

JUNI 2016



Teknikföretagen

almea



SVENSKT NÄRINGSLEV



Synpunkter inför exportstrategins genomförande

- En sammanfattning av Näringslivets Exportstrategidag
den 22 januari 2016

Innehåll

Inledning	2
Sammanfattning	3
1. Hur bör det statliga främjandet samverka med näringslivet?	5
2. Hur får vi små och medelstora företag att exportera mer?	8
3. Hur kan Sverige få en ökad andel av de stora globala affärerna?	10
4. Hur kan vi attrahera talanger och investeringar till Sverige?	14

Inledning

Regeringen presenterade en exportstrategi för Sverige under hösten 2015, något som välkomnades av näringslivet som länge efterfrågat en sammanhållen strategi. Ett halvår senare, i januari 2016, anordnade tre av de största arbetsgivar- och branschorganisationerna – Teknikföretagen, Almega och Svenskt Näringsliv – en halvdag med workshops i syfte att ge konstruktiva förslag och synpunkter till genomförandet av strategin. Denna rapport är ett kondensat av det som diskuterades.

Sammanfattning

När det gäller **Samverkan med näringslivet** har branschorganisationerna och företagen under lång tid ansett att det offentliga exportfrämjandesystemet är spretigt och svårt att hitta in i. Myndigheter och organisationer har egna, och sinsemellan helt olika, kriterier för stöd som kan handla om allt från företagets storlek och vilken bransch företaget verkar i, till målmarknad eller vilken typ av aktivitet man vill ha stöd för. Flera företag upplever att de är "alltid fel" för att komma ifråga för stöd.

Som första steg har regeringen skapat ett Team Sweden-koncept och en hemsida som ska samla all information om offentligt stöd och finansiering, www.verksamt.se. Det kommer att gagna näringslivet. Dock krävs det fortfarande mer att rensa i rabatten då kritiken från näringslivet också har varit att flera olika aktörer har överlappande uppgifter. Statskontorets rapport som skulle titta på överlapp i det statliga systemet gav inte så mycket ny information – kanske för att man inte frågade avnämarna, det vill säga företagen som tar del av tjänsterna – och har framför allt inte lett till någon synbar förändring. Det behövs också att själva stöden anpassas till företagens verklighet och att aktörerna i Team Sweden gemensamt bidrar till hela värdekedjan.

Företag och branschorganisationer upplever att det visserligen funnits dialog med staten och det offentliga, men kanske inte så mycket samverkan i praktiken. Företag och branschorganisationer står fortfarande till förfogande för en djupare samverkan i olika delar i genomförandet av strategin.

Att få fler att exportera mer, det vill säga att få ut **fler småföretag på internationella marknader**, diskuterades också. Det är självfallet så, med den företagsstruktur vi har i Sverige där 99,9 procent av företagen är små eller medelstora, att vi behöver få fler att våga ta steget ut på den internationella arenan och växa. Här blir det än viktigare att det offentliga systemet följer företagets behov. Flera småföretag vittnar om att de blir uppvaktade för att åka med till länder på andra sidan jorden, när de i själva verket bara vill över Östersjön. Då krävs det ofta ett mycket mindre stöd, men dock ett stöd, vilket kan vara svårt att få. Argumenten från staten har ofta varit, att kan inte ett företag själv satsa en så liten peng på att ta sig över till en närmarknad kanske man inte ska ut på export. Ofta förhåller det sig tvärtom. För det lilla företaget kan det lilla stödet vara väldigt viktigt inte minst som moraliskt stöd. Man känner att man har stöd av staten och att man delar risk, även om det bara handlar om en liten reell summa. Det kan vara det som får det lilla företaget att våga ta steget ut. Vi har sett flera exempel på när små, riktade stöd, gett stora resultat.

Det är också viktigt att hjälpa de mindre företagen med rätt och konkret information inför en utlandssatsning. Vi tror att det finns mycket matnyttig information hos utlandsmyndigheterna som rätt förpackad skulle vara nyttig för småföretagen. Behövs en djupare marknadsanalys inom en viss bransch vill det mindre företaget också kunna välja exporttjänsteleverantör på lika villkor och vi föreslår därför att de internationaliseringscheckar som ger företaget subvention på konsulttjänster permanentas.

Möjligheterna till att stora och små företag hjälps åt på internationella marknader diskuterades. Storföretagen uttrycker ett verkligt intresse för de små innovativa företagen, men det saknas idag naturliga arenor för dessa att mötas. Det statliga systemet

skulle kunna skapa incitament för storföretagen att till exempel ta med sig ett antal småföretag ut i världen vid delegationer och andra främjandeinsatser. Här kan man i högre grad använda sig av handelskammare eller branschorganisationer som intermediärer.

