

SNF RAPPORT NR. 62/00

Norske rederiers multinasjonale virksomhet - en casestudie av underleverandørers direkteinvesteringer

av

Erik Gulbrandsen

**SNF-prosjekt nr. 1065
“Norske rederiers multinasjonale virksomhet”**

**Prosjektet er finansiert av Norges forskningsråd og
Norges Rederiforbund**

SIØS – Senter for internasjonal økonomi og skipsfart

**STIFTELSEN FOR SAMFUNNS- OG NÆRINGSLIVSFORSKNING
BERGEN, NOVEMBER 2000**

© Dette eksemplar er fremstilt etter avtale med KOPINOR, Stenergate 1, 0050 Oslo. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og i strid med åndsverkloven er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

SIØS - SENTER FOR INTERNASJONAL ØKONOMI OG SKIPSFART

SIØS - Senter for internasjonal økonomi og skipsfart - er et felles senter for Norges Handelshøyskole (NHH) og Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning (SNF), med ansvar for undervisning, fri forskning, oppdragsforskning og forskningsformidling innen områdene skipsfartsøkonomi og internasjonal økonomi.

Internasjonal økonomi

SIØS arbeider med alle typer spørsmål knyttet til internasjonal økonomi og skipsfart, og har særskilt kompetanse på områdene internasjonal realøkonomi (handel, faktorbevegelser, økonomisk integrasjon og næringspolitikk), internasjonal makroøkonomi og internasjonal skattepolitikk. Forskingen ved senteret har i den senere tid vært dominert av prosjekter som har til hensikt å bidra til økt innsikt i globale, strukturelle problemer og virkninger av regional økonomisk integrasjon. Videre deltar man også aktivt i prosjekter som omhandler offentlig økonomi, nærings- og konkurransepolitikk.

Internasjonal transport

Et annet sentralt arbeidsområde for SIØS er internasjonal transport. På dette feltet har studier av konkurranseforholdet mellom ulike transportbærere i Europa og mulighetene for økt bruk av sjøtransport for å avlaste det landbaserte transportnettverket på kontinentet stått sentralt.

Maritim forskning

SIØS ser det som sin oppgave å være et bindeledd mellom den maritime næring og forskningsmiljøet ved SNF og NHH, og har gjennomført en serie prosjekter finansiert av Norges Rederiforbund, direkte rettet inn mot rederier og andre maritime bedrifter. Denne typen prosjekter har blant annet studert norske rederiers multinasjonale virksomhet, skipsbygging i Nord-Europa, og konkurransen i fergemarkedene.

Kompetansebase

SIØS' kompetansebase består av forskere ved SNF, assosierte medarbeidere ved NHH og LOS (UiB), samt ledende internasjonale økonomer som er knyttet til senteret gjennom langsiktige forbindelser. I løpet av de siste årene har man ved SIØS fått frem fem doktorgrader innen internasjonal økonomi og skipsfart, og staben inkluderer for tiden doktorgradsstipendiater.

Nettverk

Senteret er involvert i flere større EU-prosjekter, og samarbeider med sentrale forsknings- og utdanningsinstitusjoner over hele Europa. Spesielt nær kontakt har man til London School of Economics, University of Glasgow, Institute for Graduate Studie, Geneve og The Research Institute of Industrial Economics (IUI), Stockholm. Den vitenskapelige staben ved SIØS deltar i flere internasjonale forskningsnettverk, og har vært blant de fremste i Europa til å ta initiativ til dannelse av nettverk.

Norske rederiers multinasjonale virksomhet
– en casestudie av underleverandørers
direkteinvesteringer

av
Erik Gulbrandsen

Denne utredningen er gjennomført som et ledd i siviløkonomutdanningen ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen innestår for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Sammendrag

Hensikten med denne utredningen er å se på direkteinvesteringer foretatt av underleverandører i den norske maritime næring. Etter en gjennomgang av teori på området analyseres direkteinvesteringer foretatt av bedriftene HamworthyKSE, Kongsberg Maritime AS og Uinitor ASA.

Utredningen identifiserer både eierskaps-, lokaliserings- og internaliseringsfordeler ved de analyserte direkteinvesteringene. Og selv om direkteinvesteringene er ulike både i omfang og varighet, finner denne utredningen fellestrekk ved de tre selskapenes vurderinger både ex ante og ex post. Alle selskapene hadde eierskapsfordeler knyttet til posisjon og merkevarenavn i markedet som ble vurdert som hensiktsmessig å internalisere, selv om alle tre også har inngått strategiske allianser med lokale samarbeidspartnere. Når det gjelder valg av lokalisering, er det nærhet til kundene som peker seg klart som den største lokaliseringsfordelen. I tillegg blir også infrastruktur og tilgang på billigere arbeidskraft trukket frem.

Denne utredningen forsøker å identifisere eventuelle hjemlandseffekter som følge av selskapenes direkteinvesteringer. Analysen antyder at slike investeringer medfører en reduksjon i selskapenes etterspørsel etter manuell arbeidskraft, og opprettholdelse eller økning i etterspørsel etter personer med høy teknologisk kompetanse.

Innhold

SAMMENDRAG	2
INNHold	3
I – INNLEDNING	5
II – DIREKTEINVESTETERINGER	7
II.1 – INNLEDNING.....	7
II.2 – HVORDAN FORETA DIREKTEINVESTETERINGER	8
II.3 – HVORFOR FORETA DIREKTEINVESTETERINGER	10
<i>Markedssvikt og direkteinvesteteringer</i>	10
<i>Produktivssyklusteorien</i>	12
<i>Dunnings eklektiske paradigme</i>	13
II.4 – ALTERNATIVER TIL DIREKTEINVESTETERINGER.....	18
<i>Eksport</i>	18
<i>Lisensiering</i>	19
<i>Joint-ventures</i>	20
III – EFFEKTER AV DIREKTEINVESTETERINGER	23
III.1 – INNLEDNING	23
III.2 - HJEMLANDSEFFEKTER.....	23
<i>Effekter på produksjon og eksport</i>	24
<i>Effekter på etterspørselen etter innenlands arbeidskraft</i>	27
<i>Effekter på innenlandske næringsklynger</i>	31
IV – ANALYSE AV KONGSBERG MARITIME AS	37
IV.1 – INNLEDNING	37
IV.2 – DIREKTEINVESTETERINGER	38
<i>Eierskapsfordeler</i>	38
<i>Lokaliseringsfordeler</i>	39
<i>Internaliseringsfordeler</i>	40
IV.3 – HJEMLANDSEFFEKTER.....	40
V – ANALYSE AV UNITOR ASA	43
V.1 – INNLEDNING	43
V.2 – DIREKTEINVESTETERINGER	44
<i>Eierskapsfordeler</i>	44
<i>Lokaliseringsfordeler</i>	45
<i>Internaliseringsfordeler</i>	46
V.3 – HJEMLANDSEFFEKTER	47
VI – ANALYSE AV HAMWORTHYKSE	49
VI.1 – INNLEDNING	49
VI.2 – KVÆRNER SHIP EQUIPMENT.....	49
VI.3 – DIREKTEINVESTETERINGER.....	50
<i>Eierskapsfordeler</i>	50
<i>Lokaliseringsfordeler</i>	51
<i>Internaliseringsfordeler</i>	53
VI.4 – HJEMLANDSEFFEKTER.....	54
VI.5 – EFFEKTER AV HAMWORTHYS OPPKJØP AV KVÆRNER SHIP EQUIPMENT	55
VII – SAMMENLIGNINGER OG OPPSUMMERING	57
VII.1 – INNLEDNING.....	57
VII.2 – EIERSKAPSFORDELER.....	57
VII.3 – LOKALISERINGSFORDELER.....	58

VII.4 – INTERNALISERINGSFORDELER	60
VII.5 – HJEMLANDSEFFEKTER	61
VII.6 – OPPSUMMERING	63
VIII - LITTERATUR.....	65
APPENDIKS I.....	69
APPENDIKS II.....	71
APPENDIKS III	75

I – Innledning

Direkteinvesteringer har de siste årene blitt en stadig viktigere måte å betjene utenlandske markeder på, målt både i absolutte tall og relativt til tradisjonell import- og eksportaktivitet. Som et resultat av dette har Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning (SNF) ved NHH i Bergen satt i gang prosjektet ”Norske rederiers multinasjonale virksomhet”, ledet av forsker Hans Jarle Kind. Formålet med prosjektet er å studere konsekvenser og sammensetningen av rederinæringens multinasjonale virksomhet generelt, og utenlandske direkteinvesteringer spesielt.

Denne utredningen inngår som en del av dette prosjektet. Med utgangspunkt i teori på området, har jeg sett på tre ulike utstysleverandører i den maritime næring. Jeg har både sett på bakgrunnen for deres direkteinvesteringer, samt hvilke effekter dette har hatt på virksomheten her i Norge. Analysen inkluderer bedriftene HamworthyKSE, Kongsberg Maritime AS og Uitor ASA.

I kapittel 2 går jeg gjennom ulike teorier for hvorfor bedrifter foretar direkteinvesteringer, og ser samtidig på alternative måter å betjene utenlandske markeder på. Deretter ser jeg i kapittel 3 på hvilke effekter direkteinvesteringer kan ha på hjemlandet, og tar her utgangspunkt i ulike studier av svenske og amerikanske flernasjonale selskaper. Analysene av de tre selskapene skjer i kapittel 4, 5 og 6, før jeg i kapittel 7 sammenligner og forsøker å trekke noen konklusjoner.

For diskusjoner omkring utviklingen innen det norske maritime miljøet og samspillet mellom næringens ulike aktører, henviser jeg til tidligere arbeid utført eksempelvis ved Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning. Spørsmål omkring dette berøres kun delvis i kapittel 7, da det er *direkteinvesteringer og effektene av slike* som er fokuset i denne utredningen.

Jeg vil få takke Arne Vedøy i HamworthyKSE, Torfinn Kildal i Kongsberg Maritime AS, og Ole Martin Røine i Uitor ASA for at de tok seg tid til å stille opp til samtaler i forbindelse med denne utredningen. En stor takk går også til min veileder førsteamanuensis Guttorm Schjelderup, og ikke minst forsker og prosjektleder Hans Jarle Kind, for meget god veiledning og støtte under arbeidet med denne utredningen.

II – Direkteinvesteringer

II.1 – Innledning

I denne delen av utredningen vil jeg se på hvilke teorier som eksisterer for fenomenet direkteinvesteringer. I dette innledende avsnittet drøfter jeg kort begrepet direkteinvesteringer, i avsnitt II.2 ser jeg på *hvordan* man kan foreta direkteinvesteringer, før jeg i avsnitt II.3 går over til å se på *hvorfor* bedrifter foretar direkteinvesteringer. Til sist ser jeg i avsnitt II.4 på hvilke alternativer bedrifter har til direkteinvesteringer når det gjelder det å betjene utenlandske markeder.

Følger vi Markusen (1995) defineres begrepet direkteinvesteringer¹ som:

”investments in which the firm acquires a substantial controlling interest in a foreign firm, or sets up a subsidiary in a foreign country”

Det er med andre ord snakk om investeringer som skjer *over landegrensene*, og hvor den bedriften som foretar investeringen oppnår *kontroll* i den utenlandske bedriften. Hva som menes med ”kontroll” vil imidlertid være gjenstand for diskusjon, og minimum prosentandel av egenkapitalen som må eies for at det skal klassifiseres som en direkteinvestering vil variere mellom land.

Som påpekt av Heum og Vatne (1999) er det mange mellomformer mellom det å forsyne et utenlandsk marked gjennom ren eksport eller fullstendig lokalt basert produksjon. Dette kan dreie seg om etablering av utenlandske salgs- og markedsføringskontorer, service- og vedlikeholdsapparat og lokal produksjon med delleveranser fra hjemlandet. Alle disse mellomformene hvor bedriften selv involveres direkte, regnes som direkteinvesteringer i en eller annen forstand.

¹ Begrepet direkteinvesteringer er forøvrig synonymt med det amerikanske begrepet ”foreign direct investments” som ofte brukes i relevant litteratur. Jeg vil konsekvent benytte det norske begrepet.

Når man foretar direkteinvesteringer i utlandet, vil det oppstå ulike typer transaksjonskostnader utover det som generelt gjelder ved transaksjoner mellom enheter. Disse kostnadene knytter seg gjerne til problemer med fremmed kultur, det å skulle forholde seg til nye lover og regler, og det at det generelt er vanskeligere å tolke utenlandske kontraktspartnere. Direkteinvesteringer fremfor investeringer i eget land medfører også transaksjonskostnader i form av generell økt usikkerhet, samtidig som transaksjonene generelt vil ta lengre tid.

II.2 – Hvordan foreta direkteinvesteringer

Det synes klart ut fra definisjonen av begrepet at bedrifter kan foreta direkteinvesteringer på to ulike måter. For det første kan bedriften selv bygge opp en helt ny enhet i utlandet. Dette refereres ofte i litteraturen som "*green-field entry*". Alternativet er at bedriften kjøper opp en eksisterende enhet. "Green-field entry" og integrasjon med eksisterende bedrifter kan begge skje både horisontalt og vertikalt i verdikjeden.

Ved en *vertikal integrasjon* kjøper bedriften opp utenlandske bedrifter som ligger oppstrøms eller nedstrøms i verdikjeden i forhold til bedriften selv. Eksempelvis kan en vertikal integrasjon bestå i oppkjøp av underleverandører eller kunder. Hensikten med denne typen integrasjon vil være å redusere risiko / få økt kontroll over leveranser, både fysisk og kvalitetsmessig.

Når det gjelder *horisontal integrasjon*, består dette av oppkjøp av bedrifter som befinner seg på samme nivå i verdikjeden som en selv. Det mest vanlige eksempelet på en horisontal integrasjon i denne sammenheng er oppkjøp av en utenlandsk konkurrent. Et slikt oppkjøp vil bl.a. kunne føre til eliminering av konkurrenten, rask markedsadgang, og innsikt i både det aktuelle markedet samt kultur og lovverk i det respektive landet.

Man må samtidig også være klar over mulige ulemper knyttet til det å kjøpe opp en eksisterende utenlandsk bedrift kontra det å etablere egne enheter. For det første er det ikke sikkert at oppkjøpskandidaten passer inn i eksisterende bedriftsprofil og -kultur. Dessuten vil et oppkjøp også kunne skape "badwill" i mottakerlandet.

Det kanskje aller største ulempen ved oppkjøp av andre bedrifter knytter seg til den prisen man til sist betaler for bedriften (hvilket gjelder generelt). Det er ofte slik at det gjerne er flere potensielle kjøpere som ønsker å overta en bedrift, og man kan risikere å havne i en budkamp hvor "vinneren" til sist betaler en pris langt over det den opprinnelig hadde ønsket, og kanskje til og med høyere enn det verdien av kjøpet skulle tilsi. Det er dette som refereres til i litteraturen som "*winner's curse*" (Thaler, 1994).

Svensson (1993) har foretatt en studie av svenske multinasjonale selskaper og deres valg av alternativ ved etablering i utenlandske markeder (data for perioden 1974 til 1990). Han fant støtte for følgende to hypoteser: Den første hypotesen sier at oppkjøp er mer ønskelig jo større mulighet bedriften har til å utnytte og reorganisere en annen bedrift under egen kontroll. Besitter en bedrift stor organisatorisk kompetanse favoriserer dette oppkjøpsalternativet. Den andre hypotesen sier at "green-field entry" er mer ønskelig jo bedre bedriften er til å utnytte sin spesifikke produksjonsteknologi, målt ved FoU-intensitet².

Valg av alternativ for hvordan bedrifter foretar direkteinvesteringer kan derfor sies å være sterkt influert av hvilke kompetanse bedriften besitter.

² Svensson tar her for gitt at beslutningen om å foreta direkteinvesteringer allerede har blitt fattet.

II.3 – Hvorfor foreta direkteinvesteringer

Det er fremsatt flere ulike forklaringer på hvorfor bedrifter foretar direkteinvesteringer i utlandet. Forskning på området har primært vært fokusert på å identifisere hvilke faktorer som ligger bak investeringsbeslutningene, og hva som er bestemmende for hvor investeringene lokaliseres (Selfors, 1999).

Jeg vil i dette avsnittet forsøke å forklare hvorfor bedrifter foretar direkteinvesteringer med utgangspunkt i produktlivssyklus-teorien, markedssvikt og til sist Dunning's eklektiske OLI-paradigme.

Eksistensen av direkteinvesteringer har også blitt forsøkt forklart med utgangspunkt i tradisjonell handelsteori. Basert på handelsteoriens svært strenge forutsetninger om fullkommen frikonkurranse og ingen transport- eller transaksjonskostnader, finner jeg dette lite relevant for min senere analyse og fokuserer i stedet på alternative forklaringer på hvorfor bedrifter foretar direkteinvesteringer³.

Markedssvikt og direkteinvesteringer

Svikt i markedsmekanismen kan føre til at det er mer kostbart å foreta transaksjoner i markedet fremfor internt i bedriften. Bedrifter vil i slike tilfeller derfor være tjent med å internalisere disse transaksjonene. Forfattere som Hymer (1976) og Caves (1982) har pekt på at dersom disse transaksjonene foregår over landegrensene, vil markedsimperfeksjoner gi grobunn for å foreta direkteinvesteringer.

