

SMF:s gränsöverskridande samarverkan



SMFs gränsöverskridande samverkan | Rapportserie inom Regional förnyelse |
| 2019 | Omslagsbild: Fredrik Schlyter |

| Författare |
Daniel Örtqvist | Luleå tekniska universitet |

| Kontaktpersoner |
Per-Erik Andersson | 0920-711 55 | Region Norrbotten |
Mats Lindell | 010-225 55 17 | Länsstyrelsen Norrbotten |

regionnorrboten@norrboten.se
www.norrboten.se

norrboten@lansstyrelsen.se
www.lansstyrelsen.se/norrboten

Innehåll

Förord	4
Sammanfattning	6
Undersökningsmetodik	7
Enkät	8
Administration	8
Urval	9
Nordprogramrådets små och medelstora företag	9
Företagsledares bakgrund och erfarenhet	9
Könsfördelning	11
Tillväxtambitioner	13
Gränsöverskridande samverkan	17
Internationell handel	20
Faktorer för ökad internationalisering och export	23
Exportstöd	24
Regelverk	25
Omvärldsfaktorer	25
Interna resurser	25
Ej export	25
Diskussion	26
Tillväxt	26
Gränsöverskridande samverkan	26
Internationell handel	27
Strategier för ökad internationalisering	27
Avslutande kommentarer	28
Källförteckning	29

Figurförteckning

Figur 1: Nordprogramområdet.....	8
Figur 2: Åldersdistribution företagsledare.....	10
Figur 3: Företagsledarnas utbildningsbakgrund.....	10
Figur 4: Könsfördelning företagsledare per region i nordprogramområdet.....	11
Figur 5: Könsfördelning anställda	12
Figur 6: Könsfördelning ledning.....	12
Figur 7: Könsfördelning chefspositioner	13
Figur 8: Könsfördelning styrelse.....	13
Figur 9: Tillväxtambitioner, jämförelse basmätning och uppföljning	14
Figur 10: Tillväxtambitioner med tillväxtmål i form av sysselsättning	16
Figur 11: Tillväxtambitioner med tillväxtmål i form av omsättning.....	17
Figur 12: Pågående samarbetsrelationer	17
Figur 13: Nya samarbetsrelationer	18
Figur 14: Avslutade samarbetsrelationer.....	18
Figur 15: Andel internationella samarbetsrelationer	19
Figur 16: Andel branschöverskridande samarbeten	20
Figur 17: Andel exporterande svenska verksamheter inom nordprogramområdet.....	21
Figur 18: Andel exporterande finska verksamheter inom nordprogramområdet.....	22
Figur 19: Andel exporterande norska verksamheter inom nordprogramområdet.....	22
Figur 20: Exportandel i förhållande till total omsättning per nation.....	23
Figur 21: Importandel i förhållande till totala kostnader per nation	23
Figur 22: Faktorer för ökad internationalisering.....	24

Tabellförteckning

Tabell 1: Fördelning av svar basmätning för tillväxtambitioner uppdelat på länder och svarsalternativ.....	15
Tabell 2: Fördelning av svar uppföljning för tillväxtambitioner uppdelat på länder och svarsalternativ.....	15
Tabell 3: När genomfördes första försäljning utomlands.....	20
Tabell 4: År av försäljning på exportmarknader	21

Förord

Luleå tekniska universitet är projektägare för projektet "Regional förnyelse" som finansieras av LTU och Länsstyrelsens länsanslag. En del av projektet handlar om att stärka den regionala analysen inom olika områden. En analys av näringslivsstrukturen genomfördes och publicerades 2014 (Örtqvist 2014). Föreliggande studie är en uppföljning av tidigare genomförd utredning och avsikten är att bidra till kunskap om näringslivets utveckling i nordprogramområdet och vilka framtida prioriteringar och satsningar som behöver göras. Uppföljningen genomfördes under 2018 och rapporteras tidigt 2019.

I en värld kännetecknad av stark och accelererande globalisering är internationell handel av stor betydelse för konkurrenskraften för företagare, företag och samhälle. Även om världshandeln minskade dramatiskt efter år 2000 så är internationell handel av stor betydelse, inte minst för små ekonomier såsom de nordiska länderna. Världshandeln är numer återigen på uppgång samtidigt som ett antal faktorer har förändrats i världen. Ökande regionalisering, förändring av världshandelns aktörer och ett förändrat fokus i internationella faktorer är ett par av de förändringar som påverkar förutsättningarna för internationell handel och konkurrenskraft.

Avsikten med denna studie är framförallt att skapa förståelse för exportmönster, gränsöverskridande samverkan samt tillväxtvilja för de små och medelstora företag som agerar inom Interreg Nords programområde, även kallat nordprogramområdet. Rapporten utgör en första uppföljning och målsättningen är också att följa upp programmet en gång till under programperioden 2014-2020.

De resultat som redovisas i rapporten syftar till att bistå regionala aktörer med ett ökat kunskapsunderlag för fortsatta näringslivsinsatser. Att regionens SMFs analyseras utifrån deras internationalisering har bedömts som viktigt för att stärka den ekonomiska och sociala utvecklingen i Interreg Nords programområde. Liknande EU-program har funnits sedan 1995 och Interreg Nord 2014-2020 är det fjärde i ordningen.

Studien som utgör underlag till följande rapport kan ses som en uppföljning till den basmätning som genomfördes i syfte att skapa förståelse för hur situationen såg ut när Interreg Nord 2014-2020 startade sin nya programperiod.

Vi som har arbetat med utvärderingen är anställda vid forskningsämnet entreprenörskap och innovation vid Luleå tekniska universitet. Vi har tidigare erfarenhet av liknande utvärderingar inom ramarna för projektet Regional förnyelse (Örtqvist 2014, Örtqvist 2015, Ejdemo, Söderholm et al. 2016, Örtqvist 2017, Örtqvist och Ejdemo 2017). Vi ser det därför som ett spännande och intressant uppdrag att få möjligheten att här följa upp och utvärdera näringslivet i nordprogramområdet. Det är vår förhoppning att vi kan bidra med något som kan hjälpa till att driva utvecklingen framåt. Kärnan i utvärderingen är förstås de erfarenheter och synpunkter som kommit oss tillgodo under arbetsprocessen.

Vi vill därför ta tillfället i akt och tacka alla er som ställt upp genom att svara på våra frågeställningar och till er som har hjälpt till att ta fram material som legat till grund för våra analyser. I denna rapport försöker vi återge en sammanställning och tolkningar av den information som kommit oss tillhanda under utvärderingsprocessen. Vi hoppas att föreliggande rapport ska utgöra ett tillförlitligt underlag som kan inspirera till handling för att uppnå fortsatt tillväxt och internationalisering i nordprogramområdet. Vi välkomnar synpunkter på innehållet i rapporten från alla läsare.

Luleå den 15 januari 2019

Daniel Örtqvist

Sammanfattning

Syftet med den här serien av studier är att stärka den regionala analysen rörande små och medelstora företags (SMFs) tillväxtambitioner, gränsöverskridande samverkan och export i Interreg Nords programområde, vilket inkluderar norra delarna av Norge, Sverige och Finland samt hela området Sápmi.

Inom projektet har data samlats in från små och medelstora företag i nämnda programområde. Totalt har 4500 slumpvis utvalda företag bjudits in att delta i studien, först i en basmätning 2014 och nu i en uppföljning genomförd 2018. Sekundärdata har samlats in från källor såsom Statistiska centralbyrån (SCB), Patent och registreringsverket (PRV) m.fl. Regionala rapportserier (från exempelvis Nordregio och Kontigo) har också använts som underlag för diskussioner och analyser.

Den här rapporten avser framförallt att skapa förståelse för exportmönster, gränsöverskridande samverkan samt tillväxtvilja för de SMF som agerar inom Interreg Nords programområde. Rapporten har också som målsättning att utgöra ett underlag till vidare uppföljning av programmet under 2014-2020. Nedan återges sammanfattande resultat från studien:

Nordprogramområdet uppgår till en yta av drygt 400 tusen km² med en befolkning strax under 1,5 miljoner invånare. I utvecklingen av Nordprogrammets mål och prioriteringar var Lissabonstrategin/Göteborgsgendan central. Strategin omfattar att göra Europa mer attraktivt för investeringar och arbetskraft, att skapa tillväxt genom kunskap och innovation och att skapa fler och bättre arbetstillfällen.

I studien ingår små och medelstora företag med minst en och maximalt 250 anställda samt en årsomsättning om minst 500 tusen kronor. I den svenska delen av Nordprogrammets område finns det drygt 6500 små och medelstora företag. I den norska delen finns det närmare 9500 små och medelstora företag. I statistiken från Finland framgår arbetsställen istället för företag och där finns drygt 27 500 arbetsställen som är små och medelstora företag.

Ett av de tre studerade områdena i föreliggande studie handlar om vilka tillväxtambitioner ledare för små och medelstora företag har inom nordprogramområdet. Utifrån basmätningen som genomfördes rapporterade över hälften av de tillfrågade företagen att de ställde sig positiva till en sysselsättningsstillväxt. I uppföljningen som genomfördes är svaren något försiktigare och tillväxtambitionererna något lägre. Samtidigt anger hälften av företagarna att de avser öka sysselsättningen med minst 25% och omsättningen med minst 50%. Det finns med andra ord en betydande andel av företagsledarna som fortsatt har starka tillväxtambitioner. Samtidigt finns det fler företagsledare som signalerar att de har negativa tillväxtambitioner, en del rent av avser att avveckla sina affärsverksamheter. Av dessa företagare är nästintill samtliga redan i pensionsålder.

