

Nyhetsbrev

Nyhetsbrev entreprenörskap och småföretagsutveckling i USA november 2004

Har du några frågor om nyhetsbrevet eller vill du veta mer om vårt program inom entreprenörskap och småföretagsutveckling i USA så är du mycket välkommen att kontakta någon av oss.

Vänliga hälsningar

Marcus Zackrisson

Programexpert
Swedish Office of Science & Technology
Los Angeles
Marcus.Zackrisson@itps.se

John Vallon

Analytiker
Swedish Office of Science and Technology
Los Angeles
John.Vallon@itps.se

Innehåll

MAKROEKONOMISK BAKGRUND.....	2
Presidentvalet och småföretagen	2
UTBLICK FRÅN USA	2
Entreprenörstyrd tillväxt i Indien.....	2
REGIONER.....	3
Småföretagsvänliga delstater	3
SKATTER & LAGAR	3
Fler småföretag blir skattebefriade i USA	3
Småföretag skattebefrias i Los Angeles	3
Oanvända patent – ogiltigförklaras?	4
FÖRETAGANDE	4
Betydelsen av varumärken minskar	4
Semester till salu.....	4
Produktplacering – en möjlighet för småföretag	4
TILLVÄXTPOLITISKT LÄSTIPS	4
FRÅN FORSKNINGSPRONTEN.....	5
Gratis rådgivning är lönsam	5
Konsumenters uppfattning av ekonomin	5
Det finns inga bioteknikkluster!	5
FRÅN ANDRA SIDAN	5

MAKROEKONOMISK BAKGRUND

Presidentvalet och småföretagen

USAs president är världens mäktigaste man men hans inflytande på den vanlige amerikanens liv är förmodligen betydligt mindre än den svenska statsministerns inflytande på den vanlige svenskens liv. Dels för att statens inflytande på medborgarna i USA i allmänhet är mindre än i Sverige och dels för att många av de viktiga frågorna beslutas på delstatsnivå. Ett exempel är president Bush ovilja att finansiera stamcellsforskning, men delstaten Kalifornien beslöt däremot i en folkomröstning att finansiera sådan forskning. Frågor av stor betydelse för tillväxtpolitiken fattas beslut om i delstater och på lokal nivå. Som beskrivs i detta nyhetsbrev har Los Angeles för att främja tillväxten beslutat om att befria alla småföretag från lokal bolagskatt.

Småföretagspolitiken var en av de få frågor som inte var kontroversiella i presidentvalet. Trots att det finns skillnader mellan partierna råder det en samstämmighet om den avgörande roll entreprenörskap och småföretag har för USAs ekonomi och ekonomiska tillväxt. Med argumentet att minska skatterna för småföretagare kommer presidenten att försöka permanenta befintliga skattesänkningar. Ytterligare skattesänkningar kommer förmodligen inte genomföras på grund av det stora budgetunderskottet.

En av de stora politiska frågorna i USA är de stigande kostnaderna för de anställdas hälsoförsäkringar. Denna fråga representerar en av de stora skiljelinjerna mellan Republikaner och Demokrater. Republikanerna vill införa ett individuellt skattebefriat sparande för sjukvårdskostnader. Detta skall göra "sjukvårdskonsumenter" mer kostnadsmedvetna och försäkringsbolagens roll mindre. Demokrater förespråkar en utökning av den befintliga statliga hälsoförsäkring för att fler ska täckas av den.

Det finns inom det republikanska partiet starka strömningar om att förenkla regler och skattesystem samt att minska statens inflytande på alla områden. Den praktiska politiken har dock resulterat i ett än mer komplicerat skattesystem och fler regler för företag att följa. Det finns inom det republikanska partiet en kritik mot småföretagsmyndigheten (SBA) som menar att dess resurser borde istället gå

till skattesänkningar för småföretag. Detta torde vara politiskt svårt att göra men det är inte otroligt att vissa program riktade mot att främja företagande bland etniska minoriteter och kvinnor drabbas av neddragningar. Republikaner till skillnad från Demokrater ogillar ofta program som stöder vissa grupper framför andra, det gäller både entreprenörskap och annan typ sk *affirmative action* där missgynnade grupper ges företräde vid t ex utbildning.