Sverige utsätts idag för stor global konkurrens och halkar efter i världsmarknadsandelar och vi behöver vara snabba i att identifiera stora, globala affärsmöjligheter. Därför har regeringen i sin strategi en insats som handlar just om **stora affärer**. Det handlar också om att få en bättre utväxling på affärsmöjligheter och projekt i de multilaterala organisationerna som FN, Världsbanken och utvecklingsbankerna.

Sverige måste där arbeta långsiktigt med att påverka upphandlingskriterierna i dessa organisationer så att svenska lösningar kan konkurrera med mer än pris. Det gäller exempelvis livscykelkostnader, hållbarhet och innovation. Fler stödjande svenska experter på dessa organisationer kan vara en väg.

Svenska expertmyndigheter har en viktig roll i att i sina bilaterala samarbeten med andra länder, i tidiga skeden, arbeta långsiktigt med att bygga upp kunskap kring styrmedel och riktlinjer som senare kan underlätta för svensk kompetens och tekniklösningar. Hela denna process bör hänga ihop i en tydlig strategi. Vilka länder ska Sverige ha bilaterala samarbeten med, och hur ser vi till att i slutänden skapa exportaffärer av det i ett senare skede i en långsiktig process?

Stöd till förstudier spelar en viktig roll och har av flera företag påtalats som ett viktigt instrument för att komma in i tidiga skeden i andra länders stora projekt. Ur strategiskt perspektiv kan det även finnas behov av för-förstudier, det vill säga innan det finns ett konkret affärsnära intresse. Det kan till exempel gälla internationella projekt kring smarta städer, där landet ifråga ofta vill ha hjälp i mycket tidiga skeden med att definiera vad en smart stad är och vilka kriterier som ska finnas för senare upphandling. Det skapar ett snabbspår för svenska tekniklösningar i senare skeden.

Talang- och investeringsfrämjandet diskuterades också. Teknikutvecklingen och digitaliseringen inom näringslivet leder till behov av nya specialkompetenser. Internationaliseringen innebär att arbetsgivarna efterfrågar kunskaper i utländska språk, kunskap om utländska marknader och kommunikationsförmåga. Tillgång till kompetens, infrastruktur och bostäder, en sund bolagsskatt och sänkt marginalsatt är avgörande för ett bra investeringsklimat.

Våga prioritera genom att lyfta speciella nischer som är attraktiva för utländska investeringar. Genom att fokusera på och utveckla ett par strategiska områden i stället för ett brett spelfält har vi möjlighet att höja oss i den internationella konkurrensen.

Investeringsfrämjandet bör i större utsträckning involvera svenska företag ute i världen, såväl stora som små, för att via dem locka investeringar till Sverige. Svenskt varumärke höjs genom de kreativa näringarna, de är en underutnyttjad resurs. Sveriges över 150-åriga historia med ett fritt näringsliv är något som ofta glöms bort men borde vara en självklar del för att attrahera investeringar.

Grundläggande förutsättningar för investeringsfrämjandet är kort handläggningstid för migration, tillgång till bostäder, låg marginalsatt, möjlighet till kompetensutveckling och ett allmänt gott näringslivsklimat.

Tydligt är att de grundläggande förutsättningarna är desamma för konkurrenskraftiga företag som för att attrahera talanger och investeringar.

1. Hur bör det statliga främjandet samverka med näringslivet?

I Sveriges Exportstrategi lanseras Team Sweden som det främsta instrumentet för samordning och styrning av exportfrämjandet. Näringslivet har tidigare riktat kritik mot att det statliga exportfrämjandet är spretigt, okoordinerat och svårt att navigera i. Både då och senare har det dock för näringslivet varit oklart vad detta Team Sweden är och hur företagen och branscherna kommer att vara involverade. Denna otydlighet i vad själva konceptet går ut på har gett näring åt flera divergerande tolkningar vilket skapar än mer förvirring och otydlighet.

Näringslivet önskar en kommunikativ tydlighet i vad Team Sweden är. Är det enbart en process, ett sätt att arbeta tillsammans – för övrigt ett arbetssätt som existerat sedan länge vid flera utlandsmyndigheter – eller finns det mer innehåll? Hur ska de landspecifika Team Sweden-satsningarna koordinera med de branschspecifika? Vi tror att det behövs en samsyn kring vad Team Sweden ska vara och hur det kan hjälpa svenska företag med export.