Det er i all hovedsak tre ulike årsaker til at det oppstår markedssvikt. For det første kan markedssvikt skyldes *asymmetrisk informasjon* mellom kjøper og selger. Et eksempel på dette kan være at en bedrift har tatt patent på en produksjonsprosess som den ønsker å lisensiere til en utenlandsk bedrift, men hvor den utenlandske bedriften ikke tør kjøpe / gir en for dårlig pris fordi den ikke har fullstendig informasjon. Et alternativ er at innovatøren lisensierer ut selve patentet, men vil i så fall tjene mindre enn om den utfører produksjonen selv.

³ Graham og Krugman (1993) peker også på at direkteinvesteringer består av å bygge opp eller utvide en bedrift som opererer over landegrensene, og mener derfor det er mer naturlig å se på teorier for bedrifter per se, fremfor å forklare fenomenet ut i fra teorier for internasjonal handel og kapitalstrømninger.

En annen grunn til at det oppstår markedsimperfeksjoner skyldes såkalte (*bedriftsspesifikke*) *kollektive goder* (se f.eks. Romer, 1990). Kollektive goder er karakterisert av at når de først er tilbudt, er det ingen / få kostnader knyttet til det at nye brukere kommer til (de er ikke-rivaliserende). Det er dessuten vanskelig å hindre nye brukere fra å konsumere et slikt gode (de er ikke-ekskluderende). Caves (1982) har pekt på at immatrielle aktiva generelt til en viss grad nettopp bærer preg av å være et kollektivt gode.

En bedrift kan f.eks. ha foretatt en investering av en slik karakter at dersom den offentliggjøres, så kan potensielle kjøpere kostnadsfritt dra nytte av denne investeringen. Et eksempel på dette kan være produktdesign. For å verne om denne kunnskapen, og dermed unngå at andre ”gratispassasjerer” drar nytte av dette, kan bedriften velge å foreta en direkteinvestering for å beholde denne kunnskapen internt i selskapet.

Markedssvikt kan også skyldes kostnader knyttet til den *usikkerheten* som eksisterer ved å skrive kontrakt mellom kjøper og selger (det såkalte ”inkomplette kontraktssynet”). Forfattere som Coase (1937) og Williamson (1975) har pekt på to hovedtyper transaksjonskostnader knyttet til det å forfatte og håndheve kontrakter:

Ex ante kontraktsusikkerhet (før kontraktsinngåelse) består for det første av at det rett og slett er for mange tilstander og mulige situasjoner som kan oppstå som partene ikke kan forutsi når de skriver kontrakt. Det er dessuten altfor mange eventualiteter i hver tilstand til at det er praktisk gjennomførbart å ha disse med i en kontrakt. *Ex ante* kontraktsusikkerhet er spesielt et problem innenfor bransjer som er FoU-intensive og / eller hvor det er rask teknologisk utvikling.

Når en kontrakt er inngått er det for det første svært kostbart å overvåke at motparten fullt ut overholder kontrakten, hvilket knytter seg til problemene med asymmetrisk informasjon som jeg har vært inne på tidligere. Samtidig kan det også være svært kostbart å håndheve en inngått kontrakt (f.eks. i form av kostnader og tidsbruk ved tvist / rettssak). Det er dette Coase refererer til som *ex post kontraktsusikkerhet* (mao. etter kontraktsinngåelse).

Det må legges til at ”det inkomplette kontraktssynet” er en teori av mer generell karakter om hvorfor bedrifter eksisterer. Men den er dermed også fullt ut anvendbar som forklaring på hvorfor bedrifter eksisterer over landegrensene.

Svikt i markedsmekanismen kan mao. brukes som et argument for at en bedrift skal vertikalt eller horisontalt internalisere transaksjoner, som i dette tilfellet er skjer i et annet land.

Produktivssyklusteorien

Vernon (1966) peker i sin *produktivssyklusteori* på at bedrifter blir flernasjonale på et visst stadium i deres vekst, - en vekst som kommer som følge av at bedriftene stimuleres av muligheter og trusler i markedet.

Vernon har delt en slik internasjonaliseringsprosess inn i fire ulike faser, hvor den første fasen består av utvikling av nye produkter. Innovasjon og utvikling av nye produkter er som oftest en komplisert prosess som krever ansatte med høy kompetanse. Dette betyr at man skulle forvente at denne utviklingen skjer i den industrialiserte delen av verden. Vernon mener videre at bedriftsledere generelt er svært myopiske og stimuleres mest av muligheter og trusler i det markedet som ligger nærmest. Han mener derfor at det er bedrifter som er lokalisert i et stort hjemmemarked, hvor konsumentene har stor kjøpekraft og hvor det stor tilgang på kompetent arbeidskraft, som har de største incentivene til å utvikle nye produkter⁴.

Den andre fasen i Vernons produktivssyklusteori består av forbedringer av produktet for å tilfredsstillere hjemmemarkedets etterspørsel. Samtidig skjer det en standardisering av produksjonsprosessen for å redusere produksjonskostnadene, og gjennom dette tiltrekke seg flere kjøpere.

I tredje fase etterspørres produktet i andre sterke økonomier, hvor det også er store markeder og stor kjøpekraft blant konsumentene. Initielt vil denne etterspørselen forsynes gjennom eksport. Men på sikt vil bedriften vurdere å lisensiere ut produksjonen eller selv foreta direkteinvesteringer for å dekke etterspørselen.

Vernon mener at spesielt når det gjelder nye produkter vil bedriftene være tjent med å forsyne utenlandske markeder gjennom direkteinvesteringer. Årsaker til dette ligger i ønsket om å forhindre at lokale imitasjoner oppstår, for å unngå handelsbarrierer og transportkostnader,

⁴ Disse incentivene vil ytterligere bli forsterket gjennom muligheten for lokalisering i hjemlige næringsklynger, hvor det eksisterer positive eksterne skalaøkonomier.

fordi det kan være lavere produksjonskostnader i noen markeder, eller fordi bedriften sitter på ikke-handlebare bedriftsspesifikke kollektive goder (jfr. forrige avsnitt). Direkteinvesteringer kan også være forårsaket av mer strategiske vurderinger, som å opprettholde markedsrett og hindre eventuell nyetablering i det aktuelle markedet⁵.

I den fjerde og siste fasen i Vernons produktlivssyklus-teori etterspørres produktet i land med svakere kjøpekraft og lavere etterspørsel. Som i fase tre, forsynes markedet initielt ved hjelp av eksport. Bedriften vil imidlertid etter hvert vurdere å foreta direkteinvesteringer basert på både kostnadsavveininger mellom eksport og direkteinvesteringer, og de mer strategiske aspektene.

Dunnings eklektiske paradigme

Ingen av de ovennevnte teorier klarer imidlertid å gi en utførlig forklaring på hvorfor bedrifter foretar direkteinvesteringer. Basert på denne misnøyen med de eksisterende teoriene, presenterte Dunning i 1977 et eklektisk paradigme for eksistensen av direkteinvesteringer som forsøker nettopp å integrere de ulike forklaringene⁶. Dette eklektiske paradigmet fanger i større grad opp helheten i problemstillingen, og fungerer som et godt analyseverktøy for sådan.

Dunnings OLI-paradigme sier at en bedrift blir flernasjonalt dersom tre ulike betingelser er oppfylt: For det første må bedriften ha eierskapsfordeler ("ownership advantages") over andre bedrifter i det aktuelle markedet. Dette er fordeler som gjerne er bedriftsspesifikke, og knyttet til immatrielle aktiva. Dernest må det være mer lønnsomt for bedriften å organisere aktiviteter internt i bedriften fremfor gjennom markedstransaksjoner ("internalisation gains"). Som jeg har vært inne på tidligere, kan dette f.eks. skyldes markedsimperfeksjoner i form av usikkerhet, problemer med å forme kontrakter, og det faktum at immatrielle aktiva kan sees på som kollektive goder. Den siste betingelsen Dunning stiller i sin teori, er at det også må være lokaliseringsfordeler ("localization advantages") knyttet til det å være lokalisert i et bestemt marked fremfor å betjene dette markedet uten i fra. Disse fordelene kan eksempelvis skyldes tariff, transportkostnader eller tilgang på billige innsatsfaktorer. I det følgende drøftes disse betingelsene mer utførlig.

⁵ Jeg kommer for øvrig tilbake med en mer utførlig drøfting av avveiningen mellom direkteinvesteringer, lisensiering og eksport i avsnitt II.4

a) Eierskapsfordeler

Eierskapsfordeler er fordeler som (i en periode) er bedriftsspesifikke, og som en bedrift i ett land har over bedrifter i andre land. Slike fordeler kan komme i ulike former, og Dunning deler disse inn i tre hovedkategorier; fordeler som ikke skyldes at selskapet er flernasjonalt, fordeler som datterselskaper har over nyetablerte bedrifter, og fordeler knyttet til det å være et flernasjonalt selskap.

Fordeler som ikke skyldes av selskapet er flernasjonalt er bedriftsspesifikke fordeler knyttet til størrelse og posisjon i forhold til andre aktører i det aktuelle markedet. Disse kan komme av at bedriften besitter markedsrett som følge av eksempelvis produktdiversifisering, unik produksjonsteknologi eller patentbeskyttet varemerke. Eierskapsfordeler kan også eksistere i form av kompetent humankapital og organisatoriske ferdigheter, eller som følge av eksklusiv tilgang på innsatsfaktorer som natur- eller finansielle ressurser.

Heum og Vatne (1999) legger på sin side størst vekt på at det er snakk om at bedriften har *kompetansemessige fortrinn*, fremfor tilgang til knappe, verdifulle naturressurser hjemme, som de mener i større grad ofte er opphav til eksport.

Den andre kategorien eierskapsfordeler som Dunning trekker frem er *fordeler som datterselskaper har over nyetablerte bedrifter*. I motsetning til fordeler for hele selskapet, trekker Dunning her frem fordeler datterselskap kan ha over andre bedrifter i markedet som følge av tilknytning til et morselskap. Utover de fordelene jeg har nevnt over, kan det for et datterselskap være snakk om tilgang på morselskapets kapasitet. Datterselskapet kan nyte godt av at hele konsernet kan ha én felles forsknings- og utviklingsavdeling, fremfor at hvert enkelt selskap må opprette dette hver for seg. Slike skalafordeler kan også oppnås på innkjøpssiden eller innenfor områdene markedsføring, administrasjon osv.

Dunning peker på at det også er flere *fordeler knyttet det å være et flernasjonalt selskap*. For det første vil et flernasjonalt selskap ha en økt markedsadgang, både på faktor- og sluttproduktssiden. Dette kan medføre at et flernasjonalt selskap har bedre informasjonsflyt og -tilgang på kunnskap om ulike markeder og nasjonale forskjeller enn det et nasjonalt selskap

⁶ Ofte referert til som *OLI-paradigmet*; Ownership, Localization og Internalisation.

vil ha, og vil dermed ha større muligheter til å utnytte internasjonale forskjeller i så vel pris på innsatsfaktorer som endringer i etterspørselen. I forlengelsen av dette kan man si at flernasjonale selskaper i større grad kan redusere risiko knyttet til forretningsdrift som følge av muligheter for diversifisering.

Gjennom å spre sine aktiviteter på flere land, vil et flernasjonalt selskap også kunne utnytte skattemessige ulikheter gjennom prising av intern varestrøm (såkalt skattearbitrasje). Dette er et svært omstridt tema som har blitt viet mye oppmerksomhet i de senere år. Jeg ser det imidlertid som utenfor denne utredningens fokus å skulle foreta en generell drøfting av nasjonale forskjeller i selskapsbeskatning, og vil i stedet komme inn på dette i min analyse av de utvalgte underleverandørene.

b) Lokaliseringsfordeler

Lokaliseringsfordeler knytter seg til fordeler ved å være lokalisert i et bestemt marked. Som påpekt av Markusen (1995) er de viktigste lokaliseringsfordelene knyttet til tariffen, importkvoter, transportkostnader, og ikke minst tilgang på billige innsatsfaktorer. Et eksempel på dette er etableringen av EUs indre marked. Bedrifter lokalisert utenfor EU kan bli nødt til å foreta direkteinvesteringer i et av EU-landene for å unngå økt varetoll eller for å overstige handelsbarrierer.

Samtidig kan det også ligge mer strategiske vurderinger til grunn for å foreta direkteinvesteringer. Dette kan bestå av fordeler ved å sitte nærmest mulige markedet for raskt å kunne respondere på endringer i etterspørselsmønsteret, og mulighetene til å hindre eventuelle nyetableringer i det aktuelle markedet. Schjelderup (1999) har også pekt på at direkteinvesteringer kan være motivert utfra troen på positive eksternaliteter knyttet til det å være lokalisert i industrielle klynger, og viser til eksempelet med sammenhopning av høyteknologiske bedrifter i Silicon Valley-området i California⁷.

Til sist vil jeg også nevne mulige lokaliseringsfordeler knyttet til et mottakerlands infrastruktur og politisk tilretteleggelse. Når det gjelder det sistnevnte, har vi i de senere år sett at flere land aktivt har gått inn for å tiltrekke seg utenlandske direkteinvesteringer gjennom offentlige subsidier og gunstige etableringsordninger. Spesielt har dette vært synlig gjennom lempninger på selskapsbeskatningen i enkelte områder (f.eks. Singapore).

En velutbygd infrastruktur med velfungerende telekommunikasjonsnett, veinett og effektivitet i offentlig forvaltning, er også en faktor som påvirker bedrifters lokaliseringsbeslutninger. Gode rammevilkår for kommersielle markeder vil være med på å tiltrekke seg aktører, og føre til ytterligere vekst i markedene.

c) Internaliseringsfordeler

Internaliseringsfordeler skyldes forhold som gjør at det er mer lønnsomt å organisere aktiviteter innen en bedrift enn gjennom markedstransaksjoner. Dette har å gjøre med transaksjonskostnader knyttet til det å benytte markedet. Som jeg har vært inne på tidligere, kan slike transaksjonskostnader oppstå som følge av markedssvikt som skyldes asymmetrisk informasjon mellom kjøper og selger, eller kostnader (ex ante eller ex post) knyttet til kontrakter.

Dersom en bedrift ønsker å lisensiere ut produksjonen av en vare, vil man naturlig nok unngå investeringskostnader i form av etableringskostnader og driftskostnader knyttet til det å sette opp eller kjøpe eksisterende bedrifter i det aktuelle markedet. Men som jeg skal komme mer tilbake avsnitt II.4, er det heller ikke problemfritt å inngå lisensavtaler. Det kan oppstå kostnader knyttet til forhandlinger og kontraktinngåelse, samtidig som den bedriften som utsteder lisensen ikke får fullt økonomisk utbytte av salget.

Et annet viktig argument for å internalisere aktiviteter, er å redusere risiko / få økt kontroll over leveranser, både fysisk og kvalitetsmessig. Dette gjelder både oppstrøms og nedstrøms i verdikjeden. Og som jeg nevnte under punktet om eierskapsfordeler, vil muligheten for å utnytte ulikheter i beskatning gjennom bruk av internprising også være et motiv for å internalisere aktiviteter.

Oppsummering

I følge Dunning (1980) er det nødvendig at alle de tre ovennevnte betingelsene er oppfylt *samtidig*. Det er derfor ikke tilstrekkelig at det kun eksisterer eierskapsfordeler og internaliseringsfordeler, uten at det samtidig er noen spesielle fordeler knyttet til hvor

⁷ Det er dette Heum og Vatne (1999) også refererer til som *teknologidrevne investeringer*.

produksjonen er lokalisert. I så fall peker Dunning på at bedriften kan være bedre tjent med å utvide hjemmeproduksjonen for betjene utenlandske markeder gjennom eksport⁸.

Det samme tankesettet gjelder dersom det er lokaliseringsfordeler, men ingen spesielle fordeler knyttet til hvorvidt transaksjonene skjer internt i bedriften fremfor gjennom markedet. Produktene kan i dette tilfellet produseres like effektivt av andre aktører, og bedriften vil kunne være tjent med å lisensiere ut produksjonen.

En kritikk som har vært reist mot Dunning på dette punktet er at han ikke tar høyde for hvilke problemer som er knyttet til alternativet med lisensiering, og at disse problemene dermed kan brukes som et argument for likevel å internalisere aktiviteter gjennom direkteinvesteringer. På samme måte kan det også være problemer knyttet til eksport gjennom ulike proteksjonistiske handelsbarrierer vedtatt av lokale myndigheter. Jeg kommer tilbake med en drøfting av alternativene til direkteinvesteringer i avsnitt II.4.

På tross av enkelte svakheter ved OLI-rammeverket, er min oppfatning at det representerer en oversiktlig og helhetlig tilnærming for å analysere bedrifters direkteinvesteringer. Jeg velger derfor å legge dette rammeverket til grunn for min analyse av utvalgte underleverandører til den maritime næring.

⁸ Dette forutsetter imidlertid skalafordeler.

II.4 – Alternativer til direkteinvesteringer⁹

Det mest nærliggende alternativet til direkteinvesteringer er å betjene utenlandske markeder gjennom eksport fra produksjonsanlegg i hjemlandet. Et annet alternativ er at man kan overlate produksjonen av varen til bedrifter som er lokalisert i det aktuelle markedet gjennom lisensavtaler. Eller, som et tredje alternativ, man kan sette opp et joint-venture sammen med en eller flere utenlandske partnere.

Felles for de ovennevnte alternativene er at man vil få reduserte transaksjonskostnader i forhold til det å foreta en direkteinvestering, og derigjennom redusert usikkerhet.

