

# INTERNASJONALISERING, GLOBALISERING OG REGIONAL UTVIKLING

av

**Grete Rusten**

## 1. INNLEDNING

*Internasjonalisering og globalisering* innebærer at varer, kapital, mennesker, informasjon og kulturelle impulser stadig lettere flyttes over landegrensene. Markedene er mer og mer internasjonale og kapitalen er mobil. De multinasjonale selskapene får en stadig viktigere rolle i verdensøkonomien. Et viktig element i denne utviklingen er at raskere kommunikasjoner har gjort verden ”langt mindre.” Ikke minst skyldes dette jetflyene som ble satt inn i ordinær rutetrafikk fra slutten av 1950-tallet. Nedbygging av tollmurer, deregulering av finansmarkedene og Internett-basert forretningsdrift er også pådrivere i disse prosessene. Utviklingen av informasjons- og kommunikasjonsteknologi innebærer helt nye muligheter for produktenes rekkevidde, men også mer fleksible produksjonssystemer og økt spesialisering. Flexibiliteten vil gjøre det lettere å justere produksjonskapasiteten i forhold til varierende etterspørsel og tilby individuelle kundeløsninger.

I søken etter effektive produksjonsmåter velger stadig flere selskaper å spre sin virksomhet på flere land. Lokaliseringsvalget er på ingen måte fast, men vurderes kontinuerlig opp mot bedre og billigere alternativer. I leten etter billigere produksjonsløsninger ser vi en tendens til at produksjonen flyttes fra høykostland til lavkostland. Dermed blir de tradisjonelle industrilandene sittende igjen med kontroll- og utviklingsfunksjonene mens en del av produksjonen blir å finne andre steder.

På foretaksnivå finner vi de som har spredt produksjonen over landegrensene, og de som har valgt å si fra seg hele produksjonen for å kjøpe dette inn fra andre. Denne type foretak går over fra å være produksjonsbedrifter til å bli selgere og garantister for systemer og merkevarer. Begrepene internasjonalisering og globalisering dekker dermed et nokså bredt felt, men jeg vil her hovedsakelig konsentrere meg om de økonomiske aspektene. De to begrepene brukes om hverandre men er likevel ikke entydige. De kan sies å representere ulike stadier i en pågående prosess som i betydelig grad er drevet av teknologisk og økonomisk utvikling og samhandling. Det at virksomhet spres over landegrensene, gjør at de ikke lenger er underlagt enkeltstaters kontroll (Jönsson, et al., 2000). Hva er så egentlig

forskjellen mellom internasjonalisering og globalisering? Mange internasjonale forskere tar opp nettopp dette spørsmålet, men svaret er ikke enkelt.<sup>1</sup> Kjennetegnet ved en fullstendig globalisert økonomi (en teoretisk tilstand) oppsummeres av Kortton (1995) som:

- Pengesystem, teknologi og markeder i verden er kontrollert og forvaltet gjennom de store multinasjonale selskapene
- Det oppstår en enhetlig konsument kultur over alt (ulike standarder, preferanser og behov er dermed ikke lenger eksisterende).
- Arbeidskraften er fullstendig mobil og selskapene står helt fritt til å velge den lokaliteten som gir de beste fordelene
- Relasjoner både mellom individer og selskaper blir entydig styrt av markedet
- Det finnes ingen lojalitet til sted eller lokalsamfunn

Implikasjonene av full globalisering vil i følge teoretikerne være at kapitalen er fullstendig mobil, markedet vil være uregulert og sosiale, politiske og økonomiske betingelser bli ujevnet. Det vil dermed innebære at regionale forskjeller forsvinner. Disse punktene representerer likevel kjennetegn ved et ikke-eksisterende endepunkt på en internasjonalisering/globalisering skala men som neppe blir noe annet enn et teoretisk endepunkt. Hvor langt vi er kommet på denne skalaen er det også en viss uenighet om. Et av de viktigste punktene i debatten går på skillet mellom internasjonalisering og globalisering og på den nye rollen som nasjonalstaten får når økonomien blir stadig mer globalisert. Noen forskere vurderer handelsblokker som EU og NAFTA som ett av flere eksempler på veien mot en globalisert økonomi, mens andre hevder at triaden EU, USA og Japan i mange økonomiske og politiske sammenhenger nettopp er bevis på at globaliseringsprosessen ikke inkluderer alle verdens hjørner (Hirst og Thompson, 2000).

---

<sup>1</sup> En omfattende sammenfatning av ulike fagbidrag i denne debatten finnes blant annet i Lee og Wills, 1997).

Det som flere derimot synes å være enig om, er at det har skjedd et globalt skift i økonomien i andre halvdel av det 20-århundre (Dicken, 1992). Verdensøkonomien i minst tre hundre år lengre bak i tid var internasjonal ikke minst gjennom kolonialisering og internasjonal handel. Globaliseringen i forhold til denne type prosesser er på mange måter mer omsegripende. Denne utviklingen innebærer et stadig mer komplekst og forsterket nettverk av aktiviteter som gjør at steder, virksomheter og individer i ulike deler av verden blir stadig mer avhengig av hverandre (Allen and Hamnett,1995). Konsekvensene av en slik utvikling er at enkeltnasjoner får stadig mindre kontroll over sine økonomiske gjøremål. I stedet overlates mange beslutninger til overnasjonale myndigheter eller multinasjonale selskaper.

Denne artikkelen drøfter ulike sider knyttet til disse internasjonaliserings- og globaliseringsprosessene først generelt, dernest de regionale implikasjonene med spesiell vektlegging på næringsaktiviteter. Spesielt ønsker jeg å relatere denne diskusjonen til hvordan økt internasjonalisering og globalisering påvirker betingelsene og mulighetene for de små og mellomstore bedriftene, og spesielt de med tilhold i distriktene. Regionale implikasjoner av nye organisasjonsformer som fleksibel spesialisering hører med til en slik gjennomgang. Artikkelen omhandler empirisk utenlandske bedrifter i Norge og norske investeringer i utlande, og har en kortfattet gjennomgang av norske myndigheters rolle i forhold til etableringer i utlandet. Jeg drøfter ulike overlevelsesstrategier for små- og mellomstore bedrifter illustrert med eksempler fra møbelindustrien før jeg til slutt har noen betraktninger på ”globaliseringens pris” og dette sett i sammenheng med regionale utfordringer.

Notatet er utarbeidet for Kommunal- og regionaldepartementets Effektutvalg som ble nedsatt av Regjeringen høsten 2001, og som jobber med kartlegging av effekter av statlig innsats på ulike områder. Mer detaljer om utvalget finnes på <http://odin.dep.no/krd/norsk/dep/utvalg/effekt/>. Notatet om internasjonalisering og globalisering er ikke ment som en egen effektanalyse, men en gjennomgang av noen av de overordnede betingelsene som næringslivet og samfunnet for øvrig er omgitt av.

## **2. GLOBALISERINGENS "ANSIKT."**

### **2.1 Globaliserte produkter**

Vi er omgitt av globaliserte produkter hvor vi enn snur oss. Globalisering innebærer at en bunadsprodusent på Osterøy velger å legge deler av broderiarbeidet til Ghana, at en brenselleverandør på Elverum importerer ved fra Baltikum, og at suvenirer som utenlandske turister kjøper i Norge er laget i Kina.

### **2.2 Endringer i eksterne rammebetingelser**

Norsk økonomi og næringsliv er gjennom EØS-avtalen og markedsorientering en betydelig påvirket av utviklingen innen EU. På EU-toppmøtet i København desember 2002 besluttet de 15 medlemsstatene og utvide unionen med i alt 10 nye medlemsland. Dette innebærer en betydelig utvidelse av EU mot øst, og vil inkludere land som samlet har et bruttonasjonalprodukt under halvparten av dagens EU. De 10 nye landene som vil komme med i 2004 vil være Polen, Tsjekkia, Slovakia, Ungarn, Estland, Latvia, Litauen, Slovenia, Malta og Kypros. Denne utviklingen blir en betydelig utfordring også i Norge ikke minst i forhold til arbeidsplasser i distriktene som har en betydelig andel av den arbeidsintensive industrien. Noen av disse bedriften vil bukke under som følge av en skjerpet priskonkurranse. Andre vil kunne møte utfordringene og ekspandere i nye markeder. Hva slags strategi bedriftene velger i kampen for å overleve vil variere. Jeg har senere i notatet valgt å illustrere denne type prosesser gjennom noen eksempler fra møbelindustrien.

### **2.3. Internasjonal arbeidsdeling og etableringsstrategier**

Viktige pådrivere i globaliseringsprosessen er blant annet de multinasjonale selskapene<sup>2</sup>, som i sine mest avanserte versjoner opererer på globalt nivå hva angår fordeling av produksjon og øvrig virksomhet. I perioden fra 1983 og 1995 var datterselskapene i de utenlandskeide selskapene ansvarlig for mellom 1/4 og 1/3 av all verdens eksport (United Nations, 1998).

