



EKONOMI
HÖGSKOLAN
Lunds universitet

Magisteruppsats
Nationalekonomiska
institutionen
September 2006

Om bestämmelsefaktorer för utländska direktinvesteringar

- utifrån den nya handelsteorin och ekonomisk
geografi

Författare
Katarina Liljefors

Handledare
Karin Olofsdotter

Innehåll

Kapitel	Sida
Sammanfattning	5
1. Introduktion	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Tidigare forskning	7
1.3 Syfte	8
1.4 Metod	8
1.5 Avgränsning	8
1.6 Disposition	9
2. Empiri – Svenska direktinvesteringar i utlandet	10
2.1 Internationella trender	10
2.2 Svenska direktinvesteringar	10
2.3 Plats för investeringar	11
2.4 Vilka sektorer investerar utomlands?	12
3. Teoriöversikt	13
3.1 Den nya handelsteorin samt ekonomiska geografin	13
3.1.1 Vad förutspår den nya handelsteorin och den ekonomiska geografin vad avser lokalisering av produktion?	14
3.1.2 Interna skalfördelar	14
3.1.3 Differentierade produkter och Love of Variety	15
3.1.4 Transportkostnader	15
3.1.5 Tillgång till och storlek på marknad	16
3.1.6 Externa skalfördelar och externaliteter	16
3.1.7 Länkeffekter	18
3.1.8 Sammanfattning	19
3.2 Det enskilda företags perspektiv	19
3.2.1 OLI-ramverket	20
3.2.2 Strategiska motiv för utländska direktinvesteringar	21

Kapitel	Sida
4. Kvalitativ undersökning – enkät	23
4.1 Tillvägagångssätt	23
4.2 Urval av företag och investeringar	23
4.3 Utformning av enkät	24
4.4 Respondenterna och datainsamlingen	25
4.5 Utfall av undersökningen	25
4.6 Bortfallsanalys	25
5. Resultat av enkätundersökning	27
6. Kvantitativ data	30
6.1 Vårdlandskaraktäristik	30
6.2 Agglomerationsnivå	31
6.2.1 <i>Metod</i>	31
6.2.2 <i>Resultat</i>	34
7. Avslutning	35
7.1 Analys	35
7.2 Förslag på fortsatta studier	38
Litteraturförteckning	39
Bilaga 1. Företagen i populationen samt deras omsättning	41
Bilaga 2. Enkätundersökning	42

Figurer	Sida
Figur 1. Svenska direktinvesteringar i utlandet	11
Figur 2. Svenska direktinvesteringar, per fyra största länder/ländergrupp	12
Figur 3. Andel av investeringar per sektor, i procent	12
Figur 4. Bortfallsanalys, medelomsättning	26
Figur 5. Resultattabell	27
Figur 6. Vårdlandskaraktäristik	30
Figur 7. Antalet anställda sektorsvis	32
Figur 8. Löner	32
Figur 9. Andel anställda sektorsvis av totala arbetskraften i tillverkningssektorn	33
Figur 10. Andel anställda sektorsvis av totala arbetskraften i tillverkningssektorn,33 dividerat med viktat genomsnitt	

Förkortningar

ITPS- Institutet för Tillväxtpolitiska Studier

FoU- Forskning och utveckling

SNI- Svensk Näringsgrensindelning

IUI- Industriens Utredningsinstitut

(heter sedan april 2006 Institutet för Näringslivsforskning)

Ett stort tack till Klas Sjödin för korrekturläsning och synpunkter.

Möja, september 2006.

Sammanfattning

Utländska direktinvesteringar har ökat markant de senaste 10 åren, en utveckling som påverkar det dagliga livet för allt fler människor då företagens investeringar ger upphov till såväl nya blomstrande orter som nya ödebygder. Denna uppsats syftar till att på företagsnivå undersöka vad som påverkar val av geografisk plats för direktinvesteringar utomlands. I undersökningen har de faktorer som lyfts fram av den nya handelsteorin samt ekonomisk geografi undersökts. Dessa faktorer är *tullar och andra handelshinder, transportkostnader, agglomerationseffekter, närhet till och storlek på marknader, positiva externaliteter* samt *skalfördelar*. Även den mest tongivande företagsekonomiska teorin på området redovisas. Bestämelsefaktorer för utländska direktinvesteringar har diskuterats i flera år. Däremot har inte agglomerationseffekter undersökts i större utsträckning. Hur viktiga dessa anledningar är har i denna uppsats undersökts genom en kvalitativ enkätmetod, där företagen själva har svarat på i vilken grad varje enskild anledning påverkat investeringsbeslutet. Denna metod har använts i försök att kontrollera för icke undersökta faktorer. Denna undersökning stöds också av data på kvantitativ nivå som visar agglomerationsnivån i aktuella sektorer och länder. Företagen i undersökningen består av de 20 största svenska företagen, räknat i antalet anställda utomlands. Bortfallet i undersökningen har varit omfattande, vilket innebär att resultatet måste tolkas med försiktighet, särskilt då de företag som har besvarat enkäten är betydligt mindre än de företag som inte har gjort det, räknat i omsättning per år. Då ingen undersökning av de olika industrierna har gjorts, kan denna studie inte ge negativa belägg för att någon aspekt är viktig. Den kan endast påvisa brist på stöd. Resultatet av undersökningen visar att agglomerationseffekter är av störst betydelse bland de anledningar som är föremål för denna undersökning. Detta gäller dock bara ena delen av *agglomerationen*, nämligen *framåtlänkar*. *Bakåtlänkar* får inte alls stöd enligt denna studie. Även *interna skalfördelar* är av stor betydelse, liksom *storhet på marknad*. De företagsekonomiska skälen verkar vara överordnade de nationalekonomiska skälen. Resultaten har också visat sig bli olika om man tittar på den kvalitativa eller kvantitativa undersökningen, något som skulle kunna vara intressant för vidare forskning.

1. Introduktion

1.1 Bakgrund

De öppnare ekonomiska gränserna, och de ökade investerings- och kapitalflödena som följer, påverkar den ekonomiska aktiviteten och dess aktörer; länder, företag och människor. Kapital och investeringar är enklare att flytta än vad arbetskraften är. Det finns idag ca 65 000 multinationella företag och deras produktion står för ca 10% av världens BNP. Dessa företags val av lokalisering för sina investeringar, och desinvesteringar, påverkar inte bara den berörda arbetskraften, utan hela samhället. De stora företagen, det vill säga de med över 500 anställda, är också viktiga aktörer för forskning och utveckling, dynamiken mellan mindre företag, leverantörer och den akademiska världen. Sverige är ett av de mest storföretagstäta länderna i världen. (Braunerhjelm, 2001)

Det råder ingen tvekan om att ekonomisk aktivitet och företagens val av lokalisering av direktinvesteringar inte beror på slumpen, något som empiriska studier visar på i många fall. Till exempel finns "the hot banana" mellan London och Milano, och "US manufacturing belt" (Green Bay-Saint Louis-Baltimore-Portland). På lägre nivå finns exempelvis Glasriket i Småland och läkemedelsbranschen i Öresundsregionen. Det är de två motsatsfenomenen agglomeration och dispersion som skapar dessa kluster av ekonomisk aktivitet, och i andra ändan; städer tömda på företag och invånare.

Frågan är vad som driver och påverkar företagens beslut vid val av lokalisering för en direktinvestering. Detta har debatterats främst inom företagsekonomin, där ett flertal olika teorier har lanserats. Inom nationalekonomin har ämnet uppmärksammats mer än tidigare i och med utvecklingen av de nya handelsteorierna och den ekonomiska geografin. Dessa två teorier kan ge vägledning i frågan om anledningar till val av lokalisering av direktinvesteringar. Vad som skiljer de nya handelsteorierna och ekonomisk geografi från de äldre teorierna är främst beaktandet av *tilltagande skalfördelar*, *imperfekt konkurrens*, *marknadsstorlek*, *länkeffekter* och *transportkostnader*. Dessa aspekter tas det inte hänsyn till i de äldre teorierna. Det är denna förändring som gör att lokalisering av företag och förekomsten av intraindustriell handel kan förklaras. Med hjälp av nyare handelsteori och ekonomisk geografi ges således ytterligare möjligheter att redogöra för anledningar till och val av plats för utländska direktinvesteringar. Dessa anledningar inbegriper då agglomeration

av ekonomisk aktivitet, som i sin tur kan bero på bland annat skalfördelar, transportkostnader och närhet till marknad.

1.2 Tidigare forskning

Det finns åtskilliga studier inom nationalekonomin som har identifierat ett antal olika faktorer som påverkar företagets val av geografisk plats vid direktinvesteringar utomlands. Dessa studier har främst tittat på *marknadsstorlek* (bland andra Sader, 1993, och Wheeler & Mody, 1992) *arbetskraftskostnad* (bland andra Wheeler & Mody, 1992 och Lucas 1993), *tillväxt* (bland andra Billington 1999) samt *handelshinder, skatter* och *öppenhet*. Dessa undersökningar har till viss del kommit fram till olika resultatet beträffande faktorernas påverkan på ett investeringsbeslut. Studierna har dock i mindre utsträckning behandlat agglomeration av ekonomisk aktivitet, som ju är en del av ny handelsteori och ekonomisk geografi. I de undersökningar där det *har* undersökts ges däremot visst stöd för att de nya handelsteorierna och ekonomisk geografi kan förklara företags val av lokalisering för direktinvesteringar. Dessa undersökningar gjorda på aggregerad nivå ger således stöd för agglomerationsteorier; att en mindre komparativ fördel för en enskild plats kan skapa kluster av ekonomisk aktivitet, som drar till sig ytterligare aktivitet genom länkeffekter och marknadsstorlekens betydelse. (Braunerhjelm och Svensson, 1996, Braunerhjelm, 2001 samt Amiti, 1998)

Så gott som alla tidigare undersökningar är gjorda på aggregerad nivå, och en kvantitativ metod har använts. Chakrabarti (2001) menar att en stor del av undersökningarna av determinanter för utländska direktinvesteringar på aggregerad nivå är genomförda utan större kontroll för andra faktorer som kan tänkas påverka ett företags lokaliseringsbeslut. Resultatet har blivit att ett flertal olika faktorer har visat sig ha korrelation på olika sätt, eller inte alls, i olika studier. Detta innebär en svaghet för den empiriska litteraturen på detta område, enligt Chakrabati. Chakrabarti själv råder bot på detta genom att analysera de faktorer som tidigare har undersökts. Han använder sig då av en kvantitativ metod, där han genom att marginellt ändra förutsättningarna i modellen undersöker hur robusta, eller säkra, de olika faktorerna är. Författaren konstaterar att endast faktorn *storleken på marknaden* är robust. Övriga förklaringsfaktorer, exempelvis *skatter, tullar* och *lönenivå*, är mycket känsliga för förändringar i förutsättningarna i modellen.

