

# Mer smart handel

Unionens branschpolitik för handeln

UNIONEN

# Innehåll

Förord.....	3
Sammanfattning.....	4
Om handelsbranschen .....	8
Viktiga frågor i handelsbranschen .....	10
Andra faktorer som påverkar handelns utveckling .....	16
CSR- Hållbarhetsfrågor på företagsnivå.....	22
Hållbarhet ur miljöperspektiv .....	25
Handelns utveckling och jämställdheten .....	27
Forskning och utveckling .....	33
Handelns kompetensbehov.....	36
Fler högskoleutbildade medlemmar och högre kompetens i handelsbranschen.....	36
Integration och mångfald.....	40
Skatters påverkan.....	41
Ägandet i handelsbranschen.....	42
Infrastruktur, transport och logistik.....	43
Referenser .....	46

# Förord

En fungerande handel spelar en central roll för privatpersoner, företag och den offentliga sektorn. Handeln förser oss med varor vi behöver – allt från dagligvaror till sällanköpsvaror inom detalj- och partihandel genom både fysiska butiker och e-handel.

Handelsnäringen har under årens lopp fått en allt större samhällsekonomisk betydelse och utgör idag cirka elva procent av Sveriges BNP. Med en samlad omsättning på närmare 770 miljarder kronor och cirka 500 000 anställda är handeln en central del i det svenska näringslivet.

Handeln har under en lång period befunnit sig i en strukturomvandling. Både företag och anställda lever och verkar i en föränderlig värld där förutsättningar och villkor för branschens aktörer kontinuerligt förändras. Digitalisering, internationalisering och branschglidning påverkar och driver utvecklingen och skapar utmaningar och möjligheter för både företag och anställda. En av utmaningarna är att få veta hur långt och vilka delar av branschen som kommer att digitaliseras mest och snabbast. Företagen testar nya idéer och vill finnas med på den digitala marknaden som än så länge omsätter mer resurser än faktisk vinst. Samtidigt finns det stora internationella e-handelsföretag som är tillgängliga för kunder i Sverige via digitala plattformar och som skapar prispress och smala vinstmarginaler för branschen.

Unionens politik för handeln utgår från våra medlemmars vardag. Cirka 90 000 av Unionens medlemmar är anställda inom handeln och branschen skapar goda möjligheter till sysselsättning och utveckling samtidigt som den fyller en viktig samhällsfunktion.

Den här rapporten syftar till att tydliggöra de möjligheter och utmaningar som branschen står inför samt Unionens förslag till åtgärder för att bidra till handelsbranschens utveckling.

Politiken är uppdaterad och framtagen av Shadé Jalali och Sven Ljung på enheten för Avtal & politik i samverkan med Unionens branschråd för handeln.

*Henrik Ehrenberg*  
Samhällspolitisk chef

# Sammanfattning

Handeln genomgår en snabb förändring med digitalisering och e-handel som de mest tydliga exemplen. Digitaliseringen skapar möjligheter för både företag och kunder – både hushåll och professionella kunder är en förutsättning för den växande e-handeln. Den bidrar också till ökad produktivitet och effektivitet i den traditionella butiks- och partihandeln. Digitaliseringen har lett till ökad konkurrens och ändrade konsumtionsbeteenden hos kunderna.

Handelsbranschen kommer fortsätta att förändras de närmaste 5-10 åren. Med fortsatt årlig tillväxttakt för e-handeln på 15 procent kommer omsättningen att fördubblas på fem år. E-handeln, som andel av total handel, kan fördubblas från åtta procent 2016 till 16 procent om fem år.

Hushållens och företagens förändrade beteenden kommer att leda till stora förändringar i företagen när våra invanda mönster att handla i butik byts mot ökad distanshandel.

Förändrade köpbeteenden hos kunderna leder till att framtidens jobb i många fall blir annorlunda än de som finns idag. De anställdas kompetens kan därmed ofta användas på ett mer kvalificerat sätt. Samtidigt gör det att behovet av systematisk och kontinuerlig kompetensutveckling blir en grundförutsättning för fortsatt tillväxt och lönsamhet.

Unionen eftersträvar en livskraftig och lönsam handelsbransch. De anställda ska med sin kompetens och erfarenhet vara delaktiga i branschens utveckling. Handeln behöver därför i ännu högre grad investera i teknik, forskning och kompetens för att vara framgångsrika företag. Branschen behöver aktivt följa den internationella utvecklingen för att stärka förutsättningarna att välja rätt strategier.

Nya begrepp i branschutvecklingen blir *omnikanaler*. Företag som både erbjuder försäljning i fysisk butik och via distansförsäljning och där de olika delarna är integrerade. Man kan titta på produkten online, prova i butiken, köpa online och lämna i retur i butik. Ytterligare exempel är *pick-up points*, där kunderna hämtar varor som är beställda online.

Framgångsrika handelsföretag – oavsett om det handlar om renodlade e-handelsföretag eller företag med både butiks- och distanshandel – kommer att behöva fler tjänstemän med specialistkompetens. Företagen behöver arbeta för att höja utbildningsnivån bland tjänstemän i handeln genom att anställa fler högskoleutbildade. Därför behövs fler högskole- och yrkeshögskoleutbildningar som har fokus på handelsbranschen. Det ska vara möjligt att få allt mer kvalificerade arbetsuppgifter med tydliga karriärvägar.

Inom handeln kommer tusentals nya jobb att skapas där många tjänster är kvalificerade och förutsätter högskoleutbildning. Bland annat behövs kompetens inom IT, logistik, webbdesign och betallösningar.

Det är angeläget att svenska e-handelsföretag inte utsätts för osund konkurrens från aktörer i andra länder som inte fullgör sina skyldigheter gentemot kunder och anställda. Utländska företag ska inte kunna få konkurrensfördelar genom att agera oseriöst eller kunna utnyttja otillbörliga skillnader i, exempelvis, villkor och skatter.

Hållbarhet eller CSR (*Corporate Social Responsibility*) som är hållbarhetsfrågor på företagsnivå, spelar en allt större roll inom handeln. Handeln behöver anpassas efter konsumenternas ökade medvetenhet i hållbarhetsfrågor och minska sitt klimatavtryck. CSR handlar om att de varor som säljs ska vara producerade med hänsyn till miljön, utan risk för konsumenten och ha producerats på ett ansvarsfullt sätt gentemot de anställda. Det är viktigt att de anställda involveras i företagets CSR-arbete.

Stress, ensamarbete och oregelbundna arbetstider är exempel på faktorer som kan bidra till ohälsa. Företagen har ett stort ansvar för att genom systematiskt arbetsmiljöarbete förebygga ohälsa som ofta

kan leda till sjukskrivningar. Brister i arbetsorganisation och ledarskap – som företagen ansvarar för – är kända orsaker till ohälsa hos medarbetarna.

Tjänstemännen ska ha reella möjligheter till balans mellan arbete och privatliv för att ha förutsättningar att hålla ett helt arbetsliv och utvecklingen med allt längre sjukperioder inom handeln måste brytas genom bättre arbetsvillkor. Tjänstemännens position måste stärkas när det gäller trenden att avtala bort rätten till övertidsersättning.

Forskning och utveckling inom handelsbranschen måste få ökad prioritet och staten måste få ökad insikt om behovet av handelsforskning. Branscher med hög andel forskning blir mer innovativa och kan därmed möta förändringar på ett bättre sätt. Därför måste det bli ett ökat fokus på handelsrelaterad forskning.

Företagen inom handeln behöver ha tydliga mål för hur tjänstemännens kompetens ska utvecklas. Det förutsätter att företagen måste bli bättre på att systematiskt arbeta med kompetensutveckling för att företag och medarbetare ska kunna möta effekterna av digitaliseringen och förändrade kundbeteenden. Kompetensutvecklingsavtalet behöver användas för det strategiska kompetensutvecklingsarbetet i företagen.

Handelsbranschen ska vara en inkluderande bransch, som speglar den mångfald som finns i det svenska samhället. Fler företag skulle kunna göra mer för att medverka till en större inkludering på arbetsmarknaden. Handeln behöver bli bättre på att spegla den etniska mångfald som finns i Sverige.

Skattesystemet har stor betydelse för företagens konkurrenskraft och för sysselsättningen. Dagens skattesystem är i hög grad format i en tid då globaliseringen inte hade nått så långt och digitalisering var ett okänt begrepp. Utgångspunkten är att färre bör betala statlig skatt och marginalskatten bör begränsas till 50 procent.