Dette har gitt en internasjonal arbeidsdeling spesielt for europeiske, japanske og nord-amerikanske foretak. Det fundamentale trekket ved den internasjonale arbeidsdelingen er asymmetrien når det gjelder maktfordeling mellom foretak og lokalsamfunn hvor foretakets

---

<sup>2</sup> I noe litteratur brukes multinasjonale og transnasjonale selskaper om hverandre, og i følge FNs definisjon er dette alle foretak med etableringer i mer enn ett land (Dicken, 1986). Denne definisjonen er vårt utgangspunkt når vi bruker begrepet multinasjonale selskaper.

strategier kan gå på tvers av lands nasjonale interesser (Cowling, 1990). Multinasjonale foretaks etableringer påvirker dette ikke bare sentrum/-periferi relasjoner nasjonalt, men også internasjonalt. Dette skaper en hierarkisk arbeidsdeling hvor maktsentraene utgjør de store verdensbyene som London, Paris, New York og Tokyo. Forskning og utvikling og kompetanseintensiv produksjon legges gjerne til vestlige land, mens mer standardisert produksjon legges til lavkostland. Det er heller ikke uvanlig å operere med parallell produksjon med den hensikt å redusere transportkostnadene som løper når innsatsfaktorer skal hentes eller produktene skal distribueres. Lokal produksjon kan like mye være en strategi for å fange opp lokale ideer og smak eller å kunne levere i henhold til visse designmessige standarder som det å kunne produsere billigst. I tillegg benyttes strategien med å bruke flere alternative leverandører som prismessig kontinuerlig vurderes opp mot hverandre – dual sourcing. Flere parallelle leverandører innebærer at produksjonen blir mindre sårbar i forhold til leveringsstopp som følge av maskinelle problemer, arbeidskonflikter og lignende.

Internasjonalisering var tradisjonelt forbundet med vekststrategier og fordelene av å ha flere leverandør- eller avsetningsmuligheter å spille på. Etter hvert har tilgangen på kunnskap blitt en egen drivkraft for etableringer og noe som gjør at en del virksomheter ikke kan eller vil flytte. Mye av den viktige kunnskapen sitter i ”hodet og hendene” til arbeidere som har opparbeidet seg dette gjennom lang erfaring, og må bevares intakt på stedet. FoU og produktutvikling har tradisjonelt vært nært knyttet opp mot hovedkontor og det opprinnelige produksjonsstedet, men hos en del multinasjonale selskaper ser en betydningen av å kunne absorbere kunnskap og teknologi som er utviklet andre steder enn i hjemlandet. Kunnskapsutveksling mellom ulike enheter og produksjonsområder innen samme konsern gir muligheter for å kombinere og supplere ulike teknologiområder. I disse konsernene får de involverte datterselskapene gjerne en rolle utover det rent produksjonsmessige. De får en centre of excellence status som er et klart signal om at denne enheten utgjør en del av virksomhetene som selskaper finner det verdt å satse på. Denne type datterselskaper skiller seg dermed nokså mye fra såkalte ”branch plants” hvor enhetene har en mer standardisert produksjonsrolle. Foretaket blir dermed avhengig av stedet like mye som stedet blir avhengig av foretaket.

Det må her tilføyes at ikke alle foretak opererer på et globalt nivå. Langt de fleste har bare et fåtall utenlandsetableringer. En nyere trend er at foretak konsentrerer seg om kjerneaktiviteter og selger ut annen virksomhet. Fusjoner og oppkjøp er dominerende etableringsstrategier

internasjonalt, likeledes er dette svært vanlig for de utenlandske etableringene som har funnet veien til Norge. Gjennom fusjoner og oppkjøp forbedrer ofte det kjøpende selskapet sin konkurranseposisjon eller sprer risikoen. Et resultat av de mange fusjonene og oppkjøpene, er større konsentrasjon av økonomisk virksomhet på et fåtall store multinasjonale foretak. Dessuten har denne etableringsstrategien en sentraliserende effekt, i og med at det er de største byene som har flest bedrifter og dermed de fleste oppkjøpskandidatene. De blir også de større byene som kan tilby den mest spesialiserte arbeidskraften og som har den beste kommunikasjonen med omverdenen..

#### **2.4 Masseproduksjon versus fleksibel spesialisering**

De store multinasjonale selskapene var tradisjonelt basert på masseproduksjon. Samlebåndsteknologien er basert på økonomiske stordriftsfordeler, kostnadsminimalisering og priskonkurranse. Produksjonen er vertikalt integrert, forgår i stor skala og virksomheten er ofte samlet i store enheter. Oppgavene for den enkelte arbeidstaker er preget av standardiserte og ofte relativt monotone arbeidsoppgaver. Slike produksjonsprinsipper forutsetter relativt stabile store og homogene markeder.

Den tradisjonelle modellen med bedriftsorganisering bygget på intern organisering av arbeidsoppgaver, fast ansettelse, hierarki og klare grenser mot omgivelsene er mer enn noen gang under press. Det skjer en omfattende arbeidsdeling mellom virksomheter gjennom et omfattende underleverandørnettverk. Fokus rettes mot effektivisering av alle ledd i verdikjeden. En skjerpet konkurransesituasjon gjør det stadig mer nødvendig å drive effektivt. Det kan derfor like mye være den store kunden som presser leverandøren til å finne fram til rimeligere organisatoriske løsninger som det at påtrykket om å gjøre dette kommer fra egen ledelse. Behovet for å følge med i utviklingen og få tilgang på ny kompetanse kan også håndteres ved å legge vekt på eksterne ressurser. For noen bedrifter blir løsningen å konsentrere seg om kjerneaktivitetene, mens viktige støttefunksjoner kan skje i form av leveranser fra andre.

Fordismens system basert på rigid masseproduksjon er i noe grad erstattet av ordrebasert og fleksibel småskalaproduksjon. Mens produksjon basert på fordisme er basert på stor og stabil etterspørsel, er den postfordistiske produksjonsformen mer tilpasset en markedssituasjon som er mer fragmentert og preget av raske svingninger. Den postfordistiske produksjonsmåten sammenlignet med det andre produksjonsregimet er mer fleksibelt både med hensyn til å

kunne justere produktmengde og egenskapene ved produktene (Morris, 1988). Et just-in-time system innebærer at produksjonsvolumet er tilpasset den til enhver tid faktiske ordreinngang. Dette gjør det mulig å kutte ned på ineffektivt lagerhold og sikre seg mot produksjon av varer og tjenester som ikke har noe marked. Med denne tilpasningen vektlegges kvalitet, design og muligheter for tilpasninger basert på kundenes individuelle behov.

På en del områder har den nye produksjonsformen derfor erstattet den gamle. Fleksible produksjonssystemer i en eller annen variant er særlig utbredt i bedrifter basert på a) design og håndverksbasert industri som produserer forbrukervarer (for eksempel møbel, tekstil), b) høyteknologi industri (for eksempel elektro/mekanisk industri) og et nokså bredt spekter av c) forretningsrelatert tjenesteyting (for eksempel teknisk tjenesteyting, regnskap og revisjon, vikarbyråtjenester, utredningsinstitutter m.m). Ofte vil bedrifter kjennetegnet med denne type organisering være små og mellomstore bedrifter.

Den fleksible dimensjonen innen bedriften vedrører forutsetninger som er koblet til organisering, arbeidsformer og arbeidsvilkår. Det å drive virksomheten basert på team- og prosjektorganisering er vanlig og omtales som **funksjonell fleksibilitet**. Individene og grupperingene i disse bedriftene består gjerne av personer med spesialisert fagutdanning og/eller høyere utdanning. Disse får en nokså selvstendig rolle i utførelsen av sine oppgaver. **Numerisk fleksibilitet** vedrører mengden arbeidskraft som settes inn basert på egne ansatte, antall arbeidstimer, regulering for når og hvor det skal jobbes. Dessuten vedrører det bruk av deltidsansatte, vikarer og andre med fleksible tilsetningsformer. Hittil har vi drøftet fleksibilitet i forhold til bedriftens interne virksomhet – **intern fleksibilitet**. Den andre dimensjonen er **ekstern fleksibilitet** som omfatter organisasjonen i interaksjon med leverandører og samarbeidspartnere i forhold til kjøp av varer og tjenester knyttet til ulike deler av verdikjeden (Rusten, 1997).

Økt internasjonal konkurranse, raske endringer, komplekse og spesialtilpassede produkter, tilsier økt bruk av tjenesteleverandører og samarbeid på tvers av bedriftsgrenser. Et just-in-time system er basert på effektiv lagerstyring og jevn produksjon uten forsinkelser. Dette tilsier at bedrifter bør ha en lokalisering som innebærer regularitet i leveransene til og fra anlegget. Dessuten vil lokale produksjonskomplekser med tilgang på leverandører, kompetanse og samarbeidstradisjoner være en klar fordel. Bømlo, Kongsberg, Horten, Ulsteinvik og Sykkylven er alle eksempler på slike produksjonsmiljøer.

