

Nogle resultater af undersøgelsen af virksomhedernes internationalisering og globaliseringsparathed i Region Midtjylland

1. Indledning. Formål, indhold og gennemførelse.

Undersøgelsen gennemføres af konsulentfirmaet Capacent for Region Midtjylland, og formålet med undersøgelsen er at undersøge niveauet for virksomhedernes internationalisering og for deres globaliseringsparathed samt at få deres vurdering af rammebetingelserne, især rammebetingelse eller forhold, som direkte har fokus på den internationale dimension.

Et hovedelement i internationaliseringsundersøgelsen er en telefoninterviewundersøgelse af en stikprøve af 775 virksomheder i Region Midtjylland. Stikprøven er udtaget blandt midtjyske virksomheder med over 10 ansatte. Branchen detailhandel og enkelte andre mindre brancher, som er udpræget orienteret mod hjemmemarkedet, indgår dog ikke i undersøgelsen.

Direktørerne for virksomhederne har fået stillet en række spørgsmål vedr. internationalisering, eksport, import, outsourcing, samarbejde med videninstitutioner, højtuddannet arbejdskraft, brug af erhvervsservice m.v., i alt 47 spørgsmål. Besvarelsesprocenten blev på 91 %, hvilket må vurderes som en meget høj svarprocent.

Stikprøven er stratificeret, således at brancher med mange eksporterende og importerende virksomheder er overrepræsenteret. Det drejer sig bl.a. og især om kemisk industri, jern og metal industrien, møbelindustri samt tekstil og læderindustrien. Ved præsentation af resultaterne er disse imidlertid blevet vægtede, således at resultaterne gælder for virksomheder i region Midtjylland som helhed med flere end 10 ansatte, bortset fra detailhandel og enkelte andre brancher. Den forholdsvis store stikprøve og den høje besvarelsesprocent forstærker validiteten af resultaterne.

Telefoninterviewundersøgelsen, som blev gennemført i januar – marts 2009 er blevet suppleret med dybtgående interviews med repræsentanter for særligt internationaliserede eller globaliserede virksomheder, brancheorganisationer, viden- og forskningsinstitutioner samt repræsentanter for den formaliserede erhvervsservice. Endvidere er der i august gennemført en mindre opfølgende undersøgelse i forhold til et udvalg af de interviewede virksomheder med henblik på at afdække betydningen af den finansielle krise.

2. Undersøgelsens resultater

I det følgende omtales nogle af de mest interessante resultater af undersøgelsen, idet det understreges, at der kun er tale om nogle af resultaterne.

2.1 Egen opfattelse af internationalisering og faktisk adfærd

64 % af virksomhederne opfatter sig selv som internationale i større eller mindre grad, og mange peger især på, at eksport gør virksomheden international, i nogen grad også import. Desuden er 41 % af de virksomheder, der opfatter sig som internationale repræsenteret i udlandet, hvilket svarer til, at ca. 27 % af alle virksomheder er repræsenteret i udlandet i form af salgskontor, produktionsafdeling, agentur mv.

Det viser sig da også, at ca. 56 % af virksomhederne har eksport og import, og blandt disse har ca. 37 % outsourcet dele af deres produktion eller funktioner til udlandet og kan således siges at udvise en høj grad af international adfærd.

Det kan konkluderes, at der er god overensstemmelse mellem virksomhedernes egen opfattelse af deres grad af internationalisering og deres faktiske adfærd

2.2 Eksport

Ca. 55 % af virksomhederne har eksport i større eller mindre udstrækning.

Der er betydelige forskelle i eksportens andel af virksomhedernes samlede salg (eksportintensitet). For 36 % af virksomhedernes vedkommende udgør eksporten således mere end 50 % af salget, mens eksportandelen for 33 % af virksomhedernes vedkommende er under 10 %.

Der er som forventet betydelige variationer mellem de forskellige brancher både med hensyn til andelen af eksporterende virksomheder og med hensyn til eksportintensitet. Eksempelvis er branchegruppen træ, papir og grafisk industri den branche, hvor den største andel (54 %) af de eksporterende virksomheder har en eksportintensitet på under 10 %, men er også den branche hvor relativt flest virksomheder (29 %) har en eksportandel på over 80 %. Endvidere er der en tendens til, at både andelen af eksporterende virksomheder og eksportintensiteten vokser med virksomhedernes størrelse.

