

PM

2015:04

Effekter av statens **främjande- insatser** för internationalisering

– en litteraturöversikt över utvärderingsmetoder

Tillväxtanalys har fått i uppdrag att utveckla mätmetoder och indikatorer för att skatta effekterna av statens främjandeinsatser för små och medelstora företags internationalisering. Detta pm ger en överblick över forskningslitteraturen på området.



Dnr: 2014/006
Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010 447 44 00
Telefax: 010 447 44 01
E-post: info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Anna Almqvist
Telefon: 010 447 44 82
E-post: anna.almqvist@tillvaxtanalys.se

Förord

Tillväxtanalys fick i regleringsbrevet för 2014 i uppdrag av regeringen att föreslå mätmetoder och indikatorer för att skatta effekterna av statliga främjandeinsatser för små och medelstora företags internationalisering. Denna litteraturöversikt är en del av detta metodutvecklingsuppdrag.

Syftet med detta pm är att ta fram underlag för att kunna leverera väl underbyggda rekommendationer för hur det statliga internationaliseringsfrämjandet kan följas upp och utvärderas. Hela uppdraget slutrapporteras i ”Effekter av statens främjandeinsatser för internationalisering. Slutrapport: utveckling av mätmetoder och indikatorer” (Tillväxtanalys, Rapport 2015:03).

Rapporten har författats av Anna Almqvist, Tillväxtanalys. Den företagsekonomiska litteraturöversikten har skrivits av Maria Adenfelt, Entreprenörskapsforum. Carly Smith Jönsson, Tillväxtanalys, är projektledare för regeringsuppdraget.

Östersund, mars 2015

Björn Falkenhall
T.f. avdelningschef, Entreprenörskap och näringsliv
Tillväxtanalys

Innehåll

Sammanfattning	7
Summary	9
1 Syfte och bakgrund	11
1.1 Regeringsuppdraget.....	11
1.2 Litteraturöversiktens syfte och avgränsningar	11
1.3 Slutsatser från omvärldsbevakning	11
1.4 Metod	12
1.5 Disposition.....	12
2 Nationalekonomisk litteraturöversikt	13
2.1 Effekten av främjandeinsatser på företags internationalisering	13
2.1.1 Främjandeinsatser	13
2.1.2 Utfallsvariabler	15
2.1.3 Metodval	17
2.2 Samhällsekonomiska effekter	20
3 Företagsekonomisk litteraturöversikt	21
3.1 Exportprestation	21
3.2 Exportfrämjande från mottagarens perspektiv.....	22
3.2.1 Metodval	22
3.2.2 Klassificering – exportmognad och internationaliseringskompetens	25
3.3 Främjarperspektivet.....	26
3.3.1 Metodval	26
4 Diskussion och slutsatser	28
Referenser.....	32
Bilaga 1 Urval av artiklar.....	35

Sammanfattning

Svenskt näringsliv har tillgång till ett stort antal statligt finansierade program och insatser som syftar till att öka internationaliseringen av svenska företag. Kunskapen om effekterna av dessa program – dels på företagsnivå och dels på samhället i stort – är dock begränsad. Detta pm publiceras inom ramen för ett regeringsuppdrag (N2013/5656/KLS) till Tillväxtanalys. Bakgrunden till uppdraget är Riksrevisionens granskningsrapport, ”På väg ut i världen – statens främjandeinsatser för export” (Riksrevisionen, 2013), där denna kunskapslucka påpekas. Syftet med regeringsuppdraget är att utveckla och föreslå metoder och indikatorer för hur statliga främjandeinsatser för små och medelstora företags internationalisering kan utvärderas.

Inom ramen för regeringsuppdraget har Tillväxtanalys publicerat tre andra rapporter. 1) En delrapport (Tillväxtanalys, 2014) där vi kartlade de svenska statliga främjandeinsatserna på området, målsättningar för internationaliseringsfrämjandet, samt tidigare uppföljnings- och utvärderingsarbete i Sverige och i sex andra europeiska länder. 2) En pilotstudie (Tillväxtanalys, 2015b) där flera olika metoder kombineras för att analysera små och medelstora företags användning av främjandetjänster och etablering av export på en avlägsen marknad. Samt 3) en slutrapport (Tillväxtanalys, 2015a) där övriga rapporters slutsatser syntetiseras och vi rekommenderar en metod för utvärdering av det svenska främjandet.

Syftet med detta pm är att ge en överblick över den nationalekonomiska och den företags-ekonomiska forskningslitteraturen på området. Ambitionen är att översikten ska klargöra vilka typer av insatser som har studerats, samt vilka utfallsvariabler och mätmetoder som har använts. Pm:et inkluderar inte resultat från forskningslitteraturen rörande till exempel vilka typer av insatser som uppvisat effekt. Litteraturoversikten är skriven med avsikten att utgöra ett underlag för slutrapporten inom uppdraget och bidra till väl avvägda och underbyggda rekommendationer.

Forskningens omfattning och inriktning

Från vår litteraturoversikt kan ett antal generella slutsatser dras vad gäller forskningslitteraturens omfattning och inriktning.

För det första är det, från såväl den företagsekonomiska som den nationalekonomiska litteraturoversikten, tydligt att forskningen på området är inriktad på att studera och skatta effekterna av exportfrämjande – snarare än statligt främjande av andra typer av internationalisering såsom till exempel internationella investeringar och partnerskap. Det finns därmed, från forskningslitteraturen, främst lärdomar att hämta vad gäller hur främjandet av svenska små och medelstora företags *export* bäst kan utvärderas.

För det andra är det tydligt i vår litteraturoversikt att forskningen nästan uteslutande är inriktad på att skatta effekterna av statligt främjande på *företagsnivå*. Försök till skattning av de samhällsekonomiska effekterna av främjandet är mycket ovanligt, och tillförlitliga beräkningar bedöms vara svåra eller kanske till och med omöjliga att göra.

En sista slutsats som kan dras vad gäller forskningens omfattning och inriktning är att fokus ofta ligger på att estimerar effekterna av *en specifik* främjandeinsats/kategori av insatser eller en specifik främjandeorganisation. Det är ovanligt med artiklar som adresserar ett lands samlade statliga främjandesystem för företags internationalisering.

Ökad tillgång på mikrodata och mer multidimensionella mått på exportprestation

Två olika trender är tydliga inom den nationalekonomiska respektive den företags-ekonomiska forskningen. Inom nationalekonomin har den ökade tillgången på detaljerad och disaggregerad data över vissa länders företagsstöd gjort avtryck på typen av studier som publiceras. Det har blivit vanligare med studier som inte endast skattar effekterna av en insats på till exempel ett lands totala exportvolym, utan även studerar exempelvis hur effekter fördelar sig över den intensiva respektive den extensiva exportmarginalen¹ eller på olika grupper av exportörer.

En tydlig trend inom den företagsekonomiska litteraturen på området är att forskare under senare år börjat använda mer multidimensionella mått på ”exportprestation” för att studera effekterna av främjandeinsatser. Traditionella finansiella mått så som andel av försäljning, exportlönsamhet och försäljningsökning från export har ifrågasatts då de anses snäva och till viss del otillförlitliga. Flera forskare har därför börjat komplettera dessa mått med till exempel icke-ekonomiska mått och olika subjektiva mått såsom förvärv av kompetenser och tillfredsställelse med företagets position och internationaliseringssatsning.

Nationalekonomiska och företagsekonomiska metoder för att skatta effekterna av främjandeinsatser bör ses som komplement till varandra

Den nationalekonomiska forskningen om effekterna av statligt främjande för företags internationalisering kan delas upp i de som har ett makroekonomiskt och de som har ett mikroekonomiskt perspektiv. I det första fallet är det vanligt att forskarna använder en så kallad gravitationsmodell för internationell handel för att på aggregerad nivå studera budgeteffekter eller effekterna av en specifik insats på bilaterala handelsflöden. I det senare fallet är ett vanligt förekommande angreppssätt att beräkna den genomsnittliga behandlingseffekten på de företag som tagit del av en insats eller ett program med hjälp av så kallad matchad difference-in-differences. Detta ger kunskaper om effekter på disaggregerad nivå och möjliggör även studier av till exempel fördelningseffekter.

Inom den företagsekonomiska forskningen om effekterna av exportfrämjandeprogram är enkätundersökningar en mycket vanlig metod. Vanligast är tvärsnittsstudier även om det i vår översikt finns exempel på studier med longitudinell ansats (vilket kan ge information om t.ex. sociala processer). Förutom enkätundersökningar har även mer kvalitativa metoder såsom intervjuer använts. Kvalitativa ansatser kan vara särskilt lämpliga att använda när fokus till exempel är lärande i syfte att utveckla en organisation.

Olika metoder är mer eller mindre lämpliga för att utvärdera olika insatser eller grupper av insatser. Vidare har naturligtvis datatillgång och frågeställning betydelse för vilken metod som kan eller bör tillämpas i det enskilda fallet. För att skapa en så komplett bild som möjligt av det svenska statliga främjandesystemets effekter på små och medelstora företags internationalisering bör studier med olika forskningsansats, datainsamlingsmetod och analysmetod ses som komplement till varandra.

¹ En exportökning på den extensiva marginalen kan t.ex. referera till att antalet företag som exporterar ökat, eller att antalet differentierade produkter eller antalet exportmarknader ökat. Om en exportökning skett på den intensiva marginalen innebär detta en volymökning hos t.ex. redan exporterande företag, av redan exporterade produkter eller till existerande importmarknader.

Summary

Swedish enterprise and industry has access to a wide range of government funded programmes and activities that aim to promote the internationalisation of firms. However, knowledge on the effects of these programmes – at the firm-level and on society in general – is limited. This memorandum is part of a government assignment (N2013/5656/KLS) to the Swedish Agency for Growth Policy Analysis, Growth Analysis. The background to this assignment is the Swedish National Audit Office’s report “På väg ut i världen – statens främjandeinsatser för export” [On the way out into the world – government export promotion efforts] (Riksrevisionen, 2013), in which this knowledge gap was identified. Growth Analysis has been asked to develop and propose methods and indicators for evaluating the effects of government funded support for the internationalisation of small and medium-sized enterprises (SMEs).

Growth Analysis has published three other reports for this assignment. 1) An interim report (Tillväxtanalys, 2014) which included surveys of the government funded programmes to promote the internationalisation of firms, the aims of the programmes, as well as previous monitoring and evaluation of programmes in Sweden and in six other European countries. 2) A pilot study (Tillväxtanalys, 2015b) where several methods are combined in order to analyse small and medium sized enterprises’ use of promotion services and establishment of exports to a distant market. And 3) a final report (Tillväxtanalys, 2015a) where the conclusions from the other reports are synthesised and where we give recommendations regarding methods for evaluating Swedish export promotion.

The objective of this memorandum is to provide a review of methods used within the disciplines of economics and business administration to study the effects of government funded programmes to promote export and the internationalisation of SMEs. The literature review describes the types of promotion programmes that have been studied, as well as the outcome variables and measurement methods that have been used. It does not, however, include results from the research literature concerning effects of different types of promotion programmes. This literature review is intended to provide background information for Growth Analysis’ final report within the current government assignment and to contribute to well-considered and supported recommendations.

Research scope and emphasis

From our literature review, a few general conclusions can be drawn as regards the scope and focus of the research literature. Firstly, it is clear from both the economics and business administration literature that the research in this area is primarily focused on studying and estimating the effects of *export* promotion programmes – rather than other forms of internationalisation such as foreign investment and international partnerships.