Kvalitativ metod är ett annat sätt att undvika att andra faktorer påverkar än just de man undersöker. Vid adressering direkt till företagen kan de svara på huruvida en faktor har påverkat ett investeringsbeslut eller inte. Braunerhjelm (2001) använder sig av kvalitativ metod då han undersöker anledningar till utflyttning av huvudkontor, där företagen med hjälp av enkätmetod graderar olika anledningar till dessa utflyttningsbeslut.

1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka i vilken utsträckning de nya handelsteorierna och ekonomisk geografi överensstämmer med företags anledningar för val av geografisk plats av en direktinvestering. Jag för därmed in aspekten agglomeration som en förklaringsvariabel i samband med en direktinvestering. Jag använder en kvalitativ metod för att kontrollera för andra faktorer.

1.4 Metod

Vid den kvalitativa metod har jag vänt mig till de enskilda företagen. Jag har valt de 20 största tillverkningsföretagen med verksamhet utomlands (ITPS, 2003) och bransch 15-37 enligt SNI. Jag har valt detta urval därför att den nya handelsteorin behandlar tillverkningsindustrin. Den kvalitativa metoden jag använder är en enkätundersökning. Den syftar till att undersöka företagens anledningar till geografiskt val med kontroll för andra anledningar. Den kompletteras med kvantitativ data på aggregerad nivå. Dessa data består av vissa ekonomiska nyckelindikatorer och skillnader mellan de aktuella länderna samt mått av agglomeration i respektive land och sektor. Det finns ett flertal olika varianter att beräkna agglomeration på; att mäta sysselsättningen är ett sätt, andra möjligheter är att titta på infrastruktur samt industrialisering och inflöden av utländska direktinvesteringar i den specifika sektorn (Braunerhjelm och Svensson, 1996). Jag använder data på sysselsättning för att mäta agglomeration. Det gjorde även Braunerhjelm och Svensson.

1.5 Avgränsning

Jag håller mig på en relativt hög aggregeringsnivå beträffande typer av företag, det vill säga tillverkningsföretag enligt SNI 15-37. Ingen undersökning av karaktäristik för de olika tillverkningsindustrierna finns med. Det innebär att ett företag som värderar en orsak till lokalisering väldigt lågt, kan göra detta enbart därför att denna orsak inte är relevant i just den produktionen. Detta resultat kommer att ge negativa belägg för den nya handelsteorin, även om det, som sagt, kan finnas andra anledningar till svaret. Det innebär i praktiken att denna

undersökning endast kan ge stöd för den nya handelsteorin; den kan ej tala mot den. Däremot kan den visa på brist på stöd.

1.6 Disposition

Kapitel 2 redovisar för trenderna inom utländska direktinvesteringar. I kapitel 3 behandlas den nya handelsteorin, ekonomisk geografi samt företagsekonomiska teorier om direktinvesteringar. Kapitel 4 behandlar enkätundersökningen, vilket följs av det kvalitativa resultatet i kapitel 5. Kapitel 6 redovisar den kvantitativa undersökningen och data på agglomerationsnivå. Uppsatsen avslutas med analys samt förslag på fortsatta studier i kapitel 7.

2. Empiri - svenska direktinvesteringar i utlandet

Detta avsnitt syftar till att beskriva hur svenska direktinvesteringar i utlandet ser ut, hur stora de är och var de sker rent geografiskt.

2.1 Internationella trender

De senaste decennierna har storföretagen förändrats. Från att ha varit tungrodda kolosser, ofta nationellt bundna, har de blivit mer slimmade organisationer, frikopplade från nationella begränsningar. Denna förändring beror bland annat på den ökade ekonomiska integrationen som öppnat upp marknader och avslöjat stora skillnader i relativpriser mellan olika länder och regioner. Detta påverkar företagens lokalisering. Strukturella förändringar i form av bland annat avregleringar och minskade handelshinder har lett till att de globala investeringsflödena har ökat. Under de senaste 25 åren har världens ingående flöden av direktinvesteringar mångdubblats. Det är främst I-länderna som tagit emot den största delen av ökningen, även om U-länderna och Central - och Östeuropa också har fått ökat inflöde av investeringar. Det finns stora geografiska skillnader; år 1999 tog exempelvis Kina ensamt emot ca 40% av de investeringar som skedde i U-länderna, och Afrika tog emot lika mycket som Sydkorea ensamt. (Braunderhjelm, 2001 s. 423). Under 1990-talet ökade inflödet av utländska direktinvesteringar som en följd av en alltmer global ekonomi. Toppen nåddes år 2000, efter det har en minskning skett. Detta har inte förbättrats (2003), i synnerhet inte den negativa trenden i Nordamerika. I Europa har inflödet av investeringar minskat något sedan 2000. Utvecklingsländerna har haft motsatt utveckling, och år 2003 ökade flödena, främst i de södra, östra och syd-östra delarna av Asien. (Hakalaa och Zimmerman, 2003 s. 4)

2.2 Svenska direktinvesteringar

Svenska företag är mycket aktiva aktörer på den internationella marknaden. I förhållande till landets storlek var Sverige världens största utlandsinvestorare under 1980-talet. Investeringarna minskade dock i relation till andra länder på 1990-talet, men har därefter tagit fart igen. Allt fler företag följer med denna utveckling. Dessa företag svarar för ca 50% av den svenska exporten, drygt 25% av sysselsättningen och knappt 90% av satsningar på FoU. De är avgörande för de svenska klustren, exempelvis informations- och kommunikationsteknologi i Kista. (Braunderhjelm, 2001 s. 422). De svenska företagen har följt de internationella trenderna och de har ökat sin internationalisering sedan mitten av 1990-talet. Det beror främst på den ökande andelen av utländskt ägande i svensk ekonomi, samt den ökande delen av

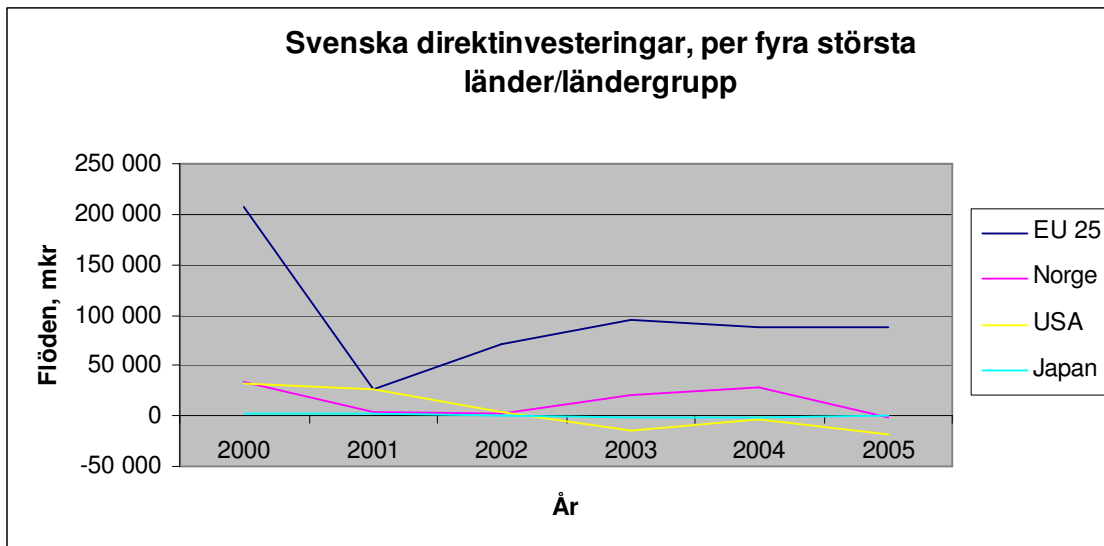
utländska operationer gjorda av svenska företag. År 2005 uppgick värdet på svenska direktinvesteringar till knappt 200 miljoner kr, se figur 1. Detta bekräftar den uppåtgående trend som har pågått sedan år 2001, då investeringarna sjönk i hela världen. De svenska företagen började däremot att återinvestera redan år 2002, vilket var tidigare än resten av världen. Enskilda stora investeringar, exempelvis bildandet av Nordea, påverkar statistiken och skapar stora variationer. Värt att notera är dock att värdet vid bottennoteringen år 2001 är nästan dubbelt så högt som värdet 10 år tidigare.



Figur 1. Svenska direktinvesteringar i utlandet. Källa: Riksbanken, 2006.

2.3 Plats för investeringar

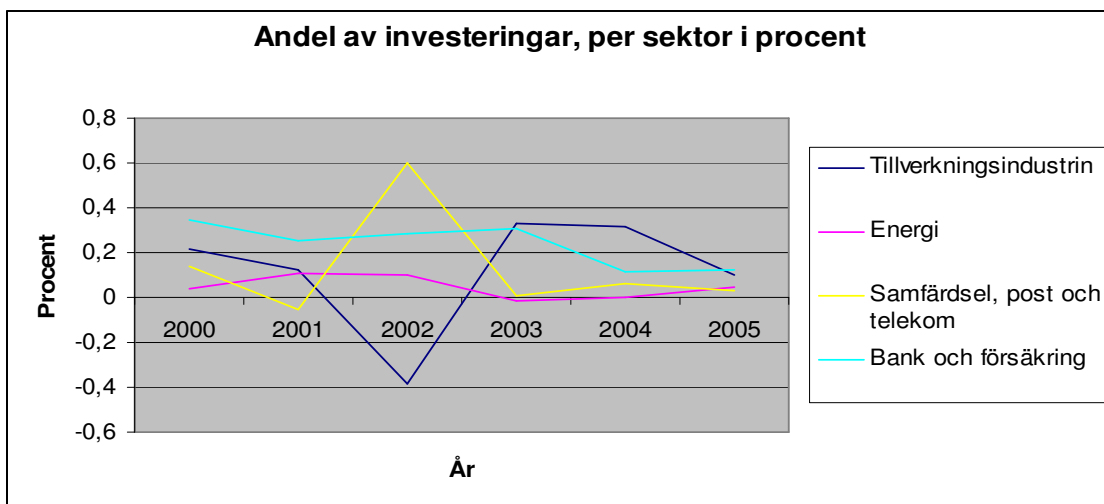
Den största delen av Sveriges direktinvesteringar hamnar i Europa, se figur 2, och Storbritannien och Nederländerna de största mottagarna. Ännu har inte EU-utvidgningen (2004) påverkat investeringarna nämnvärt. Det är också Europa som står för huvuddelen av ökningen av de svenska investeringarna. Asien, Central- och Östeuropa har endast ökat marginellt, och utlokalisering av svenska företag till dessa regioner har inte påverkat de totala utåtgående investeringarna i någon större utsträckning. Intressant är också att investeringarna i USA har minskat sedan 2001. De är sedan tre år negativa, det vill säga att svenska företag har desinvesterat i USA.



