

## **Del III**

# **SVENSKA UTLANDSETABLERADE FÖRETAGS MARKNADSANDELAR**

av

*Lars Jagrén*

<b>Innehåll</b>	Sida
1 Inledning	163
2 Exportens marknadsandelar	164
3 Totala utlandsförsäljningens marknadsandelar	166
4 Marknadsorganisationens betydelse	172
5 Sammanfattning	173
Noter	174
Litteratur	174
<b>Tabeller</b>	
1 Sveriges marknadsandelar OECD 1965–80	164
2 Svenska utlandsetablerade företags försäljning i förhållande till total förbrukning inom OECD 1965–78	167
3 Svensk export i förhållande till OECDs förbrukning 1965–78	169
4 Svenska företags utlandsproducerade försäljning i relation till exporten från Sverige 1965–78	169
5 Tillväxten i dotterföretagens utlandsproduktion och i den svenska exporten (utanför öststaterna) i olika regioner 1965–78.	169
6 Genomgående koncerner med produktion i utlandet: verksamhetens fördelning på de svenska och utländska koncerndelarna 1965–78	170
7 De utlandsetablerade företagens andel av svensk varuexport 1965–78	170
8 Svenska exportmarknadsandelar OECD 1965-78. Exklusive de 40 största internationella företagens export	171
9 Svensk export i förhållande till OECDs totala förbrukning 1965–78. Exklusive exporten från de 40 största internationella företagen	171
<b>Figurer</b>	
1 De nordiska ländernas marknadsandelar i OECD 1965–82	165

# 1 Inledning

Som ett mått på ett lands konkurrenskraft brukar man ange dess marknadsandelar och deras utveckling över tiden. Med marknadsandelar avses då oftast exporten till landet (landområdet) i förhållande till landets (landområdets) totala import. Man kan beräkna måttet för såväl totalnivån som för enstaka varugrupper.

Denna relativt enkla definition är emellertid i praktiken rätt svårhanterlig. En rad frågor kan resas, t ex: Vilka produkter bör man studera? Vilka marknader? Gentemot vilka andra länder bör vårt lands export och andelar jämföras? Skall vi mäta exporten från värde- eller volymsidan?

Vi avser här inte att diskutera de olika metodernas för- och nackdelar utan vill bara fästa uppmärksamheten på den diskussion av olika marknadsandelarmått som förekommer. (Se t ex SAF *Utredningsnytt* (2/83), Konjunkturinstitutets *Konjunkturläget* samt Horwitz (1984).) Målet med detta kapitel är i stället att visa de olikheter i andelsutvecklingen som framträder när även utlandsproducerad utlandsförsäljning tas i beaktande.

I den första delen av kapitlet studerar vi utvecklingen av Sveriges export till 14 OECD-marknader.<sup>1</sup> Utvecklingen studeras dels på totalnivå (total svensk export jämförd med totalimport till hela landområdet), dels på några olika varugrupsområden. Varugrupperna är definierade enligt SITC 1 (se Horwitz, 1984), på basis av OECDs handelsstatistik, i värde-termer. Vi mäter med dessa mått Sveriges konkurrenskraft på OECD-marknaden i konkurrens med samtlig annan export.

I den andra delen inför vi ett alternativt marknadsandelarmått där vi i stället mäter total försäljning inom OECD-området av svenska multinationella företags produkter i förhållande till marknadens totala konsumtion. Uppgifterna om de svenska företagens totala försäljning kommer från IUIs stora enkätmaterial över samtliga svenska koncerner med verksamhet i utlandet. Marknadens totalförbrukning är beräknad via FNs "Yearbook of industrial statistics" och "Yearbook of international trade statistics" som summan av de ingående ländernas förbrukning, dvs summan av produktion + import – export per land. Även här är förbrukningen mätt i värdetermer.