Secondly, from our literature review, it is clear that the research is generally limited to estimating effects of promotion programmes on the *firm-level*. Attempts to estimate the broader effects of promotion programmes on society as a whole are very rare, and reliable calculations are judged to be difficult or even impossible to make.

A final conclusion that can be drawn, as regards to the scope of the studies, is that focus is normally on estimating the effects of *one specific* promotion programme or organisation. It is rare that studies aim to address the effects of a country’s public export/internationalisation promotion *system* as a whole.

Greater access to micro-data and more multidimensional measurements of export performance

Two different trends are clear in the economics and business administration literature. Within economics, greater access to detailed and disaggregated data on countries' public support to firms has had an impact on the kind of studies published. Studies that not only estimate the effects of support on, e.g., a country's total export volume, but also explore, for instance, how the effects are distributed over the intensive and extensive margin² or over different groups of exporters have become more common.

A clear trend in the business administration literature is that researchers have, in recent years, begun using more multidimensional measurements of "export performance" to study the effects of promotion programmes. Traditional financial measures, such as the proportion of sales, profitability and sales increases from exports, have been called into question as they are considered to have a number of limitations and, in some regards, to be unreliable. Several researchers have therefore begun supplementing these measurements with, e.g., non-economic measurements and various subjective measurements such as skills acquisition and satisfaction with the company's position and internationalisation efforts.

Methods used within economics and business administration should be seen as complements

The economics research on the effects of government promotion of firms' internationalisation can be divided into studies that have a macroeconomic perspective and studies that have a microeconomic perspective. In the former, it is common that researchers use a so-called gravity model of international trade to study, on an aggregate level, budget effects or the effects of a specific activity on bilateral trade flows. A common microeconomic approach is to calculate the average treatment effect on the firms that have participated in a programme using the method matched difference-in-differences. This provides knowledge about the effects on a disaggregated level and also enables studies of distribution effects.

In business administration studies on the effects of export promotion programmes, the most common method used is survey-based studies. Cross-sectional studies are most common although there are some examples of studies with a longitudinal approach, which can provide information on e.g. social processes. Besides surveys, more qualitative methods such as interviews have also been used. Qualitative approaches may be especially suitable when the focus is, for example, organisational learning.

Different methods are more or less suitable for evaluating different types of activities and programmes. In addition, data availability and the research question of interest are also relevant for selecting appropriate methods. To provide as complete a picture as possible of the effects of the range of Swedish government funded programmes and organisations that aim to promote the internationalisation of SMEs, studies with different research approaches and methods of data collection and analysis should be seen as complements to each other.

² An export increase on the extensive margin may refer to an increase in the number of companies that export, or an increase in the number of differentiated products or the number of export markets. An export increase on the intensive margin may refer to an increase in the volumes exported from already exporting companies, of already exported products or to existing import markets.

1 Syfte och bakgrund

1.1 Regeringsuppdraget

Regeringen gav i regleringsbrevet för 2014 Tillväxtanalys i uppdrag att utveckla mätmetoder och indikatorer för att skatta effekterna av statliga främjandeinsatser för små och medelstora företags internationalisering. I uppdraget uttrycks ett behov av metoder för att skatta såväl de samhällsekonomiska effekterna som effekterna på företagens förmåga till export. (N2013/5656/KLS).

1.2 Litteraturöversiktens syfte och avgränsningar

Denna rapport är skriven inom ramen för detta regeringsuppdrag och syftar till att kartlägga metoder för att utvärdera och studera främjandeinsatser i ett urval av nationalekonomiska och företagsekonomiska akademiska artiklar, publicerade i internationella tidskrifter.

Ansatsen är *explorativ* och ambitionen är att *presentera olika metoder, mätvariabler och indikatorer*. Studiernas resultat, och vad dessa resultat innebär ifråga om vilken typ av främjandeinsatser som ”fungerar”, diskuteras inte i denna litteraturöversikt. Dels, då syftet med översikten är att den ska utgöra ett kunskapsunderlag för Tillväxtanalys fortsatta metodutvecklingsarbete. Dels, då resultaten får antas vara land- och insatsspecifika och därmed mer eller mindre irrelevanta för formulering av svensk policy.

Fokus för litteraturöversikten ligger på utvärderingar och studier av effekterna av internationaliseringsfrämjande insatser och program. I praktiken är det dock *exportfrämjandeinsatser* och effekter på *exportprestationsvariabler* som i de allra flesta fall har varit fokus inom såväl den företagsekonomiska som den nationalekonomiska forskningen på detta område.³ I denna översikt över forskningslitteraturen på området diskuteras därför också artiklarna främst utifrån detta exportcentrerade perspektiv.

1.3 Slutsatser från omvärldsbevakning

I Tillväxtanalys (2014) första delrapport för detta regeringsuppdrag, diskuterades bland annat arbetet som pågår i flera andra länder med att utveckla och förfina metoder för att mäta effekterna av statliga främjandeinsatser på små och medelstora företags internationalisering. Tillväxtanalys kartlade då uppföljningar och utvärderingar av främjandeinsatser som gjorts av eller på uppdrag av staten eller statliga främjandeaktörer i Danmark, Finland, Norge, Schweiz, Storbritannien och Tyskland.

Vår kartläggning visade bland annat att samtliga av de studerade länderna har uppföljningssystem som mäter kundnöjdhet och ofta även andra variabler. De mest omfattande utvärderingarna har gjorts i Storbritannien där främjandemyndigheten, UK Trade and Invest, sedan mitten av 1990-talet har anlitat forskare och konsulter som testat en rad ekonometriska metoder för att öka förståelsen och kunskapen om nyttan av deras insatser. I Schweiz har djupgående kvalitativa metoder använts i utvärderingssyfte medan det i Danmark, Finland och Norge har gjorts försöka att skatta effekterna av främjandeinsatser

³ Detta kan dels bero på att de flesta länder (i alla fall historiskt sett) fokuserat på att främja just ökad export snarare än andra internationaliseringsformer vilket gör utvärderingar av denna typ av insatser mer relevanta, dels beror det troligen på den relativt goda tillgången och kvaliteten på data över handelsflöden jämfört med till exempel data över utländska direktinvesteringar, internationella partnerskaps etc.

med hjälp av ekonometriska metoder. Den enda av de studerade länderna där inget utvärderingsarbete (ännu) skett är Tyskland.

I Tillväxtanalys slutrapport (2015a) för detta uppdrag baserar vi våra rekommendationer på såväl lärdomar från andra länders uppföljnings- och utvärderingsarbete, som på den akademiska forskningen på området, erfarenheter från Tillväxtanalys tidigare utvärderingar av andra näringspolitiska instrument, samt på vad vi anser kan fungera i ett svenskt sammanhang.

1.4 Metod

För att kartlägga den företagsekonomiska och den nationalekonomiska forskningslitteraturen om internationaliseringsfrämjande genomfördes litteratursökningar i olika databaser. Urvalet av artiklar begränsas till artiklar publicerade i högt rankade internationella tidskrifter under de senaste decennierna (Se Bilaga 1 Urval av artiklar).

Artiklarna presenteras och diskuteras i denna litteraturöversikt utifrån de teman som är relevanta för att ge ett bra underlag för Tillväxtanalys fortsatta arbete inom ramen för detta regeringsuppdrag.

1.5 Disposition

Denna rapport inleds i kapitel 2 med den nationalekonomiska litteraturöversikten. Effekten av främjande på företagens internationalisering diskuteras i avsnitt 2.1 utifrån: (i) typen av insats som studerats, (ii) hur exportprestation mätts, samt (iii) val av metod. Därefter diskuteras kort mätmetoder för att studera de samhällsekonomiska effekterna av främjandeinsatser (avsnitt 2.2).

I kapitel 3 redovisas översikten över företagsekonomiska studier som utvärderar exportfrämjande insatser. Inledningsvis görs en genomgång av hur exportprestation diskuteras i de olika artiklarna (avsnitt 3.1). Därefter presenteras en översikt av metodöverväganden och mätmetoder. Denna översikt delas in i två övergripande perspektiv; mottagare/företag (avsnitt 3.2) och främjare (avsnitt 3.3).

Avslutningsvis diskuteras, i kapitel 4, resultaten och slutsatserna som kan dras från de båda litteraturöversikterna.

2 Nationalekonomisk litteraturöversikt

I denna översikt över den nationalekonomiska forskningslitteraturen diskuteras 15 artiklar som på olika sätt undersöker effekterna av offentliga insatser för företags internationalisering.

En förutsättning för att offentligt finansierat stöd till företags internationalisering ska kunna anses berättigat är att den samhällsliga nyttan överstiger kostnaderna för att tillhandahålla insatsen. En utvärdering av offentligt finansierade insatser av detta slag skulle därmed, optimalt sett, göras utifrån dess potentiella samhällsekonomiska effekter. Att utvärdera internationaliseringsfrämjande insatser och organisationer utifrån deras välfärdseffekter är dock svårt eller kanske till och med omöjligt att göra i de flesta fall. (Lederman et al., 2010). De flesta nationalekonomiska studier på området begränsas därför till att studera effekterna av främjandeinsatser på företagets internationalisering; i denna litteraturöversikt ingår endast en studie, av Kinnucan och Cai (2010), där ett försök att estimerar vissa begränsade samhällsekonomiska effekter görs.

En annan begränsning som är tydlig vad gäller forskningen på området är, som nämnts tidigare, att få forskare studerat effekten av internationaliseringsfrämjande åtgärder för andra typer av internationalisering än export eller bilateral handel. I denna översikt är det endast en av de nationalekonomiska artiklarna som har ett annat fokus: Harding och Javorcik (2011) studerar effekten av offentliga investeringsfrämjande insatser på inflödet av amerikanska direktinvesteringar till 124 länder.

2.1 Effekten av främjandeinsatser på företags internationalisering

I stort sett alla de nationalekonomiska studierna på området begränsar sig alltså till att studera effekter på företagsnivå. Studierna skiljer sig dock åt sinsemellan på flera punkter. I denna översikt kommer artiklarna diskuteras utifrån *typen av främjandeinsats* som studerats, vilka *utfallsvariabler* som använts, samt slutligen vad dessa val innebär för *valet av metod*.

2.1.1 Främjandeinsatser

Inom främjandesystemet för företags internationalisering finns i många länder ett brett utbud av insatser som levereras av ett flertal aktörer. Tillväxtanalys har tidigare kartlagt de statliga och statligt finansierade aktörerna och främjandeinsatserna i Sverige och funnit att systemet är komplext och inkluderar allt från information till rådgivning och marknadsföring samt finansiella instrument såsom lån, bidrag och garantier. Dessutom är selektiva internationaliseringsfrämjande insatser endast en del av ett större sammanhang – även andra selektiva företagsstöd, affärsklimatet i Sverige mer generellt, samt diverse omvärldsfaktorer påverkar svenska företags internationalisering. (Tillväxtanalys, 2014).

Denna uppsjö av främjandeinsatser återspeglas i den akademiska litteraturen om effekter av insatser på företags export. En tydlig skiljelinje, bland de artiklar som ingår i denna litteraturstudie, går mellan de studier som fokuserar på *olika typer av insatser som har som*

uttalat mål att öka företagets export/internationalisering och de studier som studerar andra selektiva företagsstödjande insatser effekt på export⁴.

