

En del i projektet  
**Hur kan staten underlätta  
för nya och små företag  
att komma in på  
marknader utomlands?**



**PM** 2020:03

# De små och medelstora företagens export och det statliga exportfrämjandets roll

**STUDIEN ANALYSERAR** vilka företag som blir exportörer, vilka marknader de väljer att handla med och betydelsen av olika handelshinder. Vi belyser även hur exporten påverkar företagens tillväxt, sysselsättning och produktivitet samt vilken roll exportfrämjandet kan spela.

Dnr: 2018/215  
Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser  
Studentplan 3, 831 40 Östersund  
Telefon: 010 447 44 00  
E-post: [info@tillvaxtanalys.se](mailto:info@tillvaxtanalys.se)  
[www.tillvaxtanalys.se](http://www.tillvaxtanalys.se)

För ytterligare information kontakta: Håkan Nordström  
Telefon: 010-447 44 48  
E-post: [hakan.nordstrom@tillvaxtanalys.se](mailto:hakan.nordstrom@tillvaxtanalys.se)

## Förord

Tillväxtanalys har regeringens uppdrag att analysera och utvärdera statens insatser för att stärka Sveriges tillväxt och näringslivsutveckling. Vi utvecklar även metoder för att utvärdera och analysera svensk tillväxtpolitik. Syftet med den kunskap som vi utvecklar är att den ska användas för att effektivisera, ompröva och utveckla tillväxtpolitiken samt genomförandet av Agenda 2030.

Hur hållbar tillväxt skapas och kan påverkas av statliga insatser är komplexa frågeställningar som kräver djuplodande analyser. Det gör vi inom ramen för tvååriga ramprojekt där vi belyser tillväxtpolitiskt relevanta frågeställningar med olika metoder och utifrån olika perspektiv. Under ramprojektets gång presenterar vi fortlöpande delstudier. I en avslutande rapport drar vi sedan slutsatser och ger rekommendationer baserat på resultaten från delstudierna.

Denna studie ingår i ramprojektet ”Hur kan staten underlätta för nya och små företag att komma in på marknader utomlands?” Studien analyserar de små och medelstora företagens export, hinder för utrikeshandel och exportfrämjandets roll. Studien är skriven av Håkan Nordström.

Ett varmt tack till deltagarna i ramprojektets referensgrupp som har bidragit med värdefulla inspel.

Östersund, februari 2020

Peter Frykblom

Avdelningschef, Internationalisering och strukturomvandling

Tillväxtanalys

## Innehåll

<b>Sammanfattning</b> .....	<b>6</b>
<b>Summary</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Inledning</b> .....	<b>8</b>
<b>2 De små och medelstora företagens export</b> .....	<b>10</b>
2.1 Hur stor andel av företagen exporterar och hur stor del av omsättningen? .....	10
2.2 Vilka företag blir exportörer? .....	13
2.2.1 Produktiviteten spelar stor roll.....	13
2.2.2 Bolag inom internationella koncerner exporterar i högre grad .....	14
2.2.3 Statistisk analys av exportbenägenheten.....	15
2.2.4 Regionala skillnader .....	16
2.3 Val av marknad.....	19
2.3.1 EU och Norge har en särställning .....	19
2.3.2 Andra marknader tillkommer efter hand.....	20
2.3.3 Storlek, avstånd och handelshinder avgör valet av marknad .....	21
2.3.4 Företagens värderingar av olika handelshinder .....	24
<b>3 Hur påverkar exporten företagens tillväxt?</b> .....	<b>26</b>
3.1 Metod .....	26
3.2 Export leder till ökad produktivitet och tillväxt.....	26
<b>4 Slutsatser för exportfrämjandet</b> .....	<b>30</b>
<b>Litteraturförteckning</b> .....	<b>31</b>
<b>Bilaga 1 Mikrodata</b> .....	<b>33</b>
<b>Bilaga 2 Data och metod för handelsregressionerna</b> .....	<b>34</b>

## Sammanfattning

Denna studie är den första av tre om de samhällsekonomiska effekterna av statens insatser för att främja små och medelstora företags export. Studien analyserar (i) vilka företag som blir exportörer, (ii) vilka marknader de väljer att handla med och betydelsen av olika handelshinder, (iii) hur exporten påverkar företagets tillväxt, sysselsättning och produktivitet, samt (iv) vilken roll exportfrämjandet kan spela.

### *Företagens export och vad som hindrar deras utrikeshandel*

Bland de allra minsta företagen är export ovanlig, särskilt i tjänstesektorn. Men så fort vi kommer upp i storlek bland företagen blir export allt mer vanligt och svarar för en allt större del av omsättningen. Företag som tar steget ut på världsmarknaden uppvisar ofta högre produktivitet än branschgenomsnittet. Exportdebuten leder också till en snabbare tillväxt.

Företagens exportresa börjar i allmänhet i EU och Norge, där varor och tjänster kan omsättas på i princip samma villkor som på hemmamarknaden. Många företag nöjer sig med den regionala marknaden medan andra går vidare ut på världsmarknaden, ofta till USA, Schweiz och Kina som första anhalt. Generellt föredras stora marknader framför små, nära marknader framför långväga och låga handelshinder framför höga.

Enligt en företagsenkät genomförd av Kommerskollegium med hjälp av SCB fungerar EU:s gemensamma marknad tämligen väl. Enkäten visar dock att vissa hinder för handeln kvarstår såsom att ta reda på vilka regler som gäller för att sälja olika varor och tjänster på olika marknader. Andra problemområden som nämns i intervjuvaren är kopplade till tjänstehandeln och den offentliga upphandlingen. I båda fallen anger en sjättedel av företagen att de inte har samma möjligheter att konkurrera som de inhemska företagen. Ytterligare ett område som ofta nämns är hanteringen av mervärdesskatter i intra-EU handeln.

Samma problemområden finns i handeln med länder utanför EU, men ofta i högre grad. Dessutom tillkommer kostnader för tullar och andra handelshinder som inte förekommer inom EU.

### *Främjandets roll för att få fler företag att göra exportdebut*

Det statliga exportfrämjandets roll är att sänka trösklarna för att få fler företag att ta steget ut på världsmarknaden och skapa jobb och tillväxt i Sverige. Uppgiften har två delar:

Den första uppgiften är att riva så mycket handelshinder som möjligt på världsmarknaden. Denna uppgift vilar främst på regeringskansliet med stöd av Kommerskollegium. Eftersom Sverige är medlem i EU kan vi inte agera självständigt utan måste gå genom EU som sköter förhandlingarna med andra länder. Om världshandeln skulle kunna bli lika öppen som handeln inom EU vore merparten av alla problem lösta för exportföretagen.

Den andra uppgiften är att ”hantera” de handelshinder som inte låter sig avvecklas, vilket är en uppgift för hela exportfrämjandet. Det kan handla om utbildningsinsatser, specifik marknadsrådgivning samt att tillhandahålla exportkrediter och garantier som inte erbjuds kommersiellt.

## Summary

This study is the first of three on the economic effects of the state's efforts to promote SME exports. The report analyzes (i) which companies that become exporters, (ii) which markets they trade with and the role of various trade barriers, (iii) how exports affect business growth, employment and productivity, and (iv) the role that export promotion agencies can play.

### *SMEs export and what hinders their trade*

Among the smallest companies, exporting is rather uncommon, especially in the service sector. The larger the firm, the more likely it is to export, and the greater share of sales. Exporting firms tend to have higher productivity and grow faster than the industry average.

The export journey often begins in the EU and Norway where goods and services can be traded on basically the same conditions as in the domestic market. Many firms stay in the regional market, while others move on to the world market, often to the US, Switzerland and China as the first stops. As far as the market choice is concerned, firms prefer large markets over small, close markets over distant, and low trade barriers over high.

According to a company survey conducted by the National Board of Trade with the help of Statistics Sweden, the EU's common market is functioning quite well. However, the survey shows that some barriers to trade remain, such as finding out what the rules are for selling different goods and services. Other problems mentioned in the interview responses are linked to the service trade and the public procurement. In both cases, one-sixth of the respondents argued that they do not have the same opportunities to compete as domestic firms. Yet another area that draws many complaint is the clearance of value added taxes in the intra-EU trade.

Similar problems were raised by the business community in the trade with third countries, but to a larger degree. In addition, there were complaints about high import duties and red tape at the border, issues that are not present on the common market of the EU.

### *The role of export promotion agencies*

The objective of export promotion is to lower the thresholds in foreign trade to get more companies to enter the world market and create jobs and growth in Sweden. The tasks can be divided into two parts:

The first task is to tear down as many trade barriers as possible in the world market. This task rests with the government with support from the National Board of Trade. Since Sweden is a member of the EU, it cannot act independently but has to do so via the EU. If the world market would become as open as the common market of the EU, most of the problems would be solved for the export industry.

The second task is to help businesses deal with the barriers that cannot be removed in the short run, which is a task for all export promotion agencies. The assistance could take the form of export education, specific market advice, financing, export credit guarantees and other services that are not available on commercial terms.

# 1 Inledning

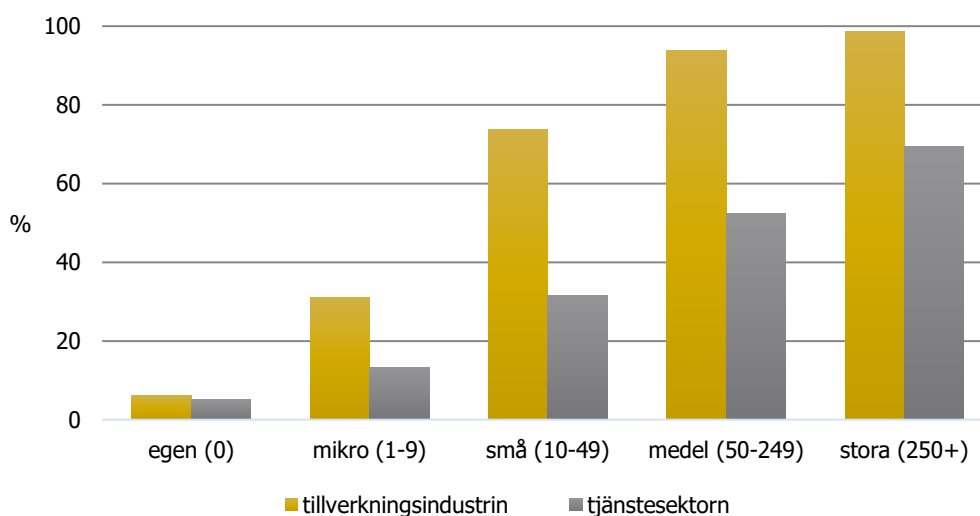
Det statliga främjandet av näringslivets export och internationalisering ska, inom ramen för EU:s statsstödsregler, avhjälpa de marknadsmisslyckanden som omger internationell handel genom att stödja särskilt små och medelstora företag med:

- information om export och internationalisering,
- information om enskilda exportmarknader,
- information om främjande i form av garanti och finansieringslösningar,
- kontakter med inköpare, upphandlare och beslutsfattare,
- samlad presentation av svenska lösningar och erfarenheter,
- hjälp med byråkratiska handelshinder.<sup>1</sup>

Den samhällsekonomiska grunden för exportfrämjandet vilar sålunda på uppfattningen att näringslivet, och då särskilt de små och medelstora företagen, inte förmår att dra full nytta av de affärsmöjligheter som erbjuds på den internationella marknaden på egen hand.

Exportfrämjandets roll är att sänka trösklarna i utrikeshandeln för att få fler företag att ta steget ut på världsmarknaden och skapa jobb och tillväxt i Sverige.

Figur 1. Andelen företag som exporterar (2017), %



Att trösklarna kan vara höga, särskilt för de mindre företagen i näringslivet, visas i Figur 1 som plottar andelen exportörer i tillverkningsindustrin och tjänstesektorn i olika storleksklasser av företag.<sup>2</sup> Bland de mindre företagen är export ovanlig, särskilt i tjänstesektorn. Och merparten av de företag som exporterar håller sig inom EU och Norge där villkoren i princip är desamma som på svenska marknaden tack vare EU:s gemensamma marknad.<sup>3</sup>

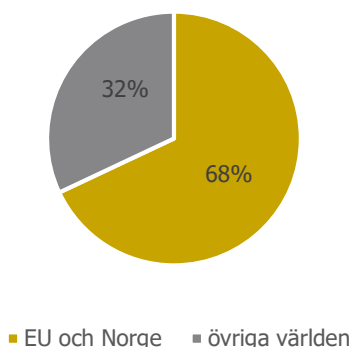
<sup>1</sup> Citat hämtad från Regeringens exportstrategi 2015/16:48, sid 5, som uppdaterades i december 2019 med tillägget att exportfrämjandet ska bidra till en hållbar utveckling (Regeringskansliet, 2019).