## 2 Exportens marknadsandelar

En minskande marknadsandel innebär att det egna landets export svarar för en minskande del av mottagarlandets import. Detta pekar på att konkurrenskraften försvagats. Detta kan bero på en rad olika faktorer som ger upphov till pris- eller valutaförändringar, eller på att handeln med det egna landets varor minskar i betydelse relativt andra produkter. I det senare fallet kan vi tala om ett strukturproblem. För en noggrannare analys av utvecklingen av Sveriges internationella konkurrenskraft som den speglas av marknadsandelarna se Horwitz (1984). Vi skall här endast peka på några få, betydelsefulla siffror.

I tabell 1 (a och b) syns Sveriges marknadsandelar på den samlade OECD-marknaden (exklusive Sverige) för dels totalen, dels varugrupperna läkemedel, metallvaror – maskiner, elektriska produkter och transportmedel. Som framgår av tabellen har Sverige haft trendmässigt fallande andelar under åren 1965–80. Nedgången är särskilt kraftig mellan 1970 och 1978. Det är endast varugruppen läkemedel som uppvisar en generellt motsatt utveckling. Andelarna har fallit betydligt mer på totalnivån än för varugrupperna (transportmedel undantagna).<sup>2</sup> Detta beror bl a på att oljeprisstegringarna under 70-talet gjort att oljan kommit att bli en allt större del av OECDs totala import. För länder som Sverige, utan oljeexport, medför detta att de aggregerade marknadsandelarna faller. I tabellen finns även Sveriges marknadsandelar exklusive oljeimporten upptagna. Som framgår uppvisar andelarna då en något annorlunda utveckling. Korrigerat för oljan ökade således Sveriges marknadsandelar mellan 1970 och 1974. Fallet i marknadsandelar mellan 1974 och 1978 blir dock desto större.

I figur 1 återges marknadsandelsutvecklingen för de nordiska länderna 1965–82. Som vi ser där har Sverige haft den mest negativa trenden av de fyra länderna.

**Tabell 1a Sveriges marknadsandelar OECD 1965–80**  
Procent

	1965	1970	1974	1978	1980
Totalt	2,93	2,77	2,39	2,07	1,91
(exkl OECDs oljeimport)	3,29	3,04	3,08	2,58	–
Metallvaror och maskiner	4,76	4,44	4,26	3,84	3,85
El-produkter	2,99	3,03	2,84	2,26	2,20
Transportmedel	6,38	3,90	3,99	2,95	2,81
Läkemedel	2,19	1,86	2,05	2,90	3,20