Figur 2. Svenska direktinvesteringar i utlandet Källa: Riksbanken 2006

2.4 Vilka sektorer investerar utomlands?

Sektorerna i figur 3 är de största sektorerna avseende de svenska direktinvesteringarna. Tillsammans täcker de inte alla investeringar, varför summan av andelarna inte blir 100 för varje år. Tillverkningsindustrin minskade relativt under 2002, men har tagit igen detta sedan dess. Sektorn drabbades hårdast av nedgången i början av 2000-talet. Samma år hade samfärdsel, post och telekom en rejäl ökning, även i absoluta termer. Inom tillverkningsindustrin finns dock stora skillnader. Kategorierna *kemi- och petroleumprodukter, gummi- och plastvaror* samt *livsmedel* har ökat sina investeringar. *Verkstadsvarutillverkning* har haft en motsatt utveckling.



Figur 3. Andel av investeringar per sektor, i procent. Källa: Riksbanken, 2006.

3. Teoriöversikt

Det finns ett antal teorier som behandlar investeringar, anledningar till dessa och val av geografisk lokalisering. Inom nationalekonomin har på senare år de nyare handelsteorierna samt ekonomisk geografi kommit att bättre kunna förklara dessa val och beslut. Inom företagsekonomin har detta under en längre tid varit ämne för närmare undersökning. Nedan presenteras de nationalekonomiska teorierna samt en kortare genomgång av den mest erkända företagsekonomiska teorin på området.

3.1 Den nya handelsteorin samt ekonomiska geografin

Det finns inte *en* ny handelsteori, lanserad i ett färdigt paket. Istället finns det ett flertal olika mindre pusselbitar, som tillsammans bildar det som i litteraturen kallas den nya handelsteorin. Då alla pusselbitar inom den nya handelsteorin och den ekonomiska geografin *samspekar* i en cirkulär process uppstår koncentration av produktion såsom förutspådd av de ovan nämnda teorierna.

I den klassiska teorin, representerad av bland annat Heckshner-Ohlin, anses skillnader i produktionsstruktur, som i sin tur ger upphov till handel, finnas i underliggande skillnader i landskaraktäristik; geografi, naturtillgångar och politiska regimer. Det antas vara perfekt konkurrens, konstanta skalfördelar och inga handelskostnader. I en sådan modell specialiserar sig ett land eller en region enligt sina komparativa fördelar, och ekonomisk aktivitet blir jämt utspridd över världen. (Ottaviano och Puga, 1997, s. 3)

Den klassiska teorin kan dock inte förklara den ökande omfattningen av intra-industriell handel som ägt rum de senaste årtiondena. Detta, samt det faktum att en stor del av produktionen karaktäriseras av tilltagande snarare än konstant skalavkastning och att handelskostnader och transportkostnader i realiteten är positiva, gjorde att ekonomer började söka efter andra modeller än de klassiska. Även förståelsen för externa skalfördelar samt imperfekt konkurrens ökar insikten i företags val av lokalisering.

De nya handelsteorierna tillsammans med ekonomisk geografi bidrar till förståelse för de kluster av ekonomisk aktivitet som finns i vissa delar av världen. Den grundläggande skillnaden mellan den äldre och den nyare handelsteorin är synen på komparativa fördelar. Den nyare teorin har en vidare definition av begreppet komparativ fördel, och därmed blir fördelarna endogena. Den äldre teorin ser dem som exogena. Vad den nya teorin inkorporerar i begreppet komparativ fördel, till skillnad från den äldre teorin, är tilltagande skalvkastning, differentierade produkter, externa stordriftsfördelar samt storlek på marknad. Det är dessa aspekter som gör de komparativa fördelarna exogena snarare än endogena.

3.1.1 Vad förutspår den nya handelsteorin och den ekonomiska geografin beträffande lokalisering av produktion?

Teorierna säger att industrier där produktionen karaktäriseras av skalfördelar tenderar att koncentreras geografiskt. Detsamma gäller för produktion som använder en hög andel av insatsvaror i produktionen. Dessa två produktionskaraktäristiker leder till koncentration och agglomeration i närheten av stora marknader, en effekt som även kallas *home market effect*. Även höga handels- och transportkostnader leder till koncentration. (Amiti, 1998, s 45, 52). I den andra ändan leder lägre tullar och transportkostnader till dispersion av aktiviteter.

3.1.2 Interna skalfördelar

Den grundläggande aspekten i den nya handelsteorin är tilltagande skalavkastning på företagsnivå. Tilltagande skalavkastning är den viktigaste ingrediensen, som i kombination med andra aspekter, exempelvis transportkostnader, skapar grunden för denna teori.

Förekomsten av tilltagande skalavkastning innebär att prisbeteendet är inkonsistent med inga vinster och därmed perfekt konkurrens. Det finns ett flertal teorier om hur företag agerar under imperfekt konkurrens. Då företagen producerar under tilltagande skalavkastning har de ekonomiska incitament att lokalisera sin produktion till ett fåtal platser. Denna aspekt påverkar hur företagen väljer geografisk plats för sina investeringar. En redan befintlig produktion kan innebära att företaget väljer att investera i samma anläggning, istället för att starta upp någon ny. (Helpman och Krugman, 1985, kap. 2)

3.1.3 Differentierade produkter och Love of Variety

Vissa modeller för imperfekt konkurrens innehåller också differentierade produkter. Med detta menas att företagen har möjlighet att särskilja sina produkter, så att de inte är perfekta substitut för ett annat företags produkter. Alla företag agerar således som monopolister, med neråtlutande efterfrågekurva. (Helpman och Krugman, 1985, kap 2) Detta är nära besläktat med tilltagande skalavkastning, och påverkar företags agerande beträffande direktinvesteringar på samma sätt.

3.1.4 Transportkostnader

Krugman och Venables (1995 s. 857-880) har utvecklat en modell där de tittar på transportkostnader (handelskostnader) och dess betydelse för välfärd i två regioner. Denna modell kan också användas för att titta på transportkostnader och deras betydelse för företagets val av lokalisering. I modellen antas arbetskraften vara orörlig mellan länderna och används därför för att förklara internationella skillnader snarare än regionala skillnader.

I modellen finns två länder, Nord och Syd, som båda producerar två typer av varor; jordbruksprodukter och tillverkningsprodukter. De sistnämnda antas produceras under tilltagande skalavkastning. Inget land har någon komparativ fördel i någon produktion och det produceras differentierade produkter. Vi antar initialt att transportkostnaderna mellan de två länderna är höga. I denna situation kommer de två länderna att vara självförsörjande av de båda produkterna. Det förändras då transportkostnaderna gradvis minskar. Handel uppstår och för tillverkningsprodukterna blir det intra-industriell handel. Fördelarna med att koncentrera produktionen blir större än nackdelarna. Dessa fördelar är närheten till producenter och konsumenter av insatsvaror (backward – och forward länkeffekter, se nedan), närhet till stor marknad (se nedan) samt tilltagande skalfördelar i produktion. Nackdelarna är den ökade konkurrens som uppstår på såväl insats- som konsumentmarknad, samt de högre löner som uppstår i den koncentrerade marknaden. Om fördelarna överväger nackdelarna uppstår koncentration av tillverkningen i något av länderna. Vilket land är oklart, och antas bero på historiska aspekter. Anta nu att transportkostnaderna fortsätter att minska. Det innebär att behovet av att vara nära producenter, konsumenter samt stor marknad minskar. Fördelen med tilltagande skalavkastning kommer alltid att finnas där. Detta vägs nu återigen mot nackdelen av närhet till konkurrenter. Vid en viss punkt kommer transportkostnaderna att vara tillräckligt låga för att den enskilde producenten ska finna det lönsamt att lokalisera sig utanför den tidigare koncentrerade marknaden. Nackdelarna med koncentration överstiger

numer fördelarna. Transportkostnader påverkar således företags val av lokalisering i allra högsta grad och för- eller nackdelar med transportkostnader jämförs med för- och nackdelar med närhet till konkurrenter.

3.1.5 Tillgång till och storlek på marknad

Då transportkostnader är höga väljer således företagen att lokalisera sig i närheten av en för deras produkt stor marknad. Tilltagande skalfördelar skapar incitament att endast välja en produktionsplats. Det skapar en så kallad *home market effect*, då ett land producerar och exporterar proportionellt mer än av vad som efterfrågas av de inhemska konsumenterna. Efterfrågeskillnader skapar således skillnader i produktion. Detta har studerats av Krugman och Venables. I modellen finns två länder, en med tillgång till en större marknad än det andra. Vid höga transportkostnader är varje lands produktion av tillverkningsprodukter proportionell mot landets storlek. Vid lägre transportkostnader får det större landet en större än proportionell andel av tillverkningsindustrin, vilket alltså beror på det större landets bättre tillgång till en större marknad. (Amiti, M. 1998 samt Ottaviano, G., Puga, D.1997) Vid ekonomisk integration ersätts den lilla nationella markanden av den större internationella. Större marknader innebär ökad konkurrens, vilket i sin tur påverkar strukturen och lokaliseringen av företag. (Braunerhjelm et al, 2000, s. 20)

3.1.6 Externa skalfördelar och externaliteter

Även då skalavkastningen är konstant på företagsnivå, kan den vara tilltagande utanför företaget. I princip kan externa effekter, eller så kallade externaliteter, uppstå som effekt av alla slags ekonomiska aktiviteter. Traditionellt anses externa effekter ske på antingen nationell nivå eller på industrinivå. Så behöver fallet dock inte vara i verkligheten; svensk bilproduktion beror inte bara på den svenska bilindustrin, utan även på den internationella. Externa skalfördelar är svåra att modellera, och även om de kan ge viss klarhet i ett problem ska de användas med försiktighet.

Alfred Marshall ger exempel på två aspekter som båda kan anses vara en extern stordriftsfördel eller externalitet. Dels en pool av arbetstagare och arbetsgivare på en samlad plats, dels teknologisk *spill-over* effekt, som båda blir resultatet av att lokalisera sig i närheten av konkurrenter. (Krugman, 1991, s. 40-41.)