Eksport

Det mest åpenbare alternativet til direkteinvesteringer er eksport fra produksjonsanlegg i hjemlandet. Holder vi oss til Dunning's OLI-paradigme, vil en bedrift være bedre tjent med å utvide hjemmeproduksjonen dersom det eksisterer eierskapsfordeler og internaliseringsfordeler, men ikke lokaliseringsfordeler.

Avveiningen er imidlertid også avhengig av kostnadene ved å foreta en direkteinvestering kontra kostnadene ved eksport pga. ulike handelsbarrierer. Selv om man forsøker å innføre ulike frihandelsavtaler mellom land for å redusere slike barrierer (f.eks. gjennom WTO), er det ingen tvil om vi fortsatt er langt unna fullstendig frihandel.

Som tidligere nevnt kan eksempel på handelsbarrierer være *teknologiske standarder* og *tollsats* i det aktuelle markedet vedtatt ut fra en proteksjonistisk holdning hos de lokale myndighetene. Dessuten fungerer også *transportkostnader* som en klar handelsbarriere.

I appendiks I vises et forenklet eksempel som illustrerer kostnadsavveiningen mellom det å foreta en direkteinvestering, og det å forsyne et utenlandsk marked gjennom eksport (basert på Schjelderup, 1999). Eksempelet viser at valget mellom eksport og direkteinvestering avhenger av størrelsen på de årlige faste kostnadene (F) i forhold til *ad valorem* (τ) tollsats.

⁹ Dette avsnittet er i sin helhet basert på Schjelderup (1999).

Ser vi imidlertid bort fra forutsetningen om at variable kostnader er lik null, kan også eksport være en måte å utnytte skalafordeler i produksjonen på ved at økt produksjonsvolum selges i utlandet (se f.eks. Heum og Vatne, 1999).

Lisensiering

Sett i forhold til Dunning's OLI-paradigme, vil en bedrift være tjent med å lisensiere ut produksjonen dersom det eksisterer lokaliseringsfordeler, men ingen spesielle fordeler knyttet til hvorvidt transaksjonen skjer internt i bedriften fremfor gjennom markedet (mao. ingen internaliseringsfordeler). Bedriften vil da kunne lisensiere ut til en utenlandsk bedrift rettighetene til å produsere og selge dens produkter, eller bruke dens teknologi (eller patenter).

En lisensavtale vil innebære at bedriftene deler grunnrenten fra det aktivum som lisensieres. Hvordan denne delingen skjer avhenger av partenes forhandlingsposisjon. Dersom en bedrift i forhandlinger med den utenlandske parten klarer å legge beslag på all grunnrente som ligger i produktet, vil lisensiering eliminere all investeringsusikkerhet¹⁰. Slike lisensavtaler kan også ha en geografisk dimensjon; f.eks. ved at avtalene er verdensomspennende eller mer geografisk konsentrert.

Schjelderup (1999) har listet opp noen momenter som peker på både fordeler og ulemper ved lisensiering. For det første vil en lisensavtale ikke kreve noen investeringsutlegg, og vil dermed kunne være attraktivt spesielt for små- og mellomstore bedrifter med lite egenkapital. Dernest vil en lisensavtale i små markeder kunne være et alternativ til kostbare investeringer (hvilket for så vidt også gjelder i forhold til eksport). For det tredje vil lisensiering være en rask måte å lansere eget produkt i utlandet på, og dermed være særdeles aktuelt i markeder med rask teknologisk utvikling. Til sist nevnes også det jeg tidligere har drøftet om at lisensiering er en måte å omgå transaksjonskostnader på knyttet til f.eks. fremmed kultur, lovregler og lignende. Bedriften kjøper med andre ord implisitt lokalkunnskap og et markedsføringsapparat¹¹.

Samtidig må man også være oppmerksom på hvilke ulemper lisensiering medfører. Dette er primært momenter som knytter seg til det jeg tidligere har presentert som ex ante og ex post

¹⁰ Selv om det imidlertid er lite trolig av en lisensinnehaver vil gå med på en slik avtale.

¹¹ Men eliminerer ikke forhandlingskostnader og reforhandlingskostnader.

kontraktsusikkerhet. Dette kan for det første gå på at det er vanskelig for lisensutstederen å kontrollere innsatsen til lisensinnehaveren. Dette fordi det er kostbart å skulle overvåke den andre partens innsats, og fordi det i de fleste tilfeller vil eksistere asymmetrisk informasjon mellom partene. Det kan også gå på andre faktorer som at lisensinnehaveren selv produserer og selger konkurrerende produkter, eller har annen skjult agenda (f.eks. ønsker å hindre at en annen bedrift skal få lisensavtalen). Derneft kan en lisensavtale medføre uønsket teknologioverføring til lisensinnehaveren eller ukjent tredjepart. Lisensinnehaveren kan se seg bedre tjent med å foreta en direkteinvestering dersom en slik uønsket kompetanseoverføring undergraver bedriftens kompetansemessige fortrinn. For det tredje kan det være vanskelig å få til en lisensavtale dersom man har å gjøre med kompleks teknologi eller stor usikkerhet knyttet til salg, hvilket gjelder spesielt ved introduksjon av nye produkter. Det fjerde og siste argumentet er det faktum at empiriske studier har vist at lisensinnehaveren stikker av med brorparten av inntektene fra et lisenssalg (se f.eks. Telesio, 1979)

Som påpekt av Tenold (1999) er rederienes konkurransefortrinn i stor grad basert på kunnskap og renommé; faktorer som er mindre flyttbare enn f.eks. ulike teknologier. Dette innebærer at det er relativt vanskelig å selge eller lisensiere ut denne kunnskapen, hvilket kan forklare hvorfor rederier tenderer til å ha klare internaliseringsfordeler.

Ser vi imidlertid på andre deler av den maritime industri, som de underleverandørene som er tema for denne utredningen, kan lisensiering av konsept eller produksjonsteknologi være aktuelt.

Joint-ventures

Det tredje alternativet til direkteinvesteringer er for en bedrift å inngå strategiske allianser med andre bedrifter i det aktuelle, utenlandske markedet for å forfølge felles forretningsmål.

Slike strategiske allianser kan ha ulike formål, hvor et eksempel er *produktorienterte formål*. Dette kan f.eks. bestå i felles innsats for å produsere ferdigvarer (et eksempel på dette er Volkswagens allianse med Skoda). Det kan også bestå i felles innsats for produksjon av innsatsfaktorer og FOU. Strategiske allianser kan også ha *strategiske formål*. Dette er allianser som er motivert ut fra mer strategiske årsaker, som f.eks. ønsket om å unngå ulike

handelshindre, muligheter for raskt å få nye produkter på markedet, og adgang til nye produktområder og ny teknologi.

Videre kan allianser ta mange ulike former. Schjelderup (1999) identifiserer tre hovedtyper av allianser, hvor den første hovedtypen er *serviceallianser*. Dette er partnerskap mellom bedrifter med samme type behov. Et eksempel på dette kan være at to eller flere bedrifter setter opp et felles FoU-konsortium for å utvikle grunnleggende plattformer for produkter.

Oppportunistiske allianser er allianser som oppstår for å utnytte forretningsmuligheter som oppstår i øyeblikket. Begrepet ”oppportunistiske allianser” har oppstått fordi mulighetene kun kan bli utnyttet hvis en bedrift slår seg sammen med andre bedrifter som har komplementære produksjonsfaktorer. Et utbyggingsprosjekt er et typisk eksempel på en slik allianse.

Den tredje hovedtypen strategiske allianser identifisert av Schjelderup er ”*stakeholder*”-*allianser*. Dette er allianser hvor bedriften former partnerskap med forretningspartnere som underleverandører, kunder, ansatte osv. Slike allianser er ofte drevet frem enten av positive eksterne virkninger mellom partene, eller gevinster ved f.eks. outsourcing¹².

Selv om strategiske allianser kan være med på å redusere usikkerhet og transaksjonskostnader, må man imidlertid også være klar over hvilke problemer som kan oppstå i slike samarbeid. Dette har i hovedsak å gjøre med gjennomgående suboptimalisering hos den enkelte bedrift. Det kan være snakk om at motparten ikke yter nok fordi hver deltaker ikke realiserer den fulle gevinst ved egen innsats, ineffisient bruk av teknologi for å forhindre at partene ”stjeler” kunnskap, eller suboptimal internprising.

¹² Eksempelvis har mange bedrifter skilt ut støttetjenester som egne selskap drevet av tidligere ansatte.

III – Effekter av direkteinvesteringer

III.1 – Innledning

Med en stadig økning i omfanget av direkteinvesteringer, kan man frykte at dette vil medføre en svekkelse av hjemlandets konkurransekraft gjennom redusert virksomhet og reduserte investeringer foretatt i hjemlandet, med det resultat at man får en redusert etterspørsel etter innenlandsk arbeidskraft. På litt lengre sikt kan man i så tilfelle også forvente at økningen i direkteinvesteringer bidrar til en svekkelse av innenlandske næringsklynger.

Bakgrunnen for denne frykten skyldes i mange tilfeller usikkerheten omkring effektene av slike investeringer. Jeg vil derfor i dette avsnittet drøfte hvilke effekter direkteinvesteringer har på det landet hvor investeringene kommer fra; hjemlandet¹³. Jeg ser på hvilke effekter direkteinvesteringer har på hjemlandets produksjon, etterspørsel etter innenlandsk arbeidskraft, og hvilke eventuelle effekter det har på hjemlige næringsklynger. Jeg unnlater imidlertid å foreta drøftinger av hvilke effekter dette har på landets velferdsnivå, da jeg mener dette ligger utenfor rammene for denne utredningen.

Jeg vil også utelate å drøfte hvilke effekter dette kan ha for mottakerlandet, og legger i stedet vekt på hjemlandseffektene da det er dette som er utgangspunktet for den senere studie av underleverandører til den norske maritime næring.

III.2 - Hjemlandseffekter

Drøftelsen av hvilke effekter direkteinvesteringer har på hjemlandet har jeg strukturert på følgende måte: Jeg drøfter først hvilke effekter dette har på produksjonen og eksport i hjemlandet basert på ulike empiriske studier, før jeg deretter ser på hvilke effekter dette har på morselskapets etterspørsel etter arbeidskraft i hjemlandet¹⁴. Til sist vil jeg komme inn på hvilke effekter dette kan ha på innenlandske industrielle næringsklynger.

¹³ For å presisere; med hjemland menes det land hvor morselskapet er lokalisert og hvor direkteinvesteringene har sitt opphav fra. Tilsvarende vil jeg med mottakerland mene det land som mottar direkteinvesteringene i form av investeringer i enheter lokalisert i dette landet. Det samme gjelder min bruk av begrepene innland og utland, og innenlandsk og utenlandsk produksjon.

Effekter på produksjon og eksport

Som sagt er det en generell frykt for at direkteinvesteringer erstatter produksjon og eksport fra hjemlandet. I de teoriene jeg presenterte i del II antar man at flernasjonale selskaper betjener utenlandske markeder enten gjennom datterselskaper i det respektive markedet, gjennom lisensiering til bedrifter allerede lokalisert der, eller gjennom eksport fra produksjon i hjemlandet. Sett i lys av disse teoriene skulle man anta at økt utenlandsk produksjon medfører en reduksjon i produksjon og eksport fra hjemlandet.

Det har blitt foretatt en rekke empiriske studier på området, med til dels motstridende resultat. Eksempelvis har Blomström, Lipsey og Kulchicky (1988) i sine studier av svenske og amerikanske selskaper funnet en nøytral til positiv korrelasjon mellom utenlandsk produksjon, og produksjon og eksport fra hjemlandet over tid for bedrifter i begge landene.

Den kanskje mest omfattende analysen på området har blitt utført av Swedenborg (1982). Hun peker på at utenlandsk produksjon påvirker eksport fra hjemlandet på to ulike måter. For det første vil utenlandsk produksjon kunne føre til at prisen på den utenlandskproduserte varen reduseres, da denne erstatter en dyrere eksportvare fra hjemlandet. Dette vil ha en negativ effekt på hjemlandet. På den annen side vil utenlandsk produksjon samtidig kunne innebære en økt etterspørsel etter varer som er komplementære til de utenlandskproduserte varene, hvilket virker positivt inn på hjemlig produksjon.

Denne tosidige effekten testet Swedenborg gjennom en empirisk studie av svenske flernasjonale selskaper. Hun fant at økt utenlandsk produksjon med SEK 100 fører til at eksport fra hjemland (komplementær eksport) økte med i gjennomsnitt SEK 12, mens den ikke-komplementære eksporten til det aktuelle landet ble redusert med i gjennomsnitt SEK 2. Totalt sett viser dette at en økning i utenlandsk produksjon med SEK 100 fører til en gjennomsnittlig økning i eksport fra hjemlandet med SEK 10.

Svensson (1993) peker imidlertid på at de ulike studiene på området alle lider av det samme problemet ved at de kun analyserer eksport til utenlandske markeder hvor det allerede har blitt foretatt direkteinvesteringer, og dermed ser bort fra effektene på eksport til tredjeland. Han mener det her sannsynligvis vil være store substitusjonseffekter, da mindre eksport av

¹⁴ Selv om disse (selvsagt) er sterkt korrelerte, gir dette etter min mening en klarere fremstilling av

ferdigvarer ikke fullt ut blir kompensert gjennom eksport av halvfabrikata / komplementære varer til disse markedene. I Svensson sin studie blir disse aspektene tatt hensyn til (perioden 1974-1990)¹⁵.

Data fra Sverige viser en klar trend hos svenske flernasjonale selskaper til i økende grad å benytte utenlandske datterselskaper for å betjene utenlandske markeder. Mens eksport fra utenlandske produksjonsselskaper har blitt mer enn doblet i løpet av perioden, har eksport fra Sverige sunket fra 47% av totalt utenlandsk salg i 1974 til 27% i 1990¹⁶. Svensson peker på at dette må bety et skift i eksport fra produksjonsenheter i hjemlandet til produksjonsenheter i utlandet, eller i det minste at eksport fra Sverige har blitt mindre viktig for svenske flernasjonale selskaper.

Svensson har videre analysert netto eksportsalg som en prosentandel av netto salg fra utenlandske datterselskaper, fordelt på regioner. Innenfor EU-regionen har denne andelen vært høy og stigende gjennom perioden, mens den i regioner som Nord-Amerika og utviklingsland har vært rimelig begrenset. Svensson mener dette støtter opp under hans antakelse om at eksport fra tredjeland for å betjene utenlandske markeder har blitt mer viktig når hele regionen er integrert som ett marked.

Svensson konkluderer i sin studie med at resultatene gir sterk støtte til antakelsen om at utenlandsk produksjon har en negativ effekt på eksport fra morselskapet. I følge Svensson fører økt produksjon i utenlandske datterselskaper ikke til en stor nok etterspørsel etter halvfabrikata / komplementære varer fra morselskapet til at det kompenserer for redusert eksport av ferdigvarer. Svensson sine resultater viser f.eks. at innenfor EU-regionen går hele 31 % av produksjonen hos svenske flernasjonale selskapers datterselskaper til eksport til landene omkring.

På den annen side indikerer resultatene samtidig at bedrifter er i stand til å øke totalt salg til utenlandske markeder ved å legge mer av produksjonen til utenlandske datterselskaper. Selv om studien ikke inkluderer noen velferdsanalyse, virker det som en logisk antakelse at det at

problemstillingen.

¹⁵ Svensson har forøvrig ikke sett på effektene på underleverandører pga. manglende data.

¹⁶ Tallmaterialet til Svensson er hentet fra Industriens Utredningsinstituts database.

bedriftene ser seg tjent med å flytte mer av sin produksjon til utlandet, fører til et redusert velferdsnivå i hjemlandet.

Går vi tilbake til Swedenborgs arbeid på området, foretok hun i 1998 en ny studie av svenske flernasjonale selskaper basert på data fra perioden 1964-94 (Swedenborg, 1999). Hun fant fortsatt at en økning i utenlandsk produksjon ikke skjer på bekostning av produksjon i hjemlandet. Analysen fortalte at den enorme veksten i utenlandsk produksjon hos svenske flernasjonale selskaper i seg selv ikke har hatt noen negativ effekt på morselskapets produksjon. Selv om det til en viss grad har vært en negativ effekt i form av at produksjon i utenlandske datterselskap substituerer eksport fra hjemlandet, har det vært en svært positiv effekt i form av økt eksport til utenlandske produksjonsanlegg.

Swedenborg tilbakeviser samtidig kritikken fra Svensson som går på at hennes studier ikke tar hensyn til eksport til tredjeland. Swedenborg mener at man kan se bort i fra dette, siden hun ikke finner noen netto substitusjon for bedriftens totale eksport, hvilket også inkluderer eksport til alle land¹⁷. Hun peker videre på at den viktigste effekten for hjemlandet ved økt utenlandsk produksjon ligger i multinasjonale selskapers mulighet til å investere mer i FoU som følge av økt bedriftsstørrelse. Dersom forskning og utvikling (primært) skjer i hjemlandet, medfører dette økt spesialisering i FoU-intensiv produksjon i hjemlandet. Dette betyr at gjennom å foreta direkteinvesteringer, vil det ligge mer FoU bak hver krone innenlandsk salg enn det ellers ville ha gjort, hvilket kan være en av årsakene til at man klarer å opprettholde produksjon i hjemlandet.. Selv om dette er vanskelig å måle, peker Swedenborg på at man i forlengelsen av dette også kan tenke seg positive ”spill-over” effekter for hjemlandet dersom FoU-aktivitetene blir lokalisert her.

