Satsa på innovationer i lågkonjunktur

Publicerad: 2012-02-10 09:01
Lågkonjunkturer då orderböckerna inte är fulla är bra tillfällen att utveckla produktportföljen. Då kan företag satsa på innovationsverksamheten och få ett försprång gentemot konkurrenterna när vindarna vänder. Varför gör så få det?
TIPS! Läs artikeln "Vässa konkurrenskraften under lågkonjunkturen"
FÖRDJUPNING Läs rapporten "Innovationsplan Sverige" från IVA-projektet Innovation för tillväxt Följ Tõive Kivikas ledarskapsblogg

Det har sagts förut, men tål att sägas igen: Använd medarbetarnas innovationsförmåga i lågkonjunktur för att utveckla nya och bättre produkter eller tjänster så att företaget är bra rustat när konjunkturen vänder. Då har företaget en större chans att hinna med tåget och bevara eller öka sin konkurrenskraft och samtidigt slipper många att bli arbetslösa.

MÅNGA ARBETSLÖSA I FÖRRA LÅGKONJUNKTUREN

För ett par år sedan var svenska företag starkt påverkade av den globala finanskrisen och det grävde ett djupt hål i den svenska arbetsmarknaden. Den öppna arbetslösheten steg till nio procent när företagen reflexmässigt jagade kostnader och personalneddragningar var det som omgående gav ett lite bättre resultat vilket aktieägare krävde.

Sedan gick allt väldigt snabbt. Sverige hade en tillväxt under 2010 i nivå med flera tillväxtländer. Många jublade, men det fanns en baksida. Tillväxten skapade inte nya jobb och det är ingen ny företeelse. I Svenska Dagbladet skrev ledarskribenten Maria Ludvigsson (juli 2011) att under de senaste 60 åren har inte ett enda nytt jobb netto skapats i privat sektor i Sverige. Inte ett enda.

EN NY LÅGKONJUNKTUR

Nu är vi åter inne i en lågkonjunktur. Kan det vara så att svenska företag i någon mån vågar byta strategi och istället för att jaga kostnader satsar på att utveckla bättre och billigare produkter eller tjänster här nu, för att snabbt kunna ta nya marknadsandelar när det vänder?

- När lågkonjunkturen biter ifrån sig hårdare så blir det personalneddragningar igen, svarar Tõive *Kivikas* som föreläser om att skapa kreativa företagskulturer för Ingenjörsamfundets satsning Innovatörerna och fortsätter.

- Det skulle kunna visa att man alltför mycket ser personalen som en kostnad och när ekonomin blir besvärlig måste man skära i sina kostnader. Jag misstänker att det är den naturliga reaktionen för att minska förlusterna och få lite bättre resultat. Jag har inte sett i massmedia att företag har bevarat medarbetare för att förbättra sin position och stärka sin konkurrenskraft.

EUROPAS SVAGA EKONOMI

Statistiken över sysselsättning och arbetslöshet bekräftar detta. Arbetslösheten minskar inte längre, 7,1 procent var arbetslösa i december 2011, och antalet sysselsatta ökade bara svagt. För ett år sedan trodde prognosmakarna att vi i år skulle vara nere i sex procents arbetslöshet.

- Säkerligen har försäljningen gått ner, speciellt i de länder som är mest drabbade av de ekonomiska problemen. Det är en stor del av Europa, till exempel Italien som är en stor marknad för SKF och Sandvik. Sandvik är ett företag som vi vet har dragit ner.

FINNS DE NYA JOBBEN HOS SMÅFÖRETAGEN?

Var ska vi leta efter de nya jobben och en förbättrad konkurrenskraft för Sverige? Politiker sätter sitt hopp i mångt och mycket till småföretag och nya företag. För att genomföra det behövs människor som vågar och vill satsa på ett eget företagande och det verkar som om intresse finns. Drygt 60 procent av svenskarna tror att det finns goda möjligheter att starta företag och 40 procent att de själva har goda förutsättningar för att lyckas. Det visar den internationella studien Global Entrepreneurship Monitor.

