



Handelsfrämjande och innovationsfrämjande

– vad kan vi lära oss av andra länder?

Idag sker utveckling och framställning av många produkter över landsgränser, ofta i komplexa globala värdekedjor. Detta innebär nya utmaningar, varför Tillväxtanalys här analyserat skillnader och likheter i sex europeiska länders system för att främja handel och innovation.

Dnr: 2015/203

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010 447 44 00
Fax: 010 447 44 01
E-post: info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Carly Smith Jönsson
Telefon: 010 447 44 34
E-post: carly.smith-jonsson@tillvaxtanalys.se

Förord

Tillväxtanalys har under flera år genomfört olika analyser av globaliseringens effekter på konkurrenskraft och sysselsättning i svenskt näringsliv. En slutsats är att det skett en betydande sammanflätning av Sveriges ekonomi med andra länders ekonomier genom att företag i allt högre utsträckning verkar i globala värdekedjor. Detta skapar i sin tur nya utmaningar vad gäller främjande av internationalisering av utbildning, forskning och innovation samt handel.

Syftet med denna rapport är att, i en sammanfattande analys, beskriva likheter och skillnader mellan sex europeiska länders system för att främja handel och innovation för att se vad vi i Sverige kan lära oss. Rapporten baseras på analyser gjorda inom ramen för tre tidigare uppdrag som Tillväxtanalys har haft under 2014–2015.

Möjligheter för Sverige i gränslandet mellan handel och innovation berörde de specifika utmaningar och behov som finns på för Sverige viktiga marknader såsom Kina, Brasilien och Indien.

Samspelet mellan innovations- och handelsfrämjande beskrev hur Danmark, Nederländerna, Schweiz och Tyskland bedriver handels- och innovationsfrämjande på hemmaplan och på utländska marknader.

Effekter av statens främjandeinsatser för internationalisering av små och medelstora företag fokuserade på utveckling av metoder för att mäta effekterna av handelsinriktade främjandeinsatser.

Förutom analyser gjorda inom ramen för dessa tre uppdrag, bygger denna rapport på intervjuer med norska främjare i Oslo i november 2014 samt med danska, norska, svenska och tyska främjare i Peking och Shanghai i april 2015.

Rapporten har författats av Carly Smith Jönsson och Anna Almqvist, analytiker vid Tillväxtanalys.

Vi tackar alla som har ställt upp på intervjuer och våra kollegor som har bidragit med omfattande underlagsmaterial.

Östersund, september 2015

Björn Falkenhall
Tf. avdelningschef, Entreprenörskap och näringsliv
Tillväxtanalys

Innehåll

Sammanfattning	7
Summary	9
1 Bakgrund och syfte	11
2 Främjandesystemens organisation och samordning	12
3 Strategier för handel- och exportfrämjande	19
4 Strategier för innovationsfrämjande och främjande av utbildning och vetenskap	24
5 Statens roll och näringslivets behov	30
6 Vad kan vi lära oss?	33
Referenser	36
Förkortningar	38

Sammanfattning

Innovation och handel flätas alltmer samman eftersom utvecklingen och framställningen av många produkter idag sker i mycket hög grad över landgränser, ofta i komplexa globala värdekedjor. Danmark, Nederländerna, Norge, Schweiz och Tyskland arbetar, liksom Sverige, med att anpassa sina främjandesystem till dessa nya komplexa innovations- och handelsmönster. De olika länderna har emellertid gjort olika strategiska val vad gäller främjandets organisation och prioriteringar.

Samordning är en viktig uppgift

Det svenska främjandesystemet är komplext, med ett brett utbud av insatser som utförs av ett stort antal statligt finansierade aktörer. Utmaningen är att få till stånd en effektiv samordning. Även i de studerade länderna är många aktörer på olika sätt involverade i främjandet. Länderna i denna studie har dock valt olika sätt att samordna dem på. Danmark och Nederländerna arbetar med strategisk samordning på styρνivå och samlokaliserar utförare med närvaro på utländska marknader. Norge har slagit samman i stort sett samtliga aktörer som bedriver selektiva företagsstöd i en organisation. I Tyskland och Schweiz är näringslivets efterfrågan på tjänster styrande, men även dessa länder arbetar med samlokalisering.

Strategiska prioriteringar vässar främjandet

Ländernas statliga strategier för handel och export kan placeras längs en skala med de som har tonvikt på de övergripande villkoren för handel med utländska marknader (Schweiz och Tyskland) i ena änden och de vars strategier är mer inriktade på selektiva stöd till enskilda företag (Danmark, Nederländerna, Norge och Sverige) i den andra änden. De flesta länderna har valt att prioritera specifika sektorer och utländska marknader för att kunna koncentrera sina resurser och rekrytera personal med specialistkunskap. Det är viktigt att vara medveten om att Sverige inte är det enda land som uppväktar aktörer på utländska marknader med likartade lösningar. Miljöteknik, hälsa och livsmedel är vanliga prioriterade sektorer i nästan alla länderna i denna studie.

Främjandekedja från utbildning genom forskning och innovation till ökad handel

Samtliga studerade länder har innovations- eller vetenskapsattachéer med närvaro på utländska marknader, främst i tillväxtländer och länder med starka innovationsmiljöer. Flera av de studerade länderna erbjuder också statligt stöd genom hela kedjan. Vissa ser främjandet av utbildning och forskning som ett sätt att öka sin konkurrenskraft genom att attrahera globala talanger. I Sverige utförs de olika myndigheternas arbete främst från Sverige och inte i fält. Undantaget är Tillväxtanalys utlandskontor.

Statens roll i främjandet är inte självklar

Kunskap om utländska marknader anses ibland vara en så kallad kollektiv vara. Dessutom anses företags internationalisering kunna ha vissa positiva externa effekter. Marknader har ofta svårt att hantera kollektiva varor och externa effekter – statliga främjandeinsatser motiveras därmed av teoretiska idéer om marknadsmisslyckanden. Det är dock svårt att bedöma huruvida sådana misslyckanden faktiskt föreligger och åsikterna går isär om vilka insatser staten kan och bör utföra för att åtgärda dem. Alla länder i studien bedriver statliga insatser för att främja bilden av sitt land samt tillhandahåller generell information om

utländska marknader, men selektivt stöd – såsom rådgivning till enskilda företag – verkar vara mer av en gråzon. I Tyskland och Schweiz är det till exempel företagets efterfrågan på främjandetjänster som styr, och konsulttjänsterna utförs i huvudsak av privata aktörer.

Summary

Innovation and international trade are becoming increasingly intertwined. Today the development and production of many products takes place across national borders, often in complex global value chains. Denmark, the Netherlands, Norway, Switzerland and Germany are, like Sweden, striving to adapt their promotion systems to these new and complex global patterns of innovation and trade. These countries have, however, made different strategic choices concerning its organization and priorities.

Effective coordination is vital

The Swedish promotion system is complex. A wide variety of programs and services are provided by a number of different publicly funded organisations. Coordinating the system effectively remains a constant challenge. Even in many of the other countries in this study we find that there are a number of organisations involved in promotion. These countries have, however, adopted different methods for coordinating them. Denmark and the Netherlands work with strategic coordination at the governance level and physically locate operative organisations, with a presence on foreign markets, together. Norway has integrated nearly all types of support to firms into one operative organisation. Firm demand for promotion services determines which services are provided in Germany and Switzerland, although even these countries locate operative organisations together to enhance coordination.

Strategic priorities enhance the precision of promotion activities

Strategies for trade and export in the countries studied can be placed along a scale with focus on the overarching conditions for trade with foreign markets (Switzerland and Germany) on the one end, and focus on selective support to specific firms (Denmark, the Netherlands, Norway and Sweden) on the other. Most of the countries have prioritised specific sectors and selected foreign markets, enabling them to concentrate limited resources and to recruit specialised personnel to promotion organisations. In establishing priorities, it is important to be aware that Sweden is not the only country promoting certain sectors on foreign markets. Environmental technology, health and life science as well as food products are sectors promoted by nearly all the countries in this study.

Promotion – from education, through research and innovation, to increased trade

All of the countries studied have attachés for science and innovation stationed in foreign markets, primarily in emerging economies or countries with strong innovation environments. Several countries have organisations in foreign markets that offer support for internationalisation along the entire chain – from education, through research and innovation to trade. Some see promoting the internationalisation of education and research as a means to attract global talent and thereby increase their competitiveness. However, the Swedish agencies with mandates in this area, with the exception of Growth Analysis, lack a presence in foreign markets.

The role of the state in promotion is ambiguous

Promotion services and programs are motivated by theoretical market failures. Knowledge about foreign markets can be seen as a public good and the internationalisation of firms can generate certain positive externalities. However, it is difficult to determine the actual

occurrence and extent of a market failure. There are also diverging views on what measures the state can and should implement to address them. Publicly funded programmes to promote a country as a whole, such as nation branding, or to provide general information on foreign markets exist in all of the countries studied. Selective support, such as advisory services offered to individual firms, appears to be more of a grey area. In Germany and Switzerland firm demand is the determining factor, and advisory services are generally offered by private consultants rather than public agencies.

1 Bakgrund och syfte

Tillväxtanalys har under 2014–2015 arbetat med frågor som rör sätt att organisera och utvärdera innovations- och handelsfrämjande, framför allt inom ramen för tre regeringsuppdrag: *Möjligheter för Sverige i gränslandet mellan handel och innovation*, *Samspelet mellan innovations- och handelsfrämjande* och *Effekter av statens främjandeinsatser för internationalisering av små och medelstora företag*.

Denna rapport bygger på evidens och analys från dessa uppdrag. Den baseras även på intervjuer som författarna gjorde med norska främjare i Oslo i november 2014 samt med danska, norska, svenska och tyska främjare i Peking och Shanghai i april 2015.

Syftet med rapporten är att diskutera likheter och skillnader mellan andra länders system för att främja handel och internationalisering av innovationer för att se vad Sverige kan lära sig av dessa. Det svenska systemet jämförs med systemen i Danmark, Nederländerna, Norge, Schweiz och Tyskland.

Följande frågor diskuteras i denna rapport:

- Hur kan innovations- och handelsfrämjande samordnas?
- Vad är andra länders fokus i främjandearbetet och hur arbetar länderna med lands- och sektorprioriteringar?
- Hur kan främjandet av utbildning, forskning och innovation kopplas till handelsfrämjande?
- Hur kan näringslivets behov och intressen beaktas i främjandet?

Disposition

I *kapitel 2* presenteras organisationen av främjandesystemen för handel och internationalisering av innovationer i de sex studerade länderna. Genomgången inkluderar såväl de aktörer som styr insatserna på hemmaplan som de aktörer som utför tjänsterna på utländska marknader. Samordning av främjandet är en viktig uppgift i många länder; dock spänner handels- och innovationsfrämjande över flera politikområden och det finns inte en självklar lösning. Vi diskuterar och analyserar därför olika tillvägagångssätt.

Ländernas strategiska prioriteringar inom handelsfrämjande, vad gäller sektorer och utländska marknader, diskuteras i *kapitel 3*. Vi belyser kontrasten mellan de länder vars främjande fokuserar på att förbättra ramvillkoren för handel, och de länder vars fokus ligger på selektiva företagsstöd.