<sup>2</sup> Företagen är uppdelade i fem storleksklasser: egenföretagare, mikroföretag med 1-9 anställda, småföretag med 10-49 anställda, medelstora företag med 50-249 anställda, och stora företag med 250+ anställda.

<sup>3</sup> Norge ingår i EU:s gemensamma marknad genom EES-avtalet (Europeiska Ekonomiska Samarbetsområdet). Handelen med Norge omfattas av samma fria rörlighet för varor, tjänster, kapital och personer som inom EU ("de fyra friheterna"), med undantag av jordbruks- och fiskeriprodukter.

Även de större företagens export har en regional slagsida, om än i mindre grad. För näringslivet som helhet går dryga två-tredjedelar av exporten till EU och Norge (Figur 2). Om vi adderar övriga Europa är nästan tre-fjärdedelar av exporten regional.

Figur 2. Regionala fördelningen av varu- och tjänsteexporten (2017)



I detta pm, som är den första i en serie i tre delar om exportfrämjandes effekter på de små och medelstora företagen (SMFs), ska vi titta närmare på SMFs export för att belysa

- vilka företag som blir exportörer,
- vilka marknader de väljer att handla med och betydelsen av olika handelshinder,
- hur exporten påverkar företagets tillväxt, sysselsättning och produktivitet,
- och vilken roll som exportfrämjandet kan spela.

Studien fokuserar på tillverkningsindustrin och i den mån data tillåter även tjänstesektorn. Gruvor och jordbruk ingår inte. Kartläggningen ligger till grund för del 2 i ramprojektet som utvärderar effekterna av det statliga exportfrämjandet (Tillväxtanalys, 2020b). Del 3 jämför exportfrämjandet i Sverige med Danmark, Finland, Norge, Nederländerna, Storbritannien och Tyskland (Tillväxtanalys, 2020c). I ramprojektet ingår även en fristående forskningsrapport som behandlar partihandelns roll som intermediär för företagets export (Tillväxtanalys, 2020d). I en avslutande rapport drar vi sedan slutsatser och ger rekommendationer baserat på resultaten från delstudierna.



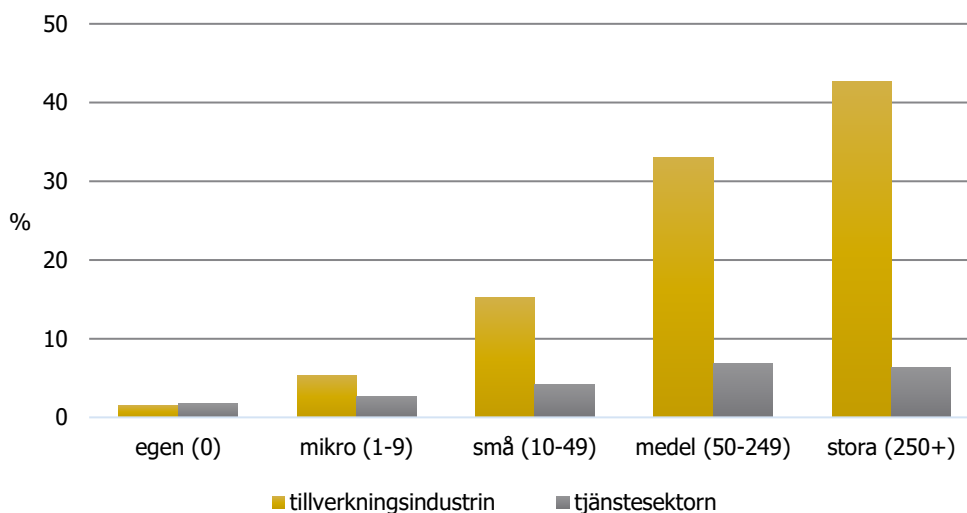
## 2 De små och medelstora företagens export

Som ett första steg i utvärderingen av exportfrämjandet redovisas lite basfakta om de små och medelstora företagens export. Även de stora företagen ingår i redovisningen för jämförelsens skull. Data är sammanställda genom att samköra olika register med data på företagens ekonomi och utrikeshandel (Bilaga 1). Företagens export till EU som ligger under gränsvärdet på 4,5 miljoner kronor i SCBs utrikeshandelsstatistik uppskattas genom de uppgifter företagen lämnar till Skatteverket om försäljningen av momspliktiga varor och tjänster till EU. Eftersom momsredovisningen inte är nedbruten mellan olika länder inom EU behandlas EU som en marknad i denna studie. Vi kan därför inte rapportera några data om företagens handel med enskilda EU-länder utan enbart den totala summan.<sup>4</sup>

### 2.1 Hur stor andel av företagen exporterar och hur stor del av omsättningen?

Som visades i det inledande avsnittet är det en relativt liten andel av företagen i det mindre storleksklasserna som exporterar, särskilt i tjänstesektorn. Men så fort vi kommer upp i storlek bland företagen blir export allt mer vanligt (Figur 1) och svarar för en allt större del av omsättningen (Figur 3). Detta gäller framförallt tillverkningsindustrin men även delar av tjänstesektorn som lämpar sig för export. Detaljerade data för olika sektorer redovisas i Tabell 1 och Tabell 2. Att exportberoendet ökar med företagens storlek är naturligt med tanke på att den svenska marknaden är liten jämfört med världsmarknaden. Företag som vill fortsätta att växa när hemmamarknaden är mättad har inget annat val än att söka sig ut på världsmarknaden även om kostnaderna är högre (särskilt utanför EES-området).

Figur 3. Exportandelen av omsättningen (2017), % ovägt



<sup>4</sup> Med tanke på EU:s betydelse för SMF vore det intressant att kunna analysera även handeln med enskilda EU-länder för att kartlägga behovet av exportfrämjande insatser inom EU. I SCBs utrikeshandelsstatistik kan vi idag utläsa på kronan hur mycket företagen handlar med Burkina Faso, Papua Nya Guinea, Saint Lucia och andra marginella marknader utanför Europa, men inte hur mycket de handlar med Danmark, Finland, Tyskland och Frankrike såvida inte gränsvärdet på 4,5 miljoner kronor överskrids. Nedprioriteringen av statistiken inom EU är ologisk och bör kanske tas upp för diskussion i Eurostat.

Tabell 1. Andelen exporterande företag (2017), %

Bransch	Företagsstorlek				
	egen	mikro	små	medel	stora
<b>Tillverkningsindustrin</b>	<b>6,3</b>	<b>31,0</b>	<b>73,7</b>	<b>93,8</b>	<b>98,5</b>
10. Livsmedel	3,4	15,3	36,7	81,7	96,3
11. Drycker	6,9	37,4	77,8	100,0	100,0
12. Tobaksvaror	11,1	0,0	83,3	100,0	100,0
13. Textilvaror	4,5	31,1	83,3	100,0	100,0
14. Kläder	5,1	33,2	92,9	100,0	
15. Läder, läder- och skinnvaror m.m.	6,9	57,0	90,9	100,0	
16. Trä och varor av trä, kork, rotting o.d. utom möbler	2,8	17,9	63,6	76,5	100,0
17. Pappers- och pappersvarutillverkning	10,7	52,4	97,4	100,0	100,0
18. Grafisk produktion och reproduktion av inspelningar	6,4	31,9	89,2	94,6	100,0
19. Stenkolspanprodukter och raffinerade petroleumprodukter	20,0	62,5	83,3	100,0	100,0
20. Kemikalier och kemiska produkter	15,8	62,1	95,6	98,2	100,0
21. Farmaceutiska basprodukter och läkemedel	29,3	54,8	92,9	100,0	100,0
22. Gummi- och plastvaror	11,9	53,2	95,0	100,0	100,0
23. Andra icke-metalliska mineraliska produkter	5,5	26,0	53,4	80,5	88,2
24. Stål- och metallframställning	9,5	48,8	81,3	100,0	100,0
25. Metallvaror utom maskiner och apparater	4,9	26,6	71,9	93,9	100,0
26. Datorer, elektronikvaror och optik	17,4	60,3	93,1	100,0	100,0
27. Elapparatur	12,7	45,7	83,1	100,0	100,0
28. Övriga maskiner	14,9	53,6	91,8	98,2	100,0
29. Motorfordon, släpfordon och påhängsvagnar	13,3	44,5	87,9	100,0	100,0
30. Andra transportmedel	8,5	37,0	84,9	100,0	100,0
31. Möbler	4,9	25,0	73,7	97,8	100,0
32. Annan tillverkning	8,3	33,1	75,2	95,5	100,0
33. Reparation och installation av maskiner och apparater	4,5	21,5	57,7	89,1	83,3
<b>Tjänstesektorn</b>	<b>5,1</b>	<b>13,3</b>	<b>31,7</b>	<b>52,2</b>	<b>69,2</b>
D. Försörjning av el, gas, värme och kyla	2,4	8,0	20,6	54,7	100,0
E. Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering	4,1	20,1	41,0	53,2	72,7
F. Byggverksamhet	1,5	4,2	12,7	28,5	67,3
G. Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	8,4	24,7	53,7	75,2	89,0
H. Transport och magasinering	5,4	13,9	37,2	67,9	76,3
I. Hotell- och restaurangverksamhet	1,3	1,3	4,4	29,6	54,2
J. Informations- och kommunikationsverksamhet	11,4	25,4	70,9	88,4	96,0
L. Fastighetsverksamhet	0,8	3,1	8,1	11,8	22,7
M. Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	7,3	15,9	54,4	79,7	93,9
N. Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	4,5	11,3	22,6	39,2	60,9
P. Utbildning	3,7	10,5	6,7	9,8	17,4
Q. Vård och omsorg; sociala tjänster	1,5	2,3	2,4	4,8	14,9
R. Kultur, nöje och fritid	6,5	19,7	27,0	53,1	81,8
S. Annan serviceverksamhet	1,4	4,2	17,0	49,0	80,0

Fotnot: Finans- och försäkringsverksamhet samt offentliga sektorn ingår inte i databasen.

Tabell 2. Andelen av omsättningen som exporteras (2017), % ovägt

Bransch	Företagsstorlek				
	egen	mikro	små	medel	stora
<b>Tillverkningsindustrin</b>	<b>1,6</b>	<b>5,4</b>	<b>15,2</b>	<b>33,0</b>	<b>42,7</b>
10. Livsmedel	0,9	2,3	5,3	13,5	16,6
11. Drycker	0,9	2,2	11,5	22,9	21,0
12. Tobaksvaror	0,0	0,0	25,5	6,5	34,2
13. Textilvaror	0,9	3,9	18,6	65,0	
14. Kläder	0,9	5,9	35,5	72,9	
15. Läder, läder- och skinnvaror m.m.	1,3	11,7	22,8	69,4	
16. Trä och varor av trä, kork, rotting o.d. utom möbler	0,5	2,5	13,0	21,9	23,0
17. Pappers- och pappersvarutillverkning	2,2	7,0	28,5	39,2	67,6
18. Grafisk produktion och reproduktion av inspelningar	1,6	2,2	5,9	6,1	32,4
19. Stenkolsprodukter och raffinerade petroleumprodukter	3,0	3,5	46,9	25,1	46,6
20. Kemikalier och kemiska produkter	4,4	14,4	29,2	49,9	54,3
21. Farmaceutiska basprodukter och läkemedel	17,9	15,6	49,5	47,4	54,6
22. Gummi- och plastvaror	3,2	9,1	24,0	43,6	49,6
23. Andra icke-metalliska mineraliska produkter	0,9	4,0	10,7	13,6	14,4
24. Stål- och metallframställning	2,2	9,1	22,8	52,8	68,7
25. Metallvaror utom maskiner och apparater	1,0	4,1	9,8	24,0	23,7
26. Datorer, elektronikvaror och optik	5,9	18,2	35,0	57,4	58,6
27. Elapparatur	4,4	9,3	19,8	34,8	56,1
28. Övriga maskiner	4,4	12,8	28,8	47,7	55,7
29. Motorfordon, släpfordon och påhängsvagnar	2,5	7,6	21,0	36,5	46,8
30. Andra transportmedel	2,2	7,3	23,3	52,4	37,6
31. Möbler	1,1	4,1	9,8	32,9	24,8
32. Annan tillverkning	2,3	6,4	22,2	43,0	48,8
33. Reparation och installation av maskiner och apparater	1,3	3,0	5,3	8,9	8,3
<b>Tjänstesektorn</b>	<b>1,7</b>	<b>2,7</b>	<b>4,2</b>	<b>6,9</b>	<b>6,4</b>
D. Försörjning av el, gas, värme och kyla	0,5	1,5	1,2	2,5	1,5
E. Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering	1,2	3,2	5,4	4,0	2,9
F. Byggverksamhet	0,4	0,5	0,6	1,1	0,5
G. Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	2,2	3,8	6,8	9,4	7,2
H. Transport och magasinering	1,5	3,2	5,9	10,2	15,1
I. Hotell- och restaurangverksamhet	0,4	0,2	0,1	0,4	0,2
J. Informations- och kommunikationsverksamhet	4,9	6,5	13,1	19,7	16,0
L. Fastighetsverksamhet	0,2	0,6	0,8	0,5	0,0
M. Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	3,0	4,0	8,8	13,5	8,1
N. Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	1,6	2,9	2,8	4,3	5,7
P. Utbildning	0,9	1,8	0,6	1,3	0,0
Q. Vård och omsorg; sociala tjänster	0,4	0,4	0,2	0,2	0,0
R. Kultur, nöje och fritid	1,6	4,1	3,1	2,1	0,9
S. Annan serviceverksamhet	0,4	0,5	0,5	2,1	5,0

Fotnot: Finans- och försäkringsverksamhet samt offentliga sektorn ingår inte i databasen.