Externa skalfördelar och externaliteter innebär att en handling av ett företag har direkt påverkan på ett annat företag. Om en sådan externalitet skulle transformeras lika till alla industrier och företag eller lika till en speciell industri över hela världen, då skulle de komparativa fördelarna som uppstår av denna externalitet försvinna, eller snarare aldrig uppstå. Vanligtvis är dock externaliteter begränsade på både geografisk- och sektorsnivå. Då så är fallet skapar de en komparativ fördel för den geografiska platsen eller sektorn. Detta skapar incitament för företag att lokalisera sig inom det geografiska område som erbjuder externa skalfördelar. Fördelar kan komma från den geografiska platsen i sig själv, exempelvis närhet till naturresurser eller hamnar. De kan också vara en produkt av mänsklig och ekonomisk aktivitet, exempelvis en geografiskt koncentrerad arbetsmarknad. Den komparativa fördelen är nu endogen, såsom beskrivet i inledningen av detta kapitel. Externaliteter kan vara antingen av teknologiskt slag eller pekunjärt. Den förstnämnda innebär att ett företags agerande påverkar andra företag direkt, utan inblandning av marknaden. Med det sistnämnda menas att effekten går via marknaden. Merparten av teknologiska externaliteter är kunskapsspillovers av olika slag. Mer om detta nedan. (Venables, 2001 s, 15)

En geografiskt koncentrerad arbetsmarknad utgör en externalitet och behandlar arbetstagare och arbetsgivare. Det är en pekunjär externalitet som beror på riskreducering tack vare en större arbetsmarknad, till gagn för både arbetstagare och arbetsgivare. Arbetsgivarna lokaliseras där de lätt kan hitta ett kompetent urval av arbetare med de yrkeskunskaper som företaget behöver. På samma sätt söker sig arbetstagarna till de platser där det finns många arbetsgivare som är intresserade av deras yrkeskunnande. (Krugman, 1991, s. 40) Närheten och existensen av en stor mängd potentiella arbetstagare minskar risken för temporära vakanser inom företaget, samtidigt som kostnaden av att bli arbetslös minskar då det finns ett större utbud av möjliga arbetsgivare. Marshall identifierar också ett antal övriga villkor, exempelvis bättre specialisering av insatsvaror och större variation på arbetstagare, som även de talar för lokalisering på en speciell plats. (David och Rosenbloom, 1990 s. 352,)

En annan extern effekt, även den studerad av Marshall, är teknologisk kunskapsspridning. Den påverkar företags val av lokalisering och är den faktorn som flertalet ekonomer anser vara viktigast, nämligen de flöden av kunskap som uppstår mellan närbelägna företag. Det kan ta sig uttryck i R&D spillover, teknikkunskande eller *learning by doing*. Detta fenomen är dock svårt att modellera i nationalekonomiska modeller, då det är svårt att observera och kvantifiera, vilket är en anledning till varför Krugman ger detta fenomen relativt låg relevans

vid ett företags lokaliseringsval (Krugman, 1991, s. 55). I flertalet modeller som behandlar denna form av Externalitet kvarstår just externaliteten som en svart låda, och modellen förklarar snarare effekter av externaliteten än hur den uppkommer och påverkar dess omgivning. (Venables, 2001, s. 15)

3.1.7 Länkeffekter

Marshall konstaterade även att geografisk närhet ger upphov till länkeffekter mellan producenter av insatsvaror och producenter av slutprodukt. (Geografi och Handel, Krugman, s. 51, 1991) Detta fenomen uppmärksammades inom utvecklingsekonomi redan på 1950-talet av Hirschman och Myrdal. Hirschman kallade dessa effekter *backward- och forward linkages*. På svenska torde det bli bakåt- och framåtlänkar. Andra termer som används inom litteraturen är *upstream- och downstream firms*, där *upstream firm* innebär producent av insatsvara och *downstream firm* är konsument av insatsvara och producent av konsumentvaror. På senare år har även handelsekonomer iakttagit att dessa länkeffekter har betydelse för lokalisering av produktion. Detta sedan modeller för imperfekt konkurrens blivit användbara inom handelsteori, ett krav för att dessa länkeffekter ska ha betydelse för lokalisering av produktion. Modellen med länkeffekter utgår nämligen från att producenter initialt är geografiskt koncentrerade där marknaden är som störst, något som beror på och förklaras av tilltagande skalavkastning på företagsnivå och därmed imperfekt konkurrens (Fujita, Krugman och Venables, 1999 s. 5).

Ökad aktivitet hos *downstream firms*, på grund av tilltagande skalavkastning, närhet till stor marknad och transportkostnader, ökar efterfrågan på lokala *upstream firms*, vilket höjer deras vinster och lockar fler in på marknaden. Fler företag inom *upstream* ökar konkurrensen, utbudet och variationen inom marknaden. Detta är framåtlänken. Den ökade efterfrågan på lokala *upstream firms* är bakåtlänken, och det är kombinationen av dessa två länkar som kan ge upphov till en kumulativ process; expansion hos *downstream firms* ökar efterfrågan för *upstream firms* vilket leder till förbättrat utbud genom bättre kvalitet eller lägre pris på dessa varor, vilket i sin tur leder till ökad aktivitet hos *downstream firms*. (Venables, 2001, s. 16) För att resonemanget ovan skall fungera måste det röra sig om tilltagande skalavkastning. För att en downstream-industri ska generera en bakåtlänk till en *upstream*-industri måste den ökade outputen i *downstream*-industrin, och därmed efterfrågan på *upstream*-industrins produkter, även öka effektiviteten i deras produktion. Detsamma gäller för framåtlänk, *downstream*-industrin nyttjar en framåtlänk endast om en ökad output i *upstream* förmår

downstream-industrin att producera mer effektivt. Detta skapar agglomeration av aktiviteter, där en aktivitet föder en annan och så vidare.

3.1.8 Sammanfattning

Enligt den nya handelsteorin och den ekonomiska geografin finns det ett antal olika aspekter som är av vikt för företagen vid val av lokalisering. De är tilltagande skalfördelar, som är en nödvändighet för teorin, transport- och handelskostnader, där mycket höga eller mycket låga kostnader bidrar till att sprida produktionen geografiskt, tillgång till stor marknad, som drar oproportionerligt stor andel produktion, länkeffekter som bidrar till agglomeration av aktiviteter, samt externa skalfördelar och externaliteter. Lokalisering beror på de två fenomenen agglomeration och dispersion, som arbetar mot varandra. Å ena sidan finns det vinster att göra genom agglomeration. Närhet till konsumenter, producenter och konkurrenter kan ge positiva externa effekter. Å andra sidan finns det andra vinster att hämta vid dispersion, exempelvis lägre löne- och markkostnader samt starkare monopolställning på marknaden. Både agglomeration och dispersion är begränsade till den egna marknaden. Om handelshinder är höga och arbetskraftsmobiliteten är låg måste all produktion ske överallt. I en sådan situation sker ingen agglomeration eller dispersion. Istället är det rörligheten på produktionsfaktorer och handel som ger upphov till de två respektive fenomenen.

3.2. Det enskilda företags perspektiv

Det talas inom företagsekonomin ofta om tre grundläggande olika anledningar till att genomföra utländska direktinvesteringar. Den första är att få bättre tillgång till naturtillgångar. Den andra är att komma värdlandets marknader närmare, vilket kallas horisontell investering, eftersom det vanligtvis innebär att dubblera en del av produktionsprocessen som redan opererar någon annanstans. Den tredje orsaken är att utnyttja skillnader i faktorpriser, exempelvis att flytta arbetsintensiv produktion till områden där arbetskraften är billigare. Detta kallas vertikal investering, eftersom det i regel innebär att bryta upp en vertikal produktionsstruktur.

Att genomföra en horisontell investering innebär ofta ett val mellan att erbjuda marknaden importprodukter, i allmänhet till högre marginalkostnader och lägre fasta kostnader, eller lokalt producerade varor, vilket ofta innebär lägre marginalkostnader, men högre fasta kostnader. Detta gör att horisontella investeringar ofta uppstår där handels- eller transportkostnaderna är höga, eller där den lokala marknaden är stor, vilket kan sänka de fasta

kostnaderna. För vertikala investeringar står valet mellan andra faktorer. Den billigare faktortillgången står i kontrast med de högre kostnader det medför att producera på annan plats, transportkostnader med mera. Därför kan man förvänta sig denna typ av investering på platser som har goda transportförbindelser med övriga världen. (Venables, 2001, s. 10-11)

3.2.1 OLI-ramverket

Den mest tillämpade teorin för utländska direktinvetsringar är det så kallade OLI-ramverket, utarbetat på 1970-talet av John Dunning. Det förklarar olika motiv för företag att genomföra direktinvesteringar i utlandet. OLI står för *Ownership-specific advantages*, *Location-specific advantages* samt *Internalisation*. Det är på någon, eller några, av dessa grunder som företagen baserar sina beslut, och förändringar i ett företags utländska aktiviteter beror på förändringar i dess OLI-ramverk. Synen på OLI har dock förändrats något de senaste åren. OLI anses numer snarare vara en förutsättning för att utländska direktinvesteringar skall genomföras, inte ett motiv i sig självt. För att utländska direktinvesteringar ska ske, måste de även, utöver att OLI är uppfyllt, vara i linje med företagets långsiktiga strategi. (Ekström, 1998, s. 43) Mer om företagets långsiktiga strategier finns i 3.2.2.

Ownership-specific advantages

Huruvida ett företag kan och vill förlägga produktion utomlands beror på deras innehav eller möjlighet att skaffa ägarskapsfördelar gentemot de lokala företagen och företag i annan ägo på den marknaden där de planerar att agera.

Location-specific advantages

Dessa är ett antal faktorer som förespråkar en geografisk plats framför en annan som i slutändan resulterar i att företagen väljer just den platsen. Dessa fördelar kommer från många olika faktorer i platsens karaktäristik; ekonomiska, politiska, kulturella och andra faktorer som påverkar lönsamheten på den specifika platsen.

Internalisation advantages

Internaliseringsfördelar uppstår då det finns vinster att göra av att O- fördelarna blir större då de transporteras mellan länder inom samma företag istället för att de blir köpta eller sålda externt. O- och I-fördelar är således också starkt sammankopplade (Dunning, 1992, s. 81).

3.2.2 Strategiska motiv för utländska direktinvesteringar

För att ett företag ska finna det rationellt att utföra utländska direktinvesteringar räcker det som sagt inte med att enbart OLI-ramverket är uppfyllt. Investeringen måste finna sin plats i företagets långsiktiga strategiplan. (Ekström, 1998, s. 90) Fem olika strategier har identifierats och investeringen kan vanligtvis sorteras under någon av dem.