En undersökning av företagens samverkansrelationer visar att merparten av företagen i nordprogramområdet förlitar sig på samverkansutbyten med färre än ett tio-tal andra företag. Överlag förefaller samverkan vara relativt statisk då merparten av företagen anger att endast någon enstaka relation tillkommit under senaste åren och väldigt få samverkansrelationer har avslutats.

Andelen verksamheter vilka bedriver internationell handel genom export varierar mellan 14-23% över de tre studerade regionerna. Detta är något av en minskning jämfört med basmätningen där svaren var 4-7%-enheter högre. Samtidigt visade basmätningen att studien har något av en överrepresentation av företag som bedriver exportverksamhet. Jämfört med statistiska centralbyråns register bör andelen exporterande verksamheter vara lägre åtminstone för det svenska urvalet.

Företagsledarnas svar på hur vidare internationalisering kan stimuleras kan beskrivas genom ökat exportstöd och förenklade regelverk. Därutöver anger företagsledarna att vidare internationalisering beror på omvärldsfaktorer, tillgången till interna resurser och huruvida företagets verksamhet kan gynnas av nya marknader.

Undersökningsmetodik

I syfte att ytterligare förstå förutsättningar för utveckling av näringslivet i nordprogrammets område designades och genomfördes en enkätstudie till basmätningen 2014. I syfte att följa upp studien har samma enkät uppdaterad med nya datum använts 2018. Avsikten med basmätningen var att kartlägga nordprogramområdets små och medelstora företag samt deras förutsättningar att vara konkurrenskraftiga och växa. Nordprogrammet har identifierat internationell handel och gränsöverskridande samverkan som två nyckelfaktorer för att åstadkomma tillväxt och konkurrenskraft. Därav fokuserar enkätstudien på att kartlägga företagandet i regionen, deras tillväxtambitioner, internationella handel samt gränsöverskridande samverkan. Innan respektive del presenteras ges en kortfattad överblick över den undersökningsdesign och metod som tillämpats i studien.



Figur 1: Nordprogramområdet

Enkät

Enkäten utformades i flera delar. Den första delen avser framförallt att samla in information om företagaren och företaget. Frågor rörande ägandeförhållanden, erfarenhet, företagsstorlek, styrelsearbete och -sammansättning är några av de frågor som berörs. I den första delen ombeds också företagaren att fördela omsättning, kostnader, och samarbetsrelationer på olika geografiska indelningar, såsom inom länet, övriga landet, övriga Norden, övriga Europa, och övriga världen.

I övriga delar kartläggs företagens tillväxtambitioner, strategi och innovationsförmåga. Även företagets prestationer kartläggs och då med fokus på företagets lönsamhet, kundtillfredsställelse, försäljningsvolym, marknadsandel, och produktivitet. Avslutningsvis ställs ett antal frågor om företagets inställning till ökat arbete med export och internationalisering samt gränsöverskridande samverkan.

Administration

Enkäten administrerades tillsammans med ett introduktionsbrev och ett förfrankerat svarskuvert på respektive lands språk. Översättningar av enkät och introduktionsbrev

genomfördes av konsultföretaget Space 360. Tryck av enkät samt övrigt material genomfördes av universitetstryckeriet och kuvertering samt inmatning av data har genomförts med hjälp av inhyrd personal.

Urval

Enkäten distribuerades till ett slumpmässigt urval av företag i Sverige, Finland och Norge. 1500 enkäter distribuerades per land. I urvalsramen ingick företag med minst en anställd och max 250 anställda samt en årsomsättning om minst 500 tusen Svenska kronor eller motsvarande. Urvalet inkluderar samtliga vanliga företagsformer. Totalt har 4500 enkäter distribuerats och efter en påminnelse har 881 svar registrerats, för en svarsfrekvens närmare 20%. Bortfallsanalyser ger inte några tecken på systematiska problem i den data som samlats in.

Nordprogramområdets små och medelstora företag

I följande avsnitt redovisas beskrivande statistik med syfte att tydliggöra bakgrundsinformation om Nordprogramområdets små och medelstora företag. Statistiken redovisas fördelat per land och för att redovisa hur fördelningar ser ut används i stor utsträckning lådagram.

Företagsledares bakgrund och erfarenhet

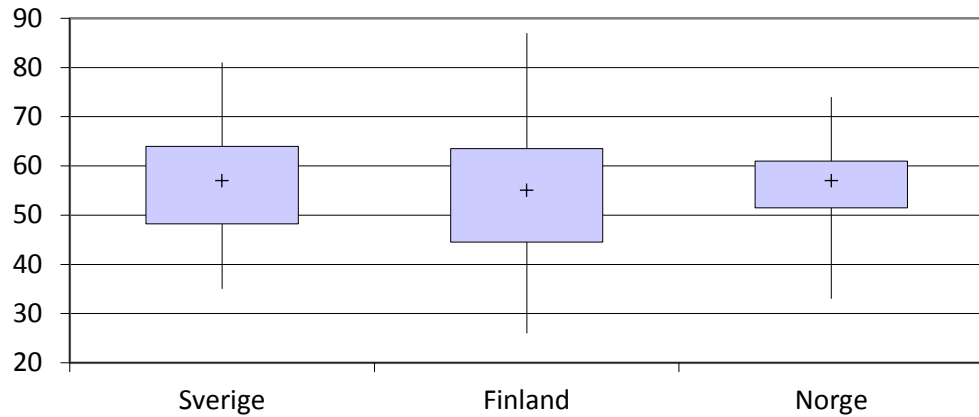
Företagsledarna är i genomsnitt 56 år med en spridning från yngsta respondenten med 26 år till äldsta respondenten med 87 år. Fördelningen ser någorlunda liknande ut mellan länderna och figuren nedan redovisar att medianåldern i respektive land är mellan 56 och 57 år. Vi noterar att en fjärdedel av respondenterna är yngre än 50 år. Samtidigt noterar vi att närmare hälften av företagsledarna är i 60-årsåldern eller äldre.

Att en fjärdedel av respondenterna är 64 år eller äldre är något som är möjligt att notera i flera delar av undersökningen och vi kommer återkomma till att det finns en betydande andel av respondenterna som förbereder för pension snarare än för vidare affärsutveckling.

Noterbart är att åldersdistributionen för företagsledare har förändrats relativt avsevärt sedan den första enkätundersökningen genomfördes. Vid den tidpunkten var medianåldern över de tre undersökta regionerna cirka 50 år. I ursprungsmätningen var även yngsta företagsledarna i flera fall närmare 20 år medan i uppföljningen är yngsta företagsledare i samtliga tre länder under 30 år, och i flera fall närmare 20 år.

Att åldersdistributionen har förändrats kan bero på så enkla förklaringar som att olika respondenter har besvarat undersökningen vid de två olika tidpunkterna. Det blir dock klart att distributionen i sig kan påverka flera av undersökningens delar, inte minst attityder och inställning till framtida affärsutveckling och tillväxt.

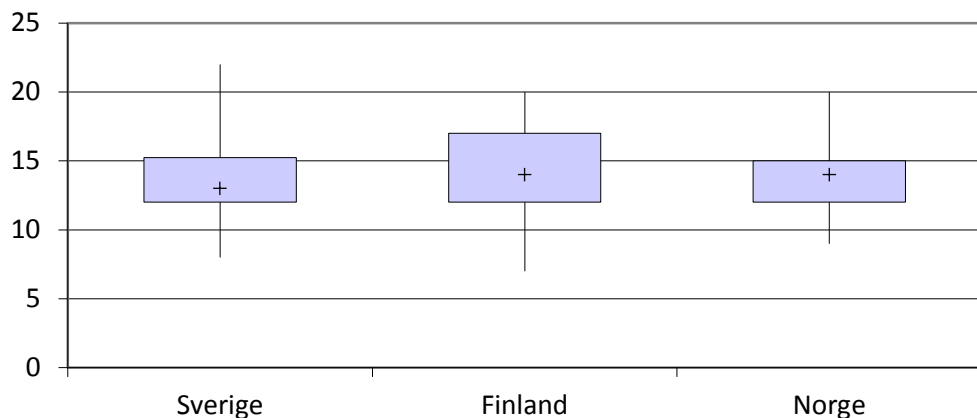
Åldersdistribution företagsledare



Figur 2: Åldersdistribution företagsledare

Företagsledarnas utbildningsbakgrund är snarlik. Enligt distributionsbeskrivningen nedan finns det en något större del inom den finländska regionen som har högre utbildningsbakgrund. Överlag anger dock spridningsbeskrivningen att ungefär hälften av företagarna har upp till en gymnasial utbildning och att övriga hälften har en universitetsexamen alternativt har läst ett till flera år efter gymnasiet vid andra lärosäten.

