

Färre svenska jobb när företag hetsas att internationalisera

Dagens Nyheter den 23 mars 2018

Företag som från start har siktet inställt på världsmarknaden, så kallade born globals, har på senare år pekats ut som viktiga för Sveriges framtid. Inte minst politiker tror sig ha hittat en källa till förbättrad konkurrenskraft, tillväxt och jobbskapande.

Åtgärderna har inte låtit vänta på sig och regeringen implementerar nu offentliga stödprogram speciellt riktade mot born globals. En snabb internationalisering leder dock till färre jobb, inte fler, och i värsta fall riskerar regeringens åtgärder att hetsa lovande företag ut i världen innan de är redo.

Det svenska välståndet har till stor del byggts upp av framgångsrika exportföretag och vår framtida välfärd förutsätter en stark export. Men det är fortsatt svårt att uppmuntra unga företag att ta steget ut på den internationella marknaden då sådana initiativ alltid innebär betydande risker.

Detta har medfört ett stort intresse för exceptionellt exportorienterade företag, born globals, som förväntas spela en avgörande roll för jobbskapande och tillväxt framöver. Regeringen lyfter särskilt fram dessa företag i exportstrategin och finansierar stödprogram för internationella snabbväxare.

Born globals förklaras inte av den traditionella internationaliseringsprocessen där företagen gradvis expanderar sin försäljning till utlandet. Några av de egenskaper hos born globals som visat sig öka förmågan att snabbt börja exportera är att verksamheten är kunskapsbaserad, att den är humankapitalintensiv och att produktion och distribution är flexibel samt att infrastrukturen är skalbar. Dessa egenskaper passar väl in på databehandlingsbranschen där man hittar de flesta exceptionellt framgångsrika exemplen på svenska born globals: Skype, Mojang, Spotify, Soundcloud, King, Paradox Interactive och Videoplaza.

Tilltron till born globals är dock för stor. Det finns inga belägg för att en snabbare internationaliseringstakt långsiktigt leder till fler jobb än i andra exportföretag. Born globals tenderar snarare att ha färre anställda än jämnåriga företag med lägre exportintensitet. Det visar vi i en ny studie ("Born globals – fakta och önsketänkande", Karl-Adam Bonniers Stiftelse) där vi analyserar svenska born globals inom tillverkning, handel och tjänstesektorn och hur dessa utvecklats under 2000-talet jämfört med andra företag.

Att mjukvaruföretag med global räckvidd och fenomenal tillväxt i omsättning inte nödvändigtvis genererar särskilt många jobb är tydligt om vi tittar närmare på de svenska framgångssagorna Spotify och Mojang. Tre år efter starten lanserade Spotify sin musikströmningstjänst i sex länder och hade då 34 anställda. Dataspelsföretaget Mojang lanserade Minecraft med endast åtta anställda och när de ett par år senare såldes till Microsoft för 2,5 miljarder dollar hade de 24 anställda.

Trots sin extrema framgång och skyhöga värdering har Spotify inte skapat mer än drygt 1 000 jobb i Sverige och allt tyder på att den framtida expansionen av antalet anställda kommer att ske i andra länder. Inte heller i tillverkningsindustrin ser vi någon kraftig tillväxt hos born globals. Tio år efter

starten har de i genomsnitt bara runt fem anställda. Förväntningarna på born globals som jobbskapare behöver tonas ner.

Om vi vill påskynda tillväxten av jobb är starkare incitament för etablering av utländska filialer i Sverige mer effektivt; dessa är överlägsna born globals som jobbskapare. Utländska dotterbolag som etablerar sig i Sverige växer snabbare och har i genomsnitt 60 procent fler anställda. Ur sysselsättningssynpunkt är det därför effektivare att verka för ett företagsklimat som lockar multinationella företag att öppna filialer och dotterbolag till Sverige.

Born globals inom tillverkning, handel och databehandlingsverksamhet utgör bara några få procent av alla företag inom dessa branscher. Åtgärder specifikt inriktade mot att stödja born globals blir därmed synnerligen selektiva och utesluter många lovande företag som väljer en något försiktigare internationaliseringsstrategi. En risk här är att nystartade företag, för att komma ifråga för stöd riktade specifikt till born globals, uppmuntras att etablera sig på utländska marknader i en takt som företaget varken har tillräcklig finansiell styrka eller tillräckliga resurser att klara av. I värsta fall kan det innebära att företagets överlevnad hotas.

Om policydiskussionen i allt för hög grad fokuserar på born globals, riskerar man att underskatta betydelsen av att skapa gynnsamma generella förutsättningar för entreprenörskap, företagande och "vanliga" exporterande företag. I stället för att fokusera på born globals bör regeringen verka för ett konkurrenskraftigt företagsklimat som attraherar fler internationella etableringar och underlättar för företag att locka till sig högutbildade talanger med rätt specialistkompetens.

Några viktiga åtgärder är här ökade möjligheter att snabbt få arbetstillstånd för utländska experter från länder utanför EU, en bättre fungerande bostadsmarknad och skatteregler som gynnar uppbyggnad av svenskt ägarkapital med goda möjligheter för grundare och riskkapitalister att dela med sig av ägandet till nyckelmedarbetare. Det skulle gynna utvecklingen av fler företag och även ge framgångsrika born globals, som Spotify, möjlighet att fortsätta sin tillväxt i Sverige.

Shon Ferguson

Magnus Henrekson

Louise Johannesson