Insatser med uttalat mål att öka företagets internationalisering

Majoriteten av studierna i denna litteraturöversikt fokuserar på effekten av främjandeinsatser som har som åtminstone ett av sina uttalade mål att stimulera företagets export/internationalisering. Ett angreppssätt är att studera *budgeteffekter*. Bernard och Jensen (2004) analyserar till exempel effekten av amerikanska delstaters exportfrämjandebudget på företags sannolikhet att exportera, medan Lederman et al. (2010) studerar effekten av exportfrämjandeorganisationers budget i närmare 80 länder på dessa länders aggregerade export. En närliggande ansats är Mah (2006) där effekten av det aggregerade nationella exportförsäkringsstödet⁵ på exportutbudet (export/BNP) studeras.⁶

Ett alternativt metodval är att fokusera på den faktiska *exportfrämjandeinsatsen* snarare än budgeteffekter. Rose (2007) studerar till exempel, med hjälp av data för 22 exportörer och 200 importörer, effekten av att ett land har en ambassad (och i vissa fall generalkonsulat) i ett annat land för nivån på dessa länders bilaterala handel, medan Martincus et al. (2010) och Gil et al. (2008) fokuserar på att studera effekten av att exportfrämjandeorganisationer har utlandskontor. I artikeln av Martincus et al. studeras detta för nationella främjandeorganisationer på ett urval av latinamerikanska och karibiska länders export. Gil et al. undersöker istället detta för spanska regionala främjandeorganisationers utlandskontor. Två andra studier vars fokus är själva insatsen är Nitsch (2007) och Head och Ries (2010). I den förstnämnda undersöks effekten av statsbesök, av franska, tyska och amerikanska statschefer, på dessa länders export, medan författarna i den sistnämnda artikeln studerar effekten av handelsdelegationer på aggregerad kanadensisk export med besökta länder.

Den enda artikeln i denna översikt som fokuserar på investeringsfrämjande, Harding och Javorciks (2011), utnyttjar att investeringsfrämjande ofta är inriktat på specifika sektorer. Författarna studerar effekten av den faktiska insatsen (sektorsinriktat nationellt investeringsfrämjande) genom att jämföra inflödet av direktinvesteringar i sektorn före och efter den valts ut som fokus för främjandet, och med flöden till sektorer som investeringsfrämjandeorganisationerna inte fokuserat på.

Ett sista tillvägagångssätt vad gäller val av studerad exportfrämjandeinsats används i tre artiklar av Martincus och Carballo (2008, 2010a, 2010b). Författarna väljer där att studera effekter på exporten av att ett specifikt företag har tagit del av en exportfrämjandeinsats – en ansats som dock kräver tillgång till detaljerad och disaggregerad data.

Generella företagsstödjande insatser

En andra tydlig kategori av studier är de artiklar som fokuserar på att studera effekten av generella företagsstödjande insatser på internationaliseringsvariabler (såsom export). Även om Tillväxtanalys uppdrag är inriktat mot att ta fram metoder som undersöker effekterna av *internationaliseringsfrämjande insatser* så bedömer vi att dessa artiklar är relevanta för denna litteraturöversikt av två anledningar. För det första finns det i metodutformningsarbetet lärdomar att hämta från dessa artiklar. För det andra är skiljelinjen mellan internat-

⁴ Till exempel insatser vars mål det är att öka företags produktivitet eller innovationsgrad.

⁵ I Mahs studie mäts exportförsäkringsstödet på aggregerad nivå. "Exportförsäkringsstöd" är i studien ett mått som sätter totala exportförsäkringsfordran som staten betalar ut (med hänsyn tagen till hur mycket staten fått in genom premier och återkrävning) i relation till den totala nationella exporten.

⁶ I Sverige är det Exportkreditnämnden som tillhandahåller exportförsäkringstjänster till svenska företag.

ionaliseringsfrämjande och andra former av selektivt företagsfrämjande stöd inte alltid tydlig i praktiken. Även om vissa typer av till exempel produktionsstöd eller rådgivningstjänster inte har ökad internationalisering som uttalat mål kan detta ändå vara ett icke-uttalat sådant.⁷ Dessutom finns det de som menar att mer generella stöd ofta är viktigare för att öka till exempel företags export, jämfört med riktade exportfrämjande insatser.

Till denna kategori av studier hör en artikel av Görg et al. (2008) som undersöker effekten på export av generella finansiella stöd till företag inom den irländska tillverkningsindustrin. Författarna argumenterar för att det finns belägg just för att det som har störst effekt på ett företags exportnivå inte är exempelvis lättillgänglig information om exportmöjligheter och procedurer, utan snarare att företaget är produktivt nog att övervinna de finansiella barriärer som en exportsatsning initialt tenderar att vara förknippad med. Detta, påpekar författarna, kanske snarare är något som uppnås med hjälp av exempelvis statligt stöd till forskning och utveckling – vilket också gör det relevant att studera denna typ av insatser/stöds effekter på företagets export. En liknande studie i detta avseende är Girma et al. (2009) som studerar effekten av produktionsstöd på export inom den kinesiska tillverkningsindustrin.

I många länder finns en uppsjö av olika typer av främjandeinsatser för företags internationalisering. Detta speglas också i den nationalekonomiska forskningslitteraturen där olika studier inom detta område har fokuserat på allt från effekterna av delegationsresor, ambassader och främjandeorganisationers utlandskontor, till effekterna av exportförsäkringar och finansiella stöd. En intressant tudelning av forskningen är mellan de studier som fokuserar på budgeteffekter och de studier som fokuserar på effekten av att en främjandeinsats har ägt rum (och i vissa fall att ett specifikt företag tagit del av den). Båda typerna av studier har sina fördelar och nackdelar och bör kanske snarast ses som komplement som gemensamt kan bidra till att öka förståelsen för effekten av främjandeinsatser på företags internationalisering.

2.1.2 Utfallsvariabler

Valet av utfallsvariabler skiljer sig åt mellan de olika studierna i den nationalekonomiska litteraturöversikten och det finns ingen konsensus kring vad som är den lämpligaste indikatorn för en främjandeinsats effekter. Hur internationaliserings- eller exportprestation bör mätas i den här typen av studier är alltså ingen självklarhet.

Det makroekonomiska perspektivet

Många av studierna som inkluderas i denna översikt tar ett makroekonomiskt perspektiv på frågan om effekten av främjandeinsatser på företags internationalisering. De studerar med andra ord effekten av till exempel utbudet av insatser eller främjandeorganisationer på *internationaliseringsgraden hos företagen i landet generellt*.

Detta är till exempel fallet i artikeln av Lederman et al. (2010) där författarna utför en landsövergripande analys över effekten av exportfrämjandeorganisationers budget på närmare 80 länders totala export. I en landsövergripande studie av Rose (2007) studeras effekten av insatser (i detta fall effekten av att ha en ambassad eller ett konsulat i ett annat land) på länders *totala bilaterala handel*. I Nitsch (2007) och Gil et al. (2008) studeras också främjandeinsatsers effekt på *total bilateral export*. I den sistnämnda artikeln är det intressant att notera att författarna studerar effekten av spanska regionala främjande-

⁷ I Sverige bedriver exempelvis Almi företagsrådgivning som behandlar flera sätt att växa, inklusive genom internationalisering.

organisationers utlandskontor på dessa regioners export – de använder sig därmed precis som Lederman et al., Rose och Nitsch av ett paneldataset, dock över olika regioner istället för länder.

I en artikel av Martincus et al. (2010) utförs en liknande landsövergripande analys över effekten av exportfrämjandeorganisationers utlandskontor (för ett urval av latin-amerikanska och karibiska länder). Författarna av denna studie är dock istället intresserade av *effekten på differentieringen av varor* som exporteras från landet, dels generellt och dels på branschnivå. Detta då de menar att just ökad differentiering av exporterade varor är en policyrelevant fråga för länderna i denna region på grund av ett traditionellt beroende av export av naturtillgångar och primärproduktion.

En närliggande ansats är att studera det makroekonomiska perspektivet men att *begränsa analysen av effekterna till ett land eller en ekonomi*. Head och Ries (2010) studerar till exempel effekten av Kanadas utåtgående handelsdelegationer på landets totala bilaterala handel medan Mah (2006) analyserar effekten av Japans statliga exportförsäkring på landets totala exportutbud (total export/BNP).

I Harding och Javorciks (2011) studie av effekterna av investeringsfrämjande används ett dataset över 124 länder – dock studeras *effekter på sektornivå* (inflödet av direktinvesteringar i olika sektorer) då författarna i sin analys som identifieringsstrategi utnyttjar att investeringsfrämjande organisationer ofta arbetar med ”prioriterade” sektorer eller industrier.

Det mikroekonomiska perspektivet

I takt med att tillgången till mikrodata blivit bättre har ett flertal artiklar publicerats som studerar *effekten av statligt främjande på de företag som tagit del av de olika insatserna*. Ett tidigt exempel på denna typ av studie är en artikel av Bernard och Jensen från 2004 där författarna undersöker vad som påverkar *sannolikheten att företag exporterar* (som en binär variabel). Analysen baseras på paneldata över amerikanska tillverkandeföretag och flera av de förklarande variablerna som författarna testat är företagsspecifika vilket ger information om effekten av variabeln på just företagsnivå. Även effekten av offentligt exportfrämjande studeras, detta görs dock av datatillgänglighetsskäl inte på mikronivå utan den förklarande variabeln är budgeten för exportfrämjande på delstatsnivå vilket innebär att ingen jämförande analys kan göras i detta avseende mellan de företag som faktiskt tagit del av stöd och de som inte gjort det.

När effekten av främjandeinsatser kan studeras på mikronivå innebär detta även en större möjlighet att studera om effekten av en insats skett på den *extensiva* eller den *intensiva marginalen*. Det vill säga, givet att en insats leder till ökad export, har effekten åstadkommit: (i) genom att antalet företag som exporterar, antalet differentierade produkter som exporteras, och/eller antalet exportmarknader ökat? Eller (ii) har exportvolymen ökat hos sedan tidigare exporterande företag? Detta är något som flera av artiklarna i denna litteraturöversikt tagit fasta på. Das et al. (2007) simulerar effekten av bland annat olika typer av exportfrämjande på både företags beslut vad gäller om de ska exportera eller ej och volymen på exporten givet att företaget exporterar (dvs. på båda marginalerna) för företag inom tre colombianska tillverkningsindustrier. Ett tidigt exempel på en *empirisk* studie, som utnyttjar tillgången på rik data för irländsk tillverkningsindustri, är en artikel från 2008 av Görg et al. som undersöker om olika företagsspecifika stöd leder till antingen ökad exportaktivitet hos redan exporterande företag eller till att icke-exportörer börjar exportera.

