

Unionens politik för handeln

Innehåll

Förord	2
Sammanfattning	2
Om handelsbranschen	6
Handelsbranschen består av partihandel och detaljhandel	6
Handeln i siffror	6
Viktiga frågor i handelsbranschen	9
Digitalisering och e-handel	9
Andra faktorer som påverkar handelns utveckling	11
Unionens politik för handelsbranschen	13
Snabb förändring av handelsbranschen	13
Digitalisering och e-handel förändrar branschens förutsättningar	14
Hållbarhet och miljö - CSR	16
Bättre arbetsmiljö och arbetsvillkor	17
Forskning och utveckling	20
Fler högskoleutbildade medlemmar och högre kompetens i handelsbranschen	21
Mer kompetensutveckling för de anställda	23
Integration och mångfald	24
Politiska beslut	25
Ägandet i handelsbranschen	26
Infrastruktur, transport och logistik	27
Referenser	29

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 – och har stor betydelse för svensk BNP och sysselsättning. Cirka 500 000 personer är anställda inom handelsbranschen, vilket utgör elva procent av de anställda på den svenska arbetsmarknaden och omfattar både detaljhandeln och partihandeln.

Handeln genomgår en snabb förändring, där digitalisering och e-handel är centrala inslag. I grunden handlar det om förändrade kundbeteenden som samspelar med nya tekniska möjligheter och utvecklade affärsmodeller. Kunden har exempelvis idag tillgång till helt annan information än tidigare och det påverkar när, var och hur konsumenterna handlar och hur de vill ha sina varor levererade.

Unionens politik för handeln utgår från våra medlemmars vardag och vi vill vara med och forma framtidens arbetsmarknad. Cirka 87 000 av Unionens medlemmar är anställda inom handeln och branschen skapar goda möjligheter till sysselsättning och utveckling samtidigt som den fyller en avgörande samhällsfunktion.

Den här rapporten syftar till att tydliggöra de möjligheter och utmaningar som branschen möter och hur Unionen vill se handelsbranschen utvecklas.

Rapporten är framtagen av Sven Ljung, utredare på Unionens enhet för Avtal och Politik och ståndpunkterna beslutade av förbundsstyrelsen. Unionens branschråd för handeln har deltagit i arbetet med att ta fram branschpolitiken.

Februari 2017

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 och 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 att 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 utnyttjas 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 arbetsupp-gifter 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.

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. 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 snabbare integration på arbetsmarknaden och många med invandrarbakgrund kan tillföra mer kompetens.

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 då 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.

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.

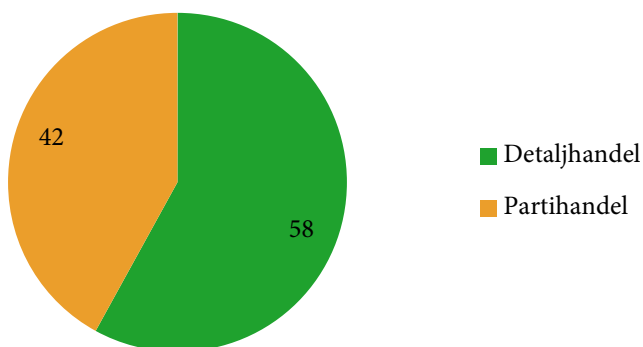
Handeln i siffror

Cirka 500 000 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 87 000 medlemmar inom handeln, vilket gör handeln till Unionens näst största bransch. Unionen organiserar i huvudsak tjänstemän på företagens kontor, utesäljare och butikschef. Exempel på vanliga befattningar är säljare (främst inne- och utesäljare inriktade mot företagsförsäljning), administratörer, butikschef, inköpare, ekonomer, transportplanerare och 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 SEK 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. I detaljhandeln finns både dagligvaruhandeln (t. ex. livsmedel) och sällanköpshandeln (t. ex. kläder och möbler).

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.

För att vara livskraftiga och kunna erbjuda goda villkor för sina anställda behöver företag vara lönsamma. Under de senaste åren har försäljningstillväxten varit god, men rörelsemarginalen har sjunkit till cirka 2,2 procent (2014) enligt rapporten "Detaljhandelns lönsamhet" från HUI Research. Det är ingen stor skillnad

mellan dagligvaruhandeln och sällanköpshandeln vad gäller rörelsemarginal. I båda fallen är medianvärdet strax över två procent.

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

Digitalisering och 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 butiks- och partihandeln.

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 våra invanda mönster 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 hög grad att behöva fler tjänstemän med specialistkompetens.

Trots den kraftiga försäljningsökningen genom e-handel har butiksförsäljningen ännu inte minskat på grund av den totala ökningen i detaljhandeln. Framöver lär dock försäljningen i fysiska butiker minska till förmån för ökad e-handel. När den totala försäljningen i fysiska butiker kommer att minska är svårt att bedöma, 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.

Att göra tillförlitliga prognoser för e-handelns fortsatta utveckling är svårt. Det bekräftas av att olika branschbedömare kommer fram till olika antaganden för den fortsatta utvecklingen.