Digitalisering och e-handel leder till att logistikfrågor (transport och lagerhantering) får ökad betydelse för handeln. För både företagen och kunderna blir fokus på last mile viktigt, det vill säga transporten

den sista biten fram till kunden. Transport- och logistiklösningar måste kombineras med hållbara lösningar för de anställda.

Den alltmer digitaliserade handeln kan få problem med bristande jämställdhet när nu allt fler arbeten inom handeln kräver it- och tekniska utbildningar- som oftast är mansdominerade utbildningar.

# Om handelsbranschen

## Handelsbranschen består av partihandel och detaljhandel

Handelsbranschen har stor betydelse på den svenska arbetsmarknaden. Handeln är traditionellt indelad i partihandel och detaljhandel. E-handel uppfattas av många som detaljhandel, men kan lika gärna vara ett sätt att göra affärer inom partihandel.

Enligt Statistiska Centralbyråns (SCB) definition är ”*Partihandel är försäljning av varor till företag, juridiska enheter, organisationer, hantverkare och myndigheter.*” Partihandelns omsättning är betydligt större än för detaljhandeln, vilket bland annat beror på försäljning till företag, den offentliga sektorn och export.

SCBs definition för detaljhandeln är ”*Detaljhandel är återförsäljning utan bearbetning av nya och begagnade varor till enskilda personer och hushåll.*” Detaljhandelns omsättning är lägre men har fler anställda än partihandeln.

## Handeln i siffror

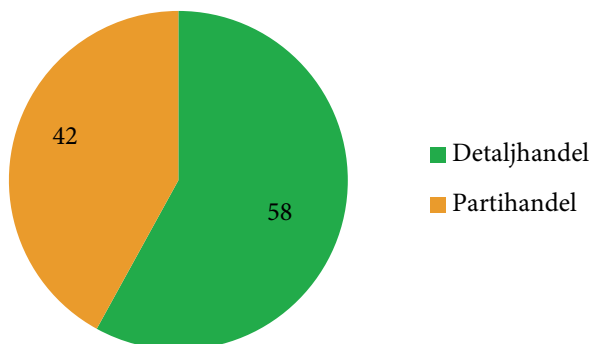
Cirka 510 000 personer är sysselsatta inom handeln, vilket utgör elva procent av de anställda på svensk arbetsmarknad. 58 procent i branschen är verksamma inom detaljhandeln och 42 procent i partihandeln. Bland unga upp till 24 år är nästan var femte person verksam inom handeln och i den åldersgruppen är handeln den vanligaste branschen att arbeta i.

Unionen har cirka 90 000 medlemmar inom handeln, vilket gör handeln till Unionens näst största bransch. Unionen organiserar i huvudsak tjänstemän inom handeln. Exempel på vanliga befattningar är säljare (främst inne- och utesäljare inriktade mot företagsförsäljning), administratörer, butikshefer, inköpare, ekonomer, kommunikatörer, transportplanerare, ingenjörer, programmerare, logistikere, import/exportspecialister. Cirka 18 000 av förbundets medlemmar är chefer, vilket gör handeln till den bransch där Unionen har högst andel chefer som medlemmar.



57 procent av Unionens medlemmar i handeln är män och 43 procent är kvinnor. Det är framför allt partihandeln som är mansdominerad. Medelåldern bland Unionens medlemmar inom handeln är cirka 43 år – nära genomsnittet för samtliga Unionens medlemmar.

#### Anställda i detalj- respektive partihandel av all handel, procent



Omsättningen i detaljhandeln är cirka 725 miljarder SEK. E-handeln omsätter knappt 60 miljarder svenska kronor vilket innebär att e-handelsandelen nu är åtta procent med en årlig tillväxttakt på cirka 15 procent. Handeln utgör elva procent av BNP och cirka 32 procent av hushållens konsumtion. Detaljhandeln brukar delas upp i två kategorier - dagligvaruhandel och sällanköpshandel. Dagligvaruhandel omfattar livsmedelshandeln och sällanköpshandeln omfattar kläd- och möbelföretagen inom handeln.

Partihandeln omsätter cirka 1400 miljarder SEK och har därmed nära dubbelt så stor omsättning som detaljhandeln. Dess betydelse för svenskt näringsliv och offentlig sektor är betydande, men trots det associerar många handeln till enbart detaljhandeln.

Sett över en längre period har hela detaljhandelns lönsamhet, mätt som rörelsemarginal, varit relativt stabil. Däremot har lönsamheten i sällanköpshandeln haft en svagare utveckling än för dagligvaruhandeln, vilket visar sig i exempelvis försäljningen av hemelektronik, där de fysiska butikerna utsätts för hård konkurrens från e-handel.

Inom partihandeln är lönsamheten generellt bättre än för detaljhandeln men visar på stora variationer mellan företag. Medianvärdet för rörelsemarginalen är drygt fyra procent oavsett om det handlar om större eller mindre partihandelsföretag och oavsett om det handlar om livsmedel eller maskiner. Däremot är det stor variation mellan mer lönsamma och mindre lönsamma företag.

## Viktiga frågor i handelsbranschen

### E-handel

Handeln är i en fas där branschen förändras snabbt. En viktig faktor är digitaliseringen som skapar nya möjligheter för både företag och kunder. Digitaliseringen är en förutsättning för den växande e-handeln, men bidrar också till ökad produktivitet och effektivitet i den traditionella detalj- och partihandeln.

Den svenska e-handeln fortsätter att utvecklas och öka. Enligt e-barometern fortsätter den svenska e-handeln att utvecklas och ökade med 15 procent under 2018. Det innebär att e-handeln i Sverige omsätter 77 miljarder kronor, och motsvarar 9,8 procent av den totala detaljhandeln i Sverige. 2018 stod livsmedelsbranschen följt av möbler och heminredning samt sporthandeln för den starkaste tillväxten.

Handelns ekonomiska råd indikerar i sin senaste rapport att omställning till e-handel kommer bara att vara till hälften genomförd om 10-15 år för sällanköpshandeln det vill säga möbler, heminredning samt för kläd- och skohandel. De indikerar att den kraftiga nedgången för börsnoterade klädhandelsbolag kan vara ett kvitto på att omställningen till e-handel går snabbare inom den här delbranschen.

Det är idag svårt att uppskatta nivå och tillväxttakt för internationell och gränsöverskridande e-handel till konsument då det saknas systematisk statistik. PostNord uppskattar att andelen internationella

paket av alla e-handelspaket är cirka 20 procent och att det genomsnittliga värdet antagligen är lägre för dessa än de nationella paket som sänds inrikes.

En mer systematisk statistik för e-handel till kunder skulle ge en bättre kännedom om hur pass konkurrensutsatt svensk handel är i förhållande till internationell e-handel.

Effekten av den ökade internationella e-handeln förväntas bli en ökad harmonisering av priserna. Av internationella studier framgår att priserna inom e-handeln justeras oftare och anpassar sig snabbare till ändrade kostnadsförhållanden än butikspriserna.

Inom industrin har det gjorts satsningar i syfte att stärka företagens konkurrenskraft genom digitalisering exempelvis genom bredbandsinvesteringar med EU-medel till satsningar som utvecklar enskilda företag såsom startup-Sweden och finansiering genom affärsutvecklingscheckar för digitalisering. För att möjliggöra och öka små och medelstora handelsföretags konkurrenskraft behövs liknande satsningar även för handeln som bransch.

### Digitaliseringen och konsumenterna

Den snabba förändringen mot ökad e-handel har lett till ökad konkurrens mellan företag och den tekniska utvecklingen har lett till ändrade konsumtionsbeteenden hos kunderna – både hushåll och företag.

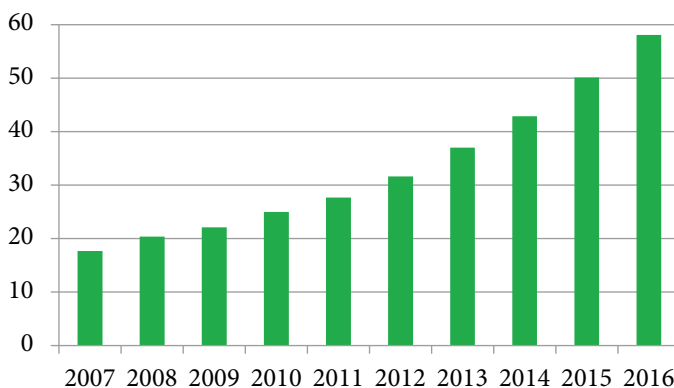
Digitaliseringen innebär både hot och möjligheter för de anställda i handelsbranschen. Hushållens och företagens förändrade beteenden kommer att leda till stora förändringar i företagen när de invanda mönstren att handla i butik byts mot ökad distanshandel. Samtidigt finns det förutsättningar för att det skapas arbetstillfällen med mer kvalificerat arbetsinnehåll. Framgångsrika handelsföretag – oavsett om det handlar om renodlade e-handelsföretag eller företag med både butiks- och distanshandel – kommer i högre grad att behöva fler tjänstemän med specialistkompetens.