Andra, i detta avseende, liknande studier är bland annat en studie av Girma et al. (2009) där ett rikt mikrodatabasmaterial över selektivt produktionsstöd till kinesisk tillverkningsindustri används för att analysera effekten av detta stöd på både den intensiva och den extensiva exportmarginalen, samt tre artiklar av Martincus och Carballo. I den ena studien (2008) undersöks effekten av stöd från Perus statliga exportfrämjandeorganisation PROMPEX på båda marginalerna medan författarna i en andra artikel (2010a) fokuserar på effekten av stöd (i detta fall från Uruguays största exportfrämjandeorganisation URUGUAY XXI) på valet att börja exportera till en ny marknad (effekten på den extensiva exportmarginalen). I den tredje studien av Martincus och Carballo, (2010b), undersöks effekten av den chilenska exportfrämjandeorganisationen PROCHILE:s främjandeaktiviteter. I denna studie diskuteras och utforskas även mer explicit vikten av att undersöka *fördelningen av effekten av främjandeinsatser*. Dels fördelningen på den extensiva respektive den intensiva exportmarginalen, dels vad gäller fördelningen av effekter på olika grupper av exportörer till exempel effekten på små och medelstora företag jämfört med effekten på stora företag. Författarna påpekar att det är ett uttalat mål för de flesta exportfrämjandeorganisationer att stödja nya exportörer och mindre företag (vilket även är fallet i Sverige). De menar att det därför är relevant att studera just fördelningseffekter snarare än (endast) eventuella genomsnittliga effekter.

Valet av utfallsvariabel skiljer sig alltså åt mellan studierna i denna översikt. Den huvudsakliga skiljelinjen går mellan om författarna är intresserade av effekter på makro- eller mikronivå. Om datatillgång möjliggör en mikroekonomisk studie finns möjlighet att, förutom att studera generella effekter, även studera effekterna på företagsnivå för de företag som faktiskt tagit del av stödinsatserna. Det möjliggör även att analysera om en eventuell effekt skett på den extensiva eller den intensiva marginalen, samt att studera fördelningseffekter mellan olika grupper av exportörer.

2.1.3 Metodval

Typen av främjandeinsats och valet av studerad utfallsvariabel påverkar av naturliga skäl vilken metod som används i en undersökning. Metodvalet påverkas även av tillgången till data och av huruvida författarna är intresserade av effekterna av främjandeinsatser på företagets internationalisering utifrån ett mikro- eller ett makroperspektiv.

Det makroekonomiska perspektivet

Den så kallade gravitationsmodellen för internationell handel är en vanligt förekommande modell i nationalekonomiska studier av internationella handelsmönster och volymer.⁸ I denna litteraturoversikt använder sig författarna till sex av artiklarna (Rose, 2007; Nitsch, 2007; Gil et al., 2008; Lederman et al., 2010; Head och Ries, 2010; och Martincus et al. 2010) av denna modell för att studera effekten av exportfrämjande insatser utifrån ett makroekonomiskt perspektiv. I grunden innebär modellen att en OLS regression estimeras för effekten av en främjandeinsats på den bilaterala exportvariabeln av intresse (vanligen exportvolym). På ekvationens högra sida kontrolleras även för andra variabler som det finns teoretiska och empiriska belägg för påverkar den bilaterala handeln, exempelvis ländernas BNP, geografiskt avstånd mellan länderna, handelsavtal och kolonial historia.

⁸ Namnet på modellen anspelar på Newtons gravitationslag: Desto större massa (ekonomisk storlek) och desto mindre avståndet är mellan två länder, desto större kommer attraktionen vara (ju mer handel kommer det vara), ceteris paribus.

En viktig ekonometrisk utmaning vid användandet av en gravitationsmodell är risken för *omvänd kausalitet* eller *simultankausalitet*. Ett exempel är Roses (2007) studie av effekten av diplomatisk representation i utlandet på bilateral handel. Givet att man finner en korrelation, hur vet man att etableringen av en ambassad lett till ökad bilateral handel snarare än att (potentialen för) ökad bilateral handel lett till etableringen av en ambassad? En vanligt förekommande metod som används i såväl artikeln av Rose (2007) som artiklarna av Lederman et al., Nitsch och Gil et al. är att använda instrumentella variabler⁹ för att undersöka denna fråga. Givet att en giltig instrumentell variabel existerar är detta en kraftfull metod för att hantera omvänd kausalitet. Head och Ries (2010) anser dock exempelvis inte att en sådan instrumentell variabel existerar för deras studie av effekten av kanadensiska handelsdelegationer på landets totala bilaterala handel – de menar emellertid att deras estimering, även om den troligen innehåller en del bias ger en indikation på spannet inom vilket handelsdelegationernas effekt ligger. Inte heller Martincus et al. (2010) använder sig av denna metod då de menar att deras estimering troligen inte lider av omvänd kausalitet i samma grad som andra närliggande studier gör – detta då de studerar effekten av utländsk representation (diplomatisk och statliga exportfrämjarorganisationers utlandskontor) på branschnivå. Författarna menar att risken för att exempelvis ett nytt utlandskontor öppnas som ett resultat av (potentialen för) ökad bilateral handel *inom en viss bransch* är väsentligt lägre än om exporteffekter studeras på mer aggregerad nivå.

En annan artikel vars metodval påverkas av dess makroekonomiska perspektiv är Mahs (2006) artikel om effekten av statlig exportförsäkring på Japans exportutbud. Dock används, som nämnts tidigare, i denna artikel en exportutbudsekvation där författaren kontrollerar för relativa exportpriser och inhemsk efterfrågan.

Det mikroekonomiska perspektivet

Analyser på mikronivå innebär andra metodval och avväganden än för en makroekonomisk studie. Givet att ett företag tagit del av någon form av insats, går analysen normalt ut på att, med hjälp av en kontrollgrupp, jämföra utfallet på företagets export med till exempel exportnivån om samma företag inte tagit del av insatsen. Det är med andra ord fråga om en kontrafaktisk analys av företagets export vilket normalt hanteras genom att *den genomsnittliga behandlingseffekten för de behandlade* i en population räknas ut.

Utmaning ligger i att göra en estimering av denna effekt som inte är snedvriden på grund av administrativ- eller självselektion till de olika främjandeinsatserna. Görg et al. (2008) och Martincus och Carballo (2008) gör detta genom att kombinera så kallad difference-in-differences metod med olika typer av matchningstekniker. En *matchad difference-in-differences* skattning innebär i praktiken att förändringen i exportvärdet före och efter insatsens tidpunkt jämförs för de företag som tagit del av insatsen med exportvärdet före och efter insatsens tidpunkt för företag som inte tagit del av insatsen men som liknar (matchar) de behandlade företagen i andra avseenden. Detta innebär både att kontrollvariablernas fördelning för de båda grupperna beaktas och att effekter från de variabler som inte förändras över tiden har avlägsnats från analysen (Martincus och Carballo, 2008).

⁹ Instrumentell variabel (IV) kan användas för att få fram en skattning av effekterna när de förklarande variablerna i en regression är korrelerade med fel-termen t.ex. vid omvänd kausalitet. En IV är en variabel som inte själv hör hemma i den förklarande ekvationen, men som (givet att den är giltig) kan användas för att identifiera om en endogen förklarande variabel faktiskt har en effekt på utfallsvariabeln.

I artiklarna av Girma et al. (2009) och Das et al. (2007) används istället olika former av *Tobit-modeller* för att skatta effekten av insatser, detta för att fånga att utfallsvariablerna de är intresserade av är trungerade (dvs. exporten på företagsnivå är antingen noll eller ett kontinuerligt positivt värde). Artikeln av Das et al. (2007) är främst en experimentell analys¹⁰ och använder därför en metod som ligger utanför det vi är intresserade av här. Girma et al. (2009) är dock en empirisk analys där en Tobit latentvariabel-modell tillämpas. Företagsstöd till kinesiska företag är sannolikt endogent i det avseendet att det finns en administrativ bias/snedvridningseffekt relaterat till att de företag som får stöd skiljer sig från de företag som inte fått statligt stöd – och att dessa karakteristika som skiljer företagen åt också spelar roll för företagets export, oavsett om de får statligt stöd eller ej. För att komma runt denna kausalitetsproblematik använder sig författarna av två exogena instrumentella variabler i skattningen av sin Tobit-modell.

Martincus och Carballo (2010b) är i deras analys av effekter av exportfrämjandeprogram på chilenska företags export intresserade av fördelningseffekter från främjandet, dels på den extensiva respektive den intensiva exportmarginalen, dels vad gäller fördelningen av effekter över olika grupper av exportörer. Av denna anledning använder de sig av *kvantil-analys*. I praktiken innebär detta att författarna i ett första steg räknar ut den betingade sannolikheten för att ta del av ett exportfrämjandeprogram för att sedan i ett andra steg skatta skillnaden mellan respektive kvantil för de företag som tagit del av insatsen och de som inte gjort det (justerat för den betingade sannolikheten). Då författarna arbetar med first-differences i analysen liknar deras metodval i detta avseende den matchade difference-in-differences metoden Görg et al. (2008) och Martincus och Carballo (2008) använder sig av. En på vissa sätt närliggande metod används av Harding och Javorcik (2011) då de använder sig av difference-in-differences analys för att undersöka om sektorer som har varit ”prioriterade” av investeringsfrämjandeorganisationer tar emot mer amerikanska direktinvesteringar, jämfört med samma sektor innan den var prioriterad och jämfört med andra icke-prioriterade sektorer.

En annan ansats, som påverkar författarnas val av metod, är beslutet att analysera effekterna av en exportfrämjande insats på någon form av *binär variabel*. Detta görs i två av artiklarna i denna litteraturöversikt. I Bernard och Jensens (2004) studie av vad som påverkar amerikanska företags beslut att exportera inkluderas, som tidigare nämnts, en analys av hur sannolikheten för att ett företag antingen exporterar eller inte, påverkas av budgeten för exportfrämjande på delstatsnivå. Författarna använder sig i denna analys av en linjär binärvals-modell vilken skattas dels med hjälp av nivåer, dels med hjälp av fasta effekter och slutligen med first differences. Även i Martincus och Carballo (2010a) sker analysen inom ett binärt ramverk då författarna är intresserade av om exportfrämjande aktiviteter kan leda till att företag når nya marknader/börjar exportera nya produkter eller inte. I denna studie analyseras effekten av att ta del av en exportfrämjande insats med hjälp av en latent indexvariabel-modell.

Ett antal olika mätmetoder har använts inom den nationalekonomiska litteraturen för att studera effekterna av främjandeinsatser på företags internationalisering. Det har stor betydelse för valet av metod om författarna är intresserade av frågan utifrån ett makroekonomiskt eller ett mikroekonomiskt perspektiv. I det första fallet är det vanligt att författarna tillämpar en så kallad gravitationsmodell för att undersöka effekten av främjandeinsatser på aggregerade handelsflöden. I det senare fallet, då analysen sker på företagsnivå,

¹⁰ Författarna estimerar storleken på företagets inträdeskostnader för att börja exportera. Denna estimering används sedan för dynamiska simuleringar av olika policybeslut – däribland tre olika exportfrämjande stöd.

är den vanligaste metoden en matchad difference-in-differences analys som används för att estimerar den genomsnittliga behandlingseffekten för de företag som tagit del av en insats.

2.2 Samhällsekonomiska effekter

Utvärderingar av internationaliseringsfrämjande (eller i alla fall exportfrämjande) insatser och organisationer går alltså, som vi kunnat se i denna litteraturöversikt, att göra för effekter på *företags internationalisering*. Även om en utvärdering av de *samhällsekonomiska effekterna* av främjandeinsatser vore relevant har vi funnit endast ett exempel på detta inom den nationalekonomiska litteraturen.

