

NÄRINGSLIVETS EXPORTSTRATEGIDAG 2017



**Näringslivets utvärdering av Regeringens
exportstrategi, 15 november 2017**

Svenskt Näringsliv, Teknikföretagen, Almega

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
2. Sammanfattning och näringslivets förslag	4
2.1 Synpunkter på främjandet och exportstrategin	4
2.2 Team Sweden	6
2.3 Stöd till små- och medelstora företag	7
2.4 Finansiering	9
2.5 Talang- och investeringsattraktion	10
3. Nuläge i regeringens arbete med exportstrategin	12
4. Exportstrategidagen 2017 - Diskussioner på fyra teman	14
5. Diskussionstema 1: Team Sweden	18
6. Diskussionstema 2: SME-företagens särskilda behov av exportstöd	28
7. Diskussionstema 3: Finansiering och de stora affärerna	32
8. Diskussionstema 4: Talang- och investeringsattraktion	36

1. Inledning

Hösten 2015 presenterade regeringen en exportstrategi för Sverige, något som välkomnades av näringslivet som länge efterfrågat en sammanhållen strategi. Det har nu gått drygt två år sedan exportstrategin lanserades och drygt ett år sedan näringslivet tog initiativ till en första exportstrategidag 2016. Syftet med denna dag var att ge beslutsfattare och intressenter i exportfrämjandet idéer och synpunkter från de exporterande företagen och branschorganisationerna.

2017 var det åter dags att lyfta och diskutera hur strategin hittills mött näringslivets behov och önskemål för ett sammanhållet offentligt främjande i syfte att internationalisera svenska företag. Exportstrategidagen 2017 anordnades gemensamt av Teknikföretagen, Almega och Svenskt Näringsliv. Dagen ordnades i form av en workshop där företagsföreträdare, näringslivsorganisationer och handläggare från regeringskansliet och berörda myndigheter medverkade. Denna rapport är en sammanfattning av tidigare kommentarer samt ett kondensat av det som framkom under Näringslivets Exportstrategidag 2017.

Fokus för arbetet ligger på fyra av strategins tjugotvå insatser, *Team Sweden*, *Stärk SME:s vilja att exportera*, *De största affärerna* och *Hur vi kan attrahera talanger och investeringar till Sverige*.

Kontakt

Eva Häussling, Senior policy advisor, Svenskt Näringsliv,
eva.haussling@svensktnaringsliv.se

Jennie Cato, Enhetschef, Teknikföretagen
jennie.cato@teknikforetagen.se

Cemille Üstün, Senior advisor, Almega
cemille.ustun@almega.se

Bakgrundstudie genomförd av Elise Östevik

2. Sammanfattning och näringslivets förslag

På Näringslivets Exportstrategidag 2017 informerade regeringen om läget för svensk export. Därefter presenterade Svenskt Näringsliv resultaten av en färsk undersökning bland exporterande företag kring hur företagen märkt av en ökad satsning på exportfrågorna. Slutligen delades deltagarna in i mindre grupper som diskuterade fyra teman från exportstrategin; Team Sweden, Stöd till små- och medelstora företag, Finansiering samt Talang- och Investeringsattraktion. Nedan följer rekommendationerna i samlad form.

2.1 Synpunkter på främjandet och exportstrategin

- Det finns ett upplevt informationsunderskott från det offentliga främjandet till företagen. Det finns även ett påverkansunderskott från företagen till utformningen av det statliga främjandet. Team Sweden-grupperna har inte riktigt varit lösningen på dessa behov utan behöver vidareutvecklas och inkludera företagen.
- Den globala handeln påverkas inte av svensk regerings partifärg. En mer långsiktig politiskt blocköverskridande handelsstrategi bör överenskommas, som inte i viktiga avseenden förändras vid regeringsskiften.

- Regeringen bör lägga större vikt vid att regler och riktlinjer inte snedvrider eller hämmar svensk konkurrenskraft, det vill säga undvika svensk ”goldplating”.
- Genomför benchmark med andra framgångsrika exportländer. Vad har till exempel Danmark, Finland, Nederländerna och Israel gjort som fungerar framgångsrikt?
- Använd branschföreträdare mer strategiskt – de har daglig kontakt med sina medlemsföretag och känner deras behov.
- Bredda främjandet och använd även privata aktörer – prova modellen med privata-offentliga samarbeten enligt holländsk modell.
- Koppla ihop regeringens olika initiativ och strategier. Exportstrategin bör sammankopplas med Sveriges strategiska samverkansområden och synkroniseras med regeringens övriga strategier för exempelvis innovation och entreprenörskap.
- 26 prioriterade exportländer är ingen egentlig prioritering. För större genomslag behöver exportfrämjandet fokuseras ytterligare, både geografiskt och tematiskt.
- Det är inte i första hand mer pengar till främjandet som efterlyses utan snarare ett efterfrågestyrt främjande med väl utformade och kostnadseffektiva insatser.

2.2 Team Sweden

- Exportfrämjandegrupper (Team Sweden) bör tydligare kopplas till de fem strategiska samverkansprogrammen¹ där olika delar i programmet kan drivas av mest lämpade organisation inom respektive område (enligt holländsk modell). Grupperingarna måste resurssättas, tilldelas tydligt mandat samt ha konkreta mål som följs upp.
- Grupperingarna bör identifiera ett eller flera pilotprojekt för att testa samverkan i praktiken, samt involvera företag som kan agera draglok/konsortieledare. Fortsatt behov av tydlig samordning mellan myndigheters olika uppdrag, samt en önskan om ett mer sömlöst främjandesystem där insatser, stöd och främjandeverktyg tydligare hänger ihop och leder mot samma mål.
- En närmare samverkan och dialog med näringslivet behöver utvecklas. Dialogmötena inom ramen för exportstrategin kan till exempel brytas ner i mindre grupper per bransch, så att det finns tid för verklig dialog och inte bara information.
- Det bör utföras analys och sättas tydliga och långsiktiga mål

¹ *Regeringen identifierade fem svenska styrkeområden och lanserade 2016 baserat på dessa, fem strategiska samverkansprogram. Dessa är Nästa generations resor och transporter, Smarta städer, Cirkulär och biobaserad ekonomi, Life Science och Uppkopplad industri och nya material. Genom samverkan mellan offentliga aktörer, näringsliv och akademi ska man hitta nya, innovativa lösningar som stärker konkurrenskraften, bidrar till en hållbar utveckling och skapar fler jobb. Genom att samverka och kraftsamla kring innovationsinsatser, får Sverige ut mesta möjliga resultat utifrån de resurser som satsas. Källa: Regeringskansliets hemsida*

före enskilda satsningar så att alla förstår vad som ska uppnås, varför och ungefär på hur lång sikt. Statskontorets utredning om överlappningarna i statligt exportfrämjande bör kompletteras med en avnämarundersökning samt ett skarpt förslag för att renodla statliga främjares roller. Insatserna bör ses över så att dessa kompletterar varandra snarare än konkurrerar med varandra.

