

Innehåll

Vad kräver krisen av främjandet?	7
Förord	7
1 Sammanfattning	11
2 Krisens effekter på svensk export och utländska investeringar i Sverige	19
3 Handels- och investeringsfrämjandets innehåll och aktörer	23
3.1 Exportfrämjande	23
3.1.1 Sveriges exportråd.....	24
3.1.2 Svenska ambassader och konsulat.....	26
3.1.3 Utrikesdepartementet och övriga Regeringskansliet	27
3.2 Exportfinansiering	28
3.2.1 Exportkreditnämnden	29
3.2.2 AB Svensk Exportkredit.....	30
3.2.3 Exportlånet.....	31
3.3 Projektexport/Internationellt upphandlade affärer	31
3.3.1 Försvarsmaterielexport.....	33
3.4 Investeringsfrämjande	35

3.4.1	Invest in Sweden Agency	35
3.5	Importfrämjande	37
3.6	Sverige bilden och kulturfrämjandet	39
3.6.1	Svenska institutet	39
3.6.2	Nämnden för Sverige främjande i utlandet	40
3.7	Turismfrämjande	41
4	Kunskapsunderlag om främjandet	43
4.1	Översyn av Sveriges export- och investeringsfrämjande åtgärder	43
4.2	Utredningen ”Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande” (SOU 2008:90)	44
4.3	Globaliseringsrådets slutrapport ”Bortom krisen. Om ett framgångsrikt Sverige i den nya globala ekonomin” (Ds 2009:21)	46
4.4	Motiven för ett offentligt främjande	48
4.5	Rapporten från Nutek och Globaliseringsrådet, ”Svenska småföretags internationalisering”	52
4.6	Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analysers rapport ”Exportfrämjande – en hörnsten i en framtida internationaliseringsstrategi?”	53
4.7	Forskningen om nyttan av offentligt främjande	54
4.8	Andra rapporter och utvärderingar	56
4.9	Företagens behov av offentligt främjande	58

5	Näringspolitiken och handels- och investeringsfrämjandet.....	61
5.1	Almi Företagspartner AB.....	63
5.2	Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser.....	63
5.3	Innovationsbron AB.....	64
6	Handelspolitiken, EU:s inre marknad och handels- och investeringsfrämjandet	65
6.1	EU:s inre marknad.....	66
6.1.1	Tjänstedirektivet.....	68
6.2	Handelspolitiken.....	69
7	Klimatfrågan och handels- och investeringsfrämjandet.....	71
7.1	”SymbioCity”.....	74
8	Utvecklingssamarbetet och handels- och investeringsfrämjandet.....	77
9	Särskilda initiativ och åtgärder inom handels- och investeringsfrämjandet 2008-2009	81
9.1	Tjänstesektorn.....	81
9.2	Tillväxtmarknader (emerging markets).....	83
9.3	Företagare med utländsk bakgrund.....	84
9.4	Importfrämjande.....	86
9.5	Utvecklingssamarbetet och näringslivet – ett nytt partnerskap.....	87

10	Behov av särskilda insatser med anledning av den finansiella krisen	89
11	Bilagor	95
	Bilaga 1 - Aktörerna i främjandet 2009	97
	Bilaga 2 - Resurser för främjande 2007-10	99
	Bilaga 3 – Formalisering av motiv för det offentliga främjandet.....	101

Vad kräver krisen av främjandet?

Förord

Vi befinner oss i den värsta ekonomiska krisen sedan 1930-talet. Förutsättningarna för internationell handel, en hörnsten för Sveriges välstånd, har på kort tid förändrats dramatiskt. Efterfrågan minskar markant. För år 2009 beräknar Världshandelsorganisationen (WTO) att världshandeln kommer att krympa med nio procent. För första gången sedan 1970-talet krymper världshandeln. Konkurrensen om kvarvarande kontrakt hårdnar.

Samtidigt riskerar den ekonomiska krisen att leda till ökad protektionism. Stödet för en öppen ekonomisk politik, öppna marknader och frihandel minskar som ett resultat av stigande arbetslöshet, fler konkurser och sämre tillväxt. Världsbanken bedömer att handelshindren har ökat sedan krisen tog fart. Sedan G20-mötet i november 2008 har 17 av G20-medlemmarna infört handelshämmande åtgärder på bekostnad av andra länder.

Handels- och investeringsfrämjandet är avgörande för att säkra Sveriges position som en framgångsrik handelsnation och en viktig spelare på den globala marknaden. Svensk ekonomi är i hög grad beroende av internationell handel. Välståndet bygger på en väl fungerande och förutsägbar global marknad. Men den ekonomiska krisen gör det svårare för svenska företag att lyckas med internationaliseringen.

Syftet med handels- och investeringsfrämjandet är att minska trösklarna för svenska företag att handla med omvärlden. I den ekonomiska krisens spår riskerar nu dessa trösklar att öka markant. Främjandet avser också att förbättra investeringsklimatet i Sverige, stärka svenska företag och deras kompetensområden. Tillsammans medverkar insatserna till att stärka arbetet för ökad tillväxt, sysselsättning och välfärd.

Det är särskilt de små och medelstora företagen som skadas av att handelshindren ökar och att konkurrensen på den globala marknaden snedvrids. Små och medelstora företag är beroende av ett välfungerande system av handelsfrämjande åtgärder för att växa och därmed kunna dra nytta av globaliseringens möjligheter.

Företagens investeringar blir allt mer internationellt rörliga och lokaliseras i allt högre grad till de länder och regioner som har de bästa förutsättningarna. Detta är positivt. Sverige har genom betydande konkurrensfördelar på en rad områden goda förutsättningar att dra till sig investeringar från utlandet. Men det finns fortfarande faktorer som försvårar eller hindrar en effektiv allokering av resurser globalt. Bristande information bland företag och investerare om var de mest fördelaktiga marknaderna finns är en sådan faktor.

I tider av ekonomisk oro minskar öppenheten på marknaden. När den globala handeln försämras eller snedvrids blir därför handels- och investeringsfrämjandet än mer angeläget. Vi måste därför arbeta för att stärka varumärket Sverige i världen, att lyfta fram Sverige som ett innovativt, investerings- och förändringsvilligt land med vilket det lönar sig att göra affärer. Bristande kunskap om Sveriges komparativa fördelar ska inte hindra vår internationella konkurrenskraft.

Regeringen har sedan tillträdet 2006 lagt stor vikt vid att öka kunskapsunderlaget om internationaliseringen samt främjandet och dess betydelse för de svenska företagen, inte minst genom den s.k. Exportutredningen (SOU 2008:90: Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande).

Den finansiella och ekonomiska krisen motiverar ytterligare krafttag för att sänka kostnaderna för handel. Vi måste tänka i nya banor. I det följande vill Utrikesdepartementet ge en överblick över dagens handels- och investeringsfrämjande samt särskilda insatser och behov med anledning av den finansiella och ekonomiska krisen.

Stockholm, juni 2009

Ewa Björling
Handelsminister

1 Sammanfattning

Under de senaste åren har Sveriges handel med omvärlden ökat markant. Exporten uppgår nu till över 50 procent av BNP, en betydande ökning från 30 procent av BNP år 1990 och från endast 23 procent år 1960. Den totala utrikeshandeln uppgår till omkring 97 procent av BNP, vilket gör Sverige till en av världens mest öppna ekonomier. Utrikeshandelns andel av BNP bland OECD-länderna är i genomsnitt bara omkring hälften av Sveriges nivå. Vårt beroende av utrikeshandel och av utvecklingen på utländska marknader har aldrig varit större.

När finanskrisen slog till hösten 2008 fick företagen betydligt svårare att finansiera och återförsäkra sina exportaffärer. Samtidigt rasade efterfrågan i den globala ekonomin. Under perioden mellan januari och mars 2009 minskade Sveriges varuexport till utlandet med 19 procent jämfört med samma tid året innan. Sveriges BNP beräknas minska med 4,2 procent under 2009. Arbetslösheten förväntas närma sig tolv procent innan krisen är över, och 320 000 arbetstillfällen förloras under tre år. Den svenska kronan har samtidigt fallit med ca 15-20 procent mot euron och ca 30-40 procent mot den amerikanska dollarn, vilket skapar osäkerhet för företag som handlar med omvärlden. År 2009 beräknar WTO att den globala handeln kommer att krympa med nio procent. Det blir i så fall första gången sedan 1970-talet som världshandeln minskar.

De globala direktinvesteringarna föll med 20 procent 2008 och väntas falla med ytterligare 30 procent 2009. Finanskrisen

ligger bakom i form av brist på krediter, försämrade marknadsutsikter och hög riskaversion.

Mindre öppenhet på världens marknader bidrar likaså till minskad internationell handel. Fallande efterfrågan, lägre tillväxt, högre arbetslöshet och social turbulens i många länder minskar stödet för en öppen ekonomisk politik, vilket kan leda till protektionism. Handelshinder och försämrade förutsättningar för svenska företag att verka globalt får allvarliga konsekvenser för svensk ekonomi och landets välbefinnande. Historiskt har det dessutom visat sig vara svårt att återställa öppenhet och förutsägbarhet på den globala marknaden om protektionismen väl har slagit rot.

Exportutredningen visar att offentliga insatser för handels- och investeringsfrämjande motiveras med anledning av marknadsmisslyckanden relaterade till handel och investeringar över gränserna. Ett företag som ska börja exportera måste bygga upp betydande allmän exportkompetens om tulldokument, valutasäkring, inkasso vid utebliven betalning, kontraktsskrivning vid internationella affärer m.m. Vidare måste betydande specifik exportmarknadskunskap inhämtas, vilket omfattar kännedom om specifika förhållanden som betalningstider, lagar och regler, kulturer, språk m.m. för varje relevant marknad.

Globaliseringsrådet konstaterar i sin slutrapport att enskilda stater inte längre själva kan kontrollera den ekonomiska och finansiella utvecklingen, och att många länder just därför prioriterar sin utrikespolitik, sin utrikesrepresentation och sitt främjande av export, investeringar, turism, forsknings- och studentutbyte samt sin informationsverksamhet gentemot omvärlden. Rådet anser att Sverige bör utforma en huvudkontorsstrategi och att exporten inom delvis nya sektorer såsom vård, omsorg och utbildning, kultur och kreativitet, miljöteknik och koldioxidfri elektricitet bör utvecklas. Globaliseringsrådet drar slutsatsen att exportfrämjandet bör stödjas mer, och att stor återhållsamhet bör visas med nedläggning av svenska ambassader och konsulat.

Lyckad internationalisering och affärer med utlandet bygger dessutom på att konsumenter i andra länder har kännedom om Sverige. En positiv Sverigebild bidrar till förbättrade handelsförbindelser med främmande länder. Sverigebildens spridningseffekter är av särskilt vikt när svensk export nästan uteslutande omfattar högt förädlade och avancerade varor samt tjänster. Handel med högt förädlade produkter, såsom elektronik eller maskinvaror, påverkas annorlunda av handelskostnader och hinder än basprodukter. Efterfrågan på våra varor bygger i stor utsträckning på konsumenternas kännedom om varornas kvalitet. Information och förtroende mellan svenska företag och potentiella handelspartners är därför särskilt viktigt för svensk export. Främjandet spelar här en viktig roll. En positiv Sverigebild genererar intresse, kunskap och pålitlighet för svenska företag och deras produkter.

Exportkompetens och exportmarknadskunskap samt en positiv Sverigebild är gemensamma nyttigheter som motiverar ett offentligt åtagande. Utan ett statligt handels- och investeringsfrämjande minskar företagens förutsättningar att handla med omvärlden.

Det finns vissa resonemang som menar att offentligt främjande inte är samhällsekonomiskt motiverat. Resonemangen bygger på föreställningen att företagen själva mer lämpligen bör utträtta det som främjandet har som mål. Det påpekas ofta att fasta kostnader i samband med utrikeshandel rent teoretiskt inte motiverar ett offentlig engagemang. Kostnaderna måste täckas av företagen för att inte störa marknadsmekanismerna. Trots att detta är en del av den teoretiska sanningen finns det andra viktigare faktorer som gör att ett offentligt åtagande vad gäller främjande måste ske.

Förekomsten av fasta kostnader i samband med import och export gör det lämpligt att koncentrera produktionen av nödvändig kompetens och marknadskunskap. Detta kan enklast göras med offentliga medel. Från ett samhällsekonomiskt perspektiv är det mer effektivt att bygga upp en grundläggande internationaliseringskunskap som kan tillgodogöras av alla

svenska företag. På så vis kan vi undvika att varje enskilt företag som avser att handla med omvärlden tvingas bygga upp grundläggande kunskaper själva, vilket innebär onödiga omkostnader och hinder i internationaliseringsprocessen.

Vidare hänvisar denna typ av argumentation ofta till svenska företag som införskaffat sig betydande kompetens och kunskaper om export och som också lyckats erhålla avkastning för dessa investeringar genom handel med andra länder. Vad denna typ av argumentation dessvärre förbiser är att anekdoter om företag som faktiskt haft resurser att lägga betydande resurser på kompetens och exportmarknadskunskap inte speglar bilden för majoriteten av företagen i Sverige. De flesta företagen är små eller medelstora och har inte resurser för att bygga upp betydande kunskap om export, särskilt inte om delar av kunskapen inte kan utnyttjas för högre vinst. Därför är det irrelevant att peka på att delar av kompetensen och kunskapen som krävs för att lyckas med internationaliseringen kan ge högre avkastning vid ett senare tillfälle, genom ökad produktion och försäljning via export. Det visar bara att viss sådan kunskap i dag genereras av företagen själva, inte att den nuvarande nivån kompetens och kunskap är samhällsekonomiskt optimal.

Ännu tydligare blir behovet av det offentliga främjandet när man diskuterar vikten av kunskap om Sverige på främmande marknader. Alla svenska företag gynnas av en positiv Sverigebild. Det går inte att utesluta vissa företag från att omfattas av en positiv kollektiv bild av svensk kvalitet. Marginalkostnaden för att låta ytterligare ett företag utnyttja stämpeln är obefintlig. Därmed blir det tydligt att Sverige bilden är en typisk gemensam vara som måste värnas om med offentliga medel.

Exportaffärer är även förenade med större finansiell osäkerhet än affärer i hemlandet, t.ex. längre betalningstider, svårigheter med kreditupplysningar och inkasso vid utebliven betalning samt valutakursförluster. Även de politiska riskerna är höga i vissa länder. Privata banker och finansieringsinstitut brukar därför inte finansiera eller återförsäkra exportaffärer med långa återbetalningstider på osäkra marknader.

Vissa exportmarknader kännetecknas av få kunder, politiska beslutsprocesser gällande affärer och svag eller ofullständig konkurrens. Detta gäller inte minst vid upphandlingar av större projekt, exempelvis inom infrastruktur.

De ovannämnda marknadsmisslyckandena påverkar också det globala investeringsflödet. Ett offentligt investeringsfrämjande kan bidra till en samhällseffektiv nivå av land- och branschspecifik information till intresserade företag samt förmedla kontakter till regionala och lokala näringslivskontor.

Flera försök att uppskatta den samhällsekonomiska nyttan av främjandeinsatser har gjorts. Sammantaget styrker studierna tesen att offentligt främjande fyller en viktig funktion för att öka ett lands export till omvärlden. Eftersom de flesta studier omfattar tidsperioden före den nuvarande ekonomiska krisen är det troligt att främjandet skulle uppvisa en än större positiv marginaleffekt på svensk utrikeshandel och investeringar i ljuset av dagens mer bekymmersamma handelsklimat.

Det är därför viktigt att Sverige både arbetar konsekvent med att förbättra handels- och investeringsfrämjandet samt agerar med beslutsamhet för att möta den ekonomiska krisens utmaningar med främjandet som viktiga instrument.

Behoven av exportfrämjande åtgärder skiljer sig delvis åt mellan svenska företag av olika storlek. Mindre företag betonar rådgivning för att bygga upp kunskap om utländska marknader. Dessutom lyfts problem med finansiering upp som en särskild utmaning av de företag som lyckats. Mindre företag efterlyser också fler bransch- eller sektorsspecifika satsningar. Det ses som ett värde att internationaliseras tillsammans med andra mindre svenska företag, även i samma bransch.

Stora, internationaliserade företag lägger stor vikt vid det svenska företagsklimatets betydelse. De uppger sig ha ett mindre behov av offentligt främjande, undantaget projektexportfrämjande, men de ser ändå ett värde av insatser i form av sektorsbaserade program och den uppmärksamhet som officiella besök på utländska marknader skapar. Ambassader och konsulat underlättar företagens utlandsaffärer genom att både

agera som en dörröppnare och problemlösare i kontakter med lokala myndigheter. De stora företagen tenderar också att uppleva ett större behov av exportfinansieringslösningar för riskhantering.

Inom exportfrämjandet beslutade regeringen och riksdagen i slutet av 2008 att öka kapaciteten hos det statliga exportkreditbolaget AB Svensk Exportkredit (SEK) att finansiera exportaffärer av svenskt intresse. Samtidigt höjdes ramen för de exportkreditgarantier som ställs ut av Exportkreditnämnden (EKN) från 200 till 350 miljarder kronor. Därmed kunde SEK och Exportkreditnämnden kompensera bortfallet av exportkrediter och annat risktagande vid exportaffärer av svenskt intresse från privata banker och finansieringsinstitut. Åtgärderna har tillmätts stor betydelse av det svenska näringslivet, som bedömt att utan åtgärderna så skulle flera exportkontrakt i storleksordningen miljarder kronor ha gått förlorade. Swedfund International AB har tillförts ytterligare 300 miljoner kronor för att bidra till tillväxt och privatsektorutveckling i utvecklingsländer och länder i Östeuropa som inte är medlemmar i EU.

Handels- och investeringsfrämjandet har kopplingar till andra politikområden, såsom handelspolitiken, EU:s inre marknad, näringspolitiken, utvecklingspolitiken och klimatpolitiken.

Under åren 2008-09 har särskilt fokus lagts på export och investeringar i tjänstesektorn, export till de nya marknaderna i Mellanöstern och Afrika, att ta vara på kompetensen hos företagare med utländsk bakgrund, importfrämjandet samt samverkan mellan näringslivet och utvecklingssamarbetet.