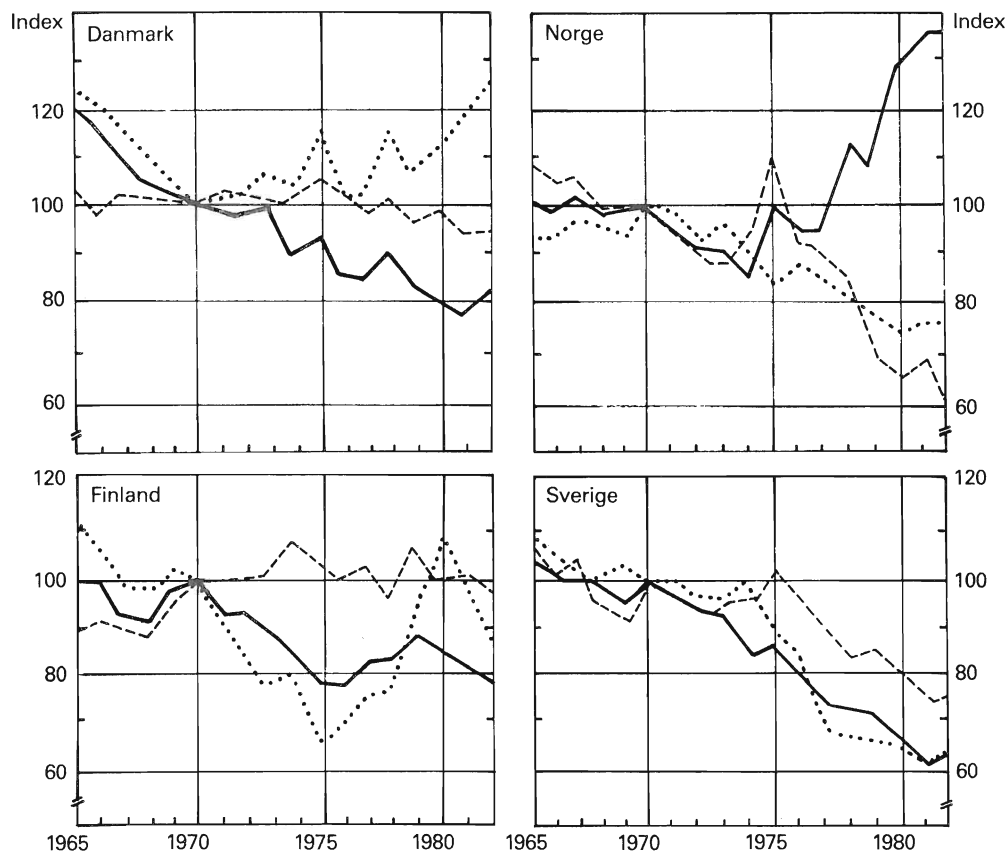
**Tabell 1b Sveriges marknadsandelar OECD 1965–80**  
Index

	1965	1970	1974	1978	1980
Totalt (exkl OECDs oljeimport)	100	95	82	71	65
Metallvaror och maskiner	100	92	94	78	–
El-produkter	100	101	95	76	74
Transportmedel	(163)	100	102	76	72
Läkemedel	100	85	94	132	146

Källa: IUI.

**Figur 1 De nordiska ländernas marknadsandelar i OECD 1965–82**  
(Index 1970 = 100)

— Totalt (SITC 0–9)  
 ..... Råmaterial exkl bränslen (SITC 0–4 exkl 3)  
 --- Bearbetade varor (SITC 5–9)



### 3 Totala utlandsförsäljningens marknadsandelar

En marknadsandelsanalys av detta slag gäller, som nämndes ovan, ett lands konkurrenskraft snarare än ett företags. Dvs vi kan belysa hur konkurrenskraftig den svenska exporten är (inom de ramar metodens avgränsningar ställer upp). Vi har därmed studerat hur generella faktorer av typ lönekostnader, övervärderad valuta m m slår på svensk export jämförd med andra länders export. Detta mått kan också jämföras med hur andra länders andelar utvecklats. Däremot kan vi av detta inte säga något om hur konkurrenskraftiga de internationellt verksamma svenska företagen är. Med internationellt verksamma avser vi här de företag som har producerande dotterbolag utomlands. Det är möjligt att dessa genom en annan lokalisering av produktionen kan uppnå unika konkurrensfördelar. Deras konkurrenskraft även i de svenska delarna kan därmed komma att utvecklas annorlunda.<sup>3</sup>

För de 40 största multinationella företagen har vi som ett alternativ till detta marknadsandelsmått räknat fram marknadsandelarna som totala försäljningen av företagens varor i relation till totalförbrukningen för landområdet i fråga. De år som detta varit möjligt är 1965, 1970, 1974 och 1978. Uträkningar för senare år försvåras dels av att IUIs enkäter endast täcker de fyra ovanstående åren, dels av att publiceringseftersläpningen för den internationella produktions- och handelsstatistiken är uppemot tre år.

