

INTERNASJONALISERING, GLOBALISERING OG REGIONAL UTVIKLING - STRATEGIER OG UTFORDRINGER FOR NÆRINGSLIVET

Grete Rusten
Samfunns- og næringslivsforskning (SNF)
Grete.Rusten@snf.no
Tlf 55 95 95 19

Notat utarbeidet for Distriktskommisjonen til møtet i Årdal, oktober 2003.

Innledning

Internasjonal varehandel er økende. Nedbygging av tollmurer, deregulering av finansmarkedene, gode transportsystemer som blant annet flytrafikk og Internett-basert forretningsdrift er viktige pådrivere i disse prosessene. Før var handel forbeholdt stort sett varer, men nå omfatter denne virksomheten stadig mer tjenester innenfor finans, telekommunikasjoner, og forretningsmessige konsulenttjenester. Samtidig som handelen over landegrensene øker, er det mange foretak som oppretter virksomhet i flere land. I dette notatet utarbeidet for Distriktskommisjonen vil jeg redegjøre nærmere for bakgrunnen for disse drivkreftene, og for hva slags implikasjoner dette har for næringslivet spesielt i distriktene.

Innledningsvis bør forskjellen mellom internasjonalisering og globalisering avklares. Nokså enkelt kan internasjonalisering defineres som økonomiske aktiviteter som krysser nasjonale grenser, noe som både kan skje gjennom eksport eller gjennom direkteinvesteringer. Globalisering representerer en annen fase av den samme type prosess, som gjerne dreier seg om mer omfattende tilfeller hvor produksjonsprosessen er spredt mellom flere ulike land. Samhandling over landegrenser har foregått nokså lenge. Verdensøkonomien i minst tre hundre år bak i tid var internasjonal ikke minst gjennom kolonialisering og internasjonal handel. Globaliseringen er på mange måter mer omsegripende og 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). Pengesystemer, teknologier og markeder blir stadig mindre hindret av landegrenser.

Tilsvarende er andelen norske selskaper som opererer utenfor landets grenser stadig tiltagende. For mange av de største norske industriselskapene skjer nå mye av produksjons- og sysselsettingsveksten utenfor landets grenser. Det som også er nytt er at en del små- og mellomstore bedrifter begynner å søke seg ut fordi den internasjonale konkurransesituasjonen i hjemmemarkedet ble skjerpet gjennom omfattende import. Uteproduksjonslandene i forhold til norske selskaper kan hovedsakelig deles inn i tre hovedgrupper: høykostland innen EU, lavkostland innen Øst-Europa og lavkostland i Asia. Samtidig er det svært mange selskaper som etablerer salgs- og representasjonskontor i andre land.

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. 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, ordningen med statlige posttjenester eller differensiert arbeidsgiveravgift, 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. De store internasjonale konsultentselskapene er blant de viktige bærerne av slike impulser. 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.

Etableringsstrategier i globaliseringens tegn

Når selskapet skal velge hvilket land de ønsker å gjøre investeringer i, vil dette være avhengig av motivene for å investere. Litteraturen har i forhold til investeringsmotiver 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 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 naturressursorienterte etableringer med betydelig innslag av 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 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 bidro 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 konsultentselskapene som har sin hovedvirksomhet lagt til de store byene, og spesielt Oslo-området. Regnskaps- og revisjonsselskaper har imidlertid ofte etableringer også på mindre steder, igjen for å være i nærheten av kundene.

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.

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 samlebandsbasert 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 lokaliseringer 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 framtrædende begrunnelse for at utenlandske selskaper har etablert datterselskaper i Norge, men forklarer en del etableringer av norske selskaper i utlandet.

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. Tilsvarende er dette årsaken til at flere norske oljerelaterte virksomheter har etablert seg blant annet i Houston.

