

18 oktober 2007

MEDA, HEXAGON, SANDVIK OCH STATOIL PÅ GLOBAL LISTA ÖVER EFFEKTIVA FORSKNINGSFÖRETAG

Tre svenska företag Meda, Hexagon och Sandvik samt norska Statoil finns i år med på den exklusiva listan över de 118 bolag som är mest framgångsrika inom forskning och utveckling. Det visar Booz Allen Hamiltons årliga analys av 1000 globala företag. Rapporten visar också att investeringarna inom forskning och utveckling växte lika snabbt som försäljningen under 2006.

Booz Allens färsk rapport visar att investeringarna i forskning och utveckling inom Global Innovation 1000 ökade under 2006 med hela 40 miljarder dollar till 447 miljarder dollar – en tioprocentig ökning.

De företag i världen som får ut mest av sina investeringar inom forskning och utveckling är företag som gör kunderna delaktiga i hela innovationsprocessen. De företag som involverat sina kunder i processen rapporterade tre gånger högre inkomstökning, 65 procent högre avkastning för aktieägarna och dubbelt så hög avkastning på tillgångarna, jämfört med de företag som inte samarbetat lika nära med sina kunder.

Mer än 11 procent av företagen räknas som "effektiva innovatörer" och i denna grupp ingår alltså Meda, Hexagon, Sandvik och Statoil. Jämfört med andra i samma branscher gjorde 118 av de undersökta 1,000 företagen konsekvent bättre ifrån sig under hela femårsperioden, samtidigt som de spenderade mindre på forskning och utveckling än branschmedianen. Det innebär att 25 procent fler företag kvalificerade sig till denna kategori än förra året.

Dessa effektiva innovatörer har i hög grad nått framgång genom att fokusera på hela innovationskedjan – från att generera idéer, via produktutveckling, till marknadsföring. Alla ansträngde sig för att säkerställa att deras innovationsstrategier var koordinerade med företagets övergripande affärsstrategier. Samtliga fokuserade dessutom på kunden och strävade efter att vidmakthålla detta fokus genom hela innovationskedjan.

– Det är glädjande att återigen se svenska och nordiska företag representerade på denna prominenta lista av globalt framgångsrika företag. Innovationsförmåga har visat sig vara en av de faktorer som stipulerar ett företags uthålliga framgång. Booz Allen kommer fortsättningsvis att ägna de nordiska företagen särskilt intresse i tillägg till de globala ansatserna och hoppas därigenom bidra till ett svenskt och nordiskt forum för innovationsområdet, säger Torbjörn Kihlstedt, styrelseordförande Booz Allen Nordic.

De flesta företag använder en av tre strategier för effektiv innovation.

- Samutveckla med sina kunder – att aktivt engagera befintliga och potentiella kunder för att utforma nya produkter, tjänster och processer, och sträva efter att bli först på marknaden med dessa produkter.
- Avläsa marknaden – att noggrant studera marknaden men vara mer försiktig och istället fokusera på stegvis förändring.
- Driva på teknologin – att skapa produktidéer genom att använda sig av sitt teknologiska kunnande och inspireras av uttalade behov bland kunderna, istället för att följa marknaden eller direkta förslag från kunderna, för att uppnå såväl banbrytande innovation som stegvis förändring.

Företag vars innovationsmodell är koordinerad med den övergripande affärsstrategin lyckas bättre, visar också rapporten. Företag, vars affärs- och innovationsstrategier är i linje med varandra, uppnår bättre ekonomiska resultat; dessa företag hade 40 procent högre inkomstillväxt och dubbelt så hög avkastning de senaste tre åren, jämfört med företag med sämre koordinerade strategier.

En viktig slutsats är också att effektiv innovation kan inte köpas för pengar. Analysen av 2006 års Global Innovation 1000-företag bekräftar slutsatserna från våra tidigare undersökningar: det finns inget statistiskt säkerställt samband mellan investeringar i forskning och utveckling och de vanligaste måtten på ekonomisk eller affärsmässig framgång, såsom försäljnings- och inkomstökningar, brutto- och nettovinster, marknadsvärde och avkastning.

Fler resultat från rapporten:

- De tio företag som 2006 spenderade mest på forskning och utveckling var (i fallande ordning): Toyota, Pfizer, Ford, Johnson & Johnson, DaimlerChrysler, General Motors, Microsoft, GlaxoSmithKline, Siemens samt IBM.
- Utgifterna för forskning och utveckling varierade från 7,7 miljarder dollar (Toyota) till 47 miljoner dollar (Meidensha Corporation) – en stor spännvidd som förklarar varför de 100 högst rankade företagen står för 64 procent av Global Innovation 1000:s utgifter.
- Global Innovation 1000-företagens försäljning ökade med 10 procent till 11,8 biljoner dollar 2006, och proportionen mellan försäljningen och utgifterna för forskning och utveckling ligger därmed på samma nivå som 2005. De nordamerikanska företagen utökade sin ledning genom att spendera 4,8 procent av sin försäljning på forskning och utveckling, att jämföra med 4,6 procent 2005. De japanska företagen spenderade 3,7 procent av försäljningen och de europeiska företagen spenderade 3,4 procent.

Booz Allen Hamilton identifierade de 1000 börsnoterade företag i världen som spenderade mest på forskning och utveckling under 2006 (företag där information om investeringar inom forskning och utveckling fanns tillgänglig). Om du vill veta mer om Booz Allen, besök www.boozallen.com. Vill du veta mer om de bästa affärsstrategierna, besök www.strategy-business.com, webbplatsen för Booz Allens kvartalstidskrift *strategy+business*.

Läs hela rapporten på www.boozallen.se

För mer information, var god kontakta:

Sara Hamilton, Booz Allen Hamilton, Telefon: + 46 8 506 190 00

Booz Allen Hamilton är ett av världens ledande managementkonsultföretag med 19 000 anställda och en årlig omsättning på 4 miljarder dollar. Den nordiska organisationen består av ett 100-tal medarbetare. Våra kunder finns i både privat och offentlig verksamhet. Uppdragen omfattar såväl strategisk rådgivning som mer komplexa utvecklings- och förändringsarbeten. Särskild kunskap finns inom strategi, organisation, förändringsledning och operationell effektivitet genom hela värdekedjan. För mer information besök www.boozallen.se.