

[Internasjonalisering av norske offshoreleverandører]

2009: Befester stillingen
i mer krevende markeder

MENON-publikasjon nr. 9/2010

Juni 2010

Av

Sveinung Fjose

Erik W. Jakobsen

Anne Espelien



Forord

Denne rapporten er skrevet på oppdrag fra Olje- og Energidepartementet. Formålet er å kartlegge norske offshorebedrifters internasjonale aktiviteter og analysere utviklingen internasjonale aktiviteter over tid. Informasjon til undersøkelsen er hentet inn gjennom en spørreundersøkelse, intervjuer og regnskapsanalyse. I tillegg har vi brukt SSBs statistikk for utenlandsinvesteringer, samt Econ Pöyrys statistikk knyttet til internasjonalisering av offshoreleverandører. Dataene gjelder for kalenderåret 2009, i den grad disse har vært tilgjengelige. Der kilder ikke er nevnt i teksten eller under figurer, stammer dataene fra denne undersøkelsen.

Menon Business Economics takker Olje- og Energidepartementet for oppdraget.

Menon Business Economics

Oslo, 6. juni 2010

1.1. Innhold

<i>Forord</i>	2
Innhold	3
Figurliste	4
Tabelliste	5
Sammendrag	6
1. Innledning	8
1.1. Definisjon og avgrensning av næringen	8
2. Det globale markedet for offshoreleveranser	12
1.2. Fortsatt økning i global etterspørsel etter olje	12
1.3. Fremtidsutsikter	18
3. Norske bedrifters direkteinvesteringer i utlandet	19
1.4. Statistikk over Direkte UtenlandsInvesteringer - DUI	19
1.5. Petroleumsselskaperens direkteinvesteringer	20
1.6. Offshoreleverandørenes direkteinvesteringer	23
1.7. Direkteinvesteringer eller eksport	28
1.8. Selskapsetableringer i petroleumshuber	31
4. Norske offshorebedrifters omsetning fra utenlandske markeder	34
1.9. Totalbildet	34
1.10. Fordeling av aktivitet langs petroleums-verdikjeden	36
1.11. Store bedrifter har høyest utenlandsandel	39
1.12. Regionale markeder	43
1.13. Segmenter	47
1.14. Hvilken betydning har eierskap og selskapsform?	48
5. Effekter av internasjonalisering for virksomhet i Norge	49
Referanser	52

1.2. Figurliste

Figur 1 Oljeproduksjon fra eksisterende og nye felt 2007-2030	12
Figur 2 Forventede globale investeringer i offshoremarkeder 2004-2013	13
Figur 3 Antatt utvinning på norsk sokkel 2010-2080	14
Figur 4: Offshoreinvesteringer 2004-2013	15
Figur 5 Offshoreinvesteringer fordelt på ulike regioner i 2004, 2010 og 2013. Faktiske og fremskrevne	15
Figur 6 Forventet global vekst i ulike segmenter	17
Figur 7: Petroleumsselskaperes akkumulerte direkteinvesteringer.	20
Figur 8: Regional fordeling av leverandørbedriftenes investeringer i 2007 og 2008	24
Figur 9: Leverandørens direkteinvesteringer 2008 og omsetning 2009 fordelt på regioner	25
Figur 10: Leverandørbedriftenes valg av inngangsstrategi ved ute-etablering	27
Figur 11: Fordeling av utenlandsomsetning på eksport og salg fra datterselskaper i utlandet	29
Figur 12: Inntekter fra datterselskaper i utlandet for bedrifter i ulike størrelseskategorier	30
Figur 13: Norske offshoreleverandørers tilstedeværelse i utvalgte byer og land	31
Figur 14 Omsetning, petrorettet omsetning og petrorettet utenlandsomsetning	34
Figur 15: utenlandsomsetning og omsetning i Norge for norske offshoreleverandører i perioden 1995-2009	35
Figur 16 Estimert prisutvikling for norske offshoreleverandører i perioden 2003-2009	36
Figur 17: Fordeling av omsetning og antall bedrifter langs verdikjeden ³⁷	
Figur 18: Omsetning fra utenlandske markeder som andel av total omsetning innenfor fasene i petroleumsverdikjeden.	38
Figur 19: Fordeling langs verdikjeden etter bedriftens størrelseskategori	39
Figur 20: Utenlandsomsetning blant offshorebedrifter i ulike størrelseskategorier.	40
Figur 21 Rangering av utenlandske offshoreregioner etter norske selskapers omsetning i regionene i 2007. Mrd NOK	43
Figur 22 Utvikling i seks viktigste utenlandske regioners andel av samlet norsk utenlandsomsetning fra 1995 til 2007.	44
Figur 23: Omsetning og antall bedrifter med leveranser til ulike regioner	45
Figur 24: Omsetning fordelt på regioner for ulike størrelseskategorier	46
Figur 25: Eksportandel og antall selskaper i ulike segmenter	47
Figur 26: Utenlandsomsetning etter eierskapsform	49

1.3. Tabelliste

Tabell 1: Andel av totalpopulasjon som har besvart spørreundersøkelsen	9
Tabell 2: Ranging på WB Doing Business, samt forhold mellom omsetning og direkteinvesteringer i utvalgte land.	26
Tabell 3: Antall datterselskaper i utlandet fordelt på segmenter	30
Tabell 4: Utenlandsomsetning etter størrelseskategori.	39

Sammendrag

Petroleumsnæringen utgjør en stor del av norsk økonomi. I 2009 stod petroleumsnæringen for om lag 25 prosent av norsk verdiskaping (SSB, Nasjonalregnskapet 2009). Næringens størrelse, betalingsevne og teknologikrav den til et attraktivt marked, som igjen har ført til fremveksten av en *stor offshorenæring*. Gjennom et nært samspill med aktørene på sokkelen har flere norske leverandørmiljøer utviklet unik og verdensledende kompetanse. Kompetansen er attraktiv også for utenfor norsk sokkel, og norske leverandører har i de senere år i økende grad ekspandert til nye geografiske områder, dels gjennom direkte eksport av produkter og tjenester og dels gjennom etablering av datterselskaper i de nye markedene. Internasjonalisering er en forutsetning for at aktørene skal opprettholde eller øke omsetningen fordi produksjonen på norsk sokkel er synkende. Alternativet er å vri virksomheten mot andre næringer.

Vi viser i denne rapporten utviklingen i internasjonalisering av den norske offshorenæringen. Næringen har ifølge vårt tallmateriale økt omsetningen fra 195 til 248 milliarder i perioden 2007 til 2009. Dette tilsvarer en vekst på om lag 25 prosent. Om lag halvparten av økningen kan tilskrives økt internasjonal omsetning. Norske leverandører økte sin internasjonale omsetning fra 95 milliarder i 2007 til 118 milliarder i 2009. I samme periode har det knapt vært økning i de offshoremarkedene som norske selskaper har leveranser til. Gjennomsnittlig norsk markedsandel i disse markedene har derfor økt fra om lag 12 til om lag 14 prosent¹. Norske offshoreleverandører har økt markedsandelen i en periode med tøffere internasjonal konkurranse.

Sørøst-Asia, Vest-Afrika, Storbritannia, USA/Canada, samt Brasil/Mexico er de viktigste regionale markedene. Samtidig viser spørreundersøkelsen at det er stor variasjon over tid. Mens Russland, Aserbajdsjan og Storbritannia var sentrale markeder i 2007, er disse relativt sett mindre viktig i 2009. Sterk variasjon i geografisk konsentrasjon viser at norske leverandører klarer å vri eksporten mot voksende markeder. Sterk variasjon i geografisk omsetning kan også forklares med hvor i verdikjeden hovedvekten av norske leverandører befinner seg. 70 prosent av omsetningen er innen leting, prøveboring og feltutbygging, mens de resterende 30 prosent er knyttet til olje- og gassproduksjon og transport/nedstrømsaktiviteter. Konsentrasjonen mot leting, prøveboring og feltutbygging medfører at leverandørene tilbyr sine tjenester i lovende snarere enn i modne bassenger.

Det aller meste av verdens lett utvinnbare ressurser er allerede i produksjon, og enkelte av feltene er i dag relativt modne. Fremtidig produksjon kommer derfor i mer vanskelig tilgjengelige områder – på dypere vann og i mer værharde områder. Det skaper store muligheter for teknologisk avanserte leverandører.

Offshoremarkedet er ventet å stige de nærmeste år. Det er imidlertid ikke ventet like sterk økning i alle segmenter. Det er ventet sterk økning innen DVM (drift, vedlikehold og modifikasjon – på engelsk MMO) og boring, og mer moderat økning innen andre segmenter som produksjon av faste, flytende- og undervannsinstallasjoner. Norske leverandører har i dag en betydelig markedsandel innenfor boring, men har samtidig hatt problemer med å konkurrere i det internasjonale DVM-markedet, som i noen grad har vært preget av sterk pris konkurranse.

I 2008 hadde norske offshoreleverandører bokførte investeringer for 62 milliarder kroner utenfor Norge. I 2007 var tilsvarende tall 55 milliarder. På ett år har altså bokførte investeringene økt med om lag 12 prosent. Petroleumsselskaperenes investeringer var i samme periode på i underkant av 180 milliarder. Leverandørenes og oljeselskaperenes investeringer følger hverandre i noen grad – det

¹ I beregningen har vi sammenstilt data innsamlet gjennom spørreundersøkelsen og data som Douglas-Westwood (2009) har samlet inn på vegne av Intsok.

ser ut til at norske offshoreleverandører har et konkurransefortrinn i områder hvor norske oljeselskaper opererer, og at de av den grunn også gjør investeringer i området. Imidlertid er regioner med høyere politisk og institusjonell risiko og dårligere forretningsklima underrepresentert i investeringsstatistikken. Til tross for høy omsetning i Vest-Afrika og i Brasil/Mexico, er summen av leverandørbedriftenes investeringer i disse områdene mindre sett i forhold til total omsetning.

Om lag 70 prosent av utenlandsomsetningen kommer i form av eksport, mens de resterende 30 prosentene genereres fra datterselskap i utlandet. Om lag 70 av utvalget på 317 selskaper har datterselskaper eller investeringer i andre land.

Det er en klar sammenheng mellom bedrifters størrelse og internasjonalisering, og de 37 selskapene som har mer enn 1 milliard kroner i omsetning sto for nær 95 prosent av utenlandsomsetningen i 2009. Likevel er det også mange mindre selskaper som har mye aktivitet utenfor Norge. Blant bedrifter med mindre enn 50 millioner kroner i omsetning, har nesten hver femte bedrift mer enn 25 prosent av sin omsetning fra utenlandske kunder.

1. Innledning

1.4. Definisjon og avgrensning av næringen

Det finnes ingen objektive kriterier for å definere og avgrense en næring. I tråd med tidligere undersøkelser (Heum et al, 2006) har vi avgrenset den norske offshorenæringen på følgende måte: Bedrifter som direkte eller indirekte har leveranser til oppstrøms petroleumsvirksomhet. Offshoreaktivitetene strekker seg fra geologiske/geofysiske undersøkelser, via leting installasjon til produksjon. Transport av olje og gass er ikke inkludert, heller ikke nedstrømsaktiviteter som raffinering. I praksis er det vanskelig å operere med knivskarpe grenser. For eksempel er rørlegging til havs inkludert. Det samme er leveranser til feltutbygging. Grenseflatene mellom oljeselskapene og deres leverandører er heller ikke uproblematisk. Den samme aktiviteten, for eksempel operasjon av plattformer under produksjon, kan utføres av oljeselskapene selv eller av en leverandør. I siste tilfelle inkluderes aktiviteten blant offshoreleverandører, i det første tilfellet faller den utenfor.

Det bør også presiseres at en lang rekke tjenester til oljeselskaper og til deres offshoreleverandører ikke er inkludert. Det gjelder generiske tjenester som regnskap/revisjon, eiendomsdrift og renhold, men det gjelder også finansielle og juridiske tjenester som i større grad krever spesialisert kompetanse.

1.4.1. Antall bedrifter

På grunn av avgrensingsproblematikken finnes det heller ikke noe klart svar på hvor mange offshorebedrifter det finnes i Norge. Innovasjon Norge har operert med et register på mer enn 2000 bedrifter.

I denne undersøkelsen har vi tatt utgangspunkt i en database på 2316 bedrifter. Databasen er bygget opp ved hjelp av ulike kilder; relevante bransjekoder, Innovasjon Norges register, Oslo Børs, samt tidligere prosjekter, som "Et verdiskapende Norge" (Reve og Jakobsen, 2001), "Kartlegging av olje- og gassnæringens betydning for norske regioner" (Jakobsen et al, 2002), og "Internasjonalisering" (Konkraft, 2008). Databasen er bygget opp med utgangspunkt i næringskoder og manuell utplukking av bedrifter som vi vet tilhører leverandørindustrien. Av de 2316 disse hadde 1961 omsetning i 2008. Bedrifter uten omsetning er enten inaktive eller ikke ennå kommersialisert (pre-revenue).

Vi har siden forrige undersøkelse utvidet populasjonen av bedrifter med mulige leveranser til petroleumsnæringen fra 2000 til 2316. Økning i populasjonen skyldes delvis en organisk vekst innen de aktuelle næringskategorier. Videre skyldes veksten at stadig flere selskaper vrir sin produksjon mot petroleumsnæringen. En utvidelse av populasjonen har imidlertid liten effekt på norske offshore-selskapers utenlandsaktivitet. Mer enn 95 prosent av all eksport skjer via selskaper med mer enn 1 milliard kroner i omsetning. Populasjonen av bedrifter med mer enn 1 milliard i omsetning er stabil fra 2007 til 2009.

Av totalpopulasjonen på 2316 bedrifter har det vært mulig å identifisere e-post adresser og kontakinformasjon til 1504. Av disse har 441 bedrifter svart på spørreundersøkelsen. Dette gir

en svarprosent på 29. Av disse igjen oppgir 70 at de ikke har leveranser til petroleumsnæringen². Videre har 54 bedrifter svart på en så begrenset del av spørreundersøkelsen at det ikke gir mening å bruke svarene deres som grunnlag for å beregne internasjonaliseringsgrad, utenlandsinvesteringer m.v. Fra de resterende 317 bedriftene har vi relativt gode data. I den grad enkelte av disse har unnlatt å besvare viktige spørsmål angående omsetning eller sysselsetting, har vi supplert svarene deres med sist tilgjengelige registerdata. I enkelte tilfeller har bedriftene ikke besvart spørsmål om utenlandsomsetning. I disse tilfellene har vi vært så heldige å få tilgang til Econ Pöyrys database om internasjonalisering av offshoreleverandørene, og brukt data fra denne for å fylle ut "hullene".

Antall bedrifter som har besvart undersøkelsen har gått opp fra 204 ved undersøkelsen i 2008 til 317 i undersøkelsen i 2010. Svarprosenten har således gått opp. Med bakgrunn i økt antall svar fremstår det som lite overraskende at samlet omsetning fra bedriftene som har respondert har økt fra 270 til 320 milliarder. Det kunne i utgangspunktet tenkes at økningen i vel så stor grad kunne forklares med økt populasjon som en reell omsetningsøkning for offshoreleverandørene. Det er to viktige innvendinger mot denne forklaringen. For det første økte samlet omsetning blant bedriftene i populasjonen på 2316 fra 370 milliarder i 2007 til 440 milliarder i 2008. Dette tilsvarer en vekst på i underkant av 20 prosent. Videre har vi både i undersøkelsen fra 2007 og nå fra 2009 tilnærmet hundre prosent dekning av de bedrifter som har mer enn 1 milliard kroner i omsetning. Bedriftene med mer enn 1 milliard kroner i omsetning står for 95,5 prosent av all utenlandsomsetning. Det er således grunn til å anta at omsetningsøkningen er reell og at betydningen av økt populasjon er minimal. Størrelsesfordeling av totalpopulasjon og petrorettet utenlandsomsetning er vist i Tabell 1 nedenfor

Tabell 1: Andel av totalpopulasjon som har besvart spørreundersøkelsen

	Totalomsetning blant populasjonen av offshorebedrifter i 2008 (Milliarder NOK)	Totalomsetning blant bedrifter som har svart på spørreundersøkelsen (Milliarder NOK)	Andel av populasjonen som inngår i undersøkelsen	Andel av total petrorettet utenlandsomsetning
1-50 MNOK	16	11	69%	0,5%
51-100 MNOK	20	9	45%	0,4%
101-250 MNOK	42	29	68%	1,4%
251-1000 MNOK	95	13	14%	2,6%

² Det tilsier at ca. 16% av selskapene ikke er relevante, og at det anslåtte antallet (2300) kan reduseres med 350-400. Det kan således være grunn til å anta at populasjonen av leverandørbedrifter snarere er 2000 enn 2300.

Mer enn 1 milliard NOK	267	259	97%	95,8%
Totalt	441	321		1

Kilde: Menons næringsdatabase i kombinasjon med resultater av spørreskjema

I tabellen viser vi totalomsetning etter bedriftenes størrelseskategori. Vi har valgt å vise dette for totalpopulasjonen på 2316 bedrifter og det utvalget på 317 bedrifter som har besvart spørreundersøkelsen. Basert på dette kan vi beregne representativiteten målt etter hvor stor andel av total omsetning bedriftene i utvalget har. I tabellen viser vi også hvordan total utenlandsomsetning fordeler seg mellom de ulike størrelseskategoriene. Dette er tatt med for å gi en indikasjon på hvor stor del av total utenlandsomsetning vi har fanget opp gjennom spørreundersøkelsen.

Som det fremgår av tabellen er responsraten dårligst for størrelseskategorien 251-1000 millioner. I undersøkelsen har vi for denne gruppen kun fanget opp rundt 14 prosent av totalomsetningen på rundt 95 milliarder. Denne størrelseskategorien av selskaper har 26 prosent av omsetningen sin knyttet til eksport. Dersom denne utenlandsandelen (26%) er representativ for bedrifter i størrelsen 251-1000 MNOK, er vårt anslag på samlet utenlandsomsetning betydelig undervurdert. Å justere for manglende svarprosent ville økt petrorettet utenlandsomsetning med om lag 25 milliarder. Det er imidlertid sannsynlig at bedrifter med stor internasjonal aktivitet er overrepresentert i utvalget. Det er grunn til å tro at interessen for å besvare denne undersøkelsen blant bedrifter som ikke har utenlandsomsetning er lavere enn for de som er internasjonaliserte, med andre ord at det er en form for selvseleksjon. Vi bør derfor være forsiktige med å estimere utenlandsomsetning for hele populasjonen basert på utvalget i undersøkelsen. Vi har imidlertid gjort ett unntak, nemlig for offshorerederiene.

Ved gjennomgang av svarene fant vi at offshorerederiene var sterkt underrepresentert. Menon har imidlertid gjennom flere prosjekter innen rederinæringen opparbeidet en komplett liste over populasjonen av offshorerederier. For å justere for manglende besvarelse har vi derfor lagt inn registerdata for de rederier som ikke har besvart. Andel utenlandsomsetning er for disse satt lik andel utenlandsomsetning for de bedrifter som hadde besvart undersøkelsen. Data for 118 rederier med en samlet omsetning på nær 12 milliarder ble lagt inn på denne måten. Dermed kan vi si at data fra 435 bedrifter er brukt som grunnlag i denne undersøkelsen.

For å få mest mulig kvalitetssikrede tall fra de største og viktigste leverandørene gjennomførte vi intervjuer med disse. Vi har totalt gjennomført 20 intervjuer. Enkelte av intervjuene er grunnlag for enkelte av de illustrerende "case" vi viser i rapporten.

1.4.2. Hva mener vi med internasjonalisering?

Internasjonalisering kan ta mange former og kan måles langs mange dimensjoner. De to viktigste dimensjonene er hvor inntektene genereres (hjemme eller ute) og hvor aktivitetene utføres (hjemme eller ute):

- ❖ Inntekter fra kunder utenfor Norge – i absolutte tall (volum) og som andel av totalomsetning (utenlandsandel)

- ❖ Utenlandsetableringer – hvilke aktiviteter som utføres henholdsvis i og utenfor Norge, for eksempel hvor hovedkontorfunksjoner, produksjon, FoU og salg/markedsføring er lokalisert.