I tabell 2 nedan redovisas resultaten för de 5, 10, 20 och 40 största svenska multinationella företagen, och även för de största företagen inom metall- och maskinområdet. Företagen är, liksom i tidigare kapitel, rangordnade efter antalet anställda i utlandet. Som framgår av tabellen har andelarna generellt sett varit växande under perioden. Relaterat till den totala förbrukningen inom OECD ser vi att de "mindre" bolagen vuxit snabbare än de större. Detta beror sannolikt på att de största redan 1965 var så internationaliserade att stora marknadsandelsvinster varit betydligt svårare att göra för dem än för de "mindre" företagen. Detta stämmer väl överens med de intervjuresultat (se Bergholm-Jagréns kapitel) som säger att det för många marknader finns en "tröskel" för marknadsandelarna. Över tröskeln är det betydligt dyrare att öka sina andelar. Nivån på tröskeln varierar givetvis avsevärt beroende på produkt, marknad och konkurrenter.

En första viktig förklaring till att dessa marknadsandelar uppvisar en delvis annan bild än exportandelarna är helt enkelt att handeln ökat betydligt snabbare än förbrukningen. Både exporten och importen har ökat snabbt. En ökad internationell specialisering har ägt rum, som i princip inneburit att de inhemska företagens andelar minskat relativt de

**Tabell 2a Svenska utlandsetablerade företags försäljning i förhållande till total förbrukning inom OECD 1965–78**  
Procent

	1965	1970	1974	1978
5 största	0,10	0,11	0,13	0,12
10 största	0,16	0,18	0,23	0,23
20 största	0,20	0,24	0,29	0,30
40 största	0,24	0,31	0,37	0,37
5 största metall och maskin	0,63	0,63	0,86	0,90
10 största metall och maskin	0,69	0,76	1,05	1,12

**Tabell 2b Svenska utlandsetablerade företags försäljning i förhållande till total förbrukning inom OECD 1965–78**  
Index

	1965	1970	1974	1978
5 största	100	110	130	120
10 största	100	115	142	142
20 största	100	120	145	150
40 största	100	129	154	154
5 största metall och maskin	100	100	152	162
10 största metall och maskin	100	110	152	162

*Anm:* Resultaten förändras endast marginellt om vi räknar bort oljeimporten.

*Källa:* IUI.

utländska. Varje lands inhemska företag har sökt kompensera sin minskade försäljning på hemmaplan med ökad export. Andelen import i förhållande till förbrukningen har t ex ökat från 10,3 % 1965 till 16,3 % 1978 för OECD-området som helhet.<sup>4</sup> De ökade andelarna är således delvis en följd av ökad handel och minskade andelar på hemmaplan.

En viktig punkt att notera är att vi här jämför de svenska företagens försäljning med totalförbrukningen inom varuområdet. I vissa fall är detta givetvis en relevant jämförelse, medan det i andra fall kan vara felaktigt om de svenska företagen t ex inriktat sig mot en mindre nisch av marknaden som växer i annan takt än totalmarknaden.<sup>5</sup> Det är således fel att jämföra Volvos och Saabs försäljning i förhållande till totala bilmarknadens utveckling. Den bör i stället jämföras med utvecklingen inom det

segment som består av dyrare och exklusivare bilar. Dessa typer av korrigeringar har inte varit möjligt att göra i denna analys.

Studerar vi i stället även den svenska exporten i förhållande till OECDs förbrukning (tabell 3) ser vi att andelarna ökar fram till 1974 men sedan sjunker. En jämförelse mellan tabell 3 och tabellerna 1a och 1b visar att svensk export sett över hela perioden hållit andelarna uppe relativt totalförbrukningen inom OECD men ej relativt total import (importen ökade således snabbare än förbrukningen under denna tidsperiod). Totalt sett kan i tabell 3 en betydande andelsförlust noteras 1974–78. Denna går igen även för branscherna metallvaror och maskiner, elektriska produkter och transportmedel. Endast läkemedelsbranschen uppvisar en andelsökning 1974–78. Även presenterat på detta sätt framträder således den kraftiga nedgången i exporten efter 1974 klart.