Tillväxtanalys har i en tidigare studie identifierat några av problemen som är förknippade med att studera främjandeinsatserns samhällsekonomiska effekter med hjälp av ekonomiska metoder. För det första uppnås samhällsekonomiska effekter i flera led. Om effekten av en insats på företagets internationalisering till exempel skulle överskattas leder detta lätt till en än mer snedvriden skattning av effekterna på samhällsnivå. För det andra bör en analys av de samhällsekonomiska effekterna beakta omfördelningseffekter till exempel mellan företag som tagit del av en insats och företag som inte tagit del av en insats. Detta är teoretiskt självklart men empiriskt väldigt svårt. Slutligen bör effekterna av en främjandeinsats vägas mot kostnaderna. En del (direkta) kostnader kan lätt beräknas men andra kostnader är svårare att skatta, exempelvis kostnaden för att uppbära skatt för finansiering av verksamheten och kostnader från snedvridningseffekter som selektiva stöd kan ge upphov till. (Tillväxtanalys, 2014). Om de direkta kostnaderna eller effekterna på företagsnivå är små är det sannolikt inte heller mödan värt att söka uppskatta de samhällsekonomiska intäkterna och kostnaderna.

En artikel i denna litteraturöversikt, Kinnucan och Cai (2010), försöker trots dessa svårigheter skatta en typ av samhällseffekt av handelsfrämjande insatser för den amerikanska jordbrukssektorn. Mer specifikt studerar författarna, med hjälp av en kostnads-nyttanalytisk analys, huruvida exportfrämjandeinsatser för denna sektor är välfärdshöjande när effekten av stödet på inhemska konsumenter beaktas. Kinnucan och Cai studerar problemet med hjälp av en partiell jämviktsanalysmodell för den amerikanska jordbruksproduktmarknaden. Simuleringarna i författarnas modell är förvisso intressanta – det är dock viktigt att hålla i åtanke dels att analysen bygger på just simuleringar, dels att endast en typ av samhällsekonomiska effekter (omfördelningseffekter mellan företag och konsumenter) beaktas i analysen.

3 Företagsekonomisk litteraturöversikt

I denna företagsekonomiska litteraturöversikt diskuteras 17 artiklar. Av artiklarna är två skrivna ur ett främjarperspektiv, medan övriga 15 är skrivna ur ett mottagar/företagsperspektiv. Vanligtvis utförs datainsamlingen i ett visst land eller en specifik region. Detta motiveras av det faktum att exportfrämjandeprogram ofta varierar – i omfattning och innehåll – mellan länder (se till exempel Freixanet 2012; Genturk och Kotabe, 2001). Detta kan givetvis innebära begränsningar i generaliserbarhet. Artiklarna presenteras i denna litteraturöversikt genom att följande områden kartläggs och diskuteras: definition av *exportprestation* (*export performance*), val av *metod och konceptuell modell*, *klassificering* av företag, samt *typen av främjandeinsats*.

3.1 Exportprestation

Exportfrämjandeprogram riktar in sig på att förbättra ett företags exportprestation; ett begrepp som definieras och mäts på flera olika sätt inom internationaliserings- och marknadsföringslitteraturen. Denna kartläggning av den företagsekonomiska litteraturen inleds därför med en presentation av olika definitioner av begreppet.

Exportprestation definieras vanligtvis i termer av *finansiella mått* likt export som andel av försäljning, exportlönsamhet och försäljningsökning från export (Spence, 2003). Att tillämpa enbart finansiella mått har dock i en rad artiklar ifrågasatts då de anses vara för snäva. De är inte heller helt oproblematiska mått då de är känsliga för exempelvis inflation, deflation eller förändringar i växelkurs. Skillnader i redovisningsmetoder mellan företag kan även innebära att lönsamhet, baserat på ett företags export, ger en felaktig bild. I exportfrämjandelitteraturen finns därför en pågående diskussion om hur exportprestation kan definieras och operationaliseras. Nedan presenteras några exempel på denna diskurs.

Katsikeas et al. (2000) identifierar i en litteraturöversikt på ämnet tre olika kategorier av mått på exportprestation: (i) ekonomiska mått baserade på försäljning, vinst och marknadsandel, (ii) icke-ekonomiska mått relaterade till exportmarknader, produkter, etc., samt (iii) generiska subjektiva mått såsom upplevd exportprestation, uppfyllelse av uppsatta exportmål och tillfredsställelse med olika indikationer på exportprestation (i Francis och Collins-Dodd, 2004:479).

Baserat på en annan genomgång av litteraturen gällande exportprestation, presenterar Genturk och Kotabe (2001) en flerdimensionell definition. Exportprestation mäts som inre och yttre effektivitet samt marknadsposition. Inre effektivitet fångar relationen mellan företagets organisatoriska resurser och resultat. Yttre effektivitet rör företagets framgång jämfört med konkurrenter såsom marknadsandel och tillväxt i exportförsäljning. Marknadsposition bygger på att skatta företagets unika kompetenser och resurser samt ledarskapsstil.

Ett empiriskt genererat mått av exportprestation¹¹ – försäljning och förvärvad kompetens – tillämpas av Spence (2003) medan Wilkinson och Brouthers (2006) visar exempel på subjektiva mått av exportprestation. I deras studie diskuteras och mäts exportprestation genom att frågor ställs om företagets tillfredsställelse med följande faktorer: försäljnings-tillväxt på den utländska marknaden, marknadsandel utomlands, antal länder som företaget exporterar till samt övergripande exportprestation.

¹¹ Måttet genererades från dels intervjuer, dels litteraturstudier.

Leonidou et al. (2011) delar upp exportprestation i dels marknadsorienterade mått såsom framgång gällande att till exempel få nya kunder, företagets rykte, och kundnöjdhet; dels i finansiella mått såsom exportförsäljningsvolym, exportmarknadsandel och avkastning på investerat kapital i exportaktiviteter.

Fyra dimensioner av exportprestation tillämpas i Durmuşoğlu et al. (2012). Dessa är: (i) en finansiell dimension innehållande mått såsom exportförsäljningsvolym och total exportökning, (ii) en intressentdimension vilken innefattar frågor om relationer till kunder och leverantörer i hem- och värdlandet, (iii) en strategisk dimension vilken handlar om företagets eventuellt förbättrade konkurrensposition, samt (iv) en dimension som rör organisatoriskt lärande från exportaktiviteter. Dessa fyra dimensioner relateras till exportfrämjandeinstrument som antingen främjar erfarenhetsbaserad eller objektiv kunskap (Durmuşoğlu et al., 2012). Freixanet (2012) diskuterar också exportprestation som ett multidimensionellt mått och breddar även begreppet till att kalla det för internationaliseringsprestation¹². Det mäts genom ekonomiska resultat, diversifiering av export och konkurrenskraft¹³.

Genomgången av hur exportprestation definieras och följaktligen mäts i en rad studier rörande exportfrämjandeprogram visar på en breddning av begreppet som numera ofta definieras som ett multidimensionellt mått inom den företagsekonomiska forskningen. De finansiella måtten har kompletterats med både strategiska mått såsom konkurrensposition och subjektiva mått. De subjektiva måtten är dels av extern karaktär (exempelvis position i affärnsätverk), dels av intern karaktär (t.ex. organisatoriskt lärande). I Tillväxtanalys arbete med att föreslå *indikatorer* för effekterna av internationaliseringsfrämjande insatser är denna diskussion, kring hur exportprestation bör definieras, relevant att hålla i åtanke.

I de kommande avsnitten redogör vi för de metoder och tillvägagångssätt som används för att utvärdera eller skatta effekterna av exportfrämjande (med särskild fokus på utvärdering av exportfrämjandeprogram) i olika företagsekonomiska artiklar. I vår analys bygger vi på Leonidou et al. (2011) uppdelning i främjar- eller mottagarperspektiv gällande forskning om exportfrämjande program.

3.2 Exportfrämjande från mottagarens perspektiv

3.2.1 Metodval

En övergripande slutsats från genomgången av artiklarna är att **enkätundersökningar** är en mycket vanlig metod i företagsekonomiska studier som utvärderar exportfrämjandeprogram. Vid en jämförande analys mellan de olika enkätundersökningarna som ingår i denna rapport framkommer skillnader och likheter i angreppssätt och områden som adresseras. Analysen visar i stora drag en skiljelinje mellan användandet av tvärsnitt respektive longitudinell ansats.

Tvärsnittsansats

Ett vanligt angreppssätt är att enkäten genomförs med en tvärsnittsansats. Av de studier som genomförs med en tvärsnittsansats är följande exempel intressanta.

Seringhaus och Rosson (1998) undersöker betydelsen av handelsmässor och ställer sig frågan om det är en skillnad mellan internationella handelsmässor som arrangeras med

¹² ”Internationalization performance”

¹³ För mer detaljer kring de tre kategorierna, se Freixanet (2012: 1071).

eller utan offentligt stöd. Information samlas in genom en enkätundersökning i vilken respondenterna har deltagit i handelsmässor 15 till 27 månader tidigare. Tid sedan deltagande i handelsmässan var ett viktigt urvalskriterium för att de som besvarade enkäten skulle ha möjlighet att uppskatta effekter. Enkätundersökningen hade en svarsfrekvens om 32,6 procent vilket är förhållandevis högt särskilt med tanke på att enkäten var 12 sidor lång. Initiala svar jämfördes med senare inkomna svar som en test för eventuell svarsbias (i enlighet med Armstrong och Overton, 1977).

Wilkinson och Brouthers (2000a; 2000b) presenterar utvärderingar av exportfrämjande-program i USA. Beroende variabel är värdet på exporterade varor från tillverkande företag år 1990–1991. De studerade oberoende variablerna är antalet delegationsresor, mässor, utlandsrepresentation och information; data samlades in via en enkät distribuerad av exportfrämjandeorganisationen NASDA med en svarsfrekvens på 100 procent. I artiklarna analyseras relationen mellan olika handelsfrämjande åtgärder och export, samt mellan främjandeåtgärder och utländska investeringar i USA.

Ahmed et al. (2002) undersöker genom vilka kanaler som företag får information om olika exportfrämjande-program. Studien mäter *nivån av medvetenhet* om 13 olika program bland företag i fyra industrier i Malaysia. Enkätundersökningen riktar sig till finansiella controllers med motiveringen att denna roll ofta innebär att vara rådgivande till lednings-grupper gällande strategiska och operativa frågor. Undersökningen hade en svarsfrekvens på 10 procent vilket författarna anser förhållandevis bra i ett utvecklingsland som Malaysia (Ahmed et al. 2002: 835).

En annan studie undersöker hur exportfrämjande-program bättre kan anpassas till små- och medelstora företags behov genom att se till företagsledningens erfarenhet av export (Fischer och Reubers, 2003). Undersökningen bygger på enkäter till kanadensiska små- och medelstora företag som är intresserade av att exportera eller som redan är exportörer. Totalt 496 företag ingick i enkätundersökningen och urvalet byggde till stor del på så kallad *självrvalsprincip* och är därmed inte ett slumpmässigt urval. Initialt tillfrågades flera företag¹⁴ om de ville ingå i studien men flertalet föll bort. Bortfallet berodde exempelvis på att den tilltänkta respondenten inte återkom, på språksvårigheter eller på avsaknad av vilja att samarbeta.

I Wilkinson och Brouthers (2006) genomfördes en enkätundersökning med 764 små företag inom tillverkningsindustrin som hade varit i kontakt med en statlig exportfrämjandeorganisation i USA under en sjuårsperiod (1992–1999). Den beroende variabeln var företagets *upplevda tillfredsställelse* med företagets exportverksamhet. Detta ställdes i relation till de oberoende variablerna företagets interna resurser och deltagande i exportfrämjande aktiviteter såsom mässor, delegationsresor och program som bidrar till att identifiera agenter och distributörer. Svarsfrekvensen var 14 procent¹⁵.

