

# Den stora utmaningen

En jämförelse av konkurrenskraft med de nya konkurrentländerna

Christian Westerlind Wigström

OKTOBER 2004



## **Den stora utmaningen**

- En jämförelse av konkurrenskraft med de nya konkurrentländerna

Av Christian Westerlind Wigström

**Sammanfattning: En allt mer internationell ekonomi har ökat konkurrensen på den svenska marknaden. Detta har gjort konsumenten, som idag betalar mindre för många varor mot vad som tidigare har varit fallet, till den stora vinnaren. För företag däremot har det blivit svårt att producera i Sverige eftersom de höga produktionskostnaderna starkt begränsar hur mycket priserna kan pressas utan att företagen går med förlust. Lösningen har blivit att utlokalisera verksamhet. I denna rapport jämförs bland annat arbetskraftskostnader, produktivitet, energipriser, valutor och skatter i Sverige och de nya konkurrentländerna. Vi har valt att koncentrera oss på de nya EU-medlemmarna, Kina och Indien. Generellt är dessa länder starka alternativ till Sverige.**

## **Innehållsförteckning**

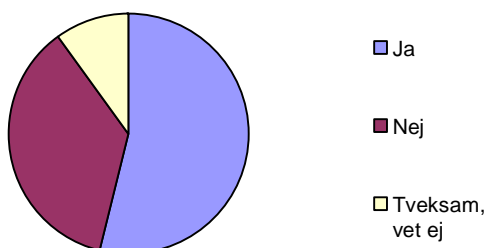
<b>Inledning .....</b>	<b>4</b>
<b>Historik .....</b>	<b>9</b>
<b>Konsument .....</b>	<b>11</b>
– Konsumentprisindex	
<b>Företag .....</b>	<b>14</b>
– Arbetskraftskostnader	
– Produktivitet	
– Energipriser	
<b>Företagsexempel .....</b>	<b>24</b>
– Electrolux	
– Consilium	
<b>Institutionella Faktorer .....</b>	<b>25</b>
– Valutor	
– Skatter	
<b>Slutsats .....</b>	<b>34</b>
<b>Appendix .....</b>	<b>38</b>
– SIFO-resultat	

## Inledning

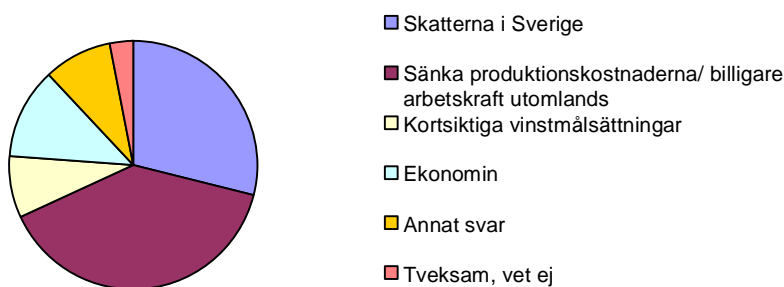
Mellan 2000 och 2002 tillkom c:a 34 700 arbeten hos de 25 största svenska arbetsgivarna. Samtidigt minskade i Sverige antalet jobb vid samma företag med 32 900<sup>1</sup>. I utlandet fick med andra ord över 62 000 personer anställning hos något av de 25 största svenska företagen (sett till antal anställda). Mellan hösten 2000 och hösten 2004 sjönk antalet industrijobb med cirka 75 000 i Sverige.<sup>2</sup>

I en SIFO-undersökning som Svenskt Näringsliv lät göra den 13 - 16 september 2004 ombads 1000 slumpvis uppringda svenskar med olika bakgrund och i olika åldrar svara på frågor om anledningar och ansvar avseende att många svenska företag flyttar utomlands. (För en fullständig redovisning av resultatet, se appendix). Så här blev resultatet:

1. Tycker Du att svenska företag som flyttar utomlands visar bristande ansvar mot det svenska samhället?



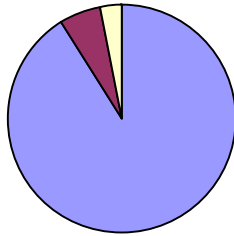
2. Vad tror Du är den viktigaste anledningen till att svenska företag flyttar utomlands?



3. Tror Du att den allmänna bilden är att företag flyttar utomlands för att öka företagets vinst eller tror Du inte det?

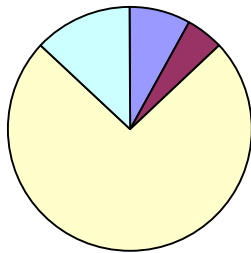
<sup>1</sup> Ekonomisk Litteratur, "Sveriges 25 största företag 2003/2004"

<sup>2</sup> SCB, Svenskt Näringsliv



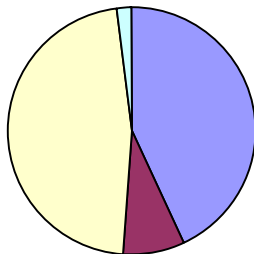
- Ja, jag tror att den allmänna bilden är sådan
- Nej, jag tror inte att den almäna bilden är sådan
- Tveksam, vet ej

4. Tror Du att kostnaderna för industriproduktion är lika höga i andra länder som i Sverige?



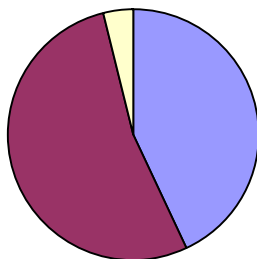
- Ja
- Nej, dyrare
- Nej, billigare
- Tveksam, vet ej

5. Bryr Du dig om ifall en produkt är svensktillverkad när det handlar om sällanköpsvaror, t. ex. dammsugare eller kylskåp?



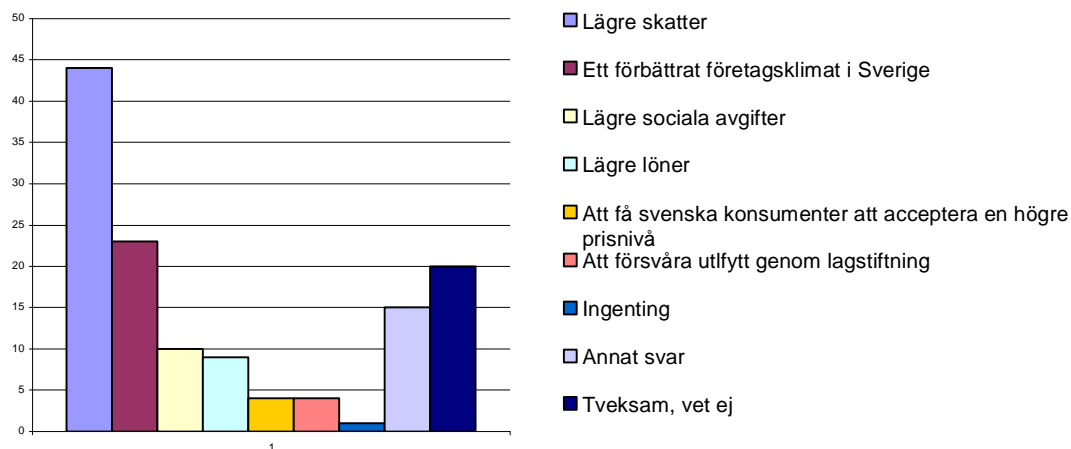
- Ja, handlar gärna svenskt
- Ja, men handlar lika gärna utländskt
- Nej, bryr mig inte om det
- Tveksam, vet ej

6. Skulle Du vara villig att betala ett högre pris för exempelvis ett strykjärn för att det är svensktillverkat?



- Ja
- Nej
- Tveksam, vet ej

7. Vad tror Du skulle göra att fler företag valde att stanna i Sverige?



Ett förhållande är tydligt. En majoritet, 54 %, anser att företag som flyttar visar tecken på bristande ansvar mot det svenska samhället samtidigt som endast en minoritet, 43 %, är villiga att betala mer för en sällanköpsvara för att den är svensktillverkad. Företagen hamnar i kläm. Om konsumenterna visade samma solidaritet med svenska producenter som de själva kräver att producenterna ska visa Sverige, skulle det finnas större möjligheter för företagen att kunna behålla höga priser och därmed kunna täcka de höga produktionskostnader som är förbundna med att producera i Sverige. Det finns alltså ett behov för svenska företag att övertyga de inhemska konsumenterna om att i första hand köpa svenskproducerade varor trots högre priser. Alternativet är att pressa priserna och därmed också produktionskostnaderna. Om man dessutom betänker att den svenska marknaden för många av Sveriges största företag endast utgör en bråkdel av deras totala försäljning, blir utmaningen ännu större: de måste få konsumenter världen över att acceptera högre priser för att kunna behålla produktion i Sverige. Chanserna att lyckas kan tyckas små. Om inte ens svenska konsumenter är villiga att betala för en svensk industriproduktion, varför skulle de tyska eller italienska göra det? Konsumenten har makten. Företagen måste följa efter eller gå med förlust.

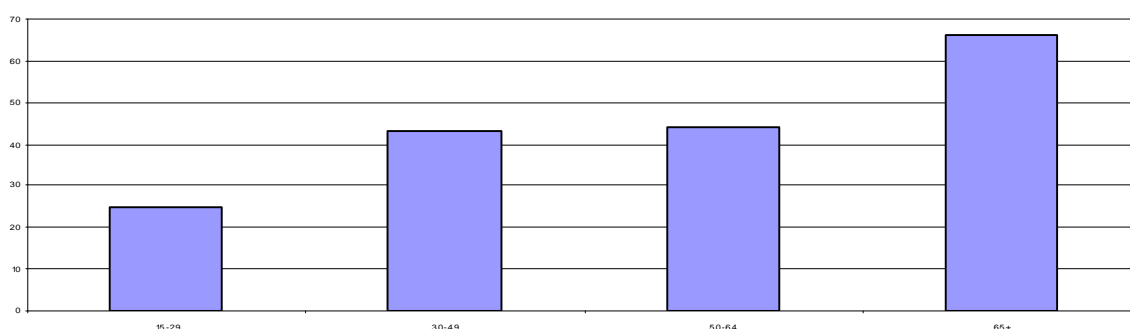
Undersöker man svaren på frågorna som rör anledningar och generella attityder till att företag flyttar är de olika åldersgrupperna ense.

Samtliga åldersgrupper uppger att de tror att kostnaderna i Sverige som skatter (alla: 29 %) och den dyrare arbetskraften (alla: 30 %) är de två viktigaste anledningarna till att företagen flyttar.

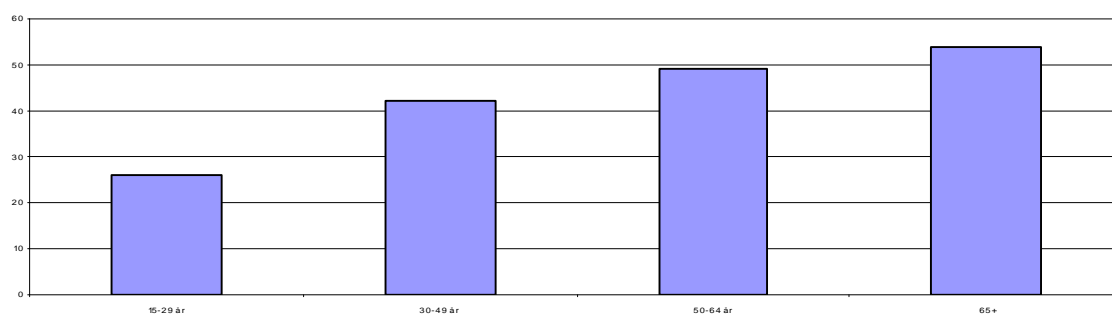
Vidare råder bred enighet om att det är billigare att producera i utlandet (73 %) och att ett förbättrat företagsklimat (23 %) och framför allt lägre skatter (44 %) skulle göra att fler företag skulle stanna kvar i Sverige.

Tittar man däremot på frågor som rör den egna attityden och konsumentbeteendet uppvisar äldre och yngre slående skillnader.

Inom gruppen 15 - 29-åringar svarar bara 25 % att de föredrar svensktillverkade sällanköpsvaror framför utländska. Motsvarande siffra för åldersgruppen 65 + ligger på 66 %.



Lika tydlig är tendensen när det gäller villigheten att betala mer för svensktillverkade varor. Endast 26 % av gruppen 16-29-åringar kan tänka sig att betala mer för produkter för att de är svensktillverkade. Bland 65+ är det däremot en majoritet, 54 %.



Det handlar alltså om en vittgående attitydförändring bland svenska konsumenter. I framtiden kan konsumenterna alltså förväntas vara allt mindre intresserade av huruvida en produkt är svensktillverkad och allt mer intresserade av att köpa det mest kostnadseffektiva alternativet. Företagen måste följa utvecklingen och anpassa sig efter de nya förutsättningarna. Om lägre priser är viktigare än tillverkningsland för konsumenten så blir också lägre kostnader viktigare än tillverkningsland för producenten.



Sammanfattningsvis om SIFO-undersökningens resultat kan man fastslå att svenskers uppfattning om vad den allmänna bilden varför företag flyttar utomlands skiljer sig dramatiskt från de flestas personliga uppfattning.

De allra flesta tror sig veta att industriproduktion i utlandet är billigare än här. Likaså anser många att Sverige måste få ett bättre företagsklimat och lägre skatter för att kunna behålla företag i landet.

Trots detta finns det en majoritet som tycker att företag visar brist på ansvar mot det svenska samhället när de väljer att flytta utomlands. Talande nog är det färre som kan tänka sig att visa eget ansvar mot svenska producenter genom att köpa svenska produkter.

Undersökningen visar även på en tydlig tendens i konsumentbeteendet: den nya generationens konsumenter är mer intresserad av priser än av tillverkningsland. Således måste företagen se sig om efter mer konkurrenskraftiga produktionsförhållanden.

Statistiken som presenteras i de sex avsnitten nedan belyser möjligheterna att sänka kostnaderna och finna bättre skatteklimat i de nya konkurrentländerna. Om ett industriföretag med huvudkontor i Stockholm skulle välja mellan att placera en fabrik i Ventspils, Lettland, eller Kalmar, ser jämförelsen som man skulle kunna tänkas göra ut som följer:

	<b>Kalmar</b>	<b>Ventspils</b>
avstånd till huvudkontoret	35 mil	32 mil
goda landförbindelser med huvudkontoret	Ja	Nej
hamn i Östersjön	Obetydlig	Stor
närhet till flygplats	Ja	Ja
arbetskraftskostnad/timme och arbetare	196 SEK	22 SEK
arbetade timmar/år	1564	2101
produktivitet/arbetad timme	100%	c:a 35%
pris på tung eldningsolja	653,34€/ton	150-200€/ton*
pris på diesel	901,54€/1000l	640,28€/1000l
bolagsskatt	28%	15%
MOMS	25%	18%
skatt på utdelning	30%	10%
förmögenhetsskatt	Ja	Nej
skattekrediter	Nej	Ja
speciell zon med investeringsfördelar	Nej	Ja
Frihandel	inom EU	inom EU

\*uppskattning

*Källor: siffror, som inte är hämtade ur avsnitten nedan, kommer från Deloittes landguide för investerare april 2004*

En snabb blick på tabellen ovan räcker för att få en bild av de fördelar Lettland kan erbjuda. Det är inte märkligt att det för vissa företag kan verka lockande att etablera en fabrik där istället för här, om de känner att de måste gå konsumenterna till mötes och sänka priserna.

I denna rapport jämförs Sveriges konkurrenskraft med de nya konkurrentländernas, närmare bestämt de växande ekonomierna i Kina och Indien samt de nya EU-medlemmarna förutom Malta (härefter kallat EU9). Faktorerna som jämförelsen kommer att utgå från är följande:

- Arbetskraftskostnader
- Produktivitet
- Valutor
- Energipriser
- Skatter

Utöver dessa något statiska och statistiska faktorer kommer också teman som förändrade attityder, vinsten för konsumenterna i Sverige och arbetsmarknadslagstiftning. Dessutom presenteras två företagsexempel, Electrolux och Consilium, i form av faktarutor.

