

Hur påverkas de mindre företagen av det nya Europa? Företagsspecifika faktorer och "investeringsklimat"

NR: 91- 7 8/ÅR
EKONOMISK DEBATT

STOCKHOLM 3,100 EX
352 1 J

Under senare tid har en allt större uppmärksamhet riktats mot de mindre företagen i Sverige, främst underleverantörerna. Skälen till detta är bl a storföretagens expansion i EG – som aktualiserat frågan om en utlandsetablering för många mindre företag – samt den intensifiering i konkurrensen som förväntas uppstå när den inre marknaden fullbordats. På mycket lång sikt är sannolikt de små företagen helt avgörande för tillväxten i Sverige (Eliasson [1991]).

En utflyttning – eller utslagning – av de mindre företagen kan leda till två särskilt viktiga samhällsekonomiska effekter. Kortsiktigt kan en utslagning av dessa hemmamarknadsföretag,¹ främst underleverantörer, få stora regionala återverkningar på sysselsättningen eftersom tillverkningen är koncentrerad till vissa län. Bidrar dessutom hemmamarknadsföretagen långsiktigt till utvecklingen av ny teknologi kan detta också medföra negativa konsekvenser för svensk industri på lång sikt.

Från tillväxtsynpunkt är det viktigt att skapa ett investeringsklimat som främjar nyetablering av innovativa företag som tillverkar förhållandevis sofistikerade produkter. Detta framstår som särskilt

viktigt mot bakgrund av att de utländska industriinvesteringarna i Sverige under en lång rad av år har legat på en mycket låg nivå. Om stora delar av innovativa hemmamarknadsföretag flyttar ut eller väljer att expandera utanför Sverige, försvåras rekryteringen av kompetent arbetskraft. Likaså minskar möjligheterna till kunskapsöverföring mellan företag lokaliserade i Sverige.

I första delen av denna artikel diskuteras hur företagsspecifika faktorer påverkar hemmamarknadsföretagens förutsättningar att klara den ökade konkurrens som förväntas uppstå i det nya Europa.²

¹ Hemmamarknadsföretag består av renodlade underleverantörer samt övriga mindre företag. Med underleverantör avses tillverkare av insatsvaror som är utsatta för internationell konkurrens – antingen genom köparföretagens internationalisering eller genom deras breda kontaktytor – där minst 20 procent av produktionen går till ett köparföretag. Övriga småföretag definieras av att antal anställda varierar mellan 20 och 200 personer. Samtliga företag är slumpmässigt utvalda ur verkstadsindustrin. Beträffande övriga företagskaraktäristika, se Braunerhjelm [1991].

² I den underliggande undersökningen (Braunerhjelm [1991]) redovisas resultaten separat för renodlade underleverantörer och övriga småföretag. Dessa grupper kommer givetvis att i viss mån överlappa varandra. Ett syfte med undersökningen är också att klargöra hur stor del av ett slumpmässigt urval av småföretag som faller under definitionen för underleverantörer. Det visar sig att denna andel uppgår till knappt 20 procent.

PONTUS BRAUNERHJELM är verksam vid Industriens Utredningsinstitut, Stockholm, och doktorand vid The Graduate Institute of International Studies, Genève.

Tabell 1 Procentuell fördelning av hemmamarknadsföretagens tillverkning på olika produktslag 1990.

	Råvaror	Legotill- verkning	Kompo- nenter	Investerings- varor	Systemtill- verkning	Övrig till- verkning
Underleverantörer	6	37	32	15	6	4
Småföretag	6	19	18	39	12	6

Källa: Braunerhjelm [1991].

Dessa faktorer (kompetens, internationa-
lisering, produktionsstruktur) påverkas
av företagens egna dispositioner och strategier.