Vidare önskas en koordinerande roll från regeringskansliet (med berörda departement, olika för olika konstellationer), att berörda myndigheter får ett tydligt mandat att med tid och pengar backa upp de olika satsningarna, tydligt syfte och tydliga mål för de olika formationerna av Team Sweden. De sverigebaserade myndigheter som ingår i Team Sweden måste få tydliga signaler om att sammanhållet förhålla sig till exportstrategin (och inte enbart till sitt eget departements minister) på ett strategiskt sätt, samt få uppdrag och mandat att allokera tid och pengar för att stödja de projekt som utarbetas i de Team Sweden-kluster i vilka de ingår.

Team Sweden-klustren bör vidare vara efterfrågestyrda och samägda av stat och näringsliv. Man skulle exempelvis kunna titta på modellen för hur Vinnova arbetar med strategiska innovationsområden för FOI och med samma organisatoriska modell skapa Team Sweden-kluster i form av strategiska exportområden. Relevant branschaktör är neutral intermediär/plattform och de finansierande myndigheterna utgör programråd.

Ministerresor tycks vara en del av Team Sweden-satsningen. Även här önskar företag och branschorganisationer få möjlighet att påverka vart ministrarna åker med sina näringslivsdelegationer. Detta gäller såväl handelsministerns som övriga ministers delegationsresor.

Företagen och branschorganisationerna efterlyser också välgrundade land- och sektorsstrategier baserad på en välunderbyggd analys som bygger på bransch, marknad och de svenska företagens förutsättningar. Det bör inom UD och analys- och expertmyndigheterna finnas underlag för att ta fram sådana strategier. Använd även de svenska företag som finns på marknaden och låt ambassader och analysmyndigheter som till exempel Tillväxtanalys, gemensamt samla sin kunskap som grund för dessa strategier.

Se till att utlandsmyndigheterna samverkar sömlöst, inte bara med varandra, utan med näringslivet, såväl företag som handelskamrar och andra främjandeorganisationer.

Företagen vittnar om och understryker kraftfullt att de statliga exportfinansieringsinstrumenten SEK och EKN fungerar utmärkt och bör förstärkas och utvecklas. Framför allt önskar de små och medelstora företagen, SME, en anpassning av lånevillkor och instrument för att passa deras ofta något mindre affärer.

Företagen och branschorganisationerna har saknat stöd till projektförberedande insatser (förstudier och för-förstudier) och stöd till referens/demoinstallationer internationellt. För båda dessa instrument måste gälla att det inte får vara begränsat till enbart de minst utvecklade länderna utan ha ett bredare täckningsområde som exempelvis DAC-listan. Processen för hur dessa medel får sökas är också viktig att se över. Det måste vara öppet för företag och branschorganisationer att föreslå projekt och ansöka om projektmedel. Vidare saknas medel i riktigt tidiga skeden, exempelvis då det planeras gröna stadsdelar runt om i världen och svenska konsulter får frågan om att vara med och sätta upp miljö- och energikriterierna i ett tidigt skede men där landet förväntar sig medfinansiering med hälften. Andra länder (Frankrike, Tyskland, Japan) har denna typ av finansiering vilket gör att det i senare upphandlingsskeden av delsystem och teknik är mer sannolikt att dessa länders leverantörer får affärerna.

Företag och branschorganisationer ser också ett behov av arenor/mötesplatser som kopplar samman stora företags behov av innovativa lösningar för internationella projekt med möjliga leverantörer. Den projektexport som fanns för några decennier sedan existerar inte på samma sätt idag då våra storbolag är lokala på en global marknad. Däremot behöver storbolagen och småföretagen fortfarande varandra, men har inte alltid bra mötesplatser för detta.

Det framkom också önskemål om riktiga branschsamtal där delbranscher specificerar branschens behov och kommunicerar dem till regeringen, tillgång till ministrar vid företags/efterfrågestyrda utlandsbesök, stöd att delta på mässor (ofta för dyrt för SME:s, särskilt om Business Sweden arrangerar), tydliga och transparenta analyser inför delegationer och Team Sweden-satsningar, värdekedjeperspektiv (utnyttja myndigheters tidiga närvaro på marknader för att koppla på export senare).

En viktig uppgift för regeringen är att se till att myndigheter och främjare som helt eller delvis finansieras av skattemedel inte konkurrerar, utan kompletterar och samverkar med varandra. Många företag och branschföreträdare vittnar om att man upplever en konkurrens mellan framför allt Business Sweden och andra statliga aktörer med främjaruppdrag.