Avslutningsvis diskuteras utlokaliseringens effekter i framtiden.

Målsättningen är att belysa varför företag flyttar utomlands när konsumenterna kräver lägre priser men också att klargöra konsumenternas vinster av att företagen flyttar. De olika faktorerna presenteras under perspektiven ”Konsument”, ”Företag” och ”Institutionella faktorer”.

Tillgången på statistik varierar kraftigt länder och ämnesområden emellan. Därför har inte alla länder kunnat tas med i alla jämförelser. Detta är beklagligt men ofrånkomligt.

## **Historik**

Sverige står inför en stor utmaning. Det är dock inte första gången det sker en strukturell omvandling av det svenska näringslivet. För ett och ett halvt sekel sedan inleddes på allvar omställningen av Sverige från en jordbruks- till en industrination. Effektiviseringen av jordbruket innebar att agrarproduktionen krävde allt färre människor. Ett krympande antal jordbrukare klarade av att försörja en växande befolkning med spannmål. Således sökte sig pigor, drängar och backstugesittare från landsbygden på jakt efter nya möjligheter att försörja sig. Den begynnande industrin i städerna behövde arbetskraft och lockade med anställning. På så sätt fanns det någonstans för majoriteten att ta vägen. Med omställningen följde många nya

företeelser: skapandet av en arbetarklass, urbanisering, politisering, slutgiltigt införlivande av massorna i den nationella ekonomin, etc.<sup>1</sup>

Inte heller det industriella Sverige var statiskt. Industrin letade ständigt efter nya sätt att tillfredsställa befintliga konsumenters stigande efterfråga och medel att vinna nya konsumenter på andra marknader. Detta beteende kan sägas ligga till grund för de två huvudsyftena med en etablering utomlands: att sänka produktionskostnaderna för att kunna erbjuda lägre priser, och att markera sin närvaro på en annan marknad för att finna nya konsumenter. Ända sedan Sverige blev en industrination har export till utländska marknader och etablering i utlandet i strävan att markera sin närvaro varit en naturlig del av svenskt näringsliv. Detta har skett utan att Sverige i någon större utsträckning har gått miste om investeringar. Tvärtom har det svenska välståndet i många avseenden haft de utländska marknadernas efterfrågan av svenska produkter att tacka för sin tillkomst. Vinsterna från utlandet investerades i Sverige och den inslagna vägen kunde fortsätta att exploateras. På detta sätt kom svenskarna med tiden att bli allt rikare.

Arbetskraftens begränsade storlek och den starka arbetarrörelsen ledde till att den svenska arbetskraften blev dyrare. För arbetsgivare blev det allt mer aktuellt att se sig om efter alternativ till svensk arbetskraft. En lösning var ökad automatisering. Maskiner var billigare än arbetare. En annan lösning var att flytta produktionen någonstans där arbetskraften inte var lika dyr. Redan på 60-talet påbörjades flytten till utlandet. Textilindustrin sökte sig från Borås till Portugal. Kvalificeringskraven på en textilarbetare var inte så höga att det skulle vara för kostsamt att utbilda portugisiska arbetare i uppgifterna. Design och utveckling förblev däremot ofta kvar i Sverige. Tendensen att behålla spetskompetensen men flytta ut produktionen var inledd.

Det är fortsättningen på denna tendens som vi ser än idag. Det finns dock en stor skillnad mellan det tidiga och det nuvarande stadiet i utvecklingen: det som från början bara påverkade väldigt specifika industrigrenar är idag förhärskande inom hela industrisektorn. När det rörde sig om begränsade delar av industriproduktionen fanns det sätt att kompensera bortfallet av arbetstillfällen. Idag, när flytten är så omfattande, saknar Sverige en framväxande näringsgren som kan svälja det stora antalet friställda lågkvalificerade på samma sätt som industrin gjorde

---

<sup>1</sup> Nationalencyklopedin, 2000

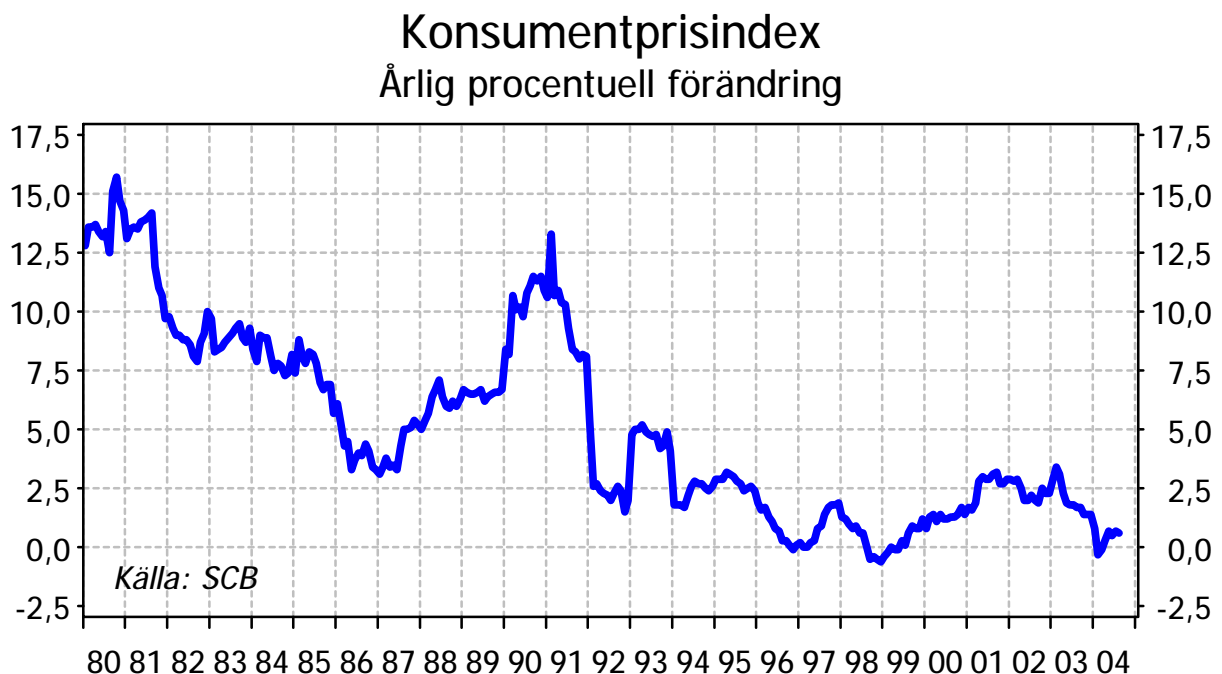
i mitten på 1800-talet. Industrieföretagen som stannar i landet bli allt mer inriktad på högteknologisk framställning eller forskning och utveckling.

Detta är ett resultat av internationell konkurrens och konsumentens efterfrågan på ständigt lägre priser.

## Konsument

De senaste åren har inneburit ett växande utbud av varor och tjänster på den svenska marknaden. En allt mer sammanflätad global ekonomi har öppnat för utländska tillverkare att konkurrera med svenska producenter i Sverige. Drivkraften bakom denna förändring har varit konsumentens önskan att kostnadsminimera genom att köpa varor med lägre priser.

Diagrammet nedan visar den årliga förändringen av konsumentprisindex, KPI, alltså det index som mäter hur mycket konsumenter betalar för varor och tjänster. Tendensen är tydlig: priset som konsumenterna betalar ökar allt mindre.



KPI beskriver de faktiska prisförändringarna och speglar därmed också tillfälliga förändringar som uppstår genom penningpolitik, subventioner och skatter. En räntehöjning, till exempel, innebär på kort sikt att det bli dyrare att låna till exempelvis en villa. KPI stiger. På lång sikt innebär det dock en prissänkning eftersom efterfrågan på villamarknaden sjunker på grund av det stigande priset. KPI sjunker.

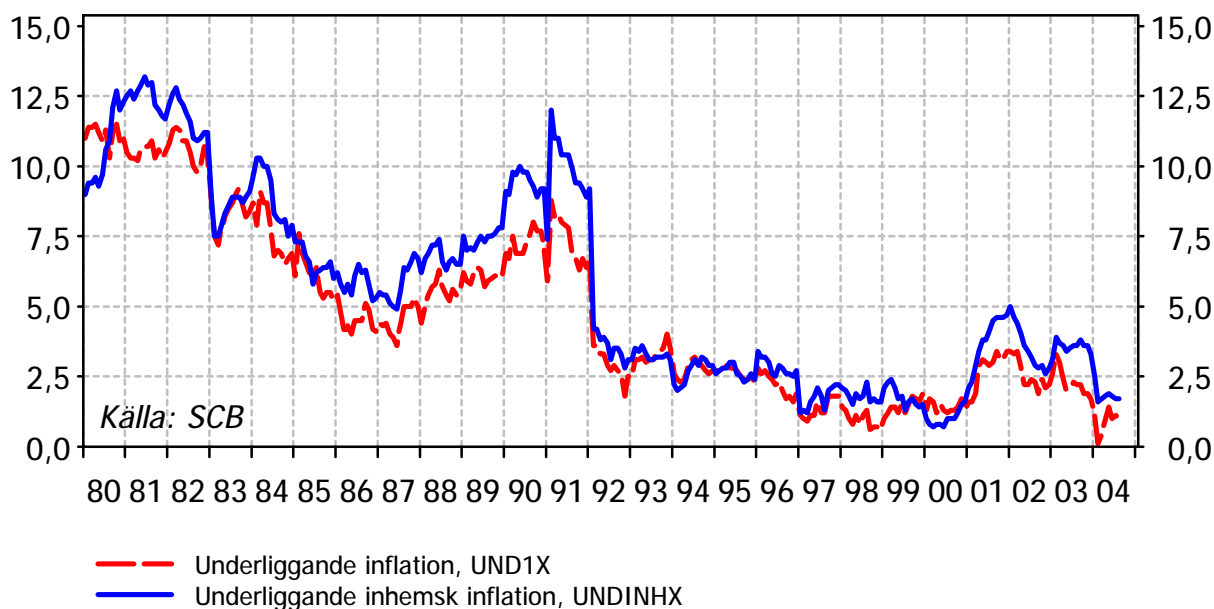
För att undvika att ta med sådana typer av kortsiktiga förändringar använder sig idag bl. a. Riksbanken av det så kallade UND1X.

UND1X är ett mått på underliggande inflation, som definieras av Riksbanken. I måttet exkluderas hushållens räntekostnader för egna hem och den direkta effekten av förändrade indirekta skatter och subventioner<sup>1</sup>.

Vidare använder man sig av UNDINHX. Även detta är ett mått på underliggande inflation som inte tar hänsyn till tillfälliga förändringar av det slag som beskrivits ovan. I UNDINHX räknar man dessutom inte med varor som normalt importeras<sup>1</sup> eftersom priserna på dessa inte i lika hög grad påverkas av beslut som fattas i Sverige.

Genom att jämföra hur UNDINX och UND1X har utvecklats kan man se hur importerade varor har påverkat prisnivån i Sverige.

### Underliggande prisindex Årlig procentuell förändring



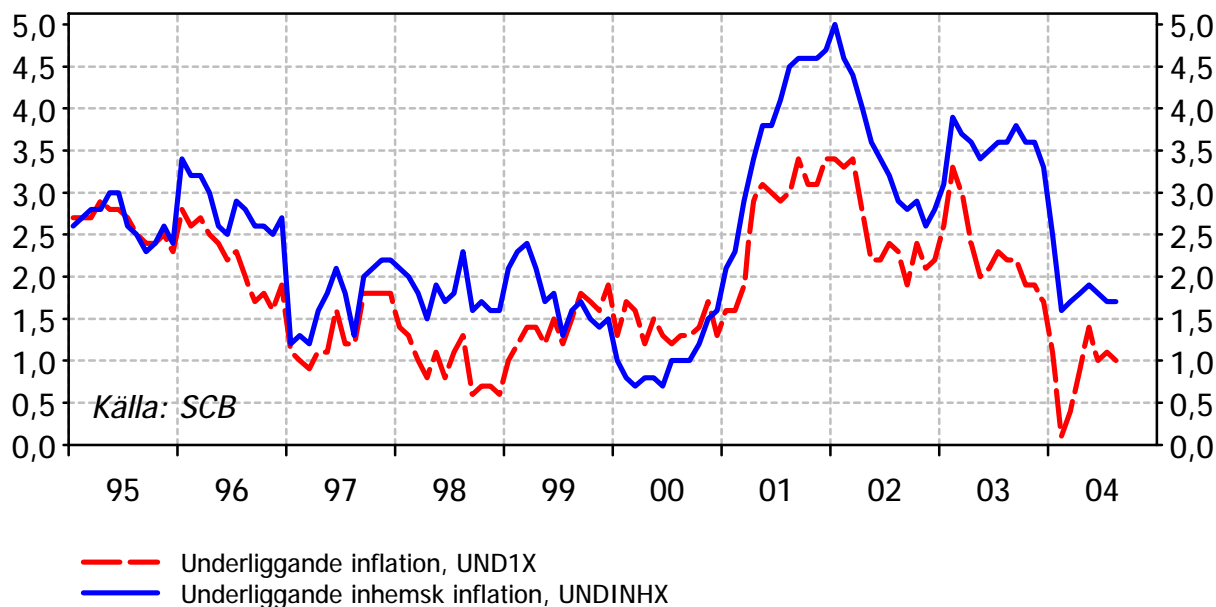
Den blå linjen, UNDINHX, visar den underliggande inflationen utan hänsyn till importvaror. Nästan genomgående sedan 1980 har denna legat högre än den röda linjen, UND1X, som inkluderar prisförändringar på varor som i huvudsak importeras.

Detta betyder att om vi inte hade importerat varor så hade prisnivån i Sverige varit högre. På grund av den globaliserade marknadens konkurrens betalar konsumenterna mindre än om Sverige hade varit stängt för utländska producenter. Detta tillsammans med de historiskt låga prisökningarna gör konsumenten till globaliseringens störste vinnare.

<sup>1</sup> SCB

Om man bara betraktar de senaste årens utveckling är skillnaden mellan UNDINHx och UND1X slående.

## Underliggande prisindex Årlig procentuell förändring



Diagrammet visar att prisökningarna har dämpats med i genomsnitt 1 % sedan 2000 på grund av de importerade varornas lägre priser.

Konsumenterna har vant sig vid lågprisalternativ såsom Ryan Air, Lidl, Amazon och billiga produkter från Fjärran Östern ("made in Taiwan"). Tillväxten av stora köpcentra och tillgången till Internet har underlättat prisjämförelser genom att presentera liknande varor från olika tillverkare.

SIFO-resultatet kan ses som ett tecken på denna utveckling. Vid prisjämförelser på Internet eller stormarknader anses ursprungsland inte vara särskilt viktigt. Bland de yngre (16-29 år) brydde sig 70 % inte om ifall en vara var svensk eller inte. Detta är också den gruppen som har störst kontakt med Internet. Bara 3 % i åldersgruppen 16-24 år har aldrig använt Internet jämfört med 80 % i gruppen 65-74 år. Åldersgrupperna däremellan följer i fallande ordning. Ju äldre en person är desto mindre kontakt med Internet har han/hon<sup>1</sup>.

Konsumenten vinner på den ökade globaliseringen och den allt större möjligheten att kunna jämföra priser. Samtidigt har det emellertid tvingat industriföretag, som tidigare har dominerat

<sup>1</sup> SCB

den svenska marknaden, att se sig om efter möjligheter att kunna pressa sina egna priser för att undvika att förlora kunder.

Även om Ryan Airs etablering i Sverige har inneburit att SAS tvingas skära ned på antalet anställda, vilket många svenskar kan uppfatta som negativt, så har de av samma anledning möjlighet att flyga till London för 300 SEK<sup>1</sup>, något som många resenärer idag utnyttjar. På samma sätt drar utländska lågprisalternativ till sig kunder inom många andra branscher. I längden är det därför omöjligt för inhemska producenter att överleva om inte de också pressar sina priser.