## 2.2 Vilka företag blir exportörer?

Utöver bransch och storlek, vilka andra faktorer har betydelse för om ett företag väljer att satsa på export?

### 2.2.1 Produktiviteten spelar stor roll

Den nya företagsbaserade forskningen lägger stor vikt vid produktiviteten för att förklara vilka företag som ”selekteras” till export.

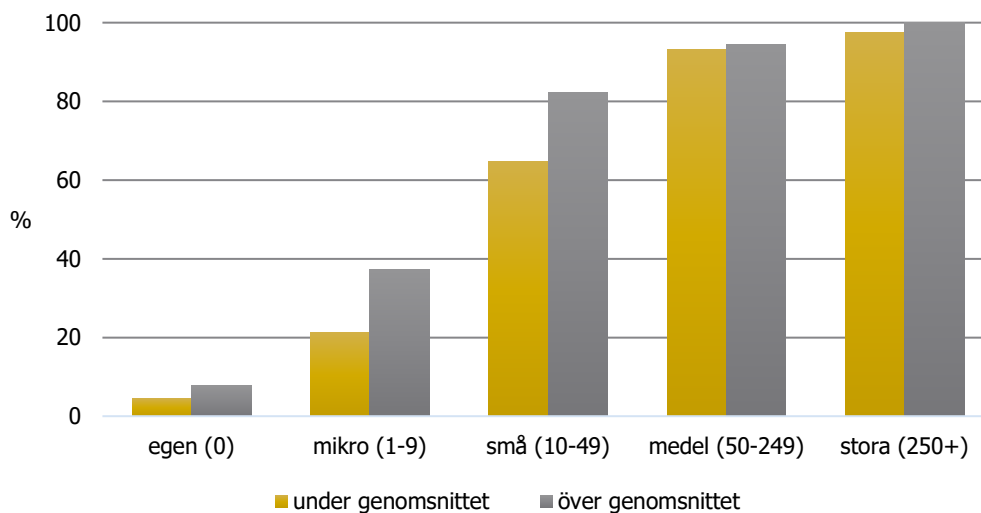
Upphovet var en rapport av Bernard och Jensen (1995) som på amerikanska data visade att exportörer i genomsnitt var större, mer kapital- och kunskapsintensiva, och därigenom mer produktiva, än hemmamarknadsföretagen i samma bransch. Tidigare hade företagen bakom handeln i den officiella statistiken varit osynliga på grund av sekretessen, och det hade därför inte varit möjligt att studera om det fanns några systematiska skillnader mellan exportörer och icke-exportörer. De empiriska skillnaderna som Bernard och Jensen kartlade har bekräftats på en lång rad länder, inklusive på svenska data av Andersson, Löf och Johansson (2008), vilket i sin tur gett upphov till nya teoretiska handelsmodeller där enbart de mest produktiva företagen exporterar. Den nya teorin utvecklades av Eaton och Kortum (2002) och Melitz (2003). För en översiktsartikel hänvisar vi till Bernard, Jensen, Redding och Schott (2007).

Förklaringen till varför produktiviteten selekterar agnarna från vetet är att det kostar mer att sälja till andra länder än att sälja till hemmamarknaden. Kostnader kan till exempel uppstå som ett resultat av att produkterna måste anpassas till den lokala marknaden på olika standarder (produktsäkerhet, miljökrav, osv) eller skillnader i konsumenternas smak. Det kostar även att etablera distributions- och försäljningskanaler på en ny marknad. Och eftersom etableringskostnaderna uppstår före exportintäkterna, krävs en finansiell styrka hos företagen för att överbrygga gapet. Och när exporten väl kommit igång tillkommer kostnader för tullar och andra handelshinder samt valutaväxling och valutasäkring om faktureringen sker i en annan valuta. Även riskerna för betalningsinställelse måste hanteras på något sätt, t ex genom att teckna en exportkreditgaranti hos EKN. Bara de mest produktiva företagen kan sälja till de priser och volymer som krävs för att räkna hem kalkylen, och ju högre handelshinder desto färre företag kan nå lönsamhet i exporten.

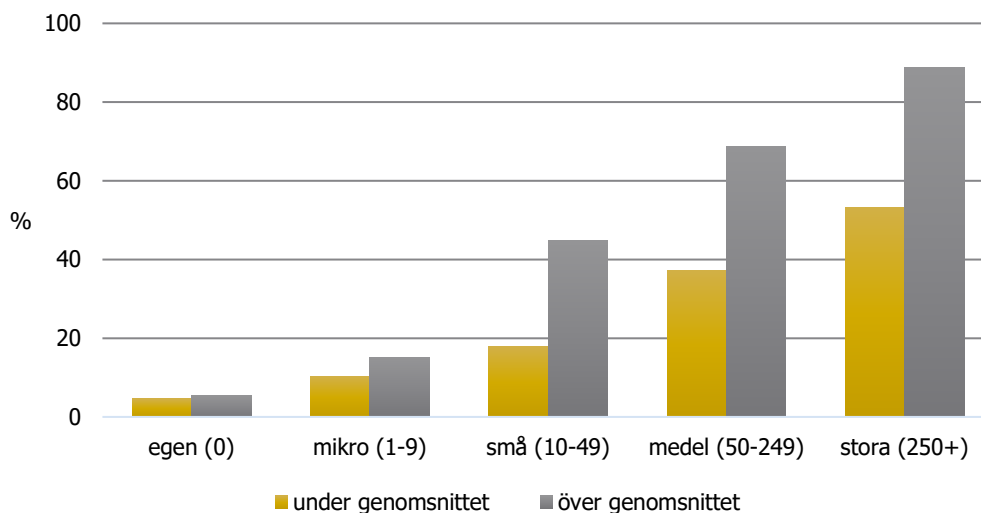
För att illustrera produktivitetsens betydelse för vilka företag som exporterar delar vi in företagen i två grupper: företag med lägre produktivitet än genomsnittet för sin bransch och storlekklass, och företag med högre produktivitet än genomsnittet. Resultatet för tillverkningsindustrin redovisas i Figur 4 och för tjänstesektorn i Figur 5.

Om vi tittar på tillverkningsindustrin ser vi att produktiviteten är en selekterande faktor bland de mindre företagen där export är relativt ovanligt. Till exempel exporterar 37,2% av mikroföretagen i det övre intervallet jämfört med 21,3% i det lägre intervallet. Medelstora och stora företag är i regel tillräckligt produktiva för att bära merkostnaden för export, och vi ser därför inga större skillnader när vi delar upp företagen efter hur produktiva de är. I tjänstesektorn, däremot, är produktiviteten en selekterande faktor för alla storlekklasser av företag. Detta hänger samman med att kostnaderna för handeln är högre för tjänster än för varor (se avsnitt 2.3.4) och därmed effektivitetskraven för lyckas med en exportsatsning.

Figur 4. Andelen exporterande företag i tillverkningsindustrin, uppdelat efter storleksklass och produktivitet (2017)



Figur 5. Andelen exporterande företag i tjänstesektorn, uppdelat efter storleksklass och produktivitet (2017)



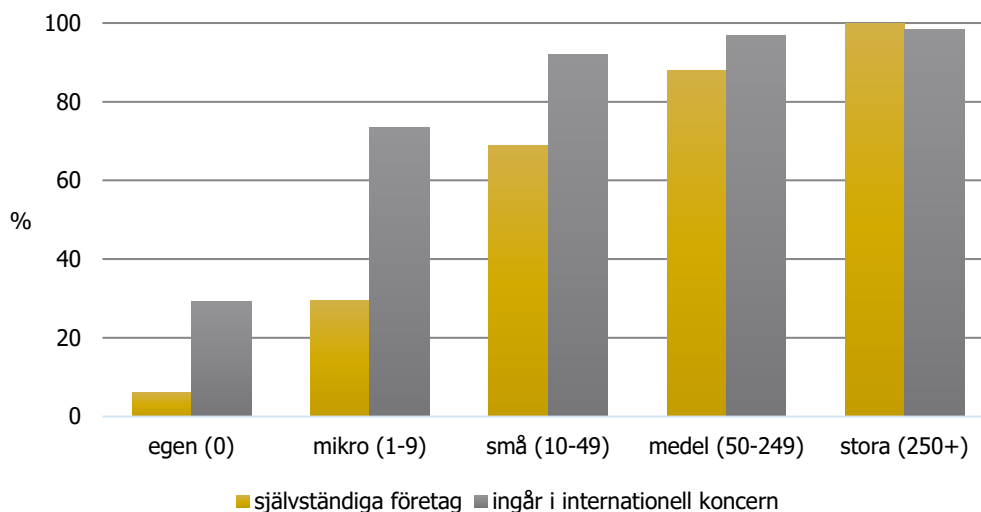
### 2.2.2 Bolag inom internationella koncerner exporterar i högre grad

En ytterligare faktor som påverkar om ett företag exporterar eller inte är om det ingår i en internationell koncern. Detta visas i Figur 6 och Figur 7 som jämför självständiga företag med bolag som ingår i internationella koncerner. Skillnaden i export hänger samman med arbetsfördelningen inom koncernerna där vissa bolag utvinna råvaror, andra tillverkar delar och komponenter, andra monterar produkterna, och ytterligare andra svarar för koncernens finansiering, logistik och försäljning.<sup>5</sup> I varje led i produktionskedjan uppstår handel inom koncernen om dotterbolagen är lokaliserade i olika länder, vilket ofta är fallet för att dra nytta av varje lands konkurrensfördelar. Skillnaderna i export mellan koncern-

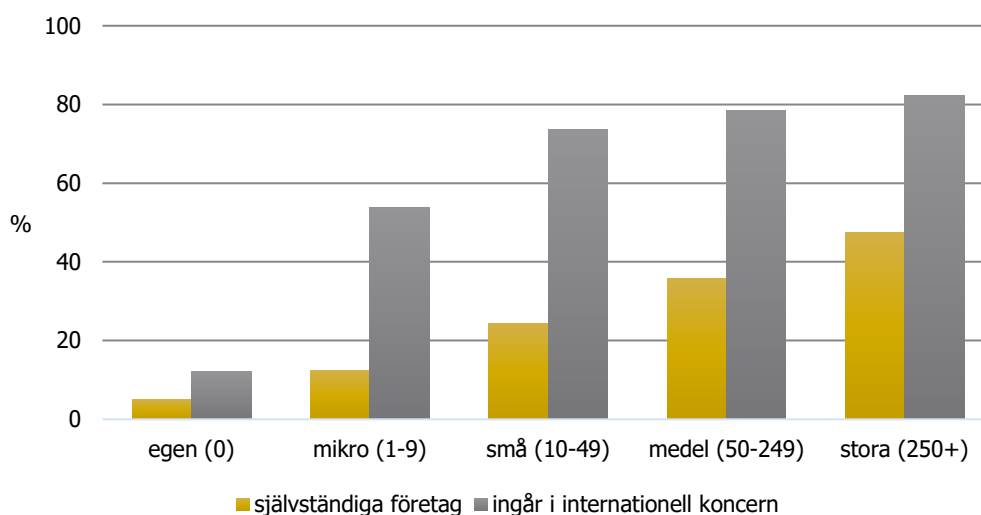
<sup>5</sup> Se Hanson, Mataloni och Slaughter (2005) och Lanz och Miroudot (2011).

och självständiga bolag är störst inom tjänstesektorn och bland de mindre företagen i tillverkningsindustrin.

Figur 6. Andelen exporterande företag i tillverkningsindustrin uppdelat efter storleksklass och koncerntillhörighet (2017)



Figur 7. Andelen exporterande företag i tjänstesektorn uppdelat efter storleksklass och koncerntillhörighet (2017)



### 2.2.3 Statistisk analys av exportbenägenheten

För att kunna värdera betydelsen av olika faktorer som påverkar exportbeslutet måste vi ta hänsyn till hur variablerna är korrelerade med varandra genom statistisk regressionsanalys. Mer specifikt ska vi estimerar hur sannolikheten för att ett företag exporterar (1 om export, 0 annars) påverkas av företagets storlek, produktivitet, koncerntillhörighet, bransch samt var i landet företaget är lokaliserat (i vilken arbetsmarknadsregion enligt SCBs definition).

