



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

BIOMASSAN VIENTI KANADASTA KIINAAN

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalous
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Syksy 2012
Anu Järvinen

Lahden ammattikorkeakoulu
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma

JÄRVINEN, ANU:

Biomassan vienti Kanadasta Kiinaan

Kansainvälisen kaupan opinnäytetyö, 44 sivua

Syksy 2012

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoite on tarkastella Kiinaa potentiaalisena vientimaana kanadalaisille biomassatuotteille. Kanadassa on paljon metsäalueita ja tästä syystä myös sahateollisuutta on runsaasti. Sahoilta jää paljon ylimääräistä puuta, jota kutsutaan biomassaksi. Biomassasta voidaan tehdä esimerkiksi pellettejä, jotka ovat ekologinen energiamuoto.

Opinnäytetyön teoriaosuus on jaettu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa käsitellään yrityksen kansainvälisyyttä yleisesti ja käsitellään kansainvälistymisen eri muotoja, ja toisessa osassa puolestaan perehdytään tiedon hankintaan, eli miten ja mistä vientiä aloitteleva yritys voi hakea tietoa ja miten hyödyntää sitä. Tiedon hankinnan apuvälineinä on tarkasteltu muun muassa PESTEL- ja SWOT-analyysyjä. Näitä analyysyjä on myöhemmin hyödynnetty työn empiriaosuudessa tutkittaessa Kiinaa kohdemaana. Empiriaosuus on tehty kirjoituspöytätyönä, ja siinä on käytetty niin kirjallisia kuin verkkolähteitäkin.

Kiina on kohdemaana hyvin haastava, mutta täynnä mahdollisuuksia. Kiinan valtava koko tuottaa jonkin verran haasteita vientiä suunniteltaessa, joten työssä onkin pääasiallisesti keskitytty tarkastelemaan Kiinan itärannikkoa, jossa sijaitsevat väkiluvultaan suurimmat kaupungit.

Kiina on sijaintinsa puolesta potentiaalinen vientimaa Kanadan länsirannikon provinseille, mutta viennin haasteita lisää muun muassa maan hankala ja monimutkainen byrokratia. Vientiä suunniteltaessa olisikin hyvä saada mukaan paikallinen henkilö neuvomaan ja auttamaan kielen ja toimintatapojen suhteen. Kiinassa hiilenpolto on yleisin energiamuoto ja tästä syystä myös saasteet ja hiilidioksidipäästöt ovat valtava ongelma maassa. Hiilenpolto on energiamuotona niin yksityisillä ihmisillä talon lämmityksessä käytössä, kuin myös isoilla yrityksillä ja tehtaillakin. Pellettien avulla hiilet voitaisiin korvata ja saataisiin myös hiilidioksidipäästöt tippumaan merkittävästi.

Asiasanat: Biomassa, markkinakartoitus, Kiina,

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in International Trade

JÄRVINEN, ANU:

Exporting biomass from Canada to China

Bachelor's Thesis in International Trade 44 pages

Autumn 2012

ABSTRACT

The aim of this thesis is to survey China as a potential trade partner for Canadian biomass products. Canada's large land mass provides it with a large forestry industry which in turn has given Canada a well-developed sawmill industry. These sawmills produce a large amount of sawdust which can be used as low cost energy in the form of biomass pellets.

The theoretical section of the thesis consists of two parts. The first section generally focuses on the company's internationalization and its different forms. The second part describes data acquisition; how and what kind of data companies can find as well as where before going on to internationalize. Both PESTEL- and SWOT-analyses are viewed in relation to data acquisition. These analyses have been later used in the empirical section of the study where China is surveyed as the target country. The empirical section is conducted using desk research methods, the main source of which has been both internet resources and written material.

As a target country China proves to be very challenging. However, it was chosen as a target country as it possesses many opportunities. The size and population of the country create many challenges when planning for exports; therefore this thesis will focus mostly on market research from the east coast, where most of China's major cities are located.

The location of China is very strategically profitable for the western provinces of Canada. However, there are a lot of obstacles to consider when exporting. For example the bureaucratic system of the country makes it challenging when considering exporting to the country. When planning to export from Western Canada to China, it would be important to have someone within the organization who has extensive knowledge of China's trading practices and regulations as well as those of its trading partners. Burning coal, in China is the most common source of energy. Therefore there is a tremendous problem with pollution and carbon dioxide discharges. Burning coal is being used as a source of energy in private homes and big industries as well as many factories. By using the pellets, biomass could replace much of the coal burned and significantly reduce carbon dioxide discharges.

Key words: Biomass, market research, China

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tausta	1
1.2	Tavoitteet ja rajaus	1
1.3	Tutkimusmenetelmät ja niiden toteutus	2
1.4	Opinnäytetyön rakenne	2
2	YRITYKSEN KANSAINVÄLISTYMINEN	4
2.1	Kansainvälistymisen keinot	4
2.2	Miksi kansainvälistyä?	4
2.3	Toimintamallit	5
2.4	Vienti kansainvälistymisen välineenä	6
2.5	Viennin eri muodot	7
3	TIEDON HANKINTA	9
3.1	Tiedonhankinnan rajaus	9
3.2	Yritysanalyysi	10
3.3	Kohdemaan valinta tiedonhankinnan apuvälineenä	10
3.4	Kohdemaan asiakkaiden analysointi	11
3.5	Kohdemaan markkinakartoitus	11
3.6	PESTEL-analyysi	12
3.7	SWOT-analyysi	15
3.8	Tietojen hyödyntäminen	16
4	BIOMASSA KANADASSA	17
4.1	Metsäteollisuus Kanadassa ja British Columbiassa	17
4.2	Biomassa	19
4.2.1	Polttamiseen käytettävät tuotteet ja niiden lämpöarvot	20
4.3	Tämän hetkiset pellettien viejärytykset	21
5	VIENTI KIINAAN	23
5.1	Yleistä Kiinasta	23
5.2	PESTEL-analyysi	24
5.2.1	Poliittinen toimintaympäristö	24
5.2.2	Taloudellinen toimintaympäristö	25
5.2.3	Sosiokulttuurinen toimintaympäristö	26
5.2.4	Teknologinen toimintaympäristö	27

5.2.5	Ekologinen toimintaympäristö	28
5.2.6	Juridinen toimintaympäristö	29
5.2.7	Pestel-analyysin pääkohdat	30
5.3	Kiinan metsäteollisuus	31
5.4	Kilpailu	31
5.4.1	Hiilituotanto	32
5.4.2	Ydinvoimat	33
5.5	Asiakasanalyysi	33
6	VIENNIN EDELLYTYKSET	35
6.1	Sijainti	35
6.2	Pellettien kysyntä	36
6.3	SWOT-analyysi	37
7	YHTEENVETO	38
	LÄHTEET	40

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön tausta

Kanadan pinta-alasta lähes puolet on metsää ja puuteollisuudella on valtava osuus kanadalaisessa liiketoiminnassa. Kanadassa ei kuitenkaan osata hyödyntää puuteollisuudelta ylijäävää biomassaa eli puita, haketta tai puruja, joita sahauksessa syntyy. Ylijäämä jätetään sahojen pihuille odottamaan maatumista, vaikka siitä voitaisiin valmistaa useita eri lämmitykseen käytettäviä ja energiatehokkaita tuotteita, kuten esimerkiksi pellettejä tai brikettejä.

Biomassatuotteita voidaan valmistaa monista eri uusiutuvista luonnon lähteistä. Tässä työssä biomassalla tarkoitetaan metsäteollisuudesta jäävän biomassan hyötykäyttöä ja siitä valmistettuja tuotteita. Työssä vertaillaan eri biomassatuotteiden sekä hiilen ja puuhalkojen energiatehokkuutta. Viennin vertailupohjana käytetään pelkäästään pellettejä, jotta työn luettavuus ja sujuvuus säilyisivät.

Opinnäytetyön tekijän tietämystä vahvistaa se, että hän suoritti työharjoittelun keväällä 2012 yritys X:ssä, joka on kemian alan tuonti- ja jälleenmyyntiyritys Kanadan British Columbiassa. Yritys X:n omistajalla on lähes 30 vuoden kokemus Kiinan ja Kanadan välisestä kaupankäynnistä ja nyt hän haluaisi aloittaa biomassatuotteiden valmistuksen vientiä varten. Tekijän työharjoittelun tehtäviin kuului muun muassa tämän biomassaprojektin vetäminen sekä tiedonkeräys projektia varten. Opinnäytetyön idea perustuu tähän liiketoimintaideaan ja sitä varten kerättyihin tietoihin.

1.2 Tavoitteet ja rajaus

Tässä tutkimuksessa selvitetään markkinakartoituksen avulla pellettien mahdollisia vientipotentiaaleja Kiinaan. Pohditaan viennin etuja ja haittoja sekä tulevaisuuden näkymiä. Markkinakartoituksen apuna käytetään PESTEL- ja SWOT-analyyssejä. Ekologisuudella on suuri osuus tässä työssä, sillä se on valtava kilpailuetu biomassan myynnissä. Työssä pyritään antamaan näkökulmia ja

löytämään tärkeitä syitä, miksi tai miksi ei kansainvälistymistä Kiinaan kannattaisi harkita.

Koska Kanada on pinta-alaltaan suuri, on pellettien valmistus rajattu vain pieneen osaan yhteen Kanadan osavaltioista. Tämän avulla voidaan tarkastella alueen puulajikkeita ja puuteollisuudelta jäävän biomassan määrää. Rajauksen perustana käytetään yrityksen X:n omistajan suunnitelmia ja alueita.

Vaikka Kiina on pinta-alaltaan hieman pienempi kuin Kanada, on siellä asukkaita kuitenkin 40 kertaa enemmän. Tästä syystä myös Kiinan markkinakartoituksen tutkimusalue on rajattu Kiinan itärannikolle, jossa sijaitsevat Kiinan suurimmat kaupungit ja näin ollen eniten potentiaalisia asiakkaita. Työssä tutkitaan hyvin pintapuolisesti Kiinan markkinoita, sillä laajempaa selvitystä varten tutkimuksia olisi tehtävä useita, ja niihin tulisi perehtyä monista eri näkökulmista.

1.3 Tutkimusmenetelmät ja niiden toteutus

Opinnäytetyön teoriaosassa on käytetty lähteinä alaa koskevaa kirjallisuutta sekä yhtä verkkolähdettä. Kirjallisuudessa on sekä kotimaisia että ulkomaisia lähteitä työn kansainvälisyyden takia. Vaikka monet lähteistä viestiä koskien onkin tehty suomalaisten näkökulmasta, on niissä silti paljon yleispäteviä asioita ja ohjeita, joita on voitu hyödyntää tässä työssä.

Opinnäytetyössä käytetty menetelmä on kvalitatiivinen eli laadullinen ja sen tutkimusosio on suoritettu kirjoituspöytätyönä, toisin sanoen saatu tieto on sekundääristä. Yleistietoa Kiinasta on kerätty internetin lisäksi haastatteleamalla suullisesti saha-alalla työskentelevää henkilöä. Empiriaosuuden tietoa on kerätty ajankohtaisista internet-artikkeleista sekä muilta alaa koskevilta internet-sivuilta ja muutamista kirjallisista julkaisuista.

1.4 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö koostuu seitsemästä pääluvusta sekä alaluvuista. Ensimmäinen pääluku on johdanto, ja sen avulla on kerrottu opinnäytetyön tarkoituksesta, tavoitteesta, rajauksesta ja rakenteesta.

Työ on jaettu teoriaosuuteen ja empiriaosuuteen. Teoriaosuus on jaettu kahteen eri pääluokkaan, jossa ensimmäisessä käsitellään yleisesti yrityksen kansainvälistymistä. Selvitetään syitä kansainvälistymiselle ja sen eri muotoja sekä toimintamalleja. Teoriaosuuden toisessa pääluvussa puolestaan perehdytään kansainvälistymisen tiedonhankintaan, miten ja mistä sitä on saatavilla ja miten saatu tieto tulisi hyödyntää.

Pääluvussa neljä, joka on empiriaosuuden ensimmäinen luku, tutkitaan Kanadan provinssin British Columbian metsiä ja metsäteollisuutta tarkemmin. Selvitetään kuinka paljon ja minkälaista biomassaa British Columbian sahoilta jää. Luvussa neljä käsitellään myös pohjoisamerikkalaiset kilpailijat ja heidän vientikohdemaansa.

Pääluku viisi puolestaan pureutuu havainnoimaan vientiä Kiinaan, perehdytään Kiinan valtioon PESTEL-analyysin avulla. Nähdään, mitkä ovat hankalia osa-alueita suunniteltaessa vientiä Kiinaan ja mitä asioita kannattaa ottaa huomioon tuotetta hyödyntäessä. Pyritään myös tekemään pintapuolista asiakasanalyysiä, jonka avulla saadaan selville, kuinka monia ja millaisia potentiaalisia asiakkaita Kiinan itärannikon kaupungeissa on.