En given lösning för företag som upplever ökad konkurrens är att försöka sänka produktionskostnaderna så att de kan sänka priserna. Till produktionskostnader hör bl.a. kostnaderna för arbetskraft och energi. En annan åtgärd är att se sig om efter förutsättningar att få behålla en större del av den egengenererade vinsten så att man kan investera och effektivisera och kanske på så sätt få ned kostnaderna, dvs. leta efter ett mer fördelaktigt skatteklimat. Under "Företag" och "Institutionella Faktorer" presenteras möjligheterna för svenska företag att företa kostnadsminskningar genom att flytta till EU9, Kina eller Indien.

## **Företag**

För att inte förlora kunder måste företagen möta konsumenternas krav på lägre priser. Detta betyder minskade vinstmarginaler eller förlust om inte de lägre intäkterna samtidigt kompenseras av lägre utgifter i form av lägre produktionskostnader. Nedan följer jämförelser av produktionsfaktorer i Sverige och i de nya konkurrentländerna.

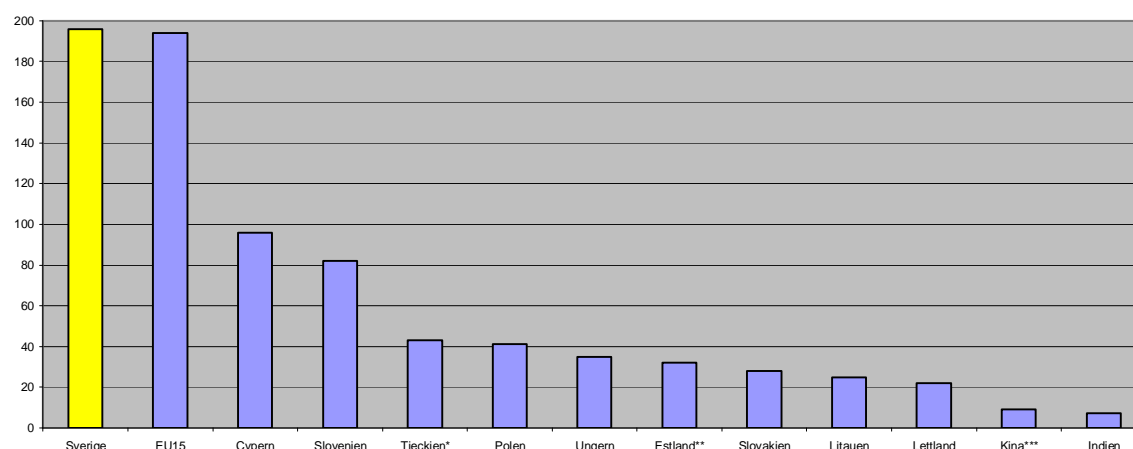
## **Arbetskraftskostnader**

Att anställa i Sverige innebär för arbetsgivaren långt större kostnader per arbetad timme än i EU9-länderna och i ännu högre grad i jämförelse med Kina och Indien. Stapeldiagrammet nedan visar genomsnittliga arbetskraftskostnader (det vill säga: lön, sociala avgifter samt skatter) för en arbetare i respektive land.

---

<sup>1</sup> [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com), 15/9 - 2004

Kostnad per timme (år 2000) i SEK för en arbetsgivare att anställa en industriarbetare



\* Siffran för Tjeckien gäller såväl arbetare som tjänstemän

\*\* Siffran är för år 2002

\*\*\* nettolön

Källor: Eurostat, Cologne Institute for Business Research, US Department of Labor, National Bureau of Statistics of China, Labour Bureau of India, egna beräkningar

Arbetskraftskostnaderna för EU9 ligger i genomsnitt på knappt 25 % av motsvarande siffra för EU15. Än mer iögonfallande är dock de låga arbetskraftskostnaderna i Kina och Indien. Trots att lönekostnaderna i dessa länder ökar med för västländerna ofantliga tal (2002 ökade lönerna i Indien med i genomsnitt mellan 7,7 % och 10,9 %<sup>1</sup> och i Kina med 15,5 %<sup>2</sup>) räknar många med att löneskillnaderna mellan Indien/Kina å ena sidan och västländerna å andra sidan kommer att öka snarare än minska i faktiska tal.

Dave Young och George Stalk, senior vice presidents på The Boston Consulting Group, publicerade den 7 mars 2004 i Washington Post en prognos för löneutvecklingen i Kina under de kommande fem åren fram till 2009<sup>3</sup>. Enligt denna ligger arbetskraftskostnaderna/timme för en arbetare på mellan \$15 och \$30 i Väst emedan motsvarande siffra i Kina är cirka \$1. Med en årlig löneökning i Väst på 3-4 % och i Kina på 15 % kommer lönerna ha stigit till \$18- \$35 respektive \$2 år 2009. Därmed har den faktiska löneskillnaden/timme ökat från \$14 -\$29 till \$16 -\$33.

Även om man föreställer sig en nästan fyrfaldig förstärkning av den kinesiska yuanen de närmaste 30 åren på samma sätt som den japanska yenen stärktes mellan 1970 och mitten på 1990-talet så kommer den kinesiska medellönen för en arbetare ändå bara att komma upp i 50 % av motsvarande i Väst. Vidare måste man i beräkningarna också ta med att delar av den

<sup>1</sup> Hewitt Associates i Deccan Herald 1/2 - 2004

<sup>2</sup> China Statistical Yearbook

<sup>3</sup> Washington Post, Dave Young och George Stalk, "How China gets our business" 7/3 - 2004



800 miljoner man starka landsortsbefolkningen troligen skulle invandra till städerna om arbetarlönerna skulle stiga. De av de stigande lönerna attraherade bönderna skulle därmed se till att istället hålla lönerna nere.

På samma sätt kommer blotta antalet av den växande kvalificerade arbetskraften effektivt dämpa löneökningar i sin egen sektor. År 2002 började 3,21 miljoner nya studenter på kinesiska universitet. Det var en ökning med 530 000 studenter eller nästan 20 % jämfört med året innan<sup>1</sup>. Den brist på kunnig kvalificerad arbetskraft som för tillfället har drivit upp löner för i synnerhet tekniker och ingenjörer i kustregionerna<sup>2</sup> kommer på så sätt att avhjälpas inom de närmaste åren och därmed inte längre hota kinesisk konkurrenskraft.

De låga lönerna i Kina innebär inte bara att arbetskraften blott kostar en bråkdel av nivån i Sverige utan innebär också att företag som etablerar sig där i många fall kan kostnadseffektivisera ytterligare genom att ersätta kostnadsintensiva maskiner mot ännu mer billig arbetskraft. Till exempel nämns i The Boston Consulting Group's prognos ett fall där en amerikansk tillverkare av köksutrustning avskaffat det löpande bandet och istället låtit arbetare transportera delarna i produktionen.

I Indien är läget liknande på arbetarsidan. De stora mängder arbetare som vid varje försök till höjning av lönerna lämnar landsbygden för att söka lyckan inom industrin håller lönerna nere. För arbetsgivarna innebär det ofta att de bara har att välja och vraka i den outtömliga arbetskraftspoolen. De lokala myndigheterna i flera regioner har instiftat minimilöner, men det råder en viss konkurrens om investerarnas gunst. Till exempel har regionen Haryana fastlagt en minimilön på Rs. 73,65/dag (ca 13 SEK) medan motsvarande siffra för Maharashtra ligger på Rs 8.46/dag (ca 2 SEK) enligt den indiska Arbetskraftsmyndigheten.

Betraktar man däremot arbetskraftskostnaderna förbundna med kvalificerad arbetskraft ser situationen helt annorlunda ut. Till följd av den koncentration av utländska företag inom IT-sektorn har lönerna drivits upp ordentligt för programmerare och ingenjörer utan att avgångsklasserna från universiteten har kunnat tillfredsställa efterfrågan i lika hög grad som i Kina. Medellönen för en indisk programmerare ligger idag, 2004, på cirka \$7500/år<sup>3</sup> och

---

<sup>1</sup> National Bureau of Statistics of China

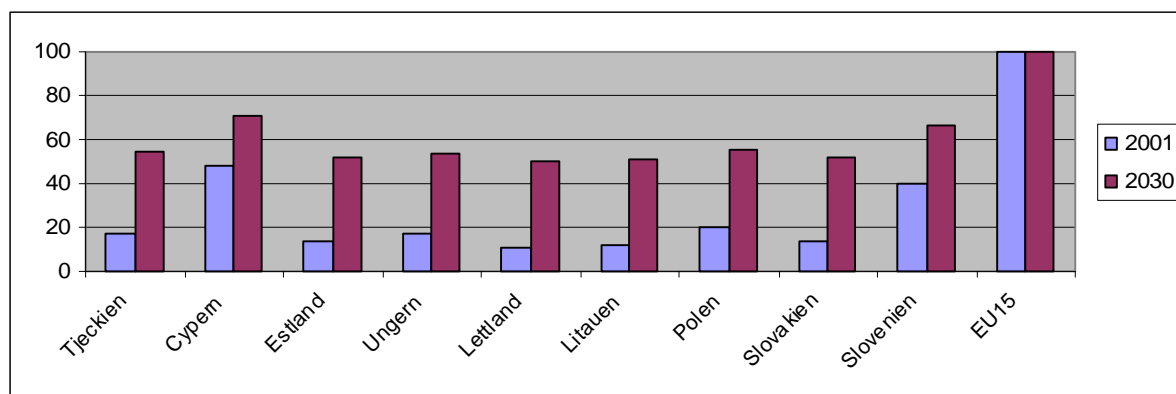
<sup>2</sup> Shanghai Administration

<sup>3</sup> Indiska Finansministeriet

förväntas behålla en årlig ökningstakt på runt 14 %<sup>1</sup>. Även indiska företag placerar nu delar av sin verksamhet i Kina för att få ned kostnaderna. Till exempel har Tata Consultancy Services, ett av Indiens största softwareföretag, flyttat 15 % av sina anställda till södra Kina<sup>2</sup>.

Anledningen till att Indien tidigt blev det vanligaste landet för företagsflyttar från västländerna är bland annat dess stora engelsktalande befolkning, dess starka tradition i naturvetenskaperna samt historiska band med Europa. Indien har dessutom varit framgångsrikt på grund av en tradition bland indiska företagare att strunta i internationella patentregler för att kunna tillfredställa den inhemska efterfrågan på bland annat läkemedel. Utöver detta finns det andra framgångsfaktorer. George Gilbert, managing partner på ett ledande konsultföretag i USA, Tech Strategy Group, anser att Indiens utbildningsväsen främjar entreprenörsanda<sup>3</sup>. Trots löneökningarna bland den kvalificerade arbetskraften kan Indien alltså förväntas behålla sin starka konkurrenskraft.

Diagrammet nedan visar lönerna i EU9-länderna som procent av EU15-snittet. The European Economic Advisory Group presenterar i sin rapport om den europeiska ekonomin 2004 siffror som visar att lönerna i Central- och Östeuropa kommer att behöva decennier för att nå upp till EU15-nivån<sup>4</sup>.



Källor: Världsbanken, WDI, Cologne Institute for Business Research, European Economic Advisory Group

Trots att det i EU9-länderna inte rör sig om några aldrig sinande reserver av arbetskraft som i Kina och Indien kommer dessa länder alltså att under lång tid framöver behålla den konkurrensfördel som låga löner innebär för att locka till sig investerare. Med en lång

<sup>1</sup> OECD

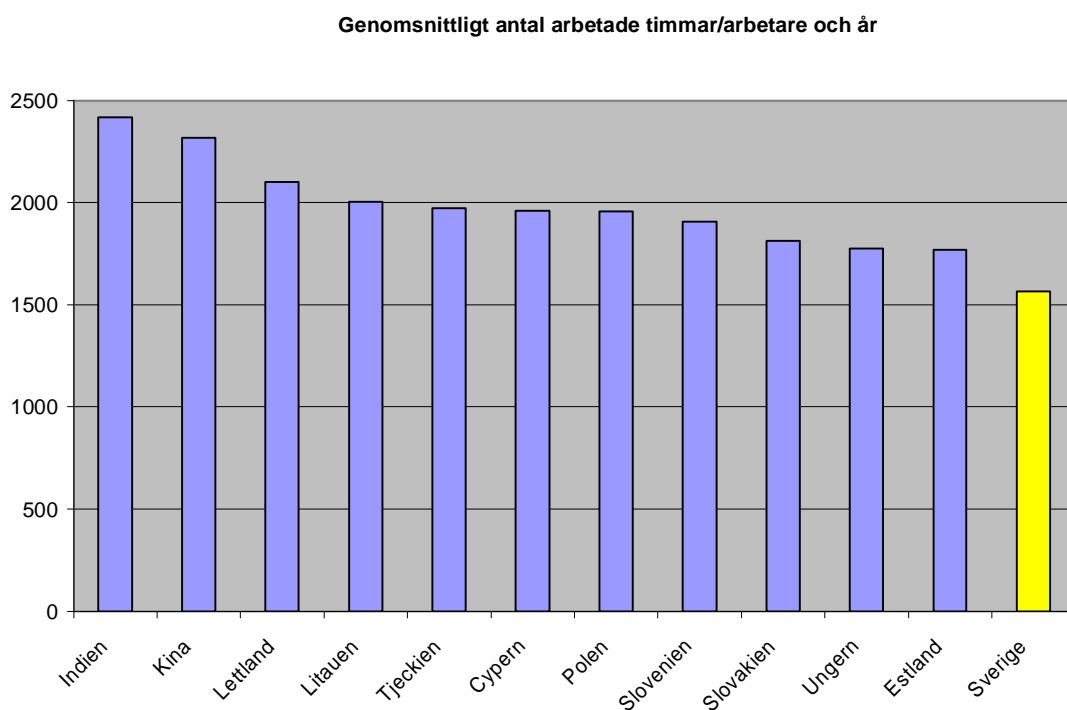
<sup>2</sup> American Electronics Association "Offshore Outsourcing in an increasingly competitive and rapidly changing world" mars 2004

<sup>3</sup> intervju med Cnet NEWS 29/03 - 2004

<sup>4</sup> European Economic Advisory Group at CES ifo "Report on the European Economy 2004" februari 2004

tradition av utbildning och en stark tendens till att lära sig engelska som första främmande språk<sup>1</sup> blir det också allt mindre komplicerat att kommunicera och leda företag i denna region.

