

Kiinan vienti on uhka myös suomalaisten yritysten vientimarkkinoilla



Katariina Nilsson Hakkala

The Research Institute of the Finnish Economy and Aalto University, Finland
katariina.nilsson.hakkala@etla.fi

Suosittelava lähdeviittaus:

Nilsson Hakkala, Katariina (9.1.2020). ”Kiinan vienti on uhka myös suomalaisten yritysten vientimarkkinoilla”.

ETLA Muistio No 83.

<https://pub.etla.fi/ETLA-Muistio-Brief-83.pdf>

Tiivistelmä

Kiinan vientikilpailu on vähentänyt suomalaisyritysten tuotteiden kokonaisviennin arvoa erityisesti hintojen laskun kautta. Yritystason analyysi osoittaa, että kilpailu Kiinan kanssa johtaa merkittäviin hinnanalennuksiin markkinaosuuksien ennallaan pitämiseksi erityisesti homogeenisten tuotteiden osalta. Hinnanpudotukset markkinaosuuksien säilyttämiseksi kilpailun kiristyesä eivät näytä olevan yhtä oleellisia eritellyille (heterogeenisille) tuotteille.

Yritykset toisaalta reagoivat Kiinan kanssa lisääntyneeseen vientikilpailuun lopettamalla niille vähemmän tärkeiden tuotteiden viennin.

Tutkimus korostaa Kiinan kanssa käytävän vientikilpailun merkitystä myös kehittyville maille, kun Kiinan tuotanto nousee yhä korkeammalle arvoketjun tikkaila.

On tärkeää, että politiikkatoimet keskittyvät tukemaan eriteltyjen hyödykkeiden tuotannon ja viennin kasvua. T&k-investointien jatkuva tukeminen sekä yrityksissä että julkisella sektorilla on yksi tärkeimmistä politiikkatoimista, joka synnyttää uusia kilpailukykyisiä korkean osaamisen vientituotteita.

Abstract

Chinese Export Competition Affects the Exports of Firms from Finland

China's export competition has decreased the total export value of Finnish firms' products, primarily through price cuts. Firm-level analysis shows that the export competition with China leads to substantial price cuts to retain market shares, especially for homogeneous products. Price cuts to maintain market shares as competition intensifies do not seem to be as relevant for differentiated (heterogeneous) products.

On the other hand, firms respond to the increased level of Chinese export competition by dropping their marginal product exports.

The study highlights the importance of export competition with China for developed countries, as China's production climbs higher on the value chain ladder.

It is important that policy measures will focus on supporting the growth of production and export of specified products. The continuing support of R&D investments in both companies and in public sector is one of the most important policy actions that will generate new competitive high-skill export products.

PhD (Econ.) **Katariina Nilsson Hakkala** on tutkimuspäällikkö Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksessa ja taloustieteen dosentti Aalto yliopistossa.

PhD (Econ.) **Katariina Nilsson Hakkala** is a Chief Research Scientist at The Research Institute of the Finnish Economy and an Adjunct Professor of Economics at Aalto University.

Kiitokset: Muistio perustuu artikkeliin: Nilsson Hakkala K. & Pan, Y. Emerging Trade Battlefield with China: Export Competition and Firm's Coping Strategies. ETLA Working Papers No 71, 2019.

Acknowledgement: This policy brief is based on: Nilsson Hakkala K. & Pan, Y. Emerging Trade Battlefield with China: Export Competition and Firm's Coping Strategies. ETLA Working Papers No 71, 2019.

Avainsanat: Kauppavirrat, Vientikilpailu, Yritystaso, Tuotevalikoima, Kiina

Key words: Trade flows, Export competition, Firm-level, Product mix, China

JEL: F14, F15, F61, L25

Kiinan kilpailu leviää jalostettuihin tuotteisiin

Kiinan syvä integraatio maailmantalouteen on yksi keskeisistä voimista, joka on vaikuttanut kansainvälisten markkinoiden rakenteeseen 25 viime vuoden aikana. Kiinan tuonnin kasvu on aiheuttanut huolta eri maissa etenkin maiden kotimaisen valmistuksen syrjäyttämistä. Kiinan kasvavan tuonnin vaikutuksia kotimaassa on jo tutkittu paljon, mutta vaikutukset vientimarkkinoilla ovat saaneet vähemmän huomiota. Kilpailu vientimarkkinoilla on huolestuttanut lähinnä keskituloisia ja kehittyviä maita, jotka ovat erikoistuneet työvoimaintensiivisten tuotteiden tuotantoon ja vientiin. Kiinan tuotannon noustessa yhä korkeammalle arvoketjun tikkaila kilpailu-uhka koskee kuitenkin yhä jalostuneempia tuotteita ja kehittyneempiä maita.