- Delegationsresor är ett viktigt främjandeinstrument. Men mer tid och resurser bör läggas på proaktiv samordning mellan förberedelse-, genomförande- och uppföljningsfas.
- Insatserna inom det statliga handelsfrämjandet behöver utvärderas kontinuerligt.

2.3 Stöd till små- och medelstora företag

- Stöd till små och medelstora företag kan med fördel samordnas med förebild i det finska systemet, där finländska Utrikesministeriet driver fokuserade branschspecifika program för grupper av småföretag mot utvalda marknader. Även i Nederländerna har intressanta och innovativa lösningar tagits fram som stöd för SME-företagens internationalisering.
- Ge kluster för innovationsbolag och småföretag uppdrag och resurser för internationell samverkan med sina motparter.
- Underlätta för exporterande företag att skapa leverantörskedjor för att inkludera fler stora företag, SME och startups. Erbjud det nätverkande företaget täckning för eventuella merkostnader som arbetet innebär.

2. Sammanfattning och näringslivets förslag


- Näringslivsdrivna plattformar fungerar! Stora branschorganisationer kan teckna MOU med sina motsvarigheter i andra länder och på så vis skapa näringslivsdrivna plattformar för export till en effektiv och liten peng. Stöd bör finnas att söka för denna typ av verksamhet. Företagen får på så vis direkt kontakt med företag, partners och beslutsfattare i det utvalda landet, då den inhemska branschorganisationen har nätverk och kontakter på alla nivåer.
- SME- företagens behov av finansieringslösningar behöver bättre analyseras och nya finansieringsinstrument utvecklas.
- Att i högre grad involvera och använda näringslivets representanter i form av handelskammare, branschorganisationer och grupper för branschspecifika insatser och uppdrag. Branschorganisationerna känner sina företag på ett sätt som borde vara intressant för den statliga exportfrämjandesamordningen.
- Underlätta för företagen att söka stöd, framförallt effektivisera processen att söka små medel.
- Det bör utredas om de medelstora företagen får det stöd som de behöver för fortsatt expansion på utlandsmarknaderna. Mer generellt kan frågan ställas om den vanliga segmenteringen av företag enligt storlek är för grov för att svara mot de främjarinstrument som utformas.
- En sammanställning och analys bör genomföras av svenska och internationella framgångsrika exportmodeller där små företag får draghjälp av stora eller samverkan mellan SME:s.

2.4 Finansiering

- Finansieringsfrågorna bör generellt ges en ökad roll i exportfrämjandet. Det är en utveckling som vi ser i många av våra vassaste konkurrentländer.
- De internationella finansieringsinstitutionernas ledande roll i klimatfinansieringen växer. Svenska företags möjligheter att konkurrera behöver ges politiskt och annat offentligt stöd.
- Närmare samverkan och samråd bör utvecklas mellan Sveriges representanter i de utländska organisationerna och svenska företag, banker och branschorganisationer. Det gäller både utvecklingsbanker, FN och EU:s olika organisationer.
- Tillsätt en genomgripande utredning som leder till ökad samverkan och samråd inom exportfinansieringssystemet med finansierade myndigheter och andra aktörer, både offentliga och privata.
- De goda och ofta mycket långvariga relationerna med svenska biståndsländer bör också mer genomtänkt byggas ut till mer normala och för båda parter givande kommersiella samarbeten.
- Öppna HPO-konceptet så att även till exempel teknikkonsulter med statlig uppbackning kan vara med i utvecklingen av konceptet.
- Tillsätt en genomgripande utredning som leder till att exportfinansieringssystemet kan kopplas ihop med finansierande myndigheter och organisationer och utvecklar paketlösningar för finansiering.

2.5 Talang- och investeringsattraktion

- Exportstrategin bör hänga ihop med nationella strategier. Genom att främja talangattraktion och investeringar ökar även möjligheten till bättre handel.
- Ökade insatser behövs för investeringsfrämjandet.
- En viktig uppgift är en stark och tydlig varumärkesbyggnad och marknadsföring av ”Sverige AB” i internationella sammanhang. Detta bör genomsyra både utlandsmyndigheternas verksamhet, de nationella myndigheternas internationella engagemang samt högnivådeltagande internationellt.
- Främja talangattraktionen för att möta företagens kompetensbehov. Det gäller kort handläggningstid för migration, tillgång till bostäder, låg marginalskatt, möjlighet till kompetensutveckling och ett allmänt gott näringslivsklimat.
- Stoppa kompetensutvisningarna. De är skadliga för näringslivet och har redan skapat badwill för Sverige.



**”Stoppa kompetens-
utvisningarna. De är skadliga
för näringslivet och har redan
skapat badwill för Sverige.”**

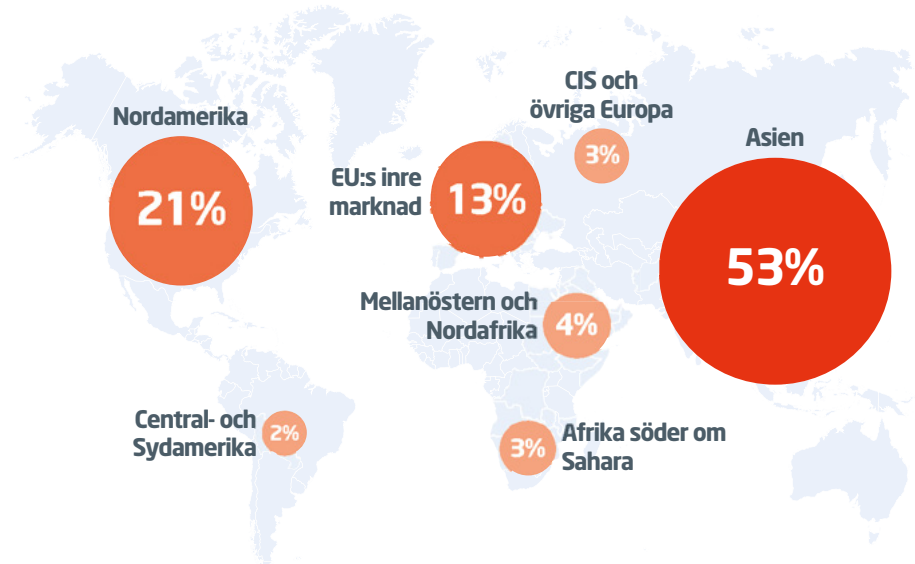
3. Nuläge i regeringens arbete med exportstrategins förslag