Resultatet redovisas i Tabell 3 där specifikation (1) tar hänsyn till företagets storleksklass, produktivitet och koncerntillhörighet, specifikation (2) även till branschen och (3) även till företagets lokalisering (arbetsmarknadsregion).

Tabell 3. Skattning av exportbenägenheten (2017)

	Tillverkningsindustrin			Tjänstesektorn		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Mikroföretag (1-9)	0,17** (0,00)	0,16** (0,00)	0,16** (0,00)	0,06** (0,00)	0,06** (0,00)	0,06** (0,00)
Småföretag (10-49)	0,35** (0,00)	0,35** (0,00)	0,34** (0,00)	0,12** (0,00)	0,13** (0,00)	0,13** (0,00)
Medelstora företag (50-249)	0,47** (0,01)	0,47** (0,01)	0,47** (0,01)	0,17** (0,00)	0,18** (0,00)	0,19** (0,00)
Stora företag (250+)	0,51** (0,05)	0,56** (0,05)	0,56** (0,05)	0,21** (0,01)	0,25** (0,01)	0,25** (0,01)
Log(produktivitet)	0,04** (0,00)	0,04** (0,00)	0,04** (0,00)	0,01** (0,00)	0,02** (0,00)	0,02** (0,00)
Ingår i svensk MNE	0,18** (0,01)	0,12** (0,01)	0,11** (0,01)	0,10** (0,00)	0,07** (0,00)	0,07** (0,00)
Ingår i utländsk MNE	0,23** (0,01)	0,17** (0,01)	0,17** (0,01)	0,16** (0,00)	0,11** (0,00)	0,11** (0,00)
Bransch	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja
Region	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja
Observationer	40,722	40,720	40,720	643,785	643,742	643,742
Pseudo R2	0,30	0,36	0,37	0,10	0,24	0,24

Not: Tabellen redovisar de *marginella* effekterna av förklaringsvariablerna i modellen. Effekter av ökad företagsstorlek utvärderas relativt den minsta storleksklassen av egenföretagare, och koncerntillhörigheten relativt de självständiga företagen. Koefficienterna inom parentes anger estimatens standardavvikelse. En stjärna indikerar signifikans på 5-procentsnivån och två stjärnor på 1-procentsnivån.

Låt oss först titta på hur företagets storlek påverkar sannolikheten för export när alla variabler är med i modellen inklusive kontrollvariablerna för bransch och region (3). Om vi tittar på tillverkningsindustrin ser vi att sannolikheten för export är 16% högre för mikroföretagen jämfört med egenföretagarna i samma bransch (benchmark), 34% högre för småföretagen, 47% högre för medelstora företagen och 56% högre för stora företagen. I tjänstesektorn är motsvarande siffror 6%, 13%, 19% och 25% högre. Storlekens betydelse är med andra ord större i tillverkningsindustrin än i tjänstesektorn. Vi kan även utläsa att produktiviteten mätt som förädlingsvärdet per anställd (uttryckt i logaritmer) har betydelse för exporten, och att bolag som ingår i internationella koncerner (vi använder den engelska förkortningen MNE för Multinational Enterprises) är mer exportbenägna än självständiga företag, i synnerhet de som ingår utländska koncerner. Branschen spelar också en stor roll. Detta framgår indirekt genom att modellens förklaringsvärde (Pseudo R2) ökar kraftigt när branschen förs in i modellen, särskilt i tjänstesektorn där skillnaden i exportbenägenhet är stor. Däremot verkar företagets lokalisering i Sverige spela mindre roll, att döma av den marginella ökningen i modellens förklaringsvärde mellan specifikation (2) och (3). Men på denna punkt råder en viss osäkerhet på grund av problemen att fastställa var produktionen är lokaliserad, och vi ska därför titta närmare på frågan i nästa avsnitt.

#### 2.2.4 Regionala skillnader

Problemet med att analysera regionala skillnader i exporten hänger samman med hur data rapporteras. SCBs statistik avser exporten per "företagsenhet", som i sin tur kan bestå av olika arbetsställen som inte särredovisas av SCB. Om företagsenheten till exempel är

registrerad i Stockholm redovisas exporten på Stockholm, även om produktionen sker i en bruksort längs med norrlandskusten.

För att komma runt problemet ska vi fokusera på företag som bara har *ett* arbetsställe i den regionala analysen. I praktiken betyder detta att vi sällar bort merparten av alla stora och medelstora företag, och även en del småföretag med verksamhet i olika kommuner. Vi använder samma modell som tidigare med skillnaden att företagens storlek nu mäts av en kontinuerlig variabel över antalet anställda, där egenföretagarna räknas som anställda i sina egna bolag. De skattade regionala koefficienterna redovisas i Tabell 4. Koefficienterna i tabellen ska tolkas som avvikelser från riksgenomsnittet (benchmark), efter hänsyn tagits till regionernas näringslivssammansättning.<sup>6</sup>

Tabell 4. Exportbenägenheten i olika arbetsmarknadsregioner (2017), företag med ett arbetsställe

Nr.	Region	Tillverk.	Tjänste.	Nr.	Region	Tillverk.	Tjänste.
1	Stockholm-Solna	-0,007	0,002*	36	Fagersta	-0,019	-0,030**
2	Nyköping-Oxelösund	-0,019	-0,021**	37	Vansbro	-0,002	-0,010
3	Eskilstuna	-0,004	-0,022**	38	Malung-Sälen	-0,008	0,009
4	Linköping	-0,024*	-0,017**	39	Mora	-0,004	-0,025**
5	Norrköping	-0,027*	-0,020**	40	Falun-Borlänge	-0,008	-0,019**
6	Jönköping	0,005	-0,009**	41	Avesta-Hedemora	-0,065**	-0,023**
7	Värnamo-Gnosjö	0,080**	0,008	42	Ludvika	-0,011	-0,016**
8	Vetlanda	0,003	-0,011	43	Ljusdal	0,005	-0,020**
9	Älmhult	0,018	-0,003	44	Gävle	-0,050**	-0,028**
10	Växjö	-0,012	-0,005	45	Söderhamn	-0,078**	-0,023**
11	Ljungby	0,029	0,008	46	Bollnäs-Ovanåker	-0,017	-0,024**
12	Kalmar	-0,022	-0,023**	47	Hudiksvall	-0,022	-0,024**
13	Oskarshamn	-0,014	-0,016**	48	Sundsvall	-0,053**	-0,029**
14	Västervik	-0,013	-0,024**	49	Kramfors	-0,027	-0,012
15	Vimmerby-Hultsfred	-0,029	-0,012	50	Sollefteå	-0,065*	-0,040**
16	Gotland	-0,056**	-0,028**	51	Örnsköldsvik	-0,034	-0,012*
17	Karlskrona	-0,021	-0,020**	52	Strömsund	-0,001	-0,014
18	Karlskrona-Olofström	0,004	-0,010	53	Härjedalen	-0,047	-0,038**
19	Malmö-Lund	0,033**	0,023**	54	Östersund	-0,017	-0,008**
20	Kristianstad-Hässleholm	-0,006	-0,002	55	Storuman	-0,044	0,014
21	Halmstad	0,016	0,005	56	Dorotea	0,095	-0,054**
22	Bengtsfors-Dals-Ed	0,065	0,020	57	Vilhelmina	-0,037	-0,033**
23	Göteborg	0,014**	0,005**	58	Åsele	-0,002	-0,017
24	Strömstad	0,045	0,032**	59	Umeå	-0,047**	-0,022**
25	Borås	0,016	0,001	60	Lycksele	0,020	-0,013
26	Lidköping-Götene	-0,008	-0,006	61	Skellefteå	-0,026	-0,012**
27	Skövde-Skara	-0,013	-0,009**	62	Arvidsjaur	0,070	0,006
28	Torsby	0,121**	0,041**	63	Arjeplog	-0,047	-0,004
29	Årjäng	0,131*	0,140**	64	Jokkmokk	-0,006	-0,009
30	Karlstad	-0,004	-0,005	65	Överkalix	-0,020	-0,014
31	Filipstad	0,049	-0,021	66	Gällivare	-0,037	-0,009
32	Hagfors	0,016	0,017	67	Luleå	0,000	-0,014**
33	Arvika-Eda	0,058	0,050**	68	Haparanda	0,301**	0,192**
34	Örebro	-0,021*	-0,014**	69	Kiruna	0,050	0,015*
35	Västerås	-0,016	-0,016**				

Not: En stjärna markerar signifikans på 5%-nivån och två stjärnor på 1%-nivån. Regionerna utvärderas gentemot riksgenomsnittet.

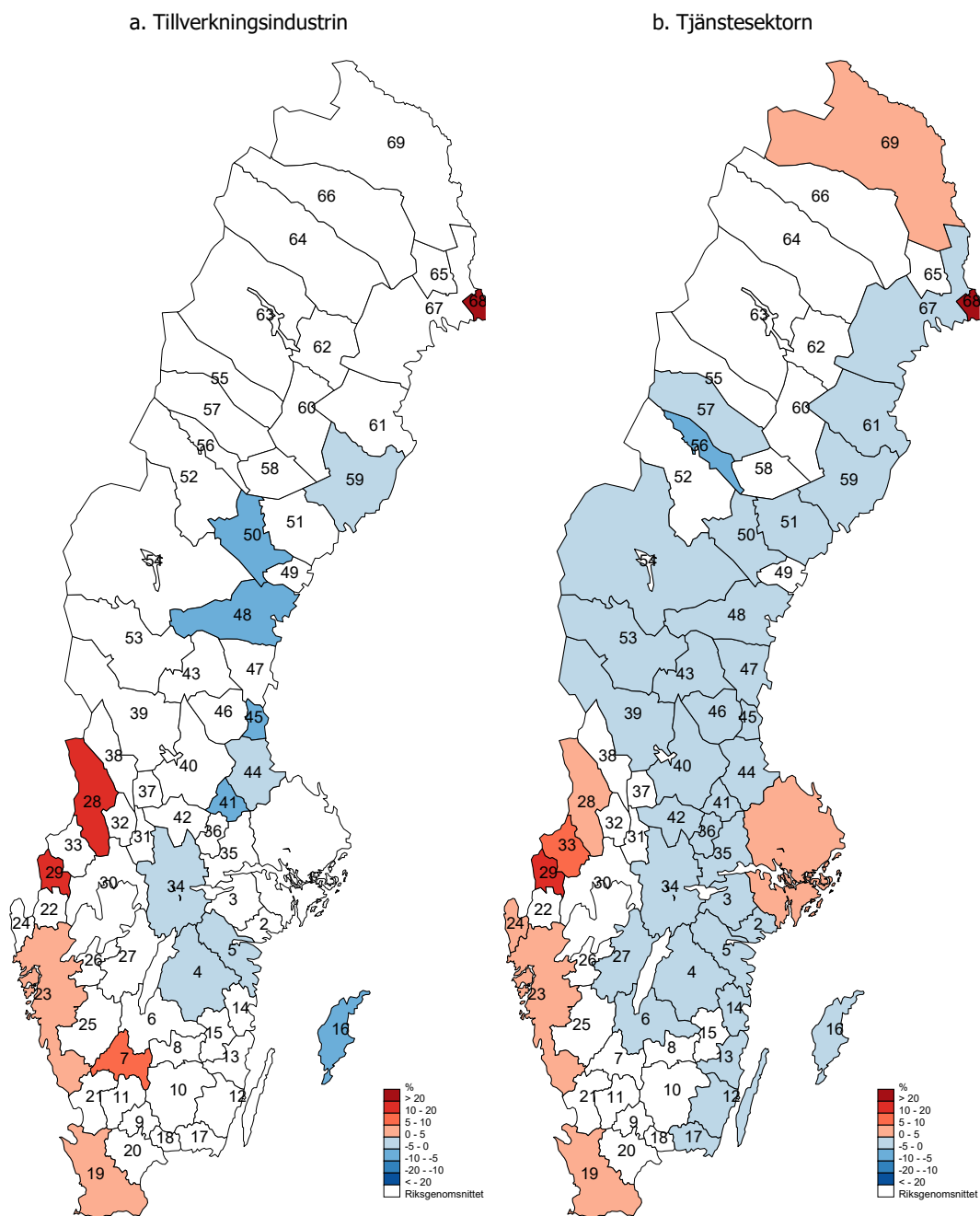
Det mönster som framträder när vi plottar estimaten på kartan är att det framförallt är gränsregionerna som avviker uppåt (rödmarkerade). Den enda inlandsregionen som ligger

<sup>6</sup> För att kunna göra en jämförelse med riksgenomsnittet (istället för en utvald region) använder vi ett statistiskt knep där varje företag ingår två gånger i datamaterialet: i första omgången ingår företagen med sin faktiska region och i den andra omgången med den gemensamma "regionen" Sverige (benchmark). Detta förfarande påverkar inte punkttestimaten eftersom ingen ny information tillförs. Däremot blir standardavvikelseerna lägre.