I tabell 4 syns relationen mellan de internationaliserade företagens utlandsproducerade försäljning och exporten från Sverige. Som framgår av tabellen har exporten ökat snabbare än den utlandsproducerade utlandsförsäljningen mellan åren 1965 och 1974. Mellan 1974 och 1978 bryts dock den trenden och utlandsproduktionen ökar relativt exporten, dvs företagen kompenserar det försämrade konkurrensläget för export från Sverige med ökad tillverkning utomlands. Det ligger nära till hands att dra slutsatsen att företagen tack vare utlandsetableringarna kunde hålla andelarna bättre uppe under kostnadskrisen i slutet av 70-talet.<sup>6</sup>

De hittills redovisade resultaten gäller således en jämförelse mellan de 40 största företagen och svensk industriexport totalt. I tabell 5 visas utvecklingen av samtliga utländska dotterbolags produktion och svensk export till utlandet. Totalt sett över perioden, och speciellt åren 1974–78, var produktionstillväxten avsevärt snabbare än exporttillväxten. Detta beror förutom på ändrad produktionslokalisering även på tillkomsten av nyetablerade produktionsbolag utomlands.

I Horwitz (1984) presenteras siffror som visar hur stor exporten från Sverige hade behövt vara för att upprätthålla marknadsandelarna mellan 1965 och 1980. De för oss intressantaste siffrorna täcker perioden 1974–78 och visar att exporten mellan de åren hade behövt öka med drygt 2,2 miljarder US dollar mer än den faktiskt gjorde för att Sverige totalt skulle ha bibehållit sina marknadsandelar. För de 40 största multinationella företagen är motsvarande siffra ca 1 miljard US dollar.<sup>7</sup> Dessa företag lyckades dock genom ökad utlandsproduktion motverka denna effekt och i stället totalt bibehålla sina andelar, och i vissa fall t o m öka dem, som visades i tabell 2. Den ökade andelen produktion i dotterföretag utomlands framgår av tabell 6 vad gäller samtliga genomgående företag (företag som fanns med i populationen 1965, 1970, 1974 och 1978). Som synes i tabellen ökade andelen utlandsproduktion från 26 % 1965 till 39 % 1978. Mellan 1974 och 1978 var ökningen 7 procentenheter (32–39 %). För totala företagspopulationen torde ökningen i andelen utlandsproduktion vara betydligt större, eftersom vi i tabellen tvingats bortse från de



**Tabell 3 Svensk export i förhållande till OECDs förbrukning 1965–78**  
Index

	1965	1970	1974	1978
Totalt	100	115	130	110
Metallvaror och maskiner	100	118	143	137
El-produkter	100	150	197	163
Transportmedel	100	135	176	137
Läkemedel	100	136	223	318

Källa: IUI.

**Tabell 4 Svenska företags utlandsproducerade försäljning i relation till exporten från Sverige 1965–78**  
Exporten = 100 för respektive år

	1965	1970	1974	1978
5 största	284	238	209	209
10 största	179	147	134	146
20 största	130	113	114	137
40 största	99	90	88	114

Källa: IUI.

**Tabell 5 Tillväxten i dotterföretagens utlandsproduktion och i den svenska exporten (utanför öststaterna) i olika regioner 1965–78**

Region	Förändring i %							
	Produktion i utlandet				Svensk export			
	1965– 1970	1970– 1974	1974– 1978	1965– 1978	1965– 1970	1970– 1974	1974– 1978	1965– 1978
<i>I-länder</i>								
EEC	100	92	80	595	60	91	37	318
varav:								
ursprungliga EEC	103	96	73	587	52	87	44	311
övriga EEC	93	75	113	620	71	95	28	328
EFTA	90	80	68	464	87	100	26	370
(Norden)	(120)	(94)	(56)	(570)	(79)	(93)	(35)	(365)
Övriga Europa	327	380	66	3296	39	175	26	227
Nordamerika	16	94	116	384	76	83	56	404
Övriga i-länder	104	74	88	568	65	126	18	341
<i>U-länder</i>								
Afrika, Asien	7	46	–30	13	98	154	126	1037
Latinamerika	131	90	129	906	69	121	5	291
<i>Alla regioner</i>	82	91	84	543	69	101	39	373

Källa: Swedenborg (1982).

