

Ny kartläggning av svenska företag i japanska kluster

Kluster, alltså samlingar av företag i relaterade branscher, har visat sig skapa viktiga konkurrensfördelar för aktörerna i dem. Många företag försöker att relatera till utländska kluster för att dra nytta av dem, men hur man gör det är en utmanande fråga. För att svara på detta presenterar två studenter vid Lunds universitet nu en kartläggning av hur svenska företag arbetar med att dra nytta av japanska kluster.

Vi känner alla till att Silicon Valley är världens teknikcentrum, att film- och musikindustrin styrs från Los Angeles och att några av världens bästa bilar byggs i Stuttgart. Men kluster finns överallt och karakteriserar vårt ekonomiska landskap. Visste du till exempel att Skövde är ett centrum för spelutveckling, Uppsala har många ledande företag inom läkemedel och bioteknik, eller att Västerås är bland världsdalarna på robotik? Genom delade resurser, kunskapsspridning och synergier kan grannföretag i samma bransch öka sin effektivitet och innovationskraft. På så sätt kan de tjäna på att lokalisera sig nära varandra, trots att de också är konkurrenter.

Förutom att dra nytta av sitt hemkluster, menar många forskare att företag också bör interagera med andra kluster i sin bransch. Det kan de till exempel göra genom att etablera ett kontor i klustret eller genom att träffa företag på mässor och konferenser. Hur företag faktiskt gör är dock ett relativt outforskat ämne, och det finns begränsad kunskap om vilka metoder som används.

Det är för att besvara denna fråga som två studenter vid Lunds universitet utfört en fallstudie av sju svenska företag som på olika sätt har en relation till japanska kluster. Sverige och Japan är ett intressant fall då länderna är geografiskt avlägsna men delar många av sina största industrier, såsom fordon, bioteknik och maskineri.



Sju svenska företag, i en uppsjö olika branscher, undersöktes i studien. Ovan är företagen och de kluster de intresserat sig för utmärkta.

Kartläggningen visar att allt från små, nystartade mjukvarubolag till industrijättar på olika sätt drar nytta av japanska kluster. Klustren är spridda över Japan och återfinns både i välkända städer som Tokyo och Osaka, och för gemene man mer okända platser som Tsukuba och Fukuoka. Det vanligaste sättet att interagera med klustret var att starta ett dotterbolag där, men det fanns även exempel på uppköp och helt distansbaserade relationer. De flesta företag ville både dra nytta av försäljning i klustret samt ta del av den kunskap som finns där, till exempel genom att få en bättre förståelse för sina kunders behov.

Studien visade att ett företags strategi för att interagera med kluster beror på tre faktorer: företagets motiv till interaktionen, företagets egenskaper samt klustrets egenskaper. Författarnas förhoppning är att denna kartläggning kan bli ett startskott för vidare forskning om hur företag drar nytta av utländska kluster.