

## Näringslivets syn på främjande av internationell handel och investeringar

### Främjandet börjar på hemmaplan

En öppen handel med omvärlden samt in- och utgående investeringar är nödvändiga för svenska företags konkurrenskraft och för Sveriges välbefinnande. En förutsättning för framgång är ett gott företagsklimat på hemmaplan, dvs kombinationen av skatter, tillgång på kompetens, fysisk och digital infrastruktur, regler etc. som ger en attraktiv miljö för att leva och verka och som avgör företagens och i förlängningen Sveriges internationella konkurrenskraft. De internationella regler och avtal som förhandlas fram sätter också villkoren för såväl handel som investeringsflöden. Frihandel utan snedvridande subventioner utgör en grund för ett fungerande internationellt handels- och investeringsutbyte.

Handels- och investeringsfrämjandet utgörs av alla de insatser som utöver detta kan underlätta för företagets internationalisering, dvs för import, export och in- och utgående investeringar. Det kan innefatta alltifrån mässor och delegationsresor till finansiering och rådgivning. Men också t ex marknadsföring av Sverige för turism, företagande och investeringar.

Även om främjandet inte kan eller ska kompensera för brister i företags- eller investeringsklimat, så är det av stor vikt för att Sveriges företag fullt ut ska kunna utnyttja sin potential internationellt och för att möjliga utländska investeringar ska förverkligas och därmed bidra till jobb och välbefinnande i Sverige.

Utgångspunkten för främjandet bör vara att fokusera på de områden där normala marknadskrafter inte tillgodoser företagets behov eller där andra länders främjandeinsatser måste matchas för att inte hindra svenska företags konkurrensmöjligheter. Hindren för företag att göra internationella affärer varierar beroende på storlek och resurser, på typ av marknad, liksom på det ekonomiska och politiska läget. Främjandet måste därför kontinuerligt anpassas till företagets behov och till de metoder och insatser som ger bäst resultat per satsad krona. Av detta följer behovet av fortlöpande utvärdering av effektiviteten av gjorda insatser.

Det övergripande målet är ett kostnadseffektivt handels- och investeringsfrämjande som utifrån företagets behov ger bästa möjliga förutsättningar för företagets internationalisering. Ledord för att uppnå detta är *samverkan*, *samordning* och *långsiktighet*.

### Nära samverkan med näringslivet nödvändig

En nödvändig förutsättning för att främjandeinsatser ska ge önskat resultat är att de utgår från företagets behov. För mindre företag kan det handla om att tillhandahålla grundläggande information om marknadsmöjligheter, finansiering eller hjälp till nätverkande och kontaktskapande medan det för större företag kan vara viktigast att agera dörröppnare gentemot andra länders beslutsfattare. För att ta reda på det krävs att berörda departement, myndigheter och organisationer har en nära samverkan med näringslivets företrädare och enskilda företag.

Här finns en stor förbättringspotential. Genom att näringslivet involveras tidigt i processer kring exempelvis val av länder för Team Swedens fysiska närvaro, men även val av land och fokus vid större event och delegationsresor och andra större satsningar, så kan träffsäkerhet och resultat förbättras avsevärt.

Även för investeringsfrämjandet bör dialogen med näringslivet stärkas för att säkerställa att prioriteringen sker utifrån näringslivets och samhällets samlade behov. Ett bra exempel är det arbete som Business Sweden nu gör för att attrahera investeringar i batterivärdekedjan, vilket stärker helheten.

### **Bättre samordning behövs**

Handelsfrämjandet har under lång tid präglats av ett mycket stort antal myndigheter och organisationer med begränsad koordinering, vilket bidragit till svåröverskådlighet och bristande effektivitet. Inom regeringens exportstrategi lanserades 2015 Team Sweden för att bättre samordna de olika insatserna och öka samarbetet mellan berörda aktörer. Även om detta varit positivt i sig, tillämpas konceptet mycket olika i olika branscher eller geografiska områden och möjligheterna för näringslivsintressen att delta har varierat. Det finns således ett fortsatt behov av tydligare koordinering av myndigheters olika uppdrag. Inriktningen bör vara ett mer sömlöst främjandesystem, där insatser, stöd och främjandeverktyg tydligt hänger ihop och leder till mot samma mål.

Samordningen bör syfta till att få en helhet där de olika främjandeaktörerna utnyttjar sina specifika kompetenser på ett effektivt sätt tillsammans med input från näringslivet. Här behövs allt från en attraktiv Sverigebild, finansiering, garantier och rådgivning till riktade satsningar geografiskt eller branschmässigt. Det är viktigt att nyttja synergier såväl inom främjandet som mellan främjandet, handelspolitiken och övrig näringspolitik. Då fri och öppen handel utgör grunden för ett framgångsrikt svenskt näringsliv är det viktigt att både export och import främjas.

### **Långsiktighet ger bättre effekt**

Det krävs ofta uthållighet för att bli framgångsrik på en ny marknad eller för att locka till sig investeringar. Det innebär också att främjandeinsatser bör präglas av en långsiktighet där det finns en plan och ett mål. För att få fullt genomslag behövs också att denna långsiktighet kommuniceras utåt, så att också företag som tar eller överväger att ta främjandeinsatser i anspråk kan förutse vad som kan förväntas framöver. Det gäller såväl för enskilda insatser som på myndighets- respektive regeringsnivå.

På övergripande nivå är det också viktigt att det finns ramar för främjandet som håller över tid. Förutsättningarna för den globala handeln eller behovet av investeringar ändras inte av eventuella förändringar i regeringens partifärg. Därför bör så långt möjligt grundläggande delar i handels- och investeringsfrämjandet förankras brett i syfte att undvika stora och snabba förändringar i samband med regeringsskiften.