

Muuttuvat paperimarkkinat ja paperin hinta

Lauri Hetemäki, erikoistutkija, VTT, Metsäntutkimuslaitos

Teollisuusmaiden paperimarkkinat käyvät parhaillaan läpi historiallista rakennemuutosta. Tieto- ja viestintäteknikan (ICT) ja paperimarkkinoiden perinteisesti toisiaan tukenut kehitys ei näytä jatkuvan enää entisenlaisena. Paperin käyttötarkoituksen ja markkinoiden maantieteellisen sijainnin mukaan paperin kulutus joko taantuu tai kasvaa. Tietotekniikan kehityksellä on myös vaikutuksia paperituotteiden hintoihin. Mitä näillä muutoksilla tarkemmin ottaen tarkoitetaan?

Sanomalehtipaperin kulutus taantuu OECD-maissa

Sanomalehtipaperin kulutus on vähentynyt mm. Pohjois-Amerikassa ja Pohjoismaissa (kuvio 1). Yhdysvalloissa se on supistunut jo 1980-luvun lopulta. Sen sijaan Pohjoismaissa kulutus alkoi vähentyä vasta vuoden 1998 jälkeen. Yhdysvalloissa sanomalehtipaperin kulutus on nyt samalla tasolla kuin 1970-luvun alussa ja Pohjoismaissa 1990-luvun alun tasolla. Japanissa, jossa on maailman toiseksi suurimmat sanomalehtipaperin markkinat Yhdysvaltain jälkeen, kulutus on polkenut paikallaan jo pitkään. Japanissa stagnaation taustalla on osittain taloudellinen taantuma, mutta ajoittaisesta taloudellisen kasvun kiihtymisestä huolimatta kulutus ei ole lähtenyt kasvuun.

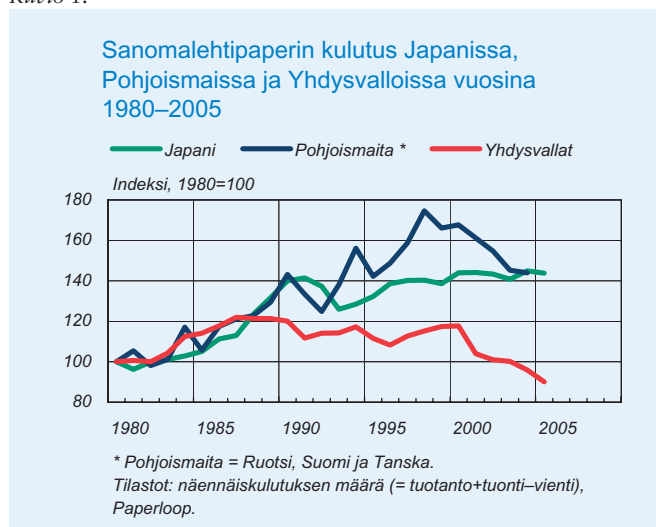
Sanomalehtipaperin kulutuksen vähenemiseen on esitetty monia syitä, ja epäilemättä kysymys onkin useiden eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Tutkimusten ja asiantuntijoiden arvioiden mukaan merkittävimpana yksittäisenä tekijänä voidaan kuitenkin pitää tietoa- ja viestintäteknikan kehitystä. Pohjois-

Amerikassa kehitykseen ovat vaikuttaneet erityisesti kaapelitelevisio ja Internet. Esimerkiksi Amerikan sanomalehtipaperiliiton selvitysten mukaan sanomalehtien tavoitettavuuden heikkene- misen takana on juuri Internetin käytön kasvu. Sama kehitys näyttää olevan menossa myös monissa muissa vaurias- sa OECD-maissa, joissa painettua sanomalehteä lukee sähköisen median kehityksen myötä yhä pienempi osa väestös- tä. Erityisesti nuoret eivät lue painettuja sanomalehtiä, ja toisin kuin aiemmin, he eivät myöskään aloita niiden luke- mista vanhetessaan.

