

Et essay om konkurrenceevnens mangfoldige rødder

Af KURT PEDERSEN

Konkurrenceevnen dukker jævnligt op i den politiske og økonomiske debat. Spørger man til, hvad det er for en størrelse, får man et mere eller mindre kompliceret indeks, der viser hvordan valutakurs og nominalløn har udviklet sig over en periode i forhold til vore samhandelspartnere. Det er ændringen i vor konkurrenceevne, der finder udtryk, ikke begrebet som sådant. I dette lille essay anlægges en bred teorihistorisk vinkel med henblik på at få begrebet som sådant indkredset. Dets eklektiske natur afskærer os dog fra at angive en mere præcis definition.

Indledning

Markedets centrale rolle i økonomien blev klart indset og formuleret af Adam Smith (1723-90), der ganske vist var professor i moralfilosofi men fik tænkt så meget over samfundets funktion, at han i processen fik betegnelsen ”økonomiens fader”. Som et grundlæggende træk fremhævede han menneskets indbyggede tilbøjelighed til at købe og sælge, *wheeling and dealing*. På markedet byttede man, og bagefter var folk gladere end før; thi det, de havde erhvervet for det, de havde med til markedet, var nyttigere for dem end det afbyttede. Et af den skarpsindige skottes indfald var at løfte observationen op på det nationale plan. Hver nation tog det med til det internationale marked (dvs. i virkeligheden hen til markedet i et andet land), som den var særlig dygtig til at fremstille. I bytte fik man så det, som man i vedkommende nation var særlig god til at lave. Således blev den samlede faktorudrustning effektiviseret og der blev flere varer til deling.

Tænkningen var hængt ganske konkret op på håndgribelige varer som for eksempel træskostøvler og øl. Hvis det tog en tysk håndværker to dage at flikke et par træskostøvler sammen, mens det kunne gøres på én arbejdsdag i Frankrig; og hvis det omvendt tog en fransk brygger to dage at lave en hektoliter øl, mens en tysk brygger kun skulle bruge en dag til det, ja så var både konkurrenceevne og handelsmønster selvindlysende. Franskmændene ville eksportere træskostøvler til Tyskland og til gengæld importere tysk øl.

Mere eller mindre implicit ligger det i analysen, at øl er øl og en træskostøvle er en træskostøvle, altså der er tale om standardiserende varer. Helt eksplicit var det til gengæld, at der kun var én produktionsfaktor, nemlig arbejdskraft. I vort eksempel ville i Frankrig en hektoliter øl ”koste” to par træskostøvler, mens to hektoliter øl i Tyskland kunne byttes til et par træskostøvler. Varens værdi var bestemt ved den mængde arbejdskraft, der var nedlagt i den. Det var rimeligt nok på en tid, da arbejdskraften var den helt dominerende produktionsfaktor.

Produktivitetsbaseret konkurrenceevne

Fyrré år efter stillede David Ricardo (1772-1823) så spørgsmålet, om der da slet ingen handel ville være, hvis nu tyskerne var bedst til alting. Det ville der, for som han elegant påviste, var det en tilstrækkelig betingelse for handel, at der var forskelle i den *relative* produktivitet. Hvis tyskerne kunne fremstille dobbelt så mange træskostøvler på en arbejdsdag som franskmændene, men tre gange så meget øl, så ville Tyskland importere træskostøvler og betale med provenuet fra eksporten af øl. Det, det drejede sig om, var ikke de absolutte men landenes *komparative* fordele i produktionen af varerne. Hvor meget hvert af de to lande vandt ved deres samhandel afhang af deres størrelse. Var de nogenlunde lige store målt i arbejdsstyrke, ville det nye prisforhold være nogenlunde midt imellem de to tidligere, og begge lande ville få en anelig fordel. I det tilfælde, at

landene var meget forskellige i størrelse, ville prisforholdet efter åbning af handelen selvsagt ligge nærmest det, der tidligere rådede i det store af landene. Det ville dermed få en mindre fordel, end det lille land, som nu fuldt ud kunne specialisere sig i fremstilling af den vare, det var god til, og dermed høste en betydelig handelsfordel. Hvis konkurrence har noget at gøre med at få meget for sine varer ved international handel, så var det lille lands konkurrenceevne høj. Alene fordi det var lille.