Marknadssökande strategi

Den marknadssökande strategin söker tjäna lokala eller regionala marknader med sina produkter som i dagsläget tjänas av import, lokala eller regionala företag. Det är flera faktorer som leder till att tjäna en marknad via import, exempelvis marknadsstorlek och dito tillväxt samt höga transportkostnader. På senare år har även behov av närhet till konsumenterna blivit allt viktigare. Detta är en effekt av att produktionen går från massproduktion till mer skräddarsydda produkter som anpassas allt mer i detalj efter de lokala konsumenternas vilja och preferenser. Marknadssökande investeringar motiveras av en önskan att dra fördel av deras O-fördelar, eller att etablera nya sådana.

Resurssökande strategi

Investeringar utifrån en resurssökande strategi görs för att dra nytta av ett lands komparativa fördelar. Det kan vara närhet och tillgång till naturresurser, bättre lagstiftning eller billigare arbetskraft. De genomförs ofta för att minimera kostnader eller säkerställa en god tillgång på insatsvaror. Sådana investeringar är ofta exportorienterade, och mindre beroende av ett speciellt land. Denna typ av investeringar minskar i betydelse, även om många företag fortfarande anser att de är en betydande faktor vid direktinvestering. De syftar ofta till att internalisera L-fördelar i företaget.

Kunskapssökande strategi

Den kunskapssökande strategin används för att behålla eller utveckla specifik kunskap för att förbättra företagets konkurrenskraft på vissa produkt- eller geografiska marknader. Dessa syftar snarare till att skapa nya O-fördelar, än till att utnyttja befintliga sådana.

Effektivitetssökande strategi

Den effektivitetssökande strategin syftar till att omorganisera och effektivisera strukturen av redan etablerade produktionskedjor på ett sådant sätt att företaget kan vinna på att de olika produktionsenheterna har samma styre, trots att de ligger på olika platser. Företagen söker att så ekonomiskt som möjligt tjäna en standardiserad marknad bestående av olika länder. De främsta vinsterna kommer från tilltagande skalfördelar, som i sin tur kommer från geografisk- och produktkoncentration och från processtandardisering. Denna strategi är starkt kopplad till I-fördelar.

Riskreducerande strategi

Företagens motiv med denna strategi är främst att minimera riskerna. Det kan vara att minska de negativa effekterna av makroekonomiska förändringar eller agerande från myndigheter och konkurrenter. Företag kan genom att vara större och befinna sig på olika platser reducera dessa risker, och kan även lättare lägga om produktionen. Även fluktuationer i efterfråga och/eller utbud ger mindre negativa effekter om inte hela företagens marknad drabbas. Företagen söker helt enkelt att sprida riskerna. Denna strategi hänger ofta samman med I- och O-fördelar.

4. Kvalitativ undersökning - enkät

Syftet med detta kapitel är att redogöra för strukturen och metoden kring den empiriska undersökningen.

4.1 Tillvägagångssätt

Jag valde att göra en enkät som skickades till respondenterna med e-post. Denna metod valdes framför att genomföra personliga intervjuer med företagen. Det berodde på att frågorna för företagen att besvara var av rättfram karaktär, där de olika anledningarna till lokaliseringsval endast graderas, utan följdfrågor eller några djupare frågeställningar. Det var inte nödvändigt med följdfrågor för att få fram det väsentligaste i svaren. Enkätmetoden valdes mot bakgrund av att detta tillvägagångssätt är mer tidseffektivt än att genomföra intervjuer och det innebär heller inte förlust av information. Dessutom var enkätmetoden redan beprövad i detta sammanhang. Braunerhjelm (2001) använde sig av den i en liknande undersökning.

4.2 Urval av företag och investeringar

Jag har valt de enligt ITPS (2005) 20 största svenska tillverkningsföretagen med produktion utomlands. Storleken definieras här utifrån antalet anställda utomlands. Med tillverkningsindustri menas SNI 15-37. Att jag valde tillverkningsindustrin beror på att den nya handelsteorin bygger på just tillverknings- och produktionsföretag. Undersökningen gäller svenska utländska direktinvesteringar, enligt den officiella definitionen av direktinvestering presenterad av Riksbanken; *Direktinvesteringar innebär här att företaget äger 10 procent eller mer av aktierna/andelarna eller röstvärdet i en verksamhet belägen i ett annat land. En direktinvestering kan ske genom nybildning, förvärv av ett befintligt företag eller följdinvestering.* Endast direktinvesteringar inom tillverkningsindustrin och SNI 15-37 är föremål för denna undersökning.

Jag valde att låta företagen svara för investeringar gjorda under perioden 2000-2005. En tidsperiod på fem år valdes för att minimera risken att företagen inte gjort några investeringar under undersökningsperioden. Mot detta vägdes också nackdelen att en lång tidsperiod ökar risken för att respondenterna glömmet eller gör efterkonstruktioner. (Ekström, 1998, s. 111) Tidsperioden på 5 år är relativt lång i sammanhanget, och detta medför risk för att svaren förvanskats. Andra liknande undersökningar, exempelvis Ekström (1998), använder sig av en kortare tidsperiod. Att beakta är att under tidsperioden 2000-2005 skedde attackerna mot

World Trade Center år 2001. Samma år störtök den växande internationella investeringstrenden störtök, i Sverige såväl som internationellt. Detta kan tänkas ha påverkat resultatet i undersökningen.

4.3 Utformning av enkät

Målet var att göra enkäten så användarvänlig och lättförstådd som möjligt. Eftersom syftet med undersökningen är att ta reda på hur viktiga anledningar till lokaliseringsval är, var det naturligt att använda skalfrågor. Jag har vid utformning av frågorna valt att använda tre svarsalternativ. Denna metod, att lämna ett "mitten"- eller "lagomalternativ", är omtvistad. Fördelen med ett ojämnt antal alternativ är att respondenten inte tvingas till något svar. Nackdelen är att det föreligger risk för att respondenten av lättja väljer mittenalternativet. Det är dock denna metod som är den vanligaste metoden vid olika typer av enkäter (Trost, 2001, s. 74). Med ett ojämnt antal svarsalternativ undviker jag även att ha olika antal negativa och positiva svarsalternativ, mot bakgrund av att jag har ett mittenalternativ. Att ha olika antal positiva och negativa svarsalternativ ökar risken för att det svar (positivt eller negativt) vars alternativ är flest får flest svar. Ordningen av svarsalternativen kan också ha betydelse. Man kan här välja mellan att låta det först nämnda alternativet representera det positiva, eller mest frekventa, alternativet, eller tvärtom. Det alternativ som presenteras först kan i vissa fall uppfattas som "rätt" svar (Trost, 2001, 75). Denna aspekt är dock troligtvis av mindre vikt i denna undersökning, då frågorna inte är av någon känslig karaktär, och inte heller handlar om respondenten personligen. Jag har i denna undersökning valt att låta alternativet *inte alls viktigt* representeras av siffran 1 och presenteras därmed först. Öppna frågor, vilket den sista frågan i undersökningen är, brukar vanligtvis inte rekommenderas på grund av det kan vara svårt att analysera svaren, som ofta bara består av stickord utan en sammanhängande tanke eller text. Dessutom är svarsbortfallet ofta är högt på öppna frågor. Däremot är det lämpligt att i slutet av en enkät ha med en öppen fråga, där respondenten har möjlighet att kravlöst tillägga något, som inte täckts av de övriga frågorna (Trost, 2001, s.72). Antalet frågor minimerades till 10 stycken av typografiska och psykologiska skäl. Enkäten skulle inte verka avskräckande på respondenterna vid en första anblick. Med enkäten bifogades ett följebrev där det redogjordes för syftet med undersökningen, vilka företag som mottagit enkäten, samt förklaring av frågor och skala.

4.4 Respondenterna och datainsamling

Den första kontakten med företagen togs per telefon, med informations- eller ekonomiansvarig, beroende på företagets storlek. Jag blev då informerad om vem på företaget som var bäst lämpad att besvara mina frågor. Denna information fick jag således av företagen själva, vilket innebär att företagen indirekt medverkade i urvalsmetoden. Alternativet var att gå högre upp i företagets organisation på en gång. Risken med detta val var att respondenten i fråga är för upptagen och inte har tid att svara på frågor samt att det inte är säkert att den personen har bäst kunskap i frågan. Genom att låta företagen medverka vid detta beslut minimerade jag denna risk, samtidigt som möjligheten att låta den högst ansvarige besvara frågorna fanns kvar. Nackdelen med denna metod är att jag inte kan kontrollera att respondenterna hade tillräcklig kunskap för att besvara frågorna. (Ekström, 1998, s. 110) Denna risk ansåg jag dock ändå inte vara tillräckligt stor för att jag skulle välja det andra alternativet, att direkt vända mig högre upp i hierarkin.

4.5 Utfall av undersökningen

20 företag mottog enkäten via e-mail. Jag hade då först via telefonsamtal med respektive företag fått uppgift om till vem enkäten skulle skickas. 5 av dessa företag inkom med svar. Ytterligare 10 meddelade att de inte kunde besvara enkäten, ofta på grund av sådan policy eller tidsbrist. De resterande 5 företagen svarade inte alls. Tre av de medverkande företagen svarade för en direktinvestering, ett företag svarade för två investeringar och ett företag svarade för tre investeringar. Totalt behandlar svaren således åtta investeringar. Två företag valde att lämna generella svar, utan koppling till någon specifik direktinvestering. Dessa två svar har i den kvalitativa undersökningen behandlats på samma sätt som de övriga svaren. Av de övriga 6 investeringarna finns tre av dem inom EU-15. En av dem finns nu inom EU-25, men befann sig utanför EU då investeringen gjordes. En investering finns i Nordamerika, och ytterligare en i ett asiatiskt låglöneland. Av de namngivna investeringarna är alla utom två gjorda inom tidsperioden 2000-2005. En av investeringarna är gjord åren 1995-2000, och en annan är gjord år 2006.

4.6 Bortfallsanalys

Enkäten skickades ut till totalt 20 företag. 5 av dessa har svarat på enkäten och totalt behandlar svaren 8 olika direktinvesteringar. Bortfallsfrekvensen är således 75%. Det är en hög bortfallsfrekvens, och den befinner sig på gränsen för vad som är acceptabelt. (Troost, 2001, s. 125) Även om endast 5 företag svarat, har jag information om 8 direktinvesteringar.

