

# Kauppojen aukiolon laajentamisen vaikutukset\*

Kauppojen aukioloaikojen laajentamista vaikeuttavat erilaiset ja ristiriitaiset vaikutukset, jotka hyödyttävät joitakin eturyhmiä ja haittaavat toisia. Artikkelin on katsaus aiheesta käsitelleisiin teoreettisiin ja empiirisiin tutkimuksiin.

Heikki Taimio  
Erikoistutkija  
Palkansaajien tutkimuslaitos  
heikki.taimio@labour.fi

Suomessa on aina säännelty lailla vähittäiskauppojen aukioloa. Viime vuosikymmeninä aukioloaikoja on laajennettu asteittain. Nykyisen, tammikuussa 2001 voimaan astuneen lain mukaan kaupat saavat pääsääntöisesti olla auki arkisin klo 7–21 ja lauantaisin klo 7–18. Lukuun ottamatta laissa mainittuja juhlapäiviä saavat sunnuntaisin klo 12–21 olla auki kaikki pienet, enintään 400 m<sup>2</sup>:n päivittäistavaramyymälät ja touko-, kesä-, heinä- ja elokuussa sekä marras- ja joulukuussa myös isommat myymälät.

\* Artikkelin perustuu kirjoittamaani laajempaan selvitykseen (Taimio 2008). Kiitän suuresta avusta Jenni Kellokumpua aineiston läpikäynnissä ja Reija Liljaa aiheen empiirisen tutkimustulosten arvioinnissa.

Kioskit, apteekit, huoltoasemat ja haja-asutusalueiden kaupat sekä auto-, kukka-, puutarha- ja huonekalukaupat saavat olla avoinna vapaasti. Eräitä muitakin vapauksia on olemassa.

Myös muualla maailmassa kauppojen aukiolon muutostrendi on ollut vapaampaan suuntaan. Ruotsissa aukioloajat vapautettiin jo v. 1972. Nykyään Irlannissa, Isonsa-Britanniassa, Portugalissa ja EU:n uusista jäsenmaista mm. Virossa aukioloajat ovat lähestulkoon vapaat. Useimmissa kehittyneissä maissa on kuitenkin rajoituksia etenkin sunnuntaisin. Esimerkiksi Norjassa ja Tanskassa kaupat saavat olla maanantaista lauantaihin auki vapaasti, mutta sunnuntaisin nämä maat suosivat Suomen tapaan pieniä myymälöitä ja rajoittavat suurten myymälöiden aukiolon vain muutamaan sunnuntaihin vuodessa.

Viime vuosina vähittäiskaupan aukioloaikojen pidentäminen ei ole Suomessa edennyt sen kohtaaman voimakkaan vastustuksen takia. Asiasta on haluttu tehdä kaikkia osapuolia tyydyttävä ratkaisu, mutta tällä hetkellä laaja yksimielisyys vallitsee ainoastaan tavoitteesta selkiyttää aukioloaikoja. On kuitenkin melko vaikea nähdä, kuinka kauppojen aukioloaikoja voitaisiin selkiyttää ilman, että niitä laajennettaisiin.

Erilaisten näkemysten ja kantojen takana ovat luonnollisesti käsitykset kaupan aukioloaikojen vapauttamisen vaikutuksista tosiasiallisiin aukioloaikoihin, alan kilpailutilanteeseen, myymälärakenteeseen, myynnin volyyymiin, hintatasoon, tuottavuuteen, työllisyyteen sekä työaikoihin ja muihin työehtoihin. Suomalaista tutkimusta näistä vaikutuksista on kuitenkin toistaiseksi hyvin vähän. Tämä artikkeli luo katsauksen lähinnä kansainvälisiin tutkimustuloksiin.

## Miksi kauppojen aukioloa on rajoitettu?

Suomessa ei enää viime aikoina ole vedottu uskonnollisiin syihin kauppojen aukiolon rajoituksille.<sup>1</sup> Nykyään voimassa olevan aukiololain pe-

<sup>1</sup> Viimeaikaisten tutkimusten mukaan joissakin maissa uskonnollisilla syillä on edelleen merkitystä, samoin kuin erilaisia uskontoryhmittymiä edustavilla poliittisilla puolueilla (Price ja Yandle 1987; Dijkgraaf ja Gradus 2004; Burda ja Weil 2005).

