

Abstract

The international operations of Icelandic companies have grown rapidly during the past few years and this is likely to continue in the near future. The share of services in this development has been smaller than the share of production. On the whole, however, growth in production export in Iceland has surpassed that of export in services. The international operations of Icelandic service companies therefore became the subject of this report and research, the research question being: What are the key success factors in the entry strategies of Icelandic service companies and do they differ between service sectors?

The researcher then developed a model which shows a connection between service sectors, entry strategies and possible key success factors. Subsequently the model was tested at the end of the report on the basis of research involving three companies, which are all in different service sectors and have either a long or a short history in international business. These companies are Eimskip, Flugleiðir and Landsbanki Íslands. The result of the research was that none of these service companies had used indirect export, although they all had used direct export and the key success factors differed between the service companies. None of the companies had used licensing or franchising but two of them had used joint venture as an entry strategy. The key success factors occurred so commonly that they could apply to either of the companies and as a result, they could not be differentiated in this respect. The outcomes of green-field, merger and acquisition concerning branch offices and subsidiary companies were also very similar.

Key terms:

- International business
- Icelandic service companies
- Entry strategies
- Key success factors
- Service sectors

Samantekt

Útrás íslenskra fyrirtækja hefur vaxið hröðum skrefum undanfarin ár og ekkert lát virðist vera á því í nánustu framtíð. Hlutur þjónustu í þessari þróun hefur verið minni en hlutur framleiðslu en vöxtur í útflutningi á þjónustu hefur aftur á móti verið umfram vöxt í útflutningi á framleiðslu. Útrás íslenskra þjónustufyrirtækja var því viðfangsefni þessarar skýrslu og var í upphafi sett fram rannsóknarspurningin: Hverjir eru helstu lykilþættir árangurs í inngöngu íslenskra þjónustufyrirtækja á erlenda markaði og eru þeir misjafnir eftir þjónustugreinum? Í framhaldi af þessari spurningu setti skýrsluhöfundur upp líkan sem miðaðist við það að tengja þjónustugreinar, inngönguleiðir og mögulega lykilþætti árangurs. Líkanið var síðan leitt út í lok skýrslunnar með tilliti til þriggja þjónustufyrirtækja, sem öll eru í mismunandi þjónustugreinum og eiga ýmist langa eða stutta sögu í útrás, en þau eru Eimskip, Flugleiðir og Landsbanki Íslands.

Fram kom í rannsókninni að ekkert þessara þjónustufyrirtækja hafði notast við óbeinan útflutning en öll höfðu þau notast við beinan útflutning og voru lykilþættir árangurs misjafnir milli þjónustufyrirtækjanna. Ekkert af fyrirtækjunum hafði farið inn á markað með leyfisveitingu en tvö þeirra höfðu tekið þátt í rekstri samáhættufyrirtækis og voru lykilþættir árangurs svo almenns eðlis að þeir gátu átt við bæði fyrirtækin og var því ekki teljandi munur þar á milli. Sama kom í ljós varðandi uppbyggingu eða samruna og yfirtöku á skrifstofum eða dótturfyrirtækjum en þar var heldur ekki teljandi munur á milli þjónustufyrirtækjanna.

Lykilorð:

- Alþjóðleg viðskipti
- Íslensk þjónustufyrirtæki
- Inngönguleiðir
- Lykilþættir árangurs
- Þjónustugreinar