Det förutspås att försäljningen i fysiska butiker kommer att minska till förmån för ökad e-handel- här är det framförallt sällanköpshandeln som står inför den så kallade ”butiksdöden”. Det är dock svårt att bedöma när den totala försäljningen i fysiska butiker kommer att minska, men det kommer sannolikt att sammanfalla med en svagare utveckling för svensk ekonomi och hushållens privata konsumtion.

Vid nästa lågkonjunktur kan en svagare arbetsmarknad leda till att hushållen blir mer försiktiga med sin konsumtion. Kunderna kan dessutom sätta ytterligare fokus på låga priser, vilket bör gynna e-handeln. Sammantaget kan det leda till en minskad butiksförsäljning i absoluta tal. Eftersom detaljhandeln har höga fasta kostnader kommer det, med ett sådant scenario, att slå hårt mot lönsamheten.

Branschutvecklingen karaktäriseras av många nya företag även om många traditionella detaljhandelsföretag utvecklar sin e-handel och kan erbjuda försäljning genom *omnikanaler*. Med det avses företag som både erbjuder försäljning i fysisk butik och via distansförsäljning och där de olika delarna är integrerade. Konsumenten har då möjlighet att titta på produkten online, prova den i butiken, köpa den online och lämna i retur i butik – bara för att visa ett exempel. De tidigare tydliga gränserna mellan fysiska butiker och e-handel suddas därmed ut. Ett annat exempel är utvecklingen av *pick-up points*, där kunderna kan hämta varor som är beställda online.

### E-handelns omsättning, miljarder



E-handels tillväxt har stor inverkan på både kunder och anställda. Minskad försäljning i butik och ökad e-handel kommer att leda till att det kan skapas många nya arbetstillfällen. Samtidigt kommer antalet arbetstillfällen i fysiska butiker sannolikt att minska. Hushållens köpkraft och konsumtion i kombination med en snabb befolkningstillväxt innebär att den totala försäljningen i handeln ökar men att e-handeln fortsätter att ta relativa marknadsandelar från de fysiska butikerna. E-handeln har gjort att konkurrensen utifrån ökar och e-handelsföretag från andra länder tar marknadsandelar i Sverige, vilket ökar konkurrenstrycket för de fysiska butikerna.

#### Unionen anser att

- Det behövs systematisk statistik för den internationella e-handeln till kund B2C och B2B.
- Tillväxtverket bör få i uppdrag att i syfte att stärka handelsföretagens konkurrenskraft införa ett digitaliseringslyft med fokus på små och medelstora företag inom handeln.

## Konkurrens och E-handel

Teknisk och ekonomisk utveckling samt åtföljande strukturomvandling anses i huvudsak vara bra för konsumenterna och löntagarna. Men om strukturomvandlingen drivs av fördelar som beror på bristande miljö-, arbetsmiljö eller konsumentskyddsreglering finns det anledning till oro.

## Logistik & transport

Logistik inom e-handeln handlar om leveranstider, returhantering, lönsamhet, effektivitet och därmed även hållbarhet. Logistik innebär en stor utmaning för handeln och kan i värsta fall hindra branschens fortsatta tillväxt. Befintliga logistiklösningar är utmanande i och med branschens snabba utveckling.

Transporter är också en stor utmaning för e-handeln på flera sätt. En del e-handlare söker konkurrensfördelar genom att erbjuda gratis frakt och returer, vilket pressar marginalerna och ökar antalet transporter. Både med tanke på lönsamhet och miljöhänsyn behöver företagen utveckla sina affärsmodeller och till exempel få fler att hämta och returnera varor i butik eller effektivisera returer med nya utskick för att minska mängden transporter. Det behövs också utveckling gällande vart paketet levereras i och med att e-handelsvolymerna ökar, för att inte få ohållbara transportmönster och ökad trafik i tätbebyggda områden.

## E-handel förändrar branschens förutsättningar

Digitaliseringen påskyndar utvecklingen inom handeln genom att många produkter blir billigare att producera och företagen kan sänka sina kostnader genom ökad produktivitet.

Oavsett om det handlar om nya företag eller traditionella handelsföretag så skapas här tusentals nya jobb där många jobb är kvalificerade och förutsätter högskoleutbildning.

Tillväxten i nya företag innebär att många företag saknar kollektivavtal. Vi vet att kraven på snabba leveranser och oregelbundna arbetstider leder till höga krav på de anställda och på många håll finns en uppenbar risk att arbetsmiljön åsidosätts. Bland e-handelsföretagen finns både seriösa och mindre seriösa företag. Därför är det viktigt för Unionen att nå en hög grad av kollektivavtalsteckning inom e-handeln för att värna goda anställnings- och arbetsvillkor samt konkurrensneutralitet.

Unionen arbetar målmedvetet för att teckna kollektivavtal med e-handelsföretag och organisera medlemmar inom e-handeln. Dessutom måste det fackliga vardagsarbetet med att rekrytera fler arbetsplatsombud och bilda fler klubbar öka inom e-handel.

Svensk e-handel är konkurrenskraftig men i en miljö med snabb förändring i branschen är det angeläget att svenska aktörer inte utsätts för osund konkurrens från aktörer i andra länder som inte fullgör sina skyldigheter gentemot kunder och anställda. Utländska företag ska inte kunna få konkurrensfördelar genom att agera oseriöst eller kunna utnyttja otillbörliga skillnader i, exempelvis, villkor och skatter.

Det är statens uppgift att se till att förutsättningarna för den gränsöverskridande e-handeln inte diskriminerar seriösa aktörer. Formerna för det behöver utredas vidare. För att underlätta för kunder att göra medvetna val kan en jämförelsetjänst – som synliggör vilka företag som är seriösa – vara en intressant möjlighet.

### Unionen vill

- Att tjänster inom handeln ska vara utvecklande och ha goda anställnings- och arbetsvillkor.
- Värna konkurrensneutralitet mellan olika aktörer inom handeln. Det sker huvudsakligen genom att e-handeln omfattas av kollektivavtal och att Unionen upprätthåller en hög organisationsgrad.
- Att gränsöverskridande e-handel ska vara konkurrensneutral så att svenska företag med schysta villkor inte missgynnas.

### Andra faktorer som påverkar handelns utveckling

Handeln är beroende av konjunkturutvecklingen och hushållens köpkraft. De senaste åren har handeln gynnats av en god konjunktur, reallöneökningar samt en ökad befolkning. Sverige hade 2018 tio miljoner invånare och vuxit med en miljon på 13 år – sedan 2004. Enligt SCBs prognos når vi elva miljoner 2024. Den snabba befolkningstillväxten har haft stor betydelse för handelns goda utveckling och kommer att fortsätta att ha det.

Faktorer som påverkar hushållens vilja att konsumera är bland annat förändringar i hushållens köpkraft, hur säkra/osäkra hushållen känner sig inför framtiden, arbetsmarknadens utveckling samt rän-teutvecklingen. Partihandeln påverkas i hög grad av svensk och internationell konjunkturutveckling men de delar som är inriktade på den svenska marknaden påverkas givetvis också positivt av den snabba befolkningsutvecklingen.

Hushållens konsumtion har de senaste åren varit en drivande kraft för svensk ekonomi och för svensk handelsnäring. En följd av år med reallöneökningar, låg inflation och en god arbetsmarknad har gjort att hushållens konsumtion – genom handeln – har blivit en motor i svensk ekonomi som bidrar till ökad BNP-tillväxt.



Detaljhandeln får oftast större fokus än partihandeln. Branschutvecklingen har lett till att gränserna mellan parti- och detaljhandel blir mindre tydliga än tidigare. Exempel på det är bland annat bygghandeln och snabbgrossar. Många företag integrerar sin verksamhet vertikalt för att kontrollera flera led i kedjan. Samtidigt är det många som i hög grad är beroende av underleverantörer för lagerhållning och distribution. Vi kommer kanske inte att prata om parti- och detaljhandel i framtiden utan bara om handel.