Eksport- og dermed konkurrenceevnen var dog betinget af, at lønningerne holdt sig inden for visse rammer. Når tyskerne er enten dobbelt eller tre gange så produktive som franskmændene, vil tyske arbejdere også have en højere realløn end franske. Alt afhængigt af størrelsesforholdet mellem de to industrier, ølbrygning og trækostøvlereproduktion, vil reallønnen i Tyskland ligge et sted mellem det dobbelte og tredobbelte af den franske. Under antagelse af en fast valutakurs vil et reallønsforhold på under to eller over tre lamme samhandelen. I første tilfælde fordi franske trækostøvler bliver så dyre (i tyske mark) at de ikke er konkurrencedygtige. I andet tilfælde, fordi tysk øl bliver så dyrt (i franske franc), at franskmændene kan købe deres eget billigere. Hermed inddrages omkostningsniveauet implicit i Ricardos model for udenrigshandel. Konkurrenceevne har lige siden først og fremmest været opfattet som et spørgsmål om enhedsomkostninger.

Den enkle, men skarpsindige tænkning i Ricardos argument var så robust, at hans model, teorien om de komparative fordele, forblev dominerende i hundrede år, indtil Eli F. Heckscher (1879-1952) i 1919 udbyggede argumentet. Men selv derefter holdt den en væsentlig position i økonomisk teori til forklaring af handel mellem fx I-lande og U-lande. Først omkring 1970 begyndte konkurrerende og afvigende modeller for international handel at trænge den i defensiven.

Heckscher og hans elev, Bertil Ohlin (1899-1979), der afrundede *faktorproportionsteorien* i 1933, præciserede nemlig Ricardos teori mere end de udfordrede den. Deres model er lige siden blevet finpudset, testet og justeret med bl.a. nobelpristageren P. A. Samuelson (1915-2009) som en vigtig bidragsyder. Udbygningen af Ricardos model skete ved, at den neoklassiske teori, som efter sit gennembrud i 1870'erne havde overtaget rollen som det dominerende normalvidenskabelige paradigme i nationaløkonomien efter Smith, Ricardo og de andre klassikere, bød ind med en forklaring på, hvorfor arbejdskraftens produktivitet varierede mellem lande.

Heckscher-Ohlin teorien antog de neoklassiske standardforudsætninger, herunder en produktionsfunktion hvor output er en funktion af indsats af kapital såvel som arbejdskraft.² Når arbejdsproduktiviteten varierer mellem lande skyldes det således – *alene!* – at den enkelte arbejder har forskellige mængder af kapital til rådighed. Jo mere kapital per arbejder, jo større produktion. Samtidig fremstilles varerne med forskellige forhold mellem indsatsen af kapital og arbejdskraft – faktorproportionerne varierer. Hvis fremstilling af øl er mere kapitalkrævende end fremstilling af trækostøvler, vil øl blive brygget i det land, der er udstyret med forholdsvis meget kapital. I eksemplet ovenfor vil forklaringen på det tysk-franske handelsmønster således være begrundet i, at Tyskland har mere kapital til rådighed per arbejder end Frankrig har.

Smith og Ricardos klassiske fremstilling var i sin natur statisk, og denne egenskab blev overtaget af Heckscher og Ohlin. De lande, der var veludrustede med kapital, producerede kapitalintensive varer, og de der havde rigeligt med arbejdskraft, fremstillede arbejdskraftintensive produkter. En blandt flere konsekvenser var, at efterspørgslen efter den rigelige produktionsfaktor ville forøges, når landene begyndte at handle. Og da den relativt rigelige faktor nødvendigvis ville være forholdsvis dårligt aflønnet, ville handelsåbningen medføre, at kapitalister i rige (dvs. kapitalintensive) nationer ville blive bedre stillet, hvorimod kapitalister i fattige lande ville blive ramt. Omvendt for arbejderne. Allerede i Heckschers artikel fra 1919 er det klart og utvetydigt fremstillet.