¹⁷ Swedenborg mener dessuten av Svenssons studie inneholder flere metodologiske svakheter.

Effekter på etterspørselen etter innenlands arbeidskraft

Blomström, Fors og Lipsey (1997) drøfter hvilke effekter utenlandsk produksjon har på morselskaps etterspørsel etter arbeidskraft i hjemlandet, og spør hvorvidt utenlandsk produksjon tenderer til å øke eller redusere arbeidskraftsintensiteten og kunnskapsintensiteten i bedriftens hjemlandsproduksjon¹⁸.

Det har vært utført flere studier som har sett på i hvilken grad utvidelse av utenlandsproduksjonen reduserer etterspørsel etter arbeidskraft i hjemlandet. I tillegg har også relasjonen mellom utenlandsk produksjon og hjemlandets lønnsnivå har blitt viet oppmerksomhet. I følge Blomström, Fors og Lipsey har Brainard og Riker (1997) i sine studier av amerikanske selskaper konkludert med at de utenlandske datterselskapenes sysselsetting kun delvis erstatter morselskapets sysselsetting. De finner imidlertid en mye sterkere substitusjon av arbeidere i amerikanske utenlandske datterselskaper lokalisert i ulike lav-lønns mottakerland.

Når det gjelder eventuell innvirkning på hjemlandets *lønnsnivå*, har Kravis og Lipsey (1988) (også dette i følge Blomström, Fors og Lipsey) funnet en positiv sammenheng på tvers av bedrifter mellom utenlandsk aktivitet og hjemlandets lønnsnivå. Forskerne foreslår at denne sammenhengen reflekterer en allokering av aktiviteter som krever liten grad av kompetanse til utenlandske datterselskaper. De peker imidlertid på at det er vanskelig å skille ut denne effekten fra påvirkning i den motsatte retningen gjennom behovet for høyt kompetansenivå hos morselskapet for å kunne operere i utlandet, og ikke minst gjøre slike aktiviteter lønnsomme.

Blomström, Fors og Lipsey (1997) presenterer i sitt arbeid enkle, deskriptive likninger som viser sammenhengen mellom utenlandsk produksjon og morselskapets etterspørsel etter arbeidskraft, gitt nivået på morselskapets produksjon¹⁹. Denne analysen ble foretatt på både amerikanske og svenske selskaper (gjelder for produksjonsbedrifter).

Deres resultater fra analyse av amerikanske selskaper antyder at økt utenlandsk produksjon betyr færre ansatte i hjemlandet, gitt nivået på hjemlandets produksjon. Deres tolkning er at større utenlandske produksjonsenheter betyr en allokering av arbeidsintensive deler av

¹⁸ I deres artikkel ser de helt bort i fra effekter på produksjonen.

¹⁹ De deskriptive ligningene finnes i appendiks II.

produksjonen til utlandet, mens en større andel av kapitalintensiv produksjon legges til hjemlandet.

Dersom en økning i produksjonen for store morselskap har en mindre effekt på deres etterspørsel etter arbeidskraft enn det en tilsvarende økning har for mindre bedrifter, betyr dette at det eksisterer skalafordeler. I så tilfelle burde det være en negativ korrelasjon mellom produksjon hos datterselskap og morselskapets etterspørsel etter arbeidskraft. For å teste dette ble ligningen utvidet med en skalakoeffisient. Analysen viser at det kun er en indikasjon på skalaøkonomi, men at skalakoeffisienten ikke er signifikant og koeffisienten for datterselskapets salg kun så vidt er berørt.

Videre har Blomström, Fors og Lipsey (1997) testet hvorvidt det er allokering av produksjon til land med lavt lønnsnivå som påvirker morselskapets sysselsetting. Det ble gjort gjennom å dele utenlandsk produksjon inn i to deler; en del for produksjon i utviklingsland og en annen del for velutviklede land. Resultatene av denne testen støtter hypotesen om at den negative effekten på morselskapets sysselsetting stammer fra allokeringen av arbeidsintensiv produksjon til datterselskap lokalisert i utviklingsland.

For å oppsummere deres resultater for USA, viser disse at for hver nye million dollar i salg fra morselskapet fører dette til en tilførsel av ca. 6 nye arbeidere til arbeidsstokken. Men samtidig fører imidlertid hver nye million dollar i salg hos utenlandsk datterselskap til at bedriften har 1 mindre ansatt. Produksjon i datterselskap i utviklingsland har en enda sterkere effekt. I dette tilfellet vil en ny million dollar i økt salg, gitt morselskapets salgsnivå, medføre en reduksjon i morselskapets arbeidsstokk med 18 ansatte. Og selv om morselskapet selv samtidig selger varer for ytterligere en million dollar, blir totalresultatet en reduksjon i arbeidsstokken.

Blomström, Fors og Lipsey studerte også Sverige, hvor de har hatt tilgang til individuelle bedriftsrapporter fra seks undersøkelser av svenske bedrifter i perioden 1974-1990. I motsetning til studien av amerikanske selskaper, muliggjør dette sammenligning over tid. Resultatene er gjengitt i appendiks II.

Resultatene fra Sverige ser ut til å variere noe fra det vi ovenfor så fra USA. Her viser resultatene at, med gitt nivå på morselskapets salg, vil multinasjonale selskaper med økt salg hos utenlandske datterselskap også ha økt sysselsetting i morselskapet. Forfatterne mener

dette kan indikere at flernasjonale selskaper har behov for f.eks. økt oppsyns-, ledelses-, markedsførings- og FoU-personell i morselskapet for å koordinere og støtte opp under økt aktivitet hos deres utenlandske datterselskaper.

Resultatene viser at i 1990 førte en økning i datterselskapers salg med omtrent en million dollar til en økt hjemlig arbeidsstokk tilsvarende en ansatt. Forfatterne mener det derfor ikke er noe bevis for at produksjon ute av svenske bedrifter involverer allokering av arbeidsintensive operasjoner til utenlandske datterselskap. Nå må det imidlertid tilføyes at selv om datterselskapets salg har hatt en positiv effekt på morselskapets sysselsetting, så viser resultatene denne sammenhengen har blitt redusert siden 1970. Blomström, Fors og Lipsey mener en mulig forklaring på dette kan være at direkteinvesteringene i nyere tid ikke krever samme grad av støttefunksjoner hos morselskapet som før. En annen forklaring kan være at den positive sammenhengen mellom morselskapets etterspørsel etter arbeidskraft og utenlandsk salg i den senere tiden har blitt utlignet av negative reallokeringseffekter av utenlandsk ekspansjon. Alternativt kan dette skyldes en kombinasjon av de to overnevnte forklaringene, hvor nettoeffekten nå nærmer seg null.

For å oppsummere ser det for svenske flernasjonale selskaper ut til at produksjon både i utviklingsland og i velutviklede land har en positiv effekt på morselskapets etterspørsel etter arbeidskraft. Dette i kontrast til hva de fant for amerikanske multinasjonale selskaper.

For de svenske selskapene har Blomström, Fors og Lipsey (1997) videre sett på hvilke effekter direkteinvesteringer har på *sammensetningen* av arbeidsstokken i morselskapet hos flernasjonale selskaper (se også appendiks II). Resultatene fra denne analysen indikerer at svenske bedrifters utenlandske aktiviteter er positive og signifikant relaterte kun til morselskapets sysselsetting av "blue-collar" arbeidere. Når det gjelder morselskapets sysselsetting av "white-collar" arbeidskraft, finner de kun en svak positiv sammenheng i 1970 og 1974, og ingen effekt etter dette. Dette er noe oppsiktsvekkende da man burde forvente at det ikke er etterspørselen etter "blue-collar" arbeidskraft, men "white-collar" arbeidskraft (gjennom oppsyn, ledelse og FoU), som skulle ha økt etter hvert som de multinasjonale selskapene ekspanderer. Blomström, Fors og Lipsey mener allikevel at resultatene indikerer at de svenske flernasjonale selskapene som ekspanderer i utlandet også øker antallet "blue-collar" arbeidere hjemme, uten at det samtidig skjer noen tilsvarende økning for "white-collar" arbeidere. De mener dette kan indikere at produksjon ved hjelp av "white-collar"

arbeidskraft i økende grad skjer i utlandet, mens produksjonen som skjer ved hjelp av "blue-collar" arbeidskraft blir værende, og ekspanderes, i hjemlandet. Det er imidlertid ikke mulig å påvise noen årsakssammenheng her.

Separeres datterselskap mellom hvor de er lokalisert, blir effektene enda mer synlig. Koeffisienten for salg i velutviklede land er positiv og sterkt signifikant for "blue-collar" arbeidere hvert år, mens den er negativ for "white-collar" arbeidere. Dette underbygger antagelsen om at ekspansjon i velutviklede land har en positiv innvirkning på morselskapets etterspørsel etter "blue-collar" arbeidskraft, mens den tilsvarende har en negativ effekt for "white-collar" arbeidere. For utviklingsland viser resultatene en positiv økning i etterspørselen etter både "white-collar" og "blue-collar" arbeidskraft. Forfatterne mener at man derfor har støtte for å hevde at det er behov for flere "white-collar" arbeidere i morselskapet (gjennom økt behov for koordinering og støtte), når man ekspanderer inn i denne typen mottakerland.

Den forskjellen Blomström, Fors og Lipseys studie har påvist mellom svenske og amerikanske multinasjonale selskaper mener forfatterne kan bety en forskjell i investeringsstrategiene. Amerikanske bedrifter produserer mer av deres utenlandske output i utviklingsland, ca. 20% i 1994, sammenlignet med ca. 7% blant svenske bedrifter. Dessuten produserer svenske bedrifter hovedsakelig i Latin-Amerika, mens amerikanske bedrifter produserer i Asia. Mens svenske datterselskaps produksjon lokalisert i utviklingsland i stor grad erstatter eksport til det aktuelle markedet, er amerikanske datterselskap betraktelig mer orientert mot produksjon for verdensmarkedet. Det kan derfor se ut som at amerikanske datterselskaper i utviklingsland i mye større grad er en del allokeringen av de multinasjonale selskapenes produksjon for verdensmarkedet gjennom å forsøke å utnytte forskjellene i faktorpriser.

Denne problemstillingen illustreres også i en artikkel i Aftenposten 21. november 1999. Her blir vi presentert for Jebsen Bulk Transport Corporations flytting av støttefunksjoner fra hovedkontoret i Bergen til Manila på Filipinene. ”- Her har vi arbeidssomme, godt utdannede og nøyaktige medarbeidere som leverer arbeid som i kvalitet ikke er noe dårligere enn hva vi får i Norge. Forskjellen er at vi kan ta oss av rederiets regnskap til halve prisen”, uttaler administrerende direktør for Manila-selskapet, Bjørn Jebsen. Dette gjøres ved å utnytte de nye mulighetene som ligger i informasjonsteknologi, og i praksis betyr dette at 150 ansatte i Manila er i ferd med å ta over mange av funksjonene som man vanligvis har hatt ved et hovedkontor. Kontoret overtar det meste av regnskapsføringen, den tekniske driften av 11 skip som hører under Bergenskontoret, hvor det i dag bare er rundt 20 ansatte. Inspektørene skal fortsatt være på Vestlandet.

Effekter på innenlandske næringsklynger

Intuitivt skulle man forvente at en økning i direkteinvesteringer vil medføre en generell svekkelse av de industrielle næringsklyngene i hjemlandet. Med utgangspunkt i Midelfart Knarvik og Orvedal (1997) vil jeg derfor i dette avsnittet komme inn på fenomenet næringsklynger, samt hvilke implikasjoner en økning i direkteinvesteringer kan ha for slike.

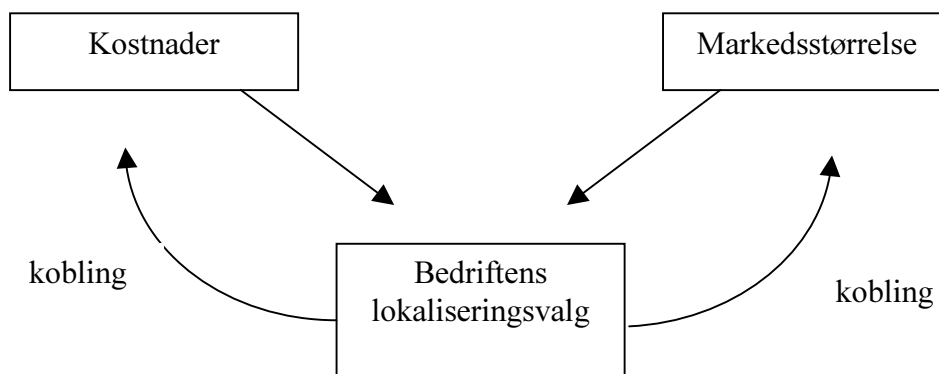
Som påpekt i NOU 1996:17 reiser eksistensen av næringsklynger to grunnleggende spørsmål: Hvorfor får vi opphopning av økonomisk aktivitet fremfor en jevn spredning? Og hvorfor er klyngene lokalisert som de er? Jeg vil her konsentrere meg om å forklare den første problemstillingen, da det er denne som er mest relevant for min analyse av norske underleverandører til den maritime næringen.

Selv om det meste av næringsvirksomhet skjer i geografisk konsentrerte klynger, innleder Midelfart Knarvik og Orvedal (1997) sin artikkel med å peke på at næringsklynger ikke er det samme som geografisk opphopning av økonomisk aktivitet. Enhver geografisk opphopning av aktivitet er ikke nødvendigvis en selvforsterkende klynge, og en klynge er ikke nødvendig geografisk avgrenset (selv om den som regel er det). Følger vi Midelfart Knarvik og Orvedal er næringsklynger karakterisert ved at transaksjonskostnadene er lavere innenfor klyngen enn utenfor, og hvor det eksisterer skala- eller breddefordeler i klyngen.

Det er viktig å påpeke at man er avhengig av å ha nådd kritisk masse for i det hele tatt å få noe selvforsterkende effekt. Har man imidlertid nådd kritisk masse, vil klyngemekanismen sørge for at klyngen vokser – derav begrepet ”selvforsterkende klynge”.

Alt annet likt, vil en bedrift lokalisere seg slik at den minimerer transaksjonskostnadene. I så måte betyr dette at bedriften både ønsker å lokalisere seg nær kundene, og den ønsker å lokalisere seg der hvor det er god tilgang på innsatsfaktorer for å minimere produksjonskostnadene.

Midelfart Knarvik og Orvedal sier at vi har å gjøre med en *klyngemekanisme* dersom en bedrifts valg av lokalisering via positive koblinger påvirker markedsstørrelsen eller produksjonskostnadene for alle bedriftene i det aktuelle området.



(Kilde: Midelfart Knarvik og Orvedal (1997), figur 1, s. 13)

Slike positive koblinger kan oppstå på grunn av *ekte eller pekuniære eksterne virkninger* mellom bedrifter. Med ekte eksterne virkninger menes eksempelvis direkte kunnskapsoverføringer mellom bedrifter som ikke går via markedene. Finansmiljøet i London har blitt trukket frem som et eksempel på et resultat av ekte eksterne virkninger.

Pekuniære eksterne virkninger er på den annen side virkninger som skjer gjennom markedene, og blir av den grunn også kalt markedsmessige eksterne virkninger. Et eksempel på markedsmessige virkninger er koblinger via markedene for innsatsfaktorer. Dersom flere sluttprodusenter etablerer seg i et område hvor det er ufullkommen konkurranse mellom underleverandører, vil dette kunne føre til at flere underleverandører stimuleres til å etablere

seg i området, med det resultat at vi får økt konkurranse og lavere priser på innsatsfaktorene (se også Norman, 1996).

Som påpekt i NOU 1996:17 er altså lønnsomheten for den enkelte bedrift positivt korrelert med antall bedrifter (gitt alt annet like), hvilket stimulerer til geografisk konsentrasjon av næringsvirksomhet.

Det er viktig å merke seg at markedsmessige eksterne virkninger fordrer stordriftsfordeler og ufullkommen konkurranse²⁰ (eller med andre ord markedssvikt). Ved ufullkommen konkurranse vil ikke prisene avspeile alternativverdien til ressursene, og denne markedssvikten vil gjennom markedsmessige koblinger kunne gi markedsmessige eksternaliteter. Når det gjelder stordriftsfordeler, vil dette føre til en markedssvikt gjennom delbarhetsproblemet; man må ha oppnådd kritisk masse for at næringen skal være lønnsom. Og siden bedrifter foretar lokaliseringsbeslutninger hver for seg, oppstår det dermed en koordineringssvikt.

Midelfart Knarvik og Orvedal skiller videre mellom positive koblinger fremover og bakover i verdikjeden. De har valgt å behandle forholdet mellom underleverandører og ferdigvareprodusenter som positive koblinger bakover, og jeg vil derfor i det videre konsentrere meg om denne typen positive koblinger.

Positive koblinger bakover i verdikjeden medfører at en bedrifts valg av lokalisert på en positiv måte påvirker andre bedrifters produksjonskostnader i det aktuelle området, enten gjennom arbeidsmarkedet eller gjennom markedet for underleverandører. Når det gjelder arbeidskraft peker Midelfart Knarvik og Orvedal på at man gjerne skiller mellom to måter dette kan gi positive koblinger på. For det første kan det være snakk om kunnskapsoverføring som skjer gjennom at ansatte i ulike bedrifter snakker med hverandre. Dersom en bedrift etablerer seg i nærheten av andre bedrifter, vil vi dermed ha å gjøre med en selvforsterkende positiv eksternalitet. Det vil i så fall være snakk om en ren eksternalitet da bedrifter får økt kunnskap uten å betale for den i et marked, samtidig som bedrifter ikke tar hensyn til denne effekten ved investeringer i kunnskapsutvikling.

