

# FÖRSLAG

## Internationalisering av små och medelstora företag



INNOVATION  
FÖR TILLVÄXT

### Förslagen i korthet

Växande företag kommer att i allt större utsträckning bli internationella. Detta innebär export av varor och tjänster samt i många fall även etablering utomlands. Oavsett vilken väg företaget väljer gäller tre förutsättningar för att skapa internationell konkurrenskraft: kunskap, kontakter och kapital.

Arbetsgruppen Internationalisering och omvärldsbevakning har arbetat fram förslag för att stödja små och medelstora företags (SME) internationalisering inom dessa tre områden:

#### Kunskap

- Kartlägg centrala myndigheter och andra aktörer med utgångspunkt i deras uppdrag för internationalisering av främst små och medelstora företag. Syftet med kartläggningen är att identifiera dubbelarbete, skapa underlag för att renodla arbetsuppgifter och roller samt bidra till att företag får en överblick över samtliga främjandemyndigheter.

- Genomför en tidsbegränsad och riktad satsning mot SME med tillväxt- och internationaliseringspotential. Satsningen ska innebära att varje företag erbjuds ett personligt möte för att analysera dess möjligheter på en internationell marknad samt informera om tillgängliga stödformer.
- Förbättra omvärldsbevakningen i SME genom att öka tydligheten om vilken information som finns tillgänglig. Erbjud fler analyser om marknadsförutsättningar, speciellt på tillväxtmarknader.

#### Kontakter

- Garantera en tillräcklig och uthållig svensk representation utomlands, genom att stärka centrala aktörers möjligheter att företräda svenska företag på utlandsmarknader.
- Stimulera, bland annat genom statligt stödda pilotprojekt, möjligheten till partnerskap med internationella aktörer för små och medelstora företag.

- Formulera mål och riktlinjer för att bättre tillgodose små och medelstora företags behov i forsknings- och innovationsverksamhet inom ramen för internationella program och forskningsavtal.
- Stärk resurserna för SME att ta del av det praktiska stöd exportfrämjande aktörer erbjuder i ett företags etableringsfas, som exempelvis Exportrådets inkubatorverksamhet.

#### Kapital

- Öka kunskapen om olika typer av finansieringslösningar för en internationell expansion. Regeringen bör också ge direktiv till offentliga aktörer som EKN, SEK och ALMI att intensifiera arbetet med att skapa finansiella instrument som passar mindre och medelstora företag.
- Utred möjligheten att införa "exportcheckar" som företagen kan använda för köp av kunskapstjänster för att utveckla och öka sin export.

### Arbetsgruppen Internationalisering och omvärldsbevakning

Visionen för IVA-projektet **Innovation för tillväxt** är att Sverige ska bli världens bästa miljö för innovationer. Ett av de övergripande målen är att Sveriges regering tar beslut om en nationell innovationsstrategi – Innovationsplan Sverige. Innovationsplanen kommer bland annat att innehålla de konkreta förslag som tas fram i projektets arbetsgrupper.

På de följande sidorna presenteras förslag från arbetsgruppen **Internationalisering och omvärldsbevakning**. De har antagits av projektets styrgrupp med **Marcus Wallenberg** som ordförande. Förslagen kommer att diskuteras och förankras i en rad olika sammanhang innan det får sin slutliga form i innovationsplanen som presenteras i oktober 2011. Du kan enklast följa diskussionen och ge synpunkter på [www.innovationfortillvaxt.se](http://www.innovationfortillvaxt.se).

**I arbetsgruppen Internationalisering och omvärldsbevakning har ingått:**

**Stefan Löfven** (IF Metall), ordförande för arbetsgruppen, **Johan Ancker** (Teknikföretagen), **Mats Berggren** (Sweden Bio), **Staffan Bjurulf** (Region Värmland), **Henrik Fridén** (Vinnova), **Eric Giertz** (KTH), **Rolf Rising** (Invest Sweden), **Olof Sandberg** (Research Inst. of Sweden), **Niklas Tranaeus** (Swedish Institute), **Anders Wenström** (Exportrådet), **Aleksandar Zuza** (IF Metall), **Johan Persson** (IVA), projektledare, **Jan Westberg** (IVA), kommunikatör och skribent.