Insatserna har varit nödvändiga för att möta den finansiella och ekonomiska krisens utmaningar. Krisen har understrukt behovet av ett offentligt åtagande vad gäller främjandet. Stödet för en öppen ekonomisk politik har försvagats och många länder har infört handelshämmande åtgärder. Nya handelshinder leder till ökade handelskostnader och försämrat marknadstillträde svenska företag. Främjandet är en del av lösningen för att sänka

tröskelkostnaderna för svenska företag att handla med omvärlden.

Ytterligare krafttag är nödvändiga. Historiska erfarenheter visar att det är svårt att återupprätta frihandel efter att ekonomiska kriser väl har tillåtits leda till protektionism. Främjandet utgör ett medel för att förbättra svenska företags möjligheter till internationalisering utan att vara direkt beroende av andra länders handelspolitik. Likaså måste dessa åtgärder följas upp av insatser på de utländska marknaderna. Det handlar om att vässa insatserna för att främja export och internationalisering av särskilt små och medelstora företag i hela landet, så att de gör största möjliga nytta.

Behovet av ett effektivt och välutvecklat handels- och investeringsfrämjande har inte minskat i ljuset av den ekonomiska krisen. Det offentliga främjandets betydelse för svenska företag, särskilt de små och medelstora, är större nu än någonsin tidigare.

2 Krisens effekter på svensk export och utländska investeringar i Sverige

När finanskrisen slog till med full kraft under hösten 2008 drabbades exporten dubbelt. Företagen fick betydligt svårare att finansiera och återförsäkra sina exportaffärer när banker och andra privata finansieringsinstitut drog åt kreditgivningen. Samtidigt rasade efterfrågan i den globala ekonomin. Finanskrisen har sedan övergått i en global ekonomisk recession.

När detta skrivs har de första indikationerna kommit på hur den svenska exportutvecklingen har påverkats. Under perioden mellan januari och mars 2009 hade Sveriges varuexport till utlandet minskat med 19 procent jämfört med samma tid året innan. Importen hade fallit med nästan lika mycket. Sveriges BNP beräknas minska med 4,2 procent under 2009. Arbetslösheten kommer att närma sig tolv procent innan krisen är över, och 320 000 arbetstillfällen beräknas gå förlorade under tre år. Den svenska exporten är hårdare drabbad än många andra länders eftersom den till stor del utgörs av investerings- och sällanköpsvaror, vars marknader faller extra mycket vid internationella lågkonjunkturer.

Den svenska kronan har sedan finanskrisen blev akut fallit med ca 15-25 procent mot euron och ca 20-40 procent mot den amerikanska dollarn. Under normala omständigheter skulle detta ge stor draghjälp till de svenska exportföretagen och därmed till tillväxten och sysselsättningen i Sverige. Än så länge har dock

ingen sådan effekt kunnat noteras. Efterfrågan i den globala ekonomin är fortfarande mycket låg.

Globaliseringsrådet konstaterar att finanskrisen har gjort att globaliseringen har saktat in, men räknar med att det rör sig om en tillfällig inbromsning i en långsiktig trend av ökad internationalisering av ekonomier, marknader och företag. Det poängteras att länder som Kina, Brasilien och Indien tycks komma att gå igenom krisen med betydligt lindrigare effekter än de mognare ekonomierna i västvärlden. Dessa och andra tillväxtekonomier har stora mängder ackumulerat kapital och Globaliseringsrådet förutser att dessa länders betydelse som viktiga handelsaktörer kommer fortsätta att växa.

Svenska företags tillväxt på internationella marknader är central för landets välfärd och sysselsättning. De allt snabbare förändringarna i den internationella ekonomin ställer nya krav på företagens förmåga att anpassa sig till global konkurrens och på de offentliga insatser som främjar internationalisering och tillväxt. Under de senaste 15 åren har exporten av både varor och tjänster ökat markant och utgör nu över 50 procent av vår BNP. Samtidigt har Sveriges andelar av världshandeln sjunkit för varor men ökat för tjänster.

Från att vara ett land vars företag investerat flitigt i utlandet har Sverige blivit en allt viktigare mottagare av utländska investeringar. De globala direktinvesteringarna föll med 20 procent 2008 och väntas falla med ytterligare 30 procent 2009. Orsakerna är relaterade till finanskrisen, i form av brist på krediter, försämrade marknadsutsikter och hög riskaversion. Invest in Sweden Agency (ISA) bedömer dock att det finns motkrafter som kan leda till nya investeringar, t.ex. tillfälliga öppningar såsom försvagade konkurrenter, fördelaktiga valutakurser, möjligheter på nischmarknader samt det faktum att ett antal nya affärsområden håller på att etableras och bli mogna för internationell expansion. Vissa områden kommer troligen att stimuleras av betydande statliga satsningar, t.ex. miljöteknik. ISA bedömer att den tidigare snabba utvecklingen i omvärlden ånyo kommer ta fart när krisen ebbat ut. Nya växande

marknader, global spridning av utbildning och kompetens samt ett allmänt förbättrat företags- och investeringsklimat skärper konkurrensen om de internationella investeringarna. I ökad utsträckning omfattar spelplanen i dag också företag från utvecklingsländerna, små och medelstora företag samt finansiella aktörer.

I Sverige har kraftfulla åtgärder beslutats för att mildra effekterna av finanskrisen. Nedan nämns de viktigaste besluten inom Utrikesdepartementets ansvarsområde.

Inom exportfrämjandet beslutade regeringen och riksdagen i slutet av 2008 att öka kapaciteten hos det statliga exportkreditbolaget AB Svensk Exportkredit (SEK) att finansiera exportaffärer av svenskt intresse. Det skedde genom ett kapitaltillskott som ökar bolagets förmåga att finansiera affärer som privata banker tidigare skulle ha tagit hand om (prop. 2008/09:73). För att ytterligare stärka bolagets upplåningskapacitet skapades en möjlighet att under 2009 mot marknadsmässiga villkor ta upp lån i Riksgälden och att erhålla statliga garantier för upplåning upp till högst 450 miljarder kronor. Samtidigt höjdes ramen för de exportkreditgarantier som ställs ut av Exportkreditnämnden (EKN) från 200 till 350 miljarder kronor (prop. 2008/09:86). Därmed kunde SEK och Exportkreditnämnden kompensera bortfallet av exportkrediter och annat risktagande vid exportaffärer av svenskt intresse från privata banker och finansieringsinstitut. Åtgärderna har tillmätts stor betydelse av det svenska näringslivet, som berättat att de varit en förutsättning för flera exportkontrakt i storleksordningen miljarder kronor som vunnits kort därefter. Ett enda företag har berättat att bland andra två exportaffärer om vardera 500 miljoner USD räddades tack vare åtgärderna.¹

För att bidra till att mildra den finansiella krisens effekter i utvecklingsländerna har regeringen också föreslagit riksdagen (vårtilläggsbudgeten för 2009, prop. 2008/09:99) att Swedfund International AB tillförs ytterligare 300 miljoner kronor under

¹ Intervju med VD i Ericsson Credit Sven-Åke Hellgren, Dagens Industri 12 maj 2009.

2009 utöver de 300 miljoner kronor som tidigare aviserats. Syftet är att stärka bolagets möjligheter att bidra till tillväxt och privatsektorutveckling i utvecklingsländer och länder i Östeuropa som inte är medlemmar i EU. Den försämrade konjunkturen har bl.a. fått till följd att Swedfunds avyttringsmöjligheter minskat, vilket i sin tur minskar den del av Swedfunds kapitalbas som är tillgänglig för nyinvesteringar. Swedfund har också noterat en ökad efterfrågan på bolagets medverkan i olika investeringar.

3 Handels- och investeringsfrämjandets innehåll och aktörer

De offentliga insatser som görs för att främja svenska företags export och import samt utländska företags investeringar i Sverige sker på olika nivåer och av olika aktörer. De insatser som riktas till potentiella kunder och samarbetspartner i utlandet kräver kunskap om förhållanden på utländska marknader men också detaljerad kunskap om det svenska samhället, det svenska näringslivet och de varor och tjänster som detta kan erbjuda.

Sverige och svenska företag ska tjäna som exempel på hur sociala och miljömässiga ansvarsfrågor kan integreras i affärsverksamheten (Corporate Social Responsibility, CSR) och hur ett sådant ansvarstagande kan utnyttjas som en konkurrensfördel. Detta gäller givetvis också handels- och investeringsfrämjandet, som ska präglas av hög etisk standard. Arbetet ska bedrivas i enlighet med principerna bakom OECD:s riktlinjer för multinationella företag och FN:s Global Compact. Likaså ska det ske utan några inslag av korruption eller bestickning, i enlighet med internationella konventioner på området.

3.1 Exportfrämjande

Även om storföretagen dominerar den svenska exporten har exportökningen sedan 2002 varit dubbelt så stor i småföretagen.

Den svenska exporten av tjänster har på senare år ökat mer än exporten av varor. En relativt större andel av tjänsteföretagen är mindre företag.

Transaktionskostnaderna vid export utgör ett relativt sett större problem för mindre företag än för större. Mindre företag upplever också större problem att finansiera exportsatsningar än större företag. Ofta kan mindre företag dra särskild nytta av gemensamma exportsatsningar som omfattar flera företag i samma sektor. Det är därför i handelsfrämjandet motiverat att särskilt prioritera små och medelstora företags export.

3.1.1 Sveriges exportråd

Sveriges exportråd (Exportrådet) är det centrala organet för statligt exportfrämjande. Grunden för Exportrådet är ett avtal mellan staten och näringslivet, representerat av Sveriges Allmänna Utrikeshandelsförening (SAU), som ingicks 1972.

Exportrådet har som mål att göra det enklare för svenska företag, främst små och medelstora, att växa internationellt. Exportrådet har huvudkontor i Stockholm och egen utlandsrepresentation vid 66 egna kontor i 53 länder. I länder där Exportrådet saknar kontor företräds man av ett exportrådskontor i ett närliggande land. Exportrådet har även regionala exportrådgivare som täcker alla svenska län.

Både på exportmarknaderna och i Sverige förfogar Exportrådet över expertis inom alla de faser som ett företag går igenom i samband med en exportsatsning – att förstå förutsättningarna på den aktuella marknaden, ta det första steget ut, komma på plats med sin etablering och att växa internationellt.

Genom ett antal funktioner i Sverige, på utlandskontoren och via internetbaserade tjänster erbjuder Exportrådet grundläggande exportteknisk rådgivning med hjälp av en diger kunskapsbank med bl.a. exportteknik och landinformation. Den grundläggande exportservicen innebär också svar på förfrågningar från

utländska företag som vill komma i kontakt med svenska leverantörer. Många exportaffärer uppstår på detta sätt, särskilt för mindre företag. Exportrådet bevakar också möjliga affärer i utlandet, till exempel upphandlingar i olika länder eller i internationella organisationer. Exportrådet bistår UD i planläggningen och genomförandet av statsbesök och andra officiella besök som stödjer svenska företags internationella affärsutveckling.

Exportrådets regionala exportrådgivare ger allmän rådgivning, kompetensutveckling inom exportområdet, hjälp med företags- och affärsanalys samt förberedelser inför export m.m. De arbetar i nära anslutning både till Almi Företagspartner AB och till Exportrådets utlandsorganisation. Exportrådgivarna har byggt upp en kunskap om näringslivet i sina respektive regioner och har kontakt med runt 1 500 företag per år. Med cirka 1 000 av dessa företag har samarbetet visat sig gå vidare till konkret rådgivning kring internationalisering och export. Verksamheten fyller ett uttalat behov hos småföretagen och tillhör en av Exportrådets mest uppskattade tjänster.

De riktade insatserna för internationellt affärsfrämjande har särskilt fokus på små och medelstora företag. De omfattar särskilda exportförberedande insatser på internationella marknader. I dessa ingår sedan början av 2000-talet bl.a. ”Affärschans”-projekt, som riktar sig till företag med högst 50 anställda och högst tio miljoner kronor i omsättning. ”Affärschans” är en standardiserad konsultinsats där företagen betalar en del och den resterande delen finansieras inom ramen för statens anslag till Exportrådet. Insatserna har enligt resultatmätningar starkt bidragit till att öppna dörrarna till export för över 2 000 företag, som kraftigt kunnat öka sin internationella affärsvolym.

De riktade främjandeinsatserna kan omfatta branschspecifika seminarier, gemensamt mässhedtagande eller affärsdelegationer. Flertalet riktade främjandeinsatser runt om i världen sker i samverkan med ambassader och generalkonsulat såsom planerande av affärsdelegationer, handelsdagar och seminarier.

Mot marknadsmässig ersättning erbjuder Exportrådet också företagen skräddarsydda tjänster för internationell affärsutveckling. Specifika tjänster erbjuds för att hitta möjliga utländska kunder och samarbetspartners eller för att marknadsföra företagets varor och tjänster på den utländska marknaden. Uppdragens omfattning och upplägg bestäms tillsammans med företaget i takt med internationaliseringsprocessens olika strategiska steg och var i utvecklingen det enskilda företaget befinner sig. Dessa tjänster är avgiftsbelagda vilket garanterar att insatserna utförs där konkreta behov föreligger. Dessa insatser genomförs normalt av Exportrådet om det är representerat på den utländska marknaden, och i vissa fall av utlandsmyndigheterna.

Exportrådet har tillsammans med UD:s projektexportsekretariat (UD-FIM-PES) i uppgift att främja svenskt deltagande i projekt och upphandlingar som finansieras av internationella institutioner och att stimulera svenska företags medverkan i genomförandet av Sveriges politik för global utveckling (se egen rubrik).

3.1.2 Svenska ambassader och konsulat

Handels- och investeringsfrämjande är en kärnuppgift i hela den svenska utrikesförvaltningen, det vill säga Utrikesdepartementet och utlandsmyndigheterna. Utlandsmyndigheterna är samlingsbeteckningen för svenska ambassader, representationer, delegationer och konsulat i utlandet. Sverige har i dag cirka 100 utlandsmyndigheter och cirka 400 honorärkonsulat. Dessa har tillgång till beslutsfattare på nationell, regional och lokal nivå på exportmarknaderna samt är samlingspunkt för svenska företag på platsen. Viktiga uppgifter är att förmedla kontakter mellan svenska företag och beslutsfattare i landet, hantering av handelshinder, landrapporter och ekonomiska rapporter, praktisk hjälp till svenska företag, att vara samlingspunkt för svenska företag och projektbevakning. Vid dessa insatser kan

nytta dras av de resurser som utlandsmyndigheterna tidigare investerat i främjandet av Sverige-bilden i tjänstgöringslandet.

Utlandsmyndigheterna åläggs att i exportfrämjandefrågor samarbeta med antingen Exportrådets chef på orten (kallad handelssekreterare) eller, där ingen sådan finns, med annan organisation som stöds av Exportrådet. På orter där ingendera finns har utrikesförvaltningens beskickningar och konsulat huvudansvar för den exportfrämjande verksamheten. Även inom investeringsfrämjandet har svenska ambassader och konsulat en viktig roll genom sina kontaktytor.

Erfarenheten visar också att ambassader och konsulat är en mycket uppskattad mötesplats och därmed kan agera som "magnet" gentemot målgrupper i stationeringslandet. De är därför naturliga plattformar för evenemang avsedda att skapa uppmärksamhet kring svenska kunskapsområden. Ofta sker sådana insatser i nära samarbete mellan ambassaden, Exportrådet och andra främjandeorganisationer på orten. Detta främjande är beroende av offentliga främjandemedel för de fasta kostnaderna.

3.1.3 Utrikesdepartementet och övriga Regeringskansliet

Handelsministern är inom regeringen ansvarig för handelspolitiken, export-, investerings- och importfrämjandet samt Sverigefrämjandet, och frågorna hanteras inom Utrikesdepartementet. Men flertalet departement och statsråd är på olika sätt delaktiga i arbetet med att främja svenska ekonomiska intressen i utlandet och företagens internationalisering.

Utrikesdepartementet är genom enheten för främjande och EU:s inre marknad (UD-FIM) huvudman för myndigheterna Exportkreditnämnden (EKN), Invest in Sweden Agency (ISA), Kommerskollegium, Styrelsen för ackreditering och teknisk kontroll (SWEDAC) och Svenska institutet (SI) samt för Sveriges exportråd (Exportrådet), AB Svensk Exportkredit (SEK) och Sveriges Standardiseringsråd (SSR). Till UD-FIM är

ett Projektexportsekretariat (UD-FIM-PES) knutet. Sekretariatet har i uppdrag att verka för ökad svensk projektexport och upphandling från svenska företag till projekt finansierade av multilaterala institutioner. UD har även särskilt utsända projektexportfrämjare vilka bevakar upphandlings- och affärsmöjligheter för svenska företag på orter där vissa internationella utvecklingsbanker har sina säten.

Utrikesdepartementets geografiska enheter är aktivt engagerade i främjandet, bl.a. genom särskilda främjartjänster. Press-, informations-, och kommunikationsenheten har som en av sina uppgifter att ansvara för utländska journalistbesök i Sverige.

UD är dessutom huvudman för Sida, vars biståndsverksamhet bland annat på det näringspolitiska området kan ha betydelse för det kommersiella samarbetet och skapa möjligheter till exportaffärer.

Även andra departement inom Regeringskansliet såsom Närings-, Jordbruks- och Miljödepartementen anslår medel för handels- och investeringsfrämjande, främst avseende svenska livsmedel och miljöteknik.

3.2 Exportfinansiering

Statsstödda exportkrediter och exportkreditgarantier spelar en central roll för att skapa konkurrenskraftiga förutsättningar för svensk export och samtidigt erbjuda svensk exportindustri konkurrensmässigt likvärdiga finansieringsvillkor med företag i andra länder. Det gäller i synnerhet projekt och affärer med långa kredittider. Det svenska offentliga stödet för företagens finansiering av exportaffärer sker genom Exportkreditnämnden (EKN) och AB Svensk Exportkredit (SEK).

Exportkreditnämndens och AB Svensk Exportkredits roll har ökat ytterligare i betydelse i samband med finanskrisen. Företag som i normala fall har kunnat finansiera och återförsäkra sina affärer på den privata marknaden har sett denna möjlighet

stängas varför efterfrågan på EKN:s och SEK:s produkter har ökat avsevärt. För att möta dessa behov beslutade riksdagen senhösten 2008 på regeringens förslag att på olika sätt utöka kapaciteten i båda organisationer att stödja finansieringen av svensk export. Åtgärderna beskrivs i detalj på annat ställe i denna skrift (se kap. 2).