Företagsledarnas utbildningsbakgrund



Figur 3: Företagsledarnas utbildningsbakgrund

Företagsledarna har i genomsnitt 21 års erfarenhet som företagsledare där en fjärdedel av företagsledarna har 30 års erfarenhet eller mer som företagsledare. Den respondent som anger mest erfarenhet som företagsledare har arbetat 59 år som företagsledare. Överlag har beståndet av företagsledare lång erfarenhet från att agera som företagsledare. Relativt

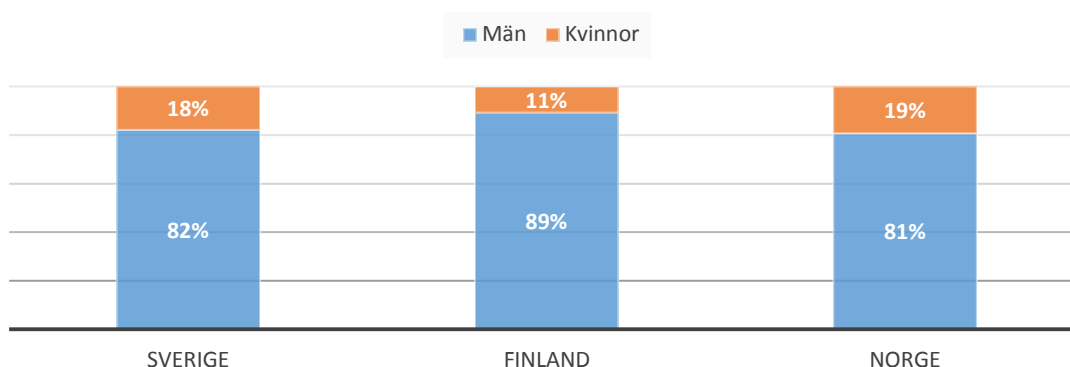
många av företagsledarna har ytterligare praktisk erfarenhet från andra yrkesroller. I genomsnitt har företagsledarna 15 års erfarenhet av andra yrkesroller. En fjärdedel har 22 års erfarenhet eller mer från andra yrkesroller.

Företagsledarnas erfarenhet vad avser att starta, driva tillväxtföretag och att avsluta företagande är relativt likartade över de tre undersökta regionerna. Av företagsledarna har 44% erfarenhet av att starta företag, 29% har tidigare erfarenhet av att driva tillväxtföretag och 15% av företagsledarna har erfarenhet av att avsluta företag.

Könsfördelning

Vad avser könsfördelningen i de undersökta företagen så är den överlag skev på samtliga nivåer. Av företagsledarna som besvarade enkäten är 17% kvinnor totalt och fördelningen mellan regionerna anges enligt nedan figur där det framgår att närmare 20% av respondenterna i Sverige och Norge är kvinnor medan 11% av respondenterna i Finland utgörs av kvinnor. Resultaten är jämförbara med de resultat som redovisades för basundersökning som tidigare genomfördes.

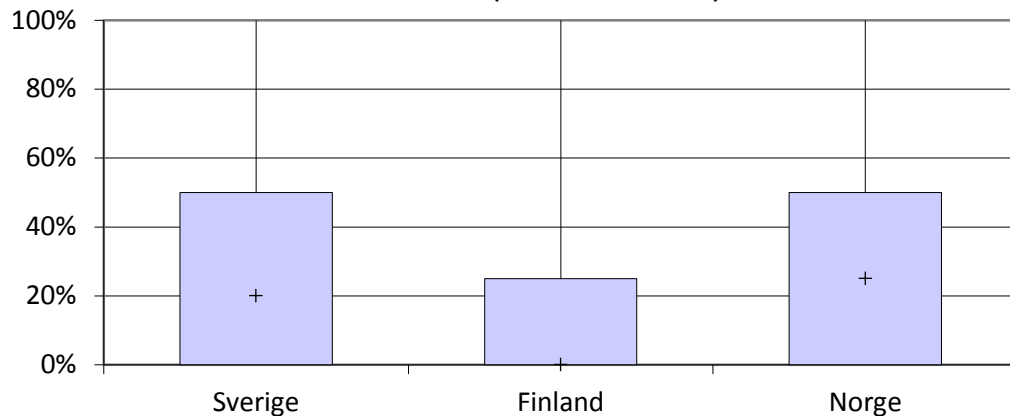
Könsfördelning företagsledare



Figur 4: Könsfördelning företagsledare per region i nordprogramområdet

Figuren nedan redovisar fördelningen av andel kvinnor bland totalt anställda i de tillfrågade företagen. Enligt distributionen har ca 50% av företagen i Sverige och Norge mindre än en femtedel kvinnor anställda. Endast en fjärdedel av företagen i Sverige och Norge har en personalstyrka som till hälften består av kvinnor. I Finland har 50% av företagen inga kvinnor anställda. Statistiken som redovisas är i linje med de resultat som redovisades för basmätningen, vilken visade på att könsfördelningen är skev i de undersökta regionernas företag.

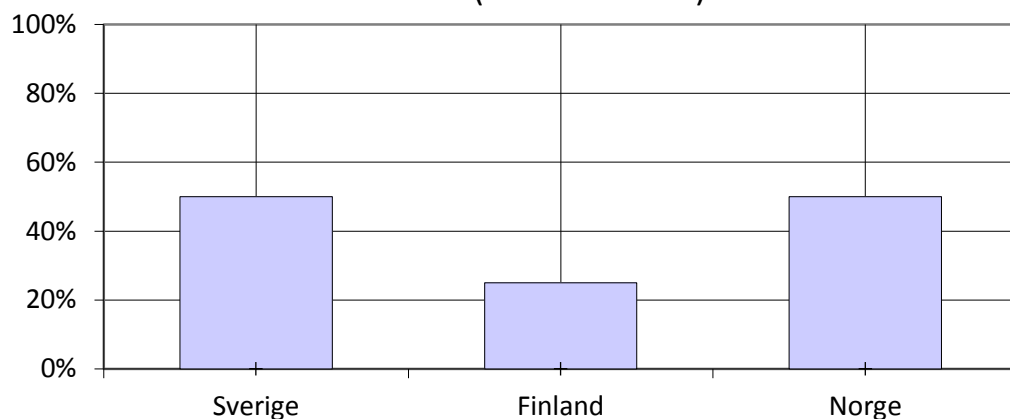
Könsfördelning anställda (Andel kvinnor)



Figur 5: Könsfördelning anställda

Statistiken för andel kvinnor i ledningsgrupper visar att hälften av alla företag i undersökningen saknar kvinnor i ledningsgruppen. I Sverige och Norge har en fjärdedel av företagen minst halva ledningsgruppen bestående av kvinnor. I Finland har tre fjärdedelar av företagen mindre än en fjärdedel kvinnor i ledningsgruppen.

Könsfördelning ledning (Andel kvinnor)

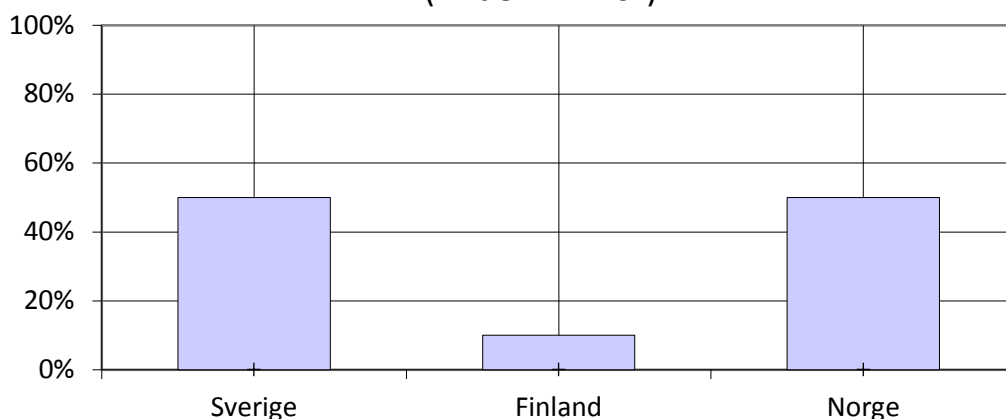


Figur 6: Könsfördelning ledning

Könsfördelningen avseende chefspositioner följer den för ledningsgruppen. 50% av företagen saknar kvinnor på chefspositioner och en fjärdedel av företagen har minst hälften av chefspositioner tillsatta med kvinnor. För de finländska företagen har 75% av företagen mindre än 10% av chefspositionerna tillsatta med kvinnor.

Könsfördelning chefspositioner

(Andel kvinnor)

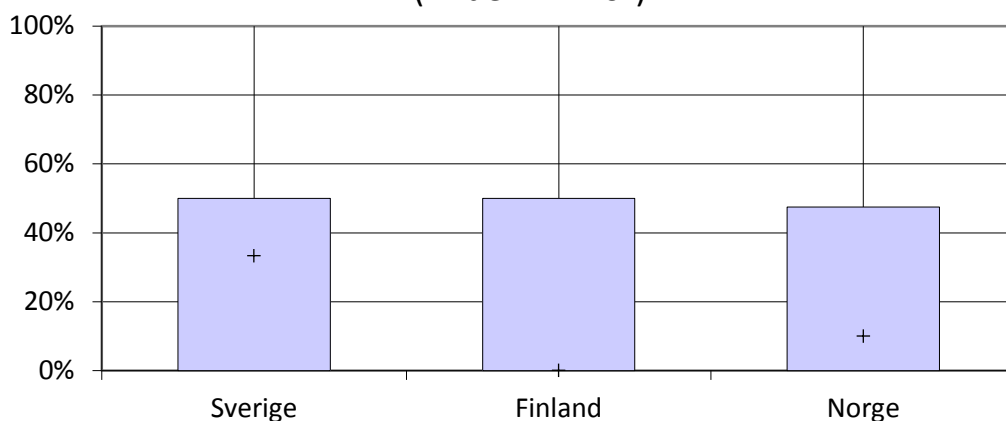


Figur 7: Könsfördelning chefspositioner

Könsfördelningen på styrelsenivå redovisas i figuren nedan. Resultaten visar att en fjärdedel av företagen har minst 50% kvinnor i styrelsen, medan fördelningen därefter skiljer sig mellan de tre regionerna. I Sverige har hälften av företagen mer än 35% kvinnor i styrelsen, medan hälften av företagen i Finland inte har någon kvinnlig representation i styrelsen. I Norge har 50% av företagen mindre än 10% kvinnor i styrelsen.

