



Ekonomiska trender: när gamla målbilder för tillväxt i företag möter nya verkligheter

Introduktion

Under de kommande veckorna kommer vi – [Michael B.](#), [Egzon Sopaj](#) och [Jimmy Andersson](#) – att publicera en artikel varje tisdag där vi tillsammans dyker ner i framtiden. Vi rör oss mellan teknik, filosofi och samhällsutveckling med målet att inte bara rapportera, utan förstå vad som händer omkring oss.

Vi vill nyansera bilden, analysera vad som faktiskt står på spel, och reflektera kring både möjligheter och utmaningar. Förra veckan skrev vi om de ekonomiska trender som påverkar både privatpersoner och företag i en värld av förändring. Denna gång riktar vi fokus mot företagens interna kompass: **tillväxtmålen** och hur dessa står sig i mötet med en allt mer komplex och snabbföränderlig verklighet.

När AI, digitalisering och hållbarhetskrav skakar om marknaden blir det tydligt att målbilder som tidigare symboliserade ambition idag också kan signalera brist på anpassning. Vad krävs egentligen för att ett företag ska lyckas navigera i detta nya landskap utan att behöva köra vilse i gamla tankesätt?

- Är statiska tillväxtmål i % ett realistiskt mål i dagens ekonomi?
- Hur påverkar teknologisk utveckling företagens affärsstrategier?
- Vad händer med arbetsgivare som inte anpassar sig i tid?
- Hur ser en modern affärsplan ut i en AI-driven framtid?
- Vad behöver medarbetare utveckla för att kunna bidra till nästa generations industriföretag?
- Och vad måste företag bidra med till sina medarbetare för att möjliggöra det?

Författare: © 2025 Michael Bohman. Får delas fritt med angiven källa.

LinkedIn: <https://linkedin.com/in/mibotech>

GitHub: <https://mibotechcoder.github.io/tech-and-future-reflections/>

Artikel utgiven: April 2025

Sida 1 av 5

Är statiska tillväxtmål i procent ett realistiskt mål i dagens ekonomi?

Vanligast för företag är att man sätter upp fasta tillväxtmål i procenttal, och det har länge fungerat som ett styrmedel med en tydlig signal om ambition, lönsamhet och framtidstro. Men i en ekonomi som förändras snabbt och där resurser, teknologier och beteenden omformas av globala skeenden och tekniska språng så blir dessa mål också potentiellt farliga. Ett mål om till exempel 10–20 % årlig tillväxt kan vara hanterbart i uppstartsfas, men exponentiellt mer utmanande när omsättning, organisation och marknadslandskap växer.

Vi ser det redan i AI-industrin, där tillväxten av nya aktörer, verktyg och användarfall accelererar bortom traditionella affärscykler. Teknik som tidigare tog årtal att få genomslag når nu global spridning på veckor. Samtidigt förändras konsumentbeteenden, energipriser och geopolitiska risker i realtid. I en sådan miljö kan ett fast tillväxtmål driva företag till felprioriteringar och kortsiktiga vinster prioriteras över långsiktig relevans.

Fasta mål riskerar att skapa intern stress, tunnelseende och ogenomtänkta beslut om de inte anpassas till verkligheten. Det är inte ambitionen i sig som är problemet, utan bristen på flexibilitet i hur den tolkas. När förändringstakten i omvärlden är exponentiell, blir det farligt att växa linjärt.

Tekniken förändrar spelet, men strategin måste följa med.

Teknologisk utveckling påverkas idag inte bara utav produktionen, utan också av själva affärslogiken. AI, IoT, automatisering och datadrivna insikter har suddat ut gränsen mellan produkt, tjänst och plattform. Företag som tidigare konkurrerade med kvalitet och pris behöver nu förstå hur de kan erbjuda värde över tid, ofta i form av smarta uppkopplade lösningar snarare än enskilda produkter. Det kräver ett skifte från engångsförsäljning till relationsbaserade affärsmodeller, där datadelning, kundanpassning och kontinuerlig innovation är en del av kärnaffären.

Det här påverkar inte bara vad företag erbjuder utan hur de tänker, planerar och bygger struktur. Den klassiska strategin med femårsplaner och linjära mål måste kompletteras med snabbrikliga, iterativa processer. Teknologi skapar möjligheter, men bara för den som har kapacitet att agera på dem. För företag innebär det att affärsstrategin inte längre kan vara ett statiskt dokument, den måste vara ett levande verktyg.