I den virkelige verden er årsakene til etablering innen en og samme bransje eller foretak nokså sammensatt. Når Gilde velger å legge ned noen av sine produksjonsanlegg for å samle virksomheten så er dette både motivert ut fra en endring fra en ressursorientert- til en markedsorientert lokalisering. Samtidig ønsker en gjennom flere og større anlegg å oppnå økt effektivitet. Når det for eksempel gjaldt de utenlandske etableringene landet fikk i kjølvannet av oljevirksomheten, var dette dels videresatsing fra oljeselskaper som allerede var her som handels- og distribusjonsselskaper og dels selskaper som direkte deltok i utvinningsvirksomheten. En tredje type etableringer innen oljen kan sies å velge å lokalisere seg i Norge for å ha muligheten til å ta del i den teknologiutviklingen som fant sted ikke minst i forhold til deep sea drilling. Tilsvarende sammensatte årsaker vil gjelde for mange av de norske bedriftene som etablerer seg i utlandet. Når f.eks. møbelprodusenten Stokke har fabrikker i Slovenia og Romania så har dette både sammenheng med at dette gir dem tilgang til eik, men også fordi dette gir lavere arbeidskraftkostnader enn i Norge.

Internasjonal arbeidsdeling

Viktige pådrivere i globaliseringsprosessen er blant annet de multinasjonale selskapene¹, som i sine mest avanserte versjoner opererer på globalt nivå hva angår fordeling av produksjon og øvrig virksomhet. I EU området er for eksempel omtrent 14 prosent av samlet sysselsetting i utenlandskeide selskap (Haaland, 2002). Denne utviklingen har globalt gitt en internasjonal arbeidsdeling spesielt for europeiske, japanske og nordamerikanske foretak. Det fundamentale trekket ved den internasjonale arbeidsdelingen er asymmetrien når det gjelder maktfordeling mellom foretak og lokalsamfunn hvor foretakets 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. Tilsvarende hierarkier får vi mellom sentrum og periferi i det enkelte land. 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

¹ 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, 1992). Denne definisjonen er vårt utgangspunkt når vi bruker begrepet multinasjonale selskaper.

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.

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 denne kunnskapen 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 virksomheten som selskapet 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. Wärtsilä på Bømlø som var en norsk båtmotorfabrikk som ble overtatt av finske eiere på 1970-tallet. Dette selskapet har siden hatt en solid utvikling og leverer propellsystemer til øvrige deler av selskapet og når på denne måten et globalt marked.

Ikke alle foretak opererer på et globalt nivå. Langt de fleste foretak i Norge har om i det hele tatt noen bare et fåtall utenlandsetableringer. Den geografiske arbeidsdeling kan være resultat av flere ulike prosesser som nyetableringer, vekst eller rasjonalisering i eksisterende virksomhet, nedleggelse, fusjoner og oppkjøp og ulike underleveranseavtaler som for eksempel leieproduksjon eller annet produksjonssamarbeid. For selskaper som ønsker å investere i utlandet vil et steg i prosessen være å finne fram til en hensiktsmessig lokalisering, og beslutningen påvirkes av hvilken kunnskap foretakene har. Fusjoner og oppkjøp er mest 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. Det blir også de større byene som kan tilby den mest spesialiserte arbeidskraften, og som har den beste kommunikasjonen med omverdenen. For en betydelig andel av de norske virksomhetene som søker seg ut i produksjonsøyemed er det leieproduksjon framfor egen virksomhet som dominerer. Det er imidlertid grunn til å tro at andelen med egen produksjon for eksempel i forhold til de nye medlemslandene i EU- vil øke når bedriftene har fått opparbeidet seg noe mer erfaringer.

Norge i en globalisert økonomi

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 1 nedenfor viser beholdningen av utenlandske direkteinvesteringer for perioden 1990-1999.