Könsfördelning styrelse

(Andel kvinnor)

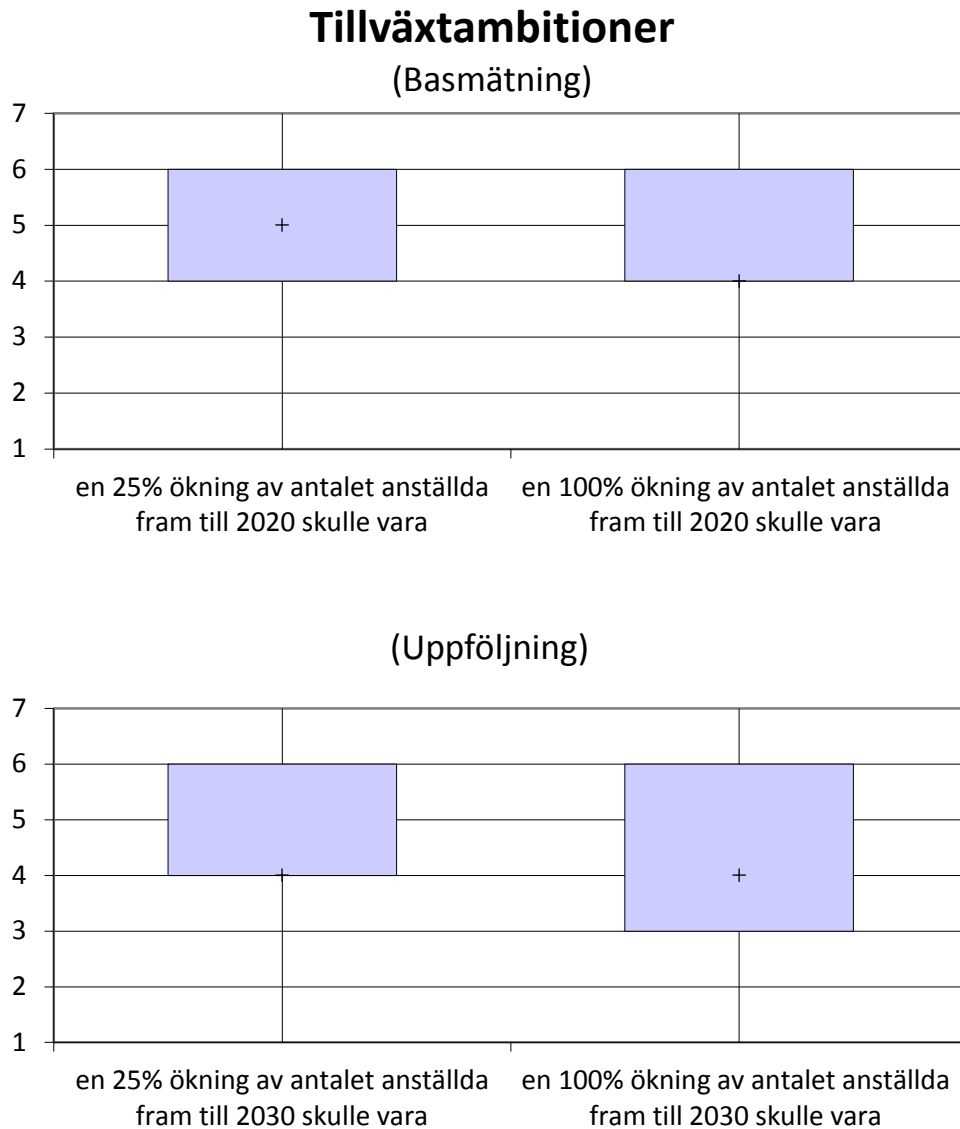


Figur 8: Könsfördelning styrelse

Tillväxtambitioner

Figurerna nedan redovisar svaren på frågor om tillväxtambitioner såväl från basmätningen som för uppföljningen som redovisas i den här rapporten. Sett till helheten har företagen i uppföljningen sänkt sina tillväxtambitioner något. En närmare analys av

responserna görs i avsnittet nedan där det redovisas hur företagen svarat per region och i förhållande till de svarsalternativ som angetts.



Figur 9: Tillväxtambitioner, jämförelse basmätning och uppföljning

Enligt basmätningen rapporterade 51% av svenska företag, 55% av finska företag och 57% av norska företag att de ställer sig positiva i någon form (från någorlunda till väldigt positiva) till en 25%-ökning av antalet anställda. I uppföljningen rapporterar 51% av svenska företag (+0%-enheter), 36% av finska företag (-19%-enheter), och 52% av norska företag (-5%-enheter) att de är positiva till en 25%-ökning av antalet anställda.

På motsvarande sätt angav i basmätningen 48% av svenska företag, 44% av de finska företagen och 30% av de norska företagen att de ställer sig positiva till en 100%-ökning av anställda. I uppföljningen ställer sig 44% av de svenska företagen (-4%-enheter), 44% av de finska företagen (+0%-enheter), och 35% av de norska företagen (+5%-enheter) sig positiva till en 100%-ökning av antalet anställda. Det är samtidigt möjligt att notera att en större andel ställer sig väldigt negativa till en 100%-ökning av anställda i uppföljningen

och på samma sätt att färre väljer alternativet väldigt positiv rörande samma frågeställning.

Basmätning	En 25%-ökning av anställda			En 100%-ökning av anställda			
	Svarsalternativ	Sverige	Finland	Norge	Sverige	Finland	Norge
1 Väldigt negativ		5%	8%	9%	6%	14%	19%
2 Negativ		4%	6%	6%	5%	7%	10%
3 Någorlunda negativ		3%	8%	3%	4%	7%	5%
4 Neutral		38%	22%	25%	38%	28%	35%
5 Någorlunda positiv		14%	19%	20%	7%	7%	7%
6 Positiv		23%	18%	18%	17%	14%	8%
7 Väldigt positiv		14%	19%	18%	24%	23%	15%

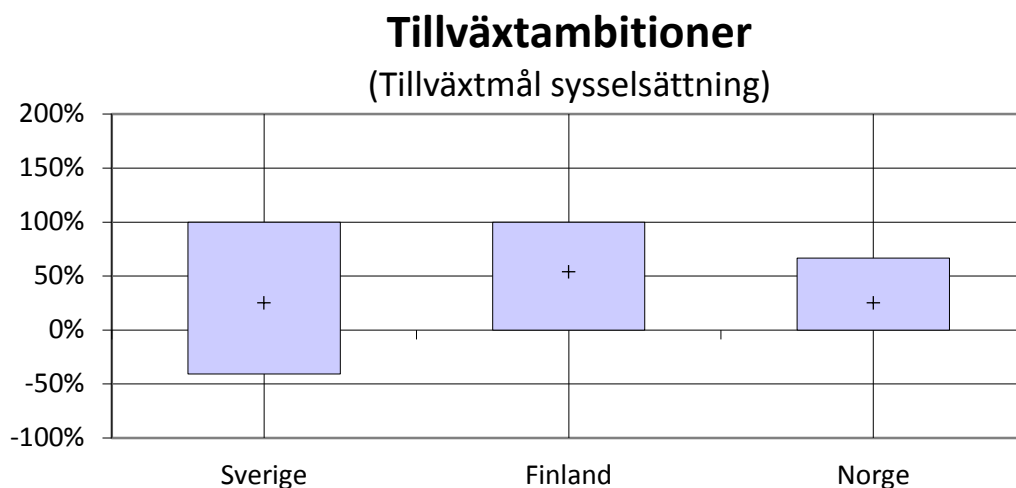
Tabell 1: Fördelning av svar basmätning för tillväxtambitioner uppdelat på länder och svarsalternativ

Uppföljning	En 25%-ökning av anställda			En 100%-ökning av anställda			
	Svarsalternativ	Sverige	Finland	Norge	Sverige	Finland	Norge
1 Väldigt negativ		7%	14%	14%	9%	23%	23%
2 Negativ		5%	12%	5%	8%	5%	2%
3 Någorlunda negativ		5%	5%	0%	4%	5%	9%
4 Neutral		34%	33%	30%	35%	23%	30%
5 Någorlunda positiv		14%	14%	12%	7%	16%	5%
6 Positiv		24%	12%	14%	15%	14%	14%
7 Väldigt positiv		13%	10%	26%	22%	14%	16%

Tabell 2: Fördelning av svar uppföljning för tillväxtambitioner uppdelat på länder och svarsalternativ

En annan uppskattning av tillväxtambitioner fås genom att fråga företagsledarna vilken idealstorlek deras verksamhet har 2030 i termer av antal anställda och omsättning. Dessa siffror jämförs med det antal anställda och den omsättning som företagsledaren rapporterar att företaget har för föregående verksamhetsår. Genom att kalkylera förändringen får vi ett tillväxtmål för verksamheterna uttryckt såväl i sysselsättning som i omsättning. Figurerna nedan visar distributionerna av svar för de båda uträkningarna redovisat per region.

