



Virksomheder strømme...

Maersk satser milli...

Virksomheder strømmer til Vietnam

Virksomheder strømmer til Vietnam

JENS ERIK RASMUSSEN Jyllands-Postens udsendte medarbejder

Jyllands-Posten 16. Februar 2011

VÆKSTMARKED: Det er attraktivt at flytte produktion til Vietnam. Samtidig bliver vietnameserne rigere, så mange har råd til at købe vestlige varer. Men Vietnam er også hårdt arbejde.

HO CHI MINH CITY På Vietnams støvede hovedveje møder man ofte lastbiler med den takkede Mærsk-stjerne bag førerhuset.

På barer og restauranter drikkes der masser af øl tappet af Carlsberg.

En stor del af de havemøbler, som snart skal stilles frem på terrassen, er produceret i Vietnam.

Håndværkerens slidstærke arbejdstøj er i mange tilfælde syet med vietnamesiske nåle.

Og en del af de billeder af boliger, som man kan finde på ejendomsmæglerens hjemmesider, er behandlet i Vietnam.

Efter et langt tilløb strømmere, mer danske virksomheder til Vietnam.

I de seneste år har erhvervslivet for alvor fået øje på mulighederne i den asiatiske tigerøkonomi.

En række af Danmarks store koncerner satser adskillige hundrede mio. kr. i landet.

De følges af mindre og mellemstore firmaer, som lokkes af lave lønninger, politisk stabilitet, høj økonomisk vækst og en ung arbejdsstyrke, der er ivrig efter at lære og tilpasse sig.

Vækst gennem tre årtier

»Antallet af danske virksomheder er på det nærmeste eksploderet.

Jeg får stadig mange henvendelser, og der er fortsat masser af muligheder i Vietnam. De fleste ønsker at etablere produktion herude, og mange ser landet som et godt alternativ til Kina, fordi lønningerne er markant la-« siger Preben Hjortlund, som vi møder en regnfuld eftermiddag på hans kontor i udkanten af Hanoi.

Med 20 år i Vietnam og som mangeårigt medlem af ledelsen i det europæiske handelskammer, Eurocham, er han formentlig den mest erfarne dansker i Vietnam.

Han vurderer, at Vietnam efter næsten tre årtiers uafbrudt vækst efterhånden har nået et niveau, så landet også er attraktivt som marked for danske produkter.

»Antallet af rigtigt rige mennesker vokser hurtigt.

Du kan se både Bentley og Harley Davidson i gaderne, og BMW og Mercedes sælger mange biler i landet. Der er folk, som har penge, og de vil gerne købe eksklusive udenlandske produkter.« Sammen med hustruen har han importeret produkter fra B & O, som sælges fra butikker i Hanoi og Ho Chi Minh City. Selv om de i forvejen temmeligt dyre fjernsyn og lyd anlæg fra den danske koncern pålægges 40 pct.

told, er der købere til apparaterne.

»Samtidig er der en hastigt voksende middelklasse. Selv om lønningerne ikke er høje, rækker pengene langt for personer med gode indkomster.

De betaler ikke skat, og jeg vurderer, at mere end 10 mio. vietnamesere har en købekraft, så de har råd til at købe vestlige varer,« siger Preben Hjortlund.

Mere behageligt end Kina De seneste statistikker viser, at omsætningen i detailhandlen vokser med 25 pct.

om året, så vietnameserne er ivrige efter at bruge penge.

Flere end 125 danske selskaber etableret i Vietnam.

En fordobling på få år. De danske selskaber må imidlertid forvente hård konkurrence, for andre lande strømmer også til Vietnam. De udenlandske investeringer vokser med 25-30 pct. om året, og flere end 5.000 internationale firmaer er på plads i landet.

Erhvervsorganisationen DI mærker også stor interesse for Vietnam. Nogle virksomheder er allerede stærkt repræsenteret i Kina og ønsker at gardere sig ved også at være til stede i Vietnam. Andre foretrækker Vietnam frem for Kina.

»I Kina er alting stort, og mange kinesere foretrækker store koncerner. En del danske forretningsfolk synes, det er nemmere og mere behageligt at være i Vietnam,« siger Hans Peter Slente, markedschef i DI.

Han tilføjer, at forretningsklimaet fortsat er præget af udfordringer, som er typiske for endnu umodne økonomier.

Bureaukratiet er omfattende, infrastrukturen er mangelfuld, og der er mangel på kvalificerede medarbejdere.

Desuden er korrupsionen udbredt, og reglerne kan være uklare. Derfor skal danske virksomheder være indstillet på selv at oplære og uddanne medarbejderne, som til gengæld lærer forbløffende hurtigt.

Etablering tager tid

»Udfordringen er, at den vietnamesiske arbejdskraft er hypermobil. De ufaglærte er på evig jagt efter nogle få ekstra dollars i løn, så personaleomsætningen er høj,« siger Thomas Bo Pedersen, direktør for den danske virksomhed Mascot, der producerer arbejdstøj, som sælges til det meste af Europa.

Vietnam blev medlem af den internationale handelsorganisation WTO i 2007.

Dermed forpligtede landet sig til at leve op til en række betingelser for fri handel.

»Desværre går det langsomt med at opfylde de formelle krav. Vietnameserne er dygtige til at finde på nye procedurer, der reelt fungerer som tekniske handelshindringer,« siger Preben Hjortlund.

Han opfordrer danske virksomheder til at undersøge mulighederne i Vietnam, fordi potentialet er stort. Men han advarer om, at der ikke er lette penge at tjene.

»Det tager tid at etablere sig, og man skal ikke lade sig forblænde af de lave lønninger.

Der er også udgifter til sygesikring, transport, forplejning osv., så omkostningen ofte fordobles,« siger Preben Hjortlund.

Produktionsvirksomheder skal også overveje risikoen for at blive udsat for piratkopier.

Vietnameserne er lige så dygtige som kineserne til at kopiere, og der er ingen respekt for ophavsrettigheder og patenter. På vietnamesiske markeder vrimler det med kopiprodukter, og de er ofte dygtigt udførte.

»Mange vietnamesere har den opfattelse, at copyright betyder ret til at kopiere,« konstaterer Thomas Bo Pedersen.

jenserik.rasmussen@jp.dk

Fakta: HOVEDPUNKTER

Vietnam lokker med lave lønninger, politisk stabilitet, høj økonomisk vækst og en ung arbejdsstyrke.

Både store danske koncerner og mindre firmaer satser millioner af kroner i landet.

Alt materiale i Infomedia er omfattet af lov om ophavsret og må ikke kopieres uden særlig tilladelse.