Svarsfrekvensen är dessutom av mindre betydelse i denna undersökning. Undersökningen syftar inte till att undersöka just de 20 största svenska företagen, utan snarare till att ge en generell bild av hur företag värderar olika determinanter för val av lokalisering vid en investering. En hög svarsfrekvens är viktig för att få en representativ bild av verkligheten. Detta kan justeras med hjälp av en bortfallsanalys, där fundamentala skillnader mellan företagen i populationen uppmärksammas. Vid analys av de företag som har svarat på enkäten respektive de som inte har gjort det, kan man urskilja vissa tendenser. De företag som har svarat har mindre omsättning än de som inte har gjort det, se tabell över medelomsättning. Undantaget från detta finns Scania, som har en omsättning på drygt 60 MSEK. Detta faktum måste tas i beaktande vid tolkning av resultatet, som alltså inte automatiskt kan överföras till hela populationen.

Figur 4. Bortfallsanalys,
medelomsättning
i MSEK

Medelomsättning svarat	20131,18
Medelomsättning hela populationen	39202,725
Medelomsättning ej svarat	45559,90667

Källa: Företagens årsredovisningar för 2005

5. Resultat av enkätundersökning

I figur 5 nedan finns de totala värdena för varje anledning. Ett maxvärde, det vill säga att anledningen fått betyg tre av alla företag, ger ett totalt värde på 24. Likaså ger ett minimivärde, det vill säga att varje anledning fått betyg ett i varje undersökning, ett totalt värde på 8.

Anledningarna som frågas efter i enkäten är följande:

1. Tullar och andra handelshinder
2. Transportkostnader
3. Närhet till marknad för av X producerade insatsvaror
4. Närhet till produktion av insatsvaror som X använder i egen produktion
5. Storlek på närmsta konsumentmarknad
6. Storlek på närmsta marknad för av X producerade insatsvaror
7. Storlek på produktion av insatsvaror som X använder i egen produktion
8. Bättre utnyttjande av skalfördelar i produktionen
9. Lägre lönekostnader

Som synes har anledning nummer tre, *närhet till marknad för av X producerade insatsvaror* fått högst totalt värde. Även nummer sex, *storlek på närmsta marknad för av X producerade insatsvaror*. Anledning nummer fyra samt nummer sju, *närhet till produktion av insatsvaror som X använder i egen produktion*, respektive *storlek på produktion av insatsvaror som X använder i egen produktion*, har fått lägst totalt värde. Dessa två anledningar har således ansetts vara minst viktiga.

Figur 5. Resultattabell

Anledning	SCA	Borås Wäfveri Estland 1995	Cardo Finland 2000	Cardo Spanien 2006	Cardo Kina 2001	Scania Holland 2004	Scania USA 2005	Trelleborg	Totalt värde
1	1	3	1	1	2	1	1	1	11
2	2	2	1	3	2	1	1	2	14
3	3	3	1	3	3	1	1	3	18
4	1	1	1	1	1	1	1	2	9
5	3	2	1	2	2	1	1	-	12
6	3	2	1	3	3	1	1	3	17
7	1	1	1	1	1	1	1	2	9
8	3	2	1	2	1	3	1	3	16
9	2	3	1	1	2	1	1	3	14

Vissa investeringar har inte alls berott på de anledningar som behandlas i denna uppsats. En del företag har även lämnat svar vid den öppna frågan. Bland dessa svar finns politisk stabilitet i regionen (2 stycken), skattelagstiftning, samt affärsstrategiska beslut.

SCA, som valde att lämna ett generellt svar istället för ett specifikt, har rankat många anledningar högt (nummer 3, 5, 6, och 8). *Framåtlänkar, storlek på såväl konsument- som producentmarknad, externa effekter samt interna skalfördelar* är således av vikt. Anledningarna nummer 1, 4 och 7 har värderats lågt, det vill säga *tullar* och andra *handelshinder, bakåtlänkar* samt *externa effekter* vid produktion av insatsvaror.

Även Borås Wäfveri, som investerade i Estland före landets tillträde i EU (1995-2000) har värderat relativt många anledningar högt. *Tullar och andra handelshinder, framåtlänkar* samt *lönekostnader* har varit viktiga vid deras investering i Estland. Av mindre betydelse var *bakåtlänkar* samt *externaliteter* vid produktion av insatsvaror. Borås Wäfveri nämnde även politisk stabilitet i regionen samt skattelagstiftning som bakomliggande skäl för deras val av Estland som plats för investering.

Vid Cardos investering i Finland har alla anledningar värderats lågt. Denna investering gjordes främst av företagsekonomiska skäl, genom att bredda sitt sortiment. Det ser annorlunda ut vid deras investeringar i Spanien och Kina. Vid den spanska investeringen värderades *transportkostnader, framåtlänkar* samt *externa effekter* högst. *Tullar, bakåtlänkar, externa effekter* för insatsvaror samt *lönekostnader* spelade mindre roll. Cardos investering i Kina gjordes med liknande motiv. *Framåtlänkar* samt *närhet till stor marknad* var av betydelse för investeringen. *Bakåtlänkar, externa effekter* för insatsvaror samt *lönekostnader* var av mindre betydelse.

Scanias investering i Holland berodde endast på en av anledningarna som är föremål för denna uppsats, nämligen bättre utnyttjande av *skalfördelar* i produktion, som var mycket viktigt. Även här nämns företagsekonomiska skäl, att internalisera tidigare köpta tjänster och produkter i företaget. Vid investeringen i USA var inte någon av anledningarna viktig, däremot ett ”världsledande knowhow”, vilket kan tolkas som positiva *externaliteter*.

Trelleborg lämnade även de ett generellt svar. Trelleborg uppgav att *framåtlänkar, storlek på närmsta marknad* för insatsvaror, *skalfördelar* och *lönekostnader* var viktiga vid val av lokalisering. Tullar var inte alls viktigt. Även Trelleborg nämner politisk stabilitet i regionen som en viktig aspekt.

6. Kvantitativ data

Som bakgrund till enkätresultaten presenteras nedan världlandskaraktäristik samt mått på agglomeration för de olika världländerna. Dessa data kommer i analysen att jämföras med resultaten från den kvalitativa undersökningen.

6.1 Världlandskaraktäristik

De i undersökningen aktuella världländerna skiljer sig åt sinsemellan vad gäller vissa nyckelindikatorer. Nedan redovisas BNP, tillväxt och köpkraft i de aktuella världländerna vid aktuell tidpunkt. BNP brukar traditionellt sätt ofta användas som ett mätinstrument på marknadens storlek, men vad gäller faktorer som påverkar utländska direktinvesteringar har BNP per capita visat sig vara starkt positivt korrelerad med ingående investeringar (Chakrabarti, 2001). Köpkraften tar hänsyn till prisnivån i landet och därmed befolkningens möjlighet till konsumtion. Dessa data kan visa sig vara intressant vid tolkning och analys av resultatet. En stor marknad i det aktuella landet i kombination med ett lågt intresse för denna vid investeringsbeslutet, ger mindre stöd för teorin att stora marknader är av betydelse. Tillväxten kan användas som en indikator på hur landet förväntas utvecklas ekonomiskt,. En empirisk undersökning visar att hög tillväxttakt har positiv inverkan på inflödet av utländska direktinvesteringar. (Billington, 1999) En god tillväxt kan innebära ökade offentliga utgifter, exempelvis på infrastruktur och rättsväsende, men det kan också betyda högre löner och inflation.

Figur 6. Världlandskaraktäristik

Land	År	BNP	BNP/capita	Tillväxt i %	PPP
Estland	1995	3868	3017	4,3	
Finland	2000	164942	23163	5,5	0,9797
Spanien	*2004	774279	24386	3,1	0,758
Kina	2001	1094681	933	7,5	
Holland	2004	402649	35683	1,4	0,91
USA	**2004	8785218	39650	4,2	1

Källa: UNSTATS och Source
OECD

BNP i US\$ vid konstanta priser 1990

Purchasing power parities för BNP - nationell valuta per US\$

* Investering gjord år 2006

** Investering gjord år 2005

6.2 Agglomerationsnivå

Måtten på agglomeration bygger på att investeringen i respektive land är gjord i den sektor där företaget i fråga har sin huvudverksamhet. I detta fall innebär det att Cardos investeringar ligger under sektorerna *maskiner och utrustning* samt *samling, rening och distribution av vatten* (förkortas (SRDV) medan Scania sorterar under sektorn *bilar och lastbilar*. Noteras bör att dessa klassifikationer inte är helt tillförlitliga, då närmare uppgift om de specifika investeringarna saknas. Statistik har dessutom bara hittats på tvåsiffrig nivå, vilket minskar tillförlitligheten. De två företag som lämnade generella svar kan inte tas i beaktande vid denna undersökning, inte heller den investering som gjordes i Estland, då det inte går att ta fram så pass detaljerad data för landet från den aktuella tidpunkten. Information om lön fanns däremot att finna om Estland, och investeringen i Estland sorterar då under *textilier*.

6.2.1 Metod

Mått på nivå av agglomeration består av andel av befolkningen som arbetar inom respektive sektor. Även den totala arbetskraften inom respektive sektor samt lönenivån i respektive sektor presenteras. Lönen tenderar att gå upp då agglomerationen ökar. För att minska risken för att andelen som arbetar inom respektive sektor påverkas av storleken på landet, samt att vissa industrier är mer arbetsintensiva, divideras dessa andelar med ett viktat genomsnitt av andelarna i alla länder inom den aktuella sektorn. Som vikt har BNP använts. Att använda sysselsättningsdata som mått på agglomeration görs även av Braunerhjelm och Svensson (1996), som också använder ovanstående viktningsmetod. Siffrorna för Sverige är också framtagna i de fall så varit möjligt, för att kunna jämföras med värdländernas siffror.

Figur 7.**Antalet anställda sektorsvis**

SRDV (Cardo)	År	Antal anställda i 100-tals
Kina	2001	28400
Maskiner och utrustning (Cardo)		
Finland	2000	23
Spanien	*2003	1970
Sverige	2000	965
Sverige	2003	981
Motordrivna fordon (Scania)		
Holland	**2003	285
USA	***2003	11220
Sverige	2003	758
*Investering gjord år 2006		
**Investering gjord år 2004		
***Investering gjord år 2005		
Källa: Source OECD, Kinas Statistiska Centralbyrå		

Figur 8. Löner

Sektor och land	Årslön i SEK i aktuell sektor
SRDV, Kina (Cardo)	14076
Maskiner och utrustning	
Finland (Cardo)	238513
Spanien (Cardo)	179131
Sverige	272404
Motordrivna fordon	
USA (Scania)	431557
Sverige	290514
Textilier	
Estland (Borås Wäfveri)	30900
Sverige	157453
Årslön=totala löner/antalet arbetandes i sektorn. Genomsnitt av växelkursen för det aktuella året har använts. Källa: Source OECD, Kinas statistiska centralbyrå, Estlands statistiska centralbyrå samt egna beräkningar.	