Permanent internationaliseringscheckarna så att privata exportkonsulter får en chans att komma in i systemet.

Slutligen framkom idéer kring förändring i Business Sweden incitamentsmodell. Samverkan generellt, och anlitande av privata aktörer specifikt, borde premieras, och Business Sweden borde i sina projekt få betalt i olika faser där slutbetalningen sker först när affär är tecknad.

Förslag

- ▶ Definiera syfte, mål, finansiering och huvudmannaskap för de Sverigebase-
rade Team Sweden-klustren och dess verksamhet. Relevanta myndigheter måste
få mandat att allokera resurser i form av tid och pengar till de efterfrågestyrda
projekt som kommer fram, och koordineringen mellan klustren bör ske i någon
form av styrgrupp på regeringskansliet.
- ▶ Permanenta internationaliseringscheckarna.
- ▶ Inför finansiellt stöd till för-förstudier på internationella marknader.
- ▶ Stöd till konsortiebildning; incitament till stora företag som kan knyta ihop ett
leveransteam.
- ▶ Möjliggör efterfrågestyrda ministerresor från företag och branschorganisationer.
- ▶ Ekonomisk diplomati och företagsfokusi hela statsapparaten.
- ▶ Låt en del av myndigheternas pengar till främjande allokeras fritt och styras via
exempelvis Strategiska Exportområden istället för att låsas in i respektive myndig-
hets egna prioriteringar.
- ▶ Knyt ihop biståndet med främjandet tydligare (nya instrument/incitament?)
- ▶ Ta fram landspecifika främjarplaner i samverkan mellan stat, näringsliv och aka-
demi – och resurssätt dessa! Bygg på branschorganisationer, handelskammare etc.
- ▶ Förstärk statens analyskapacitet! Tillväxtanalys har haft en viktig roll i policy-
analysen som skulle kunna utvecklas. Alla högnivåbesök borde ingå i strategiska
och långsiktiga processer.
- ▶ Sätt mål för främjandet! Övergripande men också på Business Sweden/myndig-
hetsnivå. Gör en översyn av Business Sweden/främjarmyndigheters incitaments-
modeller för att det verkligen blir affär av delegationsresor och främjandeinsatser.

2. Hur får vi små och medelstora företag att exportera mer?

För de mindre företagen behövs ofta ett mer långsiktigt stöd i de olika stegen i internationaliseringsprocessen snarare än kortsiktiga nedslag i form av subventionerat deltagande i delegationsresor eller generella marknadsanalyser. Småföretagen efterlyser också en tydligare samverkan mellan de statliga aktörerna.

Företag upplever ofta att det offentliga främjandet, som det ser ut idag, ofta är styrt av myndigheternas interna prioriteringar för redan pågående samarbeten med länder och marknader, eller av bilaterala avtal på regeringsnivå. Samtidigt har dessa satsningar ofta fokus på SME-företag. Då upplever en del av småföretagen att de av olika offentliga främjare ibland nästan blir övertalade att åka med på delegationsresor eftersom det råkar finnas avtal, politiska prioriteringar eller andra diplomatiskasyften som gör att man vill främja affärer med en viss marknad eller ett visst land. Det kan naturligtvis finnas välgrundade skäl, men med tanke på de begränsade resurser små och medelstora företag har i form av tid och finansiering bör man som statlig främjare i högre grad utgå från företagets efterfrågan och behov.

Småföretagen uttrycker ofta att det är en tillräcklig – och ibland ändå oöverstiglig – risk och satsning bara att expandera i närområdet. När de då söker offentligt stöd för detta upplever de att det inte finns något. På närmarknader är uppfattningen att företagen ska klara sig själva. Detta trots att man med ett relativt litet stöd till ett exportövervägande företag skulle kunna få större utväxling på en närmarknad dit företaget har lättare att resa och etablera sig.

För att få fler småföretag att våga ta steget ut på export krävs också kunskap. Flera mindre företag efterlyser offentligt finansierad exportutbildning med både kortare och längre affärsnära kurser inom olika områden – en slags ”Export Promotion Academy”.

Andra efterlyser också rena exportsäljarkurser. ”Vi har en fantastisk affärsidé/produkt men har svårt att hitta rätt sätt att pitcha den på ett säljbart sätt i internationella sammanhang.”

Vad gäller rollerna i det offentliga främjandet upplever småföretagen fortfarande en otydlighet i Business Swedens roll. Det finns en uppfattning om att den halvstatliga aktören ska hjälpa främst småföretag med subventionerade exporttjänster, och man blir då förvånad när man sedan upplever Business Sweden som en dyr konsult. Det vore troligtvis bra med ett tydliggörande av Business Swedens statligt finansierade tjänster och konsultverksamheten.