## Produktivitet



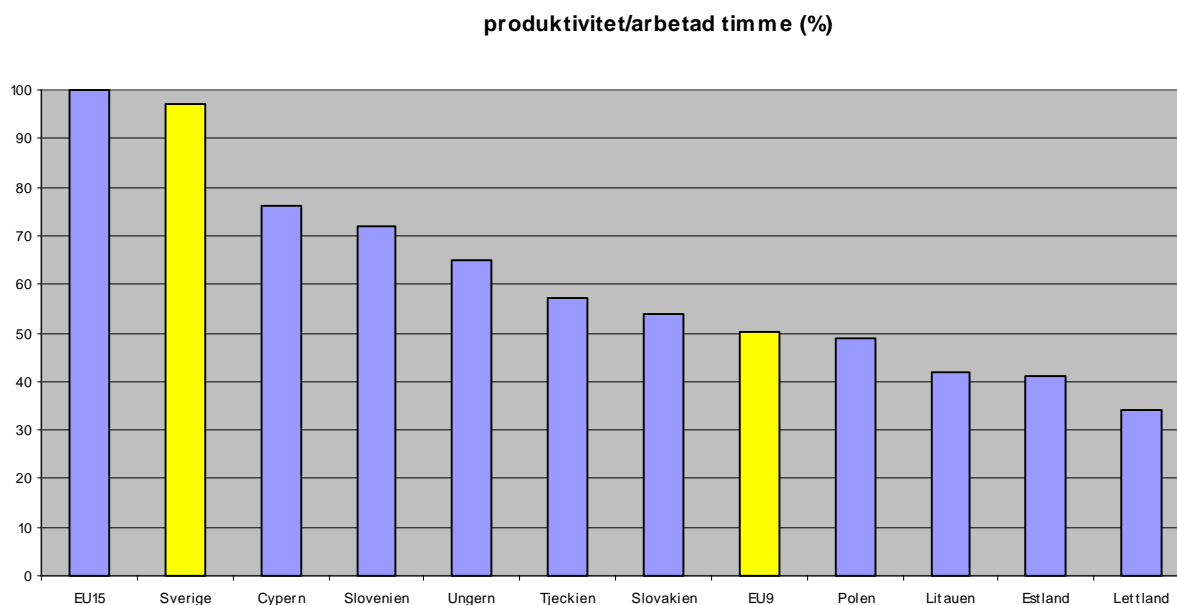
*Källor: OECD, International Labour Organisation ILO, Institut National de la Statistique et des Etudes Economique, egna beräkningar*

Diagrammet ovan visar det genomsnittliga antal timmar som en arbetare arbetar per år. Det svenska snittet på 1564 timmar/år ligger långt under till exempel det indiska på 2418 timmar/år. Nästan 900 timmar mer per år arbetar en indisk arbetare och därtill till en mycket lägre kostnad som vi såg i det föregående avsnittet. Det räcker med att ta språnget till Lettland på andra sidan Östersjön för att se en slående skillnad. En lettisk arbetare utför i genomsnitt 2101 timmar arbete per år, vilket således är 537 timmar mer per år till en lön som endast utgör 10,9 % av EU15-genomsnittet.

Ett större antal arbetade timmar behöver emellertid inte innebära en därtill proportionell produktivetsökning. För att få en rättvis bild av produktiviteten/arbetare måste också produktiviteten per arbetad timme tas med i beräkningarna. Diagrammet nedan visar produktivitet/arbetad timme i EU9 procent utav EU15-snittet. Tilläggas bör dessutom att

<sup>1</sup> The Economist, 7. -13. aug. 2004

siffrorna för EU9 bör justeras något uppåt på grund av den stora andelen anställda inom jordbruket (10 % -15 % mot EU15:s 5 %<sup>1</sup>), vilket är en industrisektor med jämförelsevis låg produktivitet.



*Källa: Eurostat*

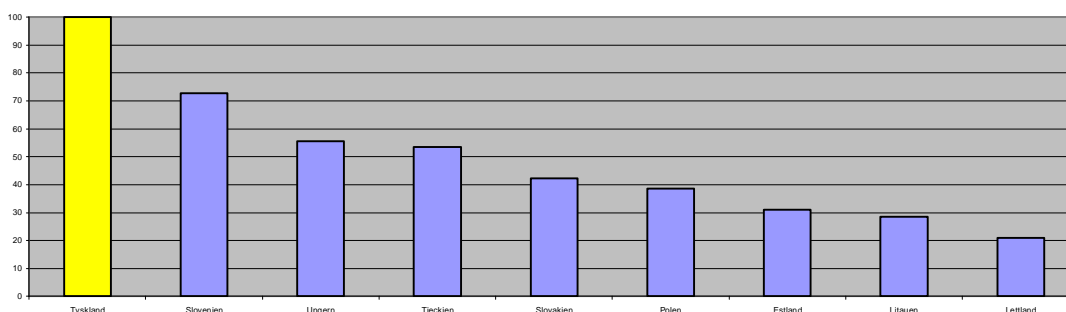
Produktivitet/arbetad timme ligger i EU9 runt 50 % av de i EU15. Differensen mellan den 75-procentiga skillnaden i arbetskraftskostnader/timme och den 50-procentiga skillnaden i produktivitet/timme mellan EU15 och EU9 ger dock de nya EU-länderna en stark konkurrensfördel.

Den lägre produktiviteten/arbetad timme kan anses vara ett uttryck för dessa länders lägre kapitalintensitet i produktionen. Tabellen nedan visar kapital (i form utav BNP-andel) per arbetare i de nya EU-länderna som en procentsats av förhållandena i ett representativt västland, Tyskland.

---

<sup>1</sup> Eurostat

Kapital (andel av BNP)/arbetare, Index Tyskland = 100

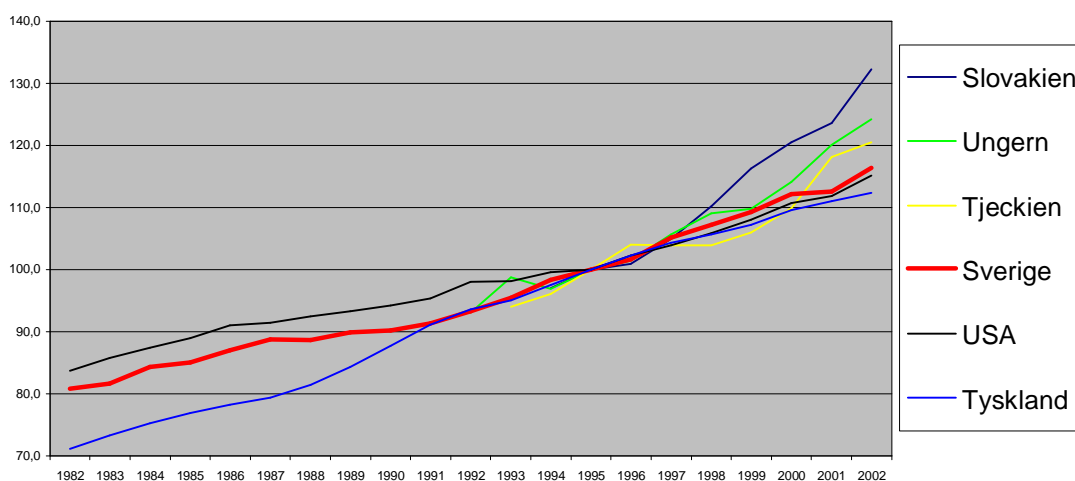


Källor: IMF, World Economic Outlook, and World Bank, World Development Indicators (WDI)

Det framgår med all önskvärd tydlighet att de central- och östeuropeiska länderna ligger långt efter Västeuropa när det gäller effektivisering per arbetare i form av mer kapitalintensiva sätt att framställa.

Likväl är detta tillstånd i förändring. På senare tid har de centraleuropeiska ekonomierna ökat sin produktivitet avsevärt utan att västländer såsom Sverige har kunnat hålla en lika hög takt. 2003 var Slovakien till exempel landet med näst högst produktivitetsökning (efter Irland) bland alla OECD-medlemmar<sup>1</sup>. Trots att de visade exemplen på kapitalintensiva länder har ökat sin produktivitet så har de centraleuropeiska staterna dragit ifrån och förväntas göra det än mer under kommande år.

Produktivitet per arbetad timme, 1995=100



Källor: OECD

Trots att det inte finns någon officiell statistik att tillgå för att jämföra Kina och Indien på samma sätt så kan man utgå ifrån att förhållandet kapital/arbetare där ligger ännu längre bort

<sup>1</sup> OECD, National Accounts of the OECD-Members, Volume 1 2004

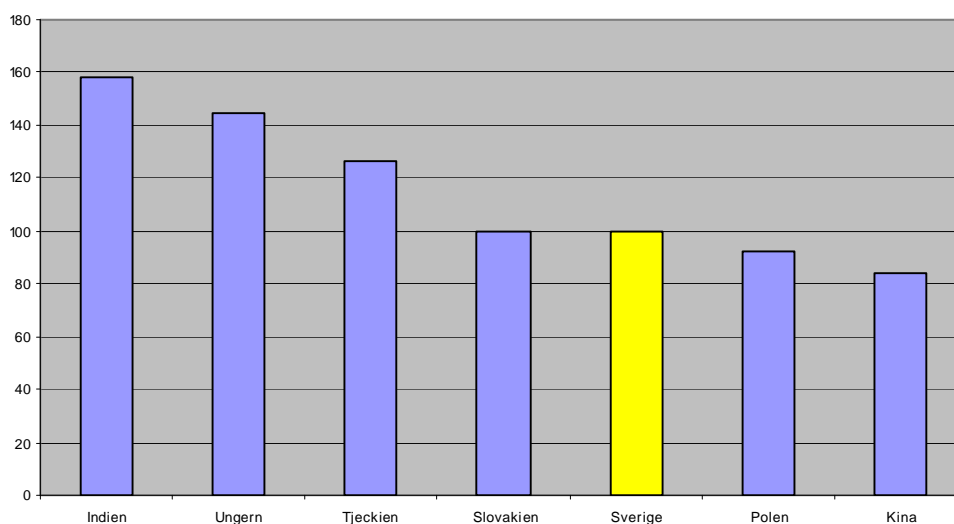
från förhållandena i Väst i allmänhet och Sverige i synnerhet. Den Internationella Arbetarorganisationen (ILO) skriver dock: "In all the developing Asian economies, where data were available, people worked more than (those) in industrialised economies. It is a typical sign for developing countries as they often compensate for the lack of technology and capital with people working longer hours."<sup>1</sup> Med tanke på de små kostnaderna som är förknippade med att betala för fler timmar, borde svenska företag kunna hålla uppe produktionen på detta sätt trots att produktiviteten är lägre mätt per arbetad timme.

The Boston Consulting Group (se föregående avsnitt) menar att det förutom att anställa fler människor för fler timmar är möjligt för kapitalstarka västerländska företag att investera i maskiner och verktyg till blott 50 % av priserna i Väst. Således kan farhågorna om dyr ineffektivitet i de nya konkurrensländerna avfärdas.

## Energipriser

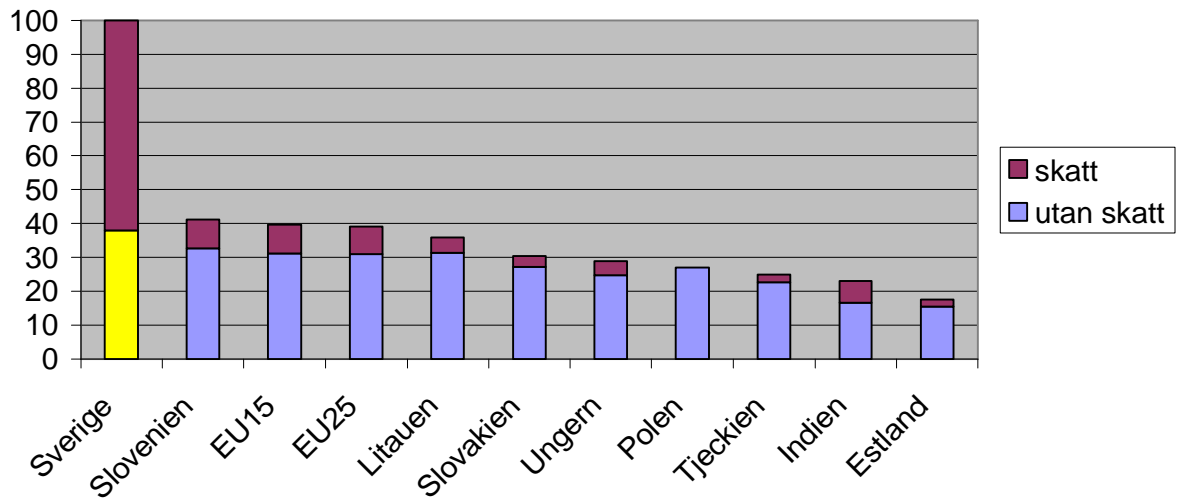
En fjärde viktig parameter för företag är energipriserna. För energiintensiv industri kan lägre kostnader för olja och elektricitet vara avgörande när etableringar diskuteras. För att få en så överskådlig jämförelse som möjligt indexeras priserna med det svenska priset som bas (=100). I detta avsnitt har några av de vanligaste energiformerna tagits med: elektricitet, tung eldningsolja samt diesel.

**Elprisindex (elskatt inkluderad) efter \$/kWh**

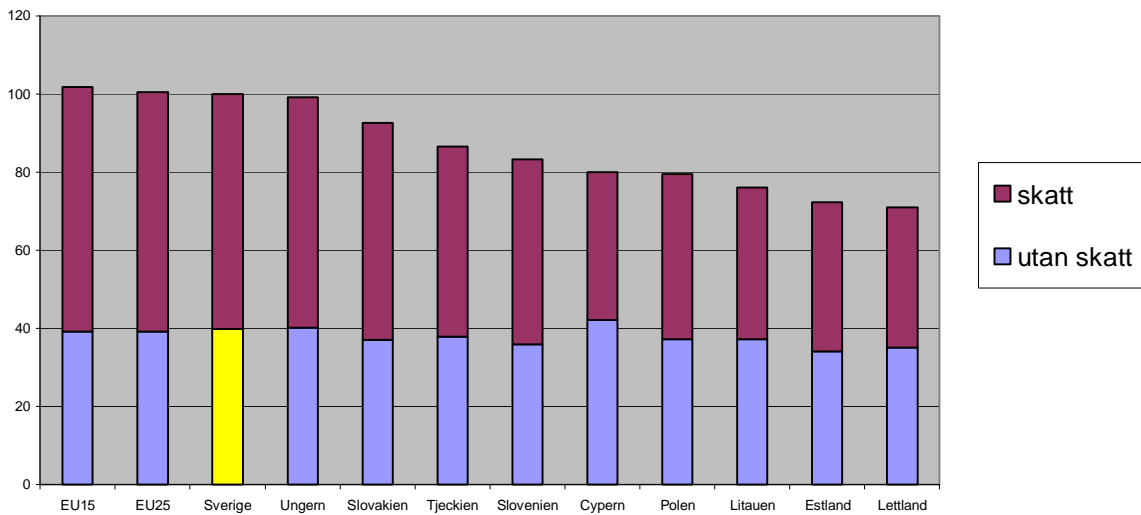


<sup>1</sup> International Labour Organisation "Key indicators for the Labour Market", 3rd ed.