# INLEDNING

## Näringspolitik för internationalisering

En majoritet av stora svenska företag är globala. För små och medelstora företag är situationen den omvända; de flesta arbetar inte internationellt.

En klar majoritet – en undersökning uppskattar andelen till 70 procent – av svenska småföretag vill växa. Tillväxt innebär för många av dessa internationalisering. Denna kan ske genom export, utlandsetablering eller partnerskap med internationella aktörer. Internationaliseringen kan också ske genom att man köper ett internationellt företag eller förvärvas av ett sådant.

Svensk näringspolitik ska aktivt stödja tillväxt – och därför också internationalisering – av små och medelstora företag. Inom ramen för politiken måste därför hinder för dessa företags tillväxt identifieras och åtgärdas.

Många svenska myndigheter och aktörer har i uppdrag att stödja små och medelstora företags internationalisering. Samtidigt har dessa myndigheter och aktörer krav på att till en viss del vara självfinansierade. Detta påverkar kostnaderna för enskilda företag att använda deras tjänster.

Även andra länder ger stöd till sina företags internationalisering genom myndigheter och organisationer. Jämfört med andra EU-länder satsar dock Sverige mindre. I första hand gäller det när Sverige agerar i länder utanför Europa.

Arbetsgruppen menar att Sverige måste stödja sitt näringsliv i lika stor omfattning som andra länder. Mot bakgrund av Sveriges samlade intressen utanför EU är vår bedömning att de statliga medlen till myndigheter och aktörer med uppgiften att stödja export och internationalisering bör öka för att motsvara våra konkurrentländers satsningar.

# KAPITAL

## Behov av nya finansieringslösningar

Det finns idag ett flertal regionala satsningar vars syfte är att främja små och medelstora företags internationalisering genom att bidra till deras finansiering. Samordningen mellan dessa kan dock förbättras.

Det finns ett flertal exempel på mindre och medelstora företag som står inför en internationell expansion men inte kan hitta en acceptabel finansieringslösning. För att underlätta fortsatt expansion i Sverige och internationellt lämnar vi två förslag.

## Förutsättningar för ökad internationalisering

Växande företag kommer att i allt större utsträckning bli internationella. Detta innebär export av varor och tjänster. I många fall också etablering utomlands. Oavsett vilken väg företaget väljer gäller tre förutsättningar för att skapa internationell konkurrenskraft:

**Konkurrenskraft = Kunskap + Kontakter + Kapital**

**Kunskap:** Innan företaget tar första steget ut krävs kunskap om affärsmannaskap i internationell miljö. Det krävs också kunskaper om marknaden, köpmönster, kundkrav och regelverk i olika länder. Kunskaper om olika myndigheters verktyg för stöd är också nödvändiga.

**Kontakter:** Att utnyttja företagsstödjande institutioner och nätverk är det snabbaste sättet att etablera sig både nationellt och internationellt. Här inkluderas allt från svenska aktörer med internationell närvaro, kontakter på de aktuella marknaderna, pilotkunder och operativa partners (inklusive finansörer) till rent praktiska kontakter med exempelvis myndigheter, banker och fastighetsmäklare.

**Kapital:** En utlandsetablering kräver investerings- och rörelsekapital.

## Kluster och sektorer utgångspunkter för satsningar

Insatser som riktar sig till små och medelstora företag måste utformas och prioriteras så att de ger maximal effekt på tillväxt och sysselsättning. Regional kännedom om företag i olika branschnätverk är i detta sammanhang en styrka.

Sådan kännedom finns ofta i anknytning till klustersatsningar på regional nivå. Kännedomen om företagen, tillsammans med förtroendet hos de företag som ingår i klustret, skapar goda förutsättningar för att exportfrämjande åtgärder ska lyckas.