Förslag

- ▶ Offentligt exportfrämjande bör i högre grad vara efterfrågestyrt, det vill säga ge småföretagen det de verkligen behöver och utgå från deras enskilda behov.
- ▶ Företagen ska själva kunna välja vilka exporttjänsteleverantörer de väljer. Permanenta därför internationaliseringscheckarna så att företagen kan planera sin exportsatsning mer långsiktigt och själva välja leverantör av exporttjänster.
- ▶ Småföretagen behöver specifik kunskap om specifika marknader, så att rätt marknad väljs för exportsatsningen. Ambassader och utlandsmyndigheter borde kunna samla sin pågående omvärldsbevakning och rikta den mot företag. Eventuellt skulle Tillväxtanalys kunna få ett sådant uppdrag.
- ▶ Det statliga stödet på vald marknad måste samordnas bättre, till exempel genom att involvera ambassader, handelskamrar, svenska utstationerade anställda och även privata tjänsteleverantörer som alla kan vara exportmentorer
- ▶ Ta fram en samlad palett av konkreta stöd till småföretag som till exempel mässdeltagande, delegationsresor, resebidrag eller djupare marknadsanalys att komma ut på nära och/eller mogna marknader.
- ▶ Låt storföretagen kostnadsfritt få plocka med sig innovativa småföretag på viktiga statliga delegationsresor.
- ▶ Underlätta att hitta finansieringshjälp i alla skeden inte bara generella stöd i början på exportresan, utan även stöd till fördjupade marknadsundersökningar, resekostnader etc.
- ▶ Hitta förebilder och sprid goda exempel.

3. Hur kan Sverige få en ökad andel av de stora globala affärerna?

Svenska företag har en lång tradition av att konkurrera och vinna stora projekt på utlandsmarknaderna. Det gäller i hög grad inom infrastrukturområdet, där svenskt systemkunnande och inriktning på hållbara lösningar ofta fällt utslaget. Men konkurrensen om de stora affärerna har under en längre tid avsevärt hårdnat, inte minst från stora statliga kinesiska företag. Sverige är jämfört med andra länder väldigt beroende av stora företag och deras affärer. Att ta hem de stora affärerna är därför viktigt för att skapa jobb och tillväxt i Sverige.

I intressanta länder och marknader har de stora svenska företagen genom sina kontor i respektive land eller agenter god information om projektmöjligheter. Som komplement behöver våra utlandsmyndigheter och Business Swedens kontor vara tidigt och aktivt uppdaterade på affärsmöjligheter i stora projekt och skapa system för att denna information förs vidare till relevanta organisationer och företag.

I de stora projekten, framför allt i tillväxtländerna, är ofta de multilaterala utvecklingsbankerna och EU:s finansinstitutioner involverade både som rådgivare och i senare skeden som finansiärer. Svenska företag har, trots hög kompetens och framgångsrika referensprojekt haft svårt att konkurrera och delta i stora projekt ledda av finansinstitutionerna. Det är viktigt att svensk närvaro i dessa institutioner väsentligt ökar och att frågorna drivs uthålligt, strategiskt och med hög kompetens.

Ökad nordisk samverkan bör också kunna utvecklas och breddas inom existerande nordiska samarbetsstrukturer på plats inne i utvecklingsbankernas nordiska kontor. En översyn borde övervägas om möjligheterna för nordiskt näringsliv att bli en mer synlig partner i regeringarnas arbete i dessa organisationer.

Från svensk sida behövs ett mer långsiktigt arbete med upphandlingskriterier i de multilaterala organisationerna. Det gäller bland annat kriterier och uppförandekoder för hållbarhet, korruption, livscykelkostnader och så kallad funktionsupphandling. Detta gynnar både svenska företags konkurrensförmåga och stärker dessa organisationers effektivitet och relevans. På detta område bör ömsesidiga intressen kunna uppnås mellan politikområdena exportfrämjande och bistånd.

Ett ökat engagemang och påverkan i dessa frågor kan skapas genom att uppfylla flera organisationers önskan om stöd från svenska myndigheter för att stärka upphandlingskompetens och kapacitet. Även på detta område borde ett närmare samarbete utvecklas med de andra nordiska länderna som också är stora bidragsgivare till bland annat FN.