Figur 9. Andel anställda sektorsvis av totala arbetskraften i tillverkningssektorn

Maskiner och utrustning, Cardo		
<u>Land</u>	<u>År</u>	<u>Andel i %</u>
Finland	2000	28,5
Spanien	*2000	13
Sverige	2000	25,8
SDRV, Kina		
<u>Land</u>	<u>År</u>	<u>Andel i %</u>
Kina	2001	0,09
Motordrivna fordon, Scania		
<u>Land</u>	<u>År</u>	<u>Andel i %</u>
USA	**2003	7
Holland	***2002	2,7
Sverige	2000	10,6
* Investering gjord år 2006		
** Investering gjord år 2005		
*** Investering gjord år 2004		
Källa: Source OECD, Kinas statistiska centralbyrå		

Figur 10. Andel anställda sektorsvis av totala arbetskraften i tillverkningssektorn, dividerat med viktat genomsnitt

Cardo, Maskiner och utrustning		
<u>Land</u>	<u>År</u>	<u>Andel i %</u>
Finland	2000	2,25
Spanien	2000	0,22
Sverige	2000	1,15
Scania, Motordrivna fordon		
<u>Land</u>	<u>År</u>	<u>Andel i %</u>
USA	2003	0,034
Holland	2002	0,55
Sverige	2000	1,57
Källa: Source OECD, UNSTATS samt egna beräkningar		

6.2.2 Resultat

Som framgår av figur 9 och 10 är det enbart vid en direktinvestering som agglomerationen var högre i värdlandet jämfört med i Sverige. I Finland är agglomerationen högre inom sektorn *maskiner och utrustning*, jämfört med Sverige. I samma sektor är agglomerationen, jämfört med Sverige mycket lägre i Spanien. Beträffande sektorn *motordrivna fordon* var agglomerationen avsevärt lägre i Nederländerna än i Sverige. Vad avser USA är agglomerationen något lägre enligt figur 9, men med kontroll för storlek på värdlandet är agglomerationen även i USA betydligt lägre än i Sverige, se figur 10. I absoluta tal är dock antalet anställda högre i USA, Spanien och Kina, enligt figur 7. I sektorn *maskiner och utrustning* finns de högsta årslönerna i Sverige, se figur 8. Lönen i Finland är således lägre trots högre agglomeration. Lönen är dock högre i USA än i Sverige inom *motordrivna fordon*. I Estland är lönen mycket lägre inom sektorn *textilier*, jämfört med Sverige. Siffror för Sverige saknas för den aktuella sektorn i Kina. Vi kan dock anta att lönen är lägre i Kina än i Sverige.

7. Avslutning

Nedan presenteras analys av de resultat som framkommit av den kvalitativa samt den kvantitativa undersökningen. Detta följs av förslag på fortsatta studier.

7.1 Analys

Ingen av de undersökta anledningarna till val av lokalisering av direktinvesteringar har fått högsta möjliga totala värdet i den kvalitativa undersökningen. Ett flertal har däremot fått relativt höga medelvärden. Delar av teorin med **agglomerationseffekter** visar sig ha betydelse, där **framåtlänkar** har ansetts vara av störst betydelse bland alla undersökta variabler i denna studie, medan **bakåtlänkar** har varit av minst betydelse. Detta visar att närhet till konsumenter för egna produkter är viktigare än närhet till insatsvaror. Men som redogjorts för tidigare kan detta inte ge negativa belegg för teorin, endast brist på stöd. Finland var det enda land som i den kvantitativa undersökningen visade på högre agglomeration än Sverige i aktuell sektor. Agglomeration hade dock ingen betydelse vid denna investering, som berodde på I-fördelar och en riskreducerande strategi. Däremot var agglomeration en viktig faktor vid investeringen i Spanien. Detta trots att agglomerationen är lägre där än i Sverige för aktuell sektor. Detta visar på skillnader på resultat med kvalitativ och kvantitativ metod. Alternativt att metoden att mäta på agglomeration i denna uppsats är felaktigt. Möjligtvis skulle ett annat mått på agglomeration ge ett annat resultat, alternativt att komponenterna sektor och land i detta mått är för grova.

En intressant aspekt är att **tullar och övriga handelshinder** inte har påverkat nämnvärt vid investeringar inom EU, där tre av investeringarna är gjorda. Å andra sidan har de haft betydelse för investering i ett dåvarande icke-medlemsland samt i ett låglöneland. Huruvida tullar eller inte har haft betydelse beror bland annat på var marknaden för produkterna finns. Bland de investeringar som inte har berott på tullar har närhet till marknader för egna produkter haft stor betydelse. Detta är intressant, eftersom viljan att ligga nära marknader enligt teorin beror på att undkomma just tullar och transportkostnader. Närhet till marknad samt tullar har värderats högt i de fall då tullarna är högre, det vill säga mot icke-EU-land, och har värderats lägre då tullarna är lägre. Det förstnämnda fallet ger således stöd åt teorin som säger att viljan att ligga i närheten av marknader beror på tullavgifter. Det sistnämnda fallet kan tolkas på två sätt. Dels kan tullar ha värderats lågt just därför att tullarna är låga, och har av den anledningen inte ansetts ha varit avgörande. Detta ger varken positiva eller negativa belegg för att tullar är av betydelse då företag förlägger produktion i närheten av marknader.

Dels kan tullar ha värderats vara av mindre betydelse just därför att de inte har varit av betydelse, och skulle så inte heller ha varit även om tullarna varit högre. Denna tolkning skulle då ge negativa belägg åt teorin att förekomsten av höga tullar skulle skapa incitament att förlägga produktion i närhet av marknader. Denna vilja skulle då istället kunna bero på mer marknadssökande strategier, exempelvis att kunna anpassa produktion och försäljning bättre efter olika marknaders behov.

Enligt teorin om varför företag vill finnas i närheten av sin marknad har, utöver tullar, även transportkostnader betydelse. För **transportkostnader** ser situationen annorlunda ut. I samtliga fall där närhet till marknad har värderats som mycket viktigt, har även transportkostnader värderats som *något* eller *mycket viktigt*. Detta innebär att man kan göra en distinktion mellan tullar och transportkostnader och deras påverkan av företagens vilja att producera i närheten av marknaden. Tullar är således, enligt tolkning nummer två ovan, av mindre betydelse. Transportkostnader å andra sidan visar sig vara en anledning till varför produktion förläggs i närheten av marknader, såsom teorin säger. Det geografiska avståndet från Sverige brukar inom företagsekonomin tas upp som en aspekt vid val av lokalisering. Av frågorna i denna undersökning är det främst frågan om transportkostnader som kan spegla denna aspekt. Transportkostnader har också visat sig vara *något viktigt* vid investeringsbeslutet, men det har inte haft avgörande betydelse. Enligt enkätsvaren har det inte varit *väldigt viktigt* varken vid investering geografiskt nära eller långt borta från Sverige.

Det finns även skillnader mellan de olika länderna som investeringar har gjorts i beträffande anledningar till investeringarna. **Storlek på närmsta marknad** för insatsvaror har varit av betydelse för flertalet investeringar, varav alla är gjorda i länder med stor marknad, mätt i BNP. Däremot är storleken på marknaden av ingen betydelse vid den investering som gjordes i USA, världens största marknad. Som redogjorts för tidigare; kan inte ett detta ge negativa belägg för teorin, det kan endast ge brist på stöd. Just denna investering berodde dessutom främst på positiva externaliteter i form av kunskapsspillover. Detta trots att USA visar på lägre agglomerationsnivå i aktuell sektor jämfört med Sverige. Däremot är det totala antalet anställda inom sektorn större och lönen högre jämfört med i Sverige. Att lönen är högre kan tolkas som att agglomerationen är högre inom denna sektor, även om lönenivån naturligtvis också beror på en rad andra faktorer. Man kan tänka sig att USA som land i detta fall är fel mått att använda. Bättre lämpat vore möjligtvis staden Detroit med omnejd, som är känt för

biltillverkning. Detta stöds av att lönen är högre, eftersom lönemåttet utgår från sektor och inte har någon geografisk anknytning.

Både närheten till och storleken på marknad är av betydelse för **externa stordriftsfördelar**, som kan ses som en del av agglomerationseffekten. Externa stordriftsfördelar har därför visat sig vara av betydelse.

I alla investeringar som gjorts i högkostnadsländer har **lönenivån** varit av mindre betydelse. Vid de två investeringar som gjordes i låglöneländer, Kina och Estland, var lönekostnad till viss eller mycket stor betydelse. Dessa två länder uppvisar dessutom hög tillväxt, något som kan ha påverkat investeringsbeslutet.

Det kan också vara av intresse att titta på huruvida det finns några skillnader mellan **företagsekonomiska teorier** och nationalekonomiska dito. Denna undersökning visar på att de företagsekonomiska anledningarna kan vara överordnade de nationalekonomiska. I de fall där företagen har uppgivit företagsekonomiska skäl är det endast *bättre utnyttjande av skalfördelar* bland de nationalekonomiska faktorerna som har varit av betydelse. I övrigt har de nationalekonomiska anledningarna inte varit av betydelse. Skalfördelar är dessutom en nationalekonomisk aspekt vars betydelse till stor del delas av företagsekonomiska teorier. Detta kan då tolkas som att de företagsekonomiska anledningarna är nödvändiga för att en investering ska ske, och om de tillräckligt starka spelar de nationalekonomiska teorierna mindre roll.

Chakrabarti (2001) visade i sin kvantitativa undersökning med kontroll för övriga faktorer att endast faktorn *storlek på marknad* var robust. Den faktorn har även fått höga betyg i denna undersökning beträffande marknad för egna produkter. Chakrabarti undersökte inte agglomeration i sin studie, något som skulle vara intressant att jämföra med resultaten i denna undersökning.

Vad man bör ha i åtanke vid analysen är den bortfallsanalys som tidigare har presenterats. Den visade att medelomsättningen för de företag som har besvarat enkäten är betydligt lägre än för de som inte har besvarat den. Detta kan ge en snedvridning av resultaten och analysen. Möjligtvis kan man gissa att de större företagen i än större utsträckning har företagsepcifika anledningar bakom sina val av lokalisering av direktinvesteringar, och därmed mindre av

nationalekonomiska teorier. Detta kan bero på att de i mindre utsträckning behöver ta med externa faktorer i beräkningen vid investeringsbeslut, exempelvis tullar och transportkostnader. I denna undersökning har agglomerationseffekter visat sig vara betydelsefulla. Man kan också ana att det är dessa större företag, som alltså inte finns representerade i denna undersökning (Scania undantaget) som allt oftare är själva katalysatorn i agglomerationen av ekonomisk aktivitet, jämfört med mindre företag. De större företagen behöver då inte följa andra företags val av lokalisering i lika hög grad som mindre företag, eftersom de större företagen själva drar till sig sådan aktivitet, i form av mindre företag, leverantörer och kunder. Därigenom skapas agglomerationen. Scantias enkätsvar skulle kunna tolkas som stöd för denna hypotes, även om detta endast utgör ett företags svar.

