

Ajatuksia elintarvikemarkkinalain muuttamisesta

Hallituksen esitysluonnos elintarvikemarkkinalain muuttamisesta on lähetetty eri tahoille lausuttavaksi*. Lausunnolla olevassa luonnoksessa on mukana sekä kaupan että elintarviketeollisuuden näkemyksiä lain uudistamisen liittyen.

Kaupan toimijoiden mukaan uusi sääntely lisäisi vain turhaa byrokratiaa ja tuon välttämiseksi se voi ohjata kaupan hankintoja lisääntyvässä määrin tuontielintarvikkeisiin. Kaupalla ei kertomansa mukaan ole käytössä mitään hyllytilamaksuja tai tuotepalautuksia ja kauppa myy vain sitä mitä kuluttajat haluavat. Kaupan puolelta myös korostetaan, että he eivät ole havainneet mitään kaupallisia kustotoimia.

Elintarviketeollisuuden näkemyksinä tuodaan esille mm. seuraavanlaisia asioita: Hintaneuvottelut ovat usein yksipuolisia ja ostajat painostavat myyjiä hinnan alentamiseen. Ostajat saattavat vaatia myös kustannusrakenteen avaamista, mikä elintarviketeollisuuden puolella koetaan *”liiketoimintakriittisen tiedon paljastamisena”*. Yritykset joutuvat usein hyväksymään epäsuotuisia ehtoja, kuten lyhyitä sopimuskausia, epävarmoja tilausmääriä ja tiukkoja toimitusvaatimuksia ilman vastavuoroisia sitoumuksia. Toimijat kertovat myös useista epäreiluisista käytännöistä, kuten maksuaikojen venyttämisestä, tilausten peruutuksista ilman korvausta, yksipuolisista laatuvaatimuksista sekä markkinointi- ja myyntitilamaksuista.

Elintarvikemarkkinalaki tuli voimaan vuonna 2019, ja sitä ollaan siis jälleen kerran muuttamassa. Lain tarkoituksena on parantaa elintarvikeketjun toimivuutta ja reiluutta, edistää sopimuskäytäntöjen läpinäkyvyyttä ja kohtuullisuutta elintarvikealan toimijoiden välillä sekä ehkäistä epäreiluja kaupallisia menettelyjä.

Elintarvikemarkkinalain säätämiseen suurimpana syynä oli käsittääkseni se, että päivittäistavarakauppa on saanut Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) suosiollisella avustuksella rauhassa kasvaa nykyiseen asemaansa. Suurta valtaa käyttävä ja lisää valvontavaltaa hamuava viranomainen ei ole nähnyt vuosikymmenien saatossa päivittäistavarakaupan toiminnassa juuri mitään moitittavaa. Kilpailulaissa olevat säännökset antavat mahdollisuuden puuttua päivittäistavarakaupan alalla toimivien yritysten määrävän markkina-aseman väärinkäyttöön, mutta tällaista toimintaa KKV ei ole Suomessa havainnut. Tuosta lähtökohdasta käsin ymmärrän elintarvikemarkkinalain säätämisen. On kuitenkin jotenkin käsittämätöntä, että Suomeen piti säätää uusi laki ja uusi viranomainen, elintarvikemarkkinavaltuutettu ja hänen toimistonsa, jotta elintarvikealalla ilmenneisiin ongelmiin voidaan edes yrittää puuttua, kun siihen ei olemassa olevilla järjestelmillä pystytty.

Viranomaisen vallan ja valvonnan jatkuva lisääminen on äärimmäisen huolestuttavaa, joten sen takia suhtautumiseni myös elintarvikemarkkinalain uudistamiseen on ristiriitainen ja läh-



tökohtaisesti negatiivinen. En ole todellakaan vakuuttunut siitä, että nyt suunnitelluilla uudistuksilla kyetään ratkaisemaan niitä ongelmia, joita edellä elintarviketeollisuuden näkemyksinä mainittiin.

Olen usein miettinyt, minkä takia KKV on suhtautunut vuosikausien ajan niin myötämieleisesti päivittäistavarakaupan toimintaan. Syy tuohon taidetaan kertoa hallituksen esitysluonnoksessa. Siinä todetaan (s. 30), että *”kilpailulakia tulkittaessa on otettava huomioon ensisijaisesti*

markkinaprosessin toimivuuden ja talouden tehokkuuden näkökulma. Huomioon tulee ottaa myös kuluttajan etu”.

Näyttää vahvasti siltä, että ”tehokkuus ja kuluttajan etu” ovat olleet KKV:n toiminnan ajurina kaikki nämä vuodet ja sen takia KKV ei ole nähnyt ongelmia päivittäistavarakaupan toiminnassa ja sen kasvussa nykyisiin mittoihin. KKV:n mielestä markkinaprosessi on ollut Suomessa toimivaa ja taloudellisesti tehokasta, kun päivittäistavarakaupan toimijat ovat huolehtineet, että tuotteita on myyty kuluttajille mahdollisimman edullisesti. Tuo on osaltaan ollut vaikuttamassa päivittäistavarakaupan keskittymiseen oligopolistiseen harvainvaltaan, mutta siitä ei näytä olleen KKV:n mielestä mitään haittaa, pikemminkin päinvastoin. Valtava määrä yrityksiä ja työpaikkoja on joka tapauksessa pelattu pois markkinoilta tehokkuuden ja kuluttajien edun nimissä.

Mutta mitä kilpailulain esitoissa mainitulla ”kuluttajan edulla” lopulta tarkoitetaan? Näkemykseni mukaan KKV on tulkinut tuota vuosikymmenien ajan niin, että ratkaisevaa on ollut vain kuluttajien lyhytaikainen taloudellinen etu. Myös KKV:n virkamiehet ovat kuluttajina hyötynyt tuosta, kaupan etukortteja käyttämälle entistä enemmän. Mutta jos valtiovallan puolella oltaisiin tyytyväisiä nykyiseen markkinaprosessin toimivuuteen, talouden tehokkuuteen ja kuluttajien etuun, tuskin elintarvikemarkkinalakia oltaisiin nyt muuttamassa. Sen takia voi hyvin kysyä, onko KKV ja kuinka pahasti epäonnistunut työssään? Elintarvikemarkkinalakiin käytetyille yhteiskunnan/veronmaksajien varoille olisi ollut varmasti muutakin käyttöä.

Yli kolmenkymmenen vuoden ajan olen seurannut, kun päivittäistavarakaupan toimijat ovat kertoneet alentavansa hintoja. Tuo on suomalaisessa markkinoinnissa täysin sallittua mediapeleä. Mutta jos joku taho mainitsee mediassa tai tiedotteessaan hintojen nousun, silloin ollaankin jo lähellä kilpailulain rikkomista ja laittomia hintasuosituksia yms.

Olen usein todennut, että säännöt eivät ole yhteiskunnassa kaikille samat. Tai ehkä säännöt ovat samat, mutta niitä vain tulkitaan toisten osalta eri tavoin. Ja yleensä se on niin, mitä vahvempi taho on kyseessä, sitä enemmän säännöt antavat heille myötä, varsinkin jos ne muistavat mainita tasaisin väliajoin esimerkiksi hintojen laskemisesta.

Mika Väyrynen

*Luonnos hallituksen esitykseksi eduskunnalle laeiksi elintarvikemarkkinalain yms. muuttamisesta. Ks. erityisesti sivut 15-16 ja 18-19 ja 29-30.

<https://www.lausuntopalvelu.fi/FI/Proposal/Participation?proposalId=f8bbb873-7642-4f28-a601-a13a3e85ba81>