över riksgenomsnittet för tillverkningsindustrin är Värnamo-Gnosjö, vilket kanske kan tillskrivas ”Gnosjöandan”. Vad avvikelserna nedåt anbelangar (de blåa regionerna) är mönstret inte lika tydligt.

Figur 8. Regionala skillnader i exportbenägenhet (2017)



## 2.3 Val av marknad

Givet att ett företag har bestämt sig för att göra en exportsatsning, vilka marknader satsar man på i första hand? Och vad bestämmer marknadsvalet? Av särskilt intresse är betydelsen av olika handelshinder som eventuellt kan avhjälpas av exportfrämjandet.

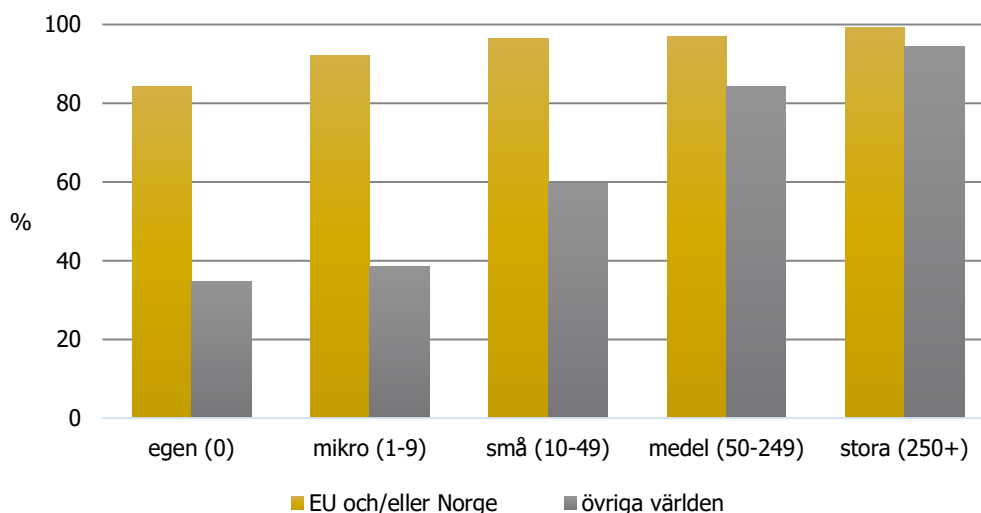
Av dataskäl kan vi här bara att beakta *varuexporten*. Anledningen till detta är att SCBs landfördelade tjänstehandelsstatistik är baserad på en enkätundersökning där framförallt de större företagen ingår. Och i detta fall har vi ingen möjlighet att fylla i hålen för de små företagen med data från momsredovisningen eftersom denna enbart är nedbruten mellan EU och övriga världen.

En ytterligare avgränsning är att vi bara tittar på *tillverkningsindustrins* varuexport. Det finns förvisso många tjänsteföretag som exporterar varor, och vice versa, men eftersom näringsgrensindelningen är baserad på den huvudsakliga verksamheten väljer vi att fokusera på tillverkningsindustrin eftersom vi inte kan dela upp företagets produktion i varor och tjänster (vi har bara tillgång till data på den totala omsättningen).

### 2.3.1 EU och Norge har en särställning

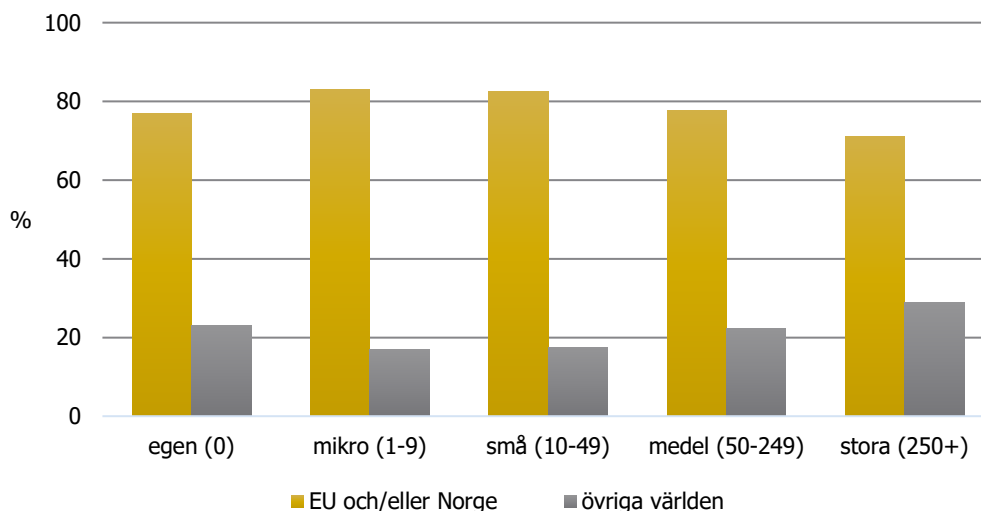
De absolut vanligaste exportmarknaderna är EU och Norge (Figur 9). Avstånden är korta, EU är en stor marknad och även Norge för svenska varor, och det finns inga tullar som hindrar handeln (med undantag av fisk och jordbruksprodukter i handeln med Norge).

Figur 9. Andelen exportörer i tillverkningsindustrin som exporterar till EU och/eller Norge, jämfört med andelen som exporterar till övriga världen (2017), %



EU och Norge sticker även ut värdemässigt. Den genomsnittliga andelen av exporten som går till EU/Norge ligger mellan 71% för de stora företagen och 83% för mikroföretagen.

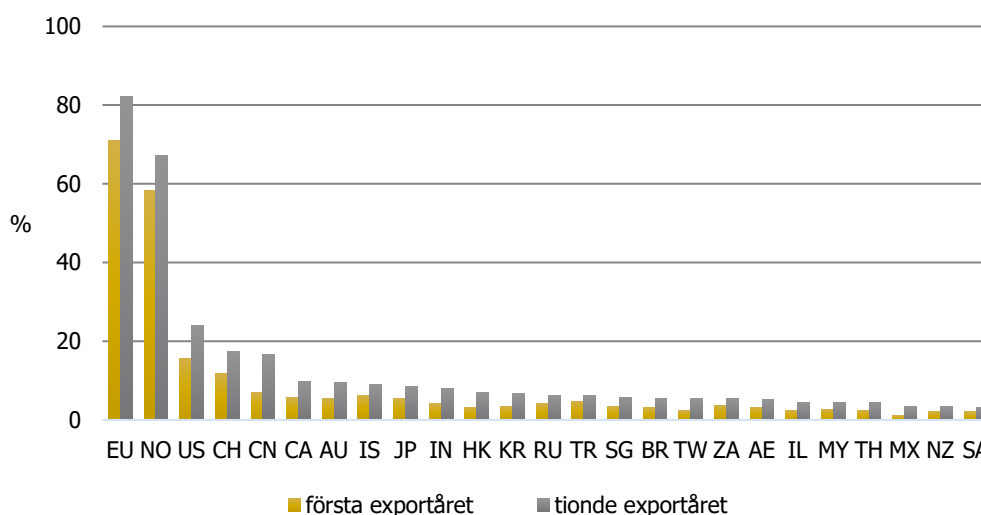
Figur 10. Den genomsnittliga andelen av tillverkningsindustrins export som går till EU och/eller Norge, jämfört med exportandelen till övriga världen (2017), % ovägt



### 2.3.2 Andra marknader tillkommer efter hand

Exportresan börjar i allmänhet i EU och Norge. Vilka marknader står näst i tur, och hur snabbt går expansionen? För att besvara denna fråga har vi sammanställt data för alla företag i tillverkningsindustrin som började exportera mellan 2004 och 2008 och som därefter exporterade i minst tio år. Resultatet visas i Figur 11 som plottar de 25 vanligaste marknaderna första och tionde exportåret för nya exportörer i tillverkningsindustrin.

Figur 11. De 25 vanligaste exportmarknaderna första och tionde exportåret för nya exportörer i tillverkningsindustrin

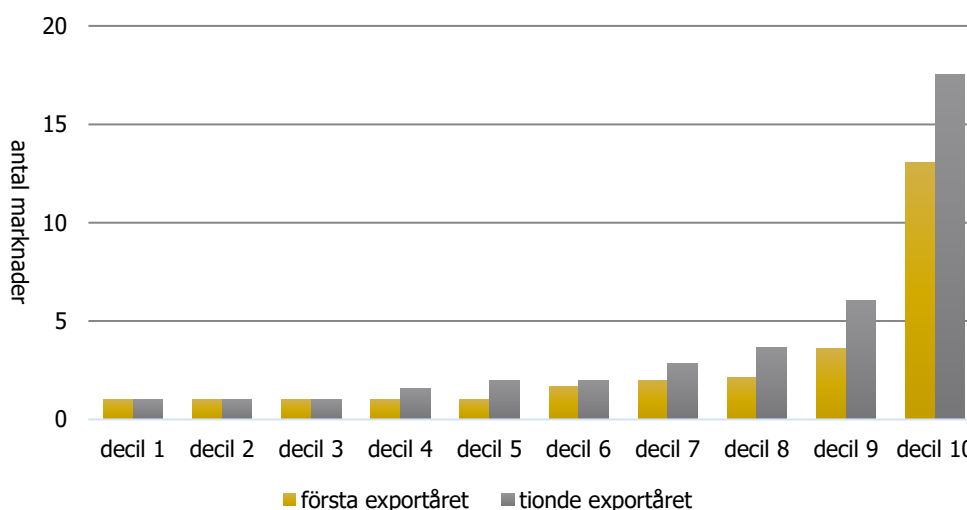


Efter EU och Norge är USA den vanligaste marknaden för nya exportörer i tillverkningsindustrin. Bland de nya exportörerna exporterar 16% till USA första exportåret och 24% efter tio år. Därefter följer på plats fyra till tio Schweiz (CH), Kina (CN), Kanada (CA),

Australien (AU), Island (IS), Japan (JP) och Indien (IN). Det som förenar topplistan är att alla är OECD länder eller stora utvecklingsländer (Kina och Indien). Så marknadsstorleken spelar uppenbarligen en stor roll för i vilken ordning företagen tar sig an nya marknader. Även handelshindren, som ofta är högre i utvecklingsländer, spelar roll. Att Island med 360 000 invånare tar sig in på topplistan hänger samman med att landet, precis som Norge, ingår i EU:s gemensamma marknad genom EES-avtalet. Även det faktum att vi handlat med Island sedan vikingatiden har säkert också viss betydelse.

Hur snabbt sker expansionen till nya marknader? Som vi kan se i Figur 12, där företagen delats upp i tiondelar (decilier) efter antalet exportmarknader, är variationen stor mellan olika företag. Det första året exporterar det genomsnittliga företaget till 2.8 marknader och efter tio år till 3.9 marknader, d v s en ökning med bara en marknad på tio år. Och i de tre lägsta decilerna sker inga förändringar alls. Företagen längst ner i fördelningen ligger kvar vid en marknad, vanligtvis EU eller Norge. Det är först bland företagen i fjärde decilen som vi ser en ökning i antalet exportmarknader över tiden, och då särskilt i de tre översta decilerna. Bland de nya exportörerna hittar vi sålunda både företag som håller fast vid sin ursprungliga marknad, till företag som växer gradvis enligt den s k ”Uppsalamodellen” (Johanson och Vahlne, 1977), till företag som börjar på bred front och växer snabbt enligt ”born global” modellen (McKinsey & Company, 1993).<sup>7</sup> Det mest snabbväxande företaget hade nått hela 79 marknader tio år efter exportdebuten.

Figur 12. Marknadstillväxten de första 10 åren, uppdelat efter deciler



### 2.3.3 Storlek, avstånd och handelshinder avgör valet av marknad

För att fördjupa analysen ska vi nu estimerar vilka faktorer som bestämmer marknadsvalet för tillverkningsindustrins del. Estimeringarna görs på data för 2017 och omfattar 130 marknader. Endast företag som har export till något land ingår i regressionerna. Den frågan vi är intresserade av är vilka faktorer som avgör marknadsvalet, såsom marknadens storlek, avståndet till marknaden, förekomsten av handelshinder, politiska risker, etcetera. Vi ska

<sup>7</sup> ”Born Global” definieras som företag som ser hela världsmarknaden som sitt spelfält redan från första början. Se Torbjörn Halldin (2012) för en studie om svenska Born Globals.

även estimerade hur dessa faktorer påverkar exportvolymerna med en ”gravitationsmodell”, mer specifikt modellen som introducerades av Silva och Tenreiro (2006).