Oscar Stenström, statssekreterare hos EU- och handelsminister Ann Linde inledde exportstrategidagen med att presentera en sammanfattning av regeringens arbete med exportstrategin och konstaterade att det går relativt bra för svensk export. Exportstrategin har som övergripande syfte att öka exporten, både i absoluta tal och som andel av BNP liksom att höja Sveriges attraktionskraft, öka andelen exporterande företag och få in fler svenska företag i den globala ekonomin. 800 miljoner kronor tillförs exportfrämjandet mellan åren 2015 till 2019. Exporten av varor och tjänster ökar och exporttillväxten är god på marknader i Europa och Asien. Dock med minskad tillväxt på den afrikanska marknaden.

Exporten är viktig för sysselsättningen. 1,4 miljoner människor är idag direkt eller indirekt sysselsatta av export i Sverige. Vi kan även se att sysselsättningen ökar med 25 procent fem år efter att ett företag blivit uppköpt av utländska aktörer. Oscar Stenström framhöll vidare att Sverige behöver en ”export-boost”. Vi behöver lyfta fler framgångskoncept via regionala exportcenter.

Exportstrategin - fokus tillväxt

Andel av världens tillväxt till 2020



Källa: Regeringskansliet / IMF World Economic Outlook

Anmärkning: Fastprisberäknade tillväxttal

Exportstrategin - några siffror

- 800 miljoner kronor tillförs exportfrämjandet 2015-2019
- Ytterligare satsningar i BP 2018:
 - 17 mkr till regional exportrådgivning i samtliga län (#3)
 - 10 mkr till ökad närvaro på tillväxtmarknader (#2)
 - 53,5 mkr till EXPO 2020 Dubai
 - 7,5 mkr till Hannovermässan

4. Exportstrategidagen 2017 - Diskussioner på fyra teman

Exportstrategin ur företagsperspektiv

Efter statssekreterare Stenströms inledning presenterade Svenskt Näringsliv en undersökning som hade gjorts bland företag, om hur de märkt skillnad efter exportstrategins genomförande. Därefter fördes diskussioner i olika grupper på fyra olika frågeställningar från exportstrategin.

Näringslivet och företagen i undersökningen anser att det genom exportstrategin skett en positiv attitydförändring från regeringens sida med ökad politisk uppmärksamhet på export och internationalisering. Fler myndigheter har fått främjandeuppdrag och ett ökat fokus har lagts på investeringsfrämjandet. Även den regionala samordningen kring internationalisering som påbörjats är uppskattad. Det är välkommet att frågorna om ett allmänt gott näringslivsklimat lyfts fram i diskussionen om export som exempelvis arbetskraft, arbetsmarknad, bostad, skatter och skolor.

Samtidigt har frågor uppkommit om hur framtagandet av strategin genomförts. Varför började man inte med att fråga kunderna vad de behöver och vill ha? Att kunna erbjuda olika åtgärder, insatser och stöd där avvägning och skillnad på insatser görs beroende bl.a. på företagens storlek. En mer långsiktig strategi har också efterfrågats som inte i viktiga avseenden helt förändras vid regeringsskifte. Listan med de prioriterade exportmarknaderna har även ifrågasatts av både stora och små företag. En studie från Teknikföretagen från 2016 visar att företagen prioriterar delvis andra marknader för framtida expansion.

Svenskt Näringslivs undersökning visar att majoriteten av företagen inte märkt av någon förändring i exportfrämjandet sedan exportstrategin infördes 2015. I undersökningen har 31 små, medelstora och stora exporterande företag tillfrågats om sin syn på exportstrategin, hur mycket de exporterar, vad de har fått för hjälp och vilka

förändringar som de vill se. Undersökningen visar även att känne-
domen är låg om var man kan få hjälp med exportfrågor. Dock
har en majoritet tagit hjälp av det offentliga främjandet, främst vad
gäller rådgivning, nätverk och finansiering. I undersökningen har
företagen även fått skicka med önskemål kring vad de vill se för för-
bättringar. Hjälp med finansiering och hjälp att hantera kreditrisker
ser många som nödvändigt. De svarande företagen vill även se mer
aktiviteter anpassade till mindre företag, rådgivning när de ska eta-
blera sig på en ny marknad och hjälp att hitta lokala kontakter. Det
som exportföretagen främst ser som hinder är finansiering, lagar
och regler samt kompetensbrist.

Det här är faktorer som hindrar företag från att växa internationellt.
Det måste bli enklare att exportera. Och det är fortfarande svårt att
hitta bland de stöd och satsningar som görs för små och medelstora
företag.

Näringslivet efterlyser ett generellt bättre företagsklimat exempelvis
genom ett svenskt regelverk som är konsekvent och långsiktigt. Lik-
värdiga förutsättningar behöver skapas för konkurrenter på olika
marknader för att kunna motverka snedvriden konkurrens. Viktigt
är att skapa lika villkor för alla. Inom Sverige och EU bör det inte
sättas för höga krav, regler och riktlinjer som hämmar svensk
konkurrenskraft.

Det behövs också ett mer aktivt arbete med frihandelsavtal, stan-
darder och tullar. Uttolkning av statsstödsregler bör utvecklas och
förenklas. Exporttekniska regler som certifiering, standardisering,
tullfrågor och andra viktiga verktyg för praktisk export är det som
allra mest efterfrågas. Business Swedens roll kunde utökas med ett
större statligt mandat att erbjuda mer av denna typ av hands-on
rådgivning till fler företag.