I *kapitel 4* diskuterar vi skillnader i sättet att främja internationalisering av utbildning, forskning och innovationer. Detta inkluderar olika former av innovations- och vetenskapsattachéers uppdrag vad gäller omvärldsbevakning, internationalisering av forskning och utbildning, samt främjande av innovativa företag. Vi diskuterar även hur internationaliseringsfrämjande kopplas till handelsfrämjande i vissa länder.

Statens roll i innovations- och handelsfrämjande och sättet att beakta näringslivets intressen står i fokus i *kapitel 5*. Vi diskuterar de teoretiska argumenten för statligt främjande och riskerna med det. Vi ger även exempel från några av de studerade länderna där näringslivet har en tydlig roll i styrningen eller utförandet av främjandetjänster. Rapporten avslutas i *kapitel 6* med en diskussion av fördelar, nackdelar och potentiella risker med de olika systemen, i jämförelse med det svenska systemet.

2 Främjandesystemens organisation och samordning

Det svenska systemet för internationaliseringsfrämjande, inklusive innovations- och handelsfrämjande, omfattar ett brett utbud av insatser som utförs av ett stort antal statligt finansierade aktörer. Tillväxtanalys har i tidigare rapporter¹ inom uppdraget *Effekterna av statens främjandeinsatser för internationalisering* diskuterat det svenska systemets komplexitet. Vi börjar detta kapitel med en kort genomgång av det svenska systemet och dess aktörer. Därefter presenteras organisationen av de statliga främjandesystemen för handel och internationalisering av innovation i Sverige och i de fem andra länderna i denna studie – Danmark, Nederländerna, Norge, Schweiz och Tyskland. Figurerna 1–6 visar vilka aktörer som styr främjandet på hemmaplan och vilka som utför insatserna på utländska marknader.²

En del skillnader mellan systemen kan noteras redan vid första anblicken. Bland annat varierar antalet aktörer som är involverade i styrningen såväl som antalet aktörer som utför tjänsterna på utländska marknader. Näringslivets roll i styrningen och utförande av tjänster varierar också mellan systemen, och i flera länder arbetar aktörer som främjar handel och innovation integrerat. I resterande delar av detta kapitel diskuteras strategier för samordning av styrande och utförande aktörer. Flera olika strategier har observerats inklusive samordning på styr- och utförarnivå. Vi diskuterar även om efterfrågestyrning och tydlig rollfördelning mellan aktörerna minskar behovet av samordning.

Det svenska främjandesystemet

I Sverige har i dag samtliga ministrar i uppdrag att främja Sverige i världen inom sina respektive politikområden. Det är dock främst fyra departement (Närings-, Utrikes-, Social- samt Miljö- och energidepartementet) som direkt styr de myndigheter och statligt finansierade aktörer som stödjer handel och innovation. Dessa inkluderar: AB Svensk exportkredit (SEK), Almi företagspartner AB, Business Sweden, Energimyndigheten, Enterprise Europe Network (EEN), Exportkreditnämnden (EKN), Svenska Institutet, Swecare, Swedfund International AB, Tillväxtverket, Vinnova och Visit Sweden³. Vid sidan om ambassader och generalkonsulat (hädanefter: utlandsmyndigheter) finns ett par andra offentliga svenska aktörer som också har en permanent närvaro på vissa utländska marknader – Business Sweden och Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys).⁴ Övriga aktörer i systemet arbetar i huvudsak från hemmaplan.⁵ Dock leder olika projekt, program och delegationsresor till att flera av de ovan nämnda aktörerna tillfälligt arbetar med främjandet även ”i fält”.

Denna studie är avgränsad till nationella aktörer som arbetar med analys och främjandetjänster i form av rådgivning och marknadsföring. Därför omfattas inte finansieringsaktörerna Almi, EKN, SEK, Swedfund och deras motsvarigheter i de övriga studerade länderna. Rapporten inkluderar heller inte den EU-gemensamma främjandeaktören EEN.

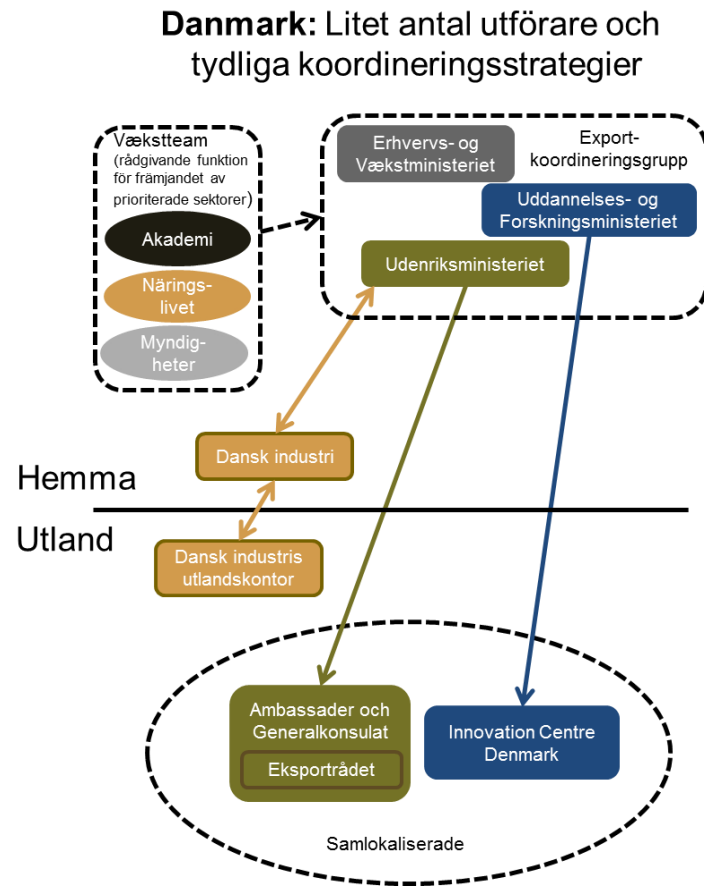
¹ Tillväxtanalys, rapport 2014:07 och rapport 2015:03

² Många länders organisationer skiljer sig något åt mellan olika utländska marknader. Figurerna bör därför ses som förenklade bilder.

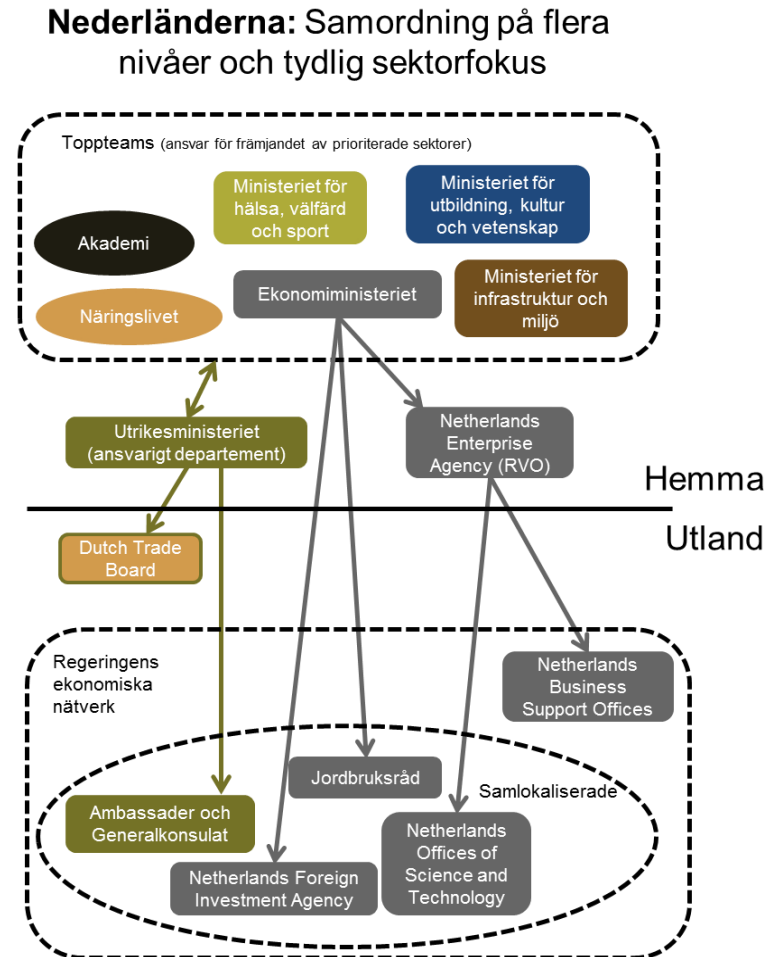
³ Visit Sweden och Svenska institutet arbetar oftast inte med insatser riktade mot enskilda företag, utan främst med Sverige-bilden, något som inte behandlas i denna rapport.

⁴ Tillväxtanalys arbetar med omvärldsanalys på ett antal utvalda marknader, men inte operativt med främjande av enskilda företag.

⁵ Vinnova har en person stationerad i Palo Alto, Silicon Valley. Svenska institutet har närvaro i Paris.

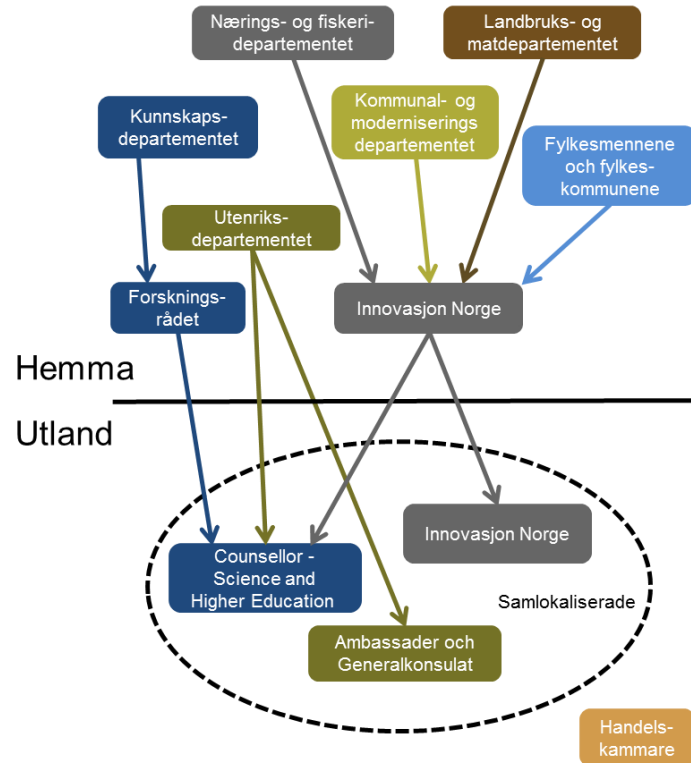


Figur 1 Danmarks främjandesystem hemma och i utlandet.