Pääluku kuusi käsittelee viennin edellytyksiä. Niitä on poimittu ja havainnoitu pääluvusta viisi, ja niistä olennaisimmat seikat on tiivistetty pääluokkaan kuusi. Pääluvussa on myös SWOT-analyysi, jonka avulla tarkastellaan tulevaisuuden uhkia ja mahdollisuuksia sekä käsitellään vahvuuksia ja heikkouksia pellettien vientiä koskien.

Viimeisessä pääluvussa eli pääluvussa seitsemän on yhteenveto, jossa tarkastellaan ja analysoidaan työn luotettavuutta ja oikeellisuutta. Saiko työllä vastauksia haluttuihin kysymyksiin ja ongelmiin, ja onko työstä mahdollista tehdä jatkotutkimuksia.

2 YRITYKSEN KANSAINVÄLISTYMINEN

Tässä luvussa tarkastellaan yrityksen kansainvälistymistä yleiseltä tasolta, pohditaan syitä ja toimintatapoja yrityksen kansainvälistymiseen. Luvun lopussa tutkitaan vientiä kansainvälistymisen välineenä.

2.1 Kansainvälistymisen keinot

Kansainvälistymisellä tarkoitetaan mitä tahansa liiketoimintaa ulkomaisten yritysten tai asiakkaiden kanssa. Yleensä kansainvälistyminen alkaa viennillä ja jatkuu siitä omana myyntikonttorina ulkomailla, lisenssien myynnillä ja suurimpana tietysti oman tuotantolaitoksen perustamisena ulkomaille. (Vaarnas & Virtanen 2001, 31.) Kansainvälistyminen on osa yrityksen kasvua ja sillä tarkoitetaan pitkäjänteistä, suunnitelmallista ja strategista toimintaa, jossa yrityksen päätöksiä ja toimintatapoja sopeutetaan toimintaympäristön vaatimalle tasolle. (Vahvaselkä 2009, 17 - 18.)

Koska kansainvälistyminen kattaa nykyään koko maapallon, eikä ole pelkästään rajattua alueittain, voidaankin sitä jo kutsua oikeammin globalisoitumiseksi. Maailman markkinat muuttuvat yhtenäisemmiksi ja yhä useammat liiketoiminnat kansainvälistyvät huimaa vauhtia. Yritykset tulevat yhä enemmän riippuvaisemmiksi maailmanmarkkinoilla vallitsevista oloista. (Äijö 2008, 19 - 20.)

2.2 Miksi kansainvälistyä?

Kansainvälistymisen suunnittelu voi alkaa yrityksessä monista eri syistä. Kotimaan markkinat eivät riitä enää yritykselle tai markkinoiden kasvu hidastuu. Syynä voi myös olla kotimaisen asiakkaan toiminnan laajentaminen ulkomaille, ulkomailta tuleva tilaus, kysely tai yhteistyötarjous. Tämän kaltaiset tilanteet pakottavat yrityksen nopeisiin päätöksiin. Tartutaanko tilaisuuteen nopealla aikavälillä vai odotetaanko, sitä varten kerätään lisää tietoa ja luodaan tarkat suunnitelmat ennen kansainvälistymistä. (Äijö 2008, 25.)

Kansainvälistyminen tarjoaa yritykselle mahdollisuuden laajentaa toimintaansa uusille markkinoille. Parhaassa tapauksessa laajentuvat markkinat mahdollistavat uudet ja ehkäpä kannattavammat markkinat, tekevät yrityksestä kilpailukykyisemmän ja tarjoavat yritykselle uusia tuoteideoita. Yrityksen johdolla on suuri vaikutus kansainvälistymisen onnistumiseen. Millä tavoin yritys reagoi globalisoitumiseen, onko se valmis ottamaan riskejä ja lisäämään resurssejaan. Yrityksen johdon on oltava selvillä toimintatapojensa luonteesta osana kansainvälistymistä. (Hollensen 2004, 3 - 4.)

2.3 Toimintamallit

Kun yritys alkaa suunnitella kansainvälistymistä, on sen tiedostettava ja omaksuttava eri toimintamalli kuin se, miten kotimaassa on toimittu. Yrityksen on tiedostettava omat voimavaransa, haasteet kohdemaissa sekä luotava realistinen tavoite. Kansainvälisen vientitoiminnan suunnitelma kannattaa tehdä hyvin ja huolehtia siitä, että on otettu huomioon kaikki olennainen. (Selin 2004, 15.)

Kansainvälistyminen vaatii yritykseltä ja sen työntekijöiltä paljon. Työntekijöillä olisi oltava hyvä kielitaito, jotta kommunikaatio kohdemaan kanssa sujuisi ongelmitta ja ilman väärinkäsityksiä. Tämän lisäksi sosiaaliset taidot ja kyky ymmärtää erilaisia kulttuureja ja toimintatapoja on kansainvälisissä tehtävissä olevalle työntekijälle välttämättömyys. Työskentelytavat ja -mallit on mukautettava kohdemaahan sopivaksi, eikä niin, että kohdemaan yhteistyökumppanit ja asiakkaat joutuvat sopeutumaan yrityksen tapoihin. (Vahvaselkä 2009, 16 - 18.)

Yritystoiminnassa ympäristö muuttuu jatkuvasti ja informaatioteknologian kehittyessä yritysten on oltava jatkuvasti ajan tasalla sekä kyettävä muuttamaan toimintamallejaan tarpeen vaatiessa. (Äijö 2008, 20.) Asiakkaiden motiivit tuotteen hankinnasta vaihtelevat suuresti kohdemaasta riippuen, ja olisikin tärkeää pystyä sisäistämään kohdemaan asiakkaiden toimintatavat ja motiivit ennen markkinoille tunkeutumista. (Burns & Snyder 2010, 146 - 147.)

Koska myös operointiala kasvaa, kasvavat myös tiedon määrä-, laatu- ja tarkkuusvaatimuksetkin (Vaarnas & Virtanen 2001, 31). Mitä enemmän yrityksellä

on tietoa kohdemaasta ja sen markkinoista, sitä varmemmin se tulee menestymään kohdemaassa. Hyvällä ja perusteellisella markkinaselvityksellä voidaan välttää tappiot ja säästää aikaa sekä rahaa. Vientitoiminnan kehittyessä markkinoita on edelleen seurattava ja tarkkailtava mahdollisia muutoksia, jotka voivat vaikuttaa vientiin. Markkinaselvitys on oleellinen osa vientisuunnitelmaa ja jatkossa se toimii hyvänä tukena ja osana vientitoimintoja. (Selin 2004, 32 - 33.)

Kansainvälisten markkinoiden perusteellinen tutkiminen voi lisätä myös kotimaisten markkinoiden ymmärtämystä ja parantaa kilpailuasemia kotimaassakin.

Globalisaation myötä asiakkaiden tarpeet pystytään helpommin tiedostamaan ja rajaamaan asuinalueiden mukaan. Kohdemaan markkinakartoituksen myötä yritys pyrkii vähentämään epävarmuustekijöitä ja lisäämään tietoa eri kulutustottumuksista. Kulutustottumuksiin vaikuttaa suuresti sosiaaliset-, uskonnolliset- ja muut kulttuuriset tekijät ja arvot. (Chisnall 2005, 425 - 129.)

2.4 Vienti kansainvälistymisen välineenä

Vientiä kannattaa käyttää silloin, kun vaativammat kansainvälistymisen muodot eivät ole realistisia yrityksen kannalta. Yrityksellä saattaa olla esimerkiksi pienet henkilöstö- tai taloudelliset resurssit. Tuote saattaa olla myös sesonkiluonteinen, jolloin sen tarve kohdemaassa ei ole jatkuvaa. Myös kohdemaan valinta vaikuttaa kansainvälistymistapaan. Vienti on varmin valinta, kun kohdemaassa on pieni tai se sijaitsee kaukana, tai kun kohdemaassa ei pystytä valmistamaan tuotetta esimerkiksi raaka-aineiden puutteen takia. (Äijö 2008, 188 - 189.)

Vientiä suunniteltaessa on hyvä selvittää ja arvioida oman yrityksen näkökulmasta mm. seuraavia seikkoja:

- Miten tuote eroaa muista jo markkinoilla olevista tuotteista?
- Millaista hyötyä tuotteesta on asiakkaan näkökulmasta?
- Onko tuote hinnaltaan kilpailukykyinen?
- Onko kohdemaassa eri määräyksiä tai rajoituksia tuotetta koskien?

(Selin 2004, 20.)

2.5 Viennin eri muodot

Yrityksille on tarjolla useita eri vientitapoja ja yrityksen kannattaakin miettiä tarkkaan, mikä tapa olisi sopivin juuri omalle kohdalle. Asiaa kannattaa pohtia myös kohdemaan kannalta. Mitkä ovat juridisesti ja toiminnallisestiärkevimmät vaihtoehdot. (Äijö 2008, 111.) Alla on lueteltu muutamia eri vientimuotoja:

Epäsuora vienti on pienten yritysten yleisesti suosima vientitapa. Se on alkuvaiheessa vaivaton eikä vaadi kovinkaan suurta panostusta yritykseltä. Vienti suoritetaan kotimaan välikäden kautta. Välikädellä tarkoitetaan esimerkiksi toista vientiyritystä, kauppahuonetta, vientiagenttia tai vientiliikettä. Epäsuora vienti soveltuu parhaiten kaukaisiin maihin vietäessä.

Suoralla viennillä tarkoitetaan vientiä, joka hoidetaan ulkomaisten välittäjien kautta. Välittäjänä voi olla silloin joko kohdemaassa sijaitseva maahantuoja, tukkuliike tai edustaja. Suoran viennin etuna on, että se tarjoaa yritykselle mahdollisuuden olla yhteydessä suoraan ulkomaiseen tahoon, ja sitä kautta saada ajankohtaista informaatiota kohdemaasta. Yrityksen tosin on hyvä suhtautua kriittisesti välittäjältä saamaansa tietoon, sillä asioita saatetaan usein kaunistella halutulla tavalla eikä kaikkea välttämättä kerrota. Suorassa viennissä yritys ei asioi suoraan loppukäyttäjän kanssa ja näin ollen juuri oikeanlainen palaute voi jäädä saamatta. Suoraa vientiä käytetään yleensä kulutustavara-kaupassa, jossa pyritään tavoittamaan isoja asiakaskuntia.

Välitön vienti on kansainvälisesti kokeneemmalle yritykselle suunnattu vientimuoto. Yritys myy itse suoraan ulkomaiselle loppukäyttäjälle. Välitön vienti vaatii yritykseltä laajaa tietoa ja tuntemusta kohdemaasta sekä todella yksityiskohtaista markkinakartoitusta. Välitön vienti on taloudellisesti vaativampi, sillä siitä koituu enemmän kuluja, mutta se myös saattaa kannattavuudeltaan olla tehokkain. Ilman välikäsiä yritys pystyy suoraan itse reagoimaan kohdemaassa tapahtuvaan myyntiin ja markkinointiin.

Projektivienti on toimintaa, jossa yritys on mukana jossain tietyssä projektissa kuten esimerkiksi rakennusprojektissa. Projektivienti alkaa jo hyvissä ajoin ennen itse rakennusprojektin alkamista. Yrityksen on hyvä tietää tulevista tarpeista ja kyettävä luomaan tarpeeksi hyvä tarjousjärjestelmä pystyäkseen haastamaan muut tarjouskilpailussa. Yrityksen on oltava aktiivinen ja luotava kanavia, joiden kautta saadaan hyvissä ajoin tietoa tulevista tarjouspyynnöistä. Projektiviennin haasteena on kerätä tietoa useasta eri maasta ja niiden sopimuskäytännöistä.

(Selin 2004, 23 - 24.)

Vienti ei kuitenkaan aina takaa varmaa voittoa tuotteesta. Viennin aikana voidaan kohdata monia eri ongelmia, kuten liian pitkät toimitusajat, tuote ei sopeudu markkinoilla tai hintakilpailuun ei pystytä vastaamaan kohdemaan omia tuotteita vastaan. Tässäkin tapauksessa hyvä ja perusteellinen tietämys kohdemaasta ja sen markkinoista auttaa välttämään viennin karikat. (Ogenyi 2009, 173 - 174.)

3 TIEDON HANKINTA

Tämä luku käsittelee yrityksen kansainvälistymisen mahdollistavan tiedonhankinnan välineitä ja sen eri keinoja. Pohditaan tiedonhankintaa PESTEL- ja SWOT-analyysien kautta.

Useat yritykset tekevät sen virheen, että kuvittelevat tiedonhankinnan loppuvan siinä vaiheessa, kun yritys on lähtenyt uusille markkinoille. Tiedon tarve ja sen hankkiminen kuitenkin päinvastoin lisääntyy, ja onkin tärkeää, että yritykset omaksuvat tiedonhankinnan osana toimintatapaansa. (Vaarnas & Virtanen 2001, 38.)

3.1 Tiedonhankinnan rajaus

Tiedonhankinnassa olisi hyvä pyrkiä vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi tietoa hankitaan?
- Mihin tietoa tarvitaan?
- Onko tarvittavaa tietoa jo olemassa ja mitä tarvitaan lisää?
- Miten saatua tietoa voidaan hyödyntää ja käyttää?
- Kenelle tieto on suunnattu?
- Mistä tietoa saa hankittua?
- Kuinka paljon maksaa tiedonhankinta?