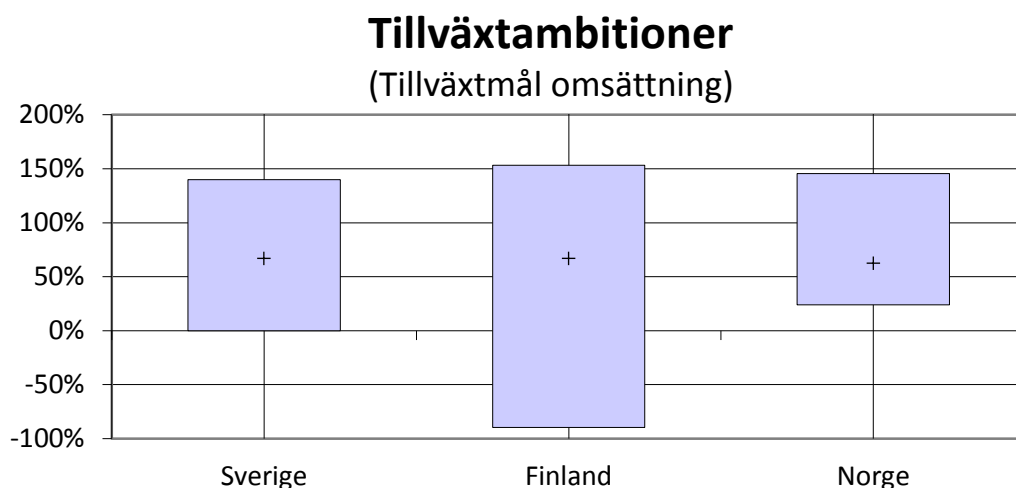
Mediantillväxtmålet för sysselsättning uppgår till 25% för såväl Sverige som för Norge medan motsvarande siffra för Finland är 54%. Noterbart är att en fjärdedel av Finland och Norges företag samt en dryg fjärdedel av Sveriges företag har som målsättning att reducera antalet anställda fram till 2030. Ett antal företag anger dessutom att målsättningen är att avsluta företaget. Gemensamt för majoriteten av företagsledarna som angett att de har för avsikt att avsluta företaget innan 2030 är att de redan har passerat pensionsålder och söker efter alternativ att avsluta verksamheten.



Figur 10: Tillväxtambitioner med tillväxtmål i form av sysselsättning

Avseende tillväxtmål kopplat till omsättning är mediansvaret 67% omsättningsökning för såväl de svenska som de finska företagen och 63% omsättningsökning för de norska företagen. Även här är det noterbart att det finns såväl positiva som negativa tillväxtmål. På samma sätt som för svaren kopplat till sysselsättningstillväxt finns det en andel som avser att upphöra med sitt företag.

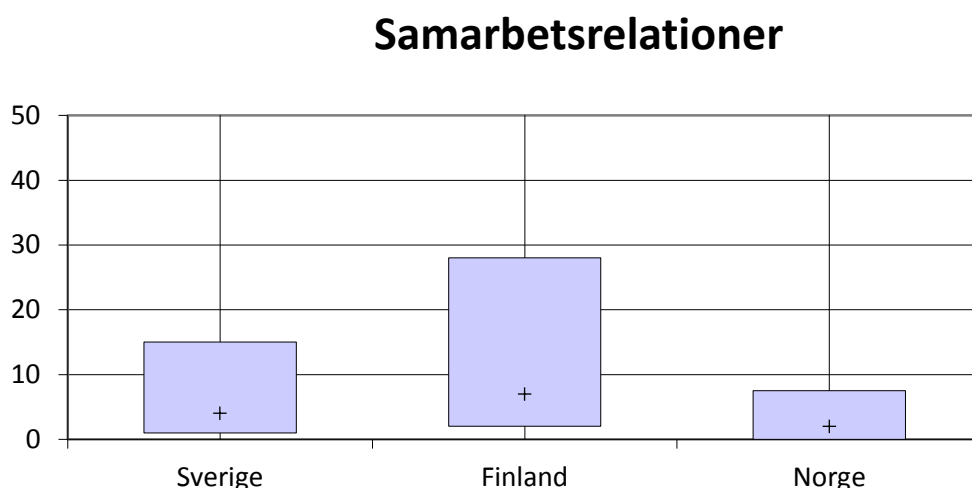
Det är också tydligt att det finns flera olika tillväxtstrategier representerade. Ett antal av företagen med positiva tillväxtmål har likaså ambition att anställa fler personer. Andra verksamheter har som målsättning att skala upp sin verksamhet genom investeringar utan att anställda ytterligare personal. Överlag är strategier baserade på uppskalning utan att linjärt öka sysselsättning det vanligare alternativet.



Figur 11: Tillväxtambitioner med tillväxtnål i form av omsättning

Gränsöverskridande samverkan

I syfte att kartlägga företagens samverkansaktiviteter efterfrågades antalet samarbetsrelationer företaget har med andra företag. Antalet samarbetsrelationer kan bero på många faktorer, men ger en uppfattning om de sociala utbyten företag har med andra. Medianföretaget i den svenska delen av nordprogramområdet har fyra samarbetsrelationer medan motsvarande är sju samarbetsrelationer i den finska delen och två i den norska delen. En fjärdedel av företagen anger att de högst har en samarbetsrelation och en annan fjärdedel av företagen anger att de har över tioalet samarbetsrelationer. En del företagare anger så många som hundratals samarbetsrelationer.

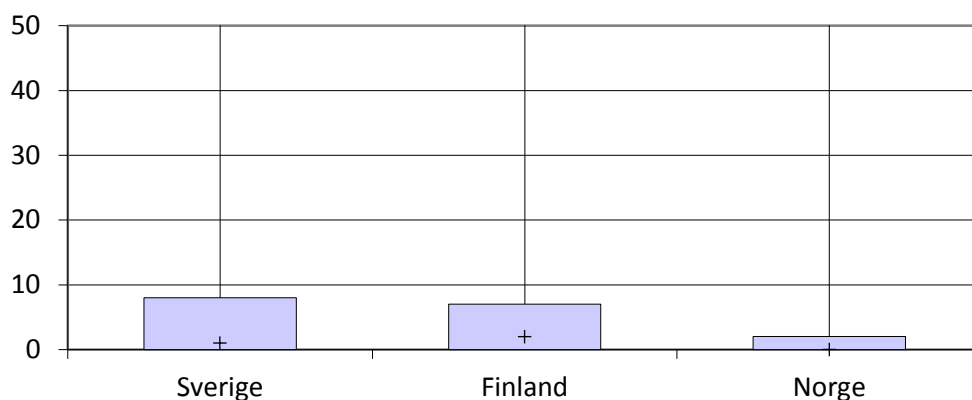


Figur 12: Pågående samarbetsrelationer

På frågan om hur många nya samarbetsrelationer som inletts med andra företag sedan 2010 svarar medianföretaget i den svenska delen av nordprogramområdet att de har inletts en ny samarbetsrelation medan motsvarande siffra är två nya relationer i den finska

regionen och inga nya relationer i den norska regionen. Överlag anger över en fjärdedel av företagen i samtliga tre regioner att de inte initierat några nya samarbetsrelationer sedan 2010. En fjärdedel av företagen anger att de har skapat 7-8 nya relationer eller mer i Sverige och Finland. Motsvarande anger en fjärdedel att de har skapat 2 eller fler relationer i Norge.

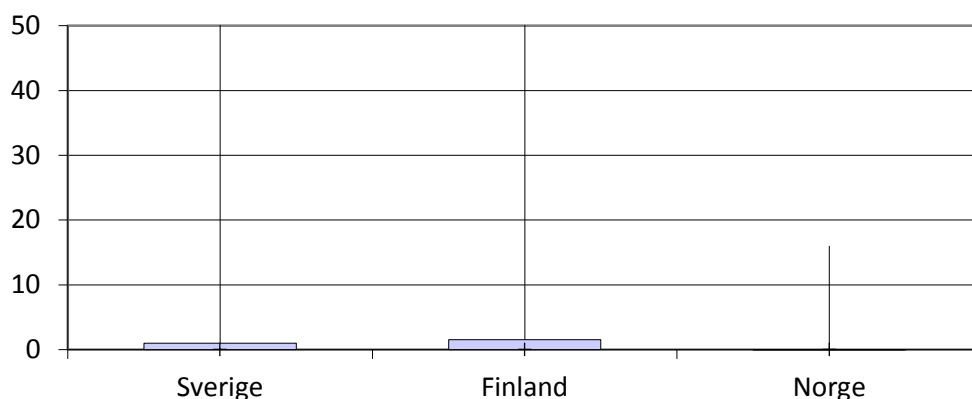
Nya samarbetsrelationer



Figur 13: Nya samarbetsrelationer

En stor del av företagsledarna anger att de inte har avslutat några samarbetsrelationer sedan 2010. Endast en fjärdedel av företagen anger att de överhuvudtaget har avslutat en samarbetsrelation i Sverige och Finland. I Norge är det än färre företag som har avslutat en samarbetsrelation. Det finns ett fåtal företag som anger att de har avslutat en betydande andel affärsrelationer och de anger på föregående fråga i stor utsträckning att de inlett ett stort antal nya samarbetsrelationer.