Heckscher var imidlertid først og fremmest en fremragende økonomisk historiker, og han var helt på det rene med, at produktionsfaktorerne ville være tilbøjelige til at flytte derhen, hvor deres

aflønning var højst. Antagelsen om, at migration og kapitalbevægelser var fraværende, holdt selvfølgelig ikke på længere sigt. En vigtig pointe i forhold til klassikerne var det, at komparative fordele over tiden kan modificeres eller ligefrem ændres. Et godt historisk eksempel er den internationale lånefinansiering af Danmarks infrastruktur og industrialisering, der fandt sted i perioden op til Første Verdenskrig.

Her vil det være naturligt at kaste blikket på fænomenet multinationale selskabers rolle som forandringsagenter. Selvom de i et århundrede havde arbejdet på tværs af grænserne, var det først i løbet af 1960'erne de blev gjort til genstand for egentlig videnskabelige analyser.³ Til gengæld er deres betydning for international overførsel af teknologi og virksomhedsledelse i mellemtiden blevet gennemanalyseret. Samspelet mellem handel og direkte investeringer er i sig selv et kompliceret studium – hvornår er de konkurrerende og hvornår komplementære? At direkte investeringer kan have endog ganske radikale implikationer for det enkelte lands konkurrenceevne er blevet åbenbart.

Med disse indsigter i den økonomiske dynamik blev begreberne konkurrenceevne revideret. Den grundlæggende Heckscher-Ohlin model fastholdt og udbyggede klassikerne: Kapitalrige landes konkurrenceevne var knyttet til kapitalintensive varer, mens arbejdskraftrige lande var konkurrencedygtige i arbejdskrævende varer. Men faktormobilitet kunne ændre balancen mellem dem. Det blev dog den amerikanske økonom Vassily Leontief (1906-99), der for alvor kastede grus i den neoklassiske finmekanik. Han var empiriker om en hals og i 1950'erne påviste han at det mest udviklede og kapitalrige af alle lande – USA – eksporterede varer, der ikke var særlig kapitalintensive. Hans arbejde gav anledning til en lang række analyser af landes handelsmønstre, og herunder hvorledes kapital og arbejdskraft overhovedet skal måles. Kapitalmængden er jo sammensat af mange stumper af vidt forskellig alder, og arbejdskraften er langt fra homogen. Der kan investeres i arbejdskraft gennem investering i uddannelse, og resultatet bliver human capital, som undertiden medregnes som en særskilt faktor. I princippet ganske som drænedede marker repræsenterer en kombination af den oprindelige produktionsfaktor jord og menneskeskabt realkapital. Der skal ikke kommenteres yderligere på de endeløse diskussioner, der fulgte i kølvandet på formuleringen af *Leontiefs paradoks*.

Siden i det mindste Adam Smith har det været et accepteret synspunkt, at international handel dels bidrager til allokativ effektivitet ved at udnytte klodens produktionsfaktorer mere hensigtsmæssigt, og dels fremmer økonomisk vækst⁴. Nogenlunde samtidig med at Leontief såede tvivl om Heckscher-Ohlin modellens validitet åbnede Robert Solow (f. 1924) en ny og spændende front med sit vækstregnskab. På basis af en Cobb-Douglas produktionsfunktion estimerede han bidragene til den økonomiske vækst fra henholdsvis arbejdskraft og kapital⁵. Det viste sig, at indsatsen af de to produktionsfaktorer tilsammen kunne forklare mindre end halvdelen af den målte vækst i økonomien. Resten, omkring 60 %, blev døbt Solow residualet og forekom i første omgang noget mystisk. Snart skiftede det navn til *total factor productivity*, hvilket ikke ligefrem bidrager til at afmystificere det.

Konkurrenceevne gennem behovstilfredsstillelse

Indenfor rammerne af den såkaldte nye vækstteori er det blevet undersøgt, hvad residualet dækker over. Svaret er (vistnok) en blanding af ledelsesmæssige og organisatoriske fremskridt, teknologisk udvikling (innovationer) og sikkert også andet. For eksempel markedsføring?