Förslag

- Det finns ett upplevt informationsunderskott från det offentliga främjandet till företagen. Det finns även ett påverkansunderskott från företagen till utformningen av det statliga främjandet. Team Sweden-grupperna har inte riktigt varit lösningen på dessa behov utan behöver vidareutvecklas och inkludera företagen.
- En mer långsiktig blocköverskridande handelsstrategi bör eftersträvas, som inte i viktiga avseenden förändras vid eventuella regeringsskiften.
- Regeringen bör lägga större vikt vid att regler och riktlinjer inte snedvrider eller hämmar svensk konkurrenskraft, det vill säga undvika svensk ”goldplating”.
- Jämförelse alternativt benchmarking med andra framgångsrika exportländer. Vad har Danmark, Finland, Nederländerna och Israel gjort som fungerar framgångsrikt?

- Använd branschföreträdare mer strategiskt i exportfrämjandet – de har daglig kontakt med sina medlemsföretag och känner deras behov.
- Bredda främjandet och använd även privata aktörer – prova modellen med privata-offentliga samarbeten enligt holländsk modell.
- Koppla ihop regeringens olika initiativ och strategier! Exportstrategin bör sammankopplas med Sveriges strategiska samverkansområden och synkroniseras med regeringens övriga strategier för exempelvis innovation och entreprenörskap.
- 26 prioriterade länder är ingen egentlig prioritering. För större genomslag behöver exportfrämjandet fokuseras ytterligare.
- Det är inte i första hand mer pengar till främjandet som efterlyses utan snarare ett efterfrågestyrt främjande med väl utformade och kostnadseffektiva insatser.

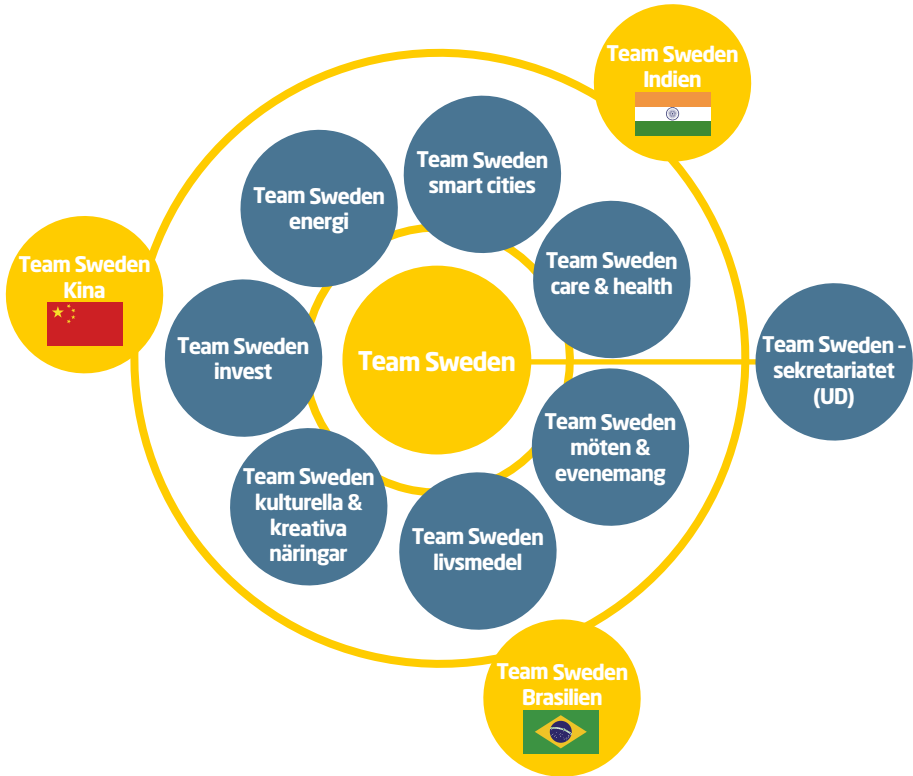
5. Diskussionstema 1: Team Sweden

Begreppet Team Sweden lanserades i exportstrategin efter bland annat näringslivets kritik av det offentliga exportfrämjandet som okoordinerat och svårt för företag att hitta i samt få hjälp av. Team Sweden skulle vara ett instrument för samordning av myndigheter med främjandeuppdrag som skulle ge ett bättre fokus. I vissa avseenden har begreppet istället skapat förvirring hos företagen.

Team Sweden är dels ett högnivåforum, uppdelat i två delar. En del där UD:s politiska ledning för handelsfrågor träffar GD:ar för de myndigheter som ingår i Team Sweden, och en parallell del där man träffar näringslivets representanter. Dessa två grupperingar har ibland träffats tillsammans.

Utöver detta består Team Sweden av ett antal tematiska och geografiska kluster, främst med myndigheter som deltagare. Slutligen finns det även Team Sweden-grupperingar vid utlandsmyndigheterna.

Team Sweden är således regeringens främsta instrument för samordning och styrning av det offentliga exportfrämjandet. För näringslivet är det dock fortfarande oklart vad Team Sweden rent konkret består i och hur företagen och branscherna kan eller får vara involverade. Denna otydlighet i vad själva konceptet går ut på har gett näring åt delvis divergerande tolkningar.



Källa: Regeringskansliet

Ett önskvärt scenario hade varit att regeringen inför framtagandet av exportstrategin låtit utföra en ordentlig genomlysning och analys av hela det statliga främjandet, styrningen och dess organisering (baserat på de flertal studier och utvärderingar som gjorts genom åren). Detta kunde skett i samråd med de exporterande företagen och deras branschföreträdare. Sedan måste relevanta myndigheter få ett exportfrämjandeuppdrag i sitt regleringsbrev, med gemensamt mål och resultatuppföljning.

Näringslivet kan involveras exempelvis genom en styrgrupp av näringslivsrepresentanter som fick utgöra ”strategiskt råd” till det offentliga främjandet, som föreslår instrument och metoder för ett ändamålsenligt främjande.

Några Team Sweden-grupper kom igång tidigt, andra sent. Några leds av myndigheter, något av näringslivsföreträdare, andra av UD. Vilka deltagare som ingår har varit föremål för diskussion, gruppernas mandat och mål har varit oklara samt viss överlappning och förvirring har uppstått mellan geografiska respektive tematiska grupper.