²⁰ Er det derimot fullkommen konkurranse og konstant skalautbytte, vil prisene alltid avspeile knappheten på godene.

Slike positive effekter kan også komme gjennom markedsmessige koblinger ved at en bedrift ansetter personer som tidligere har arbeidet for, og skaffet seg kunnskap fra, andre bedrifter i regionen. Og dersom flere av bedriftene i en næringen velger å etablere seg i samme region, vil dette øke tilgangen til personer med erfaring og kunnskap som vil være verdifull for allerede etablerte bedrifter.

Arbeidskraften kan også gi positive koblinger gjennom geografisk konsentrerte markeder for spesialisert arbeidskraft. Dette fordi en konsentrasjon av næringsvirksomhet skaper det Midelfart Knarvik og Orvedal kaller en ”arbeidsmarkedspool” for spesialisert arbeidskraft. Dette gir gevinster for bedriftene fordi det vil være med på å sikre tilgangen på spesialisert arbeidskraft i både gode og dårlige perioder. For arbeidstakerne ligger gevinstene i at de i større grad er sikret arbeid selv om de skulle bli sagt av sin arbeidsgiver.

Positive koblinger bakover i verdikjeden kan også komme gjennom markedet for innsatsfaktorer²¹. Anta at det er stordriftsfordeler i produksjonen av innsatsfaktorer, og at prisen på innsatsfaktorene er lik enhetskostnadene. En produsent av ferdigvarer vil ved etablering i et område bidra til økt etterspørsel etter innsatsfaktorer, som igjen fører til at underleverandørene i større grad kan utnytte stordriftsfordelene. Innsatsfaktorene vil dermed selges til en lavere pris enn før, hvilket virker positivt inn på alle ferdigvareprodusenter i regionen.

Det samme gjelder dersom ferdigvareprodusentene etterspør differensierte innsatsfaktorer. I dette tilfellet vil en nyetablering, og med det økt etterspørsel, føre til at vi får et enda større produktspekter av innsatsfaktorer. Dette vil være til fordel for alle ferdigvareprodusentene i regionen, da økt produktspekter hos underleverandørene i følge Midelfart Knarvik og Orvedal fører til reduserte kostnader for ferdigvareprodusentene.

Midelfart Knarvik og Orvedal fremhever videre at en viktig side ved selvforsterkende klynger er at det gir *klyngeoverskudd* fordi slike klynger øker konkurransen og dermed i større grad utnytter stordriftsfordeler i økonomien. Selv om dette ikke nødvendigvis er umiddelbart observerbart som renprofitt i klyngebransjen, kan resultatet bli høyere avkastning på innsatsfaktorer og høyere lønninger i bransjen.

²¹ Som jeg har vært inne på, fordrer slike markedsmessige / pekuniære koblinger at det er ufullkommen konkurranse og stordriftsfordeler i næringen for at det skal gi klyngeeffekter.

Hvilken betydning vil så en økning i omfanget av direkteinvesteringer ha for norske næringsklynger? Legger vi til grunn en antagelse om at en økning i direkteinvesteringer vil føre til en reduksjon i produksjonen hjemme, og med det en reduksjon i etterspørselen ovenfor underleverandører, vil man kunne forvente en svekkelse av hjemlige næringsklynger.

Dersom en bedrift som tilhører en næringsklynge reduserer hjemlig produksjon som følge av økte direkteinvesteringer, kan man forvente at dette har *negative* ekte og markedsmessige virkninger. Ser vi på koblinger bakover i verdikjeden, vil en reduksjon i hjemlig produksjon og en reduksjon i etterspørselen etter arbeidskraft kunne føre til mindre kunnskapsoverføring mellom bedrifter og en reduksjon i ”arbeidsmarkedspoolen” for spesialisert arbeidskraft som bedriftene kan ansette fra.

Når det gjelder koblinger bakover i verdikjeden gjennom markedet for innsatsfaktorer, vil en reduksjon i produksjonen og dermed etterspørselen til bedriftens hjemlige underleverandører kunne føre til økte priser på innsatsfaktorer og en reduksjon i produktspekteret. I ytterste konsekvens kan vi risikere at denne reduksjonen blir så stor at berørte næringsklynger ikke lenger har kritisk masse, og dermed vil bli eliminert. Klyngen vil i så fall være eliminert eller utflyttet for all fremtid (i følge Midelfart Knarvik og Orvedal (1997); se Venables, 1996). Følger vi Reve, Lensberg og Grønhaug (1992) er industrielle næringsklynger en forutsetning for et lands konkurranseevne. I så måte skulle man forvente at en svekkelse, eller i verste fall eliminasjon, av nasjonale industrielle næringsklynger, vil medføre en svekkelse av landets totale konkurranseevne.

IV – Analyse av Kongsberg Maritime AS

IV.1 – Innledning

Kongsberg Maritime AS utgjør sammen med *Kongsberg Defence & Aerospace AS* de to hovedforretningsområdene i konsernet *Kongsberg Gruppen*. Totalt har konsernet i dag over 3400 ansatte, og en omsetning på i underkant av NOK 5 mrd. Av dette står forretningsaktivitetene utenfor Norge for ca. NOK 3 mrd. i omsetning og sysselsetter 800 personer.

Etter krisen i *Kongsberg Våpenfabrikk* i 1987 ble *Norsk Forsvarsteknologi AS (NFT)* stiftet for å fortsette driften av forsvarsdivisjonen i konsernet. Staten gikk inn med 360 millioner i aksjekapital, og eide alle aksjene²².

Berlinmurens fall i 1989 fikk imidlertid en umiddelbar innvirkning på selskapets strategi. Man vurderte det til at det var for risikabelt å kun satse på utvikling av forsvarsteknologi, og ønsket derfor å skape nye forretningsområder. Dette resulterte i at *Kongsberg Gruppen* i 1992 kjøpte opp *Norcontrol AS*, og fortsatte i 1996/97 med oppkjøpet av *Simrad ASA*. Det er derfor selskapene *Kongsberg Simrad*, *Simrad* og *Norcontrol-selskapene* som i dag utgjør den delen av *Kongsberg Gruppen* som heter *Kongsberg Maritime AS*. Selskapets virksomhet ligger innenfor utvikling, produksjon, salg og service av maritim elektronikk og systemløsninger.

Simrad leverer systemer for navigasjon, styring, kommunikasjon og fiskeleting beregnet på lystbåter, fiskefartøy og kystflåten, og er ledende i sitt marked. *Kongsberg Simrad* arbeider med styringssystemer, posisjoneringssystemer, reguleringssystemer, og hydroakustiske systemer, som i hovedsak er beregnet for spesialfartøy innen olje- og gassproduksjon. Selskapet er kanskje mest kjent for sine systemer for dynamisk posisjonering.

Den siste delen av *Kongsberg Maritime* utgjøres av *Norcontrol-selskapene* (*Kongsberg Norcontrol*, *Kongsberg Norcontrol Simulation* og *Norcontrol IT*) som utvikler løsninger innenfor skipsautomasjon, maritim trafikkovervåkning samt systemer for maritim opplæring som brukes bl.a. ved maritime treningssentre i Singapore.

²² Staten har ved senere emisjoner solgt seg ned, og eier i dag 50,002 % av aksjene i *Kongsberg Gruppen*.

Kongsberg Maritime er i dag Kongsberg Gruppens største forretningsområde, og har 2200 ansatte og en omsetning på ca. av NOK 3 mrd, eller vel 60 prosent av Kongsberg Gruppens virksomhet. Adm. dir. i Kongsberg Maritime, Torfinn Kildal, anslo at i underkant av 80 prosent av denne omsetningen foregår i utlandet.

Utenlandsvirksomheten innbefatter alt fra produksjonsenheter til rene salgs- og markedsføringskontorer. Selskapet har kontorer i Skottland, England, Sverige, Danmark, Tyskland, Spania, Italia, USA, Canada, De Forente Arabiske Emirater, Nederland, Russland, Sør-Korea, Kina, Hong Kong og Singapore, i tillegg til i Norge.

IV.2 – Direkteinvesteringer

I min drøfting av Kongsberg Maritime AS sine direkteinvesteringer velger jeg å ta utgangspunkt i Dunning's OLI-paradigme. Som drøftet i avsnitt II.3 er hypotesen at en bedrift vil foreta direkteinvesteringer dersom den har eierskaps- og internaliseringsfordeler samtidig som det er fordeler knyttet til hvor direkteinvesteringen er lokalisert.

Dette kapitlet er basert på samtaler med adm. dir. Torfinn Kildal i Kongsberg Maritime AS, samt informasjon funnet i Kongsberg Gruppens årsrapporter fra 1998 og 1999.

Eierskapsfordeler

For Kongsberg Maritime som for Kongsberg Gruppen generelt, har bynavnet "Kongsberg" utviklet seg til å bli et eget industrielt merkenavn. Dette er basert på flere tiår med internasjonal virksomhet drevet fra Kongsberg, og navnet er, som Kildal påpekte, forbundet med kvalitet og pålitelighet.

Det eneste området hvor merkenavnet "Kongsberg" ikke har noen historie er innenfor lystbåtmarkedet. Av den grunn har Kongsberg Maritime valgt å beholde merkenavnet "Simrad" innenfor dette forretningsområdet.

I følge Kildal ligger Kongsberg Maritimes konkurransefordel i en kombinasjon mellom avansert teknologi, og vel utbygde markedskanaler (som nevnt har selskapet vel 800 ansatte i

utlandet). Selskapet har satt krav til seg selv om å være minimum blant de tre beste innenfor en bransje / nisje dersom det skal være noe poeng å bli værende der.

Kongsberg Maritimes virksomhet er i høyeste grad basert på avansert teknologi, og man er helt avhengig av å ligge i tet når det gjelder teknologisk utvikling. Dette betinger et stort fokus på videreutvikling av teknologien, og Kongsberg Maritime bruker et sted mellom 7-9 % av sin omsetning på forsknings- og produktutviklingsaktiviteter. Det vil derfor ligge en klar eierskapsfordel her ved at datterselskaper har tilgang på morselskapets forskning og produktutvikling.

Lokaliseringsfordeler

Kildal fremhevet *nærhet til kunden* som den aller viktigste faktoren ved valg av lokalisering, og pekte på at for Kongsberg Maritime har nærhet tre ulike dimensjoner: For det første ønsker man å være så nær *verftene* som mulig. Dette gjelder i første rekke verftene i Sør-Korea. Som en konsekvens av dette har Kongsberg Maritime dannet et joint-venture med Hyundai som skal være en underleverandør til verftsindustrien i området.

For det andre ønsker selskapet å sitte nær *rederklynger*, spesielt de som er olje og gass-relaterte. Dette ikke minst for å forsterke salget av Kongsberg Simrads systemer for dynamisk posisjonering som bl.a. brukes av flytende boreinstallasjoner. Eksempelvis har Kongsberg Maritime kontorer i Houston primært fordi mange beslutninger innen offshore fattes der, og ikke fordi det er noen spesielle produksjonsmessige fordeler.

For det tredje ønsker selskapet å betjene fartøy under operasjon. Generelt sett er marginene større ved service og salg av reservedeler enn ved førstegangsinstallasjon hos verftene. Selskapet har derfor høy fokus på *tilgjengelighet*, med det resultat at man er lokalisert med mindre servicekontorer ved en lang rekke ulike steder i Asia og USA såvel som i Europa.

Parallelt med dette er selskapet også opptatt av å være lokalisert nær ulike kompetanseklynger. Kildal fremhevet at ved å være representert i flere ulike kompetanseklynger verden over, vil selskapet som helhet styrkes gjennom nyervervet kunnskap.

Internaliseringsfordeler

Det store fokuset på teknologi og behovet for å ligge helt i forkant av den teknologiske utviklingen, krever at Kongsberg Maritime hele tiden har nær kontakt med sine kunder. Tidligere direktør i Kongsberg Maritime, Jan Erik Korssjøen, har en gang uttalt at selskapet er av den oppfatning at ”i fremtiden ønsker kundene større integrerte systemer enn de gjør i dag” og at ”kundene ønsker å handle med de leverandørene som kan tilby de mest komplette systemløsningene”. Kildal pekte på sin side på at selskapet ikke står ovenfor noen spesielle handelshindringer som må overvinnnes f.eks. gjennom lisensiering. Totalt sett virker lisensiering derfor som et lite aktuelt alternativ til direkteinvesteringer.

Når det gjelder Simrad, som leverer produkter til lystbåter og fiskefartøy, går selskapet enda lenger. Kildal var helt klar på at selskapet skal kontrollere hele distribusjonen ut til sluttforhandler både i Europa og USA. Begrunnelsen for dette, som jeg har vært inne på tidligere, er ønsket om størst mulig nærhet til kunden. Simrad har imidlertid et samarbeid med andre leverandører, deriblant Nera, som innebærer at Simrad også installerer deres produkter ved leveranse til sluttkunden (uten at dette reduserer Simrads kontroll med distribusjonen).

Som jeg var inne på tidligere, har Kongsberg Maritime innenfor skip- og skipstrafikkovervåkning etablert et joint-venture i Sør-Korea sammen med Hyundai Information Technology. Det nye selskapet, Hyundai Kongsberg Maritime Co. Ltd²³, skal installere og servicere navigasjons- og automasjonssystemer for verftsindustrien i Sør-Korea basert på moduler levert av Kongsberg Maritime.

Erfaringene fra dette samarbeidet har så langt vært positive. Men man må samtidig være klar over at dette samarbeidet kun har pågått i underkant av ett år, og det kan derfor være litt for tidlig å trekke noen konklusjoner fra dette sett opp mot alternativene.

IV.3 – Hjemlandseffekter

Som tidligere nevnt kommer en betydelig andel av omsetningen til Kongsberg Maritime fra virksomhet i utlandet, samtidig som vel 800 av de 2200 ansatte er lokalisert utenfor Norges grenser. Denne andelen skyldes primært den tidligere organiseringen av Simrad og Norcontrol-selskapene.

I følge Kildal har selskapet imidlertid kun sett begynnelsen på denne internasjonaliseringsprosessen, og forventer at man i tiden fremover vil se at stadig mer forretningsvirksomhet flyttes ut av Norge. Spesielt når det gjelder leveranser til verftene og verftsindustrien, mener Kildal det i nær fremtid vil bli nødvendig å flytte en større del av produksjonen nærmere de store verftene, spesielt i Asia-regionen. Dette vil i så måte kunne få en negativ konsekvens for etterspørselen etter personell i Norge, og da først og fremst produksjonsarbeidere.

På den annen side må man også være klar over at vekst i selskapets datterselskap i utlandet også har bidratt til en styrking av Kongsberg Maritime som helhet her i Norge, gjennom bl.a. en sentralisering av utviklingsaktiviteter. Dette har samtidig bidratt til at det nå har blitt utviklet en sterk næringsklynge i Horten innenfor nisjen sonarteknologi, som i dag er verdensledende sammen med Seattle-området.

²³ Kongsberg Maritime eier 35% av Hyundai Kongsberg Maritime Co. Ltd.

V – Analyse av Uitor ASA

V.1 – Innledning

Uitor ASA er en internasjonal leverandør av skipsutstyr, ledet fra hovedkontoret i Oslo. Fra å ha vært en mer tradisjonell handelsbedrift i den maritime næring, ønsker selskapet i dag å stå frem som en moderne *serviceleverandør* til den internasjonale handelsflåten.

Selskapet har delt sin virksomhet inn i fem ulike forretningsområder. *Uitor Ships Service* leverer et bredt utvalg av standardiserte produkter og tjenester til rederier, operatører og management-selskaper. Produktutvalget på over 12.000 artikler finnes innenfor hovedområdene vedlikehold og reparasjoner, marine kjemikalier, kjøling, nitrogen-genererende systemer, medisinsk utstyr, samt brann-, rednings- og sikkerhetsutstyr. Det er samtidig viktig å merke seg at selskapet selv ikke produserer noen av disse varene, men benytter seg av underleverandører. I 1999 kom 73,4 % av Uitors inntekter fra dette forretningsområdet.

Forretningsområdet *Uitor Ships Equipment* retter seg spesielt mot skipsverft, og tilbyr et stort utvalg produkter innenfor brann- og sikkerhetssystemer, samt varme-, ventilasjons- og luftkondisjoneringsanlegg.

Det tredje forretningsområdet, *Marine Contracting*, tilbyr varmeisoleringsystemer for tankskip som frakter gass, og stod i 1999 for 4,4 % av selskapets inntekter.

De to siste forretningsområdene til Uitor består av selskapene *Svenska Skum AB* og *Kjemi-Service AS*²⁴. Svenska Skum tilbyr brannhemmende systemer for den marine og den petrokjemiske industri. Av selskapets totale omsetning i 1999 på NOK 100,3 mill., utgjorde salg til eksterne kunder NOK 82,3 mill.

Kjemi-Service AS anses for å være verdens ledende produsent av marine kjemikalieprodukter for rensing og rengjøring, og drivstoff- og vannbehandling. Av selskapets totale omsetning i 1999 på NOK 266,5 mill. utgjorde salg til eksterne kunder NOK 108 mill.