Vidare redogörs för hur företagen be-
dömer att externa faktorer, t ex omvärlds-
förändringar och inhemsk ekonomisk poli-
tik ("investeringsklimatet"), påverkar
deras fördelning av investeringar mellan
Sverige och utlandet. Hemmamarknads-
företagens inflytande över dessa faktorer
är begränsat eller saknas helt. Bland ex-
terna faktorer märks främst den fördju-
pade integrationen inom EG och den in-
hemsk ekonomiska politiken. Målsätt-
ningen att skapa en europeisk inre mark-
nad har också lett till ett stort inflöde av
kapital och företag till EG från andra re-
gioner, t ex en allt större etableringen av
japanska underleverantörer. Detta – lik-
som liberaliseringen inom Östeuropa – bi-
drar till att hemmamarknadsföretagen
måste förbereda sig inför en till stora del-
ar helt ny marknadssituation.

Företagsspecifika strukturfaktorer: produktion, kompetens och internationalisering

Produktionsinriktningen visar på stora
skillnader mellan hemmamarknadsföre-
tagen (Tabell 1). Merparten av underleve-
rantörernas produktion – närmare 70
procent – återfinns inom enklare kompo-
nent- och legotillverkning. Tillverkningen
av avancerade system, som i regel kräver
egen utvecklingskapacitet, uppgår till en-
dast 6 procent av deras totala produktion.
Detta illustrerar i viss utsträckning de

problem som främst underleverantörerna
står inför. Förankringen i tillverkningen
av enkla produkter innebär en påtaglig
exponering för priskonkurrens. Länder
med lägre kostnader kan relativt enkelt
överta denna tillverkning. Företagen
fruktar inte enbart konkurrens från stor-
skaliga och mer effektiva producenter
inom EG, utan även Östeuropa framstår
på sikt som ett hot.

Småföretagens situation är ljusare. An-
delen avancerad produktion (system- och
investeringsvarutillverkning) är betydligt
större än hos underleverantörsindustrin.
Likaså skiljer sig kundsammansättningen
väsentligt från underleverantörernas.
Framförallt är beroendet av de svenska
multinationella företagen mindre. Det in-
nebär att den indirekta exponeringen för
utländsk konkurrens är mindre eftersom
köparföretagen till stor del själva är hem-
mamarknadsföretag.

Kompetens är i hög grad kopplat till
olika nyckelpersoner – ett slags entrepre-
nörkunnade – som fångas upp i företagets
lönsamhet. Denna övergripande kompe-
tens är mycket svår att mäta och omfattar
organisationskunnande, management
m m. På en lägre nivå kan dock vissa va-
riabler mätas som är karaktäristiska för
kompetensnivån inom företaget. Tabell 2
visar hur några sådana kompetensvariab-
ler (FoU, marknadsföring, utbildning)
fördelas på företag av olika storlekar. Av
tabellen framgår att storföretagen står i
en klass för sig medan bilden i övrigt är
något splittrad. Mätproblem, speciellt för
de mindre företagen, kan inte uteslutas
och kompletterande kompetensmått ty-

Tabell 2 FoU-, marknadsförings- och utbildningskostnader i procent av totala kostnader för småföretag, underleverantörer och storföretag 1989.

	FoU	Marknadsföring	Utbildning
Småföretag	0,8	4	0,3
Underleverantörer	1,5	3	2,1
Storföretag	9	5	2,2

Källa: Braunerhjelm [1990b, 1991].

Tabell 3 Arbetskraftens procentuella fördelning på olika yrkeskategorier inom svenska småföretag, underleverantörer och storföretag 1989.

	Småföretag	Underleverantörer	Storföretag
Chefer, exekutiv personal	5	3	2
Specialister, högre tjänstemän	9	7	11
Övriga tjänstemän	16	15	29
Yrkesarbetare	46	35	25
Övriga	24	40	33
Totalt	100	100	100

Källa: Braunerhjelm [1990b, 1991].

der på att småföretagen har en högre FoU-kapacitet än underleverantörerna.³ Ett liknande mönster framtonar beträffande utbildningskostnaderna.