Det hade underlättat om budgetmedel kopplats till grupperna vilket hade skapat förutsättningar att driva några konkreta projekt. Slutligen har det varit svårt att kommunicera till företagen hur de kan dra nytta av dessa grupperingar. Jämför Team Finland, där fyra främjandemyndigheter fysiskt flyttade ihop i en byggnad och kunde erbjuda finska företag en sömlös kedja av stöd på plats.

I den undersökning som gjordes av Svenskt Näringsliv angående kännedom om Team Sweden och www.verksamt.se/utland framgår att de flesta fortfarande, efter två år inte känner till varken www.verksamt.se/utland eller Team Sweden. Det finns tillgänglig hjälp,

information och redskap. Det handlar om att sprida kunskapen om den hjälp som redan finns att få. Det efterfrågas en djupare samverkan mellan det offentliga och näringslivet, i olika delar i genomförandet av strategin.

Både näringslivsorganisationer och handelskammare har påpekat att de gärna tar på sig en roll i främjandet, men tycker inte att de alltid hörsammas. Näringslivet pekar på goda exempel som exempelvis nederländska systemets ”toppsektorer” där varje styrkeområde utgör en egen konstellation av bäst lämpade aktörer (offentliga eller privata) att ta en roll i allt från FoI till internationalisering. Där verkar det privata och det offentliga sida vid sida.

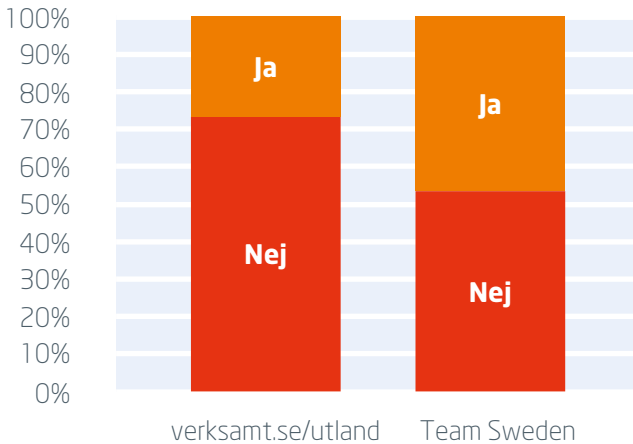
”Som småföretagare kan man få en skjuts av att följa med på en delegationsresa. Finansieringen av och information om dessa kan dock vara en utmaning.”

Förslag

- Exportfrämjandegrupper (Team Sweden) bör tydligare kopplas till de fem strategiska samverkansprogrammen² där olika delar i programmet kan drivas av mest lämpade organisation inom respektive område (enligt holländsk modell). Grupperingarna bör resurssättas, tilldelas tydligt mandat samt ha konkreta mål som följs upp.
- Grupperingarna bör identifiera ett eller flera pilotprojekt för att testa samverkan i praktiken, samt involvera företag som kan agera draglok/konsortieledare.
- Fortsatt behov av tydlig samordning mellan myndigheters olika uppdrag, samt en önskan om ett mer sömlöst främjandesystem där insatser, stöd och främjandeverktyg tydligare hänger ihop och leder mot samma mål.
- En närmare samverkan och dialog med näringslivet behöver utvecklas. Dialogmötena inom ramen för exportstrategin kan till exempel brytas ner i mindre grupper per bransch, så att det finns tid för verklig dialog och inte bara information.

2 *Regeringen identifierade fem svenska styrkeområden och lanserade 2016 baserat på dessa, fem strategiska samverkansprogram. Dessa är Nästa generations resor och transporter, Smarta städer, Cirkulär och biobaserad ekonomi, Life Science och Uppkopplad industri och nya material. Genom samverkan mellan offentliga aktörer, näringsliv och akademi ska man hitta nya, innovativa lösningar som stärker konkurrenskraften, bidrar till en hållbar utveckling och skapar fler jobb. Genom att samverka och kraftsamla kring innovationsinsatser, får Sverige ut mesta möjliga resultat utifrån de resurser som satsas. Källa: Regeringskansliets hemsida*

Har ni hört talas om verksamt.se/utland eller Team Sweden?



Det som samlat erbjuds på verksamt.se/utland och via regionala exportcentra är bra. Men mer stöd behövs, det gäller även investeringsfrämjandet. Ett viktigt önskemål som framkom är att regionala exportcentra bör vara fysiska och inte bara virtuella. Exportstrategin har resulterat i en ökad samverkan mellan flera aktörer, vilket är positivt då det leder till ökad kunskap om vad olika aktörer gör. Men det finns fortfarande en upplevd otydlighet i den offentliga främjandeorganisationen. Ökad samverkan efterlyses även mellan det offentliga främjandet och privata främjaraktörer som www.swedenonthego.se, men även lokala konsulter på plats.

Delegationsresor

Delegationsresor är ett viktigt och uppskattat komplement till andra aktiviteter inom exportstrategin. Särskilt uppskattat är att även andra ministrar än handelsministern tar med sig företagsdelegationer. För de små företagen ger det legitimitet att ingå i dessa resor. För SME-företag är dock kostnaderna för deltagandet ofta för höga och när det gäller så kallade högnivådelegationer är det kanske inte alltid rätt kontakter som skapas. Frågor har också uppstått kring hur selekteringen av bolag sker. En del företag upplever att de aldrig får frågan att delta, andra att de känner press på att följa med. Jämför det danska systemet där företag bjuds in i öppet till kommande delegationsresor via till exempel branschorganisationer och riktade nyhetsbrev som går att prenumerera på.

Betydligt mer skulle kunna uppnås vid delegationsresor genom bättre strategisk planering och samordning mellan olika aktörer, det vill säga förberedelse-, genomförande- och uppföljningsfas.

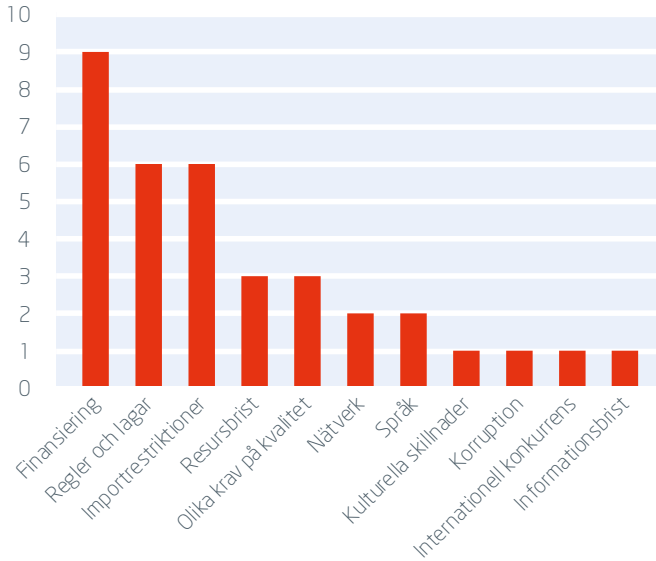
Redan innan avresan bör deltagare och de som besöks ha en översiktlig kunskap om möjliga samarbeten. Genomförandefasen bör tydligt användas för identifiering av projekt och samarbeten som vid hemkomst kan följas upp.