UTBLICK FRÅN USA

Entreprenörstyrd tillväxt i Indien

I USA diskuteras flitigt den ekonomiska utvecklingen i Indien och Kina och inte bara i samband med debatten om *offshoring/outsourcing*. De ses också som ett potentiellt hot mot USAs framförallt teknologiska dominans. Det börjar också synas ett intresse i USA för att faktiskt lära sig något och inspireras av den politik som förs i Kina respektive Indien. I en artikel i McKinsey Quarterly jämförs den ekonomiska tillväxten i Kina och Indien. Båda länderna uppvisar en hög tillväxt men de har haft (och har) olika vägar för att nå dit. I Kina, som delvis till formen fortfarande är en kommandoekonomisk modell, dikteras villkoren i hög grad uppifrån. Beslutet att liberalisera ekonomin i Kina togs i samma anda som femårsplaner i kommunistiska diktaturer. I Indien däremot har den ekonomiska liberaliseringen vuxit fram utan att egentligen ha blivit beslutad. Det har fått tillkonsekvens att den kinesiska regimen styr och reglerar ekonomin mera än vad den indiska regimen gör och har gjort. Ett exempel som illustrerar detta är finansmarknaden. Till skillnad från Indien förlitar sig Kina i hög grad på utländska direktinvesteringar (FDI) och statskontrollerade banker som kan allokera stora mängder av kapital. Enligt artikelförfattaren råder det mer av fri konkurrens på den indiska finansmarknaden. Det är därför lättare för entreprenörer i Indien att finansiera växande företag. Artikeln avslutas med att konstatera att den väg till ekonomisk utveckling som Indien valt kan visa sig vara den framgångsrikaste när FDI i Indien tar fart och kombineras med den fria företagsamheten i Indien.

Frånvaron av Europa i den här debatten är slående. De få gånger Europas ekonomier nämns är det mest i negativa sammanhang.

I en artikel i McKinsey Quarterly jämförs den ekonomiska tillväxten i de två asiatiska jättarna - Kina och Indien. Båda länderna uppvisar en hög tillväxt men de har haft (och har) olika vägar för att nå dit. I Kina, som delvis till formen fortfarande är en kommandoekonomisk modell, dikteras villkoren i hög grad uppifrån. Beslutet att liberalisera ekonomin i Kina togs i samma anda som femårsplaner i kommunistiska diktaturer. I Indien däremot har den ekonomiska liberaliseringen vuxit fram utan att egentligen ha blivit beslutad. Konsekvensen har blivit att den kinesiska regimen styr och reglerar ekonomin mera än vad den indiska regimen gör och har gjort. Ett exempel som illustrerar detta är finansmarknaden. Till skillnad från Indien förlitar sig Kina i hög grad på utländska direktinvesteringar (FDI) och statskontrollerade banker som kan allokera stora mängder kapital. Enligt artikelförfattaren råder det mer av fri konkurrens på den indiska finansmarknaden. Det är därför lättare för entreprenörer i Indien att finansiera växande företag. Artikeln avslutas med att konstatera att den väg till ekonomisk utveckling som Indien valt kan visa sig vara den framgångsrikaste när FDI i Indien tar fart och kombineras med den fria företagsamheten i Indien.

www.mckinseyquarterly.com

Srinivasan, T. (2004) *China and India: economic performance, competition and cooperation*. Yale University, Department of Economics, Working Paper.

REGIONER

Småföretagsvänliga delstater

Vad som är ett företagsvänligt klimat är omdebatterat. Småföretagsorganisationen Small Business and Entrepreneurship Council har ett *Business Climate Index* där USAs delstater rankas efter hur låg skatt och hur få regleringar de har. I topp kommer South Dakota, Nevada och Wyoming. Dessa delstater har ont på riskkapital och forskning, vilket resulterar i att de hamnar långt ner på rankingar över tillväxtpotential och innovativitet. Trots att det finns många olika rankingar/mått som skall mäta näringslivsklimat är det svårt att fånga de variabler som har betydelse. Kalifornien kommer näst sist av USAs delstater i ovan nämnda "Business Climate Index". Samtidigt är Kalifornien den delstat som har överlägset mest riskkapital-investeringar och den delstat som har flest tillväxtföretag.

