

Svenska Dagbladet
Den 1 juni 1997

Teknologiskt nytänkande måste stimuleras i Sverige - Riskabelt knyta vår långsiktiga utveckling till de stora företagen

Under det senaste decenniet har internationaliseringen gått mycket snabbt. Genom de stora svenska företagen är detta mera påtagligt i Sverige än i många andra länder. Relationen mellan de svenska storföretagen och den svenska ekonomin har också förändrats. Förändringen belyses av enkla siffror som att 65 procent av sysselsättningen i de svenska multinationella företagen nu finns utanför Sverige. Vid ingången av 70-talet var motsvarande siffra drygt 30 procent. Samtidigt som de stora företagens verksamhet i Sverige blivit en allt mindre del av deras egen verksamhet, så har deras betydelse för Sverige knappast minskat under de senaste decennierna. Den starka internationaliseringen med ökad rörlighet för alla delar i företagens verksamhet har också inneburit att huvudkontorens lokalisering inte är given en gång för alla. Vi har under de senaste åren sett en rad exempel på förflyttningar av stora företags huvudkontor. Oftast har flytten skett i samband med fusioner med andra företag. ABB; Akzo-Nobel, Pharmacia-Upjohn, och Autoliv är exempel på detta.

I andra fall har flytten skett av andra skäl. Flytten av det ursvenska Ikea till Danmark och Holland är ett äldre exempel på detta. Här var orsaken det svenska skatteklimatet. Utflyttningen av svenska rederier är ett annat, men mera speciellt exempel. Att finna exempel på inflyttning är svårare. Sådana finns dock. För några år sedan flyttade Tetra Laval tillbaka ett av sina huvudkontor till Sverige och helt nyligen har norska Raufoss beslutat förlägga sitt huvudkontor till Göteborg.

Kommer att fortsätta

En säker prognos är att den skisserade utvecklingen kommer att fortsätta. Vi kommer att få se flera internationella uppköp och företagsfusioner och därmed också förflyttningar av huvudkontor över gränserna. Vi kommer också av andra skäl att få se nya förflyttningar av huvudkontor. Sett i relation till ekonomins storlek finns det knappast något land som har en större ansamling av stora multinationella företag än Sverige. Det innebär att få länder har en så stor potential företagsutflyttningar som Sverige.

Man skulle emellertid kunna vända på resonemanget. Vår storföretagsdominerade ekonomi borde innebära att vi här skaffat oss större vana än andra länder att skapa en lämplig miljö för denna typ av företag. Det gäller hela den omgivning av regelverk och institutioner som är av betydelse för dessa företag. Politiker och fackföreningar har dessutom decennier av erfarenhet att hantera storföretagsrelationer. Detta talar för att Sverige borde ha speciella förutsättningar att härbärgera storföretagens ledningsfunktioner. För att använda ett modebegrepp så skulle Sverige kunna ha en god attraktionskraft som hemvist för ett kluster av huvudkontor och ledningsfunktioner för stora internationella företag. Utländska företag borde mot denna bakgrund stå i kö för att lokalisera sig i Sverige.

Så är det dock inte. I de förändringar som skett är utflyttningen det normala. De signaler som företagen nu sänder ut pekar mot att denna tendens kommer att fortsätta eller till och med förstärkas. Vi skall inte ge oss på en fullständig analys av orsakerna till detta. I stället vill vi lyfta fram ett särskilt förhållande som är mycket betydelsefullt i detta sammanhang.

Pratat förbi varandra

Detta kan också ge en del av förklaringen till att regering och företagsledare i den senaste tidens debatt har pratat förbi varandra. Denna omständighet är den mycket höga kunskapsintensiteten i de stora multinationella företagen. De multinationella företagens verksamhet är vanligtvis uppbyggda kring en uppsättning tillgångar som är tillräckligt unika för att kunna exploateras kommersiellt i internationell skala. Denna tillgång kan vara ett väl upparbetat varumärke. Coca-Cola är typexemplet för detta. Givetvis måste det varumärke på vilket företaget bygger sin existens hela tiden underbyggas med omfattande insatser av reklam och marknadsföring.

De i sammanhanget nödvändiga unika tillgångarna kan också skapas genom forskning och utveckling (FoU). Även denna måste kontinuerligt underhållas för att säkra företagets fortsatta existens. De svenska flaggskeppen Astra och Ericsson är exempel på detta. Även för denna typ av företag är marknadsföringen en mycket viktig del av verksamheten. FoU och marknadsföring brukar vanligtvis kallas företagens strategiska funktioner. I dessa verksamheter är den genomsnittliga utbildningsnivån på personalen mycket hög. Givetvis gäller detta i särskilt hög grad FoU.

Mer kunskapsintensiva

Den särskilda betydelse dessa verksamheter har i multinationella företag gör att de är betydligt mera kunskapsintensiva än andra företag. Det som är av stor vikt för den nu aktuella diskussionen kring företagens huvudkontor är att det hos multinationella företag världen över finns en mycket stark tendens att förlägga de strategiska funktionerna i anslutning till huvudkontoren. Detta gäller i huvudsak också de svenska multinationella företagen, även om utlandsexpansionen också här varit kraftig under de senaste åren. De strategiska funktionerna har under senare år blivit allt viktigare för företagens tillväxt i en allt hårdare internationell konkurrens. Följden är att de stora svenska företagen under de allra senaste åren gjort mycket stora investeringar i dessa. Detta har medfört att kunskapsintensiteten i företagens svenska verksamhet under särskilt det senaste decenniet blivit mycket hög. Utvecklingen illustreras av diagrammet som anger FoU-intensiteten i den svenska delen av de multinationella företagen och övriga svenska företag. Gapet mellan de stora multinationella företagen och övriga företag har under de senaste åren vuxit på ett mycket dramatiskt sätt.