Företag som inte förändras riskerar att försvinna.

Det är inte längre utveckling av ny teknik eller tekniska framsteg som är flaskhalsen, det är förmågan att följa med! Företag som ignorerar digitalisering, automatisering och förändrade medarbetarbehov riskerar att bli irrelevanta och inte bara för sina kunder, utan också för sin egen personal. Den nya generationen på arbetsmarknaden söker mer än bara lön och titel ... de förväntar sig flexibilitet, transparens, tekniskt stöd och möjlighet att bidra till något meningsfullt. En arbetsgivare som inte erbjuder detta kommer snabbt att halka efter i talangjakten.

Organisationer som vägrar anpassning kännetecknas ofta av stela strukturer, reaktivt ledarskap och låg förändringsvilja. De signalerar trygghet, men i själva verket är det stagnation. Varningssignalerna är tydliga: hög personalomsättning, fallande innovationsgrad, motstånd mot nya verktyg och en kultur som belönar bevarande snarare än utveckling. I värsta fall skapas en självförstärkande spiral där man tappar både fart och relevans, till sist också sin marknad.

Företagsstruktur som grund, avgörande för omställningsförmågan.

Hur ett företag är organiserat spelar stor roll för hur väl det klarar av att anpassa sig till en ny verklighet. Traditionellt hierarkiska organisationer, med tydliga beslutsvägar och avdelningsuppdelning har ofta fungerat bra i stabila och förutsägbara miljöer. De erbjuder kontroll, ansvarsfördelning och tydliga mandat, men kan bli trögrörliga när förutsättningarna förändras snabbt. Innovation riskerar att fastna i godkännandedjor, och nya idéer får sällan fäste om de inte kommer från toppen.

Författare: © 2025 Michael Bohman. Får delas fritt med angiven källa.

LinkedIn: <https://linkedin.com/in/mibotech>

GitHub: <https://mibotechcoder.github.io/tech-and-future-reflections/>

Artikel utgiven: April 2025

Sida 2 av 5

Agila organisationer, å andra sidan, är designade för förändring. De arbetar i tvärfunktionella team, med korta beslutsvägar, snabb återkoppling och löpande lärande. Det skapar en miljö där anpassning är en del av vardagen och är inte ett krisreaktivt undantag. Men agilitet kräver också tillit, transparens och en kultur som främjar självledarskap något som inte alla företag är mogna att hantera.

Mellan dessa ytterligheter finns hybridmodeller där företag behåller en strategisk stabilitet i toppen, men operativt rör sig snabbare genom decentralisering och digitalt stöd. Frågan är inte vilken struktur som är "bäst", utan vilken som är mest anpassningsbar i ett landskap där både teknik, marknad och medarbetarnas behov förändras samtidigt.

Framtidens affärsplan: från styrdokument till föränderligt verktyg.

En traditionell affärsplan är ofta ett statiskt dokument och har en långsiktig riktning baserad på nulägesanalys, mål och resursfördelning. I en AI-driven verklighet räcker inte det längre. teknik, data och kundbehov förändras i realtid, vilket kräver att affärsplanen också blir ett dynamiskt instrument något som uppdateras, testas och justeras löpande.

Framtidens affärsplan bygger inte enbart på interna mål, utan utgår från omvärldssignaler, teknologiska möjligheter och mänskliga behov. Den inkluderar scenarier för automatisering, cybersäkerhet, datadelning och hållbarhet, och ställer nya krav på samverkan mellan affärsutveckling, IT, HR och produktion. Riskbedömningar ersätts allt oftare av adaptiva ramverk där man inte försöker förutsäga framtiden, utan bygga förmåga att snabbt svara på den.

En levande affärsplan fokuserar mindre på exakta siffror och mer på färdriktning, kompetensförsörjning och lärande. Den skapar trygghet genom att bygga förändringsförmåga – *Inte genom att låsa fast organisationen i prognoser som snabbt kan bli irrelevanta.*

Framtidens medarbetare har systemförståelse, nyfikenhet och mod.

