

EMU:s påverkan på svenska företags konkurrenssituation

Mattias Holmgren
Jussi Mikkola

Luleå tekniska universitet

D- uppsats

Företagsekonomi

Institutionen för Industriell ekonomi och samhällsvetenskap

Avdelningen för Ekonomistyrning

FÖRORD

Vi vill ta tillfället i akt och tacka alla de personer som hjälpt oss vid genomförandet av denna uppsats. Ett stort tack riktas särskilt till vår handledare Hans Lundberg men även till alla i vår seminariegrupp för de synpunkter och förslag på förbättringar som de gett under arbetets gång. Även till respondenterna på fallföretagen riktas ett stort tack.

Luleå, 2006

Mattias Holmgren

Jussi Mikkola

ABSTRACT

The European Monetary Union (EMU) became a reality the 1st of January 1999, when eleven member states introduced the common European currency, namely the euro. In Sweden a referendum regarding a membership, where held in the 14th of September 2003, the Swedish citizens voted against a Swedish participation. We have been interested to perceive how the Swedish non-involvement in the EMU has affected Swedish companies. The purpose of this thesis has been to; examine what the consequences of the Swedish non-involvement has been on Swedish small- and medium sized enterprises engaged in trade with EMU-countries. In this thesis we have chosen to scrutinize how they have been affected and, which factors that influence their competitive situation. The study is written on the basis, of the point of view, of four companies. The most important factors that emerged while working with the thesis were the problems regarded to the exchange rate, pricing were also a significant issue. Further factors that affected the competitive situation were trade and the expected enlargement of the EMU. The study resulted in the conclusion that Swedish non-participation has had an slightly negative effect on the competitive situation concerning companies located in Norrbotten.

SAMMANFATTNING

Startskottet för den Europeiska Monetära Unionen (EMU) gick den 1 januari 1999, då infördes den gemensamma valutan euro i 11 europeiska nationer. I Sverige röstades om ett medlemskap den 14 september 2003, omröstningen resulterade i att Sverige valde att stå utanför EMU. Vi har varit intresserade av att se hur det svenska utanförskapet påverkat företagen i Sverige. Syftet med denna uppsats blev således att undersöka vilka konsekvenserna av Sveriges utanförskap har blivit på de svenska små- och medelstora företagen som idkar handel i EMU-området, samt hur deras konkurrenssituation påverkats. I uppsatsen har vi valt att utifrån fyra företags perspektiv undersöka hur de påverkats och vilka faktorer som haft inverkan på deras konkurrenssituation i och med det svenska utanförskapet. I studien framkom att de faktorer som haft störst inverkan på konkurrenssituationen var växelkursproblematiken samt prissättningen. Vidare framkom att även handeln samt den framtida utvidgningen av EMU, är och kommer att bli faktorer som påverkar företagens konkurrenssituation. Studien resulterade i slutsatsen att det svenska utanförskapet haft en viss negativ inverkan på konkurrenssituationen för de norrbottniska företagen.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 INLEDNING	1
1.1 Problemdiskussion.....	1
1.2 Syfte.....	2
1.3 Definitioner.....	2
2 METOD	3
2.1 Forskningsansats.....	3
2.2 Litteratursökning	3
2.3 Undersökningsansats	4
2.4 Val av studieobjekt.....	4
2.5 Datainsamlingsmetod	4
2.6 Studiens tillförlitlighet.....	5
2.7 Metodproblem	6
3 EMU OCH SVERIGE	7
3.1 Valutaområden	7
3.2 Handelseffekter.....	9
3.3 Penningpolitik.....	10
3.4 Växelkursproblematik	10
3.5 Prissättning	11
3.6 Investeringar	12
3.7 Export och tillväxt	13
3.8 Utvidgning av EMU	13
3.9 Sammanfattning.....	14
4 EMPIRI.....	15
4.1 Företagspresentation.....	15
4.2 Handel.....	15
4.3 Växelkursproblematik	16
4.4 Prissättning	18
4.5 Investeringar	19
4.6 Utvidgning av EMU	19
4.7 Företagets synpunkter runt EMU	20
5 ANALYS OCH SLUTSATSER.....	22
5.1 Handelseffekter.....	22
5.2 Växelkursproblematiken.....	22
5.3 Prissättning	24
5.4 Investeringar	25
5.5 Utvidgning av EMU	25
5.6 Företagets synpunkter runt EMU	26
5.7 Avslutande diskussion	27
REFERENSLISTA.....	28
BILAGA - INTERVJUGUIDE	

1 INLEDNING

Visionen om ett närmare ekonomiskt och monetärt samarbete inom Europa är inget nytt påfund. Så tidigt som 1957 arbetade politikerna på detta, Rom-fördraget skapade då European Economic Community (EEC). Grundidén var att framkalla en gemensam marknad som involverade fri rörlighet för varor, tjänster, kapital samt individer. (Calmfors, Flam, Gottfries, Haaland Matlary, Jerneck, Lindahl, Nordh Berntsson, Rabinowicz, & Vredin, 1997).

Maastrichtfördraget som efter ratificering av medlemsländerna började gälla 1 november 1993. Fördraget fastställde att en ekonomisk och monetär union (EMU) skulle skapas inom den Europeiska Unionen (EU), det fastlade även strukturen samt tidsramarna för implementeringen (Calmfors et al, 1997). Den 1 januari 1999, gick startskottet för den gemensamma valutan euro. Valutan infördes vid denna tidpunkt i 11 medlemsstater närmare bestämt: Belgien, Finland, Frankrike, Irland, Italien, Luxemburg, Nederländerna, Portugal, Spanien, Tyskland samt Österrike. Grekland införde valutan i ett senare skede, 1 januari 2001 (Ådahl & Eklund, 2003). Genom att 12 länder inom EU gått över till den gemensamma valutan har en nyckelfaktor i den gamla drömmen om en öppen inre marknad inom Europa kunnat uppnås (Bennet, 1998).

1.1 Problemdiskussion

Användandet av euro som valuta påverkar alla företag som agerar på den europeiska marknaden. Detta oavsett om företagen är belägna i de länder som ej infört euro som nationell valuta, dessa länder är Danmark, England samt Sverige (Gray, 1999). Inte heller någon av de tio nya medlemsländerna som gick med i EU den 1 maj 2004, har infört euro som nationell valuta (Ghannadian, 2004).

Då EMU-länder tillämpar en gemensam penningpolitik har deras respektive valutor sedan starten den 1 januari 1999, oåterkalleligt låsts sinsemellan. Detta innebär fortsatt valutarisk för de svenska företagen, det medan denna riskfaktor eliminerats för företag verksamma i någon av de 12 medlemsländerna (Artis & Nixon, 2001; Ådahl & Eklund, 2003). En ytterligare fördel för företag verksamma inom EMU är att den monetära unionen eliminerar möjligheten för räntefluktuationer inom området. Detta i motsats till länder som står utanför och där en nationell centralbank styr över räntepolitiken. Denna utveckling med stabilare och över tiden sannolikt lägre räntor, kommer att skapa konkurrensfördelar för de företag som finns inom EMU gentemot dem som står utanför (Barrett & Turongpun, 1999).

Genom skapandet av en gemensam penningpolitik och införandet av en gemensam valuta, har företagens ekonomiska osäkerhet reducerats. Denna minskade osäkerhet skapar goda förutsättningar för företag inom euroområdet att öka sina investeringar sinsemellan. Detta resulterar i en ökad risk för att de utländska investeringarna i Sverige minskar, då en större andel av kapitalet stannar inom euroområdet (Welfens, 2001).

Före införandet av euro var det inte ovanligt att finna stora prisskillnader för samma vara i olika europeiska länder. På samma sätt har leverantörer haft möjlighet att ta ut högre exportpriser i vissa länder jämfört med andra (Bennet, 1998). Genom införandet av den gemensamma valutan euro skapades bättre möjligheter för konsumenten att jämföra priser mellan de olika länderna. Även producenter har genom införandet av euro större möjligheter att välja den mest konkurrenskraftiga leverantören (Soper,

1999). Priset som konkurrensmedel är tack vare den gemensamma valutan av avgörande betydelse, det inte enbart av ovannämnda orsaker utan därför att målsättningen med den inre marknaden, som är en av EU:s grundstenar, är att förenkla den gränsöverskridande handeln (Bennet, 1998).

Det finns betydande stöd för att en gemensam valuta leder till stora ökningar i handelsutbytet mellan länder, en ökad handel i sin tur leder till ökad tillväxt (Calmfors, 2003). Handel mellan länder är särskilt viktigt för små länder såsom Sverige, som redan är en av Europas mest öppna och handelsberoende länder (Srejber, 2002).

Användandet av 15 olika valutor inom EU skapade kostnader för företag när de handlade inom unionen. Dessa kostnader bestod i huvudsak av, bankernas avgifter för att växla valuta och hantera valutaväxlings risker, samt företagens kostnader för att hantera de olika valutorna genom att ha anställda som skall minska valutarisken (Calmfors et al, 1997). Då Sverige valt att stå utanför EMU samarbetet kommer dessa kostnader även fortsättningsvis att belasta de svenska företagen. Utöver kostnader resulterar utanförskapet i långsammare och besvärligare betalningstransaktion, vilket skapar ett merarbete för de svenska företag som handlar inom euroområdet (Wikström & Mattsson, 2003).

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur konkurrenssituationen för svenska små- och medelstora företag, med handel inom euroområdet, påverkats i och med Sveriges utanförskap i EMU-samarbetet.

1.3 Definitioner

Villkoret för att ett företag ska erkännas som små och medelstora företag (SME) är att det inte överstiger tröskelvärdena för antalet sysselsatta (personalstyrka), och antingen tröskelvärdena för balansomslutning eller omsättning. Medelstora företag sysselsätter mellan 50 och 249 personer. Tröskelvärdet för årsomsättningen är 50 miljoner euro och tröskelvärdet för årlig balansomslutning uppgår till 43 miljoner euro per år. Små företag är företag som sysselsätter mellan 10 och 49 personer och vars omsättning eller balansomslutning inte överstiger 10 miljoner euro per år.(2003/261/EG).

2 METOD

Detta kapitel innehåller de metodmässiga överväganden och val vi gjort. Kapitlet behandlar även det praktiska tillvägångssättet samt studiens trovärdighet. Syftet med kapitlet är att precisera det arbetssätt vi använt oss av vid genomförandet av denna studie.

2.1 Forskningsansats

Det problem som undersöks i och med uppsatsskrivande skall vara relevant. Det vill säga ämnet eller problemet som har studerats skall vara intressant även för andra förutom författarna (Holme & Solvang, 1997). Vår studie kan anses vara relevant för exporterande svenska små- och medelstora företag. Det då uppsatsens syfte är att undersöka hur konkurrenssituationen för dessa har förändrats i och med det svenska utanförskapet från EMU-samarbetet.

Det metodsynsätt vi valde att arbeta utifrån i vår uppsats var ett aktörssynsätt. Det då uppsatsens syfte var att undersöka hur det svenska utanförskapet från EMU har påverkat norrbottniska små- och medelstora exporterande företags konkurrenssituation. Aktörssynsättet utgår från hur aktören bedömer, tolkar och handlar i vissa situationer. Genom att använda aktörssynsättet innebär det att vi söker förståelse för verkligheten utifrån aktören, det vill säga hur aktören uppfattar situationen (Lundahl & Skärvad, 1999).

Vid en undersökning finns det två metodiska synsätt att tillgå beroende på den information som skall undersökas, nämligen kvalitativt och kvantitativt synsätt. Val av metod är beroende på vad som är mest lämpligt i just det problemområdet forskaren utför sin undersökning inom. Ett kvalitativt synsätt kännetecknas av närhet till forskningsobjekten och riklig information från få undersökningsenheter. Syftet med ett kvalitativt synsätt är inte att pröva den generella giltigheten i informationen utan istället skapa en ökad förståelse (Holme & Solvang, 1997). Vi har valt en *kvalitativ inriktning* i vår studie, det eftersom vi anser att det inte går att dra några generella slutsatser. Istället eftersträvade vi en ökad förståelse för ett begränsat område.

Det finns två sätt att dra slutsatser, induktion och deduktion. Induktion bygger på empiri och kan ges innebörden upptäckens väg medan deduktion bygger på logik och kan beskrivas som bevisandets väg (Thurén, 2002; Holme & Solvang, 1997). I de fall utgångspunkten för en undersökning är en teori som skall testas, har valet av problemställning en deduktiv prägel (Babbie, 1998). Då vi ville utröna vilken effekt EMU har haft på konkurrenssituationen för små- och medelstora företag belägna i norrbotten, föreföll det sig naturligt att studien skulle komma att genomsyras av den deduktiva slutledningsmetoden.

