

Dagens Industri 07-08-15

Svårt att bli vinnare utan nya attityder

Många förknippar globalisering med utflyttning av jobb och inflyttning av billig arbetskraft. Utvecklingen medför ett stort omvandlingstryck, men försämrar varken Sveriges ställning eller tvingar oss att ge avkall på viktiga traditioner. Däremot behövs en attitydförändring om vi bättre ska dra nytta av globaliseringens vinster, skriver Dilsa Demirbag-Sten, skribent och ledamot i regeringens globaliseringsråd.

Vi befinner oss i en ny era i mänsklighetens historia. Jo, jag vet, så har människor ofta tänkt och gärna tillfogat att utvecklingen aldrig har gått så fort som nu – och detta ”nu” har handlat om så skiftande perioder som 1850, 1900 och 2007. Mycket av allt det som vi uppfattar som revolutionerande i vår samtid är i ett historiskt perspektiv ”business as usual”. Gamla modeller utsätts för omvandlingstryck och antingen försvinner de eller anpassar sig.

Fast något verkligen nytt har nog hänt de senaste decennierna. Framför allt kommunikationsteknikens utveckling har gjort världen i vissa avseenden platt, som New York Times skribent Thomas L Friedman hävdar i sin hyllade bok ”The World is Flat”. Det är inte bara tillverkningsjobb som flyttar till låglöneländer. Allt fler färdigheter kan förpackas digitalt och utsättas för en global konkurrens. Vi konkurrerar direkt med Kinas och Indiens stora arbetskrafts- och begåvningsreserver. Detta skapar ett enormt omvandlingstryck på våra samhällen.

Det finns två rigida sätt att reagera på detta som på något sätt hänger samman. Det ena säger att vi inte behöver ändra någonting, allt är bra som det är – eller var. För många är globaliseringen förknippad med

utflyttning av jobb och inflyttning av billig arbetskraft, som kommer att ta över återstoden av de jobb som inte går att flytta till Indien eller Kina.

Men det är något som inte stämmer med detta perspektiv. Arbetslösheten i Sverige fortsätter att minska, i juli var den 3,7 procent, jämfört med 5,2 procent i fjol. Arbetslösheten bland kvinnor minskar snabbare än bland män.

Det andra rigida synsättet säger att vi måste överge den svenska traditionen och eftersträva att bli en kopia av USA. Globaliseringen medför att det inte finns utrymme för nationella särdrag, alla kommer att bli likadana förr eller senare, det gäller både företag och nationer.

I den nyliberala varianten innebär detta att vi kommer att kunna bli hur olika som helst som individer, men alltmer lika som samhällen och att det bara finns vinnare i det långa loppet. Tja, i det långa loppet är vi alla döda, som nationalekonomen John Maynard Keynes påpekade. Det finns vinnare och förlorare i globaliseringen och att förneka detta medför att man inte kan tänka kreativt kring strategier för att lindra friktionen.

En defensiv och förändringsovillig attityd är det största hotet mot Sveriges ställning i den globala ekonomin. Nu behövs fantasi, djärvhet och uppfinningsrikedom. En bidragande orsak till den defensiva hållningen är föreställningen att samhällen bara kan se ut på ett sätt i den globala världen och att vi måste överge det mesta av det som vi förbinder med Sverige.

Enligt Svenska institutets attitydundersökningar är varumärket "Sverige" fortfarande förknippat med kvalitet, design, jämställdhet, human flyktingpolitik och väl utvecklad demokrati. Det finns ett stort intresse för den svenska modellen internationellt just nu eftersom Sverige lyckas kombinera jämlikhet med framgångsrik ekonomi.

"Allt måste förändras för att kunna förbli sig likt", säger ett talesätt. Det går nog att bevara många av de drag vi finner tilltalande i det svenska samhället, men det kräver också öppenhet och förändringsbenägenhet.

Om vi vill att Sverige ska bidra internationellt till att förstärka värden som jämställdhet, yttrandefrihet och demokrati måste vi också visa att ett land som detta kan hantera globaliseringens utmaningar och framför allt vill delta i utvecklingen. "En defensiv och förändringsovillig attityd är det största hotet mot Sveriges ställning."

Dilsa Demirbag-Sten, skribent och ledamot i Globaliseringsrådet.