

Kronikk Eksport-verksemder

Forskninga til Marte Cecilie Wilhelmsen Solheim ved UiS syner at det var ein positiv samanheng mellom utanlandsk arbeidskraft og det å lansere varer og tenester på internasjonale marknader også i mindre verksemder utanom storbyområda.

FOTO: SHUTTERSTOCK/SCANPIX

Utanlandsk arbeidskraft og internasjonale partnerar har viktig kunnskap og kontaktar som kan medverke til å lansere varer og tenester på internasjonale marknader.

Innvandring bra for distrikta òg

Noreg er ein liten, open økonomi som er avhengig av eit aktivt nærver på internasjonale marknader. I løpet av dei siste femti åra har globale strømingar av internasjonal migrasjon meir enn dobla seg (Kemeny & Cooke, 2015). Som følgje av globalisering i verdsøkonomien har det blitt ei auke i samhandling mellom aktørar på ulike stadar i verda.

Fleire studiar peikar på viktige personlege kontaktar for å kome inn på nye marknader, og at utanlandsk arbeidskraft kan legge til rette for det. Dette vert ofte forklart med at utanlandsk arbeidskraft har kunnskap av kulturell, juridisk og språkleg art om sine heimemarknader, i tillegg til at dei har eit internasjonalt kontaktnett.

Forskning syner også at utanlandsk arbeidskraft kan legge til rette for å finne distributørar og nye samarbeidspartnerar, og at dei har kompetanse om lover og reglar som er viktige å ha kjennskap til når varer og tenester skal lanserast i internasjonale marknader.

Internasjonale marknader

Utanlandskfødde bryt ikkje nødvendigvis absolutt med sine fødeland, men opprettheld ofte relasjonar til sine heimland, noko som kan føre til auka tillit i desse relasjonane, samt kunnskap om kva som kan fungere eller ikkje fungere i høve sal



Marte Cecilie Wilhelmsen Solheim
Postdoktor, Handels-
høgskolen ved UiS

Verksemder i mindre og meir perifere regionar evnar å «kople seg på» den globale økonomien.

i desse marknadane. Det er eit tankekors at trass i at om lag 16,3 prosent av innbyggjarane i Noreg (tal frå Statistisk sentralbyrå) er innvandrarar eller norskfødde av innvandrarar, så er det omtrent ingen som har undersøkt på kva måtar utanlandsk arbeidskraft kan medverke til eksport. Særleg tankevekkande er det ettersom Noreg er avhengig av å selje varer og tenester på internasjonale marknader, og at tidlegare internasjonal forskning har synleggjort ei sterk kopling mellom migrasjon og eksport.

Internasjonale partnerar

I ein ny studie, publisert i tidskriftet *Regional Studies*, *Regional Science*, basert på kvantitative analysar av fleire tusen norske verksemder, finn eg at det er ein positiv samanheng mellom utanlandsk arbeidskraft og det å vere til stades på europeiske marknader.

I tillegg syner resultatane at det er ein positiv samanheng mellom samarbeid med internasjonale partnerar og nærver på europeiske og andre internasjonale marknader.

For å finne ut om det var slik at utanlandsk arbeidskraft frå ulike land og internasjonale partnerar i ulike land påverka lansering av varer og tenester ulikt, vart dei delte inn i grupper. Resultata her synte at det var ein positiv samanheng sær-

leg mellom utanlandsk arbeidskraft frå EU15-land og det å lansere varer og tenester på internasjonale marknader.

Regionale skilnader

Tidlegare har forskning som har sett på viktigeita av mangfald og nærver i internasjonale marknader og innovasjon, utelukkande sett på verksemder i større regionar, eller ikkje tatt høgde for kvar dei er lokalisert i det heile. Mykje av litteraturen på dette området peikar på at det er positivt å vere lokalisert i større, meir mangfaldige områder, ofte referert til som «globale byar» med ein mangfaldig næringsstruktur som gjer det meir attraktivt for internasjonale aktørar å samarbeide med.

Dermed dreg verksemder i desse globale by-regionane ikkje berre nytte av å vere lokalisert i ei klynge saman med andre verksemder (med typiske positive klyngeeffektar som kunnskapsoverføringar, eit større marknad å hente kvalifisert arbeidskraft i frå, informasjon om kva som rører seg og så bortetter), men at dei også har nytte i høve til å ta del i eit globalt nettverk.

Dermed kan ein seie at det er regionale karakteristikkar som påverkar kva moglegheiter ein har for å vere til stades på internasjonale marknader. Tidlegare studiar har

også peika på at det er ei sterk kopling mellom ei verksemd si lokalisering/kunnskapsbase og internasjonalisering. Mindre, og meir perifere regionar har ein tendens til ofte å operere i meir smale og spesialiserte økonomiske sektorar, noko som ytterlegare kan føre til ein trussel for å bli «låst ute» frå verda «der ute».

Regionale likskapar

Dreg verksemder i meir perifere regionar også nytte av å tilsette utanlandsk arbeidskraft og samarbeide med internasjonale partnerar i høve å eksportere til internasjonale marknader? Resultata syner at verksemder som er lokalisert i mindre og meir perifere regionar, med mindre enn 50.000 innbyggjarar, evnar å «kople seg på» den globale økonomien, og at samarbeid med internasjonale partnerar medverkar til dette.

Særleg ser ein at verksemder i perifere regioner dreg nytte av samarbeid med nordiske partnerar når dei skal lansere varer eller tenester utanlands, medan verksemder i storby-regionane ser ut til å dra nytte av samarbeid med partnerar i land som er lengre vekk, geografisk sett. Dette kan ha stor verdi for vidareutvikling av verksemder i norske regionar, og for avgjerder knytt til lokalisering av verksemder.