Storleken på marknaden mäts av landets BNP; avståndet i kilometer, tullarna i procent av importvärdet, enligt den taxa som överenskommit i EU:s bilaterala handelsavtal; de fasta importkostnaderna enligt Världsbankens estimat; och landrisken enligt OECDs sjugradiga skala. Separata kontrollvariabler ingår för EU, Norge och Island för att mäta effekterna av EU och EES, medan effekterna av EUs frihandelsavtal med andra länder fångas upp av en gemensam kontrollvariabel. Utöver de marknadsspecifika variablerna ingår ett antal företagsspecifika variabler som påverkar exportbenägenheten, inklusive företagets storlek, produktivitet och koncerntillhörighet. Vi har även tagit hänsyn till om koncernen där bolaget ingår har en anknytning till exportmarknaden genom ett lokalt dotterbolag eller moderbolag. För ytterligare detaljer om modellen och datakällor hänvisar vi till Bilaga 2.

Tabell 5. Faktorer som påverkar sannolikheten att exportera till en viss marknad (2017)

	(alla)	(egen)	(mikro)	(små)	(medel)	(stora)
Log(BNP)	0,01** (0,00)	0,00** (0,00)	0,01** (0,00)	0,01** (0,00)	0,03** (0,00)	0,06** (0,00)
Log(avstånd)	-0,01** (0,00)	-0,00** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,02** (0,00)	-0,03** (0,00)
EU	0,04** (0,00)	0,02** (0,00)	0,03** (0,00)	0,05** (0,00)	0,02* (0,01)	-0,02 (0,03)
Norge	0,08** (0,00)	0,02** (0,00)	0,04** (0,00)	0,08** (0,00)	0,15** (0,01)	0,23** (0,02)
Island	0,05** (0,00)	0,01** (0,00)	0,02** (0,00)	0,06** (0,00)	0,13** (0,01)	0,19** (0,02)
Frihandelsavtal	-0,00 (0,00)	-0,00** (0,00)	-0,00** (0,00)	-0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	0,01* (0,00)
Log(1+tull)	-0,01** (0,00)	-0,00 (0,00)	-0,01* (0,00)	-0,01 (0,00)	-0,02* (0,01)	-0,02 (0,02)
Log(1+landrisk)	-0,01** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,02** (0,00)	-0,02** (0,00)
Log(importkostnad)	-0,01** (0,00)	-0,00* (0,00)	-0,00** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,01** (0,00)	-0,02** (0,00)
Lokalt bolag, svensk MNE	0,04** (0,00)	0,02 (0,01)	0,02** (0,00)	0,04** (0,01)	0,07** (0,01)	0,12** (0,03)
Lokalt bolag, utländsk MNE	0,04** (0,00)	0,02* (0,01)	0,03** (0,01)	0,04** (0,01)	0,08** (0,02)	0,11* (0,05)
Log(anställda)	0,01** (0,00)		0,01** (0,00)	0,02** (0,00)	0,03** (0,00)	0,07** (0,00)
Log(produktivitet)	0,01** (0,00)	0,00** (0,00)	0,00** (0,00)	0,01** (0,00)	0,01** (0,00)	0,08** (0,01)
Ingår i svenskt MNE	0,01** (0,00)	0,00** (0,00)	0,01** (0,00)	0,02** (0,00)	0,01** (0,00)	0,02* (0,01)
Ingår i utländskt MNE	0,01** (0,00)	0,01** (0,00)	0,01** (0,00)	0,01** (0,00)	0,02** (0,00)	0,04** (0,01)
Bransch	ja	ja	Ja	ja	ja	ja
Region	ja	ja	Ja	ja	ja	ja
Observationer	901,529	167,850	317,364	279,786	109,386	27,143
Pseudo R2	0,48	0,53	0,50	0,45	0,43	0,46

Not: Modellen är skattad med Probit. Tabellen redovisar de marginella effekterna. Standardavvikelse inom parantes. En stjärna indikerar signifikans på 5-procentsnivån och två stjärnor på 1-procentsnivån.

Tabell 6. Faktorer som påverkar exportvolymen till en viss marknad (2017)

	(alla)	(egen)	(mikro)	(små)	(medel)	(stora)
Log(BNP)	0,85** (0,00)	0,80** (0,00)	0,80** (0,00)	0,74** (0,00)	0,79** (0,00)	0,87** (0,00)
Log(avstånd)	-0,31** (0,00)	-0,89** (0,00)	-0,41** (0,00)	-0,17** (0,00)	-0,93** (0,00)	-0,16** (0,00)
EU	1,04** (0,00)	0,89** (0,02)	1,06** (0,01)	1,55** (0,00)	1,27** (0,00)	0,99** (0,00)
Norge	2,28** (0,00)	3,88** (0,01)	2,96** (0,01)	3,37** (0,00)	1,14** (0,00)	2,30** (0,00)
Island	1,98** (0,00)	0,31** (0,03)	2,42** (0,01)	2,54** (0,00)	1,17** (0,00)	2,08** (0,00)
Frihandelsavtal	0,34** (0,00)	-0,39** (0,01)	0,05** (0,00)	0,16** (0,00)	0,07** (0,00)	0,37** (0,00)
Log(1+tull)	-0,49** (0,00)	-5,34** (0,03)	-0,02* (0,01)	0,03** (0,00)	-1,15** (0,00)	-0,71** (0,00)
Log(1+landrisk)	0,09** (0,00)	0,10** (0,00)	-0,21** (0,00)	-0,15** (0,00)	-0,37** (0,00)	0,23** (0,00)
Log(importkostnad)	-0,19** (0,00)	-0,25** (0,00)	-0,17** (0,00)	-0,19** (0,00)	0,08** (0,00)	-0,25** (0,00)
Lokalt bolag, svensk MNE	0,76** (0,00)	-0,81** (0,02)	0,23** (0,01)	1,03** (0,00)	0,90** (0,00)	0,94** (0,00)
Lokalt bolag, utländsk MNE	0,84** (0,00)	-0,70** (0,01)	1,41** (0,00)	1,11** (0,00)	1,05** (0,00)	0,62** (0,00)
Log(anställda)	1,08** (0,00)		1,02** (0,00)	1,26** (0,00)	1,17** (0,00)	1,13** (0,00)
Log(produktivitet)	0,88** (0,00)	0,96** (0,00)	0,85** (0,00)	0,84** (0,00)	1,05** (0,00)	0,35** (0,00)
Ingår i svenskt MNE	0,21** (0,00)	0,64** (0,01)	0,64** (0,00)	0,49** (0,00)	0,13** (0,00)	0,50** (0,00)
Ingår i utländskt MNE	0,51** (0,00)	1,20** (0,00)	0,49** (0,00)	0,64** (0,00)	0,24** (0,00)	0,64** (0,00)
Bransch	Ja	Ja	ja	ja	ja	Ja
Region	Ja	Ja	ja	ja	ja	Ja
Observationer	901,540	167,850	317,365	279,790	109,392	27,143
Pseudo R2	0,90	0,97	0,68	0,74	0,81	0,89

Not: Modellen är skattad med Poisson. Standardavvikelse inom parantes. En stjärna indikerar signifikans på 5-procentsnivån och två stjärnor på 1-procentsnivån.

Regressionerna redovisas i Tabell 5 och Tabell 6, och sammanfattas nedan för fallet där alla storleksklasser av företag ingår:

- Sannolikheten för att ett företag ska exportera till en viss marknad ökar med storleken på marknaden och minskar med avståndet. Exportvolymen likaså.
- Tullar och importkostnader har en avkylande effekt på både sannolikheten för export och exportvolymerna.
- Landrisken påverkar exportviljan negativt, men de företag som kan hantera riskerna (genom exportkreditgarantier) verkar inte påverkas volymmässigt, eller t o m gynnas (av att konkurrensen är mindre på riskfyllda marknader).
- Sannolikheten för att exportera till EU, Norge och Island är något högre än vad man kan förvänta sig på basis av marknadernas storlek, geografiska avståndet och frånvaron av tullar, samtidigt som volymerna är många gånger större än vad modellen kan förklara. Exporten till EU är 180 procent högre än förväntat (vilket kan tolkas som effekterna av den gemensamma marknaden), exporten till Norge 880 procent högre och exporten till Island 620 procent högre. (De procentuella effekterna räknas fram med formeln  $\exp(\text{koefficient})-1$ ). Att skattningarna för Norge och Island är högre än

för EU tyder på att det är mer än EES-avtalet som ligger bakom, t ex gemensamt språk, kultur och historia som påverkar handeln positivt.

- Även andra frihandelsavtal påverkar volymerna positivt (i genomsnitt med 40%), men däremot inte sannolikheten för att enskilda företag ska exportera till dessa marknader.
- För företag som ingår i en internationell koncern är exporten extra hög till länder där koncernen har dotterbolag eller sitt moderbolag.

I övrigt kan vi notera att företagets storlek, produktivitet och koncerntillhörighet har en generell positiv effekt på exporten.

### 2.3.4 Företagens värderingar av olika handelshinder

Låt oss avslutningsvis titta på vad företagen själva framhåller för problem i handeln med EU och med länder utanför EU. Vi förlitar oss här på en stor företagsundersökning som Kommerskollegium genomförde våren 2016 med hjälp av SCB. Drygt tusen företag medverkade i undersökningen, varav merparten var små och medelstora företag.

#### *Handeln med länder inom EU*

EU skapades 1957 med ambitionen att skapa en gemensam marknad där varor, tjänster, arbetskraft och kapital skulle kunna röra sig fritt mellan länderna. Och på det hela taget har målen infriats, men vissa problem återstår att lösa. Tabell 7 redovisar hur stor andel av företagen som upplever problem i handeln med EU inom olika områden.

Tabell 7. Andel av företagen som uppger problem i handeln med EU, 2016 %

Bransch	ta reda på regler	produkt-anpassning	provning & certifiering	tjänste-handel	flytta personal	moms-hantering
Totalt	11,6	15,9	10,6	17,6	3,3	15,6
Tillverkningsindustrin	11,5	17,5	14,8	18,1	2,1	13,5
Livsmedel	15,8	33,7	19,0	28,3	0,0	13,1
Skog	12,4	23,0	15,4	15,3	1,1	7,7
Kemi	9,5	25,6	25,2	7,2	1,4	12,2
Verkstad	12,7	15,2	15,5	18,2	2,7	13,9
Övrig industri	8,7	13,4	8,5	20,5	2,1	15,6
Tjänstesektorn	11,6	15,2	8,8	17,3	3,8	16,5
Bygg	10,0	8,4	4,4	10,5	10,4	11,5
Handel	8,3	18,7	12,8	14,9	3,2	14,9
Företagstjänster	12,7	12,2	8,9	22,8	1,1	16,2
Övriga tjänster	18,4	14,8	1,5	17,6	6,6	22,5
Bransch	data-överföring	e-handel	offentlig upphandling	korruption	pirat-kopiering	Annat
Totalt	3,1	10,2	16,6	1,8	8,6	13,8
Tillverkningsindustrin	2,0	9,4	18,8	0,6	8,8	12,3
Livsmedel	7,1	0,0	57,2	2,2	6,0	19,5
Skog	0,0	45,4	66,1	0,0	2,6	18,7
Kemi	1,4	0,0	20,0	4,8	12,2	16,3
Verkstad	1,2	0,0	34,7	0,0	8,0	11,2
Övrig industri	3,5	14,3	0,0	0,0	12,3	9,0
Tjänstesektorn	3,5	10,5	15,7	2,3	8,6	14,4
Bygg	1,1	..	0,0	1,1	6,0	9,5
Handel	3,2	19,1	12,3	3,7	15,5	14,1
Företagstjänster	4,1	0,0	7,5	0,9	4,3	16,4
Övriga tjänster	4,3	0,0	0,0	1,5	0,0	14,0

Källa: Fråga 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10a, 12, 13 och 15, Kommerskollegium (2016).

För att göra några nedslag i sammanställningen av företagens svar uppger 11,6 procent att det är svårt att ta reda på vilka regler som gäller på olika marknader. I teorin borde detta inte vara fallet eftersom varor som är godkända för försäljning i Sverige ska kunna säljas i hela EU utan anpassning, åtminstone i de fall där EU har antagit gemensamma standarder. Problemen verkar vara störst för livsmedel och kemivaror där ländernas konsument- och miljöskyddsregler kan skilja sig åt. Även icke-tvingande nationella miljömärkningar kan stänga ute företag från vissa segment av marknaden såvida produkterna inte anpassas och certifieras efter de lokala kraven (med alla kostnader detta medför). Två andra områden som drar till sig vissa klagomål är tjänstehandeln och den offentliga upphandlingen. I båda fallen anger en sjättedel av företagen att de inte har samma möjligheter att konkurrera som de inhemska företagen. Lika stor andel av företagen anser att momshanteringen i affärerna med andra EU-länder är ett hinder för handeln.