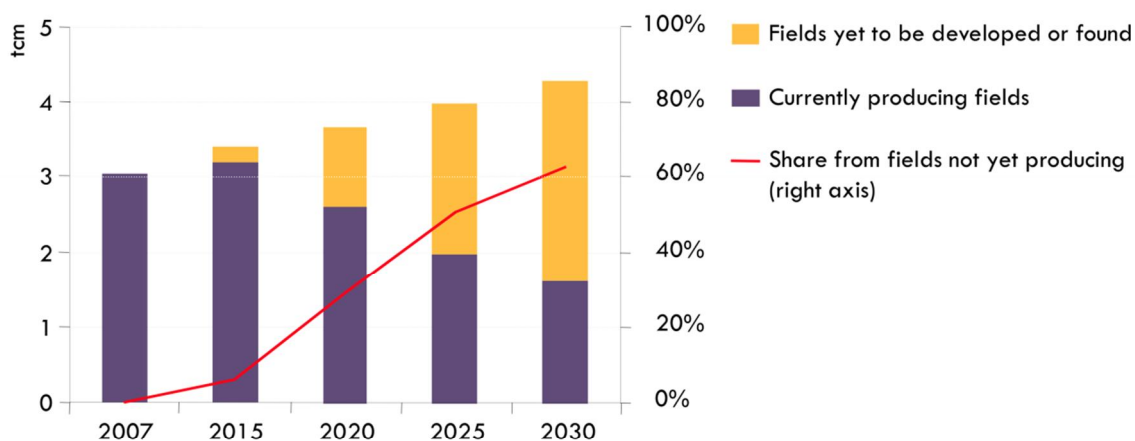
Graden av internasjonalisering øker langs begge disse dimensjonene. Dersom alle aktiviteter utføres i Norge og all omsetning genereres fra utenlandske markeder, er man en rendyrket eksportbedrift. Framo Engineering er et eksempel på en slik eksportbedrift (se Konkraft – Internasjonalisering, 2008). Dersom alle aktiviteter utføres i utlandet og alle inntekter kommer fra kunder utenfor Norge, er internasjonaliseringen gått så langt at man ikke lenger er en norsk bedrift. Prosafe er et eksempel på en bedrift som er i ferd med å kutte båndene til Norge, både på inntekts- og aktivitetssiden. Utføres alle aktiviteter i utlandet men alle inntekter genereres i Norge, er man en rendyrket importbedrift. Denne typen bedrifter er selvsagt ikke med i denne rapporten.

2. Det globale markedet for offshoreleveranser

1.5. Fortsatt økning i global etterspørsel etter olje

Finanskrisen og dens ettervirkninger førte for første gang siden 1981 til en reduksjon i verdens energikonsum. Den underliggende trenden er imidlertid at nedgangen vil være kortvarig. International Energy Agency (IEA) venter at energikonsumet i perioden 2010 til 2030 vil ha en årlig vekst på om lag 1,5%. De fremvoksende økonomiene i Asia og land i Midtøsten er ventet å være de viktigste driverne bak økningen. Veksten i etterspørsel etter energi vil medføre økt produksjon både av fornybar og ikke-fornybar energi ifølge IEA. Sterkest vekst venter IEA innen fornybar og karbonnøytral produksjon, samt kull. Veksten i kullkonsum er drevet av etterspørsel etter billig energi i utviklingslandene, mens OECD-området er ventet å redusere sitt forbruk av fossilt brensel. OECD venter årlig vekst i oljekonsum på rundt 1 prosent, altså lavere vekstrate enn for energiproduksjon generelt. Bakgrunnen for dette er i stor grad et prisspørsmål: Den enkelt utvinnbare oljen er i stor grad allerede funnet og utvunnet, og fremtidig produksjon er ventet å skje på dypere vann og i værharde områder. Dette vil drive opp utvinningskostnadene. Fortsatt vekst i oljekonsumet krever intensivering av letevirksomheten. Som det fremgår av Figur 1 nedenfor må hele 70 prosent av oljekonsumet i 2030 komme fra felt som enten ikke er oppdaget eller er i produksjon

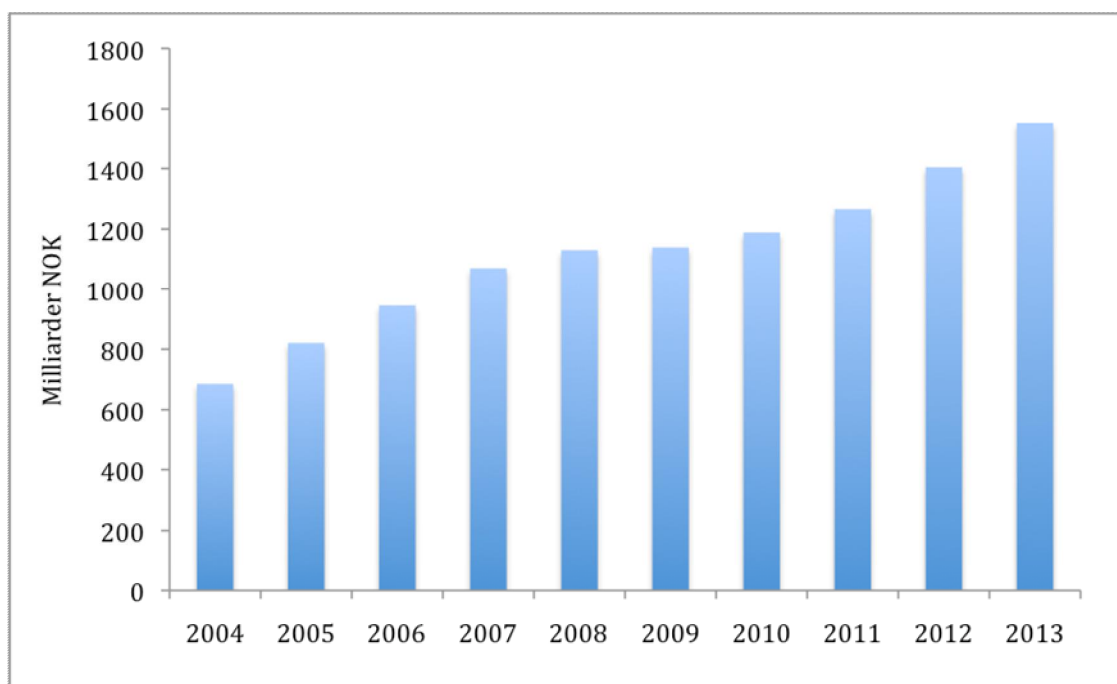
Figur 1 Oljeproduksjon fra eksisterende og nye felt 2007-2030



Kilde: IEA 2009

For å møte energietterspørselen foretas det store investeringer i olje- og gassfelt. Globale petroleumrelaterte investeringer var om lag 2200 milliarder i 2008, og noe lavere i 2009 (Intsok 2010, IEA, 2009). Frem mot 2013 er det ventet sterk økning i investeringer knyttet til offshore petroleumsvirksomhet, slik Figur 2 nedenfor viser.

Figur 2 Forventede globale investeringer i offshoremarkeder 2004-2013



Kilde: Intsok/Douglas-Westwood 2009

Som det fremgår av figuren er globale offshoreinvesteringer ventet å øke fra om lag 1200 milliarder kroner i 2010 til om lag 1550 milliarder kroner i 2013. Norske offshoreinvesteringer er beregnet til å bli på om lag 120 milliarder NOK i 2010, og det ventes at investeringsvolumet vil ligge på omtrent samme nivå frem til 2013 (Econ Pöyry, 2010). Den norske andelen er altså i dag rundt 10 prosent – men synkende frem mot 2013.

Det må imidlertid presiseres at figuren over viser de markeder som Intsok følger, og ikke Offshoremarkedet som helhet. Men, ettersom Intsok følger en svært stor del av det internasjonale offshoremarkedet, gir figuren over et godt bilde.

Intsok følger ulike markeder i ulik grad, avhengig av hvor attraktive disse anses å være. Avhengig av prospektiviteten blir land kategorisert etter: "priority countries", "other priority countries" og "markets under observation". Nedenfor følger en oppstilling av hvilke land som hører med i hver enkelt kategori.

Priority countries: Angola, Brasil, Kina, Mexico, Russland, UKCS; US Golf of Mexico

Other priority countries: Australia, Canada, India, Indonesia, Malaysia, Midtøsten og Nigeria

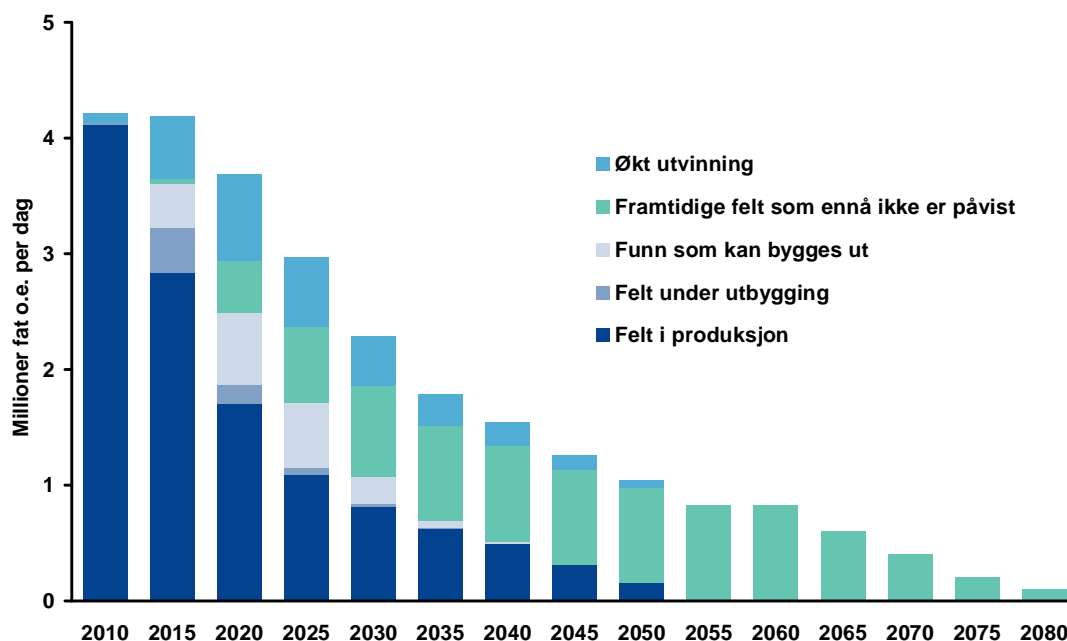
Markets under observation: Algeri, Libya, Singapore, South Korea, Venezuela

Tallmaterialet bak tabellen er fremkommet ved å legge sammen antatt markedsutvikling i alle de nevnte markeder.

1.5.1. Norske offshoreleverandører må vokse internasjonalt i årene som kommer

Norsk sokkel er i ferd med å modnes. Mest sannsynlig passerte Norge produksjonstoppen allerede i 2004. De neste 20-30 år er produksjonen ventet å falle vesentlig, som vist i Figur 3 nedenfor.

Figur 3 Antatt utvinning på norsk sokkel 2010-2080



Kilde: Econ Pöyry

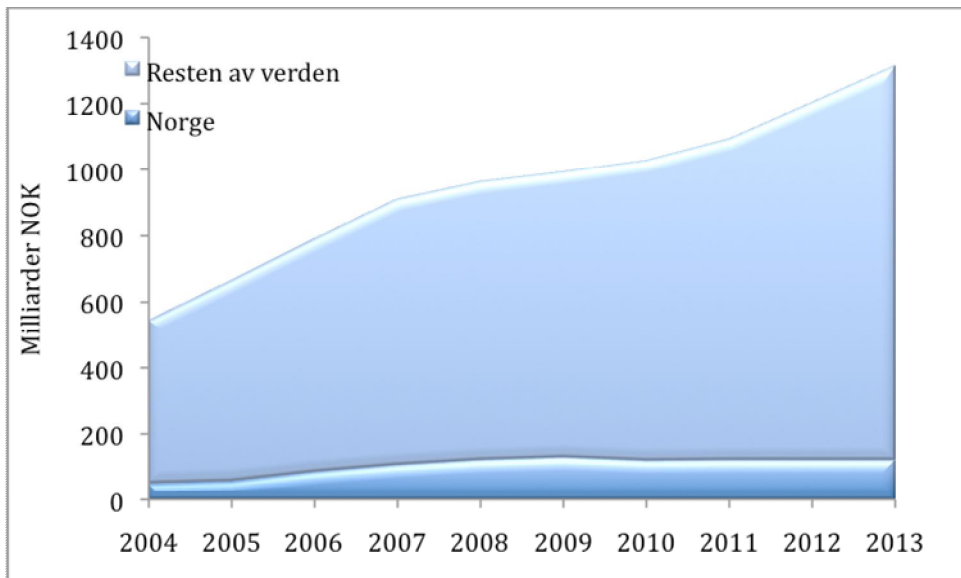
Som det fremgår av figuren er produksjonen ventet å falle fra om lag 4 millioner fat oljeekvivalenter i 2010 til om lag 2 milliarder fat i 2035. I tråd med at det gjøres stadig færre drivverdige funn, er det antatt at investeringene knyttet til norsk sokkel vil reduseres. Econ Pöyry (2010) har i den sammenheng estimert at investeringsnivået på norsk sokkel trolig vil holde seg over 100 milliarder kroner per år frem til 2020, men deretter falle sterk. Høyt investeringsnivå frem mot 2020 kan i stor forklare med økte investeringer innen drift, vedlikehold og modifikasjon, i tillegg til utbygging av nye felt. Ressursestimatet fra Econ Pöyry inkluderer naturlig nok ikke mulige ressurser i den såkalte gråsonen, som potensielt kan åpnes for petroleumsaktivitet etter at Russland og Norge nå er enige om hvor grensene skal trekkes. Om området inneholder utvinnbare ressurser kan fallet i produksjonsnivå bli noe lavere enn vist i figuren.

Redusert aktivitetsnivå på norsk sokkel vil skape omstillingsutfordringer på norsk sokkel. Om lag 140 000 årsverk kan i dag knyttes til utvinning av petroleum, samt leveranser til petroleumssektoren. Om lag 90 000 av disse er rettet mot produksjonen på norsk sokkel, mens de resterende 50 000 kan knyttes til leveranser til andre land(Ibid). Redusert aktivitetsnivå på norsk sokkel vil medføre at norske leverandører mister et viktig marked. For å opprettholde omsetning og sysselsetting må de følgelig vri produksjonen mot andre markeder, enten dette er andre lands offshoremarkeder eller mot markeder hvor teknologien også kan anvendes.

Figur 4 viser utviklingen i investeringer på norsk og utenlandske sokler fra 2004 til 2007, samt prognoser for perioden 2008 til 2011. Figuren viser at investeringene på norsk sokkel vokste raskere enn investeringene på utenlandske sokler frem til 2008, men prognosene tyder på at situasjonen vil være motsatt i årene som kommer. Mens norsk sokkel sannsynligvis vil flate ut,

kommer flere av de utenlandske markedene til å vokse med mer enn 10 prosent per år. Dersom den norske offshoreleverandørindustrien skal fortsette å vokse de neste årene, må internasjonaliseringen øke.

Figur 4: Offshoreinvesteringer 2004-2013

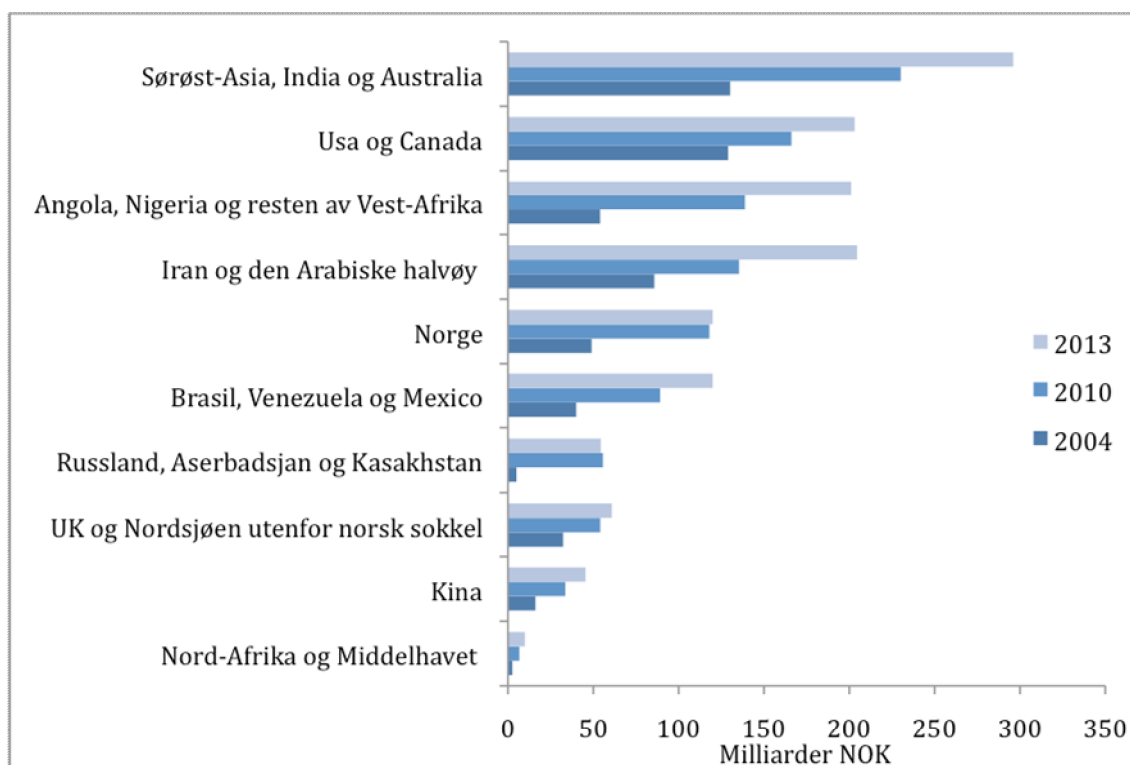


Kilde: Intsok/Douglas-Westwood 2009

Det er naturlig nok ventet ulik vekst i ulike regioner. Som det går frem av .

Figur 5 er det ventet sterk vekst i alle regioner bortsett fra Russland, Aserbajdsjan og Kasakhstan, hvor det er ventet en mindre reduksjon i markedet.

Figur 5 Offshoreinvesteringer fordelt på ulike regioner i 2004, 2010 og 2013. Faktiske og fremskrevne



Kilde: Intsok/Douglas-Westwood 2009

I enkelte av disse segmentene har norske aktører allerede i dag en betydelig markedsandel. Eksempelvis hadde vi ifølge våre beregninger en markedsandel på rundt 25 prosent i UK. Dette går frem av tabell 2. I viktige vekstmarkeder som Sørøst-Asia/India/Australia, USA/Canada, Vest-Afrika, samt Brasil/Venezuela/Mexico, har norske aktører betydelige markedsandeler. Norske leverandørers leveranser til de ulike regionene varierer betydelig over tid. Den geografiske fordelingen av offshorebedriftenes omsetning beskrives i kapittel 4.

Tabell 2: Omsetning og norsk markedsandel i ulike geografiske markeder i 2008

	Størrelse på markedet Milliarder NOK	Norske leveranser (Milliarder NOK)	Norsk markedsandel
Sørøst-Asia, India og Australia	191,2	32,7	17,1%
Usa og Canada	137,9	10,5	7,6%
Midtøsten	107,0	2,2	2,0%
Angola, Nigeria og resten av Vest-Afrika	104,9	12,4	11,8%
Brasil, Venezuela og Mexico	81,7	9,8	12,0%
Russland, Aserbadsjan og Kasakhstan	47,8	4,0	8,3%
UK og Nordsjøen utenfor norsk sokkel	46,8	11,1	23,7%
Kina	30,0	3,3	10,9%

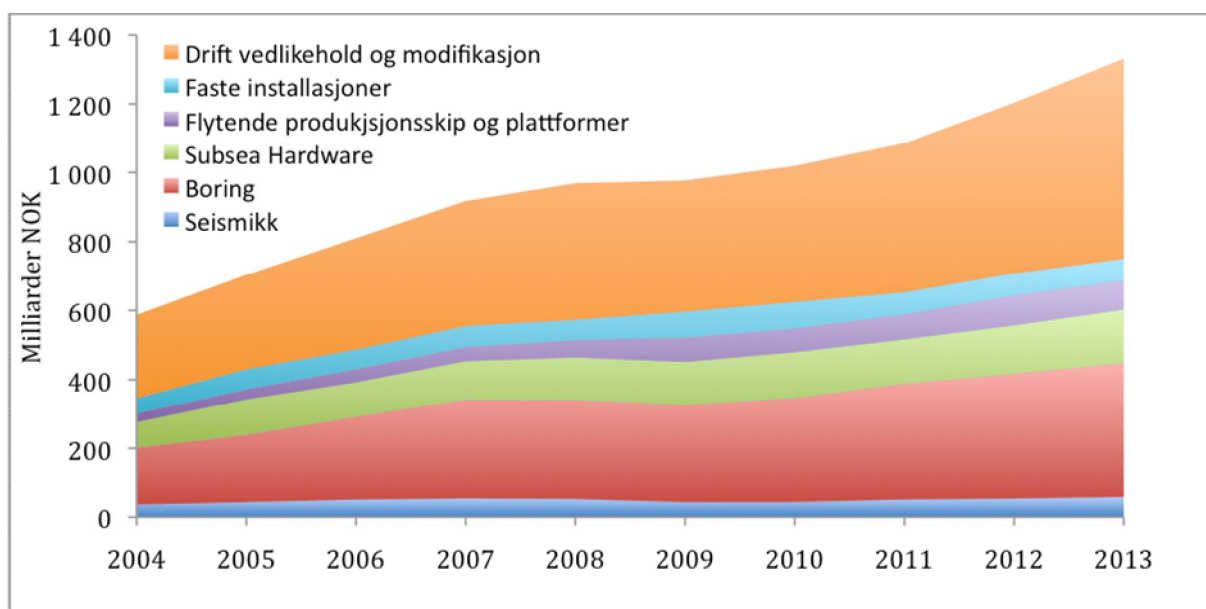
Nord-Afrika og Middelhavet ³	6,6	1,8	28,0%
---	-----	-----	-------

Kilde: Intsok & Douglas-Westwood/Menon

I tabellen har vi kombinert data fra Douglas-Westwood med data innsamlet gjennom spørreundersøkelsen.