Åtgärderna bör också koncentreras till sektorer där Sverige redan har en stark position som bland annat bygger på:

- Tillräcklig mängd existerande små och medelstora företag (både varu- och tjänsteproducerande) med exportmöjligheter.

- Förekomst av svensk FoU samt utbildning av hög kvalitet med relevans för sektorn.

- Förekomst av globalt verksamma stora företag i Sverige, vilka fungerar som tidiga kunder och uppdragsgivare åt små och medelstora företag. De ger också internationell trovärdighet för svensk kompetens inom området.

Konkreta stödinsatser till små och medelstora företag bör därför i huvudsak utgå från ett sektorsperspektiv. Samtidigt ska den regionala specialiseringen utnyttjas. Detta kan underlätta framtida samverkan mellan myndigheterna och branschorganisationer, forskningsinstitut och regionala kluster.

## Förslag: Behov av nya finansieringslösningar

- Öka kunskapen om olika typer av finansieringslösningar för en internationell expansion. Regeringen bör också ge direktiv till offentliga aktörer som Exportkreditnämnden, Svensk Exportkredit och ALMI att intensifiera arbetet med att skapa finansiella instrument som passar mindre och medelstora företag.
- Utred möjligheten att införa "exportcheckar" som företagen kan använda för köp av kunskapstjänster för att utveckla och öka sin export.

# KUNSKAP

## Tydligare information

Många svenska företagsledare anser att bristen på kunskap är det främsta hindret för export snarare än varans eller tjänstens kvalitet i sig. Bristerna kan gälla kunskap om det egna företags kapacitet, den nya marknaden eller lagar och regelverk.

Det brister också i kunskapen om vilka myndigheter och organisationer som kan ge företaget stöd vid en internationalisering. En vanlig uppfattning är att olika aktörers uppdrag överlappar varandra och att det därför är svårt att veta vart företaget ska vända sig.

Samtidigt finns det många – inte minst offentliga – verksamheter som har till uppgift att ge stöd till små och medelstora företag. Ur deras synvinkel är problemet att svenska företag inte utnyttjar det stöd som faktiskt finns.

Arbetsgruppen menar att informationen om systemet måste bli bättre och förmedlas effektivare.

Det behövs även en större integration mellan de offentliga aktörerna på nationell och regional nivå. Deras roller i främjandesystemet måste bli tydligare.

Vi menar att dessa förändringar kan och bör ske inom ramen för dagens främjandesystem.

## Nationell satsning på företag med exportpotential

På regional nivå finns en stor kunskap om företag och sektorer som har förutsättningar att bli internationellt konkurrenskraftiga. Denna lokala kunskap bör vara utgångspunkt för en nationell kraftsamling för ökad export från små och medelstora företag.

I en sådan satsning ska varje företag med internationell potential erbjudas ett besök för analys och rådgivning. Syftet är att ge företaget insikt om sina internationaliseringsmöjligheter och vilket stöd de kan förvänta sig.

Dagens främjandeorganisationer med regional verksamhet, exempelvis Exportrådet och Invest Sweden, kan utgöra basen i en sådan satsning. Tydliga mål för satsningen samt kriterier och metoder för att följa upp denna bör identifieras.

## Förbättra dagens system för omvärldsbevakning

Behovet av omvärldsbevakning och omvärldsanalys växer till följd av den ökade internationaliseringen av näringslivet, forskning, utbildning och innovationsverksamhet. Behoven finns både inom privat och offentlig sektor.