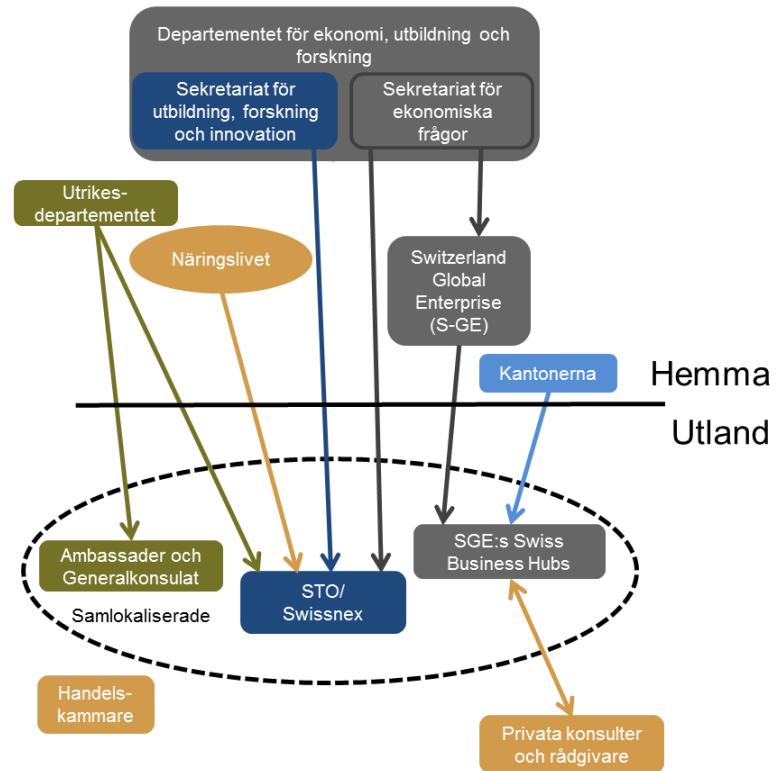
Figur 2 Nederländernas främjandesystem hemma och i utlandet.

Norge: Flera styrande organ men centralisering och samordning av utförare



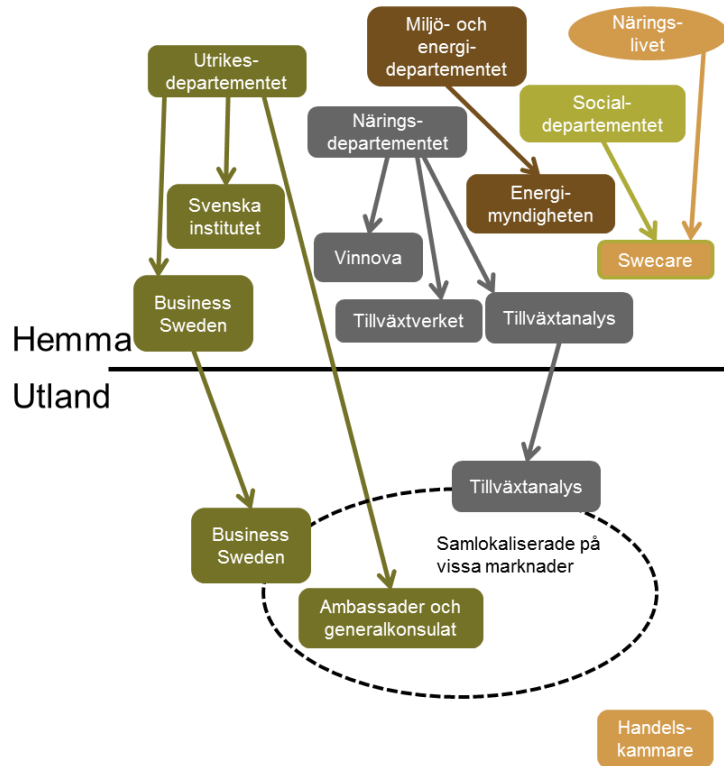
Figur 3 Norges främjandesystem hemma och i utlandet.

Schweiz: Avskalat statligt främjande med näringslivets efterfrågan i fokus



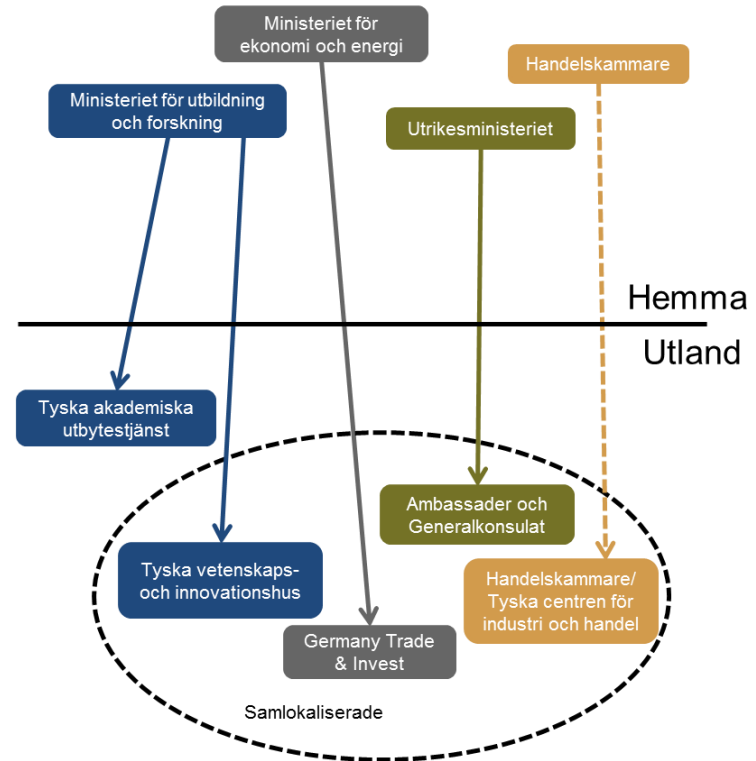
Figur 4 Schweiz främjandesystem hemma och i utlandet.

Sverige: Liten samordning och många utförare baserade på hemmaplan



Figur 5 Sveriges främjandesystem hemma och i utlandet.

Tyskland: Privata utförare och samlokalisering av privata och offentliga aktörer



Figur 6 Tysklands främjandesystem hemma och i utlandet

Stort antal främjandeaktörer innebär behov av samordningsstrategier

Tillväxtanalys har intervjuat olika svenska främjare, och många har framhållit bristen på en tydlig och övergripande strategi som kan samla det stora antalet aktörer. Det finns ett ”behov av samordning” enligt de olika främjandeaktörerna. Redan i dag sker viss samordning av aktörer och insatser – dock upplever respondenterna inte dessa ansträngningar som tillräckliga. Det är också tydligt att många andra länder arbetar mer strategiskt med samordning. Några observerade samordningsstrategier och avvägningar diskuteras i faktarutan på sidan 17.

En första slutsats är att länderna skiljer sig åt när det gäller såväl antalet aktörer verksamma på utländska marknader som antalet styrande organ och antalet aktörer aktiva på hemmamarknaden.⁶ Antalet aktörer på hemmaplan är dock inte alltid korrelerat med antalet aktörer med utlandsnärvaro. Antalet styrande organ är inte heller direkt korrelerat med antalet aktörer som utför tjänster och aktiviteter. Som framgår av Figur 1–6 ovan har samtliga studerade länder, med undantag för Sverige, valt att fysiskt samlokalisera aktörer med utlandsnärvaro i varierande utsträckning (samordningsstrategi D i faktarutan på sid. 17). Huruvida fysisk samlokalisering är en effektiv samordningsstrategi är dock oklart och måhända är det viktigare att det skapas rätt incitament för samordning och en tydlig ledning för främjandeinsatsernas långsiktiga former.

Figurerna 1–6 visar också att Sverige är långt ifrån ensamt om att ha många aktörer i sitt främjandesystem. Något som kännetecknar Sverige är dock det stora antalet aktörer som arbetar med främjande från hemmamarknaden, utan att ha egen permanent utlandsnärvaro och utan att deras frågor hanteras rutinmässigt av en annan aktör i utlandet. Sverige utmärker sig också genom att man hittills inte arbetat strategiskt med samordning på vare sig styr- eller utförarnivå.⁷

En utförare, många styrande organ

Det land som tydligast utmärker sig vad gäller antalet aktörer i främjandesystemet är Norge, se Figur 3. Den norska regeringen slog för ett tiotal år sedan samman flera olika aktörer inom det företagsfrämjande systemet.⁸ Den nya myndigheten, Innovasjon Norge (IN), har uppdrag inom regional utveckling, näringslivsutveckling genom innovation och internationalisering samt utveckling av jordbruk och besöksnäringen. IN menar själva att deras breda ansvarsområden möjliggör för synergier – något som dock försvåras av organisationens storlek och frågornas bredd. IN har regionala kontor i Norge och på utländska marknader. Trots få utförare i det företagsfrämjandesystemet finns det dock många styrande organ. I Norge sker samordningen därmed på myndighetsnivå eftersom IN utför uppdrag åt flera ministerier och regioner. Norge är således ett exempel på samordningsstrategi C i faktarutan på sidan 17, ”Sammanslagning av utförande aktörer”.

⁶ De två studerade federalstaterna (Tyskland och Schweiz) har regionala representanter (från bundesländer/kantoner) utomlands. Dessa omfattas inte av denna studie.

⁷ Miljöteknikstrategin som avslutades 2014 omfattade insatser för att samordna styrningen av främjande med inriktning på miljötekniksektorn.

⁸ Statens nærings- og distriktsutviklingsfond, Norges Eksportråd, Norges Turistråd och Statens veiledningskontor for oppfinnere.

Samordningsstrategier

Observerade samordningsstrategier i de studerade länderna

A. Samordning på styρνivå

Vi har i de studerade länderna sett flera exempel på samordning på styρνivå. Detta kan ske på många olika sätt, till exempel genom arbetsgrupper eller styrteam som inkluderar flera ministerier och i vissa fall näringslivsaktörer och akademien. Samordning på styρνivå kan också ske genom gemensamma strategier med mål och prioriteringar för främjandeverksamheten. Denna typ av samordning inkluderar ibland också olika strategier för hur styrande statliga aktörerna kan beakta näringslivets intressen och behov.

B. Koordinering på utförarnivå

Det är vanligt att länder på olika sätt försöker koordinera främjandeaktörers insatser och aktiviteter för att undvika under- och övertäckning samt för att ge satsningar mer kraft. Exempel på detta är regelbundna avstämningsmöten mellan utförare, samfinansiering och gemensam marknadsföring under paraply såsom "Team X". Det finns dock risk för att koordinering kan bli ett gemensamt icke-ansvar och att koordineringen stannar vid informationsutbyten i stället för att bli en faktisk samordning av verksamheten.

C. Sammanslagning av utförande aktörer

En tredje samordningsstrategi vi sett exempel på är att aktörer inom främjandesystemet samordnas i en gemensam organisation. Gemensam ledning och mål kan ge synergieffekter, och ett mindre komplicerat system kan förenkla för företag som önskar nyttja systemet. Att få stora organisationer, med många olika inriktningar, att arbeta integrerat kan dock vara komplicerat och kräver lämpliga strategier och metoder. En stor organisation med många arbetsområden kräver även mycket av medarbetarna som måste kunna navigera systemet åt de företag som söker stöd.