## **2.5 Geografiske implikasjoner av fleksibel spesialisering**

Tradisjonelt var regional forankring gjerne knyttet til naturressurser og vareinnsats. For mange av dagens produksjonsbedrifter er den strategiske kjerne i virksomheten vel så mye knyttet til kunnskap og kompetanse. En del små og mellomstore bedrifter blir konkurransedyktig vel så mye i kraft av satsing på sin spesialitet med basis i kunnskap, kvalitet og fleksibilitet. Ofte vil dette være snakk om nisjetilpasning eller integrering mot et større produksjonssystem som forutsetter satsing på internasjonale markeder. Gode kommunikasjoner til og fra virksomheten sammen med kompetanse som innebærer effektivitet og fornyelse synes å være selve kjernen i å lykkes.

Kommunikasjon omfatter varetransport men også databasert kommunikasjon. Bedriftens muligheter til å foreta rask omstillinger, til å foreta effektive innkjøp, til å holde seg oppdatert om markedsutviklingen, holde styr på lageret m.m. muliggjøres blant annet gjennom bruk av moderne informasjonsteknologi. Et fleksibelt produksjonssystem vil samtidig ha fordeler av et lokalt integrert næringsmiljø. Kapitalen er i mobil, men samtidig er stedsspesifikke kvaliteter basert på kompetanse, kultur og sosiale settinger mer enn noen ganger viktige produksjonsbetingelser.

## **2.6 Etableringsstrategier**

Når selskapet skal velge hvilket land de ønsker å gjøre investeringer i, vil dette være avhengig av motivene for å investere. Selvsagt vil investeringsmotivet også ha avgjørende betydning for hvilken type lokalitet som kan være aktuell. Litteraturen har i forhold til investerings-motiver skilt mellom ressursbehov, markedsorientering og behovet for effektivisering (Nachum og Keeble 1999).

**Ressursbehovet** innebærer at foretaket etablerer eller kjøper opp virksomheter i utlandet for å få tilgang til attraktive ressurser. Eksempler på slike ressurser er naturbaserte råvarer, halvfabrikata, merkevarer, teknologi og kompetanse. I noen tilfeller er ikke de ønskede ressursene tilgjengelig i foretakets hjemland. Andre ganger vil det å ty til ressurser i utlandet, medføre reduserte kostnader, økt produktivitet eller gi nye markedsmuligheter. Slike gevinster har noen ganger sammenheng med at arbeidskraften er rimeligere eller at det blir lavere transportkostnader ved vareinnsats eller avsetning av produktene. Det kan også være



snakk om å supplere for å utvide produksjonsvolumet eller sikre at det foreligger alternativer om en leverandør skulle svikte.

I norsk sammenheng er etableringene innen kraftkrevende industri fra rundt århundreskiftet og fram til rundt 1920-tallet klassiske natur-ressursorienterte etableringer med betydelig innslag utenlandsk kapital. Først og fremst dreide dette seg om etableringer ute i distriktene. Industristeder som Odda, Tyssedal og Sauda er noen eksempler. Et større omfang av ressursorienterte etableringer av utenlandske selskaper til storbyene, fikk vi først i forbindelse med oljeutvinningen i Nordsjøen på midten av 1960-tallet. Flere utenlandske oljeselskaper hadde imidlertid vært her allerede en stund før, i og med at disse selskapene var engasjert i distribusjon. For denne type etableringer var Oslo det mest naturlige lokaliseringsvalget. En del av de oljeselskapene som først kom til Norge i forbindelse med aktivitetene på norsk sokkel, valgte i noen tilfeller å legge hovedkontoret til Stavanger-området. Andre valgte en delt løsning, som ofte innebar at hovedkontoret ble lagt til Oslo-området, mens driftsorganisasjonen ble plassert i Stavanger. Statoil og Oljedirektoratets etablering i Stavanger på begynnelsen på 1970-tallet, var et viktig ledd i myndighetenes regionalpolitiske strategi som bidrog til å bygge opp oljemiljøet i regionen (Rusten 1990). Senere er også store driftsorganisasjoner i så vel norske som utenlandske eide oljeselskaper omfattet av betydelige etableringer andre steder, og da spesielt i Bergens-området.

Den andre sentrale årsaken til investeringer i utlandet er **markedsmotiv**. Foretaket etablerer seg i attraktive og godt betalende markeder for å komme ”nærmere” kundene og betjene disse på en mest mulig effektiv måte. Noen eksempler på etableringer fra Oslo-området illustrerer bredden av aktivitetsformer som inngår i denne kategorien. Coca Colas tapperi og distribusjonsavdeling i Lørenskog er et eksempel, hvor også produksjon inngår som en del av virksomheten. Eksempler er de mange store internasjonale konsulentselskapene som har sin hovedvirksomhet lagt til de store byene, og spesielt Oslo-området.

For markedsmotiverte etableringer handler det noen ganger om å tilpasse produktene til lokale forhold (lokal i denne betydning vedrører forhold knyttet til vertslandet, og ikke et lite lokalsamfunn). Det kan gå på egenskaper som for eksempel design, kvalitetsmessig utforming og preferanser. For noen produktkategorier vil individuelle kundetilpasninger, oppfølging og service gjøre tilstedeværelse i markedet til et absolutt krav. Tilpasninger til politiske lover, regler, standarder og forskrifter kan også spille inn. I noen land vil en også

kunne finne tilfeller hvor for eksempel tildeling av forsvarskontrakter forutsetter virksomhet i vertslandet.

De første selskapene som etablerte seg i perioden fra århundreskiftet og fram til kriseårene på 1930-tallet var først og fremst salgsselskaper. Ikke sjelden var dette resultat av oppkjøp av norske foretak som kom i økonomiske problemer. Større tyngde når det gjaldt utenlandske selskaper med markedsorientering, kom først for alvor etter andre verdenskrig (Hodne 1981). I forhold til industri dreide dette seg noen ganger om trinnvise etableringer hvor det først ble etablert salgsvirksomhet, men hvor produksjonsetableringer kom etter hvert. Selskapene etablerte seg gjerne først i Oslo-området. Med en ekspansjon av salget eller etablering av produksjon, ble det derimot ofte til at de utenlandske selskapene fikk etableringer også andre steder i landet. Perioden spesielt fra 1980-tallet av, medførte en betydelig vekst innen tjenesteyting, noe som igjen betydde omfattende etableringer av utenlandske virksomheter. Den store tyngden av disse etableringene finner vi storbyene, og da særlig Oslo-området. Vi kan spesielt nevne forretningsmessig tjenesteyting hvor en både vil finne en rekke foretak med kun én lokalisering, og foretak med virksomhet på flere steder.

Et tredje og viktig motiv i forbindelse med etablering i et annet land, er ønsket om **effektivisering**. Foretaket velger å lokalisere virksomheten til spesifikke områder for å utnytte gitte lokaliseringsfordeler, som for eksempel lave arbeidskraftkostnader noen ganger kombinert med tilgang på offentlige subsidier. Internasjonalt finner vi dette motivet særlig relevant innenfor samlebåndsbasert produksjon. Det kan dreie seg om selskaper som kjennetegnes av geografisk arbeidsdeling som også kan innebære funksjonell oppsplitting av enheter. Det er med andre ord uttrykk for kostnadseffektive lokaliseringsløsninger basert på skala- og samdriftsfordeler. Begge disse strategiene hver for seg eller i kombinasjon, bidrar til at konsernet sprer sine aktiviteter globalt. Effektiviseringsmotivet er nok ikke en framtrødende begrunnelse for at utenlandske selskaper har etablert datterselskaper i Norge, men forklarer en del etableringer av norske selskaper i utlandet. I den virkelige verden finner vi riktignok sammensatte motiver som forklaringer på direkte investeringer.

Vi har hittil tatt for oss ressursbehovet, behovet for markedsorientering og behovet for effektivisering. Nyere teorier inkluderer et fjerde motiv, nemlig **strategisk motiverte investeringer** (Porter 1990, Hennart og Park 1994). Foretakets valg påvirkes av hva andre aktører gjør, eller forventninger om deres framtidige atferd. Strategisk konkurranseadferd

innebærer for eksempel oppkjøp av konkurrenter, lokalisering i samme geografiske område som markedslederen ("follow the leader"), eller det å møte rivaler i deres hjemmemarked. For noen foretak er det fordelaktig å være lokalisert på flest mulig steder, i den hensikt å få oversikt over hva konkurrentene gjør. Særlig gjelder dette innenfor bransjer preget av en rivende teknologisk utvikling, som tele- og data. Selskaper som Eriksson, IBM og Nokia er eksempler på selskaper som er tilstede ved mange "lytteposter" og markeder.

### **3 NORGE I DEN INTERNASJONALE ØKONOMIEN OG DEN INTERNASJONALE ØKONOMIEN I NORGE**

#### **3.1 Inledning**

Den norske debatten er preget av skepsis til utenlandske etableringer i Norge og likeledes skepsis når norske foretak velger å flytte virksomhet til utlandet. I forhold til debatten om den norske industriens utvikling, ser vi også at mye av fokus har vært rettet mot den virksomheten som har havnet ute. Omfanget av etableringer i utlandet, type organisering og kanskje enda viktigere, hva slags effekter dette har på foretakene i sin helhet, er derimot lite drøftet. Heller ikke synes det å være nok dokumentasjon i forhold til hva som skjer med de enhetene som forblir her hjemme og for de foretakene som velger å møte konkurranseutfordringene på en annen måte, enn selv å legge virksomhet til utlandet. Gjennomgangen i dette kapitlet vil kortfattet ta for seg disse forholdene.