Økt internasjonalt engasjement fordrer imidlertid norsk konkurranseevne. Norsk leverandørindustri har tradisjonelt sett hatt høy kunnskapsintensitet, som blant annet kan forklares med at mindre spesialisert arbeidskraft er relativt sett dyrere i Norge enn i våre konkurrentland, og at mer spesialisert kompetanse er relativt sett billigere. Teknologi- og kunnskapsintensiteten er imidlertid ulik i ulike segmenter. I utviklingen av blant annet undervannsteknologi har norske bedrifter hatt ledende teknologi innen økt utvinning og sikkerhet. Høyt norsk lønns- og kostnadsnivå betyr i den sammenheng mindre ettersom konkurransen ved slike leveranser snarere går på kvalitet og kunnskapsutvikling enn pris. På den annen side betyr pris mye innen andre segmenter, som f. eks DVM (drift, vedlikehold og modifikasjon), der spesialiseringsnivået ofte er lavere. Forventet vekst i de ulike segmentene er vist i Figur 6 nedenfor.

Figur 6 Forventet global vekst i ulike segmenter



Kilde: Intsok/Douglas-Westwood 2009

Som det fremgår av figuren er det ventet sterk vekst innen drift, vedlikehold og modifikasjon (DVM), samt boring. Det er ventet lavere vekst innen bygging av faste og flytende plattformer og undervannsinstallasjoner. Norske leverandører er i mange tilfeller underleverandører til skip, rigger og FPSOer som bygges ved verft i Sørøst-Asia. En reduksjon i byggeaktiviteten vil kunne redusere norske leveranser betydelig. Vi kommer tilbake til dette i kapitel 1.15.

Hvor det utvinnes er imidlertid også viktig for norsk konkurransekraft. Økt offshoreproduksjon på dypt vann og i mer værharde områder kan ses på som en fordel for norske offshoreleverandører, ettersom flere av disse har bygget opp internasjonalt ledende teknologi på området gjennom

³ Douglas-Westwood har kun samlet markedsdata for Libya og Algerie i denne regionen. Noe av bakgrunnen for den høye norske markedsandelen kan være at vi har fanget opp en stor del av norske leveranser til regionen, men at markedsstørrelsen er undervurdert som følge av at man ikke følger flere land i regionen.

leveranser til aktører på norsk sokkel. Flere aktører ser derfor for seg økte internasjonale leveranser fremover (Econ Pöyry, 2010).

1.6. Fremtidsutsikter

I en periode med marginal vekst har norske aktører klart å øke sine leveranser med 20 prosent. Dette til tross for et økt norsk kostnadsnivå. Dette viser at norske leverandører er konkurransedyktige, selv når markedet har hatt en stagnasjon. Forventet fremtidig vekst i det globale offshoremarkedet kan derfor komme norske leverandører til gode. Det er imidlertid en forutsening at veksten kommer innen segmenter hvor norske leverandører har konkurransekraft, herunder boring og feltutbygging. Vekst i markeder med lavere kunnskapsintensitet vil trolig ikke gagne norske leverandører.

Det er ventet at store deler av den "enkle oljen" allerede er utvunnet eller er i produksjon, og at fremtidig produksjon vil foregå i mer værharde områder og på dypere vann. Dette er på den ene side en fordel for norske aktører ettersom det er på dette området flere har sin spisskompetanse. På den annen side er det grunn til å minne om at utvinningskostnadene i denne typen område er vesentlig høyere enn i områder med mer konvensjonell produksjon. Det er således en fare for at feltene ikke kommer i produksjon, til tross for store reserver. Et godt eksempel i så henseende er Shtokman-utbyggingen som per i dag ikke lar seg forsvare økonomisk på grunn av fallende LNG-priser.

3. Norske bedrifiers direkteinvesteringer i utlandet

Norsk petrorettet næringsliv internasjonales gjennom ulike kanaler. En stor andel av internasjonaliseringen finner sted gjennom eksport. Men en betydelig og voksende andel av det internasjonale salget skjer gjennom datter- eller søsterselskap i utlandet.

Etablering av datterselskaper i utlandet krever ofte betydelige direkteinvesteringer (DUI - direkte utenlandske investeringer), særlig for de deler av næringslivet som er kapitalintensive.

I dette kapitlet beskrives hele norsk olje- og gassnærings direkteinvesteringer i utlandet. Etter en gjennomgang av datagrunnlaget presenteres totaltall og geografisk fordeling av petroleumsselskaperes investeringer. Disse domineres av Statoil, men også DNO og andre mindre norske selskaper har investeringer i andre land. Offshoreselskaperes datterselskaper og utekontorer domineres av noen ganske få og konsentrerte områder – petroleumshuber. I siste del av kapitlet beskrives fire av disse hubene; Singapore, Houston, Aberdeen og Rio.

1.7. Statistikk over Direkte UtenlandsInvesteringer - DUI

Statistikk for direkte investeringer i utlandet samles inn av Statistisk sentralbyrå (SSB). Definisjoner og innsamling følger internasjonale standarder utarbeidet av IMF og FN. Statistikken omhandler både investeringsstrømmer over en gitt periode (FDI flows) og beholdningen av investeringer eller eierskap i selskaper i utlandet på et gitt tidspunkt (FDI stock). Det er beholdningstall som står i sentrum for denne studien.

Direkte investeringer skiller seg fra porteføljeinvesteringer, da førstnevnte krever at investor har til hensikt å utøve effektiv og strategisk innflytelse over investeringsobjektet over noe tid. Man har derfor satt en nedre grense for direkte investeringer på 10 prosent eierskap i selskapet. Er eierandelen lavere, defineres investeringen som en porteføljeinvestering (Statens pensjonsfond utland driver derfor ikke med direkte investeringer i utlandet). Også indirekte investeringer i utlandet gjennom datterselskaper som er majoritetseid blir definert som DUI.

Frem til 2007 dekket innsamlingen av beholdningstall i utgangspunktet alle norske selskapers investeringer, hovedsakelig basert på Skattedirektoratets utenlandsoppgave. I disse oppgavene blir selskapene bedt om å innrapportere verdien på egenkapitalen, aksjekapital, utbytte og eierandel i alle utenlandske selskaper. Disse verdiene er såkalte skattemessige verdier som gjerne ligger nært opp til den bokførte verdien på egenkapitalen i selskapene.

1.7.1. Om svakheter i dagens datagrunnlag og utfordringer

Internasjonale erfaringer viser at det knytter seg stor usikkerhet til statistikken, både fordi verdsettingen av investeringene er uklar, og fordi innrapporteringen fort kan bli mangelfull. I Grünfeld (2007) ble det eksempelvis vist at en større norsk fabrikkinvestering i Kina utgjorde mer enn den samlede norske DUI-beholdning i Kina registrert gjennom SSBs statistikk. Denne problemstillingen er også drøftet mer prinsipielt i Grünfeld (2005). En god kartlegging av norske

offshoreleverandørers og olje- og gassprodusenters direkte investeringer i utlandet må derfor baseres på flere kilder enn SSBs statistikk. I denne sammenheng er det verd å merke seg at Grünfeld (2005) viser at direkteinvesteringene i utlandet er svært konsentrerte. Ved å særlig fokusere på de store investorene får man derfor mye igjen ved å hente inn tilleggsmateriale.

1.7.2. Måling av direkteinvesteringer i spørreskjema og intervjuer

For å få informasjon om petroleumsselskaperes og offshoreleverandørenes direkteinvesteringer har vi stilt spørsmål både knyttet til verdi av samlede investeringer, geografisk fordeling av investeringen og inngangsstrategi. Spørreskjemaet ligger som vedlegg I til rapporten. I de fleste tilfeller har vi hentet informasjon om dette gjennom elektroniske spørreskjema. For de 20 største leverandørene og petroleumsselskapet Statoil har vi imidlertid innhentet informasjonen gjennom en kombinasjon av intervju og studie av årsregnskaper. Gjennom intervjuene fikk vi mulighet til å stille viktige supplerende spørsmål, samt å kvalitetssikre en del av den informasjonen vi innhentet gjennom årsregnskapene.

1.8. Petroleumsselskaperes direkteinvesteringer

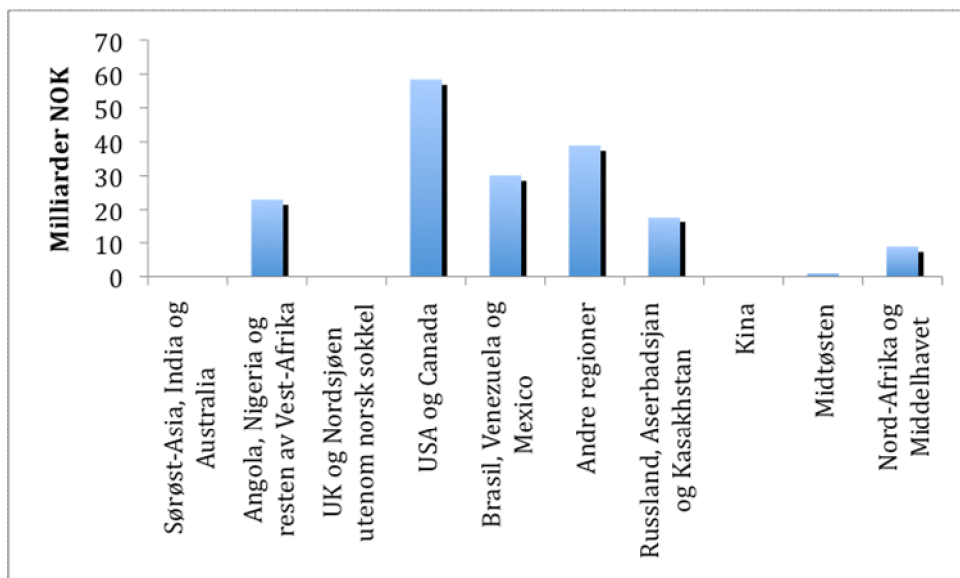
Sammenlignet med de andre petroleumsselskapene er Statoil en gigant, og statistikken på dette området vil derfor i stor grad reflektere Statoils utenlandske direkteinvesteringer. Tallmaterialet er innhentet ved gjennomgang av selskaperes årsrapportering, samt intervjuer.

Petroleumsselskaperes totale akkumulerte investeringer målt i bokført verdi er beregnet til 177 milliarder kroner. Den bokførte verdien er den verdien investeringen har fått i regnskapet. Investeringens reelle verdi, markedsverdi, kan avvike fra den bokførte, men da denne varierer sterkt med konjunkturer og oljepris, finner vi det naturlig å ta utgangspunkt i bokført verdi. Videre er selskapene noe forsiktige med å oppgi antatt markedsverdi. Et alternativ til markedsverdi er kost. Ved kost tar man utgangspunkt i hva det kostet selskapene å gjennomføre investeringen i utgangspunktet. Avhengig av årlige utbytter vil bokført verdi enten skrives opp eller ned i forhold til kost, basert på internasjonalt anerkjente prinsipper for god regnskapsføring. Vi har for petroleumsselskapene valgt å basere oss på bokførte verdier av utenlandsinvesteringer. Ved siden av at dette er korrekt og godt kvalitetssikret informasjon, er den også lett tilgjengelig gjennom selskaperes rapportering til børsene.

Geografisk nedslagsfelt - petroleumsselskaperes direkteinvesteringer

Figur 7 nedenfor viser hvordan petroleumsselskaperes investeringer er fordelt på geografiske regioner.

Figur 7: Petroleumsselskaperes akkumulerte direkteinvesteringer.



Kilde: Statoil, DNO og Menon

Som det fremgår av figuren er norske investeringer i stor grad konsentrert om følgende regioner:

- USA og Canada. Selskapene har gjort investeringer for nærmere 60 milliarder kroner i denne regionen. Investeringene kan forklares gjennom kjøp av lisenser på amerikansk side i Mexico-gulven, samt investeringer knyttet til oljesand og skifergass i USA.
- Brasil, Venezuela og Mexico: Det er gjort investeringer for 30 milliarder kroner i området, målt i bokført verdi. Investeringene er i stor grad knyttet til investeringer i Mexico og Brasil. I Brasil har Statoil gjort store investeringer i det såkalte Pelegrino-feltet, hvor selskapet den senere tid har kjøpt ut de andre operatørene
- Angola, Nigeria og resten av Vest-Afrika: Investeringene er knyttet til produksjon og letelisenser på den angolanske sokkel. Statoil har her investert i egne lisenser men også overtatt Hydros eierandeler i forbindelse med fusjonen. Statoil fremhever Angola som sin kanskje viktigste utenlandsinvestering, hvilket også sier noe om prospektiviteten. Over halvparten av den oljen Statoil produserer utenfor Norge utvinnes i Angola.
- Russland, Kasakhstan og Aserbajdsjan: Investeringene i dette området er i stor grad knyttet til lete- og produksjonslisenser i Aserbajdsjan. Noen investeringer er også gjort i Russland, blant annet i forbindelse med den planlagte Shtokman-utbyggingen, men målt opp mot investeringene i Aserbajdsjan er disse relativt beskjedne.
- Midtøsten: DNO har gjort flere investeringer i Midtøsten, blant annet gjennom selskapene DNO Yemen AS og DNO Iraq AS. Samlet bokført verdi av investeringen var 982 millioner kroner i 2009.

Case: Angola

Angola er en viktig byggestein for Statoils internasjonale produksjonsvekst. Statoil har vært i landet i 17 år, og er nå partner i ni produserende felt som bidrar med mer enn 200 000 fat egenproduksjon per dag.

Oppbyggingen i Angola har delvis skjedd som følge av strategisk satsning i landet, og delvis ved at de har overtatt operatøransvaret for flere brønner fra innfusjonerte Hydro. Angola var på begynnelsen av 90 tallet et lovende men krigsherjet land, etter 30 års borgerkrig mellom MPLA og UNITA, der partene i konflikten ble finansiert av henholdsvis Sovjetunionen og USA/Sør Afrika.

Etter borgerkrigens slutt i 1994 startet utviklingen av petroleumsproduksjonen på sokkelen. Sokkelen har vist seg å innholde store utvinnbare ressurser. Kombinasjonen av sterkt økende oljepris siden årtusenskiftet og store reserver medførte at Angola ble tilført store mengder utenlandsk investeringskapital. Angola var den viktigste havnen for utenlandsinvesteringer i Afrika, og mottok nær 16 milliarder USD i utenlandsinvesteringer i 2008. På 90-tallet var utenlandsinvesteringer totalt i Afrika på under 5 milliarder. Den dramatiske økningen i utenlandsinvesteringer ga sterk vekst i Angola. I perioden 2000-2009 hadde Angola en årlig vekst på 11,4 prosent, hvilket medfører at Angola er det landet i verden med sterkest vekst i perioden.



Kilde: Statoil

Petroleumsforekomstene i Angola befinner seg på dypt vann. Dette er et område hvor norske aktører tradisjonelt sett har et konkurransefortrinn. I kjølvannet av Statoil og daværende Hydros engasjement på Angolansk sokkel økte norske leverandører sine leveranser til landet i betydelig grad, og ifølge våre data var den petroleumsrelaterte eksporten til Angola, Nigeria og resten av Vest Afrika på i overkant av 12 milliarder kroner i 2009. Angola regnes av Intsok for å være blant de mest lovende markeder.

1.9. Offshoreleverandørenes direkteinvesteringer

Data knyttet til leverandørindustriens direkteinvesteringer er basert på en spesialkjøring fra SSB, hvor det ble hentet ut informasjon om alle utenlandsinvesteringer til samtlige offshorebedrifter i populasjonen, det vil si 2300 bedrifter. (Dataene fra SSB er aggregert, slik at det ikke fremgår hvilke selskaper som har gjennomført investeringene.) Dataene fra SSB består av totale, akkumulerte investeringer fordelt på land målt etter bokført verdi. Dette datagrunnlaget ble kombinert med informasjon fra spørreskjemaet som ble beskrevet ovenfor. Spørsmål knyttet til omfang og geografisk fordeling kommer fra begge datakilder, mens inngangsstrategi på investeringstidspunkt og eierandeler er basert på spørreskjemadata.

SSBs og våre data har ulike styrker og svakheter, og med sikte på kvalitetssikring har vi derfor valgt å kombinere datakildene i den grad det er naturlig. Eksempelvis har vi justert SSBs statistikk for regional fordeling av investeringer noe basert på vår spørreundersøkelse. I hovedsak har vi imidlertid basert oss på SSBs statistikk for å vise leverandørindustriens investeringer i ulike regioner. Investeringene er målt til bokført verdi. Markedsverdi kan naturlig nok være både høyere og lavere enn bokført verdi.

1.9.1. Totale utenlandsinvesteringer

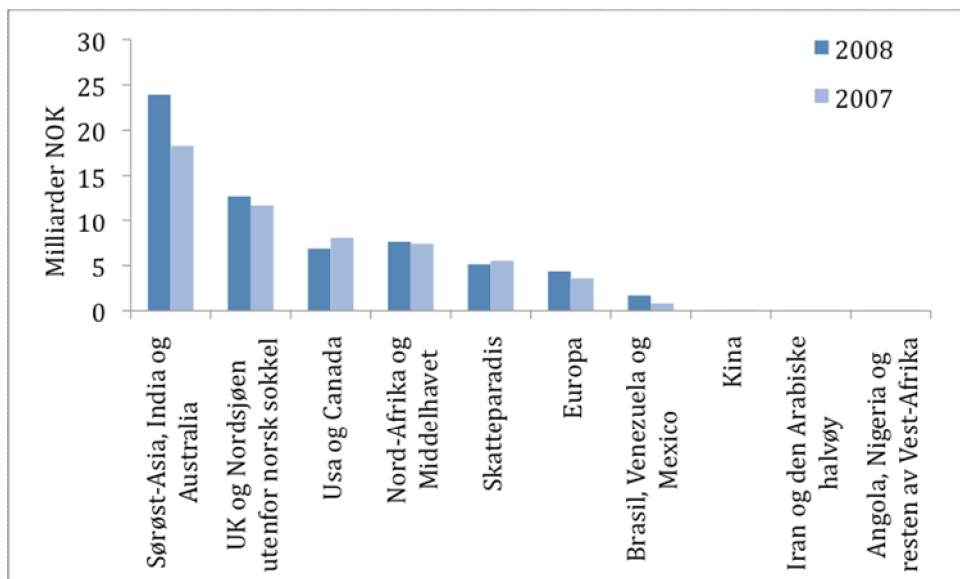
106 selskaper har i spørreskjemaet oppgitt at de har datterselskaper eller på annen måte har gjort direkteinvesteringer utenfor Norge. Dette tilsvarer 33 prosent av utvalget i undersøkelsen. Det er i hovedsak de store selskapene som har gjort utenlandsinvesteringer. 57 selskaper har gitt informasjon om deres totale utenlandsinvesteringer.

Statistikken fra SSB viser at bedriftene i 2007 hadde utenlandsinvesteringer for omlag 55 milliarder kroner, mens tallet i 2008 hadde steget til 62 milliarder. Det innebærer altså at bokført verdi av direkteinvesteringene økte med 12 prosent fra 2007 til 2008.