2.2 Litteratursökning

Litteraturstudier fastställer redan existerande kunskap inom området och presenterar lämpliga teorier (Denscombe, 2000). I vår litteratursökning har vi använt oss av databaserna Emerald, Helecon, Ebsco, Lucia samt Libris, samtliga tillgängliga vid Luleå Tekniska Universitets bibliotek. Vi har i litteratursökningen även använt oss av ett antal sökmotorer på Internet, dessa innefattar Google, Alta Vista samt Yahoo. I vår artikel och litteratursökning har vi använt oss av ord och fraser både på svenska och engelska. För att få så relevanta träffar som möjligt har vi även kombinerat enskilda sökord. De sökord vi använt oss utav har företrädesvis varit: Europeiska CentralBanken (ECB),

European Monetary Union (EMU), euro, prissättning (pricing), penningpolitik (monetary policy), valuta (currency), konvergens (convergence), handel (trade), växlingskurs (exchange rates) samt Maastrichfördraget (Maastrich treaty). Vi har även fått uppslag på relevant litteratur genom studier i andra författares arbeten och då särskilt de referenser som använts i dessa. När vi fått fram en lista på litteratur valde vi sedan ut det material vi ansåg mest relevant och passande för vårt arbete.

2.3 Undersökningsansats

Som forskningsstrategi har vi valt att använda oss utav en fallstudie, detta då vi anser att det är den mest lämpade forskningsstrategin för vårt specifika fall. Detta baserar vi på att vi valt att studera problematiken med EMU och dess effekter på svenska företag mer ingående och i detalj. Fallstudie är att föredra när man skall undersöka processer och relationer i organisationen (Denscombe, 2000). En fallstudies avsikt är att skapa förutsättningar för en heltäckande förståelse om en specifik företeelse, i ett eller ett fåtal fall. Fallstudien fungerar även bra i komplexa situationer eftersom den går tillräckligt djupt för att kunna reda ut komplexiteten (Babbie, 1998). En annan fördel är som Denscombe (2000, s 42) uttrycker det ” Fallstudiens verkliga värde är att den erbjuder en möjlighet att förklara *varför* vissa resultat kan uppstå – mer än att bara ta reda på *vilka* dessa resultat är.” En fallstudie är en empirisk utredning som syftar till att undersöka ett samtida fenomen i dess verkliga sammanhang, särskilt när gränserna mellan fenomenet och sammanhanget inte är uppenbara (Yin, 2003).

2.4 Val av studieobjekt

I uppsatsen valde vi att avgränsa oss till företag belägna i Norrbotten, detta då vi ansåg det mest intressant att undersöka företag i vårt närområde. För att hitta de företag som överensstämde med syftet i vår undersökning ställde vi på förhand upp vissa kriterier som företagen skulle uppfylla. Dessa kriterier var: företagen skulle vara lokaliserade i Norrbotten, företagen skulle passa in i vår definition av små- och medelstora företag, samt ha handel inom EMU-området. Efter kontakt med Norrbottens Handelskammare försåg de oss med en lista där ett antal företag som var förenliga med våra kriterier presenterades. För vidare uppslag till för studien intressanta företag, använde vi oss av Eniros nätbaserade sökverktyg. Efter kontakt med företagen visade fyra stycken intresse av att medverka i vår uppsats. I vår uppsats har vi valt att anonymisera företagen, och har därför valt att benämna företagen *Alfa*, *Beta*, *Gamma* samt *Delta*.

2.5 Datainsamlingsmetod

De data som samlas in till en studie kan delas in i primär- respektive sekundärdata. Primärdata är den information undersökaren själv samlar in, det vill säga att den inte finns tillgänglig sedan tidigare. Sekundärdata är information som samlats in av andra personer och redan är befintlig (Dahmström, 2000).

För att öka vår kunskap och förståelse i vårt valda ämne har vi använt oss av redan insamlad information i form av böcker, tidskrifter samt artiklar. Denna sortens information bör per definition betraktas som sekundärdata. Den primärdata vi behövde för genomförandet av denna studie inhämtade vi främst genom intervjuer med respondenterna, dessa var av personlig karaktär när tillfälle gavs, då möjlighet till personlig intervju inte fanns genomfördes intervjun via telefon. Viss data hämtades även genom e-post och möten.

Våra intervjuer har varit semistrukturerade, detta betyder att vi använt oss av en färdig lista med ämnen som vi haft för avsikt att behandla och frågor som skulle besvaras av

intervjuobjekten. Den semistrukturerade formen möjliggjorde även för oss att utveckla resonemanget genom att ställa eventuella följdfrågor, att vara flexibla när det gällde frågeföljden samt att låta den intervjuade utveckla sina idéer och tala mer utförligt om de ämnen vi tog upp (Denscombe, 2000). Vi ville under vår datainsamling ha möjlighet att intervjua respondenterna personligen, det för att personliga intervjuer möjliggör att eventuella oklarheter i frågorna kunde redas ut direkt på plats. Vi som intervjuare hade genom detta tillvägagångssätt möjlighet att stötta och stimulera respondenten till att ge så kompletta svar som möjligt. Personliga intervjuer har även den fördelen att de uppfattningar och synpunkter som kommer till uttryck under intervjun härstammar från en specifik källa nämligen den intervjuade (Denscombe, 2000; Dahmström, 2000).

Utifrån vår teoretiska referensram sammanställde vi i god tid före intervjutillfällena en intervjuguide med de frågor och funderingar vi ansåg vara relevanta för vår uppsats. För att skapa möjlighet för intervjuguiden att bli så tillfredsställande som möjligt hade vi kontakt med vår handledare som gav oss värdefulla synpunkter, vi fick även under ett seminarietillfälle respons av opponenter på vår guide. Med hänsyn taget till denna feedback gjorde vi sedan vissa ändringar i vår ursprungliga intervjuguide. Intervjuguiden skickades via e-post i förväg till berörda parter på företagen, detta för att ge dem möjlighet till att förbereda sig, samt sätta sig in i vår frågeställning.

Med intervjuguiden som skickats via e-post till respondenterna genomfördes sedan intervjuerna på plats i företagets lokaler, eller via högtalartelefon. Vid intervjutillfällena använde vi oss av en diktafon. Vi gjorde även anteckningar av det viktigaste som sades under intervjutillfället. Möjlighet för oss att återkomma i efterhand med eventuella frågor/funderingar gavs av samtliga respondenter, denna möjlighet gällde kontakt via e-post eller telefon men även personlig kontakt om situationen krävde det.

2.6 Studiens tillförlitlighet

För att tillförlitligheten i studien skall maximeras med de förutsättningar vi hade under arbetets gång finns det två väsentliga begrepp att ta hänsyn till. Dessa begrepp är *validitet* samt *reliabilitet*. Validitet innebär att man verkligen undersökt det man ville undersöka och ingenting annat (Thurén, 2002). Begreppet anger hur säkert ett mätinstrument mäter det man avser att mäta (Winter, 1992). Reliabilitet, tillförlitlighet, innebär att mätningarna är korrekt gjorda (Thurén, 2002). Reliabilitet anger i hur hög grad resultaten från ett mätinstrument eller en mätmetod inte påverkas av tillfälligheter, det vill säga hur säkert man mäter det man faktiskt mäter (Winter, 1992). Hög reliabilitet är ett nödvändigt villkor för att vi skall ha hög validitet hos en mätning (Dahmström, 2000).

För att öka validiteten i vår uppsats valde vi att genomföra personliga intervjuer när möjlighet till detta fanns, detta då direktkontakt under intervjun innebär att data kan kontrolleras beträffande riktighet och relevans under tiden den samlas in, dessutom finns möjligheten till att ställa följdfrågor. Vid de tillfällen telefonintervju genomfördes var vi väl förberedda genom att ha diskuterat igenom eventuella följdfrågor och funderingar. Därtill hade vi möjligheten att återkomma om nya frågor kom att dyka upp. Ytterligare hänsyn taget till att öka validitet inbegriper, att intervjuguiden granskats av handledare samt opponenter vid ett seminarietillfälle, men även genom att vi använt oss av ett flertal datainsamlingsmetoder så vi kunnat se informationen ur olika perspektiv och därmed fått möjlighet att bekräfta resultaten.

Reliabiliteten har vi aktivt arbetat för att höja genom att vi i god tid före intervjutillfällena skickade intervjuguiden till de berörda parterna, så att de dessa skulle ha möjlighet att förbereda sig och samla in eventuell information som de behövde för att kunna besvara våra frågor. Intervjuguiden är vårt primära datainsamlingsredskap, det finns därför goda möjligheter för en annan person med samma syfte att för sin studie använda sig av vår intervjuguide. Materialet sammanställdes direkt efter intervjutillfället medan informationen fanns färskt i minnet. Under intervjutillfällena användes även diktafon och högtalartelefon för att ingen relevant information skulle förbises, anteckningar fördes löpande under intervjutillfällena. Alla dessa åtgärder anser vi tillsammans bidra till att höja reliabiliteten i vår uppsats.

2.7 Metodproblem

Undersökningar visar att människor svarar olika beroende på hur de uppfattar den person som ställer frågorna (Denscombe, 2000), vi anser det möjligt att vi som intervjuare haft en viss påverkan på intervjuobjektens svar. Detta har vi dock försökt arbeta emot genom att inte lyfta in så mycket egna funderingar och tankar in i intervjusituationerna. Då telefonintervjuer genomfördes fanns inte möjlighet att tolka respondentens kroppsspråk eller ansiktsuttryck, detta faktum kan ha haft påverkan på den information vi insamlade genom dessa intervjuer.

Det finns ett antal grundförutsättningar för att intervjuguiden skall kunna konstrueras på ett så fördelaktigt sätt som bara möjligt. För det första måste det kunna förse forskaren med relevant information som är kopplad till det specifika problemområde som han/hon vill undersöka, vidare måste den ha ett syfte vad kommer till användningen av informationen, men det måste även vara konstruerat så att det hjälper till att samla information som sedermera kan användas för analys (Denscombe, 2000). Det är möjligt att den intervjuguide som använts och som är baserad på vårt arbete, kan ha lett till att vissa aspekter av problematiken kan ha tagit för stor plats på bekostnad av andra eventuellt viktiga infallsvinklar.

I studien utgick vi från ett aktörssynsätt som innebär att verkligheten ses utifrån betraktarens perspektiv. Detta innebär att det inte finns några konkreta validitetskriterier vilket gör att möjligheterna till validering är små eftersom den framtiden är tämligen föränderlig. Det är inte meningen att en undersökning av den typ vi genomfört skall ge samma resultat vid upprepade försök, det då omvärlden är föränderlig och det handlar om subjektiva värderingar (Arbnor & Bjerke, 1994).

3 EMU och Sverige

Vi skall i detta kapitel presentera och diskutera olika faktorer och förhållanden som vi anser vara relevanta, för att undersöka hur konkurrenssituationen för små- och medelstora företag belägna i norrbotten, har förändrats i och med Sveriges utanförskap i den Europeiska Monetära Unionen. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av det vi anser vara kärnan av kontentan.

3.1 Valutaområden

Teorin om det optimala valutaområdet framarbetades av den kanadensiska ekonomen och nobelpristagaren Robert A. Mundell så tidigt som 1961. Med ett optimalt valutaområde menas att användandet av en gemensam valuta inte skapar några välfärdsförluster för området i stort (Burda & Wyplosz, 2001). Oftast ligger de optimala valutaområdena inom nationsgränserna, dock medför en större integration att den nationella gränsen blir mindre betydelsefull. Det avgörande för om en valutaunion kan betraktas som optimal eller ej är omfattningen av de asymmetriska störningarna. Med asymmetrisk störning menas att det inom unionen uppstår stora regionala skillnader i den ekonomiska konjunkturen (SOU, 2002:16). Motsatsen till asymmetriska är symmetriska störningar, det vill säga att alla medlemmar inom unionen drabbas likvärdigt vid en ekonomisk chock. Sannolikheten för symmetriska störningar är beroende av likheten mellan ländernas ekonomier (Jonung & Sjöholm, 1997). De ingående länderna bör således vara så lika som möjligt på en rad aspekter, för att minimera risken för att asymmetriska störningar uppstår. Teoribildningen om optimala valutaområden har inriktats på olika mått för likheter och skillnader mellan valutapolitiskt självständiga länder, dessa mått kan ställas upp som kriterier för det optimala (ibid).