Internasjonalisering er ikke noe nytt i norsk økonomi, men er noe som har preget industrialiseringen her i landet helt fra begynnelsen. Det skjedde gjennom etableringen av den kraftkrevende industri, senere en rekke produksjons- og tjenestebedrifter først og fremst orientert mot det norske markedet. Vi har også en internasjonalt orientert oljeindustri.

Etter at Norge startet med oljeutvinning på 1960-tallet, strømmet utenlandsk kapital igjen til næringsvirksomhet basert på naturressurser. I løpet av 1990-tallet har oljenæringen mistet noe av sin relative betydning. I 1998 utgjør omfanget direkte investert utenlandsk kapital i oljesektoren vel en tredjedel av den totale direkte investerte utenlandske kapitalen i Norge. Til sammenligning var andelen over 50 prosent på slutten av 1980-tallet. Andre næringer som kapitalen særlig går til, er forretningsmessig tjenesteyting, handel og industri. I løpet av de siste årene har det også vært en sterk vekst i utenlandsk investeringsvirksomhet innen bygg

og anlegg. I 1996 er nærmere  $\frac{3}{4}$  av sysselsettingen i utenlandske majoritetseide bedrifter i Norge innen handel og tjenesteyting (Rusten et al., 1999).

Disse dataene og i tråd med det vi kjenner fra tilsvarende studier fra utlandet, tyder på at utenlandske selskaper ofte velger seg ut steder som de på en eller annen måte har kjennskap til fra før, enten gjennom forretningsforbindelser eller personlige relasjoner. Dessuten er det igjen viktig å huske på at de fleste etablerer seg gjennom fusjoner og oppkjøp, og dermed styrer tilbudet av kandidater lokaliseringsvalget. I valget av de lokaliseringsalternativer som anses som realiserbare, har dessuten betingelser knyttet til stedet, dvs. regionale lokaliseringsfaktorer, betydning. Som tabell 1. viser synes det også å være en viss sammenheng mellom hvilke land som utgjør våre viktige handelspartnere i Norge målt i beholdningstall, og hvem som målt i kapital utgjør våre viktigste handelspartnere basert på sum av inn- og utførselsverdi. De landene hvor forskjellene i de to rangeringene varierer nokså mye, er Tyskland, USA og Storbritannia.

I Norge synes markedsmotivet å være det dominerende etableringsmotivet blant utenlandske selskaper, spesielt når vi tar for oss de som er lokalisert til storbyområdene. Dermed vil en beliggenhet i nærheten av virksomhetenes kjernemarked være en viktig lokaliseringsfaktor. Det synes også å være en beskjeden andel av de utenlandske investeringene som er eksportorienterte, med unntak av virksomheter som er knyttet til utnyttelse av naturressurser. Foretakene vektlegger også nærheten til et bransjemiljø og gode kommunikasjoner med utlandet betydning. Alt dette sammen med tilgang på arbeidskraft innen ulike kompetanseområder tilsier at en god del etableringer havner i pressområdene framfor i regioner som mer kunne ha hatt behov for disse jobbene. Det offentlige muligheter til å styre bedriftenes lokaliseringsvalg synes også å være nokså begrenset.

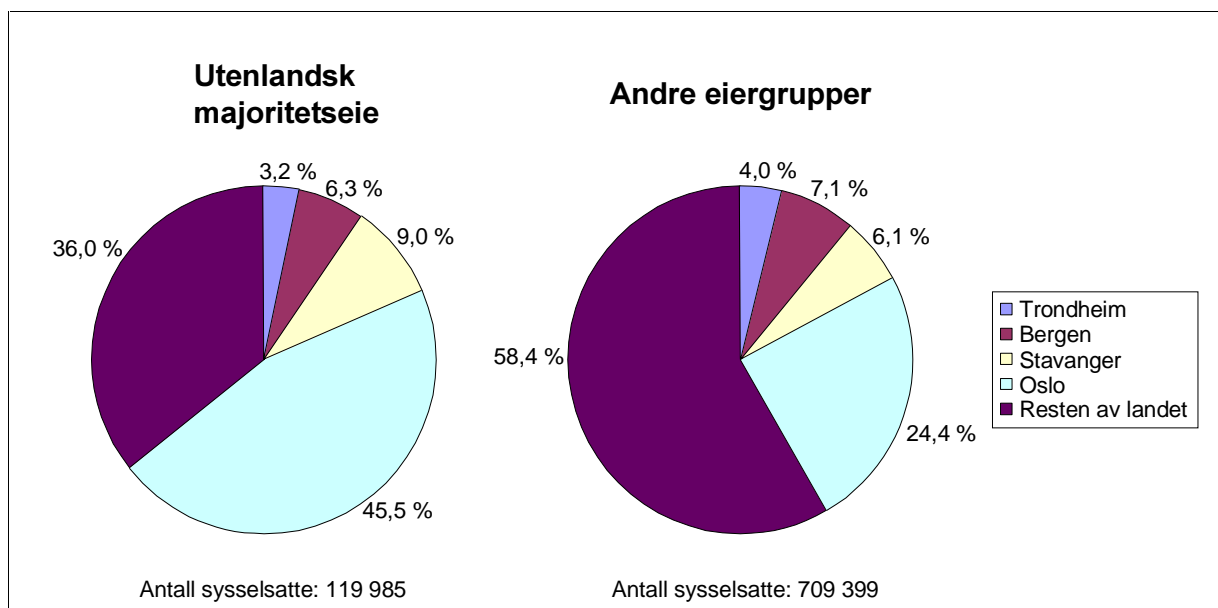
Tabell. 1. Rangering av nasjoner basert på inngående investeringer for Norge beholdnings-tall), og tilsvarende rangering av landene basert på sum av inn og utførselsverdi for året 1996. (Kilder: Norges Bank, Statistisk Sentralbyrå utarbeidet i Rusten et. al., 1999).

LAND	INNGÅENDE INVESTERINGER (Mrd. NOK)	HANDELSPARTNER (RANGERING) (Mrd. NOK)
USA	1 42,6	5 38,1
Sverige	2 23,2	2 67,1
Nederland	3 18,6	4 46,3
Storbritannia med Nord-Irland	4 13,4	1 85,5
Frankrike	5 10,3	6 37,2
Danmark	6 7,1	7 31,6
Sveits	7 6,7	9 4,5
Tyskland	8 4,8	3 65,7
Finland	9 4,6	8 15,1
Japan	10 4,0	10 --

Bortimot 46 prosent av sysselsettingen av landets utenlandske majoritetseide bedrifter er lokalisert til Oslo-området. Tilsvarende er Stavanger-områdets andel 9 prosent, og det tilsvarer omtrent den andelen Trondheim- og Bergensområdet har til sammen. De resterende 36 prosentene utgjør sysselsetting utenom storbyområdene. Både Oslo og Stavanger har omtrent dobbelt så stor andel sysselsetting innen majoritetseide utenlandske selskaper som tilsvarende fordeling av befolkning. For Bergen og Trondheim derimot, blir andelen for henholdsvis befolkning og utenlandseie mer samsvarende.<sup>3</sup> Kombineres kategoriene med utenlands minoritetseie med de som kun er norskeide, blir sysselsettingsandelen for Oslo-området langt lavere. For de tre andre storbyene er forskjellene for Trondheim og Bergen marginale, mens Stavangers andel er blitt litt lavere enn hva det forrige diagrammet viste.

<sup>3</sup> Befolkningstall SSB 1996; N=4369957, hvorav Oslo-området: 822143, Bergens-området: 272166, Stavanger-området: 179927 og Trondheimsområdet: 159004.

Sysselsettingsandelen utenom storbyene er derimot nå blitt langt større. Storbyene totalt sett er dermed overrepresentert når det gjelder andel sysselsetting innen bedrifter med majoritet utenlands eie sammenlignet med andre eiergrupper og totalen, og mye av dette kan tilskrives Oslo. I storbyområdene er 21 prosent av sysselsettingen innen bedrifter med majoritet utenlandseie. Tilsvarende andel for resten av landet er 9 prosent og landet totalt 14 prosent (figure 1). Vi kan dermed bekrefte at majoritets eide utenlandske bedrifter viser et temmelig sentralisert lokaliseringmønster. For storbyområdenes næringsplanleggere er dette et viktig signal om at deres regioner er spesielt attraktive for utenlandske etableringer.



Figur 1. Sysselsettingen i Norge 1996 fordelt på regioner og eiergrupper. Olje og bergverk, industri, bygg og anlegg, varehandel, hotell og restaurant, transport, eiendomsdrift og forretningsmessig tjenesteyting (Kilde: Statistisk sentralbyrå/Rusten et al., 1999).

- Hvorfor etablerer norske bedrifter seg i utlandet og hva er omfanget av denne type investeringer?