3.2.1 Exportkreditnämnden

Exportkreditnämnden (EKN) är en statlig myndighet under Utrikesdepartementet med huvuduppgift att främja svensk export genom att erbjuda konkurrenskraftiga exportkreditgarantier. EKN ansvarar för att utfärda statliga exportkredit- och investeringsförsäkringar (s.k. statsgarantier) som skyddar exportörer mot förluster i exportaffärer.

EKN:s övergripande målsättning är att främja svensk export av varor och tjänster samt det svenska näringslivets internationalisering och konkurrenskraft genom att erbjuda konkurrenskraftiga exportkredit- och investeringsgarantier för skydd av förlust vid affärer. De erbjudna garantivillkoren ska som ett minimum innebära likvärdiga villkor som i omvärlden förutsatt att verksamheten på lång sikt uppnår ett balanserat resultat.

Enligt regelverket i EU och OECD får statligt stödda krediter och garantier inte ges vid affärer med en återbetalningstid på högst två år till andra EU- och OECD-länder. Eftersom mindre företags export är koncentrerad till dessa marknader begränsar detta EKN:s och SEK:s utrymme att bistå småföretagen.

EKN har uppdragits att utveckla sitt arbete med etiska hänsyn till mänskliga rättigheter, miljö, korrupcion och sociala frågor i garantigivningen. Kunderna ska informeras om OECD:s riktlinjer för multinationella företag och de tio principerna i FN:s Global Compact. Verksamheten ska i sin helhet bidra till Sveriges övergripande mål om en rättvis och hållbar global

utveckling, särskilt avseende en hållbar skuldsituation och fortsatt speciell hänsyn ska tas vid garantigivning till de skuldyngda, minst utvecklade länderna.

3.2.2 AB Svensk Exportkredit

AB Svensk Exportkredit (SEK) är ett av staten helägt aktiebolag med Utrikesdepartementet som huvudman. SEK:s uppdrag är att säkerställa tillgång till finansiella lösningar för export och infrastruktur genom att tillhandahålla medel- och långfristiga krediter. SEK hjälper företag att hitta rätt export- och projektfinansiering och samarbetar med banker och andra finansiella institut för att nå mindre och medelstora företag med konkurrenskraftig finansiering. SEK är i första hand inriktad på finansiering av affärer med medellånga och långa exportkrediter.

På uppdrag av svenska staten administrerar SEK även det svenska systemet för statsstödda exportkrediter (CIRR-krediter) och statens u-kreditprogram. CIRR-systemet har under senare år utnyttjats i varierande utsträckning beroende på ränteutvecklingen. Finanskrisen har lett till dramatiskt ökad efterfrågan på SEK:s olika finansieringslösningar. Det statsstödda exportkreditsystemet är särskilt betydelsefullt för stora affärer med lång kredittid, särskilt i perioder då finansmarkanden präglas av bristande likviditet. SEK har normalt en fördelaktig rating vilket medför låga upplåningskostnader.

SEK tillhandahåller även finansiell rådgivning och projektrådgivning. Bland kunderna finns nordiska exportföretag, kommuner, utvecklingsbanker och multilaterala institutioner. En återkommande roll är att möjliggöra deltagande för den privata sektorn i större infrastrukturprojekt. Dessutom erbjuder SEK sektorsspecifik rådgivning inom sektorer som energi, miljö, transport, vatten, skog, hälsovård och telekommunikationer.

3.2.3 Exportlånet

År 2007 infördes det så kallade "Exportlånet" som är ett specifikt finansiellt stöd för exportsatsningar i mindre företag. De företag som kan utnyttja lånet ska ha exportorder där rörelsekapital är en förutsättning för att genomföra affären. Även företag med ett positivt marknadsflöde som har behov av att göra investeringar för att börja eller öka exportverksamheten kan erbjudas lånet. Inget av de företag som hittills beviljats lånet har haft mer än 50 anställda.

Lånet är ett samarbete mellan Almi Företagspartner AB, Exportkreditnämnden (EKN), AB Svensk Exportkredit (SEK), Exportrådet och Swedfund International AB. Almi som arbetar nära de mindre företagen hanterar lånen. Exportrådet och Swedfund marknadsför dem till företagen. SEK och EKN står för kapitalförsörjning samt riskhantering. Inledningsvis avsattes 500 miljoner kronor till dessa lån.

3.3 Projektexport/Internationellt upphandlade affärer

Med världsledande teknik på många områden såsom infrastruktur, miljö och energi, har de många svenska projektexporterande företagen en mycket stor framtida exportpotential.

Området internationellt upphandlade/finansierade affärer inkluderar affärer som oftast upphandlas offentligt, med eller utan internationell finansiering. Det kan röra alltifrån relativt små, specialinriktade upphandlingar till mycket omfattande, brett upplagda infrastrukturprojekt med möjligheter till svensk projektexport. Inslaget av offentligt beslutsfattande, inte sällan med politiska implikationer, är emellanåt stort. Detta skapar behov av kontakter på hög offentlig nivå för att nå framgång.

Projektexportmarknaden kännetecknas av en hårdnande internationell konkurrens mellan länder och företag vilket kräver

långsiktighet och engagemang. Kunderna utgörs som regel av offentliga företag eller statliga och kommunala aktörer. Affärerna är komplexa och omgärdas vanligen av politiska beslut. Ofta involveras finansiering från internationella organisationer och finansieringsinstitutioner eller bilaterala finansieringsorgan, såsom FN, Världsbanken, EU, regionala utvecklingsbanker eller Sida.

Gemensamt för projektexporten är bland annat långa ledtider från projektidé till finansierbart projekt, som ofta föregåtts av höga kostnader för marknadsföring, forskning och utveckling. Genom att projekten normalt avser helhetslösningar ingår utöver produkterna en stor del kunskap genom försäljning, projektledning, konstruktion, logistik, service och eftermarknad i upphandlingarna. Projektexporten leder till skapandet av kundrelationer som sträcker sig över projektens hela ekonomiska och tekniska livslängd, dvs. flera årtionden.

Den sammantagna effekten på svensk tillväxt och sysselsättning är stora. Underleverantörerna till de företag som vinner ett projekt är ofta små och medelstora företag med regional spridning över Sverige. På egen hand har dessa mindre företag små möjligheter att vara med och tävla om större projektexportaffärer. En vunnen projektexportaffär innebär ofta fler arbetstillfällen hos underleverantörerna än hos företaget som tecknar kontraktet. Projektexporten ger också viktiga internationella referenser både för berörda tjänsteföretag och tillverkande industri.

Marknaden för projektexport representerar en mycket stor framtida potential, särskilt på tillväxtmarknader. Enbart när det gäller energiförsörjning beräknar IEA (International Energy Agency) att det globala investeringsbehovet är 1 000 miljarder dollar per år fram till 2030. Motsvarande uppskattningar för miljötekniken, förutom energisektorn, är ca 1 400 miljarder USD per år enligt beräkningar från FN:s miljöprogram UNEP.

De viktigaste offentliga aktörerna i detta arbete är UD:s Projektexportsektariat (UD-FIM-PES), Exportrådet inklusive dess utlandskontor, Sida samt i ökande utsträckning

utlandsmyndigheterna. Vid de senare finns särskilda projektexportfrämjare i Bryssel, London, Manila, New York, Rom, Tunis och Washington.

3.3.1 Försvarsmaterielexport

En särskild form av exportfrämjande där ett statligt engagemang ofta är en förutsättning rör försvarsmateriel. Sverige har av utrikes-, säkerhets- och försvarspolitiska skäl valt att under vissa förutsättningar stödja sådan export.

Regeringen anser att det militära försvaret behöver modern försvarsmateriel som är kostnadseffektiv ur ett livscykelperspektiv. Ett medel för att uppnå detta är att fortsätta stödja export av såväl försvarsprodukter som militär teknologi för civil tillämpning. Med exportstöd avses här insatser för att stödja företagens exportansträngningar i form av t.ex. deltagande vid besök, resor och demonstrationer för intressenter och potentiella kunder.

I denna typ av affärer är det inte alltid enbart pris och prestanda som faller avgörandet. Vanligen efterfrågas ett officiellt bilateralt engagemang. Ett brett och väl utvecklat samarbete med exportlandet är därför många gånger nyckeln till framgång. Den svenska regeringens och de svenska ambassadernas insatser är ofta helt avgörande.

Ur ett industriellt perspektiv kan en ökad exportandel vara nödvändig för att företagen ska kunna vidmakthålla och utveckla teknik och kompetens. Det statliga stödet till försvarsmaterielexporten bidrar således till att långsiktigt säkerställa en teknologisk och industriell bas för Sveriges framtida materielförsörjning samtidigt som kostnaderna för vidmakthållande och vidareutveckling kan delas genom att kundbasen breddas. Exporten har också en näringspolitisk aspekt då den svenska försvarsindustrin står för en väsentlig del av den svenska högteknologiska basen med spridningseffekter

till annan industri. Säkerhets- och försvarsföretagen, inklusive underleverantörer, sysselsätter ca 100 000 personer i Sverige.

Den svenska försvarsindustrin är världsledande på många områden som stridsflyg, stridsfordon, radarövervakningssystem, smygteknologi, artilleriammunition, robotteknik och undervattensteknologi.

Säkerhetsbranschen med produkter till skydd mot ekonomisk brottslighet, terrorism och naturkatastrofer har också kommit i fokus under senare år. Svensk övervaknings- och kommunikationskompetens såväl på hårdvaru- som mjukvarusidan utgör här en grund för kommande industri- och exportframgångar.

Ett land som exporterar försvarsmateriel har ett ansvar att se till att dessa inte hamnar i orätta händer. Det exportstöd som regeringen ger förutsätter att exporten är godkänd av den ansvariga exportkontrollmyndigheten. Export av försvarsmateriel eller tjänster som inte också beställts av svenska myndigheter har hittills varit ovanlig. Läget har dock förändrats i och med den utveckling som skett mot ett större utlandsägande av i Sverige verksam försvarsindustri. Denna kan komma att vilja utveckla och producera materiel som inte bedöms komma att användas av Försvarsmakten. Regeringen ser positivt på denna utveckling.

Det svenska regelverket för att säkerställa försvarsmaterielexporten består av lagen (1992:1300) om krigsmateriel och förordningen (1992:1303) om krigsmateriel samt av regeringens linjer för krigsmaterielexport, vilka har godkänts av riksdagen. Inspektionen för Strategiska Produkter (ISP) prövar ansökningar om tillstånd i enlighet med detta regelverk. Krigsmateriel får endast exporteras till för Sverige acceptabla mottagarländer. Det ska finnas säkerhets- eller försvarspolitiska skäl för exporten och den ska inte strida mot svensk utrikespolitik. De svenska riktlinjerna ska följas liksom de som EU fastlagt i den gemensamma ståndpunkten om vapenexport. Under 2008 gick 58,8 procent av den totala svenska utförseln till EU-länder samt Norge och Schweiz.

Inom Regeringskansliet pågår ett arbete, bl.a. som en del av den. s.k. Stödutredningen, med att se över främjandet av försvarsmateriel och hur det organiseras.

3.4 Investeringsfrämjande

Investeringar är en motor för ekonomisk utveckling. Det är angeläget att Sverige förblir ett attraktivt land för utländskt företagande och utländska investeringar. Detta kräver ett politiskt engagemang, ett konkurrenskraftigt investeringsklimat och ett effektivt investeringsfrämjande.

Utländska investerare för inte bara in kapital och medverkar till arbetstillfällena i Sverige utan bidrar också med kunskap och kompetens som är viktig för att stärka konkurrenskraften i den svenska ekonomin. Utlandsägda företag karakteriseras av högre förädlingsvärde, högre löner och större export än svenskägda icke-multinationella företag. De utlandsägda företagen har tillgångar i Sverige till ett värde som motsvarar 60 procent av vår BNP. År 2007 hade dessa företag omkring 600 000 anställda i Sverige, det vill säga omkring en fjärdedel av alla svenskar som är anställda i den privata sektorn.

Utländska investeringar är särskilt viktiga mot bakgrund av att de stora svenska exportföretagen förväntas expandera utomlands framöver och endast i ringa utsträckning öka antalet anställda i Sverige. Främjandet av utländska investeringar i Sverige utgör därför en viktig del av främjandet.

Finanskrisen och den efterföljande lågkonjunkturen har lett till ett ras i de internationella strömmarna av direktinvesteringar, vilket beskrivs på annat ställe (se kap. 2).

3.4.1 Invest in Sweden Agency

Den centrala myndigheten för investeringsfrämjande åtgärder är Myndigheten för utländska investeringar i Sverige, oftast kallad

Invest in Sweden Agency (ISA). ISA:s uppgift är att aktivt medverka till att utländska företag investerar eller samverkar med svenska företag i syfte att stärka konkurrenskraften och tillväxten i Sverige. I detta ingår att göra sammanfattande bedömningar av de förhållanden och åtgärder som påverkar förutsättningarna för utländska investeringar i Sverige samt av tillståndet och utvecklingen inom området. Investeringsfrämjandet ska bedrivas som en del av det samlade Sverigefrämjandet i nära samverkan, såväl i Sverige som i utlandet, med andra aktörer som har i uppdrag att verka för en positiv och attraktiv bild av Sverige.

ISA marknadsför Sveriges spetskompetenser i sektorer som kan erbjuda attraktiva investeringsmöjligheter för utländska företag. Investeringarna sker genom nyetablering, strategiska allianser, ”joint ventures” och i vissa fall genom företagsförvärv. Sektorerna är prioriterade för att de betyder mycket för Sveriges tillväxt och sysselsättning och kan förmodas göra så också i framtiden. De utländska företagen bidrar i sin tur till att vässa vårt näringsliv och förse det med ny kompetens, större resurser och växande marknader.

Investeringsfrämjandet bidrar också till att uppfylla andra mål inom närings- och handelspolitiken. ISA har tillsammans med andra aktörer utvecklat klusterförstärkande initiativ, t.ex. ”Swedish Brain Power” för ett forskningscentrum i Sverige inom neurodegenerativa sjukdomar. Genom investeringsfrämjandet marknadsförs Sverige som platsen för investeringar i norra Europa/Östersjöregionen och som en plattform för vidare expansion i Europa. På så sätt stärks hela Östersjöregionens attraktivitet som ekonomiskt tillväxtområde. ISA:s informationsverksamhet har aktivt bidragit till såväl Sverigebildningen som till att uppmärksamma Sverige som investeringsland och Sveriges plats i den globala ekonomin.

Inom investeringsfrämjandet prioriteras i dag ett antal affärsområden, som marknadsförs på utvalda marknader i nära samarbete med det regionala investeringsfrämjandet: informationsteknologi och telekommunikationer, ”life sciences”,

fordonsindustri, materialteknik/förpackningsindustri samt miljöteknik/cleantech. Utöver de branschspecifika affärsområdena arbetar ISA för att attrahera marknadsdrivna investeringar, främst företag i tjänstesektorn som genererar många arbetstillfällen.

I fråga om geografiska marknader är en strikt prioritering av resurserna nödvändig. ISA fokuserar därför på USA/Kanada, Japan, Kina och Indien, vilket är de enda länder där man har egna representationskontor. Viss aktivitet sker också i Gulf-regionen, i Ryssland och, under 2009, med avseende på Brasilien.

Den europeiska marknadens närhet och mognadsgrad gör den något lättare att bearbeta från Sverige. Ansvaret för investeringsfrämjandet gentemot den europeiska marknaden har därför under 2009 övertagits av de svenska regionerna. Erfarenheten visar dock att den största nyttan nås i en nära samverkan mellan ISA och regionerna, såväl i närområdet som på avlägsna marknader. ISA har därför en viktig roll i att stödja utvecklingen av det regionala investeringsfrämjandet.

3.5 Importfrämjande

Den svenska frihandelspolitiken utgår från att välbefärande handel grundas på både export och import. Det ligger i Sveriges intresse att verka för friare handel för importen likaväl som för exporten. Att vi aktivt främjar importen visar att vi tar vårt ansvar för att främja en internationell utveckling som omfattar både frihandel, internationellt samarbete och utvecklingsländernas intressen. Det råder bred enighet om att om att friare handel leder till ökat välbefärande och sysselsättning.

Globaliseringen har bidragit till att fokus i den svenska debatten om utrikeshandel har förskjutits från att uteslutande ha handlat om export till att också ta hänsyn till importen. Sveriges möjligheter att dra nytta av den internationella arbetsfördelningen ökas på båda dessa vägar. Importen är en integrerad del av utrikeshandeln och kan vara en förutsättning

för rationell produktion i den globala konkurrensen. Den kan skapa nyttig konkurrens och kan ge bättre och billigare insatsvaror. Den kan ge bättre resursutnyttjande, vara ett alternativ till utlokalisering av verksamheter ("outsourcing") och kan skapa sysselsättning. Importen gynnar särskilt konsumenterna. Genom importen ges det svenska samhället ökad tillgång av kunskap och ny teknologi och möjliggör vår ekonomis snabbare anpassning till omvärldsförändringar. Importen främjar också ömsesidigheten i handeln och bidrar därför till utrikes- och handelspolitisk goodwill.

Svenskt handelsfrämjande omfattar därför även främjande av import till Sverige. Definitionen av importfrämjande är tämligen snäv och innefattar inte sådant som stöd till produktionsutveckling eller stöd till den handelspolitiska förhandlingsförmågan i våra leverantörländer.

Främjandet av importen har i huvudsak följande komponenter: informationsverksamhet, kontaktverksamhet, programläggning för handelsdelegationer, kvalificerad rådgivning, utbildningsverksamhet och vissa konkreta importfrämjande projekt. Importfrämjandet genomförs i huvudsak gentemot utvecklingsländer.

Det finns flera aktörer inom det svenska importfrämjandet: utrikesförvaltningen, Sida, Kommerskollegium (inklusive Open Trade Gate Sweden), Svensk Handel, Handelskamrarna, Näringslivets Internationella Råd (NIR), Exportrådet, Näringspunkten samt vissa övriga aktörer.

