

## Aasian rooli maailmankaupassa - kommentti

JORMA OLLILA

Aasian osuus maailmankaupasta on kasvanut 20 vuodessa kymmenestä prosentista 19 prosenttiin.\* On ennustettu, että osuus kasvaa edelleen aina 25 %:iin seuraavan kymmenen vuoden kuluessa. Aasian maiden säästämisasteen ennustetaan pysyvän yli 30 %:ssa BKT:sta, mikä on huomattavasti yli Euroopan ja USA:n noin 8 % keskiarvon. Maailmankaupan painopiste onkin selvästi siirtymässä aasiaan, ja seuraavan kymmenen vuoden aikana merkittävä osuus - jopa puolet - maailman uudesta varallisuudesta syntyy nimenomaan tällä alueella. Japanin lisäksi Kiina on Aasian talouden keskeisimpiä maita.

### *Kiinan talous*

Kiina on Maailmanpankin virallisen tilastoinnin mukaan maailman kahdeksanneksi suurin talous, ja sen bruttokansantuote (GNP) vuonna 1992 oli 440 miljardia USD. Mikäli Kiinan taloutta arvioidaan ostovoimapariteetilla ja huomioiden sen maatalouden erikoispiirteet, olisi Kiinan talouden sijaluku vielä huomattavasti korkeampi kuin viralliset tilastot antavat ymmärtää. Kiinan talouskasvu on ollut voimakasta jo viidentoista vuoden ajan, ja viime vuonna BKT:n reaalkasvu oli peräti 13 %. Talouden kasvuvauhtia

pyritään jopa hillitsemään ja tulevien vuosien kasvuennusteet vaihtelevat kymmenen prosentin molemmin puolin. Teollisuuden osuus BKT:sta oli toissa vuonna 59 %. Kiinan teollisuustuotannon arvon ennustetaan kaksinkertaistuvan vuosisadan loppuun mennessä.

Kiinan jo yli vuosikymmenen kestänyt taloudellinen kasvu on jättänyt jälkensä varsinkin maan rannikkoalueiden kasvukeskuksiin. Huima taloudellinen kasvu on toisaalla aiheuttanut kasvavia sosiaalisia ongelmia, kun tuloerot ovat kasvaneet ja maaltamuutto nopeasti lisääntynyt. Kiinan väestö kasvaa vuosittain 17 miljoonalla hengellä. Työmenetelmien tehostuminen aiheuttaa maaseudulla massatyöttömyyttä, ja kymmenet miljoonat ihmiset siirtyvät maalta kaupunkiin työn hakuun. Nopeakaan teollinen kasvu ei kuitenkaan voi luoda kasvavaa määrää uusia työpaikkoja. Toisaalta sosiaaliturvaa sanan länsimaisessa merkityksessä ei tunneta, minkä vuoksi sosiaaliset ongelmat ovat tuskin vältettävissä.

### *Kiinan talousuudistus*

Kiinan talousuudistuksen vahva mies, varapääministeri *Zhu Rongji*, ajaa ohjelmaa, jonka kolme keskeisintä kohtaa ovat:

1 Valtionyriyten asteittainen yhtiöittäminen ja saattaminen "sosialistisen markkinatalouden" piiriin. Käytännössä nykyisille valtionyhtiöille

\* Kommenttipuheenvuoro Kansantaloudellisessa yhdistyksessä 19.5.1994.

määriteltäisiin varat ja velat sekä johtoon asetettaisiin ammattijohtajat nykyisten puolue-edustajien sijaan.

2 Pankkijärjestelmän luominen länsimaisen mallin mukaan. Suurimmat pankit alkaisivat toimia kaupallisin perustein ja myöntäisivät rahoitusta vain kannattaviksi arvioituille hankkeille. Keskuspankista tulisi entistä riippumattomampi, ja se säätelisi rahan määrää pyrkien pitämään inflaation kurissa.

3 Verouudistus, jossa keskushallinto saa finanssipolitiikan kautta enemmän määräysvaltaa kansalliseen tulokajaan.

On ilmeistä, että edellä mainitut uudistukset ovat äärimmäisen tavoitteellisia ja poliittisen tuen saaminen niiden läpiviemiseksi sellaisinaan on vaikeata. Muutoksen suunta on kuitenkin selvä.