rusteluissa<sup>2</sup> tavoitteena oli kauppapalveluiden saatavuuden turvaaminen parantamalla lähikaupan kilpailuasemaa ja kannattavuutta. Taus-talla näytti olevan huoli kaupan keskittymisestä suurmyymälöihin asutuskeskusten ulkopuolelle. Samat tavoitteet korostuivat Kaupan ja kilpailun työryhmän (2007) raportissa, joka viittasi myös ”Kansalliseen kestäväan kehityksen strategiaan” (Suomen kestäväan kehityksen toimikunta 2006), jossa halutaan välttää yhdyskuntarakenteen hajautumista, säilyttää keskustojen elinvoima, vähentää liikennetarvetta ja liikenteestä aiheutu-via haittoja sekä turvata palvelujen saatavuus. Työryhmä totesi, että nykyinen aukiololaki on edistänyt näitä tavoitteita, koska sen voimaan tulon jälkeen pienten myymälöiden lukumäärä ja myyntiosuus kasvoivat ensi kertaa vuosikymmeniin. Nykyisiä aukioloja työryhmä piti perusteltuina myös yrittäjävetoisten erikoiskauppojen toimintaedellytysten turvaamiseksi. Toisaalta työryhmän mukaan vähittäiskaupan kilpailun edistäminen puoltaa aukioloaikojen laajentamista.

On tietenkin mahdollista – ja todennäköistäkin –, että vapaammista aukioloajoista seuraisi vähittäiskaupan keskittyminen suurmyymälöihin, jotka yleensä sijaitsevat asutuskeskusten ulkopuolella. Tämä saattaisi kuitenkin pitemmän päälle heikentää kilpailua. Toisaalta jos julkilausuttuja tavoitteita halutaan ihan oikeasti edistää, niin todennäköisesti tehokkaampia keinoja ohjata myymälöiden sijoittumista ja kokoa olisivat kaavoitus ja kiinteistövero.

OECD (2003) arvioi suorasanaisesti, että Suomessa aukioloaikojen sääntelyn tosiasiallisena tavoitteena on ollut rajoittaa kilpailua ja suojella tiettyjen kauppiasryhmien asemaa ja voittoja. Toinen tärkeä selitys kauppojen aukiolon rajoittamiselle onkin juuri eturyhmien painostus ja suosiminen.

Suomessa kauppojen aukiolon laajentamista on voimakkaimmin kannattanut Päivittäistavarakauppa ry, jonka jäseninä ovat mm. suuret kaupparyhmittymät. Lähes kaikki suurmyymälät

<sup>2</sup> Hallituksen esitys Eduskunnalle laeiksi vähittäiskaupan aukioloajoista ja elinkeinon harjoittamisen oikeudesta annetun lain 3 §:n 23 kohdan kumoamisesta (HE 49/2000).





kuuluvat niille.<sup>3</sup> Järjestön mielestä aukiolon va-pauttaminen parantaisi kaupan asiakaspalvelua, poistaisi nykyisten rajoitusten kilpailulliset eriarvoisuudet, lisäisi kokonaisu-myyntiä, tehostaisi kiinteistöjen käyttöä ja lisäisi kaupan työllisyyttä.

Muita kaupan alan toimijoita aukioloaikojen laajentaminen ei tunnu houkuttelevan. Valtio-neuvoston (2006) selonteon mukaan erikoiskau-poille sunnuntaiaukiolo ei ole ollut kannattavaa muulloin kuin joulunalusviikkoina. Ammattitai-toisen henkilökunnan aiheuttamat sunnuntai-kustannukset ovat korkeat, ja niitä on voitu vält-tää vain pienissä liikkeissä yrittäjäperheen omin voimin. Suomen Yrittäjien kyselyn mukaan kau-pan alan yrittäjistä 72 % haluaa pitää nykyiset ra-joitukset tai tiukentaa niitä. Vain 28 % toivoo ra-joitusten poistamista kokonaan.

Aukioloaikakysymys näyttää jakavan myös kaupan alan työntekijöitä. Monissa maissa teh-dyissä tutkimuksissa enemmistö heistä on vas-tustanut aukiolon laajentamista, etenkin sunnun-taihin. Suomen tuoreimmassa, Nurmelan (2007) ammattiliitto PAMin jäsenille marraskuussa 2007 tekemässä kyselyssä 57 % pitäisi aukioloajat nykyisellään, 30 % rajoittaisi niitä nykyisestä ja 12 %:n mielestä ne voisivat olla täysin vapaat. Val-mius työskennellä sunnuntaina näyttää hieman kasvaneen viime aikoina. Tärkein syy sunnuntai-aukiolon kannatukseen on taloudellinen hyöty, seuraavaksi asioiden hoidon helpottuminen ar-kipäivänä. Ilta-aukioloon suhtaudutaan kieltei-semmin erityisesti turvattomuuden ja hankali-en kulkuyhteyksien takia. Perheelliset vastustavat jyrkästi sunnuntaiaukiolon laajentamista koko vuodeksi.

Myös kauppojen aukioloa käsitelleissä tutki-muksissa (esim. Burda ja Weil 2005) on kiinnitetty huomiota alan työntekijöille koituvaan haittaan,

---

*3 Kesköllä, S-ryhmällä ja Tradekalla on toki myös pienmyy-mälöitä*

Heikki Taimio arvioi, että kansainvälisten tutkimusten perusteella vähittäiskaupan aukioloaikojen laajentamisella on ollut positiivisia työllisyysvaikutuksia, mutta asiaa kannattaisi tutkia myös suomalaisella aineistolla.