De kriterier som bör vara uppfyllda för att en union skall betraktas som optimal framställs i Jonungs & Sjöholms artikel, dessa är:

- *Hög grad av pris- och löneflexibilitet inom landet.* Ju större flexibilitet i ett lands löner och priser, desto mindre är risken att avsäga sig en nationell växelkurspolitik.
- *Hög grad av produktdiversifiering inom landet.* Ett land som går med i en valutaunion bör ha en hög grad av produktdiversifiering, det vill säga en mångsidig produktionsstruktur. Detta då en störning som drabbar en enskild sektor endast får en begränsad effekt på näringslivet.
- *Hög grad av faktorrörlighet.* Produktionsfaktorerna bör ha en hög internationell rörlighet inom unionen. Vid en eventuell ekonomisk störning möjliggör denna rörlighet en snabbare anpassningsprocess.
- *Stor likhet i produktionsstruktur.* Stater med likartad industristruktur kan antas drabbas likartat av sektorspecifika störningar. Det är därför önskvärt att länder inom unionen uppvisar överensstämmande industristruktur.
- *Stor likhet i konjunkturmönster.* Om medlemsländerna har liknande konjunkturmönster kommer växelkursjustering inom unionen inte att vara nödvändig vid ekonomiska chocker.
- *Stor likhet i penningpolitik.* I och med inträdet i en valutaunion avsäger sig medlemsländerna möjlighet att bedriva nationell penningpolitik.
- *Stor likhet i finanspolitik.* För att en union skall bli framgångsrik krävs stora likheter i hur medlemsländerna sköter sin finanspolitik, det eftersom ett enskilt land kan påverka unionens räntenivå.

- *Stor likheter i politiska faktorer.* Detta är kanske den viktigaste faktorn vid bildandet av en union. Den bör vara väl förankrad hos folket och känslan av samhörighet bör vara omfattande.

Frågan om euroområdet kan betraktas som ett optimalt valutaområde har under det senaste decenniet givit upphov till åtskilliga forskningsprojekt. Denna forskning har ännu inte gett upphov till något entydigt svar, det forskningen i dagsläget fokuserar på är om Europa håller på att utvecklas till att bli ett optimalt valutaområde (Kempa, 2002). I undersökningen framgår att integration skett inom alla områden redan före införandet av euro, denna utveckling skapar goda möjligheter för euroområdet att i framtiden bli ett optimalt valutaområde (ibid). Tanken är att en gemensam valuta påskyndar en process mot ökad ekonomisk integration och att denna i sin tur medför en mer samordnad konjunkturutveckling mellan medlemsländerna till följd av att konjunkturimpulser lättare sprids genom utrikeshandel (SOU, 2002:16; Frankel & Rose, 1998).

En annan studie vi tagit del av rörande EMU och frågan om unionen kan betraktas som ett optimalt valutaområde är en doktorsavhandling författad av Niclas Andrén på Lunds universitet (Andrén, 2001). Denna studie kommer fram till följande slutsatser som vi nedan skall presentera.

- EMU-länderna verkar vara homogena när det gäller exponering på makropolicy, detta betyder att länderna berörs likartat av beslut tagna av politikerna.
- EMU-länderna utgör ett tämligen optimalt valutaområde när det gäller exponering till fluktuationer på växlings, ränta och inflationsnivåer.
- Det finns tydliga tecken på närmande mellan EMU-länderna i både omfattningen och magnituden av riskexponering, det efter införandet av euron. Detta tyder på att integrationen är större *ex post* än *ex ante*.
- ECBs beslut kommer att ha spridande effekt, men inget tyder på att dessa effekter skulle vara kraftigare än effekterna som nationellt beslutande uppbär.

Generellt stöder denna studie uppfattningen om att en gemensam penningpolitik är att föredra. Då valutan *de facto* existerar anser författaren att studiens slutsatser är lugnande (Andrén, 2001).

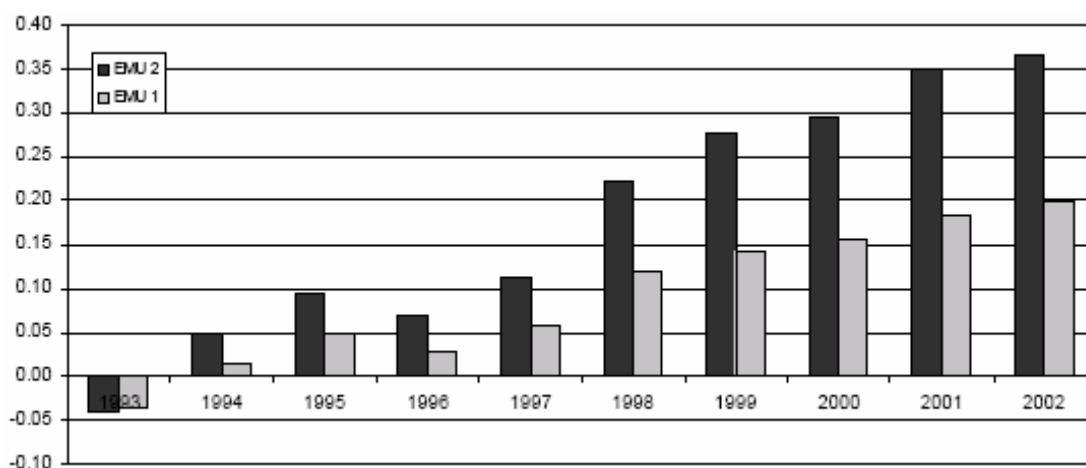
Förenandet av flera valutor för handels- och tillväxtändamål är inget nytt påfund eller unikt för Europa (Stanek, 2001). Ett annat penningpolitiskt arrangemang som skapat intresse, och då främst i utvecklingsländer med instabila ekonomier, är det ekonomer kallar dollarisering. Med dollarisering menar författarna en övergång från den nationella valutan till den amerikanska dollarn (USD) (Berg & Borensztein, 2000). Dollarisering är en möjlighet för länder att slippa valuta- och betalningsbalansrisker. Utan en nationell valuta finns ingen risk för oväntad depreciering eller ett plötsligt utflöde av kapital på grund av deflationsrisker (ibid). Övriga fördelar med dollarisering är ökad integration både med USA och det internationella samfundet, det genom lägre transaktionskostnader och ökad prisstabilitet. Genom att definitivt förhindra möjligheten till inflationsdriven finansiering, möjliggör dollarisering förstärkning av institutioner och ökning i investeringar (ibid). Det finns dock risker med dollarisering det genom att nationen tappar all möjlighet att påverka sin penningpolitik, samt genom att en dollarisering skulle vara permanent (ibid).

3.2 Handelseffekter

Ökad handel ger högre inkomster och stigande levnadsstandard. Detta sker genom att komparativa fördelar och stordriftsfördelar kan utnyttjas i ökad utsträckning. Utbudet av varor och tjänster blir bredare, vilket gynnar konsumenterna direkt och indirekt genom att producenterna får tillgång till bättre och billigare insatsvaror (Flam, 2003). En ytterligare vinst av ökad handel är att konkurrensen ökar. Detta sker dels genom att importen blir billigare och dels genom att prisjämförelser underlättas (ibid).

Sverige är ett högt industrialiserat land med stort exportberoende, utrikeshandeln är mycket viktig för den svenska ekonomins välbefinnande. Av den totala svenska exporten går cirka 58 procent till EU-området, EMU-ländernas andel av den totala svenska exporten uppgår till cirka 39 procent (SCB). Dock är detta värde för EMU-länder inte heltäckande. För att mäta vårt handelsberoende på ett korrekt sätt bör man även ta med Danmark som har en fast knytning till euron. Dessutom bör man inte bara se på exporten utan även importen. Räknar man på detta mer heltäckande sätt är vårt handelsberoende av euron 50 procent. Och då ingår ändå inte kandidatländerna som i många fall också har en fast växelkurs till euron (Frycklund, 2002).

En intressant frågeställning är om en valutaunion i verkligheten skapar ökad handel över nationsgränser. Den europeiska valutaunionen, som tillkom den 1 januari 1999 då valutakurserna låstes oåterkalleligen till varandra, har nu existerat tillräckligt länge för att undersökningar skall kunna ge valida resultat (Flam, 2003). Den undersökning vi tagit del av, och här presenterar, genomfördes 2003 av Alejandro Micco, Ernesto Stein och Guillermo Ordoñez vid Interamerikanska utvecklingsbanken. I figuren symboliserar de svarta staplarna handelsvolymen i procent mellan två länder som båda infört euro som valuta, de grå staplarna föreställer i sin tur handelsvolymen mellan ett euroland och ett land som inte är medlem i valutaunionen.



Figur 1. Källa: Micco, Stein & Ordoñez 2003.

Höjdskillnaderna mellan de svarta staplarna före, och från och med 1998 mäter effekten av att två länder får en gemensam valuta 1998. Höjdskillnaderna mellan de grå staplarna mäter effekten av att enbart ett av länderna inför euro som valuta. Noterbart är att samtliga svarta staplar från och med 1998 är högre än respektive stapel före 1998. Att effekten tycks inträda redan 1998 beror på att det då blev klart att valutaunionen skulle bildas den 1 januari 1999. Dessa skillnader är statistiskt säkerställda (Micco, Stein & Ordoñez, 2003). Vad som framkommer av denna studie är att den gemensamma valutan har lett till en ökning i handelsvolymen mellan euroländerna, effekten är tydlig även

mellan euroländer och utanförstående länder såsom Sverige. Skillnaderna i höjd för de svarta respektive de grå staplarna i figuren före, och från och med 1998 motsvarar en ökning av handelsvolymen av cirka 15-20 procent respektive 5-10 procent (ibid).

3.3 Penningpolitik

Med tillkomsten av Europeiska Monetära Unionen (EMU) skapades även Europeiska Central Banken (ECB). Bankens uppgift är att formulera och implementera en gemensam penningpolitik för de länder som för närvarande utgör Euroområdet (Baker, 1999). ECB som verkar med frihandel som grund har grundtanken att en låg inflation tillsammans med en låg räntenivå kommer att stimulera till ökade investeringar (Potts, 2000). Fastän den är designad för att vara politiskt oberoende, måste banken ta hänsyn till elva självständiga stater som hittills förlitat sig på sina egna monetära och politiska institutioner och policys för att tackla ekonomiska problem. Hur framgångsrikt och accepterat euron blir som valuta är beroende på hur effektivt ECB opererar (Baker, 1999).

ECB baserar sina penningpolitiska beslut på förhållandena i hela euroområdet (SOU, 2002:16). Detta riskerar att skapa problem när makroekonomiska störningar och konjunkturvariationer skiljer sig åt mellan euroländerna (ibid). Då prisstabilitet och räntenivå är i fokus för ECB när de lägger upp policy, kommer det oundvikligen leda till att en del länder missgynnas i förhållande till andra medlemmar oavsett räntenivå (Baker, 1999). Till skillnad mot ECB som har ett prisstabilitetsmål för hela euroområdet, behöver den svenska Riksbanken enbart agera för att hålla den svenska inflationen inom givna ramar (SOU, 2002:16).

EMU-medlemmar är fortsatt relativt fria att bedriva självständig finanspolitik. Då de saknar penningpolitiska instrument kan dessa länder genom lämplig skatte- och utgiftspolitik uppnå ekonomiska målsättningar (Baker, 1999). Den självständiga finanspolitiken kan skapa problem om ett land exempelvis bedriver en alltför expansiv politik vilket då går emot ECB:s mål på låg inflation. Penning- och finanspolitik är vanligtvis väl koordinerad på nationell nivå, dock kan denna balans vara svår att uppnå i EMU-området (ibid). Länder utanför EMU har fortsatt fullständig kontroll över sin penningpolitik samt kontroll över växelkursen, denna faktor hade stor betydelse för de länder som initialt valde att stå utanför samarbetet (Soper, 1999). Denna självständighet är dock en sanning med modifikation, då en penningpolitik som väsentligt skiljer sig från den ECB praktiserar, tvingar växelkursen att korrigera för skillnaden i politiken (ibid).

3.4 Växelkursproblematik

Den kortsiktiga växelkursen mellan olika valutor påverkas i stor grad av internationella räntedifferenser, förväntningar på växelkurser samt aktiemarknadens utveckling (Welfens, 2001). På längre sikt påverkas växelkurser av andra faktorer som inflationsskillnader och då främst den transatlantiska, skillnader i ekonomisk tillväxt men även utsikterna för nuvarande handelsbalans (ibid). År 1997 omsatte valutahandeln cirka 1 biljon USD per dag och ytterligare 1 miljard USD tillkommer från handeln med varor dagligen (Stanek, 2002). Denna nivå på valutarörlighet kan snabbt destabilisera ekonomier. För många ekonomier, och då främst små ekonomier såsom Sverige, är valet av växelkursregim det enskilt viktigaste makroekonomiska beslutet av beslutsfattarna (ibid).

Valutaväxlingsrisken har normalt en dämpande effekt på utrikeshandeln, det då de flesta företagen har en negativ inställning på valutafluktuationer som påverkar framtida transaktioner i utländsk valuta (Mølgaard Pedersen, 2004). Denna dämpande effekt uppstår då den ökade risken som förändringar i växelkursen innebär, skapar ett läge där företag för att minimera risken skiftar från utrikeshandel till inhemska aktiviteter (Horne, 2004). Trots det är den dämpande effekten av valutaväxlingsrisken mindre betydelsefull än vare sig den ekonomiska tillväxten eller dämpningar i integrationsprocesser (ibid).