Det finns goda skäl till ökad samverkan mellan de viktigaste aktörerna inom importfrämjandet. Regeringen anslår därför begränsade medel till Handelskamrarna för särskilda handelsfrämjande insatser. Syftet är bland annat att skapa ett mötesforum för svenska aktörer att diskutera och koordinera importfrågor (Importråd). Detta forum syftar till att främja aktivt informationsutbyte och diskussioner om möjlig samverkan.

3.6 Sverige bilden och kulturfrämjandet

Omvärldens intresse och förtroende för Sverige är av stor betydelse för främjandet. Ett litet och internationellt beroende land som Sverige behöver ett starkt varumärke och globala nätverk. Sverige har en lång tradition av att främja en positiv bild av vårt land utomlands. Innehållet i denna Sverige bild, eller "Varumärket Sverige", har varierat över åren. I främjandet av ett lands "varumärke" ingår en förhoppning om att det egna landet genom att kommunicera en positiv bild av sig självt och sina invånare ska möta ökad förståelse och välvilja i omvärlden. Denna typ av främjande kallas ibland för "offentlig diplomati" ("public diplomacy").

3.6.1 Svenska institutet

Inom det allmänna Sverige främjandet ligger ansvaret för att utveckla innehållet på Svenska institutet (SI), medan genomförandet i hög grad sker i samverkan med de svenska utlandsmyndigheterna och utländska samarbetspartners.

Svenska institutet är en myndighet under Utrikesdepartementet som har till uppgift att sprida kunskap om Sverige i utlandet - "att sätta Sverige på kartan". SI är verksamt inom offentlig diplomati, det vill säga att förstå, informera, påverka och bygga upp relationer med allmänhet, näringsliv och civilsamhälle i utlandet. Verksamheten ska främja svenska intressen och bidra till tillväxt, sysselsättning och kulturell utveckling i Sverige. Genom strategisk kommunikation och internationellt utbyte inom kultur, utbildning och forskning samt demokrati främjas samarbete och långsiktiga relationer med andra länder. Verksamheten genomförs i form av projekt för att presentera Sverige, Sverigeinformation i olika former, svenskundervisning, kulturutbyte, stipendieförmedling m.m. SI har egen närvaro utomlands genom en avdelning i Paris.

3.6.2 Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet

Samspelet mellan främjandets aktörer när det gäller profileringen av Sverige i utlandet har stärkts under senare år. Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet (NSU) är ett forum för informationsutbyte, samordning och gemensamt agerande vad gäller Sverigeprofilering, där de centrala offentliga aktörerna inom Sverigefrämjandet deltar, dvs. Utrikesdepartementet, Svenska institutet (SI), Invest in Sweden Agency (ISA), Exportrådet, Näringsdepartementet och VisitSweden AB.

Inom NSU bedrivs ett strategiskt arbete med Sverige bilden. Ett viktigt hjälpmedel är den gemensamma kommunikativa plattformen, som utarbetats av NSU. Den fungerar som ett strategiskt och operativt stöd i planering och genomförande av kommunikation om Sverige. Arbetet syftar till att marknadsföra en bild av Sverige som ett modernt, öppet och progressivt land i framkant av den tekniska utvecklingen och i harmoni mellan människans och miljöns villkor. Både enskilda företag och organisationer kan dra nytta av de budskap som kommuniceras genom detta främjande. NSU ska svara för en god omvärldsbevakning och ta fram det arbetsmaterial eller de verktyg som praktiskt kan stödja arbetet på fältet.

Sverige bilden betonar i dag ett antal nyckelord – nytänkande, öppenhet, äkthet och omtänksamhet. Det är värden som inte bara Sverige vill bli förknippat med utan också kvaliteter som är viktiga delar av olika svenska branschers och enskilda företags marknadsföring. De stora globala företag som spelar på sin svenska identitet i marknadsföringen, som Ikea och Volvo, ger en betydande draghjälp i främjandet av Sverige bilden.

Sverigeportalen, www.Sweden.se – the official gateway to Sweden, som administreras av Svenska institutet, är NSU-organisationernas gemensamma webbportal och har en central roll i nämndens verksamhet. Tyngdpunkten ligger på det redaktionella innehållet och presentationen av svenska profilfrågor. Under Sverigeportalen finns ett gemensamt webbverktyg för intern kunskapsöverföring inom NSU-

organisationerna, Sweden Promotion Forum (SPF). Där finns information om pågående främjandeprojekt, rapporter, tips och kontaktuppgifter.

NSU ska också bevaka projekt och evenemang med ”främjandetillfälle” i utlandet och i Sverige där Sverige bilden ska lyftas fram, som t.ex. Sveriges deltagande i världsutställningen Expo 2010 i Shanghai. Världsutställningen i Shanghai äger rum den 1 maj – 31 oktober 2010. Temat för utställningen är ”Better City, Better Life”. Det här blir med all sannolikhet den största världsutställningen någonsin. Sveriges deltagande sker i form av en gemensam satsning mellan staten och näringslivet.

3.7 Turismfrämjande

Regeringen arbetar även med främjandet av Sverige som turistdestination. Detta hanteras främst av VisitSweden AB, som ägs till hälften av staten genom Näringsdepartementet och till hälften av Svensk Turism AB, som i sin tur ägs av den svenska besöksnäringen.

VisitSweden har som övergripande mål att bidra till att Sverige har en hög attraktionskraft som turistland och har en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring, som bidrar till hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet. Anslaget från staten finansierar basverksamheten och uppdraget att marknadsföra varumärket Sverige. Besöksnäringen finansierar marknadsföringen för sina egna produkter.

4 Kunskapsunderlag om främjandet

Sveriges handels- och investeringsutbyte med omvärlden följs upp löpande. Kunskapsunderlaget om internationaliseringen samt främjandet och dess betydelse för de svenska företagen har på regeringens initiativ genomgått en övergripande uppdatering på senare år. Nedan redovisas några av de rapporter och utredningar som gjorts under de senaste åren om det statliga handels- och investeringsfrämjandet.

4.1 Översyn av Sveriges export- och investeringsfrämjande åtgärder

I juni 2007 presenterade en oberoende konsultstudie (Översyn av Sveriges export- och investeringsfrämjande åtgärder, Arthur D. Little) en utvärdering av det offentligt finansierade export- och investeringsfrämjandet, som regering och riksdag beslutade om i budgetpropositionen för 2007. Studien bekräftar att export- och investeringsfrämjandet är viktigt för Sveriges tillväxt och att det finns grund för ett offentligt åtagande liksom att verksamheten fyller en viktig funktion.

Det konstaterades att Sveriges exportråd och Invest in Sweden Agency (ISA) är framstående och välskötta organisationer, som kännetecknades av genomtänkt struktur, noggrann styrning och resultatuppföljning. Också utlandsmyndigheternas insatser var mycket uppskattade av de

svenska företagen. I rapporten påpekades vidare att ökad global konkurrens mellan länder och företag innebar att behovet av ett effektivt och ändamålsenligt statligt export- och investeringsfrämjande snarare ökade än minskade.

4.2 Utredningen "Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande" (SOU 2008:90)

För att få en bredare bild av utvecklingen av svensk export och av vilka möjligheter det finns att stärka exporten och handeln genom offentliga främjarinsatser beslutade regeringen i juli 2007 att tillsätta en offentlig utredning om den svenska exportens utveckling (Dir. 2007:101). Utredningen var unik genom sin djupa och omfattande analys av Sveriges export och vår exportpotential. Professor Ari Kokko och hans medarbetare träffade inte bara svenska företag och svenska främjanderepresentanter på en rad viktiga utlandsmarknader, utan samtalande också med en stor mängd företag i alla storleksklasser runt om i Sverige. Utredningen hade tillgång till unika databaser med information om svenska företag och deras handel och kunde även göra relevanta jämförelser med de flesta av våra konkurrentländer.

Utredaren Ari Kokko presenterade i den slutliga utredningen (Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande, SOU 2008:90, hädanefter kallad "Exportutredningen") en genomgripande analys av den svenska exportutvecklingen. Utredningen bekräftar betydelsen av främjandet och ger också förslag på hur verksamheten kan förbättras såväl i Sverige som på fältet.

Exportutredningen konstaterar att Sverige förvisso har tappat marknadsandelar av varuexporten sedan mitten av 1990-talet, men att dessa inte är ett fullgott mått på ekonomins konkurrenskraft. Svensk tjänsteexport har samtidigt utvecklats

snabbare än den i jämförbara länder, i synnerhet de industrinära tjänsterna. Vidare konstaterades det att svenska företag har hävdat sig väl i den globala ekonomin, mycket tack vare Sveriges goda kunskapsbas, med välutbildad arbetskraft och konkurrenskraftiga företag.

Denna övergripande goda utveckling formas dock av ett antal stora företag som står för en överväldigande andel av varu- och tjänsteexporten samt utlandsinvesteringarna. Utredningen identifierar svagheter i svensk exportstruktur och exportutveckling på företagsnivå. Små och medelstora företag är mindre framgångsrika än storföretagen, exporten till avlägsna marknader utvecklas svagare än exporten till grannregionen, den svenska exporten har inte omfördelats mot snabbväxande marknader i Asien och vissa svenska ursprungsregioner har en svagare exportutveckling än andra.

Dessa svagheter är i stor utsträckning relaterade till förekomsten av fasta kostnader för att införskaffa den kunskap som krävs för framgångsrik export. Exportutredningen menar att offentliga insatser kan göra en positiv skillnad genom att underlätta företagens kunskapsuppbyggnad om utländska marknader. Utredningen validerar därmed motiven för handels- och investeringsfrämjandet.

Utredningen presenterar tydliga motiv för ett offentligt främjande. Det ska i huvudsak vara behovsstyrt och koncentrerat till växande små och medelstora företag med potential på utländska marknader. Den svenska ekonomin är i stor utsträckning globaliserad, och främjandet bör enligt utredaren ses som den inhemska näringspolitikens internationella dimension. Få långsiktiga näringspolitiska mål kan uppnås om ambitionerna för företagens tillväxt begränsas till den inhemska marknaden. Utredaren pekar på ett reellt behov av riktade insatser, som svarar mot företagens behov, för framgångsrik tillväxt på utländska marknader. Han anger att det finns skäl att överväga offentliga åtaganden avseende sektorsvis spridning av information om utländska marknader. Insatser ska baseras på

geografiska och sektorsmässiga prioriteringar inom ramen för en internationaliseringsstrategi.

Utlandsmyndigheternas roll som en viktig dörröppnarfunktion för företagen framhålls, särskilt i länder där staten har stort inflytande över ekonomin, samt att de även i övrigt ger viktigt stöd och bidrar till problemlösning för svenskt näringsliv.

Utredaren konstaterar vidare att ökade krav på främjandet ställer ökade krav på utlandsmyndigheternas lokalisering, kompetens och tjänster. Han förordar oförändrade resurser för handels- och investeringsfrämjande, där Regeringskansliets främjandesatsning, ca 30 miljoner kronor per år, också ingått i Exportutredningens beräkningsunderlag.

4.3 Globaliseringsrådets slutrapport "Bortom krisen. Om ett framgångsrikt Sverige i den nya globala ekonomin" (Ds 2009:21)

Globaliseringsrådet tillsattes av regeringen i december 2006 för att analysera och ge förslag om hur Sverige kan hävda sig i en tid av fortsatt globalisering. I rådet ingår fem statsråd tillsammans med representanter för olika grenar av det svenska samhället. Slutrapporten levererades i slutet av maj 2009. Rådet räknar med att globaliseringen åter kommer att skjuta fart när den nuvarande krisen ebbat ut. En mängd analyser och delrapporter har publicerats under arbetets gång. Slutrapporten berör både vilka åtgärder på hemmaplan som behövs för att stärka landets konkurrenskraft, men också vad som behöver göras genom insatser i omvärlden.

Rådet konstaterar att globaliseringen gör att enskilda stater inte längre kan kontrollera den ekonomiska och finansiella utvecklingen, och att många andra länder just därför prioriterar sin utrikespolitik, sitt exportfrämjande, sin

utrikesrepresentation, sina kampanjer för att locka investeringar och turister, sina rekryteringsinsatser gentemot forskare och studenter och sin allmänna informationsverksamhet gentemot omvärlden. Det konstateras att Sverige är ovanligt sårbart genom sitt stora exportberoende av ett tiotal företag, och att landet är påfallande okänt i särskilt de asiatiska tillväxtekonomierna.

Bland rådets konkreta förslag för att stärka Sveriges förmåga att övervinna globaliseringens utmaningar nämns att en strategi för att locka och bibehålla internationella företags huvudkontor bör utarbetas, att frihandeln bör fortsätta värnas och att tjänsteexporten bör utvecklas – särskilt inom nya sektorer såsom vård, omsorg och utbildning, kultur och kreativitet men även inom äldre sektorer såsom IT. Likaså bör klimatomställningen utnyttjas för ökad export av svenska kompetenser och produkter inom miljöteknik och energieffektivitet, men även av elektricitet som är framställd genom koldioxidfria processer. Sverige bör göras mer synligt och känt i världen och utnyttja möjligheterna till brobyggande och dialog. Globaliseringsrådet kommer till slutsatserna att exportfrämjandet bör stödjas mer, och att stor återhållsamhet bör visas med nedläggning av svenska ambassader och konsulat.

Slutrapporten innehåller flera sidor om främjandet. Det föreslås att främjandet av Sverige-bilden inte bör ideologiseras utan utgå från en bild av landet som den övervägande delen av befolkningen kan ställa sig bakom. Export- och investeringsfrämjandet föreslås samordnas bättre mellan de många aktörer som omfattas på olika sätt. Exportrådet föreslås få en uttalad roll även inom importfrämjande. Handels- och investeringsfrämjandet föreslås inriktas på att stärka en långsiktig kompetensuppbyggnad på marknader av särskilt intresse. Som exempel nämns Kina och Gulf-staterna. Vidare anser Rådet att de relationer som biståndet skapar mellan Sverige och samarbetsländerna bör tillvaratas och utnyttjas även efter att biståndssamarbetet har upphört.

I det sista kapitlet nämner Globaliseringsrådet att globaliseringen har medfört en ny uppgift för statsmakten – att

föra en attraktionspolitik för att göra landet så attraktivt som möjligt för dynamiska och uppfinningsrika krafter att verka och utvecklas i svenska miljöer.

4.4 Motiven för ett offentligt främjande

I en värld med perfekt fungerande marknader skulle staten inte ha anledning att främja sina företags export och internationalisering. Aktörerna på marknaden skulle då själva fatta de bästa besluten om var inköp, investeringar, produktion och annan verksamhet skulle förläggas. Ändå ägnar sig de flesta industrialiserade länder och allt fler tillväxt- och övergångsekonomier åt sådant främjande. Exportutredningen innehåller en lång genomgång av den teoretiska basen för ett offentligt främjande. Ett referat av denna följer nedan.

Det finns fasta kostnader för export som varierar beroende på destinationsland. Förutom transportkostnader ingår kostnader för att skaffa information och kunskap om marknadsförhållanden i länderna. Ju längre bort från Sverige destinationen ligger, desto mer kostsamt är det att skaffa den nödvändiga informationen. Ju mindre företaget är, desto större blir de fasta kostnaderna i förhållande till omsättningen. Främjandet kan bidra till att sänka trösklarna för export, i synnerhet för mindre företag som inte har egen expertkunskap.

Det förekommer ett antal olika marknadsmisslyckanden som skapar särskilda inträdeshinder till utländska marknader. Företag som vill agera på utländska marknader har ett stort informationsbehov. För att lyckas krävs kunskap om de potentiella utländska kunderna, deras preferenser och betalningsvilja. Konkurrensen på den utländska marknaden måste analyseras för att välgrundade beslut om långsiktiga investeringar ska kunna tas. Det krävs även kunskap om olika handelrestriktioner – tullar, kvoter, produktregleringar – och andra regelsystem: skatter, miljöregler, politiska överväganden

och kulturella normer är några exempel. Dessa kunskaper kan sammantaget benämnas *exportmarknadskunskap*.

Kostnaden för att införskaffa den nödvändiga exportmarknadskunskapen kan vara mycket hög. Kostnaden är i princip också oberoende av hur mycket företaget avser att sälja på marknaden. Det är en fast kostnad, vilket innebär att det finns omfattande skalfördelar. Det företag som kan fördela den fasta kostnaden över en stor försäljningsvolym kan hålla ett lägre pris än det företag som bara säljer lite. Medan stora företag kan motivera de kostnader som är relaterade till att anställa exportspecialister och andra experter har små och medelstora företag sällan de resurser som krävs för att investera i den nödvändiga kunskapen.

Kunskap och information har emellertid en annan viktig egenskap. När den väl finns tillgänglig förbrukas den inte, utan kan användas många gånger. Denna egenskap gör kunskapen till en kollektiv vara. På en helt oreglerad marknad är det troligt att det produceras för lite kollektiva varor (eller inga alls, om kostnaden är högre än nyttan för det största enskilda företaget). Detta marknadsmislyckande kan korrigeras genom offentliga insatser, där en utvald aktör införskaffar kunskapen och fördelar den till olika användare. Även om kostnaden för att samla in kunskapen överstiger nyttan hos det enskilda företaget, kan exportinformationen prissättas på ett sådant sätt att många företag väljer att köpa den. Med tillräckligt många användare kan den totala samhällsekonomiska nyttan komma att överstiga kostnaden. Dessa argument motiverar offentliga insatser för att främja export och internationalisering.

Första gången ett företag ska exportera krävs det investeringar i kunskap om marknadsföring, organisation, skatteregler, distributionssystem och andra förutsättningar som inte är relaterade till destinationsmarknaden, utan snarare den svenska näringsmiljön – *exportkompetens*. Eftersom kostnaden för de relevanta kunskaperna inte är relaterade till hur mycket företaget exporterar, utan snarare till om företaget exporterar

alls, handlar det även här om fasta kostnader som kan utgöra ett hinder för småföretagens internationalisering.