Johtopäätös on, että useissa OECD-maissa taloudellisen kasvun, väestönkasvun ja sanomalehtipaperin kulutuksen välillä aiemmin vallinneet vaikutussuhteet ovat muuttuneet. Siitä lähtien kun sanomalehtipaperia on valmistettu, taloudellinen kasvu ja väes- tönkasvu ovat lisänneet sanomalehti- paperin kulutusta. Näin ei enää ole.

Tutkimusten mukaan talouskasvun vaikutus voi olla erisuuntainen tarkas-

Kuvio 1.



telujakson pituuden mukaan. Malleissa, joissa selitetään Yhdysvaltain sanomalehtipaperin kulutusta mm. talouskasvulla, bruttokansantuotteen kasvun vaikutukset kulutukseen ovat positiiviset lyhyellä aikavälillä, mutta negatiiviset pitkällä aikavälillä (Hetemäki 2005a). Lyhyt aikaväli viittaa suhdannevaihteluihin, esimerkiksi siirtymiin taantumasta nousukauteen. Pitkä aikaväli puolestaan kuvaa ajanjaksoa, jolloin taloudessa ja sanomalehtipaperin kulutuksessa voi esiintyä rakennemuutoksia.

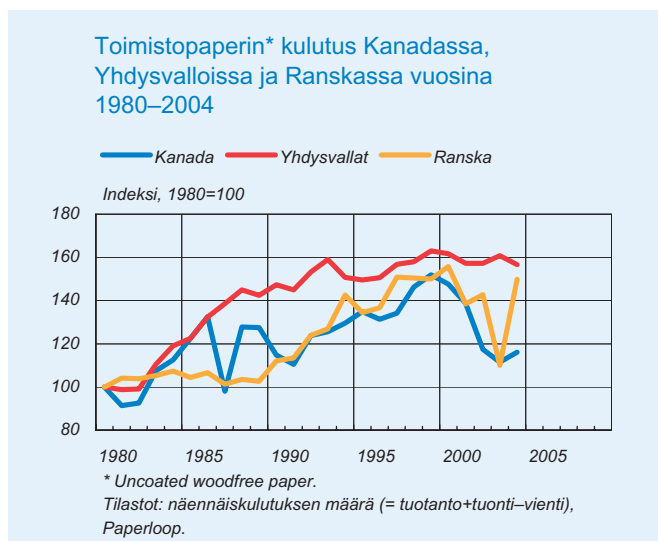
Taloudellisten suhdanteiden vaihtelut vaikuttavat sanomalehtipaperin kulutukseen niin kuin on perinteisesti ajateltu: kun talous kasvaa, niin mm. mainostaminen sanomalehdissä lisääntyy ja sanomalehtipaperin kulutus samoin. Laskusuhdanteessa kehitys on päinvastainen. Näin ollen myös OECD-maissa tullaan edelleen näkemään kausia, jolloin sanomalehtipaperin kulutus kasvaa ja hinnat nousevat. Toisaalta tilanne muuttuu, kun sanomalehtipaperin kulutusta ja taloutta kuvaavista

tilastoista poistetaan lyhyen aikavälin suhdannevaihtelut ja keskitytään pitkän aikavälin trendien tarkasteluun. Talouden kasvu edistää pitkällä aikavälillä siirtymistä tietoyhteiskuntaan, jossa tietokoneet, Internet, laajakaistayhteydet jne. ovat yhä useampien ihmisten saatavilla. Mitä vauraampi maa on, sitä paremmat edellytykset ihmisillä on hankkia ja käyttää sähköistä viestintätekniikkaa. Tämä puolestaan mahdollistaa painetun sanomalehden korvaamisen yhä helpommin sähköisellä medially, kuten sanomalehden lukemisen verkkolehdenä. Lisäksi uusien medioiden ja digitaalisten mahdollisuuksien (mm. videopelit, surffailu Internetissä, erilaiset multimedialaitteet) takia sanomalehden luvusta saatetaan luopua kokonaan – olipa kyseessä sitten painettu tai sähköinen lehti. Vuorokaudessa on 24 tuntia, ja eri viestimien ja viihdemuotojen välillä on menossa nollasummapeli kuluttajien ajasta.