7.2 Förslag på fortsatta studier

Denna undersökning är på grund av den höga bortfallsfrekvensen svår att dra några generella slutsatser ifrån. Jag ser dock en intressant utgångspunkt för fortsatta studier. Denna utgångspunkt tangerar såväl vad Chakrabarti för fram i sin kritik av tidigare kvantitativ litteratur på området, som den skillnad i resultat beroende på val av metod som denna undersökning har påvisat. Detta skulle vara intressant att undersöka närmare genom en större undersökning med fler medverkande företag. I en kommande studie vore det även lämpligt att intervjua företagen istället för att använda en enkätmetod. Svarsfrekvensen skulle eventuellt öka, liksom möjligheten att få mer information om de specifika investeringarna, som sedan ligger till grund för den kvantitativa analysen. Den skulle då direkt syfta till att kontrollera om företagen ger svar som stämmer överens med hur den kvantitativa undersökningens verkligheten ser ut. Om en sådan studie bekräftar att olika metoder ger olika resultat, det vill säga att företagen inte har samma bild av verkligheten som nationalekonomen har, uppkommer också den spännande frågan vem som har rätt.

Litteraturförteckning

Tryckt litteratur

- Amiti M., 1998, New trade theories and the industrial location in the EU: A survey of evidence, *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 14, No. 2
- Billington, N. (1999) The Location of Foreign Direct Investment: An empirical Analysis, *Applied Economics*, 31: 65-76
- Braunerhjelm P. och Svensson R., (1996), Host country characteristics and agglomeration in foreign direct investment, *Applied Economics*, Nr 28, s. 833-840
- Braunerhjelm P., (2001), Storföretagen och den ekonomiska geografien, *Ekonomisk Debatt*, årg. 29, nr. 6
- Braunerhjelm, P, Faini, R, Norman, V, Ruane, F, och Seabright, P, (2000), *Integration and the Regions of Europe: How the Right Policies can Prevent Polarization*, MEI 10, CEPR
- Chakrabarti, A. (2001) The Determinants of Foreign Direct Investment: Sensitivity Analyses of Cross-Country Regressions, *Kyklos*, Vol 54, nr 1, s. 89-114
- David P.A. och Rosenbloom J.L., (1990) [Marshallian factor market externalities and the dynamics of industrial localization](#), *Journal of Urban Economics*, nr 28 s. 349-70.
- Dunning, J., (1992), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Wokingham, England.
- Ekström J. (1998) *Foreign Direct Investment by Large Swedish Firms- The Role of Economic Integration and Exchange Rate*, Lund University Press, Lund
- Fujita M, Krugman P, Venables, A.J, 1999, *The Spatial Economy*, MIT Press USA
- Hakkala K. och Zimmerman D., (2005), Foreign Operations of Swedish Manufacturing Firms, Evidence from the IUI Survey on Multinationals 2003, *Working Paper 650*.
www.naringslivsforskning.se
- Helpman E. and Krugman P. (1985) *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, MIT Press USA.
- ITPS, (2005), *Svenskägda koncerner med verksamhet utomlands 2003*, S2005-004
www.itps.se
- Krugman P. och Venables A.J., (1995), Globalization and the Inequality of Nations, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol 110, No 4, s. 857-880.
- Krugman, P. (1996) *Geografi och Handel*, SNS Förlag, Stockholm
- Lucas, R. (1993). On the Determinants of Foreign Direct Investment: Evidence from East and South Asia, *World Development*. 21 s. 391-406

Ottaviano G. och Puga D., (1997), Agglomeration in the global economy, *Discussion Paper No. 356*, Centre for Economic Performance

Sader, F. (1993). Privatization and the Foreign Investment in the Developing World, World Bank Working Paper Nr. 1202

Trost, J. (2001) *Enkätboken*, Studentlitteratur, Lund

Venables, A. J. (2001) *Trade, Location and Development; an Overview of Theory*
<http://econ.lse.ac.uk/staff/ajv/lac3.pdf>

Wheeler, D. och Mody, A. (1992). International Investment Location Decisions: The Case for U.S. Firms, *Journal of International Economics*, nr 33 s. 57-76

Elektroniska källor

Source OECD 060729

<http://hermia.sourceoecd.org.ludwig.lub.lu.se/vl=1631690/cl=25/nw=1/rpsv/~4261/v262n1/s1/p1>

<http://hermia.sourceoecd.org.ludwig.lub.lu.se/vl=1631690/cl=25/nw=1/rpsv/~4261/v265n1/s1/p1>

UNSTATS

<http://unstats.un.org/unsd/snaama/countryList.asp> 060801

Riksbanken

<http://www.riksbanken.se/templates/stat.aspx?id=16749> 060813

<http://www.riksbanken.se/templates/ItemList.aspx?id=12866> 060627

Estlands Statistiska Centralbyrå

<http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp> 060815

Kinas Statistiska Centralbyrå

<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2005/indexeh.htm> 060815

Årsrapporter från företagen i populationen

Bilaga 1. De 20 svenska största företagen samt deras omsättning

De 20 största industrikoncernerna 2003

Electrolux
 AB Swedish Match AB
 Volvo AB
 Trelleborg AB
 Svenska Cellulosa AB SCA
 Gunnebo AB
 SKF AB
 Alfa Laval AB
 Telefonaktiebolaget L M Ericsson
 Albert Bonnier AB
 Assa Abloy AB
 Nobia AB
 Sandvik AB
 Cardo AB
 Atlas Copco AB
 Getinge AB
 Gambro AB
 Borås Wäfveri AB
 SCANIA AB
 Hexagon AB

Källa: ITPS (2003)

Företag	Omsättning MSEK
Electrolux	34,6
Volvo Group	231191
SCA	4410
SKF	49285
Ericsson	152800
Assa Abloy	27802
Sandvik	54610
Atlas Copco	53000
Gambro	26617
<i>Scania</i>	63328
Swedish Match	13311
Trelleborg	24170
Gunnebo	2096
Alfa Laval	16330
A. Bonnier	20000
Nobia	12442
Cardo	7880
Getinge	11880
Borås Wäfveri	867,9
Hexagon	12000

Källa: Företagens årsredovisningar

Bilaga 2. Enkät

Enkätundersökning om svenska direktinvesteringar i utlandet.

Denna enkät skickas till de företag som enligt Institutet för Tillväxtpolitiska Studier tillhör de 20 största svenska industrikoncernerna med verksamhet utomlands. (2003)

Mitt namn är Katarina Liljefors och jag läser nationalekonomi vid Lunds Universitet. Just nu skriver jag magisteruppsats om lokalisering av företag. Uppsatsen bygger på nationalekonomiska teorier som förklarar hur och varför företag väljer lokalisering av sin produktion. Många empiriska undersökningar har gjorts vad gäller *hur* företagen de facto lokaliserar sig. Det finns dock inga empiriska undersökningar vad avser varför företagen lokaliserar sig så som de gör, *enligt företagen själva*. Detta är syftet med min uppsats, att med en kvalitativ metod undersöka företagens egna anledningar till sina lokaliseringsval *i utlandet*, för att se i vilken utsträckning de stämmer överens med teorin.

Jag vore därför väldigt tacksam om Du har möjlighet att besvara denna enkät.

Frågorna bygger på de anledningar som teorin presenterar som skäl vad avser val av lokalisering.

Jag vill att Du rankar varje anledning (9 stycken) i viktighetsgrad på en skala från 1-3 för varje *enskild* direktinvestering i tillverkningsindustrin som X har gjort *utomlands* under tidsperioden 2000-2005. Fyll således i ett frågeformulär per *enskild* direktinvestering, dock maximalt fem stycken. Har X gjort 5 eller mer än 5 direktinvesteringar under denna period, svara då för de tre största i EU-15 och Nordamerika samt de två största i resten av världen, enligt värdet i dollar på investeringen. Har X inte gjort någon direktinvestering i resten av världen, svara då för de fem största inom EU-15 och Nordamerika.

Direktinvesteringar innebär här att företaget äger 10 procent eller mer av aktierna/andelarna eller röstvärdet i en verksamhet belägen i ett annat land. En direktinvestering kan ske genom nybildning, förvärv av ett befintligt företag eller följdinvestering.

Med tillverkningsindustrin avses SNI 15-37 enligt Statistiska Centralbyrån. Se bifogad fil vid behov. Med insatsvara menas produkt som används i produktion av slutprodukt.

Vänligen fyll i och skicka tillbaka till mig senast 15 maj, 2006, via e-mail eller post.

Jag uppskattar mycket Ert medverkande, och om intresse finns kan Ni självklart få ett exemplar av den färdiga uppsatsen. Kontakta gärna mig vid eventuella frågor.

Med vänlig hälsning

Katarina Liljefors

Email: katarina.liljefors@spray.se

Adress: Möllevångsvägen 14a, 222 40 Lund

Telefon: 070-799 26 92

FRÅGEFORMULÄR

Direktinvestering i :

Typ av verksamhet:

Land:

År:

Storlek/värde på direktinvestering:

Ange på nedanstående skala från 1 till 3 hur viktigt varje följande enskild aspekt var vid beslut att genomföra ovanstående direktinvestering. Ange endast ett alternativ. Den sista frågan är öppen. Vid svar på e-mail, markera svaret genom att använda understrykningsfunktionen i datorn.

1=inte alls viktigt 2=något viktigt 3= mycket viktigt

<u>ASPEKT</u>	<u>SKALA</u>		
• Tullar och andra handelshinder.	1	2	3
• Transportkostnader (exklusive handelskostnader).	1	2	3
• Närhet till marknad för av X producerade insatsvaror.	1	2	3
• Närhet till produktion av insatsvaror som X använder i egen produktion.	1	2	3
• Storlek på närmsta konsumentmarknad.	1	2	3
• Storlek på närmsta marknad för av X producerade insatsvaror.	1	2	3
• Storlek på produktion av insatsvaror som X använder i egen produktion.	1	2	3
• Bättre utnyttjande av skalfördelar i produktion.	1	2	3
• Lägre lönekostnader.	1	2	3

Övriga aspekter som var viktiga vid ovanstående direktinvestering, exempelvis skattelagstiftningen och politisk stabilitet i regionen: