



PM 2020:15

Effektutvärdering av Sveriges exportfrämjande

Vår utvärdering av fyra statligt finansierade organisationers främjandeprogram riktat till små och medelstora företag visar att satsningarna i huvudsak uppnår sitt syfte. Att nå de företag som har en outnyttjad potential och därmed borde kunna prestera bättre med rätt stöd är dock en stor utmaning för främjandeorganisationerna.

En delstudie i ramprojektet Hur kan staten underlätta för nya och små företag att komma in på marknader utomlands?

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

För ytterligare information kontakta: Pontus Mattsson
Telefon: 010- 447 44 53
E-post: pontus.mattsson@tillvaxtanalys.se

Förord

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

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

Denna studie ingår i ramprojektet ”Hur kan staten underlätta för nya och små företag att komma in på marknader utomlands?” Studien utvärderar det riktade exportfrämjandet till små och medelstora företag som utförs på uppdrag av staten via Business Sweden (Steps to Export), Tillväxtverket (affärsutvecklingscheckar för internationalisering), Almi Företagspartner (exportlån) och Enterprise Europe Network (internationell affärsrådgivning och partnersökning). Studien är skriven av Pontus Mattsson och Håkan Nordström.

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

Östersund, september 2020

Peter Frykblom,
avdelningschef, Internationalisering och strukturomvandling Tillväxtanalys

Innehåll

Sammanfattning	5
Summary	6
1 Inledning	7
2 Sveriges exportstrategi	9
2.1 Utmaningar och målsättning.....	9
2.2 Organisation och åtgärder.....	10
2.3 Uppdateringen 2019.....	12
2.4 Det riktade exportfrämjandet	12
3 Utvärdering av exportfrämjandet	13
3.1 Aktörer och program som utvärderas	13
3.2 Metodavsnitt.....	15
3.2.1 Det grundläggande utvärderingsproblemet.....	15
3.2.2 Matchningen av kontrollgruppen	15
3.3 Utvärdering	16
3.3.1 Sannolikheten för att börja exportera ökar	16
3.3.2 Exportvolymen ökar för företag som redan exporterar.....	18
3.3.3 Störst nytta har företag som exporterar mindre än förväntat	20
3.3.4 Är sambanden kausala?.....	22
4 Slutsatser	23
Litteraturlista	24
Bilaga 1 Metod	25
Bilaga 2 Datakällor	31

Sammanfattning

I denna studie redogör vi för resultaten av vår effektutvärdering av statligt finansierade insatser för att främja små och medelstora företags export.

De aktörer och program som ingår i effektutvärderingen är:

- Business Sweden, grundläggande exportutbildning (Steps to Export),
- Tillväxtverket, affärsutvecklingscheckar för internationalisering,
- Almi Företagspartner AB, exportlån,
- Enterprise Europe Network, internationell affärsrådgivning och partnersökning.

Den största utmaningen med att utvärdera exportfrämjandet är att hantera problemet med självselektion, det vill säga att företagen som använder främjandet inte är ett slumpmässigt urval av företag utan kanske snarare de som är mest motiverade. De skattade effekterna av exportfrämjandet kan då komma att sammanblandas med skillnader som egentligen har att göra med företagens drivkrafter och förmåga.

För att hantera problemet använder vi en matchningsmetod där varje företag som har tagit del av främjandet matchas mot de fem mest jämförbara företagen som inte har tagit del av några främjarinsatser.

Det sammanfattande resultatet av vår effektutvärdering är att:

- Företag som inte exporterar har en ökad sannolikhet att börja exportera efter kontakt med exportfrämjandet.
- Företag som redan exporterar redovisar en ökad exportvolym, särskilt i tjänstesektorn.
- Företag som tar del av stöd från flera aktörer uppvisar de största positiva effekterna.
- Främjandet hjälper företag som exporterar mindre än förväntat initialt, det vill säga företag som har en outnyttjad potential och därmed borde kunna prestera bättre med rätt stöd.
- För företag som redan är duktiga exportörer ser vi inga eller endast marginella effekter.

Utmaningen för främjarorganisationerna är att nå just de företag som skulle vara behjälpta av främjandet. Det kan finnas en frestelse här att leta bland företag som bevisligen redan är framgångsrika exportörer, men utmaningen är snarare att hitta företag som ännu inte har nått upp till sin potential. Potentialen kan till exempel bedömas utifrån hur innovativt företaget är, tillväxten, produktionskostnaderna och företagsledningens kompetens.

Vad vi förstår använder många organisationer redan sådana kriterier när de själva söker upp företag och när de screenar företagen som har ansökt om stöd. Men hur träffsäkra är dessa kriterier? Detta skulle organisationerna själva kunna analysera genom att jämföra utfallet av främjandet beroende på vilka förutsättningar företagen bedömdes ha för att lyckas med sin exportsatsning.

Summary

This study presents an impact assessment of state-funded export promotion programs aimed at small and medium-sized enterprises.

The following export promotion programs have been evaluated:

- Business Sweden, basic export training (Steps to Export),
- The Swedish Growth Agency, business development checks for internationalization,
- Almi Företagspartner, export loans,
- Enterprise Europe Network, international business consulting and partner search.

Estimating the effects of these programs is challenging because we can only evaluate the effects on the companies that have applied for and been granted support, not a random selection of companies. One assumption may be that the support mainly reaches the most motivated companies. The estimated effects may then be confounded with differences in the abilities of firms.

To address the problem of self-selection, we use a matching method. It means that every company that has taken part in the promotion is matched against the five most comparable companies that have not taken part in any promotional efforts.

The evaluation shows that:

- Firms that receive support from export promotion agencies are more likely to export.
- Firms that already export record higher export volumes after the treatment.
- Combining different programs gives the best result.
- But the positive effects are limited to companies that export less than expected at the outset, i.e., companies that have all attributes to become successful exporters with the right support.
- No significant effects are recorded for companies that perform better than average.

The challenge for the promoters is to reach precisely the companies that would be helped by the promotion. There may be a temptation here to look for companies that are already successful exporters, but the challenge is rather to find companies that have not yet reached their potential. The potential can, for example, be assessed on the basis of how innovative the company is, its growth, production costs and the management's competence.

Our understanding is that many organizations already use such criteria when they seek out companies themselves and when they screen companies that have applied for support. But how accurate are these criteria? This question could be answered by the organisations themselves by comparing the outcome of the promotion depending on the conditions that the companies were judged to have in order to succeed in their export efforts.

1 Inledning

I 2020 års statsbudget är 367 miljoner avsatta för den exportfrämjande verksamheten som utförs av Business Sweden och andra främjarorganisationer på statens uppdrag.¹ Därutöver tillkommer ett par hundra miljoner kronor till olika myndigheter och statliga bolag som främjar utrikeshandeln på olika sätt men som finansieras genom egna anslag och/eller avgifter (Kommerskollegium, Tullverket, Tillväxtverket, Swedac, Almi Företagspartner, Exportkreditnämnden, Svensk Exportkredit, Svenska Institutet, med flera).

Sett till att exporten uppgår till 2200 miljarder kronor är kostnaden för exportfrämjandet kanske inte så hög, men staten har ändå en skyldighet att säkerställa att skattemedel används effektivt och ger den avsedda samhällsnyttan:

De offentliga exportfrämjandeinsatserna ska utvärderas löpande så att de effektivaste metoderna alltid väljs.

Källa: Regeringens exportstrategi, Skr. 2015/16:48, sid 11.²

I regleringsbrevet för 2014 gav regeringen Tillväxtanalys i uppdrag att föreslå mätmetoder och indikatorer som kan användas vid utvärdering av de samhällsekonomiska effekterna av statens främjandeinsatser för internationalisering av små och medelstora företag, samt att skatta effekterna av insatserna på företagens förmåga till export. Uppdraget grundade sig på Riksrevisionens (2013) rapport ”På väg ut i världen – statens främjandeinsatser för export”, där det konstaterades att det saknas tillräcklig kunskap både om vilka resultat insatserna ger företagen och samhällsnyttan i stort.

Tillväxtanalys (2015) genomgång av exportfrämjandet visade att:

- Det svenska systemet för att främja små och medelstora företags internationalisering är komplicerat och innefattar ett relativt stort antal aktörer, med överlappande tjänster och begränsad samverkan sinsemellan. Systemet är svårnavigerat och endast en mindre del av företagen använder systemet.
- Inga kvantitativa effektutvärderingar har gjorts av oberoende instanser. Aktörernas egen redovisning är ofta begränsad till att mäta hur nöjda kunderna är, tillsammans med en sammanställning av intervju svar om effekterna på produktion, sysselsättning och export.
- Vidare konstateras att en utvärdering bör vara heltäckande och ta hänsyn till att ett och samma företag kan vara föremål för insatser från flera aktörer, till exempel rådgivning från Business Sweden och exportfinansiering från Almi. Om varje aktör utvärderas för sig finns risken att effekterna av varje enskild insats överskattas.

Rapporten mynnade ut i en rekommendation att genomföra en kvantitativ utvärdering av främjarsystemet i likhet med vad som gjorts i Storbritannien, Finland, Danmark och andra jämförbara länder.

Under 2018 och 2019 skrevs kontrakt med olika aktörer för att leverera data om företag som tagit del av olika främjarinsatser. Eftersom uppgifterna är konfidentiella har företagen avidentifierats av SCB, vilket konkret betyder att organisationsnumret har ersatts med ett anonymt löpnummer. Tillväxtanalys har med andra ord ingen kännedom om vilka företag som ingår i materialet. Dessa data har kopplats ihop med olika register från SCB med

¹ Proposition 2019/20:1, 18 september 2019, Finansdepartementet, utgiftsområde 24.

² Motsvarande formulering återfinns i den uppdaterade export- och investeringsstrategin som antogs i december 2019 (Regeringskansliet, 2019).

uppgifter om företagens bransch, omsättning, antalet anställda, förädlingsvärde och export. Databasen färdigställdes i början av hösten 2019, varefter den kvantitativa utvärderingen inleddes.

I vår utvärdering av effekterna av statens riktade exportfrämjande till små och medelstora företag har vi inkluderat följande aktörer och program:³

- Business Sweden, grundläggande exportutbildning (Steps to Export),
- Tillväxtverket, affärsutvecklingscheckar för internationalisering,
- Almi Företagspartner AB, exportlån,
- Enterprise Europe Network, internationell affärsrådgivning och partnersökning.

Att skatta effekterna av dessa program är utmanande eftersom vi enbart kan utvärdera effekterna på de företag som har sökt och beviljats stöd, inte ett slumpmässigt urval av företag. Stöden är med andra ord självselektande. Ett antagande kan vara att stödet i huvudsak når de mest motiverade företagen. De skattade effekterna kan då komma att sammanblandas med skillnader som egentligen har att göra med företagets drivkrafter och förmåga. För att hantera problemet med självselektion använder vi en matchningsmetod. Den innebär att varje företag som har tagit del av främjandet matchas mot de fem mest jämförbara företagen som inte har tagit del av några främjarinsatser.

Utvärderingen utgör det andra underlaget av fyra i ramprojektet ”Hur kan staten underlätta för nya och små företag att komma in på marknader utomlands?”. Ramprojektet beskriver de små och medelstora företagens export och vad som hindrar deras handel (Tillväxtanalys 2020a), och utvärderar effekterna av det statliga exportfrämjandet (innevarande studie). För att dra internationella lärdomar jämförs även Sveriges exportfrämjande med andra länder i Europa (Tillväxtanalys 2020c). I ramprojektet ingår även ett Working Paper om partihandelns roll som intermediär för företagets export (Tillväxtanalys 2020d).

Vi inleder denna delrapport i ramprojektet med att ge en översikt om regeringens exportstrategi och exportfrämjandet i sin helhet. Därefter utvärderar de fyra programmen som nämndes ovan. Det sista avsnittet summerar lärdomarna.

³ Det ursprungliga planen var att utvärdera även Business Swedens marknadsspecifika rådgivning och EKNs exportkreditgarantier. I det förra fallet saknade vi data på vilken marknad rådgivningen avsåg och i det senare fallet gjorde vi bedömningen att utvärderingen inte var möjlig eftersom exportkreditgarantier ställs ut till redan avtalade exportaffärer och därför är självuppfyllande. En preliminär analys av data visade att garantierna ökade exporten under avtalens löptid, men detta konstaterande går inte att likställa med en utvärdering som försöker fastställa den kontrafaktiska situationen om exporten hade kommit tillstånd även utan garantierna.

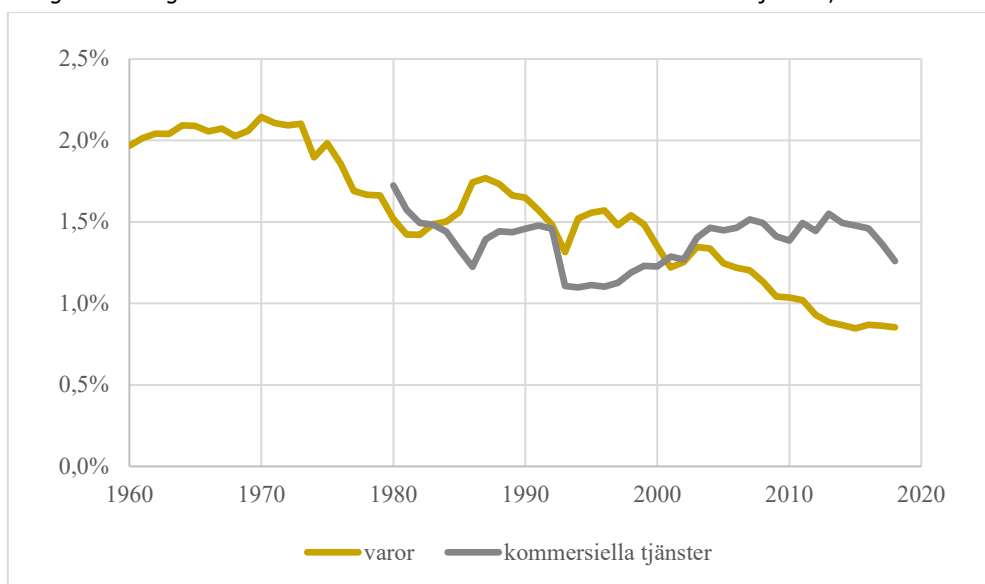
2 Sveriges exportstrategi

Vi inleder med en översikt av regeringens exportstrategi och det statliga exportfrämjandet.

2.1 Utmaningar och målsättning

Exportstrategin som lanserades i december 2015 (Skr. 2015/16:48) bygger på 2008 års exportutredning (SOU 2008:90, Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande). Utredningen tillsattes av den dåvarande alliansregeringen mot bakgrund av att Sveriges andel av världsmarknaden för varor hade sjunkit under en lång rad av år och enbart kompenseras till en viss del av ökad export av tjänster. Frågan som ställdes var om utvecklingen var unik för Sverige eller generell för de gamla industriländerna och en konsekvens av att tyngdpunkten i den globala ekonomin hade förskjutits från Europa och Amerika till Asien. Och vilka åtgärder kunde i så fall vidtas för att stärka exporten till de nya tillväxtmarknaderna? Detta ansågs särskilt viktigt med tanke på att tillväxten på våra traditionella marknader i Europa var förhållandevis låg.

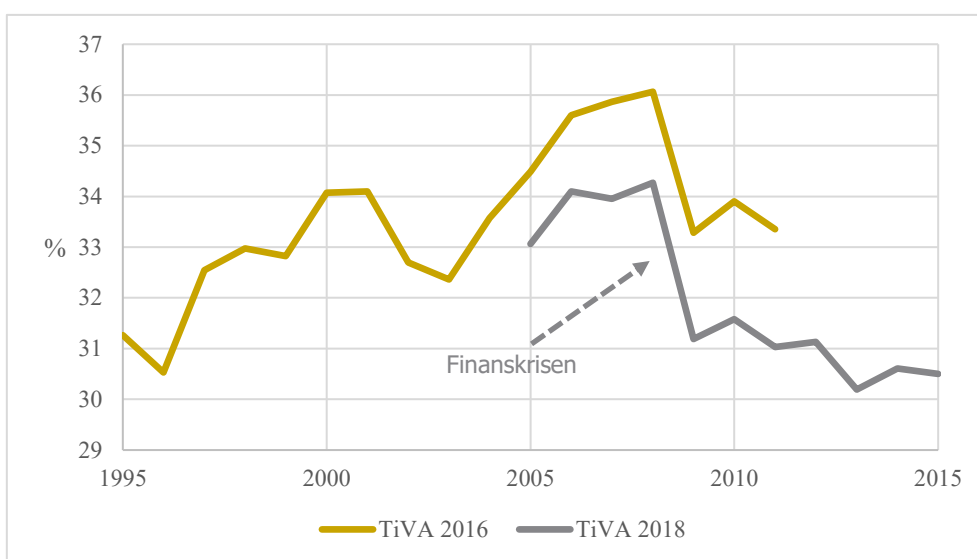
Figur 1. Sveriges andel av världsmarknaden för varor och kommersiella tjänster, %



Källa. WTO:s statistik över varu- och tjänstehandeln.

Utredningen överlämnades till alliansregeringen just när finanskrisen bröt ut 2008 och hamnade därför i skuggan av den akuta krishantering. Även om exporten hämtade sig efter ett par år stod det klart att exporten inte längre var samma draglok för den svenska ekonomin (trendskiftet åskådliggörs i Figur 2) och analysen återupptogs om vad som kunde göras för att stärka exporten.

Figur 2. Exportandelen av BNP 1995-2015, %



Källa: Egna beräkningar på basis av OECD:s Trade in Value Added (TiVA) databas 2016 och 2018. Figuren är lånad från Tillväxtanalys (2019).

För att vända utvecklingen lade regeringen fram en övergripande exportstrategi med 22 olika åtgärder och fem strategiska mål:

- Svensk export måste i högre utsträckning nå tillväxtmarknaderna.
- Fler små och medelstora företag måste våga och vilja exportera.
- Svenska varor, tjänster och system måste nå ännu högre upp i förädlingskedjan.
- Sveriges attraktionskraft för investeringar, kompetens och turister måste öka.
- Den globala handeln måste hållas öppen.

2.2 Organisation och åtgärder

Den första åtgärden var att samla främjandet i en ny organisation under ledning av statssekreteraren för handel och främjande. Organisationen fick namnet ”Team Sweden” och är ett nätverk av myndigheter, verk och bolag som jobbar för att främja svensk export. I nätverket ingår Almi Företagspartner, Business Sweden, Energimyndigheten, Exportkreditnämnden, IVL Svenska Miljöinstitutet, Kommerskollegium, Naturvårdsverket, RISE AB, Sida, Svensk Exportkredit, Svenska institutet, Swecare, Swedac, Swedfund, Tillväxtanalys, Tillväxtverket, Tullverket, Vinnova, samt Visit Sweden. Näringslivet organisationer och enskilda företag deltar på inbjudan i olika arbetsgrupper, sammankomster och delegationsresor.

De 22 åtgärderna i exportstrategin sammanfattas i Tabell 1. För att ge några exempel på åtgärder som vidtagits under perioden 2016-2019 kan vi nämna satsningen på att öka närvaron på tillväxtmarknaderna genom nya ambassader, konsulat och utlandskontor för Business Sweden; etableringen av regionala exportcentra i varje län för att föra främjandet närmare företagen; och uppbyggnaden av en digital portal (verksamt.se/utland) där företag kan söka information om exportfrågor och vilken hjälp som olika aktörer kan erbjuda.

Tabell 1. Åtgärdsprogrammet 2016-2019

- **Team Sweden.** Paraplyorganisation för exportfrämjandet under ledning av statssekreteraren för handel och främjande.
- **Ökad svensk närvaro på tillväxtmarknaderna.** Satsning på ambassader, konsulat och utlandskontor för *Business Sweden* på tillväxtmarknader.
- **Regionala exportcentra – ”en dörr in”.** För att öka samverkan mellan olika aktörer har regionala exportcentra startats i alla län. Uppdraget koordineras av Tillväxtverket.
- **Digital exportinformation – ”ett enda fönster”.** Information om export och främjande samlas i en digital ingång genom ”verksam.se/utland”.
- **Stärk viljan att exportera.** Informationskampanj riktad till småföretagen.
- **Finansiering och kreditgivning.** EKN och SEK anmodas att anpassa sina tjänster till små och medelstora företag, i samarbete med *Almi Företagspartner*.
- **De största affärerna.** Med de ”största affärerna” avses t.ex. stora infrastrukturprojekt som kräver samverkan mellan företag och regeringskansliet (som dörröppnare) och andra främjare för att erbjuda konkurrenskraftiga paketlösningar och finansiering.
- **Övergång från bistånd till bredare ekonomiskt samarbete.** Satsning på att bygga handelsrelationer med länder där biståndssamarbetet har fasats ut.
- **Ökat utbyte med internationella organisationer.** Samlad strategi för att öka svensk försäljning av varor och tjänster till FN, EU och andra internationella organisationer.
- **Det ska vara enkelt att importera och exportera.** Uppmaning till *Tullverket* att stärka informationen till företagen om tullprocedurer och tullsätser, samt att samarbeta med andra länder för att förenkla tullprocedurerna internationellt.
- **Förenkla gränsöverskridande e-handel och dataflöden.** Handlingsprogram för att underlätta e-handel och internationella dataflöden.
- **Främja personrörligheten till och från Sverige.** Handlingsprogram för att öka personrörligheten, t ex genom enklare och snabbare visering.
- **Satsa på internationell standardisering.** Svenska standardiseringsorganisationer ges ökade möjligheter att åta sig sekretariatsansvar för internationell standardisering på för Sverige strategiskt viktiga områden.
- **Kartlägg export- och importproblem och handelshinder.** Kommerskollegium ges i uppdrag att genomföra en större kartläggning av hinder som svenska företag upplever i sina handelsförbindelser med EU och andra länder.
- **Höjd ambition för hållbart företagande.** Strategi för hållbart företagande och export av svenskt kunnande inom området.
- **Utländska företag ska vilja investera i Sverige.** Förstärkt investeringsfrämjande och samordning av Team Sweden.
- **Innovativa och tidigt internationaliserade företag.** Anpassat exportfrämjande för IT, dataspel, mode, musik, design och andra ”innovativa och tidigt internationaliserade företag” som redan från starten vänder sig till hela världsmarknaden.
- **Stärk Sverige bilden i utlandet.** Strategi för att stärka Sverige bilden utomlands, i syfte att skapa goodwill för svenska varor och tjänster.
- **Fler besökare till Sverige.** *VisitSweden* tillförs ytterligare resurser för att marknadsföra Sverige som turistland, med särskilda satsningar på Kina och andra tillväxtländer.
- **Stärk talangattraktionen.** Strategi för att locka talanger till Sverige, t ex genom stipendier och besöksprogram för kvalificerade målgrupper.
- **Sök de globala evenemangen.** Regeringen ska tillsammans med idrottsrörelsen och andra aktörer verka för att fler internationella arrangemang förläggs till Sverige.
- **Fler direktlinjer till och från Sverige.** Strategi för att attrahera fler direkta flyglinjer till Sverige.

2.3 Uppdateringen 2019

De strategiska målen uppdaterades i slutet av 2019. Den nya strategin betonar att hela landet ska ges goda förutsättningar för export genom att samla främjandet i regionala exportcentra nära företagen. Exportstrategin och exportfrämjandet anpassas även till Agenda 2030 och klimatomställningen i Parisavtalet. En annan nyhet är samordningen av export- och investeringsfrämjandet i Team Sweden.

De nya målen formulerades i fem punkter (Regeringskansliet, 2019):

- Sveriges export ska öka, både i absoluta tal och som andel av BNP.
- Fler små och medelstora företag ska exportera.
- Sverige ska vara pådrivande för en fri, hållbar och rättvis internationell handel.
- Sveriges innovationsledarskap ska användas för att stärka näringslivets exportförmåga och internationella konkurrenskraft.
- Sveriges attraktionskraft för utländska investeringar, kompetens, talanger och besökare ska öka.

2.4 Det riktade exportfrämjandet

Det riktade exportfrämjandet till företagen utförs av myndigheter och bolag på statens uppdrag. En central aktör är *Business Sweden* som är samägt av staten och näringslivet och som utbildar och coachar företag inför en exportsatsning, inklusive fördjupad rådgivning på enskilda marknader. En annan aktör är *Almi Företagspartner* som är ett statligt bolag som erbjuder affärsutvecklingsrådgivning och finansiering till växande företag. Vi kan också nämna *Tillväxtverket* som är en statlig myndighet dit små företag kan vända sig för att ansöka om affärsutvecklingscheckar (det vill säga ett finansiellt bidrag) för bekosta en del av förberedelserna inför en exportsatsning. Även EU är med på ett hörn genom *Enterprise Europe Network (EEN)* i samarbete med *Tillväxtverket*. EEN är ett nätverk av regionala utvecklingsbolag, science parks, inkubatorer och andra bolag som arbetar med företagsutveckling. Slutligen kan vi nämna *Svensk Exportkredit* och *Exportkreditnämnden* som är två statliga bolag som hjälper företagen med finansiering och exportkreditgarantier vid exportaffärer med långa löptider och höga risker.

3 Utvärdering av exportfrämjandet

Följande aktörer och program utvärderas inom ramen för detta projekt:

- Business Sweden, grundläggande exportutbildning (Steps to Export),
- Tillväxtverket, affärsutvecklingscheckar för internationalisering,
- Almi Företagspartner AB, exportlån,
- Enterprise Europe Network, internationell affärsrådgivning och partnersökning.

Programmen vänder sig både till företag som saknar exporterfarenhet och till företag som vill utöka sin export. I det förra fallet är vi intresserade av andelen nya exportörer och i det andra fallet av exporttillväxten, jämfört med kontrollgruppen för varje fall.

3.1 Aktörer och program som utvärderas

Låt oss börja med att säga några ord om varje aktör och vilka år vi har data på för de program som utvärderas. Informationen sammanfattas i Tabell 2.

Tabell 2. Ingående aktörer

Aktör	Typ av stöd	Tidsperiod
Almi företagspartner (Almi)	Lån och rådgivning (inom ramen för EEN)	2007-2017
Business Sweden (BuS)	Rådgivning, utbildning, kontaktskapande	2011-2016
Enterprise Europe Network (EEN)	Ge råd, informera, hitta samarbeten och utbilda	2008-2017
Tillväxtverket (TVV)	Affärsutvecklingscheckar för internationalisering	2013-2015

Almi företagspartner (Almi)

Almi erbjuder lån och rådgivning för att stödja de mindre företagens utveckling, där en satsning på export kan vara en del.

Lånen som Almi erbjuder riktas till små och medelstora företag med god tillväxtpotential. Ett krav för att få lån är att det finns en medfinansiär. Almi kompletterar således den privata marknaden, exempelvis genom att företag som har haft svårigheter att låna pengar av en kommersiell bank kan vända sig till Almi istället. Almis lån till företag kan jämföras med privatpersoners topplån vid bostadsfinansiering. Som kompensation för den högre risken och statens krav att Almi inte ska konkurrera direkt med kommersiella banker tar Almi ut en högre ränta än marknadsräntan och lånen ska i normalfallet betalas tillbaka under tre till fem år. Almi ställer lägre krav på säkerhet än de kommersiella bankerna. Det viktiga är affärsidéns bärkraft och ledningens kompetens.

Almi erbjuder olika lån, till exempel, exportlån, företagslån och innovationslån. Såväl exportlån som företagslån används för att finansiera en internationell marknadsexpansion. Innovationslånet kan användas för innovativ utveckling inför en marknadsexpansion. De enda lånen som direkt kan kopplas till export är exportlånen – och utvärderingen avgränsas därför till dessa lån. Exportlånet fungerar på samma sätt som Almis företagslån med skillnaden att det kan tas i utländsk valuta.

Business Sweden (BuS)

Business Sweden ägs gemensamt av staten och näringslivet. Uppdraget är att hjälpa svenska företag att växa globalt och internationella företag att investera och expandera i

Sverige. Business Sweden har ett 50-tal utlandskontor för att kunna ge råd på basis av god kännedom om de specifika marknaderna.

I denna studie utvärderas ”Steps to Export”, som är en del av Småföretagsprogrammet. De grundläggande kraven för att ta del av Steps to Export är att företaget har minst 2 anställda, minst 1 års redovisade intäkter och minst 3 miljoner kronor i omsättning. Företaget får ha maximalt 249 anställda och 50 miljoner Euro i omsättning. Även mjuka kriterier används i urvalsprocessen. En bedömning görs av företagets affärsmodell/produkt/tjänst och hur ledande de är inom sin bransch. Även företagsledningen bedöms efter hur dedikerade de är att göra en exportsatsning. Många företag sällas bort under urvalsprocessen. De företag som väljs ut av Business Sweden är de som bedöms ha bäst förutsättningar att lyckas med en exportsatsning.

Företagen väljer själva vilka delar av Steps to Export de vill delta i och behovet av personlig rådgivning och coaching. I Sverige är rådgivningen avgiftsfri och företagen kan få 30 timmar rådgivning per år.

Vidare finns utbildningar online som syftar till att ge kunskaper och insikter som behövs för en internationell satsning. På Business Swedens hemsida och på verksamt.se/utland finns ”Online Steps to Export”, vilken motsvarar Steps to Export men utan den personliga coachingen. Online Steps to Export utvärderas inte i detta ramprojekt.

Enterprise Europe Network (EEN)

EEN är ett internationellt affärsnätverk, delfinansierat av EU-kommissionen, som syftar till att öka SMFs internationalisering och innovationskapacitet. EEN består av ungefär 600 organisationer i cirka 60 länder. I Sverige delfinansieras EEN av Tillväxtverket. EEN i Sverige består av 13 värdorganisationer där en av de största aktörerna är Almi. Almis rådgivande verksamhet som bokförs i EEN-databasen behandlas under rubriken ”EEN” i utvärderingen. Under denna rubrik ingår även regionala utvecklingsbolag (Business Region Göteborg, Invest in Skåne, med flera), science parks och inkubatorer. I utvärderingen av EEN görs ingen uppdelning mellan aktörerna.

Tabell 3. Kategorisering av EENs verksamheter

Individuell affärsrådgivning	Partnersökning
Rådgivning för att höja kompetensen rörande förutsättningarna för att skapa internationella affärer	Ge stöd för att hitta affärspartners
Support till finansieringsprojekt vilket kan innebära assistering för att få access till EU-program	Anordna events som kan liknas vid ’speed dating’ för potentiella affärspartners
Ge råd avseende finansiering och juridiska problem	Skapa möjligheter att delta i resor utomlands för att besöka potentiella affärspartners eller ta emot dem på hemmamarknaden
Rådgivning om immateriella rättigheter, det vill säga patent, varumärken etcetera	
Granska en teknologi eller process, ge råd avseende en ny produkt eller innovation	

Tillväxtverket (TVV)

Tillväxtverkets uppdrag avseende internationalisering är att sprida kunskap om företagets behov, vara komplement till andra aktörer på marknaden, skapa samverkan på områden där behov finns samt arbeta med internationalisering från ett regionalt perspektiv. TVV:s

affärsutvecklingscheckar för internationalisering ger små företag möjlighet att exempelvis ta hjälp av extern kompetens för att satsa på export. Följande krav måste vara uppfyllda:

- 2-49 anställda,
- en omsättning mellan 3 och 100 miljoner SEK,
- ordning på sin ekonomi och
- en vilja att växa.

Stödet ges i den förberedande fasen inför en exportsatsning där det exempelvis kan finansiera en marknadsundersökning eller framtagande av en exportstrategi. Stödet är mellan 50 och 250 tusen kronor och finansierar maximalt hälften av kostnaden för exportsatsningen. Utöver internationaliseringscheckarna är Tillväxtverket också koordinatör för den svenska verksamheten inom EEN.

3.2 Metodavsnitt

3.2.1 Det grundläggande utvärderingsproblemet

Den största utmaningen med att utvärdera exportfrämjandet är att hantera problemet med självselektion, det vill säga att företagen som använder främjandet inte nödvändigtvis utgör ett slumpmässigt urval av alla företag utan kanske snarare de som är mest motiverade att börja eller att utöka sin export. De skattade effekterna av exportfrämjandet kan då komma att sammanblandas med skillnader som egentligen har att göra med företagens drivkrafter och förmågor.⁴

Ur en utvärderingssynpunkt vore det optimalt att främjandet fördelades slumpmässigt mellan olika företag för att undvika självselektion.⁵ Alternativet, och det som av praktiska eller legala skäl ofta är enda möjligheten, är att använda kvasi-experimentella metoder för att utvärdera effekterna av program där företagen själva bestämmer om de ska delta eller ej. Utmaningen i detta fall är att välja ut en kontrollgrupp som är så lika de deltagande företagen som möjligt. Om ”matchningen” lyckas skapa perfekta tvillinggrupper i den meningen att företagen i både grupperna har samma potentiella nytta av insatserna, och därför har samma incitament att delta, är det möjligt att utvärdera effekterna i *kausal* mening eftersom fördelningen av företag mellan grupperna i så fall kan anses vara slumpmässig. På engelska kallas antagandet för ”conditional independence assumption” (CIA). Problemet är att CIA är just ett antagande som kan vara sant eller falskt. I slutändan måste därför en rimlighetsbedömning göras om matchningen verkligen inkluderar alla relevanta variabler som påverkar både incitamentet att delta i främjandet och utfallet av främjandet om företagen väljer att delta.

3.2.2 Matchningen av kontrollgruppen

Vi använder en matchningsmetod som är skräddarsydd för de frågor vi försöker besvara:

- Vilka effekter har exportfrämjandet på sannolikheten för att börja exportera?
- För de företag som redan exporterar, hur påverkar främjandet exportens storlek?

⁴ Problemet som beskrivs i första stycket är genomgående för litteraturen som utvärderar enskilda länders exportfrämjande med hjälp av mikrodata. Se Broocks & Van Biesebroeck (2017) och Munch & Schaur (2018).

⁵ Denna metod kallas för ”randomiserade fältexperiment” och är guldstandarden inom utvärderingslitteraturen. Metoden belönades 2019 med Sveriges Riksbanks pris i ekonomisk vetenskap till Alfred Nobels minne. Metoden har använts experimentellt i England för att utvärdera ett främjandeprojekt (Breinlich, Donaldson, Nolen & Wright, 2017).

Kontrollgruppen väljs ut bland företagen i samma bransch (tresiffrig SNI) och med samma ”förhistoria” definierad i Tabell 4. Ingen export i perioden t-3, t-2, t-1 kodas med 0, export med 1 och företaget existerar ej i denna tidsperiod med *. Till exempel beskriver Fall 1 en situation där företaget startade i perioden t-1 och tog del av en främjarinsats i perioden t. Om företaget inte exporterar i perioden t-1 matchas det mot andra företag i samma bransch som startade i perioden t-1 och som inte exporterar; och om företaget exporterar matchas det mot andra företag i samma bransch som startade i perioden t-1 och som exporterar.

Tabell 4. Företag i samma bransch och med samma förhistoria matchas mot varandra

	Ingen export t-1			Export t-1		
	t-3	t-2	t-1	t-3	t-2	t-1
Fall 1	*	*	0	*	*	1
Fall 2	*	0	0	*	0	1
Fall 3	*	1	0	*	1	1
Fall 4	0	0	0	0	0	1
Fall 5	0	1	0	0	1	1
Fall 6	1	1	0	1	1	1
Fall 7	1	0	0	1	0	1

Not. Ingen export = 0, Export = 1, Företaget existerar ej = *.

Bland de företag som uppfyller de exakta villkoren (bransch och förhistoria) väljs de fem mest jämförbara företagen på basis av hur lika de är med avseende på sannolikheten för att de exporterar och förväntad exportvolym, givet storlek, produktivitet, koncerntillhörighet och lokalisering i Sverige. För företag som redan är exportörer används även exportvolymerna i kontrollperioden i matchningen.

De data som skapas genom matchningen (fem kontrollföretag för varje företag som tagit del av en främjarinsats) används för att utvärdera effekterna av främjandet. Beräkningarna görs med en statistisk metod som kallas för ”Difference-in-Differences” (DiD) som jämför skillnaden mellan grupperna före och efter främjandet. Om skillnaden inte är statistiskt signifikant innan främjandet (t-3, t-2 och t-1) men statistiskt signifikant efter främjandet (t+1, t+2, t+3) tas detta som intäkt för främjandets effekter på exporten.

Ytterligare detaljer om matchningsmetoden och diagnostik redovisas i Bilaga 1.

3.3 Utvärdering

3.3.1 Sannolikheten för att börja exportera ökar

Figur 3 visar de beräknade effekterna av exportfrämjandet på sannolikheten för att börja exportera (heldragen linje) med ett konfidensintervall på 95 procent (streckad). Den övre grafen i figuren visar resultatet för alla behandlade företag (1192) oavsett aktör/program, den mellersta grafen visar resultaten för tillverkningsindustrin (198) och den nedre grafen visar resultaten för tjänstesektorn (994). I genomsnitt ökar sannolikheten för att börja exportera med 13 till 15 procentenheter för de företag som tagit del av exportfrämjandet. Den beräknade effekten är ungefär lika stor för tillverkningsindustrin och tjänstesektorn.