## Prisindex för tung eldningsolja med låg svavelhalt baserat på €/ton

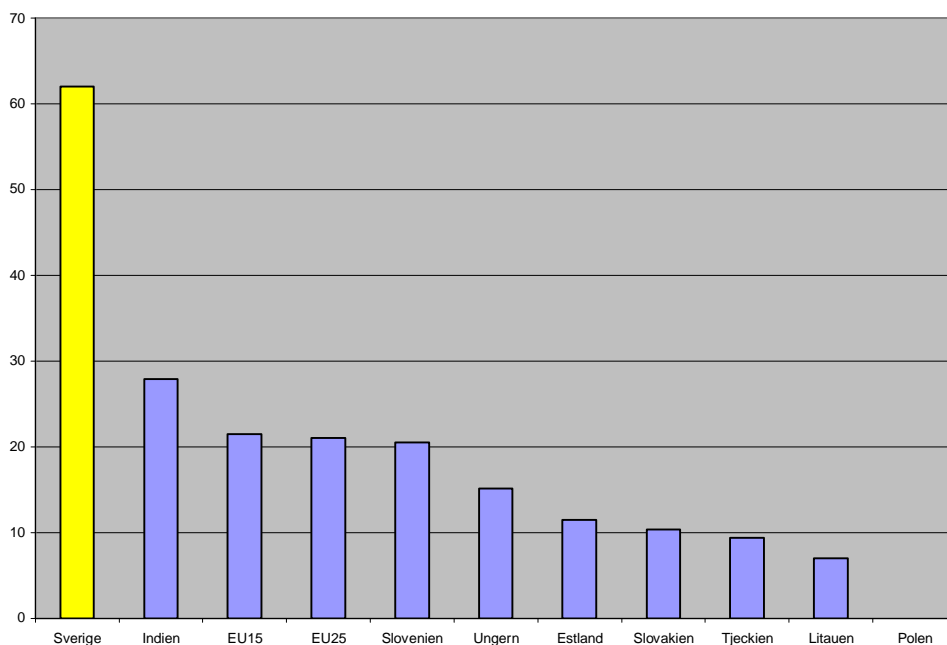


## Prisindex för diesel baserat på €/liter

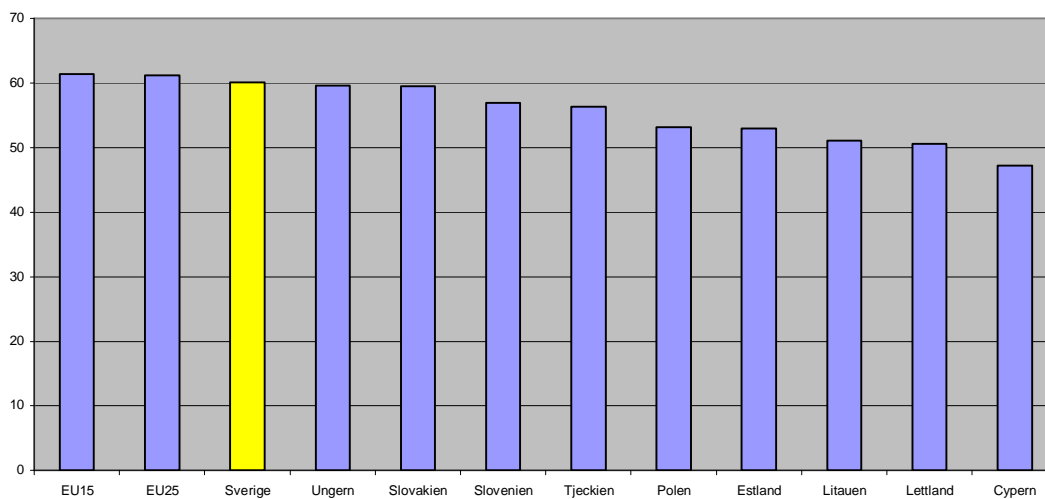


Om skatternas andel av priset på tung eldningsolja och diesel för respektive land jämförs, får vi följande diagram:

Skattens andel utav priset på tung eldningsolja i %



Skattens andel utav priset på diesel i %



*Källor till samliga diagram i detta avsnitt: Europa Kommissionens generaldirektorat för energi och transport, International Energy Agency (IEA), OECD, egna beräkningar*

Sammanfattningsvis framstår de svenska priserna på diesel och el som relativt konkurrenskraftiga. Framför allt hävdar de svenska elkostnaderna sig väl internationellt. När det gäller eldningsolja däremot innebär den gröna skatteväxlingen att priserna är mellan 60% och 80 % högre än i jämförda länder. Hur detta påverkar svensk konkurrenskraft är givetvis svårt att avgöra utan att betrakta enskilda industrier, men generellt, ur en rent ekonomisk



synpunkt, innebär alla högre produktionskostnader (som till exempel energikostnaderna) en ofördelaktig konkurrensposition.

## **Företagsexempel**

### **Electrolux**

– baserad på en intervju genomförd 2/9 - 2004 med Jonas Martin-Löf, Senior Vice President på Electrolux AB

Electrolux har funnits i Kina och Östeuropa de senaste 10-15 åren. I takt med att konkurrenter från låglöneländer erbjöd konsumenterna i Väst billigare alternativ blev det allt mer aktuellt att se sig om efter lösningar för att få ned kostnaderna. Trots att produktion i Väst innebär väldigt låga transportkostnader eftersom det också är här deras huvudsakliga marknad finns, erbjuder de ekonomiska förhållandena i Central- och Östeuropa samt Asien konkurrensfördelar så att de täcker de högre transportkostnaderna. Att producera en tvättmaskin tar ungefär en timme. En timme kostar för Electrolux i genomsnitt ca. \$25 och lägger man till transportkostnaderna blir slutkostnaden för en tvättmaskin ungefär \$27. I fabriken i Kina kostar en timme istället \$ 2 men transporten uppgår då till mellan \$13 och \$15 men skulle kunna minska ytterligare i framtiden.

Även Centraleuropa erbjuder möjligheter till att minska produktionskostnaderna. Närheten till Västeuropa håller transportkostnaderna nere och arbetskraftskostnaderna är lägre än i västländerna. I Ungern, där Electrolux har en del av sin tillverkning, kostar en tvättmaskin endast ca. 70 % jämfört med motsvarande kostnad i Västeuropa.

I Kina har utvecklingen varit stark vilket främjat etablering. Utbildningsnivån och införlivandet i den internationella marknadsstrukturen har ökat kvalitén och möjligheterna att få tag på såväl rätt personal som rätt komponenter. Vidare gör den inhemska marknadens potential i Kina väldigt intressant. På Electrolux menar man att det finns stora möjligheter på den kinesiska marknaden för de företag som är tillräckligt stora och kan gå in med de stora resurser som en etablering där kräver.

Som alltid är det konsumenterna som bestämmer huruvida företag ska tvingas flytta till låglöneländer eller inte. Så länge en svensk konsument är ovillig att betala ett högre pris bara för att den kommer ifrån Sverige så kommer trenden med utflyttningar att fortsätta.

### **Consilium**

– baserad på en intervju genomförd 10/9 – 2004 med Carl Adam Rosenblad, Direktör i Consilium

Consilium är ett företag, som är underleverantör till fartygs- och bilindustrin, med ca 400 anställda. Huvudkontor och en stor del av tillverkningen ligger i Sverige, även om företaget sedan lång tid tillbaka har haft delar av försäljning och annan verksamhet i utlandet. Till exempel har det sedan 1984 funnits ett joint venture med en kinesisk partner på det kinesiska fastlandet.

På grund av en stigande kostnad för insatsvaror och kundernas krav på lägre priser inledde Consilium 2003 en stor omvandling genom att påbörja etablering av produktion i Bulgarien. Flytten beskrivs som absolut nödvändig för att företaget inte skulle gå med förlust. ”Do or die.” Att tillverka företagets produkter i Sverige var inte längre hållbart eller förenligt med Consiliums strävan att förbli konkurrenskraftigt. Bulgarien erbjuder ingen ny marknad, men

med dess låga produktionskostnader och allt tätare kontakter med Västeuropa var det ett lockande alternativ. Transportkostnaderna till marknaden i Väst kompensades mer än väl av de lägre tillverkningskostnaderna. Både löner och insatsvaror uppges vara billigare. Flytten till Bulgarien som än så länge bara är inne i sin inledningsfas ställer större krav på företagets ledning, varför ledningsfunktionerna vid huvudkontoret i Stockholm har utökats.

Ännu större krav på huvudkontoret kommer den nyligen inledda expansionen i Kina att innebära. Det som hittills mest har varit en organisation för marknadsföring av Consiliums produkter på den asiatiska marknaden förväntas utökas kraftigt. Inom två år beräknas antalet anställda i Kina överstiga 50 personer. Detta innebär att en ännu större del av produktionen flyttar ifrån Sverige. I Kina är det inte bara lägre kostnader som lockar. Den växande ekonomin skapar en allt större efterfrågan på Consiliums produkter.

På grund av utlokaliseringen av produktionen kommer antalet anställda i Sverige minska något. För de delar som är kvar i Sverige är det fråga om ett kompetensskifte från tillverkning till forskning, utveckling försäljning av tekniskt avancerade lösningar, produktion med hög automatiserings grad m.m. Spetskompetensen stannar i Sverige. Det är inom dessa områden som Consilium ser att man fortsatt kan konkurrera med verksamhet i Sverige.

Att flytta en del av sin verksamhet är en stor satsning. Det är många som inte vågar ta det steget. En misslyckad etablering kan innebära stora problem. På Consilium var man medveten om denna risk, men man argumenterade att det var minst lika riskabelt att inte flytta. Det handlade om framtida överlevnad.

Nu, när satsningen i Bulgarien ser ut att ha utfallit positivt och expansionen i Kina kan förväntas bli lyckad, räknar man med att man framöver kommer att kunna investera såväl i Sverige som utanför.

## **Institutionella Faktorer**

Utöver de produktionsfaktorer som har behandlats ovan finns det institutionella faktorer som måste beaktas när ett företag ska etablera sig någonstans. Förändringarna de senaste årtiondena på detta område ligger till grund för den ökade globala konkurrens som har möjliggjort dagens låga priser.

I detta kapitel behandlas frågor som det politiska ramverket, rättssäkerheten, tillgängligheten, arbetsmarknadslagstiftningen, valutakurserna och skattepolitiken. Valutakurserna och skatterna tillägnas varsitt eget avsnitt nedan.

**Det politiska ramverket** ger grundförutsättningarna för ett lands konkurrenskraft. Vissa typer av styrelseformer är mindre förmånliga eller rentav omöjliga för investeringar. Nordkoreas planekonomi och kommunistiska isolationism är kanske det tydligaste exemplet. Förändringar i det politiska ramverket gör länder mer eller mindre konkurrenskraftiga.

Om man jämför situationen för 30 år sedan med läget idag i de nya konkurrentländerna, blir förändringarna uppenbara.

1975 var Kina en strängt kommunistisk stat, i vilken privata företag var förbjudna och kontakter med västvärlden suspekta om de överhuvudtaget fanns. Indien var starkt protektionistiskt som en reaktion på det brittiska kolonialstyret som hade placerat stora delar av den indiska industrin i utländska (brittiska) händer. Åtta av EU9-länderna (Estland, Lettland, Litauen, Polen, Ungern, Tjeckien, Slovakien och Slovenien) var liksom Kina kommunistiskt styrda och bundna till Moskvas eller Belgrads planekonomi. Cypern var skådeplats för ett krig mellan Turkiet och en grekcypriotisk nationalistregim. Inget av länderna som Sverige jämförs med i denna rapport var således särskilt attraktiva eller ens möjliga att investera i. Inte heller erbjöd andra låglöneländer goda alternativ (med undantag för Portugal). I stort sett alla syd- och centralamerikanska länder genomled militärkupper och revolutioner och i Afrika pågick fortfarande antingen kamp för självständighet eller kamp med självständighet. Politisk stabilitet är ofta en av grundförutsättningarna för att investerare ska anse det lönsamt att placera kapital i ett land. Krig och oro gör det omöjligt att veta om man kommer att få skörda avkastningen på investeringarna.

I den politiska förändringens ledband följde andra faktorer som idag gör att Sverige måste kunna hävda sig mot de nya konkurrentländerna.

**Rättsäkerheten** i de nya konkurrentländerna har förbättrats.

I och med EU-inträdet har lagstiftningen i Centraleuropa kommit att likna den västeuropeiska allt mer. Dagens EU9-regeringar har ansträngt sig för att få bort korruption och effektivisera byråkratin. Ett steg har varit att förbättra öppenheten, vilket har gjort det enklare att driva förhandlingar med lokala förvaltningar. EU:s principer om fri rörlighet underlättar givetvis för företag att flytta inom unionen.

I Kina har rättsäkerheten för framför allt utländska företag skärpts avsevärt som ett led i att attrahera investerare. Många företag ser risken att få problem med kinesiska myndigheter som väldigt små. Inom de så kallade Special Economic Zones (SEZ) görs allt för att lagstiftning och administration ska passa utländska etableringar. För ett drygt decennium sedan kunde risken för exproprieringar och statlig diskriminering bedömas som betydligt större.

Även i Indien har en ökad öppenhet, effektivisering av byråkratin och skärpt rättsäkerhet gjort det tryggare att investera i landet.

Ett exempel på **tillgänglighet** är goda språkkunskaper. För inte särskilt lång tid sedan var det i Kina och EU9 (med undantag för Cypern) svårt för utländska entreprenörer att finna engelsktalande personal ens för chefspositioner. Avskärmningen från väst innebar i Central- och Östeuropa att ryska var första främmande språk och undervisningen i västspråk undermålig. I Kina undervisades i princip inga främmande språk överhuvudtaget. Idag, som nämns ovan, är engelska på stark frammarsch i EU9 och även i Kina har språkkunskaperna bland den utbildade arbetskraften förbättrats avsevärt, vilket naturligtvis gör det ännu lättare att etablera sig på dessa marknader. Vidare, har sådana praktiska nödvändigheter som bra internationella skolor för utlandssvenskars barn och annan service (t.ex. IKEA) lett till att det idag inte finns lika mycket hinder för svenskar att leda företag i utlandet från utlandet.

En annan aspekt på tillgänglighet är attityder till avstånd. Det känns idag för många inte lika avlägset, varken geografiskt eller mentalt, att resa till eller etablera sig i Fjärran Östern. Allt fler åker på semester till Sydostasien. Internet och billigare telefoni gör det möjligt för de flesta att ha kontakt med människor i Delhi och Shanghai. När avstånden på detta sätt har krympt faller det sig också naturligt att köpa varor av kinesiska producenter också på den svenska marknaden. Likaså faller det sig naturligt att sälja och tillverka produkter på främmande marknader.

Vidare har infrastrukturen i EU9, Kina och Indien förbättrats både på transport- och kommunikationsplanet.

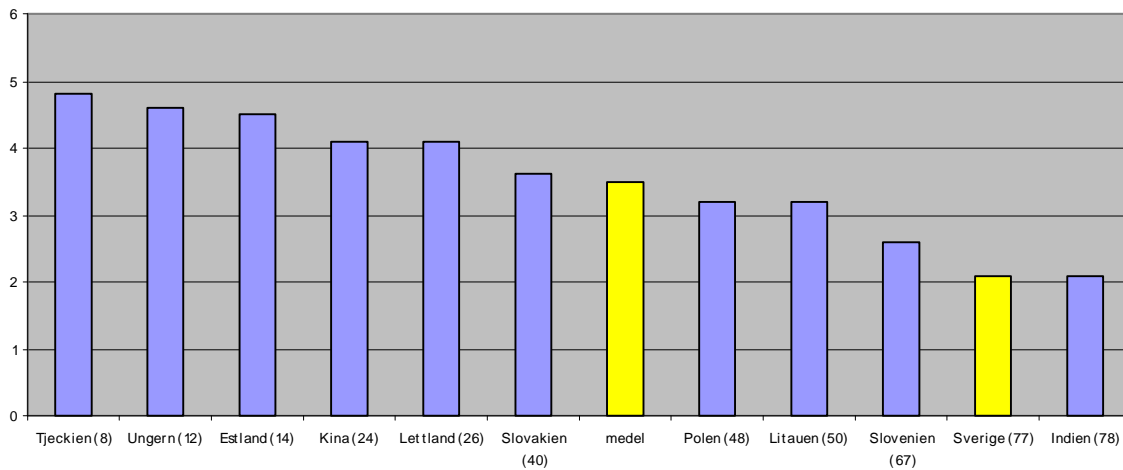
Hur **arbetsmarknadslagstiftningen** är utformad avgör flexibiliteten på arbetsmarknaden. För företag är det viktigt att den inte är ett hinder för verksamheten när företaget vill expandera eller måste skära ner. Likaså är det en fördel om lönesättningen är flexibel. Dessa områden är givetvis svåra att jämföra i detalj eftersom lagstiftningspraxis och tillgången på statistik i de olika länderna kan vara högst olika.

World Economic Forum genomförde 2002 en omfattande undersökning om olika länders konkurrenskraft<sup>1</sup>. En del av materialet som presenteras i rapporten är resultatet av en enkätundersökning, där 4735 företagsledare i 80 länder fick svara på frågan om de ansåg att landets anställningsförhållanden var hindrade av regelverk eller om de bestämdes flexibelt av arbetsgivaren. Därefter indexerades resultaten för att underlätta jämförelse. Siffrorna vid landsnamnen visar på vilken plats respektive land har bland de 80 i tabellen.