Leonidou et al. (2011) undersöker organisatoriska resurser och förmågor som ett mellanled i relationen mellan nationella exportfrämjande program och exportframgång. Forskarna skiljer i sin studie på *resurser* och *förmågor*. Det förstnämnda är företagsspecifika tillgångar i företagets exportaktiviteter medan förmågor är den process i vilken företaget utvecklar, kombinerar och omvandlar resurser till olika erbjudanden på nya marknader. Författarna genomförde en enkätundersökning med hjälp av ordinära och elektroniska brevutskick. De deltagande 218 företagen är verksamma i en rad olika branscher inom

¹⁴ Företagen identifierades genom olika källor som branschorganisationer och handelskammare.

¹⁵ Bortfallsanalys gjordes i enlighet med Armstrong och Overton (1977).

tillverkningsindustrin i Storbritannien. Enkäten ställde frågor inom följande områden: företagets exportverksamhet, användning och utvärdering av exportfrämjandeprogram under de senaste tre åren, tillgängliga resurser och förmågor för exportaktiviteter i företaget, exportmarknadsföringsstrategi, konkurrensfördelar från export samt mått på företagets export och finansiella framgång.

Durmuşoğlu et als. (2012) studie bygger på en enkätundersökning av 143 små- och medelstora företag i Turkiet. Urvalet hämtades från en databas över företag som är engagerade i export¹⁶. I enkäten adresserades dels kännedom och användningen av 15 exportfrämjandeprogram, dels exportframgång i tre olika dimensioner. De exportfrämjande programmen klassades utifrån om de tillhandahöll *erfarenhetsbaserad* eller *objektiv* kunskap.

Freixanet (2012) lägger stor vikt vid att utforma en forskningsdesign som både utvärderar effekterna av exportfrämjandeprogram och av mellanliggande steg som bidrar till att öka företagets internationella konkurrenskraft. I praktiken innebär detta att *undersökningen utformas i flera steg*. Först gjordes en omfattande genomgång av kunskapsläget om exportfrämjande, därefter utfördes en rad djupintervjuer med 16 exportchefer från företag i olika sektorer och avslutningsvis utfördes en djupintervju och ett test av enkäten tillsammans med en representant från Instituto Español de Comercio Exterior (Spaniens huvudsakliga främjandeorganisation). Enkätundersökningen skickades därefter ut till företag i Katalonien engagerade i export.

Longitudinell ansats

En longitudinell ansats tillämpades i Spence (2003) i vilken brittiska delegationsresor utvärderas i termer av exportframgång, mätt i försäljning¹⁷, och förvärvad kompetens under delegationsresan (Spence 2003: 91). Forskaren valde att i en enkätstudie utvärdera tolv delegationsresor – arrangerade av Storbritanniens Department of Trade and Industry (DTI), vilka genomfördes till Central- och Sydamerika, Östeuropa, Sydostasien och Västafrika. Enkäten distribuerades vid två tillfällen: dels när delegationsdeltagarna precis kom tillbaka från resan, dels sex månader efter hemkomst. Frågorna i enkäten togs fram med hjälp av intervjuer och tidigare forskning och de var inriktade på lärande och marknads-möjligheter som en följd av deltagande i delegationsresan.

Metodbegränsningar

Wilkinson och Brouthers (2006) diskuterar begränsningarna med att deras studie var just en tvärsnittsstudie och inte baserad på tidsseriedata. Detta framhålls även av Holme och Solvang (1997) då de konstaterar att tvärsnittsinformation ger indikationer gällande uppfattningar och förhållningssätt från de som ingår i urvalet. En longitudinell ansats har däremot fördelen att den kan ge kunskaper om det tidsmässiga förhållandet mellan olika variabler eftersom undersökningen genomförs vid minst två tillfällen (Bryman, 2001:62). Detta kan vara att föredra om utgångspunkten är att export är en dynamisk process. Att genomföra longitudinella studier för att utvärdera effekterna av specifika exportfrämjande insatser innebär dock en rad osäkerheter då det inte går att fastslå att just ett visst exportfrämjandeinstrument ligger bakom en eventuell förändrad exportprestation.

Andra begränsningar som många av forskarna lyfter fram är omfattningen av antalet initiativ som utvärderas (till exempel Wilkinson och Brouthers, 2006) eller utifrån vilka förklaringsvariabler som undersökningen genomförs (Spence, 2003). Svarsfrekvens och

¹⁶ Data hämtades från Turkiets huvudsakliga exportfrämjandeorganisation.

¹⁷ Måttet genererades av dels intervjuer, dels litteraturstudier.

selektion är också återkommande akilleshälar. Studier som bygger på så kallad självselektion, behöver alltid kontrollera för eventuella skevheter som uppstår då de som svarar drivs av till exempel ett särskilt intresse för frågan. Det är viktigt att säkerställa att undersökningar som innehåller självselektion uppvisar svar som har en spridning; åtminstone svar som visar på de två extremerna på mätskalan. Av samma skäl som självselektion kan vara problematiskt kan även låg svarsfrekvens resultera i skeva resultat (Malhotra, 1996:210).

Förutom enkätundersökningar har, inom den företagsekonomiska forskningen, även mer kvalitativa ansatser, exempelvis intervjuer, använts för att studera effekterna av delegationsresor och mässor. Medan enkätundersökningar kan vara ett bra sätt att få fram information om generella effekter, såsom ökad export, så är kvalitativa ansatser oftast mer lämpliga när fokus är till exempel lärande i syfte att utveckla insatserna.

3.2.2 Klassificering – exportmognad och internationaliseringskompetens

I många av artiklarna klassas företagen efter grad av exportmognad eller internationaliseringskompetens; något som presenteras mer ingående i detta avsnitt. Det huvudsakliga argumentet för att klassificera företag är att exportfrämjande bör anpassas efter företagets grad av exportmognad. Detta innebär att även utvärderingar bör klassificera företagen för att kunna skatta effekterna av ett program eller en insats.

Företagsperspektiv

Ett vanligt synsätt inom litteraturen är att företagets export är en utvecklingsprocess som konceptualiseras, antingen som läroprocesser eller i exportfaser. En vanligt förekommande klassificering är *passiv involvering*, *explorativ involvering*, *experimentell involvering*, *aktiv involvering* och *engagerad involvering*. Klassificeringen bygger dels på exportförsäljning, dels grad av exportengagemang (Gencturk och Kotabe, 2001).

Andra möjligheter att klassa företagen föreslås exempelvis av Fischer och Reuber (2003) som föreslår en reflexiv ansats där ägarperspektivet sätts i relation till internationella erfarenheter, något som påverkar utformningen av exportfrämjande insatser. De föreslår att företagen bör kategoriseras i enlighet med företagets nivå av internationell kompetens, enligt följande kategorier: *inför export*, *uppstart av export* och *aktiv export* (Fischer och Reuber, 2003:70).

Alvarez (2004) undersöker bakomliggande faktorer till skillnader i exportframgång mellan så kallade *sporadiska* och *permanenta exportörer* i Chile. De klassificerar även offentliga instrument i tre grupper: de som syftar till att höja produktivitet och teknologisk förmåga, de som ämnar stärka den internationella konkurrenskraften och de som utgör finansiella instrument. Studien visar att permanenta exportörer använder samtliga instrument i högre grad än vad sporadiska gör.

Freixanet (2012) kategoriserar företags internationaliseringsgrad utifrån följande fyra kriterier: *exportvolym*, *antalet anställda som arbetar med export- och internationalisering*, *filial eller dotterbolag utomlands* samt *antal produktionsenheter utomlands*. Författaren använder kategoriseringen i sin studie för att visa hur företagets internationaliseringsgrad är relaterat till exportprestation och att använda sig av olika exportfrämjande program (Freixanet, 2012: 1069–1070).

Ledningsperspektiv

I två artiklar frångås företagsperspektivet till fördel för ett *ledningsperspektiv*. Gray (1997) i en studie av marknadsföringschefer och Leonidou et al. (2011) som kontrollerar för respondenternas trovärdighet.

Gray (1997) är en studie som avviker från det sedvanliga företagsperspektivet genom att studera marknadsföringscheferns behov av exportfrämjande stöd i Nya Zeeland. Författaren använde sig av ett geografiskt stratifierat urval från Nya Zeelands Trade Development Boards databas över exportörer, totalt 738 företag. En enkät skickades ut i två omgångar med en svarsfrekvens på 56 procent. Enkäten täckte in frågor rörande attityd- och kunskapsdimensioner, till exempel; attityder till tillväxt, upplevd psykisk distans eller upplevd kunskapsnivå vad gäller marknadsföring, internationell finansiering eller i främmande språk. Attitydfrågorna var utformade som påståenden som de tillfrågade fick ta ställning till på en sjugradig skala. Kunskapsfrågorna besvarades genom att den svarande fick ställa sin upplevda kunskapsnivå i relation till personer med likvärdig position på andra företag. Enkätsvaren analyserades med hjälp av klusteranalys.

I Leonidou et als. (2011) studie läggs fokus på individen. För att säkerställa respondentens trovärdighet ställs en rad kontrollfrågor utifrån en tiogradig skala. Dessa inbegriper följande områden: (i) ansvar för exportverksamhet, (ii) direkt involvering i företagets exportverksamhet, (iii) kunskap och erfarenhet av företagets exportmarknader, och (iv) trovärdighet att delta i enkäten (se även Cannon och Perreault, 1999).

Att klassa företag i enlighet med grad av exportaktivitet och/eller erfarenhet av internationalisering gör det möjligt att matcha insatser till företags- och ledningsbehov. Freixanets (2012) studie utgör ett i sammanhanget intressant exempel; kategorisering av företag utifrån internationaliseringsgrad på detta vis kan tänkas vara speciellt användbart för studier av effekterna på redan exporterande medelstora företag. Ett annat speciellt intressant exempel är Grays studie från 1997 vars tillvägagångssätt är lämpligt för att studera utformningen av internationaliseringsstöd till snabbväxande bolag.

3.3 Främjarperspektivet

Av de företagsekonomiska artiklarna som diskuteras i denna litteraturöversikt är två stycken skrivna ur ett främjarperspektiv: Gillespie och Riddle (2004) och Weaver et al. (1998). I den förstnämnda artikeln presenteras ett ramverk för att undersöka exportfrämjandeorganisationers *organisation* och *processer*. I den sistnämnda är syftet att ge underlag till exportfrämjandeorganisationer angående *vilka områden som ska främjas*.

3.3.1 Metodval

Gillespie och Riddle (2004) menar att forskning om exportfrämjande skulle vinna på fler fallstudier som analyserar hur makro- och mikrovariabler, såsom exportfrämjarnas institutionella miljö och strategiska vägval, påverkar vilka tjänster som exportfrämjandeorganisationer erbjuder. Förutom att ge kunskap om vad som till exempel ligger bakom bedömningskriterier, så skulle ett indirekt bidrag från en sådan studie kunna vara att visa *hur* exportfrämjande insatser faktiskt påverkar företagens exportprestationer. Utifrån två exempel på exportfrämjandeorganisationer (i Turkiet och Colombia) genereras i artikeln en rad förslag på områden att studera. En kartläggning skulle exempelvis kunna inbegripa ett frågeformulär som behandlar sociala nätverk. Detta för att utröna vikten av sociala kontakter och öka förståelsen för hur företagen förhåller sig till de aktiviteter som främjare utformar. Andra mått skulle kunna vara relaterade till främjandeorganisationens strategiska

positionering och skulle innehålla den medvetenhet, uppfattning och det bruk som existerar inom organisationen i förhållande till vissa tjänster.