Det är allmänt accepterat att valutaväxlingsrisken har en stor påverkan på den internationella handeln (Du & Zhu, 2001). Det kan visa sig genom att ett företag med stor export, där den nationella valutan deprecierar, kan en ökning i försäljning förväntas. Detta i och med att köparen under dessa omständigheter får mer valuta på investerat kapital (Stanek, 2002). I motsats skulle en appreciering innebära sämre konkurrens-
möjligheter på exportmarknaden (Du & Zhu, 2001; Stanek, 2002).

Vanligtvis förflyter en viss tid mellan ett avtal om import eller export och betalningen, med den flytande växelkursen som Sverige tillämpar kan kursen ändras under mellantiden. Många företag är obenägna att ta denna risk med ogynnsam valutakursförändring och väljer därför att gardera sig mot denna, det genom att i förväg köpa eller sälja valuta motsvarande avtalssumman till ett i förväg bestämt pris hos en affärsbank, det vill säga de handlar valuta på termin (Flam, 2003). En nackdel med terminskontrakt är att man inte bara har rätt, utan också skyldighet, att handla valutan till ett förutbestämt pris. Detta kan skapa problem om företaget exempelvis lämnar en offert, risken är att motvalutan hinner falla under den tid som går från det att de lämnar offerten till dess de får ordern. Men så länge de inte säkert vet om de verkligen tar hem ordern är det ingen idé att teckna något terminskontrakt (Örn, 2005). För att valutasäkra en offert kan man däremot använda sig av en valutaoption. Den ger rätten men inte skyldigheten att sälja eller köpa valuta till ett förutbestämt pris (ibid). Ytterligare möjligheter för företag att minimera risken för växelkursförluster är att de kan observera och bevaka riskfaktorer i de länder de handlar med. Företag kan då införa modeller som hjälper till med att förutse framtida växelkursförändringar (Stanek, 2002).

I valutaunionen EMU minskar företagens kostnader för valutahantering, det då inget behov finns för att växla valutor gentemot andra deltagande länder. För svensk del kommer dessa valutaväxlingskostnader att fortleva, kostnaderna består av fluktuationer på valutamarknaden samt bankernas avgifter för att hantera växlingsproceduren. En gemensam valuta bidrar även till minskade administrativa kostnader för företagen i medlemsländerna i och med att olika valutor ej behöver beaktas inom unionen (Mølgaard Pedersen, 2004).

3.5 Prissättning

Före införandet av euro kunde priset för en vara skilja upp till 50 procent mellan de olika medlemsländerna inom EU, detta trots att alla gränser och tullar inom unionen var avskaffade. Anledningen till dessa prisvariationer var att företagen utnyttjade de kulturella, språkliga samt geografiska barriärer som existerar (Ådahl & Eklund, 2003). Huvudorsaken till den kraftiga variationen var dock de olika valutor som användes i respektive land, användandet av olika valutor gjorde det svårt för kunden att jämföra priser mellan länder (Mølgaard Pedersen, 2004). Ytterligare faktorer som påverkar prisnivåerna på produkter är enligt (Verdin & van Heck, 1999).

- Efterfrågan för enskilda produkter påverkas av lokala förhållanden, såsom väder, t. ex. sololja.
- Priset för vissa varor påverkas starkt beskattning i respektive land, t.ex. bensin.
- Konsumentpreferenser skiljer sig åt mellan länder, t. ex. Big Mac, jeans.
- Konkurrenssituationen påverkar nivåerna på marginaler, t.ex. mobiltelefoner.

Införandet av euro har haft en påtaglig effekt på företagens möjlighet att tillämpa differentierad prissättning på de olika marknaderna inom euroområdet, det då möjligheten till prisjämförelser för kunden har förenklats (Fallon, Graham & Willetts, 2000). Redan 1999 fanns det tecken på att prisskillnader minskade mellan billigare och dyrare EU-länder, det på grund av att företagen accepterade behovet av en minskad prisvariation på den gemensamma marknaden. Detta behov uppstod då kundens makt gentemot producenten ökade både genom införandet av euro men även genom de ökade möjligheterna som det moderna informationssamhället skapat genom IT, logistik, avskaffade restriktioner et cetera (Fallon et al, 2000; Rodríguez-Pose, 2002).

För märkesvaror och andra produkter som är standardiserade eller identiska över gränserna, kommer priset att bli ett alltmer viktigt verktyg för att konkurrera framgångsrikt på den Europeiska marknaden i framtiden. Författaren till artikeln är övertygad om att det i en inte alltför avlägsen framtid uppstår priskrig mellan välkända varumärken även över nationsgränserna (Anttila, 2004). I slutändan är det dock kundens kunskaper om prisskillnaderna på en specifik produkt som avgör om strategin med sänkta priser blir framgångsrikt eller ej (Aalto-Setälä & Rajjas, 2003). Kundens kunskap om priset är beroende på ett antal utmärkande faktorer, som kan relateras till kunden eller produktkategorin. Kundens demografiska bakgrund såsom kön, ålder samt inkomst är faktorer som påverkar denna kunskap. En produkt har olika betydelse för olika kunder och därmed påverkas även prisets betydelse i köprocessen (ibid).

På grund av att valutarisken uteblivit tack vare den gemensamma valutan har återförsäljarnas risker med att handla över nationsgränserna minskat, och därigenom har de bättre möjlighet att handla från det billigaste alternativet. När återförsäljarna till fullo utnyttjar denna nya möjlighet kan det leda till en ökad parallellimport, det trots producenternas förväntade motstånd (Fallon et al, 2000).

I och med den allt homogenare marknaden med minskade prisskillnader som följd förväntas den genomsnittliga prisnivån på de flesta marknader inom EU att sjunka. Detta kommer att resultera i att många små- och medelstora företag som ej har möjlighet eller kapacitet att påverka prisnivån på marknaden, påverkas negativt med minskade vinstmarginaler och försäljningsvolymen som följd. Denna utveckling kommer sig av ökat konkurrenstryck och ökade kundkrav på prisreducering (Fallon et al, 2000).

3.6 Investeringar

Genom minskade långsiktiga räntenivåer i EMU-länderna kan investeringsviljan komma att öka, detta gäller både den privata samt offentliga sektorn (Welfens, 2001). Genom skapandet av EMU har den ekonomiska risken för handel inom unionen minskat, tack vare denna utveckling är det rimligt att förvänta sig högre investeringsnivåer inom euroområdet. En förväntat stadig penningpolitik över tiden från den Europeiska Central Banken (ECB) kommer även det att stimulera investeringar, det då pengautbudet är lättare att kontrollera i euroområdet än i de individuella EU-länderna. Detta skapar potentiellt goda möjligheter för att på långsikt motarbeta

variationer i pengautbut vilket i sin tur resulterar i mindre påtagliga konjunkturcykler samt en högre investeringsjämvikt (ibid).

Den ekonomiska unionen i västra Europa stimulerar en internationell diversifiering då sammanslagna EU-valutor kan komma att uppmuntra investerare i euroområdet att placera sitt kapital utanför unionen (Welfens, 2001). Denna utveckling sker då en valutaunion harmoniserar konjunkturcykler och skapar ett område med enhetlig räntesituation, därigenom kan fördelarna med internationell diversifiering inte längre uppnås genom handel inom området. Detta kommer att resultera i att företag tvingas söka sig till marknader utanför euroområdet, exempelvis Sverige för att återställa balansen i deras investeringsportfölj (ibid).

En valutaunion ger minskade risker i samband med investeringar, det är särskilt fallet för mindre företag (Lindbeck, 2003). Författaren tar som exempel ett svenskt småföretag som överväger att investera för att sälja varor på den europeiska kontinenten – i konkurrens med företag inom euroområdet. Vid investeringstidpunkten vet det svenska företaget (enligt tidigare resonemang i punkt 3.3) inte vilka intäkter det får i framtiden i svenska kronor. De svenska företag som investerar för framtida export till euroländer får därmed finna sig i större osäkerhet i sina investeringsbeslut än konkurrerande företag inom euroområdet (ibid).

En ytterligare svårighet som kan uppstå för länder som valt att stå utanför EMU samarbetet, är att intresset för etablering från utländska icke-europeiska företag kan minska. Denna förändring i etableringsbeteendet kommer sig av att när dessa företag beslutar sig för att etablera sig på den europeiska marknaden kommer de troligtvis välja någon utav EMU-länderna på grund av de fördelar valutaunionen skapar (Soper, 1999).

3.7 Export och tillväxt

Små- och medelstora företag växer i olika takt, detta gäller i alla omgivnings- och industrisammanhang (O`Gorman, 2001). Dessa skillnader i prestationen tyder på att de strategiska val ledningen i företagen gör har en stor påverkan på företagets tillväxt. Flexibilitet är en viktig framgångsfaktor för små- och medelstora företag. Denna förmåga att utvidga sig från den ursprungliga marknadspositionen, uppvisas ofta genom företagets benägenhet att engagera sig i export eller på utländska marknader (ibid).

Genom marknadsdiversifiering skapar export potentialen för företag att bli mindre beroende av den inhemska marknaden (Lages & Montgomery, 2004). Genom att tillgodose nya kunder utomlands, kan företaget nyttja skalekonomier och uppnå lägre produktionskostnader samtidigt som produktionen effektiviseras. Företaget har möjlighet att nyttja den internationella erfarenheten för att bli starkare på hemmamarknaden. Genom att verka på utländska marknader får företagen kunskap från den internationella konkurrensen om hur de skall gå tillväga för att exploatera nya, ännu ej exploaterade marknader. Slutligen tillskansar sig företaget genom export, möjligheten till att minska produktionskostnader, stabilisera cyklisk efterfråga, nå nya marknader samt samla erfarenheter rörande andra typer av internationalisering (ibid).

3.8 Utvidgning av EMU

De tio nya medlemsländerna Cypern, Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Slovakien, Slovenien, Tjeckien och Ungern som gick med i EU den 1 Maj 2004 (ECB, 2005), har visat ett stort intresse av att även delta i den Europeiska Monetära Unionen (Ghannadian, 2004). När dessa länder slutligen går med i unionen, tillför de tillsammans

en befolkning om drygt 100 miljoner individer som utökar den gemensamma marknaden avsevärt. Europeiska kommissionen måste klara av att utjämna ränte- samt inflationsnivåerna i alla dessa länder före de kan erbjudas medlemskap. Om kommissionen misslyckas med dessa uppsatta mål kommer de nuvarande medlemsländerna att utsättas för ekonomiska risker och valutaspekulationer kommer att tära på den ekonomiska utvecklingen i hela unionen samt negativt påverka euros värde (ibid).

Kriterier som användes för att ansluta sig till EMU samarbetet i första rundan, kan mycket väl komma att användas som riktlinjer för de länder som söker inträde i framtiden (Ghannadian, 2004). Genom förhandlingar är det nu mycket enklare att göra justeringar i kriterierna då euron finns fysiskt och inte enbart som en abstrakt valuta som var fallet 1993. De länder som uppfyller kriterierna som ställs på dem kommer att ansluta sig till unionen. Minskning av inflationen, ränteanpassningar, minskning av statsskuld samt utvalda budgetanpassningar kommer att vara nyckelfaktorer som möjliggör ett medlemskap i EMU för kandidatländer (ibid).

3.9 Sammanfattning

Skilda valutor mellan länder fungerar som barriärer mellan nationella ekonomier. En valutaunion leder till ökad integration mellan de nationella marknaderna för varor, tjänster och kapital. Denna integration leder till ökad handel mellan länderna, denna ökning är särskilt viktig för länder med liten hemmamarknad såsom Sverige där den skapar möjligheter för ett rikt produkturval och en ökning i konsumenternas levnadsstandard. En ökad handel mellan länderna skapar goda möjligheter för företag att exploatera utländska marknader, denna export i sin tur skapar goda möjligheter för företagen att växa och utvecklas. En gemensam valuta förenklar för kunden att jämföra priser mellan länderna och skärper konkurrensen. En integrerad kapitalmarknad skapar lägre kapitalkostnader, men framförallt skulle ett EMU-medlemskap eliminera de valutariskproblem som svenska och därmed även norrbottniska företag har när de gör sina investeringar. EMU-området kan i dagsläget inte betraktas som idealiskt, men allt tyder dock på att den ökade integrationen över tiden kommer att harmonisera marknaden och därmed skapa ytterligare fördelar för företag belägna inom unionens gränser. I framtiden kommer EMU att fortsätta växa och utvecklas i takt med att nya medlemsländer tillkommer.