Framgångsrik export och internationalisering kräver också att företagets potentiella utländska kunder har tillräcklig information om vad företaget har att erbjuda. Även på detta område finns marknadsmisslyckanden som motiverar offentliga ingrepp. Kunskap om Sverige i största allmänhet och om enskilda svenska företags varor och tjänster påverkar förväntningarna vad gäller andra svenska företag: det finns starka *positiva spridningseffekter*. Till exempel kan en angenäm erfarenhet från ett besök på Ikea skapa en positiv attityd till svenska möbler eller kanske svensk design i allmänhet, oavsett om varorna säljs av Ikea eller inte. Dessa positiva externa effekter är särskilt påtagliga på bransch- och sektorsnivå.

När enskilda företag beslutar om investeringar i marknadsföring tar de inte hänsyn till spridningseffekter, utan ser enbart till de fördelar de kan internalisera, det vill säga omsätta till egen vinst. Att andra svenska företag också gynnas påverkar inte den företagsekonomiska kalkylen. Den idealiska marknadsföringen från ett samhällsekonomiskt perspektiv skulle fokusera på styrkor och kunskaper som är gemensamma för branschen eller sektorn, snarare än de enskilda företagens begränsade utbud av varor och tjänster. Därmed har även denna typ av sektorsvis informationspridning på utländska marknader karaktären av en kollektiv vara. Den offentliga sektorn har en roll för att i samverkan med företag och företagorganisationer koordinera insatser för kunskapsspridning om sektorer där svenska företag besitter särskild kompetens.

Exportutredningen finner med stöd i forskningen att exporterande företag är mer produktiva än andra. Denna slutsats har inte ifrågasatts men däremot orsakssambanden. En svensk studie finner att export leder till ökad produktivitet i företag som är "envisa exportörer" och som har hög exportintensitet.²

² Andersson och Löf (2008), "Learning-by-Exporting Revisited - the role of intensity and persistence", WP 149, KTH, CESIS.

En annan analys konstaterar att det sker en produktivitetsökning i svenska företag som blir exportörer i samband med exportinträdet, särskilt bland mindre företag. Studien påpekar dock att orsakssambandet är osäkert.³

En annan typ av marknadsmisslyckande rör *finansieringen* av företagens internationella expansion. Även här förekommer informationsmisslyckanden. På grund av ofullständig och asymmetrisk information är banker och andra finansiärer ofta ovilliga att finansiera utlandsverksamhet. De har inte tillgång till tillräckligt med information för att på ett rättvisande sätt bedöma riskerna i utlandsaffärer, och kan därför vara ovilliga att erbjuda finansiering till rimliga villkor. Detta gäller både den specifika affärsrisk som är involverad i varje transaktion och den politiska risk som rör främmande marknader. Svårigheten att finansiera utlandsaffärer tenderar att vara än större för nya exportörer och små företag, då dessa bedöms som mer riskfyllda.

Om varje finansiell institution har ett begränsat antal kunder med efterfrågan på denna typ av svårbedömda krediter är det troligen inte lönsamt för den enskilda långivaren att investera i den kunskap som skulle krävas för rimliga riskbedömningar. I en sådan situation är det inte troligt att marknaden erbjuder goda finansieringsmöjligheter även när de underliggande affärsmöjligheterna är goda. Marknadsmisslyckanden av detta slag kan motivera offentliga åtaganden för finansiella tjänster. Detta omfattar både exportkrediter och exportkreditgarantier.

Avsaknaden av öppna, konkurrensutsatta marknader är ytterligare en typ av marknadsmisslyckande som företag kan möta i samband med internationella affärer. Svenska företag som verkar i länder med stort statligt inflytande över näringslivet eller inom branscher där staten är en stor kund, till exempel försvarsmateriel eller infrastruktur, kan ha behov av ett offentligt åtagande för en dörröppnarfunktion. Detta är situationer där offentliga insatser kan vara nödvändiga för att affärsmöjligheter

³ Eliasson, Hansson och Lindvert (2009), "Exportfrämjande – en hörnsten i en framtida internationaliseringsstrategi?".

över huvudtaget ska öppna sig för svenska företag. Dörröppnarfunktionen handlar om att bereda företag och företagarorganisationer tillgång till personer, organisationer och arenor dit enbart företag med offentlig uppbackning släpps in. En särskild typ av dörröppnarfunktion gäller stöd till projektexport, där multilaterala eller bilaterala utvecklingsinstitutioner har ansvar för upphandling eller deltar med finansiering och rådgivning.

4.5 Rapporten från Nutek och Globaliseringsrådet, "Svenska småföretags internationalisering"

Globaliseringsrådet har tillsammans med Nutek (Verket för näringslivsutveckling, fr.o.m. april 2009 Tillväxtverket) tagit fram en myndighetsrapport om småföretagens internationalisering⁴. Med underlag från ett unikt och omfattande datamaterial presenteras en bred kartläggning av internationaliseringsmönster bland svenska småföretag. Vidare analyseras sambanden mellan internationalisering och tillväxt. Rapporten konstaterar att även om småföretagens andel av den samlade svenska exporten är mindre än storföretagens växer den dubbelt så snabbt. En viktig del av förklaringen till detta är att den ökande tjänsteexporten till större del än varuexporten sker i små företag.

Småföretagens export är koncentrerad till de närliggande marknaderna i Norden och norra Europa, men flera småföretag har också utvecklat export till fjärran marknader inklusive Kina och Indien. I ett omfattande material från Exportrådet har vart sjunde småföretag någon form av export och 29 procent av dessa har en export utanför Norden. Nära sju procent har någon del av sin verksamhet etablerad utomlands och ännu fler samverkar regelbundet med utländska företag. Likaså noteras det att mindre

⁴ "Svenska småföretags internationalisering – kartläggning och analys" (2009).

företag generellt tenderar att vara mer innovativa än stora etablerade företag.

Nutek och Globaliseringsrådet återger att flera studier har givit stöd för sambandet mellan ett företags internationalisering och tillväxt. Internationaliseringen skapar ett ökat lärande men också ett ökat konkurrens- och omvandlingstryck, som ställer krav på företagens innovationsförmåga och förändringskraft. Detta är i sin tur avgörande för företagens utveckling och överlevnad. En slutsats som dras är att åtgärder för att främja svenska småföretags internationalisering har positiva effekter på konkurrenskraften i den svenska ekonomin.

Rapporten återger flera studier som bekräftar Exportutredningens slutsats att de interna och externa hindren i samband med internationalisering (kunskapsuppbyggnad, finansiering m.m.) upplevs som större i små än i större företag. I ett internationellt perspektiv upplever svenska företag tillgången till finansiering för export som ett mindre problem än företag i andra länder. En särskild kategori utgörs av företag som är internationella redan i uppstartsfasen ("born global"-företag).

Exportutredningen liksom analysen från Nutek och Globaliseringsrådet finner således skäl för ett offentligt främjande som särskilt inriktas på att främja internationaliseringen i små och medelstora företag.

4.6 Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analysers rapport "Exportfrämjande – en hörnsten i en framtida internationaliseringsstrategi?"

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) har nyligen ersatt Institutet för Tillväxtpolitiska Studier (ITPS) och Glesbygdsverket. På uppdrag av regeringen (Näringsdepartementet) har myndigheten kartlagt några andra länders offentliga främjande samt givit rekommendationer till en

eventuell framtida svensk internationaliseringsstrategi. Studien har utförts i samarbete med forskare vid Örebro universitet.

Studien konstaterar att det sker en produktivitetsökning i svenska företag som blir exportörer i samband med att de börjar exportera men att orsakssambanden är oklara. För mikroföretagen (1-9 anställda) är ökningen 10-12 procent och för småföretagen (10-49 anställda) är ökningen sju procent. För medelstora och stora företag är ökningen inte statistiskt signifikant. Studien påpekar att produktivitetsökningen kan orsakas av investeringar som genomförs före exportinträdet, men det kan också röra sig om ”lärande genom export”.⁵

Studien innehåller ett resonemang om de fasta kostnaderna i samband med företagens exportsatsningar med utgångspunkt från Exportutredningen. Vidare diskuteras svårigheterna med att mäta effekterna av offentligt främjande.

Rapporten konstaterar att det offentliga exportfrämjandet har en roll att spela i framtiden och att det är väsentligt att tillgången till exportmarknadskunskap för potentiella exportörer är förhållandevis lättillgänglig. I övrigt betonas vikten av andra områden i samband med en eventuell internationaliseringsstrategi, såsom att motverka handelshinder, ett gott näringsklimat, god omställningsförmåga i ekonomin samt tillgång till välutbildad arbetskraft och god infrastruktur.

4.7 Forskningen om nyttan av offentligt främjande

Flera försök att uppskatta den samhällsekonomiska nyttan av främjandeinsatser har gjorts. En Världsbanksstudie analyserar ett datamaterial från 104 länder och finner att en dollar i anslag till exportfrämjande ger en exportökning på 300 dollar för ett genomsnittligt land. Marginaleffekten minskar dock snabbt.⁶

⁵ Eliasson, Hansson och Lindvert (2009), ”Exportfrämjande – en hörnsten i en framtida internationaliseringsstrategi?”.

⁶ Lederman, Olarreaga och Payton, 2006, (”Export promotion agencies: what works and what doesn’t”, World Bank Policy Paper No. 4044).

En annan studie noterar att när andra faktorer hålls konstanta tycks exporten till en marknad öka med sex till tio procent för varje konsulat i landet. Effekten för ambassader är ännu större. Orsakssambanden är dock inte helt klara.⁷

En positiv korrelation mellan statsbesök och efterföljande export har konstaterats i en annan studie som baseras på statistik över Frankrikes, Tysklands och USA:s statsöverhuvuds resande mellan 1948 och 2003. Resultaten pekar på att ett typiskt statsbesök är associerat med åtta till tio procent högre bilateral handel då andra faktorer hålls konstanta.⁸

Spaniens centralbank har studerat främjandeinsatsers effekt på nya handelsrelationer och på volymen av existerande handel. Analysen finner att närvaron av utlandsmyndigheter ökar sannolikheten för bilateral handel med mellan tio och tjugo procent. Analysen ger ingen effekt på volymen i existerande handelsrelationer.⁹

Flera studier har konstaterat att exporterande företag generellt är mer produktiva än andra.¹⁰

Den ökande relativa betydelsen av informationskostnader i samband med handel med högt differentierade varor samt betydelsen av abstrakta faktorer, såsom förtroendet mellan aktörerna i handelstransaktionerna, belyses i två olika studier.¹¹

⁷ Rose, "Foreign Service and Foreign Trade", 2007, (The World Economy vol. 30, no.1).

⁸ Nitsch, "State Visits and International Trade", (Hong Kong Institute for Monetary Research Working Paper No. 2/2007).

⁹ Segura-Cayuela och Vilarrubia, ("The effect of Foreign Service on Trade Volume and Trade Partners", Banco de España Working Paper Series No. 0808, 2008).

¹⁰ Andersson och Löf (2008), "Learning-by-Exporting Revisited – the role of intensity and persistence", WP 149, KTH, CESIS, Baldwin, J. R. och W. Gu (2004), "Trade Liberalization: Export-Market Participation, Productivity Growth, and Innovation", Oxford Review of Economic Policy, Vol. 20, Nr. 3., Greenaway, D. och R. Kneller (2005), "Firm Heterogeneity, Exporting and Foreign Direct Investment: A Survey", University of Nottingham Research Paper Series No. 2005/32. Hallward-Driemeier, M., Iarossi, G. och K. L. Sokoloff (2002), "Exports and Manufacturing Productivity in East Asia: A Comparative Analysis with Firm-Level Data". NBER WP 8894. Lopez, R. A. (2004), "Self-Selection into the Export Markets: A Conscious Decision?", Indiana University Working Paper.

¹¹ Rauch, J. E. 1999. Networks Versus Markets in International Trade. Journal of International Economics 48 (1):7-35 och Ibid. 2000. Business and Social Networks. Journal of Economic Literature 39 (4): 1177-1203 och Hatzigeorgiou, A. 2008. Migration

4.8 Andra rapporter och utvärderingar

Danmarks Eksportråd har givit konsultbolaget Ramböll Management uppdraget att genomföra en genomgripande uppföljning av de samhällsekonomiska effekterna av statens anslag till exportfrämjande. Metodiken byggde på intervjuer av företagen om hur mycket deras export hade ökat och vilken andel Eksportrådet hade haft i framgångarna. Enligt utvärderingen hade Danmarks Eksportråd skapat en ny export på ca 3 miljarder danska kronor per år under åren 2001-2005. Effekterna på sysselsättningen uppskattades till 2 000–2 500 årsarbetstillfällen per år. Detta gav positiv nettoeffekt på statens finanser med i genomsnitt runt 1 miljard danska kronor per år.

Exportrådet i Sverige lät Ramböll Management göra en liknande studie baserad på Exportrådets insatser under 2002. Ramböll kvantifierade effekterna till något över 4 miljarder kronor i merförsäljning trots att 2002 var ett lågkonjunkturår. På aggregerad nivå är statens andel av utgifterna för exportfrämjandet 75 procent i Danmark och 30-35 procent i Sverige. På basis av Ramböll-utredningen uppskattar Exportrådet att det skapat minst 3 000 nya arbetstillfällen per år samt givit en positiv nettoeffekt på statens finanser som är betydligt större än i den danska studien.

Exportrådets regionala exportrådgivare har kontakt med runt 1 500 företag om året. Sedan 2006 då organisationen byggdes ut till nuvarande omfattning med rådgivare i alla län, har de arbetat direkt med cirka 4 000 företag. Cirka två tredjedelar av dessa (2 400 företag) säger sig ha fått en påtaglig ökning av affärsvolym och exportintäkter som en följd av Exportrådets rådgivning.

Inom projektexportfrämjandet bedömer svenska projektexporterande företag att utväxlingen mellan statliga finansiella insatser och vunna affärskontrakt uppgår till drygt 1:100. Enligt samma företag skapar varje miljard i exportvärde i

as Trade Facilitation – Assessing the Links between International Migration and Trade. University of Michigan Working Paper).

genomsnitt ca 1 000 årsarbeten, underleverantörsledet inräknat. Även om orsakssambandet saknar vetenskaplig precision är slutsatsen att relativt små statliga stödåtgärder kan ge stor utväxling på export och sysselsättning. Överslagsberäkningar ger vid handen att projektexporten årligen genererar ca 100 000 årsarbeten. I mycket hög grad skapas denna sysselsättning i underleverantörsledet bland små och medelstora företag över hela Sverige. Dessa beräkningar finner stöd i en oberoende utvärdering av Projektexportsekretariatet vid UD (UD-FIM-PES) genomförd 2006 av konsultföretaget KPMG.

En annan uppskattning har gjorts av effekterna av Östersjömiljarden 2 (2000-2004). Denna satsning på 45 miljoner kronor i satsat statligt kapital på projektexportfrämjande gav ett ordervärde om 4 700 miljoner kronor och de berörda företagen uppskattar antalet årsarbetstillfällen som skapades till 4 500.

Invest in Sweden Agency utvärderar årligen sin effektivitet. Under perioden 2004-2006 medverkade myndigheten till 483 utländska investeringar i Sverige, huvudsakligen nyetableringar av mindre och medelstora företag. Dessa ledde till 4 131 nya arbetstillfällen i samband med investeringen. En treårsuppföljning som ISA årligen gör visar en sysselsättningsökning netto på 16 procent. Därtill kommer den indirekta ökning av arbetstillfällen som uppstår genom så kallad multiplikatoreffekt hos underleverantörer och genom olika kringtjänster. Andelen nyetableringar i de investeringar som ISA bidrar till är 66 procent. Antalet strategiska allianser ökar år från år.

Behovet av offentligt främjande redovisas också i en annan rapport från Globaliseringsrådet (Ds 2008:82: Sverige i Världen). Rapporten pekar på att globaliseringen kräver en mer snabbfotad internationell representation. Man föreslår fördjupad samordning av svenska insatser i utlandet, särskilt på främjarområdet, genom regelbundna samråd mellan företag och främjandemyndigheterna under utlandsmyndigheternas ledning. Vikten av att stärka näringslivsfrämjandeinsatserna på marknader av särskilt intresse framhålls, inte bara för exporten utan även för

import. Vidare framhåller rapporten att Sverige bilden behöver stärkas på viktiga marknader, särskilt inför och efter världsutställningen i Shanghai 2010, och särskilt i Kina och Indien.

En utvärdering av Regeringskansliets satsning med förstärkande främjandetjänster som inrättades tidsbegränsat fr.o.m. 2006 vid ambassader och generalkonsulat i länder som bedömdes ha central och långsiktig betydelse för svenskt näringsliv och svenskt handelsfrämjande, presenterades våren 2008 (Ulla-Carin Giertz, maj 2008). Utvärderaren drar slutsatsen att satsningen varit framgångsrik, att den uppfyllt uppställda mål och att den bör fortsätta.

4.9 Företagens behov av offentligt främjande

Exportutredningen genomförde djupintervjuer med en stor mängd små, medelstora och stora svenska företag. De visade att små och medelstora företagens behov av offentliga insatser delvis skiljer sig från storföretagens. De mindre företagen betonar rådgivning om utländska marknader, inklusive export- och marknadsinformation. Exportrådet är den aktör som ses som den naturliga rådgivaren vid internationella affärer.

Dessutom lyfts problem med finansiering upp som en särskild utmaning för företag som lyckats vid tidiga exportsatsningar. En stor exportorder kan ofta kräva nyinvesteringar i både arbetskraft, kapital och marknadsnärvaro, och detta är svårt att finansiera om företagets tillgångar redan är intecknade som säkerhet för existerande lån.

Mindre företag efterlyser också fler bransch- eller sektorsspecifika satsningar. Att internationaliseras tillsammans med andra mindre svenska företag upplevs som attraktivt. Inom miljöteknikområdet finns ett särskilt behov av gemensamma satsningar, inte minst för att kunna finna vägar för att erbjuda systemlösningar, snarare än isolerade komponenter i större system.

Stora, internationaliserade företag lägger stor vikt vid det svenska företagsklimatet. Företagen har ett mindre behov av offentligt främjande, undantaget projektexportfrämjande, men de ser ett värde i sektorsbaserade program och den uppmärksamhet som officiella besök på utländska marknader skapar. De stora företagen tenderar också att uppleva ett större behov av finansieringslösningar för riskhantering.

Utlandsmyndigheter kan underlätta företagens utlandsaffärer genom att både agera som en dörröppnare och problemlösare i kontakter med lokala myndigheter.