(Selin 2004, 33.)

Koska nykypäivänä tietoa on saatavilla rajattomia määriä, onkin yrityksen hyvä selvittää itselleen, mitkä ovat ne kaikkein olennaisimmat tiedot, joita yritys tarvitsee ennen kansainvälistymistään. Ei ole olemassa vain yhtä oikeaa tiedonhankintapaa, joka sopisi kaikille. Tiedon on oltava riittävän luotettavaa ja konkreettista kohdemaan markkinoista, asiakkaista ja kilpailijoista, jotta yritys ne pystyy hyödyntämään oikealla tavalla. (Äijö 2008, 87, 91.) Tekniikan kehityksen

myötä on tiedonhankinta tullut nopeammaksi ja monipuolisemmaksi. Tietoa on saatavilla hyvinkin nopealla aikavälillä ja internetin myötä myös uudet tiedonhankintakanavat mahdollistavat esimerkiksi videoneuvottelut muihin maihin, multimediaa voidaan hyödyntää kuvien, äänen, tekstin ja videon muodossa. Koska tietoa on saatavilla niin helposti, on myös lähdekritiikki tullut entistä ajankohtaisemmaksi. (Vaarnas & Virtanen 2001, 67 - 68.)

3.2 Yritysanalyysi

Yritysanalyysin avulla tutkitaan ja tarkastellaan yrityksen sisäisiä resursseja ja voimavaroja. Selvitetään yrityksen osaamistekijät ja niiden vahvuudet sekä puutteet. Yritysanalyysi pyritään sitomaan muihin kansainvälistymistä ja vientiä koskeviin analyyseihin, jotta se toimisi mahdollisimman tehokkaasti kansainvälistymisen apuvälineenä ja siitä saatava hyöty maksimoituu.

Yritysanalyysi on hyvä tehdä vasta sen jälkeen, kun kaikki muut analyysit on toteutettu, jotta yrityksen sisäiset tekijät voidaan arvioida osana vientiä ja se saadaan suhteutettua kohdemaahan ja siitä kerättyihin tietoihin. (Äijö 2008, 118 - 119.)

3.3 Kohdemaan valinta tiedonhankinnan apuvälineenä

Tiedonhankintatavat riippuvat myös kohdemaasta. Vaarnas ja Virtanen ovat jakaneet kirjassaan Markkinatieto yrityksen kansainvälistymisessä (2001, 71 - 72) maat kolmeen eri ryhmään, maan kehitystason mukaan:

Teollisuusmaiksi luokitellaan kaikki OECD-järjestön maat eli muunmuassa eurooppalaiset teollisuusvaltiot, Yhdysvallat, Kanada, Australia, Japani ja Etelä-Korea.

Kehittyvillä markkinoilla puolestaan viitataan Keski- ja Itä-Euroopan maihin, Kaakkois-Aasiaan, Lähi-Itään ja kehittyneempiin Latinalaisen Amerikan maihin.

Alhaisen kehityksen maat, joita ovat suurin osa Afrikan maista ja osa Aasian ja Latinalaisen Amerikan maista.

Jako on hyvin karkea, ja se muuttuu jatkuvasti muuttuvien kehitystilanteiden mukaan. Jaottelu kuitenkin helpottaa oikeiden tiedonhankintakanavien ja -tapojen löytämistä. Esimerkiksi teollisuusmaista on tietoa saatavilla hyvin ja se on ajankohtaista. Kehittyvien markkinoiden mailta markkinatietous on puutteellista, sillä näissä maissa kehitys on niin nopeaa, ettei markkinatietoja pystytä pitämään ajan tasalla. Alhaisen kehityksen maista on vaikea saada minkään tasoista markkinatietoa, sillä näissä maissa ei juurikaan pidetä tilastoja tai tehdä raportteja eri toimialoilla. Näissä maissa kenttätutkimus eli paikanpäällä hankittu tieto on paras ja varmin lähde tiedonhankintaan.

3.4 Kohdemaan asiakkaiden analysointi

Asiakkaista voidaan kerätä tietoa ja oppia tuntemaan heidän kulutustottumuksiaan monin eri tavoin. Ensisijaisesti tietoa kuitenkin kerätään 'toisen käden kautta' esimerkiksi internetistä. Yritys voi myös lähettää kyselyn mahdollisille asiakkailleen ja saada sitä kautta tietoa heidän tarpeistaan ja käyttäytymisestään. Kysely on hyvä suorittaa juuri ennen vientiä, jotta tiedot ovat ajankohtaisia ja niiden hyöty on mahdollisimman maksimaalinen.

Mikäli mahdollista, yritys voi myös lähettää oman työntekijänsä tarkkailemaan ostajien käytöstä kohdemaassa. Se on kuitenkin hyvin aikavievää, riskialtista ja kuluttavaa työtä. Saadut tulokset eivät aina hyödytä yritystä eivätkä pysty tarjoamaan haluttuja informaatioita. Yrityksellä olisi hyvä olla kohdemaassa neuvonantaja, joka tietäisi ja tuntisi kohdemaan tarpeet ja vaatimukset. (Chisnall 2005, 54 - 56.)

3.5 Kohdemaan markkinakartoitus

Markkinakartoitus kohdemaasta luo ja lujittaa yrityksen varmuutta viennin aloittamiseen. Hyvän markkinakartoituksen avulla voidaan ennakoida viennin karikat ja osataan näin ollen myös varautua niihin. Mitä enemmän tietoa on hankittuna, sitä varmempaa on päätöksenteko ja suunnitelmallisuus.

Laajaa ja perusteellista markkinakartoitusta voidaan pitää myös kilpailukeinona. Se luo etulyöntiaseman kilpailijoiden nähden, mikäli yritys pystyy hankkimaan sellaista tietoa, jota eivät muut kilpailijat ole tajunneet hankkia. Laajempi tietovaranto on tietenkin kalliimpaa ja vie enemmän aikaa, mutta pitkällä aikavälillä se voi olla hyvin merkittävä tekijä yrityksen kilpailun kannalta. (Vaarnas, Virtanen & Hirvensalo 2005, 26.)

Kohdemaan markkinakartoitus auttaa yritykselle selvittämään myös, mitä ostaja haluaa ja tarvitsee sen sijaan, että yritys itse pohtisi, mikä olisi helpoin vientituote. Markkinakartoitus olisi hyvä pyrkiä jo aikaisessa vaiheessa yhdistämään omaan yritykseen, jotta toimintaa voidaan mukauttaa kartoituksen antaman informaation kasvaessa. (Hollensen 2004 136 - 137, 139.) Markkinakartoituksen tekijöiden on tarkasteltava saatuja tuloksia hyvin kriittisesti. Heidän on pystyttävä identifioimaan ja karsimaan dataa sitä mukaa kuin sitä saadaan. (Aaker, Kumar & Day 2007, 432.)

Kilpailijoita tarkastellessa on muistettava, että ulkomailla kilpailijoita voi olla enemmän ja ne voivat erota kotimaan kilpailijoista. Esimerkiksi suomalainen sauna kilpailee ulkomailla muiden saunamuotojen, kuten höyrysaunan, infrapunasaunan ja muiden vaihtoehtoisten saunojen kanssa. (Vaarnas ym. 2005, 30.)

3.6 PESTEL-analyysi

PESTEL-analyysi on hyvä ja yksinkertainen tapa selvittää niitä tekijöitä, jotka eivät ole yrityksen itsensä kontrolloitavissa. *PESTEL* tulee sanoista *Political, Economic, Sociocultural, Technological, Ecological* and *Legal*. Eli analyysin avulla tutkitaan kohdemaan ympäristöä poliittiselta, taloudelliselta, sosiokulttuuriselta, teknologiselta, ekologiselta ja juridiselta kantilta. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.) Analyysin avulla saadaan tietoa yrityksen kannattavuudesta kohdemaassa sekä myös kohdemaan mahdollisuuksista sekä tasapainosta liiketoiminnan kannalta. (Mind Tools 2012.)

Poliittinen toimintaympäristö

Poliittinen ja juridinen toimintaympäristö käsittää kaksi osaa, kotimaisen ja ulkomaisen. Kotimaan poliittisella ympäristöllä tarkoitetaan kaikkia niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat yrityksen vientiin ja kansainvälistymiseen. Esimerkiksi kotimaan hallituksen laatimat vientiä koskevat tukitoimenpiteet.

Kohdemaan poliittiset tekijät ovat ne osa-alueet, jotka koskevat yritystä sen toimiessa kohdemaassa. Tärkein asia on ensin selvittää ja ymmärtää kohdemaan poliittinen tilanne, jotta voi edes käsitellä poliittisia riskejä (Mind Tools 2012). Kohdemaan poliittisiin riskeihin voivat kuulua esimerkiksi omistajuus-, toimintatai rahoitusriskit. Riskit, joita kohdemaan hallitus aiheuttaa toimillaan ja joita se valvoo. Näitä riskejä ovat muun muassa tuontirajoitukset, rahoituksen kontrollointi, verotus, markkina- ja hintakontrolli. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.)

Taloudellinen toimintaympäristö

Taloudellinen toimintaympäristö käsittää maiden itsenäiset tai koko maailmaa koskevat taloudelliset tekijät. Kansainvälistyessä on syytä ottaa huomioon koko maailmaa käsittävät taloudelliset olosuhteet, eri maiden väliset kaupankäyntisuhteet, maailman talousmahdit, valtioiden rahapolitiikka sekä erilaiset talouden organisaatiot, jotka valvovat ja helpottavat kaupankäyntiä, kuten WTO ja IMF. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.)

Maan itsenäiset taloudelliset tekijät tulisi kohdistaa kahden kysymyksen ympärille, minkä kokoinen markkina-alue on ja mitkä ovat sen ominaisuudet? Näihin kysymyksiin löytää vastauksia tarkastelemalla kohdemaan työllisyystilannetta, kasvuvauhtia, hinta-, korko- ja tulotasoa sekä taloudellisten resurssien saatavuutta ja liikkeellä olevan rahan määrää. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.) Kansainvälistymisen ja globalisaation myötä maiden taloudelliset toimintaympäristöt ovat muuttumassa samankaltaisemmiksi eri maiden välillä, mikä näin ollen helpottaa niiden tutkimista ja ymmärtämistä (Mind Tools 2012).

Sosiokulttuurinen toimintaympäristö

Tähän ympäristöön vaikuttavia tekijöitä ovat mm. kulttuuri, demografiset tekijät, trendit sekä kuluttajien mielipiteet ja asenteet. Kulttuuriin sisältyy opittu käyttäytyminen, joka on jaettava ja periytyy yhteisön mukana. Kulttuuri käsittää ryhmän jakamaa tietoa esimerkiksi uskomuksia tai standardeja, jotka auttavat yhteisön jäsentä määrittelemään itselleen miten tuntee ja miten tehdä asioita, mikä on oikein ja mikä väärin. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.)

Kulttuurin vaikuttavat biologiset tekijät, kieli, arvot, asenteet, tavat, uskomukset, sosiaaliset instituutiot ja materiaaliset sekä symboliset tekijät. Kulttuuri on yksi konkreettisimmista sosiokulttuurisista tekijöistä, se määrittää esimerkiksi miten yritys alkaa markkinoida tuotettaan. Kulttuuriin kuuluvia osatekijöitä ovat muun muassa potentiaalisten ostajien ominaiskäyttäytyminen, asenteet, demografiset ja etniset tekijät sekä kulttuurin erityispiirteet. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.)

Teknologinen toimintaympäristö

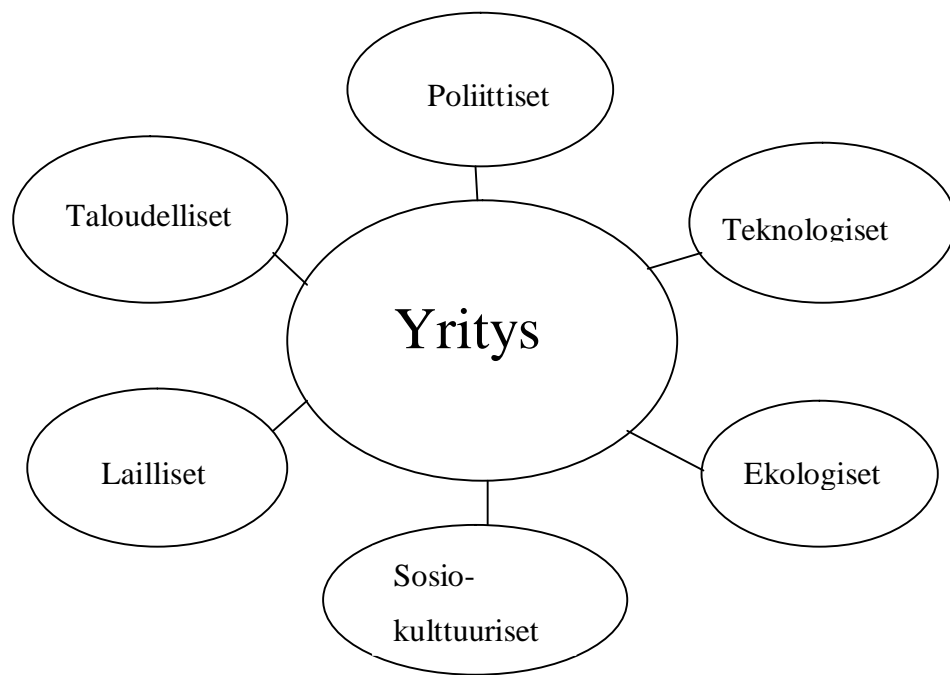
Teknologinen toimintaympäristö käsittää tuotteeseen sisältyvät teknologiat ja sen valmistukseen käytettävät teknologiat. Siihen voidaan käsittää myös johdon käytössä olevat teknologiat. Näillä kaikilla on suuri vaikutus yrityksen kilpailukykyyn kohdemaassa. Teknologisen toimintaympäristön muutokset vaikuttavat ostajiin, jotka haluavat ostaa entistä parempia tuotteita. Se voi myös vaikuttaa myyjiin, jotka voivat kehittyvän teknologian avulla parantaa itse tuotetta ja sen tuotantoprosessia. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.)