Virksomhederne angiver selv Norden, Tyskland, de øvrige gamle EU lande og i nogen grad også de "nye" EU lande som deres vigtigste eksportmarkeder. Asien (excl. Japan) angives dog af 10 % af virksomhederne at være blandt virksomhedernes tre vigtigste eksportmarkeder. EU er samlet set det eneste marked, hvor nogle virksomheder afsætter over 80 % af deres omsætning.

60 % af virksomhederne oplever barrierer i forbindelse med eksport, og for ca. 50 % vedkommende er der tale om strukturelle eller makroøkonomiske barrierer, f.eks. valutakurser, som virksomhederne ikke kan påvirke. Lidt over 20 % oplever barrierer for eksport, som virksomheden har mulighed for selv at påvirke, f.eks. sprog og kulturforståelse. Under de dybtgående kvalitative interviews fremhævede flere af virksomhederne især blandt de mindre virksomheder, netop at kompetencer i forhold til sprog og kulturforståelse er meget centrale, når man skal etablere sig i udlandet.

Når eksportvirksomhederne skal indhente viden om nye markeder benytter man sig hyppigst af kontakter i virksomhedens netværk, d.v.s. af andre virksomheder. Det drejer sig om 43 % af virksomhederne. Ca. 26 % benytter sig af ambassaderne, Danmarks Eksportråd m.v. 18 % forsøger sig via kontakt til lokal forhandler og 17 % via besøg i udlandet hvor etablering forsøges. Det skal understreges, at virksomhederne ofte benytter sig af flere metoder til at skaffe sig viden om og indpas på nye eksportmarkeder. Under de dybtgående kvalitative interviews fremhævede flere af især de mindre virksomheder, at sparring og rådgivning af erfarne virksomhedskonsulenter/erhvervsfremmeaktører og/eller af andre virksomheder er en vigtig støtte, når virksomheden søger at etablere sig på nye markeder udenfor landets grænser.

Et interessant resultat er, at der i relation til eksport og import kan identificeres fire ret klart afgrænsede grupper af virksomheder: 1) virksomheder med over 50 % eksport og under 50 %

import 2) virksomheder med over 50 % import og under 50 % eksport 3) virksomheder både med over 50 % eksport og over 50 % import og 4) virksomheder med under 50 % eksport og under 50 % import.

2.3 Viden, uddannelse, beskæftigelse og internationalisering

Ca. halvdelen af virksomhederne mener, at man bør satse på videnintensive produkter eller services som en forudsætning for international konkurrencekraft, og ca. 35 % af virksomhederne har et samarbejde med videninstitutioner.

Det viser sig, at eksportintensive virksomheder oftere har et samarbejde med videninstitutioner, f.eks. har 64 % af de virksomheder, som eksporterer over 80 % af deres omsætning et samarbejde med videninstitutioner.

Blandt de virksomheder, som ikke har et samarbejde med videninstitutioner er der ca. 45 %, som i højere eller mindre grad ønsker et sådant samarbejde. Virksomheder med et højt og uindfriet ønske om samarbejde med videninstitutioner er i øvrigt i stor udstrækning sammenfaldende med de virksomheder, som angiver at mangle højtuddannet arbejdskraft, jf. nedenfor.

På trods af krisen angiver 12 % af virksomhederne at mangle kvalificeret arbejdskraft. Det drejer sig mest om højtuddannet arbejdskraft (54 %) og om faglært arbejdskraft (52 %).

Knap 20 % af virksomhederne rekrutterer udenlandsk arbejdskraft, og knap 12 % af virksomhederne rekrutterer højtuddannet udenlandske arbejdskraft, hvilket betyder, at ca. 60 % af de virksomheder som rekrutterer udenlandsk arbejdskraft (også) rekrutterer højtuddannet udenlandsk arbejdskraft.

Ca. 12 % af virksomhederne har herboende udlændinge ansat med henblik på at styrke internationaliseringsprocessen. Det drejer sig især om eksporterende virksomheder.

2.4 Erhvervsservice

For så vidt angår de virksomheder som søger service og rådgivning indenfor internationalisering benytter 50 % sig af andre virksomheder/virksomhedsnetværk, 44 % benytter sig af offentlig erhvervsservice, især ambassader og konsulater samt Danmarks Eksportråds øvrige tilbud. Regional specialiseret og lokal erhvervsservice benyttes kun i mindre udstrækning.