En högre skattesats behöver inte nödvändigtvis innebära ett dåligt företagsklimat utan det beror på vad skatterna används till och hur de är utformade.

Lika viktigt som antalet regleringar är hur de tillämpas. Att å ena sidan beskriva ett näringslivsklimat i en ranking baserat på ett antal variabler beskriver inte den komplexa verklighet som företag befinner sig i. Å andra sidan kan index belysa skillnader mellan olika stater/delstater och visa på problem och styrkor.

www.sbsc.org/Media/pdf/SBSI_2004.pdf

www.milkeninstitute.org/pdf/state_tech_sci_index04.pdf

www.inc.com/resources/inc500/index.html

SKATTER & LAGAR

Fler småföretag blir skattebefriade i USA

Den finns i USA fler bolagsformer än i Sverige. En speciell typ av aktiebolag - *S-corporations* - är specialdesignade för mindre företag. Dessa företag dubbelbeskattas inte dvs de betalar ingen bolagsskatt. Istället betalar ägarna skatt på eventuell vinstutdelning. Gränsen för att kunna tillämpa dessa regler har tidigare varit företag med upp till 75 ägare men den skall nu höjas till 100 ägare, samtidigt som familjemedlemmar endast betraktas som en ägare. Detta beräknas leda till att småföretag kommer att spara över \$700 miljoner per år. Denna förändring av skattelagarna till förmån för småföretag var en del i presidentvalskampanjen där kampen om småföretagarnas röster var hård.

www.inc.com/criticalnews/articles/200410/smallbizbreaks.html

Småföretag skattebefrias i Los Angeles

På grund av frånvaron av storföretag (endast två av USAs 500 största företag har huvudkontor i City of Los Angeles) är Los Angeles förmodligen den storstad i USA som är mest ekonomiskt beroende av små och medelstora företag. Politiken har därför kommit att utformas för att främja dessa. I en stor reform av de lokala skatterna för att förbättra näringslivsklimatet har lokala skatter för alla företag med försäljning understigande \$100 000 eliminerats samtidigt som skatten för övriga företag också sänkts. Kritiker menar att effekten av denna skattesänkning kommer att bli minimal eftersom den lokala bolagsskatten endast är mellan 1-5 procent. Förespråkare för skattesänkningen hävdar att för små företag har även mindre belopp stor betydelse och att det är ett symbolvärde att helt befria de minsta företagen från skatt.

Los Angeles Times, 29 oktober 2004

Oanvända patent – ogiltigförklaras?

Den tillväxtpolitiska debatten i USA har gått på högvarv dels på grund av presidentvalet och dels beroende på debatten om *offshoring* och *jobless growth*. Det finns en oro i USA om att landet håller på att förlora sitt teknologiska försprång. I debatten dyker förslag upp på hur USA skall behålla försprånget. Ett förslag för att främja teknikutvecklingen är att den ensamrätt som ett patent ger, endast gäller om patenten används, dvs företag som lägger ett patent på hyllan förlorar patentet. Ett fenomen som inte är ovanligt i större företag. Förslagets kritiker hävdar att det blir svårt att bedöma om ett patent används eller inte, dvs en gränsdragningsproblematik.

Den mångfald och experimentlusta som finns i USA återspeglas även i debatten. För svensk del kan USA-debatten utgöra en inspirationskälla på en rad olika områden. Förslag som ganska snabbt ratas i USA och aldrig når policymakers kan ändå vara av stort intresse för Sverige. En bra omvärldsbvakning är ett sätt att snabbt få in detta i den svenska debatten.

FÖRETAGANDE

Betydelsen av varumärken minskar

Flera studier har uppmärksammats i USA-pressen där betydelsen av varumärken minskar och varumärkeslojaliteten avtar. Att etablera ett känt varumärke har setts som ett sätt att bygga inträdeshinder (*barriers of entry*) på en marknad. Istället för varumärke menar många att det är bra kvalitet som skapar lojalitet. Om betydelsen av varumärken minskar blir det lättare för nya företag och produkter att etablera sig på marknaden. De begränsade budgetar för marknadsföring som småföretag har visavi storföretag, är ett mindre hinder än vad det tidigare varit. Om detta stämmer kan vi förvänta oss att nya företag lättare kommer in på marknader samt att det ger ökat utrymme för entreprenörer och nya idéer.