Koska nykypäivänä teknologia kehittyy huimaa vauhtia, mahdollistaa se yrityksen toimintatapojen muutoksen ja tuotteiden valmistuksen parantamisen. Se antaa yritykselle mahdollisuuden uusiin toiminnan kehittämisen vaihtoehtoihin. (Vahvaselkä 2009, 65 - 66.)

Analyysi luo hyvän pohjan kohdemaasta ja se auttaa rajaamaan tiedonhaun juuri oikeisiin näkökulmiin. Analyysin tiedot ovat hyvin olennaisia, sillä ne voivat aiheuttaa vakavia uhkia yrityksen vientiä kohtaan, mutta toisaalta taas ne voivat tarjota mahdollisuuksia vientiin uudesta näkökulmasta. (Vahvaselkä 2009, 111 - 112.)

Esimerkiksi jos kohdemaassa ympäristö ja ekologisuus ovat pinnalla, kannattaa yrityksen valmistaa tuotteensa mahdollisimman ympäristöystävällisiksi, jotta se voi sitä kautta vastata kohdemaan kysyntään omalla tarjonnallaan ja saada näin merkittävää kilpailuetua markkinoimallaan tuotteella.

Alla olevaan kuvioon on merkitty PESTEL-analyysin osat ja siitä voidaan nähdä kuinka ne ovat yrityksen ulkopuolisia tekijöitä, jotka silti vaikuttavat yrityksen kansainvälistymiseen.



KUVIO 1. Pestel-analyysi kaavio

3.7 SWOT-analyysi

SWOT-analyysin nimi on hieman harhaanjohtava, sillä itse asiassa kyseessä ei niinkään ole analyysi, vaan yksinkertaisempi tapa ilmoittaa analyyseistä saatuja tuloksia. SWOT-analyysissa tarkastellaan yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia (Strengths and Weaknesses) sekä ympäristön tuomia mahdollisuuksia ja uhkia (Opportunities and Threats). (Äijö 2008, 123.)

SWOT-analyysiä tehdessä on hyvä muistaa tehdä perusteellinen pohjatyö ennen varsinaisen SWOT-taulukon täyttämistä. Usein käy nimittäin niin, että analyysistä tulee hyvinkin pinnallinen eikä asioita lähdetä tarkastelemaan syvällisemmin.

SWOT-analyysi tulisi tehdä aina suhteessa asiakkaisiin ja vertauskohtana käytetään kilpailijoita. Uhkia ja mahdollisuuksia ei pystytä vertailemaan ilman vertailukohtaa. SWOT-analyysin avulla pystytään nopeasti taulukosta katsomaan saatujen analyysien tulokset. Sen avulla nähdään konkreettisesti neljä yrityksen viennin kriittisintä osaa. (Äijö 2008, 123 - 124.)

3.8 Tietojen hyödyntäminen

Analyyseistä saatujen tietojen hyödyntäminen on kansainvälistymisprosessin tärkein vaihe. Markkinatiedoista on tärkeä saada irti kaikki olennainen, jotta niitä voidaan käyttää konkreettisesti toiminnan aloittamisessa. Markkinatietoja käytetään muun muassa kohdemarkkinoiden ja toimintamuodon valitsemiseen, hinnoitteluun, tuotteen lanseeraukseen ja mainontatavan valintaan. Hyvällä ja perusteellisella tiedolla pystytään merkittävästi luomaan tuotteelle lisäarvoa. Tulosten analysointi edellyttää avointa, puolueetonta ja ennakkoluulotonta lähestymistapaa. Tulosten johtopäätökset tulee olla oikeita ja niitä on pystyttävä hyödyntämään jatkotoimenpiteissä. (Vahvaselkä 2009, 169 - 170.)

Tietojen puutteellinen hyödyntäminen ei useinkaan johdu hankittujen tietojen huonoudesta, vaan vääristä toimenpiteistä ja analyyseista, joita tiedoista kerätään. Tietojen hyväksikäyttäjällä voi olla ennakkoon käsitys, millaisia tulokset todennäköisesti ovat ja se taas vaikuttaa konkreettisesti tuloksiin ja niiden analysointiin. Tiedonhankkijan on hyvä tunnistaa tiedon tarpeellisuus ja ajankohtaisuus. Oikeat tiedot on oltava käytettävissä juuri oikeaan aikaan. Vanhentuneet tiedot eivät hyödytä yritystä ja ovat usein myös jo kilpailijoiden tiedossa. Kilpailuetua saadaan hankkimalla ajankohtaista tietoa, jota ei kilpailijoilla vielä ole. (Vaarnas & Virtanen 2001, 121.)

4 BIOMASSA KANADASSA

Luvussa neljä käsitellään Kanadan metsiä ja metsäteollisuutta. Rajataan tiedot Kanadan British Columbia provinssiin ja sen metsähakkuualueeseen nimeltä Kispiox. Luvun lopussa tarkastellaan lyhyesti tämän hetkisiä pellettien viejäyrityksiä.

4.1 Metsäteollisuus Kanadassa ja British Columbiassa

Kanada on pinta-alaltaan maailman toiseksi suurin valtio. Se on kooltaan lähes 10 000 000 neliökilometriä, josta 45 % on metsää (Holdyk 2012). Kanada on jaettu 10 provinssiin ja 3 territorioon. Kanadan ilmasto on hyvin monimuotoinen ja vaihteleva maan eri osissa, ja se onkin luonut monipuolisen kasvualustan monille eri puulajikkeille. Kanadassa on 180 eri puulajiketta, joista suurin osa kasvaa lämpimän ilmaston vuoksi maan eteläosissa.

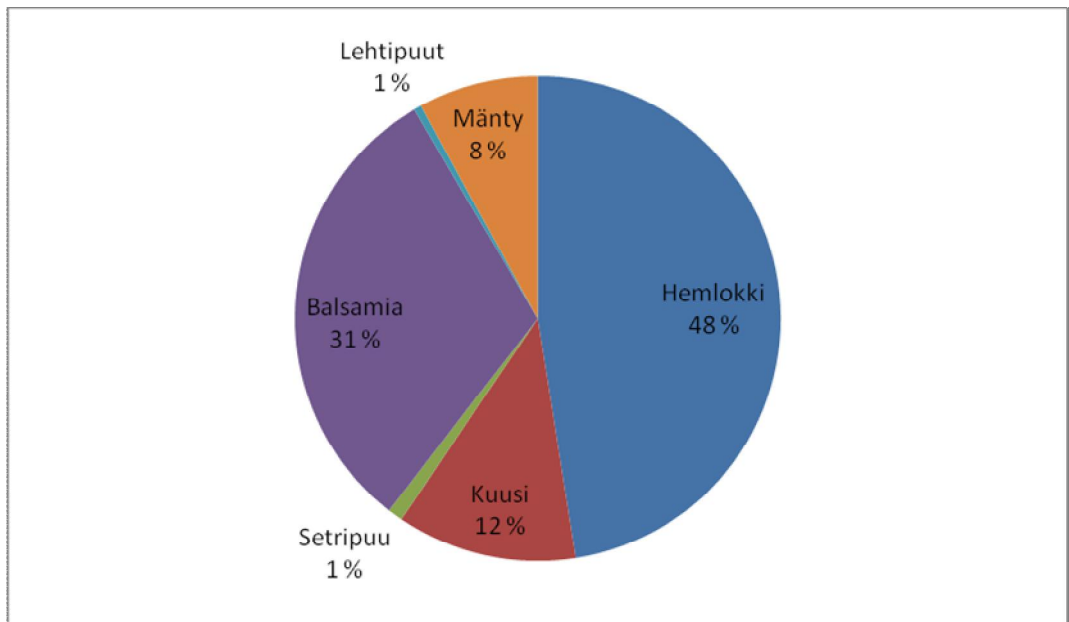
Jokaisella 10 provinssilla ja 3 territoriolla on oma metsähallitus ja sitä kautta omat lait ja toimintamallit. Ne kuitenkin pohjautuvat Kanadan kansallisen metsähallituksen laatimiin yleisiin sääntöihin. Tämän lisäksi provinssi on jaettu omiin metsäalueisiin. Jokaisella metsäalueelle annetaan vuosittain omat kaatoluvat perustuen sahojen tarpeeseen ja metsien määrään sekä laatuun ko. alueella. (Holdyk 2012)

Tässä työssä perehdytään Kispioxen metsäalueeseen, se sijaitsee British Columbian kaakkoisosassa ja tarkoitus olisi hyötykäyttää Kispioxen alueen puujäte. Alueen ilmasto on hyvin sateista ja lauhaa ympäri vuoden ja luo hyvän kasvualustan sademetsille. Metsät ovat hyvin tuottoisia ja suurimmat ja vanhimmat puut kasvavat tällä alueella. Enemmistö puulajikkeista on hemlokkia.

Kuviossa 2 on British Columbia, yksi Kanadan provinseista ja mustalla ääriviivoilla on eritelty Kispioxen hakkuualue, joka sijaitsee provinssin koillisosassa. Hakkuualue on kooltaan n. 1,22 miljoonaa hehtaaria ja alueella on sekä vuoristoja että useita jokia. Ne luovat hyvän kasvualusta useille eri puulajikkeille.



KUVIO 2. Kispioxin sijainti British Columbiassa (The State of British Columbia's Forests 2004)



KUVIO 3. Puulajien osuudet Kispioxin alueella (Kispiox TSA 2006)

Kuten kuvio 3 voidaan nähdä, hemlokki on selkeästi yleisin puulaji hakkuualueella. Lisäksi alueella kasvaa balsamiaa, kuusta, mäntyä sekä pieniä määriä lehtipuita ja setripuuta.

Kispioxin alue sai vuonna 2009 hakkuuluvan noin 1 087 000 kuutiometrille (Forest Analysis, 2011) ja tuolta alueelta samana vuonna kaadettiin puuta 690 210 kuutiometriä (Holdyk, B.2012).

4.2 Biomassa

Biomassalla tarkoitetaan uudistuvaa energianlähdettä, se voidaan käyttää joko suoraan tai välillisesti niin sanotusti biopolttoaineena. Biomassaa saadaan useasta eri eloperäisestä jätteestä, kuten puusta, hakkuujätteestä ja sokeria tai tärkkelystä sisältävistä kasveista, kuten rypsiä. Biomassatuotteet ovat yleensä tiiviiksi tuotteiksi puristettuja sahanpuruja, kuten esimerkiksi brikitit ja pelletit.

Biomassaa voidaan käyttää lämmön- ja energiantuotantoon: nestemäisenä kuten esimerkiksi biopolttoaineena tai etanolina ja kiinteänä polttoaineena brikkettien ja pellettien muodossa.

Hakkuujätettä voi olla esimerkiksi sahalle menevistä tukeista jäävä yläosa eli oksisto, harvennuksessa pois kaadetut puut, tuholaisten syömät puut ja myrskyn tuhojen jäljiltä jääneet puut.



KUVIO 4. Hakkuujätettä Kispioxissa (Holdyk 2012)

Edellä olevassa kuvassa on hakkuujätettä Kanadan Kispioxin hakkuualueelta. Sahalle menevästä puutavaran osuudesta metsään jää aina vähintään 50 prosenttia hakkuujätettä, jota useinkaan ei haluta hyötykäyttää (Holdyk 2012).

Mäntypuunpurijan tuhoamat puut ovat todella suuri ongelma British Columbiassa. Sahat eivät halua käyttää puita laudoiksi, koska vahingoittuneet puut halkeilevat helposti. Tuholaisen syömät puut ovat kuitenkin oiva raaka-aine briketeille ja niiden pois keräämisellä metsistä on suuri vaikutus myös ympäristöön, metsään lahotessaan puut tuottavat suuret määrät hiilidioksidipäästöjä. Lisäksi korjaamalla puut pois metsistä, voidaan taas tilalle istuttaa uusia, terveitä puita tulevaisuuden puutuotantoon. (Holdyk 2012.)