1.9.2. Geografisk nedslagsfelt for leverandørindustriens direkteinvesteringer

Den geografiske fordelingen av offshoreselskapenes samlede investeringer er vist i Figur 8 nedenfor.

Figur 8: Regional fordeling av leverandørbedriftenes investeringer i 2007 og 2008



Kilde: SSB. Bearbeidet av Menon

Som det fremgår av figuren er Sørøst-Asia/India/Australia den viktigste regionen for norske leverandørbedrifters direkteinvesteringer. Som vi ser var summen av norske direkteinvesteringer i området på i underkant av 25 milliarder i 2008, opp fra i underkant av 20 milliarder i 2007. Økte direkteinvesteringer i regionene tilsvarer 80 prosent av økningen i direkteinvesteringer fra 2007 til 2008. Økte direkteinvesteringer hos leverandørbedriftene kan altså i stor grad forklares med direkteinvesteringer i Sørøst-Asia/India/Australia. UK, samt USA/Canada er de regioner hvor norske selskaper har nest og tredje mest direkteinvesteringer. Direkteinvesteringer i disse regionene er på henholdsvis 12,5 og 11,3 milliarder kroner. Det er kun marginale økninger fra 2007 til 2008, men det er verdt å merke seg at bokført verdi av direkteinvesteringer i USA og Canada ble redusert fra 2007 til 2008. Reduksjonen skyldes enten nedskrivning av investeringer eller salg, men det er grunn til å anta at salg er den viktigste driveren bak endringer på dette feltet. Direkteinvesteringer er naturligvis høyere i mer modne enn i voksende markeder. Norske leverandører har over en lengre periode orientert seg mot Storbritannia, USA og Canada, og det er derfor naturlig at direkteinvesteringene i disse landene derfor er høyere enn for mer lovende regioner som Brasil, Vest Afrika, samt Russland/Kasakhstan/Aserbajdsjan.

Det er grunn til å merke seg at bedriftene har investeringer for om lag 5 milliarder i skatteparadis. Dette er investeringer i land som Isle of Man, Panama og Mauritius. Ved siden av å ha gunstige skattevilkår har enkelte av disse landene gode vilkår for rederivirksomhet, hvilket delvis kan forklare investeringer i disse landene.

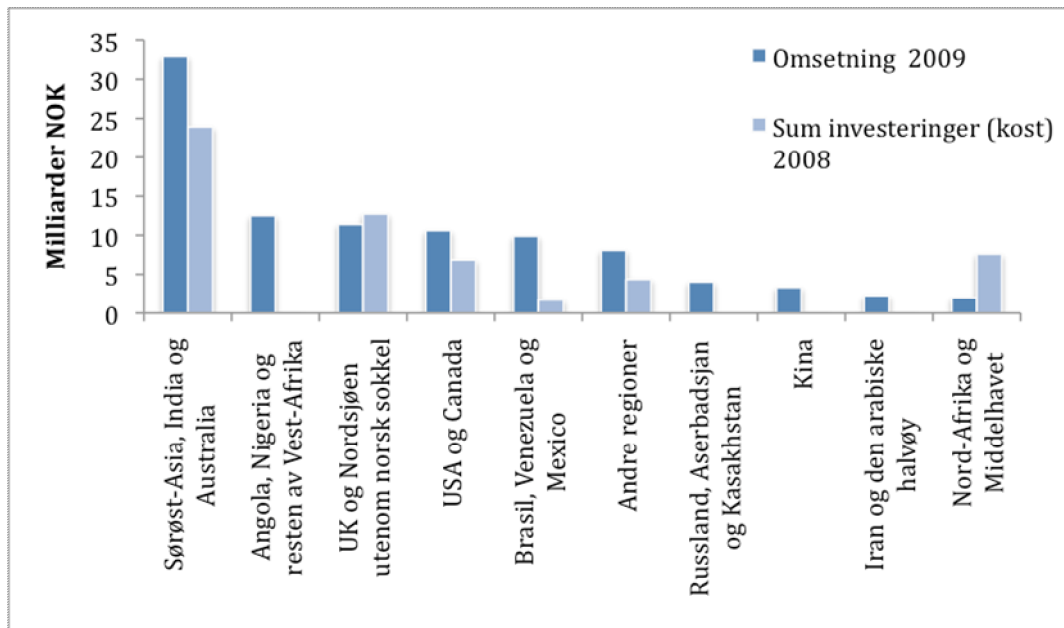
I følgende regioner er det svært lite direkteinvesteringer:

- Russland/Kasakhstan/Aserbajdsjan
- Angola/Nigeria/resten av Vest-Afrika
- Brasil/Venezuela/Mexico.

Norske offshorebedrifter har gjort få (eller små) investeringer i disse regionene, men eksporten hit er betydelig. Modenheten i markedene forklarer en del av de manglende investeringer, med det lave nivået er også overraskende tatt i betraktning at flere av regionene anses som viktige

vekstmarkeder. Det ser altså ikke ut til å være noen klar sammenheng mellom de regioner norske leverandører har eksport til og de regioner de foretar direkteinvesteringer i. Dette illustreres i Figur 9 under.

Figur 9: Leverandørens direkteinvesteringer 2008 og omsetning 2009 fordelt på regioner



Kilde: SSB

Vi ser av figuren over at investeringer og omsetning i større grad følger hverandre i land og regioner som er preget av godt forretningsklima enn i land hvor forretningsklimaet regnes for å være vanskeligere⁴. Dette forhold går klart frem av Tabell 3 nedenfor, hvor vi har vist utvalgte lands plassering i Verdensbankens rangering av hvilke land det er best å drive forretningsvilkår opp mot forholdet mellom investeringer og omsetning i utvalgte regioner.

⁴ Fire forhold peker seg ut som særlig viktig i forhold til forretningsklima: (i) politisk risiko, (ii) restriksjoner, særlig vedr. eierskap, (iii) ulike former for korrupsjon, (iv) selskapers (erhvervede) kompetanse i å håndtere kontekster som er svært annerledes. Verdensbanken utfører årlig en kartlegging av forretningsklima i ulike land gjennom den såkalte "Doing Business Index" og "Enterprise Survey".

Tabell 3: Rangering av land i forhold til hvor det er best forretningsvilkår, samt forhold mellom omsetning og direkteinvesteringer i utvalgte land.

	Hvilken rangering landet har på Verdensbankes "Doing Business Index" ⁵	Investeringer som andel av omsetning i regionen
Singapore	1	0,7
Australia	9	0,7
Korea	19	0,7
India	133	0,7
USA	4	0,6
Canada	8	0,6
Storbritannia	5	1,1
Brasil	129	0,17
Venezuela	177	0,17
Nigeria	125	0,0003
Angola	169	0,0003
Rusland	120	Ikke reg. investeringer
Aserbajdsjan	38	Ikke reg. investeringer

Kilde: Verdensbanken, SSB og Menon

Som vi ser av tabellen er investeringer som andel av omsetning mellom 0,6 og 0,7 i land som Singapore, Australia, Storbritannia og USA. Dette vil si at bokført verdi av norske direkteinvesteringer i disse landene tilsvarer mellom 60 og 70 prosent av norsk petroleumsrettet omsetning til disse landene. På den annen side er forholdet mellom omsetning og direkteinvesteringer 0,003 i Angola og Nigeria, land som er rangert som de verste landene å drive forretningsvirksomhet i følge Verdensbanken.

I tillegg til forretningsklima er også risiko avgjørende for investeringer. Ved politiske omveltninger kan hele utenlandsinvesteringen tape sin verdi. Selv om det er mulig å forsikre seg mot slike hendelser, bidrar de svært alvorlige konsekvensene av slike hendelser til at selskaper vegrer seg mot å investere i land med høy politisk risiko. Den politiske risikoen ved investeringer i landene anses derfor som høy (EMPEA, 2009). En måte å redusere risiko for tap av investeringen er å leie snarere enn å eie en del av produksjonsmidlene. Dersom man på grunn av på grunn av politisk uro må forlate landet vil en ved et leieforhold begrense tapene. Å leie produksjonsmidlene reduserer imidlertid de bokførte verdier av investeringene. Denne måten å redusere risikoen på kan være en grunn til lavere samlede investeringer i enkelte land med høyere risiko.

⁵ Verdensbanken rangerer hvert år land etter forretningsklimaet, basert på hvor godt reguleringer er tilpasset næringslivet. Blant annet vurderer de hvor lang tid og hvor mange prosedyrer bedriftene må igjennom for å få registrert eiendom, hvor enkelt det er å få kreditt, hvor mye tid bedriftene bruker på å betale skatt, hvor enkelt det er å få tilgang til kvalifiserte arbeidere m.v.

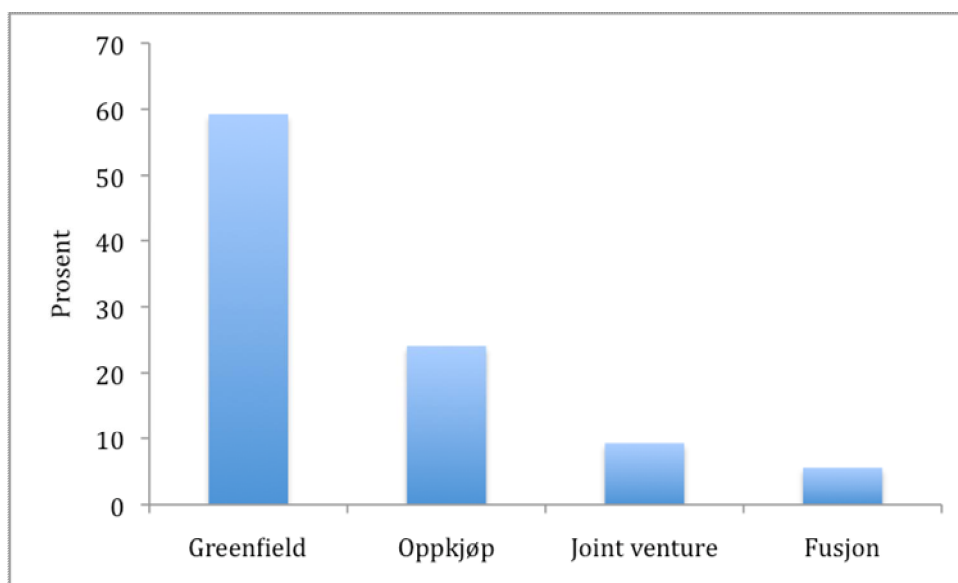
1.9.3. Type investeringer – inngangsstrategi

Selskapenes investeringer kan ta ulike former, for eksempel avhengig av formålet med investeringen og investeringslandets krav. Dette kalles gjerne inngangsstrategi. Ofte vil investeringsobjektene endres og utvikles over tid, for eksempel i form av at datterselskapet (investeringsobjektet) selv gjør nye oppkjøp eller investeringer. Dermed vil det bli vanskelig for respondentene å besvare hva slags type investering de har i landet i dag. I spørreskjemaet spurte vi hvilken av følgende inngangsstrategier som ble brukt ved etablering i et annet land:

- *Oppkjøp* av eksisterende virksomheter i landet
- *Fusjoner* med eksisterende virksomheter i landet
- *Greenfield*-investeringer, det vil si at virksomheten bygges opp
- *Joint ventures*, det vil si en greenfield-investering gjennomført sammen med en ko-investor, for eksempel fra investeringslandet.
- *Utvinningslisenser/leterettigheter*

Flere selskaper har gjort en rekke utenlandsinvesteringer. I undersøkelsen har vi derfor bedt dem ta utgangspunkt i sin viktigste utenlandsinvestering. I figuren nedenfor ser vi at greenfield er den åpenbart viktigste inngangsstrategien, etterfulgt av oppkjøp.

Figur 10: Leverandørbedriftenes valg av inngangsstrategi ved ute-etablering



Kilde: Menon

Inngangsstrategier som joint venture og fusjon, som krever stor grad av samarbeid mellom selskaper, velges altså i mindre grad. Det ser altså ut til at norske offshoreleverandører trekker på egne snarere enn andre bedrifters ressurser ved ute-etablering.

Som det fremgår av figuren har vi ikke tatt med svaralternativet "Utvinningslisenser/leterettigheter". Bakgrunnen er at dette ikke er et alternativ for leverandørene, men derimot for petroleumsselskapene. Blant petroleumsselskapene er dette det viktigste inngangsstrategien.

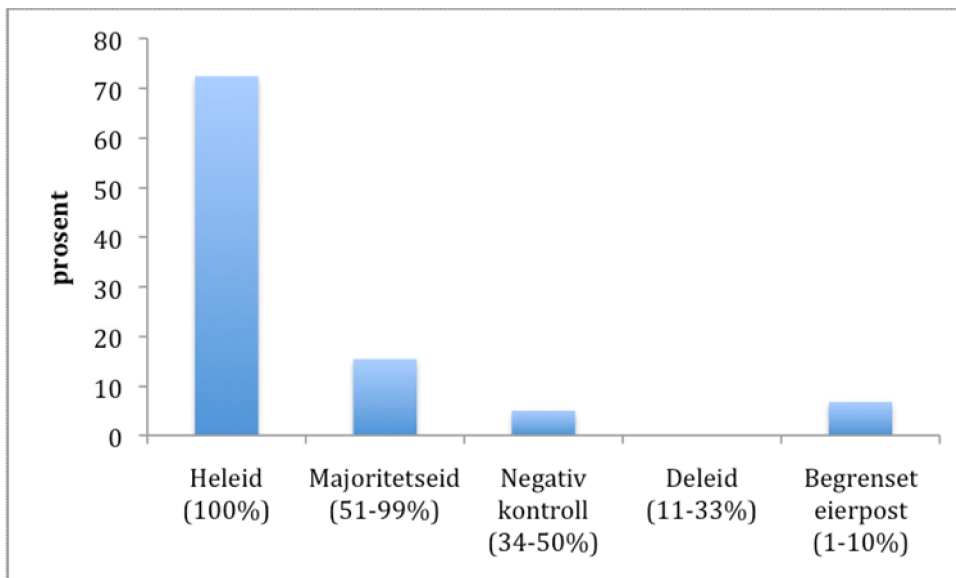
1.9.4. Eierandel – grad av kontroll

I spørreundersøkelsen har vi spurt bedriftene om hvor stor eierandel de i dag har i det de anser som sin viktigste utenlandsinvestering. Skala av eierandel brukt i spørreskjemaet er gitt nedenfor:

- Heleid (100%)
- Majoritetseid (51-100%)
- Negativ kontroll (34-50%)
- Deleid (11-33%)
- Begrenset eierpost (Under 10%)

Som det går frem av figuren nedenfor er heleide datterselskaper det mest vanlige. Resultatet er i tråd med de resultater vist i delkapitlet ovenfor om inngangsstrategi. Joint venture og strategisk partnerskap på eiersiden brukes altså i liten grad både ved etablering og drift av datterselskaper i utlandet. Kontroll gjennom eierskap synes derfor å være viktig for leverandørbedriftene med utenlandsinvesteringer.

Figur 10 Eierandel i viktigste utenlandsinvestering



Kilde: Menon

1.10. Direkteinvesteringer eller eksport

Ved salg til kunder i utlandet er det i hovedsak to hovedstrategier som kan følges:

1. Direktesalg fra Norge
2. Etablering av datterselskap (eventuelt utekontor uten selvstendig juridisk status) i det aktuelle markedet

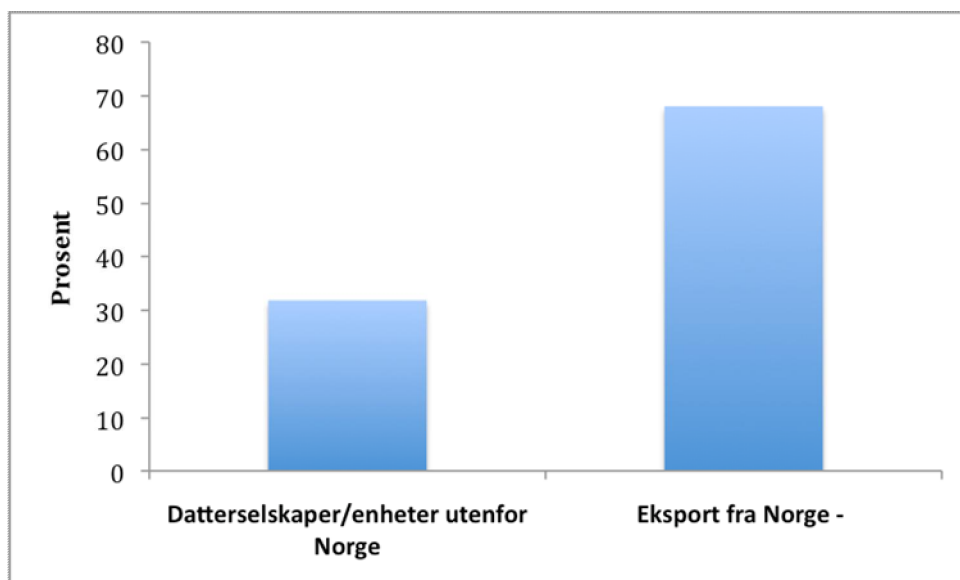
Valget mellom de to alternativene vil naturlig nok avhenge av størrelsen på salget sett i forhold til total omsetning. Videre kan etablering av datterselskaper også være et kostnadsspørsmål. På grunn av høy relativ kostnad på mindre spesialisert arbeidskraft i Norge kan det lønne seg for leverandørbedriften å flytte deler av produksjonen ut, gjerne til geografiske områder hvor kundene befinner seg. Men dette behøver ikke å være tilfelle. I olje- og gassindustrien er nærhet til kunden en viktig driver for ute-etablering. Petroleumsrelaterte varer og tjenester som etterspørres har ofte et høyt kompetanse- og teknologiinnhold som tilsier et behov for kundepleie. For å unngå

eventuelle kostbare stans i produksjonen, kan det være nødvendig for leverandøren å tilby rask service, tilgang på reservedeler mv. Krav til lokalt innhold er også en driver for ute-etablering i petroleumssektoren.

I spørreundersøkelsen har vi bedt bedriftene om å fordele omsetning etter de to hovedkategoriene. 181 bedrifter i undersøkelsen har inntekter fra utenlandske markeder. For 163 av disse har vi informasjon om fordelingen på eksport og datterselskaper. 94 av bedriftene, 58 prosent, har kun eksport, det vil si at all utenlandsomsetningen kommer fra virksomheten i Norge. Tre bedrifter har kun salg fra datterselskap, mens 15 bedrifter har minst 90 prosent av inntekter fra datterselskaper.

Ffeil! Fant ikke referanseskilden. viser fordelingen av utenlandsomsetningen på eksport og salg fra datterselskaper. Av figuren fremgår det at 68 prosent av offshoreselskapenes utenlandsomsetningen kommer fra eksport – direktesalg fra Norge, mens 32 prosent av inntektene genereres gjennom datterselskaper. I 2007 var fordelingen omtrent lik – henholdsvis 70 og 30 prosent. Det ser altså ikke ut til at etablering i landene i form av datterselskap eller lignende er en nødvendig forutsetning for eksport.

Figur 11: Fordeling av utenlandsomsetning på eksport og salg fra datterselskaper i utlandet



Kilde: Menon

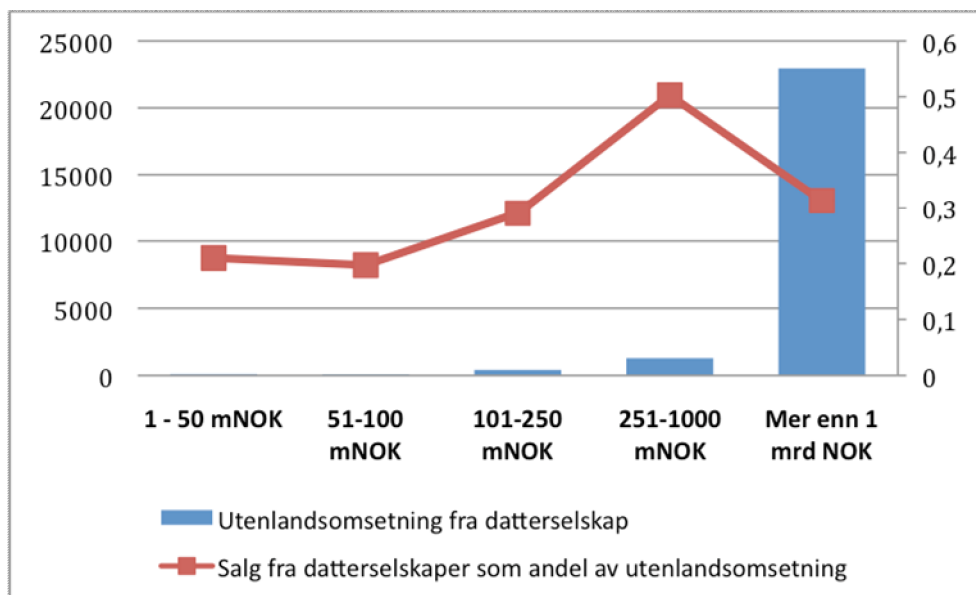
1.10.1. Store bedrifter har mer kommersiell virksomheten utenfor Norge

Omsetningen fra norske offshoreselskapers utenlandske datterselskaper er svært konsentrert. De fire største står for 87 prosent av totalomsetningen på ca 25 mrd kroner.