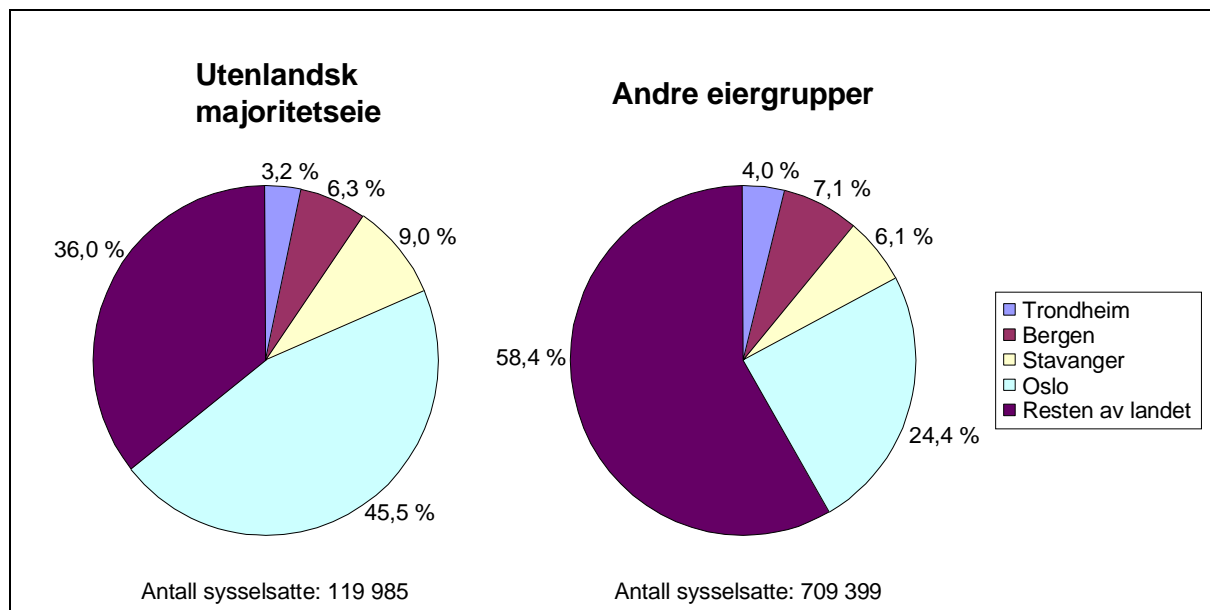
Tabellen viser at utenlandske investeringer i Norge og norske investeringer i utlandet ligger omtrent på samme nivå som Vest-Europa generelt, og følger omtrent samme utvikling. Trenden de senere årene når vi følger investeringsstrømmene relatert til Norge er at vi investerer stadig mer i utlandet, mens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

Tabell 1: Beholdningen av utenlandske direkteinvesteringer, 1990-1999.
Prosent av bruttonasjonalprodukt

	1990	1995	1999
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.

I forhold til emnet globalisering vil jeg spesielt trekke fram to forhold som synes å være mye fram i lyset når det gjelder Norges globale posisjon. I Norge er omtrent hver 6 arbeidstaker utenom finans og offentlig sektor tilhørende en bedrift med majoritets utenlandseie (Rusten et al, 1999). I forhold til utgående investeringer er gjerne diskusjonen om lønnsforholdene her hjemme et tema. IMD Investment Report måler landenes konkurransevne og dette gjøres ved hjelp av en lang rekke enkeltkriterier (for Norges vedkommende er dette basert på opplysninger fra NHO, Norges Bank, Statistisk sentralbyrå og Oslo Børs). Dette gir gode oversikter langs flere dimensjoner i det enkelte land, sammenligninger over tid og sammenligninger landene i mellom. IMD rangeringene bekrefter Norges høye industriarbeiderlønnninger med å plassere oss helt nede på 46te plass av de i alt 49 landene som er med i oversikten,. Til sammenligning er plassene for Sverige nr 37, Finland 39 og Danmark 43. Lavest lønninger har Indonesia, Russland, Kina og India (for dette året mangler tall for Polen og Thailand). Dette bekrefter dermed nok en gang at Norge er et høykostland i forhold til produksjonsarbeid. Når det derimot gjelder kategorien for ingeniør, andre ledere og direktørlønninger er kostnadsnivået for Norge langt bedre. I forhold til denne indikatoren rangeres Norge som nr 13, og blant de vesteuropeiske landene er det bare Island på 8 plass som slår dette. Sverige rangerer som nr 16, Danmark som nummer 21 og Sverige som nummer 30. Landene i IMDs oversikter med lavest kostnadsnivå for lederlønnninger er Estland Ungarn og Kina, mens Sveits, Japan og USA utgjør den andre enden av skalaen. Dermed er det ikke entydig grunnlag for å hevde at Norge er et høykostland i forhold lønnsnivå. Disse nevnte lønnsforholdene tilsier også at vi vil ha flest fordeler av å ha en mest mulig kompetanseintensive virksomheter, mens de mer standardiserte delene av produksjonslivet i en del tilfeller kan drives mer effektivt andre steder.