Det är riktigt och viktigt att Exportstrategin uppmärksammar behovet av att kunna kraftsamla det officiella Sverige som stöd till företagen vid stora affärer. Härigenom ges ökade förutsättningar att bättre matcha affärsutspel från konkurrerande företag och konkurrentländer. Viktiga erfarenheter finns att tillgå när det gäller framgångsrik svensk projektexport till stora komplexa projekt.

Svenska sektor- och expertmyndigheter spelar en viktig roll i att bygga långsiktiga bilaterala samarbeten med utländska myndigheter. Det kan bland annat innebära stöd vid utformning av styrmedel och riktlinjer samt lagar för att skapa förståelse för hur ett miljöeffektivt system kan genomföras på affärsmässiga grunder eller mer konkret – men lika viktigt – att vara med att sätta standards för fordons längd och bredd. Finns detta tidiga samarbete skapas goda förutsättningar för svenska företag med intressanta systemlösningar att komma in i diskussioner om nya stora projekt på ett mycket tidigt stadium. Det gäller bland annat planer på helt nya hållbara städer framför allt i Asien, stora energiprojekt i Afrika och Latinamerika, omfattande anläggningsarbeten eller prestigebyggnader i Europa och Nordamerika. Tidiga samarbeten skapar också bättre förutsättningar att utforma det svenska erbjudandet efter vad marknaden i landet efterfrågar. Att välja rätt affär börjar lokalt.

En viktig framgångsfaktor är även att bygga nätverk och aktiviteter kring större projekt och att exportfrämjandet ger stöd i olika faser av projektcykeln. Just den sammanhållna processen är av särskild betydelse.

En särskild projektambassadör kan utses som har att följa de olika stegen i projektutvecklingen. Uppdraget kan baseras på Exportstrategins riktlinjer om olika projektförberedande och projektunderstödjande insatser.

Av särskild vikt är att med potentiella kunder i tidiga skeden kunna delfinansiera tekniska och finansiella förstudier. Medel bör även kunna utgå till förstudier under andra faser i projektcykeln, inklusive för-förstudier som underlag för att bedöma svenska företags intresse av och förutsättningar för att engagera sig i ett specifikt stort projekt.

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

Att en ökad vikt läggs på finansieringsfrågorna är en utveckling som vi ser i många länder, inte minst i många av våra vassaste konkurrentländer. Kina utgör här ett särskilt problem. Sverige bör påverka EU att driva frågor om kinesiska företags underprissättning av bland annat stora projekt genom dolt statsstöd.

Från 1970-talet och en bit in på 2000-talet arbetade ett antal svenska storbolag med anläggningsexport. De gick ut på internationella marknader tillsammans med små- och medelstora projektpartners från Sverige och agerade därmed draglok åt mindre underleverantörer. Idag ser strukturen inte ut så. De stora företagen är nu betydligt mer globaliserade och etablerade med lokalt förankrade dotterbolag.

För att det svenska erbjudandet ska kunna innehålla breda konkurrenskraftiga systemlösningar för större projekt behöver därför nya modeller för konsortiebildningar utvecklas. Här efterlyses modeller som är rent affärsdrivna och baseras på en tydlig symbios mellan stora och små företag. Men det kan också gälla modeller med statlig involvering. Stora företag som Scania och ABB borde mer aktivt behöva ta ledartröja och söka former för att dra med sig medelstora och mindre företag. Det kan förslagsvis ske genom delfinansiering från det statliga exportfrämjandet där staten bidrar med pengar och företagen med tid. Nya koncept för konsortiebildningar bör också kunna inkludera svenska underleverantörer eller partners till utlandsledda projekt.

Svenska framgångsrika referensprojekt liksom olika lyckade modeller för konsortiebildningar bör bättre dokumenteras och sammanställas. Det kan gälla projekt i Sverige inom hållbar stadsutveckling eller marknadsdrivna konsortiebildningar för produktion av biogas för stadsbussar i Asien.

Det finns ett mycket brett stöd för hovets och statsministerns engagemang och deltagande i olika utgående delegationer med exportinriktning. Det gäller även utländska delegationer som besöker Sverige. Stödet är också starkt för att regeringens olika ministrar ger hög prioritet åt att leda delegationer inom sitt ansvarsområde.

Samtidigt finns önskemål om en mycket tydligare efterfrågestyrning från näringslivet när det gäller resor med marknadsföringssyfte. Initiativ till sådana resor och andra aktiviteter ska komma från näringslivet och resorna ska gå till länder eller ha en affärsnära inriktning på sektorer där svenska företag har konkreta möjligheter och intresse av att ta affärer.