Besöksnäringen får också en allt större betydelse för de fysiska butikerna. Shoppingturism har blivit ett begrepp. Renodlad shoppingturism är när shopping är syftet med resan. Turismshopping är när besökare passar på att handla. Den sammanlagda shoppingturismen beräknas utgöra tio procent av butiksförsäljningen. Ett segment inom butikshandeln som sannolikt kommer att växa snabbt är aktiviteter i butiker och köpcentra som handlar om upplevelser snarare än inköp av fysiska produkter.

Arbetslivet förändras och fler yrken förutsätter idag högskoleutbildning. I Sverige har vi nu fler högskoleutbildade än någonsin och bland yngre är det särskilt påtagligt. Den totala andelen högskoleutbildade kommer därför att öka i takt med att äldre, med kortare utbildning, går i pension och ersätts av yngre medarbetare med längre utbildning. Handeln kommer att påverkas av en generell högre utbildningsnivå framöver, vilket är positivt. Tillsammans med kontinuerlig kompetensutveckling kan företagen och medarbetarna därmed bli bättre rustade för förändringar och omställningar.

### **Produktsäkerhet**

I Sverige och inom EU finns regler kring produktsäkerhet och producentansvar. Reglerna gäller alla företag som säljer varor till konsumenter i Sverige. Säkerhetsmärkningen ser annorlunda i andra länder och många länder saknar säkerhetsmärkningar. Liknande är det med kemikalieskatten för elektronikprodukter som endast gäller för produkter som säljs i Sverige. Lägre miljökrav och säker

hetskrav i andra länder innebär i detta fall att svenska kunder kan vända sig till internationell e-handel för lägre priser och därmed riskera säkerhet och att kemikalieskatten därmed kan få mindre effekt.

**Unionen anser att:**

- Regler för att skydda konsumenterna ska gälla alla som säljer varor till svenska konsumenter.
- Kemikalieskatten bör ses över så att det inte missgynnar den svenska handelns konkurrensmöjligheter.
- Sverige behöver få till en e-handelsstrategi med syfte att öka svenska e-handelsföretags konkurrenskraft inom och utanför Sveriges gränser.

### Infrastruktur grundläggande för e-handeln

SCBs undersökning ”IT bland individer 2017” visar att minst 600 000 individer i åldern 16-85 inte använt internet det första kvartalet 2017. Internetsstiftelsen i Sveriges studie ”Svenskarna och internet 2017” ger en uppskattning på att det är minst 500 000 individer som inte använder internet.

Bland vuxna har 71 procent angett att de känner sig helt eller till stor del delaktiga i informationssamhället, vilket omvänt betyder att 29 procent inte gör det. De digitala färdigheterna är större hos män än hos kvinnor och skillnaderna blir större ju mer avancerade färdigheterna blir. Tillgång till internet är också kopplad till ålder där 39 procent av personerna i åldern 75-85 år saknar tillgång till internet i hemmet medan 98 procent har internet i hemmet i åldrarna 16-54.

Sverige utgör en liten marknad och behöver därmed maximera sina chanser för att vara attraktiv nog för utländska företag att etablera sig i samtidigt som svenska e-handelsföretag ska kunna nå ut till fler. För att detta ska ske behöver tillgången till internet och kompetensen kring digitala verktyg och medel öka i befolkningen.

#### Unionen anser att:

- Sverige behöver fler infrastruktursatsningar som bidrar till snabbare internetuppkoppling för fler oavsett geografisk placering.
- Befolkningens digitala kompetens och kännedom om digitala verktyg behöver öka.

## Världspostföreningen- UPU

Världspostföreningen (Universal Postal Union, UPU) etablerades 1874. UPU:s uppgift är att möjliggöra att posten ska kunna flöda fritt över hela världen. UPU har därför klassificerat olika länder utifrån hur utvecklade de är. Länder med lägre utvecklingsnivå har kompenserats för att balansera upp hela postsystemet. Det finns även en fond dit alla länder betalar så kallade terminalavgifter. Avgiften används till att möjliggöra att brev kan skickas till länder som behöver ekonomiskt bistånd för att sköta sitt postsystem. Detta innebär att länder rankas olika och kostnaden för att skicka och ta emot post påverkas utifrån UPU:s ranking av länders utvecklingsgrad. Systemet bidrar till att utvecklade länder ofta går back på den post som kommer in i landet och måste kompensera för denna kostnad på andra områden.

De portoavgifter som utgår enligt UPU-avtalet gör att exempelvis PostNord förlorar pengar på att distribuera paket från Kina.

Det är ofta fraktbolag som får representera varje land på de världskongresser där det förändringar beslutas. Senast utsåg regeringen PostNord Group AB att representera Sverige i föreningen.

Enligt beslut på UPU:s senaste världskongress har det sedan januari 2018 införts ”Eformat” som en ny försändelsetyp som kompenseras på annat sätt än traditionella brev. De nya reglerna innebär att PostNord kommer att få högre ersättning av exempelvis China Post för att dela ut brevfrösendelser i Sverige. Detta kan leda till att de kinesiska e-handelsvolymerna som sänds via det internationella postala nätverket, och därmed styrs av Världspostfördragen, kommer att minska i omfattning framöver. Detta kan vidare komma att innebära att volymerna kommer att styras över till andra globala logistiknätverk, vilket återigen kan förändra spelreglerna för den internationella konkurrensen inom e-handel.

#### Unionen anser att:

- UPU-avtalet kontinuerligt ska ses över och anpassas efter handelns befintliga strukturer så att det inte förekommer ojämlig konkurrens på grund av orevide-  
rade överenskommelser och lagar.

### Snabb förändring påverkar jobben

Handeln förändras i snabb takt och den utvecklingen kommer att fortsätta. Förändrade köpbeteenden leder till att framtidens jobb i många fall blir annorlunda än de som finns idag. Medarbetare kan i större utsträckning få en rådgivande roll i kundrelationerna. De anställdas kompetens kan därmed ofta användas på ett mer kvalificerat sätt, samtidigt som vissa företag kan välja att minska på bemanningen och i högre grad konkurrera om pris. Den ständigt föränderliga rollen för medarbetare gör att behovet av systematisk och kontinuerlig kompetensutveckling blir en grundförutsättning för fortsatt tillväxt och lönsamhet.

Utvecklingen skapar stora möjligheter för handeln, men utgör också en risk för de företag som inte lyckas möta kundernas ändrade köpbeteenden. För att vara konkurrenskraftiga och skapa nya jobb i Sverige behöver företagen investera i innovation och kompetensutveckling. En utmaning – och sannolik konkurrensfördel – blir företagets förmåga att utnyttja och utveckla befintligt kunnande hos sina anställda.

Erfarenheter från omvärlden pekar på ett allt tuffare konkurrensläge för många traditionella detaljhandelsföretag. USA och Storbritannien ligger sannolikt något före Sverige när det gäller detaljhandels utveckling. Därifrån kommer löpande rapporter från företag om minskad omsättning och lägre lönsamhet. Det gäller både för dagligvaruhandeln och för sällanköpshandeln. Det finns all anledning

att noga följa den internationella utvecklingen för att bättre kunna förutspå hur effekterna blir i Sverige.

### Unionen vill

- Att företagen i branschen i ännu högre grad blir framåtsyftande med investeringar i teknik, forskning och kompetens för att vara framgångsrika företag.
- Att branschen aktivt följer den internationella utvecklingen inom parti- och detaljhandeln för att stärka förutsättningarna att välja rätt strategier.

### CSR- Hållbarhetsfrågor på företagsnivå

CSR (*Corporate Social Responsibility*) spelar en allt större roll inom handeln. CSR handlar om att de varor som säljs ska vara producerade med hänsyn till miljön, utan risk för konsumenten och ha producerats på ett ansvarsfullt sätt gentemot de anställda. Unionens samlade politik för CSR finns i *Unionens politik om företagens sociala ansvar*. (2018)

Konceptet kring CSR har utvecklats och tydliggjorts under de senaste 15-20 åren. Tidigare betonades frivilligheten och självreglering. Nu läggs tonvikten på att lagstiftning, avtal, och frivillighet är olika delar som samspelar. Utvecklandet av verktyg i form av internationella ramverk och riktlinjer, så kallade ”soft law” finns till stöd för företagens CSR-arbete såsom OECD:s riktlinjer för multinationella företag, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter, Global Compacts 10 principer; riktlinjer som detaljerar vad CSR täcker såsom ISO 26000; initiativ om metoder och innehåll för rapportering såsom GRI och nu FN:s Agenda 2030 med sina 17 globala hållbarhetsmål.