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

Norske bedrifters internasjonale konkurransevne

Vi ser at beholdningen av norsk direkte investert kapital i utlandet vokste nominelt med over 80 prosent i løpet av fireårsperioden 1996-2000. Fordelingen på geografiske områder var forholdsvis stabil i samme tidsrom. De tradisjonelt største vertslandsområdene, nemlig EU og Amerika, har imidlertid redusert sin betydning noe til fordel for Asia og Øvrige Europa, deriblant Øst Europa.

Tabell 2. Norsk direkte investert kapital i utlandet ved utgangen av 1996 til og med utgangen av 2000. Geografisk fordelt.

	1996		1997		1998		1999		2000	
	Milliard kroner	Prosent	Milliard kroner	Prosent	Milliard kroner	Prosent	Milliard kroner	Prosent	Milliard kroner	Prosent
EU-land	124,0	75,7	143,9	70,3	165,6	70,5	175,0	68,3	202,4	68,0
Øvrige Europa	2,2	1,3	3,7	1,8	4,9	2,1	5,7	2,2	8,3	2,8
Amerika	31,5	19,3	49,8	24,3	55,3	23,5	63,7	24,9	68,0	22,8
Asia	4,4	2,7	4,9	2,4	7,3	3,1	9,6	3,7	17,0	5,7
Øvrige land	1,8	1,0	2,3	1,1	1,9	0,8	2,2	0,9	2,1	0,7
Total	163,9	100	204,6	100	235	100	256,2	100	297,8	100

Kilde: Norges Bank

De for tiden mest oppdaterte tallene om norsk industris uteproduksjon synes å være undersøkelsen til Teknologibedriftenes Landsforening. TBL omfatter elektro, maskin, metallvare, møbel- og innredning, offshore, skip og skipsutstyr, støperi- og teko-industri og utgjør samlet 4500 bedrifter med 125000 ansatte (omtrent 45 prosent av industriusselsettingen). 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. I alt 179 bedrifter av undersøkelsens 449 deltagere har uteproduksjon: og for halvparten av disse igjen har uteetableringene 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 (TBL 2001). Årsakene til etablering er sammensatt både i forhold til det enkelte

foretak og utvalget av bedrifter som helhet. Det dreier seg del som å være tilstede i markeder som i årene framover vil vokse (de nye medlemslandene i EU og Asia). Dels dreier det seg om en søken etter rimeligere materielle innsatsfaktorer eller arbeidskraft.

Regionale implikasjoner av globalisering

Den økende forekomsten av utenlandske investeringer i Norge er blant annet konsekvens av en internasjonal økonomisk integrasjon, teknologiske endringer og nye internasjonale reguleringsprinsipper. Som en del av dette bildet er det også slik at norske selskaper gjennomfører betydelige investeringer i utlandet. Disse investeringene er faktisk omtrent på samme nivå som de inngående investeringene, slik at situasjonen totalt sett er relativt balansert. Den norske debatten er likevel preget av skepsis til utenlandske etableringer i Norge og likeledes når norske bedrifter velger å flytte virksomhet til utlandet.

Resultatene fra TBL-undersøkelsen sammenstilt med de vi vet er motivene for etableringer ellers, viser at etableringer av norske bedrifter i utlandet skyldes hovedsakelig to årsaker, Det å kunne produsere rimeligere og mer effektivt, og det å kunne være nærmere eller utvikle seg i nye markeder. I en del tilfeller er det heller ikke de norske bedriftene selv som er pådriverne, men som leverandører til store globale selskaper blir de "tvunget" til å lete etter rimeligere produksjonsbetingelser og de skal kunne beholde kontraktene sine. Som regel vil en slik etablering innebære økt geografisk arbeidsdeling av næringslivet i Norge. Hovedkontoret, FoU, design, markedsføring, logistikk og deler av den kompetanseintensive produksjonen forblir og blir kanskje til og med styrket her hjemme, mens den mest standardiserte produksjonen blir og mer erstattet av maskiner som 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 leveranser og lignende). 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.