4.2.1 Polttamiseen käytettävät tuotteet ja niiden lämpöarvot

TAULUKKO 1. Polttamiseen käytettävät tuotteet ja niiden lämpöarvot (Analysis from Millson Forestry Services 2010)

	Raaka-aine	Kosteus	Lämpöarvo	Tuhkapitoisuus
Puuhalko	(sesonkipuu, kuivattu)	20-25%	14,9 MJ/kg	0,5-1,5%
Briketti	Biomassa	<10%	21,89 MJ/kg	<1%
Puupelletti	Biomassa	<10%	17,3 MJ/kg	0,3-0,5%
Hiili		3-16%	24 MJ/kg	9,7-20,2%

Taulukossa 1 on Millson Forestry Servicesin tilaama analyysi, jonka Lakehead University Wood Science and Testing Facility toteutti, selviää eri energiatyyppien kosteus- ja tuhkapitoisuus prosentit sekä lämpöarvot. Puuhalko sisältää paljon kosteutta, vaikka se olisikin kuivattua ja sen lämpöarvo on kaikkein alhaisin, eli puuhalkoa tarvitaan enemmän tuottamaan pitkäaikaista lämpöä. Sen tuhkapitoisuus on kuitenkin melko matala. Briketti ja pelletti ovat hyvin kuivattua ja tiivistä puumassaa, joten niiden kosteusprosentti jää alle 10. Briketin lämpöarvo

on kuitenkin kokonsa vuoksi hieman parempi kuin pelleteissä. Briketit tuottavat enemmän tuhkaa kuin pelletit. Hiili puolestaan on kuivaa ja parasta lämpöarvoltaan, mutta tuottaa reilusti enemmän tuhkaa kuin mikään muu taulukon energiatyypeistä.

4.3 Tämän hetkiset pelletien viejäyritykset

Pohjois-Amerikassa on useita pellettien valmistajia ja niiden viejiä ympäri maailmaan. Suurin osa pellettienvalmistajista valmistaa tuotteitaan kuitenkin vain kotimaan markkinoille. Alla on lueteltu muutamia suurimpia pohjois-amerikkalaisia pellettien viejäyrityksiä.

Pinnacle Pellet Inc.

Pinnacle Pellet on perustettu yli kaksikymmentä vuotta sitten. Pinnacle Pelletillä on kuusi tehdasta ympäri British Columbiaa. Yritys valmistaa pääosin pelletteja ja kuivikkeita. Yrityksen pellettien tuotanto on 56 % koko maan tuotannosta. Pinnacle Pelletin tuotteiden vienti keskittyy pääasiallisesti Eurooppaan. Kaikki vienti tapahtuu Prince Rupertin sataman kautta. (Pinnacle Renewable Energy Group 2011.)

Carolina Pacific LLC

Carolina Pacific on yhdysvaltalainen biomassasta valmistettujen tuotteiden ostaja ja vientiyritys. Yritys vie tuotteitaan ainoastaan Eurooppaan. Yrityksellä on tuottajia laajasti ympäri Yhdysvaltoja sekä yksi Brasiliassa. Yritys pyrkii jatkuvasti etsimään uusia tuottajia ja tarjoamaan ammattitaitoista vientiä Euroopan Unioniin. (Carolina Pacific LLC 2009.)

Pacific BioEnergy

Yrityksen pääkonttori sijaitsee Vancouverissa, British Columbiassa, ja se on keskittynyt valmistamaan ainoastaan pellettejä. Yritys käyttää pellettien valmistukseen myös vuoristomäntykovakuoriaisen tuhoamia puita, joita British Columbiassa on valitettavan paljon. Pacific BioEnergy:n projektiin kuuluu poistaa puut, ennenkuin ne aiheuttavat hiilidioksidipäästöjä metsään maatuessaan, ja

istuttaa niiden tilalle uusia puita kasvamaan. Yritys myy tuotteitaan ainoastaan voimalaitoksille energianlähteeksi. (Pacific BioEnergy 2012.)

North Idaho Energy Logs Inc.

Yritys valmistaa brikettejä, pellettejä ja muita tiivistetystä puumassasta valmistettavia tuotteita, materiaalin he saavat sahoilta. North Idaho Energy Logs aloitti toimintansa jo yli 25 vuotta sitten ja on siitä lähtien toiminut yhtenä Pohjois-Amerikan suurimmista pellettien valmistajista. Yrityksen markkinat ovat Yhdysvalloissa sekä Kanadassa. (North Idaho Energy Logs 2012.)

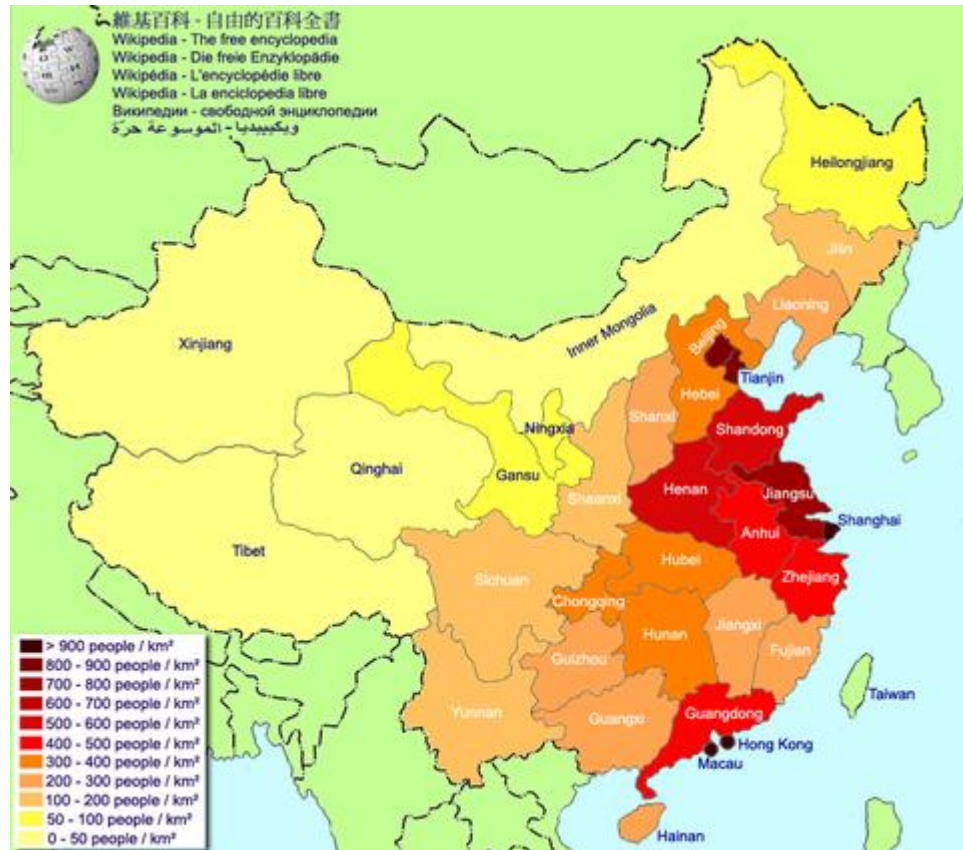
5 VIENTI KIINAAN

Tässä luvussa tutustutaan yleisellä tasolla Kiinaan sekä perehdytään kiinalaiseen yrityskulttuuriin käyttäen apuna PESTEL-analyysia. Tarkastellaan lisäksi asiakaskuntaa ja kilpailijoita.

5.1 Yleistä Kiinasta

Kiina on yksi maailman suurimmista valtioista niin kooltaan kuin asukasluvultaankin. Kiinassa oli viime vuoden laskujen mukaan 1.34 miljardia asukasta, mikä tarkoittaa viidesosaa maailman ihmisistä. (Rosenberg, M. 2012.) Kiinassa miljoonakaupunkeja on 160 ja pääkaupunki on Peking, jossa asuu n. 7,6 miljoonaa ihmistä (Finpro 2010, 4). Kiinassa on useita eri etnisiä ryhmiä, kuten esimerkiksi Manchut ja Uighurit, tästä syystä myös puhuttuja kieliä ja uskontoja on monia. (The World Factbook 2012).

Kiinan alueellinen hallinto on hyvin monimutkainen, syitä tähän ovat Kiinan värikäs historia sekä suuri pinta-ala. Kiina jakautuu useisiin eri maakuntiin, provinssihin ja autonomisiin alueisiin. Neljä maakuntaa on Peking, Shanghai, Tianjin ja Chongqing. Provinssija on esimerkiksi Hebei, Jiangsu ja Sichuan. Jokaisella provinssilla on oma pääkaupunkinsa ja se onkin yleensä alueensa suurin ja tunnetuin kaupunki. (Kan & Lau 2006, 32) Autonomisia alueita ovat puolestaan muun muassa Tiibet ja Sisä-Mongolia. Tämän lisäksi Kiinassa on kaksi erityishallintoaluetta: Hong Kong ja Macau. (The World Factbook 2012.) Seuraavalla sivulla olevaan karttaan on merkitty Kiinan tiheimmin asutut provinssit, ja kuten kuviosta voidaan nähdä, ne kaikki ovat sijoittuneet Kiinan itärannikolle.



KUVIO 5. Kiinan provinssit väestötiheyden mukaan (Luettelo Kiinan hallinnollisista alueista väestötiheyden mukaan 2012)

5.2 PESTEL-analyysi

5.2.1 Poliittinen toimintaympäristö

Kiinan poliittinen hallinto on menneinä vuosina ollut hyvin kommunistivoittainen ja hyvin valtiokeskeinen, mutta viime vuosina hallitukseen on valittu virkamiehet ammattitaitojen ja -osaamisen perusteella. Tämä mahdollisti poliittisen tasa-arvon ja länsimaistumisen. (Hyvärinen & Pukkila 2009, 97 - 98.) Vaikka Kiina onkin länsimaistumassa, on sillä silti vielä hyvin näkyvillä kommunistinen ote liike-elämään. Koska hallitus kontrolloi kaikkea Kiinassa tapahtuvaa toimintaa, on jokaisen työskenneltävä valtion ja hallituksen etujen mukaisesti ja niitä tarkasti noudattaen. (Luo 2005, 169.)

Verotusta Kiinassa hoitaa valtiovarainministeriö ja valtion hallinnon verotusministeriö. Valtiovarainministeriön tehtävänä on muokata verotuskäytäntöjä ja toimintatapoja sekä asettaa verotettavat määrät. Valtion hallinnon verotusministeriö puolestaan hoitaa pääasiallisesti käytännön asiat kuten veronpalautukset. (Kan & Lau 2006, 104 - 105.) Vaikka Kiinassa byrokratia onkin menneinä vuosina ollut kovin hankala ja rajoittanut useiden yritysten vientiä, on Kiina kuitenkin länsimaistumassa ja muuttumassa suvaitsevampaan suuntaan ulkomailta tuotuja tuotteita ja palveluita kohtaan. Valtio kannustaa ulkomaisia yrityksiä investoimaan Kiinaan ja vuonna 2008 se laskikin ulkomaisten yritysten verotusta 33 prosentista 25 prosenttiin. Monia sääntelyitä ja rajoituksia on myös purettu viime vuosina ja pyritty tätä kautta muuttamaan valtiota kansainvälisempään suuntaan. Esimerkiksi ennen täysin ulkomaalaisomisteisia yrityksiä ei voitu Kiinaan perustaa, mutta nykyään sekin on jo mahdollista. Tosin kiinalainen yhteistyökumppani nopeuttaa markkinoille pääsyä. (Ulkoasianministeriö 2007.)

Kiinassa ulkomaisia investoijia pyritään sekä kannustamaan että karkottamaan verotuksen avulla. Verotus vaihtelee todella paljon eri aloilla, riippuen siitä onko tuotteella kysyntää ja kilpailua Kiinassa. Esimerkiksi tupakan viennistä saa maksaa 100 prosentin verot, kun taas energiansäästö - aloilla voi toimia ensimmäiset kaksi vuotta verottomana ja tämän jälkeen seuraavat kolme vuotta maksamalla vain 12,5 prosenttia veroja. (Worldwide-Tax 2012)

5.2.2 Taloudellinen toimintaympäristö

Halpa työvoima ja suuremmat markkinat lisäävät ulkomaalaisia sijoittajia. Kiina on Maailman kauppajärjestö WTO:n jäsen, mikä helpottaa kaupankäyntiä ja poistaa tulleja. Kiinan markkinoille on kuitenkin todella vaikea päästä, ja se vie paljon aikaa. Kiinassa on myös todella tiukat jakelukanavia koskevat määräykset. Esimerkiksi maahantuontia voi ainoastaan hoitaa kiinalainen yritys, jolla on lisenssi käydä ulkomaankauppaa. (Finpro 2010, 8, 52 - 54.) WTO: n ansiosta Kiina tarjoaa tullihelpotuksia muille WTO:n jäsenille, joihin myös Kanada kuuluu (Kan & Lau 2006, 190).