4 EMPIRI

I detta kapitel har vi för avsikt att redogöra för de företag vi undersökt. Vi börjar med en presentation av företaget rörande deras verksamhet, produktion och andra relevanta fakta. Därefter kommer vi att presentera sammanställningen av intervjuerna vi genomfört. Empirin kommer där möjligt att vara strukturerad efter tidigare rubriker.

4.1 Företagspresentation

Alfa

Respondenten på företaget vi varit i kontakt med arbetar som marknadschef. Företaget har som verksamhet att tillverka och sälja specialkonstruktioner i glas och metall. Dessa inbegriper glasskjutluckor, skottsäkra slagluckor, dörrar och vindskydd med mera. Produkterna företaget tillhandahåller skräddarsys för att tillgodose kundens önskemål, dessa önskemål kan variera från ökat brandskydd till säkerhetsglas. Företagets kunder består enbart av företagskunder såsom exempelvis apotek, restauranger, storkök, vårdcentraler och så vidare. De har i runda tal 25 anställda och en årlig omsättning på cirka 25 miljoner kronor.

Beta

Respondenten på detta företag verkar som ekonomichef. Företagets verksamhet består av att producera sågade, hyvlade och vidareförädlade trävaror. Deras produkter består av byggnadsvirke, paneler av olika slag, svarvade pelare samt färdiga komponenter till snickeriindustrin. Som biprodukt uppstår sågspån och annat spillmaterial, som vidareförädlas till pellets. All produktion sker på två produktionsenheter belägna i Norrbotten. Företaget har i dagsläget 108 anställda, och omsättning uppgår till omkring 380 miljoner kronor, varav virkesomsättningen uppgår till omkring 180 miljoner kronor. Kunderna består av byggindustri, byggvaruhus, återförsäljare och privatpersoner.

Gamma

Respondenten är ekonomichef i företaget. Företaget grundades 1972 och är ett privatägt familjeföretag. Sortimentet består av vilda och odlade bär, bärkoncentrat, svamp och vilt samt andra delikatesser. Till kunderna hör enbart företagskunder inom livsmedelsindustri, storkök- och restauranggrossister samt detaljhandeln. Förutom i Sverige har företaget anläggningar i Finland, Ryssland samt i Polen. Koncernen har totalt 275 anställda varav cirka 80 personer arbetar i Sverige. År 2004 uppgick omsättningen i företaget till 505 miljoner kronor.

Delta

Respondenten vi varit i kontakt med arbetar som ekonomi och administrationsansvarig. Företaget tillverkar rullformade och härdade komponenter av stål till fordonsindustrin, alltså vänder sig företaget endast emot företagskunder. Deras produkter består av stötfångare, sidokrocksskydd, stolpar och andra liknande produkter som används inom bilindustrin. De har ett 30-tal anställda, varav 18 arbetar inom produktion. I fjol hade företaget en omsättning på cirka 55 miljoner kronor.

4.2 Handel

Alfa

Av företagets produktion går cirka 40 procent på export, EMU-ländernas andel av den totala exporten är omkring 50 procent, de EMU-länder företaget främst säljer till är Finland, Tyskland, Nederländerna och Österrike. Förutom att valutahanteringen blivit något enklare då de gått från ett flertal olika valutakonton till endast ett eurokonto,

tycker sig respondenten inte kunna urskilja någon större förändring i handeln till länder som infört euron som valuta. Företaget använder sig ytterst sällan av leverantörer utanför Sverige, om detta sker är det för marknadsföringsändamål såsom utställningsmontrar samt annonsplatser. För den löpande verksamheten använder sig företaget av grossister belägna i Sverige. I och med att Alfa köper sitt material inom landet, har de inte upplevt någon förändring i och med införandet av euro.

Beta

Företagets försäljning till EMU-området uppgår till cirka 10 procent av den totala virkesomsättningen, försäljning sker framförallt till Grekland och Italien. Då företaget verkar inom träförädlingsbranschen levereras deras material av svenska och då framförallt norrländska skogsägare. Maskiner införskaffar de av svenska leverantörer, respondenten framför att Sverige har en stor skogsindustri och därmed är kompetensen hos leverantörerna god.

Gamma

Av företagets totala försäljning går cirka 60 procent på export till EMU-området, de enskilt största exportländerna är Tyskland, Finland, Italien och Frankrike de har dock försäljning i de flesta europeiska länderna. Respondenten menar att handeln med EMU-länderna inte har påverkats sedan den gemensamma valutan introducerats, denne menar att den ökning i handeln som skett berott på en normal tillväxt. Av företagets leverantörer är runt 40 procent lokaliserade i EMU-området. Denna fördelning är väldigt beroende på tillgängligt utbud, och kan skifta kraftigt från år till år, beroende på väder och vind samt andra faktorer. Företaget köper praktiskt taget hela sin årsförbrukning under 2-3 månader under senhösten, denna tidpunkt sammanfaller med skördarnas samt skogsbärens mognad.

Delta

Av företagets produktion går cirka 60-65 procent på export till EMU-området, de länder de framförallt vänder sig emot är Tyskland, Frankrike samt Finland. Respondenten upplever en ökad handel med EMU-området sedan 1998, denne menar dock att utvecklingen inte är beroende av valutaunionen utan det är ett resultat av företagets naturliga tillväxt. *Deltas* materialleverantörer består i huvudsak av företag belägna i Sverige, inköpen av maskiner och utrustning sker mestadels från leverantörer lokaliserade i EMU-området. Respondenten upplever att andelen leverantörer belägna i EMU-området ökat något, dock är denna ökning ej markant.

4.3 Växelkursproblematik

Alfa

Företaget påverkas inte på ett påtagligt sätt av valutafluktuationerna, dock menar respondenten att den svenska kronan som i regel varit svag och därmed gynnat *Alfa* i och med att de är ett exporterande företag. *Alfa* försäkrar sig inte direkt gentemot valutafluktuationer, detta då orderbeloppen är förhållandevis låga (10 000 – 300 000 kr). Dock menar respondenten att med order på större summor skulle en valutaförsäkring vara nödvändig. Med de nuvarande orderbeloppen försäkrar sig företaget mot valutafluktuationer genom att lägga en extra marginal på försäljningspriset när de säljer på export. De kostnader företaget ställs inför i och med det svenska utanförskapet är de ökade bankkostnader som uppstår i hanteringen med ett flertal valutor, dessa kostnader uppgår dock ej till några ansevärd summor.

Beta

Företaget använder sig av euro som valuta vid handel även med vissa ej EMU-länder, exempel på dessa länder är Danmark och Cypern. *Betas* kunder har själv möjlighet att påverka i vilken valuta handeln skall ske. Under försäljningsprocessen upprättar företaget en kalkylkurs baserad på aktuell dagskurs för valutan i fråga och avgör därefter om valutasäkring skall göras. Vid en eventuell valutasäkring köper företaget terminer till ett värde av 75 % av den totala ordervolymen, valutasäkring sker enbart efter upprättat försäljningskontrakt. Respondenten lyfter även upp problem i att köpa terminer, nämligen att denna binder upp kapital som annars skulle kunna användas i verksamheten och därigenom blir kassaflödet lidande. Denne anser även att det är svårt att förutse framtida förändringar i växelkursen och därmed kan terminerna köpas till ogynnsamma kurser. Respondenten tycker sig inte urskilja andra stora merkostnader som uppstår i och med Sveriges utanförskap från EMU-samarbetet. Det administrativa merarbetet som uppstår när flera valutor används har minimerats genom effektiva rutiner och moderna hjälpmedel.

Gamma

Respondenten anser att företaget påverkas i hög grad av de valutafluktuationer de ställs för i och med att handeln sker i olika valutor. Företaget arbetar aktivt för att minimera risken med ogynnsamma transaktioner, detta arbete sker genom att de säkrar sig mot fluktuationer genom terminer, svappar samt genom tecknande av krediter i utländsk valuta. Företagets förhoppning är att arbetet med säkringar skall resultera i att in- och utbetalningarna balanseras mot varandra och därmed minskar utrymmet för valutarisken. Kapitalbindningen som uppstår i och med handeln med säkringar anser inte respondenten vara ett stort problem, då beloppen är av försumbar karaktär. Totalkostnaden för det svenska utanförskapet anser dock respondenten uppgå till en betydande summa för företaget, kostnaderna uppstår genom ökad administration, bankernas avgifter vid valutahantering samt andra kostnadsdrivare. Företaget idkar handel i euro även med länder som inte är medlemmar i unionen som exempel lyfter respondenten fram Kina som ett av länderna där handeln sker i euro. I och med att företaget verkar inom en nischbransch anser respondenten inte att den senaste tidens låga kronkurs haft någon påverkan på företagets försäljning till de marknader där euron används. Försäljningen sker genom tecknande av order, orderstorleken varierar från att vara få men stora vid försäljning av bär till att vara en större ordermängd till lägre belopp vid försäljning av vilt.

Delta

Företaget påverkas till viss del av de valutafluktuationer som uppstår i och med arbetet med olika valutor. Respondenten menar dock att den senaste tidens förhållandevis svaga krona har verkat positivt för företagets försäljning, då de verkar på en väldigt konkurrensutsatt marknad med stor priskänslighet hos köparen. *Delta* har de senaste åren gått över till att offerera mestadels i euro istället för som tidigare i kronor, denna utveckling kommer sig av att företagets kunder i huvudsak är belägna inom EMU-området, även med de kunder som är belägna utanför valutaunionen såsom i England handlar företaget med euro. Företaget försäkrar sig mot valutafluktuationer genom att lägga på en marginal på dagskursen, andra sorters försäkringar används ytterst sällan då de ej känt ett ökat behov för detta i och med en kort 30-dagars betalningstid. *Delta* använder sig av säkringar endast vid större order. Merkostnaden som uppstår på grund av Sveriges utanförskap från den gemensamma valutaunionen anser respondenten inte ha någon markant inverkan på företaget.

4.4 Prissättning

Alfa

Företaget tillämpar en differentierad prissättning mellan de olika marknaderna de vänder sig mot, detta då företagets kostnader blir högre vid exportförsäljning genom ökade transportkostnader, säljare stationerade i olika länder, ökade marknadsföringskostnader, ökade kostnader för garantiåtaganden et cetera. Detta tillsammans med pålägget för att täcka växlingsrisken gör att prisbilden blir högre på exporterade produkter jämfört med de varor som säljs nationellt. Vid sin prissättning påverkas företaget i huvudsak av den rådande konjunktur- samt konkurrenssituationen. Konjunkturläget är speciellt intressant för företaget när de skall förbereda sin prissättningsstrategi, om det råder lågkonjunktur med outnyttjad kapacitet som följd, justeras priset neråt för att öka volymerna. Marknaden *Alfa* verkar på är inte särskilt konkurrensutsatt i och med att det rör sig om specifika och kundanpassade produkter. I och med att företaget är väl etablerade med 25 års erfarenhet av att tillverka dessa kundanpassade produkter är det enligt respondenten svårt för nya konkurrenter att slå sig in på marknaden. Respondenten tycker sig inte kunna se att den generella prisnivån på marknaden förändrats nämnvärt, anledningen till detta säger han vidare bero på att konkurrenssituation på marknaden är relativt svag.

Beta

Beta tillämpar kostnadsbaserad prissättning där kostnaden för produktionen och andra insatser räknas, därefter inräknas en marginal därmed kan vissa prisskillnader uppstå mellan de olika marknader företaget vänder sig mot. På de standardiserade produkter företaget tillverkar styr efterfråga och utbud det aktuella priset, prisnivån blir således marknadsstyrt och kan ej påverkas av företaget i någon större utsträckning. På de specialprodukter företaget tillhandahåller kunde vi inte ta reda på hur de prissätter sina varor, det då denna information ej är offentlig. Den generella prisbilden har enligt respondenten inte förändrats nämnvärt som ett resultat av EMU-samarbetet, utan istället är det andra faktorer såsom den allmänna branschkonjunkturen som påverkar prisnivån för företagets produkter.

Gamma

Företaget tillämpar en differentierad prissättningsstrategi beroende på vilken marknad de vänder sig mot, dock menar respondenten att i och med den hårda konkurrensen är det svårt att ha alltför differentierad prissättning mellan de olika länderna. Priset baseras på det aktuella marknadspriset justerat emot en egen upprättad kostnads kalkyl. Respondenten menar att EMU inte haft någon påverkan på prisnivån för de varor företaget handlar med. Prisnivån bestäms i stället helt och hållet av utbud och efterfrågan, som exempel nämner denne att pengaflödet inom branschen är relativt oförändrad från år till år. På samma sätt bestäms priset på de råvaror *Gamma* köper in, om det varit ett gott år för odlarna är det relativa priset lägre än i motsatt fall.