Statligt initierade delegationsresor bör vara strategiska, koppla an till svenska styrkeområden, förberedas och följas upp. Inte minst är det viktigt att – där det är tillämpligt – knyta ihop policyutveckling på myndighetsnivå med ett potentiellt exportfrämjande. När Sverige investerar i institutionellt kapacitetsbyggande i tidigt skede, kan man sedan bygga på dessa relationer för vidare handelsrelationer. När statliga pengar utgår till den organisation som anordnar delegationsresan, kan man även fundera på olika incitamentmodeller. Det finns exempel på modeller där 50 procent av ersättningen utgår

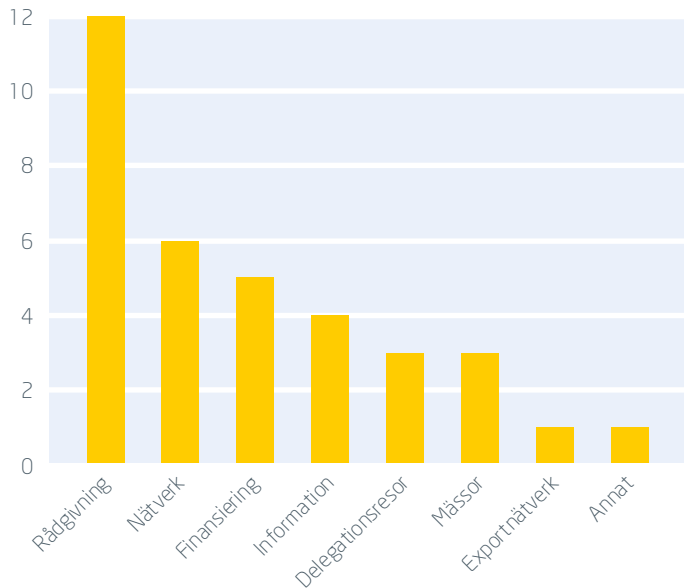
först då affärsresultat kan påvisas. Det skulle leda till ett mer skarpt och strategiskt fokus på uppföljning och efterbearbetning vid delegationsresor.

Näringslivet har också föreslagit att få vara med och styra vart ministrar åker. Detta kunde ske via det strategiska råd som föreslagits ovan för Team Sweden.

Vilka hinder har ni stött på vid export?



Vilken slags hjälp behövs?



Förslag

- Det bör genomföras en analys och sättas tydliga och långsiktiga mål före enskilda satsningar så att det är tydligt vad som ska uppnås, varför och ungefär på hur lång sikt. Statskontorets utredning bör kompletteras med en avnämjarundersökning samt ett skarpt förslag för att renodla statliga främjares roller. Insatserna bör ses över så att dessa kompletterar varandra snarare än konkurrerar med varandra.
- Delegationsresor är ett viktigt främjandeinstrument. Men mer tid och resurser bör läggas på proaktiv samordning mellan förberedelse-, genomförande- och uppföljningsfas.
- Näringslivet bör involveras i urvalet av målen för delegationsresorna.



**“Betydligt mer skulle kunna
uppnås vid delegationsresor
genom bättre strategisk
planering och samordning
mellan olika aktörer.”**

6. Diskussionstema 2: SME-företagens särskilda behov av exportstöd

SME-företagen ska vara den huvudsakliga målgruppen för exportstrategin, eftersom Sverige behöver fler växande företag som vill gå ut på en global marknad. Trots exportstrategins viktiga satsningar behöver SME-företagen än mer differentierade insatser, till exempel önskar man små stöd för att etablera sig på närmarknader. Dessa mindre stöd har erfarenhetsmässigt visat sig ge goda resultat.

Annat som efterfrågas är plattformar och mötesplatser för nya innovativa samarbeten dem emellan samt för samarbeten och erfarenhetsutbyte med större erfarna exportföretag. Bättre tillgång till rådgivning och bättre anpassade finansieringsinstrument.

Ett speciellt problem är SME-företagens finansiering av exportaffärer som ur affärsbankernas synvinkel inte är lika intressanta som finansiering för de stora företagen. SME-företagens affärer är av naturliga skäl ofta för små och kreditvärdigheten svårbedömd. För SME-företagen kan ett mindre stöd vara avgörande, inte minst som moraliskt stöd vid exportsatsningar. Man känner stöd från staten och att man delar risk, även om det bara handlar om en liten reell summa. Flera exempel kan ges när små, riktade stöd, gett stora resultat. Det är också viktigt att hjälpa de mindre företagen med rätt och konkret information inför en utlandssatsning, inte minst exportteknisk rådgivning och legala krav i exportlandet. Det finns relevant information hos utlandsmyndigheterna som rätt förpackad skulle vara nyttigt för småföretagen och som skulle kunna delas kostnadsfritt.

Nya samverkansmodeller mellan stora erfarna svenska exportföretag och de små och mellanstora företagen behöver utvecklas. De kan också gälla nya modeller för samverkan mellan SME:s. Incitament för att utforma nya modeller behövs.

Företagen upplever också att det är byråkratiskt och administrativt tungt att söka alla dessa ”småstöd”, särskilt för de allra minsta företagen. Det är ofta samma handlägningsprocess, och därmed tid, som krävs oavsett om företagen söker 10 000 kronor eller en miljon kronor.

De mellanstora företagen tillhör det segment som har störst potential att växa på internationella marknader, med rätt stöd.