**Tabell 6 Genomgående koncerner med produktion i utlandet:  
verksamhetens fördelning på de svenska och utländska  
koncerndelarna 1965–78**

	1978 milj kr	Fördelning i %			
		1965	1970	1974	1978
Total koncernomsättning	142560	100	100	100	100
därav:					
1. Försäljning på					
svenska marknaden	42160	48	39	35	30
utländska marknader	100400	52	61	65	70
därav: export från Sverige	44780	26	32	33	31
2. Försäljning från					
svenska koncernföretag <sup>a</sup>	66360	65	60	55	47
utländska koncernföretag <sup>b</sup>	76200	35	40	45	53
därav:					
producerande dotterföretag	51200	27	29	30	36
försäljande dotterföretag	25000	8	11	15	17
3. Produktion av					
svenska koncernföretag <sup>c</sup>	86940	74	72	68	61
utländska koncernföretag <sup>d</sup>	55620	26	28	32	39
därav:					
producerande dotterföretag	42625	23	25	25	30
försäljande dotterföretag	12995	3	3	7	9

<sup>a</sup> Exklusive leveranser till utländska dotterbolag.

<sup>b</sup> Inklusive leveranser från svenska koncernföretag.

<sup>c</sup> De svenska koncernföretagens externa omsättning inklusive leveranser till utländska koncernföretag.

<sup>d</sup> Utländska dotterföretags omsättning exklusive leveranser från de svenska koncernföretagen.

Källa: Swedenborg (1982).

**Tabell 7 De utlandsetablerade företagens andel av svensk varuexport  
1965–78  
Procent**

	1965	1970	1974	1978
5 största	8,7	8,9	10,4	11,5
10 största	19,0	21,4	24,4	27,4
20 största	28,7	32,6	34,6	37,5
40 största	40,2	45,8	49,3	51,4

Källa: IUI.

företag som ej är genomgående. Vi missar därmed de företag som just av denna anledning etablerat produktionsenheter utomlands.

I tabell 7 visas andelen av Sveriges varuexport som kommer från de största multinationella företagen. Exporten från dessa företag har under den studerade perioden ökat starkt i betydelse. En viktig del av förklaringen bakom deras ökade andel av exporten är att de genom sina väl utvecklade marknadsorganisationer betydligt bättre kan hålla uppe försäljningen (se Eliassons och Bergholm-Jagréns kapitel).<sup>8</sup> Detta syns även av tabell 6 där andelen försäljning via utländska dotterbolag presenteras. Denna ökade mellan 1974 och 1978 från 45 till 53 % av den totala försäljningen. De stora företagens betydelse för den svenska ekonomin kan därför inte nog poängteras. Som framgår av tabell 7 svarar 40 företag för merparten av Sveriges varuexport.

Icke utlandsetablerade företags andel av exporten har minskat i betydelse.<sup>9</sup> Detta belyses av tabellerna 8 och 9, som visar Sveriges exportmarknadsandelar och svensk export i förhållande till OECDs förbrukning exklusive de 40 största företagen. Genom att jämföra dessa tabeller med tabellerna 1 och 3, framgår mycket klart att de internationaliserade företagens utveckling varit betydligt mer positiv än övriga företags.

Exporten från koncerndelarna i Sverige kan vara av olika slag. Det kan för det första röra sig om export direkt till kunder, för det andra om export till agenter och försäljande dotterbolag och för det tredje om insatsvaruexport till de producerande dotterbolagen. Exporten till koncernföretag har under den studerade perioden blivit allt viktigare. För samtliga svenska utlandsinvestering koncerner ökade exporten till koncernföretag i relation till total export från 32,9 % 1965 till 40,5 % 1978 (Swedenborg, 1982).