Delta

Då företaget tillverkar produkter som är väldigt kundanpassade och specialiserade har de ingen direkt prisdifferentiering, priset utgår istället från de specifika krav kunden ställer på den efterfrågade produkten. Då företaget verkar inom en priskänslig marknad med ett stort antal potentiella konkurrenter spelar råvarupriset en stor roll, högt stålpris resulterar i större konkurrens från konkurrenter som baserar sin teknologi på andra material. Prisnivån på företagets marknad pressas ständigt neråt med minskade marginaler som följd, respondenten kan dock inte avgöra om denna utveckling kommer som ett resultat från EMU. Fordonsindustrins negativa utveckling de senaste åren har

enligt respondenten lett till att priserna pressats ytterligare, en annan utveckling respondenten nämner är att industrin i större utsträckning börjat med egen tillverkning istället för att lägga ut på underleverantörer. Då företaget relativt sällan gör stora inköp av maskiner eller utrustning från leverantörer verksamma i EMU-området, kan respondenten inte uppmärksamma några större skillnader under de senare åren.

4.5 Investeringar

Alfa

Då företaget verkar på en relativt liten marknad med få konkurrenter upplever respondenten ingen ökad investeringssträvan från de få konkurrenter belägna i euroområdet. *Alfa* gör eventuella investeringar när behov för sådana uppstår, exempelvis om företaget vill skapa möjlighet för förbättrad produktionsförmåga.

Beta

Företaget upplever ingen förändring i konkurrenternas investeringsbenägenhet efter eurons införande, respondenten nämner att de verkar på en kapitalintensiv bransch där investeringar är nödvändiga för att hävda sig i konkurrensen. De investeringarna som görs skall vara förankrade i det kunden efterfrågar, eller ämnade för att effektivisera produktionen.

Gamma

Respondenten uppskattar att investeringsviljan inte har förändrats i och med införandet av den gemensamma valutan. Investeringar görs enligt denne när behov av utökad produktionskapacitet uppstår, eller när en ny produkt skall framarbetas.

Delta

Respondenten upplever en viss ökning i investeringsvilja från företagets konkurrenter belägna i EMU-området, denne tror att ökningen till stor del beror på att kunderna i allt större utsträckning efterfrågar Just In Time (JIT) leveranser av leverantörerna. Denna utveckling har lett till att leverantörerna investerar i nya anläggningar i geografisk närhet med kunden. *Deltas* inriktning är inte att investera utanför Sverige, utan det är att hitta samarbetspartners som innehar anläggningar i kundens närhet, *Delta* står i dessa samarbeten för det tekniska kunnandet och överlåter tillverkningen till samarbetspartnern.

4.6 Utvidgning av EMU

Alfa

Respondenten ser goda möjligheter att nya leverantörer från de nya EU-länderna i östra Europa, kan komma att pressa priserna på de insatsvaror som företaget använder, och då framförallt på glas. Denne ser en risk i att det dyker upp någon ny konkurrent som genom att sänka priser försöker slå in sig på marknaden, dock anses risken för detta som ganska liten i och med de inträdesbarriärer *Alfa* skapat under sina 25 år. Företaget söker ej aktivt efter nya marknader att vända sig till, då de anser att deras existerande marknader ännu inte är fullt exploaterade. Nya marknader skulle även kräva stora insatser genom ökad marknadsföring och administrativa kostnader.

Beta

Ett eventuellt framtida hot för företaget kommer framförallt från de baltiska staterna där det finns ett antal företag inom komponentindustrin. Respondenten framhåller att det är produktionskapacitet, leveranssäkerhet och produkten i sig som är de avgörande

faktorerna, denne anser att de baltiska företagen ännu inte har uppnått samma nivå på dessa faktorer dock kan de med tiden utvecklas och därigenom kapa marknadsandelar.

Gamma

Respondenten tror inte att den framtida utvidgningen av EMU kommer att påverka verksamheten i så stor utsträckning, det i och med att marknaden för de nischprodukter företaget tillhandahåller växer långsamt. Denne framhåller dock att utvidgningen kommer att påverka till viss del, och då framförallt genom de minskade valutarisker som följer med införandet av euron i de tio kandidatländerna. Respondenten tror inte att konkurrensen på marknaden förstärks då nya länder går med i den gemensamma valutaunionen, det då de i dagsläget saknar den "know-how" som behövs för att konkurrera framgångsrikt. Den ökade integrationen som skett under de senaste åren har skapat goda möjligheter för företag såsom *Gamma* att utnyttja kostnadsfördelarna som finns i att operera i dessa länder. Redan i dagsläget uppgår företagets investeringar i Polen till högre belopp än i Sverige.

Delta

Respondenten tror att ökade investeringar av konkurrenter i de nya EU-länderna kommer att leda till en framtida hårdare konkurrens. Denna utveckling anser respondenten kommer sig av de lägre kostnader som kan uppnås i exempelvis Polen och Tjeckien. *Delta* har i dagsläget samarbetspartners lokaliserade i dessa kandidatländer, det företaget vill uppnå med detta är givetvis att minska kostnaderna för företagets produkter och därigenom stärka sin konkurrenssituation.

4.7 Företagets synpunkter runt EMU

Alfa

Respondenten anser att ett eventuellt svenskt medlemskap i EMU skulle ha den effekten att det skulle förenkla för företaget när de idkar handel mellan andra EMU-länder. Dock anser denne inte att det handlar om några större förändringar, och den eventuella förändringen skulle framförallt minska det administrativa arbetet då de ej längre behöver beakta olika valutor i handel inom EU. Ur företagssynpunkt ställer sig *Alfa* positivt till ett svenskt EMU-medlemskap.

Beta

Respondenten anser att ett eventuellt svenskt medlemskap i den gemensamma valutaunionen skulle underlätta för företaget och då framförallt i det administrativa arbetet, dock anser denne att valutan i sig underlättar men är inte den avgörande faktorn. Ur företagssynpunkt ställer sig *Beta* positivt till ett svenskt EMU-medlemskap.

Gamma

Personen vi intervjuat framhåller att det finns både för- och nackdelar med eventuellt svenskt medlemskap i EMU, dock anser denne att fördelarna såsom minskade valutarisker, en valuta underlättar den löpande verksamheten, minskade administrativa uppgifter samt reducerade bankavgifter klart överväger de nackdelar såsom ogynnsamma räntenivåer. Ur företagssynpunkt ställer sig *Gamma* positivt till ett svenskt EMU-medlemskap.

Delta

Respondenten anse att fördelarna med den europeiska valutaunionen klart överväger de nackdelar som finns. De fördelar denne främst lyfter fram är att unionen minskar den riskexponering företaget ställs inför med användandet av flera valutor, och då främst

den valutarisk företaget ställs inför när de handlar med utlandet. Ur företagssynpunkt ställer sig *Delta* positivt till ett svenskt EMU-medlemskap.

5 ANALYS OCH SLUTSATSER

I detta kapitel skall vi jämföra de empiriska resultaten med den teoretiska referensramen vi presenterat tidigare i uppsatsen. Vi kommer i kapitlet även att presentera de slutsatser vi kunnat dra utifrån den genomförda analysen. Slutligen skall vi sammanfatta kapitlet i en avslutande diskussion där vårt syfte skall besvaras.

5.1 Handelseffekter

De företag vi varit i kontakt med, har samtliga en betydande handel med länder belägna i EMU-området. Denna handel består främst av export av färdigförädlade produkter. Den import som sker är kopplad till investeringar av maskiner och liknande utrustning, men även till viss del till inköp av råmaterial. Företagen upplever inte att någon förändring skett i handelsvolymen, som kan kopplas till EMU, efter att euron blev ett faktum den 1 januari 1999. Den förändring som skett är kopplad till en naturlig tillväxt. Dessa resultat stämmer inte överens med det (Micco, Stein & Ordoñez, 2003) kommit fram till i sin undersökning, nämligen att handelsvolymen mellan ett euroland och ett land som inte ingår i den monetära unionen ökat med 5 – 10 procent. Ökad handel leder enligt (Flam, 2003) till att företagen får tillgång till bättre och billigare insatsvaror. Export uppvisar enligt (O`Gorman, 2001) flexibilitet hos företagen, denna flexibilitet är en viktig framgångsfaktor hos små- och medelstora företag. Export skapar enligt (Lages & Montgomery, 2004) möjligheten för företagen att minska sitt beroende av hemmamarknaden och samtidigt öka den totala försäljningen. Dessa synpunkter stämmer väl överens med de fallföretag som ingått i vår studie.

De slutsatser vi drar av ovanstående resonemang är att företagen ej på ett optimalt sätt nyttjar möjligheterna att dra nytta av de fördelar EMU skapat. Vi anser att de på ett bättre sätt kan utnyttja den stora sameuropeiska marknaden genom att aktivt söka alternativa leverantörer för maskiner, inventarier samt råmaterial. Genom detta tillvägagångssätt skapar sig företagen möjligheten till minskade kostnader och förbättrad kvalitet, detta resulterar i en gynnsammare konkurrenssituation för företagen. Vidare anser vi att företagen skulle kunna utnyttja exportmöjligheterna som EMU skapat på ett ännu bättre sätt än idag, detta skulle leda till ökad försäljning och därigenom till möjliga skalekonomier och effektiviseringar. Vi menar att ett svenskt medlemskap i valutaunionen skulle stimulera en utveckling där företagen i en allt större utsträckning skulle utforska de möjligheter som finns med ett så stort marknadsområde som EMU innebär.

5.2 Växelkursproblematiken

Den senaste tidens förhållandevis svaga kronkurs har haft olika inverkan på företagen, det har gynnat de företag som har en standardiserad produkt mer än de företag som har differentierade produkter. Detta stämmer väl överens med det (Stanek, 2002) lyfter fram, nämligen att en deprecierad valuta verkar positivt för företag med stor export, det genom en ökad försäljning. I teorin tas inte skillnaderna mellan standardiserade och differentierade produkter upp, och hur dessa faktorer påverkar priskänsligheten hos kunden.

Företagen försäkrar sig emot valutafluktuationer på olika sätt, dels genom att köpa terminer, svappar och tecknande av krediter i utländsk valuta. Beta använder sig av kalkylkursberäkningar för att bedöma om säkringar genom terminer är nödvändig, dessa säkringar sker endast efter upprättat försäljningskontrakt. Dels genom att tillämpa ett system där en marginal läggs på den aktuella dagskursen eller försäljningspriset. Alfa

och Delta som i huvudsak tillämpar marginaler som valutaförsäkring använder sig dock av terminer vid större order. Det faktum att terminsförsäkringar binder upp kapital är av olika betydelse för företagen, Beta anser att kassaflödet blir lidande då kapitalet som bundits i terminer istället kan användas i den löpande verksamheten. Enligt (Flam, 2003) är många företag obenäga att ta risken med ogynnsamma valutakursförändringar och väljer därför att försäkra sig mot dessa genom köp av terminer. Detta stämmer väl överens med det respondenterna vi varit i kontakt med nämner. (Örn, 2005) påpekar att terminer bör tecknas endast efter det att företag erhållit ordern, detta stämmer väl överens med hur Beta går tillväga vid köp av terminer. Enligt (Stanek, 2002) kan företag observera och bevaka riskfaktorer i länderna de handlar med, genom detta tillvägagångssätt kan de på ett enklare sätt förutse växelkursförändringar. Betas arbete med kalkylkursberäkningar går i linje med det Stanek skriver.

Samtliga företag ställs inför merkostnader i form av bankavgifter, ökad administration samt andra kostnader relaterade till det svenska utanförskapet, dessa kostnader påverkar dock företagen i olika stor utsträckning. Alfa samt Delta framhåller att dessa merkostnader inte har en markant inverkan på företagets verksamhet då kostnaderna ej uppgår till några ansevärda summor. Gamma å andra sidan anser att merkostnaderna uppgår till en betydande summa för företaget. Som ett led i att sänka sina administrativa merkostnader använder sig Beta av effektiva rutiner och moderna hjälpmedel. Som (Mølgaard Pedersen, 2004) skriver, ställs samtliga svenska företag inför merkostnader i och med det svenska utanförskapet från den gemensamma valutaunionen, merkostnaderna består enligt författaren av samma kostnader som de företag vi varit i kontakt med uppgett.

Något vi ej behandlat i teorin men som framkommit i våra kontakter med företagen, är att merparten av företagen använder sig av euro som valuta vid internationell handel, ej bara med företag inom EMU-området utan även med länder såsom England, Danmark och Kina. Delta offererar samt idkar sin handel nästan uteslutande i euro.