För att industriföretag ska klara omställningen räcker det inte att bara tekniken förändras, även människorna i organisationen behöver växa med uppgiften. Den traditionella fackkunskapen är fortfarande viktig men den behöver kompletteras med en bredare systemförståelse: *att kunna se helheten, tolka data, förstå hur olika teknologier samverkar och hur beslut påverkar både ekonomi och hållbarhet.*

Kompetensskiftet handlar inte bara om teknik det handlar om förhållningssätt. Nyfikenhet, vilja att lära nytt, förmågan att samarbeta över gränser och mod att utmana gamla arbetssätt blir allt viktigare. Medarbetare som är vana vid fasta rutiner kan behöva stöd i att navigera en mer föränderlig arbetsvardag men om organisationen erbjuder rätt förutsättningar, kan just dessa personer bli nyckelspelare i omställningen.

Det som förr kallades "mjuka värden" som kommunikation, empati, kreativitet, är i dag hårdvaluta i en tekniskt komplex värld där människor fortfarande utgör nervsystemet i varje fungerande verksamhet.

Arbetsgivarens ansvar: att ge förutsättningar för lyckade medarbetare.

Om framtidens medarbetare ska kunna bidra med nyfikenhet, flexibilitet och innovation då måste också arbetsgivaren skapa en miljö där detta är möjligt. Det handlar inte bara om att erbjuda kurser i ny teknik, utan om att bygga en kultur där lärande är en naturlig del av arbetet. Där det är okej att testa, misslyckas och växa. Där dialog, transparens och delaktighet inte är fluff utan en strategisk grundpelare.

Företag behöver ta ett aktivt ansvar för kontinuerlig kompetensutveckling, men också skapa arbetsmiljöer där tekniken blir till ett stöd och inte ett stressmoment. Verktygen måste vara intuitiva, processerna agila och ledarskapet närvarande. Arbetsgivare som investerar i både människors utveckling och deras arbetsvardag får tillbaka i form av engagemang, kreativitet och lojalitet.

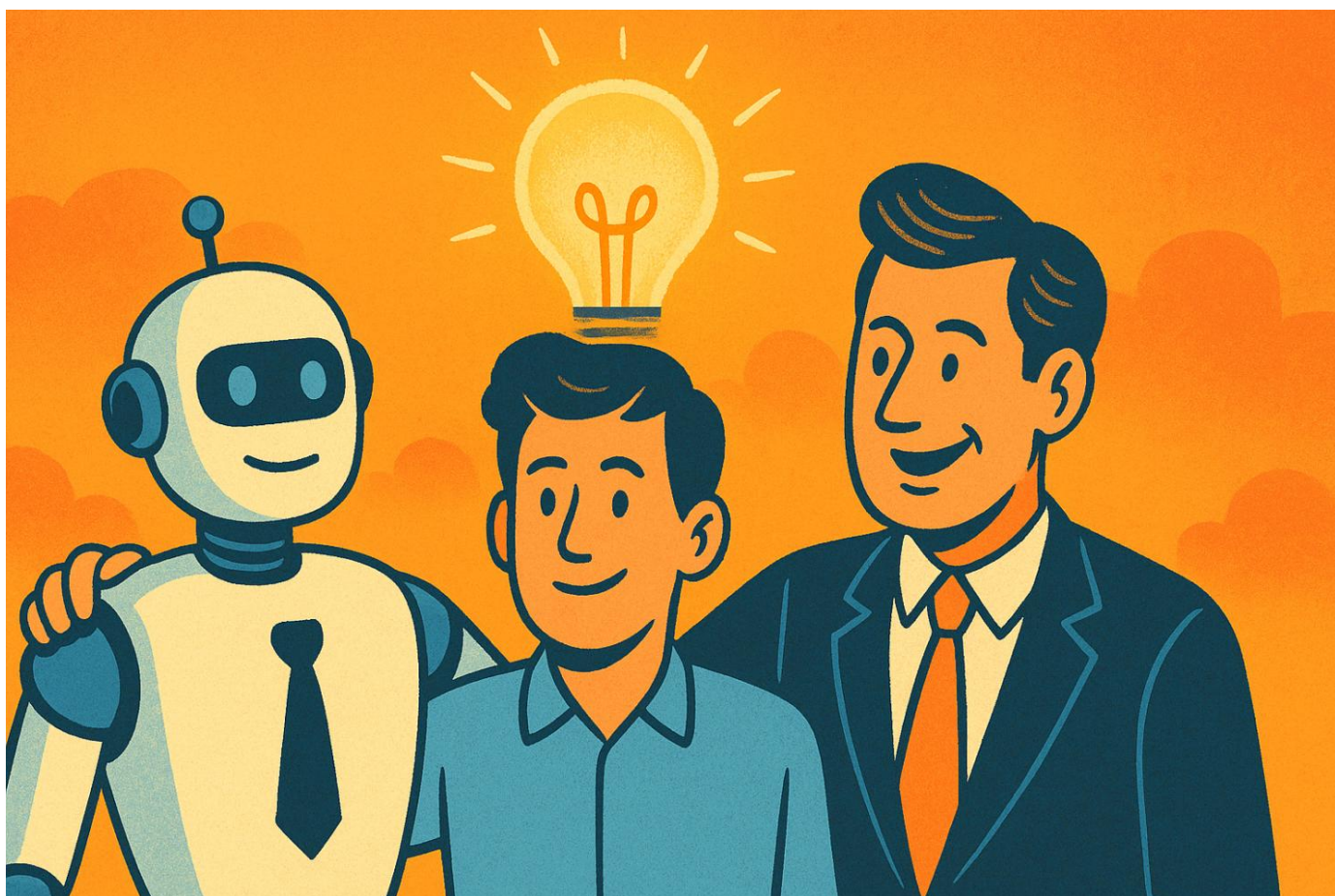
Det är inte längre nog att vara en stabil arbetsplats. Man måste också vara en möjliggörare, ett företag där människor får vara både produktiva och mänskliga i en tid av snabb förändring.

