

En ny värld kräver ett förändrat Sverige

Flyttar företagen eller inte? Är det något nytt med globaliseringen? Har vi en skarpare internationell konkurrens? Finns det skäl för Sverige och övriga västra Europa att förändras i en ny värld?

En del svarar nej. Företagen har alltid hotat flytta, säger de. Världen är inte mer globaliserad nu än för 100 år sedan. Vår samhällsmodell är konkurrenskraftig, lyder slutsatsen. Inget behöver förändras.

Få företagare skulle instämma i detta. Allt fler, även mindre företag, märker av en ny och tuffare situation. För konsumenten och samhället är det förstås bra att konkurrensen har sträckts ut från byn vidare till landet och nu till världen. Men det ställer nya krav.

Allt större delar av världen har skapat möjligheter att producera. Först var det bara västra Europa. Sedan blev det i tur och ordning Nordamerika, Japan och Sydostasien. Nu är det även Öst- och Centraleuropa, Kina och Indien. 400 av världens 500 största företag har förlagt centrala funktioner till Kina.

I de länder – Kina, Indien och Ryssland – som nu är öppna för konkurrens bor sammantaget 2,5 miljarder människor. I Nordamerika, Japan och EU bor 0,8 miljarder. Kostnaderna för produktion i dessa nya marknadsekonomier är mindre än hälften så höga.

Hela världsekonomin växer, i år med kring fem procent. Fantastiskt. Alla kan få det bättre samtidigt; tillväxt. Men bakom siffran står att några har mycket hög tillväxt och andra betydligt lägre. Konkurrensen om tillväxten – företagen och jobben – är tuff.

Ny teknik, öppna marknader och nya typer av företag har gjort detta möjligt. I början av 1990-talet fanns det 37 000 internationella företag med 175 000 dotterbolag. År 2002 hade antalet ökat till 64 000 företag med 870 000 dotterbolag. Hela 60 procent av världens handel sker inom dessa företag.

Vi kan även se stora förändringar i antalet anställda i svenskägda bolag med dotterbolag utomlands. 1987 hade de 750 000 anställda i Sverige och 480 000 utomlands. 2002 hade de 520 000 anställda i Sverige och 960 000 utomlands. Var tredje större företag har outsourcat verksamhet under senare år.

Situationen är i stor utsträckning ny. Motsatt påstående är inte sant. En del är helt nytt, som ny teknik och öppna marknader. Annat är dramatiskt mer av sådant som fanns förut, som handel, rörligt kapital och multinationella företag.

Att i detta läge, som västeuropeiskt land, välja att inget göra har sina risker. Kjell-Olof Feldt konstaterade en gång att när förändringar väl blir politiskt möjliga är det ekonomiskt ändå för sent. Redan idag är tecknen på ett rejält skarpare konkurrenstryck tydliga. Hur mycket tydligare måste de bli? Hur många företag måste flytta? Hur mycket måste tillväxten sjunka?

Än värre vore dock att förändra, men i fel riktning. I USA förs en debatt med protektionistiska åtgärder; både tullar och företagsstöd föreslås. I Europa sker försök att tvinga de nya EU-medlemmarna att höja sina skatter och försämra sina konkurrensvillkor. Den typen av förändringar är kortsiktiga, destruktiva och löser inget.

Utgångspunkten måste vara att den globaliserade världen är löftesrik. Den utsträcker den fria ekonomin. Fler människor än någonsin tidigare kan få bra liv. I den mån vi får svårare att konkurrera så avhjälpas det inte genom att hindra konkurrensen utan genom att vi blir bättre.

Många är bra på mycket även i den gamla världen. Kompetensen är hög inom ett antal branscher. Vi har entreprenörer, engagerade företagare och skickliga medarbetare. Men deras förutsättningar att lyckas sätts i stor utsträckning politiskt. Där ligger bollen, det är de som måste förbättra situationen. I en öppen värld måste Sverige bli en attraktiv plats. Vi måste locka företag, inte stöta bort dem.

Vår samhällsmodell med höga skatter, offentliga monopol och stora transfereringar kunde existera under skydd. När resten av världen var fattig och inte kunde konkurrera, när ekonomin var sluten, när gränserna var skarpa, när IT inte fanns – då höll den. Men nu är kraven stora på att förändra den. I en ny situation måste vi skapa nya förutsättningar

Johnny Munkhammar
Omvärld och trender, Svenskt Näringsliv