## Aukiolosäädökset eivät ole paras mahdollinen keino ohjata myymälöiden sijoittumista.

jos heidät veloitetaan työskentelemään epämukavina aikoina, erityisesti sunnuntaisin. Kaupan aukioloaikojen pidentäminen merkitsee sitä, että työntekijöiden on entistä useammin työskenneltävä sellaisina aikoina, joina heidän läheisensä, ystävänsä ja yleensä muiden ihmisten tapana on viettää vapaa-aikaa. Burda ja Weil (2005) selittävät, että aukioloaikojen rajoitukset ovat keino pyrkiä korjaamaan koordinaatio-ongelma, joka liittyy yhteiseen vapaa-aikaan, kun tämä ei ole markkinoilla kaupattava hyödyke.

Kauppojen vapaampaan aukioloon liittyy myös muita näkökohtia. Naisten työssäkäynnin on todettu olevan silloin yleisempää, joskin on epäselvää, kumpi on syy ja kumpi seuraus. Thum ja Weichenrieder (1997) väittävät, että yhden palkansaajan perheet suosivat rajoituksia, koska ne pitävät hinnat alhaisina ja näillä perheillä on paljon aikaa tehdä ostoksia arkena ja päivällä.<sup>4</sup> Sen sijaan kahden palkansaajan perheet haluaisivat vapauttaa aukioloaikoja ajankäyttösyistä, mikä näyttäisi olevan yhdenmukaista sen kanssa, että naisten työvoimaosuuden nousu lisää kannatusta aukioloaikojen pidentämiselle. Jacobsen ja Kooreman (2005) havaitsivat Alan-komaiden kauppojen aukioloaikojen laajentamisen paitsi muuttaneen ostosten tekohetkiä myös lisänneen ostoksiin käytettyä aikaa. Ostoskeskuksista on tullut vapaa-ajanviettopaikoja.

<sup>4</sup> Tässä ei liene tarkoitettu yksinhuoltajaperheitä.

Kauppojen laajempaa aukioloa tavaan erityisesti turistien suosimilla alueilla, ja yleensäkin sen katsotaan monesti olevan kuluttajien etujen mukaista. Suomessa sunnuntaiaukiolon kannatus on viime aikoina kasvanut kuluttajien keskuudessa. Syyskuussa 2007 tehdyn kyselyn mukaan (Minkkinen 2007) 56 % suomalaisista piti sunnuntaiaukioloa erittäin tai melko tarpeellisena.

Aukioloaikojen laajentaminen hyödyttää erityisesti niitä kuluttajia, jotka pystyvät paremmin ajoittamaan ostonsa teon iltoihin ja viikonloppuihin. Näin on lähinnä työssä käyvillä ja niillä, jotka asuvat kauempana myymälöistä. Lisäksi hyödyn lisäys on suurempi niiden hyödykkeiden kohdalla (esimerkiksi huonekalut), jotka yleensä ostetaan yhdessä kuin niiden hyödykkeiden (esimerkiksi itsehoitotarvikkeet), jotka yleensä ostetaan yksin.

Ei ole kuitenkaan itsestään selvää, että aukioloaikojen vapauttaminen johtaisi niiden pitenemiseen tai kuluttajille optimaaliseen pituuteen. Sekä Wenzelin (2007) että Shyn ja Stenbackan (2006, 2007) malleissa aukioloaikojen vapaa tarjonta on liian alhainen sosiaalisen optimin kannalta. Syy on se, että yksityiset kauppiat eivät sisäistä niitä kustannuksia, joita aiheutuu sellaisille yksittäisille kuluttajille, jotka eivät syystä tai toisesta voi käydä kaupassa itselleen parhaaseen aikaan. Tällöin sosiaalisesti hyödyllinen sääntely ei suinkaan rajoittaisi aukioloaikoja vaan määräisi minimiaukioloajat. Tässä sosiaalisen optimin arvioinnissa sivuutetaan kuitenkin ne kustannukset,

joita koituu kaupan työntekijöille, jotka joutuvat työskentelemään itselleen epämukavina aikoina.