## *Suomen Kiinan-kauppa*

Suomalaisyrietykset ovat panostaneet Kiinan kauppaan, ja kauppavaihtomme on kasvanut voimakkaasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Kiina onkin Suomen kolmanneksi suurin kauppakumppani Euroopan ulkopuolella. Suomen vienti Kiinaan viime vuonna oli 1,5 mrd. markkaa, ja suurimpia toimialoja olivat tietoliikennelaitteet, paperiteollisuustuotteet sekä koneet ja laitteet.

Nokian Kiinan-myyntin kehitys on tyypillinen suomalaiselle yritykselle. Liikevaihtomme Kiinassa on kasvanut vuosikymmenen alun sadasta miljoonasta markasta viime vuoden 670 miljoonaan. Tästä liikevaihdosta ei tosin kaikki ole vientiä Suomesta sillä osa tuotteista on valmistettu ulkomaalaisissa tuotantoyksiköissämme.

Myös tulevaisuudennäkymät ovat suotuisat, sillä Kiina teollisen modernisoinnin yhtenä pääalueena on tietotekniikka. Kiinan puhelintiheys on tällä hetkellä 1,5 %:n luokkaa eli huomattavasti pienempi kuin muissa Aasian maissa. Kiinan teleministeri on asettanut tavoit-

teeksi 5 % puhelintihedden saavuttamisen vuosikymmenen loppuun mennessä. Tällöin suurempien kaupunkien penetraatio olisi 40 %. Kiinan kokoisessa maassa tässä tarkoittaa valtavia investointeja. Erityisesti langattomalla tietoliikennetekniikalla on merkittävä osa Kiinan tietoliikenneinfrastruktuurin rakentamisessa.

Hyvän kuvan Kiinan mittasuhteista antaa seuraava teoreettinen laskelma. Jos Kiinan rakennettaisiin viiden vuoden sisällä puhelinverkko, joka tiheydeltään vastaisi länsimaista 55 %:n penetraatiota, tarvittaisiin tilaajaverkon kuparikaapeleihin maailman koko viiden vuoden kuparituotanto.

Kiinan markkinoiden houkuttelevuus on ilmeistä. Suurten lukujen ei kuitenkaan pidä antaa johtaa harhaan, sillä Kiinan markkinoilla ei menestytä sen helpommin kuin muillakaan vientimarkkinoilla. Päinvastoin, sikäläisillä markkinoilla viejät kohtaavat kilpailijoiden lisäksi monia uusia haasteita ja odottamattomia ongelmia, jotka ratkeavat ainoastaan sitkeydellä ja pitkäjänteisellä toiminnalla.

## *Vientistrategian valinta*

Jotta viennissä onnistuttaisiin, on valittava tarkkaan fokusoitu alue, jolla toimitaan. Vain kansainvälisesti kilpailukykyisillä tuotteilla on menestyksen mahdollisuuksia. Kohdesegmentin valinnassa on otettava huomioon Kiinan provinssien erilaisuus sekä valtavat maantieteelliset etäisyydet. Kiinaa ei pidä käsitellä yhtenä markkinana, sillä Kiinan 22 provinssia eroavat monessa suhteessa toisistaan aivan kuten Euroopan valtiot. Provinssit eroavat ratkaisevasti toisistaan niin kielellisesti, ilmastollisesti kuin luonnonvarojensa ja infrastruktuurinsakin osalta. Kiinan demografia on huomionarvoinen asia myös markkinointisegmentointia suunniteltaessa. Kasvava varallisuus jakautuu entistä epätasaisemmin, ja keskiluokka kasvaa räjähdysmäisesti niin kuin muuallakin Aasiassa: Kiinassa arvioidaan olevan jo nyt yli 80 miljoonaa keski-

luokkaan kuuluvaa työntekijää.

### *Tulevaisuuden kilpailutekijät*

Viime vuosiin asti Kiinan markkinoilla on voinut menestyä hyvillä tuotteilla ja kilpailukykyisillä hinnoilla. Markkinointityö on aina vaatinut paljon aikaa, rahaa ja osaamista. Jatkossa laajamittainen suora vienti on entistä vaikeampaa. Kiinan houkuttelevuus länsimaisten yritysten silmissä on saanut Kiinan entistä valikoivammaksi ulkomaisten toimittajiensa suhteen.