Ökad kunskap om vilka variabler som är viktiga för företags exportframgång är fokus i Weaver, Berkowitz och Davies studie från 1998. Syftet med studien är att presentera ett förslag till sållningsinstrument för offentliga främjarorganisationer. Valt tillvägagångssätt var att distribuera en omfattande enkät om 12 sidor till 2 205 exporterande företag i Norge. Enkäten, vilken hade en svarsfrekvens på 31,7 procent, omfattade frågor rörande interna och externa faktorer som inverkat på företagets exportstrategi. Genom en bortfallsanalys säkerställdes att de inkomna svaren inte uppvisade skevhet.

Forskning med ett främjarperspektiv är begränsad men den forskning som presenteras visar på både fallstudieansats och enkätstudie som tillvägagångssätt. En gemensam nämnare för de två studierna är att de har som ambition att föreslå instrument som bidrar till att exportfrämjandeorganisationer bättre kan prioritera bland sina insatser.

4 Diskussion och slutsatser

Syftet med detta pm har varit att visa på olika tillvägagångssätt och metoder som använts inom den företagsekonomiska och den nationalekonomiska litteraturen för att skatta effekterna av internationaliseringsfrämjande insatser. En tydlig första slutsats som kan dras från denna litteraturoversikt är att forskningen på detta område generellt sett begränsats till forskning kring effekterna av *exportfrämjande*. Anledningen till detta är troligen en kombination av bättre tillgång till data över handelsflöden jämfört med andra internationaliseringsformer, kombinerat med att just främjande av export är det vanligaste sättet på vilket länder arbetar med att öka företags internationalisering.

En andra slutsats som kan dras från denna översikt är att utvärderingar av de samhällsekonomiska effekterna av internationaliseringsfrämjande saknas nästan helt inom såväl den företags- som den nationalekonomiska forskningen. Det finns helt enkelt inga bra metoder för att tillförlitligt skatta effekterna på denna nivå; istället begränsas forskningen till utvärderingar av effekter på företagsnivå. Detta är den nivå som Tillväxtanalys föreslår mätmetoder och indikatorer för i vår slutrapport (2015a); positiva effekter på denna nivå är också ett nödvändigt villkor för samhällsekonomiska effekter.

Främjandeinsatser

I Tillväxtanalys (2014) första delrapport inom ramen för detta uppdrag diskuterades det komplexa svenska systemet för främjande av små och medelstora företags internationalisering. I delrapporten kategoriserade vi insatserna inom främjandesystemet i fyra grupper: information, rådgivning, marknadsföring, samt finansiering och garantier (Tabell 1).

Tabell 1. Kategorisering av insatser inom främjandesystemet

Kategori av insats	Typ av kommunikation	Exempel på insatser
Information	Envägskommunikation Svar på enklare frågor	Seminarier Landrapporter Webbsida om export/importprocedurer
Rådgivning	Tvåvägskommunikation	Affärsutvecklingsplaner Marknadsvalsanalyser Riskanalyser
Marknadsföring	Gemensamma aktiviteter	Delegationer Mässor Partnersökning
Finansiering och garantier	Finansiella instrument	Lån Bidrag Garantier

Den stora mångfald av insatser som kännetecknar många statliga främjandesystem är något som även avspeglas i forskningslitteraturen på området där olika studier valt att fokusera på olika typer av främjandeinsatser. Till exempel har effekten av att ett företag varit i kontakt med en exportfrämjandeorganisation för rådgivning, studerats inom såväl den företagsekonomiska som den nationalekonomiska forskningen (se t.ex. Wilkinson och Brouthers, 2006; och Martincus och Carballo, 2008). Även effekten av delegationsresor och/eller mässor (se Wilkinson och Brouthers, 2006; och Head och Ries, 2010) samt

effekten av diplomatisk och/eller annan statlig närvaro i utlandet (se Rose, 2007; Martincus et al., 2010; och Spence, 2003) är något som studerats inom båda fälten.

En närliggande typ av studie, som det också finns exempel på inom såväl den företagsekonomiska som den nationalekonomiska forskningen, är studier av effekterna på export av andra typer av företagsfrämjande insatser som inte har just ökad export eller internationalisering som huvudsakligt mål. Till exempel studier av effekten av insatser för ökad produktivitet eller innovation på företags export (se t.ex. Görg et al., 2008; och Alvarez, 2004). Denna typ av utvärderingar ligger, till viss del, utanför ramen för detta uppdrag. Det finns dock lärdomar att hämta från denna litteratur för vårt metodutvecklingsarbete. Det är viktigt att beakta att det i praktiken inte alltid finns en tydlig gräns mellan vad som är företagsfrämjande med syfte att öka företags internationalisering och företagsfrämjande med syfte att öka företags lönsamhet och produktivitet.

En slutsats som kan dras från denna litteraturöversikt, vad gäller vilka främjandeinsatser som studerats inom forskningslitteraturen, är att fokus ofta ligger på att studera effekterna av *en specifik typ av främjandeinsats eller en kategori av främjandeinsatser*. Detta styrker Tillväxtanalys slutsats från vår första delrapport – att det på grund av den stora mångfalden av insatser inte är rimligt att försöka utforma *en generell metod* för att utvärdera effekterna av det svenska statliga främjandesystemet för SMF:s internationalisering. Ambitionen bör snarare vara att, för olika insatser eller grupper av insatser, utvärdera effekterna med hjälp av de mest lämpliga metoderna i det enskilda fallet.

Det är från denna litteraturöversikt även tydligt att forskningen fokuserat på att studera effekterna av insatser inom kategorierna *rådgivning, marknadsföring samt finansiering och garantier*. En anledning till detta är troligen att *informationsinsatser* dels är svåra att utvärdera då det ofta inte finns tillförlitlig data över vem som tagit del av en informationsinsats (t.ex. vem som läst en landrapport eller besökt en webbsida med information om exportregler), dels är den förväntade effekten av dessa insatser i många fall begränsad. Tillväxtanalys har sedan tidigare beslutat att i ett första steg fokusera på att ta fram förslag på lämpliga metoder för att utvärdera rådgivnings- och (vissa) marknadsföringsinsatser.

Indikatorer

Det har i denna litteraturöversikt framkommit att det inom såväl den företagsekonomiska som den nationalekonomiska litteraturen finns olika syn på vilka indikatorer som är mest lämpliga att studera för att undersöka effekterna av exportfrämjande insatser på företagen – dvs. vilka utfallsvariabler som bör användas i analysen.

Trenden inom företagsekonomiska studier av exportfrämjande går mot att innefatta mer *multidimensionella mått*. Förutom traditionella ekonomiska mått (baserade på t.ex. företags försäljning, vinst eller marknadsandelar i utlandet) så kompletteras analyserna idag ofta med icke-ekonomiska mått samt generiska subjektiva mått (t.ex. uppfyllelse av satta exportmål) (se t.ex. Durmuşoğlu et al., 2012; och Freixanet, 2012).

Inom den nationalekonomiska forskningen på området har trenden under senare år, tack vare den ökade tillgången på detaljerad mikroekonomisk data, gått mot analyser som fokuserar på om effekten av en insats skett på den *intensiva eller den extensiva marginalen*. Med andra ord har det blivit vanligare att analysen inte bara fokuserar på förändringar i ett lands eller en branschs totala export, utan även undersöker om detta beror på ren volymökning eller på till exempel ett ökat antal exportörer, differentierade varor eller export till nya marknader (se t.ex. Martincus och Carballo, 2010a; och Girma et al., 2009).

Även hur effekter av främjandeinsatser fördelar sig mellan olika grupper av företag är ett nyare forskningsområde som det finns exempel på studier inom både den nationalekonomiska och den företagsekonomiska litteraturen. Alvarez (2004) undersöker till exempel skillnader i användandet av främjandeinstrument och skillnader i exportframgång mellan sporadiska respektive permanenta exportörer. Martincus och Carballo (2010b) undersöker skillnader i effekten av främjandeinsatser på bland annat företag av olika storlek.

Mätmetoder

Inom den nationalekonomiska litteraturen om effekterna av främjandeinsatser är forskningen uppdelad mellan studier som använder sig av makroekonomisk metod för att studera effekterna av statliga främjandeinsatser för företags internationalisering, och studier som använder sig av mikroekonomisk metod. Ett vanligt förekommande angreppssätt inom den makroekonomiska litteraturen är användandet av en så kallad *gravitationsmodell* för internationell handel vilken används för att skatta effekterna av främjandeinsatser på bilaterala handelsströmmar. Det dominerande tillvägagångssättet inom den mikroekonomiska litteraturen är att studera den genomsnittliga behandlingseffekten på de företag som tagit del av en insats med hjälp av så kallad *matched difference-in-differences*.

Olika slags *enkätundersökningar* är den i särklass vanligast använda metoden inom den företagsekonomiska litteraturen kring utvärdering av exportfrämjandeprogram. Den företagsekonomiska översikten inkluderar både studier med tvärsnitt och studier med longitudinell ansats. Den senare typen av analys har fördelen att den kan ge kunskap om sociala processer och andra tidsaspekter. En tydlig trend är att undersökningsdesignen tenderar att i allt högre utsträckning omfatta frågor rörande relationen mellan organisatoriska faktorer, nätverk och exportprestation – vilket är ett resultat av ambitionen att studera exportfrämjande med hjälp av mer multidimensionella mått.

Metodutmaningar

Av central betydelse i såväl de nationalekonomiska som de företagsekonomiska studierna i denna översikt är hur olika typer av bias och snedvridningseffekter kan och bör avhjälpas för att försäkra sig om att man i studien *faktiskt mäter det man avser mäta*.

För att få fram ett så tillförlitligt mått på effektens storlek som möjligt används i de nationalekonomiska studierna ekonometriska tekniker för att hantera icke-observerbara faktorer. I de mikroekonomiska artiklarna är det vanligt att författarna använder sig av olika typer av matchningstekniker, dvs. att de i analysen matchar behandlade företag med företag som inte behandlats men som liknar företagen i andra avseenden. Tanken är att matchning baserad på likhet vad gäller *observerbara* faktorer ska leda till att även en del icke-observerbara faktorer, som kan snedvrider resultatet, neutraliseras (se t.ex. Görg et al., 2008). I de makroekonomiska analyserna finns en liknande snedvridningsproblematik som måste beaktas – nämligen att (en del av) den eventuella effekten av en främjandeinsats på aggregerad export kan bero på icke-observerbara faktorer som påverkar bilateral handel. Flera av studierna som inkluderats i denna översikt avhjälpas detta genom att i analysen inkludera fasta effekter för exportdestinationsländer, länderpar och/eller år (se t.ex. Head och Ries, 2010).

Inom den nationalekonomiska forskningen på området är det också vanligt förekommande, både i de mikroekonomiska och i de makroekonomiska studierna, att författarna använder sig av en instrumentell variabel för att säkerställa kausaliteten (se t.ex. Girma et al., 2009;

Rose, 2007; och Lederman et al., 2010). Detta är en kraftfull metod för att identifiera kausalitetens riktning (även om den inte är behjälplig för att säkerställa effektens magnitud), dock kräver den att man lyckats identifiera ett instrument som är korrelerat med den förklarande variabeln av intresse för studien, men som inte är korrelerat med residualen.