On myös päinvastoin mahdollista, että vapautetuista aukioloajoista muodostuu liian pitkiä kuluttajien hyvinvoinnin kannalta. Ferris (1990, 1991) on väittänyt, että myymälät laajentavat aukioloaan houkutellakseen marginaalikuluttajia, jolloin ne ovat auki pitempään kuin olisi optimaalista keskivertokuluttajan kannalta, ja lisäksi pitempi aukiolo johtaa kustannusten ja hintojen nousuun. Joidenkin kyselytutkimusten mukaan kuluttajien keskuudessa onkin ollut vallalla käsitys, että aukioloaikojen laajentaminen nostaisi hintoja, mikä on ollut heidän perusteensa vastustaa aukioloaikojen laajentamista (Thum ja Weichenrieder 1997; Burda ja Weil 2005). Periaatteessa kauppiat voisivat tehdä sopimuksen aukioloajoista, mutta se olisi liian hankalaa ja kallista lukuun ottamatta kauppakeskuksia.<sup>5</sup> Tehokkaampi ratkaisu on lainsäädäntö, joka määrittelee aukioloaikojen "omistusoikeuden".<sup>6</sup>

Kauppioiden, myymälähenkilöstön ja kuluttaja-asiakkaiden näkökulmat kohtaavat monimutkaisella tavalla kauppojen aukiolokysymyksessä. Vaikka aukioloaikojen vapauttaminen olisikin mahdollista ja useimpien asiakkaiden toiveiden mukaista, ei se välttämättä johtaisi kauppojen tosiasialiseen laajempaan aukioloon tai ainakaan niin laajaan kuin laki sallisi. Vaikka Ruotsissa

<sup>5</sup> Suomessa jotkut kauppakeskukset edellyttävät yhtenäisiä aukioloaikoja kaikilta liiketilojen vuokraajilta. Monet erikoiskaupat eivät kuitenkaan katso voivansa toimia kannattavasti, jos niiltä edellytetään yhtä pitkiä aukioloaikoja kuin on suurmyymälöillä. Toisaalta jos suurmyymälät katsovat hyötyvänsä erikoisliikkeiden pitkästä aukiolosta, niin niiden kannattaisi subventoida tätä. Yksinkertaisinta olisi huomioida kyseinen tarve liiketilojen vuokrissa.

<sup>6</sup> Clemenz (1994) viittaa saksalaiseen ja itävaltalaiseen lakiperusteluun, jossa aukioloaikojen rajoittaminen nähdään tarpeelliseksi estämään taloudellisesti perusteettoman pitkät aukioloajat.

aukiolo oli vapautettu jo vuonna 1972, vuonna 1989 viidennes tavarataloista ja hypermarketeista sekä lähes puolet supermarketeista oli kiinni sunnuntaisin. Kosfeld (2002) viittaa Saksan kokemukseen, että jotkut kauppiat palasivat entisiin aukioloaikoihin niiden vapauttamisen jälkeen. Syynä oli se, että tietyt kustannusrakenteet eivät salli aukioloaikojen koordinoitua asiakkaiden tarpeiden kanssa.

Väitöskirjassaan Kajalo (2002, 133–141) tarkasteli vapauttamisen vaikutuksia Suomen vuoden 1997 aukiolouudistuksen jälkeen tekemällä puhelinkyselyn 500 vähittäiskaupan kauppiaille ja myymäläpäällikölle ja haastatteleamalla kahdeksaa vähittäiskaupan ketjujohtajaa. Kaikki ketjujohtajat katsoivat sunnuntaiaukiolon laajenevan ympärivuotiseksi, mikäli laki sen vain sallisi. Täydellinen aukiolojen sääntelemättömyys johtaisi myös ilta-aukiolon pidentymiseen tunnilla tai parilla ja sunnuntaiaukiolon seuraavan arki-aukiolon pituutta. Yöaukioloon ketjujohtajat eivät uskoneet kuin yksittäisissä myymälöissä. Suomessa näyttäisi siis yhä olevan selvää tilaa kauppojen aukiolon pitenemiselle.

### Aukioloaikojen pidentämisen: kynnysvaikutus

Miten vähittäiskaupan aukioloaikojen pidentäminen vaikuttaa myyntiin ja työllisyyteen? Yksinkertaisin vastaus olisi, ettei se vaikuta mitenkään, koska ei ole mitään syytä olettaa kaupan myynnin muuttuvan – se vain jakaantuu pitemmälle aukioloajalle. Koska työvoimatarve on tiiviissä yhteydessä myynnin volyymiin, ei työllisyyскään muutu.

Työvoimatarve on kuitenkin yhteydessä myynnin ohella myös aukioloaikoihin, koska kaikkina aikoina tarvitaan ainakin yksi työntekijä valvomaan myymälää –

ns. kynnystyövoimavaikutus. Näin ollen aukioloajan pidentäminen lisää työvoiman tarvetta, vaikka myynti ei muuttuisikaan. Isoissa myymälöissä kynnystyövoimaa tarvitaan enemmänkin kuin yhden henkilön verran. Toisaalta jos aukioloajan pidentäminen madaltaa entisiä ruuhkuhuippuja ja tämän seurauksena on mahdollista siirtää työvoimaa ruuhka-ajoista niihin aikoihin, joihin aukioloa on pidentetty, niin työvoimatarve ei välttämättä muutu lainkaan. Joka tapauksessa kynnysvaikutus on vain yksi aukioloaikojen laajentamisen seurauksista.