I 1960 var verden langt rigere end Heckschers verden af 1920, for ikke at tale om Ricardos verden af 1820. Varer var ikke længere standardvarer, og husholdningsbudgettet strakte sig langt videre end til nødvendighedsvarer. I 1880 skulle en prøjsisk minearbejder knokle i otte timer for at kunne købe et kilo smør, og hvis husmandens fedesvin døde af sygdom måtte hele familien gå

sultne i seng i Julen. Men i 1960 var man begyndt at flyve til grisefest på Mallorca, og turisterne gik hverken sultne eller tørstige i seng. Forbrugernes smag var blevet en afgørende faktor, og den begyndte sammen med det voksende diskretionære rådighedsbeløb at styre forbrugets sammensætning og dermed den internationale handels veje og mønstre.

De nye toner afsatte sig næsten samtidig som nye tendenser i udenrigshandelsteorien. På *efterspørgselssiden* gav det sig udtryk i Staffan Burenstam-Linders (1931-2000) teori om at lande vil være tilbøjelige til at handle med nationer på samme udviklingstrin; og, kunne man tilføje, det vil ofte være nabolandene. Amerikanere, svenskere og tyskere er nogenlunde lige velstående, og selvom de fleste tyskere kører i tyske biler, vælger nogle af dem en Chrysler, mens amerikanerne har en vis forkærlighed for Volvo, og en hel del svenskere kører i BMW. Empirisk afspejlede Linders teori det forhold, at ca. 90 % af verdenshandelen foregik mellem de såkaldt højtudviklede lande. Ud fra et relevanskriterium dækkede Ricardos klassiske og Heckscher-Ohlins neoklassiske teori de resterende ca. 10 %. Man kan med en vis rimelighed hævde, at Linders hypotese opløste Leontiefs paradoks, eftersom den flyttede kausaliteten fra produktionssiden (faktorproportionerne) til indkomstsiden (aflønningen af faktorerne).

Indirekte blev Linder understøttet af en anden ny teoridannelse, den såkaldte økonomiske fysik. Her blev det undersøgt, og i et vist omfang dokumenteret, at udenrigshandel kunne forklares som et newtonsk fænomen. Den økonomiske tyngde i to lande eller regioner blev multipliceret – fx det tyske og det franske BNP – og produktet divideret med afstanden mellem dem i en eller anden passende potens.⁶ Det er der som sådan ikke meget økonomisk teori i, men grundlæggende kan tænkningen ses som en opbakning til Burenstam-Linder: nabolande – hvor afstanden er begrænset – handler mest med hinanden. Til gengæld bliver begrebet konkurrenceevne nærmest reduceret til naboskab.

Periodens tredje bud på en revision af den nedarvede udenrigshandelsteori er der noget mere økonomisk indhold i. Det drejer sig om den nye handelsteori, hvor temaet er noget ganske virkelighedsnært, nemlig intra-industriell handel med differentierede varer, styret af forbrugernes præferencer. Den fuldkomne konkurrence og den atomistiske virksomhed er omsider forladt, og virksomheder bliver beslutningstagere, der fastlægger både produktkvaliteter og valg af kundegrupper i en internationaliseringsproces.⁷ Hermed er udenrigshandel i hvert fald delvis blevet et spørgsmål om markedsstrategi og markedsføring. Nogle tyskere går i jakker fra Cardin, mens nogle franskmænd fører sig frem i habitter fra Hugo Boss. Teorien opstod i løbet af 1980'erne og blev udviklet af bl.a. Elhanan Helpman (f. 1946) og den senere nobelprisvinder Paul Krugman (f. 1953).

De tre nogenlunde samtidige opgør med den traditionelle udenrigshandelsteori havde konsekvenser for begrebet konkurrenceevne. Det migrerede i retning af virksomheden snarere end nationen, og det flyttede sig i hvert fald delvis fra omkostningssiden til salgssiden i virksomheden. Eller måske snarere fra udbudssiden til efterspørgselssiden. Dette er baggrunden for, at den totale faktorproduktivitet ovenfor blev knyttet an til reklamen, eller i videre forstand markedsføringen af varerne.