EU-kommissionens definition av företagens sociala ansvar handlar om *”företagens ansvar för den egna verksamhetens konsekvenser för samhället”*. Det betyder att samhällsansvaret ska vara definierat, integrerat i hela organisationen, i dess uppförande och praxis, utarbetat i dialog och samarbete med intressenter. Att samarbeta med intressenter mot gemensamma lösningar är ett av fundamenten i CSR. En förutsättning för detta ansvar är också att tillämplig lagstiftning och kollektivavtal mellan arbetsmarknadens parter följs.

För att ta sitt sociala ansvar bör företagen införa en process som ser till att socialt ansvarstagande, miljötänkande, etik, respekt för mänskliga rättigheter och ett konsumentperspektiv genomsyrar företagets verksamhet och kärnstrategi.

Generellt är bilden att det är i stora företag som CSR diskuteras regelbundet, exempelvis på fackliga styrelsemöten, i bolagsstyrelsen och i internationella samverkansråd. Det är oftast stora företag som har både resurserna och många gånger flera internationella kontaktytor, som gör det både nödvändigt och lönsamt att jobba med CSR-frågor. CSR är dock viktigt i alla företag oavsett storlek.

En studie gjord av Företagarna och Beyond Intent från 2015 visar att 86 procent av svenska små och medelstora företag anser att det är viktigt eller mycket viktigt för företag att ta samhällsansvar och bedriva CSR-arbete, medan endast cirka hälften av företagen faktiskt gör det. Det är främst kapacitets- och resursfrågor som utgör hinder för många små och medelstora företag att aktivt arbeta med CSR enligt rapporten. Rapporten visar att arbetsförhållanden och arbetsvillkor, som hälsa- och säkerhet i arbetet och fackliga relationer är CSR-områden som prioriteras av svenska små och medelstora företag.

Företagen i undersökningen listar stärkt konkurrenskraft, initiativ från ledningen och marknadsföring på topp tre av anledningarna att sätta igång ett CSR-arbete. 56 procent svarar att kundnöjdheten påverkas positivt av deras CSR-arbete och var tredje företagare säger

att CSR-arbetet har bidragit till ökad lönsamhet, fler uppdrag och fler kunder. Var fjärde företagare angav även att det hjälpt vid offentliga upphandlingar.

I en studie gjord av Svensk Handel 2015 frågade de sina medlemmar om synen på CSR och lönsamhet, sju av tio svarade då att hållbarhetsarbetet var lönsamt redan på kort sikt. Åtta av tio svarade att det är lönsamt på lång sikt. Även i denna rapport sades drivkrafterna vara en tydlig koppling till lönsamhet och konkurrenskraft samt till riskhantering.

Mot denna bakgrund kan vi anta att det finns ett utrymme för samarbete och gemensamt lärande mellan fack och företag även i små- och mellanstora företag.

Företagen måste involvera fackliga företrädare och organisationer i CSR-arbetet som rör mänskliga rättigheter i det globala arbetslivet. Fackliga företrädare behöver påverka företagen så att arbetstagarnas rättigheter i ett globalt perspektiv hamnar högre upp på CSR-agen dan och de behöver vara delaktiga i företagets CSR-arbete. Det är angeläget att respekten för kollektivavtal och globala ramavtal är en viktig del av CSR.

Dagens kunder ställer ofta frågor om produktinnehåll och hur varorna har producerats. Det är ofta personalen som får besvara kundernas frågor och det är viktigt att de anställda involveras i företagets CSR-arbete. Annars finns risken att engagemanget inte uppfattas som äkta. De anställda behöver få utbildning/kompetensutveckling i CSR-frågor.



### Unionen vill

- Att företagen aktivt involverar de anställda i CSR-arbetet och ger dem reell möjlighet att utveckla företagets policy och arbete inom detta område.
- Att facket och ledningen på små företag samarbetar och utvecklar ett gemensamt lärande om företagets CSR-frågor.
- Att små och medelstora företag ska identifiera och arbeta med sitt samhällsansvar i Sverige och i sin värdekedja.
- Att de anställda ska få utbildning för att kunna vara delaktiga i CSR-arbetet.

### Hållbarhet ur miljöperspektiv

Intresset för miljövänliga produkter och att de som producerar varor ska arbeta under justa villkor får en allt större roll för konsumenterna i deras inköpsval. För många konsumenter är varors ursprung, innehåll och hur de producerats med tanke på miljön av avgörande betydelse.

Årets julklapp för 2018 utsågs av HUI till att vara det återvunna plagget. Allt fler blir medvetna konsumenter med krav på att handeln ska vara hållbar, både ur ett socialt och miljömässigt perspektiv. Handeln svarar efterfrågan genom att erbjuda ett mer hållbarhetsmedvetet sortiment, vilket i sin tur skapat och skapar en ny marknad. Fairtrade-kaffe och bananer är självklara varor i mataffären liksom ekologiskt bomull i plagg i klädesaffärer. Möbelaffärer erbjuder cirkulär ekonomi till sina kunder och elektronikkedjor tar emot begagnade varor. Cirkulär ekonomi är ett alternativ till linjär ekonomi. Det innebär att istället för att tillverka, köpa, använda och sedan slänga så används varorna längre. Och när dessa är förbrukade återanvänds och återvinns så mycket som möjligt.

När kravet på hållbarhet ökar behöver handeln vara lyhörd för att erbjuda aktuella varor men också att minska sitt klimatavtryck för en mer hållbar miljö.

Handeln kan bli mer hållbar genom att se över förpackningar, transporter, drivmedel för transport, packning med mindre luft och material och digitala lösningar som effektiviserar logistik och transport.

Handeln har stor påverkan på miljön och därmed även stor möjlighet att bli en viktig aktör när det gäller minskat klimatavtryck.

#### Unionen anser att:

- Det behövs mer forskning kring hur fysisk och digital handel kan bli bättre på att erbjuda hållbara produkter med hjälp av klimatsmarta transportmedel.
- Forskning kring handelns resa mot ökad hållbarhet ska bli mer tillgänglig för fler företag.
- Regeringen ska arbeta för att öka medvetenheten hos konsumenter om hur de kan minska sitt klimatavtryck genom medvetna val.
- Det behövs fler ekonomiska incitament från regeringen för att underlätta och möjliggöra konsumenternas och företagens resa mot en mer hållbar handel och konsumtion.
- Svensk handel har goda förutsättningar att öka sin konkurrenskraft genom att bygga vidare på hållbarhet och klimatsmarthet.

### Handelns utveckling och jämställdheten

I handelns strukturomvandling är det idag många av de traditionellt kvinnodominerade yrkena som automatiseras. Yrken som redan befaras ha automatiserats helt eller delvis är administratörer, Fakturahandläggare, personaladministratörer, inköpsassistenter, marknadsförare med flera. Den kompetens som efterfrågas inom handeln är allt som oftast inom den mansdominerade it- och tekniksektorn. Yrken som programmerare, it-tekniker, UX-designer, IT-strateg, logistikexpert, civil- och maskinteknikingenjör är det flest män som arbetar med.

**Unionen anser att:**

- Företagen behöver uppmärksammas på riskerna för ökad ojämställdhet i digitaliseringen och automatiseringens bakvatten.
- Företag behöver aktivt arbeta med strategisk kompetensutveckling så att även kvinnor får möjlighet att följa med i den digitala utvecklingen.
- Det finns behov av medveten utbildningsstrategi som uppmuntrar att fler flickor och kvinnor söker sig till it- och teknikutbildningar.

## Bättre arbetsmiljö och arbetsvillkor

Den snabba förändringen i handeln måste kombineras med en bra arbetsmiljö, högre löner och goda villkor i övrigt. Att arbeta i handelsbranschen ska ge karriärmöjlighet med mer kvalificerat arbetsinnehåll och god löneutveckling. Det är viktigt för att företagen ska kunna attrahera kompetent personal och vara konkurrenskraftiga.

Många av Unionens medlemmar inom handeln upplever att arbetsmiljön inte är bra. Ett antal faktorer bidrar till den här utvecklingen. Stress, ensamarbete och oregelbundna arbetstider är exempel på faktorer som kan bidra till ohälsa. Hårdare konkurrens i vissa delar av branschen skapar en ökad press i försäljningsorganisationen.

För att handelsbranschen ska bli ännu mer attraktiv att arbeta i måste företagen aktivt och systematiskt arbeta för att reducera ohälsosfaktorer. Företagen har ett stort ansvar för att genom systematiskt arbetsmiljöarbete förebygga ohälsa som ofta kan leda till sjukskrivningar. Brister i arbetsorganisation och ledarskap – som företagen ansvarar för – kan leda till ohälsa hos medarbetarna.

