

Vi använder cookies på våra sajter för att ge dig en bättre upplevelse.

Jag godkänner

Läs mer



Varför är Sverige så bra?

Publicerad: 11.12.2015 20.43 Uppdaterad: 11.12.2015 20.45

Ytligt snack, konstant strävan efter konsensus och alldeles för många möten – dessa förknippas vi ofta med svenskar och ineffektivitet på arbetsplatsen. Trots det visar Sveriges ekonomi gröna siffror och listan över globalt älskade varumärken är lång. Varför lyckas svenskarna?

Svenskarna är modigare än vi. I Sverige har man vågat genomföra viktiga strukturella förändringar som har skapat förutsättningar för framgång. Offentliga finanser har vårdats långsiktigt med stöd av det politiska systemet. Tillväxten i Sverige ligger på 3,3 procent i år medan Finland för sjätte året i rad inte visar någon tillväxt alls.

Att få folk i arbete är grunden för en hälsosam ekonomi. Sverige har lägre arbetslöshet än Finland, folk jobbar mera och högre upp i åldrarna. I dagens samhälle finns det jobb på en väldigt bred skala. Det ska alltid vara attraktivare att jobba än att vara arbetslös.

Ramarna för löneförhandlingar är smidigare i Sverige. Det svenska samhället har utvecklats i takt med den snabbt föränderliga världen. Genom tvåpartsförhandlingar bryter man ner lönediskussionen på lokal nivå.

Tvåpartsmodellen i Sverige betyder dock inte att arbetsgivaren listar villkoren för arbetstagen – nästan tvärtom. Bakom den svenska modellen finns ytterst noggrann dokumentation som innefattar både löne- och utvecklingsamtal. Hela processen är öppen för fackföreningar att följa. Med våra trepartsförhandlingar har man inte möjlighet att reagera så snabbt som dagens situation kräver.

Det svenska pensionssystemet genomgick en förändring redan på 1990-talet. Syftet var att i förväg förbereda sig inför den åldrande befolkningen. Man har framgångsrikt lyckats höja åldern på arbetstagen. Installeringen till äldre på arbetsplatser är positiv och hela 50 procent av samtliga uppstarts företag i Sverige grundas i dag av personer över 60 år eller av pensionärer.

Till skillnad från Finland har Sverige egen valuta vilket skapar mera svängrum. I dagsläget råder det ingen diskussion i Sverige kring euron. Med alla bekymmer som finns inom euroområdet känns den svenska kronan extra kär och situationen i Grekland har definitivt minskat intresset av att avstå från den egna valutan. Det betyder dock inte att Sverige är likgiltig för situationen – som en del av Europa och medlem i EU önskar även Sverige att krisen blir löst. Men när det gäller konkreta skeenden till exempel just i Greklandsfrågan sitter Sverige på läktaren och tittar förundrad på. Sverige har redan länge haft en positiv inställning till invandring. Invandring blir kostsamt för staten i början och det krävs hårt arbete för att integrationen ska lyckas. Men invandring ökar utan tvivel dynamiken i ekonomin och bidrar till tillväxten. Det räcker med att titta på den finska invandringen till Sverige för att kunna konstatera att de hundratals finländare och deras barn som bor i Sverige definitivt har bidragit både ekonomiskt och kunskapsmässigt till det svenska samhället.

I Sverige var den första generationens invandrare villiga att göra de jobb som svenskarna vägrade att ta tag i. Den andra generationen har vuxit upp till välutbildade individer med hög arbetsmoral. En viktig aspekt är också att dessa personer sprider en positiv bild av Sverige globalt på ett naturligt sätt genom kontakter med de länder där familjerna har sina rötter.

Finland är känt som ett starkt ingenjörsland. Varumärkesforskaren

Kirsti Lindberg-Repo har konstaterat att det finns för mycket Einstein och för lite Marilyn i oss finnar. Många gamla Nokia-ingenjörer driver i dag små uppstarts företag som har stor potential att lyckas.

Men för att bli globalt framgångsrika behöver vi ta stora kliv framåt inom försäljning och marknadsföring. Det är första prioritet om vi vill få medvind på exportmarknaden. Vi måste inse att vi inte säljer finländska produkter och tjänster på den globala marknaden enbart med ärlighet och ödmjukhet. Inte heller kan vi längre sitta säkert och tro att vi alltid ändå kan sälja på den ryska marknaden.