Utenlandske direkteinvesteringer kan defineres som investeringer i næringsvirksomhet i et annet land enn der hvor de er hjemmehørende (i de fleste tilfellene der hvor de har hovedkontoret). Slike investeringer kan måles på flere måter. I forhold til kapitalverdier kan dette måles som årlige kapitalstrømmer eller i form av den akkumulerte beholdningen av

slike strømmer. Tallene i tabell 2 nedenfor viser beholdningen av utenlandske direkteinvesteringer for perioden 1990-1999.

Tabell 2: Beholdningen av utenlandske direkteinvesteringer, 1990-1999.  
Prosent av bruttonasjonalprodukt

	1990	1995	1999
Verden (inngående)	9,2	10,3	17,3
Vest Europa:			
-inngående	11,1	13,6	22,4
-utgående	12,2	16,6	30,8
Norge			
-inngående	10,7	13,3	21,1
-utgående	9,4	15,4	25,3

KILDE: WORLD INVESTMENT REPORT/ HEUM OG MIDELFART, 2002.

Tabellen viser at utenlandske investeringer i Norge og norske investeringer i utlandet ligger omtrent på samme nivå som Vest-Europa generelt, og følger omtrent samme utvikling. Trenden de senere årene når vi følger investeringsstrømmene relatert til Norge er at vi investerer stadig mer i utlandet, mens stadig færre utenlandske investeringer finner veien til vårt land.

Omfanget av uteetableringer lar seg ikke så lett måle, da dette ikke er tilgjengelig gjennom offentlig statistikk annet enn gjennom beholdningstall. Skal vi ha tall på antall bedrifter må vi i stedet ty til data fra survey-undersøkelser. De for tiden mest oppdaterte tallene om norsk industris uteproduksjon synes å være undersøkelsen til teknologiindustriens interesseorganisasjon TBL, som er Norges dominerende industrigren. Disse består av elektro, maskin, metallvare, møbel- og innredning, offshore, skip og skipsutstyr, støperi- og tekoindustri og utgjør samlet 4500 bedrifter med 125000 ansatte (omtrent 45 prosent av industrissysselsettingen). Utenom olje og gass står disse bedriftene for 29 prosent av Norges vareeksport (TBLs Konjunkturrapport, 2003). TBL-undersøkelsen som rapporterer et representativt utvalg av medlemmenes uteproduksjon for 2001, viser betydelige aktiviteter på dette området. I alt 179 bedrifter av undersøkelsens 449 deltagere har slik uteproduksjon: og for halvparten av disse igjen har etableringene ute skjedd i løpet av de siste 5 årene.

Uteproduksjonslandene kan hovedsakelig deles inn i tre hovedkategorier: høykostland innen EU, lavkostland innen Øst Europa og lavkostland i Asia. Videre er disse etableringene dominert av leieproduksjon, dvs. produksjon satt ut til andre. Resultatene fra denne undersøkelsen sammenstilt med det vi vet er motivene for etableringer ellers, viser at utenlandske investeringer skyldes hovedsakelig to årsaker. Det å kunne produsere rimeligere og mer effektivt, og det å kunne være nærmere eller utvikle seg i nye markeder.

Slik vi ser det, vil slike etableringer på sikt innebære økt geografisk arbeidsdeling i den enkelte bedrift i Norge. Hovedkontoret, FoU, design, markedsføring, logistikk og deler av den kompetanseintensive produksjonen forblir og blir kanskje til om med styrket her hjemme, mens den mest standardiserte produksjonen blir mer og mer erstattet av maskiner eller blir flyttet ut. Noen ganger vil dette skje ved at bedriftene velger å kjøpe inn vareinnsats fra andre. Andre vil velge leieproduksjon kanskje for å supplere egen kapasitet, for å spre produksjonen og dermed risikoen for uforutsette avbrudd (streiker, brann, politisk uro, problemer med råstofftilførsel med mer). Atter andre vil velge å sette ut de mest arbeidsintensive delene for å få ned kostnadene organisert som leieproduksjon eller ved selv å etablere virksomhet i utlandet.

Vi hører ofte begrepet **utflagging**. Ordet er negativt ladet og i de fleste tilfeller brukt feil. Egentlig har betegnelsen sin bakgrunn i rederinæringen og omhandlet de tilfellene hvor rederen valgte å seile under et annet lands flagg. Det kan også passe å bruke begrepet på tilfeller hvor bedrifter pakker sammen alt og forlater Norge for godt, men eksemplene på dette er relativt få. I de fleste tilfellene hvor bedriftene etablerer seg ute, vil kjerneaktivitetene dvs. hovedkontor, produktutvikling, design, logistikk, innkjøp, salg og i en del tilfeller også den mest kompetanseintensive produksjonen forbli i Norge. Det er salgs- og representasjonskontorer eller produksjonsenheter som etableres ute, noen ganger som erstatning for tilsvarende virksomhet her hjemme. Andre ganger er dette ledd i en ekspansjon eller det å splitte opp prosesser som det kan være mer kostnadseffektivt å ha ute.

Det er ikke noe nytt at norske bedrifter søker seg ut. Det nye i utviklingen er at denne type investeringer nå i betydelig grad gjør seg gjeldende blant små- og mellomstore bedrifter. Jeg vil i dette notatet ta for meg noen offentlige ordninger som gjelder for norske bedrifter som



skal etablere virksomhet i utlandet. Dette kan dreie seg om etablering av ny virksomhet, ekspansjon i eksisterende virksomhet eller flytting av eksisterende virksomhet til utlandet. Jeg vil kortfattet forklare de bedriftmessige årsakene til at slike investeringer skjer, omfanget av slike investeringer, og til slutt hvor mye det offentlige engasjerer seg som tilrettelegger og offentlig bank i denne type prosesser.

Disse utviklingstrekkene som vi ser hos næringslivet er i betydelig grad utfordret og påvirket av **endringer i internasjonale rammebetingelser**. Norsk økonomi og næringsliv er gjennom EØS-avtalen og sin markedsorientering betydelig påvirket av utviklingen innen EU både i forhold til internasjonale produksjonskrav og et mer harmonisert reguleringsregime. Noen av de etableringene vi har sett ute i de senere år, er dels også en tilpasning til at EUs markeder i årene framover vil vokse.

### **3.2 Det offentliges bevilgninger til internasjonalisering av norske bedrifter**

Generelt er det nokså komplisert å måle det eksakte omfanget av offentlige midler brukt til formålet direkteinvesteringer (Rusten, 2003). I en del tilfeller er beløpet fra det offentlige bare er gitt som en engangsbevilgning, deretter skal disse midlene forrentes gjennom lønnsomme investeringer omtrent på samme måter som en vanlig bank. Dette kjennetegner blant annet bevilgningene til SNDs utenlandsengasjement, SIVA og en del av rammebevilgningene til Eksportrådet. Andre ganger kan det dreie seg om bevilgninger av egenkapital som i utgangspunktet ikke skal røres, men som stilles som sikkerhet. For flere av ordningene er det heller ikke årlige offentlige bevilgninger, men statlige garantier. Disse kommer bare til anvendelse i den utstrekning behovet for utbetalinger under den enkelte garantiordning overstiger likvide midler tilknyttet nærmere angitte rammer (jf. St. prp. 1, 2002-2003 6.2). Slike garantier gjelder blant annet for GIEK og SND. En del investeringsinstitusjoner er dessuten eid av flere andre land enn den norske stat, det gjelder for eksempel de nordiske investeringsbankene.

Videre er mandatet, målgruppene og geografisk nedslagsfelt nokså forskjellig. Det er for en del av ordningene en blanding av engasjement som involverer norske bedrifter og lokale aktører (gjelder for flere av de ulandsrelaterte prosjektene), og heller ikke er de aktivitetene som er knyttet til direkte investeringer i utviklingsland alltid klart atskilt fra infrastrukturrelaterte investeringer. Troverdige beregninger vil her måtte tilsi detaljert innsikt i enkeltprosjekter. En vel så viktig begrunnelse for å utelate denne type institusjoner fra

regnskapet over hva norske myndigheter bruker på internasjonalisering av norske bedrifter, er hvordan ordningene finansieres. Jeg vil beskrive dette nærmere i avsnittene nedenfor.

SND, SIVA og delvis også Eksportrådet må kunne sies å investere i prosjekter med et relativt klart "hjemlandsmandat" (de skal primært tjene norske bedrifter men dette skal ikke skade, men gagne aktiviteter her hjemme). Dessuten er disse ordningene mer direkte knyttet opp mot direkte investeringer enn hva som gjelder for en del andre offentlige institusjoner som er engasjert i internasjonalisering. Det vil derfor være disse tre institusjoners engasjement som jeg her vil tallfeste og beskrive i mest detalj. I den grad jeg etter hvert nevner en del av de andre offentlige institusjonene som jobber med internasjonalisering, så er dette for å dokumentere hvorfor disse ikke hører med i beregningene vist nedenfor.

Tabell 3 Offentlige engasjement knyttet til norske bedrifters etableringer ute (budsjettrammer mill NOK).