Sjukskrivningar på mer än 90 dagar har ökat de senaste åren, trots att Försäkringskassan nu har ett regelverk som har blivit mer restriktivt mot längre sjukskrivningar. Som framgår av Unionens rapport *Hur sjuka är tjänstemännen?* är sjuktalen för tjänstemän inom handeln dessutom högre än genomsnittet för privata tjänstemän. Varje seriös arbetsgivare är skyldig att bedriva ett förebyggande arbete för att förhindra ohälsa bland sina anställda. Viktiga slutsatser i rapporten är: För att bromsa den ökande sjukfrånvaron behövs ett hållbart och inkluderande arbetsliv – fler tjänstemän måste kunna ta vara på sin arbetsförmåga trots sjukdom. Tjänstemännen behöver möjlighet till återhämtning och tydliga förhållningssätt kring närvaro i arbetslivet. Ökad flexibilitet gentemot kunderna får inte innebära försämrade arbetsvillkor för de anställda och motverka behovet av återhämtning.

För tjänstemän inom handeln är arbetstidsfrågor viktiga. Många tjänstemän i handeln har avtalat bort ersättningarna för förskjutet

ordinarie arbetstid och övertid i kombination med avstående av arbetstidsregleringen. Det finns många exempel på att denna möjlighet i avtalet utnyttjas alltför slentrianmässigt. Utan rätt till övertidskompensation finns risk att arbetsgivaren försöker att få ut fler arbetstimmar och den totala kompensationen för den anställde blir inte skälig. Det krävs sannolikt både avtalsutveckling och förbättrad avtalstillämpning för att möta trenden och att stärka den enskilde tjänstemannens position.

I detaljhandeln finns en trend där många butikschefer får färre timmar för personal i butiken – en ”timbudget”. Det har också blivit vanligare att en butikschef får ansvar för två eller fler butiker. Effekten av färre timmar till bemanning av butiken blir att butikschefen ofta får bemanna butiken själv – speciellt under helger eftersom kollektivavtalet för butiksanställda gör att bemanningen under helger blir dyrare för företaget.

Ensamarbete utgör ytterligare en riskfaktor: Risken för hot eller våld ökar vid ensamarbete. Arbetsmiljön är en stor utmaning för företagen och de anställda och det finns ett antal trender som är gynnsamma för de anställdas välbefinnande. Det kan handla om arbetstidens förläggning och att många tjänstemän i handeln har oreglerad arbetstid. Balansen mellan arbete och privatliv för att hålla ett helt arbetsliv är en utmaning där arbetsgivarna har ett stort ansvar. Tjänstemännens närbarhet på fritiden är en fråga som måste få fortsatt uppmärksamhet.

I grunden handlar utmaningarna om arbetsorganisationen på arbetsplatsen. Bakomliggande orsaker handlar bland annat om hård konkurrens inom branschen, höga lönsamhetskrav och att samtidigt ge en hög nivå av service med begränsade resurser.

### Unionen vill

- Att tjänstemän ska ha reella möjligheter till balans mellan arbete och privatliv för att ha förutsättningar att hålla ett helt arbetsliv.
- Att utvecklingen med allt längre sjukperioder inom handeln måste brytas genom bättre arbetsvillkor.
- Att tjänstemännens position stärks avseende den ökande trenden att avtala bort rätten till övertidserättning.

## Ledarskap i en föränderlig bransch

Snabb omstruktureringstakt ställer särskilda krav på ledare i handelsföretagen. Nya arbetsätt implementeras och nya arbetsuppgifter kommer till, oftare nu än tidigare.

Omstrukturering för företag handlar om att plötsligt kunna nå kunder på nya sätt när marknaden blir global. Nya tekniska lösningar skapar nya vägar till skalbarhet i produktionen och förändrar affärsmodeller.

Utmaningen för cheferna är att både ta hänsyn till de kommande tekniska möjligheterna, arbeta med de redan existerande modellerna och dessutom bidra till att personal och företag växer och tillsammans går framåt i en förändrad bransch och marknad.

I en föränderlig tid behöver ledarskapet skapa möjligheter för medarbetare att bidra med innovativa utvecklingsidéer.



#### Unionen anser att:

- Chefer, i alla led, kontinuerligt behöver få relevant information om företagets vision och utvecklingsplaner.
- Det behövs digital kompetens och digital vision i handels bolagsstyrelser för att säkra handelsföretagens överlevnad i en alltmer digitaliserad framtid.
- I syfte att fånga upp innovativa idéer hos medarbetare och för att skapa transparens i företagets utvecklingsarbete bör företagen inom handeln inrätta innovationslaboratoriumsliknande miljöer där medarbetare kan delge sina innovativa utvecklingsidéer.
- Företagens ledare behöver få tillgång till kompetensutveckling kring vad det innebär att vara chef i digitaliseringens föränderliga era.
- Företagen behöver se till att alla chefer har relevant och tillräcklig kompetens kring strukturellt och systematiskt arbetsmiljöarbete.

### Forskning och utveckling

Unionen är en av stiftarna till Handelsrådet – en kollektivavtalsstiftelse med övergripande syfte att förena parterna inom handeln i en strävan att stärka handelns konkurrenskraft och skapa goda villkor för företagets medarbetare. Förutom Unionen ingår Handelsanställdas förbund, Saco, Svensk Handel och Arbetsgivarföreningen KFO.

Handelsrådet finansierar svensk handelsforskning till ett värde av cirka 20 miljoner kronor årligen, vilket gör Handelsrådet till en av landets största finansiärer av handelsforskning. Betydande medel satsas på att utveckla och stärka den vetenskapliga handelsforskningen till nytta för branschens företag och anställda. Unionen del-

tar aktivt i Handelsrådets FoU-verksamhet och verkar för att forskning även ska bli mer inriktad på tjänstemännens arbetsförhållanden.

Unionen anser att forskning och utveckling inom handelsbranschen måste få ökad prioritet och staten måste få ökad insikt om behovet av handelsforskning. Branscher med hög andel forskning blir mer innovativa och kan därmed möta förändringar på ett bättre sätt. Därför behövs mer resurser till handelsrelaterad forskning.

Förutom det partsgemensamma Handelsrådet som stöder handelsforskning, måste fler forskningsfinansiärer öka sitt stöd till forskning till förmån för företag och anställda. Det är viktigt för att svenska företag ska klara en alltmer gränsöverskridande konkurrens och för att bli mer framgångsrika på exportmarknaden. Det gäller för både detalj- och partihandeln.

Forskningen behöver utgå från företagets och de anställdas verklighet. Det betyder bland annat att forskningen och utvecklingsarbetet skall vara aktuellt, framåtblickande och användbart på alla nivåer i företagen och till nytta för de anställda.

Företagen inom handelsbranschen bedriver forskning i mycket begränsad omfattning. Jämfört med andra branscher – exempelvis industrin – har handeln få anställda med forskarbakgrund. Däremot bedrivs en omfattande utvecklingsverksamhet. Forskning och utveckling har generellt stor betydelse för att svenska företag ska vara rustade för framtida utmaningar och det gäller även för handeln.

Handelsrådet är den största finansiären av handelsforskning i Sverige, men med tanke på handelns snabba pågående strukturomvandling behövs än mer ekonomiska medel för att bedriva forskning på handeln och dess närliggande branscher.

Det är tydligt att handeln som bransch närmar sig flera andra branscher. Besöksnäringen, tjänster och service, it och telekom men också konsultbranschen. Det finns idag för lite kunskap om vad de olika branschglidningarna innebär och om det finns mer eller mindre önskvärda branschglidningar.

### Unionen vill

- Att större resurser ska avsättas till handelsrelaterad forskning som främst bör fokusera på att stärka företagen inom handeln och skapa sysselsättning.
- Att forskningen primärt ska komma till konkret nytta för handelsns företag, de anställda i branschen, kunder och samhället i övrigt.
- Att forskning som rör tjänstemännens arbetsmiljö och arbetsförhållanden bör få hög prioritet.

### Unionen anser att det behövs statliga forskningsmedel till följande områden:

- Möjliggöra och öka rörligheten mellan akademi och näringsliv.
- Mer konkret forskning på hur handeln kan bli mer hållbar och klimatsmart.
- En särskild forskarskola med fokus på retail.