Ändrad karaktär

Karaktären på deras verksamhet i Sverige har också ändrat sig markant. Detta innebär att frågan om vad som är ett gott företagsklimat kan skilja sig väsentligt åt, mellan huvuddelen av de multinationella företagen å ena sidan och övriga företag å den andra sidan. För de multinationella företagen har frågan om möjligheterna att i landet utveckla kvaliteten i företagets strategiska verksamheter blivit allt viktigare.

Förutsättningarna för att bedriva humankapitalintensiv verksamhet kan sålunda nu vara väsentligt viktigare än en låg bolagsskatt och ett allmänt lågt kostnadsläge. De senare fördelarna kan å andra sidan vara av avgörande betydelse för andra typer av företag, liksom för frågan om var de multinationella företagen skall lokalisera sin enklare produktionsverksamhet. Den stora skillnaden i andelar FoU som framgår av diagrammet motsvaras av ännu större skillnader i de absoluta volymerna. Detta beror på att de multinationella företagen genomsnittligt är väsentligt större än övriga företagen. En följd blir att ca 80 procent av industrins utlägg på FoU sker i de tio största svenska industriföretagen. De stora företagens strategiska verksamhet är sålunda också av strategisk betydelse för Sveriges FoU-profil.

En näringspolitisk strategi

Vi har försökt påvisa hur viktiga villkoren för att bedriva en kunskaps- och utbildningsintensiv verksamhet i Sverige är för de multinationella företagens vidare utveckling i landet. Rimligen borde detta betyda att det finns ett starkt gemensamt intresse mellan regeringen och företagen. Regeringen har ju gång på gång påpekat att Sverige skall konkurrera med hög utbildning och inte med låga löner. En näringspolitisk strategi inriktad på att uppnå detta mål borde rimligen ta sin utgångspunkt i det kunskapskapital som redan i dag finns i de svenska storföretagen. Vi skall avslutningsvis peka på tre punkter som bör ingå i en sådan strategi:

Behovet av breddutbildning får inte sättas i motsats till toppkvalitet på högre utbildning och forskning. För att företagen skall kunna använda forskning som ett konkurrensmedel måste den vara i världsklass. Förutsättningarna för att svensk forskning skall befinna sig där försämras om man, som regeringen gör i dag, satsar en given mängd resurser på ökad volym och regional spridning av insatserna. Detta är bilden i dag när det gäller forskningen och i än högre grad forskarutbildningen. Utbildning måste löna sig. Detta har implikationer både vad gäller skatter och löner. På skattesidan borde detta innebära en återgång till skattereformens 50 procent i marginalskatt. Även då är den totala skattekillen så bred att den offentliga sektorn tar in den helt övervägande delen av individens extra inkomst av en extra utbildningsinsats.

De höga marginalskatterna

Med 50 procent som marginalskattetak blir det dock möjligt för den individ som står inför valet att göra en utbildningsinvestering att överblicka skattebelastningen på sina framtida inkomster. Med dagens politik av fortgående marginalskattehöjningar är inte detta möjligt. För att utbildning skall löna sig krävs inte bara rimliga skattevillkor utan också att företagen har en lönepolitik som gör utbildning attraktiv. Dagens situation förefaller i allt för hög grad präglas av att företagen accepterat LO:s syn på solidarisk lönepolitik, samt att de stora företagen har en mycket god förhandlingssituation mot nyutbildade ingenjörer. Resultatet är bruttolöner som redan före skatt ligger under internationella nivåer. Medan detta kortsiktigt kan vara en kostnadsbesparande lönepolitik blir den långsiktiga effekten att de tekniska utbildningarna inte blir tillräckligt attraktiva för att företagen, i Sverige, skall kunna få god tillgång till högt kvalificerad teknisk arbetskraft.

Måste stimuleras

Teknologiskt nyföretagande måste stimuleras. Ett skäl till att FoU-insatserna blivit så kraftigt koncentrerade till de stora företagen är att vi i Sverige haft mycket lite av teknologiskt nyföretagande och avknoppning från de stora företagen. Att stimulera sådan aktivitet är nödvändigt om vi på sikt skall skapa en större bredd i den forskningsinriktade industrin. Detta kräver bland annat en generell politik som är mera gynnsam för nyföretagande och privat risktagande än dagens politik. Vad som ofta glöms bort i all retorik kring den ekonomiska betydelsen av högre utbildning är att om utbildningen skall resultera i bättre konkurrenskraft och bättre reallöneutveckling, så måste det finnas företag där kunskapen omvandlas till goda affärsidéer och förbättrad produktivitet.

Olyckligt och riskabelt

I dag är de stora multinationella företagen alltför ensamma i den svenska ekonomin om att stå för denna ekonomiska transformation av kvalificerad utbildning och kunskap. Det vore utomordentligt olyckligt om den ekonomiska politiken i Sverige skulle jaga också dessa på flykten. Det vore å andra sidan mycket riskabelt om vi skulle knyta hela vår långsiktiga utveckling som avancerad industrination till att just dessa företag fortsätter att utvecklas i Sverige. Målet för den skisserade näringspolitiska strategin bör alltså inte bara vara att de kunskapsintensiva företag vi har vidareutvecklar sin verksamhet i Sverige utan också att det skapas nya kunskapsintensiva verksamheter här genom nyföretagande, avknoppning och inflyttning av utländska företag.

Bildtext: Författarna är chef respektive biträdande chef vid IUI (Industriens Utredningsinstitut).

©Svenska Dagbladet eller artikelförfattaren.