Önskemål

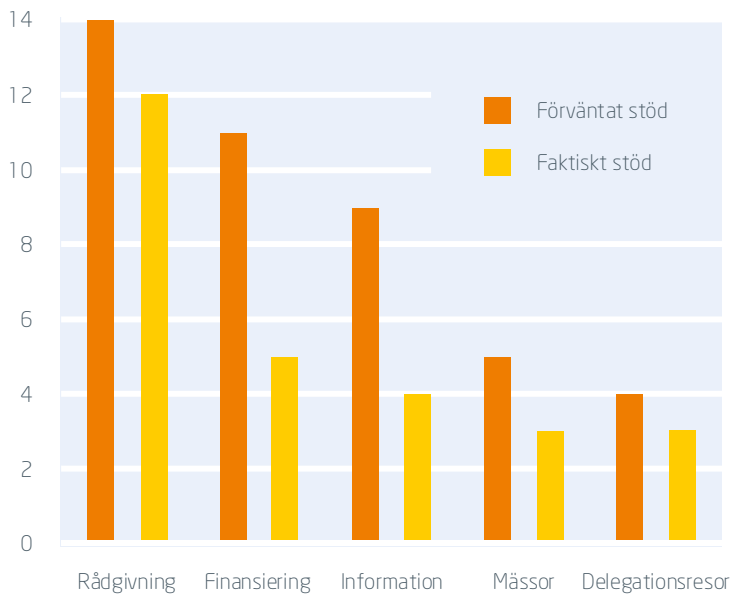
- Finansiering med små medel ger stor effekt till mindre företag
- Hjälpa att hantera kreditrisker, finansieringsalternativ
- Mer aktiviteter anpassade till mindre företag
- Branschspecifik kunskap och rådgivning
- Rådgivning och kunskapsbyggnad vid etablering på ny marknad
- Hitta lokala kontakter

Förslag

- Stöd till små och medelstora företag kan med fördel samordnas med förebild i det finska systemet, där finländska Utrikesministeriet driver fokuserade branschspecifika program för grupper av småföretag mot utvalda marknader. Även i Nederländerna har intressanta och innovativa lösningar tagits fram som stöd för SME-företagens internationalisering.
- Ge kluster för innovationsbolag och småföretag uppdrag och resurser för internationell samverkan med sina motparter.
- Underlätta för exporterande företag att skapa leverantörskedjor för att inkludera fler stora företag, SME och startups. Erbjud de nätverkande företagen att få täckning för eventuella merkostnader som arbetet innebär.
- Näringslivsdrivna plattformar fungerar! Stora branschorganisationer kan teckna MOU med sina motsvarigheter i andra länder och på så vis skapa näringslivsdrivna plattformar för export till en effektiv och liten peng. Stöd bör finnas att söka för denna typ av verksamhet. Företagen får på så vis direkt kontakt med företag, partners och beslutsfattare i det utvalda landet, då den inhemska branschorganisationen har nätverk och kontakter på alla nivåer.
- SME-företagens behov av finansieringslösningar behöver bättre analyseras och nya finansieringsinstrument utvecklas.
- Att i högre grad involvera och använda näringslivets representanter i form av handelskammare, branschorganisationer och grupper för branschspecifika insatser och uppdrag. Branschorganisationerna känner sina företag på ett sätt som borde vara intressant för den statliga exportfrämjandesamordningen.

- Underlätta för företagen att söka stöd, framförallt effektivisera processen att söka små medel.
- Det bör utredas om de medelstora företagen får det stöd som de behöver för fortsatt expansion på utlandsmarknaderna. Mer generellt kan frågan ställas om den vanliga segmenteringen av företag enligt storlek är för grov för att svara mot de främjarinstrument som utformas.
- En sammanställning och analys bör genomföras av svenska och internationella framgångsrika exportmodeller där små företag får draghjälp av stora eller samverkan mellan SME:s.

Vilket stöd förväntar ni er av det offentliga främjandet?



7. Diskussionstema 3: Finansiering och de stora affärerna

Finansiering är en strategisk fråga som är grundläggande för all utrikeshandel och behöver ges högre prioritet i en kommande exportstrategi. Sverige har ett utmärkt och väl fungerande exportfinansieringssystem, men det finns svagheter gällande SME:s och systemexport. Det handlar också om att koppla ihop hela stödsystemet för att kunna erbjuda finansiering under hela värdekedjan, från för-förstudier till leverans. Det handlar också om att existerande instrument tydligare utformas utifrån olika företagsgruppers behov och utifrån nya snabbt föränderliga förutsättningar på målmarknaden. Det efterfrågas nya institutionella samverkansformer mellan de existerande starka och välskötta exportkreditinstitutionerna samt biståndsfinansierade organisationer som Sida och Swedfund.

En av de svåraste och samtidigt en av de viktigaste utmaningarna för exportföretagen gäller tillgång till relevant finansiering. Det är en utmaning att utforma kreativa finansieringslösningar som kan ingå i och stödja svenska sammanhållna projektlösningar. Här finns ett brett stöd för regeringens prioriteringar av finansieringsfrågorna liksom uppskattning av det innovativa arbete som präglar SEK och EKN:s finansierings- och försäkringslösningar. Det gäller även Swedfunds, Almis och Tillväxtverkets viktiga arbete.

Att orientera sig i den stora mångfald av offentlig exportfinansiering som står till buds både i Sverige och utomlands är besvärligt både för större företag och i synnerhet för små- och medelstora företag.

Kreativa finansieringslösningar, särskilt för större projekt av systemkaraktär, kräver överblick och kunskap baserad på snabbt föränderliga marknads- och främjande förutsättningar. I de stora projekten är ofta Världsbanken och de regionala utvecklingsbankernas samt EU:s finansinstitutioner och program involverade både som rådgivare och i senare skeden som finansiärer. Svenska företag har, trots hög kompetens och framgångsrika referensprojekt haft svårt att konkurrera och delta i stora projekt ledda av finansinstitutionerna.

Det handlar om att få en bättre utväxling på affärsmöjligheter och projekt i de multilaterala organisationerna som FN, Världsbanken och de regionala utvecklingsbankerna i Asien, Latinamerika och Afrika. Den svenska regeringen måste fortsätta att arbeta långsiktigt med att påverka upphandlingskriterierna i dessa organisationer så att svenska lösningar kan konkurrera med annat än pris, exempelvis livscykelkostnader, hållbarhet och innovationshöjd. Fler svenska experter inom dessa organisationer kan vara en väg.