INSTITUSJON	BELØP	BEVILGNINGSFORM SPESIFISERT
SIVA	39	22 Aksjekapital 17 Lån
SND	300	270 Aksjekapital 30 Tilskudd
Eksportrådet	10	Analyse/rådgiving

Beregningene basert på de tre institusjonenes budsjettrammer knyttet til utetableringer viser et totalt offentlig engasjement i størrelsesorden 349 mill NOK. Av dette utgjør bare 30 mill. NOK tilskudd. Alle summene dreier seg om såkalte engangsbevilgninger og dermed ikke årlige tildelinger. Summen på 30 MIL NOK som er tilskudd er knyttet til SNDs engasjement i Norvest-Russland. De øvrige beløpene på 319 mill NOK er i form av aksjekapital og lån som gies på kommersielle vilkår. Nedenfor redegjør jeg for ordningene mer i detalj.

Langt de fleste av internasjonaliseringsprosessene er drevet av bedriftene selv, men enkelte ganger søker en råd hos offentlige institusjoner med kompetanse på internasjonalisering. Myndighetene har også bidratt i form av infrastrukturopbygging, aksjekapital og lån på kommersielle vilkår. I alt 349 millioner er over en årrekke brukt på dette formålet, og bare 30

millioner av dette har vært i form av tilskudd. Tilskudd gjelder for Nordvest-Russland, et prosjekt hvor mandatet har vært tuftet på utenrikspolitikk og grensekryssende distriktpolitikk (Kirkenes-Murmansk). I andre regioner verden over er vi representert gjennom en rekke offentlige finansieringsorganisasjoner rettet mot vertslandsproblemer som fattigdomsproblematikk og miljøproblemer. Noen ganger involverer prosjektene norske bedrifter (Rusten, 2003).

Mest fokus har det vært på SIVAs engasjement ute. SIVAs to næringsparker i Litauen har tre norske leietakere, mens en ny park er i oppstartsfasen i Latvia. Det er ellers ca 200 bedrifter med aktivitet i Baltikum. **Gjennomgangen som myndighetene har gjort, avdekker ikke at SIVAs utenlandske prosjekter har hatt negative virkninger for næringslivet i Norge, i og med bedriftene sier tilsvarende aktivitet ikke kunne ha vært videreført hjemme.** Myndighetenes konklusjon er likevel at: *”Regjeringen legger opp til at virkemiddelapparatet ikke skal medvirke der bedrifter ønsker å flytte ut hele eller store deler av sin produksjon. Imidlertid vil det ofte være snakk om at bedrifter vokser gjennom investeringer som ikke vil finne sted i Norge, eller etablerer seg i nye markeder, og her bør virkemiddelapparatet spille en rolle.”* (St.prp nr.51 (2002-2003)). Hvordan virkemiddelapparatet skal klare å skille tilfellene fra hverandre, ja se det kan bli en betydelig utfordring.

### **3.3 Overlevelsesstrategier for distriktsbedrifter i en globalisert økonomi**

#### **–eksemplet norsk møbelindustri**

Også distriktsbedriftene utfordres av økt internasjonalisering. Jeg vil her ta for meg møbelindustrien for å illustrere dette nærmere. Norsk møbelindustri som teller rundt 500 bedrifter og nærmere 13.500 sysselsatte har vært gjennom noen tunge år med sviktende resultater i det norske markedet ikke minst fordi furu epoken har ebbet ut. Dette har imidlertid ikke gjort seg utslag i færre sysselsatte før 1999 da bemanningen ble redusert med 1000 fra foregående år. Opp i denne negative markedsutviklingen i Norge har de kunnet stort sett holde det gående fordi eksporten har økt jevnlig. De viktigste markedene er Sverige, Danmark, USA, Tyskland, Storbritannia, Frankrike og Japan. I 2002 opplever møbelindustrien i første halvår at eksporten reduseres med 128 millioner kr, noe som er en nedgang på 9 prosent, og denne utviklingen synes å fortsette. Dermed er evnen til å tåle dårlige tider betydelig svekket. Flere bedrifter må ta kampen opp mot produsenter fra lavkostland. For noen bedrifter blir løsningen å flytte deler av virksomheten ut av landet.

Noen av bedriftene vil måtte møte utfordringene med kostnadspress ved å flytte produksjonen til lavkostland, innen EU eller til den tredje verden. For eksempel har møbelprodusenten Hjellegjerde valgt å legge noe leieproduksjon til Thailand. En annen strategi er å intensivere teknologibruken i produksjonsprosessen, noe som innebærer at maskiner erstatter arbeidskraft. Roboter er blant annet tatt i bruk av møbelprodusenten Ekornes i betydelige deler av produksjonsprosessen er et eksempel på dette.

Tabell 4. Et utvalg av foretak innen møbelindustrien målt i antall ansatte i Norge og utlandet i 2002 (Basert på opplysninger fra den enkelte bedrift).

	Antall ansatte i Norge	Antall ansatte i utlandet
Hjellegjerde	360	165
Stokke	388	85
Ekornes	1230 (K)	117
L.K. Hjelle	38	

En tredje type strategi er å satse på betalingsvillige markedsnisjer både i Norge og i noen tilfeller også i utlandet. En del små og mellomstore bedrifter blir konkurransedyktig i kraft av satsing på kvalitet og fleksibilitet og nisjetilpasning. Møbelprodusenten L.K. Hjelle er et eksempel. Denne bedriften har blant annet spesialisert seg på kvalitetsmøbler til offentlige representasjonsboliger, ambassader, hotell men også privatpersoner med stor betalingsvillighet. En fjerde strategi er relatert til bedrifter som har masseproduksjon. Ett eksempel på dette innenfor møbelindustrien er Stokke som hittil har produsert over 3 millioner tripp trapp stoler. I følge fabrikkens ledelse etablerte de et produksjonsanlegg i Slovenia for å produsere denne stolen allerede i 1973. Årsaken er lønningene Norge, men også nærhet til råvarene (bøk). Etter hvert innså de at dette ene produksjonsanlegget ble for sårbart i forhold leveranser, produksjonsflyt men også som følge av politisk uro. En beslutning om å etablere ytterligere produksjonsanlegg ble aktualisert i perioden med urolighetene på Balkan. I perioden 1988-97 foregikk det noe produksjon av denne stolen parallelt hjemme i Norge. I 2002 etablerte Stokke et produksjonsanlegg i Romania. Denne dual-sourcing strategien reduserte risikoen for å få stans i leveringene og gav samtidig vekst i produksjonskapasiteten. Stokke har bare økt og økt produksjonen av tripp trapp stoler, med

gjennomsnitt 20-30 000 i økning hvert år. I 2002 nådde den årlige produksjonen 350 000 stoler, og det er forventet at veksten fortsetter. Selskapet i Norge har produksjon av bøyler, handikaputstyr og spesialtilpasninger i form av rygger m.m. Her ligger også virksomhetens utviklingsavdeling og salgsapparat. Produksjonsanleggene i utlandet innebærer lavere faktorkostnader inkludert lønnskostnader, mindre transportkostnader og dessuten bedre muligheter for å oppnå fleksibilitet ved å justere volumet på arbeidsstokken i takt med behovet enn hva som ville vært tilfelle med et tilsvarende anlegg på Sunnmøre.

#### **4. GLOBALISERINGENS PRIS OG DE REGIONALE UTFORDRINGENE**

Vi ser mer og mer at arbeidsoperasjoner, leveranser og tjenester blir lokalisert hvor pris og kvalitet er best. På den måten vil arbeidskraften her hjemme måtte konkurrere med arbeidskraften i andre land om oppdragene. I 1999 hadde i følge industristatistikken bedriftene i industri og bergverk til sammen vel 295 000 sysselsatte og dette representerer en nedgang på bortimot 5000 eller 1,6 prosent sammenlignet med 1998. Dette skjer etter at det har vært en økning i sysselsettingen vært år fra og med 1993 (Statistisk Sentralbyrå, 2002). Dermed synes ikke flyttingene ennå å gjort nevneverdig utslag på statistikken. Det er imidlertid grunn til å tro at nedgangen blir mer markant i årene som kommer.

Den norske debatten er preget av skepsis til utenlandske etableringer i Norge og likeledes når norske bedrifter velger å flytte virksomhet til utlandet.

I følge Porter (1990) kan et betydelig omfang av utenlandske etableringer sett fra vertslandets synsvinkel, sees på som et tegn på at landets egen økonomi har en del svakheter. Innenlandske selskaper ser ut til å mangle evnen til å forsvare sine markedsposisjoner overfor utenlandske etableringer. En slik argumentasjon slik jeg betrakter det, passer dårlig inn i sammenhenger hvor det ikke synes å være nasjonale alternativer. Det er nemlig her viktig å huske på at Porter i betydelig grad baserer seg på store økonomier. I små land vil markedsgrunnlaget i noen sammenhenger bli for lite i forhold til avkastningsbehovet. Dermed er det rimelig at det i et land som Norge lettere vil forekomme situasjoner med manglende egendekning, enn i mer folkerike nasjoner.