### Förslag: Tydligare information

- Kartlägg centrala myndigheter och andra aktörer med utgångspunkt i deras uppdrag för internationalisering av främst små och medelstora företag. Syftet med kartläggningen är att identifiera dubbelarbete, skapa underlag för att renodla arbetsuppgifter och roller samt bidra till att företag får en överblick över samtliga främjandemyndigheter.
- Utveckla den befintliga portalen *Internationaliseringsguiden*, [www.internationaliseringsguiden.se](http://www.internationaliseringsguiden.se), så att den än bättre svarar upp mot företagets faktiska informationsbehov. Samordna arbetet med liknande myndighetsportaler (till exempel [www.verksam.se](http://www.verksam.se))

### Förslag: Nationell satsning på företag med exportpotential

- Genomför en tidsbegränsad och riktad satsning mot SME med tillväxt- och internationaliseringspotential. I genomförandet är det naturligt att exempelvis Exportrådet, Invest Sweden, regionförbund och olika klusterorganisationer medverkar. Satsningen ska innebära att varje företag erbjuds ett personligt möte för att analysera dess möjligheter på en internationell marknad samt tillgängliga stödformer.

### Förslag: Förbättra dagens system för omvärldsbevakning

- Utnyttja branschorganisationer, institut och intresseorganisationer för att förmedla information från myndigheternas och Exportrådets omvärldsbevakning till små och medelstora företag.
- Öka tydligheten om vilken information som finns tillgänglig och målgruppsanpassa denna. Erbjud fler analyser om marknadsförutsättningar och förhållanden, speciellt på tillväxtmarknader.
- Skriv in ett ökat krav på samarbete kring omvärldsbevakning i regleringsbrevet till de myndigheter som har till uppgift att stödja export.

Mindre företag har normalt inte kompetens eller finansiering att underhålla en kontinuerlig och spetsig omvärldsanalys för att fånga upp affärsmöjligheter.

Även den omfattande och nyttiga kontaktskapande verksamhet som de olika aktörerna bedriver är en viktig del av omvärldsbevakningen. För ett exportberoende land som Sverige är det av yttersta vikt att tillräckliga resurser för omvärldsbevakning och kontaktskapande inom de brett definierade områdena forskning, utbildning och innovation finns tillgängliga. Så är inte fallet idag.

Det finns stora möjligheter att förbättra informations- och kunskapsutbytet mellan de statliga aktörer som bedriver omvärldsbevakning.

Det vore exempelvis naturligt att rele-

vanta frågeställningar, som dokumenterats av Exportrådet och Invest Sweden i deras operativa verksamhet, ingår i underlaget för den statliga myndigheten Tillväxtanalys rapporter.

Vi menar att direktiven som ligger till grund för myndigheternas verksamhet också ska innehålla krav på ökat samarbete kring omvärldsbevakning för att främja små och medelstora företags utveckling.

Resultaten från de omvärldsbevakande organisationerna når inte ut i tillräcklig omfattning idag. För att råda bot på detta måste informationens utformning och innehåll anpassas till behoven i specifika branscher. Samarbete med branschorganisationer kan vara en effektiv kanal i detta arbete.

# KONTAKTER

## Utlandsnärvaro strategisk resurs

Ett företag som vill etablera egen verksamhet utomlands möter en rad utmaningar. Den grundläggande är självklart att attrahera kunder och finna strategiska samarbetspartners. Det gäller också att förstå och hantera ett lands juridiska regelverk. En rad konkreta och praktiska frågor (som att öppna bankkonton, bygga upp tillräcklig kontorservice) måste också lösas.

Att lösa dessa praktiska detaljer kan både vara kostsamt och ta tid. Här finns dock hjälp att få. Exportrådet tillhandahåller tjänster som innebär en tidsbegränsad inkubatorverksamhet. Denna innehåller ett erbjudande om kontorsplats och hjälp med andra praktiska detaljer.

I inkubatorverksamheten ingår också hjälp med myndighetskontakter genom väletablerade kanaler och nätverk. Dessa bygger många gånger på svensk diplomatisk utlandsnärvaro.

När förändringar i Sveriges utlandsrepresentation sker menar vi att stor hänsyn måste tas till behovet av svenskt exportstöd. Det gäller också att säkerställa tillräckliga resurser för att långsiktigt garantera stöd till speciellt små och medelstora företag.

Viktigt är också att utnyttja erfarenheterna från *House of Sweden* i Washington där utlandsmyndigheter och andra aktörer finns och verkar tillsammans i en gemensam byggnad.