D. Fysisk samlokalisering av aktörer med utlandsnärvaro

Det är vanligt att aktörer som arbetar med främjande i fält samlokaliseras. Antagandet är att samlokaliseringen gör det lättare att samordna aktiviteter och insatser samt att företag kan slussas vidare i systemet på ett smidigt sätt. Detta är dock ingen självklarhet: det finns inte nödvändigtvis incitament för organisationer med olika mål och olika styrande organ att arbeta tillsammans bara för att de är samlokaliserade.

Strategisk samordning på både styr- och utförarnivå

Danmark arbetar strategiskt med samordning och koordinering av sitt främjande, både vad gäller styrningen och utförandet. I stort sett alla danska ministerier har internationella avdelningar och de flesta ministrar sysslar med handelsfrämjande. Ekonomisk diplomati genomsyrar landets internationella relationer. Det ansvariga departementet, Udenrigsministeriet, arbetat därför med samordning på styρνivå genom att de regelbundet sammankallar en interdepartemental exportkoordineringsgrupp (samordningsstrategi A i faktarutan ovan). Vidare finns i Danmark så kallade Vækstteams med representanter från näringsliv, akademi och offentlig sektor för vissa prioriterade branscher. Dessa har en rådgivande roll och bidrar till att koordinera styrningen av främjandet inom sina respektive branscher.

Den utförande handelsfrämjande aktören, danska Eksportrådet, liksom Invest in Denmark, är en integrerad del av Udenrigsministeriet och inte en fristående myndighet, se Figur 1.

Detta återspeglas i fält där Eksportrådet ingår i utlandsmyndigheterna, med ambassadören eller generalkonsuln som chef (samordningsstrategi C i faktarutan på sidan 17).

Även i *Nederländerna* arbetar man strategiskt med samordning av främjandet på flera nivåer. En viktig del av detta arbete är samordningen på styρνivå som i Nederländerna sker genom så kallade toppsektorteam bestående av näringsliv, akademi och offentlig sektor (samordningsstrategi A i faktarutan på sidan 17). Dessa liknar de danska Vækstteamen. Men medan Vækstteamen endast har en rådgivande roll är de nederländska toppsektorteamen ansvariga för både målformulering och styrning av arbetet med främjande inom landets olika prioriterade sektorer.

I fält arbetar Nederländerna med samordning av främjandet på utförarnivå, dels genom att samlokalisera vissa utförare och dels genom att koordinera insatser. Ambassadens ekonomiska avdelning ansvarar oftast för främjandet, men på nio utländska marknader finns särskilda Business Support Offices. I flera länder arbetar de statliga främjarna tillsammans i regeringens så kallade ekonomiska nätverk (se Figur 2). Nätverket ska hålla samman arbetet med att skapa goda affärsrelationer och öka marknadstillträdet med det aktiva främjandearbetet av prioriterade sektorer och enskilda företag. Nätverket leds av Netherlands Enterprise Agency (RVO) som ligger under ekonomiministeriet. Den inkluderar främjandeaktörer från ekonomiministeriet – RVO, Netherlands Offices of Science and Technology, Netherlands Business Support Offices, Jordbruksråden och Netherlands Foreign Investment Agency – och utlandsmyndigheter som ligger under utrikesdepartementet (samordningsstrategi B i faktarutan på sidan 17).

Efterfrågestyrning har potential att minska samordningsbehovet

De två studerade federalstaterna, *Schweiz* och *Tyskland* har främjandesystem som är mer decentraliserade än systemen i övriga studerade länder. Systemen genomsyras av synen att näringslivet bäst klarar sig självt. I Tyskland utförs främjandeinsatser såsom rådgivning till och marknadsföring av enskilda företag på affärsmässig basis av de privata handelskammarna. På vissa utländska marknader är dessa samlokaliserade med den offentliga främjandemyndigheten, Germany Trade and Invest (GTAI), och med konsulatet som arbetar med handelshinder, se Figur 6 (samordningsstrategi D i faktarutan på sid. 17). GTAI arbetar inte med selektivt stöd till enskilda företag utan tar till exempel fram detaljerade marknadsrapporter som kan laddas ner kostnadsfritt. Schweiziska offentliga främjare vid Switzerland Global Enterprise (S-GE) förmedlar oftast konsulttjänster från privata utförare och det är vedertaget att S-GE inte ska störa marknaden genom att konkurrera med dessa, se Figur 4.

I båda länderna har man således främjandesystem där det i stor utsträckning är efterfrågan från näringslivet som styr. Det innebär åtminstone i teorin en mindre risk för ett över- eller underutbud av handelsfrämjande tjänster och insatser. Detta, i kombination med den tydliga rollfördelningen mellan privat och offentligt finansierade aktörer, kan också innebära ett mindre behov av åtgärder och strategier för att samordna aktörer och tjänster.

3 Strategier för handel- och exportfrämjande

De studerade ländernas statliga strategier för handel och export kan placeras längst en skala med de som har tonvikt på de övergripande villkoren för handel med utländska marknader (Schweiz och Tyskland) på ena ändan och de vars strategier är mer inriktade på selektiva stöd till enskilda företag (Danmark, Nederländerna, Norge och Sverige) vid den andra ändan. Vi börjar kapitlet med att diskutera detta. Därefter diskuteras olika länders strategiska prioriteringar vad gäller främjandet av specifika sektorer. Kapitlet avslutas med en överblick över strategiska prioriteringar vad gäller vilka utländska marknader främjandet fokuseras på.

Främjande med tonvikt på ramvillkor för handeln

Schweiz handelsstrategi är inriktad på att förbättra villkoren för handel med specifika utländska marknader och landsgrupper, snarare än på att tillhandahålla selektivt företagsstöd. Fokus ligger på frihandelsavtal⁹ och undanröjning av handelshinder samt konkurrenslagstiftning och skydd för immateriella rättigheter på utländska marknader. Schweiz är i hög grad decentraliserat och tanken är genomgående att företag klarar sig bäst själva om det finns tillräckligt bra ramverk. *Tyskland* har nationella strategier för att utveckla högteknologisk industri som får genomslag i handels- och innovationsfrämjandet,¹⁰ men landet saknar en övergripande statlig handelsstrategi. Även Tyskland prioriterar handelsvillkor och arbetar nära EU-delegationerna för att undanröja handelshinder och påskynda framförhandling av frihandelsavtal.¹¹ Tyskland har även som uttalad målsättning att sprida tyska normer och standarder internationellt för att underlätta tyska företags internationalisering.

Sektorprioriteringar – ett sätt att styra främjandet

Regeringarna i *Danmark*¹² och *Nederländerna* har antagit nationella handelsstrategier, och även den svenska regeringen planerar att lansera en exportstrategi under 2015. Samtliga tre länder har på olika sätt identifierat prioriterade sektorer eller utländska marknader för sina främjandeinsatser. Tabell 1 på sidan 21 sammanfattar ländernas sektorprioriteringar, och Tabell 2 på sidan 23 visar prioriterade utländska marknader.

Nederländerna har valt att prioritera nio sektorer där man redan har en stark export eller är ledande inom industri, forskning och utbildning. Man arbetar systematiskt med så kallade toppsektorteam som samlar näringsliv, akademi och offentlig sektor och styr främjandet för de nio prioriterade sektorerna.

Den danska regeringen har valt ut sina tolv prioriterade sektorer baserat på potentialen att bidra till tillväxt och jobbskapande i Danmark, de danska styrkeområdena och behoven på utländska marknader. Danmarks Eksportråds kontor är bemannade utifrån sektorprioriteringarna, och på utlandsmyndigheterna bildas sektorteam som ska bedriva export-, innovations-, utbildnings- och investeringsfrämjande. Gemensamt för Nederländerna och Danmark är att inte alla de nationellt prioriterade sektorerna är aktuella på varje marknad,

⁹ Denna prioritering kan delvis förklaras av att man står utanför EU.

¹⁰ High Tech Strategie och Industrie 4,0.

¹¹ I Sverige ansvarar Kommerskollegium för dessa frågor.

¹² Övergripande exportstrategi (2014) och strategi för tillväxtländer, strategi för s.k. ”andra vågens länder” (2012), samt vissa landspecifika strategier.

utan endast de som bedöms vara relevanta. Normalt sett är den personal som rekryteras för uppdrag inom de utlandsbaserade främjandeorganisationerna personer med lång bakgrund inom näringslivet – branschexperter inom de prioriterade sektorerna – och personer (ofta lokalanställda) med avsevärd landexpertis.

I *Sverige* har Regeringskansliet och berörda sektorsmyndigheter hittills tagit fram flera strategier för att främja politiskt prioriterade sektorer såsom livsmedel, miljöteknik och kulturella och kreativa näringar. Främjare på Business Swedens utlandskontor måste dock kunna erbjuda kvalificerade tjänster till företag från alla branscher, något som utgör en praktisk utmaning. Personalen tvingas därför i flera fall vara generalister snarare än specialister.

Även i *Norge* arbetar man med sektorprioriteringar med ambitionen att fokusera sitt främjande till landets styrkeområden och till sektorer som möter samhällets framtida utmaningar. Liksom i Danmark och Nederländerna kan olika IN-kontor fokusera olika mycket på de utvalda sektorerna. Det som skiljer de norska sektorprioriteringarna från sina danska och nederländska motsvarigheter är att de sju prioriterade sektorerna i Norge valts ut av utföraren – Innovasjon Norge – inte uppdragsgivaren. Prioriteringarna är därmed inte på samma sätt som i Danmark, Nederländerna och Sverige ett sätt att styra främjandet.

I de *tyska* och *schweiziska* systemen ska näringslivets efterfrågan av främjartjänster på utländska marknader styra vilka tjänster man arbetar med och säljer. Trots detta får främjare själva initiera vissa sektorsvisa aktiviteter; dessa ska dock riktas mot sektorer som har ett högt värdeskapande eller som är betydelsefulla för hemlandets tillväxt.

Sektorprioriteringar behöver inte innebära att handelsfrämjandet begränsas till selektiva företagsstöd. De övergripande handelsvillkoren, till exempel standardisering och regleringar, kan skilja sig åt mellan branscher och kräva särskilda satsningar. Ett sådant exempel är livsmedelssektorn, för vilka hälso- och säkerhetskraven på utländska marknader utgör en exportutmaning.¹³

¹³ Läs mer om hur generella och specifika insatser kombineras i några olika länders näringspolitiska strategier i Tillväxtanalys (2015) *Näringspolitiska insatser för stärkt konkurrenskraft*, Östersund: Tillväxtanalys (Svar direkt 2015:13)

Tabell 1 Sektorprioriteringar – handelsfrämjande

Övergripande sektorer	Danmark	Nederländerna	Norge	Schweiz*	Sverige	Tyskland*
Hälsa etc.	Hälsa- och välfärds-lösningar	Life Science och hälsa	Hälsa	Life Science	Hälsa och sjukvård, Life Science	Medicinteknik
Förnybar energi etc.	Energi och klimat, miljölösningar	Energi	Grön tillväxt (miljöteknik, förnybar energi och samhällsbyggnad)		Miljöteknik	Förnybar energi, energi-effektivitet
Livsmedel och jordbruk	Matvaror	Jordbruk och livsmedel, hortikultur	Fiskerinäring, sjömat	Livsmedel	Livsmedel	
Maritimt	"Det blå Danmark" (sjötransport, offshore, varvsindustri), vattenlösningar	Vattenförsörjning, vattenrening, maritimt	Maritimt			
Kreativa näringar	Kreativa näringar och design	Kreativa näringar			Kulturella och kreativa näringar	
IKT	IKT, digital tillväxt			IKT		
Råvaror			Olja och gas		Skog, gruvor och mineral	
Transport		Logistik				
Material och tillverkande-industri		Högteknologiska system och material, kemikalier				
Säkerhet						Säkerhetsteknologi

Källor: Danmark – Regeringens växtteamsområden, Nederländerna – Regeringens utvalda toppsektorer, Norge – Innovasjon Norge, Tyskland – BMWi utvalda branscher för exportfrämjande av SMF, Schweiz – S-GE fokusområden, Sverige – Business Sweden, särskilda uppdrag under 2014

* Sektorprioriteringar för Tyskland och Schweiz i tabellen har inte samma tyngd som i de andra länderna.