5 Näringspolitiken och handels- och investeringsfrämjandet

Företagsklimatet och näringspolitiken har stor betydelse för uppkomsten och utvecklingen av konkurrenskraftiga företag. Globaliseringen ökar kraven på samspel mellan politikområden som är relevanta för företagens internationalisering. Ett välfungerande handels- och investeringsfrämjande måste utgå från och kombineras med en aktiv näringspolitik för att stärka företagets konkurrenskraft lokalt, regionalt och nationellt. I en relativt liten och öppen ekonomi som den svenska kan inga skiljelinjer dras mellan insatser för att främja entreprenörskap, kommersialisering av kunskap och företagets tillväxt å ena sidan, och möjligheterna och behoven av internationalisering å den andra. Tillväxten i små och medelstora företag kan endast till en del ske på hemmamarknaden. Om inte steget tas till export, import eller annan samverkan med utländska företag riskerar företagen att gå miste om potentiella skalfördelar och vana vid internationell konkurrens.

Näringspolitiken har tre övergripande mål: fler jobb i fler och växande företag i Europas bästa företagsklimat, utvecklingskraft i alla delar av Sverige samt att förena miljö och företagsamhet. Näringspolitiken möter detta genom att arbeta för goda villkor för företagande och för att omsätta miljö- och klimatutmaningarna till komparativa fördelar för svenska företag. Detta görs genom att stödja entreprenörskap, innovation, kompetens- och kunskapsutveckling genom bl.a. FoU, regelförenkling m.m. I åtgärderna för att stimulera de

mindre företagens tillväxt är stöd till deras internationalisering en omistlig del. Insatserna inom näringspolitiken är inriktade på att medverka till fler och växande företag, regelförenkling och väl fungerande marknader. Skatter, transporter, utbildning, forskning, handels- och investeringsfrämjande, arbetsmarknad, energi, miljö, kultur och regional tillväxt är exempel på områden med stor betydelse i ett näringspolitiskt perspektiv. För att möta klimatutmaningen och nyttja den som hävstång för nya jobb och tillväxt har näringspolitiken ett fokus på de gröna frågorna.

Sveriges förmåga att locka utländska direktinvesteringar är central. När utländska koncerner analyserar potentiella vinster av att starta eller förvärva verksamheter i landet görs en samlad analys av faktorer såsom företagsklimat, skatter, arbetsmarknad, finansiell och fysisk infrastruktur, utbildningsnivå m.m. Effektiviteten i investeringsfrämjandet påverkas därför i hög grad av företagsklimatet och andra faktorer som ryms i begreppet näringspolitik.

Investeringsfrämjande sker även genom lokala och regionala offentliga aktörer som kommuner, kommunala samverkansorgan, självstyrelseorgan eller länsstyrelser. Dessa fungerar också ofta som samordnare eller motor i nätverk tillsammans med det lokala och regionala näringslivet. Insatserna handlar dels om att stimulera till ett ökat nyföretagande samt att bistå och utveckla existerande företag dels att dra till sig nya företag, inte minst från utlandet. Samarbetet mellan det statliga investeringsfrämjandet och lokala och regionala organisationer är väl utbyggt. Inom ramen för utbyggda näringspolitiska insatser erbjuds även exportfrämjande aktiviteter, t.ex. seminarier, rådgivning samt etableringsservice. Inom ramen för det regionala tillväxtarbetet har kommunala samverkans- eller självstyrelseorgan eller länsstyrelserna ansvar för att utarbeta program för länets utveckling och tillväxt.

5.1 Almi Företagspartner AB

Almi Företagspartner AB är ett bolag under Näringsdepartementet som har i uppdrag att främja utvecklingen av konkurrenskraftiga små och medelstora företag samt stimulera nyföretagande i syfte att skapa tillväxt och förnyelse i svenskt näringsliv. Almi finns i alla län och erbjuder hjälp med finansiering och affärsutveckling. Almi-bolagen arbetar endast i Sverige och har inga utlandskontor. Koncernen får driftsanslag från staten.

Almis kunder är de små och medelstora företagen i alla branscher, framför allt företag med mindre än 50 anställda. Till följd av finanskrisen hösten 2008 ökade småföretagens behov av finansiering, varför regeringen sköt till 2 miljarder kronor till Almi som en stärkt bas för in- och utlåning (prop. 2008/09:73). Almi samarbetar nära med andra organisationer och myndigheter. Flertalet av Exportrådets regionala exportrådgivare för småföretag sitter därför i Almis lokaler.

5.2 Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) har fr.o.m. april 2009 ersatt Institutet för tillväxtpolitiska studier (ITPS) och Glesbygdsverket. Myndigheten ansvarar för utlandsbaserad omvärldsbevakning vid kontor i Bryssel, Washington, Los Angeles/San Francisco, Peking, Tokyo och New Delhi. En utgångspunkt är att verksamheten inriktas mot en bred policyspaning samt främjandeverksamhet och att utbildnings-, forsknings- och innovationsfrågornas betydelse för Sveriges konkurrensförmåga ingår i uppdraget. Utlandskontoren har givits vissa främjandeuppgifter i samverkan med andra främjandeorganisationer på orten.

5.3 Innovationsbron AB

Innovationsbron AB är ett statligt ägt bolag (genom Näringsdepartementet och Industrifonden) med uppgift att stötta affärsutveckling utifrån forskning och innovationer genom förkommersiella marknadskompletterande insatser. Ett genomgående krav är att affärsidéerna ska vara forskningsrelaterade och ha en hög tillväxtpotential i ett globalt perspektiv. Innovationsbron har i dag sju kontor i Sverige. Även i Innovationsbron AB:s verksamhet finns element av exportstöd.

Företag som har ingått i det nationella inkubatorprogram som Innovationsbron AB ansvarar för, tenderar att exportera betydligt mer än andra motsvarande företag. Detta kan ha olika skäl. De idéer som stötts i en inkubator kan ha högre konkurrenskraft i och med att de genomgått en första prövning av sin affärsmässighet i ansökningsprocessen till inkubatorn. Rådgivningen i inkubatorn uppmuntrar också till internationalisering redan från tidiga skeden. Att börja exportera kan därför vara ett mer självklart steg för företagen inom inkubatorprogrammen än för andra företag. En tät integration sker också mellan exportrådgivning och annan affärsutveckling.

6 Handelspolitiken, EU:s inre marknad och handels- och investeringsfrämjandet

Öppna marknader och tydliga regler för den globala handeln är centrala för att främja svensk export och import. Handels- och investeringsfrämjandet sker inom ramen för de internationella avtalen och regelverken för handeln, inte minst inom EU (inklusive den inre marknaden) och WTO. Handels- och investeringsfrämjandet och den svenska handelspolitiken har gemensamma mål – att skapa tillväxt och sysselsättning genom att främja öppen handel och att avveckla handelshinder. När handelshinder minskar eller avvecklas och regler förtydligas underlättas ekonomiskt utbyte och integrationen mellan länder.

Regeringen anser att världen behöver mer frihandel, inte mindre. Begreppet frihandel innebär mycket mer än bara möjligheten att köpa och sälja varor och tjänster i andra länder. Frihandeln bidrar till att decentralisera beslut så att de fattas så nära köpare och säljare som möjligt. Frihandel innebär att det inte bör finnas tullar eller andra typer av handelshinder vare sig för import eller export. Detta gäller både varor och tjänster. Sverige har en lång historia av öppenhet i handeln gentemot omvärlden. Denna öppenhet möjliggjorde Sveriges ekonomiska utveckling från agrarsamhälle till ett välfärdssamhälle under 1800- och 1900-talen. Frihandel gjorde det möjligt för entreprenörer att grunda och utveckla många av dagens världsledande svenska företag. På samma sätt har tillgång till

varor och tjänster från andra länder länge varit centrala för svenska företag och konsumenter. Detta gör frihandeln central för svensk välfärd.

6.1 EU:s inre marknad

EU och EES är Sveriges enskilt största handelspartner – omkring 75 procent av vår handel sker med länder inom EU- och EES-området. Nio av tio av Sveriges största handelspartners är EU- eller EES-länder. Det svenska medlemskapet i EU innebär att svenska företag i princip kan betrakta hela EU- och EES-området som sin hemmamarknad. Exportutredningen (2008:90) beskriver medlemskapet i EU och tillgången till dess gemensamma marknad som den viktigaste åtgärden för att underlätta det svenska näringslivets internationalisering under det senaste årtiondet.

Den inre marknaden ger konkreta fördelar i form av ett större utbud av varor och tjänster till konkurrenskraftiga priser utan att den skall ge upphov till onödiga och negativa effekter på miljön och människors hälsa. Regeringens ambition är att Sverige ska tillhöra EU:s kärna och vara en aktiv och konstruktiv kraft i samarbetet.

EU-medlemskapet har gjort det enkelt att flytta varor, tjänster och kapital över landgränserna och lika självklart är att personer ska kunna röra sig fritt för att studera eller arbeta utan onödiga och krångliga hinder. Den inre marknaden förbättras och vässas ständigt med syfte att skapa ett enhetligt regelverk över hela EU- och EES-området. Harmoniseringen av regelverk och särskilt det ömsesidiga erkännandet av tekniska krav och föreskrifter har reducerat företagets kostnader i samband med export inom EU och EES. Fortsatta ansträngningar för att vårda och vässa den fria rörligheten och den inre marknadens effektivitet, motverka byråkratisering och nationella särregler och minska diskrimineringen i offentlig upphandling är viktiga uppgifter för framtiden.

För de allra flesta företag inleds en internationalisering genom att man utökar sin verksamhet i sitt närområde. Därför är Tyskland, Norge och Danmark Sveriges största handelspartners. En väl fungerande inre marknad innebär bland annat att de regler man har att förhålla sig till på hemmaplan i princip även gäller inom övriga EU-länder. I de fall hinder uppstår finns inom EU instrument som kan avhjälpa uppkomna problem, såsom nätverket för att få bort handelshinder, SOLVIT, där Kommerskollegium i Sverige är s.k. SOLVIT-center.

Genom att EU leder utvecklingen av framför allt standarder kan den europeiska konkurrenskraften stärkas ytterligare, särskilt när europeiska standarder blir modell för andra delar av världen. Gemensamma regelverk underlättar för företag i tredje land att både handla med och investera i Europa. De underlättar också för mindre europeiska företag att etablera sig på andra marknader eftersom de inte behöver anpassa sina produkter.

Rapporter från Kommerskollegium och Föreningen Sveriges Auktoriserade Revisorer pekar på att allt för många företag, i synnerhet små och medelstora, inte betraktar EU:s inre marknad som sin hemmamarknad. Det krävs därför insatser för att få fler företag att förstå och dra nytta av de fördelar som EU:s inre marknad ger.

Konkurrensverket har på regeringens uppdrag lämnat förslag på åtgärder som stärker konkurrensen utifrån en bred översyn av konkurrenssituationen i Sverige. Ett av syftena är att öka Sveriges utnyttjande av fördelarna av EU:s inre marknad. Det föreslås att det säkerställs att svensk lagstiftning inte står i strid med EU:s principer för den inre marknaden och att myndigheternas skyldighet att verka för inre marknadsprinciperna, inklusive genom en skyldighet att göra ett inre marknads-test, tydliggörs. Ett annat förslag är att förenkla momsreglerna vid import genom att ersätta importmomsen vid import från tredje land med förvärvsmoms. Danmark och Nederländerna har gjort en sådan reform, vilket innebär att import från tredje land hanteras på ett sätt som liknar import

från EU-land. Detta underlättar regelbördan för särskilt de mindre företagen.

EU:s Östersjöstrategi tas fram av Kommissionen i samarbete med medlemsländerna och väntas antas av Europeiska rådet i oktober under det svenska ordförandeskapet. Östersjöstrategin är ett sätt att främja affärsmöjligheter och förbättra den inre marknadens sätt att fungera i ett makroregionalt perspektiv. Strategin innehåller fyra områden – miljö, tillväxt, attraktivitet och tillgänglighet samt säkerhet – där medlemsstaterna runt Östersjön bestämt sig för att inom ramen för en rad konkreta åtgärder fördjupa sitt samarbete. Östersjöstrategin ger även en möjlighet för ”Regional Branding”, det vill säga öka Östersjöregionens synlighet och attraktivitet i den globala konkurrensen om handel, investeringar och turismströmmar.

6.1.1 Tjänstedirektivet

Under det senaste decenniet har tjänsteföretagens betydelse för både exporten och ekonomin i övrigt ökat kraftigt. Man räknar med att tjänstesektorn svarar för ca 76 procent av den totala sysselsättningen, att jämföra med de 15 procent som återfinns i industrin. Den senaste tioårsperioden har inneburit att tjänstehandeln ökat kraftigt i förhållande till den totala handeln. År 1996 motsvarade tjänstehandeln ca 20 procent av den svenska exporten medan motsvarande andel år 2008 var 28 procent. Tjänstesektorns betydelse understryks av att tjänsteexporten än så länge fortsätter att öka trots den ekonomiska krisen och den kraftiga nedgången i den totala exporten. Även industriproduktionen blir allt mer beroende av en väl fungerande tjänstenäring.

Tjänstedirektivet, som ska vara genomfört den 27 december 2009, är en viktig komponent för utvecklingen av EU:s inre marknad. Syftet med tjänstedirektivet är att underlätta både långsiktig etablering och mer tillfällig tjänsteutövning på den inre marknaden. Avsikten är också att ta bort olika

handelshinder och att förenkla administrationen för företagare. Sverige verkar för ett effektivt och tidsenligt genomförande där samsyn råder mellan medlemsstaterna om de centrala momenten. EU-kommissionen uppskattar att ett fullt ut genomfört tjänstedirektiv leder till 600 000 nya arbetstillfällen inom EU.

6.2 Handelspolitiken

Världshandelsorganisationen (WTO) och dess avtal skapar förutsägbarhet och stabilitet för internationell handel, inte minst i tider av ekonomisk kris. Det bästa sättet att försäkra världsekonomin mot protektionistiska tendenser och åtgärder vore ett snabbt och ambitiöst avslut av de pågående förhandlingarna i WTO, den s.k. Doharundan. Olika beräkningar uppskattar att en framgångsrik Doharunda skulle innebära mellan 100-120 miljarder euro i ökad global årlig inkomst. Kommerskollegium visar i en studie att den årliga inkomstökningen per hushåll i Sverige skulle kunna bli uppemot 2 800 svenska kronor.

Även bilaterala och regionala frihandelsavtal bidrar till att skapa öppnare marknader och motverka protektionism. EU förhandlar för närvarande frihandelsavtal med ett stort antal länder, bl.a. Centralamerika, vissa länder i Andinska gemenskapen, Gulfstaterna, Indien, Sydkorea och Ukraina.

Den ekonomiska krisen har slagit hårt också mot utvecklingsländerna. En ökad integration i den internationella handeln är ett viktigt verktyg för att hantera krisens effekter och stärka dessa länders ekonomier. En långsiktig, hållbar tillväxt är en förutsättning för att skapa de resurser som krävs för en effektiv fattigdomsbekämpning. Genom den ekonomiska krisen ökar vikten av att avsluta förhandlingarna om Ekonomiska Partnerskapsavtal mellan EU och ett 70-tal utvecklingsländer i Afrika, Västindien och Stillahavsregionen.

EU:s samlade styrka med Kommissionen och 27 medlemsländer kan utnyttjas av Sverige och svenska företag för

att bearbeta existerande handelshinder. Ett viktigt instrument för detta utgörs av EU:s marknadstillträdesstrategi som är ett samarbete mellan Kommissionen, medlemsländerna och näringslivet för att identifiera och lösa handelshinder i tredje land.

7 Klimatfrågan och handels- och investeringsfrämjandet

Urbaniseringen tilltar i accelererande takt, särskilt i utvecklingsländerna, liksom den globala efterfrågan på infrastrukturella systemlösningar i form av vattenförsörjning och vatten- och luftrening, avfallshantering och transportlösningar. År 2030 beräknas över 60 procent av jordens befolkning bo i städer och tätorter.

Den globala uppvärmningen ställer höga krav på samhällets omställning från verksamheter som släpper ut stora mängder växthusgaser till mer klimatvänliga alternativ. EU-länderna har enats om att till år 2020 minska sina utsläpp av växthusgaser med minst 20 procent. Samtidigt ska andelen förnybar energi i EU:s samlade energimix öka till 20 procent. Liknande målsättningar har satts upp för energisparande och andelen förnybara bränslen i transportsektorn. På global nivå pågår inom FN:s ram förhandlingar om uppföljningen av Kyoto-avtalet, med syftet att enas om globala mål för minskandet av utsläppta växthusgaser.

De omställningar som följer av klimatpolitiken, både nationellt, i EU och globalt, kräver stora investeringar och den globala efterfrågan på mer energieffektiv teknik och resurseffektiva lösningar och system bedöms öka kraftigt framöver. Det innebär stora kostnader men också stora möjligheter för export av svenska lösningar avseende varor och tjänster.

En fungerande hemmamarknad och ett gott företagsklimat är en förutsättning för lyckad export. Sverige ligger i framkant

inom miljöteknik och har även goda möjligheter att utveckla ny teknik med exportpotential. Sverige har hög kompetens inom områden som avfallshantering, vatten- och avloppsrening, energieffektivisering (inklusive bioenergi) samt luftrening. Likaså finns en bred kompetens inom integrerad, sektorsövergripande stadsplanering och implementering av miljöteknik från olika sektorer och kompetenser. Detta grundlades till stor del redan under 1970-talet då oljekrisen föranledde stora ansträngningar för att hitta nya sätt att behandla vatten, isolera byggnader samt utveckla energibesparande system och alternativa bränslekällor.

Sverige har därför en komparativ fördel jämfört med många andra länder inom dessa teknikområden och har utvecklat systemlösningar på komplexa miljöproblem där olika kunskaper och kompetenser samordnas. Mellan 2006 och 2007 ökade omsättningen i vad som kan definieras som miljötekniksektorn med 13 procent och miljöteknikexporten ökade med 15 procent. De flesta miljöteknikföretagen är små, men de större företagen står för majoriteten av exporten.