**Tabell 8 Svenska exportmarknadsandelar OECD 1965–78. Exklusive de 40 största internationella företagens export**

Index			
1965	1970	1974	1978
100	85	69	57

*Källa:* IUI.

**Tabell 9 Svensk export i förhållande till OECDs totala förbrukning 1965–78. Exklusive exporten från de 40 största internationella företagen**

Index			
1965	1970	1974	1978
100	104	110	89

*Källa:* IUI.

## 4 Marknadsorganisationens betydelse

Såväl i den intervjuundersökning som genomförts i samband med Bergholm-Jagréns kapitel som i tidigare undersökningar (Carlsson m fl, 1981) har nödvändigheten av marknadsnärhet poängterats, särskilt vad gäller kundspecialiserad verkstadsindustri. Detta gäller främst på distributions-sidan där man genom agenter och/eller försäljande dotterbolag får ovärderlig kunskap om marknaden och kan knyta kontakter på ett helt annat sätt än vad som varit möjligt från Sverige.

Den ökade satsningen på know-how och systemlösningar har dessutom lett till att lokala servicenät blivit nödvändiga. Generellt kan man därför säga att frånvaron av marknadsnärhet, mycket mer drastiskt än vad som nu skedde, skulle ha tvingat ner företagens marknadsandelar och därmed exporten från Sverige under kostnadskrisen i mitten av 70-talet. Stora olikheter kan visserligen noteras mellan olika produkter och marknader. För t ex standardprodukter med välkänd teknik är det lättare att exportera från Sverige jämfört med produkter som kräver kontinuerlig tillgång på service. Detta gäller speciellt för de produkter som främst konkurrerar med låga totalkostnader för användaren, dvs korta avställningstider och liknande, snarare än med försäljningspriset. Övriga konkurrenter, som inte drabbas av restriktionerna, kan då öka sina marknadsandelar på de svenska företagens bekostnad. I en marknad som kännetecknas av oligopolistisk konkurrens, som flertalet marknader där svenska företag konkurrerar, gäller det att alltid vakta på konkurrenternas agerande; att starta eller svara på aktioner. Ökade marknads-satsningar är därför både en väg att öka sina marknadsandelar och en nödvändig åtgärd för att inte förlora dem.

Samma förhållande gäller i mångt och mycket även produktionsinvesteringarna utomlands. Som visas i Bergholm-Jagréns kapitel är en stor del av det totala antalet anställda i producerande dotterbolag sysselsatta i länder som har krav på lokal tillverkning. Man måste alltså producera i länderna i fråga för att få sälja över huvud taget.

Skulle vi till siffran över antalet anställda i länder med lokala krav ytterligare lägga alla de i producerande dotterbolag som vid starttidpunkten tillkom på grund av tullmurar eller transportkostnader som omöjliggjorde export från Sverige skulle den stiga avsevärt. Det visar sig således att investeringar i producerande dotterbolag utomlands snarast är ett sätt att öka försäljningen och marknadsandelarna, dvs ett slags marknadsinvestering.

Ett specialfall är att marknaden ibland ”kräver” produktion på platsen som ett sätt att visa att företaget är seriöst och har långsiktiga ambitioner. Trots att det i dessa fall inte finns några legala krav, blir det nödvändigt att investera utomlands för att uppnå eller bibehålla marknadsandelarna. Även i dessa fall har alltså investeringen marknadskaraktär. En mer detaljerad analys av dessa fall finns i Bergholm-Jagréns kapitel.