Storytelling - företaget som valde att lyssna!

På ett industriföretag någonstans i Sverige, låt oss kalla det Solvexa, började förändringsresan som en kris. Försäljningen planade ut, nyanställningarna frös inne och frustrationen växte i organisationen. Men istället för att jaga kortsiktiga vinster bestämde sig ledningen för att tänka om från grunden. De lyssnade in både marknad och medarbetare, och startade ett internt initiativ där produktion, teknik och HR tillsammans fick utforska hur företaget kunde bli både mer relevant, motståndskraftigt och flexibelt.

På två år ställde Solvexa om från att sälja hårdvara till att erbjuda smarta, uppkopplade energilösningar som tjänst. Med hjälp av AI-analys och ett nytt partnernätverk kunde de börja förutse kundbehov och justera sin produktion därefter. Interna utbildningar, tvärfunktionella team och större frihet i det dagliga arbetet gjorde att motivationen steg och idéer började bubbla upp från oväntade håll. De som förr varit tysta operatörer blev nu delaktiga innovatörer.

Det blev inte bara en överlevnadsstrategi – det blev en nystart.



Sammanfattning: att navigera in i framtiden kräver mer än tillväxtmål

- **Är statiska tillväxtmål i procent ett realistiskt mål i dagens ekonomi?** Nej, de riskerar att bli irrelevanta i en exponentiellt föränderlig marknad där flexibilitet är viktigare än fasta procentsatser.

Författare: © 2025 Michael Bohman. Får delas fritt med angiven källa.

LinkedIn: <https://linkedin.com/in/mibotech>

GitHub: <https://mibotechcoder.github.io/tech-and-future-reflections/>

Artikel utgiven: April 2025

Sida 4 av 5

- **Hur påverkar teknologisk utveckling företagens affärsstrategier?** Teknik omformar både vad företag erbjuder och hur de organiserar sig, strategi måste vara iterativ, inte linjär.
- **Vad händer med arbetsgivare som inte anpassar sig i tid?** De tappar relevans, personal och marknad: *förändringsovilja är en strategisk risk.*
- **Hur ser en modern affärsplan ut i en AI-driven framtid?** Den är levande, tvärfunktionell och datadriven med fokus på riktning, lärande och snabb anpassning.
- **Vad behöver medarbetare utveckla för att kunna bidra till nästa generations industriföretag?** Systemförståelse, nyfikenhet, kommunikation och mod att utmana invanda mönster.
- **Och vad måste företag bidra med till sina medarbetare för nästa generations industriföretag?** En lärande kultur, rätt verktyg, tillit och utrymme att påverka: *det krävs för att människor ska kunna blomstra.*

Vi står inför ett skifte där gamla målbilder och statiska planer inte längre räcker. De företag som lyckas framåt är de som bygger strukturer för förnyelse, investerar i människan och ser teknik som en del av helheten. *För i framtidens industri är det inte tillväxten i sig som avgör framgång utan förmågan att förändras tillsammans!*

**#Företagsutveckling #FramtidensArbetsliv #Affärsstrategi #Förändringsledning #Affärsutveckling
#Organisationsutveckling**