Exportutredningen (SOU 2008:90) konstaterar att framgångsrik export och internationalisering kräver att företagets potentiella utländska kunder har tillräcklig information om vad branschens företag har att erbjuda. Det är viktigt att synliggöra det svenska utbudet av miljöteknik såsom system, varor och tjänster samt befintliga demonstrationsanläggningar, med gemensamt varumärke och marknadsföring.

Fler företag från fler länder försöker komma ut och konkurrera på den internationella marknaden. För att företagen ska lyckas internationellt och därmed växa efterfrågar de ett nära samarbete med andra företag och med det offentliga Sverige. Ett aktivt exportfrämjande med tydlig marknadsbearbetning av nyckelmarknader är av stor vikt för att ta till vara branschens exportpotential.

Regeringen har sedan 1998 gett Exportrådet i uppdrag att verka för ökad miljöteknikexport, med särskilt fokus på små och

medelstora svenska företag. På många marknader är multilateralt finansierade projektinsatser med fokus på miljö, energi och infrastruktur av stor vikt. Regeringskansliets Projektexportsektariat som är placerat inom UD (UD-FIM-PES) verkar för att öka svensk projektexport och svenska företags andel av upphandling till projekt finansierade av bl.a. EU, FN-systemet och internationella finansinstitutioner. De projekt som PES enligt riktlinjerna ålagts att främja eller initierat avser i mycket stor utsträckning investeringar inom miljö- och energisektorn.

Invest in Sweden Agency (ISA) arbetar med främjande av tillväxt och förnyelse inom miljöteknikområdet genom att medverka till utländska riskkapitalinvesteringar i svenska tillväxtföretag, att utländska företag investerar i svenska affärsprojekt samt att utländska företag förlägger forskning och utveckling till Sverige. Verksamheten syftar vidare till att strategiska allianser bildas mellan svenska och utländska företag och att den internationella kundbasen för universitet och forskningsinstitut utökas. ISA fick i juni 2008 genom Näringsdepartementet ett uppdrag av regeringen att genomföra en särskild satsning på investeringsfrämjande inom "cleantech"-området.

Regeringen arbetar aktivt för ett ökat internationellt främjandesamarbete på miljöteknikområdet. Samarbetsavtal har tecknats med USA och Brasilien om teknikutveckling för förnybar energi. Överenskommelser har också ingåtts med Kina om samarbete inom energi- och miljöteknik inklusive hållbar stadsutveckling. Regeringen tillsatte sommaren 2008 en särskild samordnare för genomförande av det svensk-kinesiska miljötekniksamarbetet enligt de överenskommelser som undertecknades när statsministern besökte Kina i april 2008.

Regeringen har även utvecklat ett miljösamarbete med Indien. Sverige inrättade 2008 ett miljö- och energikontor i New Delhi där Exportrådet på uppdrag av regeringen bedriver ett särskilt främjandeprogram. Programmet löper tre år och fokuserar på stöd till de svenska företag som aktivt vill bearbeta marknaden

och ska förmedla kontakter mellan svenska företag och potentiella köpare i Indien.

Utöver dessa statliga initiativ sker även ett stort antal kontakter och konkreta samarbetsprojekt på lokal och regional nivå. Miljöteknik är en betydande bransch i många kommuner och regioner och en rad initiativ pågår för att gemensamt marknadsföra deras kompetens inom området. Ofta sker också en utvecklad samverkan med forskare på området. Här finns en utmaning i att öka intresset för, och stärka kompetensen för internationella export- och marknadsföringsåtgärder. De regionala miljötekniknätverken utgör även värdefulla kontaktpunkter i samband med inkommande besök eller utgående delegationsresor på nationell nivå.

Mer än 100 000 besök, varav många utländska, görs årligen vid svenska anläggningar för att studera vatten-, avfalls- eller energisystem. Det är viktigt att det finns referensprojekt och referensanläggningar som kan visa upp svensk miljöteknik med en tydlig koppling till de svenska företag som kan leverera lösningarna. En förstärkt och tydlig marknadsbearbetning på nyckelmarknader för att bevaka affärsmöjligheter för svenska företag är också angeläget. Miljöteknikbranschen har potential att utgöra en betydligt större andel av svensk export.

En stor potential för svensk miljöteknikexport finns i tillväxt- och postkonfliktländer med stora behov av förbättrade miljö- och energisystem, t.ex. Kina och Irak. I Kina har ett pilotprojekt startats i staden Tangshan med potential att bli en förebild för andra kinesiska städer. Inom Projektexportsekretariatet vid Utrikesdepartementet bereds för närvarande en "SymbioCity"-insats i Irak inom ramen för initiativet att stimulera företagare med utländsk bakgrund till ökad export.

7.1 "SymbioCity"

Som ett led i främjandet av svensk miljöteknikexport har Regeringskansliet i samarbete med Exportrådet utvecklat

marknadsföringskonceptet och kommunikationsplattformen ”SymbioCity”. Denna marknadsför svensk hållbarhet, olika lösningar och kombinationer av dessa i större system samt svenska företag och kompetensområden. Nära kopplingar finns till regeringens (genom Miljödepartementet) satsning på hållbar stadsutveckling och kan bli ett referensprojekt för detta.

SymbioCity-konceptet hanteras i samverkan mellan en mängd olika aktörer. Inom Regeringskansliet sker ett nära samarbete mellan Utrikes-, Miljö- och Näringsdepartementen. Genom denna samverkan är det möjligt att bidra med resurser från de olika departementen för olika insatser.

Internt inom Utrikesdepartementet berör arbetet med SymbioCity flera delar av organisationen såsom Projektexportsekretariatet (UD-FIM-PES) och de geografiska enheterna. I nära samarbete mellan Utrikes-, Närings- och Miljödepartementet har ett särskilt sekretariat upprättats för miljötekniksamarbete med Kina (”Sekretariatet för Miljöteknikexport Kina”, MTK). Dessutom arbetar flera av de svenska utlandsmyndigheterna aktivt med marknadsföringen av SymbioCity i sina respektive länder. Det finns samtidigt beröringspunkter med utvecklingssamarbetet, inte minst insatserna avseende klimatrelaterat bistånd. Sida finansierar ett flertal insatser som har kopplingar till SymbioCity.

8 Utvecklingssamarbetet och handels- och investeringsfrämjandet

Sverige spelar en viktig roll i arbetet med att uppnå de internationella utvecklingsmålen – FN:s millenniemål. I denna strävan är synsättet i Sveriges politik för global utveckling (PGU) nydanande i att söka skapa synergier och samverka mellan olika politikområden. Det gäller samverka mellan alla sektorer i det svenska samhället – den offentliga (bland annat bistånd och handelspolitik), den privata och det civila samhället (inklusive enskilda organisationer, NGO:s). Det gäller också samverka mellan främjandet och utvecklingssamarbetet.

Politiken för global utveckling slår fast att erfarenheter och kunskaper inom svenskt näringsliv och fackföreningsrörelse bör tas tillvara i utvecklingssamarbetet. Vidare konstateras att bl.a. ekonomisk tillväxt är en grundläggande förutsättning för utveckling och därmed också fattigdomsbekämpning. Det ekonomiska utanförskap i vilket en stor del av världens befolkning fortsatt befinner sig, kan bara brytas genom marknadsekonomiska reformer, ökat tillträde till den internationella marknaden och framväxten av ett livskraftigt näringsliv. Genom en lång tradition av öppenhet och internationell inriktning har svenskt näringsliv goda möjligheter att bidra till ekonomisk utveckling i fattiga länder.

Det finns flera beröringspunkter mellan handel och investeringar samt utvecklingssamarbetet. Företagen bidrar

genom handel och investeringar till att generera ekonomisk tillväxt i utvecklingsländer bl.a. genom ökad sysselsättning, teknik- och kunskapsutveckling och ökade skatteintäkter. Bidraget till PGU stärks när företag strävar efter ett ansvarsfullt företagande (Corporate Social Responsibility, CSR), med principer relaterade till bl.a. mänskliga rättigheter, miljö, arbetarskydd och korruption. Utvecklingssamarbetet ger även bidrag till utvecklingsländernas möjlighet att delta i internationell handel och investeringsutbyte. De relationer som utvecklingssamarbetet skapar mellan Sverige och samarbetslandet kan även andra aktörer dra nytta av. När de bilaterala relationerna inte längre domineras av utvecklingssamarbetet kan ett samarbete kring annat, inklusive handel och investeringar, fortsätta. Med bibehållen respekt för den svenska principen om obundet bistånd kan svenskt mervärde och komparativa fördelar i näringslivet även bidra till och utnyttjas i det svenska utvecklingssamarbetet.

I detta sammanhang ställs ökade krav på att informera svenska företag om de möjligheter som finns inom projekt finansierade genom biståndsmedel. Här finns en roll för ett offentligt åtagande för informationsspridning.

En ny dialog och en närmare samverkan håller på att utvecklas mellan Sida och näringslivet, baserad på ömsesidig respekt för respektive roller. Om näringslivet ska kunna uppfattas som partners, snarare än bara som leverantörer, inom ramen för utvecklingssamarbetet behöver näringslivet tydligare kunna visa sitt bidrag till samarbetsländernas utveckling. Ett antal metoder och instrument för detta är redan i drift eller under utveckling. Dit hör bland annat Swedfund International AB:s verksamhet, DemoMiljö, vissa "challenge facilities" och Aktörssamverkan. Ett nytt program som Sida tillsammans med näringslivet tagit initiativ till att utveckla är "Business for Development". Avsikten är att det ska bli ett sammanhållet program för Sidas samarbete med svenska företag och deras organisationer och bygga på samarbete med flera myndigheter och andra statliga organ.

I de länder där svenskt bistånd fasas ut kommer det svenska engagemanget att ta sig nya uttryck i form av aktörssamverkan och riktade insatser. Bland utfasningsländerna finns Botswana, Indien, Indonesien, Kina, Namibia, Sydafrika och Vietnam – alla länder som är intressanta handels- och investeringsdestinationer.

9 Särskilda initiativ och åtgärder inom handels- och investeringsfrämjandet 2008-2009

Det svenska samhället förändras över tiden, och detsamma gäller för den svenska handeln. De produkter, företag och marknader som har en outnyttjad exportpotential varierar. Ett effektivt handels- och investeringsfrämjande anpassar sig till dessa förändringar och försöker utnyttja den potential som finns. Det är viktigt att tidigt identifiera var tillväxtsektorer, outnyttjad potential och tillväxtekonomier återfinns. Därför har vissa särskilda främjandesatsningar beslutats för den innevarande tvåårsperioden.

9.1 Tjänstesektorn

Tjänstesektorn svarar i dag för omkring 75 procent av Sveriges BNP och en hög andel av sysselsättningen. Dess betydelse kan förväntas fortsätta att öka i takt med att den svenska industriproduktionen blir mer automatiserad och dessutom i stigande grad utlokaliseras till lågkostnadsländer ("outsourcing"). Fyra av fem nya svenska arbetstillfällen uppstår numera i tjänsteföretag. Många tjänsteföretag befinner sig högt upp i värdekedjan och är av strategisk betydelse för ett lands framtida konkurrenskraft.

Den svenska exporten av tjänster växer i både absoluta och relativa tal. I dag svarar tjänsterna för 28 procent av den svenska exporten, och dess andel växer stadigt. En stor del av exporten sker i små och medelstora företag. Samtidigt är en viktig del av tjänsteexporten en följd av varuexporten, t.ex. som följdleveranser av utbildning, finansiering, marknadsföring, underhåll eller licenser och royalties. De stora industriföretagen är således också viktiga exportörer av tjänster som kompletterar deras andra produkter, inte minst genom interndebitering inom sina koncerner från huvudkontor samt forsknings- och utvecklingsavdelningar i Sverige.

Sverige är ett av världens 20 största länder i fråga om tjänsteexport. Medan våra andelar av världsmarknaden för varor har minskat sedan 1994 har vi vunnit andelar på världsmarknaden för tjänster. Utvecklingen har varit bättre än för flertalet av våra jämförbara konkurrentländer i Europa och OECD-området. Den globala tjänstehandeln antas bara vara i sin linda, varför den framtida potentialen för ökad export är stor.

Tjänstesektorn har under de senaste två åren ägnats ökad uppmärksamhet inom handels- och investeringsfrämjandet. Det sker genom satsningar på tjänsteexport generellt och på branscher med stort tjänsteinnehåll med målsättningen att korta deras ledtider till internationell framgång. I nuläget gäller det främst miljöteknik och svensk spjutspetskompetens inom "life science"-sektorn, särskilt bioteknik, medicinteknik, läkemedel samt hälso- och sjukvårdstjänster. Exportrådet har fått i uppdrag att utreda potentialen för att specifikt främja tjänsteföretagens internationalisering. En särskild satsning görs på projektexportfrämjande som har ett högt tjänsteinnehåll. Genom olika initiativ såsom plattformen "SymbioCity" marknadsförs svenska miljötekniktjänster aktivt gentemot utlandet.

Tjänstesektorn är också central i det globala investeringsflödet. Nästan två av tre globala direktinvesteringar sker inom tjänstesektorn. Invest in Sweden Agency arbetar därför aktivt med att intressera tjänstetunga företag i prioriterade sektorer för att direktinvestera i Sverige.

Handeln med tjänster sker i högre utsträckning än varuhandeln med länder i samma geografiska region. Av den svenska tjänsteexporten går drygt hälften till andra EU- och EES-länder, särskilt de nordiska. Samtidigt finns många typer av hinder för tjänstehandeln i form av lagstiftning och andra regler som rör exempelvis etableringar, tjänsteutövarnas rörlighet över gränser och transparens i upphandlingar. Genom EU:s tjänstedirektiv tas flera sådana hinder för tjänstehandel inom Europa bort. Genomförandet av direktivet är därför ett centralt verktyg för att öka den svenska tjänsteexporten.

I EU förhandlas ett direktiv om patientrörlighet, som syftar till att öka europeiska patienters möjligheter att få vård i det land de själva väljer. Inga förslag som underlättar för företag som levererar vård- och omsorgstjänster ingår dessvärre. Sverige har intresse av att den diskussionen fortsätter inom EU. Sverige har många företag inom denna sektor med kapacitet att expandera internationellt och därmed bidra till tillväxt och sysselsättning på hemmaplan.

9.2 Tillväxtmarknader (emerging markets)

En central faktor i globaliseringen har varit framväxten av snabbt växande ekonomier i utvecklings- och övergångsländer, inte minst i Östeuropa och Asien. Svenska företag var tidiga i att handla med och investera i dessa länder. Således har de baltiska länderna, övriga Östeuropa, Ryssland, Indien, Brasilien, Kina och flera andra asiatiska länder kommit att ta emot en allt större andel av svensk export och svenska företags utlandsinvesteringar. Exportutredningen har visat att den svenska exportutvecklingen till dessa marknader visar på ett ojämnt mönster när man jämför med andra EU- eller OECD-länders. Sveriges export har ökat mindre än andra jämförbara länders till exempelvis Kina och Japan men mera till Indien.

I detta sammanhang är det viktigt att redan nu överväga var framtidens tillväxtekonomier återfinns, och satsa på exporten

dit. Under den senaste högkonjunkturen har länderna i Mellanöstern och Afrika vuxit ovanligt starkt och blivit allt viktigare som exportmarknader, även om deras totala andel av den svenska exporten fortfarande är liten. Delvis kan denna tillväxt förklaras av att länderna gynnats av de höga världsmarknadspriserna på olja och andra råvaror. Troligen kommer tillväxten att minska till följd av prisnedgången på dessa råvaror till följd av finanskrisen och lågkonjunkturen. I ett längre perspektiv finns det dock skäl att förmoda att den tidigare trenden med högre råvaru- och tillväxtsiffror i dessa länder kommer fortsätta.

Än så länge har den svenska exporten till Mellanöstern och Afrika stått emot effekterna av finanskrisen. Under 2008 ökade den samlade svenska exporten med fem procent. Exporten till Mellanöstern-regionen ökade med 26 procent och till övriga Afrika ökade den med 33 procent. Det finns skäl att satsa särskilt på främjandeinsatser riktade till dessa länder. De marknadsandelar som kan vinnas under lågkonjunkturen blir en stor fördel i den uppgång som kommer därefter. En marknad med särskild potential att öka i betydelse är Irak, förutsatt att stabiliseringen av landet fortsätter.

9.3 Företagare med utländsk bakgrund

Det finns 70 000 företag i Sverige som ägs av företagare med utländsk bakgrund. Vart femte nytt företag startas av en person med invandrarbakgrund. Sammanlagt sysselsätter dessa företag ca 250 000 personer. Företagen finns representerade inom hela den svenska ekonomin, med många framgångsrika profiler och koncept. Den övervägande delen av företagen är små eller medelstora. Undersökningar har visat att de företag som har utlandsfödda i sin personal har ökat sin omsättning mer än företag utan utlandsfödda. De är också oftare internationaliserade, det vill säga bedriver export eller har annan

etablerad samverkan med företag i andra länder, än andra företag i samma storleksklass.

Företagare med utländsk bakgrund är en resurs som bör tas tillvara i ökad utsträckning i handels- och investeringsfrämjandet. Forskningen har uppvisats ett positivt och signifikant samband mellan internationell migration och handel.¹² Företagare med utländsk bakgrund besitter goda kunskaper om affärskultur, politik, religion och språk i sina tidigare hemländer. Genom sina kontaktnät har de särskilt goda förutsättningar att själva bedriva handel och dessutom vara vägvisare för andra svenska företag. Denna kompetens innebär unika möjligheter för Sverige att verka på ett flertal av världens snabbt växande marknader, inte minst i Mellanöstern och Afrika.

Förutsättningarna för dessa företag att ta sig ut på exportmarknaden bör förbättras. Exportrådet har på regeringens uppdrag skapat ett nätverk för företagare med utländsk bakgrund. I dag finns sådana nätverk i tre regioner med deltagare från en rad branscher och ursprungsländer. Inom ramen för projektet har man valt ut ett antal "ambassadörer" som valts ut med uppgift att stödja och informera andra företagare om de möjligheter export ger. Insatsen fortsätter och intensifieras under 2009. Verksamheten ska planeras och bedrivas så att synergier med andra exportfrämjande och företagsutvecklande verksamheter tas till vara. Exportrådet ska inom ramen för uppdraget samarbeta med relevanta myndigheter och organisationer för näringslivsutveckling och internationalisering som Almi Företagspartner AB och Swedfund International AB.