Figur 3. Beräknade effekter av främjandet på sannolikheten för att börja exportera (procentenheter)



Skillnader mellan enskilda aktörer/program

Tabell 5 redovisar resultaten för enskilda aktörer/program. Utöver de enskilda programmen redovisas även resultaten för företag som tagit del av främjarinsatser från två eller fler aktörer.⁶ Nollorna i det tre första kolumnerna är ett resultat av den exakta matchningen på bransch och förhistoria som beskrivs i Tabell 4.

Tabell 5. Beräknade effekter av främjandet på sannolikheten för att börja exportera (procentenheter), alla företag

Aktörer	<i>t-3</i>	<i>t-2</i>	<i>t-1</i>	<i>t</i>	<i>t+1</i>	<i>t+2</i>	<i>t+3</i>	Obs
Alla	0	0	0	8,7***	13,1***	14,1***	13,2***	1192
Almi	0	0	0	39,5***	57,1***	48,5***	47,3***	19
BuS	0	0	0	17,9***	23,3***	23,3***	23,1***	254
EEN	0	0	0	5,4***	9,4***	10,2***	8,1***	889
TVV	0	0	0	6,3	17,4**	20,3**	31,9***	30
Flera stöd	0	0	0	23,3***	19,5***	38,0***	45,9***	52

Not: ***, ** och * symboliserar signifikansnivåer på 1 procent, 5 procent respektive 10 procent

Samtliga utvärderade program/aktörer har haft positiva effekter på företagets sannolikhet för att börja exportera. Effekterna kan avläsas redan samma år som insatserna sätts in med undantag av TVVs affärsutvecklingscheckar för internationalisering där effekterna blir signifikanta först efter två år (perioden $t+1$). Storleken på effekterna skiljer sig åt mellan olika aktörer och program. Störst effekter tycks Almis exportlån ha, vilket kanske inte är så konstigt med tanke på att lånen finansierar en exportsatsning och därmed inte är direkt jämförbara med rådgivning om hur man går till väga för att exportera (vilket kan eller inte kan resultera i ny export). Eftersom EEN står för den största andelen av de utvärderade insatserna ligger de aggregerade resultaten ("Alla") nära effekterna för EEN. Notera också att effekterna i allmänhet är högre om insatserna kombineras. För företag som tagit del av insatser från flera aktörer ökar den genomsnittliga sannolikheten för att export ska komma tillstånd med 45,9 procentenheter efter fyra år ($t+3$), jämfört med kontrollgruppen.

3.3.2 Exportvolymen ökar för företag som redan exporterar

Hur påverkas företag som redan exporterar av främjandet? I detta fall är vi intresserade av hur exportvolymerna utvecklar sig i förhållande till andra jämförbara exportörer som inte använder sig av exportfrämjandet. Beräkningarna redovisas i Figur 4. Den övre grafen visar de genomsnittliga effekterna på exportens storlek för alla företag som tagit del av exportfrämjande insatser (1959) oavsett aktör/program, den mellersta grafen visar effekterna för företagen i tillverkningsindustrin (838) och den nedre grafen visar effekterna för företagen i tjänstesektorn (1121).

⁶ Kombinationer som ingår i denna grupp är: BuS och TVV (4 företag), BuS och EEN (43 företag), TVV och EEN (2 företag), Almi och EEN (2 företag). Ett företag har fått stöd från tre aktörer, nämligen BuS, Almi och TVV.

Figur 4. Beräknade effekter av främjandet på exportvolymen jämfört med kontrollgruppen (%)



Resultaten är positiva. Tre år efter främjandet ($t+3$) har exportvolymerna i genomsnitt ökat med 35,2 procent för företagen som tagit del av en insats från någon av aktörerna, jämfört med kontrollgruppen. Genomsnittet för tjänstesektorn är 49,4 procent och genomsnittet för tillverkningsindustrin 22,6 procent. Utväxlingen av främjandet tycks med andra ord vara högre i tjänstesektorn. Men här vill vi lägga in en reservation. Om vi studerar den nedre grafen i Figur 4 ser vi att tjänsteföretagen som tagit del av främjandet hade en snabbare exporttillväxt än kontrollföretagen redan innan främjandet. En viss del av den skattade effekten för tjänstesektorn måste därför tillskrivas trenden.

Skillnader mellan enskilda aktörer/program

Tabell 6 redovisar resultaten uppdelat på de olika aktörerna. Effekterna skiljer sig lite åt även i detta fall men är överlag positiva och allra störst för företagen som tagit del av insatser från flera håll, där det genomsnittliga företaget redovisade en ökning av exporten med hela 152,4 procent efter fyra år ($t+3$) jämfört med kontrollgruppen.

Tabell 6. Beräknade effekter av främjandet på exportvolymen jämfört med kontrollgruppen (%), alla företag

Aktörer	$t-3$	$t-2$	$t-1$	T	$t+1$	$t+2$	$t+3$	obs
Alla	-8,2**	-6,6*	0	20,5***	22,0***	27,3***	35,2***	1959
Almi	-19,2	-9,7	0	35,9*	17,8	38,4*	71,9***	104
BuS	-6,0	-1,5	0	25,1***	35,7***	36,6***	72,5***	531
EEN	-6,8	-7,5	0	16,3***	16,1***	19,7***	15,4**	1237
TVV	-25,0*	-19,9	0	33,5*	31,4*	53,9***	73,8***	87
Flera stöd	-14,7	1,3	0	52,8***	90,8***	95,6***	152,4***	181

Not: ***, ** och * symboliserar signifikansnivåer på 1 procent, 5 procent respektive 10 procent

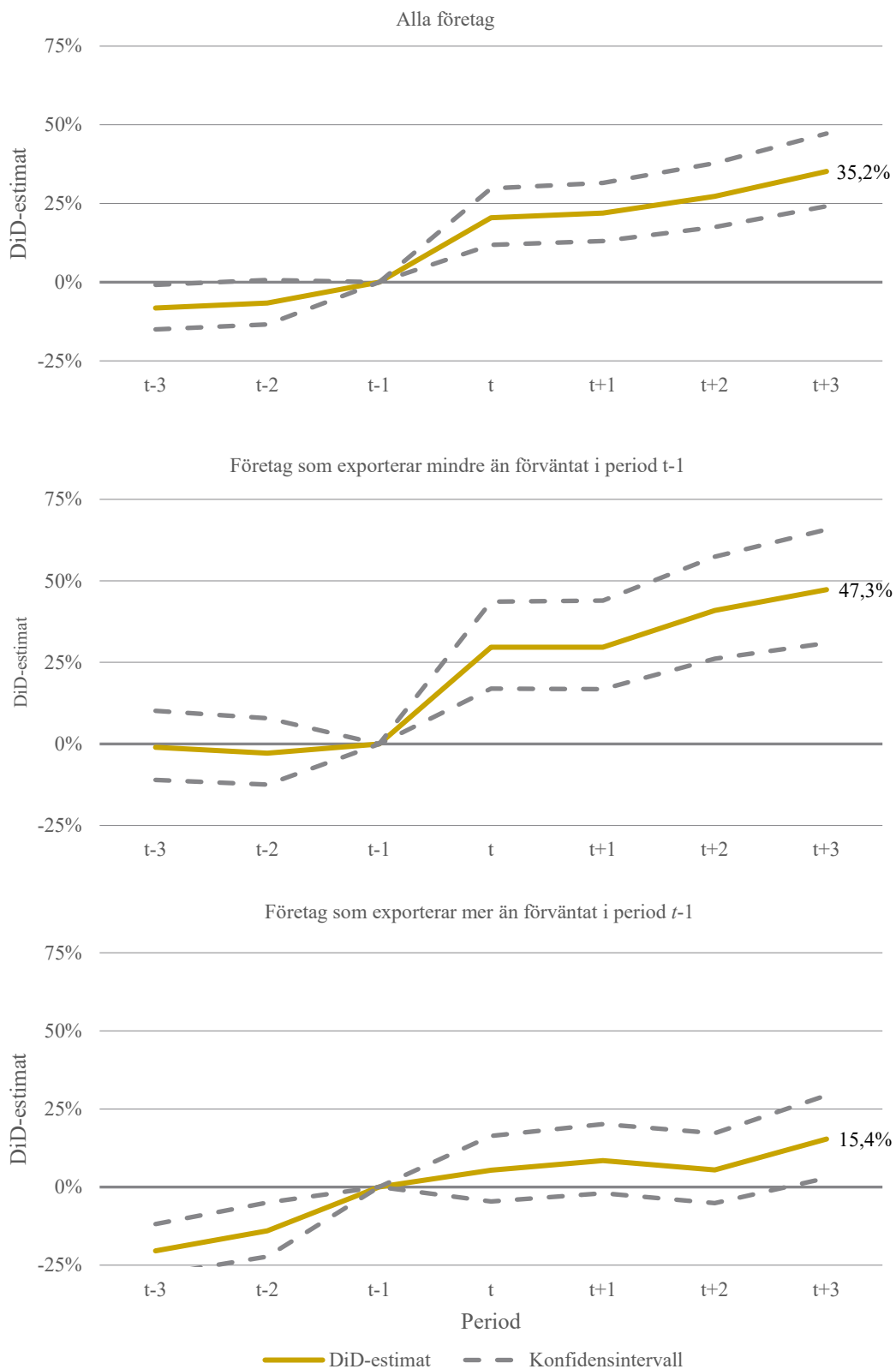
3.3.3 Störst nytta har företag som exporterar mindre än förväntat