De blå stolpene i Figur 12 viser omsetningen fra utenlandske datterselskaper fordelt på bedrifter i ulike størrelseskategorier. De største selskapene, med mer enn 1 milliard kroner i årsomsetning, har samlede inntekter fra datterselskaper på nesten 23 milliarder kroner, noe som utgjør mer enn 90 prosent av totalen på 25 milliarder. Figuren illustrerer også hvor stor andel av store og små offshorebedriftenes utenlandsomsetning som genereres fra datterselskaper eller andre direkteinvesteringer i utlandet (røde kurver). For bedrifter med mindre enn 100 mNOK i årsomsetning kommer mindre enn 20 prosent fra enheter i utlandet. Med andre ord står eksport for mer enn 80 prosent. Andelen fra datterselskaper eller andre enheter i utlandet stiger brått for mellomstore selskaper og er faktisk over 50 prosent for bedrifter med mellom ¼ og 1 milliard i

omsetning. Antallet bedrifter i denne kategorien er lavt, så det kan være tilfeldig at andelen er høyere for denne gruppen enn for de aller største.

Figur 12: Inntekter fra datterselskaper i utlandet for bedrifter i ulike størrelseskategorier



Kilde: Menon

1.10.2. Utenlandsenhetene er konsentrert på få selskaper

Vi har informasjon om antall utenlandsenheter, det vil si datterselskaper eller andre enheter (salgskontor, servicekontor, produksjon etc), fra 63 offshorebedrifter. Disse bedriftene har til sammen 561 utenlandsenheter fordelt på alle verdensdeler. 14 selskaper har minst 10 utenlandsenheter, mens 42 selskaper har minst to enheter.

Mange av respondentene i undersøkelsen har unnlatt å oppgi antall utenlandsenheter, så det er grunn til å tro at det reelle antallet utenlandsenheter er betydelig høyere. Bare i Singapore er det ca 140 norske offshorebedrifter. Med unntak av rederier og bore-/brønnselskaper ser det ut til at utvalget vi har gir et rimelig representativt bilde for næringen. Tabell 4 nedenfor viser fordelingen av norske offshorebedrifters utenlandsenheter på segmentene i næringen. Utstysprodusenter – produksjon og utvikling av tekniske produkter og utstyr – har flest utenlandsenheter.

Tabell 4: Antall utenlandsenheter fordelt på segmenter

Rederivirksomhet	6
Seismikk og reservoaranalyse	71
Boring og brønntjenester	7
Grossist- eller detaljforhandler av utstyr	69
MMO-tjenester	48
Engineering og prosjektledelse	116
Utvikling og produksjon av IT-programvare og styringssystemer	87
Fabrikasjon av plattformer/moduler/større systempakker	61
Produksjon og utvikling av tekniske produkter og utstyr	210

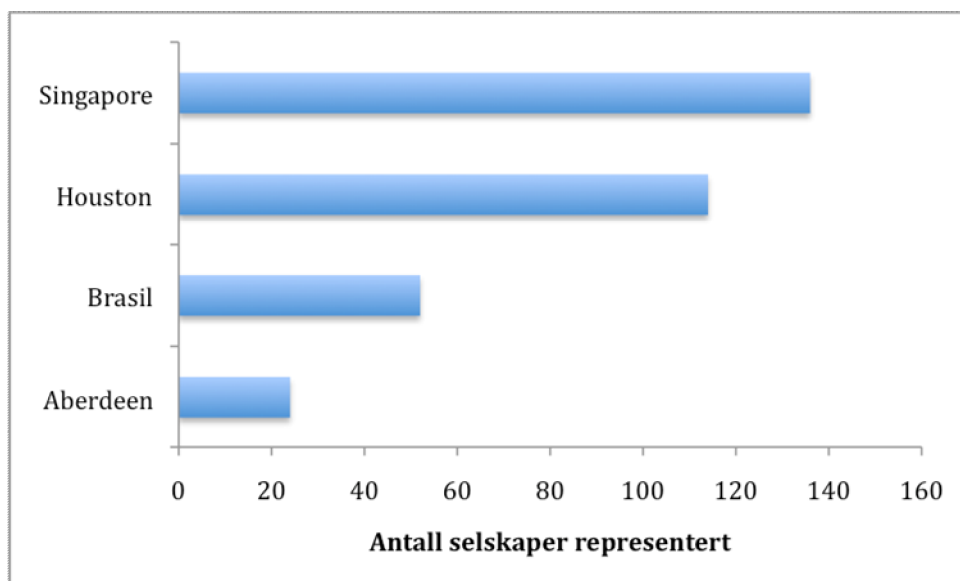
Kilde: Menon

Vi ser imidlertid at Rederiene har relativt få utekontoer. Vi antar at dette har en sammenheng med dårlig responsrate fra rederienes side, samt at tilstedeværelse i de viktigste petroleumshubene i mange tilfeller dekker behovet for tilstedeværelse.

1.11. Selskapsetableringer i petroleumshuber

Ved gjennomgang av data om hvor selskapene er representert er det enkelte byer og land som utmerker seg. Blant disse er Houston, Singapore, Brasil og Aberdeen. For å kvalitetssikre og styrke de data vi har samlet inn gjennom spørreundersøkelsen har vi derfor innhentet data fra Innovasjon Norge og Intsok om norsk petroleumsrelatert tilstedeværelse i byene/landene. Norske offshoreleverandørers tilstedeværelse målt i antall kontorer er vist i figur 13 nedenfor.

Figur 13: Norske offshoreleverandørers tilstedeværelse i utvalgte byer og land



Kilde: Innovasjon Norge/Intsok

Som det går frem av figuren er Singapore den byen/landet med flest norske selskaper representert. 136 selskaper har ifølge vårt tallmateriale representasjon i Singapore. Dette er mer enn 5 ganger så mange som i Aberdeen, som tidligere var regnet hovedsete for det viktigste regionen for norsk offshoreeksport.

Vi vil i det følgende kort gå igjennom norsk tilstedeværelse i de byer/land som er vist i **Feil! Fant ikke referanse-kilden.** I denne gjennomgangen har vi valgt å ikke gjennomgå representasjon i land som Angola, Australia, Aserbajdsjan. Bakgrunnen for dette er at norsk tilstedeværelse i disse landene er mindre, og det derfor er tilstrekkelig dekket gjennom rapportens kapitel 4.

1.11.1. Singapore

Singapore er den byen i hvor flest norske offshoreleverandører har kontorer. Ifølge Innovasjon Norge har om lag 170 norske bedrifter kontoer her, hvorav 80 prosent er offshore leverandører. Kontorene sysselsetter om lag 1500 nordmenn.

Tilstedeværelse i Singapore kan være viktig ut fra flere forhold. Ifølge Innovasjon Norge har kontorer i Singapore ofte en eller flere av følgende funksjoner:

- Betjene det asiatiske/regionale markedet. Flere norske selskaper har et regionalt hovedkontor i Singapore uten noe lokalt marked
- Betjene det singaporske markedet, bl.a. verftene og rederiene
- Betjene det norsk-relaterte markedet i Singapore

En gjennomgang av listen over bedrifter viser at nær sagt alle norske store offshoreleverandører er representert i Singapore, og at tilstedeværelse i landet er prioritert i alle segmenter.

1.11.2. Houston

US Golf of Mexico det største offshoremarkedet i verden og Houston er uten sidestykke den viktigste møteplassen mellom oljeselskaper og leverandører. De aller fleste store oljeselskaper er representert i byen, som også huser mer enn 3600 energirelaterte selskaper og 550 selskaper innen oppstrømsaktivitet.

På grunn av geografisk nærhet til Mexicogulfen er tilstedeværelse i byen ofte avgjørende også for leveranser dit. Tilstedeværelse i Houston er sterkt prioritert av Intsok, som hvert år arrangerer en teknologikonferanse i byen, hvis hovedformål er profilering av norske selskaper.

Tall fra Intsok viser at 114 norske offshoreleverandører har hovedkontor i byen. Dette inkluderer alle de største norske offshoreleverandørene, og alle segmenter er godt representert.

1.11.3. Aberdeen

Brittisk sokkel var lenge den største og viktigste markedet for norsk leverandørindustri. Det britiske markedet har nå blitt mer modent, men det er fremdeles betydelige oppdrag særlig innen markedet for drift, vedlikehold og modifikasjon (DVM). Investeringsnivået er i ferd med å reduseres. Oil and Gas UK, Storbritannias bransjeforening for olje og gass, antar at investeringsnivået vil falle betydelig fremover (Intsok, 2009).

I tillegg til DVM-markedet er Aberdeen også en viktig arena innen markedet for offshore service fartøy. For utenom at brittisk sokkel er et viktig marked innen offshore service, har Storbritannia bedre vilkår for både registrering av skip og drift av service kontor enn hva Norge har (Econ Pöyry, 2010). Flere norske rederier har derfor kontorer i Aberdeen og opererer fartøy derfra som også betjener operasjoner på norsk sokkel. I Aberdeen er 24 selskaper representert. Om lag halvparten av disse er rederier. Som vi skal se senere er Storbritannia og resten av Nordsjøen den viktigste regionen for salg fra mindre bedrifter (mindre enn 50 millioner i omsetning). Det ser imidlertid altså ut til at eksport snarere enn salg gjennom stedlige datterselskaper er den viktigste kanalen for eksport.

1.11.4. Brasil

De senere år har Brasil gjort sine største petroleumsfunn noen sinne. Store funn offshore har gjort brasiliansk sokkel til en av de mest lovende i verden. Petrobras er verdens største dypvannsprodusent, og flere nye felt vil øke produksjonen ytterligere. Norske selskaper har etablert gode relasjoner til Petrobras de senere år, og norske selskaper brukes i stor grad ved operasjoner på sokkelen. Operasjonene er på dypt vann, et segment hvor norske aktører har ledende internasjonal kompetanse (Intsok, 2008).

Brasil har strenge krav til såkalt local content, det vil si til lokale leveranser. Ved operasjoner på brasiliansk sokkel er det krav om bruk av brasiliansk kompetanse. Rundt 70 norske bedrifter er i dag representert i Brasil. Om lag 50 av disse er offshoreleverandører (Intsok, 2010). En rekke av

bedriftene med kontorer i landet er offshorerederier. Blant disse har flere flagget ut skip til Brasil den senere tid, hvilket viser attraktiviteten også fremover.

4. Norske offshorebedrifiers omsetning fra utenlandske markeder

Vi vil i dette kapitlet vise hvordan norske offshoreleverandørers utenlandsomsetning fordeler seg på ulike segmenter og regioner. Først viser vi imidlertid totalbildet.

1.12. Totalbildet

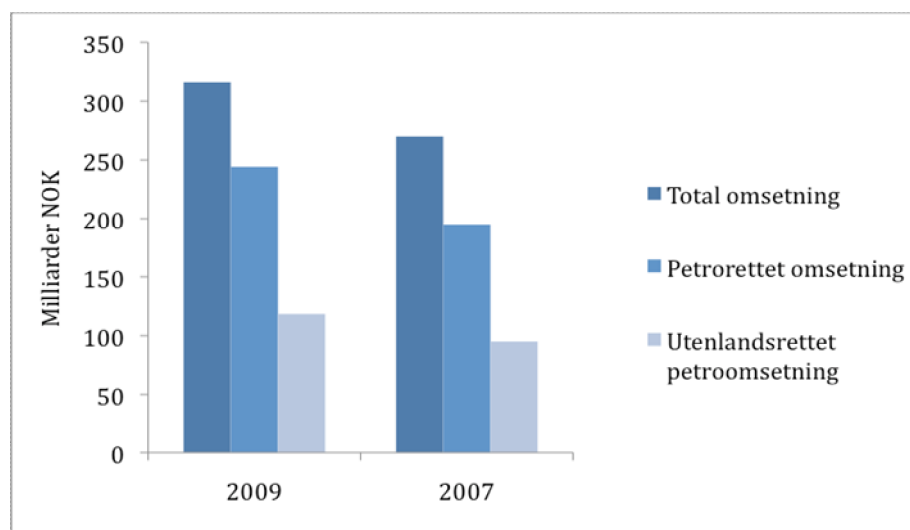
Av totalt 1500 bedrifter har 317 bedrifter svart på undersøkelsen på en slik måte at det gir mening å bruke besvarelsene deres som grunnlag for å beregne utenlandsomsetning m.v. (se kapittel 1). 181 av bedriftene, det vil si 57 prosent, har inntekter fra utenlandske markeder.

Bedriftene i vår undersøkelse hadde en samlet omsetning i 2009 på 320 milliarder kroner. 246 av disse milliardene er *petrorettet*, det vil si at inntektene kommer fra salg til oljeselskaper og/eller offshoreleverandører. Store selskaper som Aker Solutions, NCC, Nera etc. har betydelige deler av omsetningen utenfor olje- og gassektoren. Den petrorettede utenlandsomsetningen var på 118 milliarder. Det vil si at cirka 48 prosent av norske offshoreleverandørers utenlandsomsetning kommer fra salg til kunder i utlandet. Utenlandsandelen har vært helt stabil siden 2007.

Andelen utenlandsomsetning er sterkt avhenging av størrelse. Mens 51 prosent av omsetningen til de bedrifter med mer enn 1 milliard i omsetning kommer fra utenlandske markeder, er andelen under 30 prosent for alle kategorier av bedrifter med mindre enn 1 milliard i omsetning. Vi kommer tilbake til dette i Tabell 5.

I Figur 14 nedenfor viser vi totalomsetning, petrorettet omsetning og petrorettet utenlandsomsetning i 2007 og 2009. Som det går frem av figuren har det vært økning i alle kategorier. Mens totalomsetning har økt med rundt 20 prosent, har petrorettet omsetning og petrorettet utenlandsomsetning økt med om lag 25 prosent

Figur 14 Omsetning, petrorettet omsetning og petrorettet utenlandsomsetning



Kilde: Menon

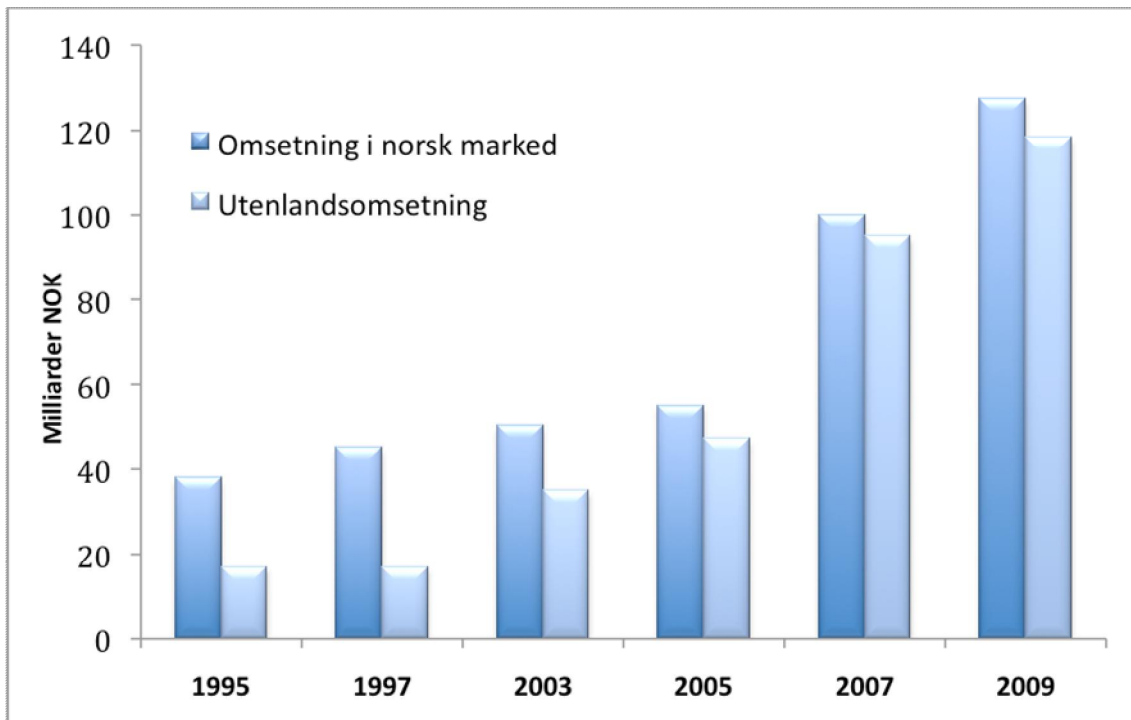
Slik vist i Figur 2 har det globale offshoremarkedet knapt økt i perioden. Dette innebærer at norske leverandører i perioden har vunnet markedsandeler internasjonalt. Vi kommer tilbake til hvordan omsetningen fordeler seg geografisk og segmentmessig.

Internasjonaliseringsgraden varierer betydelig mellom bedriftene. 19 bedrifter har mer enn 80 prosent av omsetningen i utlandet, mens 120 bedrifter ikke hadde utenlandsomsetning overhodet. Internasjonaliseringsgraden er sterkt avhengig av bedriftens størrelse, som vi vil vise i kapittel 1.13

1.12.1. Fortsatt vekst i utenlandsomsetning

En tallmessig økning i utenlandsomsetningen blant norske offshorebedrifter er en del av en lengre trend. Norske offshoreleverandører har i økende grad vridd sin virksomhet mot utenlandske markeder, slik vist i Figur 15 nedenfor.

Figur 15: utenlandsomsetning og omsetning i Norge for norske offshoreleverandører i perioden 1995-2009



Kilde: Heum et al (1995-2005), Menon (2007-2009)

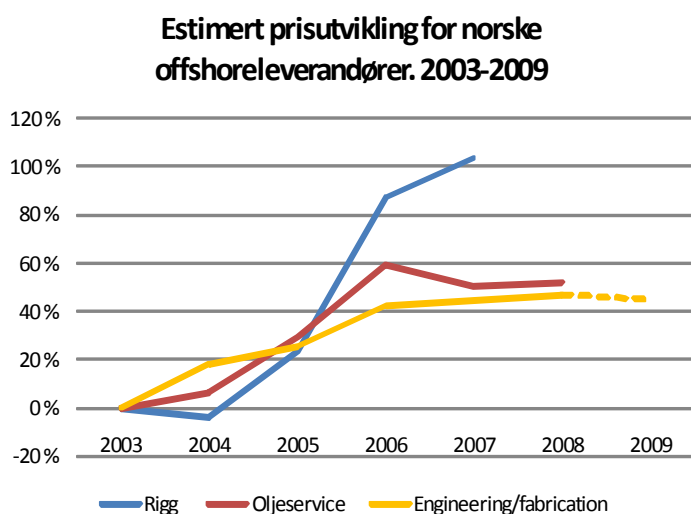
Som det fremgår av figuren har det vært sterk vekst i inntekter fra både norsk sokkel og fra utenlandske markeder i perioden. Total omsetning har økt fra i underkant av 60 milliarder i 1995 til i underkant av 250 milliarder i 2009. Dette innebærer altså at omsetningen har blitt firedoblet i perioden. Som det fremgår av figuren har imidlertid utenlandsomsetningen økt mer enn omsetningen hjemme.

