

Born Global – yritysten liiketoimintamallit metsään perustuvassa biotaloudessa (BIOBM)



Yleiset kehityssuuntaukset, kuten **ilmastonmuutosta hillitsevät politiikat**,

tukevat fossiilisia materiaaleja korvaavien uusien puutuotteiden ja puuhun liittyvien palveluiden kehittämistä, ja tämä näkyy myös kehittyvässä biotaloudessa. Monien uusien biotaloustuotteiden kehitys on alkuvaiheessa, eikä niiden markkinaolosuhteista ole tietoa. Uutta arvoa luovia tekijöitä kartoitetaan metsäalalla ja puuhun perustuvalla alalla.

Biotaloutta aktivoivia liiketoimintamalleja tulisi tarkastella ja arvioida niiden sisällön ja niiden asettamien haasteiden perusteella. Ennakoivat yritykset synnyttävät uusia liiketoimintamahdollisuuksia kehittämällä uudenlaisia liiketoimintamalleja ja tähtäämällä maailmanlaajuisille markkinoille. Tällaisia yrityksiä kuvataan usein ilmaisulla ”born global”.

Suomessa biotalous liittyy läheisesti metsäalaan ja metsään perustuviin resursseihin.

Tutkimuksemme haastaa idean toimialakohtaisesta ajattelusta. Tutkimuksen lähtökohtana ovat innovatiiviset yritykset, jotka tarjoavat kehittyvässä biotaloudessa uusia tuotteita, ratkaisuja ja kanavia. Nämä voivat tulla kahdesta suunnasta: yhtäältä perinteisen metsäalan ulkopuolelta ja ulkomailta (**”ulkoa sisään” -näkökulma**), toisaalta vakiintuneilta metsäalan yrityksiltä ja niiden paikallisten biojalostamoiden ympärille rakentuvista arvoverkostoista (**”sisältä ulos” -näkökulma**).

Ulkoa sisään -näkökulman osalta vuosina 2018 ja 2019 toteutettiin monitapaustutkimus, jossa oli mukana 40 yritystä Suomesta, Ruotsista ja Uudesta-Seelannista. Tutkimuksessa kävi ilmi, että biotalous käsitetään eri maissa eri tavoin. Esimerkiksi Uudessa-Seelannissa painopiste on teknologisissa tekijöissä ja innovaatioissa eli bioteknologiassa, kun taas Ruotsissa painotetaan kestävyyttä ja erityisesti kiertotaloutta. Suomessa painopiste on kuitenkin edelleen metsään perustuvassa biotaloudessa. Liiketoimintamallien todettiin poikkeavan teoreettisista oletuksista, joissa ei ole vielä otettu huomioon yrittäjyysorientaation merkitystä. Tämän lisäksi havaittiin, että sosiaalisen median merkitys voi olla huomattava

kansainvälistymisprosessin ja yritystenvälisen myyntiprosessin helpottamisessa. Brändien henkilöinnin ja inhimillistämisen mahdollisuuksia on myös selvästi aliarvioitu.

Sisältä ulos -näkökulman osalta vuosina 2018 ja 2019 tehtiin laaja laadullinen vertailututkimus, johon kuului 32 haastattelua teollisuusyritysten edustajien ja asiantuntijoiden kanssa ja jonka aiheena oli Uruguay metsään perustuva biotalous. Tutkimuksessa kartoitettiin arvoverkostoja, ja siitä saatuja tuloksia verrattiin vastaaviin Suomesta saatuihin tuloksiin. Tulokset osoittavat, että kehitystasoonsa nähden Uruguay jää vielä jälkeen Suomen metsään perustuvasta biotaloudesta muuhun kuin puuhun perustuvien tuotteiden ja palveluiden arvon luomisessa. Kestävydestä maa on sen sijaan erinomainen esimerkki, josta muiden maiden tulisi ottaa mallia. Lyhyessä ajassa kasvatetut istutetut metsät ovat synnyttäneet huomattavan hiilinielun, joka on kuitenkin myös liiketoimintamalliajattelun näkökulmasta hyvin kannattava ja yhteiskunnallisesti tuottoisa. Hankkeessa laaditaan parhaillaan yleistä viitekehystä siitä, miten ulkoa sisään -näkökulma ja sisältä ulos -näkökulma yhdistyvät toisiinsa. Vaikuttaa siltä, että alustatalous on tulevan kehityksen ytimessä.

Lisätietoja:

- Professori Mika Gabrielsson, Itä-Suomen yliopisto, puh. +358 50 5687626, mika.gabrielsson(at)uef.fi
- Professori Jouni Pykäläinen, Itä-Suomen yliopisto, puh. +358 50 3826094, jouni.pykalainen(at)uef.fi