### Kustannukset, kilpailu ja hinnat

Kauppojen aukiolon pidentämisen vaikutukset hintatasoon voidaan jakaa kustannus- ja kilpailuvaikutuksiin. Yllä mainittu kynnysvaikutus on yksi mahdollinen syy kustannusten nousuun. Kilpailu saattaa johtaa aukiolon pidentämiseen iltoihin ja sunnuntaipäiviin, mikä kohottaa työvoimakustannuksia. Tämä riippuu keskeisesti kustannus- ja markkinarakenteesta sekä siitä, miten paljon kuluttajat preferoivat sunnuntaikaupankäyntiä. Sikäli kuin kauppiat voivat vaikuttaa hintoihin, niin nousseita kokonaiskustannuksista voi seurata hintojen nousua ja sitä kautta myynnin laskua.

Vaikutus kustannuksiin ja hintatasoon on kuitenkin teoriassa epäselvä, koska se riippuu myös pääoman käyttöasteen noususta, joka alentaa kustannuksia. Kapasiteettikustannukset ovat lyhyel-

lä aikavälillä kiinteitä, mutta pitemmän päälle niitä voidaan alentaa, koska huippuaikojen tasoittuminen vähentää kapasiteetin tarvetta. Myös työvoiman käytön uusi jakaantuminen (ruuhkien pienentyessä, pitemmälle ajalle ja helpommin osa-aikatyöntekijöitä hyödyntäen) on omiaan alentamaan kustannuksia ja hintoja.

Ajan mittaan kustannuksia alentavat tekijät saattavat suosia isoja myymälöitä, mikä johtaa kilpailun heikkenemiseen ja sitä kautta hintojen nousuun. Toisaalta hintakilpailu voi myös kiristyä, kun pitemmät aukioloajat lisäävät kuluttajien käytössä olevaa aikaa kaupoissa kiertämiseen ja hintojen vertailuun, joten he voivat ostokäyttäytymisellään painostaa kauppoja alentamaan hintojaan kohti matalinta tasoa. Näin ollen myös kilpailuvaikutus hintoihin on teoreettisesti epäselvä.

Alankomaista on saatu hieman evidenssiä siitä, että sunnuntaiaukiolon salliminen nostaa hintoja, koska työvoimakustannukset ovat korkeammat (Dijkgraaf ja Gradus 2004). Tanguay et al. (1995) ovat huomauttaneet, että aukioloaikojen vapauttaminen mahdollistaa joidenkin kuluttajien siirtymisen pienistä myymälöistä isoihin, mikä nostaa isojen myymälöiden hintoja ja alentaa pienten myymälöiden hintoja. Tanguay et al. (1995) empiiriset tulokset Kanadan aukioloaikojen vapauttamisen vaikutuksista vuonna 1990 viittasivat siihen, että isoissa kaupoissa hinnat nousivat ja ne ylläpitivät laajoja aukioloaikoja. Isojen myymälöiden hintojen nousun takana näytti

**Kauppojen aukiolon vapauttaminen ei välttämättä johda niiden laajempaan aukioloon.**

## Aukioloaikojen piteneminen näyttää johtavan hintojen pieneen nousuun.

olleen kysynnän kasvu eikä niinkään kustannusten nousu. Eräissä muissa empiirisissä tutkimuksissa (Burda ja Weil 2005; Skuterud 2005) hintojen nousu on ollut samaa 1-5 prosentin luokkaa. Ruotsalaisessa empiirisessä tutkimuksessa (SOU 1991) 10 %:n laajennus aukioloaikoihin kuitenkin alensi hintoja 0,3 %.

Myös aukioloaikojen vapauttamiseen liittyvää kustannusten alenemista on tarkasteltu useissa tutkimuksissa. Kaupat voivat palkata nuoria ja osa-aikaisia, joiden palkat ovat alempia (Bernardt 1997). Ainakin Isossa-Britanniassa ja Kanadassa näin on tehty huomattavassa määrin. Tanguay et al. (1995) viittaavat Quebecissa haastattelemiinsa ruokakaupan johtajiin, joiden mukaan aukioloaikojen vapauttamisen ansiosta voitiin siirtää työvoimaa muilta viikonpäiviltä sunnuntaille ja rekrytoida osa-aikaisesti työskenteleviä opiskelijoita matalammilla palkoilla. Nämä johtajat olivat jopa sitä mieltä, että tulisi kalliimmaksi sulkea sunnuntaisin. Sunnuntaiaukiolo alentaa pääomakuluja ja varastointikustannuksia. Kajalon (2002, 175) haastattelu-tutkimuksessa tuli ilmi yrittäjävetoisten kauppojen omistajien työskentely epä-mukavina aikoina ja lisäksi se, että monet myymälät rajoittavat henkilöstön työtehtävät minimiin kalleimpina ilta- ja sunnuntaitunteina.