## Handelns kompetensbehov

Handelns snabba strukturomvandling medför en kompetensutmaning för branschen. Både kompetensförsörjning och kompetensutveckling är centrala frågor för att branschen ska växa och vara internationellt konkurrenskraftig.

Det finns i dagsläget specialiserade högskoleutbildningar med handelsinriktning och utbildningar vid yrkeshögskolor – bland annat med särskild inriktning på e-handel, men de behöver bli fler.

Behovet av mer specialiserad kompetens har ökat inom handeln, inte minst som en följd av e-handel och mer komplex logistikhantering. 2016 jobbade över 15 000 personer som hade en längre högskoleutbildning med teknisk inriktning inom handeln, jämfört med cirka 8 000 år 2001. Därutöver förekommer idag många konsulter med teknikkompetens inom handeln, vilket också bekräftas av Unionens egna undersökningar.

## Fler högskoleutbildade medlemmar och högre kompetens i handelsbranschen

Strukturomvandlingen i handeln kräver ny kompetens till branschen. För att utveckla konkurrenskraften med allt snabbare digitalisering och ökad e-handel behöver företagen i branschen anställa fler personer med högskolekompetens. Företagen behöver planera för vilken ny kompetens som behövs och för den kompetensutveckling som den befintliga personalen behöver.

Svenska företag inom detalj- och partihandel behöver förvärva kvalificerad kompetens inom bland annat digitalisering och e-handel för att försvara sina marknadsandelar. Dessutom krävs ofta mer kvalificerad kompetens för att företagen ska kunna bli ännu mer framgångsrika på exportmarknaden.

En högre andel av tjänstemännen inom handeln är högskoleutbildade, jämfört med tidigare. Handeln har traditionellt varit en bransch där spetskompetens inte har behövts när tjänsten tillträdts. En viktig orsak är att antalet kvalificerade utbildningsplatser för arbete i handeln är få i förhållande till branschens storlek. Med mer

fokus på handelsbranschen i grundutbildningar skulle handeln kunna bli mer attraktiv att söka till.

Huvuddelen av de varor som utvecklas och produceras av tillverkande industri görs tillgängliga för konsumenter via handelns olika kanaler. Det är den tillverkande och teknikintensiva industrin, där företag med lång tradition av forskning och utveckling återfinns, som brukar förknippas med innovationer. Merparten av forskningen om styrning, verksamhetsutveckling och ledarskap för innovation har därmed genomförts i industrin. Innovationer i handeln har handlat mer om tjänster, butiksformat, logistik och betallösningar, sortimentet, marknadsföring, egna varumärken, butiks- och kundtjänster. Det behövs kunskap inom handelns områden avseende styrning och ledning, verksamhetsutveckling och ledarskap.

Satsningar på Strategiska innovationsområden (SIO) är ett bra sätt att utveckla handeln som bransch och överbygga gapet mellan akademi och näringslivet

### Unionen vill

- Att företagen inom handelsbranschen ska erbjuda arbeten med goda villkor och utvecklingsmöjligheter för att vara attraktiva arbetsgivare för tjänstemän.
- Att företagen inom handeln ska verka för att höja utbildningsnivån bland tjänstemän i branschen genom att rekrytera fler högskoleutbildade.
- Att det är viktigt att det blir fler högskole- och yrkes-högskoleutbildningar som har fokus på handelsbranschen så att fler har en branschspecifik utbildning redan när de får sitt första jobb inom handeln.

## Mer kompetensutveckling för de anställda

Även om många anställda inom handeln redan har en högskoleutbildning måste andelen högskoleutbildade i branschen öka för att höja den allmänna kompetensen. Samtidigt måste varje bransch som är utsatt för förändring kontinuerligt investera i kompetensutveckling för sina anställda. Handeln investerar för lite i kompetensutveckling idag.

Unionens senaste kompetensbarometer från 2018 visar att nästan hälften av Unionens medlemmar inom handeln inte har genomfört någon kompetensutveckling de senaste tolv månaderna. Barometern visar att endast var tredje, 32 procent, av tjänstemännen i handeln har upprättat en kompetensutvecklingsplan tillsammans med sin chef de senaste tolv månaderna. Genomsnitt för Unionens övriga branscher är 44 procent.

Kompetensutveckling är av stor betydelse för att de anställda ska kunna möta de förändringar som branschen står inför. En snabb förändringstakt och osäkerhet kring hur branscutvecklingen blir ökar behovet av kontinuerligt lärande. Som framgår av Unionens kompetensutvecklingsbarometer ligger handelsbranschen inte särskilt väl till när det gäller att satsa på kompetensutveckling för sin personal. Branschen behöver inse vikten av hållbar kompetens för de anställda. Ett ökat fokus på kontinuerlig kompetensutveckling blir en signal till medarbetarna om att handelsbranschen är en framtidsbransch.

Handeln måste också bli bättre på att utveckla karriärvägar – som är av betydelse för tjänstemännen – och ledarskap. Detta för att handeln på ett tydligare sätt ska uppfattas som en bransch där anställda kan utvecklas och få allt mer kvalificerade arbetsuppgifter. Hos många finns idag schablonbilden av handeln som en genomgångsbransch.

Erfarenheter visar att både arbetsgivare och anställda efterfrågar mer kompetensutveckling. Trots det är det färre företag inom handeln som har en plan för kompetensutveckling, jämfört med många andra branscher.

Behovet av kompetensutveckling handlar om att personalen behöver :

- Förbättrade kunskaper för att möta digitaliseringen och andra förändringar, till exempel kundernas ökade intresse för CSR, förändrade köpbeteenden samt språkkunskaper.
- Bli bättre förberedd att möta nödvändiga omställningar i företagen.

Den snabba tekniska utvecklingen inom handeln, skiftande kundbeteenden och den snabba utvecklingen mot ökad e-handel kommer att innebära att många jobb kommer att se annorlunda ut om fem och tio år.

Tjänstemännen måste inse vikten av att vidareutveckla sin kompetens, men utan konkreta planer och insatser i företagen för kompetensutveckling blir det knappast tillräckliga resultat. Ansvaret för att skapa rätt förutsättningar för systematisk och relevant kompetensutveckling ligger på företagen. Här är kompetensutvecklingsavtalet ett viktigt instrument.

### Unionen vill

- Att företagen inom handeln ska ha tydliga mål för hur tjänstemännens kompetens ska utvecklas.
- Att företagen i handelsbranschen måste bli bättre på att systematiskt arbeta med kompetensutveckling för att företag och medarbetare ska kunna möta effekterna av förändrade kundbeteenden och digitaliseringen.
- Att kompetensutvecklingsavtalet ska användas för det strategiska kompetensutvecklingsarbetet i företagen.
- Att det ska vara möjligt att få allt mer kvalificerade arbetsuppgifter med tydliga karriärvägar.

### Integration och mångfald

Mångfald är viktigt i arbetslivet. Det gäller både för till exempel ungdomar, personer med någon funktionsnedsättning och för personer med invandrarbakgrund.

Handelsbranschen bör spegla befolkningen i Sverige och har stora förutsättningar att medverka till integration i samhället. För många är en anställning i handeln det första steget in på arbetsmarknaden och många företag har tydliga ambitioner att verka för ökad mångfald och integration. Många får sin första anställning i handelsbranschen, även om det inte primärt är inom Unionens avtalsområden. En snabbt ökande befolkning och fortsatt tillväxt för handel gör att företagen har fortsatta rekryteringsbehov.

Många företag arbetar aktivt och medvetet för att anställa utifrån ett mångfaldsperspektiv men fler företag skulle kunna göra mer för att medverka till en snabbare integration på arbetsmarknaden. Bland invandrare finns många som har erfarenhet av handel från sina



hemländer och som därmed kan tillföra både kompetens och erfarenhet. Ett konkret exempel där företagen kan dra nytta är personer med kunskaper i språk och kulturella förhållanden som kan vara en tillgång inom import och export. Personer med invandrabakgrund kan bidra till att främja exporten.

### Unionen vill

- Att handelsbranschen ska vara en inkluderande bransch, som speglar den mångfald som finns i det svenska samhället.

### Skatters påverkan

Unionens medlemmar gynnas av en ekonomisk politik som främjar sysselsättning och tillväxt. Politiska beslut påverkar förutsättningarna för handeln och kan påverka omfattning och sysselsättning. Det kan handla om moms och punktskatter och andra faktorer som påverkar prissättningen och därmed efterfrågan. Det kan också handla om faktorer utanför handeln, till exempel amorteringskrav för bolån och högre räntor som minskar den disponibla inkomsten. Höjt barnbidrag är ett exempel som leder till ökad försäljning i handeln. Beslut som påverkar hushållens köpkraft påverkar därmed detaljhandelns utveckling.

