

# Utveckling är ständig förbättring

Publicerad i *Svenska Dagbladet* den 10 juli 2011

År 1909 fanns 272 personbilstillverkare i USA. I början av 60-talet fanns i princip bara fyra kvar. Antalet TV-tillverkare steg till 105 efter kriget, 1985 fanns två kvar. Samtidigt som antalet företag minskade steg den totala produktionen. Idag domineras konsumentelektronik-, läkemedels- och personbilsproduktionen av en handfull globala jättar. Mönstret är ofta likartat på tjänstesidan. I Norden finns några av världens absolut största tjänsteföretag såsom HM, Securitas, IKEA och ISS. Securitas har mer än en kvarts miljon anställda, ISS dubbelt så många.

Tillväxt och dynamik handlar i hög grad om att de bästa företagen expanderar genom att konkurrera ut eller köpa upp och omstrukturera konkurrenter. Samtidigt behövs nya företag. Ingen kan i förväg säga vilka företag som kommer att bli de dominerande. Den rivalitet, utslagning och konsolidering som minskar antalet företag när en bransch mognar är nödvändig för att göra de ledande företagen effektiva.

Den som kanske bidragit allra mest till förståelsen för hur branscher utvecklas är professor Steven Klepper vid Carnegie-Mellon University i Pittsburgh. I juni mottog han världens ledande entreprenörsforskningspris – *Global Award for Entrepreneurship Research*.

I tidiga skeden är entreprenörskapet särskilt viktigt. Olika lösningar och många varianter prövas på marknaden. Efter hand blir storskalighet och rationella produktionsprocesser viktigare. Men som visats av 2003 års mottagare av *Global Award*, William Baumol, så kan sällan de globala jättar som småningom utkristalliseras vila på sina lagrar – överlevnad kräver fortsatt förbättring.

Klepper visar också att avknoppningar från befintliga företag är central. Entreprenörer tar med sig kunskaper från de företag de lämnar. Närliggande tekniker integreras och slår ut tidigare produktionsmetoder eller produkter. Mindre företag är ofta effektivare innovatörer, medan de stora företagen skalar upp innovationsbaserade verksamheter och ökar effektiviteten.

Satsningar på kunskapsuppbyggande blir mer framgångsrika om de kombineras med åtgärder som främjar förnyelse och omvandling. En ensidig satsning på nyföretagande är inte heller lösningen, eftersom branscher befinner sig i olika utvecklings- och mognadsstadier. Ett starkt näringsliv byggs i samverkan och konkurrens mellan etablerade storföretag, nya innovativa företag och snabbväxande gasellföretag. Detta kräver många aktörer: innovatörer, entreprenörer, affärsänglar, kompetent arbetskraft, industrialister och framsynta institutionella investerare.

Den bästa ”skolan” för att starta ett nytt företag med god potential är oftast en tidigare anställning i ett storföretag. För att duktiga medarbetare ska ta steget att starta nytt bör inte tryggheten knytas för hårt till den nuvarande anställningen och belöningsinstrument som personaloptioner bör inte betraktas som lön.

En god näringspolitik stärker drivkrafterna för alla nyckelaktörer. Goda *generella* förutsättningar ökar chansen till starka kluster. Eller för att citera Klepper: "Regioner bygger inte framgångsrika företag, tvärtom, företag bygger välmående regioner."

Magnus Henrekson

Professor och vd, Institutet för Näringslivsforskning