### Myyntivaikutus

Normaalisti kaupan myynti kasvaa asiakkaiden määrän ja ostovoiman myötä. Myös laajemmat aukioloaikoajat ja/tai

tungoksen väheneminen voivat lisätä myyntiä. Myynti voi kasvaa, kun asiakkaat lisäävät kulutustaan tai korvaavat muuta kulutustaan (esimerkiksi ravitsemusliikkeissä) kauppaostoksilla tai kun pidemmät aukioloajat houkuttelevat turisteja ja (etenkin rajaseuduilla) naapurimaista tulevia asiakkaita. Jos aukioloajan pidentäminen alentaa hintoja, niin myös asiakkaiden ostovoima kohoaa.

Eri maissa tehdyissä empiirisissä tutkimuksissa (esim. SOU 1991; Bernardt 1997; Productivity Commission 1999) on saatu pieni, korkeintaan muutaman prosentin suuruinen myyntivaikutus. Se näyttäisi olevan suurempi isoissa myymälöissä kuin pienissä. Myös myynnin rakenne voi muuttua.

### Tuottavuusvaikutus

Myyntin ja työpanoksen välistä suhdetta kutsutaan usein kaupan alan työn tuottavuudeksi.<sup>7</sup> Aukioloaikojen säätelyn on yleensä katsottu vaikuttavan haitallisesti kaupan alan työn tuottavuuteen. Säätely voi vähentää kaupan myyntiä ja/tai suosia pienmyymälöitä, jotka ovat tuottavuuden kannalta liian pieniä (esim. Pohjola 2007). Kaupan myynnin painopisteen siirtyminen suurmyymälöihin kohottaisi työn tuottavuutta.

Jos normaaliin tapaan työn rajatuotos

<sup>7</sup> Tässä ei ole kyse oikeasta tuottavuuden käsitteestä, joka olisi kaupan arvonlisäyksen ja työpanoksen välinen suhde.

on vähenevä, niin työpanoksen peräkkäiset yhtä suuret lisäykset (vast. vähennykset) johtavat yhä pienempiin myynnin lisäyksiin (vast. yhä suurempiin myynnin laskuihin). Tällöin jos aukioloaikojen pidentäminen tasoittaa ruuhka-aiempia, niin seurauksena on negatiivinen tuottavuusvaikutus: ruuhka-aiempujen korkea työn tuottavuus häviää, ja matalamman myynnin aikojen alhainen työn tuottavuus valtaa alaa. Annetulla myyntimäärällä työpanoksen kysyntä on silloin suurempi. Burda ja Weil (2005) saivat Yhdysvaltain aineistolla ja Skuterud (2005) Kanadan aineistolla negatiivisen tuottavuusvaikutuksen. Ruotsalaisessa empiirisessä tutkimuksessa (SOU 1991) saatiin kuitenkin positiivinen tuottavuusvaikutus.

Sunnuntaiaukiolo tehostaa myymälätilojen ja muun pääoman käyttöä, ja on mahdollista, että optimaalinen myymäläkoko pienenee, kun ruuhka-ajat helpottavat. Jos nämä kustannussäästöt ylittävät sunnuntaiaukiolon kustannuslisäyksen, niin kauppiaat kokevat kannattavaksi lisätä sunnuntaiaukioloa, vaikka heidän tulonsa eivät kasvaisikaan.

### Työllisyysvaikutukset

Edellä on jo mainittu useita eri kanavia, joiden kautta kaupan aukioloaikojen laajentaminen saattaisi vaikuttaa työllisyyteen. Kansainvälisiä empiirisistä tutkimustuloksista työllisyysvaikutuksista on melko vähän. Pääosin ne viittaavat työpaikkojen vähäiseen, alle kahden prosentin lisääntymiseen (Productivity Commission 1999; SOU 1991; Burda ja Weil 2005). Goosin (2005) saamat työllisyysvaikutukset Yhdysvaltain aineistosta olivat jonkin verran suurempia, 3,5–6,0 prosentin luokkaa.

Skuterudin (2005) Kanadan provinssien vertailuaineistoa hyödyntävä tut-

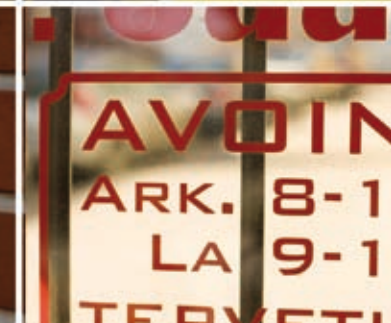
kimus on tähänastisista perusteellisin erityisesti työllisyysvaikutusten osalta. Tästä näkökulmasta on hieman hämmäntävää, että siinä sunnuntaiavuiolon vapauttamisen työllisyysvaikutukset olivat kaikkein suurimmat (4–12 prosentin luokkaa mallista riippuen), mutta niihin liittyy edelleen suurta epävarmuutta. Tulosten tulkinnanvaraisuus johtuu osittain aineisto-ongelmista.