Genomgående starkt intresse för miljö och hälsa

Som framgår av Tabell 1 ovan är det flera av länderna som prioriterar samma eller när-liggande sektorer. Miljöteknik, inklusive energi och samhällsbyggnad, är prioriterad av samtliga studerade länder, och hälsa och livsmedel är prioriterade exportsektorer för fem av sex länder. Detta kan vara en konsekvens av att denna studie omfattar många likartade länder, i de flesta fall små öppna och kunskapsintensiva ekonomier. När det gäller att planera främjandet bör man dock vara medveten om att Sverige inte är det enda land som uppvaktar aktörer på utländska marknader med likartade lösningar inom samma sektorer.

Påtagligt intresse för tillväxtmarknader och volymmarknader

Prioriterade utländska marknader för handelsfrämjande insatser fastslås i *Danmark*, *Nederländerna* och *Schweiz* av respektive lands handelsstrategi. I *Norge* har prioriterade marknader valts ut av IN:s styrelse i samråd med ett strategiskt råd bestående av bland annat branschföreningar och företrädare för det norska näringslivet. *Tyskland* har inga officiella prioriterade marknader men det är tydligt att prioriteringar ändå gjorts i fråga om resursfördelning.¹⁴ *Sveriges* prioriterade marknader har kunnat identifieras utifrån var regeringen tidigare valt att genomföra särskilda satsningar, men beslut om framtida landprioriteringar väntas inom kort.

Det finns en rad skäl till att göra geografiska prioriteringar i det statligt finansierade främjandet. I Danmark lyfts landets litenhet och behovet av att koncentrera resurser fram som bakgrund till landprioriteringarna. Som framgår av Tabell 2 har Nederländerna flest prioriterade marknader, men minst antal dedikerade främjarkontor utomlands. Tyskland har närvaro på flest utländska marknader, genom de tyska handelskamrarna och genom den statliga organisationen GTAI.

Flera kriterier tillämpas för att identifiera prioriterade marknader. Vi kan se att följande tre områden är betydelsefulla:

- ekonomiska faktorer – stora befintliga handelsflöden, snabb ekonomisk tillväxt och förväntad framtida potential
- kulturellt avstånd – geografiskt, språkligt eller kulturellt avstånd från hemlandet och kolonial historia
- handelshinder – statlig inflytande i ekonomin, komplexa regleringar eller svag immaterialrätt.

Samtliga studerade länder, inklusive Sverige, prioriterar främst tillväxtmarknader och mogna volymmarknader såsom Japan och USA, se Tabell 2. De olika urvalskriterierna tillämpas alltså i kombination. Samtliga studerade länder prioriterar även vissa kommande tillväxtmarknader, ibland kallade ”andra vågens marknader”, såsom Indonesien, Nigeria och Vietnam.

Det finns anledning att reflektera kring huruvida de valda landprioriteringarna speglar marknadsmisslyckanden som bör åtgärdas genom *statliga* främjandeinsatser i form av konsultliknande insatser för enskilda företag. En risk med sådana insatser på framför allt mogna marknader, om vilka det finns betydande kunskap i hemlandet, är att staten bidrar till att tränga undan privat konsult- och rådgivningsverksamhet och därmed missgynnar en del av landets näringsliv. Å andra sidan kan allt för mycket uppmärksamhet riktad mot stora tillväxtmarknader, till exempel Kina, skapa falska förväntningar som leder till misslyckade satsningar av små och medelstora företag som ofta saknar resurser för att ta sig an de mer komplicerade marknaderna.¹⁵

¹⁴ I Tyskland är det näringslivets aktörer som har valt att genomföra större satsningar på sex marknader genom att etablera en större närvaro, med de tyska centren för industri och handel (DIHZ).

¹⁵ Se gärna Tillväxtanalys (2011) *Svensk miljöteknik i en värld av handelshinder och nationellt främjande*. Östersund: Tillväxtanalys (WP/PM 2011:34).

Tabell 2 Landprioriteringar – handelsfrämjande

	Danmark	Nederländerna	Norge ²	Schweiz	Sverige ³	Tyskland ⁴
EU	Tyskland	Belgien, Frankrike, Polen, Rumänien, Storbritannien, Tyskland	Bulgarien, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Italien, Lettland, Litauen, Nederländerna, Polen, Rumänien, Spanien, Storbritannien, Sverige, Tyskland	*		
Övrigt OECD	Japan, Mexiko, Sydkorea, Turkiet, USA	Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Sydkorea, Turkiet, USA	Japan, Kanada, Sydkorea, Turkiet, USA	*	Turkiet, USA	Mexiko
BRICS	Brasilien, Indien, Kina, Ryssland, Sydafrika	Brasilien, Indien, Kina, Ryssland, Sydafrika	Brasilien, Indien, Kina, Ryssland, Sydafrika	*	Brasilien, Indien, Kina, Ryssland	Kina, Indien, Ryssland
Övriga	Indonesien, Vietnam	Colombia, Gulfstaterna Irak, Malaysia, Nigeria, Singapore, Ukraina, Vietnam	Förenta Arabemiraten, Indonesien, Kenya, Malaysia, Singapore, Thailand, Vietnam		Indonesien	Indonesien, Singapore
Utlandsnärvaro (antal marknader)	60	9	34	21	57	40 (GTAI) 90 (AHK)
Främjande-aktör	Danska Eksportrådet	Business Support Offices ¹	Innovasjon Norge	Swiss Business Hubs	Business Sweden	Germany Trade and Invest (GTAI), Handelskammare (AHK)

¹ Utlandsmyndigheter ansvarar för handelsfrämjande på andra marknader.

² Innovasjon Norges styrelse är ansvariga för att ta fram landprioriteringar. I detta arbete samråder de med ett strategiskt råd som bl.a. inkluderar representanter från näringslivet.

³ Landprioriteringar tas fram för närvarande. I tabellen listas länder som prioriterades i den nyligen avslutade Miljöteknikstrategin.

⁴ Tyskland har inga formella landprioriteringar, men handelskammarens större satsning, det tyska centrumet för industri och handel DIHZ har etablerats på dessa marknader.

* Schweiz prioriterar att ingå bilaterala avtal och frihandelsavtal med marknader inom dessa landsgrupper.

4 Strategier för innovationsfrämjande och främjande av utbildning och vetenskap

Danmark, Nederländerna, Norge, Schweiz och Tyskland arbetar alla aktivt med främjande av utbildning, forskning och innovation. *Danmark* och *Schweiz* har antagit strategier för internationalisering av utbildningsväsendet, forskningen och innovationssystemet.

Tyskland har en handlingsplan för internationalisering av utbildning och forskning; även landets innovationsstrategi, Hightech-Strategie, är central för vilka forskningsområden som prioriteras och berör frågor kring export och utbildning.¹⁶ *Nederländernas* nationella toppsektorsstrategi omfattar insatser och medel för innovationsfrämjande för några prioriterade sektorer. En viktig del av strategin är att involvera akademi och näringsliv i formulering och implementering av insatser. I *Norge* har innovation gjorts till den centrala strategiska prioriteringen genom bildandet av Innovasjon Norge som samlar allt företagsfrämjande i en organisation.

Vi börjar detta kapitel med att diskutera de olika ländernas innovations- och vetenskapsfrämjande organisationer och deras täckning av utländska marknader. Därefter klargörs hur organisationernas mandat skiljer sig åt mellan olika länder vad gäller internationaliseringsfrämjande av utbildning och forskning. I efterföljande avsnitt diskuterar vi hur policyer och strategier används för att koppla samman handelsfrämjande samt forsknings- och innovationsfrämjande samt hur detta fungerar i praktiken.

Vetenskapsattachéer stationeras i tillväxtländer och länder med starka innovationsmiljöer

Samtliga studerade länder har olika former av så kallade vetenskaps- eller innovationsattachéer,¹⁷ med närvaro på utvalda utländska marknader. Tillväxtanalys utlandsverksamhet har många likheter med dessa vad gäller finansieringskällor, verksamhet och mandat, dock med några skillnader som diskuteras i detta kapitel.

Alla har, likt Sverige, valt att stationera sina attachéer i tillväxtländer och länder med starka innovationsmiljöer, se Figur 7. Vetenskapsattachéerna tillsätts vanligen av ekonomi- ministeriet eller utbildnings- och forskningsministeriet,¹⁸ men de är i många fall fysiskt samlokaliserade med utsända diplomater vid en utlandsmyndighet.

De nederländska, danska och norska vetenskapsattachéerna samt de svenska motsvarigheterna, Counsellors of Science and Innovation, är statligt finansierade, medan de tyska och schweiziska har flera finansieringskällor. *Schweiz* har den bredaste utlandsnärvaron med vetenskapsattachéer på 18 platser i världen samt 5 större vetenskaps- och innovationskontor (så kallade Swissnex-kontor¹⁹). Totalt bevakas 19 utländska marknader. Denna höga närvaro förklaras av en strategi där nya och fler forsknings- och innovationssamarbeten ligger högt på den strategiska dagordningen. Schweiz är även det enda av de studerade länderna som har en närvaro i Afrika söder om Sahara. Swissnex är en ”public private partnership” med både personal och finansiering från staten och schweiziska företag och med deltagande från schweiziska universitet. *Nederländerna* har den näst bredaste land-

¹⁶ MINT-initiativ – matematik, informatik, naturvetenskap och teknologi.

¹⁷ Counsellor of Science and Innovation

¹⁸ Med undantag för vissa tyska och schweiziska utsända som tillsätts av akademien och näringslivet.

¹⁹ Swissnex finns i Brasilien, Indien, Kina, Singapore och USA.

täckningen – 20 kontor i 14 länder – och flera av landets innovationskontor ligger i så kallade andra vågens länder, vilket är en strategisk prioritering som också finns inom handelsfrämjandet.



Figur 7 Var finns vetenskaps- och innovationskontor placerade?

Ökad konkurrenskraft genom internationalisering av utbildning och forskning

Schweiz och Tyskland har som mål att, genom utbildning, stipendier, och utbytesprogram för studenter och forskare, attrahera globala talanger och därigenom stärka inhemsk konkurrenskraft och innovation. Schweiz använder även frihandelsavtal för att öka rörligheten av kvalificerad arbetskraft. Beroende på hur regeringen väljer att agera kan den ambitionen dock komma att motverkas som ett resultat av folkomröstningen om att begränsa invandringen och den fria rörligheten för arbetskraft från EU-länder. Även Danmark och Nederländerna arbetar målmedvetet med att attrahera utländska studenter och forskare.

