

Borde ditt företag ha en myndighetsstrategi?

Av Ingvar Persson*)

Samhället har blivit en allt viktigare miljöfaktor för företagen. Det gäller praktiskt taget alla områden, även om tankarna kanske i första hand går till de ekonomiska stöd och stimulansåtgärder som i en rik flora erbjuds företagen. Trots alla aktiviteter på det ekonomiska området är de för många företag långt ifrån de viktigaste samhällsåtgärder. När jag i en nyligen framlagd doktorsavhandling vid Institutionen för Industriell Organisation, Lunds Universitet har introducerat begreppet »myndighetsstrategi» avses en helt annan grupp av åtgärder, nämligen de som *direkt påverkar marknaden för företagens produkter.*

*) Institutionen för Industriell Organisation, Tekniska Högskolan i Lund. Artiklen modtaget december 1980.

Borde ditt företag ha en myndighetsstrategi?

Av Ingvar Persson*)

Samhället har blivit en allt viktigare miljöfaktor för företagen. Det gäller praktiskt taget alla områden, även om tankarna kanske i första hand går till de ekonomiska stöd och stimulansåtgärder som i en rik flora erbjuds företagen. Trots alla aktiviteter på det ekonomiska området är de för många företag långt ifrån de viktigaste samhällsåtgärder. När jag i en nyligen framlagd doktorsavhandling vid Institutionen för Industriell Organisation, Lunds Universitet har introducerat begreppet »myndighetsstrategi» avses en helt annan grupp av åtgärder, nämligen de som *direkt påverkar marknaden för företagens produkter.*

*) Institutionen för Industriell Organisation, Tekniska Högskolan i Lund. Artiklen modtaget december 1980.

Lagar, normer och låneregler kan förändra förutsättningarna för enskilda företags produkter och affärsideer i såväl positiv som negativ riktning. Dessa förändringar kan vara mycket betydelsefulla, t.ex. genom påverkan på den totala marknadsvolymen inom produktområdet eller på det enskilda företags relative konkurrensläge. Därför kan det ligga i ett enskilt företags intresse att få till stånd, ändra, motverka eller påverka detaljutformningen av åtgärderna. Ett företag som engagerar sig för att åtstadkomma en sådan påverkan utvecklar vad jag kallar en »myndighetsstrategi«. Företaget betraktar då samhället som en mycket viktig del av sin miljö, varför organisationen utvecklar sin förmåga att interagera med de viktigaste samhällsinstitutionerna, lär känna de existerande tankegångarna där, fångar upp nya ideer på ett tidigt stadium och utformar svar, initierar själv förändringar samt utnyttjar sin kunskapsöverlägsenhet för att påverka – en kunskapsöverlägsenhet som helt eller delvis kan ha utvecklats med samhällets företrädare som primär målgrupp. Dessa kunskaper kan vara »nya« men också sammanställningar av befintliga kunskaper på ett nytt och för samhällsintresset lämpligare sätt. Produkterna marknadsförs mot samhället. Det finns idag många företag som har produkter med »potential« för en myndighetsstrategi. Alla har inte utvecklat sådana strategier och kanske inte heller upptäckt de potentiella möjligheterna. I avhandlingen finns exempel på ett företag som bedrivit mycket framgångsrika myndighetsstrategier, medan andra företag i studien inte förstått att de har produkter eller produktområden där det skulle vara möjligt. Att möjligheten finns är dock inte detsamma som att det är lämpligt, bara att alternativet bör övervägas. En myndighetsstrategi ställer ju krav på resurser och de resurserna kan kanske företaget utnyttja effektivare genom att disponera dem på ett annat sätt. I ett speciellt kapitel analyseras datamaterialet just med avseende på myndighetsstrategier. Där finns också en sammanställning av några viktiga förutsättningar och drivkrafter för att de skall utvecklas i ett företag.

Inte bara myndighetsstrategier

Myndighetsstrategi eller ej – en av avhandlingens slutsatser eller hypoteser är, att om företagens investeringsvolymen skall påverkas ligger de viktigaste samhällsåtgärderna på marknadssidan. Det är dock inte

bara denna typ av åtgärder som studerats utan hela det register som direkt påverkar investeringsprocesserna i företagen. Samhället som kravställare på produktionsresurser (t.ex. Miljöskyddslagen och Arbetsmiljölagen) och produkter (t.ex. Svensk Byggnorm och Livsmedelslagen) har behandlats liksom ett flertal olika ekonomiska åtgärder (skatter, fonder, bidrag och lån). Dessutom har de organisatoriska åtgärderna (t.ex. MBL) undersökts. En sådan bred ansats har gjort det möjligt att studera de olika åtgärdernas relativa betydelse.

Datamaterialet har samlats in genom ingående studier av investeringsprocesserna i ett byggmaterialföretag, ett livsmedelsföretag, två verkstadsföretag och ett möbelföretag. De har haft mellan 90 och 4000 anställda. Företagens investeringsprocesser är beskrivna i en separat del, där beskrivningarna inte är begränsade till samhällsåtgärderna även om de har en sådan inriktning. För en förståelse av samhällsåtgärdernas roll krävs en förståelse av hela processen och de sammanhang där åtgärderna kommer in. Denna helhetssyn har styrt uppläggningsen av beskrivningarna.

Företagets sätt att hantera de olika åtgärderna är inte bara beroende av åtgärdernas innehåll och företagets situation utan även av den tolkning företagets aktörer gör. Om de bedömer åtgärden och/eller företagets agerande som mindre viktigt uppträder organisationen passivt. Uppfattas däremot åtgärden som viktig har företagen gjort sådana förändringar i organisationen att den grundläggande behandlingen av åtgärderna har påverkats. Det är därför väsentligt att aktörerna inte bedömer en åtgärd eller ett åtgärdsområde vara mindre viktigt eller svårt än det i verkligheten är eller kan bli. Då får ju åtgärden en ur företagets synpunkt sett olämplig behandling.

Avhandlingen har titeln »Företagens investeringsbeteende – påverkan och inläring av samhällsåtgärder i några företag» och kan beställas vid Institutionen för Industriell Organisation, Box 725, 22007 Lund, tel. 046/ 10 80 10.