## Partnerskap och nätverk för internationalisering

Att bli del av internationella nätverk och samarbeten underlättar ofta små och medelstora företags internationalisering.

Genom att samarbeta med internationellt verksamma företag underlättas det

### Förslag: Utlandsnärvaro strategisk resurs för internationalisering

- Garantera en tillräcklig och uthållig svensk representation utomlands, genom att stärka centrala aktörers möjligheter att företräda svenska företag på utlandsmarknader. Bland dessa finns Utrikesförvaltningen, Sida, Exportrådet, Invest Sweden och Tillväxtanalys. Utgångspunkten bör vara den analys av svensk utrikesförvaltning (Utrikesförvaltning i världsklass, SOU 2011:21) som nyligen genomförts. Här identifieras möjligheter till effektivisering genom såväl justering av uppgifter som bättre uppföljning och målstyrning.

### Förslag: Partnerskap och nätverk för internationalisering

- Stimulera möjligheten till partnerskap med internationella aktörer för mindre och medelstora företag, genom statligt stödda pilotprojekt.
- Formulera mål och riktlinjer för att bättre tillgodose små och medelstora företags behov i internationell forsknings- och innovationsverksamhet inom ramen för internationella program och forskningsavtal.
- Ge institutssektorn ett konkret uppdrag att etablera svenska noder för deltagande i FoU nätverk och EU-forskningsprogram.

mindre och medelstora företagets etablering på nya marknader. De blir en del av en internationell näringskedja och får ta del av det etablerade företagets nätverk. Samarbetspartner kan vara internationellt verksamma svenska företag eller utländska företag med intresse för svensk teknik och kompetens.

I vissa sektorer saknas lämpliga ledande företag att samarbeta med. Inom dessa områden bör staten bidra till att initiera och stödja pilotprojekt för att skapa konsortier med tillräcklig styrka för att kunna konkurrera om stora internationella order.

Inom den offentliga sektorn görs stora upphandlingar. Dessa kan påverka både inriktning och utveckling av mindre företag. Upphandlingarna kan bidra till

export- och internationaliseringsmöjligheter för dessa företag. Detta har uppmärksammats av arbetsgruppen Offentlig innovationsupphandling och i den statliga Innovationsupphandlingsutredningen.

Många småföretag saknar idag etablerade kontakter till internationella FoU nätverk. Deltagande i dessa ger både viktiga kontakter och exportmöjligheter.

Sverige har länge haft ett starkt deltagande i EUS ramprogram där FoU ingår. Erfarenheter från SME-programmet Eurostars, ett samarbete mellan EUREKA-nätverket och EU-kommissionen, visar att svenska forskningsintensiva företag är mycket konkurrenskraftiga. Det finns dock utrymme för ökat deltagande i ramprogrammet och andra EU-initiativ.

## PROJEKTET INNOVATION FÖR TILLVÄXT

Innovation leder till tillväxt som leder till välbästand. Innovation innebär att kunskap omsätts till nya värden. Goda generella förutsättningar för att företag ska kunna växa är basen för att innovation ska fungera i praktiken.

Men det räcker inte att staten tillhandahåller goda regelverk, makroekonomisk stabilitet och sunda statsfinanser. Vi behöver också en innovationsstrategi med specifika åtgärder för att stimulera innovation. Vi behöver en Innovationsplan Sverige. Visionen är att skapa Sveriges framtida välbästand med kunskapsintensiva företag och jobb. Ständig förnyelse och innovation gör Sverige till världens mest attraktiva land att bo och verka i.

Projektet Innovation för tillväxt bygger på att många är med i arbetet för en svensk innovationsstrategi. Arbetsgrupper med experter presenterar konkreta förslag. Sveriges innovativa regioner bidrar med goda exempel. Riksdagspolitiker, departement och näringsliv deltar kontinuerligt i diskussionen.



KUNGL. INGENJÖRSVETENSKAPSÅKADEMIEN

i samarbete med