Tutkimusta Kiinan vientikilpailun vaikutuksista kehittyneisiin talouksiin on edelleen vähän, vaikka kehittyneiden talouksien ja Kiinan vientituotevalikoimat ovat yhä samankaltaisempia.

Kilpailu pakottaa yritykset laskemaan hintoja

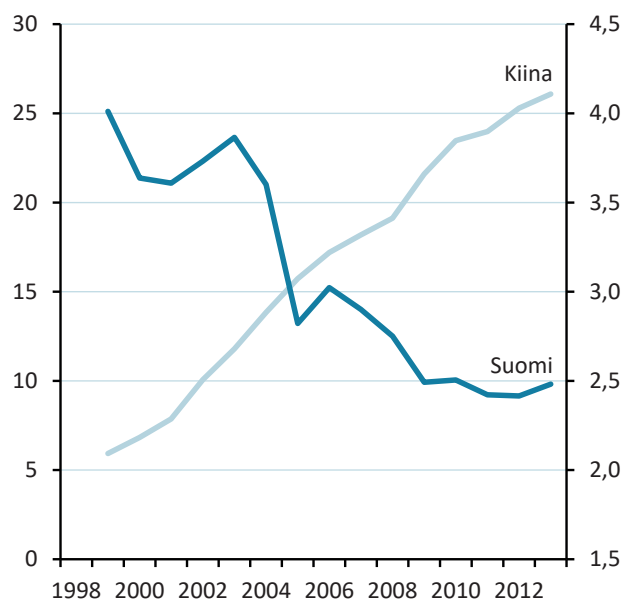
Tuoreessa tutkimuksessa Katariina Nilsson Hakkala ja Yao Pan (2019) ovat analysoineet, kuinka Kiinan kiihtynyt vientikilpailu vaikuttaa Suomen kokonaisvientiin tuote- ja maatasolla sekä yritysten tuotetason vientiin ja tuotevalikoimiin. Suomi on pieni kehittynyt talous, joka on erittäin riippuvainen viennistä. Vienti muodostaa 40 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta. Vuosien 1999–2012 loppupuolella Suomen tavaraviennin kasvu hidastui selvästi. Lisäksi (kuvio 1) kymmenen Suomen tärkeintä vientituoteryhmää menetti markkinaosuutensa, kun taas Kiinan vientiosuudet kolminkertaistivat samoissa tuoteryhmissä tänä aikana.

Tutkimuksessa Kiinan kilpailua mitattiin Kiinan osuudella vientikohdemaan hyödyketason kokonaistuonnista. Kausaalisia yhteyksiä mittaavan estimoinnin tulokset osoittivat, että Kiinan viennin tuote- ja maakohtaisen markkinaosuuden kasvaessa yhden prosenttiyksikön Suo-

men viennin arvo laski 5,6 prosenttia. Viennin arvoon vaikuttavat sekä hinnat että hyödykkeiden määrä. Kiinan kilpailun vaikutus vientituotteiden hintoihin on tutkimuksen mukaan määrää tärkeämpi viennin arvoa suostava mekanismi.

Flückigerin ja Ludwigin (2015) tutkimus lienee ainoa aikaisempi Kiinan kilpailun vaikutuksia kehittyneiden maiden vientiin arvioiva tutkimus. Etlan tutkimuksen havain-

Kuvio 1 Suomen ja Kiinan markkinaosuudet (vientimaan kokonaistuonnista) Suomen 10 tärkeimmälle vientituoteryhmälle 1999–2013, %



Taulukko 1 Kiinan kilpailun vaikutus tuote- ja maakohtaiseen kokonaisvientiin

| | Viennin arvo (1) | Yksikköarvo (2) |
|----------------------|-----------------------|---------------------|
| Kiinan markkinaosuus | -5,649 *** (1,867) | -1,576 * (0,950) |
| Havainnot | 726 601 | 707 867 |

Estimaattien keskivirheet suluissa *** ja * tilastollisesti merkitsevä 1 ja 10 prosentin tarkkuudella.

to Kiinan kilpailun haitallisesta vaikutuksesta Suomen hyödykkeiden vientiin on samansuuntainen kuin Flückerin ja Ludwigin tulokset Euroopan maiden kokonaisviennille hyödykkeittäin. Suomessa vaikutus on kuitenkin suurempi. Flücker ja Ludwig analysoivat vaikutuksia vain hyödykkeiden maatason kokonaisviennin; tämä tutkimus taas ulottuu syvemmälle, koska nyt analysoidaan vaikutuksia ja sopeutumisstrategiota yritystasolla.