---

<sup>1</sup> World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report 2002-2003", Oxford

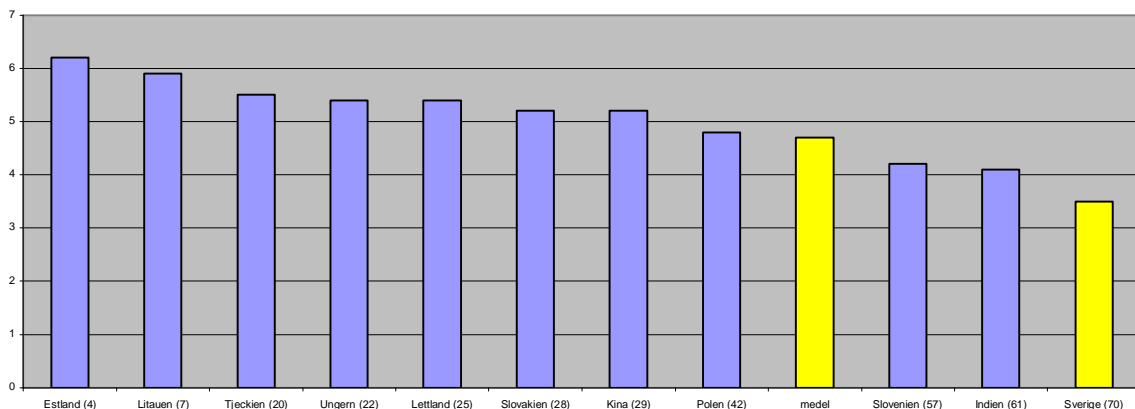
**Anställandet och avskedandet av personal är, 1= försvårat genom regelverk, 7= flexibelt bestämt av arbetsgivare**



*Källor: World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report 2002-2003"*

Likaså svarade företagsledarna på frågan om hur flexibel de uppfattar lönesättningen.

**Lönerna i landet är, 1= bestämda av en central avtalsprocess, 7= bestämda av varje enskilt företag**



*Källor: World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report 2002-2003"*

Företagsledare i Sverige uppfattar alltså regelverket i landet som långt mindre flexibelt än företagsledare i de flesta andra länder i jämförelsen. Av 80 länder hamnar Sverige på en 77:e respektive en 70:e plats. Ser man på hur andra nordiska företagsledare svarar så ser man att de är mer positiva över hur arbetsmarknaden regleras. Danmark hamnar på 4:e respektive 64:e plats, Island på 5:e respektive 54:e plats.

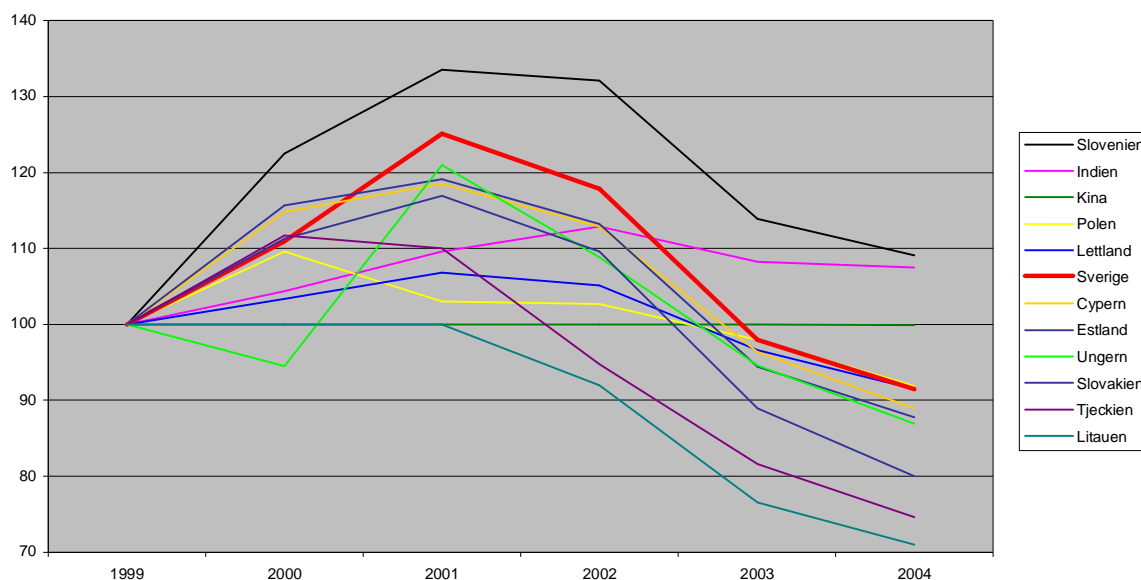
Givetvis kan regelverket på arbetsmarknaden påverka var ett företag väljer att etablera sig.

## Valutor

Till skillnad från många andra av de faktorer som har behandlats i föregående avsnitt har politiker oftast väldigt begränsade möjligheter att påverka när det gäller valutan.

Arbetsmarknadslagstiftning, rättsäkerhet och skattetryck ligger inom politikens omedelbara inflytelsesfär. Valutan däremot är utsatt för påverkan från såväl globala marknadskrafter som global politik. Likväl är det en viktig faktor i bestämmandet av ett lands konkurrenskraft.

Valutaförändringar, nationell valuta/\$, 1999=100



Källor: CIA World Fact Book, IMF, egna beräkningar

Ett lands konkurrenskraft på exportmarknaden påverkas starkt av hur valutan som produktionen bekostas med värderas i jämförelse med valutan som varan sedan betalas med. Diagrammet ovan visar valutorna i EU9, Kina och Indien samt Sverige indexerade efter värdet mot den amerikanska dollarn 1999 (=100). Tilläggas bör att den kinesiska yuansen har en officiellt fastsatt växelkurs och därför har behållit samma värde mot dollarn 2004 som 1999.

Förenklat kan man säga att en starkare valuta innebär förlorad konkurrenskraft för exportföretag som producerar i det valutaområdet. I Sverige, där exportföretagen står för en stor del av BNP (44 % år 2003<sup>1</sup>) betyder svängningar i förhållandet mellan den svenska kronan och dollarn instabilitet och osäkerhet. Sedan 1999 har den svenska kronan stärkts mot dollarn, men diagrammet ovan visar att den svenska kronan inte är den enda valuta som stärkts. Av de jämförda valutorna är det bara den indiska rupeen och den slovenska tolarn som försvagats och därmed givit exportindustri med produktion i dessa länder ett försprång. I övrigt har valutorna utvecklats mycket likt den svenska. Givetvis beror detta på den amerikanska marknadens utveckling snarare än att alla de här jämförda länderna har erfarit

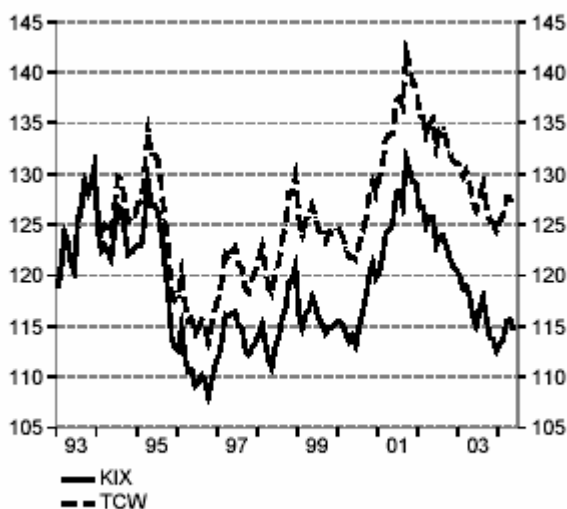
<sup>1</sup> SCB

liknande tendenser. Med tanke på att handeln med många varor såsom stål och olja sker i dollar är de individuella ländernas valutakurser mot dollarn relevanta ur konkurrenssynpunkt.

För att få en uppfattning om hur den svenska kronan har påverkat svensk konkurrenskraft jämfört med länder som svensk handel bedrivs med mer specifikt, använder man ett annat mätsätt: KIX.

Konjunkturinstitutets effektiva kronindex, KIX, omfattar samtliga OECD länder samt Kina. KIX väger samman de olika valutornas betydelse för svensk import och export av både förädlade varor och råvaror. Vikterna har beräknats för perioden 1991 till 2001 och bygger på en av IMF utarbetad metod. Vikterna justeras varje år för att förbli à jour med världshandeln. Tillgången på statistik har i någon mån bestämt vilka länder som har tagits med i KIX. I takt med att fler länder samlar tillförlitlig data kan KIX förväntas utökas till länder som till exempel Indien. Tidigare har ett annat index använts, TCW, som dock inte omfattat lika många valutor och inte heller beaktat både råvaror och bearbetade varor. Grafen nedan visar hur kronan har utvecklats mot den givna korgen valutor inräknade i TCW och KIX.

Diagram 50 Kronindex  
Index 1992-11-18 = 100, månadsvärden



Anm. I KIX används 2001 års vikter för 2002 och framåt.  
Källor: Riksbanken, OECD, IMF och Konjunkturinstitutet.

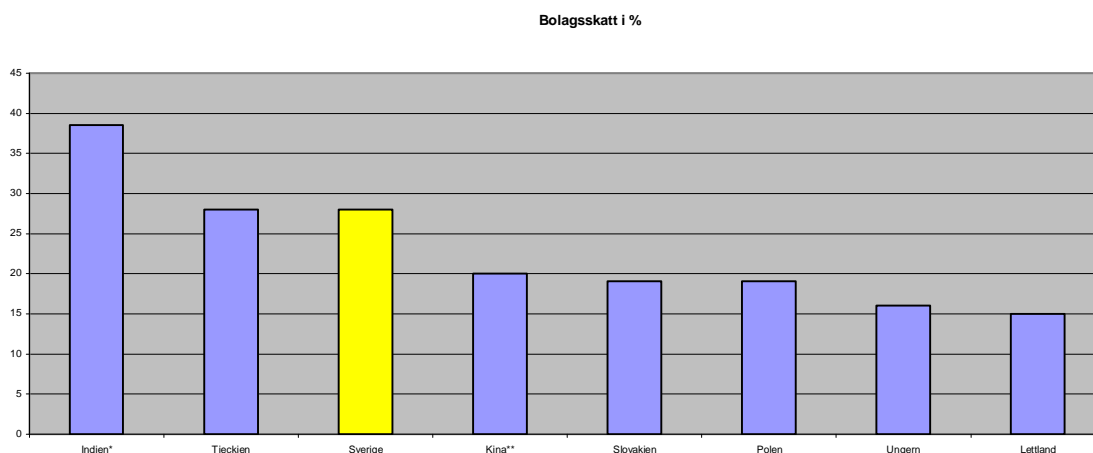
Enligt det tidigare sättet att mäta har kronan försvagats sedan -93 emedan KIX visar en förstärkning av kronan gentemot de i indexet medtagna valutorna. En anledning till avvikelsen är bland annat att TCW inte tar hänsyn till de asiatiska valutornas devalvering efter krisen 2000-2001 i lika hög grad som KIX. Att kronan blivit starkare mot de asiatiska valutorna (däribland den kinesiska) har givetvis medfört att varor exporterade dit säljs för relativt lägre priser mätt i SEK, något som försvagar den svenska exportindustrin.

Valutorna inom EU9 kommer med största sannolikhet att stärkas då förtroendet växer för dem i och med EU-inträde och ansträngningar att i framtiden kunna ansluta sig till euron.

Valutorna kan alltså sägas spela en underordnad roll för svenska företags flytt till EU9 men har betydelse för etablering i Kina och Indien.

## Skatter

Den sista parametern som jämförs i denna rapport är skatterna i de olika länderna. När det gäller företagande är bolagsskatter givetvis relevanta att jämföra. Uppgifter på skattesatser är, när ingenting annat anges, hämtade ur FN:s rapport Tax Surveys and Foreign Direct Investments publicerad år 2000. Diagrammet nedan visar storleken på bolagsskatten i respektive land.



*Siffrorna gäller år 2004 där inget annat anges.*

*\*1999*

*\*\*skatt för utländska företag. Inhemska företag betalar 33 %*

*Källor: Världsbanken, Kinesiska Finansministeriet, Washington Times Tax Review*

I jämförelse med andra västländer står sig Sverige väl med en bolagsskattesats på 28 %.

Tyskland till exempel har en effektiv bolagsskatt på 38,5 %. Till följd av de snabba och kraftiga skattereduceringarna i de nya EU-medlemsstaterna är den svenska skattesatsen på 28 % dock inte särskilt konkurrenskraftig vid en jämförelse med EU9.

Om Kina bör tilläggas att man planerar att sammanföra den låga skatten (20 %) för utländska företag och den högre för inhemska (33 %) till en enhetlig skatt på mellan 24 % och 28 % år 2006<sup>1</sup>. Trots en bolagsskattenivå som kommer att ligga väldigt nära den svenska, erbjuder det kinesiska finansministeriet en rad etableringsfördelar. Till exempel kan utländska företag ansöka om total befrielse från bolagsskatten i två år (räknat från första året med vinst) och ett

<sup>1</sup> Ställföreträdande finansminister Lou Jiwei i en intervju i Asian Wall Street Journal, 8/2 - 2004



50-procentigt bolagsskatteavdrag under tre år därefter om de garanterar att ha produktionsenheter i en "Special Economic Zone" (SEZ) i minst tio år. För företag som bedriver tekniskt avancerad produktion kan den 50-procentiga skattereduktionen beviljas för ytterliggare tre år. Att verka i en SEZ innebär även frihandel. Vidare kan ett utländskt företag, som väljer att placera verksamhet i en lantlig, underutvecklad region erhålla en skattereduktion på mellan 15 % och 30 % under tio år utöver de fem åren med skattefrihet/skatterabatt som också erbjuds i SEZ:s.

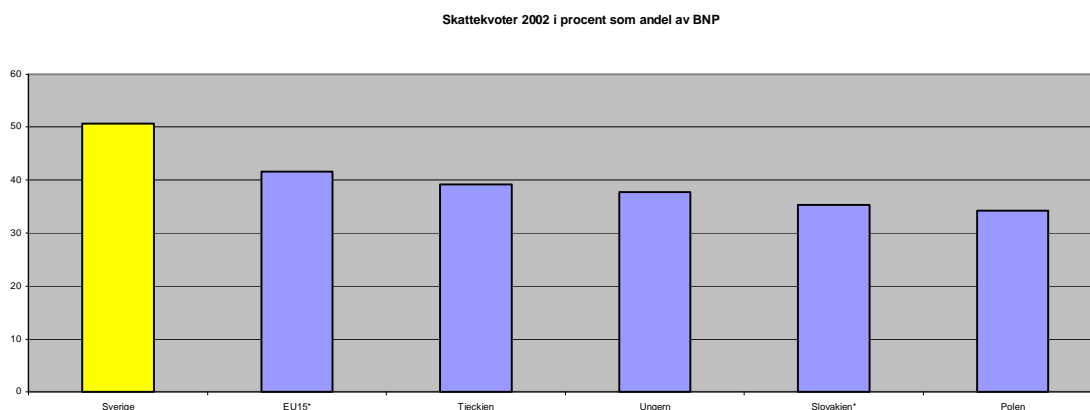
Detta är endast några av de många rabatterade skattesatser o. dyl. som utländska företag kan ansöka om. Generösa skatteavdrag finns både i och utanför SEZ:s framför allt för företag som exporterar mer än 70 % av sin produktion, som investerar i för Kina viktiga projekt (vägbyggen etc.) eller som återinvesterar vinsten i landet.

I Indien är skattesatsen högre för utländska än inhemska företag, 38,5 % respektive 35 % effektiv skatt. Å andra sidan ger de indiska myndigheterna ännu större skattelättnader än de kinesiska. I "the Free Trade Zones" FTZ, Indiens motsvarighet till Kinas SEZ, kan alla företag beviljas totalt slopad bolagsskatt i tio år. I övriga områden ligger skattelättnaderna normalt på 100 % de första fem åren (räknade från första året med vinst) och därefter ett 30- till 50-procentigt avdrag beroende på om produktionen har placerats i ett underutvecklat jordbruks- eller industriområde. För företag inom telekommunikationssektorn finns det skattereduktioner på 100 % under de första sju åren och på 30 % de följande fem. På samma sätt som i Kina ges speciella rabatter till företag inom infrastruktur- och exportindustrin. Även dessa ligger i storleksordningen 100 % de första fem till tio åren och 30 % de följande fem.