Kiinassa on ollut vallalla talouskasvu jo viimeisen 40 vuoden ajan, mutta markkinoiden kehittyessä ja globalisaation myötä on sen kasvu jo tasaantumaan päin. Kiinassa hintojen epävakaata kehitys on ollut ongelmana jo useita vuosia. Vuonna 2009 pitkään jatkunut inflaatio muuttui rankan inflaation hillitsemisprosessin jälkeen deflaatioksi, jolloin kuluttajien hinnat lähtivät laskuun ensimmäisen kerran lähes kymmeneen vuoteen. 2010 vuoden alusta alkaen kuluttajahinnat ovat kääntyneet nousujohteiseen suuntaan. (Finpro 2010, 10.)

Kiinan talouskasvun mahdollistavat valtavat markkinat, edulliset raaka-aineet ja työntekijäkustannukset. Kiinan suurissa itärannikon kaupungeissa keskipalkka on vain noin 240 US dollaria eli noin 198,5 euroa. Kiinan länsiosissa keskipalkka on lähes neljä kertaa pienempi. Kiinan hallitus yrittää houkuttaa yrityksiä myös sisä- ja länsiosiin maata ja pyrkii sitä kautta saamaan maan taloustilannetta enemmän tasapainoon. Maan sisä- ja länsiosat tehdään yritykselle houkuttelevammaksi muun muassa rakentamalla sähkölinjoja ja parantamalla yleistä infrastruktuuria. (Kan & Lau 2006, 190.) Teknologia-aloilla palkat ovat jo kohonneet länsimaisempaan suuntaan ja jopa kiinalaiset suuntaavat tuotantoaan enemmän muihin Aasian maihin kuten Intiaan. (Hyvärinen & Pukkila 2009, 86.)

Kiinassa työttömyysaste on lähemmäs 10 prosenttia. Noin joka kolmas valmistuneista kohtaa työttömyyttä, koska sopivia työpaikkoja ei ole tarjolla. Kiinassa koulutuksen taso on myös heikompi kuin muissa maissa. Valmistuvilla opiskelijoilla ei ole tarpeeksi työkokemusta ja kielitaitoa, jotta he voisivat työskennellä korkeatasoisissa viroissa ulkomaisissa tai kotimaisissa yhteistyöyrityksissä. (Finpro 2010, 11.)

5.2.3 Sosiokulttuurinen toimintaympäristö

Kiinassa on 56 virallista kansalaisuutta tai etnistä ryhmää. Tämän vuoksi myös toimintatapoja ja arvoja on vähintäänkin yhtä monta. Vaikka 92 prosenttia kansalaisista kuuluu Han-heimoon, tarkoittaa jäljelle jäävä kahdeksan prosenttia kuitenkin 96 miljoonaa ihmistä. Vaikka Han-heimoa yhdistää yhteinen kulttuuri ja kirjoitettu kieli, ei se silti tarkoita, että kaikki heimon jäsenet olisivat samanlaisia kulttuuriltaan ja taustoiltaan. Asuinpaikka vaikuttaa myös suuresti

ihmisten arvoihin, esimerkiksi itäosassa maata kiinalaiset ovat avoimempia muutoksille ja uusille teknologioille ja tavoille toimia. Sisä- ja länsiosassa maata taas useat asuvat maaseudulla ja ovat tottuneet aina toimimaan yhdellä tavalla, he eivät siedä muutoksia. (Luo 2005, 168.)

Kiinan kulttuurin ja toimintatapojen tuntemus on välttämätöntä ja suhteiden luominen on siten aikaa vievä prosessi. Kiinalaiset arvostavat luotettavuutta, täsmällisyyttä ja tekevät kauppaa henkilöiden, ei yritysten kanssa. Siksi onkin tärkeää pitää yksi ja sama yhteyshenkilö yritysten välillä vakaan liikesuhteen ylläpitämiseksi. Kiinassa on vallalla Guanxi, joka on hyvin moniulotteinen käsite. Guanxi tarkoittaa ihmisten, yritysten tai valtion suhteita ja yhteyksiä. Liike-elämässä se ei sinänsä tarkoita sitoutumista toisiinsa vaan lähinnä sitä, että saatu palvelus pitää maksaa takaisin palveluksena. (Finpro 2010, 52.)

Kiinan markkinoille mentäessä on syytä muistaa, että suurin osa kiinalaisista ei puhu englantia. Kiinan kielen osaaminen tai kiinalaisen henkilön apu olisikin lähestulkoon välttämätöntä vientiä suunnitellessa. Tämä myös siksi, että monet dokumentit ja tiedot ovat saatavilla ainoastaan mandariinikiinaksi.

Mandariinkiinaa puhuu n. 90 prosenttia kiinalaisista ja itärannikolla lähestulkoon kaikki. (Kan & Lau 2006, 78.)

Perhesuhteet ovat hyvin tärkeitä kiinalaisille, jopa niin tärkeitä, että länsimaissa asuvien ihmisten on niitä vaikea ymmärtää ja hyväksyä. Perhe pidetään lähellä ja vanhemmista ihmisistä pidetään huolta. Useissa talouksissa asuukin yleensä vanhemmat, isovanhemmat ja lapset. Tämän vuoksi Kiinassa on myös useita pieniä perheyrityksiä ja ne myös menestyvät todennäköisemmin kuin isot yritykset. Koska perhesuhteet ovat hyvin tärkeitä kiinalaisille, on se myös yksi syy heikkoon työllistymiseen. Esimerkiksi valmistuvalle opiskelijalle voisi olla työpaikka tarjolla jossain toisessa kaupungissa, mutta perhesuhteet usein juuri estävät ihmisiä muuttamasta työn perässä. (Luo 2005, 175 - 177.)

5.2.4 Teknologinen toimintaympäristö

Kiina on tunnettu jatkuvasti kasvavista ja kehittyvistä IT-markkinoistaan.

Teknologian kehitys on ollut huimaa viimeisen 20 vuoden ajan ja kilpailuvaltina

toimii kustannustehokkuus esimerkiksi Eurooppaan nähden. Kustannuksien alhaiset hinnat johtuvat hyvin heikoista työvoima-, ympäristö- ja turvallisuussäännöistä. Vuosituhannen alusta alkaen Kiina on ollut maailman suurin matkapuhelinten, tietokoneiden ja muiden tieto- ja viestintäteknologisten laitteiden viejä. (Hyvärinen & Pukkila 2009, 86.)

Kiinassa on todella valtavat markkinat verkkokaupoille. Ensi vuonna Kiinasta tulee suurin online kauppohen tarjoaja maailmassa. Kiinalaisista lähes puolet on ostanut jotain internetistä. Huippunopeat internet-linjat ovat mahdollistaneet laadukkaiden verkkokauppojen luomisen ja niiden maksimaalisen hyödyntämisen. Kiinalaiset käyttävät myös ahkerasti niin sanottuja kauppapaikka-sivuja. Sivustot pyrkivät yhdistämään yrityksiä ja asiakkaita keskenään, oli sitten kyse B2B-myyntistä tai ihan tavallisesta yritykseltä kuluttajalle myynnistä. Kauppapaikka-sivujen avulla asiakkaiden on helpompi vertailla tuotteita ja yrityksiä sen sijaan, että vierailisivat jokaisen yrityksen sivuilla erikseen. (Salans 2012, 3,7.)

5.2.5 Ekologinen toimintaympäristö

Kasvihuonepäästöt ovat suurin syy sairauksiin Kiinassa. Saasteet aiheuttavat syöpää, hengityselinsairauksia, sydänsairauksia ja nämä aiheuttavatkin jo 80 % kuolemista Kiinassa. Syöpä on jo usean vuoden ajan ollut yleisin kuolinsyy, sillä jopa joka neljäs kiinalainen kuolee syöpään. (Merchant 2011.)

Kiinan energiantuotannosta noin 70 % tulee hiilen poltosta. Kiinan talous kasvaa jatkuvasti ja sitä mukaa myös hiilen poltto. Hiilen poltto synnyttää hurjia määriä hiilidioksidia, mutta myös sulfaatteja. Sulfaatit ovat suurin syy siihen, miksi Kiina kärsii jatkuvista happosateista. Sulfaateilla on pitkä hajoamisaika ja niiden kevyen massan vuoksi ne kulkeutuvat tuulen mukana myös muihin Aasian maihin kuten Japaniin. Hiilidioksidipäästöt ovat viime vuosina kasvaneet tasaisesti ja pitäneet Kiinan suurimpana hiilidioksidin aiheuttajana. (Uusiutuva energia Kiinassa 2011.) Maailman 20 saastuneimman kaupungin joukossa on 16 kiinalaista kaupunkia. (Sillanpää 2007).

Vaikka Kiinan hallitus yrittääkin vähentää hiilidioksidipäästöjä lisäämällä muita, uudistuvia energiamuotoja, kuten tuuli- ja vesivoimaa, ei tämänhetkinen

tulevaisuuden ennuste silti näytä kovin lupaavalta. Koska Kiina on tiuhaan asuttu maa, on siellä luonnontilaista metsää jäljellä todella vähän, ainoastaan noin 10 % maa-alueesta on metsää. Kiinan oma puutuotanto riittäisi kattamaan Kiinan energiantuotannosta ainoastaan hyvin minimaalisen osan. Kasvihuonepäästöjen takia Kiinan vesivarannot ehtyvät ja aavikot lisääntyvät. Vesivarantojen hupeneminen vähentää myös vesivoiman käyttöä suuressa osassa maata ja jättää suuren aukon energiantuotantoon. (Uusiutuva energia Kiinassa 2011.)

Kiina ja Yhdysvallat hallitsevat tällä hetkellä maailman kasvihuonepäästöjen tilastoja. Kioton ilmastopimuksessa Kiina ei ole mukana, koska sopimuksen syntyänsä Kiina luokiteltiin kehitysmaaksi. Kioton sopimuksessa vaaditaan ainoastaan teollistuneita maita vähentämään kasvihuonepäästöjään. Seuraavaan ilmastopimukseen onkin tärkeää saada myös Kiina ja Yhdysvallat mukaan. Mikäli Kiinan kasvihuonepäästöt jatkavat kasvuaan samaan tahtiin, se voi jo seuraavan kymmenen vuoden aikana nollata kaikki teollisuusmaiden tekemät säästötoimet. (Niemi 2008.)

5.2.6 Juridinen toimintaympäristö

Korruptio on valitettavasti edelleen iso osa Kiinan kulttuuria ja sitä kautta riskeeraa taloutta. Kiinan kommunistinen puolue yrittää jatkuvasti vähentää korruptiota, mutta niin kauan kuin suurin osa Kiinan valtion virkamiehistä osallistuu siihen, on vähentyminen lähestulkoon mahdotonta. Kiinan byrokratia on todella monimutkainen ja vie usein aikaa. Virkamiehiä lahjomalla voidaan kuitenkin nopeuttaa toimintaa. Johtavissa viroissa olevat ottavat vastaan lahjuksia ja siirtävät ne sitten ulkomaille pankkeihin kiinnijäännin välttämiseksi. On laskettu, että jokainen virkamies ”varastaa” keskimäärin 7 miljoonaa US dollaria elämänsä aikana. (Haiguang, X. 2011.)

Tuotenimien ja tuotteiden rekisteröinti ja tavaramerkkisuojaus on välttämätöntä, ennen kuin niitä kannattaa lähteä viemään Kiinaan. Kiinassa tuotteiden kopiointi on hyvin yleistä ja sitä tapahtuu päivittäin. Lainsäädännöt voivat jossain kohtaa olla hyvin epäselviä ja vaihtelevia. Huono lainsäädännön taso onkin yksi

suurimmista esteistä, miksi yritykset eivät halua tehdä kauppaa Kiinan kanssa.
(Export.gov 2011.)

Yrityksen perustaminen tai viennin aloittaminen vaatii paljon paperityötä ja monien eri byrokratian portaiden nousemista ennen varsinaista aloittamista. Viennin aloittamisesta vaaditaan ensisijaisia ja hyvin yksityiskohtaisia hakemuksia, raportteja ja vientisuunnitelmia ennen kuin edes ylipäätään saadaan hakea lupia Kiinan hallitukselta tai muulta ylemmältä taholta. Yleensä näiden selvitys vie kuukausia ja ne onkin hyvä aloittaa hyvissä ajoin, jotta yritys on saanut suostumuksen valtiolta ennen liikesuhteen suunniteltua aloittamista. (Kan & Lau 2006, 197 – 198.)