Et samlet blik på 1960-80'erne giver et indtryk af en kolossal forandring i forståelsen af international handel. Afstand kommer ind som en determinant, empirien stiller spørgsmålstegn ved den traditionelle fokusering på produktionsfaktorerne arbejdskraft og kapital som afgørende determinanter både i styrke (Solow) og kausalitet (Leontieff), og efterspørgselssiden indtager en langt mere fremtrædende plads end før med Burenstam-Linders hypotese og den nye teori om handel med differentierede produkter. Det sidste punkt kan også ses i lyset af den nye og banebrydende teori, som Kelvin Lancaster i 1966 opstillede om forbrugernes valg. Hvor neoklassisk forbrugsteori tidligere var valg mellem to eller flere standardvarer med en given budgetbegrænsning, foreslog Lancaster, at det slet ikke var varer som sådanne, men deres

egenskaber – *characteristics* – der var valgkriterier. Hermed fik producenterne et skarpt redskab til at segmentere forbrugerne i forhold til deres krav til produktets egenskaber, til at målrette produktets egenskaber til de enkelte segmenter af brugere og til at positionere sig i forhold til dem. Da der sædvanligvis findes ensartede segmenter på tværs af landegrænser, blev mulighederne for international positionering styrket. Faktisk blev Lancaster også en forgrundsfigur i de nye teorier om udenrigshandel, skønt knapt så profileret som Helpman og Krugman.

Konkurrenceevne baseret på industriklynger

De samme forandringer, som påvirkede teorien om udenrigshandel, slog igennem andre steder. Det er ikke noget tilfælde, at 1960'erne også skulle blive den periode hvor *corporate strategy* blev født, for at blomstre fra midt i 1970'erne. Med den anden industrielle revolution blev dominerende, multinationale virksomheder som Ford, Singer og Siemens et velkendt fænomen – men internationalt arbejdende virksomheder fik fra nu af forøgede muligheder i en international økonomi, der langsomt blev mere og mere global.

Michael Porters bog *Competitive Strategy* fra 1980 er nok det bedst kendte bidrag til international positionerings- og konkurrencestrategi, og bogen har endda et specifikt kapitel om ”global industries”, selvom de i virkelighedens verden endnu var i støbeskeen.⁸ Verden var ved at blive en arena for store og dominerende virksomheder, og markedsføring og branding et redskab til etablering af industrielle magtbaser. I teori som i praksis var nationernes konkurrenceevne godt i gang med at blive udfordret af virksomhedernes konkurrencekraft som den væsentligste determinant for den internationale handel. Det var ved at være vigtigere *hvem* der havde fremstillet produktet (*competitive advantage*), end *hvor* det var sket (*comparative advantage*). ”Made by” fortrængte ”Made in”.

Anlægges det synspunkt, at virksomheder og ikke lande driver handel, men at virksomhederne må indordne sig under de økonomiske betingelser, der hersker i deres hjemland, rejser det spørgsmål sig automatisk, om det er makroforhold eller mikroforhold, der er vigtigst for bestemmelsen af et lands konkurrenceevne og dermed for hvor stor en gevinst, landet kan høste fra sin udenrigshandel. Et lille skridt i retning af besvarelsen af dette spørgsmål blev taget med den nye handelsteori om intra-industriell handel, men den giver ikke rigtigt noget bud på *hvilke* industrier det er, der både importerer og eksporterer sine produkter henover de samme grænser. Dette sidste skulle blive udgangspunktet for den sidste teoridannelse, der her skal tages op, nemlig diamantmodellen.⁹

Diamantmodellen er baseret på en række nationale studier af landes eksportsammensætning, som blev gennemført i løbet af 1980'erne. Studierne tog afsæt i den i og for sig gammelkendte observation at nationernes import spredte sig over et meget bredt felt af varer, hvorimod eksporten klumpe omkring et fåtal af varegrupper. For Danmarks vedkommende var der stor bredde i importen i både 1910 og 2010; men mens eksporten i 1910 var koncentreret om smør, bacon og æg var det i 2010 industriprodukter, herunder farmaceutiske og miljøindustrielle, der sammen med visse serviceydelser dominerede. De komparative fordele havde flyttet sig ganske meget i de forløbne hundrede år. Porters empiriske undersøgelser bekræftede tendensen for alle deltagende lande – hvert enkelt land havde en større eller mindre håndfuld af produktgrupper, der bar en stor del af eksporten. Et stort land som USA havde naturligt nok flere af den slags internationalt konkurrencedygtige industrier end et lille land som Danmark.