Även EU9-länderna erbjuder olika fördelar för att få utländska företag att etablera sig. Givetvis varierar de från land till land, men generellt kan man säga att de följer samma slags mönster som de kinesiska och indiska, dock utan att lägga sig i samma storleksordning. Skattelättnaderna inom de speciellt prioriterade områdena ligger ofta runt 20 % och bara väldigt sällan (i Polen t. ex.) finns det 100 % avdrag på bolagsskatten under någon period. I Ungern har man istället infört skatte krediter på upp till 100 % och fem år för företag som uppfyller statligt fastställda krav.

Sverige erbjuder inte skattelättnader vid investeringar utan från statligt håll framhålls skattesatsen på 28 % som så låg att den är en fördel i sig.

Bolagsskatten är emellertid inte den enda skatten som påverkar företag. Andra skatter såsom förmögenhetsskatten och skatten på utdelningar är också utav yttersta vikt för ett företag att ta med i beräkningarna när det gäller skattetryck. Nedan jämförs skattekvoterna i valda OECD-länder som andel av landets BNP.



*\*siffra från 2000*

*Källa: OECD 2003, Revenue Statistics, preliminära siffror*

Skattetrycket i Sverige är, som visas ovan, högre än i andra länder. För företag manifesteras detta med bland andra dubbelbeskattningen.

I Sverige beskattas vinsten först i bolaget med bolagsskatt och därefter som utdelning (eller reavinst) med kapitalskatt hos mottagaren tillsammans med cirka 50 procent av vinsten. Detta gäller egna genererade vinster och kapital som investeras som aktiekapital, med andra ord ägarkapital. Projekt som kan finansieras genom lånekapital träffas enbart av kapitalskatt om 30 procent. I uppstartnings- och utvecklingsskedena är tillväxtbolag i första hand intresserade av riskkapital i kombination med kunskande. Lånekapital är för små och medelstora företag normalt inte tillgängligt i detta skede.

En konsekvens av detta är att investeringarna som görs med egna vinster och ägarkapital kräver högre avkastning än på lånefinansierade investeringar, något som ger riskkapitalinvesteringar en konkurrensnackdel. På detta sätt är det som regel inte i utlandet. ”Inom EU och OECD är enkelbeskattning eller någon form av avräkning av bolagsskatten mot skatten på utdelning den behärskande ordningen. Bolagsskatt som betalas på vinst i bolaget räknas i allmänhet av vid ägarens beskattning.” skriver Hans Peter Larsson som är Senior Tax Manager på Öhrlings PricewaterhouseCoopers i en artikel i Riskkapitalföreningens Medlemsmatrikel. Även i Kina, Indien och EU9-länder som inte är medlemmar i OECD finns det regelverk som undviker dubbelbeskattning.

Förmögenhetsskatten, som i Sverige ligger på 1,5 % på förmögenheter över 1,5 milj. SEK, är en skattetyd som bara finns i 8 utav 30 OECD-länder<sup>1</sup>. Varken EU9-länderna eller Kina använder sig av förmögenhetsskatt<sup>2</sup>. I Indien ligger den på 1 % på förmögenheter större än c:a 250.000 SEK<sup>3</sup>.

I den mån det har funnits tillgång till statistik har skatterna på valda energikällor redan gått igenom i avsnittet ovan och skatterna på arbetskraft inkluderats i den totala arbetskraftkostnaden i det första avsnittet.

## **Slutsats**

I olika avsnitt har nu Sveriges konkurrenskraft jämförts utifrån viktiga parametrar med de nya konkurrentländerna, EU9, Kina och Indien. Syften har varit flera:

- att informera om konsumenternas vinster på den rådande utvecklingen
- att belysa varför företag i Sverige flyttar utomlands
- att betona att denna inte är den första strukturella omställningen av det svenska näringslivet

Den internationella konkurrensen pressar priserna nedåt vilket gynnar konsumenterna men ställer höga krav på producenter att kostnadseffektivisera.

De senaste 15 åren har öppnat nya marknader som tidigare har varit stängda. Sedan 1989 har EU9 blivit demokratiska och stabila marknadsekonomier, Indien har öppnat sig och välkomnar nu utländskt kapital och Kina har, om än inte på pappret, i varje fall i praktiken blivit en liberal marknadsekonomi i vissa fördelaktiga områden (SEZ). Givetvis drar detta till sig företag. Men lockelsen **till** de nya marknaderna är inte den enda förklaringen till företagsflytten. Som ofta har påpekats i rapporten är det konkurrensen som tvingar företag **från** Sverige, annars hade vi upplevt en ny era av exportframgångar kanske liknande den på det tidiga 1900-talet med allt vad det innebar av ett ökat välstånd i Sverige. Som nämns ovan i fallstudien Electrolux, producerar de numera tvättmaskiner i Ungern trots att de fortfarande säljs i Väst. Det handlar alltså inte i första hand om att finna nya marknader utan om att minska kostnaderna. Företag har inte råd att stanna i Sverige.

---

<sup>1</sup> OECD

<sup>2</sup> OECD, Kinesiska Finansministeriet

<sup>3</sup> Indiska Finansministeriet

Tidigare behövde Sverige endast jämföra sig med de andra Västländerna. Den svenska konkurrenskraften kunde då anses vara stark och den svenska marknaden attraktiv för investerare. I en rapport som det nederländska finansministeriet beställde 1999<sup>1</sup> framgår att ”Countries that do not offer (important) tax incentives for investments (e.g. Finland and Sweden) have an already existing advantage incorporated in their tax regimes, namely a relatively low rate of corporate tax.” I rapporten jämfördes investeringsklimatet bland EU15-länderna. Om vi däremot jämför Sveriges 28 % bolagsskatt med informationen om Kina, Indien och EU9 som presenterats i avsnitten ovan, framstår fördelarna inte som lika övertygande.

En allt mer global konkurrens har öppnat för utländska företag att sälja sina produkter i Sverige. Detta har pressat priserna på den svenska marknaden vilket har gynnat de svenska konsumenterna. För svenska producenter däremot innebär den ökade konkurrensen att man måste sänka sina egna priser för att inte förlora kunder och gå med förlust. Det höga kostnadsläget för produktion i Sverige och skattesystemet med förmögenhetsskatt, dubbelbeskattning och frånvaron av skatteförmåner vid investeringar gör det svårt för vissa typer av företag i Sverige att överleva i Sverige. Kombinerat med lockelsen av den snabbt expanderande ekonomin i framförallt Kina, får detta företag att välja bort Sverige för att möta konsumenternas krav. Följderna för Sveriges del innebär minskade investeringar och minskad sysselsättning. Detta har medfört att en 54 % av de svenska konsumenterna anser att företagen visar brist på ansvar gentemot landet, trots att det är just konsumenten som besitter möjligheten att göra det möjligt för företag att stanna kvar. Det är emellertid bara 43 % som förklarar sig villiga att betala mer för att en vara är svensk.

För många företag är kostnadseffektiviseringar således ett måste för att inte gå med förlust. Denna rapport visar att EU9-länderna, Kina och Indien erbjuder stora möjligheter inom det området. Den svenska konkurrenskraften är förvisso inte utdömd inom alla sektorer, det handlar inte om att *alla* företag och arbetstillfällen kommer att flytta. För all överskådlig framtid kommer Sverige att erbjuda goda möjligheter för högkvalificerad arbetskraft och yrken som behövs på plats (serviceyrken, hantverkare, etc.). Om förhållandena i Sverige förblir som de är, vilket verkar troligt då t.ex. lönerna antagligen inte kommer att sänkas med 75 % eller konsumentpriset stiga explosionsartat, så kommer vi få se allt fler företag etablera

---

<sup>1</sup> Baker & McKenzie, ”Survey of the effective tax burden in the European Union”, Amsterdam januari 1999

sig i utlandet. Detta är en stor strukturell omvandling, som med största sannolikhet kommer att fortgå till dess en ny jämviktpunkt är nådd.

Åtgärder för att behålla produktion och arbetstillfällen i det egna landet diskuteras och genomförs på en rad platser i Europa. I Frankrike finns det en stark politisk kraft som vill att man från statligt håll ska ingripa för att förhindra företagsflykt. Trots att effekterna av utlokaliseringar till EU9 än så länge bara är marginella för den franska ekonomin har politiker insett att det är en tidsfråga innan omfattningen har vuxit avsevärt. Genom bildandet av speciellt konkurrenskraftiga zoner, där universitet, myndigheter och företag ska samarbeta, och sänkandet av bolagsskatten, hoppas man kunna stävja tendensen.

På andra håll har anställda agerat på eget initiativ. Arbetare på Siemens i Tyskland och Bosch i Frankrike har accepterat att arbeta längre utan lönehöjning för att undgå att se sina fabriker utlokaliseras till Ungern respektive Tjeckien.

Detta är lösningar som mildrar utflyttningstendenser på kort sikt, men frågan är om de utgör hållbara framtidslösningar. På Consilium menar man att ett bättre företagsklimat skulle innebära att färre undersökte möjligheten att utlokalisera. Fördelarna i de jämförda länderna uppskattas dock vara så stora, att har man väl börjat informera sig om deras möjligheter, så finns det ingen anledning att behålla produktionen i Sverige. Bättre företagsklimat anses bara vara en fördröjare och inte en långsiktiglösning.

En långsiktig lösning innebär att en ny jämviktpunkt mellan konkurrentländerna och Sverige nås. Ända till dess kommer företag att se anledning att flytta.

Jämvikt går att uppnå på tre sätt: devalvering, prisutjämning och specialisering.

Att **devalvera** den svenska kronan har varit det traditionella sättet att värna om svensk konkurrenskraft. Kronan blir härigenom mindre värd jämfört med andra valutor, vilket gör svenska löner och produkter billigare ur ett internationellt perspektiv. Därmed blir svensk arbetskraft attraktiv igen för investeringar. Devalvering får emellertid stora negativa följder för ett lands ekonomi. Bland annat urholkas landets köpkraft. Diagrammet med valutaförändringarna i avsnittet ovan visar att med några få undantag (indiska rupeen och slovenska tolarn) har den svenska kronan försvagats mot de nya konkurrentländernas valutor. Denna depreciering kommer att fortsätta i takt med att EU9 dessa länders BNP-tillväxt tilltar. På så sätt sker redan idag en naturlig nedskrivning av den svenska kronans värde.

**Prisutjämnings** är en mekanism som kräver mycket mer tid än devalvering. Successivt förväntas priserna i Sverige och de nya konkurrentländerna harmoniseras. Redan nu ser vi en starkare prisökning i öst än vad vi ser i väst. Efter ett tag har de nya konkurrentländernas konkurrensfördelar uttraderats av prisutjämnings. Detta kan dock komma att ta flera årtionden. Det förenade Tyskland är ett talande exempel. Trots att det handlar om ett och samma land är löne- och prisskillnaderna mellan före detta DDR och Västtyskland fortfarande stora nästan 15 år efter sammanslagningen. 2003 tjänade en arbetare i det som tidigare var Östtyskland i genomsnitt €10,89/timmen medan motsvarande siffra för en arbetare i området som tidigare var Västtyskland tjänade €15,56/timmen<sup>1</sup>.

Även **specialisering** är ett tidskrävande sätt att hävda svensk konkurrenskraft. Genom att fokusera all energi på områden, där Sverige har ett försprång gentemot andra länder, kan landet förväntas attrahera investerare inom dessa. Spetskompetens inom teknologi och design är två traditionellt starka områden. Trots att företag flyttar ut produktion kan Sveriges konkurrenskraft hävdas genom att vi samtidigt får in investeringar för bland annat forskning. Både prisutjämnings och specialiseringen är två mekanismer som redan är verksamma. I detta sammanhang är det viktigt att påpeka att ett förbättrat företagsklimat skulle ge goda förutsättningarna för nya, snabbväxande företag i Sverige.

Samtidigt som konsumenterna kan glädjas åt allt billigare varor måste Sverige finna arbete åt alla de industriarbetare som genom utlokalisering till EU9, Kina och Indien förlorat sina anställningar. Alla kan inte bli forskare eller civilekonomer.

Såsom i alla tidigare omställningar av det svenska näringslivet kan nya företagsformer, näringsgrenar och möjligheter förväntas uppstå i dess kölvatten. Att ta vara på dem, det är Den Stora Utmaningen.

---

<sup>1</sup> Statistisches Bundesamt Deutschland

## Appendix

### Här följer en fullständig resultatredovisning av SIFO-undersökningen angående attityder och ansvar kring svenska företags flytt till utlandet.

Sid 1  
 Procent vertikalt  
 Sifos telefonbuss 2004

	Alla	Kön		Ålder				Man-ålder				Kvinna-ålder		
		Man	Kvinna	15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64
				År	År	År		År	År	År		År		
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152
Vägt basalt -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118
Fråga 1														
Tycker Du att svenska företag som flyttar utomlands visar bristande ansvar mot det svenska samhället?														
Ja -----	54	47-	61+	45-	48-	59	69+	44	40-	55	54	47-	56	64
Nej -----	36	44+	28-	45+	41+	29-	23-	50	50	34-	37	40+	33	25
Tveksam, vet ej -----	10	9	11	10	10	11	8	6	10	12	9	14	11	11
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152
Vägt basalt -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118
Fråga 2														
Vad tror Du är den viktigaste anledningen till att svenska företag flyttar utomlands?														
Skatterna i Sverige -----	29	27	31	28	31	27	28	32	30	23	18	23	33	31
Sänka produktionskostnaderna -	9	9	10	10	11	10	6	8	10	10	8	12	12	10
Kortsiktiga vinstmålsättningar	8	10+	5-	10	7	9	5	14	9	13	5	6	5	6
Annat svar, nämligen -----	9	11+	6-	12	7	8	10	13	9	13	11	11+	5	3-
Billigare arbetskraft -----	30	29	30	22-	28	33	36+	23	27	25	43+	20-	29	40+
Ekonomi -----	12	12	13	11	15	9	13	7	15	10	16	15	16	8
Tveksam, vet ej -----	3	2	5	8+	1-	4	2	4	0-	5+	13+	1-	3	3
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Telefontervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624(JoAn)

Sid 2  
 Procent vertikalt  
 Sifos telefonbuss 2004

	Alla	Kön		Ålder				Man-ålder				Kvinna-ålder		
		Man	Kvinna	15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64
				År	År	År		År	År	År		År		
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152
Vägt basalt -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118
Fråga 3														
Tror Du att den allmänna bilden är att företag flyttar utomlands för att öka företagets vinst eller tror du inte det?														
Ja, tror att den allmänna bilden är sådan -----	91	89	93	91	94+	90	88	87	92	87	91	94	97+	92
Nej, tror inte att den allmänna bilden är sådan -----	6	9+	4-	6	4	8	7	10	6	10	9	2	2	6
Tveksam, vet ej -----	3	2	3	3	1	2	5	3	2	3	-	4	1	1-
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152
Vägt basalt -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118
Fråga 4														
Tror Du att kostnaderna för industriproduktion är lika höga i andra länder som i Sverige?														
Ja -----	8	11+	5-	8	7	11	7	7	11	15	13	9	4	8
Nej, dyrare -----	5	6	5	5	5	7	4	5	5	9	2	4	5	4
Nej, billigare -----	73	71	76+	76	76	70	70	78	71	63-	71	73	82+	76
Tveksam, vet ej -----	13	12	14	11	11	12	19+	10	12	13	14	13	10	11
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152
Vägt basalt -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118
Fråga 5														
Bryr Du Dig om ifall en produkt är svensktillverkad när det handlar om sållanköpsvaror, t.ex. dammsugare eller kylskåp?														
Ja, handlar gärna svenskt ----	44	38-	49+	25-	43	44	66+	24-	38	42	52+	26-	49	45
Ja, men handlar lika gärna utländskt -----	8	8	8	5	10+	8	7	6	10	7	8	3	10	10
Nej, bryr mig inte om det ----	47	51+	42-	70+	45	45	26-	70+	49	48	37-	71+	40	43
Tveksam, vet ej -----	2	2	1	-	2	3	1	-	2	3	3	-	1	2
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Telefontervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624(JoAn)