Dataene fra de fire første årene er samlet inn av SNF (Heum et al 2005). Legg merke til at det er et hopp i tid fra 1997 til 2003. Det skyldes at datagrunnlaget for 1999 og 2001 var for usikkert til å kunne brukes. Utenlandsomsetningen falt fra 1995 til 1997, noe som bidro til en erkjennelse av at det burde satses systematisk på internasjonalisering av norske offshorebedrifter. I 2003 var

utenlandsandelen økt til mer enn 30 milliarder kroner og andelen av bedriftenes totale inntekter passerte 40 prosent. Etter dette har andelen flatet ut i underkant av 50 prosent, mens omsetningen har fortsatt å øke. Veksten i utenlandske markeder fremstår med andre ord som eventyrlig. Spørsmålet er dermed om veksten er reell, eller om den helt eller delvis skyldes en utvidelse av populasjonen. Som vist i kapittel 1.4.1 hadde imidlertid totalpopulasjonen av offshoreleverandører en omsetningsvekst på 20 prosent fra 2007-2008, og basert på svarene innhentet gjennom spørreundersøkelsen er det grunn til å tro at omsetningsveksten fra 2008-2009 også økte noe, selv om veksten på grunn av finanskrisen var noe lavere. Videre står bedriftene med mer enn 1 milliard i omsetning for mer enn 95 prosent av eksporten. Blant bedriftene med mer enn 1 milliard i omsetning har vi hatt tilnærmet 100 prosent svarprosent både ved spørreundersøkelsen i 2007 og den vi nå har gjennomført. En utvidelse av populasjonen har derfor liten betydning for totalomsetning og utenlandsomsetning, ettersom utvidelsen i hovedsak består av mindre bedrifter. Det er således grunn til å anta at den omsetningsøkningen som svarene på spørreundersøkelsen viser er reell, og at betydningen av populasjonsutvidelsen er mindre.

Avslutningsvis bør det også legges til at den kraftige omsetningsveksten i både norske og utenlandske markeder bør tilskrives en kombinasjon av prisøkning og volumøkning. Som vist i figuren nedenfor har det vært en betydelig prisøkning på offshoreleveranser i perioden 2003-2007. Prisenivået ser imidlertid ut til å ha flatet ut de siste to årene, og en undersøkelse blant medlemsbedrifter i Norsk Industri Olje og Gass tyder på at prisnivået har falt noe fra 2009 til 2010 (Jakobsen og Hansen, 2010).

Figur 16 Estimert prisutvikling for norske offshoreleverandører i perioden 2003-2009



Kilde: Menon 2010.

Figuren viser at prisøkningen i perioden 2007-2009 var relativt beskjeden. Det er derfor grunnlag for å si at omsetningsøkningen i hovedsak skyldes reell omsetningsøkning og at betydningen av prisøkning er liten.

1.13. Fordeling av aktivitet langs petroleums-verdikjeden

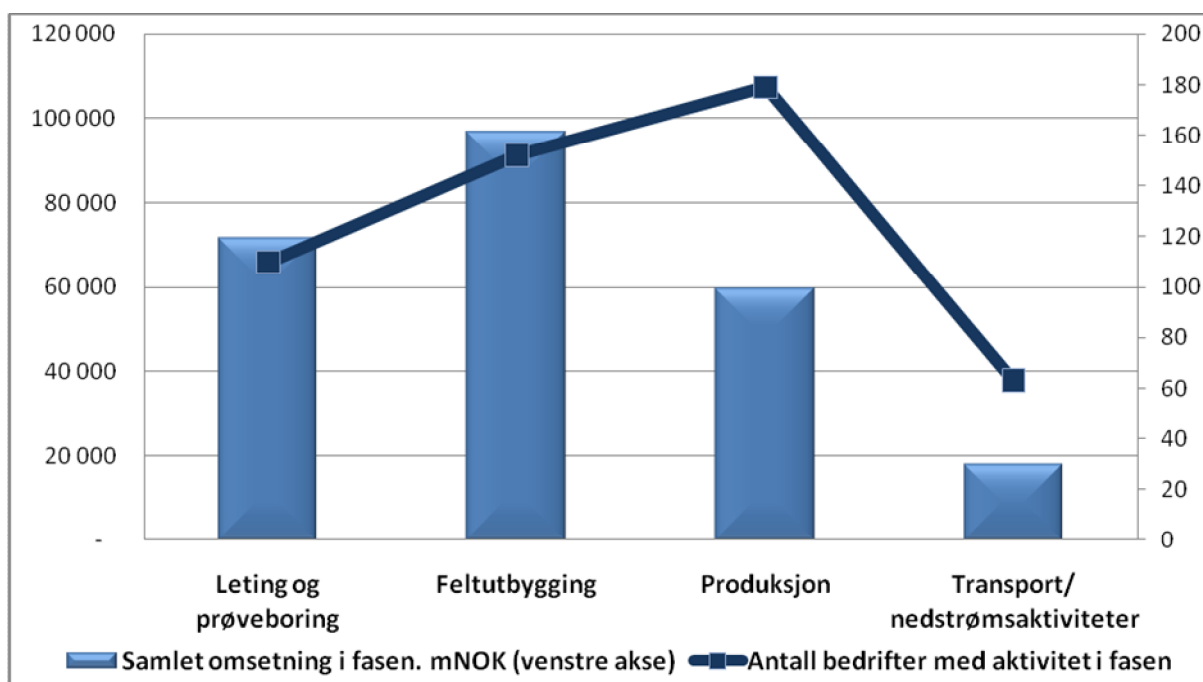
Bedriftene i undersøkelsen ble bedt om å fordele sine inntekter på fasene langs petroleumsverdikjeden. Av 253 bedrifter som har besvart dette spørsmålet har mer enn halvparten av bedriftene aktivitet innen produksjonsfasen. Av disse er det 40 bedrifter som har alle sine

inntekter fra denne fasen. Det er likevel feltutbyggingsfasen som genererer størst inntekter for norske offshorebedrifter. 96 milliarder kroner, 39 prosent av total petrorettet omsetning, genereres innenfor feltutbygging. Antall bedrifter er imidlertid færre i denne fasen. 152 bedrifter har aktivitet innenfor feltutbygging, og 25 av disse opererer kun i denne fasen.

Leting og prøveboring har også færre bedrifter, men større omsetning, enn produksjonsfasen. 110 bedrifter har aktivitet knyttet til leting og prøveboring, og 15 av disse har alle sine inntekter fra denne fasen.

Den siste fasen, transport/nedstrøm, er den klart minste. Kun 10 bedrifter er 100% spesialisert mot denne fasen, fortrinnsvis til rørlegging, mens 63 bedrifter har deler av virksomheten rettet mot transport/nedstrøm. Til sammen utgjør omsetningen innenfor denne fasen i underkant av 20 milliarder kroner.

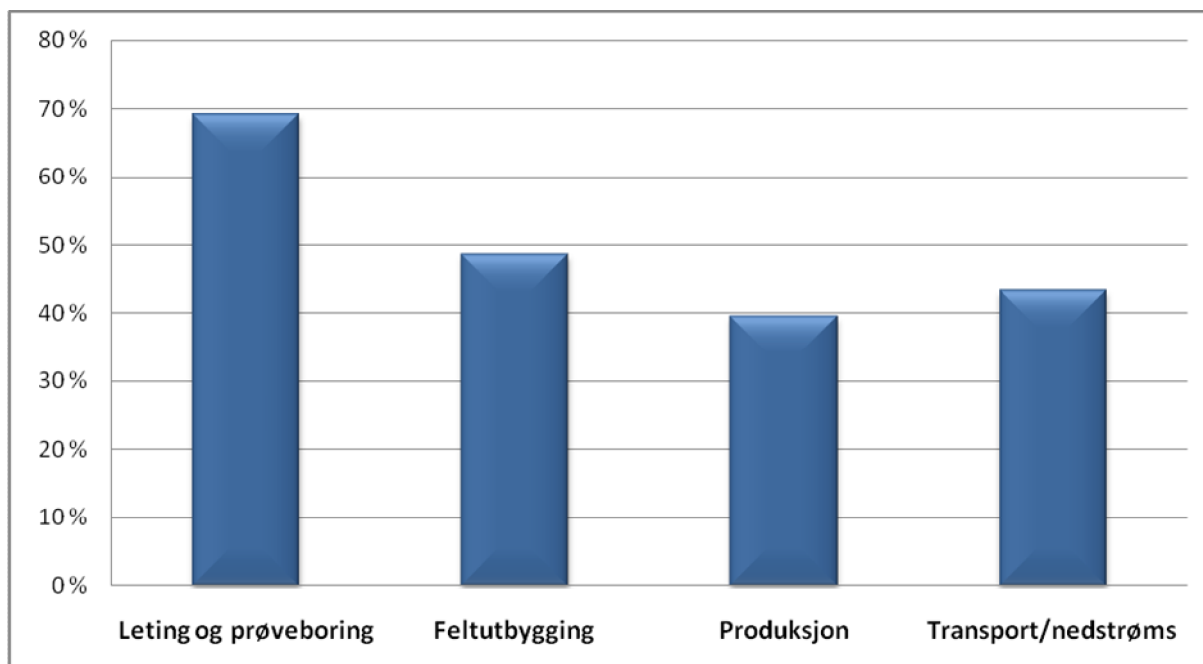
Figur 17: Fordeling av omsetning og antall bedrifter langs verdikjeden



Kilde: Menon

Figuren ovenfor viser fordelingen av offshoreselskaperenes totalomsetning uavhengig av geografi. I figuren nedenfor er utenlandsandelen av omsetningen langs verdikjeden illustrert. Utenlandsandelen er høyest innenfor leting og prøveboring; 70 prosent av leveransene går til kunder i utlandet. Innenfor feltutbygging er omsetningen delt omtrent likt mellom norsk sokkel og utenlandske markeder. Utenlandsandelen er lavest innen produksjon, hvor 60 prosent leveres på norsk sokkel og 40 prosent utenfor Norge.

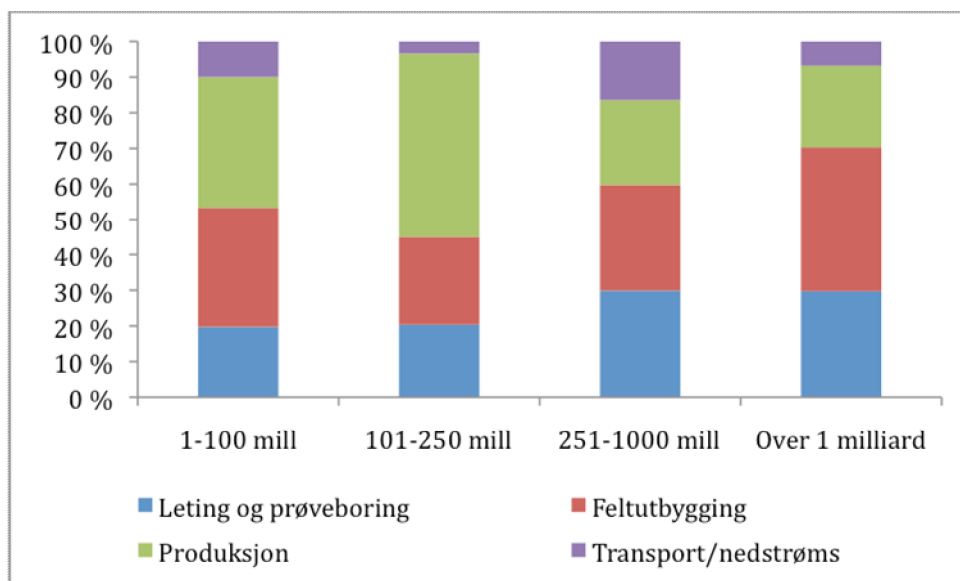
Figur 18: Omsetning fra utenlandske markeder som andel av total omsetning innenfor fasene i petroleumsverdikjeden.



Kilde: Menon

Store deler av omsetningen er altså tidlig i verdikjeden. Vi ser av Figur 17 imidlertid at flest bedrifter har leveranser til produksjonsfasen. Dette gir grunn til å tro at større bedrifter har en konsentrasjon mot leting, prøveboring og feltutbygging, mens de mindre i større grad har konsentrasjon mot produksjon. Dette bekreftes i Figur 19 nedenfor. Som det fremgår av figuren utgjør produksjons-, samt transport- og nedstrømsaktiviteter mer enn 50 prosent av omsetningen for bedrifter med mindre enn 250 millioner kroner i omsetning, mens denne andelen er langt lavere for bedrifter med mer enn 250 millioner. Rundt 30 prosent av omsetningen til bedrifter med mer enn 1 milliard i omsetning er knyttet til produksjon, transport og nedstrømsaktiviteter. Samtidig vet vi at mer enn 50 prosent av de store bedriftenes omsetning kommer fra utlandet. De store selskaperes omsetning innen leting, prøveboring og feltutbygging kommer altså i stor grad fra utlandet. Dette går også klart frem av Figur 19 nedenfor.

Figur 19: Fordeling langs verdikjeden etter bedriftens størrelseskategori



Kilde: Menon

1.14. Store bedrifter har høyest utenlandsandel

Vi vil i dette delkapitlet vise at utenlandsomsetningen i stor grad varierer etter hvilken størrelseskategori bedriften tilhører.

Andelen utenlandsomsetning for utvalget av offshoreleverandørene totalt sett er 48 prosent. Utenlandsandelen har som nevnt tidligere holdt seg stabil i perioden 2007-2009. I

Tabell 5 nedenfor har vi vist petrorettet omsetning og petrorettet omsetning etter størrelse på bedriftene.

Tabell 5: Utenlandsomsetning etter størrelseskategori⁶.

	Petrorettet omsetning (mrd NOK)	Utenlandsomsetning (mrd NOK)	Andel av omsetning fra utlandet (prosent)	Antall bedrifter
1-50 MNOK	3,3	0,6	17	312

⁶ Som det fremgår av tabellen er totalpopulasjonen av bedrifter 426, altså langt flere enn antall respondenter vi har. Bakgrunnen for dette er at vi i tabellen har tatt med 109 offshoreleverandører. Som nevnt tidligere har vi innhentet omsetnings- og sysselsettingsdata fra offshoreleverandørene gjennom andre prosjekter. Andel utenlandsomsetning for de offshoreleverandørene vi har henta registerdata for er satt lik andel utenlandsomsetning blant de bedrifter som har besvart undersøkelsen

51-100 MNOK	3,5	0,5	17	48
101-250 MNOK	6,6	1,7	26	29
251-1000 MNOK	11,8	3,1	26	23
Mer enn 1 milliard NOK	221	113	51	14
Totalt	246	118	48	426

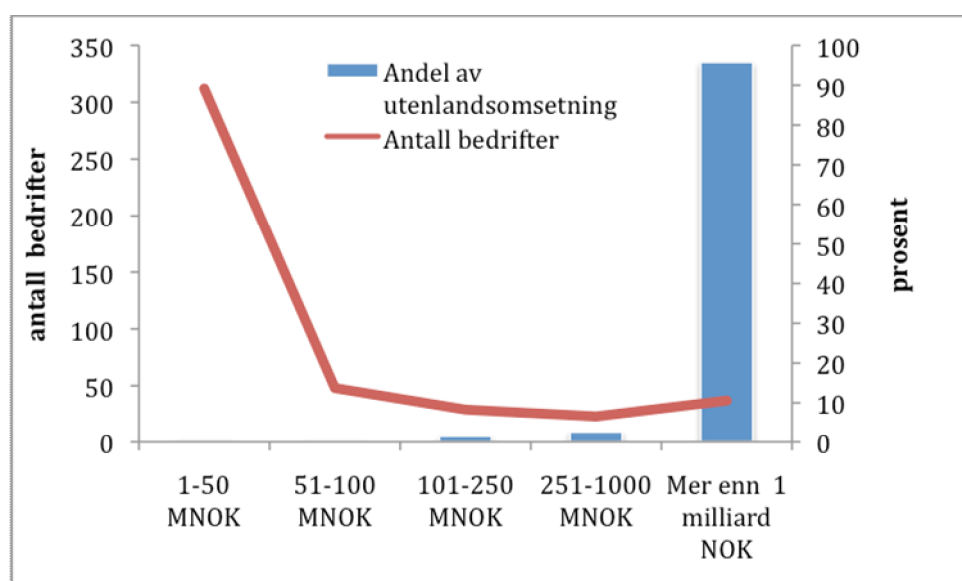
Kilde: Menon

Som det fremgår av tabellen har de minste bedriftene omlag 3,3 milliarder kroner i petrorettet omsetning. Av dette er det imidlertid kun 600 millioner fra utenlandske markeder, noe som tilsvarer en utenlandsandel på 17 prosent. Utenlandsomsetning fra de mindre bedriftene som andel av total utenlandsomsetning er imidlertid lav – kun 0,5 prosent.

Som det fremgår av tabellen øker utenlandsandelen med bedriftsstørrelsen. Bedriftene i størrelseskategoriene 50-100, 100-250 og 250-1000 har gjennomsnittlige utenlandsandeler på mellom 23 og 34 prosent. Vi ser imidlertid at andelen øker markant når vi beveger oss til gruppen av bedrifter med mer enn 1 milliard i omsetning. Disse selskapene har hele 63 prosent av sin omsetning knyttet til markeder utenfor Norge. Vi må imidlertid her påpeke at dette er gjennomsnittstall, og at enkelte bedrifter trekker snittet kraftig opp. Eksempelvis har enkelte av de større bedriftene svært høy utenlandsomsetning.

I Figur 20 viser vi antall bedrifter og andel av total utenlandsomsetning for de ulike størrelseskategoriene. Som det fremgår av figuren har bedriftene med mer enn 1 milliard i omsetning rundt 95 prosent av total utenlandsomsetning. I vår populasjon er det 37 bedrifter med omsetning på over 1 milliard.

Figur 20: Utenlandsomsetning blant offshorebedrifter i ulike størrelseskategorier.



Kilde: Menon

Som det fremgår av figuren er de mindre bedriftenes andel av total utenlandsomsetning forsvinnende liten sammenlignet med bedriftene som har mer enn 1 milliard i omsetning.

Case: Node-klyngen på Sør Landet

For få år siden var det ikke mange som forbandt Sørlandet med offshore-industri. I dag er imidlertid Kristiansand et av de ledende områdene i verden for produksjon av boreutstyr. Klyngen av bedrifter rommer i dag rundt 50 små og store teknologibaserte offshorebedrifter (Konkraft, 2008)

Klyngen har i dag to lokomotiver, National Oilwell Varco (NOV) og Aker Maritime Hydraulics. Disse står for om lag 80 prosent av omsetningen. Boreutstyr og boresystemer er den dominerende produktgruppen. De tre største bedriftene innen dette segmentet hadde 80 prosent av verdensmarkedet for boreutstyr til offshore-rigger. Salg gjøres til hele verden, og norsk sokkel får stadig mindre betydning. Den største veksten til å har vært i Asia, hvor blant annet norske rederier og operatører har fått bygget en stor mengde rigger de senere år.

NODE-klyngen har de siste ti år hatt en formidabel vekst. I perioden 2000-2006 ble verdiskapingen i klyngen seksdoblet, fra 500 millioner til i overkant av 3 milliarder. I 2009 hadde det NOV, det største selskapet i Klyngen, NOV, alene en omsetning på over 20 milliarder. I 2006 kom to tredjedeler av inntektene fra eksport. Våre tall tyder på at denne andelen har økt noe frem til 2009.

Veksten i Node-klyngen kan i noen grad forklares med "boom" i offshoremarkedet siden årtusenskiftet. I perioden 2000-2008 økte oljeprisen med 243 prosent (IMF, 2010) hvilket medførte at tidligere antatt ulønnsomme funn ble oppgradert. Prisoppgangen la grunnlag for en sterk økning i internasjonal offshore lete- og produksjonsvirksomhet. Aktiviteten ble imidlertid begrenset av mangel på rigger. Petroleumsselskapene svarte på denne utfordringen ved å bestille en rekke nye rigger, ofte fra verft i Sørøst-Asia. Bedriftene i Node-klyngen var en viktig leverandør ved bygging av riggene.