Myös toimistopaperin markkinat muuttuvat

Sanomalehtipaperin markkinoiden lisäksi ns. toimistopapereiden (päälystämätön hienopaperi) markkinat näyttävät viime vuosina joutuneen rakennemuutokseen. Tilastot osoittavat, että toimistopaperin kulutuksen kasvuvauhti on joko selvästi hidastunut, pysähtynyt tai jopa alkanut vähentyä eräissä OECD-maissa (Hetemäki 2005a). Toimistopaperin kulutuksesta Yhdysvalloissa, Kanadassa ja Ranskassa viime vuosikymmeninä tehtyihin havaintoihin liittyy yksittäisten vuosien osalta epäselvyyttä, mutta trendejä voidaan pitää suhteellisen luotettavina (kuvio 2). Yhdysvalloissa toimisto-

Kuvio 2.



paperin kokonaiskulutus on pysynyt viimeiset 10 vuotta samalla tasolla kuin vuonna 1993 ja kulutus henkeä kohti on vähentynyt 1980-luvun puolivälin tasolle (mikä ei kuitenkaan näy kuvassa). Kanadassa toimistopaperin kulutus kasvoi aina 1990-luvun lopulle asti, minkä jälkeen on alkanut selkeä väheneminen. Ranskassa on tapahtunut vuosituhannen vaihteen jälkeen niin ikään rakennemuutos. Merkille pantavaa on, että vuoden 2001 taloudellisen kasvun hidastumisen jälkeen kulutus ei ole kääntynyt kasvuun Yhdysvalloissa ja Kanadassa huolimatta selvästä talouden piristymisestä vuosina 2002–2004. Ranskassa taloudellinen kasvu on kehittynyt keskimäärin samaa vauhtia vuosina 1995–1999 kuin vuosina 2000–2004. Toisin sanoen taloudellinen tilanne ei näyttäisi olevan syy toimistopaperin kulutuksen vähenemiseen vuoden 1999 jälkeen.

Yksi merkittävä piirre toimistopaperin markkinoiden kehityksessä EU:ssa on ollut sen erilaisuus eri maissa. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa ja Saksassa toimistopaperin kulutus on edelleen kasvussa. Mikä sitten selittää toimistopaperin kulutuksen muutoksen Kanadassa, Yhdysvalloissa ja Ranskassa?

Toimistopaperien ryhmä koostuu erilaisista paperituotteista, kuten kopio-paperista (A4), lomakepapereista, offsetpapereista ja kirjekuorista. Esimerkiksi Yhdysvalloissa tilastot osoittavat, että A4-paperin kulutus kasvaa edelleen, offsetpaperien ja kirjekuorien kulutus pysyy ennallaan ja lomakkeiden ja muiden toimistopapereiden kulutus selvästi supistuu. Internetin ja mikrotietokoneiden käytön myötä sähköinen

asiointi (mm. laskutus, tiliotteet, asiakirjat ja sähköpostiviestit) on lisääntynyt ja korvannut lomakkeiden ja kirjekuorien käyttöä. Toisaalta yhä halvemat tietotekniikkatuotteet ja tulostuskustannukset ovat lisänneet A4-paperin kulutusta.