Sid 3  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla		Kön		Ålder				Man-ålder				Kvinna-ålder		
	Alla	Kön		15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64	
		Man	Kvinna	År	År	År	År	År	År	År	År	År	År	År	
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152	
Vägt bastal -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118	
Fråga 6															
Skulle Du vara villig att betala ett högre pris för exempelvis ett stryckjärn för att det är svensktillverkat?															
Ja -----	43	40	45	26-	42	49+	54+	25-	43	50+	42	26-	41	49	
Nej -----	53	57	50-	72+	54	47-	41-	72+	55	50	50	71+	52	44	
Tveksam, vet ej -----	4	3	5	2	4	4	6	2	2	0-	8+	2	6	7	
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Antal intervjuer -----	1000	438	562	193	361	273	172	83	162	121	71	110	199	152	
Vägt bastal -----	1000	492	508	221	334	238	207	113	170	120	89	108	164	118	
Fråga 7															
Vad tror Du skulle göra att fler företag valde att stanna i Sverige?															
Att försvåra utflytt genom lagstiftning -----															
	4	4	3	6	3	4	1	5	5	5	1	6+	1	3	
Ett förbättrat företagsklimat i Sverige -----															
	23	22	24	13-	26	22	32+	13-	25	19	32+	12-	26	25	
Lägre löner -----															
	9	8	9	5-	8	10	13	4	8	7	16+	6	8	14+	
Att få svenska konsumenter att acceptera en högre prisnivå -----															
	4	4	3	2	7+	2	3	1-	10+	--	2	2	3	4	
Lägre skatter -----															
	44	42	46	41	51+	41	41	45	46	40	36	37-	56+	42	
Ingenting -----															
	1	1	0	-	1	1	-	-	2	1	-	-	0	1	
Annat svar, nämligen -----															
	15	19+	11-	15	16	14	13	19	20	16	19	11	12	12	
Lägre sociala avgifter -----															
	10	9	10	8	14+	8	7	10	12	9	5	5	15+	8	
Tveksam, vet ej -----															
	20	17	22+	31+	12-	21	20	26+	9-	21	16	36+	14-	20	
Andel svar totalt -----															
	128	128	129	119	137	124	130	123	137	118	127	115	136	130	
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624 (JoAn)															

Sid 4  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla		Kön		Ålder				Man-ålder				Kvinna-ålder		
	Alla	Kön		15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64	65- År	15-29	30-49	50-64	
		Man	Kvinna	År	År	År	År	År	År	År	År	År	År	År	
Nytt bastal: Om alternativ 4, prisnivå															
Antal intervjuer -----	30	14	16	3	18	5	4	1	12	-	1	2	6	5	
Vägt bastal -----	35	19	16	4	20	4	6	1	15	-	2	3	5	4	
Fråga 8															
Är Du själv villig att förändra dina inköpsvanor, dvs. handla mer svenskt oavsett om det är dyrare?															
Ja -----	67	74	58	-	80	81	53	-	76	-	100	-	93+	81	
Nej -----	27	19	36	100	11	19	38	100	15	-	-	100	-	19	
Tveksam, vet ej -----	7	8	6	-	9	-	10	-	9	-	-	-	7	-	
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	-	100	100	100	100	
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624 (JoAn)															

Sid 5  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla		Sysaeläggning		Anställning i			Medlem i			Region			Bostadsort	
	Alla	Sysaeläggning		Egen före tag	Privat tjänst	Off. tjänst	LO	TCO	SACO	Norra Sve-rige	Mell Sve-rige	Södra Sve-rige	Stor-städer	Övriga städer >3000	
		Arbe tare	Tjän-steman												
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569	
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558	
Fråga 1															
Tycker Du att svenska företag som flyttar utomlands visar bristande ansvar mot det svenska samhället?															
Ja -----	54	62+	48	29-	51-	61+	72+	53-	46-	60	52	56	44-	57	
Nej -----	36	30-	42	59+	42+	29-	20-	40+	42	28	39	34	47+	32-	
Tveksam, vet ej -----	10	8	10	13	8	10	8	7	12	12	9	10	9	11	
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569	
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558	
Fråga 2															
Vad tror Du är den viktigaste anledningen till att svenska företag flyttar utomlands?															
Skatterna i Sverige -----	29	31	27	34	29	27	29	28	22	36	32	24-	34	29	
Sänka produktionskostnaderna - Kortaiktiga vinstmålsättningar	9	9	9	13	8	10	10	10	6	11	9	10	10	10	
Annat svar, nämligen -----	8	10	6	10	7	10	11	6	8	4	7	9	7	8	
Billigare arbetskraft -----	9	5	11+	3	12+	3-	6-	10	19+	5	9	9	7	8	
Ekonomi -----	30	33	33	21	31	36	32	32	31	26	28	31	25	31	
Tveksam, vet ej -----	12	10	12	13	11	12	9	12	13	8	12	14	14	11	
Totalt -----	3	2	2	6+	1	3	3	1	1	10+	3	3	3	3	
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624 (JoAn)															



Sid 6  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla	Sysselsättning			Anställning i		Medlem i			Region			Bostadsort	
		Arbe- tare	Tjän- steman	Egen före tag	Privat tjänst	Off. tjänst	LO	TCO	SACO	Norra Sve- rige	Mell Sve- rige	Södra Sve- rige	Stor- städer	Övriga städer >3000
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558
Fråga 3														
Tror Du att den allmänna bilden är att företag flyttar utomlands för att öka företagets vinst eller tror du inte det?														
Ja, tror att den allmänna bilden är sådan -----	91	90	94	89	93	92	91	95	89	94	91	91	92	92
Nej, tror inte att den allmänna bilden är sådan -----	6	7	5	7	5	6	8	3	8	3	6	7	7	5
Tveksam, vet ej -----	3	3	1	4	2	2	1	1	3	3	3	2	1	3
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558
Fråga 4														
Tror Du att kostnaderna för industriproduktion är lika höga i andra länder som i Sverige?														
Ja -----	8	8	10	7	10	8	8	10	11	10	6-	10	9	9
Nej, dyrare -----	5	5	6	2	7	4	6	8	1-	5	5	5	4	5
Nej, billigare -----	73	76	75	78	75	77	76	71	78	71	74	73	73	73
Tveksam, vet ej -----	13	10	9	13	8	11	10	11	10	14	14	12	13	13
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624 (JoAn)

Sid 7  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla	Sysselsättning			Anställning i		Medlem i			Region			Bostadsort	
		Arbe- tare	Tjän- steman	Egen före tag	Privat tjänst	Off. tjänst	LO	TCO	SACO	Norra Sve- rige	Mell Sve- rige	Södra Sve- rige	Stor- städer	Övriga städer >3000
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558
Fråga 5														
Bryr Du Dig om ifall en produkt är svensktillverkad när det handlar om sällanköpsvaror, t.ex. dammsugare eller kylskåp?														
Ja, handlar gärna svenskt ----	44	43	41	41	39	47+	49+	39	38	51	41	46	33-	44
Ja, men handlar lika gärna utländskt -----	8	7	12+	5	9	11	6	8	12	5	10	7	10	7
Nej, bryr mig inte om det ----	47	48	46	51	50+	40-	43	51	49	42	48	46	54+	47
Tveksam, vet ej -----	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	1	2	3	1
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558
Fråga 6														
Skulle Du vara villig att betala ett högre pris för exempelvis ett stryckjärn för att det är svensktillverkat?														
Ja -----	43	46	41	36	46	41	50	44	40	46	40	45	36-	42
Nej -----	53	52	54	63	51	55	48	52	56	51	57	51	61+	53
Tveksam, vet ej -----	4	2	4	1	3	3	1	5	4	3	3	5	2	4
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624 (JoAn)

Sid 8  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla	Sysselsättning			Anställning i		Medlem i			Region			Bostadsort	
		Arbe- tare	Tjän- steman	Egen före tag	Privat tjänst	Off. tjänst	LO	TCO	SACO	Norra Sve- rige	Mell Sve- rige	Södra Sve- rige	Stor- städer	Övriga städer >3000
Antal intervjuer -----	1000	288	265	68	292	260	203	189	75	100	470	430	237	569
Vägt bastal -----	1000	259	252	68	286	223	183	174	66	101	454	445	234	558
Fråga 7														
Vad tror Du skulle göra att fler företag valde att stanna i Sverige?														
Att försvåra utflytt genom lagstiftning -----	4	4	1	2	3	1	4	2	-	1-	4	4	5	3
Ett förbättrat företagsklimat i Sverige -----	23	21	28	22	25	23	21	26	23	24	22	25	27	22
Lägre löner -----	9	5-	13+	7	9	9	5-	12	11	7	9	9	8	9
Att få svenska konsumenter att acceptera en högre prisnivå -----	4	5	5	-	6	4	5	7	2	3	5	3	5	4
Lägre skatter -----	44	48	46	52	47	46	43	45	47	40	46	43	49	44
Ingenting -----	1	1	1	3	1	0	-	2+	-	1	1	0	0	1
Annat svar, nämligen -----	15	14	16	16	16	13	11	17	18	11	14	16	14	13
Lägre sociala avgifter -----	10	11	12	15	13	9	13	12	4	8	9	11	11	11
Tveksam, vet ej -----	20	18	13	14	13	20+	23+	11-	17	26	20	19	16	21
Andel svar totalt -----	128	126	135	132	133	125	125	135	122	122	130	128	135	127
Nytt bastal: Om alternativ 4, prisnivå														
Antal intervjuer -----	30	11	11	-	15	8	7	9	2	3	16	11	11	15
Vägt bastal -----	35	12	13	-	16	9	8	11	1	3	20	11	11	18
Fråga 8														
Är Du själv villig att förändra dina inköpsvanor, dvs. handla mer svenskt oavsett om det är dyrare?														
Ja -----	67	72	68	-	73	65	63	65	100	81	67	63	62	61
Nej -----	27	28	18	-	16	35	37	19	-	-	33	21	22	36
Tveksam, vet ej -----	7	-	14	-	11	6	-	16	-	-	19	-	16	3
Totalt -----	100	100	100	-	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624 (JoAn)

Sid 9  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla										
	Skulle i ett riksdagsval idag rösta på:										
	M	Fp	C	KD	Mp	S	V	Borgerligt m+fp +c+kd	Socia- lis- tiskt s+v	Inget parti	
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 1											
Tycker Du att svenska företag som flyttar utomlands visar bristande ansvar mot det svenska samhället?											
Ja -----	54	33-	37-	58	41	59	71+	81+	39-	73+	56
Nej -----	36	59+	56+	36	46	28	22-	12-	53+	19-	27-
Tveksam, vet ej -----	10	8	7	7	14	13	8	7	8	7	18+
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 2											
Vad tror Du är den viktigaste anledningen till att svenska företag flyttar utomlands?											
Skatterna i Sverige -----	29	40+	37	28	28	16	22-	21	36+	22-	27
Sänka produktionskostnaderna ---	9	8	10	12	5	14	11	7	9	10	8
Kortsiktiga vinstmålsättningar -	8	5	11	2	10	9	10	15+	6	11+	4
Annat svar, nämligen -----	9	11	14+	9	20+	14	4-	7	12+	4-	7
Billigare arbetskraft -----	30	22-	21-	29	27	39	37+	35	24-	37+	34
Ekonomi -----	12	11	7	16	11	5	14	11	11	13	15
Tveksam, vet ej -----	3	2	-	4	-	3	2	4	2	3	4
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624(JoAn)											

Sid 10  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla										
	Skulle i ett riksdagsval idag rösta på:										
	M	Fp	C	KD	Mp	S	V	Borgerligt m+fp +c+kd	Socia- lis- tiskt s+v	Inget parti	
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 3											
Tror Du att den allmänna bilden är att företag flyttar utomlands för att öka företagets vinst eller tror du inte det?											
Ja, tror att den allmänna bilden är sådan -----											
Ja -----	91	92	93	88	84	97	91	90	91	91	90
Nej, tror inte att den allmänna bilden är sådan -----											
Nej -----	6	5	5	8	12	3	6	8	6	6	6
Tveksam, vet ej -----	3	3	2	3	4	-	3	2	3	3	4
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 4											
Tror Du att kostnaderna för industriproduktion är lika höga i andra länder som i Sverige?											
Ja -----	8	5	9	9	18	5	11	11	8	11	7
Nej, dyrare -----	5	4	6	5	3	2	6	13+	5	8+	3
Nej, billigare -----	73	77	74	76	61	88+	72	63-	75	70	74
Tveksam, vet ej -----	13	14	11	11	18	5	11	13	13	11	16
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624(JoAn)											

Sid 11  
 Procent vertikalt  
 Sifos Telefonbuss 2004

	Alla										
	Skulle i ett riksdagsval idag rösta på:										
	M	Fp	C	KD	Mp	S	V	Borgerligt m+fp +c+kd	Socia- lis- tiskt s+v	Inget parti	
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 5											
Bryr Du Dig om ifall en produkt är svensktillverkad när det handlar om sållanköpsvaror, t.ex. dammsugare eller kylskåp?											
Ja, handlar gärna svenskt -----											
Ja -----	44	38-	39	65+	50	46	47	47	44	47	42
Ja, men handlar lika gärna utländskt -----											
Ja -----	8	13+	10	4	12	9	8	4	11+	7	4-
Nej, bryr mig inte om det -----											
Nej -----	47	47	49	28-	38	44	43	49	44	45	52
Tveksam, vet ej -----	2	2	1	3	-	2	1	-	2	1	2
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 6											
Skulle Du vara villig att betala ett högre pris för exempelvis ett strykjärn för att det är svensktillverkat?											
Ja -----	43	32-	38	54	53	51	50+	52	39-	50+	36-
Nej -----	53	66+	56	38-	46	44	45-	43	57+	45-	62+
Tveksam, vet ej -----	4	2	6	7	1	5	5	5	4	5	2
Totalt -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624(JoAn)											

	Skulle i ett riksdagsval idag röst på:										
	Alla	M	Fp	C	KD	Mp	S	V	Borgerligt m+fp +c+kd	Socialistiskt s+v	Inget parti
Antal intervjuer -----	1000										
Vägt bastal -----	1000										
Fråga 7											
Vad tror Du skulle göra att fler företag valde att stanna i Sverige?											
Att försvåra utflytt genom											
lagstiftning -----	4	3	3	1	-	7	4	12+	2	6+	2
ett förbättrat företagsklimat i Sverige -----	23	31+	30	32	32	20	22	18	31+	21	16-
Lägre löner -----	9	9	9	15	14	8	7	13	10	8	7
Att få svenska konsumenter att acceptera en högre prisnivå ----	4	2	5	3	-	8	7+	6	2-	7+	3
Lägre skatter -----	44	52+	44	39	45	34	41	40	47	41	50
Ingenting -----	1	1	-	-	-	-	1	-	1	1	1
Annat svar, nämligen -----	15	15	15	13	19	12	13	13	15	13	19
Lägre sociala avgifter -----	10	10	14	6	-	11	9	8	10	9	11
Tveksam, vet ej -----	20	10-	11	20	12	25	24+	23	12-	23+	19
Andel svar totalt -----	128	133	131	128	122	125	127	132	131	128	127
Nytt bastal: Om alternativ 4, prisnivå											
Antal intervjuer -----	30										
Vägt bastal -----	35										
Fråga 8											
Är Du själv villig att förändra dina inköpsvanor, dvs. handla mer svenskt											
ogsvsett om det är dyrare?											
Ja -----	67	100	36	63	-	74	53	100	63	64	100
Nej -----	27	-	26	37	-	26	43	-	20	33	-
Tveksam, vet ej -----	7	-	38	-	-	-	4	-	18	3	-
Totalt -----	100	100	100	100	-	100	100	100	100	100	100
Telefonintervjuer 13-16 Sep 2004 (c) Sifo Research & Consulting Proj 1512624(JoAn)											