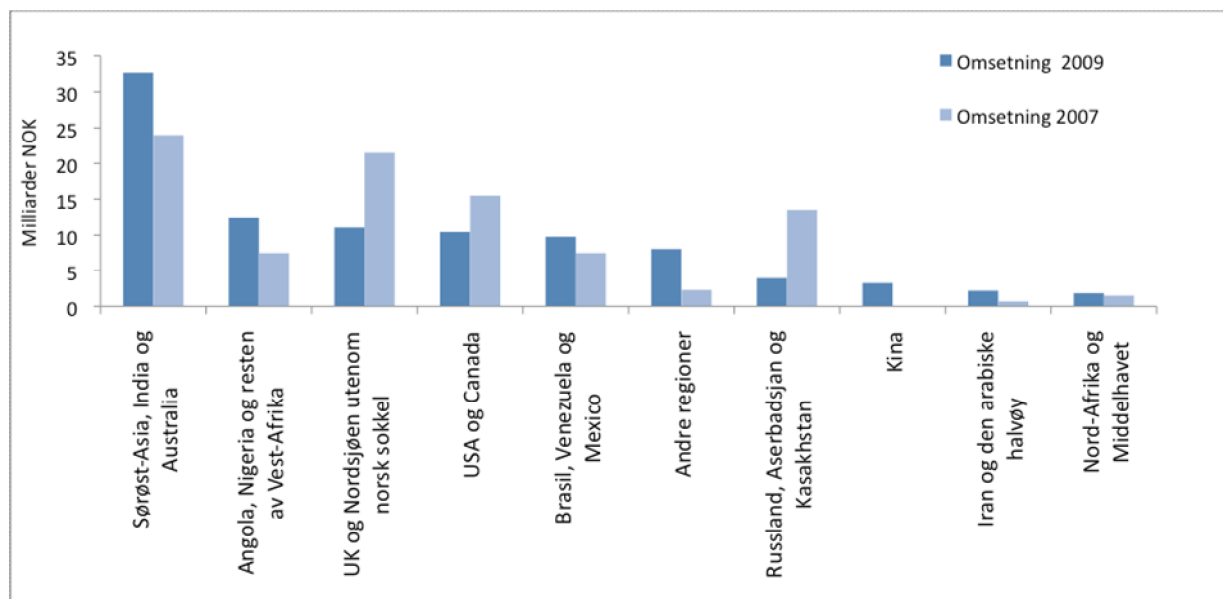
Finanskrisen og dens ettervirkninger medførte at vi for første gang siden 1981 fikk en nedgang i verdens energikonsum. Vi fikk følgelig et bratt fall i oljeprisen og kansellering av flere utbyggingsprosjekter. Påbegynning av rigger har falt fra et historisk høyt til et historisk lavt nivå i perioden. Med mindre byggingen tar seg opp, eller bedriftene i klyngen makter å vri sine leveranser til andre markeder, kan vi altså se et eventuelt fall i omsetning i Node-klyngen i tiden som kommer.



1.15. Regionale markeder

Petroleumsrettet utenlandsomsetning har økt fra om lag 95 milliarder i 2007 til 118 milliarder i 2009. Dette tilsvarer en vekst på nær 25 prosent. Omsetningsøkningen er imidlertid langt ifra jevnt fordelt geografisk.

Figur 21 Rangering av utenlandske offshoreregioner etter norske selskapers omsetning i regionene i 2007. Mrd NOK



Kilde: Menon

Som det fremgår av Figur 21 nedenfor har omsetningen økt vesentlig i:

- Sørøst Asia, India og Australia
- Angola, Nigeria og Vest-Afrika
- Brasil, Venezuela og Mexico.

Samtidig har omsetningen i:

- Storbritannia, USA & Canada
- Russland, Aserbajdsjan og Kasakhstan

Har gått vesentlig ned i samme tidsrom.

Sørøst-Asia, India og Australia er den klart viktigste regionen for norske offshoreleveranser. Av figuren ser vi at norske leverandører i 2009 hadde leveranser for om lag 33 milliarder kroner til regionen i 2009, opp fra i underkant av 25 milliarder i 2007. Økningen i omsetning kan i stor grad forklares med økte leveranser fra leverandører av borepakker og annet utstyr til rigger og FPSO'er som bygges/konverteres i Sørøst-Asia, spesielt i Singapore. Enkelte stiller imidlertid spørsmål ved om denne eksporten representerer eksport til utenlandske aktører eller om det isteden burde betraktes som såkalt "offshoring" av norske aktiviteter⁷. Et betydelig antall rigger som bygges i

⁷ Offshoring er et begrep man bruker på at bedrifter flytter deler av virksomheten ut av landet, blant annet med sikte på kostnadsreduksjon

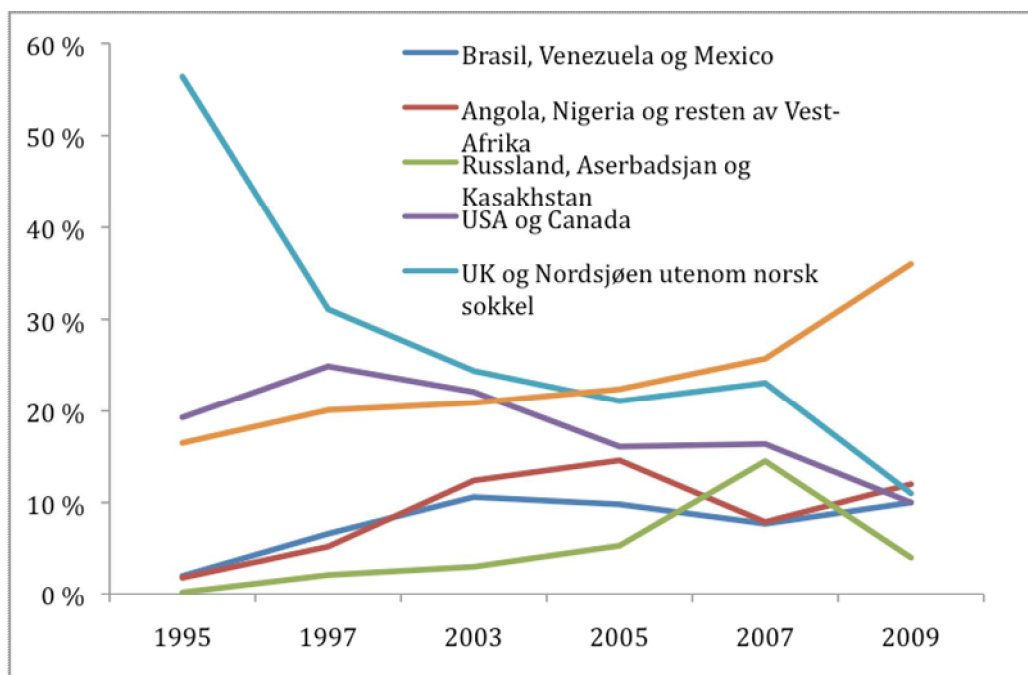
Sørøst-Asia med norsk utstyr er bestilt av norske riggselskaper. Tidligere ble rigger og plattformer bygget i Norge, mens de nå i all hovedsak bygges på utenlandske verft. Økt eksport kan således både være et resultat av økte leveranser, men også av at leveransene flyttes ut av landet. Mot dette kan det innvendes at norske leverandører av boreutstyr betjener 85 prosent av verdensmarkedet for sine spesialiserte produkter, og at størstedelen av leveransene går til rigger bestilt av ikke-norske selskaper (Konkraft. 2008). Selv om deler av økningen i eksportaktivitet kan forklare med offshoring, er det ingen tvil om at hoveddelen av leveransene skyldes økt eksport som følge av økt etterspørsel fra verft i utlandet som bygger rigger for utenlandske selskaper. Samtidig er det grunn til å stille spørsmål ved om omsetningsøkningen vil fortsette i tiden fremover. Som nevnt har finanskrisens ettervirkninger medført at aktivitetsnivå, riggrater og antall rigger under bygging har falt kraftig. Dermed reduseres også etterspørselen etter norske borepakker og annet utstyr, i alle fall på kort sikt. Det er således ikke grunn til å vente at veksten i eksporten til Sørøst-Asia vil øke like sterkt som den har gjort de senere år.

Av figuren så vi også at norske leveranser til Angola, Nigeria og resten av Vest-Afrika økt vesentlig i perioden. I .

Figur 5 så vi at dette markedet, sammen med Brasil, Venezuela og Mexico er blant de markedene som vil vokse mest frem mot 2013.

I Storbritannia, samt USA og Canada hadde imidlertid norske aktører langt høyere omsetning i 2007 enn i 2009. Disse markedenes betydning for norske aktører har vært synkende over en lengre periode. Som det fremgår av Figur 22 nedenfor har Storbritanniias andel av norske utenlandsleveranser gått ned fra i underkant av 60 prosent i 1995 til rundt 10 prosent i 2009. I samme periode har Sørøst Asia, Kina, India og Australia økt fra i underkant av 20 til i underkant av 40 prosent. Også andre regioner som Brasil, Venezuela og Mexico, samt Angola, Nigeria og Vest-Afrika har tiltatt i viktighet i perioden.

Figur 22 Utvikling i seks viktigste utenlandske regioners andel av samlet norsk utenlandsomsetning fra 1995 til 2007.



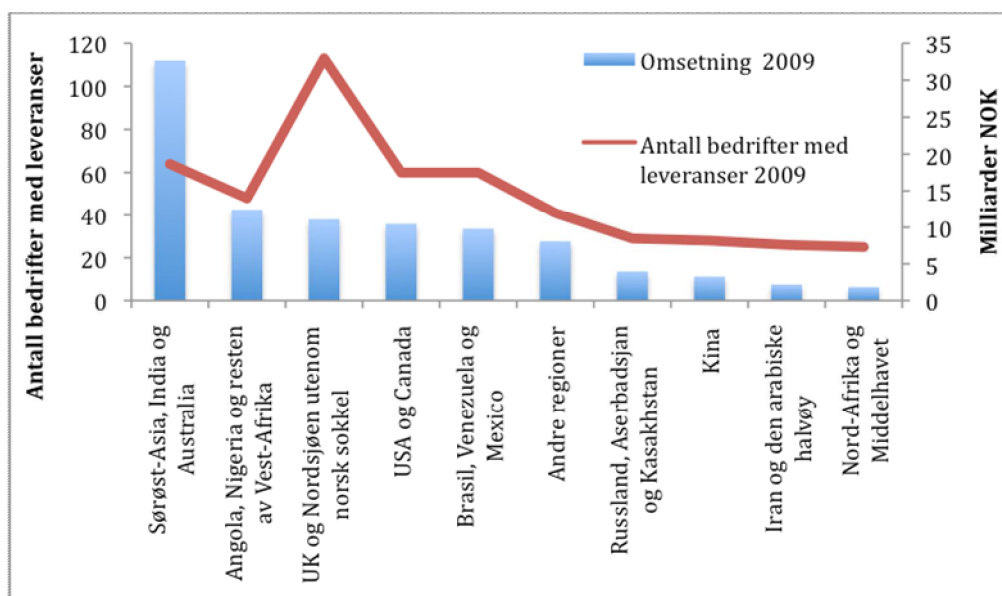
Kilde: SNF (Heum et al 2006) / Menon

Det er grunn til å understreke figuren over viser andeler, og viser de enkelte regioners betydning for utenlandsomsetningen som helhet, og viser dermed ikke endring i eksport målt i absolutte løpende kroner. Målt i løpende kroner har faktisk omsetningen i Storbritannia økt fra om lag 9 milliarder i 1995 til om lag 11 milliarder i 2009. Et fall i Storbritannias andel av total utenlandsomsetning skyldes derfor at de relativt sett sterkere omsetningsøkning i andre geografiske markeder, og da særlig Sørøst Asia.

1.15.1. Mindre bedrifter leverer til områder med godt forretningsklima

Selv om Sørøst-Asia, India og Australia er det området med mest leveranser målt i omsetning, er det ikke det området med flest leveranser. Som det fremgår av Figur 23 nedenfor er Storbritannia, samt USA og Canada de regioner hvor flest norske bedrifter har leveranser.

Figur 23: Omsetning og antall bedrifter med leveranser til ulike regioner

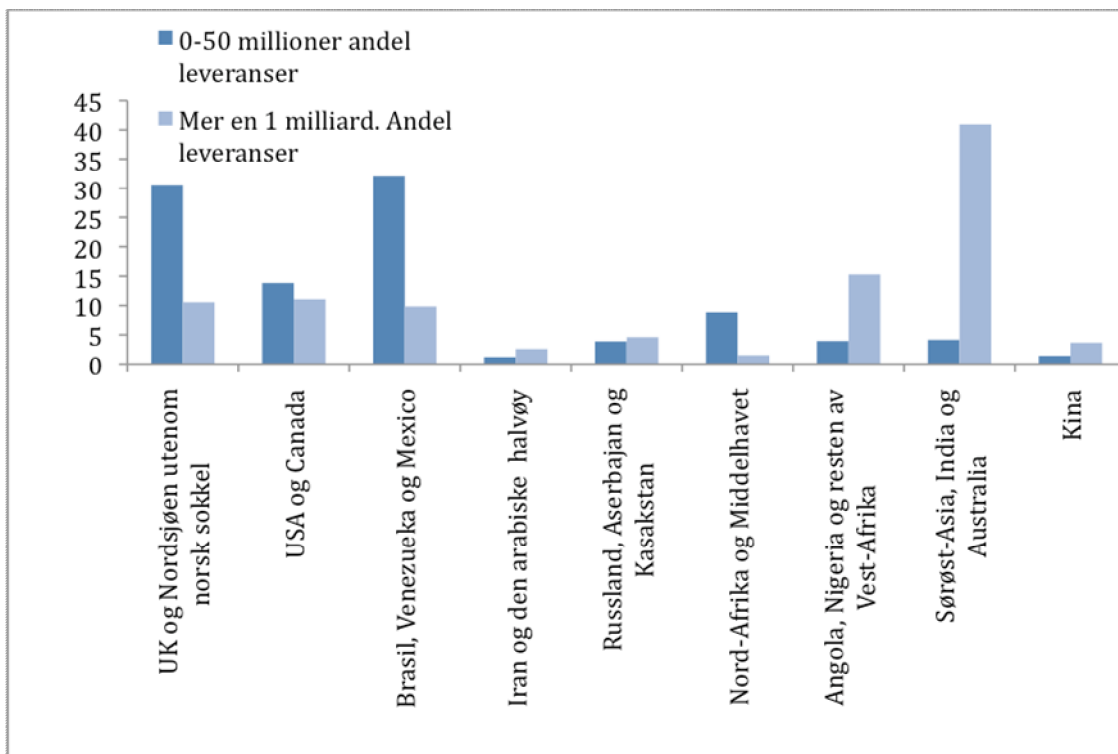


Kilde: Menon

At Storbritannia, USA og Canada har mange leveranser sett i forhold til omsetningsnivå kan forklares med at flere små og mellomstore bedrifter har leveranser til disse landene, samtidig som eksport til markeder lenger unna og med relativt sett dårligere forretningsklima krever større organisasjoner.

I Figur 24 nedenfor viser vi omsetning fordelt på regioner for den største og den minste kategorien av bedrifter. Mens Sørøst-Asia, India & Australia og Angola, Nigeria og Vest-Afrika er de viktigste regionene for bedrifter med mer enn 1 milliard i omsetning, er Storbritannia, USA og Canada de viktigste markedene for de mindre bedriftene.

Figur 24: Omsetning fordelt på regioner for ulike størrelseskategorier



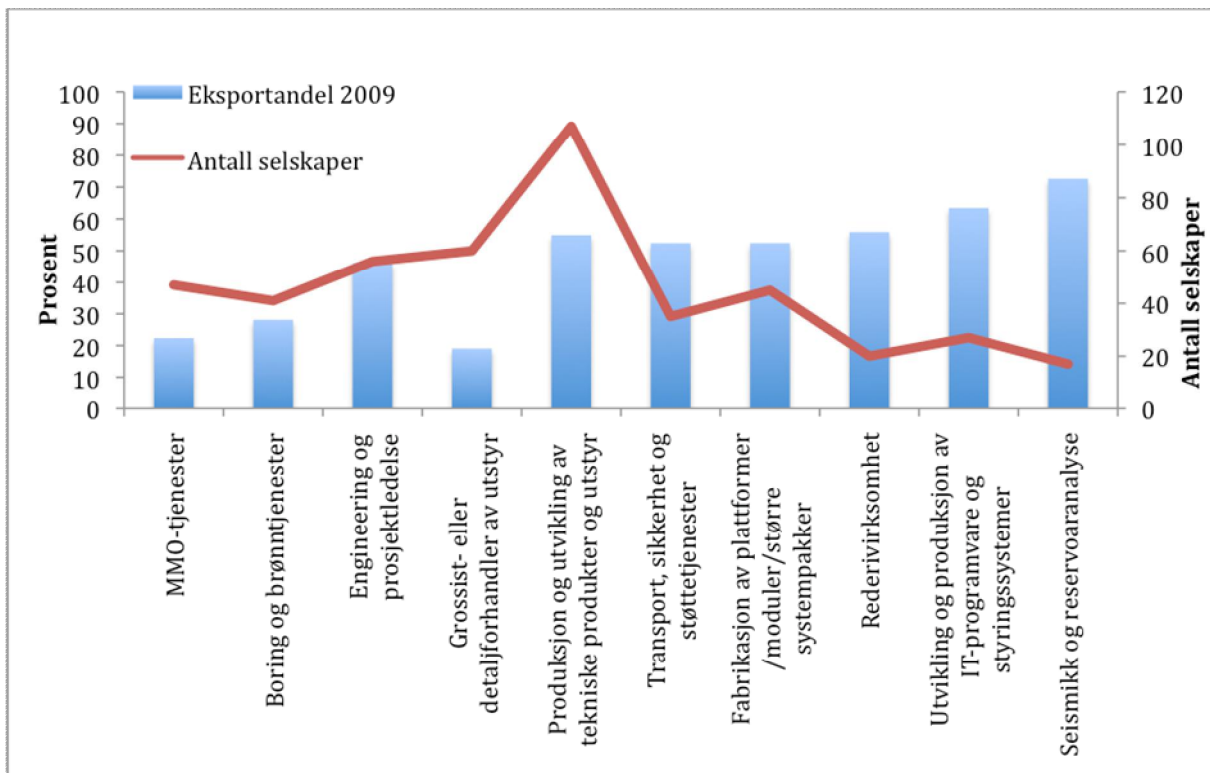
Kilde: Menon

Mindre bedrifters konsentrasjon mot OECD-land kan blant annet forklares med rammevilkår og organisatoriske ressurser. Å eksportere til land utenfor OECD-området, hvor arbeidsspråket ofte er et annet enn engelsk og hvor rammevilkårene for næringslivet er dårligere kan kreve større organisatoriske ressurser, enn eksport til mer nærliggende markeder med likere rammevilkår. To gode eksempler på lovende og fremvoksende petroleumsområder er Brasil og Angola. I begge landene er portugisisk arbeidsspråket. Videre er landene rangert som henholdsvis 126 og 169 på Verdensbankens rangering av hvilke land det er enklest å drive forretningsvirksomhet i. Tilsvarende tall for Norge, Storbritannia og USA er rangert som henholdsvis 10, 5 og 4 (Verdensbanken, 2010). Ettersom utfordringene ved leveranser til disse markedene kan være større enn for leveranser til eksempelvis Storbritannia, kan mindre bedrifter i tilfeller der de har alternativer, velge å rette sin eksport mot nærliggende markeder. Det kan imidlertid også tenkes at bedrifter når de starter eksportvirksomhet velger å starte i nærliggende markeder, for siden, når de har opparbeidet mer erfaring som eksportør, forsøker seg på mer krevende, men samtidig også presumptivt mer lukrative markeder. Sist men ikke minst kan det også tenkes at de mindre bedriftene opererer i segmenter som er mer rettet inn mot å betjene mer modne sokler, eksempelvis at de mindre bedriftene konsentrerte seg mer om DVM-segmentet. Dataene våre gir imidlertid ikke noen entydig støtte til en slik hypotese. I den grad man kan se systematiske forskjeller med hensyn til størrelseskategori og segment, kan man se at større bedrifter er overrepresentert i segmentene seismikk og rederivirksomhet, mens de mindre bedriftene er overrepresentert i boring og brønntjenester, samt DVM.

1.16. Segmenter

Norske offshoreleverandører opererer innenfor en lang rekke tjenesteområder, heretter kalt segmenter. I undersøkelsen kunne bedriftene beskrive sin egen virksomhet gjennom 11 forhånds spesifiserte segmenter, i tillegg til kategorien Annet, dersom virksomheten ikke passer inn i noen av disse segmentene. Bedriftene kunne sette flere kryss for å beskrive sin egen virksomhet. Figuren nedenfor viser hvor stor del av omsetningen bedrifter i de ulike segmentene har fra eksport. Den røde linjen i figuren viser hvor mange bedrifter i utvalget som har leveranser i dette segmentet.

Figur 25: Eksportandel og antall selskaper i ulike segmenter



Kilde: Menon

Seismikk- og reservoaranalyse er det mest internasjonale segmentet blant norske offshorebedrifter. Bedriftene innen dette segmentet har i overkant av 70 prosent av sine inntekter fra eksport. Det er imidlertid relativt få bedrifter innen dette segmentet. Totalt 19 bedrifter har oppgitt å være innen dette segmentet. Nest størst utenlandsomsetning har bedriftene i segmentet "Utvikling og produksjon av IT-programvare og styringssystemer". Bedriftene innen dette segmentet henter i overkant av 60 prosent av sine inntekter fra utlandet. De segmenter med minst utenlandsomsetning er DVM-tjenester og boring- og brønntjenester. Bedriftene i disse segmentene har i gjennomsnitt henholdsvis 22 og 28 prosent. Med hensyn til DVM-tjenester har norske bedrifter i mange tilfeller hatt problemer med å konkurrere med nasjonale leverandører. Bakgrunnen for dette er blant annet sterk pris konkurranse kombinert med et relativt sett lavere spesialiseringsnivå. Dessuten krever drifts- og vedlikeholdsoppgaver lokal tilstedeværelse, dvs. Ute-etablering. Dette gjør dette segmentet mindre attraktivt for norske leverandører, som

sammenlignet med leverandører i andre land har høyere lønnskostnader for mindre spesialisert kompetanse. På den annen side er DVM-markedet ventet å stige vesentlig de kommende år, jmf. Figur 6. Posisjonering i markedet kan således være viktig for å ta del i et voksende marked.