Avslutade samarbetsrelationer

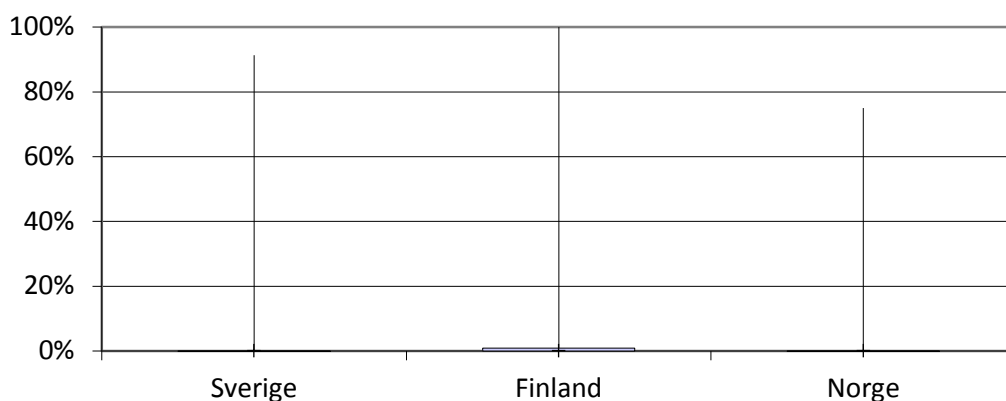


Figur 14: Avslutade samarbetsrelationer

Av företagens befintliga samarbetsrelationer är merparten med företag inom samma region. Ett fåtal är gränsöverskridande till regioner i andra länder. Av respondenterna till

studien är det endast några få procent som har internationella samarbetsrelationer. Av de svenska företagen anger 17% att de har internationella samarbetsrelationer. Motsvarande siffra för de finska företagen är 26% och för de norska företagen 14%. Figuren nedan visar i vilken utsträckning internationella samarbetsrelationer utgör företagets totala samarbetsrelationer. Merparten av respondenterna har någon relation med internationella företag. Ett fåtal företag anger dock att merparten av deras relationer är internationella. Dessa företag gör i större utsträckning också internationella affärer.

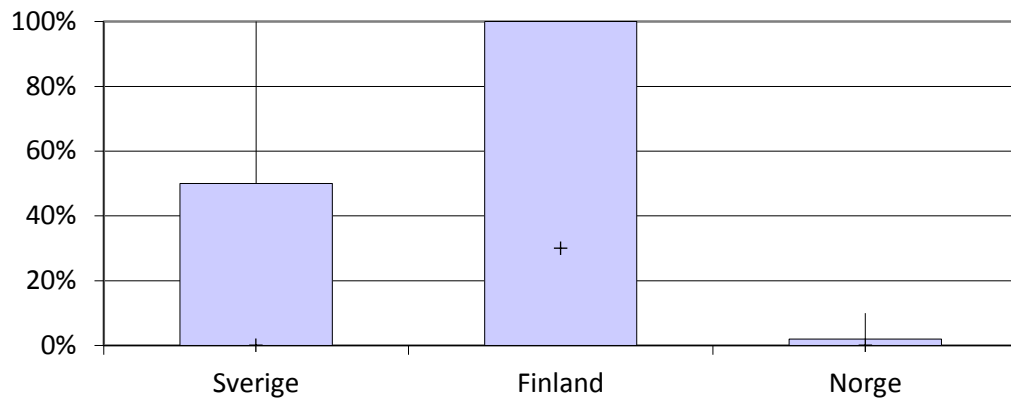
Andel internationella samarbetsrelationer



Figur 15: Andel internationella samarbetsrelationer

På motsvarande frågeställning fast med fokus på hur stor andel av samarbetsrelationerna som var till företag i andra branscher var det stor spridning på svaren överlag. Företag från Norge svarade i stor utsträckning att de samarbetade med företag i samma bransch som de själva befinner sig i. I Sverige svarade hälften att de samarbetar med företag i samma bransch, en fjärdedel att de har upp till hälften av samarbeten med företag i andra branscher och den sista fjärdedelen att de har mer än hälften av sina samarbeten med företag i andra branscher. I Finland har hälften av företagen mer än 30% av sina relationer till företag i andra branscher.

Andel branschöverskridande samarbeten



Figur 16: Andel branschöverskridande samarbeten

Internationell handel

Tabellen nedan redovisar när de företag som anger att de bedriver eller har bedrivit internationell handel genomförde sin första försäljning utomlands. Majoriteten av företagen har haft sin första försäljning utomlands under 2000-talet.

	Sverige	Finland	Norge
-1970	0%	7%	0%
1971-1980	5%	0%	0%
1981-1990	5%	20%	20%
1991-2000	29%	27%	0%
2001-2010	43%	33%	80%
2010-	24%	13%	0%

Tabell 3: När genomfördes första försäljning utomlands

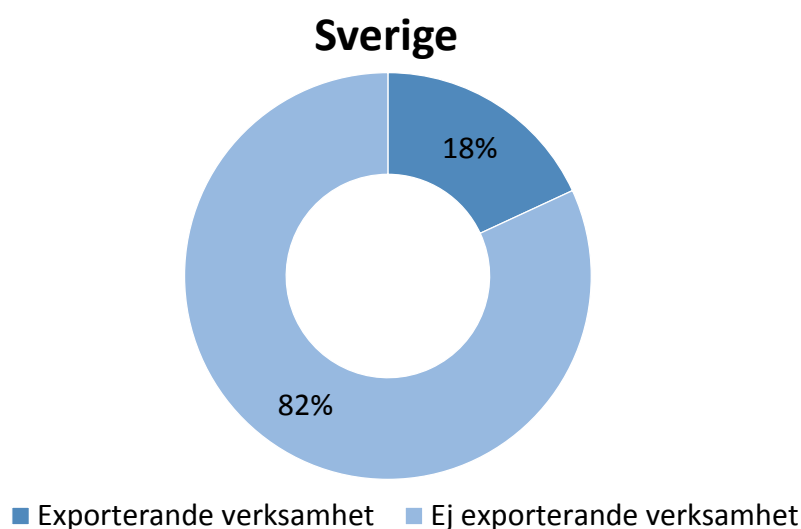
I nedanstående tabell redovisas hur många år de företag som anger att de arbetat med internationell handel haft exporterande verksamhet. Merparten av företagen har under tioårets erfarenhet av export vad gäller företagen i Sverige och Finland. I Norge är det

upp till 20 års erfarenhet. Detta är rimligt med tanke på att många företag har haft sitt första exportår under 2000-talet.

	Sverige	Finland	Norge
1-10	55%	58%	20%
11-20	23%	8%	80%
21-30	18%	17%	0%
31-40	0%	8%	0%
41-50	5%	0%	0%
51-	0%	8%	0%

Tabell 4: År av försäljning på exportmarknader

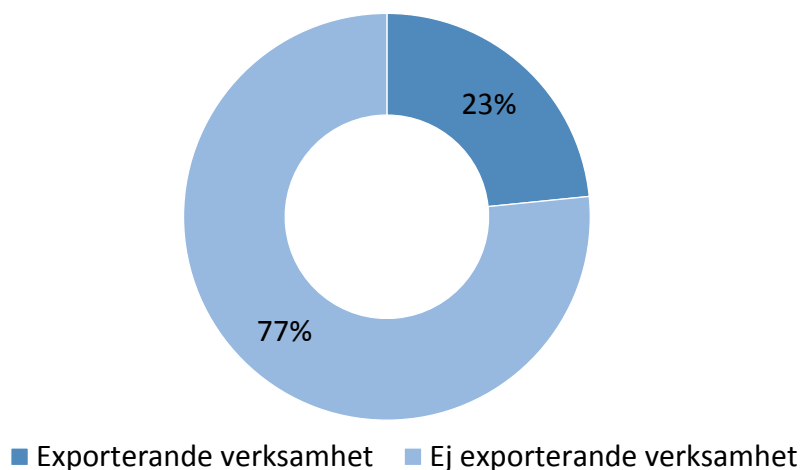
I uppföljningen som genomförts anger 18% av de svenska företagen att de bedriver internationell handel genom export. Detta kan jämföras med de värden som angavs vid basmätningen. Där 22% av svenska företag angav att de bedrev internationell handel genom exportverksamhet. Som noterat i basundersökningen kan det finnas en överrepresentation av exporterande verksamheter som väljer att delta i undersökningen. När basundersökningens resultat jämfördes med SCB:s register över exporterande företag i motsvarande region i Sverige så var endast 11% av företagen exporterande.



Figur 17: Andel exporterande svenska verksamheter inom nordprogramområdet

I den finländska delen av nordprogramområdet anger i uppföljningen 23% av företagsledarna att de bedriver internationell handel i form av exportverksamhet. Detta kan jämföras med de 30% av företagsledarna som angav att de bedrev internationell handel i basmätningen.

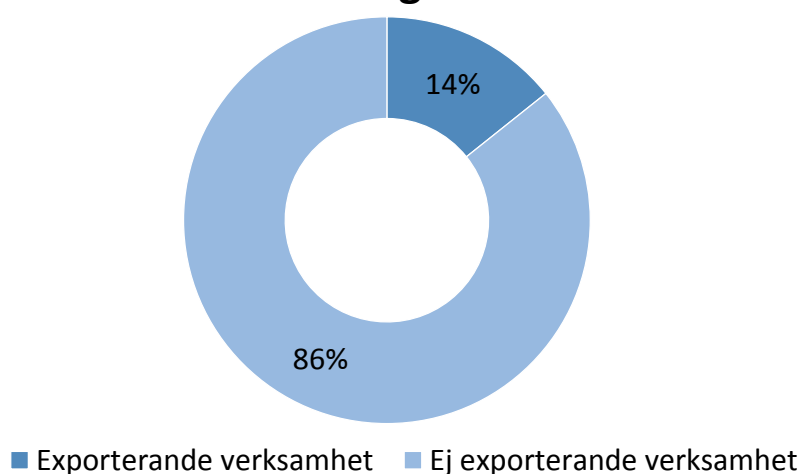
Finland



Figur 18: Andel exporteraende finska verksamheter inom nordprogramområdet

14% av de norska företagsledarna svara i uppföljningen att de bedriver internationell handel i form av exportverksamhet. I den ursprungliga basmätningen svara 19% av företagsledarna att de bedrev exporteraende verksamheter.