Sex tyska vetenskaps- och innovationshus (DWIH)²⁰ samlar tyska forskningsinstitut och universitet på fem utländska marknader.²¹ Tillsammans med DWIH skapar den tyska akademiska utbytestjänsten (DAAD) genom sin närvaro i 60 länder en världsomspännande organisation för att främja akademiska och vetenskapliga utbyten och samarbeten. Det tyska federala utbildnings- och forskningsministeriet arbetar, tillsammans med handelskamrarna, även med att främja det tyska utbildningssystemet, bland annat genom att etablera tyska yrkesutbildningar på utländska marknader. Detta stödjer det tyska näringslivet på tre sätt, genom att: 1) underlätta kompetensförsörjning för tyska dotterbolag i utlandet, 2) skapa exportmöjligheter för tyska utbildningsföretag och 3) marknadsföra de tyska högteknologiska företagen.

De sex *danska* Innovation Centre Denmark (ICDK)²² har också i uppdrag att främja internationalisering av det danska utbildningsväsendet samt att attrahera utländska studenter och forskare till Danmark. Danmark har flera långsiktiga satsningar på samarbeten kring forskning och utbildning genom utbytesprogram.

Även *nederländska* Offices of Science and Technology (NOST) arbetar med utbildningsfrämjande, bland annat genom att sammanföra forsknings- och utbildningsorganisationer i Nederländerna med relevanta utländska organisationer. Samförståndsavtal har slutits med vissa prioriterade marknader. I Brasilien var Nederländerna tidigt ute med deltagande i student- och forskarutbytesprogrammet ”Science Without Borders”. En annan stor utbildningssatsning går ut på att utbilda indiska doktorander i Nederländerna på områden där Shell behöver kompetens. Satsningen finansieras tillsammans med Shell.

Strategier och policyer kopplar främjande av innovation till handelsfrämjande

På strateginivå syns tydligt att flera av de studerade länderna har en ambition att koppla innovationsfrämjande verksamhet till handelsfrämjandet.

Den *nederländska* toppsektorstrategin är kanske det tydligaste exemplet på denna koppling. Strategin styr arbetet med att främja handel och stödja nederländsk forskning och innovation, både i hemlandet och internationellt. Såväl akademi som näringsliv inkluderas i styrningen och implementeringen av strategin. Flera olika departement delar på ansvaret, däribland ekonomiministeriet, ministeriet för utbildning, kultur och vetenskap samt utrikesministeriet.

²⁰ DWIH drivs gemensamt av utbildnings- och forskningsministeriet, utrikesministeriet och den tyska organisationen för akademiskt utbyte, DAAD, i samarbete med forskningsinstitut och universitet.

²¹ DWIH finns i Brasilien, Indien, Kina, Ryssland och USA.

²² ICDK finns i Brasilien, Indien, Japan, Kina, Sydkorea, Tyskland och USA.

Även i *Norge* finns en tydlig ambition att sammankoppla innovations- och handelsfrämjande, även om Innovasjon Norges storlek och bredd möjligen kan göra detta till en utmaning. IN är den aktör som arbetar med såväl innovationsfrämjande som handelsfrämjande, och tanken är att näringslivet ska kunna slussas mellan olika delar av verksamheten. När IN bildades var tanken: i) att ge företagen ”en väg in”, ii) att uppnå synergieffekter, och iii) att binda samman regionala kontor och utlandskontor.

I *Danmark* bygger kopplingen mellan innovations- och handelsfrämjande på att man genomgående arbetar med så kallad ekonomisk diplomati i alla internationella aktiviteter. Praktiskt innebär begreppet att allt internationellt arbete ska ha en tillväxtaspekt, vare sig det handlar om innovationsfrämjande, handelsfrämjande eller till exempel biståndsarbete. Med detta menas att den ekonomiska tillväxten på hemmaplan ska främjas genom arbetet. En resa som anordnas av utbildningsministeriet för att förhandla ett samförståndsavtal kombineras med besök som syftar till att främja dansk export. Högnivåbesök planeras i samarbete med Dansk Industri (motsvarigheten till Svenskt Näringsliv) för att resorna ska få ett tydligt ekonomiskt fokus. I strategin för handelsfrämjande och ekonomisk diplomati slås det fast att danskt bistånd till utvecklingsländer även ska användas strategiskt för att skapa arbetstillfällen såväl i Danmark som i de länder som tar emot biståndet.

I *Tyskland* finns ingen central exportstrategi. Däremot har ministeriet för utbildning och forskning tagit fram Hightech-Strategie som inbegriper alla ministerier och myndigheter och flera initiativ som understryker kopplingen mellan forskning, innovation och export. Ett exempel är strategins fokus på att uppmuntra medelstora företag att delta i internationella nätverk för att utveckla sina innovationer.

Kopplingen mellan innovations- och handelsfrämjande är dock inte helt oproblematiskt i praktiken

Vetenskapsattachéerna från Danmark, Nederländerna, Norge och Schweiz har i uppdrag att sammanföra forskare och innovativa företag i hemlandet med aktörer i värdlandet. I det *danska* fallet är tanken att företag på så vis bättre ska kunna anpassa sina produkter till de aktuella marknaderna. ICDK arbetar, i likhet med *schweiziska* Swissnex²³, med att stödja innovativa företag och med att sammanföra innovativa företag och forskare. Sex av ICDK:s sju kontor är samlokaliserade med en utlandsmyndighet där även Eksportrådets verksamhet finns integrerad.

Tanken är att företag som får stöd av ICDK och Swissnex ska kunna slussas vidare till respektive lands exportfrämjare när de är mogna. Det finns dock i praktiken en gråzon mellan innovationskontorens och exportfrämjarnas uppdrag, och otydligheten förstärks av att flera av innovationskontorens tjänster är kostnadsfria medan de handelsfrämjande tjänsterna är avgiftsbelagda. *Nederländska* NOST:s mandat liknar ICDK:s och Swissnex mandat, men uppgiften att bidra till toppsektorstrategin är tydligare. NOST lyder under ekonomiministeriet men arbetar integrerat med främjare vid ambassadernas ekonomiska sektioner som lyder under utrikesministeriet. I *Norge* är situationen något annorlunda då IN är ansvariga för såväl handels- som innovationsfrämjande. I praktiken har det dock varit en lång och svår process att integrera den internationella verksamheten med övrig verksamhet hos IN, och kontakten mellan utlandskontoren och de regionala kontoren har varit begränsad. Detta framgår av norska främjare som Tillväxtanalys talat med och av den norska Riksrevisjonen (2009).

²³ Swissnex har dock större och mer resurssatta kontor än ICDK.

I det tyska systemet finns en tydligare ansvarsfördelning mellan företagsstöd å ena sidan och stöd till forskning och vetenskap å andra sidan. Ambassadernas vetenskapsavdelningar arbetar också med att få till stånd samarbeten mellan tyska och utländska universitet och forskningsinstitut. DWIH har i uppgift att underlätta kontaktskapande mellan tyska och utländska forskare och även innovativa företag.²⁴ Organisationen ger inte direkt konsultstöd till företag på samma sätt som sina danska, nederländska och schweiziska motsvarigheter. Denna typ av tjänster utförs i stället av de lokala tyska handelskammarna.²⁵

Främjande av internationalisering av utbildning, forskning och innovativa företag är mer begränsat i det svenska systemet

De olika ländernas innovationskontor eller vetenskapsattachéers roller och mandat skiljer sig något åt. Framförallt kan man skilja mellan de organisationer som har en analytisk, respektive en operativ roll; med operativ avses att tillhandahålla selektiva stöd och sammanföra enskilda aktörer. I några av de studerade länderna ligger den operativa och den analytiska rollen på samma organisation, medan funktionerna är uppdelade i andra länder. Oavsett vilket bör de två rollerna ses som ömsesidigt stödjande. Det krävs analys, om motpartens intressen och om utvecklingen på utländska marknader, för att statliga aktörer ska kunna utforma effektiva program för att främja forsknings- och innovationssamarbeten och handel.

De svenska utsända analytikerna vid Tillväxtanalys är inriktade på omvärldsanalys- och bevakning och kontaktskapande verksamhet för Regeringskansliet och ett antal forsknings- och innovationsfinansierade myndigheter. Man är dessutom ambassadernas Office och Science and Innovation där man bistår i ambassadernas operativa arbete med bland annat delegationsbesök och kontaktskapande för forsknings- och innovationssamarbeten. I arbetet ingår samarbete med de främjandeaktörer som finns på plats i de olika bevakningsländerna. Sverige har två huvudsakliga operativa organisationer på området: Svenska institutet och Vinnova.²⁶ Svenska institutet har statens uppdrag att genom stipendier verka för internationellt utbyte av studenter och forskare. Vinnova arbetar med att främja svenskt deltagande i europeiska forsknings- och innovationsprogram samt med bilaterala samarbeten med länder utanför EU. Man ger även ibland selektiva bidrag för till exempel internationell samverkan mellan innovativa företag och konsortier.²⁷ Detta skiljer sig dock avsevärt från de stöd som övriga länders operativa aktörer tillhandahåller eftersom det där är fråga om att bygga samarbeten.

Sverige har således flera aktörer med uppdrag att främja forskning och innovation men som förutom Tillväxtanalys har begränsad utlandsnärvär. Huruvida detta är en brist kan diskuteras men samordningen mellan aktörerna kan bli mer strategisk, och det finns ett tydligt behov av långsiktiga prioriteringar i arbetet på området.

²⁴ Tyskland har å andra sidan ingen innovationsmyndighet.

²⁵ I sex länder (på sju platser) finns även den större handelskammarsatsningen DIHZ som då erbjuder denna typ av tjänster.

²⁶ De svenska universiteten har naturligtvis även betydande internationella forsknings- och utbildningssamarbeten.

²⁷ Läs mer om programmet *Internationell samverkan för miljöinnovationer* i Tillväxtanalys (2015) *Utvärdering av regeringens miljöteknikstrategi. Bilaga till slutrapporten*. Östersund: Tillväxtanalys. (PM 2015:03).

5 Statens roll och näringslivets behov

Statliga främjandeinsatser kan vara motiverade om de är marknadskompletterande och samhällsekonomiskt lönsamma. Riskerna är dock inte försumbara och det finns bland annat en risk för att en potentiell tjänstemarknad trängs undan och att staten använder skattemedel till att finansiera insatser som företagen hade klarat sig lika bra utan. I ett främjandesystem som omfattar selektivt företagsstöd finns också en påtaglig risk för att staten försöker välja vinnare. Det är därför viktigt att kritiskt granska statens roll i främjandet samt att utvärdera effekterna av de statliga tjänsterna.

Vi börjar detta kapitel med att diskutera de teoretiska argumenten för att staten ska bedriva främjandeverksamhet. I efterföljande avsnitt diskuterar vi näringslivets roll i några länders främjandesystem: dels system där näringslivet agerar utförare av främjandetjänster, dels system i vilka näringslivet konsulteras i utformandet av tjänsteutbudet. Vi avslutar kapitlet med att kort redogöra för hur man kan följa upp om näringslivets behov tillgodoses och vilka effekter tjänsterna har.