Almi ger kvalificerad rådgivning till företagare. Bolaget har omkring 40 rådgivare med utländsk bakgrund och har på kort tid avsevärt ökat långivningen till företag som drivs av personer med utländsk bakgrund. Svenskar med bakgrund i andra länder kan också bidra till främjandet av svenska företags möjlighet att vinna kontrakt vid större projekt i utlandet.

¹² Hatzigeorgiou, A. 2008. Migration as Trade Facilitation – Assessing the Links between International Migration and Trade. University of Michigan Working Paper).

En mycket viktig aktör är Swedfund International AB, som erbjuder riskkapital och kunskaper för investeringar i utvecklingsländer och länder i Östeuropa som inte är EU-medlemmar. Företagare med utländsk bakgrund har en större benägenhet att investera i postkonfliktländer än andra, och utgör därför en viktig målgrupp för insatserna. Swedfund har efter riksdagens godkännande fått 10 miljoner kronor under 2008 för att underlätta investeringar inom bl.a. postkonfliktländer och i samverkan med företagare med invandrarbakgrund. Projektet har hittills bl.a. resulterat i en sjukhusinvestering i norra Irak.

Utrikesdepartementets Projektexportsekretariat (UD-FIM-PES) arbetar aktivt med att ta vara på kompetens hos företagare med bakgrund från Irak när det gäller kommande projekt i landet.

Invest in Sweden Agency drar i det investeringsfrämjande arbetet nytta av de nätverk som företagare, studenter och andra personer med utländsk bakgrund har i sina hemländer.

Svenska institutet förmedlar stipendier till utländska studenter som vill studera vid svenska lärosäten. Dessa studenter blir värdefulla "ambassadörer för Sverige" med potential att förmedla och ta initiativ till affärer mellan Sverige och sina hemländer. SI har en databas med drygt 20 000 personer som studerat i Sverige under de senaste åren.

9.4 Importfrämjande

Handelsfrämjandet omfattar inte bara export eftersom även importen bidrar till att stärka den svenska ekonomins konkurrenskraft. Även om importen har ett mindre behov av offentligt främjande är det viktigt att dess fördelar kommer hela det svenska samhället till godo. Inte minst gäller detta produkter från utvecklingsländerna. Kommerskollegiums funktion "Open Trade Gate Sweden" har till uppgift att särskilt underlätta importen från utvecklingsländer i förhållande till svenska och europeiska regelverk.

Regeringen har också anslagit vissa begränsade medel för generella importfrämjande insatser genom Handelskamrarna. Verksamheten inriktas på generella importfrämjande insatser såväl i Sverige som i utlandet för att sprida information om Sverige som importmarknad. Det sker i form av inkommande affärsdelegationer, kompetensutvecklings- och kontaktskapande insatser, rådgivning till företag och organisationer samt seminarier om Sverige som exportmarknad och om svenska företags krav på nya leverantörer.

En annan del består i samordning av ett mötesforum för svenska aktörer att diskutera och koordinera importfrågor (Importråd) som inrättas under våren 2009. Detta forum syftar till att främja aktivt informationsutbyte och diskussioner om möjlig samverkan. Insatserna samordnas av Handelskamrarna genom Stockholms Handelskammare och genomförs i samarbete med Svensk Handel och andra svenska näringslivs- och branschorganisationer, Kommerskollegium, Sveriges exportråd (Exportrådet), Konkurrensverket och svenska företag. Importfrämjandet genomförs i huvudsak gentemot utvecklingsländer.

9.5 Utvecklingssamarbetet och näringslivet

Det internationella biståndet uppgår till över 100 miljarder dollar årligen. De privata kapitalflödena till utvecklingsländerna har på senare år varit betydligt större än biståndsflödena men förmodas minska till följd av finanskrisen. Det internationella biståndet, inte minst det som förvaltas av multilaterala organisationer, erbjuder en växande marknad inom områden där det svenska näringslivet har kompetens och konkurrenskraft. Flertalet institutioner ger allt större prioritet åt privata sektorns roll för ökad ekonomisk tillväxt i utvecklingsländerna. En konsekvens är att projektinvesteringarna väntas öka runt om i världen. Konkurrensen mellan de deltagande företagen om dessa upphandlingar, som ofta rör mycket stora summor, är hård.

Efterfrågan på offentliga främjandeinsatser inom detta område är mycket stor bland de berörda företagen.

En viktig grund för projektexporten är de relationer som under en lång tid byggts upp mellan Sverige och många utvecklingsländer och växande ekonomier, bland annat genom utvecklingsarbetet. I dag finns det inom en rad myndigheter och departement ett stort kunnande kring de förhållanden och förutsättningar som råder i dessa länder, något som tillsammans med viktiga nätverk och kontakter kan bidra till ett utvecklat samarbete även inom näringslivsområdet. Sidas är med sina goda landkunskaper, viktiga personnätverk och värdefulla överblick över den svenska resursbasen en central aktör i detta sammanhang.

Projektexportsekretariatet (PES) inom Utrikesdepartementet har under 2009 givits möjlighet att med hjälp av biståndsanlaget genomföra vissa särskilda insatser i utvecklingsländerna för en närmare samverkan mellan näringsliv och utvecklingsarbete avseende projektexport.

Genom att arbeta med ett tydligt utvecklingsfokus skapas viktiga synergier där såväl fattigdomsbekämpningen och arbetet för en mer hållbar utveckling som det svenska handelsutbytet kan gynnas.

10 Behov av särskilda insatser med anledning av den finansiella krisen

Den finansiella och ekonomiska krisen, den värsta världen upplevt på länge, gör att handels- och investeringsfrämjandet får ännu större betydelse. Det gäller att stimulera internationell handel och motverka protektionistiska krafter. En friare handel bidrar till tillväxt och välbefinnande, både i Sverige och globalt. Att föra Doharundan i hamn är avgörande för att försäkra den globala ekonomin mot protektionistiska åtgärder. Öppna marknader och tydliga regler för handel skapar dessutom bättre förutsättningar för en snabbare återhämtning.

Men som tydligt visat spelar det offentliga främjandet en betydande roll. Främjandet utgör ett viktigt instrument för att förbättra svenska företags möjligheter till internationalisering utan att vara direkt beroende av andra länders handelspolitik.

Det är viktigt att säkerställa att de offentliga insatserna avseende handels- och investeringsfrämjande ger näringslivet goda förutsättningar under rådande ekonomiska nedgång. I oktober förra året presenterade professor Ari Kokko sin utredning "Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande" (SOU 2008:90). Den gedigna kunskap och de många idéer som framkommit i utredningen och i dess remissvar har givit en god bas för ett ännu effektivare handels- och investeringsfrämjande, med särskilt fokus på små och medelstora företag i hela Sverige. Tillsammans

med de andra rapporter som redovisats ovan har utredningen bekräftat den mycket stora betydelse som det offentliga främjandet har för svenska företags framgångar på den internationella marknaden.

Ett fortsatt starkt engagemang från staten, som ägare och beställare genom målstyrda uppdrag finansierade över statsbudgeten, är nödvändigt för att Exportrådet även framöver ska kunna ge handfast stöd till det svenska näringslivets internationalisering. Ett effektivt stöd till svenska företags internationella affärsutveckling kräver att Exportrådet har en långsiktig närvaro på de strategiskt intressanta marknaderna. Särskilt mindre exportföretag har svårt att själva upprätthålla en sådan närvaro i tider av stark ekonomisk nedgång.

Staten har givit Exportrådet i uppdrag att särskilt stödja de små och medelstora företagen. En stärkt offentlig finansiering skulle ge Exportrådet möjligheter att värna och utveckla sin närvaro i företagens tjänst. I det rådande ekonomiska läget är det extra viktigt att kunna erbjuda starka brohuvuden för svenska företag. Exportrådets närvaro på utlandsmarknaderna är en garanti för att företagen ska kunna dra nytta av de lokala nätverk, den marknadskännedom och den anpassade professionella service som Exportrådet utvecklat under decennier.

Exportrådets regionala kontor runt om i Sverige bidrar till att ge den nationella näringslivsutvecklingen en internationell dimension, och till att ge fler företag inspiration, kunskap och styrka att ta steget ut på nya marknader. De ger också en stabil bas för samverkan – inom ramen för ett ”one-stop-shop-tänkande” – med övriga aktörer som arbetar för svenskt näringslivs utveckling. Denna samverkan kan ännu tydligare än hittills inriktas på att stärka företagens affärskunnande så att de kan skapa tillväxt genom internationalisering.

Väsentligt fler företag har potential att växa internationellt. Alltför många har dock fortfarande otillräcklig kunskap och insikt om de möjligheter som internationalisering och exportsatsningar kan ge i utbyte. Det är därför viktigt att vidmakthålla och vidareutveckla ett kraftfullt exportfrämjande

som systematiskt sprider kunskap och insikt om internationella marknader och deras möjligheter, och därigenom bidrar till att fler företag tar steget ut i världen.

Det är också viktigt att anpassa främjandet till följd av krisen. Konjunkturedgången och de minskade hemma- och närmarknaderna leder till att företagen ökar sitt intresse för den växande och relativt betalningssäkra marknad som finansieras genom internationella organisationer, finansinstitut och utvecklingsbanker. Även om det finns problem och utmaningar för svenska företag att öka sina andelar på dessa marknader så finns det också stora affärsmöjligheter.

I allt fler länder initieras ekonomisk-politiska stabiliseringsinitiativ med mycket stora belopp. Det gäller i USA och Västeuropa, Japan och Sydkorea liksom i många tillväxtländer som Kina och Indien. En snabbt ökande offentlig finansiering kanaliseras även genom multilaterala finansieringsorgan, inklusive FN och EU. Mycket stora kapitalökningar snabbförhandlas i bland annat Europeiska investeringsbanken (EIB) och Asiatiska utvecklingsbanken (AsDB).

Gemensamt för denna offentliga finansiering är att stora belopp fördelas till infrastrukturprojekt. Det gäller både tidigareläggning av redan beslutade projekt och skapandet av helt nya projekt. Inom flera av dessa områden står svenska projektexportföretag starkt med världsledande teknik, till exempel telekommunikationer, el-generering, transmission, energieffektivitet, vatten och avlopp, avfall, person- och godstransporter, stadsplanering med mera.

En strategisk och långsiktig satsning på den multilaterala marknaden är angelägen. Bland de långsiktiga insatserna ingår att påverka upphandlingsmetoder och upphandlingskriterier. Multilaterala inköpare och finansiärer bör i högre grad ställa krav avseende "grön upphandling", livscykelkostnader och hänsyn till om leverantörsföretagen har riktlinjer för socialt ansvar (CSR). Inom områden där svensk industri har kapacitet att agera som systemleverantörer är det ett svenskt intresse att s.k.

funktionsbaserad upphandling ökar i omfattning. En annan långsiktig insats är att verka för fler svenskar på nyckelpositioner i dessa institutioner. Bland de mer kortsiktiga, operativa insatserna återfinns insatser såsom sekonderingar av svensk personal i internationella organ samt finansiering och genomförande av marknadsanalyser, kompetensutveckling, delegationsbesök och liknande.

Miljö- och energiområdet kan bli en viktig tillväxtmotor i den svenska ekonomin. Goda förutsättningar har under flera decennier skapats genom nära samverkan mellan det offentliga, näringslivet och det civila samhället. Svenska institutionella och tekniska systemlösningar åtnjuter i dag högt förtroende i omvärlden. Utrikesdepartementet kommer i samarbete med Miljödepartementet och Näringsdepartementet att fortsätta att fokusera på främjande av svensk miljöteknikexport och hållbar stadsutveckling.

För en kunskapsekonomi som den svenska är det av stor betydelse att vi lyckas attrahera kompetensdrivna investeringar från utlandet. Dessa bidrar till att bredda basen av högkvalificerad arbetskraft samt av avancerade teknologier och produkter. Till detta kommer att det är angeläget att säkerställa inflödena från utlandet av kapital, nya teknologier och humankapital eftersom allt fler företag i Sverige flyttar ut inte bara produktion utan även forskning och utveckling. För ett litet och öppet land som Sverige som deltar i en allt intensivare global konkurrens med många nya aktörer, har det stor betydelse att behålla vår ledande position inom forskning och innovation. Sverige är en attraktiv arena för företagsförvärv och forskningssamarbeten, men det behövs även nya utländska direktinvesteringar behövs för att stärka den svenska kunskapsbasen. Sverige har ett gott rykte utomlands, men är relativt okänt i de stora tillväxtekonomierna i Asien och Gulfregionen.

Investeringar kommer även i fortsättningen att vara en motor för ekonomisk utveckling. Det är angeläget att Sverige förblir ett attraktivt land för utländskt företagande och investeringar. Detta

kräver ett politiskt engagemang, ett konkurrenskraftigt investeringsklimat och ett effektivt investeringsfrämjande. Sverige deltar varje dag i en global konkurrens om de utländska direktinvesteringarna. Hittills har vi klarat det bra. Men att vi varit bra tidigare är ingen garanti för att vi kommer vara det i framtiden.

Den finansiella och ekonomiska krisen motiverar ytterligare krafttag för att sänka kostnaderna för handel. Vi måste tänka i nya banor. Det är av stor vikt att alla insatser som görs på nationell, regional och lokal nivå förstärker varandra. Likaså måste de följas upp av insatser på de utländska marknaderna. Det handlar om att vässa insatserna för att främja export och internationalisering av särskilt små och medelstora företag i hela landet, så att de gör största möjliga nytta. Finanskrisen och den ekonomiska nedgången har understrukt behovet av ett långsiktigt och effektivt handels- och investeringsfrämjande som utgår från företagens behov, särskilt de små och medelstora företagen i hela landet.

11 Bilagor

Bilaga 1	Aktörerna i främjandet 2009
Bilaga 2	Resurser för handels- och investeringsfrämjande
Bilaga 3	Formalisering av motiv för främjandet

Bilaga 1 - Aktörerna i främjandet 2009

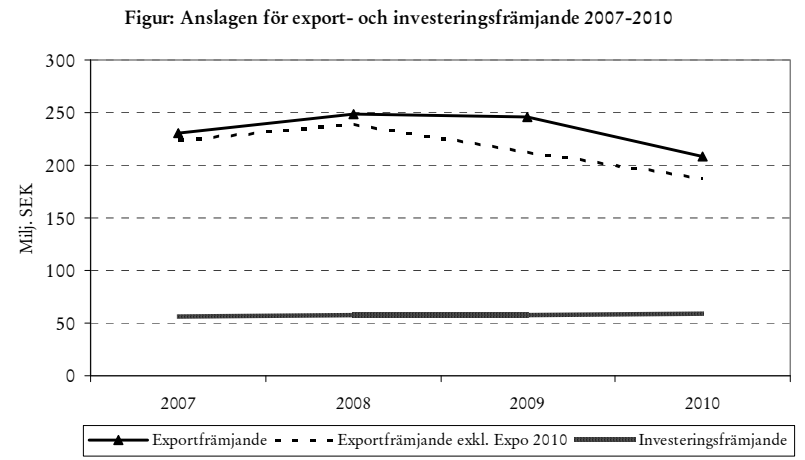
Bilaga 2 - Resurser för främjande 2007-10

Anslagen för export- och investeringsfrämjande 2007-2010

År	Exportfrämjande (milj. SEK)	Investeringsfrämjande (milj. SEK)
2007	230,8 *	55,9
2008	248,8 *	56,3
2009	245,3 *	57,2
2010	208,9 *	58,8

* I anslaget Exportfrämjande verksamhet ingår under åren 2007-2010 medel för finansiering av statens andel av kostnaderna för Sveriges deltagande i världsutställningen Expo 2010 i Shanghai:

2007 : 7 milj. SEK,
2008 : 10 milj. SEK
2009 : 33 milj. SEK
2010 : 20 milj. SEK



Bilaga 3 – Formalisering av motiv för det offentliga främjandet

Förekomsten av fasta kostnader i samband med import och export gör det lämpligt att koncentrera produktionen av nödvändig kompetens och marknadskunskap. Från ett samhällsekonomiskt perspektiv är det mer effektivt att bygga upp en grundläggande internationaliseringskunskap som kan tillgodogöras av alla svenska företag. På så vis kan vi undvika att varje enskilt företag som avser att handla med omvärlden tvingas bygga upp grundläggande kunskaper själva, vilket innebär onödiga omkostnader och hinder i internationaliseringsprocessen. Nedanstående exempel formaliserar detta resonemang.

Information nödvändig för export och/eller import medför kostnader av olika slag. Fasta kostnader existerar. Dessa beror på mängden varor/tjänster som ska exporteras eller importeras. De totala kostnaderna för att producera tillräcklig information I kan uttryckas som $TC(I) = FC(I) + VC(I)$, där den första termen motsvarar de fasta kostnaderna.

Teoretiskt är det rimligt att postulera att kostnadsfunktionen $TC(I)$ är av icke-konvex karaktär: den genomsnittliga kostnaden för att producera I faller med mängden information som produceras, dvs.

$$\partial \left[\frac{TC(I)}{I} \right] / \partial I < 0.$$

Detta medför skalfördelar i produktionen, vilket vidare medför

$$\frac{TC(I^1 + I^2)}{I^1 + I^2} < \frac{TC(I^i)}{I^i},$$

där $i=1,2$ om det totalt existerar två produktionsenheter

Exemplet ovan visar att koncentrerad produktion av exportkompetens och kunskap I är mer kostnadseffektivt jämfört med att sprida ut produktionen till flera enheter eller fler företag. Den fasta kostnaden motiverar i sig självt inte ett statligt engagemang, men tillsammans med kostnadsfunktionens sub-additiva karaktär är det mer effektivt att producera vid en enhet än flera.

Av resonemanget följer också att marknaden inte kommer att producera en optimal nivå av nödvändig kunskap och kompetens för utlandsaffärer (I^*) eftersom I är en kollektiv vara (icke-exkluderbar samt obefintlig/försumbar marginalkostnad). Slutsatsen är att utan ett offentligt främjande kommer marknaden att producera en sub-optimal nivå av I som är lägre än den nivå som är samhällsekonomiskt motiverad ($I < I^*$).