Av ovanstående drar vi de slutsatser att, den flytande växelkursen Sverige har gentemot euron kan påverka företagen både i positiv och negativ bemärkelse. Under de senaste årens deprecierade kronkurs har exporterande företag och då främst de med standardiserade produkter gynnats. Detta i och med att standardiserade produkter möter en större priskonkurrens gentemot differentierade/kundanpassade produkter. Vi upplever att den svenska kronan kan komma att stärkas i framtiden, vid en sådan utveckling kommer de exporterande företagen att hamna i en rakt motsatt situation med högre kostnader för kunden som följd, därmed kommer konkurrenssituationen att försämrats. I och med köp av terminer binder företag upp kapital vilket annars skulle ha kunna användas i den löpande verksamheten. Detta resulterar i att företagets resultat samt likviditet blir lidande. Vidare drar vi slutsatsen att ordervärdet är av stor vikt när företagen skall avgöra om terminssäkringar skall göras, vi anser att detta beror på att vid lägre ordervärde är det ej motiverat med terminssäkring då de eventuella förlusterna ej överstiger den eventuella nyttan. Vi anser vidare att det för företagen kan vara svårt att uppskatta framtida växelkurser och det blir därigenom problematiskt att köpa terminerna till en tillfredsställande kurs. Vad gäller de marginalpåslag företagen tillämpar drar vi slutsatsen att detta skadar företagets konkurrenssituation på exportmarknaden, det då priset på produkten för utländska kunder ökar. I vilken grad företagen påverkas av de merkostnader som uppkommer i och med utanförskapet anser vi i hög grad bero på företagets storlek, småföretagen påverkas i mindre utsträckning än de medelstora. De slutsatser vi drar utifrån detta är, att det faktiska värdet som

exporteras är den avgörande orsaken till hur stora merkostnader ett företag får. Bidragande orsaker är vilken effektivitet och kunnande företagen besitter vid administrationen, samt vilken erfarenhet företagen har av export. Anledningen till att företagen mer och mer övergått till att använda euron som valuta även vid handel med icke EMU-länder, beror enligt oss på att de eftersträvar att minimera antalet valutor. Detta resulterar i minskad valutarisk, förenklad administration samt minskade kostnader för bankavgifter.

5.3 Prissättning

Som regel tillämpar de företag vi varit i kontakt med en kostnadsbaserad prissättning, det vill säga de väger in de kostnader de har för hela produktionskedjan och därefter sätter de priset för sina produkter. I och med att företagen tillämpar denna metod uppstår prisdifferenser mellan de olika marknaderna som de vänder sig emot. Dessa prisskillnader består av de ökade kostnaderna företagen ställs inför när de idkar handel utanför Sveriges gränser, exempel på dessa kostnader är ökade transportkostnader, höjda kostnader för garantiåtaganden et cetera. De företag som tillverkar kundspecifika produkter, är i sin prissättning mer styrda av de krav och önskemål kunden ställer på produkten. Om kunden efterfrågar en produkt som kräver stora insatser i form av arbete och/eller material, blir priset högre än det hade varit vid en mer standardiserad produkt. Enligt (Ådahl & Eklund, 2003) kunde prisnivån skilja sig markant mellan de olika medlemsländerna inom EU före införandet av euron, prisskillnaderna uppkom av en rad anledningar bland annat geografiska barriärer. Denna faktor stämmer väl överens med det företagen påpekat. Även de faktorer som (Verdin & van Heck, 1999) anser påverka prisnivåerna på produkter mellan länder, kan kopplas till de prisskillnader våra fallföretag har i olika länder. Då Sverige valt att stå utanför valutaunionen, består valutarisken för de återförsäljare företagen handlar med, belägna inom unionsområdet, (Fallon, Graham & Willetts, 2000) menar att en gemensam valuta skulle kunna leda till ökad parallellimport. Sveriges utanförskap kan även kopplas till det (Mølgaard Pedersen, 2004) påpekar, nämligen att användandet av olika valutor försvårar för kunden att jämföra priser mellan länder. (Aalto-Setälä & Raijas, 2003) framhåller att prisets betydelse i köpprocessen i stor utsträckning är beroende på kundens preferenser. Detta stämmer väl överens med våra fallföretag och deras prissättningsstrategi, då deras produkter värderas olika i respektive land.

Företagen upplever inte att den generella prisnivån har påverkats i någon nämnvärd utsträckning som ett resultat av att den europeiska monetära unionen blev ett faktum. Detta stämmer inte överens med det (Fallon et al, 2000) skriver, det vill säga att de genomsnittliga prisnivåerna kommer att sjunka genom det ökade konkurrenstrycket och de ökade kundkraven på prisreducering som EMU skapar genom en allt homogenare marknad. Företagen menar att prisnivåerna istället påverkas av den generella branschkonjunktur som respektive företag befinner sig i, med bransch-konjunktur menas rådande konkurrenssituation, kundpreferenser, efterfråga, utbud samt andra faktorer som har en inverkan på den rådande konjunkturen i respektive bransch. Jämför detta med det (Fallon et al, 2000; Rodríguez-Pose, 2002) framhåller, det att prisskillnader minskar då kundens makt emot producenten ökar, genom det moderna samhället med effektivare logistik och avskaffade restriktioner.

Detta resonemang har lett fram till följande slutsatser. De merkostnader företag ställs inför genom det svenska utanförskapet är oundvikliga. Dock skulle vissa kostnader kvarstå även med ett svenskt medlemskap, dessa kostnader beror i stor utsträckning på det geografiska läget Norrbotten har. Trots den effektiviserade logistiken kommer

norrbottniska företag även fortsättningsvis ha högre kostnader för frakt, resor samt transporter än konkurrenter belägna i Centraleuropa. Då de totala kostnaderna för producenter i Norrbotten summerat kommer att vara högre än konkurrenternas, resulterar det i att prisnivån på produkterna hamnar högre än för motsvarande företag i EMU-området. Då merparten av företagen i dagsläget handlar i euro har den eventuella fördelen där kunden har svårare att jämföra priser i och med användandet av olika valutor en minimal effekt. Vi anser att den högre prisnivån kommer att resultera i att företagens konkurrenssituation försämras. Den förändring i den generella prisnivån anser vi inte komma som ett resultat av EMU-samarbetet, vi anser istället att den pris Anpassning som skett är ett resultat av marknadsanpassning. Denna anpassning har kommit till grund av EU och dess strävan efter fri rörlighet för varor, tjänster, kapital samt individer. Anpassningen påskyndas även av globalisering, hårdare konkurrens samt andra externa faktorer som har en allt större påverkan för det enskilda företags fortlevnad.

5.4 Investeringar

Merparten av respondenterna upplever inga större förändringar i investeringsviljan hos sina konkurrenter belägna i EMU-området. Inte heller har företagen förändrat sina investeringsrutiner, utan de investerar när behov för det uppstår. *Delta* upplever dock en viss ökning i investeringar hos sina konkurrenter, denna ökning har sin grund i de krav kunden ställer. Företagets inriktning är att lägga ut produktionen på entreprenad, därigenom minimerar företaget sina investeringsbehov. Investeringsviljan för konkurrenterna belägna i EMU-området stämmer inte alls överens med det (Welfens, 2001) lyfter fram, nämligen att skapandet av EMU har minskat den ekonomiska risken vid handel inom unionen och därigenom stimulerat till en ökning i investeringsnivåerna. Även (Lindbeck, 2003) lyfter fram att en valutaunion leder till minskade risker i samband med investeringar. Enligt författaren leder det svenska utanförskapet till större osäkerhet för de svenska företagen vid sina investeringsbeslut gentemot företag inom euroområdet, inte heller detta stämmer med vad respondenterna uttrycker.

De slutsatser vi drar av ovanstående analys är att EMU inte har haft påverkan på investeringsviljan för företag belägna i eller utanför valutaunionen. Detta strider mot den vedertagna uppfattningen, jämför exempelvis (Welfens, 2001). Allt tyder på att investeringar sker när marknaden efterfrågar det eller för att uppgradera rådande produktionskapacitet. Vi anser att det i huvudsak är marknaden som styr investeringsviljan på så sätt att kunden efterfrågar nya produkter, snabbare/säkrare leveranser, ökade kvantiteter samt lägre priser.

5.5 Utvidgning av EMU

Företagen är väl medvetna om de möjligheter till kostnadsbesparingar som finns i de så kallade nya EU-länderna. Respondenterna lyfter fram olika tillvägagångssätt företagen använder sig av för att kunna utnyttja de lägre kostnadsnivåerna, dessa är nya leverantörer som pressar priset på insatsvaror, egen produktion i regionen samt genom att hitta samarbetspartners med produktion i regionen. *Beta* verkar inom en sådan bransch där kostnadsbesparingar genom utlokalisering till eller nya råvaruleverantörer från de nya EU-länderna i stort omöjliggörs, det då verksamheten är av sådan art där produktionen ej är flyttbar och råvarutillgången är säkrad. Jämför företagens val rörande hur de utnyttjar möjligheterna, med det (O’Gorman, 2001) skriver rörande de strategiska val ledningen gör och hur de är kopplade till utveckling och tillväxt. De ökade handelsmöjligheterna de nya EU-länderna skapar leder enligt (Flam, 2003) till att utbudet ökar, därmed får producenterna (fallföretagen) tillgång till billigare och bättre

insatsvaror, det tack vare den ökade konkurrensen. I och med den planerade framtida utvidgningen av EMU-området har företagen uppmärksammat ett utökat hot från konkurrenter belägna i dessa regioner, och då framförallt från de baltiska länderna, Polen samt Tjeckien. Respondenterna framhåller att hotet består i att företagen i dessa länder har ett gynnsammare kostnadsläge. Tack vare att de har lägre kostnader kan lägre priser även uppnås. Företagen framhåller att hotet i dagsläget inte är överhängande då de anser att det finns inträdesbarriärer. Dessa i form av kundens krav på leveranssäkerhet och produktionskapacitet, de potentiella konkurrenterna saknar även den ”know-how” våra fallföretag anser sig krävas för att tillgodose kundens önskemål. Dessa inträdesbarriärer försvårar för nya aktörer att slå in sig på marknaderna. (Ådahl & Eklund, 2003) lyfter fram orsaker till de prisskillnader som finns inom EU, dessa stämmer väl överens med det vi upptäckt angående de nya EU-länderna. (Fallon et al, 2000) påpekar att prisskillnaderna inom den Europeiska Unionen minskar mellan dyrare och billigare länder, denna utveckling kommer sig av homogeniseringen av marknaden som EU-samarbetet påskyndar.

De slutsatser vi drar av ovanstående är att, det i och med den framtida utvidgningen skapas stora möjligheter men även ansenliga hot för exporterande företag i Norrbotten. Vi anser att de möjligheter som skapas består av nya affärsmöjligheter som uppstår då cirka 100 miljoner personer övergår till att använda euro, vi anser även att de nya EU-länderna inom en snar framtid kommer att utvecklas ekonomiskt och därmed skapas mer köpkraft i regionen. Vidare anser vi att fallföretagen kan minska sin kostnadsbas genom att i högre utsträckning använda sig av leverantörer belägna i de nya EU-länderna, de kan också om möjligt förlägga en del produktion i regionen för att ytterligare minska kostnaderna. Vi erfar att de inträdesbarriärer som existerar kommer att försvinna successivt under en 5-10 års period, denna utveckling hävdar vi kommer att leda till en kraftig ökning i konkurrensen. Företagen bör för att bibehålla sina positioner på marknaden, i tid förbereda sig för denna förväntade utveckling.

5.6 Företagets synpunkter runt EMU

Samtliga respondenter anser att ett eventuellt svenskt medlemskap i EMU-samarbetet skulle skapa gynnsammare förutsättningar när företagen idkar handel med länder som redan ingår i EMU. Denna effekt skulle främst uppnås då valutarisken elimineras men även då administrationen i företagen skulle förenklas. Även reducerade bankavgifter tas upp som ett argument som skulle främja företagen i deras dagliga verksamhet. Ur företagssynpunkt ställer sig samtliga respondenter sig positiva till ett framtida svenskt medlemskap i den gemensamma valutaunionen. Dessa förväntade positiva effekter kan direkt kopplas till det (Mølgaard Pedersen, 2004) framhåller, nämligen att en valutaunion eliminerar kostnader för valutahantering och valutaväxling när handel sker sinsemellan. Författaren understryker även att det administrativa arbetet minskar när man övergår till en gemensam valuta.

Utifrån ovanstående drar vi slutsatsen att företagens representanter är väl införstådda i de positiva aspekter som ett eventuellt svenskt medlemskap skulle innebära. Samtidigt anser vi att representanterna undervärderar de eventuella problem som kan uppstå, dessa problem är dock i huvudsak av penningpolitisk karaktär och därmed ligger de utanför företagens kontroll.