Tabell 3 Vanlige holdninger knyttet til internasjonale direkteinvesteringer

	NORSKE BEDRIFTERS ETABLERINGER I UTLANDET	UTENLANDSKE BEDRIFTERS ETABLERINGER I NORGE
NEGATIVE HOLDNINGER	<ul style="list-style-type: none"> • "Utflagging" Jobbene eksporteres • Næingsmiljøet her hjemme forringes 	<ul style="list-style-type: none"> • Salg av "arvesølvet" • Tap av kontroll • "Slakting" • Teknologi- og kapitalflukt
POSITIVE HOLDNINGER	<ul style="list-style-type: none"> • Markedseksponasjon • Viser at virksomheten er internasjonalt konkurransedyktig 	<ul style="list-style-type: none"> • Nye og/eller mer robuste arbeidsplasser • Tilførsel av kapital • Tilførsel av kunnskap • En organisatorisk tilhørighet som bidrar til å løfte den norske virksomheten opp i en høyere divisjon f.eks ved at denne får Centre of Excellence status i konsernet

Vi hører ofte begrepet utflagging. Ordet er negativt ladet og i de fleste tilfeller også brukt feil. Egentlig har begrepet sin bakgrunn i rederinæringen og omhandlet de tilfeller hvor rederen valgte å seile under et annet lands flagg. Det kan også passe og bruke begrepet på tilfeller hvor bedrifter pakker sammen alt og forlater Norge for godt, men eksemplene på dette er relativt få, Det som går igjen i de fleste tilfellene med hvor bedriftene etablerer seg ute, er at kjerneaktivitetene dvs. hovedkontor, produktutvikling, design, logistikk, innkjøp og i en del tilfeller den mest kompetanseintensive produksjonen forblir 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 kan være mer kostnadseffektivt å ha ute. 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 ut i de senere år, er i realiteten like mye en tilpasning til EUs markeder i årene framover, som høy kronekurs og andre problematiske betingelser her hjemme. For de som er ute er det registrert betydelige ringvirkninger både i forhold til næringsutvikling i vertslandet, men også ringvirkninger her hjemme i form av leveransestrømmer, det at kapitalen er blitt tatt hjem. Internasjonalisering, globalisering kan møtes på flere ulike måter: gjennom å legge deler av produksjonen til utlandet, gjennom økt teknologiintensitet, gjennom å finne rimeligere råvarer i andre lokaliteter eller å satse på godt betalingsvillige nisjer. Innen næringer som for eksempel møbelindustrien finner vi eksempler på alle 4 strategier.

Dessuten har slike satsinger ute vært en helt nødvendig betingelse for videre eksistens og vekst. I et globalt marked kan selv relativt små nisjeprodukter oppleve gode markedsbetingelser. Et eksempel er Hatteland som sysselsetter rundt 175 personer i Nedre Vats i Ryfylke. En del av satsingsområdet i dette selskapet er utvikling av bygging av svært avanserte dataskjermer og maskiner til bruk på skip til bruk innen navigasjon, instrumentering og radar. Selskapet som nå går inn i sitt andre driftsår har allerede store kunder som den amerikanske kystvaken, den norske marinen i tillegg til en rekke sivile rederier.

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 konkurransevne 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.