²⁴ Begge selskapene er heleide datterselskap av Uitor ASA.

I 1999 foretok Unitor over 200.000 leveranser til 16.000 skip via 975 havner. Over halvparten av disse fant sted innen 24 timer etter bestillingen, og den øvrige del innen 3 dager²⁵. For å klare dette, har selskapet utviklet et stort, verdensomspennende nettverk av kontorer og agenter. I 1999 hadde Unitor over 70 egne kontorer, samtidig som over 180 agenter var knyttet opp mot selskapet. Samme år ble det dessuten opprettet fire større kundeservicesentre i Oslo, Houston, Piraeus og Singapore bestående av både teknisk- og salgspersonell. Disse sentrene skal være den første kontakten med kunden i servicekjeden, og koordinerer deretter prosessene frem til leveringspunktet.

I samarbeid med Umoe ASA og Visma AS, har Unitor nå også vært med på å lage en e-business portal for det maritime markedet, *E4Marine.com*. Unitor ønsker med dette initiativet å redusere både kostnader og arbeidsmengde knyttet til ordrehenvendelser fra kundene. Portalen vil bli drevet av et eget selskap, hvor Unitor vil ha en eierandel på 64,5%.

V.2 – Direkteinvesteringer

I min drøfting av Unitor ASA sine direkteinvesteringer velger jeg å ta utgangspunkt i Dunning's OLI-paradigme. Som drøftet i avsnitt II.3 er hypotesen at en bedrift vil foreta direkteinvesteringer dersom den har eierskaps- og internaliseringsfordeler samtidig som det er fordeler knyttet til hvor direkteinvesteringen er lokalisert.

For Unitor sin del er det snakk om direkteinvesteringer i form av etablering av salgs- og servicekontorer, samt etableringen av et internasjonalt distribusjonssenter i Rotterdam. Som drøftet i II.1 faller slike etableringer også inn under begrepet direkteinvesteringer.

Dette kapitlet er basert på samtaler med økonomidirektør Ole Martin Røine i Unitor ASA, samt selskapets nettsider (www.unitor.com) og årsrapportene for 1998 og 1999.

Eierskapsfordeler

Unitors konkurransefortrinn ligger i selskapets store, globale nettverk. De større rederiene som seiler på mange ulike destinasjoner, ønsker å forholde seg til én stor leverandør fremfor

flere mindre leverandører i hver region. Uitor har i så måte klart å bygge seg opp et kjent merkevarenavn i næringen, - hvilket vil være en klar eierskapsfordel ved selskapets direkteinvesteringer.

En annen klar eierskapsfordel som Uitor har ligger i den informasjonsflyten som skjer i selskapet. I følge Røine skjer all informasjonsinnsamling og drifting av IT-systemene her i Norge. I motsetning til mindre leverandører vil Uitor sentralt dermed kunne dra fordel av lokalkunnskap fra hele verden for å tilby en best mulig tjeneste til rederiene.

Lokaliseringsfordeler

Siden skipene ligger i havn kun en viss tilmålt tid, er Uitor helt avhengig av å innfri gitte leveringsfrister. I så måte er *nærhet til kundene* det aller viktigste kriteriet ved valg av lokalisering. Resultatet av dette er at Uitor som nevnt har etablert fire regionale servicesentre, fordelt på Singapore, Houston, Piraeus og Oslo. I tillegg har Uitor etablert en lang rekke kontorer og knyttet til seg agenter over hele verden. Kjernen i dette logistikknettverket er det internasjonale distribusjonssenteret som ligger i Rotterdam. Utover dette er det etablert 20 regionale klynger med lagerstyringen sentralisert i sentrum som igjen distribuerer produkter ut til leveringspunktene. For å klare de stramme tidsfristene, benytter Uitor primært europeiske underleverandører. Det synes derfor helt klart at Uitor ikke ville klare å betjene sine kunder gjennom eksport fra Norge og norske underleverandører.

Når det gjelder etablering i Asia-regionen, var Røines erfaringer at det tar svært lang tid å skape tillit hos potensielle samarbeidspartnere og kunder (minimum 2 år). Samtidig er man helt avhengig av å ha inngående kulturforståelse, og man må av den grunn få med seg lokalt personell. Røine la imidlertid vekt på at dette etter hans mening gjelder på generell basis, og ikke er noe spesielt fenomen innenfor den maritime næring.

²⁵ Tallene er hentet fra Unitors årsrapport for 1999.

Internaliseringsfordeler

Unitor ønsker å være en serviceleverandør til store, globale rederier. For å få dette til, har Unitor i dag blitt en totalleverandør av produkter og tjenester, som garanterer leveranse til skip svært kort tid etter bestilling. Spørsmålet blir så hvorvidt slike serviceleveranser må skje i regi av selskapet, eller hvorvidt man kan velge alternativer som lisensiering eller strategiske allianser.

Unitor har i dag valgt en kombinasjon av disse alternativene. Hovedstrategien har til nå ligget i å foreta direkteinvesteringer gjennom oppbyggingen av de større regionale service- og distribusjonssentrene. Utover dette har man, som nevnt, bygget opp et stort nettverk av egne kontorer og agenter. I følge Ole Martin Røine har samarbeidet med lokale agenter fungert bra.

Nylig inngikk Unitor en avtale med BP Marine om dannelsen av den strategiske alliansen *Marine Alliance*. Hensikten med denne alliansen er å danne et felles eid selskap som skal levere service og salgssøtte til kunder over hele verden. Synergieffektene ligger i en felles utnyttelse av Unitors logistikknettverk i samspill med BP Marines leverandørnettverk. Resultatet vil bli et bredere og enda mer komplementært produkt- og servicespekter. På vegne av alliansen vil Unitor via sine fire servicesentre koordinere logistikken til leveringspunkt.

Ser vi på leveranser til verftene, påpekte Røine at det i starten av slike prosesser er snakk om å levere kunnskap og design. Selve produktene eller tjenestene kommer først noe senere i prosessen. Dette betyr både at eksport er utelukket, og at det vil være svært vanskelig å lisensiere ut dette, da kundene nettopp ønsker å bygge på den kjernekompetansen som Unitor besitter. Dette er også en av årsakene til at Unitor har valgt å skille ut serviceleveranser til verftene i et eget forretningsområde; Unitor Ships Equipment.

V.3 – Hjemlandseffekter

Som påpekt av Ole Martin Røine, har Unitor de siste årene blitt strømlinjeformet og det har skjedd en restrukturering av virksomheten. Han mente imidlertid at dette ikke hadde noe å gjøre med omfanget, eller endringen i omfanget av direkteinvesteringer. For Unitors vedkommende har det derfor ikke vært snakk om noen direkte hjemlandseffekter som følge av en økning i selskapets globale nettverk av kontorer og agenter.

På den annen side kan man imidlertid hevde at en følge av etableringen av selskapets store, globale nettverk, vil være at selskapet og dets kompetanse på hovedkontoret i Oslo blir styrket. Om så er tilfellet, vil dette kunne bidra til å styrke den maritime næringsklynge her i Norge.

VI – Analyse av HamworthyKSE

VI.1 – Innledning

HamworthyKSE er en utstysleverandør til shipping såvel som offshore-industrien, og tilbyr løsninger innenfor håndtering av tørrlast og flytende last. Selskapet er eid av det britiske Powell Duffryn plc og består av Hamworthy og tidligere Kværner Ship Equipment, som inntil desember 1998 var en del av Kværnerkonsernet.

Jeg vil i dette kapitlet i første omgang ta utgangspunkt i de erfaringene Kværner Ship Equipment gjorde seg før de ble solgt til Powell Duffryn / Hamworthy når det gjelder de direkteinvesteringene som ble foretatt (med fokus på Singapore). Deretter ser jeg både på hvilke effekter dette har hatt for aktiviteten i Norge, samt hvilke effekter oppkjøpet fra Powell Duffryn har hatt.

Dette kapitlet er basert informasjon fra samtaler med Arne Vedøy i HamworthyKSE, samt informasjon funnet på Kværners nettsider; www.kvaerner.com.

VI.2 – Kværner Ship Equipment

Kværner Eureka-gruppen har røtter helt tilbake til 1815, og et selskap startet av Anders Thune som spesialiserte seg innen produksjon av lokomotiv og maskiner for cellulose-industrien. I 1969 fusjonerte Thune med selskapet Eureka, som siden 1889 hadde spesialisert seg på motorer og pumper. Verkstedene ble i 1975 lagt til Tranby utenfor Lier, og den første direkteinvesteringen ble foretatt samme år gjennom etablering av produksjon i Villagarcia de Arosa i Spania.

Tilknytningen til Kværner kom allerede i 1943 da den gang Kværner-Myren ble hovedaksjonær i selskapet. Kværner Eureka ble formet i 1987 gjennom en fusjon mellom Thune-Eureka, Myrens Verksted og Kværner Kulde. I 1990 ble gruppen ytterligere forsterket gjennom inkorporeringen av Moss Verft og Kværner Brug, samtidig som Kværner Singapore Ltd. ble etablert.

Kværner Eureka-gruppen utgjorde nå et stort, verdensomspennende nettverk, og var representert i Lier, Moss, Singapore, Göteborg, Spania, Rotterdam, Skottland, Sør-Korea, Japan, Rio de Janeiro, og New Orleans. Samtidig var selskapet inne i et japansk joint-venture selskapet (CSSC), som solgte 2 typer produkter som begge var Kværner sine.

Selskapet var diversifisert med produkter innenfor offshore, forsvarsteknologi og skipsutstyr som pumper og kompressorer. Den delen av Eureka-gruppen som leverte utstyr til den maritime sektor var organisert under selskapet Kværner Ship Equipment. Virksomheten var lønnsom, og hadde i 1994 i overkant av 600 ansatte.

VI.3 – Direkteinvesteringer

I min drøfting av Kværner Ship Equipment sine direkteinvesteringer velger jeg å ta utgangspunkt i Dunning's OLI-paradigme. Som drøftet i avsnitt II.3 er hypotesen at en bedrift vil foreta direkteinvesteringer dersom den har eierskaps- og internaliseringsfordeler samtidig som det er fordeler knyttet til hvor direkteinvesteringen er lokalisert.

Eierskapsfordeler

Vedøy påpekte av shippingindustrien er en meget konservativ industri hvor man er lite villig til å eksperimentere. Av den grunn er det viktig å ha opparbeidet seg et kjent merkenavn i markedet. Vedøy kunne i så måte fortelle om en episode hvor Kværner Ship Equipment ikke kom med på den såkalte "maker's list" hos et sørkoreansk verft²⁶. Når de så ble fortalt hvilke underleverandører som stod på denne listen, viste den seg å inneholde et joint-venture selskap som Kværner Ship Equipment var med på å starte opp, men som hadde et enda sterkere merkenavn enn det Kværner Ship Equipment hadde.

Skipsindustrien er samtidig svært fokusert på pris. Når rederiene bestiller skip fra verftene er det pris som er det vesentlige kriteriet. Deretter er det rederiene selv som kjøper reservedeler. Som Vedøy påpekte ligger inntjeningen i reparasjon og salg av reservedeler, samtidig som man er avhengig av å bli en underleverandør til verftene. Bedriften har av den grunn en rekke salgs- og servicekontorer med såkalte kommisjonslagre rundt omkring i verden for på kort varsel (innen 24 timer) å kunne stille med reservedeler til skip.

For å klare det harde prispresset fra verftene, mente Vedøy at man er avhengig av å produsere i størst mulig skala for å redusere enhetskostnaden i produksjonen. Det kan i så måte syntes som at flernasjonale selskaper vil kunne ha en fordel over selskaper som kun opererer i ett marked ved at man har eksempelvis større markedsadgang og stordriftsfordeler i forhold til innkjøp fra sine underleverandører.

Vedøy fortalte at selskapet bruker en lang rekke underleverandører som er spesialister med høyt volum innenfor ulike nisjer, for så å sammenstille sluttproduktet nærmest mulig kunden (f.eks. på anlegget i Singapore). I tillegg til direkte kjøp fra underleverandørene, muliggjorde Kværner Ship Equipment sin størrelse og posisjon i markedet at man også kunne trekke på dybdekompetansen til sine underleverandører i egen produktutvikling.

Lokaliseringsfordeler

På midten av 80-tallet opplevde Norge en kraftig pris- og lønnsvekst som gjorde produksjonen på Tranby lite lønnsom. Kværner Ship Equipment ønsket derfor å se seg om etter andre lokaliseringer av produksjonen hvor lønnsnivået var lavere enn i Norge. Man ønsket også å forlenge levetiden på produktene ved å kutte kostnadene slik at produktene kunne selges til en lavere pris, samtidig som prispresset i industrien økte.

Samtidig har kravet til leveringstid etterhvert blitt langt strengere. I dag vil man rett og slett ikke klare å få levert deler til Asia dersom produksjonen skjer i Europa pga. den tiden det tar å transportere varene (5-6 uker). Selv om det også er store geografiske avstander mellom destinasjoner i Asia, vil en etablering i området føre til at transporttiden kuttes betraktelig og gjøre det mulig å opprettholde et kundeforhold med skipsbyggingsindustrien. Da Asia har en betydelig posisjon i verdens skipsbyggingsindustri, var det derfor naturlig for Kværner Ship Equipment å vurdere en etablering i dette området.

Selv om det som nevnt er et stort fokus på priser, er skipsindustrien samtidig også en lokal industri. Der hvor verftene er lokalisert vokser det opp en skog av underleverandører, og det kreves (spesielt i Kina) et nært forhold mellom verft og underleverandør. For å sikre best mulig kommunikasjon med verftene må ha med seg lokalt personell som både virkelig forstår

²⁶ Verftene får slike "maker's list" godkjent av rederiene.

kulturen (dette går på faktorer som ordbruk og kroppspråk), og som har kontakter i de store verftene.

I sum betyr dette at man må være lokalisert nærmest mulig markedet for å klare leveringstiden samtidig som man er avhengig av lokalt personell i kontakten med leverandørens kunder²⁷. Etter min mening kan man derfor trekke den slutningen at det er helt utelukket å velge en strategi basert på ren eksport i dette markedet, selv om man klarer å holde kostnadene lave nok til å klare det prispresset som eksisterer innenfor verftsindustrien.

Kværner Ship Equipment vurderte i første omgang Japan som et mulig mål for sine direkteinvesteringer. Dette ble imidlertid forkastet pga. store kulturproblemer og det faktum at det er vanskelig for utenlandske aktører å drive forretning i landet. Et annet alternativ som ble vurdert var Sør-Korea, spesielt på bakgrunn av at regionen har blitt en betydelig aktør i verdensmarkedet. Hovedproblemet med Sør-Korea var imidlertid at det ikke var tillatt for utenlandske aktører å alene eie virksomhet i landet. Myndighetene satte som krav at forretning måtte foregå i allianser med innenlandske aktører. Vedøy påpekte at selv om en mulighet var å inngå en strategisk allianse med en sørkoreansk aktør, viste all erfaring at slike samarbeid kun fungerte en viss tid før den sørkoreanske partneren sparket ut den utenlandske aktøren og stakk av med den teknologiske kunnskapen den hadde ervervet seg.

Valget stod derfor til slutt mellom Singapore og Hong Kong, hvor valget til slutt endte på førstnevnte. Det finnes liten egenutviklet teknologi i Asia, noe Singapore har tatt konsekvensen av. Gjennom en meget gunstig selskapsbeskatning legger de til rette for import av teknologi for dermed å utvikle arbeidskraften og øke sysselsettingen. Samtidig har regionen en meget velutbygd infrastruktur, samtidig som de politiske og økonomiske forholdene i landet er stabile.

Denne investeringen viste seg imidlertid i etterkant å ikke være helt problemfri. For det første sees ikke mekanisk industri på som spesielt interessant. Det viste seg derfor at selskapet måtte importere arbeidere fra andre land i regionen, med vekt på manuell arbeidskraft fra Bangladesh og mer kvalifiserte arbeidere fra India. Arbeidere fra Singapore kom kun inn i funksjonærstillinger. Samtidig har Singapore en regel om at utenlandske arbeidere kun kan

²⁷ Vedøy presiserte imidlertid at når det gjelder kravet til leveringstider, er dette avhengig av hvilke produkt man selger. Dersom en bedrift har et helt unikt produkt, spiller det en mindre rolle hvor man er lokalisert.

jobbe i landet i maksimalt 2 år, hvilket medførte at arbeiderne måtte skiftes ut med jevne mellomrom. For det andre viste det seg også å være visse tekniske problemer med å flytte komplekse støperier til Singapore, hvor bl.a. varmen utgjorde et ikke ubetydelig problem.

Vedøy mente derfor at investeringen i Singapore nok ikke var spesielt lønnsom på *kort* sikt, sammenlignet med det å fortsette eller endre produksjonen i Norge. Han la imidlertid samtidig stor vekt på fordelene ved å sitte nærme sine kunder gjennom å være etablert med produksjon i Asia. Vedøy var også helt klar på at Kværner Ship Equipment hadde et stort behov for å gjøre noe med sin egen produksjon og kostnader ved endel av produktene. Han var overbevist om at dersom bedriften ikke hadde foretatt direkteinvesteringer, eller på annen måte lagt om produksjonen, ville de ikke ha eksistert i samme form i dag.

Internaliseringsfordeler

Vi diskuterte også alternativene lisensiering og joint-ventures. Kværner Ship Equipment har tidligere bl.a. hatt en mangeårig lisensavtale på gassanlegg i Japan, og det eksisterer fortsatt en avtale om bygging av skipspumper i Sør-Korea.