### *Handeln med länder utanför EU*

Jämfört med EU är problemen betydligt större i handeln med länder utanför EU, vilket vi också såg i regressionerna ovan. T ex upplever en dryg tredjedel av respondenterna inom tillverkningsindustrin att det är svårt att ta reda på vilka regler som gäller för att sälja de varor man vill exportera, och en fjärdedel anser att kravet på produktanpassning är ett hinder. Höga tullar och krångliga tullprocedurer är ytterligare problemområden. För mer information hänvisar vi till Kommerskollegiums (2016) utmärkta rapport.

Tabell 8. Andel av företagen som uppger problem i handeln med länder utanför EU, (2016) %

Bransch	ta reda på regler	höga tullar	tull-procedurer	licenser/tillstånd	produkt-anpassning
Totalt	30,8	26,7	35,8	8,7	25,1
Tillverkningsindustrin	34,0	26,3	41,2	12,6	26,1
Livsmedel	45,8	56,6	57,8	32,5	53,0
Skog	32,6	18,6	35,7	8,7	34,1
Kemi	21,7	24,6	41,6	14,9	36,0
Verkstad	36,4	33,0	47,8	13,5	20,0
Övrig industri	31,8	9,8	25,4	8,3	30,0
Tjänstesektorn	28,8	27,0	32,4	6,3	24,5
Bygg	42,5	27,4	34,3	0,0	28,8
Handel	31,0	41,5	49,2	8,6	27,6
Företagstjänster	26,1	12,5	19,3	3,6	29,1
Övriga tjänster	24,9	22,6	19,1	8,6	5,1
Bransch	provning & certifiering	tjänste-handel	e-handel	andra hinder	
Totalt	8,8	11,1	16,1	24,8	
Tillverkningsindustrin	13,7	10,0	2,8	24,6	
Livsmedel	26,5	14,5	0,0	35,0	
Skog	15,0	4,8	50,0	31,8	
Kemi	29,2	10,5	0,0	28,7	
Verkstad	15,0	10,0	0,0	26,6	
Övrig industri	3,2	10,8	0,0	15,3	
Tjänstesektorn	5,8	11,7	22,6	24,9	
Bygg	0,0	21,9	0,0	13,7	
Handel	8,6	10,3	14,0	27,6	
Företagstjänster	5,0	11,5	33,3	26,1	
Övriga tjänster	1,9	12,4	16,9	18,8	

Källa: Fråga 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27a och 28, Kommerskollegium (2016).



### 3 Hur påverkar exporten företagens tillväxt?

Vilka effekter har exporten på företagens tillväxt? Vi konstaterade tidigare att produktiva företag exporterar i högre grad än mindre produktiva företag. En öppen fråga är om export gör företagen mer produktiva och därmed bidrar till tillväxten?

Att handel skapar tillväxt kan verka självklart och borde därför vara lätt att visa empiriskt. Sverige är en liten marknad. Utan export skulle företagen inte kunna uppnå de volymer som krävs för att dra full nytta av storleksfördelar i produktionen, och inte heller ha resurser för att bekosta den forskning och utveckling som krävs för att produkterna ska vara konkurrenskraftiga.

Forskningen är överens om att mer produktiva företag ”selekteras” till export. Däremot är bilden inte lika entydig i frågan om företagen blir mer produktiva av att exportera och att tillväxten därmed ökar. Vi hänvisar till Wagner (2007) för en översikt av forskningsläget.

Eftersom frågan är central för den samhällsekonomiska bedömningen av exportfrämjandet ska vi titta närmare på tillväxteffekterna av att börja exportera på svenska data. Frågan har tidigare studerats av Eliasson, Hansson & Lindvert (2012). I denna rapport använder vi längre tidsserier och en delvis ny metod.

#### 3.1 Metod

I korthet går metoden ut på att jämföra utvecklingen för företag som börjar exportera med företag som har samma exportpotential men som stannar på hemmamarknaden. Metoden kan delas upp i fyra steg:

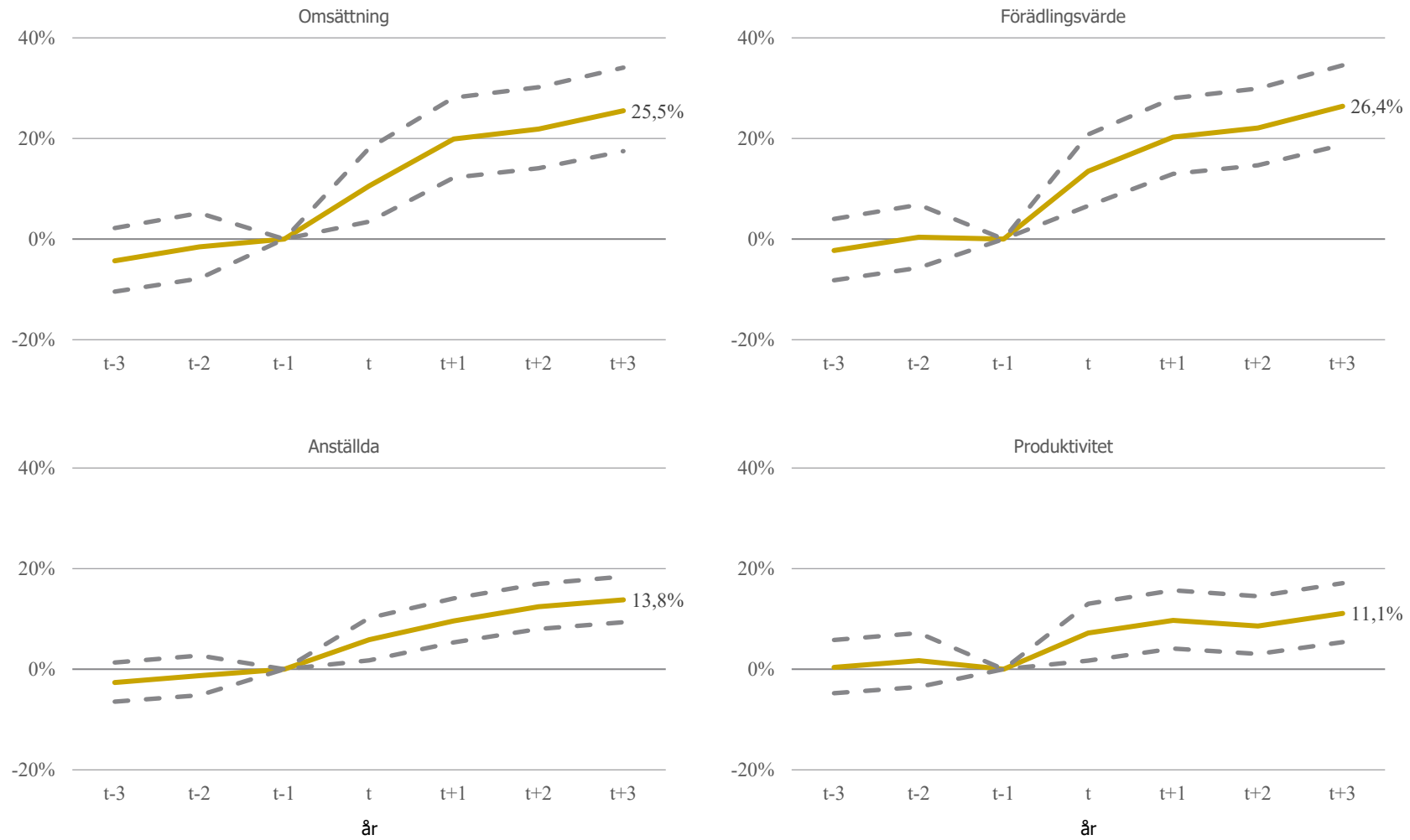
- Skatta exportsannolikheten för alla företag på basis av bransch (3-siffrig SNI), storlek (antalet anställda), produktivitet (förädlingsvärde per anställd), koncerntillhörighet (ingår i svensk MNE, ingår i utländsk MNE), samt geografisk lokalisering i Sverige (arbetsmarknadsregion).
- Identifiera nya exportörer i perioden ”t” med hjälp av exportstatistiken för de tre föregående åren (t-1, t-2, t-3). Enbart företag som permanent skiftar status från icke-exportörer till exportörer tas med i regressionerna genom att kontrollera att de exporterar under hela uppföljningsperioden (t, t+1, t+2, t+3).
- Välj ut de fem mest jämförbara hemmamarknadsföretagen för varje ny exportör genom exakt matchning på bransch (3-siffrig SNI) och bästa ”euklidiska” matchning på sannolikheten för att exportera i perioderna t-1, t-2 och t-3. Enbart företag som stannar på hemmamarknaden under hela uppföljningsperioden är valbara för kontrollgruppen.
- Jämför utvecklingen mellan de nya exportörer och kontrollgruppen med difference-in-differences (DiD) estimatorn.

Studien omfattar alla företag i tillverkningsindustrin och tjänstesektorn som började exportera mellan 2006 och 2014, totalt cirka 6 tusen företag. För att olika årgångar ska vara jämförbara tas konjunkturen med i regressionerna. Resultaten redovisas nedan.

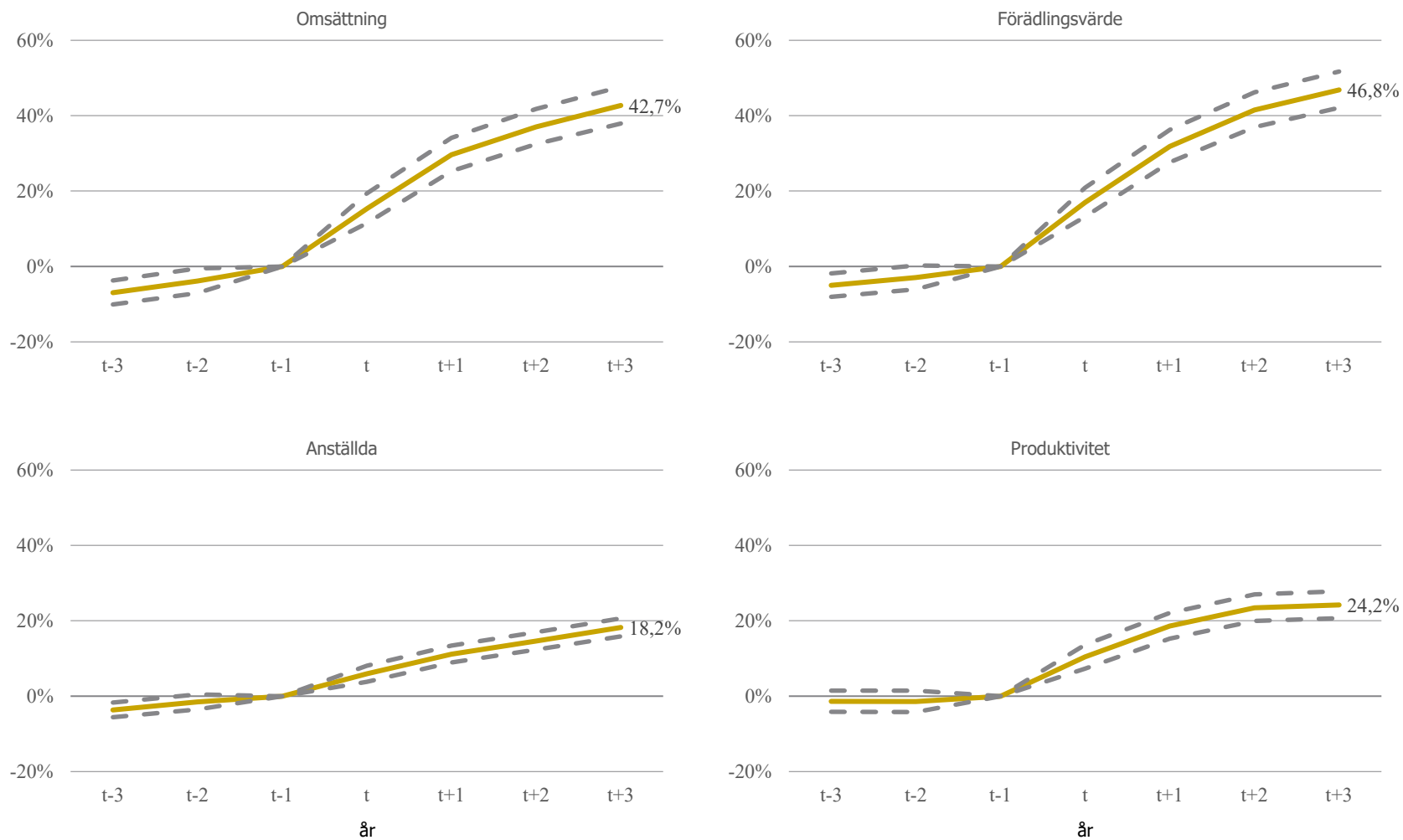
#### 3.2 Export leder till ökad produktivitet och tillväxt

DiD-estimatn för tillverkningsindustrin och tjänstesektorn redovisas i Figur 13 och Figur 14, uppdelade i fyra dimensioner: (a) omsättning, (b) förädlingsvärde, (c) anställda, och (d) produktivitet, där produktiviteten mäts som förädlingsvärdet per anställd. De heldragna gula linjerna visar punktestimaten (skillnaden mellan nya exportörer och kontrollgruppen) och de streckade grå linjerna det 95-procentiga konfidensintervallet.