Det egentlige formål med undersøgelserne var at identificere hvilke forhold, der kunne begrunde eksportsucceserne, og forskergrupperne fandt fire grupper af årsager. Det viste sig (næsten) altid, at en forudsætning for succes var krævende lokale kunder, der kunne holde virksomhederne til ilden. Endvidere tilstedeværelse af specialiserede produktionsfaktorer – ikke mindst højtuddannede folk – der var målrettede til industrien. Endvidere at der var et skarpt

konkurrenceklime samt endelig at branchen var flettet ind i et net af specialiserede og lokale leverandører af komponenter, services mv. Det fremgik også, at sådan en *klynge* af virksomheder undertiden opstod og videre udviklede sig som følge af tilfældigheder. Endelig var opbakning fra det offentlige hyppigt en faciliterende faktor i skabelsen af en internationalt konkurrencedygtig klynge. Den offentlige støtte kunne være tilvejebringelse af kvalificerede medarbejdere (uddannet på en lokal læreanstalt), kvalificeret efterspørgsel (typegodkendelse for at opnå subsidier) eller slet og ret bestå i en tilrettelæggelse af spillereglerne i industrien.

Meget lidt i denne verden er helt nyt, og en god portion af Porters tænkning kan findes i tidligere erhvervsgeografi og i særdeleshed i Alfred Marshalls bog fra 1919, *Industry and Trade*. Her tales om gevinsten ved agglomering i industrielle distrikter (dvs. ”klynger”) og stordriftsfordele ikke kun på virksomheds-, men på industriniveau. Såsom en pool af kvalificeret arbejdskraft. Diamanten blev 1990ernes foretrukne model for erhvervs politik, og ikke kun i Danmark. Det seneste eksempel er måske DONG og statens bestræbelser på at indrette et el-bil koncept, hvor DONG står for energiinfrastrukturen og staten for incitament strukturen. Håbet er vel, at sådan en trafikmodel så kan afsættes til andre nationer som en slags projektekspert.

Hvad er det så, der bestemmer konkurrenceevnen i en diamantoptik? Her efterlader Porter ingen tvivl: Innovation, innovation, innovation! Og i sammenhængen skal innovation nok forstås ganske bredt, som hans forgænger i Harvard, J. A. Schumpeter også gjorde det. Umiddelbart tænker vi på teknologi, men der kan også være tale om nye materialer (letmetal i fly), nye forretningsmetoder (leasing af elpærer), nye organisationsformer (den netværksbårne multinationale virksomhed) eller nye afsætningsmetoder (internettet). Opbygning og fastholdelse af international konkurrenceevne stiller krav om omstilling og udvikling – at stå stille er at gå baglæns. Det kan ligne en svagheit, at de fire (grupper af) betingelser for at realisere et diamantpotentiale alle sammen er nødvendige, men selv tilsammen næppe tilstrækkelige. Det er dog en svagheit, modellen deler med adskillig anden teori og som for eksempel også rammer tidens prominente ramme for forståelsen af Foreign Direct Investment, nemlig John Dunning’s eklektiske paradigme.

Opsummering

Afslutningsvis må det konstateres, at begrebet konkurrenceevne kan antage mange skikkelser, og at den ikke nødvendigvis tager blivende plads hverken i virksomheder, industrier eller nationer. Den er tilbøjelig til at flytte sig over tiden. Til gengæld kan refleksioner over alle aggregeringsniveauer bidrage til at opnå en vis indsigt i begrebet. Det kan også konkluderes, at skift i konkurrenceevnen kan opstå af mange grunde – herunder rent politiske. Opfattes konkurrenceevne helt basalt som overskud på vare- og tjenestebalancen, så lykkedes det i løbet af 1980’erne Danmark med en håndfast manøvre at påvirke opsparings- og investeringsbalancen så kraftigt, at et kvart århundredes underskud blev vendt til endda ganske solide overskud – og i 2007 var den danske udlandsgæld, der tyve år før havde været oppe i nærheden af 40 % af BNP, elimineret.

