

Nr 555

av herr Andersson i Örebro m. fl.

om skattefri avsättning till investeringsfond för marknadsföringsändamål.

Inom det svenska näringslivet har under 1972 flera företag drabbats av kriser av anmärkningsvärd omfattning. Den bakomliggande orsaken till det inträffade torde i hög grad varit orsakad av att nyutvecklade produkter ej funnits till hands för att avlösa de gamla. Tecknet på produktåldrandet är alltså bortfall av kunder. Även om företagen byggt upp en tillräckligt stor och imponerande teknisk apparat hjälper föga i det ögonblick marknaden bortfaller. Då är denna fina apparat i det närmaste värdelös för sitt ursprungliga ändamål.

Drivmekanismen i ett företag ligger egentligen inte inom företaget utan hos de kunder vilkas behov företaget är organiserat att tillfredsställa. Utan kända behov hos kända kunder är företaget onaturligt och meningslöst. Därför blir också kärnan i företagsproblemet att i tid förutse behovsändringar och kundändringar samt att möta dem på ett sådant sätt att företagets fortbestånd och utveckling säkras. Det är därför angeläget att företagen kommer underfund med de krav som den förändrade marknadssituationen ställer på företagens resursdispositioner.

Med en förändrad marknadssituation kan företagen inte på samma sätt som förr ensidigt inrikta sin produktion på vad som är tekniskt möjligt att tillverka. Företagen måste i allt större utsträckning planera sin produktion på basis av en välgrundad bedömning av kundernas framtida önskemål och då med beaktande av kundernas allt rikare valmöjligheter. För att ett företag skall kunna hävda sig i denna nya marknadssituation måste man bygga upp resurser i form av ett mer avancerat marknadsföringskunnande. Förarbetet och introduktionen på en ny och främmande marknad förutsätter dock investeringar, som många gånger kan bli betydande. Många mindre företag saknar möjligheter att finansiera en marknadsinbrytning med egna medel och kan därför inte lönsamt bearbeta exportmarknaderna eller förstärka sina marknadsföringsaktiviteter för att nå en lönsam nivå.

Denna brist påtalas ofta av företrädare för dessa företag i olika näringspolitiska sammanhang. De mindre företagens brist på ekonomiska resurser och lånemöjligheter för investeringar i marknadsförande syfte har en påtagligt negativ effekt på deras utveckling och är därmed även en broms mot en ökad sysselsättning. Mot denna bakgrund bör enligt vår uppfattning en betydligt större exportsatsning kunna ske, om möj-

ligheter stod öppna för marknadsföringsinvesteringar. En positiv förändring på denna punkt skulle medföra såväl företagsekonomiska vinster som sysselsättningspolitiska fördelar.

För att lösa våra sysselsättningsproblem får näringslivet göra vissa skatteavdrag i samband med investeringar i maskiner och byggnader. Dessutom har investeringsfonderna varit tillgängliga för finansiering av sådana investeringar liksom även investeringar i lager. Genom dessa åtgärder har finansministern räknat med en förbättrad sysselsättning. Även om effekterna ur sysselsättningssynpunkt är svåra att mäta är de ägnade att resultera i en större produktionskapacitet. Men det är också angeläget att dessa investeringar resulterar i ett ökat kapacitetsutnyttjande. Vi menar därför att företagen måste stimuleras att också satsa mer på investeringar i marknadsföring.

Vi anser att en ekonomisk politik inte får vara så ensidigt inriktad på att jaga fram »hårda» investeringar utan att erbjuda de »mjuka» investeringarna likvärdiga utvecklingsmöjligheter. Detta skulle resultera i en väsentligt större ökning av näringslivets investeringar i marknadsföring. Det borde vara ett starkt gemensamt intresse för samhället och för näringslivet att företagen uppmuntras i sina strävanden att stärka sina avsättningsfunktioner.

En åtgärd i denna riktning vore att möjliggöra avsättningar till investeringsfonder för marknadsföringsaktivitet. För närvarande måste kostnaderna för sådan verksamhet täckas av löpande intäkter eller tas från fonderade vinstmedel. Samtidigt går försäljningen på en ny marknad trögt under de första åren. Först efter inarbetning kan vinsterna kamas hem. En möjlighet att under en sådan introduktionsperiod täcka investeringarna i en ny marknad med tidigare skattefritt avsatta medel skulle i hög grad stärka många mindre och medelstora företags konkurrensförmåga.

Med hänvisning till det anförda hemställs

att riksdagen hos Kungl. Maj:t begär att skattefritt avsättning fås till investeringsfond för marknadsföringsändamål.

Stockholm den 25 januari 1973

SVEN G. ANDERSSON (fp)

i Örebro

VALDO CARLSTRÖM (fp)

ROLF WIRTÉN (fp)

HANS PETERSSON (fp)

i Röstånga

RUNE ÅNGSTRÖM (fp)

BERTIL ÖHVALL (fp)

RUNE RYDÉN (fp)