Statens roll i innovations- och handelsfrämjande är inte självklar

Ett antal teoretiska argument brukar framföras för att förklara varför marknaden inte kan förväntas erbjuda främjandetjänster i den utsträckning som är samhällsekonomiskt optimalt. Till exempel har viss information och kunskap om utländska marknader karaktären av en kollektiv vara. Detta innebär att företag som tidigt internationaliserats kan få betala höga kostnader för att införskaffa kunskap om en utländsk marknad – kunskap som sedan kan utnyttjas av andra företag. Informationsmisslyckanden kan också bidra till att begränsa företagsekonomiskt gynnsamma affärer, på vissa marknader, eftersom privata banker och andra finansiärer finner dessa för politiskt eller ekonomiskt riskfyllda eller inte klarar av att bedöma dem. Internationalisering kan också anses ha positiva externa effekter, genom regionala spridningseffekter eller skapandet av en positiv landsbild på utländska marknader.

I praktiken är det dock svårt att bedöma när det är frågan om ett sådant marknadsmisslyckande och åsikterna går isär om vilka insatser staten kan och bör utföra för att åtgärda dem. Det är en anledning till att länderna i denna studie gör olika bedömningar av vad som är statens respektive den privata sektorns roll. Alla länder i studien tillhandahåller generell landinformation kostnadsfritt, men selektivt stöd, exempelvis individuell rådgivning till enskilda företag, verkar vara mer av en gråzon. Dessa tjänster kan betraktas som privata varor som det enskilda företaget har nytta av. Denna bedömning får stöd av att det finns en privat marknad för tjänsterna – även i de länder där staten bedriver selektiva främjandeinsatser.

I de fall som det saknas förutsättningar för en privat marknad får statens roll anses vara mindre kontroversiell. Detta gäller till exempel arbetet med att främja högre utbildning och attrahera globala talanger genom landets universitet och forskningsinstitut. Dessa tjänster kan skapa vinster för samhället, men som inte enbart gynnar något specifikt företag.

Näringslivet är med och utför främjandetjänsterna

Bland de studerade länderna har *Tyskland* den tydligaste uppdelningen mellan privata och offentliga tjänster. Myndigheten för export- och investeringsfrämjande, GTAI, utför inte tjänster åt enskilda företag utan tillhandahåller vad som får anses vara kollektiva varor.

GTAI arbetar till exempel med att analysera och skriva offentliga rapporter om intressanta marknader och sektorer samt med frågor som rör tullar, skattesystem, arbetskraftskostnader, regleringar m.m. Övriga tjänster (främst selektiva stöd, såsom skraddarsydd rådgivnings- och marknadsföringstjänster) kan företag köpa från de privata tyska handelskammarna eller andra konsultbolag.

En anledning till att handelskammarna fått denna centrala roll i främjandet är att tyska företag måste ha medlemskap i handelskammare hemma i Tyskland. Handelskammarnas roll som främjandeaktör får anses svårreplikerad utan denna särställning. I de flesta studerade länderna i denna rapport (inklusive Sverige) har handelskammarna en mycket mer begränsad roll som främst går ut på nätverkande och liknande. De danska och nederländska handelskammarna delfinansieras med offentliga medel, men i övrigt står de och övriga länders handelskammare utanför det offentliga främjandesystemet.

Huvudtanken bakom det statliga främjandet i *Schweiz* är att företag och forskare klarar sig bäst själva och det offentligas fokus ligger därför framför allt på att få till stånd frihandelsavtal och säkra tillgången till utländska marknader. Den statliga främjandeorganisationen S-GE har främst en förmedlarroll: personalen ser sig själva som projektledare som använder ett kontaktnät med konsulter. Dessa konsulter är privata rådgivare med specialistkunskap om olika utländska marknader, olika affärsområden eller olika tjänster, och är de som utför tjänsterna. En fördel med detta system är att risken för att tränga undan den privata tjänstesektorn minimeras. Samtidigt finns det risker förknippade med att staten förmedlar privata tjänster: Vilka privata rådgivare ska staten hänvisa till och vad är statens ansvar vad gäller att kontrollera kvaliteten på de privata tjänsterna?

Näringslivet är med och utformar tjänsteutbudet

I *Nederländerna* har staten arbetat med att matcha utbudet av tjänster till näringslivets efterfrågan genom att regeringen bjudit in näringsliv och akademi till att formulera politiken och ta ansvar för att implementera den så kallade toppsektorstrategin. Att insatserna utformas tillsammans med näringslivet förväntas öka sannolikheten för att utbudet matchar behoven. En risk med att näringslivet ges denna typ av roll kan dock vara att det politiska ansvarsutkrävandet blir oklart. Detta kan jämföras med det *danska* systemet där näringslivet deltar i de så kallade Vækstteamen, eller det *norska* systemet där ett strategiskt råd stödjer IN:s styrelse i valet av prioriterade marknader och sektorer. Dessa funktioner är dock endast rådgivande. Främjandeinsatserna, av vilka selektivt företagsstöd är en betydande komponent, utförs i alla tre länderna av statliga aktörer.

I *Sverige* ligger näringslivets relation till Business Sweden någonstans mellan delägare och kund. Formellt ägs Business Sweden gemensamt av staten och näringslivet. Staten bidrar under 2015 med 289 miljoner kronor²⁸ genom det årliga riktlinjebeslut som anger vilka områden som ska prioriteras och vilka tjänster som ska subventioneras. Finansieringen från näringslivet består av ett årligt bidrag på 10 miljoner kronor från Svenskt Näringsliv samt av att företag betalar för många av tjänsterna de utnyttjar.²⁹ Styrelsen består av ledamöter som tillsätts av staten och näringslivet, vilket representeras av Sveriges allmänna utrikeshandelsförening.

²⁸ Denna siffra inkluderar 215 miljoner kronor från 2015 års riktlinjebeslut och ytterligare 74 miljoner kronor som beslutades i Vårändringsbudgeten.

²⁹ I årsredovisningen för 2014 framgår det att intäkterna 2013–2014 var kring 250 miljoner kronor, varav drygt en tredjedel avser intäkter från statligt subventionerade tjänster.

Effekterna av främjandetjänster

Om staten bedriver selektiva främjandetjänster är det viktigt att såväl utbudet av tjänster som kompetensen hos personalen matchar företagets behov. Det finns flera sätt att följa upp huruvida näringslivets behov tillgodoses och vilka effekter tjänsterna har. Kvalificerade utvärderingar³⁰ genomförs av främjandeorganisationer i bland annat Danmark, Finland, Norge, Spanien och Storbritannien. Kundnöjdhetsundersökningar används av de flesta främjandeorganisationer inklusive Business Sweden. Genom att avgiftsbelägga tjänsterna får man en indikation på företagets betalningsvilja, som ett mått på det värde företagen tillskriver tjänsterna. Vilka tjänster som är belagda med avgifter, och hur stora dessa avgifter är, varierar mellan de studerade länderna. Tjänster för att främja forskning och innovation är generellt sett kostnadsfria (i alla fall i tidiga innovationsskeden), medan flera handelsfrämjande tjänster i regel är avgiftsbelagda.

³⁰ Effekten av en främjandeinsats kan definieras som skillnaden mellan ett företags internationaliseringsgrad efter att ha tagit del av främjandeinsatser jämfört med en kontrafaktisk situation då företaget inte har tagit del av en insats. Se exempel och rekommendationer på utvärderingsmetoder i Tillväxtanalys (2015) *Effekter av statens främjandeinsatser för internationalisering av små och medelstora företag: Slutrapport, utveckling av mätmetoder och indikatorer*.

6 Vad kan vi lära oss?

Vi har i denna rapport sett att det svenska systemet för internationaliseringsfrämjande, inklusive innovations- och handelsfrämjande, har både likheter och skillnader jämfört med de studerade ländernas system. Vilka lärdomar kan dras från dessa länder i vidareutvecklingen av det svenska systemet?

Fokus bör ta hänsyn till motpartens behov och intressen

En viktig slutsats från Tillväxtanalys tidigare arbete på området handels- och innovationsfrämjande³¹ är att många av de nya tillväxtländerna såsom Kina, Indien och Brasilien numera har en sofistikerad syn på sina egna behov och samhällsutmaningar. I sina internationella relationer är man intresserade av snabba teknik- och kunskapslyft för att stärka sina positioner i de globala värdekedjorna inom vissa sektorer. Det är dock tydligt i denna jämförande rapport att fokus i alla de studerade ländernas främjandesystem (inklusive i det svenska systemet) ligger mer på *hemlandets* tillväxt snarare än på förutsättningarna och möjligheter på andra marknader. Det finns därmed en risk att gamla modeller för främjande, standardiserade främjandemodeller och ett främjande som i hög grad fokuserar på det egna landets behov, missar vad kunderna faktiskt efterfrågar.

Strategisk samordning kan ske på flera nivåer

Det svenska systemet för främjande av innovation och handel kännetecknas av ett stort antal aktörer, av vilka flera saknar representation på utländska marknader. Det är inte ovanligt att länder har flera aktörer inom sina främjandesystem, men bristen på samordning – både på styρνivå och på utförarnivå – framstår som en svaghet i det svenska systemet. Lärdomar kan dras från det nederländska systemet där näringsliv, akademi och offentliga aktörer styr främjandet inom olika sektorer genom så kallade toppsektorteam. Även det danska systemet är intressant genom arbetet med att strategiskt samordna främjandet på såväl styr- som utförarnivå. Flera länder samlokaliserar sina främjandeaktörer, oftast tillsammans med en ambassad eller ett generalkonsulat i förhoppning om att detta kan bidra till närmare samordning och bättre synergier.

Stora fördelar med sektor- och landprioriteringar, men även vissa risker

Statens resurser till främjande av innovation och handel är begränsade och tydliga prioriteringar är en förutsättning för att kunna kraftsamla resurser,³² något som kan och bör vässas i det svenska systemet. Det kan vara fördelaktigt att prioritera ett antal sektorer eller utländska marknader i främjandearbetet. Med tydliga sektorprioriteringar går det att rekrytera personal med relevant specialistkompetens, vilket är en förutsättning för att kunna erbjuda företagen kvalificerade tjänster av hög kvalitet. De svenska främjarna ska täcka ett stort antal sektorer och länder, och måste alltså i många fall vara generalister. Landprioriteringar gör det möjligt för mindre länder att koncentrera sina resurser och satsa mer intensivt på ett mindre antal marknader, gärna där det finns giltiga argument för statligt stöd.

³¹ Se rapporter publicerade inom ramen för uppdraget *Möjligheter för Sverige i gränslandet mellan handel och innovation* (Tillväxtanalys, Svar direkt 2014:18–22)

³² Ett exempel på utsmetning av resurser kan ses i Miljöteknikstrategin, där det totala strategibeloppet på 400 miljoner kronor fördelades över 26 olika regeringsuppdrag till tio olika aktörer. Se Tillväxtanalys PM 2015:03.

