

NÄRINGSGLIV

Varje dag om små och medelstora företag

■ Vad vill du läsa om på Näringsgliv?
Tipsa oss naringsgliv@di.se
Redaktör Andreas Niltes
andreas.niltes@di.se, 08 - 736 49 24

Redaktör: Andreas Niltes, andreas.niltes@di.se, tel 08-736 49 24



BRÅDADE KONKURRENTEN. Plastpåsetillverkaren Lundin fick en order värd 30 Mkr på grund av långa leveranstider och bristande kvalitet i Estland.

FOTO: ANDREAS HYLÉN

Borta dyrt – hemma bäst

30 av 40 företag vinner på att behålla produktionen i Sverige

Är det lönsamt att flytta produktionen utomlands? På statliga Almi Företagspartner används en analysmodell som ger svar.

Hittills har 30 av 40 företag valt att vara kvar i Sverige efter att ha medverkat i undersökningen.

”Det finns en övertro på effekterna av en flytt”, anser konsulten Björn Olanders.

Enligt Almi går minst 15 000 svenska företag i flytttankar. Därför tittade man på vad som kan göras för att behålla produktionen och jobben i Sverige.

Det resulterade i en datoriserad kalkyl som simulerar en flytt. I en checklista beskrivs sedan hur lönsamheten påverkas.

Lönekostnaderna inte allt

De faktiska kostnaderna kartläggs, både i Sverige och utomlands. Till exempel personalkostnader, driftkostnader, materialkostnader, kapitalkostnader samt skatter och avgifter.

”Företagen stirrar sig gärna blinda på flytten utan att räkna på om det verkligen lönar sig. Vårt mål är att visa vilka förbättringar som kan göras i den egna produktionen för att bli konkurrenskraftiga i omvärlden”, säger Björn Olanders.

För de företag som valt att stanna kvar har det betytt rationaliseringar och inve-

steringar i nyare och modernare maskiner för att sänka produktionskostnaderna.

Lönekostnaderna för kollektivanställda i Sverige är till exempel fyra gånger högre i Estland än i Sverige och minst 20 gånger högre än i Kina och Indien.

Ett skäl att förlägga verksamheten utomlands är att det inte går att påverka kostnadsbildningen i Sverige. För vissa gäller det att komma åt en viss marknad. Här finns det länder som kräver produktion inom landets gränser. Andra väljer att som underleverantör följa med när storbolagen lägger produktion utomlands.

Nu har forskarvärlden blivit uppmärksam på utflyttningarna. Förra månaden började ett samarbete mellan Chalmers, Linköpings universitet och

”Företagen stirrar sig gärna blinda på flytten.”

BJÖRN OLANDERS,
FÖRETAGSKONSULT
ALMI

IVF Industriforskning och utveckling. Över 15 företag medverkar, liksom Almi. Huvudman i projektet är Vinnova, statens verk för att främja innovationer, som satsar 10 Mkr under drygt två år.

”De här projekten fokuserar på logistiken kring utflyttning”, säger Birgitta Öjmertz på IVF Industriforskning och utveckling.

SVEN WETTERGRUND
frilans@telia.com
08-88 30 33

DISKUTERA!

di.se

■ Ska svenska företag flytta utomlands? Kommentera artikeln på www.di.se

Värmländsk påsjätte håller låglöneländer på mattan

JÖSSEFORS

Landets största tillverkare av plastbärkassar för dagligvaruhandeln, Lundin i värmländska Jössefors, fick kalkylhjälp av Almi.

Anledningen var att den norska konkurrenten Norfolier hade flyttat produktionen till Estland.

”När jag fick reda på det fick jag kalla fötter. Almi gjorde en analys för att se hur konkurrensen från Estland skulle påverka vår framtida verksamhet”, sä-

ger vd Lars Lundin.

Oväntat blev dock Norfoliers utlands-etablering en seger för Värmlandsföretaget som i all hast fick en order värd 30 Mkr från Coop Norden.

Enligt Lars Lundin hade Coop tröttnat på Norfoliers estniska fabrik som inte höll transporttider och kvalitet.

”Det viktigaste för en butik är bärkassar och elektricitet. Annars är det svårt för dem att sälja”, säger han.

Almis analys av Värmlandsföretaget



Lars Lundin, vd Lundin.

tog drygt en vecka att genomföra. Konsulten Thomas Berg från Karlstad gick bland annat igenom ledarskap, inköp, marknadsföring, administration samt balans- och resultaträkning.

600 miljoner bärkassar

Analysen visade att personalkostnaden i Estland i Lundins fall skulle uppgå till 7 Mkr mot dagens 42 Mkr. Men eftersom plastråvaran står för 50 procent av företagets kostnader, och kilopriset är lika över hela världen, så blev den totala tjänsten för liten.

Företaget tillverkar 600 miljoner bärkassar per år med Coop, Axfood och den norska detaljhandelsjätten Norges-

LANDET RUNT

Jössefors

■ Företag: Lundin
■ Ägare: Trioplast-koncernen
■ Omsättning: 180 Mkr (2005)
■ Resultat före skatt: 18 Mkr
■ Anställda: 100

gruppen bland de viktigaste kunderna.

Teoretiskt skulle en flytt till Estland innebära en besparing per bärkasse på cirka 16 procent. Här tycker Thomas Berg att 60 procent är ett minimum för flytt, eftersom det finns stora dolda kostnader att ta hänsyn till.

Lars Lundin anser också att den industriella vanan och branchkompetensen saknas i Estland. På detta ser han att flyttkostnaderna blir astronomiska.

Nu investerar Värmlandsföretaget i stället 30 Mkr under en treårsperiod i ny maskinpark för att hålla låglöneländerna stängna.

SVEN WETTERGRUND