Der er rimelig tilfredshed med de benyttede tilbud og ikke stor variation heri. Det skal dog nævnes, at virksomhederne især angiver at få et godt udbytte af at benytte andre virksomheder/virksomhedsnetværk.

2.5 Opfølgende undersøgelse

Den opfølgende undersøgelse i august måned viste, at ca. 72 % af virksomhederne er påvirket af finanskrisen. Der angives især negative påvirkninger som nedsat vækst i omsætningen, mindre efterspørgsel, øgede udfordringer med outplacement. En del virksomheder angiver også positive påvirkninger som lettere adgang til kompetent arbejdskraft, større pres på konkurrenter, faldende

eller stagnerende priser på råvarer og hvad der især er relevant i nærværende sammenhæng et større fokus på produktudvikling og innovation og større fokus på nye markeder.

Som veje ud af krisen angiver virksomhederne især større fleksibilitet og omstillingsparathed, øget innovation og produktudvikling, mere konkurrencedygtige priser samt at blive mere eksportdrevet og eksempelvis udnytte nye vækstmarkeder, f.eks. i Asien.

3. Nogle konklusioner og perspektiverende overvejelser

Der peges ofte på, at danske virksomheder på det globale marked må konkurrere på kvalitet og indhold af viden i produkter og services. Denne opfattelse underbygges af nærværende undersøgelse, som angiver virksomhedernes egne bud på, hvad der kan øge den internationale konkurrencekraft og overvinde krisen, og netop i høj grad peger på ovennævnte forhold, som kan øge deres globaliseringsparathed.

I forhold til behovet for at give produkter og service et øget videnindhold og øge samarbejde med videninstitutioner kan der peges på mulighederne for at indhente viden fra udlandet. Dette kan ske gennem f.eks. innovationskontorerne i USA, Tyskland og Kina, Europe Enterprise Network og Midtjyllandskontoret i Bruxelles.

En femtedel af virksomhederne har importeret udenlandsk arbejdskraft, og der er næppe nogen grund til at tro, at behovet herfor bliver mindre i fremtiden. Foranstaltninger, som kan fastholde denne arbejdskraft er derfor relevante.

Det er bemærkelsesværdigt, at 12 % af virksomhederne har herboende udlændinge ansat med henblik på at styrke internationaliseringsprocessen, og her er måske et forhold som der kunne være mere opmærksomhed på.

En betydelig del af virksomhederne peger på forskellige måder også på øget eksport og internationalisering som en vej ud af finanskrisen. Forskellige resultater af undersøgelsen, f.eks. den forholdsvis store andel af virksomheder, som har en eksport på mellem under 10 % af omsætningen kan måske også tydes derhen, at der blandt midtjyske virksomheder fortsat er et uudnyttet potentiale for eksport. Der er ligeledes barrierer, som det er muligt i større eller mindre udstrækning at påvirke regionalt. Her kan f.eks. nævnes betydningen af kompetencer indenfor sprog og kulturforståelse.

I forhold til den offentlige erhvervsservice kan bl.a. bl.a. peges på opbygningen af et enstrengt erhvervsservicesystem i Region Midtjylland og herunder placering af en medarbejder fra Danmarks Eksportråd på Væksthus Midtjylland, som sigter på større udnyttelse af Eksportrådets tilbud og på synergi mellem disse tilbud og tilbud under de regionale virksomhedsudviklingsprogrammer. Den regionale og lokale erhvervsservice har tidligere kun i mindre udstrækning rettet sig mod globalisering og eksport, hvilket formentlig kan forklare, at forholdsvis få virksomheder angiver at have benyttet sig af denne service i relation til internationalisering. Men i de nye programmer findes der flere tilbud, som netop retter sig mod internationalisering.

Det er et interessant resultat, at benyttelse af kontakter i virksomhedernes netværk er den metode, som flest virksomheder benytter sig af i relation til at skaffe sig viden om og indpas på nye internationale markeder. En del af den offentlige indsats på området kunne da måske bestå i netop

at facilitere kontakter og deling af viden mellem virksomhederne samt understøtte netværk med henblik på eksport og globalisering.

18. september 2009

Region Midtjylland

Regional Udvikling

Afdelingen for virksomheds- og kompetenceudvikling

Ulrik Thomassen