Om vi delar upp företagen som har fått del av exportfrämjandet i två grupper beroende på om de exporterar mer eller mindre än förväntat initialt (perioden $t-1$) framträder ett intressant mönster.⁷ Uppdelningen visas i Figur 5 där den övre grafen visar de skattade effekterna av exportfrämjandet när alla företag ingår i beräkningarna (1959), mellersta grafen visar de skattade effekterna om vi bara tar med företagen som exporterade mindre än förväntat initialt (1243) och den nedre grafen visar de skattade effekterna om vi bara tar med företagen som exporterar mer än förväntat initialt (716).

Uppdelningen visar att det enbart är företagen som exporterar mindre än förväntat som är hjälpta av främjandet, det vill säga företagen som har en outnyttjad potential och därmed borde kunna prestera bättre med rätt hjälp. Den andra gruppen av högpresterande företag växte snabbare än kontrollgruppen före insatserna och fortsätter att växa snabbare efteråt. Eftersom vi inte ser något brott i trenden i samband med exportfrämjandet drar vi slutsatsen att den senare gruppen inte påverkades av främjandet även om skattningen är statistisk signifikant efter fyra år ($t+3$) på grund av den positiva trenden i exporttillväxten jämfört med kontrollgruppen.

⁷ Den förväntade exporten skattas med Poisson och baseras på företagens storlek, produktivitet, sektor, koncern tillhörighet och lokalisering i Sverige. Företagen delas sedan upp i två grupper beroende på om de ligger över eller under det förväntade värdet. Regressionerna redovisas i Tillväxtanalys (2020b).

Figur 5. Beräknade effekter av främjandet på exportvolymen jämfört med kontrollgruppen (%)



Skillnader mellan olika aktörer/program

För att se om det är någon skillnad mellan olika aktörer/program delar vi upp företagen ytterligare efter vilket främjande de tagit del av. Resultatet visas i tabell 7 och tabell 8. Uppdelning visar återigen att det är företagen som underpresterar initialt som är hjälpta av främjandet, och i synnerhet företagen som fått stöd från flera håll.

Tabell 7. Beräknade effekter av främjandet på exportvolym jämfört med kontrollgruppen (%), företag som exporterar mindre än förväntat i period $t-1$

Aktörer	$t-3$	$t-2$	$t-1$	T	$t+1$	$t+2$	$t+3$	obs
Alla	-1,0	-2,9	0	29,7***	29,7***	40,9***	47,3***	1243
Almi	-3,1	20,8	0	68,4**	27,4	51,0	85,5*	44
BuS	0,2	4,1	0	34,0***	46,7***	51,7***	94,6***	346
EEN	0,5	-5,8	0	25,2***	22,5***	33,4***	23,7***	800
TVV	-25,3	-17,1	0	37,0	32,0	60,3**	93,1**	53
Flera stöd	-14,3	13,3	0	72,5***	117,7***	141,8***	237,4***	123

Not: ***, ** och * symboliserar signifikansnivåer på 1 procent, 5 procent respektive 10 procent

Tabell 8. Beräknade effekter av främjandet på exportvolymen jämfört med kontrollgruppen (%), företag som exporterar mer än förväntat i period $t-1$

Aktörer	$t-3$	$t-2$	$t-1$	T	$t+1$	$t+2$	$t+3$	obs
Alla	-20,4***	-14,0***	0	5,3	8,5	5,4	15,4**	716
Almi	-30,8*	-27,5	0	16,0	8,5	25,0	54,8**	60
BuS	-17,3***	-11,4	0	9,1	16,4	12,1	36,6***	185
EEN	-19,7***	-12,2*	0	0,7	3,6	-3,1	-0,2	437
TVV	-25,6	-24,4	0	28,7	30,2	41,9	45,9	34
Flera stöd	-16,9%	-20,1	0	17,8	44,3**	26,0	40,8*	58

Not: ***, ** och * symboliserar signifikansnivåer på 1 procent, 5 procent respektive 10 procent.

3.3.4 Är sambanden kausala?

Är sambanden vi har påvisat kausala, det vill säga ett resultat av exportfrämjandet? Som vi påpekade i det inledande metodavsnittet är detta i slutändan en bedömningsfråga. Det bygger på antagandet att matchningen har lyckas skapa perfekta tvillinggrupper i den meningen att företagen i både grupperna har samma potentiella nytta av insatserna, och därför har samma incitament att delta i olika främjarinsatser. Om detta är fallet så kan fördelningen mellan de som deltar i exportfrämjandet och de som inte deltar anses vara slumpmässigt betingad, och effekterna av främjandet därmed betraktas som kausala.

Ett indirekt stöd för att sambanden verkligen är kausala är det faktum att exportfrämjandet endast hjälper företag som presterade sämre än förväntat initialt, det vill säga de som har en outnyttjad potential och därmed borde kunna prestera bättre med rätt hjälp. För andra företag som redan är duktiga exportörer ser vi inga eller bara marginella effekter av främjandet.

4 Slutsatser

Främjandet ökar exporten om det når "rätt" företag

I det här projektet har vi utvärderat statens riktade exportfrämjande till små och medelstora företag som utförs av Business Sweden (grundläggande exportutbildning, Steps to Export), Almi Företagspartner (exportlån), Tillväxtverket (affärsutvecklingscheckar för internationalisering) och Enterprise Europe Network (internationell affärsrådgivning och partnersökning). Utvärderingen visar att:

- Företag som inte exporterar har en ökad sannolikhet att börja exportera efter kontakt med exportfrämjandet.
- Företag som redan exporterar redovisar en ökad exportvolym, särskilt i tjänstesektorn.
- Företag som tar del av stöd från flera aktörer uppvisar de största positiva effekterna.
- Främjandet hjälper företag som exporterar mindre än förväntat initialt, det vill säga företag som har en outnyttjad potential och som kan prestera bättre med rätt stöd.
- För företag som redan är duktiga exportörer ser vi inga eller endast marginella effekter.