5.7 Avslutande diskussion

När vi inledde arbetet med denna uppsats hade vi för avsikt att undersöka hur konkurrenssituationen för exporterande små- och medelstora svenska företag, har påverkats i och med att Sverige valt att stå utanför EMU-samarbetet. Under arbetets gång har vissa faktorer som framförallt påverkar konkurrenssituationen framkommit, dessa är *Handel*, *Växelkursproblematiken*, *Prissättning*, *Investeringar* samt *Utvidgningen av EMU*. Vi skall nedan presentera det mest väsentliga som framkommit under studien.

- *Handel* – Den handelsökning som enligt teorin skett inom EMU-området, leder till att konkurrenter belägna inom området kan dra nytta av möjligheten till billigare och bättre insatsvaror. I och med att fallföretagens handelsvolym till EMU-området ej har förändrats, menar vi att företagen ej har samma möjlighet som konkurrenterna att dra nytta av fördelarna. Detta leder till att konkurrenssituationen, för företag utanför området och därmed även de norrbottniska företagen, försämrats.
- *Växelkursproblematiken* – Den flytande växelkursregim Sverige tillämpar påverkar prispå bilden på företagens produkter och därigenom exportmöjligheten. Företagen utnyttjar säkringar av varierande karaktär för att minimera osäkerheten som uppkommer vid användandet av en mängd valutor. Det svenska utanförskapet genererar transaktionskostnader som ej belastar företagens konkurrenter belägna i EMU-området. Dessa faktorer leder fram till att en stark korrelation mellan rådande växelkurs och konkurrenssituation för företagen kan uppvisas.
- *Prissättning* – De norrbottniska ställs inför ofrånkomliga transaktionskostnader som konkurrenter i EMU-området inte behöver ta i beaktning. Detta leder till fram till att den slutgiltiga prisnivån på företagens produkter kommer att hamna på en högre nivå än för likvärdiga konkurrenter. Den högre prisnivån påverkar konkurrenssituationen i negativ riktning.
- *Investeringar* – Studien uppvisar ingen förändring i investeringsbenägenheten vare sig hos de norrbottniska företagen eller deras respektive konkurrenter. Då ingen förändring kan uppvisas, har heller inte konkurrenssituationen förändrats.
- *Utvidgning av EMU* – Den framtida utvidgningen kommer att resultera i nya affärsmöjligheter för företagen, dock kommer denna utveckling leda till ett ökat konkurrenstryck och därmed till en framtida ökad hotbild. Den framtida konkurrenssituationen kommer starkt att vara beroende av hur företagen tar till vara på de nya möjligheter som skapas samt hur de förbereder sig på den kommande ökade hotbilden.

Sammanfattningsvis visar studien att konkurrenssituationen för de svenska företagen till viss del försämrats i och med det svenska utanförskapet. Försämringen kommer sig av att företagen ej till fullo har möjlighet att dra nytta av de potentiellt bättre och billigare insatsvarorna, samtidigt har de högre priserna en negativ inverkan. Växelkursen har inverkan på konkurrenssituationen, och kan inverka i både positiv och negativ riktning. Hur utvidgningen i framtiden kommer att påverka är starkt beroende av hur företagen handlar.

REFERENSLISTA

Aalto-Setälä, V. & Raijas, A. (2003). Actual market prices and consumer price knowledge: *Journal of Product & Brand Management*. Vol 12, No 3, pp. 180-192.

Andrén, N. (2001). *Essays on Corporate Exposure to Macroeconomic Risk*. Lund: Lund Business Press Institute of Economic Research.

Anttila, M. (2004). Consumer price perceptions after translation to Euro currency: *Journal of Product & Brand Management*. Vol 13, No 1, pp. 47-55.

Arbnor, I. & Bjerke, B. (1994). *Företagsekonomisk metodlära*. Lund: Studentlitteratur.

Artis, M. & Nixson, F. (2001). *The Economics of the European Union - Policy and Analysis 3rd Edition*. Bath: Oxford University Press.

Babbie, E. (1998). *Survey Research Methods 2nd Edition*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

Baker, J.C. (1999). The European Central Bank: Powers, Policies and Problems: *Managerial Finance*. Vol 25, No 11, pp. 9-16.

Barrett, C.B. & Turongpun, W. (1999). The firm-level effects of European monetary unification: *Managerial Finance*. Vol 25, No 11, pp. 35-42.

Bennett, S. (1998). *Euron och det svenska företaget*. Kristianstad: VI Industrilitteratur AB.

Berg, A. & Borensztein, E. (2000). The Dollarization Debate: *Finance & Development*. Vol 37, No 1, pp. 38-41.

Burda, M. & Wyplosz, C. (2001). *Macroeconomics : a European text*. New York: Oxford University Press.

Calmfors, L. (2003). Hur påverkar EMU sysselsättningen? Vad vi kan säga och vad vi inte kan säga. [www]. Tillgänglig på <http://www.sns.se/document/occasional_paper_94.pdf>. Hämtat den 30 november 2005.

Calmfors, L. Flam, H. Gottfries, N. Haaland Matlary, J. Jerneck, M. Lindahl, R. Nordh Berntsson, C. Rabinowicz, E. & Vredin, A. (1997). *EMU A Swedish Perspective*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Dahmström, K. (2000). *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Denscombe, M. (2000). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.

Du, H. & Zhu, Z. (2001). The effect of exchange-rate risk on exports: *Journal of Economic Studies*. Vol 28, No 2, pp. 106-121.

REFERENSLISTA

- EU-Kommissionen. (2003). Definition av mikroföretag, små och medelstora företag. [www]. Tillgänglig på <<http://europa.eu.int/scadplus/leg/sv/lvb/n26026.htm>>. Hämtat 13 november 2005.
- Europeiska Central Banken, ECB. (2005). EU-utvidgningen och Euron. [www]. Tillgänglig på <<http://www.ecb.int/ecb/enlargement/html/index.sv.html>>. Hämtat den 21 november 2005.
- Fallon, G. Graham, S. & Willetts, R. (2000). Pricing and positioning for the Single European Currency – the state of play among Northampton small and medium-sized enterprises: *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol 7, No 2, pp.171-181.
- Flam, H. (2003). Handel och medlemskap i EMU: *Ekonomisk Debatt*. Vol 31, No 4, pp. 69-74.
- Frankel, J.A. & Rose, A.K. (1998). The Endogeneity of the Optimum Currency Area Criteria: *The Economic Journal*. Vol 108, No 449, pp. 1009-25.
- Frycklund, J. (2002). Med euron försvinner hälften av företagens valutarisk: *Svenskt Näringsliv*. 12 Juni 2002.
- Ghannadian, F.F. (2004). The expansion of the EMU: currency speculation and arbitrage: *European Business Review*. Vol 16, No 4, pp. 398-405.
- Horne, J. (2004). Eight conjectures about exchange rates: *Journal of Economic Studies*. Vol 31, No 6, pp. 524-548.
- Holme, I.M. & Solvang, B.K. (1997). *Forskningsmetodik – Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.
- Jonung, L. & Sjöholm, F. (1997). Hur ser ett ”optimalt” valutaområde ut för Sverige?: *Ekonomisk Debatt*. Vol 25, No 5, pp. 275-285.
- Kempa, B. (2002). Is Europe converging to optimality?: On dynamic aspects of optimum currency areas: *Journal of Economic Studies*. Vol 29, No 2, pp. 109-120.
- Lages, L.P. & Montgomery, D.B. (2004). Export performance as an antecedent of export commitment and marketing strategy adaptation: Evidence from small and medium-sized exporters: *European Journal of Marketing*. Vol 30, No 9/10, pp. 1186-1214.
- Lindbeck, A. (2003). Euron ger oss en effektivare ekonomi: *Dagen Nyheter*. 2003-04-26.
- Lundahl, U. & Skärvad, P.H. (1999). *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*. Lund: Studentlitteratur.
- Micco, A, Stein, E & Ordoñez, G. (2003). The currency union effect on trade: early evidence from EMU: *Economic Policy*. Vol 18, No 37, pp. 315-356.

REFERENSLISTA

Mølgaard Pedersen, A. (2004). Currency Unions and Foreign Trade: *Danmarks Nationalbank; Monetary Review 2nd Quarter 2004*.

O’Gorman, C. (2001). The sustainability of growth in small- and medium-sized enterprises: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol 7, No 2, pp. 60-75.

Potts, N. (2000). Will the single European market make us all richer and happier?: *European Business Review*. Vol 12, No 6, pp. 322-337.

Rodríguez-Pose, A. (2002). *The European Union – Economy, Society, and Polity*. Guildford: Oxford University Press.

Srejber, E. (2002). Ett återförenat Europa – Sveriges och Riksbankens roll. Andre vice riksbankschef Eva Srejber. Tal: Baltic Financial Network. 2002-02-13.

Soper, J.C. (1999). Macroeconomic effects of euro implementation: *Managerial Finance*. Vol 25, No 11, pp. 3-8.

SOU 2002:16. (2002). *Stabiliseringspolitik i valutaunionen*. Stockholm: Fritzes.

Stanek, M.B. (2001). International monetary arrangements: the EU and euro: *European Business Review*. Vol 13, No 5, pp. 279-291.

Stanek, M.B. (2002). A review of exchange rate policies and their effect upon nations and firms: *Management Research News*. Vol 25, No 4, pp. 19-34.

Statistiska Centralbyrån. [www]. http://www.scb.se/templates/tableOrChart_____51328.asp. Hämtat den 24 november 2005.

Thurén, T. (2002). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö: Liber AB.

Verdin, P. & van Heck, N. (1999). The Euro: Operational Hype or Strategic Relevance?: *European Management Journal*. Vol 17, No 4, pp. 356-367.

Welfens, P.J.J. (2001). *European Monetary Union and Exchange Rate Dynamics, New Approaches and Applications to the Euro*. Heidelberg: Springer-Verlag Berlin.

Wikström, K. & Mattson, S. (2003). Det svenska Utanförskapet. [www]. Tillgängligt på <http://www.chamber.se/_upload/se/Om_oss/Rapporter/rapport_emu.pdf>. Hämtat den 11 november 2005.

Winter, J. (1992). *Problemformulering, undersökning och rapport*. Malmö: Almqvist & Wiksell Förlag AB.

Yin, R.K. (2003). *Case Study Research – Design and Research*. Thousand Oaks. Sage Publications.

Ådahl, M. & Eklund, J. (2003). *Allt om EMU*. Kristianstad: SNS Förlag.

Örn, G. (2005). Spekulera in köp valutaoptioner: *Dagens Industri*. 2005-01-17.

INTERVJUGUIDE

Om företaget

1. Företagets namn?
2. Hur stor omsättning har ni?
3. Hur många anställda har ni?
4. Vilken är företagets huvudverksamhet?
5. Vilka kundgrupper vänder ni er till?
Företagskunder, privatpersoner?

3.2 Handel

6. Hur stor andel av er produktion går på export till EMU-området?
Vilka länder inom EMU exporterar ni till?
7. Har er handel med EMU-länder förändrats sedan euron blev ett faktum (1998)?
Om ja, varför och på vilket sätt?
8. Har ni leverantörer inom EMU-området?
Om ja, hur stor andel?
9. Har er andel leverantörer belägna i EMU-området förändrats över tiden?

3.4 Växelkursproblematik

10. Hur påverkas ni av valutafluktuationer mellan kronan gentemot euron?
 11. Har ni försäkrat er mot dessa fluktuationer?
Om ja, på vilket sätt? Om nej, varför inte?
 12. Hur mycket förmodar ni att det svenska utanförskapet kostar er per år?
Ökad administration, bankernas avgifter för pengahantering, transaktionskostnader.
 13. Upplever ni att det finns några andra problem i och med handel med många valutor inblandade?
-

3.3 Prissättning

14. Tillämpar ni en differentierad prissättning mellan de olika marknader ni vänder er till?
15. Efter införandet av euro har ni känt ett ökat behov av prisanpassning?
Om ja, på vilka grunder; kundkrav, ett krav för bibehållen konkurrensförmåga, annat?
16. Har den generella prisnivån på er marknad förändrats, i och med den allt mer homogena marknaden?
17. Har ni märkt någon skillnad på prisbilden från leverantörer belägna i EMU-området efter införandet av euro?

3.4 Investeringar

18. Upplever ni en ökad investeringsvilja från era konkurrenter belägna i euroområdet?
19. Har ni blivit mer försiktiga vid eventuella investeringar i och med Sveriges utanförskap?
Om ja, på vilka grunder?

3.6 Utvidgningen av EMU

20. Om och när de tio nya EU-länderna går med i valutaunionen, kommer detta att påverka er verksamhet?
Om ja, på vilka sätt?

Företagets funderingar runt EMU-samarbetet

21. Vilka fördelar/nackdelar ser ni med ett eventuellt svenskt EMU-medlemskap?
 22. Hur ställer ni er till ett framtida svenskt EMU-medlemskap?
 23. Har ni några synpunkter ni vill lyfta fram rörande EMU och er verksamhet?
-