Erfaringen og hovedproblemet er i følge Vedøy at det overhodet ikke eksisterer noen økonomiske incentiver til å inngå lisensavtaler²⁸. For det første sitter lisensutstederen igjen med svært lave inntekter fra lisensavtalen i forhold til alternativene. Dessuten er Vedøys erfaring at man får større problemer med konkurranse enn om man selv produserer varene. Et annet poeng er at dersom man lisensierer ut produksjonen til en aktør som befinner seg mellom seg selv og kunden, vil man miste nærhet til kunden. Og siden dette har vist seg å være meget viktig i denne næringen, vil en direkteinvestering være å foretrekke fremfor lisensiering.

Vedøy var imidlertid mer positivt innstilt til strategiske allianser / joint-ventures, hvilket han mente er interessant i et "sourcing"-perspektiv med aktører opp- eller nedstrøms i verdikjeden. Samtidig gjorde han det helt klart at det er kunnskap som er viktig i denne næringen, ikke produksjonen i seg selv. Man må derfor i slike sammenhenger være veldig bevisst på å verne om bedriftens egen kjernekompetanse.

²⁸ Igjen må det presiseres at Vedøys uttalelser gjelder markedet for skipsutstyr.

VI.4 – Hjemlandseffekter

Resultatet av Kværner Ship Equipment sin direkteinvestering i Singapore var i første omgang at all produksjon ble flyttet vekk fra Tranby²⁹. Konsekvensen av dette ble en drastisk reduksjon i etterspørsel etter produksjonsarbeidere her i Norge.

Samtidig mente imidlertid Vedøy som nevnt at Kværner Ship Equipment sin produksjon på Tranby ikke var levedyktig i sin daværende form. I etterkant kan man derfor spekulere i om denne reduksjonen ville ha kommet uavhengig av de direkteinvesteringer som ble foretatt.

Når det gjelder produktutvikling, er det viktig å komme med strømlinjeformede produksjonsprosesser. For utviklerne er det derfor viktig å sitte nærmest mulig produksjonsanleggene for i samspill med disse å strømlinjeforme prosessene. Inntoget av øyeblikkelig global kommunikasjon gjennom email, videokonferansen o.l. har i følge Vedøy imidlertid gjort det fullt mulig å få til dette samspillet mellom produksjonsanlegget i Singapore og det teknologiske miljøet på Tranby. Av den grunn har man fortsatt valgt å legge produktutvikling og design til Norge. Og sammenlignet med slik situasjonen var før Kværner Ship Equipment foretok direkteinvesteringer, påpekte Vedøy at det teknologiske miljøet her i Norge nå har blitt ytterligere forsterket.

Når det som nevnt er kunnskap og kompetanse, og ikke produksjonen i seg selv, som er det viktige i denne næringen, mente Vedøy at Kværner Ship Equipment sine direkteinvesteringer (foreløpig) ikke har svekket den norske maritime næringsklyngen.

²⁹ Det må samtidig legges til at Kværner Eureka fortsatt har produksjon på Tranby.

VI.5 – Effekter av Hamworthys oppkjøp av Kværner Ship Equipment

Det viste seg etterhvert at Kværner Ship Equipment sin produksjon ikke var prioritert innenfor Kværnersystemet, og dermed heller ikke inngikk i konsernets langsiktige strategi. I desember 1998 ble derfor Kværner Ship Equipment solgt ut til Hamworthy, som er et heleid datterselskap av Powell Duffryn plc³⁰.

Som jeg har vært inne på er merkenavn svært viktig i denne næringen. Men siden selskapet nå ble solgt ut, måtte man kvitte seg med Kværnernavnet selv om dette var godt innarbeidet i shipping-industrien. Industrien var imidlertid like vant med forkortelsen KSE, og det nye selskapet heter derfor i dag HamworthyKSE.

Det tidligere walisiske kullselskapet Powell Duffryns hovedområder i dag inkluderer drift av havner og engineering. Engineeringdelen består av produksjon av kompressorer, forbrenningsmotorer, og avfallshåndtering samt løsninger for håndtering av tørr- og flytende last (hvilket produseres av HamworthyKSE). Powell Duffryn er notert på børsen i London og hadde i 1999 en omsetning på vel NOK 5,5 mrd.

I forhold til Hamworthy hadde Kværner Ship Equipment komplementære produkter, og resultatet av oppkjøpet ble derfor en positiv utvidelse av selskapets produktspekter. Samtidig lå Kværner Ship Equipment teknologisk noe lengre fremme enn det Hamworthy bl.a. innen ulike pumpeløsninger. Mens Kværner Ship Equipment etterhvert ble en ikke-prioritert del av Kværner, har ”KSE-delen” av HamworthyKSE i dag fått økt oppmerksomhet.

Et annet aspekt er at HamworthyKSE er eid av rene finansielle investorer uten noen ”nasjonalfølelse” i form av ønsket om å beholde nasjonale arbeidsplasser eller lignende. Arne Vedøy mente at dette ikke nødvendigvis er noe negativt da økt fokus på avkastning er med på å skjerpe bedriften.

Totalt sett kan det så langt se ut som Kværners salg til Powell Duffryn har vært positivt for det som tidligere inngikk i Kværner Ship Equipment.

³⁰ Kværner Ship Equipment tok imidlertid ikke med seg det som den gang het Kværner Marine (kart og navigasjonsutstyr), som senere ble solgt til Hitec. Kontorene i Skottland og Japan var en del av Kværner Marine.

VII – Sammenligninger og oppsummering

VII.1 – Innledning

Basert på de foregående analysene av HamworthyKSE, Kongsberg Maritime AS og Unitor ASA vil jeg i dette kapittelet sammenligne de tre selskapenes strategiske vurderinger og erfaringer fra deres direkteinvesteringer. Jeg tar også her utgangspunkt i eierskaps-, lokaliserings- og internaliseringsfordeler hos de tre bedriftene, før jeg deretter ser på eventuelle hjemlandseffekter.

Som det fremkommer av de foregående analysene, utgjør disse bedriftene langt i fra noen homogen gruppe – hverken når det gjelder hvilken form for direkteinvesteringer som har blitt foretatt, eller omfanget av disse. Allikevel vil det være interessant å se etter noen fellesnevnerer når det gjelder eierskapsfordeler, internaliseringsfordeler og lokaliseringsfordeler i deres direkteinvesteringer.

VII.2 – Eierskapsfordeler

Når det gjelder eierskapsfordeler som ikke skyldes at selskapet er flernasjonalt, viser erfaringene at det gjennomgående er viktig for underleverandørene å ha et kjent *merkevarenavn* i markedet. Etter min mening vises dette spesielt gjennom erfaringene med Powell Duffryn / Hamworthy sitt oppkjøp av tidligere Kværner Ship Equipment, hvor betegnelsen "KSE" ble tillagt Hamworthy-navnet da dette allerede var godt innarbeidet i markedet. Det må imidlertid også ligge noe bak et godt merkevarenavn. Som påpekt av Torfinn Kildal (Kongsberg Maritime) har Kongsbergnavnet alltid vært forbundet med kvalitet på leveransene. Kompetansen og kunnskapen om markedene de tre selskapene sitter med bør derfor også kunne karakteriseres som en eierskapsfordel.

Det som kanskje peker seg ut som den største fordelen ved å være et flernasjonal selskap, er knyttet til selskapenes utbygging av *globale nettverk* av distributører og salgs- og markedsføringspersonell. Den delen av selskapenes kundegruppe som består av rederiene, driver en veldig global virksomhet og foretrekker tydelig samarbeidspartnere som også kan være globale. Eksempelvis pekte Kildal på at deres velutbygde markedskanaler over hele verden var et av selskapets konkurransemessige fortrinn.

Samtidig ligger det en feedback-effekt her; det at selskapene må være representert på flere steder i verden for å nå ut til kunden kan også føre til at selskapet får innpass i flere ulike teknologimiljø som igjen kan styrke selskapet som helhet. Informasjonsflyt og kompetanseheving som følge av selskapenes store nettverk, bør derfor kunne sies å være en eierskapsfordel knyttet til det å være et flernasjonalt selskap.

I forhold til OLI-rammeverket synes disse to typene eierskapsfordeler å være de mest fremtredende hos de analyserte bedriftene. Fordeler som datterselskap har over nyetablerte bedrifter i det aktuelle markedet ble også trukket frem, men ikke vektlagt like mye som viktigheten av å ha et godt merkevarenavn generelt, og å være etablert flere steder i verden.

Totalt sett mener jeg alle tre selskapene har betydelige eierskapsfordeler, og med det at den første betingelsen i OLI-paradigmet er oppfylt.

VII.3 – Lokaliseringsfordeler

Når det gjelder valg av lokalisering ser det ut til at det gjennomgående er ønsket og behovet for *nærhet til kundene* som er det avgjørende for alle tre selskapene. Dette gjelder ikke minst Unitor, som har etablert et stort, verdensomspennende nettverk av servicesentre og agenter for nettopp å raskt kunne levere produkter og tjenester. Ser man på leveranser til verftsindustrien, er det i følge Arne Vedøy i HamworthyKSE rett og slett ikke mulig å levere deler til sørkoreanske verft fra produksjon i Europa som følge av de korte leveringsfristene som blir satt samtidig som man er avhengig av lokalt personell i kontakten med verftene.

Det kan i så måte synes som at tidsfristene for leveranser både til verftsindustrien og til skip under seiling er så knappe at ren eksport fra Norge er utelukket. Avhengig av internaliseringsfordelene har bedriftene derfor vært tvunget til å foreta direkteinvesteringer, sette opp lisensavtaler, eller inngå strategiske allianser med aktører som er lokalisert nærmere kunden.

Når det gjelder tidligere Kværner Ship Equipment sin direkteinvestering i Singapore var dette også et resultat av lønns- og kostnadsnivået her i Norge. I tillegg til krav om kort leveringstid, kan det derfor virke som prispresset og tilgang på billigere innsatsfaktorer også påvirker selskapenes lokaliseringsbeslutninger. I motsetning til det erfaringen viser for rederienes del

(se f.eks. Hauge og Stokke, 2000), så har ikke gunstige skatteregler sett ut til å være noen viktig faktor for underleverandørenes valg av lokalisering.

Asia har en betydelig posisjon i internasjonal skipsfart. Dette skyldes både at det foregår mye handel til og fra denne regionen, og at verftsindustrien i området har fått en sterk posisjon. Av den grunn har det vært naturlig å etablere seg i denne regionen for alle de tre selskapene som er gjenstand for denne analysen. Uitor har lagt et servicesenter til Singapore (i tillegg til flere kontorer), Kongsberg Maritime har dannet et joint-venture i Sør-Korea sammen med Hyundai, og tidligere Kværner Ship Equipment flyttet det meste av sin produksjon til Singapore.

Mens Kongsberg Maritime sammen med Hyundai nylig har dannet joint-venture selskapet Hyundai Kongsberg Maritime Co. Ltd. i Sør-Korea, var Arne Vedøy i HamworthyKSE litt mer skeptisk til å foreta direkteinvesteringer eller skape strategiske allianser i dette landet. Med utgangspunkt i myndighetens krav om at det ikke var tillatt for utenlandske aktører å alene eie virksomhet i landet, var Vedøys erfaring at den sørkoreanske partneren utnyttet utenlandske samarbeidspartnere.

Når det gjelder Singapore er situasjonen en annen. Gjennom sterk satsning på utbygging av infrastruktur, gunstig selskapsbeskatning og at de politiske forholdene er stabile, kan det virke som landet har klart å bygge opp gode industrielle miljø – ikke minst innen shipping. Dette kan gi selskapene en lokaliseringsfordel, og av den grunn har både Uitor og HamworthyKSE valgt å legge hhv. servicesentre og produksjon hit.

For HamworthyKSE sin del viste denne erfaringen seg å ikke være helt problemfri når det gjelder bruk av lokal arbeidskraft. Hovedgrunnen til dette var at befolkningen i Singapore ikke ser på mekanisk industri som spesielt interessant, og HamworthyKSE måtte derfor importere manuell arbeidskraft fra andre regioner. Singapore har imidlertid en regel om at utenlandske arbeidere kun får arbeide i landet i maksimalt 2 år, og HamworthyKSE måtte derfor skifte ut sine arbeidere med jevne mellomrom. Uitor hadde på sin side ingen negative erfaringer med dette, noe som kan skyldes at de ønsker å ansette personer med høyere utdanning til sine kontorer.

Basert på gjennomgangen av de tre selskapene mener jeg likevel at det har eksistert lokaliseringsfordeler, og at denne betingelsen i OLI-paradigmet dermed ser ut til å være oppfylt.

VII.4 – Internaliseringsfordeler

OLI-paradigmets siste betingelse er at det må eksistere internaliseringsfordeler som gjør det mer lønnsomt å organisere aktiviteter innen en bedrift enn gjennom markedstransaksjoner. Dersom slike ikke eksisterer, vil det være mer lønnsomt å benytte seg av alternativene med lisensiering og strategiske allianser.

Selv om underleverandører nok i større grad enn rederiene vil ha mulighet til å lisensiere bort produksjonen av varer og tjenester, så hverken HamworthyKSE eller Kongsberg Maritime på dette alternativet som veldig interessant. Selv om HamworthyKSE fortsatt har en lisensavtale på bygging av skipspumper i Sør-Korea, var Arne Vedøy kritisk til slike avtaler. Han mente at det overhodet ikke eksisterer noen økonomiske incentiver til å inngå lisensavtaler, da hans erfaring var at man som lisensutsteder blir sittende igjen med en svært liten del av inntektene i forhold til alternativene. Torfinn Kildal i Kongsberg Maritime mente at selskapet ikke hadde behov for å overvinne noen særskilte handelshindringer, og så dermed ikke på lisensiering som spesielt interessant. Dette må bety at Kildal ser på lisensiering som økonomisk sett dårligere enn alternativene.

Unitor benytter seg på sin side av en lang rekke agenter ved de havnene selskapet selv ikke er representert. Etter min mening innebærer en avtale med en agent det samme som å lisensiere ut den service Uitor skal yte ovenfor sine kunder. Når Uitor benytter seg av agenter som et supplement til sine kontorer og regionale servicesentre, betyr dette at en del av ”serviceproduksjonen” lisensieres ut.

Ser vi på alternativet med strategiske allianser, virker alle tre selskapene positivt innstilt til dette. Som jeg har vært inne på, har Kongsberg Maritime nylig dannet et joint-venture sammen med Hyundai Information Technology for produksjon av navigasjons- og automasjonssystemer for verftsindustrien, og Uitor har sammen med BP Marine dannet den strategiske alliansen Marine Alliance. I tillegg var HamworthyKSE positivt innstilt til å inngå

strategiske allianser i et såkalt "sourcing"-perspektiv. Vedøy var imidlertid bevisst på at man i slike sammenhenger må verne om bedriftens kjernekompetanse.

Det er nettopp bedriftenes behov og ønske om å verne som sin kjernekompetanse som ser ut til å være den største internaliseringsfordelen ved de analyserte bedriftenes direkteinvesteringer. Bedriftens kjernekompetanse gir opphav til det jeg har pekt på som den største eierskapsfordelen; nemlig bedriftens merkevarenavn. Når navnet "Kongsberg" gjennom flere tiår har blitt assosiert med pålitelighet og kvalitet, samtidig som merkevarenavn er viktig, kan det medføre økt risiko å overføre disse fordelene til andre aktører gjennom lisensavtaler. Samtidig ønsker rederiene å forholde seg til et fåtall leverandører som kan levere *komplette løsninger*, hvilket gir en internaliseringsfordel dersom leverandørene velger å foreta direkteinvesteringer fremfor alternativene.

Basert på gjennomgangen av de tre selskapene mener jeg at man derfor kan påstå at det eksisterer internaliseringsfordeler knyttet til selskapenes direkteinvesteringer, og dermed at den tredje betingelsen i OLI-paradigmet oppfylt.

VII.5 – Hjemlandseffekter

Når det gjelder hvilke effekter direkteinvesteringene har hatt på aktivitetsnivået i Norge, er erfaringen sprikende for de tre selskapene. Den mest markante endringen har skjedd for tidligere Kværner Ship Equipment sin del, hvor direkteinvesteringen i Singapore medførte at all fysisk produksjon ble flyttet vekk fra Tranby. I motsatt ende av skalaen finner vi Unitor, hvor selskapets direkteinvesteringer gjennom etablering av servicesentre og kontorer har hatt minimal, om noen, effekter på sysselsettingen her i Norge.

For Kongsberg Maritime sin del har det per i dag ikke vært noen negativ effekt av selskapets økende forretningsaktivitet utenfor Norge. Det at vel 800 av selskapets 2200 ansatte arbeider utenfor Norges grenser, er et resultat av Simrad og Norcontrol-selskapenes organisering før de ble kjøpt opp. Administrerende direktør Torfinn Kildal mener imidlertid at selskapet kun har sett begynnelsen på denne internasjonaliseringsprosessen, og regner med at stadig mer forretningsvirksomhet, spesielt mht. leveranser til verftsnaeringen, vil bli flyttet ut av Norge.

På den annen side kan man si at selskapenes ekspansjon i utlandet har bidratt til å styrke selskapene totalt sett, og dermed også virksomheten i Norge. Eksempelvis uttalte Vedøy i HamworthyKSE at dersom daværende Kværner Ship Equipment ikke hadde foretatt direkteinvesteringer, eller på annen måte lagt om virksomheten, er det ikke sikkert at den engang ville eksistert i dag.