Flera av de studerade länderna prioriterar samma, eller närliggande, sektorer och marknader. Bland dem är det miljö och hälsa som i stort sett alla de studerade länderna lägger fokus på. Alla länderna i studien satsar även stort på till exempel de kinesiska, indiska och amerikanska marknaderna. I planeringen av främjandet bör man därför vara medveten om att Sverige inte är det enda land som uppvaktar aktörer på utländska marknader med likartade lösningar inom en och samma sektor. Finns det komplementariteter kan det finnas skäl att söka samarbeten snarare än att konkurrera. Tyskland samarbetar till exempel med USA i Kina och med Österrike och Schweiz i Sydkorea.

Det finns även vissa risker att beakta när prioriteringar görs. Oförutsedda händelser kan försämra förutsättningarna på en marknad där det har satsats resurser. Dessutom kan okunskap eller fördomar leda till att potentiellt viktiga framtida marknader förbises. En annan potentiell risk är att statliga aktörer kan välja att satsa på sektorer som är prioriterade av politiska skäl, men som saknar internationell konkurrenskraft. Detta är dock kanske främst ett problem om likhetstecken sätts mellan exportfrämjande och internationaliseringsfrämjande: att stödja internationalisering kan leda till ökad konkurrenskraft för en sektor om fokus ligger på *lärandeaspekterna* som forsknings- och innovationssamarbete, snarare än på till exempel export.³³ Med andra ord kan det vara viktigt att knyta samman prioriteringar för internationalisering av forskning och innovation med handelsfrämjandeprioriteringar.

Utbildning, forskning och innovation kan främjas aktivt och kopplas till handelsfrämjande

Flera av de studerade länderna erbjuder stöd genom hela kedjan – från utbildning genom forskning och innovation till ökad handel. De kan exempelvis rapportera om innovations- och forskningsmiljöer, sammanföra aktörer och ordna internationella utbyten och samarbeten. Tyskland, Schweiz och i viss utsträckning Nederländerna och Danmark använder främjande av utbildning och forskning för att attrahera globala talanger eller bygga upp ömsesidigt fördelaktiga internationella samarbeten, i syfte att stärka sin internationella konkurrenskraft. Denna typ av stöd har mer karaktären av en kollektiv nytta och tros gynna samhället i stort, snarare än enskilda företag. I Sverige utförs denna funktion av de enskilda universiteten, olika forskningsfinansiärer och i olika bilaterala avtal med prioriterade länder.

Det kan finnas fördelar för Sverige med att tydligare koppla samman främjandet av handel med främjande av utbildning, forskning och innovation. På strateginivå har framför allt Danmark, Nederländerna och Tyskland en tydlig ambition att koppla innovationsfrämjande verksamhet till handelsfrämjande. I fält arbetar Danmark, Nederländerna och Schweiz med att samordna sina främjaraktörer för att sömlöst kunna slussa företag genom de olika typerna av stöd. Detta är dock inte helt oproblematiskt eftersom det finns en grå zon mellan stöd till forskning och handelsfrämjandetjänster, och de förstnämnda är i regel kostnadsfria medan de sistnämnda oftast är avgiftsbelagda.

Uppbyggnad av innovations- och forskningssamarbeten, inte minst i många av de tillväxtländer som berörs i denna rapport, kräver analys, långsiktighet, kontinuitet och dedikerade resurser. Även vad gäller handelsfrämjande så kräver arbete med förbättring av de övergripande villkoren för handel, såsom erkännande av tekniska standarder och hälso- och

³³ Eliasson och Hansson (2010) visade att produktiviteten ökade hos företagen innan de börjar exportera, inte efter att de börjat exportera.

säkerhetskrav, en långsiktighet och som förutsätter en annan finansieringsmodell än för selektiva stöd till enskilda företag.

Näringslivets intressen kan beaktas på olika sätt

De system vi studerat har olika sätt att samråda med näringslivet och beakta faktisk efterfrågan på främjartjänster när det gäller att identifiera prioriteringar. Nederländerna, Schweiz och Tyskland har gett näringslivet tydligt inflytande över tjänsterna och insatserna. I det förstnämnda fallet gäller det styrning av tjänsterna medan de två sistnämnda länderna också har lagt en stor del av utföranderollen på privata aktörer. I ett system där dessa bitar inte tänkts igenom riskerar man bland annat att kväva den privata tjänstesektorn, att använda skattemedel för att finansiera insatser som företagen hade klarat sig lika bra utan, eller att göra prioriteringar som inte är fördelaktiga i längden. Det är viktigt att vi i Sverige funderar över vad som är statens roll och vad som är den privata sektorns roll, och över vad vi vill åstadkomma när det gäller främjande av handel och internationalisering av innovation. Tydliga strategiska prioriteringar bör göras därefter.

Referenser

- Business Sweden (2015). *Årsredovisning och koncernredovisning: Verksamhetsåret 2014*. Stockholm: Business Sweden.
- Forskningsrådet (2011). *Internasjonalt samarbeid. Forskningsrådets strategi 2010–2010*. Oslo: Forskningsrådet.
- Eliasson, K., Hansson, P. & Lindvert, M. (2010). “Är exportfrämjandet motiverat?” *Ekonomisk Debatt*, vol 38(1), p 31–45.
- Innovasjon Norge (2012). *Strategy for Innovation Norway 2013–2016*. Oslo: Innovasjon Norge.
- Regeringen (2015). *Vårändringsbudget för 2015*. (Prop. 2014/15:99).
- Riksrevisjonen (2009). *Riksrevisjonens undersøkelse av Innovasjon Norge som statlig næringslivsaktør*. Riksrevisjonen: Dokument nr. 3:4 (2008–2009).
- Tillväxtanalys (2014). *Effekten av statens främjandeinsatser för internationalisering Delrapport: utveckling av mätmetoder och indikatorer*. Östersund: Tillväxtanalys. (Rapport 2014:07).
- Tillväxtanalys (2014) *Möjligheter för Sverige i gränslandet mellan handel och innovation – Brasilien, Indien Japan, Kina, Sydkorea*. Östersund: Tillväxtanalys. (Svar direkt 2014:18–22)
- Tillväxtanalys (2015). *Effekten av statens främjandeinsatser för internationalisering. Slutrapport: utveckling av mätmetoder och indikatorer*. Östersund: Tillväxtanalys. (Rapport 2015:03).
- Tillväxtanalys (2015). Utvärdering av regeringens miljöteknikstrategi. Bilaga till slutrapporten. Östersund: Tillväxtanalys. (PM 2015:03).
- Tillväxtanalys (2015). *Samspelet mellan innovations- och handelsfrämjande: Danmark på hemmaplan och i fält*. Östersund: Tillväxtanalys. (Svar direkt 2015:09).
- Tillväxtanalys (2015). *Samspelet mellan innovations- och handelsfrämjande: Tyskland på hemmaplan och i fält*. Östersund: Tillväxtanalys. (Svar direkt 2015:10).
- Tillväxtanalys (2015). *Samspelet mellan innovations- och handelsfrämjande: Nederländerna på hemmaplan och i fält*. Östersund: Tillväxtanalys. (Svar direkt 2015:11).
- Tillväxtanalys (2015). *Samspelet mellan innovations- och handelsfrämjande: Schweiz på hemmaplan och i fält*. Östersund: Tillväxtanalys. (Svar direkt 2015:12).
- Tillväxtanalys (2015) *Näringspolitiska insatser för stärkt konkurrenskraft*, Östersund: Tillväxtanalys (Svar direkt 2015:13)
- Utrikesdepartementet (2014). *Riktlinjer för budgetåret 2015 för Sveriges export- och investeringsråd avseende exportfrämjande verksamhet*. Stockholm: Regeringskansliet. (UF2014/80015/UD/FIM).

Intervjuer

Angerbauer, Christoph. German Industry & Commerce, The German Chamber Network.
Intervju 2015-04-16. Shanghai.

Espesgård Hassel, Nina. Innovation Center Denmark. Intervju 2015-04-17. Shanghai.

Hungnes, Pål Aslak. Innovasjon Norge. E-postkorrespondens 2015-06-25.

Lindahl, Lisette. Sveriges ambassad. Intervju 2015-04-13. Peking.

Moesman, Ivar. Innovasjon Norge. Intervju 2015-04-16. Shanghai.

Portén, Per. Business Sweden. Intervju 2015-04-14. Peking.

Prytz, Nicolai. Danmarks generalkonsulat/Danmarks Exportråd. Intervju 2015-04-17.
Shanghai.

Schartau, Cecilia. Business Sweden. E-postkorrespondens 2015-06-08.

Wego Fleischer, Vincent, Monsen, Gry Elisabeth och Alask, Pål. Innovasjon Norge.
Intervju 2014-11-28. Oslo.

Förkortningar

Förkortningar	
AHK	Deutsche Auslandshandelskammern, German Chambers of Commerce Worldwide (Tyska Handelskamrarna)
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Ministeriet för ekonomi och energi)
DAAD	Deutscher Akademischer Austauschdienst (Tyska akademiska utbytestjänsten)
DIHZ	Deutschen Industrie- und Handelszentren (Tyska centren för industri och handel)
DWIH	Deutsche Wissenschafts- und Innovationshäuser (Tyska vetenskaps- och innovationshus)
EEN	Enterprise Europe Network
EKN	Exportkreditnämnden
GTAI	Germany Trade and Invest
ICDK	Innovation Center Danmark
IKT	Informations- och kommunikationsteknik
IN	Innovasjon Norge
MoU	Memorandum of Understanding (Samförståndsavtal)
NBSO	Netherlands Business Support Offices
NOST	Netherlands Offices of Science and Technology
RVO	Rijksdienst voor Ondernemend (Netherlands Enterprise Agency)
SEK	AB Svensk exportkredit
S-GE	Switzerland Global Enterprise
SMF	Små och medelstora företag
STO	Swiss Science and Technology Offices
UM	Utlandsmyndigheter (ambassador och generalkonsulat)

Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, är en gränsöverskridande organisation med 60 anställda. Huvudkontoret ligger i Östersund och vi har verksamhet i Stockholm, Brasilia, New Delhi, Peking, Tokyo och Washington D.C.

Tillväxtanalys ansvarar för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser och därigenom medverkar vi till:

- stärkt svensk konkurrenskraft och skapande av förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag
- utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft, hållbar tillväxt och hållbar regional utveckling

Utgångspunkten är att forma en politik där tillväxt och hållbar utveckling går hand i hand. Huvuduppdraget preciseras i instruktionen och i regleringsbrevet. Där framgår bland annat att myndigheten ska:

- arbeta med omvärldsbevakning och policyspaning och sprida kunskap om trender och tillväxtpolitik
- genomföra analyser och utvärderingar som bidrar till att riva tillväxthinder
- göra systemutvärderingar som underlättar prioritering och effektivisering av tillväxtpolitikens inriktning och utformning
- svara för produktion, utveckling och spridning av officiell statistik, fakta från databaser och tillgänglighetsanalyser

Om PM-serien: Exempel på publikationer i serien är metodresonemang, delrapporter och underlagsrapporter.

Övriga serier:

Rapportserien – Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer.

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

Svar Direkt – uppdrag som ska redovisas med kort varsel.