Det må heller ikke glemmes at utenlandske selskaper kan spille en viktig og positiv rolle i forhold til produktiv forbedring og teknologisk fornyelse. For små land er det særlig viktig med slike eksterne "input". Her er det nærliggende å nevne den betydning internasjonal

kompetanse har hatt for utviklingen av petroleumsindustrien, ikke minst de første årene da denne virksomheten ble bygd opp. I dette prosjektet betraktes etableringer fra utlandet som en logisk konsekvens av at økonomien blir mer og mer internasjonal. Det inkluderer også norske selskaper som etablerer seg i utlandet.

De aller fleste land har utover 1990-tallet nokså åpne grenser i forhold til det å tillate direkte investeringer utenfra. Mange land, har i tillegg en politikk som tar sikte på å stimulere til at slike etableringer finner sted. Norge må i denne sammenheng kunne sies å ha en nokså defensiv holdning til direkte investeringer fra utlandet. Blant la myndighetene ned Invest in Norway på slutten av 1999-tallet, og ennå er det ikke noen gode ordninger i form av "one stop shop" for selskaper utenfra som ønsker å etablere seg her. Grunnen til at vi har kunne ha denne holdningen har nok sammenheng med at arbeidsledigheten lenge har vært lav.

I forhold til vertslandets økonomi vil etableringer fra utlandet ha direkte og indirekte innvirkninger. Det kan blant annet gi teknologioverføringer med koblinger både framover og bakover i verdikjeden. Etableringene vil påvirke det industrielle miljø og dermed også "klimaet" for entreprenørskap. I forhold til arbeidsmarkedet kan ringvirkningene sees i sammenheng med jobb-skaping, dynamikk og kvalitet. I svært mange sammenhenger vil dette være positivt. De tilfeller hvor slike etableringer kan være et problem, er når utenlandske etableringer blir for dominerende i forhold til landets øvrige økonomi. Da vil det på sikt kunne ha negativ innvirkning på evnen til å utforme en selvstendig og robust industripolitikk. I tillegg bør vi ha i tankene hvordan virkningene geografisk slår ut. I noen tilfeller kan de utenlandske selskapene forsterke regionale forskjeller. Dette kan være negativt og påføre samfunnet økte "opphopnings-kostnader" i sentrale strøk og "uttynningskostnader" i distriktene (Pedersen et. al. 1992). Alternativt kan det også tenkes at nettopp et sterkt internasjonalt næringslivsmiljø skaper synergieffekter som også kommer andre deler en etableringsregionen til gode.

Hva de regionale effektene blir, og om dette får en positiv eller negativ valør, vil selvsagt også avhenge av de enkelte foretakenes strategiske valg. IBMs satsing med etableringer på Kolbotn og Wärtsiläs satsing gjennom overtagelsen av en industribedrift i motgang på Bømlo en del år tilbake, sammenlignet med at et amerikansk selskap overtok Freia illustrerer kontrastene. Det er heller ikke slik at eiere fra Norge framfor utlandet nødvendigvis vil innebære mer uttelling hva angår positive regionale ringvirkninger. En rekke fusjoner og

oppkjøp mellom nokså like selskaper vil kunne medføre sanering av en rekke dobbeltfunksjoner.

En utbredt myte er at utenlandske foretak ofte har andre koblinger når det gjelder leverandører og samarbeidspartnere enn hva vi finner blant *nasjonale* foretak. De utenlandske selskapene er også ofte mindre bundet lokaliseringmessig, enn det som gjelder for mange innenlandske virksomheter. Denne type påstander avvises i en utredning nylig utført av Invest in Sweden (1998). Der hevdes det at forskjellene mellom utenlandske og svenske selskaper ikke er særlig store. Foretak, i hvert fall de av en viss størrelse, er uansett eierstatus langt mer internasjonale enn tidligere. Hvilken etableringsstrategi selskapet benytter, er også faktorer som her blir avgjørende for hvordan datterbedriften i neste omgang kommer til å drive sin virksomhet. Internasjonale studier (Green og McNaughton 1995 og Hill og Munday 1995), og studier som har tatt for seg utenlandske etableringer i Norge (bla. Benito 1996 ), samt vår egen intervjuundersøkelse (Rusten et al, 1999), bekrefter alle at fusjoner og oppkjøp er den mest vanlige etableringsstrategien. Det er nemlig grunn til å anta at bedriftsdannelser med opprinnelse i fusjoner eller oppkjøp av landets egen virksomhet vil gi større likheter mellom norske og utenlandske selskaper, enn tilfeller hvor det utenlandske konsernet bygger opp virksomhet ”etter sitt hode” helt fra grunnen av. Et tredje forhold som vil ha innvirkning på om det blir særlige forskjeller mellom innenlandske og utenlandske etableringer er knyttet til hva som er etableringsmotivet. Som vi har vært inne på tidligere, er markedsmotivet framtrædende blant de selskapene som etablerer seg i Norge. Tilpasning eller spesialisering på basis av lokale betingelser, kultur, regulering ol. blir dermed også årsaker til at selskapene fra utlandet ikke skiller seg vesentlig fra de norske.

Hva som blir de regionale effektene må også sees i sammenheng med bransje. Det er nokså innlysende at handelsselskaper ofte vil gi svakere ringvirkninger enn etableringer innen industri og tjenesteyting. Det er imidlertid ikke noe som tyder på at innslaget av utenlandske selskaper vil styrke Norges posisjon i forhold til hvor mange som her i landet framover kommer til å være sysselsatt innenfor industrien. Det at utenlandske selskaper i betydelig grad består av andre virksomheter enn industri, og at deler av norsk industri flytter sin virksomhet til utlandet, er begge faktorer som trekker i samme retning. Norge i likhet, med mange andre vestlige land, blir mer og mer dominert av offentlig og privat tjenesteyting. Slike jobber oppfattes også av mange som mer attraktivt enn å jobbe innenfor industrien.

Utflyttingen av bedrifter har sannsynligvis flere faktorer som høy kronekurs og rentenivå og sterk lønnsvekst. Vinteren 2002 får deler av industrien dessuten høyere kostnader på grunn av høy olje- og strømpris. I tillegg sliter en del bedrifter med å skaffe nok arbeidskraft. Mindre inntjeningsmarginer tvinger en del bedrifter til å skille ut deler av virksomheten og legge den til land hvor driftskostnadene er lavere.

Fra en internasjonal til en mer globalisert økonomi er overgangen fra selskaper som har sin vesentlige produksjonsbasis i et eller fåtall land til selskaper hvor kapitalen og investeringene er langt mer mobile. Likevel er det slik at de fleste multinasjonale selskaper har sin produksjonsmessige basis i ett eller et fåtall land og vanligvis har ett spesifikt hjemland for hovedkontoret, innebærer også at de betydelige grad er regulert med basis i de forordningene som gjelder for dette landet. I et fullverdig globalt system vil ulike nasjonale økonomier måtte innordnes internasjonale prosesser og transaksjoner. I retningen av et mer globalt system ser vi tendensen til mer enhetlige lovverk og reguleringer på tvers av landegrensene og overnasjonale organisasjoner som er satt til å overvåke disse. Nasjonale reguleringer som for eksempel subsidier av jordbruket, hjemfallsrett for sikre kontrollen av våre kraftressurser, eller ordningen med en statlig posttjenester, er alle tiltak som settes under press. Dels skjer dette ut fra et internasjonalt behov om å sikre at ingen økonomiske aktører blir favorisert i markedet. Dessuten er det en målsetting om å standardisere lovverk på tvers av landegrensene. En del tiltak som også fra landets myndigheter var regionalpolitisk motivert, blir på den måten borte. Ytterligere utfordringer angående myndighetenes innflytelse, er at foretaksinterne transaksjoner svekker en del muligheter til å få inntekter gjennom skatter og avgifter. Av og til kan også multinasjonale selskaper gjennom sine etableringsbeslutninger komme til å spille ulike myndigheter opp mot hverandre. Noen regioner vil dermed komme tapende ut av slike prosesser, og vil kunne kreve omstilling og støtte fra offentlige myndigheter. For andre steder vil økt internasjonalisering i forhold til eksisterende, innflyttede eller nye foretak representere et mer vekstkraftig næringsliv.

Økende grad av konkurranse hjemme og ute innebærer at bedriftene må bli stadig mer effektive i den måten den velger å organisere sin virksomhet på. Også mye av impulsene for hvordan dette skal gjøres har de fått utenfra. Virksomhetene er langt mindre stedbunden enn tidligere, og dermed mindre forutsigbar. I prinsippet vil selskaper kunne lokalisere seg og eventuelt flytte til de stedene hvor dette blir mest kostnadseffektivt. Det blir et system som



mer og mer blir styrt av markedskreftene, hvor konkurransen om å tiltrekke seg internasjonal næringsvirksomhet skjerpes.

Vi ser i det hele tatt at mer og mer at arbeidsoperasjoner, leveranser og tjenester blir lokalisert hvor pris og kvalitet er best. På den måten vil arbeidskraften her hjemme måtte konkurrere med arbeidskraften i andre land om oppdragene. I 1999 hadde i følge industristatistikken bedriftene i industri og bergverk til sammen vel 295 000 sysselsatte og dette representerer en nedgang på bortimot 5000 eller 1,6 prosent sammenlignet med 1998. Dette skjer etter at det har vært en økning i sysselsettingen vært år fra og med 1993 (Statistisk Sentralbyrå, 2002). Dermed synes ikke flyttingene ennå å gjort nevneverdig utslag på statistikken. Det er imidlertid grunn til å tro at nedgangen blir mer markant i årene som kommer.