- Svenskar i allmänhet har en attityd som inte stämmer med verkligheten. Många tror att de kan starta företag och att de kan få igång ett företag snabbt och få det lönsamt, men varför är det bara två procent som är i färd att starta företag nu. Det tyder på att det inte är så lätt, men var är hindren? Vi måste ändra folks uppfattning om småföretagen. Det är då vi också kan förändra bland skattesystem och annat, eftersom då vill politiker göra något åt det.

SAMARBETA OM INNOVATIONER ELLER INTE?

Entreprenörskap är en sida av nyföretagande, som i förlängningen kan öka sysselsättningen och konkurrenskraften, innovationsförmågan en annan. En studie över den svenska innovationsverksamheten 2008-2010 som SCB presenterade i januari i år, visar att det är de större företagen, med fler än 250 anställda, som samarbetar för att skapa innovationer. Två av tre stora företag bedrev innovationssamarbete och endast ett av tre företag med 10-49 anställda.

Spelar samarbeten någon roll eller skulle de lika gärna kunna använda sina medarbetares innovationsförmåga?

- Det görs, men jag tycker att man borde utnyttja dem mer. De medarbetare man har är redan bekanta med branschen och arbetar i verksamheten. Där finns den närliggande kompetensen

till skillnad från om man förvärvar kompetensen. Det kräver ekonomiska resurser och jag misstänker att det kan vara ett av problemen.

STÖTTA SMÅFÖRETAGEN

Tõive Kivikas är ledamot i Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademiens (IVA) och var med i projektet ”Innovation för tillväxt”, som presenterade sin rapport för regeringen förra året.

Vad kan politiker göra för att stötta småföretagens innovationsverksamhet?

- I projektet kom vi in på många av dessa frågor. Mindre företag, speciellt i de tidiga faserna, är känsligare för de pålagda avgifterna, till exempel skatter och sociala avgifter, än storföretagen som har större marginaler. IVA föreslog en hel rad åtgärder för att förbättra småföretagens situation.

PRODUKTINNOVATIONER STOD FÖR 8 % AV OMSÄTTNINGEN

I SCB:s studie över innovationsverksamheten rapporterades om hur stor andel av omsättningen i svenska företag som bygger på nya produkter, nya både i företagets produktportfölj och på marknaden. Studien visar att produktinnovationer stod för åtta procent av företagens omsättning under 2008-2010.

Vad säger det?

- Åtta procent av omsättningen från innovationer kan vara bra. Hur många som kommer från förvärv och från egna produkter vore intressant att se. Förvärv är enkelt, men egna nya produkter… förhoppningsvis kom merparten från egna nya produkter då de borde ha bättre marginal. Frågan är hur konkurrenterna har presterat. Åtta procent är bara bra om det leder *TILL ATT FÖRBÄTTRA FÖRETAGETS KONKURRENSSITUATION*.

VÅGA SATSA I LÅGKONJUNKTUREN?

Frågan är om modet finns i de svenska företagsledningarna, vågar de satsa sig ur denna lågkonjunktur? Marcus Wallenberg som var ordförande för IVA:s projekt reflekterande över innovationsförmågan i Sverige och det svenska ledarskapet i en intervju i Dagens Industri i höstas: ”Vi kan ibland faktiskt fråga oss om vi inte blivit för fega för att tänka nytt i Sverige”.

Tõive Kivikas, håller du med?

- Jag tror att nyckelfrågan är kopplad till ledarskap. Det är ledaren som är ytterst ansvarigt för vad som sker på gott och ont. De företag som fokuserar på ledarskapet kommer att vara framtida vinnare.

Det vore intressant att följa ledare som vågar satsa på innovationsförmågan i företaget under lågkonjunktur. Känner du någon som vill stiga fram? Tipsa vår redaktör.

Av: Helena Thorén, helena.thoren@ingenjorsamfundet.se

Ansvarig utgivare: Terje Andersson, terje.andersson@ingenjorsamfundet.se