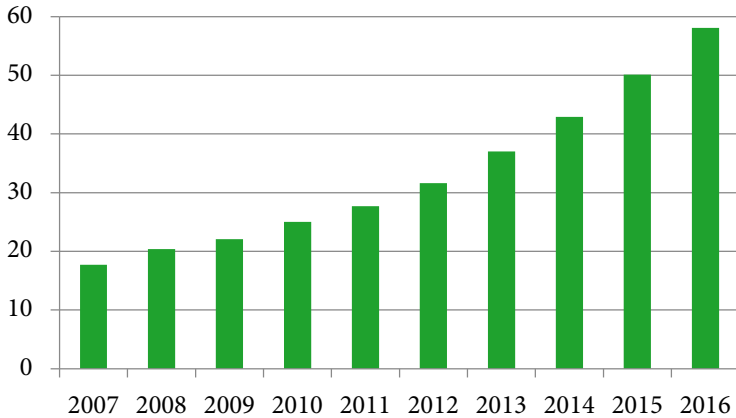
Med en fortsatt årlig tillväxttakt för e-handeln på 15 procent kommer omsättningen att fördubblas på fem år. E-handelns andel av total handel kommer då att stiga från cirka åtta procent 2016 till 16 procent om fem år. Ökningen kan gå ännu snabbare. I framtiden kommer e-handeln att nå väsentligt högre omsättning, men då kommer vi nog inte längre att prata om e-handel och fysisk handel utan bara om handel.

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. Man kan 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.

Inom vissa delbranscher såsom böcker och media samt hemelektronik är e-handeln numera relativt mogen och representerar en betydande del av den totala försäljningen inom respektive segment. Där kan man förvänta sig en långsammare tillväxttakt.

E-handelns tillväxt har stor inverkan på både kunder och anställda. Minskad försäljning i butik och ökad distansförsäljning 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.

E-handels omsättning, miljarder



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 har 2017 tio miljoner invånare och har vuxit med en miljon på 12 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 ränteutvecklingen. 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 detaljhan-

del 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 generellt högre utbildningsnivå framöver, vilket är positivt. Tillsammans med kontinuerlig kompetensutveckling kan företagen och medarbetarna därmed bli bättre rustade för förändringar och omställningar.

Unionens politik för handelsbranschen

Snabb förändring av handelsbranschen

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 utnyttjas 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.

E-handel och digitalisering är bara två exempel på branschens utveckling. I grunden handlar det om nya försäljningskanaler och kundernas ändrade beteenden. Dagens kunder kan söka information på ett sätt som tidigare inte har varit möjligt. Det informationsövertag som företag och medarbetare tidigare har haft gentemot kunderna är inte längre självklart. Det är rimligt att anta att kundernas möjligheter att inhämta och värdera information snarare kommer att öka. Ju större transparens – desto mer pressade blir marginalerna.

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 företagens förmåga att utnyttja och utveckla befintligt kunnande hos sina anställda.

Erfarenheter från omvärlden pekar på ett allt tuffare konkurrens- läge 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.

Digitalisering och 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. Digitaliseringen har också inneburit att konsumenterna kan söka information om varor och är bättre informerade än tidigare. Kunden kan lätt hitta information om vad som är rätt pris för en produkt och var den finns tillgänglig.

Konkurrensen ökar när kunderna får ett större fokus på priset, vilket leder till prispress och pressade marginaler för företagen. Prispressen kan företagen delvis kompensera genom ökade volymer. Därigenom kan båda parter bli vinnare om den totala omsättningen består eller ökar. Digitaliseringen har varit en viktig förutsättning för e-handels snabba utveckling. När handeln digitaliseras blir människorna – de anställda – viktigare. Kunderna kommer även fortsättningsvis att efterfråga rådgivning kring produkterna och det är med den här kompetensen handeln måste hitta nya affärsmodeller.

Oavsett om det handlar om nya företag eller traditionella handelsföretag så skapas här tusentals nya jobb där många jobb är kvalificerade och förutsätter högskoleutbildning. E-handelsföretagen behöver bland annat analytiker och personal med kompetens inom IT, logistik, webbdesign och betallösningar. Det samma gäller för traditionella detaljhandels- och partihandelsföretag som utvecklar sin online-verksamhet.

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 en hög andel av 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.

Hållbarhet och miljö - CSR

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

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. Unionen har tagit fram en särskild rapport om CSR-arbetet, *CSR – Varumärkesjippo eller vägen till en bättre värld?* (2014)

Tidigare handlade CSR mycket om att hantera problem som uppstod – ofta som ett resultat av ett avslöjande eller en skandal. Numera är företagens CSR-arbete mer inriktat på att vara proaktivt. Det betyder att förebyggande arbete ska förhindra att problem uppstår.

EU-kommissionens definition av företagens sociala ansvar handlar om ”företagens ansvar för den egna verksamhetens konsekvenser för samhället”. Kommissionen menar att en förutsättning för detta ansvar är 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.

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-agendan 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 måste involvera de anställda i CSR-arbetet och ge dem möjlighet att utveckla företagets policy och arbete inom detta område.
- Att de anställda ska få utbildning för att kunna vara delaktiga i CSR-arbetet.