Inom ramen för Parisagendan 2015 och Agenda 2030 har de stora multilaterala organisationerna getts ett globalt huvudansvar för policyutveckling och finansiering av klimatomställningen. Det gäller för ”grön finansiering” (inklusive gröna obligationer) av hållbara och finansieringsbara infrastrukturprojekt. Tillsammans med privat kapital kommer mycket stora kapitalvolymerna att mobiliseras. Här öppnar sig möjligheter för världsledande svensk miljöteknik. Mot den bakgrunden behövs nya samråds- och samverkansformer utvecklas mellan näringslivet och Regeringskansliets ansvariga för de multilaterala organisationerna (inkl. EU/EIB) samt Sveriges representanter i dessa organisationer.

Genom konceptet för ”strategisk projektutveckling”, dvs. de största strategiska affärerna globalt – det som nu kallas High Potential Opportunities (HPO) – skapas väsentligt bättre förutsättningar för exportföretagen att konkurrera om de stora infrastrukturprojekten. Det strategiska konceptet HPO behöver ytterligare stärkas, ofta i samarbeten mellan kommersiella och biståndsinriktade finansieringslösningar. Näringslivet uppskattar de nya garantilösningar som Sida nu utvecklar inom ramen för klimatomställningen. Det arbetet bör breddas och utvecklas. Finansiering genom Swedfund av förstudier är ofta en förutsättning för att svenska företag kan konkurrera om viktiga projekt. Förstärkta åtgärder på detta område bör ses inom ramen för att biståndsagendan vävs samman med regeringens starka engagemang i klimatomställningen.

HPO:erna bör också kunna utvecklas till att bli mer av ”tågset” som kopplar på ett värdenätverk av svenska eller nordiska SME:s på ett eller flera större draglok. Det vore även önskvärt att bredda denna verksamhet till att omfatta fler konsulter som kan erbjuda en konsortietjänst, exempelvis de stora teknikkonsulterna som med HPO-medel kunde täcka av initiala overheadkostnader för att hålla ihop ett svenskt leveransteam. Ett förslag är därför att införa konsultcheckar även för HPO.

Sammantaget skulle det skapas nya förutsättningar för starkare svenska finansieringslösningar. Av särskild vikt är Swedfunds förståelse för vikten av förstudier. Det bör ytterligare utvidgas till att även kunna finansiera mycket tidigare skeden av projektutveckling och för förstudier. Möjligheterna att få finansiering för dessa förstudier är ofta en förutsättning för svenska företag att överhuvudtaget få komma i fråga för många projekt.

Förslag

- Finansieringsfrågorna bör generellt ges en ökad roll i exportfrämjandet. Det är en utveckling som vi ser i många av våra vassaste konkurrentländer.
- De internationella finansieringsinstitutionernas ledande roll i klimatfinansieringen växer. Svenska företags möjligheter att konkurrera behöver ges politiskt och annat offentligt stöd.
- Närmare samverkan och samråd bör utvecklas mellan Sveriges representanter i de utländska organisationerna och Svenskt Näringsliv. Det gäller både utvecklingsbanker, FN och EU:s olika organisationer.
- Tillsätt en genomgripande utredning som leder till ökad samverkan och samråd inom exportfinansieringssystemet med finansierade myndigheter och andra aktörer – både offentliga och privata.
- De goda och ofta mycket långvariga relationerna med svenska biståndsländer bör också mer genomtänkt byggas ut till mer normala och för båda parter givande kommersiella samarbeten.
- Öppna HPO-konceptet så att även t. ex. teknik konsulter kan ta rollen som ”HPO-ledare” med statlig uppbackning.
- Tillsätt en genomgripande utredning som leder till att exportfinansieringssystemet kopplas ihop med finansierande myndigheter och organisationer och utvecklar paketlösningar för finansiering.

8. Diskussionstema 4: Talang- och investeringsattraktion

Teknikutvecklingen inom näringslivet leder till behov av nya specialistkompetenser. Det råder en stor kompetensbrist på svensk arbetsmarknad. Företag outsourcar istället verksamhet eller importerar kunskapsintensiva tjänster för att möta marknadens behov. Internationaliseringen innebär att arbetsgivarna efterfrågar kunskaper i utländska språk, kunskap om utländska marknader och kommunikationsförmåga. Regeringen måste våga prioritera genom att lyfta speciella nischer som är attraktiva för utländska investeringar. Genom att fokusera på och utveckla ett par strategiska områden istället för ett brett spelfält har vi möjlighet att höja oss i den internationella konkurrensen.

Exportstrategin måste stämma överens med nationella strategier, inom ex. innovation, digitalisering, arbetsmarknad. Det är i princip samma förhållanden som krävs för att attrahera så väl talanger som investeringar. Ytterligare insatser är nödvändiga för att främja innovation, ett gynnsamt entreprenörskapsklimat och modernisera den svenska modellen. Gör det lättare för utländska studenter vid svenska lärosäten att efter avslutad examen stanna och arbeta i Sverige. En ökad talangattraktion kräver bättre tillgång till bostäder, minskat skattetryck på individen och att bolagsskatten bli mer konkurrenskraftig. Dessutom måste kompetensutvisningarna stoppas. De drabbar inte minst individen men även företaget och har redan givit Sverige badwill internationellt. Det är viktigt att vända den trenden.

Får ni tag på rätt kompetens i Sverige?



Förslag

- Exportstrategin bör hänga ihop med nationella strategier. Genom att främja talangattraktion och investeringar ökar även möjligheten till bättre handel och att insatserna kan utvärderas.
- Ökade insatser behövs för investeringsfrämjandet.
- En viktig uppgift är en stark och tydlig varumärkesbyggnad och marknadsföring av "Sverige AB" i internationella sammanhang. Detta bör genomsyra både utlandsmyndigheternas verksamhet, de nationella myndigheternas internationella engagemang samt högnivådeltagande internationellt.
- Främja talangattraktionen för att möta företagens kompetensbehov. Det gäller kort handläggningstid för migration, tillgång till bostäder, låg marginalskatt, möjlighet till kompetensutveckling och ett allmänt gott näringslivsklimat.
- Stoppa kompetensutvisningarna. De är skadliga för näringslivet och har redan skapat badwill för Sverige.



Foto: Depositphotos



**Viktiga hinder och utmaningar
för företagen är kompetens-
brist, finansiering, lagar och
regler och importrestriktioner.**

www.svensktnaringsliv.se
Storgatan 19, 114 82 Stockholm
Telefon 08-553 430 00



almeGa