Den norske debatten er preget av skepsis til utenlandske etableringer i Norge og likeledes når norske bedrifter velger å flytte virksomhet til utlandet. Etableringer ute er positivt for norsk velferd hvis dette innebærer at foretakene vokser i større skala enn om virksomhetene skulle bare hatt tilhold i Norge. Større aktivitet, høyere lønnsomhet og sterkere konkurranseevne vil også kunne innebære at bedriftene satse tyngre på FoU- og dermed på sikt står sterkere. Arbeidsoperasjoner, leveranser og tjenester blir lokalisert hvor betingelsene er best. Internasjonalisering er heller ikke noe nytt i norsk økonomi, men noe som preget industrialiseringen her i landet helt fra begynnelsen gjennom etableringen av den kraftkrevende industri senere en rekke produksjons- og tjenestebedrifter orientert mot det norske markedet (Rusten, et al, 1999, Heum og Midelfart, 2002). Heller ikke er det noe nytt at norske bedrifter søker seg ut. Det nye i utviklingen er at denne type investeringer nå i betydelig grad også gjør seg gjeldende blant små og mellomstore bedrifter.

Fra en internasjonal til en mer globalisert økonomi er overgangen fra selskaper som har sin vesentlige produksjonsbasis i et eller fåtall land til selskaper hvor kapitalen og investeringene er langt mer mobile. Likevel er det slik at de fleste multinasjonale selskaper har sin produksjonsmessige basis i ett eller et fåtall land og vanligvis har ett spesifikt hjemland for hovedkontoret, innebærer også at de betydelige grad er regulert med basis i de forordningene som gjelder for dette landet. I et fullverdig globalt system vil ulike nasjonale økonomier måtte innordnes internasjonale prosesser og transaksjoner. I retningen av et mer globalt system ser vi tendensen til mer enhetlige lovverk og reguleringer på tvers av landegrensene og overnasjonale organisasjoner som er satt til å overvåke disse. Nasjonale reguleringer som

for eksempel subsidier av jordbruket, hjemfallsrett for sikre kontrollen av våre kraftressurser, eller ordningen med en statlig posttjenester, er alle tiltak som settes under press. Dels skjer dette ut fra et internasjonalt behov om å sikre at ingen økonomiske aktører blir favorisert i markedet. Dessuten er det en målsetting om å standardisere lovverk på tvers av landegrensene. En del tiltak som også fra landets myndigheter var regionalpolitisk motivert, blir på den måten borte. Ytterligere utfordringer angående myndighetenes innflytelse, er at foretaksinterne transaksjoner svekker en del muligheter til å få inntekter gjennom skatter og avgifter. Av og til kan også multinasjonale selskaper gjennom sine etableringsbeslutninger komme til å spille ulike myndigheter opp mot hverandre. Noen regioner vil dermed komme tapende ut av slike prosesser, og vil kunne kreve omstilling og støtte fra offentlige myndigheter. For andre steder vil økt internasjonalisering i forhold til eksisterende, innflyttede eller nye foretak representere et mer vekstkraftig næringsliv. Økende grad av konkurranse hjemme og ute innebærer at bedriftene må bli stadig mer effektive i den måten den velger å organisere sin virksomhet på. Også mye av impulsene for hvordan dette skal gjøres har de fått utenfra. Virksomhetene er langt mindre stedbundne enn tidligere, og dermed mindre forutsigbare i forhold til problemstillingen om de lokalt representerer "sikre" arbeidsplasser. I prinsippet vil selskaper kunne lokalisere seg og eventuelt flytte til de stedene hvor dette blir mest kostnadseffektivt. Det blir et system som mer og mer blir styrt av markedskreftene, hvor konkurransen om å tiltrekke seg internasjonal næringsvirksomhet skjerpes.

Uansett holdning til hva som bør være myndighetene rolle i disse prosessene, er vi omgitt av internasjonalisering og globaliseringsprosesser. Bedriftene er mindre stedbundne. Lokal sosial samvittighet utviklet gjennom entreprenørskap og lokalt eierskap blir en viktig komponent som holder virksomheter igjen, og få dem til heller å anvende alternative eller kombinerte strategier.

## **Litteratur**

- Allen, J., and Hamnett, C., (1995): *A shrinking world?* Oxford: Oxford University Press.
- Benito, G.R.G. (1996): Utenlandsk eierskap i norsk næringsliv. I: Reve, T., (eds): *Eierskap og kapital som konkurransefaktorer*, 103-122, Fagbokforlaget, Bergen.
- Cowling, K., (1990): *A new industrial strategy. Preparing Europe for the turn of the century – International Journal of Industrial Organization*, 8, 165-183.
- Dicken, P. (1992): *Global shift. Industrial Change in a turbulent world.* Harper & Row, London.

- Granovetter, M. (1985): Economic Action and Social Structures: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Green, M.B og McNaughton, R.B. (1997): *The location of Foreign Direct Investment* Avebur, Aldershot, UK.
- Hagen, K.P., Heum, P., Haaland, J.I., Midelfart Knarvik, K.H og Norman, V.D. (2002): *Globalisering, næringslokalisering og økonomisk politikk*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Hennart, J-F., og Park, Y.R., (1994): Localisation, governance and strategic determinants of Japanese manufacturing in the United States. *Strategic Management Journal*, 15, 419-436.
- Heum, P., og Midelfart, K.H (2002): Norske multinasjonale foretak: Betydning for Norsk næringsutvikling og økonomi I: Hope, E. (eds): *Næringspolitikk for en Ny økonomi*. s 131-154. Fagbokforlaget.
- Hill, S. og Monday, M. (1995): Foreign manufacturing investment in France and the UK: A regional analysis of locational determinants. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* - 1995. Vol, 86, No. 4, 311-327.
- Hirst, P. Thompson, G. (2000): *Globalization in question*, 2<sup>nd</sup> Edition, London: Polity
- Håkansson, H., og Snehota, I., (1989): No business is an island: The network concept of business strategy. *Scandinavian Journal of Management*, 5/3, 187-200.
- Hodne, F. (1981): *Norges Økonomiske historie*. Cappelen, Oslo.
- Jakobsen, S-E., Rusten, G., (2002): The autonomy of foreign subsidiaries. An analysis of headquarter-subsidiary relations. *Norsk Geografisk Tidsskrift, Norwegian Journal of Geography*. Vol. 57, 1-11.
- Jönsson, C., Tägil, S., og Törnqvist, G., (2000): *Organizing European Space*. Sage, London.
- Korton, D.C., (1995): *When corporations rule the world*. Kumarian Press, New York.
- Morris, J.L. (1988): New technologies, flexible work practices and regional sociospatial differentiation: some observations from the United Kingdom. *Environment and Planning D: Society and Space* 6, 301-319.
- Nachum, L., og Keeble, D., (1999): A marshallian approach to the eclectic paradigm of foreign investment: the clustering of firm TNCs in Central London. *Economic & Social Research Council, WP, 119, March 1999, University of Cambridge*.
- Nærings- og handelsdepartementet (2002): *Gjennomgang og vurdering av SIVAs utenlandsvirksomhet*.
- Rusten, G. (1990): *Hvorfor omlokaliserer hovedkontorer? En studie av hovedkontorflyttinger i Norge 1967-1987*. Institutt for geografi. Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen, *Geografi i Bergen*, 148.
- Rusten, G. (1997): The role of geographic concentration in promoting competitive advantage. The Norwegian furniture industry. *Norwegian Journal of Geography*, Vol 51, 173-185.
- Rusten, G., Kvinge, T., og Jakobsen, S-E., (1999): *Internasjonalt eierskap i norsk næringsliv - Omfang og effekter nasjonalt og regionalt*. Samfunns- og næringslivsforskning, rapport 24/99, Bergen.
- Rusten, G. (2000): *Geography of outsourcing: business service provisions among firms in Norway*. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, Volume 91, nr. 2, 122-134.
- Rusten, G. 2003: *Norske bedrifters etableringer i utlandet og det offentlige rolle i forhold til disse investeringene*. Samfunns- og næringslivsforskning Arbeidsnotat 06/03, Bergen.
- SND Investeringfondene for Nordvest-Russland og Øst- og Sentral-Europa. SND-notat.
- Stonehill, A., (1965): *Foreign Ownership in Norwegian Enterprises*. Samfunnsøkonomiske

studier nr. 14., Statistisk sentralbyrå, Oslo.  
St.prp.nr.1 (2002-2003). Den kongelige proposisjon om statsbudsjettet medregnet folketrygden for budsjetterminen 1. Finansdepartementet.  
TBL Konjunkturrapport 2003  
TBL Uteproduksjon redning eller undergang TBLs undersøkelse om uteproduksjon 2001.  
United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD (1998): World Investment Report: Trends and Determinants, New York and Geneva: United Nations.