Toisin sanoen tieto- ja viestintäteknikan kehityksellä on ollut sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia toimistopapereiden kulutukseen. Negatiivisten vaikutusten merkitys on ajan myötä voimistunut. Esimerkiksi liikepankit ovat siirtyneet paperisista tiliotteista ja lomakkeista sähköisiin. Tämän trendin takana ovat palvelun parantaminen, taloudelliset tekijät ja ympäristöimagonäkökulma. Bank of America julkaisi vuonna 2005 paperin käyttöä koskevan ohjelman, jolla se pyrkii minimoimaan paperin käyttöä mm. lisäämällä sähköistä viestintää. Syynä tähän ovat ympäristöjärjestöjen painostus sekä taloudelliset näkökohdat. Vastavaanlaisia ohjeistuksia ovat antaneet monet muutkin yhdysvaltalaiset ja eurooppalaiset yritykset (mm. Citygroup ja HVB Group). Pankki- ja vakuutussektori on yksi suurimmista lomakepapereiden kulutusryhmistä, ja sen menettelyillä on väistämättä vaikutus toimistopapereiden kulutukseen.

Myös julkinen sektori on monissa maissa ottanut tavoitteeksi paperin kulutuksen vähentämisen. Tyypillisiä esimerkkejä ovat valtion- ja kunnallishallinnon sekä yliopistojen tavoitteet siirtyä sähköisiin asiakirjoihin. Suomessa tuoreimpia esimerkkejä on Tampereen kaupunginvaltuuston pyrkimys siirtyä sähköisiin asiakirjoihin valtuustotyössä.

Mielenkiintoista on havaita, että aikakauslehtipaperin kulutuksessa ei ole vielä nähtävissä vastaavaa rakennemuutosta kuin sanomalehti- ja toimistopaperin kulutuksessa. OECD-maissa, Yhdysvallat mukaan luettuna, aikakauslehtipaperin kulutus on edelleen kasvanut, joskin hitaampaa vauhtia kuin aiemmin. Tämä korostaakin sitä seikkaa, että arvioitaessa tieto- ja viestintätekniikan vaikutuksia paperituotteiden kulutukseen on vaikea tehdä yleistyksiä – vaikutukset ovat erilaisia eri paperituotteissa. Esimerkiksi valokuvien tulostukseen sopivien paperilautujen kulutusnäkökulma ovat valoisat OECD-maissa juuri tietotekniikan kehityksen takia.

Hinnat laskussa

Tietotekniikan kehitys vaikuttaa myös paperituotteiden hintoihin. Ensinnäkin tieto- ja viestintätekniikan lisääntyvän soveltamisen seurauksena paperiteollisuuden tuottavuus on kasvanut ja tulee vastakin kasvamaan. Perinteisesti hyvä

tuottavuus on ajan myötä heijastunut myös lopputuotteiden hintojen alenemiseen. Toisaalta kilpailu painetun ja sähköisen median välillä kiristyy. Tämän seurauksena painotuotteiden kustantajat pyrkivät karsimaan kulujaan ja siten myös laskemaan paperituotteiden hintoja. Tieto- ja viestintätekniikan sekä globalistumisen myötä myös maailman paperimarkkinoiden hintakehitys yhtenäistyy eri mantereilla. Arvioiden mukaan massa- ja paperiteollisuustuotteiden tuotannon painopiste siirtyy yhä enemmän OECD:n ulkopuolisiin eli halvempien tuotantokustannusten maihin. Tämä lisää paineita alentaa lopputuotteiden hintoja tulevaisuudessa. Näköpiirissä ei ole tekijöitä, jotka antaisivat aiheen olettaa jo pitkään jatkuneen alenevan reaalihintakehityksen katkeavan tai muuttuvan nousuksi. Suhdanneluonteisia nousuja hintakehityksessä tullaan kuitenkin näkemään.