Det finns även en utbredd uppfattning om att delegationsresor ofta behöver förbättras bättre, följas upp och utvärderas mer självkritiskt samt arrangeras till självkostnadspris. De ofta höga priserna för deltagande i delegationsresor är naturligtvis särskilt betungande för de mindre företagen.

Ett ytterligare återkommande önskemål från företagen är att närmare knyta ihop export- och handelsfrågor med insatser inom utvecklingspolitiken så att dessa sammantaget och i högre grad både bidrar till prioriterade utvecklingsmål och kommer svenska företag och lösningar till gagn.

Under en lång följd av år har relationerna mellan svenska näringslivsintressen och det svenska biståndet ofta fastnat i ofruktbara meningsutbyten om bundet bistånd. På senare tid har dock en rad initiativ tagits, där främst Sida utvecklat nya innovativa samarbetsformer. Drivkrafterna har ofta varit en allt starkare önskan och krav bland våra samarbetsländer att komma vidare från de traditionella givar-/mottagarrelationerna till ett nytt mellanstatligt samarbete. Dessa bör i ökad utsträckning baseras på områden där svensk kompetens är särskilt framträdande, bland annat inom energi- och andra infrastrukturområden som till exempel transporter. Ett sådant exempel med *win-win* är svenska företag inom lastvagnar och bussar som i sina exportansträngningar i utvecklingsländer inlett samarbete med Sida som finansär av yrkesutbildning av fordonstekniker.

Det finns ett starkt och brett intresse inom olika branschorganisationer och företag att gå in i en fördjupad dialog med främst Sida för att lättare förstå möjligheterna för export till många av våra traditionella samarbetsländer. De statliga biståndsorganisationerna bör ingå som en integrerad del i alla relevanta Team Sweden.

Intresse bör också knytas till nordisk industriell samverkan ur ett biståndsperspektiv. Ett område med delvis kompletterande nordiska kompetenser gäller produktion, transmission och distribution av elkraft. Här finns en stor och växande marknad i många afrikanska länder. Inom elsektorn finns en rad olika initiativ i Afrika inom vilka Norden sammantaget skulle kunna bidra med värdefull kompetens och genom sitt långvariga och framgångsrika bistånd ses som en betrodd samarbetspartner. På detta område bör nya samarbetsformer undersökas baserade på de erfarenheter av utveckling av stora infrastrukturprojekt som byggts upp inom den nordiska finansgruppen i Helsingfors.

Förslag

- ▶ Skapa system för att vara uppdaterad på affärsmöjligheter i stora projekt.
- ▶ Öka svensk närvaro i de internationella finansinstitutionerna.
- ▶ Mer långsiktigt arbete med upphandlingskriterierna i de multilaterala organisationerna.
- ▶ Tidigt samarbete mellan svenska sektor- och expertmyndigheter och utländska myndigheter.
- ▶ Utse särskild projektambassadör för stöd i olika faser av projektcykeln.
- ▶ Inför nya modeller för konsortiebildningar.
- ▶ Tydligare efterfrågestyrning från näringslivet vid officiella delegationsresor.
- ▶ Mera samarbete mellan näringslivet och biståndet.

4. Hur kan vi attrahera talanger och investeringar till Sverige?

I globaliseringens tidevarv gäller det att vara en attraktiv plats för investeringar. Vi kan inte längre ta för givet att företagen stannar i Sverige. Kanske är förutsättningarna bättre någon annanstans. Sverige har goda förutsättningar och ligger långt framme inom många områden. Men för att stärka konkurrenskraften och göra Sverige mer attraktivt för nya investeringar krävs ett helhetsperspektiv och en samordning mellan politikområden. Det finns en stark global konkurrens i världen om talanger och investeringar. Sverige har haft ett försprång genom investeringar i teknik och humankapital, men det krymper snabbt i och med att tidigare utvecklingsländer satsar mer på forskning och utbildning. Humankapitalet blir samtidigt allt mer rörligt, och konkurrensen ökar om de bästa lösningarna för att attrahera och behålla talanger internationellt. Huvudstäder och regioner försöker profilera sig för att skapa attraktionskraft. Starkast är konkurrensen inom kunskapsintensiva branscher.

Där står företagen inför växande kompetensbrister och nya kompetensbehov. Kompetensbristerna kan bero på flera orsaker såsom snabb tillväxt, stora pensionsavgångar, teknisk utveckling och internationalisering. Teknikutvecklingen och digitaliseringen inom näringslivet leder till behov av nya specialkompetenser. Internationaliseringen innebär också att arbetsgivarna efterfrågar kunskaper i utländska språk, kunskap om utländska marknader och kommunikationsförmåga.

