta korostavat juuri räätälöintiä kaupan eri yksiköiden ja myös verkkokaupan osalta. Asiakaspalvelu- ja vuorovaikutustaidot, uuden tekniikan, verkkokaupan ja sosiaalisen median hallinta sekä ennen kaikkea asenne ovat keskiössä kun alan osaajia ja jopa menestyjiä syntyy ja näihin tulisi koulutusohjelmissa kiinnittää entistä enemmän huomiota. Myyntialan arvostus tulisi myös nostaa sille kuuluvaan asemaan alan kokonaisimagon kirkastamiseksi. Asiakaspalveluosaamisen, ansaintalogiikan ja liiketoimintaosaamisen uudet muodot sekä kuluttajakäyttäytymisen ymmärtäminen verkkokaupassa on myös uusi merkittävä haaste koulutukselle.

## **Työharjoittelu – työharjoittelu – työharjoittelu...!!!**

Työharjoittelua ja sen asemaa osana koulutusohjelmia myös verkkokaupan osalta tulisi vahvistaa huomattavasti alalla ja kehittää yritysten ja oppilaitosten välistä koordinaatiota tällä saralla. Urakasvatus ja tarve sitouttaa nuoret alalle työn ja työharjoittelun kautta korostuu yhä enemmän. Työharjoittelujaksoja tulisi olla enemmän ja niiden tulisi olla myös nykyistä pidempiä. Toisaalta taas taloustilanteen heijastuminen myös kaupan alalle vähentää harjoittelupaikkojen määrää.

## Ennakointifoorumityö jatkuu maakunnassa

Varsinais-Suomen klusterifoorumit ja taustalla toimivat ennakointiryhmät ovat keskeinen osa maakunnallista ennakointityötä, jonka tavoitteena on kehittää maakunnan koulutusta vastaamaan elinkeinoelämän tulevaisuuden tarpeita. Kaupan alan foorumissa esille tulleita ajatuksia ja kehittämisehdotuksia työstetään kaupan alan ennakointiryhmässä eteenpäin. Seuraavan foorumin yhtenä mahdollisena teemana on eri medioiden samanaikainen hyödyntäminen kaupan alan markkinoinnissa ja vaikutukset koulutustarpeisiin.

Maakunnallinen ennakointi/yhteystiedot:

Esa Höglom, Varsinais-Suomen liitto  
etunimi.sukunimi(at)varsinais-suomi.fi  
Puh: 040 7760 310

Jouko Nieminen, Varsinais-Suomen ELY –keskus  
etunimi.sukunimi(at)ely-keskus.fi  
Puh: 0295 022 769