Ett annat perspektiv presenteras av reklamgurun Sergio Zyman som säger att "*Innovation is just another word for giving up*". I hans senaste bok *Renovate before you Innovate* argumenterar han att utveckla nya produkter (*innovate*) eller lansera nya varumärken ofta är kostnadsineffektivt i jämförelse med att försöka förbättra befintliga produkter. Zyman har en marknadsförarens perspektiv och med *Innovate* syftar han inte främst på ny teknik utan

på nya produkter. Han var marknadschef på Coca Cola och ansvarig för den katastrofala lanseringen av *New Coke* på 80-talet.

www.wired.org

Zyman, S. and Brott, A. (2004) *Renovate Before You Innovate: Why Doing the New Thing Might Not Be the Right Thing*.

Semester till salu

I USA har man i regel mycket färre semesterdagar än vad européer har. Hur lång semester anställda har är upp till varje anställd att förhandla om vid anställning. Den svenska modellen med att antal semesterdagar fastställd i lag och kollektivavtal ger lite utrymme för att individuellt anpassa behov av semester. I USA har flera större företag börjat sälja semesterdagar. Det innebär att priset på en semesterdag finns fastställt i förväg (oftast i procent av lön) och det är upp till varje enskild anställd att bedöma om en dags extra ledighet är värd pengarna. Företag kan också prissätta semesterdagar olika beroende på arbetsbörda under säsongen.

Produktplacering – en möjlighet för småföretag

Fenomenet att visa varumärken i filmer och TV-serier är inte nytt. Hollywoods strävan att skapa miljöer i TV-serier och filmer som är autentiska och med "karaktär", väljs ofta de stora etablerade varumärkena bort till förmån för mindre. Ett känt exempel är skomärket Manolo Blahnik som fick sitt genombrott i och med att det visades i TV-serien *Sex and the City*. Att ett märke inte är välkänt behöver följaktligen inte vara ett hinder för att produktplaceras i filmer och TV-serier utan det kan till och med vara en fördel.

Inc Magazine, October, 2004

TILLVÄXTPOLITISKT LÄSTIPS

I en bok av den tyske journalisten Olaf Gersemann jämförs USAs ekonomi med Europas och då speciellt länder som Tyskland, Frankrike och Italien. Jämförelsen är inte till européernas fördel. I USA finns det gott om skribenter som dömer ut europeiska ekonomier mer eller mindre lättvindigt. Gersemann går igenom vad han uppfattar som ett antal vanliga missuppfattningar i Europa om USAs ekonomi; gärna uttalade av tyska politiker. Ett exempel är att trots att anställda i Tyskland juridiskt sett har en betydligt högre anställningstrygghet än vad man i regel har i USA, upplever anställda i Tyskland en

större risk för att bli arbetslösa än vad anställda i USA gör. Boken blottlägger bristerna i de europeiska ekonomierna och de från början väl genomtänkta sociala reformernas tillkortakommanden.

De strukturella problem som speciellt Tysklands, Frankrikes och Italiens ekonomier står inför, är betydligt mindre i Sverige. Tyvärr finns ofta en vanföreställning i USA om att även den svenska ekonomin har likartade problem. Vid en läsning av Gersemanns bok framstår ekonomierna i Skandinavien vara i ett bra skick och i många fall ha mer gemensamt med de anglosaxiska än de kontinentaleuropeiska.

Gersemann, O. (2004) *Cowboy Capitalism: European myths, American reality*. Washington, DC: Cato Institute.