Skuterudin (2005) tutkimuksessa keskimääräisten viikoittaisten työtuntien pysyvä lisäys oli 2–4 %. Tämän täytyi merkitä sitä, että vanhat tai uudet työntekijät lisäsivät viikoittaista työaikaansa tehdäkseen sunnuntai- vuoroja. Jos sunnuntai-työt olisi teetetty osa-aikaisilla työntekijöillä, niin keskimääräiset viikoittaiset työtunnit olisivat vähentyneet. Työllisyys- ja työtuntivaikutukset olivat suurempia isoissa myymälöissä. Pienemmissä kaupoissa ilmeisesti omistajat tekivät paljon sunnuntaityötä.

Yksi keskeisempiä kysymyksiä aukioloaikojen vapauttamisessa onkin sen vaikutus osa-aikaisten työntekijöiden määrään ja heidän osuuteensa kaupan työvoimasta. Osa-aikaisten työntekijöiden aiheuttamat kustannukset voivat olla pienempiä, mikä selittää heidän käyttönsä lisääntymistä. Suomessa aukioloaikojen laajentaminen näyttääkin lisänneen osa-aikaisten käyttöä kaupan alalla (Kauhanen 2003, 89).

#### Johtopäätöksiä

Kauppojen aukioloaikojen pidentämisen vaikutukset myynnin volyyymiin näyttävät kansainvälisten tutkimusten valossa sekä



teoreettisesti että empiirisesti positiivisilta, ja tämä vaikutus on voimakkain suurmyymälöissä. Vaikutukset hintoihin ja työllisyyteen ovat teoreettisesti epäselviä, mutta useimmat empiiriset tutkimukset viittaavat siihen, että ne ovat positiivisia, varsinkin työllisyyden osalta. Kaikkein tuoreimmissa ja perusteellisimmissä tutkimuksissa Yhdysvaltain ja Kanadan aineistoilla työllisyysvaikutukset olivat melko voimakkaita.

Ei ole kuitenkaan selvää, miten pitkälle suomalaisessa keskustelussa voidaan nojautua ulkomaisiin tutkimustuloksiin. Tässä ei ole kysymys vain siitä, että ulkomaiset(kin) tutkijat ovat joutuneet käyttämään osin karkeita malleja ja tilastoaineistoja. Kaupan alan tilanne mm. kilpailun ja työvoimakustannusten rakenteen osalta on meillä siinä määrin erilainen, että suoria yleistyksiä tšekäläisiin oloihin on vaikea tehdä. Suomessa vuosien 1994, 1997 ja 2001 uudistusten keskeistä sisältöä ja niiden tilastollista seurantaan tulisi selvittää tarkemmin ja arvioida, voisivatko ne tarjota mahdollisuuden tehdä tarkempia analyysejä kaupan aukiolon laajentamisen työllisyysvaikutuksista myös Suomessa.

Harkittaessa vähittäiskaupan aukioloaikojen laajentamista olisi sovitettava yhteen vastakkaisia etuja. Erityisesti olisi huomioitava se, että osa kaupoista (etenkin erikoisliikkeistä) ei katso laajentamista itselleen kannattavaksi, ja että osa henkilöstöstä ei halua työskennellä sunnuntaisin eikä ehkä iltaisinkaan kovin myöhään. Rahalliset korvaukset eivät välttämättä tyydytä kaikkia. Velvoittamista sunnuntaiaukioloon ja –työskentelyyn voitaisiin välttää niin myymälätilojen vuokrasopimuksissa kuin työsopimuksissakin. Vaikutuksia kaupan alan rakenteeseen, kilpailuun ja laajemmin kestävään kehitykseen voidaan ohjata muulla tavoin kuin rajoittamalla aukioloaikoja. ■

## KIRJALLISUUS

Bernardt, Y. (1997), Economic Effects of Liberalizing Shop Opening Hours in the Netherlands, CPB Report 97/4. [http://www.cpb.nl/nl/pub/cpbreeksen/cpbreport/1997\\_4/s2\\_2.pdf](http://www.cpb.nl/nl/pub/cpbreeksen/cpbreport/1997_4/s2_2.pdf)

Burda, M. & Weil, P. (2005), Blue Laws, Mimeo. [http://www.awi.uni-heidelberg.de/with2/seminar/SS06\\_Abstract\\_Papers/BurdaWeilOct2005.pdf](http://www.awi.uni-heidelberg.de/with2/seminar/SS06_Abstract_Papers/BurdaWeilOct2005.pdf)

Clemenz, G. (1994), Competition via Shopping Hours: a Case for Regulation?, Journal of Institutional and Theoretical Economics, 150, 625–641.

Dijkgraaf, E. & Gradus, R.H.J.M. (2004), Explaining Sunday Shop Policies, Erasmus University Rotterdam, OCFEB Research Memorandum 0402.