Det är dags att titta i spegeln, motivera oss själva med nytt tänk och skapa stora visioner. Vi ska inte utgå från att förbättra det befintliga utan vi ska skapa nytt och våga.

Det som Sverige är riktigt bra på är att skapa produkter som svarar på konsumentens efterfrågan. En bransch som sticker ut är detaljhandeln och då alldeles särskilt modebranschen. Vid sidan av H & M föds regelbundet nya varumärken som sprudlar av innovation och framtidstro. Svenska designers håller världsklass i kreativitet och ett modigt mindset.

En PR-byrå baserad i Nederländerna hjälper många nyare svenska modevarumärken såsom Whyred, Dagmar, Acne att erövra världen. Byrån är fascinerad över svenskarnas tankesätt och säger att fördelen för svenska designers är att de från dag ett planerar att både bli ett supervarumärke och en global aktör. Däremot säger designers från många andra länder ofta att de inte vill bli för stora eftersom de vill kunna behålla exklusiviteten. PR-byrån konstaterar att svenskarna vet bättre: man kan både vara exklusiv och göra stora affärer globalt.

Sverige satsar mera på forskning och utveckling än Finland. Det svenska samhället uppmuntrar till företagsamhet och ger uppskattning åt framgångsrika företagare. När jag fungerat som domare i forum där unga företagare tävlar har jag märkt skillnader i Sverige och Finland. Själva andan i de här tillställningarna är annorlunda länderna emellan. Sverige har längre traditioner för den här typen av aktivitet, ungdomarna är vana vid socialt mingel och konkurrenssituationen anses i regel som sund och något som sparrar en att nå ännu längre.

Lilacsad har man blivit duktigare på att glädjas åt andras framgångar. I Finland är vi inte riktigt där ännu. Vi belönar på samma sätt oftast framgångsrika idrottsmän. Annan typ av framgång och försprång, speciellt om ekonomisk vinning är inblandad, har en tendens till att fortfarande leda till avundsjuka.

I Finland skratrar vi ofta åt svenskarnas diskuterande kultur och eviga konsensusösk. Det kan upplevas som transigt och tidskrävande, och något som bara är ineffektivt och onödigt.

Det är sant att man i Sverige inte fattar beslut ensam. Man börjar med att diskutera i arbetsgrupper och team, därefter stämmer man av med chefen innan ett projekt sätts i gång.

Sanningen är dock att det går bra för Sverige. Kanske vore det klokt att fundera på om också vi kan lära oss något av svenskarna? Med stöd av närmaste kollegorna bygger man upp självförtroendet som man sedan använder i större forum. Man lär sig att nå hela vägen till guldpalLEN i stället för att förlora vid mållinjen.

Vi i Finland behöver tillämpa våra teoretiska kunskaper i praktiken. Våra fina Pisasresultat tack vare ett högklassigt utbildningssystem behöver nu översättas till blomstrande försäljnings-siffror, extroverta möten och stolta presentationer inför relevant publik. För att nå all detta måste vi våga. Våga lita på oss själva och varandra, våga satsa stort, våga förändra, våga ta risker och våga lyckas – hela vägen.

Svenskarna lyckas när det väl gäller – när tar vi vår chans?

Kjell Skoglund

är verkställande direktör för Finsk-svenska handelskammaren i Stockholm.



Hufvudstadsbladet är den största
finlandssvenska dagstidningen i Finland
och utkommer i Helsingfors.

Kontakta HBL
Växel 09 12531
Prenumerationer 09 1253 500
pren@hbl.fi

KSF Media ger ut Hufvudstadsbladet,
Västra Nyland, Östnyland, Lovönsan
Sannomä och Hangöskönungen i
Hangonichti.

Ansvarig redaktör (digitalt innehåll): Susanna Ilmoni
Chefredaktör för tidningen Hufvudstadsbladet: Tommy Westerlund
Nyhetschef inrikes och världen: Lena Skogberg (t)

Nyhetstips & pressmeddelanden
E-post: nyheter@hbl.fi
SMS: TIPS "ditt meddelande" till 13513
MMS (bilder): TIPS till 13513
Ring nyhetschefen: 09 1253 222
Ring webproducenten: 044 78 35 720

Första sidan eHbl.fi
Prenumerera Om HBL
Kundservice Kortet.fi
Annonsera På TV i dag
Ta kontakt Nyhetsbrevet
Min prenumeration
Jobba hos oss