Dette gjelder imidlertid kun selve produksjonen. Det teknologiske utviklingsmiljøet i HamworthyKSE har blitt opprettholdt på Tranby, og er i dag dessuten i forhold til hvordan situasjonen var før direkteinvesteringen ble foretatt. Basert på Vedøys uttalelser om at det er kunnskap og teknologisk kompetanse som er det viktige i denne næringen, og ikke selve produksjonen, kan man kanskje si at direkteinvesteringen har hatt en positiv effekt på selskapets forretningsvirksomhet i Norge.

Dersom HamworthyKSE sine erfaringer også vil gjelde for andre aktører i den maritime næring, kan man forvente en utvikling der stadig flere norske selskaper flytter selve produksjonen ut av landet, men beholder det teknologiske utviklingsmiljøet her hjemme. I så måte har man kanskje ikke noe å frykte med hensyn til utviklingen i norske maritime næringsklynger så lenge kjernekompetansen blir værende i Norge.

Totalt sett vil vi imidlertid kunne forvente å se en reduksjon i leverandørenes etterspørsel etter arbeidskraft i Norge, hvilket er i tråd med resultatene av studiene til Blomström, Fors og Lipsey (se avsnitt III.2). Dersom HamworthyKSE sine erfaringer vil være representativt for andre aktører i næringen, vil denne reduksjonen i etterspørselen hovedsakelig gjelde såkalte "blue-collar" arbeidere, mens vi vil se en opprettholdelse, eller til og med en økning i etterspørselen etter "white-collar" arbeidere. Dette vil i så fall være i tråd med det Blomström, Fors og Lipsey fant for amerikanske selskaper, men stikk i strid med hva studien viste for svenske flernasjonale selskaper.

VII.6 – Oppsummering

I de tre foregående kapitlene har jeg sett på det som etter min mening er eierskaps-, internaliserings- og lokaliseringsfordeler ved Kongsberg Maritime AS, Unitor ASA og HamworthyKSE sine direkteinvesteringer. Jeg har deretter i dette kapitlet forsøkt å finne fordeler som er felles for de tre selskapene, og mener å ha funnet dette.

På bakgrunn av analysen av de tre underleverandørene til den maritime næringen, virker det etter min mening rimelig å konkludere med at Dunning's OLI-paradigme er et godt verktøy for å analysere selskapers direkteinvesteringer.

Samtidig har jeg sett på hvilke effekter selskapenes direkteinvesteringer har hatt på produksjon og sysselsetting i Norge. Selv om jeg har kunnet påvise visse tendenser, har utvalget i denne analysen vist seg å være for lite til å kunne trekke noen entydige slutninger, sammenlignet med arbeid utført f.eks. av Blomström, Fors og Lipsey. Med utgangspunkt i de studiene jeg henviste til i avsnitt III.2 vil det i så måte kunne være interessant for senere arbeid å foreta mer kvantitative studier av hjemlandseffekter, og da på et langt større utvalg av norske aktører i den maritime næring enn det denne analysen inkluderer.

VIII - Litteratur

Blomström, M., Fors, G. og Lipsey, R. (1997): "Foreign direct investment and employment: Home country experience in the United States and Sweden", The Economic Journal 107, November 1997, Royal Economic Society

Blomström, M., Lipsey, R. og Kulchycky, K. (1988): "U.S. and Swedish direct investment and export", Research paper 6342, Ekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm

Brainard, S. L. og Riker, D. A. (1997): "Are U.S. multinationals exporting U.S. jobs?", NBER Working paper 5958, Cambridge

Caves, R. E. (1982): "Multinational enterprise and economic analysis", Cambridge University Press, Cambridge

Coase, R. H. (1937): "The nature of the firm", *Economia* 4, s. 386-405

Dunning, J. H. (1980): "Explaining changing patterns of international production: in defense of the eclectic theory", *Oxford Bulletin of economics and statistics* 41(4), s. 265-295

Graham, E. M. og Krugman, P. R. (1993): "The surge in foreign direct investments in the 1980s", i Froot, K. A. (red.) "Foreign direct investment", NBER og University of Chicago Press, Chicago og London, s. 13-33

Hauge, A og Stokke, E (2000): "Norske rederiers multinasjonale virksomhet", SNF Arbeidsnotat 19/00

Heum, P. og Vatne, E. (1999): "Hjemlandseffekter av direkte utenlandsinvesteringer i norsk oljeindustri", SNF Rapport 25/99

Hymer, S. H. (1976): "The international operations of national firms", MIT Press, Cambridge

Kravis, I. B. og Lipsey, R. E. (1988): "The effect of multinational firms' foreign operations on their domestic employment", NBER Working paper 2760, Cambridge

Markusen, J. (1995): "The boundaries of multinational enterprises and the theory of international trade", Journal of economic perspectives, volume 9, no. 2 1995, s. 169-189

Midelfart Knarvik, K. H. og Orvedal, L. (1997): "Næringsklynger", Sosialøkonomen nr. 5 1997

Norman, V. (1996): "Teori om næringsklynger" i NOU (1996:17): "I Norge – for tiden?"

NOU 1996:17: "I Norge – for tiden?", Finansdepartementet, Oslo

Reve, T., Lensberg, T. og Grønhaug, K. (1992): "Et konkurransedyktig Norge", Tano

Romer, P. (1990): "Are nonconvexities important for understanding growth?", NBER Working paper no. 3271

Sandvand, J. E. (1999): "Til tjeneste – for en brøkdel av vestlig lønn", Aftenposten 21. november 1999

Schjelderup, G. (1999): "Strategic choices in a global environment: The behaviour of the multinational firm", Bergen, *foreløpig utkast*

Selfors, I. (1999): "Norwegian multinationals: Who, where and why", SNF Rapport 53/99

Svensson, R. (1993): "Production in foreign affiliates – effects on home country exports and modes of entry", Memorandum nr. 187, Nationalekonomiska instituten, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Swedenborg, B. (1982): "Svensk industri i utlandet. En analys av drivkrafter och effekter", The industrial institute for economic and social research, Stockholm

Swedenborg, B. (1999): "Determinants and effects of MNC growth: The Swedish case revisited", Center for business and policy studies (SNS), Stockholm

Tenold, S. (1999): "Norwegian shipowning companies and foreign direct investment", *preliminary draft*

Telesio, P. (1979): "Technology licensing and multinational enterprises", New York, Praeger

Thaler, R. H. (1994): "The Winner's Curse: Paradoxes and Anomalies of Economic Life", Princeton University Press

Venables, A. J. (1996): "Economic policy and the manufacturing base: Hysteresis in location", Mimeo, London School of Economics

Vernon, R. (1966): "The product cycle hypothesis in a new international environment", *Quarterly Journal of Economics* 80, s. 190-207

Williamson, O. E. (1975): "Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications", New York

Appendiks I

Avveining mellom eksport og direkteinvestering

Vi antar at bedrift A er lokalisert i land A og ønsker å forsyne land B gjennom eksport eller direkteinvestering. Videre antar vi at bedriften er monopolist i land A, og vil også være det i land B³¹.

Årlige faste kostnader ved direkteinvestering er gitt ved F , og vi antar for simplisiteten sin skyld at variable kostnader er lik null (bedriften har kapasitet nok til å eksportere hvis ønskelig). Ved eksport til land B vil det påløpe en *ad valorem* tollsats gitt ved τ .

Videre antar vi at kvantum er gitt ved x , produsentpris gitt ved p , konsumentpris gitt ved q (p og q vil variere ved skatt og være lik i en verden uten skatt), og at etterspørselen i land B er gitt ved

$$x = 1 - q$$

Velger man å foreta direkteinvestering vil profitten være gitt ved (gitt $p = q$):

$$\pi_B^{FDI} = px - F = p(1 - p) - F$$

Maksimering mhp. x_B gir

$$\begin{aligned} p &= \frac{1}{2} \\ x &= \frac{1}{2} \\ \pi_B^{FDI} &= \underline{\underline{\frac{1}{4} - F}} \end{aligned}$$

Velger man i stedet å forsyne land B gjennom eksport vil profitten være gitt ved

$$\pi_B^{EKSPORT} = px = p(1 - p(1 + \tau))$$

³¹ Siden bedrift A er monopolist i land A, vil profitten i hjemlandet være upåvirket av hva som gjøres i land B, og vi konsentrerer oss dermed kun om profitten i land B.

Maksimering mhp. x_B gir

$$p = \frac{1}{2(1 + \tau)}$$

$$x = \frac{1}{2}$$

$$\underline{\underline{\pi_B^{EKSPORT} = \frac{1}{4(1 + \tau)}}}}$$

Dette medfører at bedriften (ut i fra et rent kostnadsperspektiv) vil være mer tjent med eksport fremfor å foreta en direkteinvestering dersom

$$\pi_B^{EKSPORT} > \pi_B^{FDI}$$

$$\frac{1}{4(1 + \tau)} > \frac{1}{4} - F$$

$$\underline{\underline{F > \frac{1}{4} \frac{\tau}{(1 + \tau)}}}}$$

Dette betyr at valget mellom eksport og direkteinvestering avhenger av størrelsen på de årlige faste kostnadene i forhold til *ad valorem* tollsats. Schjelderup (1999) har vist at ved gitt $F = 0,1$ vil bedriften være tjent med eksport dersom τ er lavere enn 0,67.

Appendiks II

Resultater fra analyse av amerikanske selskaper

For amerikanske selskaper (tall fra 1989) er sammenhengen mellom utenlandsk produksjon og sysselsetting i morselskapet vist ved (t-verdier i parentes):

$$PEMP = 1455 + 6,00 * PNS - 1,16 * ANS \quad \bar{R}^2 = 0,87$$

(5,2) (52,3) (6,1)

N = 1104

PEMP = sysselsetting i morselskap *i*

PNS = salg av morselskap *i* minus import fra deres utenlandske datterselskaper

ANS = salg av utenlandske datterselskaper av morselskap *i* minus
datterselskapets import fra hjemlandet

Testing av skalafordeler skjer gjennom en utvidelse av den første ligningen med en skalakoeffisient (kvadratet av morselskapets salg):

$$PEMP = 1400 + 6,05 * PNS - 0,000012 * (PNS)^2 - 1,15 * ANS \quad \bar{R}^2 = 0,86$$

(4,57) (40,3) (0,6) (5,9)

N = 1104

Testing av hvorvidt det er allokering av produksjon i land med lavt lønnsnivå som påvirker morselskapets etterspørsel etter arbeidskraft:

$$PEMP = 1594 + 6,18 * PNS - 0,184 * ANSDC - 12,1 * ANSLDC \quad \bar{R}^2 = 0,87$$

(5,6) (54,2) (0,8) (8,6)

N = 1104

DC = velutviklede land

LDC = utviklingsland

Resultater fra analyse av svenske selskaper

Resultatene er vist i følgende tabell, hvor det for hvert av årene har blitt foretatt analyser både med og uten en oppsplittet ANS (datterselskapets salg):

År	PNS	ANS	ANSDC	ANSLDC	justert R ²
1970 (N = 91)	1,67*** (32,65)	0,35*** (4,63)	---	---	0,96
	1,66*** (33,39)	---	0,21*** (2,26)	2,07*** (3,13)	0,96
1974 (N = 105)	1,53*** (38,42)	0,38*** (5,18)	---	---	0,97
	1,51*** (40,88)	---	0,16* (1,81)	2,76*** (4,54)	0,97
1978 (N = 111)	1,34*** (38,32)	0,31*** (5,32)	---	---	0,97
	1,31*** (39,03)	---	0,23*** (3,96)	1,46*** (4,71)	0,97
1986 (N = 105)	0,91*** (32,36)	0,22*** (6,94)	---	---	0,98
	0,89*** (29,56)	---	0,20*** (5,82)	1,20*** (2,61)	0,98
1990 (N = 117)	0,86*** (22,91)	0,18*** (6,27)	---	---	0,94
	0,83*** (19,83)	---	0,17*** (5,86)	0,93** (2,38)	0,94
1994 (N = 108)	0,67*** (27,65)	0,040** (2,09)	---	---	0,95
	0,61*** (25,61)	---	0,021 (1,23)	1,26*** (5,68)	0,96

***, ** og * indikerer signifikansnivå på hhv. 1, 5, og 10 %

(Kilde: Blomström, M., Fors, G. og Lipsey, R. (1997): "Foreign direct investment and employment: Home country experience in the United States and Sweden", The Economic Journal, 107, November 1997, Royal Economic Society 1997, tabell I, s. 1792)

Følgende tabeller viser forskernes analyse av sammensetningen av arbeidsstokken i morselskapet hos svenske multinasjonale selskaper:

a) "White-collar" sysselsetting

År	PNS	ANS	ANSDC	ANSLDC	justert R ²
1970 (N = 91)	0,58*** (22,46)	0,067* (1,79)	---	---	0,91
	0,57*** (23,39)	---	-0,017 (-0,39)	1,09*** (3,34)	0,92
1974 (N = 105)	0,52*** (25,55)	0,063* (1,68)	---	---	0,92

	0,51*** (28,89)	---	-0,086** (-2,04)	1,68*** (5,77)	0,94
1978 (N = 71)	0,66*** (19,49)	-0,023 (-0,71)	---	---	0,92
	0,63*** (21,71)	---	-0,082*** (-2,86)	0,94*** (5,18)	0,95
1994 (N = 106)	0,33*** (13,88)	-0,0092 (-0,49)	---	---	0,82
	0,30*** (11,61)	---	-0,020 (-1,06)	0,60** (2,51)	0,83

***, ** og * indikerer signifikansnivå på hhv. 1, 5, og 10 %

(Kilde: Blomström, M., Fors, G. og Lipsey, R. (1997): "Foreign direct investment and employment: Home country experience in the United States and Sweden", The Economic Journal, 107, November 1997, Royal Economic Society 1997, tabell II, s. 1793)

a) "Blue-collar" sysselsetting

År	PNS	ANS	ANSDC	ANSLDC	justert R ²
1970 (N = 91)	1,10*** (30,01)	0,28*** (5,25)	---	---	0,95
	1,09*** (30,00)	---	0,22*** (3,35)	0,98** (2,03)	0,95
1974 (N = 105)	1,01*** (35,49)	0,32*** (6,04)	---	---	0,96
	1,00*** (35,59)	---	0,25*** (3,66)	1,08** (2,34)	0,96
1978 (N = 71)	0,85*** (11,56)	0,29*** (4,11)	---	---	0,88
	0,85*** (11,16)	---	0,29*** (3,80)	0,24 (0,50)	0,88
1994 (N = 106)	0,34*** (24,00)	0,047*** (4,08)	---	---	0,94
	0,31*** (21,96)	---	0,035*** (3,34)	0,70*** (5,24)	0,95

***, ** og * indikerer signifikansnivå på hhv. 1, 5, og 10 %

(Kilde: Blomström, M., Fors, G. og Lipsey, R. (1997): "Foreign direct investment and employment: Home country experience in the United States and Sweden", The Economic Journal, 107, November 1997, Royal Economic Society 1997, tabell III, s. 1794)

Appendiks III

Følgende intervjustruktur ble benyttet under samtaler med selskapene HamworthyKSE, Kongsberg Maritime AS og Unitor ASA:

Direkteinvesteringer

Når det gjelder direkteinvesteringer, ønsket jeg å få innspill på aspekt ved eierskap, internalisering av aktiviteter i selskapet, samt bakgrunnen for valg av lokalisering.

Eierskapsfordeler:

- Fordeler bedriften har som ikke er knyttet til det å være flernasjonal
- Fordeler datterselskap har ved å være en del av konsernet
- Fordeler ved å være flernasjonal (som kommer hele konsernet til gode)

Internaliseringsfordeler:

- Grunner til at det å internalisere virksomhet i Asia ble vurdert som bedre enn alternativene (f.eks. lisensiering, joint-venture)

Lokaliseringsfordeler:

- Faktorer som ble vektlagt ved valg av lokalisering
- Faktorenes relative viktighet
- I hvilken grad det har vært ekstern påvirkning, f.eks. fra rederiene, når det gjelder valg av lokalisering

Hjemlandseffekter

Produksjon:

- Hvorvidt produksjon / omsetning har endret seg før og etter at *rederiene / verftene* har foretatt direkteinvesteringer
 - i Norge
 - totalt sett for konsernet
- Hvorvidt produksjon / omsetning har endret seg før og etter at *underleverandøren selv* har foretatt direkteinvesteringer
 - i Norge
 - totalt sett for konsernet
- Hva hvis ikke slike direkteinvesteringer hadde blitt foretatt?

Syssetting

- Hvorvidt antallet ansatte har endret seg før og etter at *rederiene / verftene* har foretatt direkteinvesteringer
 - i Norge
 - totalt sett for konsernet
- Hvorvidt antallet ansatte har endret seg før og etter at *underleverandøren selv* har foretatt direkteinvesteringer
 - i Norge
 - totalt sett for konsernet
- Har det skjedd noen endringer i *sammensetningen* av arbeidsstokken i de to overnevnte tilfellene?

Spesielt for HamworthyKSE

Jeg ønsket også å få kjennskap til hvilke effekter oppkjøpet fra Powel Duffryn / Hamworthy hadde hatt på produksjon og syssetting (og sammensetningen av arbeidsstokken) her i Norge.