I de företagsekonomiska studierna i denna översikt är alltså den överlägset vanligast metoden enkätundersökningar. Några begränsningar med enkätundersökningar, som kan orsaka snedvridningseffekter, är att de bygger på perceptuella mått, att urvalet av respondenterna till viss del sker via självselektion, samt att de ofta lider av låg svarsfrekvens. Vad gäller just låg svarsfrekvens har denna problematik hanterats dels genom att författarna arbeta proaktivt inför enkätutskick, dels reaktivt, när undersökningen är genomförd, genom att göra olika tester av data. Att inför ett enkätutskick säkerställa vilka som är bäst lämpade att delta i en undersökning i kombination med att ta personlig kontakt med vederbörande är ett sätt att höja svarsfrekvensen. Andra sätt är att motivera respondenterna är att visa på vikten av att delta och positiva effekter av att undersökningen genomförs samt att garantera konfidentialitet. Under en pågående enkätundersökning används vanligtvis påminnelser för att höja svarsfrekvensen (se t.ex. Fischer och Reuber 2003; Freixanet 2012).

Ett vanligt sätt att kontrollera för bortfall är att jämföra tidiga och sent inkomna svar med de som inte har svarat (så kallad trendanalys) eller att jämföra tidiga och sent inkomna svar med varandra för att utläsa eventuella bias (se t.ex. Leonidou et al. 2011; Weaver et al. 1998; Wilkinson och Brouthers, 2006).

När en enkätundersökning är genomförd finns en rad statistiska tester som kan genomföras för att kontrollera för eventuell bias. I studier där data är insamlad från endast en respondent per företag finns det risk för så kallad Common Method Variance (CMV)¹⁸, dvs. att variationen i svaren till viss del kan bero på respondenternas olika erfarenhet av datainsamlingsmetoden (t.ex. ovana att använda elektroniska enkäter). Detta kan testas med hjälp av Harman's test (Podsakoff och Organ, 1986). Ett annat sätt att minimera risken för CMV är att ha fler än en respondent per företag. Bland artiklarna i denna översikt diskuteras detta bland annat i Durmuşoğlu et al. (2012: 687).

Nästa steg

Vår kartläggning visar på flera viktiga metodöverväganden som diskuteras inom den nationalekonomiska respektive den företagsekonomiska litteraturen. Dessa har beaktats i Tillväxtanalys arbete med att ta fram och föreslå metoder och indikatorer för att skatta effekten av internationaliseringsfrämjande insatser på svenska små och medelstora företag och bör även beaktas när framtida utvärderingar genomförs. I Tillväxtanalys rekommendationer i vår slutrapport för uppdraget (2015a) har vi också, vid sidan om teoretiska metodöverväganden, haft i åtanke vad som är praktiskt genomförbart givet tillgången till svensk data samt vad som är relevant att studera utifrån hur det svenska främjandesystemet är utformat.

¹⁸ Om CMV föreligger förklarar en variabel en stor del av variationen. CMV kan testas för genom principal komponent analys.

Referenser

- Ahmed, Z., Mohamed, O., Johnson, J., Meng, L. (2002) Export promotion programs of Malaysian firms: an international marketing perspective, *Journal of Business Research*, 55: 831–843.
- Alvarez, R. (2004). Sources of export success in small- and medium-sized enterprises: the impact of public programs, *International Business Review* 13:383–400.
- Anderson, J., van Wincoop, E. (2003). Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle. *American Economic Review*, 93:170–192.
- Armstrong, J.S., Overton, T.S., (1977) Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14: 396–402.
- Bernard A. B., Jensen J. B. (2004). Why some firms export. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 86, No. 2:561–569
- Bryman, A. (2001) *Samhällsvetenskapliga metoder*, Liber Ekonomi, Malmö.
- Das S., Roberts M. J., Tybout J. R. (2007) Market Entry Costs, Producer Heterogeneity, and Export Dynamics, *Econometrica*, Vol. 75, No. 3: 837–873
- Durmuşoğlu, S., Apfelthaler, G., Zamantili Nayir, D., Alvarez, R., Mughan, T. (2012). The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: a multidimensional view of export performance, *Industrial Marketing management*, 41:680–691.
- Fischer, E., Reuber, R. (2003). Targeting export support to SMEs: Owners' international experience as a segmentation basis, *Small Business Economics*, 20(1): 69–82.
- Frances, J., Collins-Dodd, C. (2004). Impact of export promotion programs on firm competencies, strategies and performance, *International Marketing Review* 21:4/5:474–495.
- Freixanet, J. (2012). Export promotion programs: their impact on companies' internationalization performance and competitiveness, *International Business Review* 21:1065–1086.
- Genturk, E.F., Kotabe, M. (2001). The effect of export assistance program usage on export performance: a contingency explanation, *Journal of International Marketing*, 9(2): 51–71.
- German Economic Association (2008) *German Economic Review* 9(4): 532–538
- Gil, S., Llorac, R., Martínez Serrano, J. A. (2008), Measuring the impact of regional export promotion, *Papers in Regional Science*, Vol 87(1):139–146.
- Gillespie, K., Riddle, L. (2004). Export promotion organization emergence and development: a call to research, *International Marketing Review* 21:4/5: 462–473.
- Girma S., Gong Y., Görg H., Yu Z. (2009) Can Production Subsidies Explain China's Export Performance? Evidence from Firm-level Data, *The Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 111, No. 4:863–891

- Gray, B.R. (1997). Profiling managers to improve export promotion targeting, *Journal of International Business Studies*, 28(2): 387–420.
- Görg H., Henry M., Strobl E. (2008) Grant Support and Exporting Activity, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 90, No. 1:168–174
- Harding, T., Javorcik, B. S. (2011). Roll out the red carpet and they will come: Investment promotion and FDI inflows. *The Economic Journal*. Vol. 121 No. 557:1445–1476
- Head K., Ries J. (2010) Do trade missions increase trade? *The Canadian Journal of Economics / Revue canadienne d'Economique*, Vol. 43, No. 3:754–775
- Holme, I.M., Solvang, B.K. (1997). *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, Lund.
- Katsikeas, C., Leonidou, L., Morgan, N. (2000). Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development, *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 28(4): 493–511.
- Kinnucan H. W., Cai H. (2010) A Benefit-Cost Analysis of U.S. Agricultural Trade Promotion, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol 93(1): 194–208
- Lederman D., Olarreaga M., Payton L. (2010) Export promotion agencies: Do they work? *Journal of Development Economics* Vol. 91(2), pp.257–265
- Leonidou, L. C., Palihawadana, D., Theodosiou, M. (2011) National export-promotion programs as drivers of organizational resources and capabilities: effects on strategy, competitive advantage and performance, *Journal of International Marketing*, 19(2):1–29.
- Mah J. S. (2006) The effect of export insurance subsidy on export supply: The experience of Japan, *Journal of Asian Economics*, Vol.17, Issue 4:646–652
- Martincus C. V., Carballo J. (2008) Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports, *Journal of International Economics*, Vol.76, Issue 1:89–106
- Martincus C. V., Carballo J. (2010a) Entering new country and product markets: does export promotion help? *Review of World Economics*, Vol.146(3): 437–467
- Martincus C. V., Carballo J. (2010b) Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries, *Journal of Development Economics*, Vol. 92, Issue 2: 201–214
- Martincus C. V., Estevadoerdal A., Gallo A., Luna J., (2010) Information barriers, export promotion institutions, and the extensive margin of trade, *Review of World Economics*, Vol.146(1): 91–111
- Nitsch, V. (2007) State Visits and International Trade, *The World Economy*, Vol 30(12): 1797–1816.
- Podsakoff, P.M., Organ, D.W., (1986) Self-reports in organization research: problems and prospects, *Journal of Management* 12(4):531–544.
- Riksrevisionen (2013) På väg ut i världen – statens främjande insatser för export, *RiR 2013:10. Stockholm: Riksrevisionen*.

- Rose A. K. (2007) The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion, *World Economy*, Vol.30(1): 22–38
- Seringhaus, R., Rosson, P., (1998). Management and performance of international trade fair exhibitors: government stands vs independent stands, *International Marketing Review*, 15(5): 398–412.
- Spence, M. (2003) Evaluating export promotion programmes: U.K. overseas trade missions and export performance, *Small Business Economics*, 20(1): 83–103.
- Tillväxtanalys (2014) Effekter av statens främjandeinsatser för internationalisering – utveckling av mätmetoder och indikatorer, *Rapport 2014:07*
- Tillväxtanalys (2015a) Effekter av statens främjandeinsatser för internationalisering. Slutrapport: utveckling av mätmetoder och indikatorer, *Rapport 2015:03*
- Tillväxtanalys (2015b) Nya svenska exportörer i Asien år 2013: Vilken roll har exportfrämjandet spelat? *PM 2015:05*
- Weaver, M., Berkowitz, D., Davies, L. (1998) Increasing the efficiency of national export promotion programs: the case of Norwegian exporters, *Journal of Small Business Management*, October: 1–11.
- Wilkinson, T., Brouters, L.E. (2006) Trade promotion and SME export performance, *International Business Review*, 15:233–252.
- Wilkinson, T., Brouters, L.E. (2000a) An evaluation of state sponsored promotion programs, *Journal of Business Research*, 47: 229–236.
- Wilkinson, T., Brouters, L.E. (2000b) Trade shows, trade missions and state governments: increasing FDI and high-tech exports, *Journal of International Business Studies* 31(4):725–734.

Bilaga 1 Urval av artiklar

För att kartlägga den företagsekonomiska och den nationalekonomiska forskningen om export- och internationaliseringsfrämjande, genomfördes litteratursökningar i olika databaser.

För den nationalekonomiska översikten genomfördes sökningar i databaserna JSTOR, Science direct och Mittuniversitetets bibliotek på sökorden ”export promotion”, ”trade promotion”, ”investment promotion” och ”internationalization promotion” (samt sökningar på närliggande formuleringar). Urvalet av artiklar skedde enligt följande kriterier:

- a) Artiklar publicerade mellan år 2000 och år 2014.
- b) Tidskrifter som rankas mellan B och A+ enligt Kiel Institute Internal Journal Ranking för 2012 (modifierad version av ranking som publicerats av German Economic Association 2008).

För den företagsekonomiska översikten genomfördes sökningar i databaserna JSTOR och Business Source Premier på sökorden ”export promotion program” och ”internationalization promotion” (samt sökningar på närliggande formuleringar). Det sistnämnda sökordet genererade inga träffar emedan det förstnämnda genererade ett stort antal träffar vilka avgränsades ytterligare enligt följande kriterier:

- a) Artiklar publicerade mellan år 1997 och år 2014.
- b) Tidskrifter som rankas mellan 3 och 4+ enligt Association of Business Schools (ABS) 2010 års rankning av tidskrifter. Valet av ABS motiveras av att det är en frekvent använd rankning av akademiska tidskrifter inom företagsekonomi bland våra svenska universitet och högskolor
- c) Artiklar publicerade inom ämnesområdena internationellt företagande, entreprenörskap och marknadsföring enligt Harzing.coms rankning.

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

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

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

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

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

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

Övriga serier:

Rapportserien – Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer.

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

Svar Direkt – uppdrag som ska redovisas med kort varsel.