Ett aktuellt exempel är det minskade ROT-avdraget som påverkar försäljningen i bygghandeln. I det fallet kan konsumtionen öka för någon annan delbransch inom handeln. Det nyligen införda amorteringskravet leder sannolikt till en dämpad privat konsumtion och därmed lägre försäljningstillväxt för handeln, jämfört med ett läge utan amorteringskrav.

Skattesystemet har stor betydelse för företagets konkurrenskraft och för sysselsättningen. Dagens skattesystem är i hög grad format i en tid då globaliseringen inte hade nått så långt och då digitalisering

var ett okänt begrepp. Dessutom har justeringar i detaljer under lång tid bidragit till att göra skattesystemet svåröverskådligt.

Därför krävs nu en omfattande översyn. Utgångspunkten är att färre bör betala statlig skatt och marginalskatten bör begränsas till 50 procent.

### Unionen vill

- Att regering och riksdag tar initiativ till en ny omfattande och bred skattereform som främjar tillkomsten av nya jobb.

### Ägandet i handelsbranschen

I ett historiskt perspektiv ägde handlaren sin butik. Branschkoncentrationen har lett till att butikskedjor fått en starkare position med skalfördelar inom inköp, marknadsföring och logistik. Butikerna kan antingen vara ägda av en kedja eller av handlaren, ofta genom ett franchiseavtal. Ägare ska vara synliga och ska kunna ställas till svars för hur de utövar sitt ägande.

Branschen internationaliseras alltmer. Svenska företag utvecklar sin verksamhet internationellt och utländska aktörer etableras i Sverige. I de fall företagen har utländska ägare är det angeläget att de tecknar kollektivavtal och följer de spelregler som gäller på svensk arbetsmarknad. Utländska aktörer kan förväntas få en starkare position i Sverige. Det gäller särskilt flera internationella e-handelsgiganter, som ännu inte har etablerat sig i landet.

Det är viktigt att utöva ett aktivt inflytande i dessa företag. Det är också angeläget att de svenska företagen agerar ansvarsfullt på andra marknader. Här har Unionen en viktig roll att spela i CSR-arbetet.

Erfarenheter från den fackliga internationalen UNI, som Unionen tillhör, visar att många av dessa internationella företag inte uppträder ansvarsfullt gentemot sina anställda enligt svenska normer. Det är relativt vanligt att de inte tecknar kollektivavtal.

### Unionen vill

- Att ägandet av företag i handelsbranschen ska vara ansvarsfullt och långsiktigt.
- Att företag tecknar och följer internationella ramavtal (*International Framework Agreements*) och andra uppförandekoder.

### Infrastruktur, transport och logistik

Handeln är beroende av en väl fungerande infrastruktur. I vår globaliserade värld är tillförlitliga och kostnadseffektiva transportlösningar av stor betydelse, både för parti- och detaljhandel. Investeringar i infrastruktur kräver mycket långsiktiga perspektiv och höga kostnader leder tyvärr ofta till att nödvändiga investeringar i infrastruktur skjuts på framtiden. Staten behöver en långsiktig investeringsbudget för infrastrukturinvesteringar. Det leder till ökad tillväxt och fler jobb.

Det är orimligt att infrastrukturprojekt med en livslängd på åtminstone 20 år inte skrivs av, utan kostnadsförs direkt. Det leder till att staten inte kan utnyttja dagens exceptionellt gynnsamma läge för lånefinansiering. Det slår mot jobben, investeringarna och välfärden.

Digitalisering och e-handel leder till att logistikfrågor (transport och lagerhantering) får ökad betydelse för handeln. Konkret handlar det om hur företagen utvecklar varuflöden utifrån kundernas förändrade beteenden. För e-handeln blir transport och logistik en viktig komponent gentemot kunderna och de företag som blir effektiva kan få tydliga konkurrensfördelar.

Kvalitet och lönsamhet kan bli ledord då företagen försöker att reducera sina kostnader. Samtidigt finns det en risk att de anställda påverkas negativt av hur logistiken hanteras.

Kraven på snabba leveranser och oregelbundna arbetstider kan leda till höga krav på de anställda och på många håll finns en uppenbar risk att arbetsmiljön åsidosätts. Det är inte acceptabelt. Snabba och kostnadseffektiva lösningar måste kombineras med hållbara lösningar för de anställda.

I den traditionella detaljhandeln sker leveranser till butik. Med den växande e-handeln får transport och logistik en delvis annan karaktär då leveranser till kund och returerna från kund måste lösas på nya sätt än med butiken som bas.

För både företagen och kunderna blir fokus på *last mile* viktigt, det vill säga transporten den sista biten fram till kunden. Här har inte handelsföretagen full kontroll eftersom de generellt inte levererar till slutkunden i egen regi. För kundens del är det viktigt att leveransen sker som utlovat och på ett för kunden lämpligt sätt. Eftersom kunden har sin affärsrelation med företaget som sålt varan – och inte med företaget som till slut levererar till kunden – så kommer lösningarna av *last mile* att få allt större betydelse. Om leveransen fungerar som planerat så är det något kunden tar för givet. Om det däremot inte fungerar så kan det påverka kundens val av företag att handla från.

Utvecklingen mot ökad e-handel och detaljisternas strategier att i högre grad kontrollera varuflöden leder också till en ökad branschglidning där gränsen mellan parti- och detaljhandel blir mer flytande än i den mer traditionella branschklassificeringen. Frågan är hur företagen kommer att lösa lagerhanteringen i framtiden? Kommer företagen att ha lagerhantering och distribution i egen regi eller kommer de i ökad utsträckning att välja lösningar som inkluderar tredjepartslogistik? En ny trend är att *last mile*-leveranserna sker via olika plattformslösningar där villkoren för de anställda ofta är dåliga.

### Unionen vill

- Att regeringen tar initiativ till en investeringsbudget för långsiktiga infrastrukturinvesteringar.
- Att lösningar inom transport och logistik ska vara hållbara för de anställda.
- Att företagen väljer transport- och logistiklösningar som är förenliga med svenska kollektivavtal.

# Referenser

E-barometern helåret 2015

E-barometern kvartal 1, 2016

E-barometern kvartal 2, 2016

E-barometern helåret 2018

Handelns Utvecklingsråd, Forskningsrapport 2011:4, *Partihandelns utveckling* Handelns ekonomiska råd

Handelsrådet, Forskningsrapport 2018:5- *Handelns betydelse för integrationen av utrikesfödda*, Sven-Olov Daunfeldt

Handelsrådet, *Initiativ för att stärka handeln, en strategisk forskningsagenda*, 2016

Handelsrådet, *Konkurrens på lika villkor- en nulägesrapport av*

HUI Research, *Snabbfakta – information om svensk detaljhandel*, 2015

HUI Research, *Detaljhandelns lönsamhet*, 2015

HUI Research, *Prognos 1612*, 2016

SCB.se

Svensk Handel, *Det stora detaljhandelsskiftet*, 2017

Svensk Handel, *Finansiella nyckeltal för handeln*, 2014

Svensk Handel, *Handelns betydelse för Sveriges ekonomi*, 2016

Svensk Handel, *Hållbarhandel är lönsam handel*, 2015

Svensk Handel, *Shoppingturism i Sverige*, 2016

Unionen- *Unionens politik om företagens sociala ansvar*, 2018

Unionen, *Hur sjuka är tjänstemännen?* 2016

Unionen- *kompetensbarometer* 2018

**MER SMART HANDEL** är Unionens politik för handeln och utgår från våra medlemmars vardag i branschen. Handeln befinner sig i en omvälvande strukturomvandling präglad av digitalisering, internationalisering och branschglidning. På senare år har även kraven på mer hållbar handel med fokus på miljö och klimat- blivit alltmer aktuell för branschen. Den här rapporten syftar till att tydliggöra de möjligheter och utmaningar som branschen står inför samt Unionens förslag till åtgärder för att bidra till handelsbranschens utveckling.

## **UNIONEN ÄR SVERIGES STÖRSTA FACKFÖRBUND**

Hos oss är alla tjänstemän i det privata arbetslivet välkomna, oavsett utbildning och befattning.

Bland våra medlemmar hittar du många chefer och dessutom både egenföretagare och studenter.

Vår vision är att tillsammans skapa **framgång, trygghet** och **glädje** i arbetslivet.

**UNIONEN**

[www.unionen.se](http://www.unionen.se)