Er likeledes frykten for utenlandsk eierskap berettiget?. I den offentlige debatten blir det ofte hevdet at utenlandsk eierskap innebærer en fjernstyring av norske virksomheter. Kontrollfunksjoner, strategi og produktutvikling konsentreres til eierlandet. Datterselskapet får en svært begrenset beslutningsmyndighet og virksomheten får en ren utførende rolle i forhold til de pålegg som kommer fra overliggende nivå i organisasjonen. Studier av utenlandske bedrifter i Norge både de lokalisert i storbyene og andre steder i Norge, viser imidlertid at denne holdningen må nyanseres. Det viser seg nemlig at en betydelig andel av virksomhetene med majoritets utenlandske eier har en relativ fri stilling og stor grad av beslutningsmyndighet i forhold til strategivalg av betydning for egen virksomhet. Det er også hovedsakelig nordmenn som sitter i nøkkelposisjoner i slike virksomheter. Flere av selskapene fungerer som flernasjonale hovedkontorer innenfor konsernet. Et annet forhold som ofte trekkes fram i debatten er at utenlandsk eierskap bidrar til at den norske virksomheten tappes for ressurser og kompetanse. Dette skjer blant annet gjennom en sentralisering av forskning og utviklingsvirksomhet til det utenlandske selskapets hjemland. Vår undersøkelse viste imidlertid at en slik sentralisering bare i begrenset grad forekommer. For mange av de industrielt orienterte selskapene foregår det en vesentlig forsknings- og utviklingsvirksomhet (FoU-virksomhet) ved den norske avdelingen. Noen har også en centre of excellence status som innebærer en spesiell kompetansemessig posisjon i forhold til konsernet kjerneområde. Gjennomgående innebærer også utenlandske eierskap og at bedriftene tilføres ny kunnskap om styring og organisering, produksjon og markedsføring. En tredje myte er at utenlandsk eierskap bidrar til begrensede regionale ringvirkninger i form av vare- og tjenestekjøp siden innsatsfaktorene hovedsakelig håndteres andre steder i konsernet. I våre studier fra Norge ser vi imidlertid et betydelig innslag av norske leveranser også lokalt nært datterselskapet. Andre kjøper nært og fjernt. Dermed synes det å være liten forskjell mellom utenlandske og nasjonale selskaper i forhold til hvor vare og tjenesteinnsats hentes i fra. Samme resultat bekreftes også i en svensk undersøkelse utført av Invest in Sweden Agency. Med økende arbeidsløshet kan nok med fordel investeringer fra utlandet bli en mer aktiv del av næringspolitikken.

Myndighetenes påvirkningsmuligheter

Alternativet for myndighetene er enten å legge opp til en restriktiv politikk hvor man eventuelt klarer å hindre noen større etableringer med begrunnelse i konkurransehensyn, men hvor det store flertall av utenlandske investeringer finner sted uten noen som helst offentlig styring, eller at man legger opp til en mer offensiv og proaktiv holdning i forhold til utenlandske selskaper som ønsker å komme til Norge. Mye av dette er politikk på overordnet nivå som er et klart nasjonalt ansvar.

Vi vil argumentere for at det siste alternativet vil være det mest gunstige i forhold til å tiltrekke seg utenlandsk virksomhet til Norge. Både nasjonalt og regionalt bør det gjøres strategiske grep slik at man gjennom en aktiv politikk kan få tak i på de rette selskapene det vil si de selskapene som kan tilføre det norske samfunnet arbeidsplasser og impulser blant annet når det gjelder produktivitetsforbedringer, teknologisk fornyelse og internasjonal ekspansjon. Særlig for en liten nasjon som Norge er dette viktig. De utenlandske selskapene som vi har studert har bare i begrenset grad vært i kontakt med nasjonale myndigheter i forbindelse med etableringen (Rusten et al, 1999). Dette synliggjør på sett og vis mangelen på et effektivt tiltaksapparat som kan fange opp etableringsforsøk og veilede beslutningstagere som stort sett bare kjenner hovedstadsområdet og kanskje et par av de andre storbyene. Regionalt kunne det derfor vært et godt administrasjonsapparat som profesjonelt kunne håndtere henvendelser og forespørsler fra potensielle utenlandske investeringer. En slikt veiledningsapparat må være godt oppdatert og koordinert. Det innebærer også at regionale myndigheter bør være godt oppdaterte i forhold til å kunne gi opplysninger om arbeidskraftssituasjonen, eksisterende næringsstruktur (inkl. opplysninger om hva som allerede finnes av utenlandske selskaper) boligmarkedet og annen infrastruktur. Rapporter og brosjyrer hvor opplysningene er mest mulig oppdatert er i denne sammenheng svært viktig. De ulike institusjonene som er involvert i oppgaver som har relevans for næringsetableringer bør i tillegg være godt koordinert.