5.2.7 Pestel-analyysin pääkohdat

TAULUKKO 2: PESTEL-analyysin pääkohdat

Poliittiset tekijät	<ul style="list-style-type: none">• Kommunistinen valtio• Kiina länsimaistumassa• Verotuksella voidaan sekä kannustaa, että karkoittaa tuontia• Tuontiverot ovat laskeneet huimasti kymmenessä vuodessa
Taloudelliset tekijät	<ul style="list-style-type: none">• Kiina on WTO:n jäsen• Halpa työvoima ja raaka-aineet• Valtavat markkinat• Työttömyys korkealla
Sosiokulttuuriset tekijät	<ul style="list-style-type: none">• Monia kansalaisuuksia ja etnisiä ryhmiä• Viennin kannalta kulttuurin tuntemus välttämätöntä• Kiinassa hyvä osata Kiinan kieli, useat kiinalaiset eivät puhu englantia• Perhesuhteet tärkeitä
Teknologiset tekijät	<ul style="list-style-type: none">• Kiinassa teknologian kehitys edellä muita• Verkkokauppamaana yksi suurimpia

Ekologiset tekijät	<ul style="list-style-type: none"> • Kasvihuonepäästöt valtavat • Hiilenpolto yleisin energiamuoto • Hiilidioksidipäästöt korkealla • Vain vähän luonnonvaraista metsää
Juridiset tekijät	<ul style="list-style-type: none"> • Korruptio vahvana esillä • Byrokratia monimutkaista ja vaatii paljon paperityötä • Tuotesuojaus ja – rekisteröinti hankalaa

5.3 Kiinan metsäteollisuus

Tällä hetkellä Kiinaan viedyistä metsäteollisuustuotteista suurin osa on sellu- ja paperiteollisuuden tuotteita. Kiinassa on paljon kysyntää eri puutuotteille oman raaka-aineen riittämättömyyden vuoksi. Kiina onkin puun ja puutuotteiden suurin vientimaa. (Finpro 2010, 34.)

Kiinan metsien vähyys on huolestuttava siinä mielessä, että puut imevät itseensä hiilidioksidia ilmasta ja säilövät sen sisäänsä. Joten jokainen uusi puu ikään kuin ”imuroisi” hiilidioksidipäästöjä. Puuhalkoja poltettaessa puuhun imeytyneet hiilidioksidipäästöt vapautuvat uudestaan ilmaan. Tämän vuoksi tulisikin miettiä muita vaihtoehtoja puusta saatavan energian hyötykäyttöön, kuten pelletointi ja briketointi, joissa puu kuivatetaan ennen käyttöä, eikä siten poltettaessa hiilidioksidia vapaudu ilmastoon läheskään niin suuria määriä.

5.4 Kilpailu

Kiinan hallitus on suurin este biomassasta valmistettujen tuotteiden viennissä Kiinaan. Syynä on maan epätietoisuus raaka-ainetta kohtaan. Koska vientiä biomassatuotteiden muodossa on todella vähän, biomassassa on vieras raaka-aine, eivätkä kiinalaiset ole tietoisia sen käyttötavoista ja hyödyistä.

Tämän kaltaisella liikeidealla ei ole juurikaan kilpailua. Kuten kappaleessa 4 huomasimme, vaikka Pohjois-Amerikassa onkin useita pellettiä ja brikettejä valmistavia yrityksiä, niiden vienti kohdistuu pääosin Eurooppaan. Vaikkakin

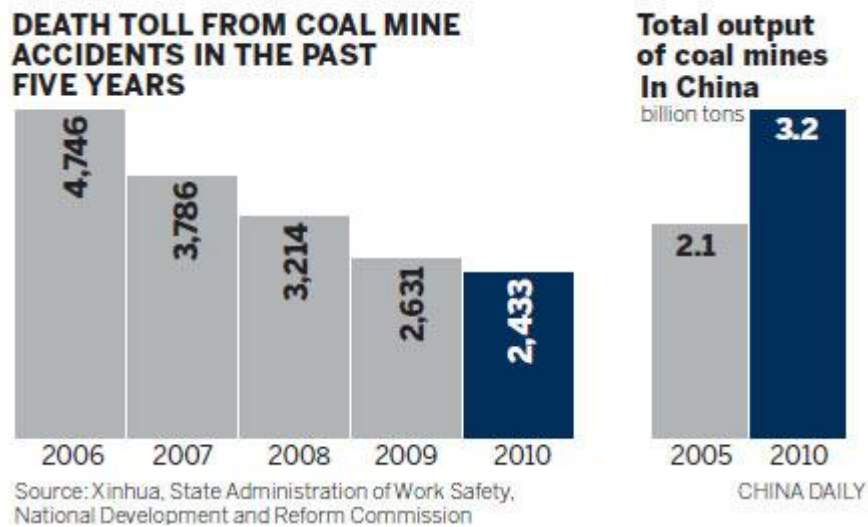
Eurooppaan on biomassatuotteilla kysyntää enemmän kuin Aasiaan, on kilpailu kuitenkin kovempaa ja viennistä aiheutuvat kustannukset suuremmat.

Kiinan markkinat ovat hyvin riskialttiit ja yleensä yritykseltä vaaditaan kokemusta Kiinaan viennistä menestyäkseen ja ylläpitääkseen toimintaansa. Monet yritykset sijaitsevat sahojen lähellä tai niiden yhteydessä, ja ne käyttävät pääasiallisesti sahoilta ylijääneet purut pellettien valmistukseen. Suurin kilpailu syntyy hiili- ja ydinvoimasta.

5.4.1 Hiilituotanto

Kiina on maailman suurin hiilentuottaja. Hiilen hinta saadaan pidettyä alhaisena työntekijöiden matalien palkkojen ja työturvallisuuden vaarantamisen takia. Monet Kiinan kaivoksista toimivat ilman lupaa tai kiertämällä turvallisuuslait ja -määräykset. Kiinan hiilikaivokset ovat yksi vaarallisimmista paikoista työskennellä. Kaivokset toimivat päästöistä saatikka työntekijöiden turvallisuudesta piittaamatta. Kiinan hiilikaivoksilla kuolee vuosittain tuhansia työntekijöitä kaivosräjähdyksissä. Vaikkakin tapaturmat ovat viime vuosina vähentyneet merkittävästi, silti vielä kaksi vuotta sitten vuonna 2010 kaivosmiehiä kuoli n. 2 433, mikä tarkoittaa yli 6 työntekijän kuolemaa päivässä. (Huazhong, W. 2011.)

Seuraavalla sivulla olevasta taulukosta voidaan nähdä, että vuonna 2010 hiilikaivoskuolemia oli lähes puolet vähemmän kuin viisi vuotta aikaisemmin. Suunta on ollut oikea, mutta onnettomuuksilta ei voida välttyä niin kauan, kuin kiinalaiset yritykset kiertävät turvallisuussääntöjä ja hiilen kysyntä pysyy maassa korkeana.



KUVIO 6. Kiinan hiilikaivoskuolemat vuosina 2006 – 2010 (Sweet and sour socialism 2011)

5.4.2 Ydinvoimalat

Kiinassa on tällä hetkellä 14 toiminnassa olevaa ydinvoimalaa ja 25 rakenteilla olevaa (Nuclear Power in China.2012). Koska teollisuus on kasvanut Kiinassa niin räjähdysmäisesti, ydinvoimaloiden käytön ennustetaan lisääntyvän vuosittain. Ydinvoimaloiden turvallisuus standardien halutaan nousevan Kiinassa maailman johtavimmaksi ja siihen pyritään jokapäiväisessä toiminnassa, lisäksi Kiinassa on jo vuosien ajan toiminut The National Nuclear Safety Administration, joka valvoo ydinvoimaloiden turvallisuutta (Nuclear Power in China.2012.) Epävakaisten sääolosuhteiden vuoksi ydinvoimalaonnettomuudet ovat kuitenkin todella suuri riski Pohjois- Aasiassa ja pelätäänkin, että Fukushima oli vain yksi monista katastrofeista.

5.5 Asiakasanalyysi

Kuten jo aikaisemmin työssä on mainittu, kannattaa pellettien vientiä aloittaa Kiinan itärannikolta, jossa sijaitsee Kiinan suurimmat kaupungit kuten Peking, Shanghai sekä yksi suurimpia teollisuuskaupunkeja Nanjing. Jo pelkästään näissä kolmessa kaupungissa asuu yhteensä 50 miljoonaa ihmistä (Kan & Lau 2006, 35).

Länsipuolen kaupungit ovat kehityksessä enemmän edellä sisä- ja länsivaltiota ja haluavat ottaa käyttöönsä ympäristöä vähemmän kuormittavia menetelmiä korvaamaan hiilen polttoa. Peking aikoo olla ensimmäinen kiinalainen kaupunki, joka täysin korvaa hiilen muilla energiatehokkailla menetelmillä. (Geng & Nan 2012.)

Kiina pyrkii saamaan 10 prosenttia sen kokonaissähkökapasiteetista uusiutuvasta energiasta vuoteen 2020 mennessä, mikä tarkoittaa uusiutuvan energian käytön lisäämistä kolminkertaisesti vuodesta 2006. Biomassasta saatu energia oli vuonna 2005 vain 2 kilowattia ja se olisi tarkoitus vuoteen 2020 mennessä nostaa 30 kilowattiin. Tämän lisäksi muitakin uusiutuvia energialähteitä, kuten aurinko- ja tuulivoimaa, lisätään merkittävästi. (Uusiutuva energia Kiinassa 2011).

6 VIENNIN EDELLYTYKSET

Tässä luvussa tutkaillaan viennin edellytyksiä Kanadan British Columbian kannalta sekä analysoidaan vientiä SWOT-analyysia apuna käyttäen. Luvusta löytyy myös pohdintaa pellettien kysynnästä Kiinassa.

6.1 Sijainti



KUVIO 7. Merikilometrit Kiinaan ja Eurooppaan (Murray 2011)

Yllä olevassa kuvassa on huomioitu merikilometrit Kanadasta vietäessä Aasiaan ja Eurooppaan. Kanadan British Columbian puolelta vienti on helpompaa Aasiaan, sillä suora meriyhteys helpottaa kuljetuksia. Eurooppaan viedessä on joko kuljetettava rekoilla tuotteet länsipuolelta itärannalle ja sieltä lastattava Eurooppaan lähtevään laivaan tai laivan on kierrettävä koko Pohjois-Amerikka sen eteläpuolelta ja sitä kautta kuljettaessa aiheuttaa yli kolminkertaisesti pitempi matka Eurooppaan kuin itärannikolta. Jokainen tuotteen lastauskerta lisää vahingoittumisriskiä, joten mitä vähemmän lastauksia tuotteella on, sitä varmemmin se on ehjänä kohteessa eikä hävikkiä synny. Pelletit tulee varastoida ja kuljettaa kuivissa olosuhteissa, mikä taas aiheuttaa omat haasteensa usean lastauskerran vienteihin.

6.2 Pellettien kysyntä

Pelleteille on kysyntää ympäri maan, ei pelkästään isoissa kaupungeissa. Tuotetta voidaan käyttää niin teollisuuden kuin yksityisten energianlähteenä. Euroopassa biomassatuotteille on paljon kysyntää. Vaikka brikettejä ja pellettejä valmistetaan myös Euroopassa, ei se yksin riitä kattamaan tuotteiden kysyntä mantereella.

Kuten jo kappaleessa 5 huomattiin, väkiluvultaan tiheimmin asutut kaupungit on järjestelmällisesti sijoittautunut maan itäosiin. Pellettien vienti kannattaisi aloittaa sieltä puolelta maata ja kysynnän kasvaessa laajentaa sitten sisämaahan päin. Logistisestikin tämä olisi järkevin ratkaisu, sillä tuotteet kuljetetaan laivakonteissa ja ne ovat helppoja kuljettaa juuri itärannalla sijaitseviin suurimpien kaupunkien satamiin kuten Shangaihin ja Jiangsuun.

Myöhemmin vientiä voi lisätä Kiinan lisäksi myös muualle Aasiaan kuten esimerkiksi Etelä-Koreaan, jonka talous on nopeassa kasvussa. Korea tuottaa hiiltä toiseksi eniten maailmassa heti Kiinan jälkeen ja se on yksi suurimmista energian kuluttajista maailmassa (Nuutilainen & Solanko 2011, 6).

Kuten Pestel-analyysissä todettiin, Kiinassa on valtavat markkinat internet-kaupoille. Yritys voisikin luoda myös oman internet-kaupan, josta ostajat saisivat tilata pellettejä verkosta eikä edes aikaero häiritse liiketoimintaa.

6.3 SWOT-analyysi

TAULUKKO 3. SWOT-analyysi

<p><i>Vahvuudet</i></p> <p>Sijainti viennin kannalta erinomainen</p> <p>Pelleteillä paljon kysyntää</p> <p>Kiinassa luonnonvaraisia metsiä liian vähän, jotta voisivat itse tuottaa pellettejä</p>	<p><i>Heikkoudet</i></p> <p>Pelletit vielä vieras tuote kiinalaisille</p> <p>Pelletit hieman kalliimpia kuin hiili, tosin poltettaessa pellettejä kuluu vähemmän</p> <p>Logistiset ratkaisut</p>
<p><i>Mahdollisuudet</i></p> <p>Biopolttoaineiden kysyntä kasvaa öljyn hinnan noustessa</p> <p>Hiilidioksidipäästöt saataisiin putoamaan merkittävästi ja sitä kautta myös hengityselinsairaudet vähentyvät</p> <p>Hiilien kysyntä vähenee, huonolaatuiset kaivokset ajetaan alas ja onnettomuudet vähentyvät</p>	<p><i>Uhat</i></p> <p>Kiinalaisten vaikea muuttaa tapojaan hiilenpoltosta pelletteihin</p> <p>Onko tarpeelliset markkina-kartoitukset tehty ja onko niistä saatu maksimaalinen hyöty?</p> <p>Pellettien vientiolosuhteet haasteelliset</p> <p>Kiinalainen byrokratia</p>

7 YHTEENVETO

Yhteenveto-luvussa tarkastellaan ja analysoidaan työn luotettavuutta ja oikeellisuutta. Saiko työllä vastauksia haluttuihin kysymyksiin ja ongelmiin, ja onko työstä mahdollista tehdä jatkotutkimuksia.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa pintapuolisesti kanadalaisten biomassatuotteiden vientimahdollisuuksia Kiinaan. Pohjois-Amerikasta on paljon pellettien vientiä, mutta se on pääasiallisesti suunnattu Eurooppaan. Tutkija halusi selvittää, mitä haasteita yritykset kohtaavat viedessään tuotetta Kiinaan ja onko biomassatuotteille edes kysyntää siellä.