Studerar arbetskraftens struktur framkommer också intressanta skillnader (Tabell 3). Storföretagen anställer avsevärt fler inom de tre högst kvalificerade kategorierna. Den traditionella tillverkningsdelen har minskat i storföretagen medan tjänsteproduktion (marknadsföring, finans, data etc) har blivit allt viktigare (Eliasson m fl [1991]), vilket varit nödvändigt för att bibehålla deras internationella konkurrenskraft. Här har hemmamarknadsföretagen halkat efter. Särskilt underleverantörerna domineras av lågutbildad arbetskraft medan småföretagen bygger sin kompetens på yrkesutbildad personal.

Internationaliseringsgraden för hemmamarknadsföretagen är betydligt lägre än hos storföretagen. Den förstnämnda gruppens exportandel uppgår endast till 20 procent – varav en stor del levereras till svenska företag i utlandet – vilket är

knappt hälften av den genomsnittliga exportandelen för verkstadsindustrin i övrigt. På lite längre sikt – i takt med att handelshinder rivs och köparföretagens internationaliseras – kommer denna export att utsättas för en allt hårdare konkurrens. Köparföretagens strategier går också från *multi-sourcing* till *single-sourcing*, d v s man väljer ut ett fåtal primärleverantörer med avsikten att etablera ett långsiktigt samarbete. Produktionskapaciteten utanför Sverige, liksom utlandsinvesteringar, är också mycket blygsamt förekommande bland hemmamarknadsföretagen.

Externa faktorer och "investeringsklimat"

I den enkät som undersökningen bygger på har företagen angivit hur 13 olika faktorer påverkar deras planerade fördelning av investeringarna mellan EG och Sve-

³ I Braunerhjelm [1991] ges ytterligare exempel på FoU-kapacitet.

Tabell 4 Faktorer som styr företagens planerade regionala fördelning av investeringarna (verkstadsindustri), procent, 1990.

	Marknadsfaktorer		Politiska faktorer		Infrastrukturella faktorer	
	Sverige	EG	Sverige	EG	Sverige	EG
Småföretag	25	35	9	42	47	7
Underleverantörer	20	37	3	44	40	8
Storföretag	14	54	12	48	46	8

Källa: Braunerhjelm [1990b, 1991].

rige. Dessa faktorer kan grovt indelas i marknadsrelaterade faktorer, infrastrukturella faktorer samt politiska faktorer (Tabell 4). Hemmamarknadsföretagens förväntningar överensstämmer väl med vad som tidigare konstaterats för de svenska storföretagen (Braunerhjelm [1990a]). Enligt hemmamarknadsföretagens bedömningar kommer EG 1992 att utvecklas till en framtida tillväxtmarknad präglad av en intensifierad konkurrens och dynamik. Det är därför viktigt – i många fall avgörande – att företagen får tillgång till den inre marknaden för att på sikt klara den framtida konkurrensen.

Marknadsrelaterade faktorer, främst närhet till marknaden och kostnadsläget i Sverige, uppges leda till ökade investeringar inom EG. Samtidigt uppges företagen att den naturligaste regionen för expansion är Sverige under förutsättning att konkurrensneutralitet föreligger gentemot företag från andra länder.

Infrastrukturella faktorer syftar på företagens infrastruktur. Exempel på dessa är stordriftsfördelar i befintliga anläggningar, upparbetad kompetens inom företagen samt kommunikation mellan produktutveckling och tillverkning. Samtliga dessa faktorer gör det svårt att bryta den rådande produktionsstrukturen och låser därför fast produktionen vid vissa anläggningar en avsevärd tid framåt. Enligt företagen leder detta till fortsatta investeringar inom Sverige.

Lika entydigt uppges de *politiska faktorerna* tala för att investeringarna förläggs till EG. Gruppen politiska faktorer domi-

neras av osäkerhet angående Sveriges framtida relation till EG.⁴ Intressant är att ett EES-avtal inte anses tillräckligt för att eliminera den politiska risken att ut sättas för diskriminerande åtgärder i framtiden. De hemmamarknadsföretag som befarar framtida diskriminering från EG uppger att de av "politiska" skäl väljer att flytta verksamheten – eller förlägga expansionen – till regioner utanför Sverige, främst den inre marknaden. Energikostnader anges däremot inte vara en faktor som påverkar företagens regionala fördelning av investeringarna.