Utenlandsandelen innenfor Engineering og prosjektledelse, 14 prosent, kan virke lav med tanke på at mange fremhever engineering som et område hvor norske bedrifter har internasjonale konkurransefortrinn. For eksempel blir det gjerne uttalt at jo mer engineering det er i et DVM-opdrag, desto sterkere stiller norske selskaper i konkurransen. De 11 bedriftene i utvalget som både driver med DVM og engineering har imidlertid ikke høyere utenlandsandel enn de som bare driver med en av delene (14 prosent mot henholdsvis 14 og 13 prosent for Engineering og DVM).

1.17. Hvilken betydning har eierskap og selskapsform?

Respondentene i undersøkelsen ble bedt om å spesifisere om bedriftene de representerer er henholdsvis:

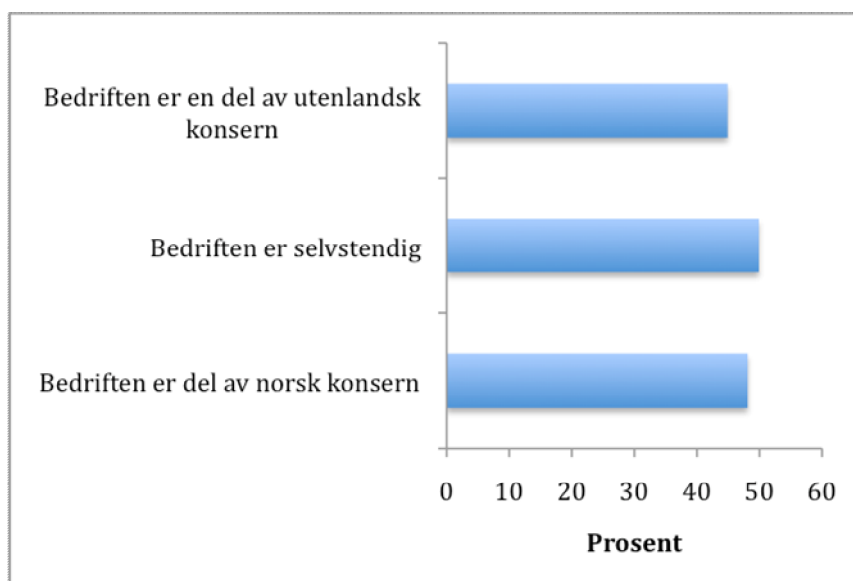
1. selvstendig – inngår ikke i et konsern (134 bedrifter)
2. datterselskap i et norsk konsern (78 bedrifter)
3. datterselskap i et utenlandsk konsern (78 bedrifter)
4. Ikke svart (19)

I vår populasjon er det flest selvstendige bedrifter. I overkant av 40 prosent av respondentene er selvstendige, mens kategoriene av datterselskaper hver utgjør om lag 25 prosent.

Sammenhengen mellom utenlandsk eierskap og grad av internasjonalisering er ikke opplagt. På den ene side kan man som datterselskap i et internasjonalt konsern få tilgang til distribusjonskanaler, kunderelasjoner og andre konsernressurser som styrker mulighetene på utenlandske markeder. Bedrifters eiere, enten det dreier seg om et industrielt konsern, et holdingselskap eller et aktivt eierfond (private equity) kan tilføre bedrifter ressurser de selv mangler og som er nødvendige for å lykkes på internasjonale markeder. Det kan for eksempel dreie seg om internasjonal kompetanse, distribusjonskanaler eller nettverk. Da Jon Gjedebo solgte Hitec til National Oilwell var det fordi selskapet evne til internasjonal vekst ble vesentlig styrket ved å bli del av et multinasjonalt konsern. Siden store internasjonale konsern – utenlandske eller norske – besitter kompetanse, nettverk og kapital som er relevant for mindre offshorebedrifter er det naturlig å forvente at døtre av slike konsern internasjonaliseres mer og raskere enn andre bedrifter.

På den annen side kan det også tenkes at en av hovedgrunnene til at utenlandske konsern etablerer datterselskaper i Norge nettopp er at de skal betjene det norske markedet, og at de således har lavere eksportandel. Selskaper som Schlumberger, Halliburton og Baker Hughes har store datterselskaper i Norge som utelukkende opererer på norsk sokkel. **Feil! Fant ikke referanse-kilden.** viser at eierform ikke har spesielt sterk virkning på utenlandsomsetning, og at bedriftene i de ulike kategoriene alle har mellom 45 og 50 prosent av omsetningen fra utlandet.

Figur 26: Utenlandsomsetning etter eierskapsform



Kilde: Menon

Det er således grunn til å anta bedriftene i de ulike eierkategoriene er så heterogene at en ikke kan isolere effekten av eierskap på omsetning, og at utenlandsomsetningen i så måte påvirkes sterkere av andre forhold, som f.eks størrelse, slik vist i tabell 4.

5. Effekter av internasjonalisering for virksomhet i Norge

Effektene av internasjonalisering kan enten oppstå i de internasjonaliserte bedriftene selv (effekter i egen organisasjon) eller i andre bedrifter som de internasjonaliserte bedriftene har relasjoner til. Det kan dreie seg om kunder, leverandører, samarbeidspartnere eller bedrifter i nærområdet som man har uformelle eller indirekte relasjoner til. For enkelhets skyld slår vi alle disse sammen, slik at effekten deles i *egen* virksomhet og *andre* organisasjoner.

1.17.1. Kunnskap og innovasjon

Dersom kunder på internasjonale markeder har andre behov og utfordringer enn norske kunder, vil internasjonalisering føre til at norske bedrifter mottar nye innovasjonsimpulser. Utfordringene fra internasjonale kunder kan stille krav om nye teknologiske løsninger, men det kan også dreie seg om kommersielle krav som gir impulser til nye organisasjonsformer eller markedsstrategier.

Når bedrifter internasjonaliseres, bygges det relasjoner til kunder og andre aktører i klynger i andre land, særlig når internasjonaliseringen skjer gjennom fysisk tilstedeværelse (datterselskap/utenlandskontor) i disse klyngene. Dermed bygges det broer og dannes relasjoner

mellom klyngene, noe som gir markeds- og kunnskapsimpulser fra utenlandske miljøer til den lokale klyngen.

Økt kunnskap omsettes i små og store innovasjoner, det vil si endringer som øker produktenes verdi for kundene eller som reduserer bedriftenes egne kostnader. I begge tilfeller leder innovasjon til økt produktivitet.

Effektene av internasjonalisering på kunnskap og innovasjon avhenger av hvordan internasjonaliseringen foregår. Dersom utenlandssalget foregår gjennom eksport, vil kunnskapen og innovasjonsimpulsene i sin helhet komme i Norge. På den annen side kan det tenkes at bedriftens læring blir begrenset av at interaksjonen med markedet skjer over store geografiske avstander. Det kan med andre ord tenkes at læring og innovasjonsimpulser blir rikere dersom bedriftene har lokalisert salgsaktiviteter nær markedene. Det kan også tenkes at læringen vil bli ytterligere styrket dersom produktene eller tjenestene utvikles og produseres i fysisk interaksjon med kundene. Dette kan imidlertid medføre at kunnskapen og innovasjonsimpulsene blir værende i utekontorene og ikke føres direkte til organisasjonen i Norge.

1.17.2. Vekst og sysselsetting

Internasjonalisering kan forventes å ha både en direkte og en indirekte effekt på vekst og sysselsetting i Norge. Den direkte effekten er åpenbar: Når bedrifter internasjonaliseres, øker de omsetningen – med mindre omsetningen i Norge reduseres tilsvarende. Det er imidlertid lite trolig, siden internasjonaliseringen normalt er et resultat av bedriftenes konkurransekraft. Dermed øker også lokale innkjøp, så veksten vil komme både i de internasjonaliserte bedriftene selv og hos deres norske leverandører.

Den indirekte effekten av internasjonalisering går via kunnskap og innovasjon. Når bedrifter omsetter læring og innovasjonsimpulser i nye produkter, prosesser eller strategier, styrkes deres konkurransevne. Dermed vil de oppnå økt vekst i både norske og utenlandske markeder.

Effektene av internasjonalisering på vekst og sysselsetting avhenger av hvordan internasjonaliseringen foregår. Har bedrifter en ren eksportstrategi, det vil si at alle aktiviteter utføres i Norge, vil veksten i sin helhet tilfalle den norske virksomheten. Etablering av aktiviteter i andre land vil isolert sett føre til redusert aktivitet i Norge. Det betyr imidlertid *ikke* at uteetablering er negativt for verdiskaping i Norge. Det kommer av at etablering av salgskontorer, serviceapparat og/eller produksjon er en forutsetning for å kunne lykkes internasjonalt, hvilket medfører en vekst også i Norge. Det er for eksempel tilfellet med DVM-tjenester, hvor tjenesten må utføres hos kunden, dvs. på installasjonene på feltet. I tillegg kan, som nevnt ovenfor, kunnskapstilfanget være større når man er geografisk lokalisert i markedet, noe som styrker innovasjonsevnen og veksten på lengre sikt.

Samtidig er det åpenbart at dersom hovedtyngden av bedriftens kompetanseaktiviteter og beslutninger utføres utenfor Norge, vil dette svekke den norske virksomheten. Trolig vil det også redusere de positive effektene på bedriftens norske leverandører og samarbeidspartnere. Flyttes

alle aktiviteter ut fra Norge kan alle de positive effektene opphøre. Eksempelvis kan det se ut til at dette er tilfellet med Prosafe, som i dag har formelt hovedkontor på Kypros, operativ virksomhet i Singapore og kun et lite kontor med ca 10 ansatte igjen i Stavanger. De positive kunnskaps- og aktivitetseffektene i Norge blir da begrenset, noe selskapets ledelse også erkjenner.

Oppsummert er det grunn til å tro at det er en omvendt U-sammenheng mellom uteetablering og nasjonal verdiskaping. Oppbygging av salgs-, service- og/eller driftenheter ute i markedene har trolig en positiv lærings- og innovasjonseffekt og er i mange tilfeller en forutsetning for å kunne internasjonalisere. Så lenge hovedkontorfunksjoner og kompetansemiljøer beholdes i Norge er oppbyggingen internasjonalt bare positivt. Faren er imidlertid at tyngdepunktet i selskapet gradvis flyttes ut, noe som kan undergrave rasjonalet med det norske hovedkontoret og kompetansefunksjonene. Dyno Nobel er et godt eksempel på et selskap som oppnådde stor internasjonal suksess (verdens nest største sprengstoffprodusent), men som gjennom internasjonaliseringen fikk stadig svakere bånd til Norge. Da de ble kjøpt opp av et australsk selskap i 2005, ble hovedkontoret flyttet fra Norge og den norske virksomheten ble bortimot nedlagt.⁸

I Grünfeld (2005) presenteres en analyse av hvordan utenlandske investeringer påvirker sysselsetting i Norge. Denne typen analyser er i utgangspunktet komplisert fordi effektene kan drives av en rekke mekanismer. I vår drøfting av effekter for aktiviteten hjemme vil vi ta tak i fire mekanismer:

⁸ Caset er omtalt i Grünfeld og Jakobsen, 2006, kapittel 4.

Referanser

Douglas-Westwood (2009): *INTSOK Annual Market Report (2010-2013)*.

Econ Pöyry (2010): *Næringsmessige konsekvenser av redusert petroleumsaktivitet*.

Emerging Market Private Equity Assosiation (EMPEA) (2010): *Emerging Markets Private Equity Survey. Investors' Views of Private Equity in Emerging Markets*

Grünfeld, L. A. (2005): *Kapitalens utvandrere: Norske investeringer og aktiviteter i utlandet*, Økonomisk forum, 2005, 59(4), s7-19.

Grünfeld L. A. og E. W. Jakobsen (2006). *Hvem eier Norge*. Universitetsforlaget, Oslo

Grünfeld, L. A. (2007): *Norske handelsinteresser i Kina, Japan, India og Russland*, MENON-publikasjon nr. 1/2007.

Heum P, E Vatne og F Kristiansen (2006): *Petrorettet næringsliv i Norge: Tiltakende internasjonalisering og global tilstedeværelse*. SNF-rapport 37/06.

IEA (2010): *World Energy Outlook 2010*.

Tilgjengelig på: http://www.worldenergyoutlook.org/docs/weo2009/WEO2009_es_english.pdf

IMF (2010): *Statistics on commodity prices 1998-2010*

Konkraft-rapport nr 4 (2008): *Internasjonalisering*.

Tilgjengelig på:

<http://www.konkraft.no/postmann/dbase/bilder/KonKraft%20rapport%204%20Internasjonalisering.pdf>

OECD (2001): *Measuring Globalisation: The role of multinationals in OECD economies*, OECD, Paris.

Reve, T. and E. W. Jakobsen (2001): *Et verdiskapende Norge*. Universitetsforlaget, Oslo.

World Bank: *Doing Business 2010 Database*. Tilgjengelig på: <http://www.doingbusiness.org/economyrankings/>

Vedlegg I: spørreskjema

Formålet med undersøkelsen er å kartlegge norske oljeselskapers og offshorebedrifters internasjonale aktiviteter. Vi kartlegger blant annet hva slags investeringer selskapene har gjort, omsetning fra utenlandske markeder og hvilke geografiske markeder norske bedrifter selger til. Undersøkelsen er gjennomført annet hvert år siden 1995, så det er mulig å studere endringer i internasjonalisering over tid.

Alle data vil anonymiseres og behandles konfidensielt. Ingen svar vil kunne spores tilbake til enkeltelskaper.

Bedrifter som er datterselskap i et konsern skal besvare spørsmålene på vegne av sin egen bedrift og dens eventuelle datterselskap, ikke på vegne av konsernet bedriften inngår i. (Eksempel: Kongsberg Maritime er datterselskap av Kongsberg Gruppen, men svarer på vegne av Kongsberg Maritime og dets datterselskaper i Norge og utlandet.)

1. Har din bedrift leveranser til petroleumsnæringen (oljeselskaper eller offshoreleverandører)?

- a. Hvis nei, er ikke undersøkelsen relevant
- b. Hvis ja, gå videre

2. Hvilke segmenter av petroleumsmarkedet beskriver best din bedrifts virksomhetsområde? Kryss av for inntil tre segmenter:

- i. Seismikk og reservoaranalyse
- ii. Boring og brønntjenester
- iii. Fabrikasjon av plattformer/moduler/større systempakker
- iv. Produksjon og utvikling av tekniske produkter og utstyr
- v. Installasjon av plattformer, moduler og utstyr
- vi. Utvikling og produksjon av IT-programvare og styringssystemer
- vii. Engineering og prosjektledelse
- viii. MMO-tjenester (Drift, vedlikehold og modifikasjoner)
- ix. Grossist- eller detaljforhandler av utstyr
- x. Rederivirksomhet
- xi. Transport, sikkerhet og støttetjenester
- xii. Annet. Spesifiser:

3. Selskapets omsetning

- a. Bedriftens samlede omsetning i 2009:
 - i. ... Millioner NOK.
- b. Omsetning som er *petrorettet* (leveranser til oljeselskaper og offshoreleverandører):

- i. ... mill NOK
- ii. Av dette fra kunder i utlandet: ...%
- c. Fordel den petrorettede utenlandsomsetningen på eksport fra Norge og salg fra datterselskaper/enheter utenfor Norge?
 - i. Eksport fra Norge: ...%
 - ii. Datterselskaper/enheter utenfor Norge: ...%
 - iii. Annet (spesifiser): ...%

4. Anslå hvordan den petrorettede omsetningen fordeler seg mellom følgende regioner:

- i. Norsk sokkel %
- ii. UK og Nordsjøen utenom norsk sokkel %
- iii. USA og Canada %
- iv. Brasil, Venezuela og Mexico
- v. Iran og den Arabiske halvøy
- vi. Russland, Aserbadsjan og Kasakhstan
- vii. Nord-Afrika og Middelhavet
- viii. Angola, Nigeria og resten av Vest-Afrika
- ix. Sørøst-Asia, India og Australia
- x. Kina
- xi. Andre

5. Anslå hvordan omsetningen fordeler seg langs petroleums-verdikjeden:

- i. leting og prøveboring ...%
- ii. feltutbygging
- iii. produksjon
- iv. transport/nedstrømsaktiviteter

6. Er din bedrift en del av et konsern (hel- eller majoritetseid)?

- i. Bedriften er selvstendig (inngår ikke i et konsern)
- ii. Bedriften er datterselskap i et norsk konsern
- iii. Bedriften er datterselskap i et utenlandsk konsern

Bedrifter som er datterselskap i et konsern skal besvare spørsmålene på vegne av sin egen bedrift og dens eventuelle datterselskap, ikke på vegne av konsernet bedriften inngår i.

7. Har din bedrift datterselskaper i andre land, eller har bedriften på annen måte foretatt investeringer utenfor Norge siste 10 år?

- i. Hvis ja, gå videre
- ii. Hvis nei, er undersøkelsen ferdig

8. Hvor store investeringer har bedriften totalt gjennomført siste 10 år?

- i. Totalt investeringsbeløp siste 10 år: ... millioner NOK

9. Anslå hvordan dette investeringsbeløpet fordeles på følgende geografiske regioner:

- i. Storbritannia og Nordsjøen utenom norsk sokkel %
- ii. USA og Canada %
- iii. Brasil, Venezuela og Mexico
- iv. Iran og den Arabiske halvøy
- v. Russland, Aserbadsjan og Kasakhstan
- vi. Nord-Afrika og Middelhavet
- vii. Angola, Nigeria og resten av Vest-Afrika
- viii. Sørøst-Asia, India og Australia
- ix. Kina
- x. Andre

10. Ta utgangspunkt i den største/viktigste investeringen selskapet har gjort utenfor Norge, og besvar følgende:

- a. Hvilket land foregikk investeringen i? ...
- b. Hvilket år ble den initielle investeringen gjennomført? ...
- c. Hva slags type investering handlet det om (hvilken inngangsstrategi)?
 - i. *Oppkjøp* av eksisterende virksomheter i landet
 - ii. *Fusjoner* med eksisterende virksomheter i landet
 - iii. *Greenfield*-investeringer, det vil si at virksomheten bygges opp
 - iv. *Joint ventures*, det vil si en greenfield-investering gjennomført sammen med en ko-investor, for eksempel fra investeringslandet.
 - v. *Utvinningslisenser/leterettigheter*
- d. Hvor stor eierandel har ditt selskap i dette investeringsobjektet i dag?
 - i. Heleid (100%)
 - ii. Majoritetseid (51-100%)
 - iii. Negativ kontroll (34-50%)
 - iv. Deleid (11-33%)
 - v. Begrenset eierpost (1-10%)

11. I hvor mange land utenfor Norge er din bedrift representert med datterselskaper eller andre enheter (salgskontor, servicekontor, produksjon etc):

- a. Antall datterselskaper eller andre enheter utenfor Norge: ...
- b. Hvilke land er selskapet representert i:

...
...
...



12. Er din bedrifts investeringer i utlandet knyttet til:

- i. investeringer hvor formålet er å betjene andre enheter i konsernet ("offshoring" av aktiviteter)
- ii. investeringer for salg til eksterne aktører
- iii. Begge deler

13. Foretakets *petrorettede* sysselsetting:

- a. Antall årsverk totalt...
- b. Antall årsverk i Norge ...
- c. Andel norske ansatte i utenlandsenhetene: Ca ...%
- d. Andel utenlandske ansatte i Norge: Ca ...%

14. Hvilke salgs-/distribusjonskanaler benytter din bedrift i utenlandske markeder (Ranger de tre viktigste):

- i. Direkte salg fra Norge
- ii. Agent/grossist
- iii. Lisensiering til produsenter i andre land
- iv. Eget salgs-/markedselskap i det aktuelle markedet
- v. Samarbeidsselskap i det aktuelle markedet
- vi. Salg gjennom andre enheter i konsernet

1.18.