Heterogeeniset tuotteet paremmin suojassa

Suomalaisten yritysten sopeutumisstrategioita kasvavaan Kiinan kilpailuun vientimarkkinoilla voidaan analysoida yritys- ja tuotetason vientitiedoilla.

Kiinan vientikilpailulla on viennin arvoa vähentävä vaikutus, vaikka samanaikaisesti yritysten vientimäärä kasvaa. Tulokset viittaavat siihen, että kilpailu vaikuttaa ensisijaisesti niin, että yritykset laskevat hintoja markkinaosuusien säilyttämiseksi.

On kuitenkin huomioitava, että vaikutus vientimääriin on estimoitu vain yrityksille, jotka jatkavat toimintaansa koko ajanjakson, ja tuotteille, joita yritykset vievät samaan maahan vähintään kaksi vuotta. Yritykset voivat tänä aikana lopettaa joidenkin tuotteiden viennin kokonaan joissakin maissa, mikä vaikuttaa kokonaisviennin arvoon.

Tutkimuksessa analysoitiin edelleen Kiinan kilpailun vaikutusta hintoihin tuotetyypeittäin jakamalla hyödykkeet Rauchin (1999) yritysten hinnoittelustrategioihin perustuvan luokituksen mukaan kolmeen kategoriaan: homogeenisiin, viitehintaisiin ja eriteltyihin hyödykkeisiin.

Tutkimuksen ajanjakson ensimmäisenä vuonna (1999) homogeenisten hyödykkeiden osuus Suomen kokonaisviennistä oli 4,3 prosenttia, viitehintaisten 34,5 prosenttia ja eriteltyjen (heterogeenisten) hyödykkeiden osuus kokonaisviennistä 61,2 prosenttia.

Tutkimus osoittaa, että Kiinan kilpailu laskee voimakkaammin homogeenisten ja viitehintaisten tuotteiden hintoja kuin eriteltyjen tuotteiden hintoja (taulukko 2). Vaikutus homogeenisten ja viitehintaisten tuotteiden

den hintoihin on noin kaksinkertainen verrattuna eriteltyjen tuotteiden hintoihin. Hinnanpudotukset eivät siis näytä olevan yhtä oleellisia eriteltyille tuotteille markkinaosuusien säilyttämiseksi vientimarkkinoiden kilpailun kiristyessä.

Taulukko 2 Kiinan kilpailun vaikutus yritysten viennin yksikköarvoihin tuoteryhmittäin

| | Homogeeniset ja viitehintaiset tuotteet (1) | Heterogeeniset eriteltyt tuotteet (2) |
|----------------------|---|---------------------------------------|
| Kiinan markkinaosuus | -1,474 ** (0,677) | -0,684 ** (0,331) |
| Havainnot | 180 533 | 907 854 |

Estimaattien keskivirheet suluisissa ** tilastollisesti merkitsevä 5 prosentin tarkkuudella.

Homogeeniset hyödykkeet hinnoitellaan ja myydään järjestäytyneissä pörseissä. Näitä tuotteita ovat esimerkiksi raakaöljy ja soijapavut. Viitehintaisten hyödykkeiden ei kaupata pörseissä, mutta niillä on kuitenkin viitehinnat. Esimerkiksi Chemical Marketing Reporter ilmoittaa polyoksietyleenisorbitaanimonostearaatile hinnan puntaa kohti viikoittaiseen hintakyselyyn perustuen, vaikka tuotetta ei kaupata pörseissä.

Toisin kuin kaksi edellä mainittua hyödyketyypä heterogeeniset hyödykkeet eroavat toisistaan jossain määrin laadussa tai muissa ominaisuuksissa, ja niiden hinnoittelu perustuu ainutlaatuisuuteen ja monopolistiseen markkinavoimaan.

Yritykset keskittyvät ydintuotteisiin

Yritykset voivat reagoida Kiinan kilpailuun myös muuttamalla vientituotevalikoimaansa. Kiinan kilpailu voi siis vaikuttaa siihen, mitä tuotteita yritykset vetävät pois vientimarkkinoilta keskipitkällä aikavälillä.