## 5 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att de utlandsetablerade företagen mellan 1974 och 1978 bättre kunde upprätthålla sina marknadsandelar än den övriga svenska exporten, bl a tack vare en ökad andel utlandsproduktion samt en utbyggd och väl fungerande marknadsorganisation. Trots ”kostnadskrisen” i Sverige kunde man på detta sätt hålla uppe sin försäljning och sina vinster, och därmed fortsätta satsningarna på FoU och andra investeringar inför framtiden på ett sätt som annars inte varit möjligt. Av detta kan vi konstatera att de utlandsetablerade företagen synes ha behållit sin konkurrenskraft bättre än sina helsvenska syskon. Däremot kan vi inte uttala oss om huruvida de stärkt eller försvagat sina positioner gentemot sina utländska konkurrenter. För att göra detta behövs data för dem motsvarande dem för de svenska företagen. Dessa data saknas emellertid, varför någon jämförelse i detta avseende inte kan ske.

Ett andra intressant resultat av studien är att den stöder de teser som framlagts i tidigare kapitel som säger att priset blivit relativt mindre viktigt som primärt konkurrensmedel. De här presenterade beräkningarna tyder alltså på att marknads- och service organisationen spelar en mycket viktig roll. En del av förklaringen till att de utlandsetablerade företagen lyckats hålla sina marknadsandelar rätt väl uppe beror sannolikt just på att de har starka marknadsorganisationer.

För det tredje har vi belyst det faktum att de utländska dotterbolagen sedan 1965 kommit att spela en allt viktigare roll för total försäljning och export från Sverige. Bindningen mellan utländska dotterbolag och svensk ekonomi har således ökat.

## Noter

- 1 Danmark, Finland, Norge, Västtyskland, Storbritannien, Frankrike, Italien, Belgien, Holland, Österrike, Schweiz, USA, Kanada, Japan.
- 2 Det mycket stora fallet för transportmedel beror på att varvs exporten minskat drastiskt under perioden som en följd av den kombinerade kostnads- och strukturkrisen.
- 3 Utvecklingen av de 40 största utlandsetablerade företagens exportmarknadsandelar (deras export i relation till OECDs totala import) har förändrats från index 100 (1965) till 107 (1970), 100 (1974) och 90 (1978), dvs betydligt bättre än svensk export i stort. De internationaliserade bolagen har således hållit sin export väl uppe. Samma sak gäller för metall- och maskinföretagen. För de 10 största förändrades exportmarknadsandelarna från index 100 (1965) till 89 (1970), 103 (1974) och 94 (1978). För övriga delbranscher är antalet ingående företag alltför litet för att tillåta detaljerade analyser. Förekomsten av eventuella företagsspecifika faktorer skulle i alltför hög grad påverka resultaten.
- 4 Framräknat som importen summerad över OECD-länderna i relation till ländernas totala förbrukning.
- 5 Ett annat fel uppkommer om ett företag medvetet lämnar en av marknaderna. Detta framstår i vårt mått som om marknadsandelen totalt sett, för företaget i fråga, hade sjunkit.
- 6 Det är möjligt att en del av förklaringen till den observerade utvecklingen ligger i förändringar i relationen mellan internpriser vid export till dotterbolag och priset till slutlig kund. Relativt sett lägre exportpriser medför att exporten verkar mindre relativt utlandsförsäljningen.
- 7 Framräknad på basis av dessa företags andelar av total svensk export.
- 8 Se även not 3.
- 9 Se även not 3.

## Litteratur

- Carlsson, B, m fl, 1981, *Industrin inför 80-talet*. IUI, Stockholm.
- Franzen, T, 1983, Svensk exports marknadsandelar 1970–1982. SAFs utredningsnytt nr 2/83.
- Horwitz, E Ch, 1984, "Export Performance of the Nordic Countries", i *Economic Growth in a Nordic Perspective*. ETLA, IUI, IØI.
- Konjunkturinstitutet, Konjunkturläget, diverse år, Stockholm.
- Swedenborg, B, 1982, *Svensk industri i utlandet*. IUI, Stockholm.