Valtionvarainministeri *Liu Zhongli* sanoi hiljattain pitämässään puheessa, että Kiina tulee edellyttämään suurilta toimittajiltaan paikallismarkkinasta sekä teknologian siirtoa osana toimitussopimuksia. Tämä onkin suunta, johon Nokia ja monet muut länsimaiset yritykset ovat jo kulkeneet. Nokialla on Kiinassa kolme toimivaa yhteisyritystä ja useita neuvotteluvaiheessa. Yhteisyritykset tuovat tullessaan yrityksen johtoon, koulutukseen, rahoitukseen sekä mahdollisten voittojen kotiuttamiseen liittyviä uusia haasteita. Uskon kuitenkin, että yhteisyritykset ovat välttämättömiä merkittävän aseman saavuttamiseksi Kiinan markkinoilla.

Kiinassa menestymisen ehto on toimintojen siirtäminen paikan päälle. Henkilöstöasioissaakaan ei voi tukeutua vain ekspatriotteihin, vaan on pyrittävä mahdollisimman paljon hyödyntämään paikallista koulutettua työvoimaa. Tähän antaa lisämahdollisuuksia se, että Suomessa opiskelee tälläkin hetkellä noin 600 kiinalaista. He ovat suurin ulkomaalaisryhmä yliopistoissamme.

Kiina on joutunut lähihistoriassaan käymään läpi erilaisia poliittisia ja taloudellisia vaiheita. Suomen ja Kiinan valtiolliset suhteet ovat kuitenkin säilyneet hyvinä vaikeinakin aikoina. Kiinalaisten muistin sanotaan olevan pitkän, ja uskon, että hyvin hoidetut valtiolliset suhteet ovat ja tulevat jatkossakin olemaan kilpailuetu suomalaisille vientiyrityksille.

### *Kaupan rahoitus*

Yksi keskeisistä ja vaikeista ongelmista Suomen Kiinan kaupassa on rahoitus. Jo nyt ja varsinkin tulevaisuudessa Kiinan kaupan edellytyksenä on se, että toimittaja pystyy järjestämään projekteille ehdoiltaan kilpailukykyisen rahoituksen. Valtiontakuukeskuksen rooli Kiinan riskien kattajana on ratkaisevan tärkeä. Nykyinen VKT:n maapolitiikka ei kuitenkaan ota huomioon Kiinan valtavaa kokoa, vaan Kiinan ns. maapositio eli laskennallinen takuulimiitti on sama kuin esim. Kuwaitilla. Position täyttymisen vuoksi poliittisen riskin takuumaksua on nyt korotettu sata prosenttia, mikä heikentää huomattavasti suomalaisten yritysten kilpailukykyä Kiinan markkinoilla. Toivon, että tähän epäkohtaan puututtaisiin mahdollisimman pikaisesti.

Edellä mainitut Kiinan talousuudistukseen liittyvät muutokset aiheuttavat lisäksi paineita tarkentaa VTK:n politiikkaa takuukelpoisia pankkeja ja muita organisaatioita määriteltäessä. Lähivuosina provinssien omien rahoituslaitosten rooli kasvane. VTK:lle pitäisi taata riittävät voimavarat seurata Kiinan pankki- ja talousuudistusta, jotta muutoksiin voitaisiin reagoida riittävän nopeasti ja oikealla tavalla.

### *Lopuksi*

Kiina on yksi maailman kiinnostavimmista markkinoista. Suomalaiset yritykset ovat sitkeällä työllä saavuttaneet hyvät asemat monilla toimialoilla. Kiina on nyt merkittävien talousmuutosten edessä, mikä ei voi olla heijastumatta sen sosiaaliseen ja poliittiseen ympäristöön. Tästä huolimatta Kiina on mitä ilmeisimmin jatkossakin Aasian talouskasvun keskeinen tekijä. Suomalaisten yritysten ja valtionhallinnon on pystyttävä ottamaan vastaan Kiinan kasvun ja muutosten tuomat haasteet, jotta asemaamme Kiinassa ja muualla Aasiassa pystyttäisiin entisestään vahvistamaan.