Figur 13. Nya exportörers utveckling jämfört med kontrollgruppen, tillverkningsindustrin



Figur 14. Nya exportörers utveckling jämfört med kontrollgruppen, tjänstesektorn



Beräkningarna ger stöd åt hypotesen att export leder till ökad tillväxt, åtminstone under de första åren efter exportdebuten. Efter fyra år hade omsättningen ökat 25,5 procent mer för de nya exportörerna än för kontrollgruppen, förädlingsvärdet 26,4 procent, antalet anställda 13,8 procent, och produktiviteten 11,1 procent. Och effekterna är större i tjänstesektorn, där omsättningen hade ökat 42,7 procent mer för de nya exportörerna än för företagen i kontrollgruppen, förädlingsvärdet 46,8 procent, antalet anställda 18,2 procent och produktiviteten 24,2 procent.

En viss försiktighet av tolkningen är dock på sin plats. Om vi studerar figurerna noggrant ser vi att de nya exportörerna växte lite snabbare än kontrollgruppen redan innan de började exportera. Detta visar att hög tillväxt är en faktor som ”selektar” företag till export, och detta har vi inte tagit hänsyn till i urvalet av kontrollgruppen. Det går därför inte säga med säkerhet att sambandet är kausalt, d v s att export leder till ökad tillväxt. Men med tanke på att tillväxten accelererar de första åren efter exportdebuten, känner vi oss ändå trygga med att detta verkligen är fallet, även om effekterna avtar efter ett par år.

## 4 Slutsatser för exportfrämjandet

Vilka slutsatser kan vi dra för det statliga exportfrämjandet av det data vi presenterat om SMFs export och vad som hindrar deras utrikeshandel? Låt oss börja med en summering.

### *Företagens export och vad som hindrar deras utrikeshandel*

Bland de allra minsta företagen är export ovanlig, särskilt i tjänstesektorn. Men så fort vi kommer upp i storlek bland företagen blir export allt mer vanligt och svarar för en allt större del av omsättningen. Företag som tar steget ut på världsmarknaden uppvisar ofta högre produktivitet än branschgenomsnittet. Exportdebuten leder också till en snabbare tillväxt.

Företagens exportresa börjar i allmänhet i EU och Norge, där varor och tjänster kan omsättas på i princip samma villkor som på hemmamarknaden. Många företag nöjer sig med den regionala marknaden medan andra går vidare ut på världsmarknaden, ofta till USA, Schweiz och Kina som första anhalt. Generellt sett föredrar företagen stora marknader framför små, nära marknader framför långväga och låga handelshinder framför höga.

Enligt en företagsenkät genomförd av Kommerskollegium med hjälp av SCB fungerar EU:s gemensamma marknad tämligen väl. Enkäten visar dock att vissa hinder för handeln kvarstår såsom att ta reda på vilka regler som gäller för att sälja olika varor och tjänster på olika marknader. Andra problemområden som nämns i intervjuvaren är kopplade till tjänstehandeln och den offentliga upphandlingen. I båda fallen anger en sjättedel av företagen att de inte har samma möjligheter att konkurrera som de inhemska företagen. Ytterligare ett område som ofta nämns är hanteringen av mervärdesskatter i intra-EU handeln.

Samma problemområden finns i handeln med länder utanför EU, men ofta i högre grad. Dessutom tillkommer kostnader för tullar och andra handelshinder som inte förekommer inom EU.

### *Främjandets roll för att få fler företag att göra exportdebut*

Det statliga exportfrämjandets roll är att sänka trösklarna för att få fler företag att ta steget ut på världsmarknaden och skapa jobb och tillväxt i Sverige. Uppgiften har två delar:

Den första uppgiften är att riva så mycket handelshinder som möjligt på världsmarknaden. Denna uppgift vilar främst på regeringskansliet med stöd av Kommerskollegium. Eftersom Sverige är medlem i EU kan vi inte agera självständigt utan måste gå genom EU som sköter förhandlingarna med andra länder. Om världshandeln skulle kunna bli lika öppen som handeln inom EU vore merparten av alla problem lösta för exportföretagen.

Den andra uppgiften är att ”hantera” de handelshinder som inte låter sig avvecklas på kort sikt, vilket är en uppgift för hela exportfrämjandet. Det kan handla om utbildningsinsatser, specifik marknadsrådgivning samt att tillhandahålla exportkrediter och garantier som inte erbjuds kommersiellt.

## Litteraturförteckning

- Andersson, M., Löf, H. & Johansson, S. (2008). "Productivity and International Trade: Firm Level Evidence from a Small Open Economy", *Review of World Economics*, vol. 144, 774-801.
- Bernard, A. B., & J. B. Jensen (1995). "Exporters, Jobs, and Wages in U.S. Manufacturing: 1976-87." *Brookings Papers on Economic Activity: Microeconomics*, vol. 1995: 67-112.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007). "Firms in International Trade", *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21(3), 105-130.
- Eaton, J., & Kortum, S. (2002). "Technology, Geography, and Trade," *Econometrica*, vol. 70(5), 1741-1779.
- Eliasson, K., Hansson, P. & M. Lindvert (2012). "Do firms learn by exporting or learn to export? Evidence from small and medium-sized enterprises", *Small Business Economics*, Vol. 39(2): 453-472.
- Greenaway, D., & Kneller, R. (2007). "Exporting, Agglomeration and Productivity", *European Economic Review*, vol. 52, s. 919-939.
- Halldin, Torbjörn (2012). "Born Globals". *Globaliseringsforumrapport #3*.
- Hanson, G., Mataloni, R., & Slaughter, M. (2005). "Vertical Production Networks in Multinational Firms", *The Review of Economics and Statistics*, 87(4), 664-678.
- Johanson, J. och Vahlne, J-E (1977). "The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign commitments", *Journal of International Business Studies*, 8(1): 23-32.
- McKinsey & Company (1993). "Emerging Exporters. Australia's High Value-Added Manufacturing Exporters," Melbourne: McKinsey & Company and the Australian Manufacturing Council.
- Melitz, M. J. (2003). "The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity", *Econometrica* 71(6), 1695-1725.
- Kommerskollegium (2016), "Vad hindrar svensk utrikeshandel? – Kommerskollegiums företagsundersökning 2016", PM 2016:5, Stockholm.
- Lanz, R. and S. Miroudot (2011), "Intra-Firm Trade: Patterns, Determinants and Policy Implications", *OECD Trade Policy Papers*, No. 114, OECD Publishing, Paris.
- Regeringens skrivelse 2015/16:48, "Regeringens exportstrategi," 10 december 2015.
- Regeringskansliet (2019), "Sveriges export- och investeringsstrategi", 13 december 2019.
- Silva, S. & Tenreyro, S. (2006). "The Log of Gravity," *Review of Economics and Statistics*, Vol. 88: 641-658.
- Tillväxtanalys (2020b). "Utvärdering av exportfrämjandet till små och medelstora företag", kommande rapport.
- Tillväxtanalys (2020c). "Sveriges exportfrämjande jämfört med andra länder i Europa, pm 2020:01.

Tillväxtanalys (2020d). “Wholesale firms: A catalyst for Swedish exports?”, wp 2020:01.

Wagner, J. (2007). “Exports and productivity: A survey of the evidence from firm-level data”, *The World Economy*, 30(1), 60–82.

## Bilaga 1 Mikrodata

Analysen i denna rapport bygger på fyra mikrodatabaser som kopplats samman genom ett avidentifierat löpnummer som SCB har satt.

### *Företagens ekonomi*

Undersökningen *Företagens ekonomi* bygger på bokslut från samtliga cirka en miljon företag i Sverige (exklusive den finansiella och offentliga sektorn). Databasen innehåller uppgifter på bl a bransch, omsättning, förädlingsvärde, sysselsatta och investeringar. Det går även att utläsa i vilket län och kommun företagen är registrerat i.

För omräkning i fasta priser används SCBs prisindex för branschen, eller motsvarande deflator från nationalräkenskaperna.

### *Utrikeshandeln med varor*

Undersökningen *Utrikeshandel med varor* bygger på uppgifter från *Extrastat* och *Intrastat*.

*Extrastat* är registerbaserade statistikuppgifter som SCB sammanställer från Tullverket. Uppgifterna har sitt ursprung i de import- och exportdeklarationer som ska redovisas av den som importerar varor från, eller exporterar varor till, icke EU-länder.

*Intrastat* är utformad av EU:s statistikorgan Eurostat. Undersökningen omfattar företag som har en årlig varuutförsel (läs, export) till EU om minst 4,5 miljoner kronor, eller en årlig varuinförsel (läs, import) från EU om minst 9 miljoner kronor.

För omräkning i fasta priser används SCBs prisindex för branschen (exportprisindex i första hand, annars producentprisindex), eller motsvarande deflator från nationalräkenskaperna.

### *Mervärdesskatteregistret (även kallat Momsregistret)*

Skatteverkets *Momsregister* innehåller uppgifter på företagens försäljning och inköp av momsbelagda varor och tjänster, fördelat mellan Sverige, EU och övriga världen.

Uppgifterna i *Momsregistret* används som mått på handeln med EU i de fall uppgifter saknas SCBs handelsstatistik på gränsvärdet.

*Momsregistret* används även som källa för tjänstehandeln. Anledning till detta är att SCBs tjänstehandelsenkät omfattar ca 6000 företag, företrädesvis medelstora och stora företag. Enkäten ger därför en dålig bild av de små företagens tjänstehandel.

### *Internationella företag*

Undersökningen *Internationella företag* består av två delar: *Utländska företag* och *Svenska koncerner med dotterbolag i utlandet*. Datainsamlingen görs av SCB för Tillväxtanalys räkning, som är den ansvariga myndigheten.

Undersökningen *Internationella företag* används för att fastställa vilka företag som ingår i en internationell koncern (svensk respektive utländsk), och vilka länder som koncernen har relationer med genom dotterbolag i eller moderbolagets säte.



## Bilaga 2 Data och metod för handelsregressionerna

### *Datakällor:*

- Storleken på marknaden mäts av landets BNP i miljoner USD, *World Economic Outlook*, IMF.
- Avståndet från Sverige till exportlandet mäts i kilometer. Data är nedladdat från CEPII's *GeoDistance databas*. Vi använder CEPIIs viktade avstånd mellan Sverige och de största städerna i importlandet.
- Tulldata är nedladdat från *World Integrated Trade Solution (WITS)*. Vi använder de faktiska tullsatserna som EU har förhandlat till sig i olika frihandelsavtal, uttryckta i procent. Om tullarna är uttryckta i USD per kilo eller annan fast enhet, använder vi tullevkvivalenterna i procent. Om EU inte har något frihandelsavtal med importlandet, antar vi att WTO:s MFN-tullar tillämpas.
- Data för de fasta importkostnaderna (i USD) hämtas från Världsbankens publikation *Doing Business*.
- Landriskerna mäts enligt *OECDs* sju-gradig skala (0-7).

Data för EU viktas med medlemsländernas BNP.

### *Metod:*

Sannolikheten att ett företag exporterar till en viss marknad, givet modellens företags- och marknadsspecifika förklaringsvariabler, skattas med *Probit* i STATA.

Skattningen av handelsvolymerna till en viss marknad, givet modellens företags- och marknadsspecifika förklaringsvariabler, skattas med *Poisson* i STATA.

Tillväxtanalys har regeringens uppdrag att analysera och utvärdera statens insatser för att stärka Sveriges tillväxt och näringslivsutveckling. Genom vår kunskap bidrar vi till att effektivisera, ompröva och utveckla tillväxtpolitiken samt genomförandet av Agenda 2030.

I vårt arbete fokuserar vi särskilt på hur staten kan främja Sveriges innovationsförmåga, på investeringar som stärker innovationsförmågan och på landets förmåga till strukturomvandling. Dessa faktorer är avgörande för tillväxten i en öppen och kunskapsbaserad ekonomi som Sverige. Våra analyser och utvärderingar är framåtblickande och systemutvecklande. De är baserade på vetenskap och beprövad erfarenhet.

Sakkunniga medarbetare, unika databaser och utvecklade samarbeten på nationell och internationell nivå är viktiga tillgångar i vårt arbete. Genom en bred dialog blir vårt arbete relevant och förankras hos dem som berörs.

Tillväxtanalys finns i Östersund (huvudkontor) och Stockholm.

Den kunskap vi tar fram tillgängliggör vi på [www.tillvaxtanalys.se](http://www.tillvaxtanalys.se). Anmäl dig gärna till vårt nyhetsbrev för att hålla dig uppdaterad om våra pågående och planerade kunskapsprojekt. Du kan även följa oss på Twitter, Facebook och LinkedIn.