Tutkimuksen tavoitteena oli löytää ajankohtaista ja olennaista tietoa Kiinasta vientimaana ja sen haasteista. Selvittää, onko taloudellisesti kannattavaa viedä Kanadasta Kiinaan pellettejä. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen ja se suoritettiin kirjoituspöytätyönä, toisin sanoen saatu tieto on sekudääristä.

Työn luotettavuutta voidaan arvioida reliabiliteetin kautta. Reliabiliteetti eli tutkimuksen toistettavuus mittaa, voidaanko työn tuloksia pitää pysyvinä, eli ovatko ne seuraavassa samankaltaisessa tutkimuksessa pysyneet samana. Opinnäytetyössä on käytetty paljon verkkolähteitä ja tutkimukset on pidetty melko pintapuolisina. Kuitenkin yleistiedot on kerätty monista eri verkkolähteistä ja ne ovat kaikissa tukeneet toisiaan, joten jatkotutkimuksissa ei yleistietoihin suuria muutoksia ole havaittavissa.

Validiteetti puolestaan mittaa työn pätevyyttä ja onko työssä onnistuttu mittaamaan juuri haluttuja asioita oikeilla välineillä. Kiina on maana niin valtava, että se toi omat haasteensa esimerkiksi PESTEL-taulukon luomiseen. Kiinasta tehtävä PESTEL-analyysi voisi jatkua loputtomiin ja siitä saisi aikaiseksi oman tutkimuksen. Työssä oli vaikea pitää tiedot tarpeeksi pinnallisina, jotta työn luotettavuus säilyisi eikä työstä tulisi liian massiivinen.

Koska hankittu tieto on pääasiallisesti internetistä, voi saaduissa tiedoissa olla puutteita, joten ennen viennin aloittamista yrityksen kannattaisi hankkia tietoa maksullisten markkinatietoa tarjoavien organisaatioiden tai yritysten kautta. Yrityksen kannattaa myös tarkoin miettiä ja puntaroida sitä, ovatko kiinalaiset

valmiita ottamaan pelletit käyttöönsä ja saadaanko kysyntä vastaamaan tarjonnan tasoon. Laaja asiakas-analyysi on siis tarpeen.

Opinnäytetyö keskittyy pääasiallisesti pellettien viennin analysointiin, mutta saadut tiedot Kiinasta ovat yleispäteviä ja niitä voi hyödyntää myös muissakin vientituotteissa. Tietoa Kanadan metsistä ja metsäteollisuudesta voivat käyttää sahateollisuuden yritykset ja organisaatiot.

Kirjoittaja arvioi työnsä etenemisen sujuneen odotetusti. Työn aihe ja siihen kerätyt alkutiedot tulivat kirjoittajan ollessa Kandassa työharjoittelussa. Tietojen keräämistä vaikeutti kieli ja ajanpuutteellisuus. Aikaeron takia kirjoittaja ei voinut olla ohjaavaan opettajaan yhteydessä kuin vasta Suomeen palattuaan ja koulujen alettua syksyllä. Silloin työhön saatiin konkreettisia apuja ja neuvoja. Myös Suomessa tiedonhankinta vaikeutui, sillä monet tiedoista oli työharjoittelupaikalla saatavilla, mutta ei enää koti-Suomessa. Tutkimus osoittautui ajankäytön kannalta liian kunnianhimoiseksi ja rajaus oli tehtävä uudelleen monta kertaa työn etenemisen aikana. Työn tavoitteet täyttyivät suurimmilta osin; työstä saa hyvät perustiedot viennin suunnitteluun.

Tästä jatkotutkimuksena voitaisiin suorittaa laajempaa tarkastelua hiilidioksidipäästöistä, haitoista ja niiden vähentämisestä esimerkiksi ympäristöpuolen opiskelijoiden toimesta. Myös eri biomassatuotteiden ja raaka-aineiden käytöstä voisi tehdä laajemman tutkimuksen niiden eroavaisuuksista sekä hyötysuhteista. Olisiko esimerkiksi Pohjois-Amerikassa jokin tietty biomassaraaka-aine, mitä voisi erityisesti hyödyntää kiinalaisessa energiantuotannossa?

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

- Aaker, D., Kumar, V. & Day, G. 2007. Marketing Research. 9. uudistettu painos. Danvers: John Wiley & Sons, Inc.
- Analysis from Millson Forestry Services. 2010. Lakehead University Wood Science and Testing Facility. Dr. Mathew Leitch, LUWSTF Director
- Burns, B. & Snyder, T. 2010. Selling in a New Market Space. New York: McGraw-Hill
- Chisnall, P. 2005. Marketing research. 7. uudistettu painos. New York: McGraw-Hill
- Hollensen, S. 2004. Global Marketing. A decision-oriented approach. 3. uudistettu painos. Essex: Pearson Education Limited.
- Hyvärinen, R. & Pukkila, J. 2009. Katse Itään. Kuinka Aasian nousu muuttaa maailmaa. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy
- Kan, J. & Lau, H. 2006. Live & Work in China. 2. painos. Oxford: Vacation Work
- Luo, J., 2005. China Today. Volume 1:A-L. London: Greenwood press
- Ogenyi, O. 2009. International Marketing. New York: Palgrave Macmillan
- Selin, E. 2004. Vientitoiminnan käsikirja. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Vaarnas, M. & Virtanen, J. 2001. Markkinatieto Yrityksen Kansainvälistymisessä. 2. uudistettu painos. Tampere: Fintra.
- Vaarnas, M., Virtanen, J. & Hirvensalo, I. 2005. Menestyjä kilpailee tiedolla – markkinatieto kansainvälistymisen tukena. 3. uudistettu painos. Helsinki: Multi-print Oy.
- Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Äijö, T. 2008. Kilpailukyky Huippukuntoon: Suomalaisyrittäjä Kansainvälistyy. Helsinki: WSOY.

Verkkolähteet

Carolina Pacific LLC 2009. [viitattu 22.4.2012] saatavissa: <http://carolina-pacific.com/1.html>

Export.gov 2011. Doing business in China [viitattu 29.8.2012] saatavissa: <http://export.gov/china/doingbizinchina/index.asp>

Finpro 2010. Kiinan maaraportti [Viitattu 22.3.2012] Saatavilla: http://www.finpro.fi/maaprofiilit/kiina?p_p_auth=zpp46jDc&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&_20_struts_action=%2Fdocument_library%2Fget_file&_20_groupId=10304&_20_folderId=15931&_20_name=109

Forest Analysis 2011. Ministry of Forests, Lands and Natural Resource Operations. [viitattu 9.4.2012] saatavissa: <http://www.for.gov.bc.ca/hts/tsa/tsa12/>

Geng, A., Nan, X. 2012. Chinadialogue. Beijing seeks to kill coal with gas. [viitattu 4.8.2012] saatavissa: <http://www.chinadialogue.net/article/show/single/en/5031>

Haiguang, X. 2011. Corruption in China: How public officials took \$120 Billion, and ran. Worldcrunch. [viitattu 22.3.2012] saatavissa: <http://www.worldcrunch.com/corruption-china-how-public-officials-took-120-billion-and-ran/3355>

Huazhong, W. 2011. China coal mine deaths fall 'but still remain high'. Asia One news [viitattu 20.3.2012] Saatavissa: <http://www.asiaone.com/News/Latest+News/Asia/Story/A1Story20110226-265428.html>

Merchant, B. 2011. Cancer Now #1 Cause of Death in China, Coal Largely to Blame. Treehugger. [viitattu 21.3.2012] saatavissa:
<http://www.treehugger.com/corporate-responsibility/cancer-now-1-cause-of-death-in-china-coal-largely-to-blame.html>

Mind Tools, 2012. PEST analysis. [viitattu 6.9.2012] saatavissa:
http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_09.htm

Niemi, M. 2008. Kiina USA:ta pahempi saastuttaja. Taloussanomat [viitattu 21.3.2012] Saatavissa: <http://www.taloussanomat.fi/uutiset/2008/04/15/kiina-usata-pahempi-saastuttaja/200810505/12>

North Idaho Energy Logs 2012. [viitattu 22.4.2012] saatavissa:
<http://www.northidahoenergylogs.com>

Nuclear Power in China. 2012. World Nuclear Association. [viitattu 23.3.2012] Saatavissa: <http://www.world-nuclear.org/info/inf63.html>

Nuutilainen, R. & Solanko, L. 2011. Suomen pankki. Metallien ja energian maailmankauppa kääntyi Kiinaan [viitattu 3.8.2012] saatavissa:
<http://www.suomenpankki.fi/bofit/tutkimus/tutkimusjulkaisut/online/Documents/bon0711.pdf>

Pacific BioEnergy 2012. The local alternative. [viitattu 22.4.2012] saatavissa:
<http://www.pacificbioenergy.ca/index.html>

Pinnacle Renewable Energy Group 2011. [viitattu 22.4.2012] saatavissa:
<http://www.pinnaclepellet.com/>

Rosenberg, M. 2012. China Population. geography.about.com. [viitattu 22.3.2012] Saatavissa:
<http://geography.about.com/od/populationgeography/a/chinapopulation.htm>

Salans 2012. China - Online Shopping. [viitattu 6.9.2012] saatavissa:
<http://www.salans.com/en-GB/sitecore/Content/Salans/Global/Items/People/S/~~/media/Assets/Salans/Publications/1203%20Online%20Shopping%20in%20China.aspx>

Sillanpää, S., 2007. Kiina ratkaisee ilmastonmuutoksen suunnan. Helsingin

Sanomat [viitattu 4.8.2012] saatavissa:

<http://www.hs.fi/ulkomaat/artikkeli/Kiina+ratkaisee+ilmastonmuutoksen+suunnann/1135224459371>

Ulkoasianministeriö 2007. Muutoksia Kiinan verotusjärjestelmässä; vaikutuksia ulkomaisiin yrityksiin. [viitattu 29.8.2012] saatavissa:

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=92947&nodeid=15260&contentlan=1&culture=fi-FI>

Uusiutuva energia Kiinassa. 2011. Wikipedia. [viitattu 23.3.2012]. Saatavissa:

http://fi.wikipedia.org/wiki/Uusiutuva_energia_Kiinassa

Worldwide-Tax 2012. China foreign Investments incentives [viitattu 3.8.2012]

saatavissa: http://www.worldwide-tax.com/china/chi_invest.asp

Suulliset lähteet

Holdyk, B., Pacific Timberin osaomistaja. Haastattelu 27.2.2012

Kuvien lähteet

KUVIO 2. Kispioxin sijainti British Columbiassa: The State of British

Columbia's Forests 2004. [viitattu: 8.4.2012] saatavissa:

<http://www.for.gov.bc.ca/hfp/sof/2004/maps.htm>

KUVIO 3. Puulajien osuudet Kispioxin alueella: Kispiox TSA 2006. Public discussion paper. [viitattu: 8.4.2012] saatavissa:

<http://www.for.gov.bc.ca/hts/tsr1/pdp/tsa/12/12k-0013.htm>

KUVIO 4. Hakkuujätettä Kispioxissa. Holdyk, B., kotialbumi

KUVIO 5. Kiinan provinssit väestötiheyden mukaan: Luettelo Kiinan hallinnollisista alueista väestötiheyden mukaan 2012. Wikipedia. [viitattu: 29.8.2012] saatavissa:

http://fi.wikipedia.org/wiki/Luettelo_Kiinan_hallinnollisista_alueista_v%C3%A4est%C3%B6tiheyden_mukaan

KUVIO 6. Kiinan hiilikaivoskuolemat vuosina 2006 – 2010: Sweet and sour socialism 2011. Wordpress. China's coal mine deaths fall but still remain high [viitattu 20.3.2012] Saatavissa:

<http://sweetandsoursocialism.wordpress.com/2011/03/02/chinas-coal-mine-deaths-fall-but-still-remain-high-peoples-daily/>

KUVIO 7. Merikilometrit Kiinaan ja Eurooppaan: Murray, G. 2011. Canadian wood pellet industry update. European Pellet Conference 2011. Wood Pellet Association of Canada [viitattu: 12.4.2012] saatavissa:

<http://www.pellet.org/linked/2011-03-03%20g%20murray%20epc.pdf>