Resultaten kan tolkas så att företagen bedömer tillträde till EG-marknaden som nödvändigt för deras framtida verksamhet. Samtidigt hävdar företagen att det naturligaste vore att expandera i Sverige. Tillsammans med den inhemska kostnadskrisen framtvingar de politiska faktorerna och kundernas utflyttning en utlokalisering som delvis baseras på andra överväganden än rent företagsekonomiska. En sådan investeringsförskjutning har tidigare präglat storföretagens agerande, med kraftiga investeringsökningar i EG som följd.

Avslutande kommentar

Både företagsspecifika och externa faktorer ("investeringsklimatet", EG 1992)

⁴ Vid tiden för undersökningen rådde fortfarande stor osäkerhet huruvida Sverige ämnade söka medlemskap i EG. Likaså hade inte heller kronan anknutits till EMS.

kan således anföras som skäl till att den våg av utlandsinvesteringar de svenska storföretagen genomfört under senare år kommer att spridas till hemmamarknadsföretagen. Sannolikt sammanfaller denna utveckling med att storföretagen går in i en konsolideringsfas. De totala svenska utlandsinvesteringarna inom tillverkningsindustrin kan därför komma att minska. Företag med en unik kompetens – nisch tillverkning – och stora exportandelar har bäst förutsättningar att klara sig i den nya konkurrensen och att bedriva produktion i Sverige. Likaså kommer företag som har svårt att bryta den existerande produktionsstrukturen även i fortsättningen att förlägga investeringar och tillverkning i Sverige. Företag som tillverkar enklare produkter, dvs den stora majoriteten, riskerar att slås ut. För att undvika detta måste de uppgradera sin kompetens, internationalisera sig och uppnå en konkurrenskraftig skala i tillverkningen. Detta är förenat med stora risker och kostnader och en stor del av företagen kommer inte att klara den anpassningen (jämför teko-industrin under de senaste decennierna). Detta drabbar främst den lågutbildade arbetskraften som redan idag har en besvärlig situation. Beträffande teknologikutveckling medför denna utslagning sannolikt begränsade effekter.

För att främja utveckling och etablering av företag med mer avancerad produktion krävs också att de externa faktorer – ”investeringsklimatet” – inte avviker från näraliggande områdets. Dessa faktorer kan endast i begränsad omfattning påverkas av företagen själva. I en internationaliserad värld minskar nationalstatens betydelse och utrymmet att föra en avvikande inhemsk ekonomisk politik är praktiskt taget obefintligt. Detta illustreras t ex av den Europapolitik som tidigare förts i Sverige, men kan lätt generaliseras till andra områden inom den ekonomiska politiken. En isolationistisk inriktning kan vara direkt tillväxthämmande

och på längre sikt medföra betydande negativa välfärdseffekter. Det är därför viktigt att den ekonomiska politiken utformas så att etablering och utveckling av innovativa, företrädesvis teknologointensiva företag – inhemska och utländska – stimuleras.

Referenser

- Braunerhjelm, P, [1990a], Effekter på den svenska industristrukturen av EG 1992”. *Ekonomisk Debatt*, årg 18, nr 8, s 713–720.
- Braunerhjelm, P, [1990b], *Svenska industrieföretag inför EG 1992*. IUI, Stockholm.
- Braunerhjelm, P, [1991], ”Svenska underleverantörer och småföretag i det nya Europa”. Forskningsrapport nr 38, IUI, Stockholm.
- Eliasson, G, [1991], ”Deregulation, Innovative Entry, and Structural Diversity as a Source of Stable and Rapid Growth”. *Journal of Evolutionary Economics*, vol 1, s 49–53
- Eliasson, G, Fölster, S, Lindberg, T, Pousette, T & Taymas, E, [1991], *The Knowledge Based Information Economy*. IUI, Stockholm.