Tarkasteltaessa sanomalehtipaperin reaalihintaa ja ”liikatarjontaa” Yhdysvalloissa vuosina 1979–2005 havaitaan, että hinta alkoi laskea selvästi vuoden 1988 jälkeen kulutuksen alkaessa supistua, mutta kapasiteettia ei sopeutettu vastaavasti (kuvio 3). Sanomalehtipaperikoneita suljettiin tai siirrettiin muiden paperilautujen tuotantoon vasta 1990-luvun puolenvälin jälkeen, ja tämän myötä tarjonta sopeutui lähemmäksi kulutusta. Mielenkiintoista on, että tästä sopeutumisesta huolimatta hintakehitys on jatkunut alenevana. Tosin aivan viime vuosina on ollut nähtävissä pientä suhdanneluonteista korjausliikettä hintaromahduksen jälkeen. Voidaan spekuloida, että 1990-luvun puolivälin jälkeen alkanut nopea Inter-

Kuvio 3.



netin käytön yleistymisen ja hieman myöhemmin laajakaistayhteyksien käyttöönotto ovat ehkä osaltaan vaikuttaneet hintakehitykseen. Toisin sanoen sanomalehtipaperin liikatarjonnan pienentymisestä huolimatta verkkolehtien käytön lisääntyminen ja ”surffailu netissä” ylipäänsä ovat lisänneet kilpailua ja sitä kautta pitäneet hinnat edelleen alenevina.

Sanomalehtipaperin hinnan lisäksi paino- ja kirjoituspapereiden hintakehitys on ollut selvästi aleneva sekä Pohjois-Amerikassa että Länsi-Euroopassa jo 1990-luvun alkupuolelta lähtien. Tämä kehitys tulee mitä ilmeisimmin jatkumaan, ja syyt ovat samat kuin edellä jo esitettiin.

Vaikutukset Suomessa

Kokonaisuutena paperituotteiden kulutus jatkaa kasvuaan maailman mitta-kaavassa tieto- ja viestintäteknikan kehityksestä huolimatta. Esimerkiksi Kiinassa, Kaukoidässä ja Venäjällä kulutus kasvaa nopeasti. Vaikka tieto- ja viestintäteknikan vaikutukset paperituotteiden kulutukseen ovat periaatteessa samanlaiset kaikkialla, muut paperin kulutusta ohjaavat tekijät ovat näillä alueilla vielä määräävämpiä.

Kehittyvissä maissa sanomalehti- ja toimistopaperin kulutus henkilöä kohti on vain murto-osa siitä mitä se on OECD-maissa. Taloudellisen vaurastumisen myötä paperin kulutus tulee kasvamaan näillä alueilla todennäköisesti ainakin lähivuosisikymmenen ajan.

Tieto- ja viestintäteknikan kehitys vahvistaa käynnissä olevaa rakennemuutosta maailman paperimarkkinoilla. Paperituotteiden kulutus ja tuotanto kasvavat hitaasti tai eivät lainkaan OECD-maissa, mutta nopeasti useissa Aasian maissa, Venäjällä ja Itä-Euroopassa. Suomen kannalta tällä kehityksellä on merkittäviä vaikutuksia. Nykyisissä paperituotteissa on saavutettu Suomessa tuotannon kasvun rajat, ja tuotteiden reaalihintakehitys jatkuu alenevana. Haasteita kohdistuu mm. työllisyyteen, puunkäyttöön ja vaihtotaseeseen. Näihin muutoksiin voidaan sopeutua mm. uutta kehittämällä. Tässä artikkelissa ei ole tarkasteltu tietotekniikan metsäsektorille tarjoamia mahdollisuuksia, mutta tietotekniikan uudenlainen hyödyntäminen on yksi keskeinen menestystekijä pyrittäessä vastaamaan edessä olevaan maailman paperimarkkinoiden rakennemuutokseen (Hetemäki – Nilsson 2005).

Lähteet

- Hetemäki, L. (2005a) ICT and Communication Paper Markets. Julkaisussa Hetemäki, L. – Nilsson, S. (eds., 2005) Information Technology and the Forest Sector. IUFRO World Series. Vol. 18. IUFRO. Vienna.
- Tulostettavissa: <http://www.metla.fi/julkaisut/muut/ICT-forest-sector-2005.pdf>.
- Hetemäki, L. (2005b) Informaatioteknologia ja paperimarkkinoiden muutos. Paperi ja Puu. Vol. 87/No.7.