Norge



Figur 19: Andel exporteraende norska verksamheter inom nordprogramområdet

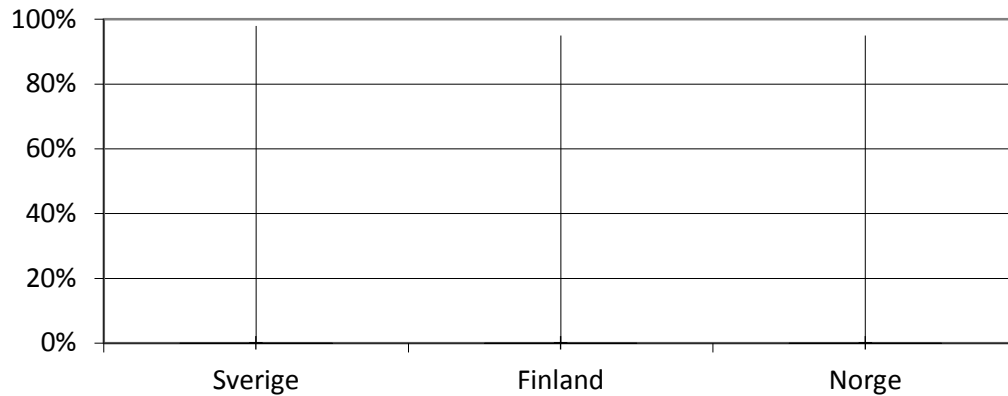
Noterbart är att andelen exporteraende verksamheter har minskat över samtliga tre undersökta regioner i nordprogramområdet enligt den uppföljande studien.

För att fördjupa förståelsen för den internationella handel som bedrivs har företagsledarna ombetts ange hur stor del av deras omsättning som utgörs av export. Figuren nedan redovisar fördelningen av svar över de tre nordprogramsregionerna.

Merparten av de exporteraende verksamheterna anger att endast någon procent av deras omsättning är riktad till export. 50% av företagen som anger att de exporterar har 10% av

sin omsättning eller mindre på export. Det är med andra ord ett fåtal av företagen som har betydande del av omsättning på export.

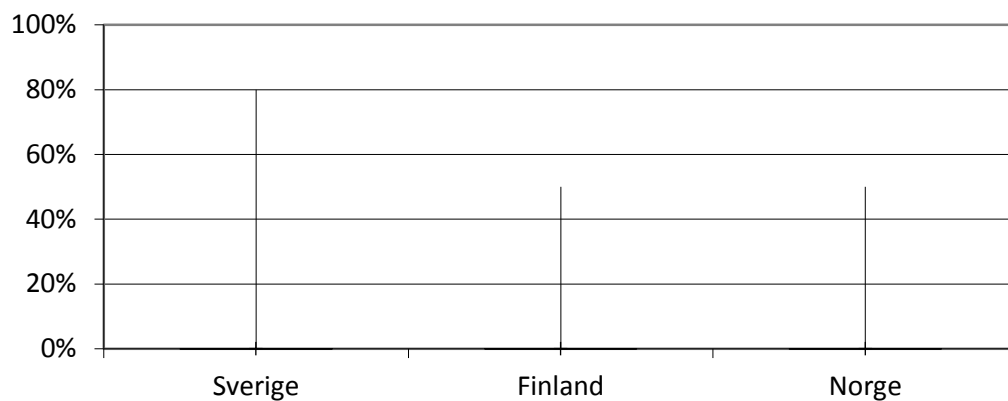
Exportandel



Figur 20: Exportandel i förhållande till total omsättning per nation

Figuren nedan redovisar på motsvarande sätt andelen import av totala kostnader. Det är en hög korrelation mellan export och import, vilket innebär att företag som bedriver export i högre utsträckning också importerar varor. 38% av de företag som bedriver import anger att deras importnivå i förhållande till kostnadsmassan understiger 10%.

Importandel

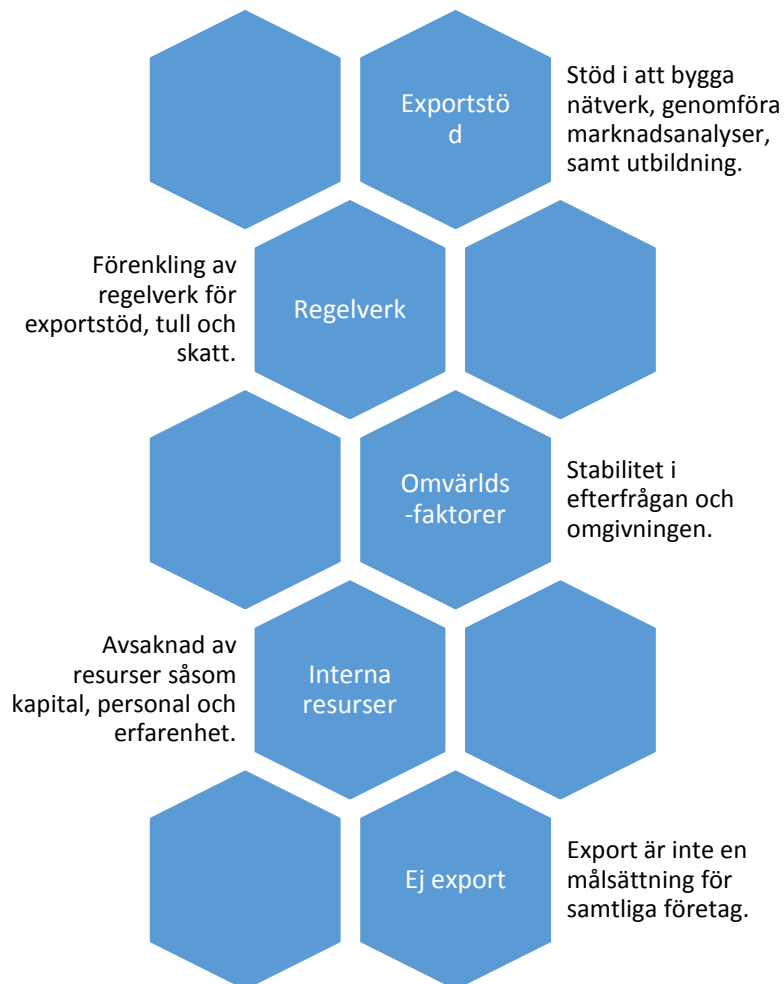


Figur 21: Importandel i förhållande till totala kostnader per nation

Faktorer för ökad internationalisering och export

På motsvarande sätt som i den ursprungliga studien erbjöds samtliga företagare som deltog i studien att skriftligt kommentera vilka faktorer som skulle kunna påverka deras

inställning till att öka arbete med export och internationalisering. Efter att samtliga responser sammanställts och svaren kategoriserats i teman framkommer, liksom i den ursprungliga studien, fem olika argument. Fyra av dessa kategorier handlar om behov av exportstöd, utveckling av regelverk, omvärldsfaktorer och knappa resurser. Den sista kategorin handlar om företag som uttrycker att export och internationalisering inte utgör en naturlig del av deras affärsverksamhet. Resultaten är summerade i figuren nedan och kommenteras därefter per identifierat tema.



Figur 22: Faktorer för ökad internationalisering

Exportstöd

Den mest frekvent nämnda faktorn berör exportstöd. Flera företagare betonar att det är värdefullt att få stöd i att nå nya marknader. En del företagare vittnar om nyttan de har haft i att delta i tidigare exportsatsningar och nämner att specifikt gemensamma exportsatsningar har varit värdefulla för att lära sig och samtidigt nå ut till nya marknader. Generellt är det bakomliggande ett behov av att lära sig samt att bygga relationer.

Regelverk

Ett behov av förenklade regelverk nämndes mer frekvent i basmätningen men tas upp av ett fåtal företagsledare även i uppföljningen. Det handlar framförallt om förenklingar av regelverk och därigenom minskad osäkerhet för affärsutbyten.

Omvärldsfaktorer

Omvärldsfaktorer och stabiliteten i omvärlden tas upp som exempel på faktorer som är svåra att påverka och förutspå men som har potential att inverka på affärsrelationer. Omvärldsfaktorer som kan tänkas påverka kan delas in i form av politiska, ekonomiska, sociala och teknologiska faktorer.

Interna resurser

Fler av respondenterna anger att interna resurser gränssätter möjligheter att bedriva internationell handel. Tillgång till finansiellt- och humankapital tillhör de mest frekventa resurser som nämns som gränssättande. Fler företagsledare anger också att det krävs utveckling av företagets vision, strategi, professionalisering av styrelse och ledning för att utöka verksamheten och arbeta med internationell handel.

Ej export

Avslutningsvis finns också ett antal företag som anser att internationell handel inte är en målsättning för verksamheten. Antingen att det inte finns uppenbara möjligheter där internationalisering skulle stärka befintlig verksamhet eller att nuvarande marknader anses vara tillräckliga för att stödja befintlig verksamhet och att företagsledning är nöjd med det. En del företagsledare i urvalet har också poängterat att deras strategiska arbete över de närmast åren handlar om att avveckla befintlig verksamhet snarare än att utveckla internationell handel.