Videre bør de legges betydelig innsats i å yte service og ha god kontakt med foretakene også etter at etableringene har funnet sted. Profesjonell etterpleie vil være et bidrag til å gi regionen et godt renommé og det er igjen viktig for å tiltrekke seg nye investeringer. Når det gjelder å finne fram til de "rette" selskapene er det viktig at man fokuserer på å få etableringer i næringer med vekstmuligheter. Dette kan både være tradisjonsrike næringer som kan styrkes gjennom eksterne impulser og nye næringer som gjennom internasjonale relasjoner og teknologioverføring kan gi vekstkraft. De enkelte regionene bør konsentrere virkemidlene spesielt mot utenlandske selskaper innen bransjer hvor de har eller bør at et rimelig godt grunnlag for å få et konkurransefortrinn. Om alle regioner skal satse på de samme bransjene, som vi sett tilløp til innenfor IKT-bransjen, vil en lett kunde ende med et utfall hvor en ender med at regionene konkurrer med hverandre.

Et annet viktig element i arbeidet med å profilere Norge forhold til utenlandske investeringer er satsingen på en velutbygget infrastruktur. Tilsvarende er infrastruktur i vid forstand viktige betingelser for norske bedrifter som skal satse her hjemme. Det er nok likevel ingen bedrifter som velger en lokalisering i Norge utelukkende på grunn av hva vi måtte ha av infrastruktur. Derimot kan betydelige mangler på dette området være nettopp det som skremmer mange potensielle utenlandske bedrifter fra å velge en bestemt lokalisering. I forbindelse med en befarung før den endelige etableringsbeslutningen befinner sted kan adkomsten til og fra tomten, eller forså vidt til flyplassen klart være elementer som påvirker totalinntrykket. I etableringssammenheng vil det være spesielt viktig for foretakene at de finner arbeidskraft med de rette kvalifikasjonene. Oppbygging av kompetanse gjennom utdanning, forskning og utvikling som også matcher de behovene som næringslivet har, er relevante tiltak. Likeledes er satsing på barnehager, skoler, offentlige kommunikasjoner, helsevesen, og andre forhold som har betydning for å øke et steds, en region eller et lands attraktivitet. Vi må heller ikke glemme betydningen av forutsigbarheten i rammevilkårene. Plutselige avgiftshopp kan gi betingelser som næringslivet får vanskeligheter med å tilpasse seg. Noe av innsatsen for å få denne type faktorer på plass må derfor nødvendigvis gå på tvers av administrative grenser.

Tilsvarende kan offentlige myndigheter også ha en rolle i forhold til virksomheter som vil satse ute. Myndighetenes holdning til selskaper som SIVA, SND og Eksportrådet er likevel at veiledning,

garantiordninger først og fremst skal ha et hjemlandsmandat. Det innebære at det som etableres ute ikke kunne vært mulig i Norge. Myndighetenes gjennomgang av etableringer i SIVAs næringsparker i utlandet var også at det hadde hatt positive effekter i form av lavere kostnadsnivå, styrket konkurransevne og bedre inntjening. Ordningene skal heller ikke være konkurransevridende slik at disse kommer i konflikt med ESAs regelverk. Disse tre institusjonene budsjetterammer knyttet til uteetableringer viser et totalt offentlig engasjement som har kostet i alt 349 millioner kr over en treårsperiode. Hovedtyngden av etableringer har i den sammenheng gått til Øst-Europa (Rusten, 2003). Hva slags langsiktige effekter slike etableringer gir her i Norge, og hvor rent geografisk dette rammer, bør imidlertid analyseres mer grundig.

Litteratur

- Allen, J., and Hamnett, C., (1995): *A shrinking world?* Oxford: Oxford University Press
- 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.
- 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.
- Haaland, J (2002): *Internasjonale trender og utfordringer. Horisont Næringspolitisk tidsskrift nr 4, 2002 s 24-39*
- IMD 2002 World Investment Report. Geneve
- 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.
- Rusten, G. (1990): *Hvorfor omlokalisere hovedkontorer? En studie av hovedkontorflyttinger i Norge 1967-1987.* Institutt for geografi. Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen, *Geografi i Bergen*, 148.
- 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. 2003: *Norske bedrifters etableringer i utlandet og det offentlige rolle i forhold til disse investeringene.* Samfunns- og næringslivsforskning Arbeidsnotat 06/03, Bergen
- TBL Konjunkturrapport 2003
- TBL Uteproduksjon redning eller undergang TBLs undersøkelse om uteproduksjon 2001