Tämän vuoksi tutkimuksessa tarkasteltiin hyödykkeitä, joita yritykset veivät vuosina 1999–2003 ja analysoitiin, vievätkö yritykset samoja tuotteita edelleen vuosina 2005–2009 ja vuosina 2008–2012.

Tulokset viittaavat siihen, että yritykset todennäköisemmin lopettavat tuotteiden viennin Kiinan vientimarkkinaosuuksien lisääntyessä, mutta tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä.

On mahdollista, että kilpailun vaikutus vaihtelee hyödykkeittäin riippuen hyödykkeiden suhteellista tärkeydestä yrityksen vientituotevalikoimassa. Kun tuotteet erotellaan niiden suhteellisen tärkeyden mukaan, tulokset osoittavat, että Kiinan kilpailun kiristyessä yritykset keskittyvät tuotevalikoimaansa ydintuotteisiinsa. Mitä suurempaa osuutta hyödyke edustaa yrityksen maailmanlaajuisesta viennistä, sitä vähemmällä todennäköisyydellä yritys lopettaa sen viennin Kiinan kilpailun lisääntyessä.

Viennin uhkaa voidaan torjua t&k:lla

Kiinan vientikilpailu syrjäyttää aggregaattitasolla suomalaisten tuotteiden vientiä maissa, joihin molemmat maat vievät samoja tuotteita. Kiinan kilpailun vaikutus vientituotteiden hintoihin on tärkeä suomalaisen tuote- ja maa-kohtaisen kokonaisviennin arvoa supistava mekanismi.

Yritystason analyysi paljastaa yritysten sopeutumis- ja selviytymisstrategiota, joita ei havaita maa- ja tuotetason analyysissä. Tulokset osoittavat, että yritykset laskevat tuotehintoja markkinaosuuksien säilyttämiseksi Kiinan kilpailun kiristyessä, ja hintavaikutus on suurempi tuotteille, jotka kilpailevat hinnoilla pikemmin kuin laadulla ja tuotebrändillä.

Analyysi paljastaa myös toisen yritysten käyttämän sopeutumisstrategian. Kiinan kilpailun kasvaessa yritykset muuttivat vientituotevalikoimaansa keskittymällä viemmään tuotteita, jotka ovat suhteellisesti tärkeämpiä yritysten globaalissa kokonaisviennissä. Yritykset luopuvat vähemmän tärkeiden tuotteiden viennistä kokonaan vientimarkkinoilla, joilla Kiinan kilpailu kiristyy.

Yritystasolta siis paljastuu, että yritykset sopeutuvat kiristyneeseen kilpailuun sekä pudottamalla hintoja että keskittämällä vientiä tärkeimpiin vientituotteisiinsa.

Kiinan tuotanto on noussut yhä korkeammalle arvoketjun tikkailta, ja lisääntynyt kilpailu uhkaa myös jalostetumpia tuotteita, jotka ovat tärkeitä vientituotteita Suomelle ja muillekin kehittyneille talouksille.

Eriteltyt (heterogeeniset) tuotteet, jotka kilpailevat sellaisilla ominaisuuksilla, kuten laatu, brändi ja yrityskohdattainen osaaminen, pärjäävät paremmin vientikilpailussa hintoja laskematta. Näissä tuotteissa myös kotimaisen arvonlisän osuus on korkeampi. Onkin tärkeää, että politiikkatoimet keskittyvät tukemaan eriteltyjen hyödykkeiden tuotannon ja viennin kasvua. T&k-investointien jatkuva tukeminen sekä yrityksissä että julkisella sektorilla on yksi tärkeimmistä politiikkatoimista, joka synnyttää uusia kilpailukykyisiä korkean osaamisen vientituotteita.

Kirjallisuutta

Rauch, J. E. (1999). Networks Versus Markets in International Trade. *Journal of International Economics*, 48(1): 7–35.

Flückiger, M. & Ludwig, M. (2015). Chinese Export Competition, Declining Exports and Adjustments at the Industry and Regional Level in Europe. *Canadian Journal of Economics*, 48(3): 1120–1151.

Nilsson Hakkala, K. & Pan, Y. (2018). Emerging Trade Battlefield with China: Export Competition and Firm's Coping Strategies. *Eta Working Papers No 71*, 2019.

ETLA



Elinkeinoelämän tutkimuslaitos

**The Research Institute
of the Finnish Economy**

ISSN-L 2323-2463
ISSN 2323-2463

Puh. 09-609 900
www.etla.fi
etunimi.sukunimi@etla.fi

Arkadiankatu 23 B
00100 Helsinki