(2007) De Economist, 155, 207–219. <http://media.seor.nl/publications/explaining-sunday-shop-policies.pdf>

Ferris, J.S. (1990), Time, Space, and Shopping: The Regulation of Shopping Hours, Journal of Law, Economics, and Organization, 6, 171–187.

Ferris, J.S. (1991) On the Economics of Regulated Early Closing Hours: Some Evidence from Canada, Applied Economics, 23, 1393–1400.

Goos, M. (2005), Sinking the Blues: the Impact of Shop Closing Hours on Labor and Product Markets, London School of Economics, Centre for Economic Performance, Discussion Paper No. 664. <http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp0664.pdf>

Jacobsen, J.P. & Kooreman, P. (2005), Timing Constraints and the Allocation of Time: The Effects of Changing Shopping Hours Regulations in The Netherlands, European Economic Review, 49, 9–27.

Kajalo, S. (2002), Deregulation of Retail Hours in Finland: Historical and Empirical Perspectives. Helsinki School of Economics, Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis, Publication A–210, Helsinki: Helsinki School of Economics.

Kauhanen, M. (2003), Osa-aikatyö palvelu-aloilla, Palkansaajien tutkimuslaitos, Tutkimuksia 88.

Kaupan ja kilpailun työryhmä (2007), Kaupan ja kilpailun työryhmän raportti, Ympäristöministeriön raportteja 26/2007. <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=78663&lan=fi>

Kosfeld, M. (2002), Why Shops Close Again: An Evolutionary Perspective on the Deregulation of Shopping Hours, European Economic Review, 46, 51–72.

Minkkinen, P. (2007), Kauppojen aukioloaikatu- tutkimus, Päivittäistavara-kauppa ry, moniste.

Nurmela, S. (2007), Tutkimus sunnuntaityöstä ja kauppojen aukiolaojoista, TNS Gallup Oy.

OECD (2003), Regulatory Reform in Finland <http://www.oecd.org/dataoecd/49/38/15360244.pdf>

Pohjola, M. (2007), Kauppa tuottavuuden ja talouskasvun lähteenä, Kansantaloudellinen aikakauskirja, 103, 319–339.

Price, J. & Yandle, B. (1987), Labor Markets and Sunday Closing Laws, Journal of Labor Research, 8, 407–414.

Productivity Commission (1999), Impact of Competition Policy Reforms on Rural and Regional Australia, Report No. 8, AusInfo, Canberra. [http://www.pc.gov.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0003/32439/compol.pdf](http://www.pc.gov.au/_data/assets/pdf_file/0003/32439/compol.pdf)

Shy, O. & Stenbacka, R. (2006), Service Hours with Asymmetric Distributions of Ideal Service Time, International Journal of Industrial Organization, 24, 763–771. <http://www.shh.fi/~stenback/shy-stenpaper.pdf>

Shy, O. & Stenbacka, R. (2007), Price Competition, Business Hours, and Shopping Time Flexibility, manuscript. Economic Journal (forthcoming). <http://www.shh.fi/~stenback/hours65.pdf>

Skuterud, M. (2005), The Impact of Sunday Shopping on Employment and Hours of Work in the Retail Industry: Evidence from Canada, European Economic Review, 49, 1953–1978. On kopio.

SOU (1991), Affärstiderna, Betänkande av 1989 års affärstidsutredning, Statens offentliga utredningar 1991:10, Civildepartementet, Stockholm 1991.

Suomen kestävä kehityksen toimikunta (2006), Kohti kestäviä valintoja. Kansallisen ja globaalisti kestävä Suomi. Kansallinen kestävä kehityksen strategia. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 5/2006. <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=53983&lan=fi>

Taimio, H. (2008), Kauppojen aukiolon laajentamisen työllisyysvaikutukset, Helsinki: PAM.

Tanguay, G.A. & Vallée, L. & Lanoie, P. (1995), Shopping Hours and Price Levels in the Retailing Industry: A Theoretical and Empirical Analysis, Economic Inquiry, 33, 516–24.

Thum, M. & Weichenrieder, A. (1997), 'Dinkies' and Housewives. The Regulation of Shopping Hours, Kyklos, 50, 539–559.

Valtioneuvosto (2006), Vähittäiskaupan kehitys. Valtioneuvoston selonteko vähittäiskaupan rakenteesta, muutoksista ja kauppa koskevista erityiskysymyksistä 20.4.2006.

Wenzel, T. (2007), Liberalization of Opening Hours with Free Entry, Ruhr Graduate School in Economics, Ruhr Economic Papers 13. [http://www.rwi-essen.de/pls/portal30/docs/FOLDER/PUBLIKATIONEN/RUHRECPAP/REP013/REP\\_07\\_013.PDF](http://www.rwi-essen.de/pls/portal30/docs/FOLDER/PUBLIKATIONEN/RUHRECPAP/REP013/REP_07_013.PDF)