FRÅN FORSKNINGSFRONTEN

Gratis rådgivning är lönsam

I en jämförande studie mellan företag i Pennsylvania som har fått och inte fått rådgivning via sk *Small Business Development Centers* (SBDC) visas att rådgivningen gjort att företagen har större chans att överleva. Studien sträcker sig över 10 år och företag i olika branscher finns representerade. SBDC är skattefinansierade centra som finns i de flesta städer i USA och erbjuder gratis rådgivning samt utbildning till småföretag och individer som vill starta företag. Rådgivning till presumtiva entreprenörer och småföretagare är ett vanligt fenomen i USA och kan finansieras via skattemedel men också genom frivilliga insatser. Policyslutsatsen som studiens författare drar är att gratis rådgivning till småföretag är en samhällsekonomisk lönsam investering.

Chrisman, J. J. and McMullan, E. W. (2004) Outsider Assistance as a Knowledge Resource for New Venture Survival. *Journal of Small Business Management*. 42 (3), 229-244.

Konsumenters uppfattning av ekonomin

Olika index över vad konsumenter tror om ekonomin och hur de agerar väger tungt i bedömningen av konjunkturen. Ett av de mest kända och använda är University of Michigan's Survey of Consumers. Mindre känt är dock hur konsumenter formar sin uppfattning av ekonomin. I en studie av Doms och Morin (2004) konstrueras ett index över hur många gånger ordet "recession" nämns i stora och inflytelserika tidningar och tidskrifter i USA

samt ett index över hur många gånger orden *layoffs*, *downsizing* och *job cuts* nämns. Studien visar att dessa tillsammans med ekonomisk data förklarar svängningarna i det allmänt använda University of Michigan's Survey of Consumers. Slutsatsen blir att en stor del av konsumenters uppfattning om ekonomin egentligen är en spegling av vad medier skriver. Vad denna rapport dock inte berör är vilken betydelse TV har och vilka tidningar som har det största inflytandet.

Doms, M. och Morin, N. (2004) *Consumers Sentiment, the economy, and the News Media*. FRBSF Working paper 2004-09.

Det finns inga bioteknikkluster!

I en kommande artikel i *Journal of Economic Geography* presenteras en studie över kluster i tre olika industrier i USA: *semiconductors*, *telecommunication equipment* och *biotechnology*. Studien undersöker den geografiska spridningen på företagens stödjande nätverk (*support networks*) i form av finansierare, styrelseledamöter, advokater. Medan företagen i *semiconductors* och *telecommunication equipment* industrin visar upp ett geografiskt koncentrerat nätverk, skiljer bioteknologiföretagens ut sig genom att ha ett en stor geografisk spridning på sina nätverk. Studien inkluderar alla företag som har gjort en IPO, dvs börsnoterats 1996-2000. En policyslutsats som kan dras från studien är att det är lättare att etablera bioteknologiföretag än t ex telekommunikationsföretag eftersom de förra inte är i samma behov av en lokal supportstruktur. En annan slutsats som man kan dra från studien är att behovet av kluster skiljer sig åt mellan olika industrier.

Kenney, M. and Patton, D. (Forthcoming) Entrepreneurial Geographies: Support Networks in Three High-tech Industries. *Journal of Economic Geography*.

FRÅN ANDRA SIDAN

Det mesta finns i USA, men ibland förvånas man över att vissa saker inte finns. Det i Sverige och i Europa vanliga upplägget för underhållningsprogram i TV att låta tittarna ringa in och tävla om priser finns inte i USA. TV-kanaler i USA som hela tiden letar efter nya tittarsuccéer överväger nu att införa detta revolutionerande koncept i USA. Det torde dock vara få svenskar boende i USA som mest av allt saknar denna typ av TV-program.

ITPS bedriver tillsammans med NUTEK programmet Entreprenörskap och småföretagsutveckling i USA. Programmet studerar företagens, speciellt småföretagens, ramvillkor i stort, ex skatter, och den politik som bedrivs på federal, delstatlig och lokal nivå för att främja entreprenörskap.

Programmet studerar också de förutsättningar som utgör en grund för de gynnsamma villkoren för entreprenörer i USA såsom utbildningssystemet samt olika stödformer till företag och entreprenörer

Har du några frågor eller vill du veta mer om programmet kontakta gärna programansvarig Marcus Zackrisson (marcus.zackrisson@itps.se) eller analytiker John Vallon (john.vallon@itps.se)