Fra klassikerne står lønfælden naturligvis tilbage; hvis omkostningerne stiger for meget, mister de danske virksomheder konkurrenceevne og markedsandele. Der er dog to modgående mekanismer, som efter omstændighederne kan have væsentlige modificerende virkninger. For det første outsourcing, som isolerer (en del af) omkostningerne fra hjemlige påvirkninger, og for det andet eksportvarernes priselasticitet – og her har Danmark de senere år været i en ganske heldig position. Internationaliseringen spiller en ganske væsentlig rolle for konkurrenceevnen – i mange tilfælde vil en hjemlig inflation kun delvis presse omkostningsniveauet op i vore virksomheder, fordi en del af materialerne anskaffes, eller kan anskaffes, udenlands. Også internationalisering på afsætningsiden spiller ind, som det ovenfor blev diskuteret i forbindelse med de produktivitets-

gevinster, der kan tilskrives international markedsføring og branding (Carlsberg, Lego m.fl.) – intetsteds er stordriftsfordelene mere udprægede end netop her.

Begrebet afstand spiller en rolle. Jo mindre og jo færre barrierer, der eksisterer i den internationale handel, des mindre vil de reducere virksomhedernes konkurrenceposition på fjerne markeder. Konkurrenceevnen bliver dermed afhængig ikke kun af den hjemlige politik, men også af hvordan spillereglerne udformes for det internationale kommercielle samkvem (WTO, OECD m.fl.). En rolle spiller da også globaliseringen på efterspørgselssiden. Spørg en skoleklasse eller et auditorium om de tre vigtigste ting, de unge mennesker har i deres hybel – og om fabrikaterne. Svarene i Aarhus, Bangkok og Chicago vil vise sig forbløffende ens. Her bliver det aldeles tydeligt, at konkurrenceevne ses som virksomhedsrelateret og som drevet af marketing og branding.

Og endelig spiller Porters – Marshalls om man vil – klynger en rolle. Hvad enten der nu er tale om bevidst strategi eller tilfældighedernes spil opstår der hele tiden nye klynger (Silicon Valley er nok den berømteste af dem alle), der via eksporten kan finansiere klyngelandets import. Det er naturligvis en mulighed at der kan føres en tilrettelæggende politik, der kan fremme klyngedannelsen. Men at forestille sig at politikere og bureaukrater i almindelighed besidder evnen til at udpege fremtidens vinderindustrier er mere en dagdrøm blandt politikere, end det er en realitet. Uden politiske incitamenter var den danske vindindustri aldrig opstået; til gengæld er det et meget godt spørgsmål, om den nationaløkonomisk har været til gavn. Den voldsomme statsstøtte er blevet betalt af skatteyderne – og af resten af erhvervslivet i form af tabte arbejdspladser. Nyere Vismandsrapporter taler deres tydelige sprog (2008; 2011)

Det skulle gerne fremgå, at konkurrenceevne ikke er sådan at definere. Den fastlægges på både virksomheds-, industri- og nationalt niveau. Den har rødder på både efterspørgsels- og på udbudssiden. Og den afhænger af forhold i både indland og udland. Den er kort sagt lige så umedgørlig som Den røde Pimpernel:

*”We seek him here, we seek him there.
Those Frenchies seek him everywhere.
Is he in heaven? – Is he in hell?
That damned, elusive Pimpernel”
(Sir Percy Blakeney/ Baroness Orczy)*