Tillgång till kompetens, infrastruktur och bostäder, en sund bolagsskatt och sänkt marginalskatt, är avgörande för ett bra investeringsklimat. Samma faktorer har också en stark attraktionskraft för de talanger som företagen söker.

I en tid med ovanligt hög invandring blir det ännu viktigare hur vi tar tillvara på de talanger som Sverige behöver. Stäng inte gränsen för kompetensinvandring. Regeringen bör fortsätta att understödja rörlighet av kvalificerad arbetskraft. Det finns en miss-match på arbetsmarknaden som hämmar företagens utveckling. Genom att attrahera kvalificerade personer skapas nya möjligheter och de kommer att fungera som jobbskapare även för mindre kvalificerade yrken.

Idag går viseringen alltför långsamt och detta riskerar på grund av den ökade invandringen att ytterligare fördröjas. Därför bör Migrationsverket skapa en sammanlänkad hantering av visum för snabbare tillgång till kunskap och erfarenhet hos arbetskraftsinvandrare. Ett annat sätt för att snabbt få tillgång till kompetens är att underlätta för internationella studenter att stanna kvar efter avslutade studier. Erfarenheter visar att dessa studenter bidrar med den kompetens som företagen efterfrågar med hänsyn till internationalisering.

För invandrare av andra skäl, till exempel, asyl- och anhöriginvandring bör man göra en tidig kartläggning av kompetens och vad vederbörande vill göra för att man snabbt ska få en analys av eventuell skillnad mellan ursprungslandets utbildning och svenska krav. Idag är genomsnittstiden för etablering i arbetslivet sju år. För att förkorta den bör Migrationsverket, Arbetsförmedlingen och företagen kunna samverka. Ta vara på och använd uppsökande verksamheter för att kartlägga attraktiva kompetenser och ge arbetstillstånd.

Våga göra prioriteringar genom att lyfta speciella nischer som är attraktiva för utländska investeringar. Genom att fokusera på och utveckla ett par strategiska områden istället för ett brett spelfält har vi möjlighet att höja oss i den internationella konkurrensen. Med en för bred ansats riskerar Sverige att ligga efter på alla områden.

Ta vara på alla dörröppnare och kontaktskapare. Som nämnts tidigare bör investeringsfrämjandet i större utsträckning involvera svenska företag ute i världen, såväl stora som små, för att via dem locka investeringar till Sverige. Svenskt varumärke höjs genom de kreativa näringarna. De är en underutnyttjad resurs. I många länder är de avgörande för en fortsatt affär. Sveriges över 150-åriga historia med ett fritt näringsliv är något som ofta glöms bort men borde vara en självklar del för att attrahera investeringar.

I Sverige idag saknas specialister såsom ingenjörer särskilt inom automation och digitalisering. Enligt Svenskt Näringslivs rekryteringsenkät är det företagen inom hotell- och restaurang, IT- och telekomsektorn tillsammans med vårdföretagen som försökt rekrytera i högst utsträckning. 45 procent av företagen inom byggnadssektorn har tvingats tacka nej till order eller uppdrag på grund av svårigheterna att rekrytera. Dessutom saknas tvärvetenskaplig kompetens/funktionell kompetens. De förändrade kompetenskraven gör att företagen måste erbjuda lärande på jobbet och vidareutbildningar. Att förutsättningarna för vidareutbildning, kompetensutveckling och omställning är de rätta stärker både företagets konkurrenskraft och individens fortsatta anställningsbarhet. Svenska företag är i den absoluta toppen inom OECD vad gäller att erbjuda sina befintliga medarbetare arbetsrelaterad vidareutbildning.

Förslag

- ▶ Utöver ovan nämnda grundläggande förutsättningar såsom kort handläggningstid för migration, tillgång till bostäder, låg marginalsatt, möjlighet till kompetensutveckling och ett gott näringslivsklimat finns olika åtgärder för att attrahera talanger.
- ▶ Underlätta för utländska studenter att få stanna efter examen samt utveckla stipendiesystem för utländska studenter.
- ▶ Erbjud fler internationella skolor av god kvalitet.
- ▶ Använd Sveriges varumärke som spännande, kompetent IT-nation. Här finns en hög teknikmognad, en i huvudsak konsumentinriktad marknad och en bra startup-miljö som grundat kända varumärken som Skype, Klarna och Spotify. Det ger också attraktionskraft hos unga.
- ▶ Marknadsför Sverige som ett tryggt samhälle.

www.svensktnaringsliv.se

Storgatan 19, 114 82 Stockholm

Telefon 08-553 430 00