Diskussion

Det är ett omfattande empiriskt material som utgör grunden för studien kring näringslivsutveckling i nordprogramområdet. I nedan avsnitt diskuteras resultaten i förhållande till de tre områden – tillväxt, samverkan och internationell handel – som studien fokuserar på.

Tillväxt

Ett av de tre studerade områdena i föreliggande studie handlar om vilka tillväxtambitioner ledare för små och medelstora företag har inom nordprogramområdet. Utifrån basmätningen som genomfördes rapporterade över hälften av de tillfrågade företagen att de ställde sig positiva till en sysselsättningstillväxt. I uppföljningen som genomfördes är svaren något försiktigare och tillväxtambitionerna något lägre, speciellt avseende svaren från företagen i den finska regionen som backar med 19%-enheter.

Närmare hälften av de tillfrågade företagen ställde sig även positiva till en 100% sysselsättningstillväxt i basmätningen. Ungefär lika många företag ställer sig positiva till en omfattande sysselsättningstillväxt även i uppföljningen. Däremot är det fler företag som tonar ned sin ambition från väldigt positiv till någorlunda positiv. På samma sätt är det tydligt i uppföljningen att fler företag går från att vara någorlunda negativa till att bli väldigt negativa till en omfattande tillväxt. Det finns med andra ord relativt tydliga indikationer på att företagsledarna i nordprogramområdet har justerat ned sina tillväxtambitioner något. Det ska dock noteras att tillväxtambitionerna fortsatt är höga och att en betydande andel av företagsledarna i området har för som målsättning att växa sina verksamheter.

De tillväxtmål som anges av de tillfrågade företagsledarna tyder på att hälften av företagen avser öka sysselsättningen med minst 25% och omsättningen med minst 50%. Det finns dock tydliga indikationer på att företagsledarna har olika tillväxtstrategier. Ett antal företagsledare markerar att de avser avveckla sina verksamheter under det närmaste decenniet, andra avser fortsätta sina verksamheter enligt nuvarande plan och utan ambitioner att öka vare sig antalet anställda eller omsättning. En betydande andel avser dock en relativt ambitiös tillväxt under det närmaste decenniet.

Det finns ett par frågeställningar som aktualiseras av den analys som genomförts. En av de frågeställningarna är kopplade till varför ett antal företagsledare uttrycker att de avser avveckla sina verksamheter under det närmaste decenniet. Gemensamt för dessa företagsledare är att de tillhör de äldre företagsledarna i undersökningen och flera har som mål att avsluta sin karriär. Ett alternativ till avveckling hade varit någon annan exitstrategi såsom generationsväxling eller försäljning av verksamhet. Flera av dessa företagsledare har gett uttryck för att det är svårt att hitta intresserade aktörer för ett övertagande av deras verksamheter. Det är möjligt att avsaknaden av intresserade aktörer istället leder till ett fokus att avveckla och lägga ned verksamheter.

Gränsöverskridande samverkan

En undersökning av företagens samverkansrelationer visar att merparten av företagen i nordprogramområdet förlitar sig på samverkansutbyten med färre än ett tio-tal andra företag. Överlag förefaller samverkan vara relativt statisk då merparten av företagen

anger att endast någon enstaka relation tillkommit under senaste åren och väldigt få samverkansrelationer har avslutats.

Även om merparten av företagen har ett fåtal samverkansrelationer med andra företag så finns det ett antal företagare som starkt arbetar med att bygga relationer till andra företag. Ungefär en fjärdedel av de företag som besvarat undersökningen anger att de har betydande förändringar i antalet samverkansrelationer under den studerade tidsperioden. I textsvar har företagare också angett att utveckling av samverkansrelationer varit instrumentellt för att nå nya marknader och att arbeta med internationalisering. Dessa företagsledare förespråkar i stort behovet av gränsöverskridande projekt och möten vilka kan stimulera bildandet av nya samarbetsrelationer.

Internationell handel

Andelen exporterande verksamheter varierar mellan 14%-23% över de tre studerade regionerna i nordprogramområdet. I samtliga regioner har andelen exporterande verksamheter sjunkit något jämfört med basmätningen. Andelen verksamheter som bedriver export har reducerats med 4-7%-enheter över regionerna. Samtidigt visar basmätningen att det kan finnas en överrepresentation av företag som bedriver internationell handel som svarat på enkäten. Det svenska basmätningresultatet jämfördes med statistik från statistiska centralbyrån rörande samma region och resultaten visar att andelen exporterande verksamheter var dubbelt så stor i basmätningen som i SCBs register. Även om det är troligt att det fortfarande kan finnas en överrepresentation av företag som bedriver internationell handel så är det ändå intressant att notera att färre väljer att ange att de bedriver exporterande verksamhet.

Profilen för de som bedriver exporterande verksamheter visar att majoriteten har bedrivit exportverksamhet under ett par år och att första exporten genomfördes på 2000-talet. Samtidigt har majoriteten av företagen mindre än 10% av sin omsättning på internationella marknader och likaså är det en betydande andel som har låg andel av kostnadsmassan i import. Korrelationen mellan exportverksamhet och importverksamhet är hög, vilket innebär att företag som bedriver export tenderar i större utsträckning också att importera varor.

Strategier för ökad internationalisering

Företagsledarnas perspektiv på hur internationalisering kan stimuleras kan grupperas och summeras över fem dimensioner. Dessa dimensioner var tydliga redan i basmätningen och svaren från uppföljningen sorterar väl in i samma dimensioner. Först och främst handlar det om exportstöd i form av att utbilda, bygga nätverk och genomföra gemensamma internationaliserande aktiviteter. Den andra dimensionen handlar om att utbilda och förenkla regelverk kring internationalisering. De övriga dimensionerna handlar om förutsättningar och osäkerheter förknippade med internationalisering. Den tredje dimensionen berör omvärldsfaktorer som styr fluktuationer i efterfrågan och stabilitet i omgivningen. Argumenten som framförs baseras på någon form av osäkerhetsanalys där företagsledaren använder omvärldsfaktorer som argument för hur efterfrågan kan bedömas på längre sikt. Större osäkerheter kring omvärldsfaktorer används som argument för att avstå internationaliseringsaktiviteter. Den fjärde dimensionen handlar om företagets interna resurser där flera företagsledare har angett att otillräckliga resurser i form

av pengar, arbetskraft och tid förhindrar aktiviteter i form av internationalisering. Avslutningsvis anges i den femte dimensionen att alla verksamheter inte är kompatibla med export eller har internationalisering som naturliga inslag i verksamheternas affärsmodeller.

Avslutande kommentarer

Föreliggande studie är en uppföljning av en näringslivsundersökning av företag i nordprogramområdet. Studien fokuserar specifikt på företagens tillväxtambitioner, samverkan och export. En basmätning genomfördes 2014 där programområdets förutsättningar och näringsliv beskrevs och analyserades. Kortfattat visade resultaten att företagsledarna inom området överlag ställer sig positiva till framtida tillväxt, att en betydande del av företagen har erfarenhet av och bedriver internationell handel och att cirka 10% av företagens samverkan är med internationella partners.

En uppföljning av basmätningen visar att företagsledarna är något försiktigare i sina tillväxtambitioner, i sin internationalisering och även så i sin gränsöverskridande samverkan. Även om merparten av de variabler som mäts har reducerats något är värdena fortfarande betydande och en stor andel av företagsledarna i nordprogramområdet har betydande tillväxtambitioner, det pågår en betydande internationell handel och gränsöverskridande samverkan.

Förutsättningarna för vidare näringslivsutveckling förefaller utifrån studien gynnsamma till trots för en del av de geografiska och demografiska utmaningar som omger regionen kring nordprogramområdet.

Källförteckning

Ejdemo, T. och N.-G. Lundgren (2013). 41 000 anställningar till och med 2025: En studie av rekryteringsbehovet i Norrbottens län. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län. Luleå, Länsstyrelsen i Norrbottens län: 112.

Ejdemo, T. och K. Parding (2018). 51 000 anställningar i Norrbotten till och med 2030. Regional förnyelse.

Ejdemo, T., P. Söderholm och H. Ylinenpää (2014). Norrbottens roll i samhällsekonomin: En kritisk granskning av indikatorer samt några lärdomar för framtiden. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län. Luleå, Länsstyrelsen i Norrbottens län: 144.

Ejdemo, T., P. Söderholm, H. Ylinenpää och D. Örtqvist (2016). Framtidens Norrbotten: Fem scenariobeskrivningar över länets utveckling. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län. Luleå, Länsstyrelsen i Norrbottens län: 72.

Länsstyrelsen i Norrbotten (2012). Regional utvecklingsstrategi för hållbar framtid i Norrbotten 2020. Länsstyrelsen i Norrbotten.

Örtqvist, D. (2014). Tillväxtförutsättningar för Norrbottens näringsliv: En kartläggning av företagens styrkor, svagheter och utmaningar. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län. Luleå, Länsstyrelsen i Norrbottens län: 39.

Örtqvist, D. (2015). Näringslivsutveckling i nordprogramområdet: En analys av tillväxtambitioner, samverkan och export. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län. Luleå, Länsstyrelsen i Norrbottens län: 59.

Örtqvist, D. (2017). Digitaliseringen och näringslivet. Luleå, Luleå tekniska universitet: 22.

Örtqvist, D. och T. Ejdemo (2017). Hur mår besöksnäringen i Norrbotten? Luleå: 23.



Länsstyrelsen
Norrbotten