Litteratur

- Burenstam-Linder, Staffan (1961). *An Essay on Trade and Transformation*. Almquist and Wicksell.
- Hechscher, Eli F. (1919). Utrikeshandelns verkan på inkomstfördelingen. *Ekonomisk Tidskrift*, Vol. XXI: 497-512
- Ghemawat, Pankaj (2001). Distance still matters. *Harvard Business Review*. September: 137-47
- Lancaster, Kevin (1966). A new Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy*. 74.1: 132-57
- Lund, Arne (1944). Kapitalbevægelses-Teorien og de direkte Investeringer. *Nationaløkonomisk Tidsskrift* 82: 28—57.
- Madsen, Erik S. og K. Pedersen (2011). *M&A as a Driver of Global Competition in the Brewing Industry*. Working Paper nr. 10-11. Department of Economics, University of Aarhus.
- Madsen, Erik S., Jørgen Ulff-Møller Nielsen og Kurt Pedersen (2001). *International økonomi*. Forlaget Pareto.
- Marshall, Alfred (1919). *Industry and Trade*. McMillan.
- Ohlin, Bertil (1934). *Interregional and International Trade*. Harvard University Press.
- Olsen, Erling (1969). Hvor mange kilometer er en sproggrænse? *Festskrift til Carl Iversen*. Nationaløkonomisk Forening.
- Pedersen, Kurt og Jesper Strandskov (2010). A neglected contribution to FDI theory – Arne Lund (1944). *Nationaløkonomisk Tidsskrift* 148: 193-211.
- Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy*. The Free Press
- Porter, Michael E. (1990). *The Competitiveness of Nations*. McMillan.
- Ricardo, David (1821). *On the Principles of Political Economy and Taxation*.
- Smith, Adam (1776). *An Inquiry into the Nature and the Causes of the Wealth of Nations*.

Noter

¹ En relativt kortfattet diskussion af begrebet findes i kapitel 11 i Erik Strøjer Madsen et al. (2001).

² Undertiden ses faktorproportionsteorien omtalt som 2x2x2 teorien: To lande producerer (begge) to varer ved hjælp af to produktionsfaktorer (arbejde og kapital).

³ Et meget tidligt eksempel på forståelsen af de multinationale selskabers natur og funktion var Arne Lund (1944). Her ses det multinationale selskab som en ”vandrende kombination af kompetencer og kapital”, som optimerer sin aktivitet ved udnyttelse af nationernes komparative fordele. Meget avanceret for sin tid og på mange måder en forløber for langt senere litteratur om FDI og MNE, se også Pedersen og Strandskov (2010).

⁴ Argumentet var allerede hos Adam Smith, at et større marked ville foranledige en øget specialisering i virksomhederne og dermed fremme produktiviteten. Med i argumentationen er også et ”learning-by-doing” synspunkt. Det større marked kunne hidrøre enten fra befolkningsforøgelse eller udenrigshandel.

⁵ En Cobb-Douglas funktion – opkaldt efter de to økonomer, der udviklede den – forklarer den samlede produktion som en funktion af indsatsen af produktionsfaktorer, som vægtes med deres andel af faktorindkomsten. Den er formuleret sådan, at der er konstant skalaafkast. Hvis alle produktionsfaktorer n-dobles, vil produktionen tilsvarende n-dobles. Funktionen indeholder også en uspecificeret faktor, der skal ”fange” output, som ikke kan forklares ved ændringer i faktorindsatsen. Det, der her kaldes Total Faktorproduktivitet.

⁶ Der er gjort mangfoldige estimater på dette med inddragelse af et hav af (handelshindrende) faktorer. Erling Olsen stillede det muntre spørgsmål, ”hvor mange kilometer en landegrænse udgør” i en sådan kalkulation, Olsen (1969). At den fysiske økonomi fortsat tages alvorligt kan fx ses i Ghemawat (2001), der bruger estimater af en sådan newtonsk handelsfunktion til at argumentere for at ”Distance still matters”.

⁷ Det er tankevækkende, at differentierede varer holdt deres indtog i udenrigshandelsteorien ca. 50 år efter Chamberlin (1933) havde introduceret monopolistic competition og Robinson (1933) imperfect competition i pristeorien. Præcis

Slettet: t

som introduktionen af neoklassiske grundbegreber holdt deres indtog i udenrigshandelsteorien i 1919 – ca. 50 år efter den marginalistiske revolution i 1871.

⁸ Med åbningen af markederne i Østeuropa og Indien og Sovjetunionens fald – alt sammen omkring 1990 – samt Kinas gradvise åbning for international handel og investering blev verden først for alvor global. Et eksempel på, hvordan denne politisk bestemte åbning gennemgribende har påvirket en branche kunne være bryggeriindustrien, se Madsen og Pedersen (2011).

⁹ Porter 1990.