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 ohälsfaktorer. 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 sjuktalet 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 tillvara på sin arbetsförmåga trots sjukdom. Tjänstemännen behöver möjlighet till återhämtning och tydliga förhållningssätt kring tillgänglighet 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 förskjuten 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 anställda blir inte skäligen. 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 butiks-

chefen 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 inte verkar 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 övertidsersättning.

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 företagens medarbetare. Förutom Unionen ingår Handelsanställdas förbund, SACO, Svensk Handel och Arbetsgivaren 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 deltar 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 partsgemena 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.

Unionen vill

- Att större resurser bör 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 handelns företag, de anställda i branschen, kunder och samhället i övrigt.
- Att forskning som rör tjänstemännens arbetsmiljö och arbetsförhållanden bör få hög prioritet.

Fler högskoleutbildade medlemmar och högre kompetens i handelsbranschen

Strukturumvandlingen 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 stor europeisk e-handelsaktör aviserade nyligen att de ska anställa 1 000 ingenjörer vilket är ett exempel på att företagen vill förvärva ny kompetens.

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 tillträds. 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.

Det partsgemensamma arbetet i Handelsrådet arbetar med att öka omfattning och inriktning på högskoleutbildningar med inriktning på handelsbranschen. Det finns i dagsläget specialiserade högskoleutbildningar med handelsinriktning och utbildningar vid yrkes-högskolor – bland annat med särskild inriktning på e-handel, men de behöver bli fler.

Tjänstemän inom handeln har ofta förvärvat branschspecifik kunskap i arbetet. Enligt SCB har 26 procent av arbetskraften i Sverige mer än tre års eftergymnasial utbildning. Det är högre än genomsnittet för tjänstemän inom handeln enligt Unionens statistik.

Den högre utbildningsnivån skapar förutsättningar för utveckling och stärkt konkurrenskraft, men utan kontinuerlig kompetensutveckling riskerar både företag och medarbetare att kompetensen på sikt passerar bäst-föredatum.

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 yrkeshögskoleutbildningar 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. Branschen 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.

Kompetensutveckling är av stor betydelse för att de anställda ska kunna möta de förändringar som branschen står inför. En snabb förändringstakt och osäkerhet 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 att handelsbranschen är en framtidsbransch.

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. Är det så att företagen inte ser kopplingen mellan kompetensutveckling och verksamhetens utveckling?

Behovet av kompetensutveckling handlar om två saker:

- Dels behöver personalen förbättrade kunskaper för att möta digitaliseringen och andra förändringar, till exempel kundernas ökade intresse för CSR, förändrade köpbeteenden samt språkkunskaper.
- Dessutom behöver personalen 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 invandrarbakgrund 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.

Politiska beslut

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 företagens konkurrenskraft och för sysselsättningen. Dagens skattesystem är i hög grad format i en tid då globaliseringen inte hade nått så långt och då digitali-

sering 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.
- Att skatten på arbete sänks, vilket gynnar personalintensiva branscher som handeln.

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 vara ägd 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. Hur löser man leveranser och returerna på bästa sätt, både för kunder och företag? 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 returer 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 leverans 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 transporter använder sig av 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

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

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

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, *Shoppingturism i Sverige*, 2016

Unionen, *CSR – Varumärkesjippo eller vägen till en bättre värld?*, 2013

Unionen, *Hur sjuka är tjänstemännen?*, 2016

DEN SVENSKA handelsbranschen är i snabb förändring. Digitaliseringen och e-handel ritar om konsumtionsmönster och hur arbetet organiseras både inom detalj- och partihandeln. Det öppnar upp för en spännande arbetsmarknad, med nya arbetstillfällen inom yrken som kanske inte ens existerar idag.

Men när ett inköp bara är ett knapptryck bort ökar också konkurrensen från e-handelsföretag i andra länder. Risken finns att bolag som inte tar fullt ansvar för sina anställdas löner, semesterar, säkerhet eller rätt att organisera sig genom orättvisa villkor tar marknadsandelar på den svenska marknaden.

Unionen driver ett aktivt arbete för att skapa en livskraftig och lönsam handelsbransch och tror att svenska handelsföretag har stora möjligheter att stå starka i den ökande konkurrensen. Vi ser de anställdas kompetens och engagemang som helt centrala för branschens utveckling. Behovet av personer med djup kunskap kommer att öka, och branschen behöver i ökad grad hitta möjligheter för anställda att växa och göra karriär.

Unionens politik för handeln är en sammanfattning av hur vi ser på branschen idag och vad vi tror behöver ske för att svensk handel ska utvecklas på ett positivt sätt. Våra förslag berör naturligtvis ledande aktörer inom branschen, men också riksdagen, regeringen och forskningsvärlden.

Du som är tjänsteman på en arbetsplats i den privata sektorn kan vara medlem i Unionen. En stor del av Unionens medlemmar har högskoleutbildning och många är chefer. Utöver våra yrkesverksamma medlemmar välkomnar Unionen även egenföretagare och studenter. Unionen är Sveriges största fackförbund med över 640 000 medlemmar. Vår vision är att skapa trygghet, framgång och glädje i arbetslivet.