Selektionsproblemen försvårar utvärderingen

En utmaning med att mäta effekterna av exportfrämjandet är att det är företagen själva som bestämmer om det ska delta eller ej. De skattade effekterna av främjandet kan då komma att sammanblandas med skillnader som egentligen har att göra med företagens drivkrafter och förmåga. Statistiskt hanteras problemet genom att man jämför exportutvecklingen mellan företag som är så lika varandra som möjligt men där den ena gruppen tar del av främjandet och den andra inte.

För att verkligen vara säkra på att vi mäter effekten av själva stödet skulle vi behövt ha information om hur företagen rekryterades till främjandet: Söker företagen själva upp främjandet, eller söker främjandet upp företagen? Och hur skiljer sig utfallet i de olika fallen?

Utmaningen är att identifiera företag med en outnyttjad exportpotential

Utmaningen för främjarorganisationerna är att nå just de företag som skulle vara behjälpta av främjandet. Det kan finnas en frestelse här att leta bland företag som bevisligen redan är framgångsrika exportörer, men utmaningen är snarare att hitta företag som ännu inte har nått upp till sin potential. Potentialen kan till exempel bedömas utifrån hur innovativt företaget är, tillväxten, produktionskostnaderna och företagsledningens kompetens.

Vad vi förstår använder många organisationer redan sådana kriterier när de själva söker upp företag och när de screenar företagen som har ansökt om stöd. Men hur träffsäkra är dessa kriterier? Detta skulle organisationerna själva kunna analysera genom att jämföra utfallet av främjandet beroende på vilka förutsättningar företagen bedömdes ha för att lyckas med sin exportsatsning.

Litteraturlista

- Broocks, A., & Van Biesebroeck, J. (2017). The impact of export promotion on export market entry. *Journal of International Economics*, 107, 19-33.
- Munch, J., & Schaur, G. (2018). The effect of export promotion on firm-level performance. *American Economic Journal: Economic Policy*, 10(1), 357-87.
- Regeringens skrivelse 2015/16:48, ”Regeringens exportstrategi,” 10 december 2015.
- Regeringskansliet (2019), ”Sveriges export- och investeringsstrategi”, 13 december 2019.
- Riksrevisionen (2013), ”På väg ut i världen – statens främjandeinsatser för export”, RiR 2013:10.
- SOU 2008:90, ”Svensk export och internationalisering – utveckling, utmaningar, företagsklimat och främjande”.
- Tillväxtanalys. (2015). ”Effekter av statens främjande insatser för internationalisering”, PM 2015:03.
- Tillväxtanalys. (2019). ”Sveriges exportberoende – sårbarhet för fluktuationer i internationell efterfrågan”, PM 2019:04.
- Tillväxtanalys (2020a). ”De små och medelstora företagens export och det statliga exportfrämjandets roll”, PM 2020:03.
- Tillväxtanalys (2020b). ”Utvärdering av exportfrämjandet till små och medelstora företag”, PM 2020:08.
- Tillväxtanalys (2020c). ”Sveriges exportfrämjande jämfört med andra länder i Europa, PM 2020:01.
- Tillväxtanalys (2020d). ”Wholesale firms: A catalyst for Swedish exports?”, WP 2020:01.

Bilaga 1 Metod

I denna bilaga redovisas detaljerna i matchningsmetoden som används för att kvantifiera effekterna av exportfrämjandet, uppdelat i två fall:

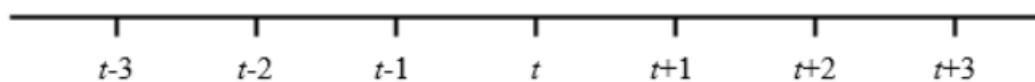
- Vilka effekter har exportfrämjandet på sannolikheten för att börja exportera?
- För de företag som redan exporterar, hur påverkar främjandet exportens storlek?

Utmaningen är att skapa en kontrollgrupp som är jämförbar med den behandlade gruppen. Om matchningen lyckas skapa perfekta tvillinggrupper i meningen att företagen i båda grupperna (deltagare och kontroll) har samma potentiella nytta av insatserna, och därför har samma incitament att delta, är det möjligt att utvärdera effekterna i en *kausal* mening eftersom fördelningen av företag mellan den behandlade gruppen och kontrollgruppen i så fall kan anses vara slumpmässigt betingad.

Tidslinje

Matchningen görs separat för fall 1 (icke-exportörer) och fall 2 (exportörer). Tidslinjen för matchningen och utvärderingen illustreras i Figur 6. Företagen följs under en 7-års period där perioden t är det första behandlingsåret i en potentiell serie av upprepade behandlingar.

Figur 6 Tidslinjen för matchning och utvärdering



Första steget i matchningen (CEM)

Vi använder oss av en tvåstegsmatchning. Det första urvalet av kontrollföretag sker på basis av bransch (tresiffrig SNI) och ”förhistoria” definierad i Tabell 9. Ingen export i perioden $t-3$, $t-2$, $t-1$ kodas med 0, export med 1 och företaget existerar ej med *. Till exempel beskriver Fall 1 en situation där företaget startade i perioden $t-1$ och tog del av en främjarinsats i perioden t . Om företaget inte exporterar i perioden $t-1$ matchas det mot andra företag i samma bransch som startade i perioden $t-1$ och som inte exporterar; och om företaget exporterar matchas det mot andra företag i samma bransch som startade i perioden $t-1$ och som exporterar.

Tabell 9. Företag i samma bransch och med samma förhistoria matchas mot varandra

	Ingen export t-1			Export t-1		
	t-3	t-2	t-1	t-3	t-2	t-1
Fall 1	*	*	0	*	*	1
Fall 2	*	0	0	*	0	1
Fall 3	*	1	0	*	1	1
Fall 4	0	0	0	0	0	1
Fall 5	0	1	0	0	1	1
Fall 6	1	1	0	1	1	1
Fall 7	1	0	0	1	0	1

Not. Ingen export = 0, Export = 1, Företaget existerar ej = *.

Steg 1 är således en exakt matchning i likhet med coarsened exact matchning (CEM) som använts i flera tidigare rapporter av Tillväxtanalys.

Andra steget i matchningen (CEM+)

Bland de företag som uppfyller de exakta villkoren (bransch och förhistoria) väljs de fem mest jämförbara företagen på basis av hur lika de är med avseende på sannolikheten för export och förväntad exportvolym, givet storlek, produktivitet, koncern tillhörighet och lokalisering i Sverige.

För att beräkna sannolikheten för att ett företag med vissa attribut exporterar skattar vi en sannolikhetsfunktion med *Probit* i STATA. Exporterande företag kodas med 1 och icke-exporterande företag med 0. Exportsannolikheten för tillverkningsindustrin skattas för sig och tjänstesektorn för sig. Skattningarna görs på data för tidsperioden 2003 till 2017. På basis av de skattade koefficienterna görs en beräkning av den individuella sannolikheten för att ett företag ska exportera, givet de variabler som ingår i regressionerna.

För att beräkna den förväntade exportvolymen för de företag som exporterar skattar vi en exportekvation med *Poisson* i Stata. Exportvolymerna för tillverkningsindustrin skattas för sig och tjänstesektorn för sig. Skattningarna görs på data för tidsperioden 2003 till 2017. På basis av de skattade koefficienterna görs en beräkning av den individuella förväntade exportvolymen, givet de variabler som ingår i regressionerna.

Skattningarna redovisas i Tabell 10. Regressionerna tar hänsyn till företagets storlek mätt i antalet sysselsatta (egenföretagare antas arbeta i sitt eget bolag), produktiviteten (förädlingsvärdet per sysselsatt), om företaget ingår i ett svenskt eller utländskt multinationellt företag (MNE), samt kontrollvariabler för bransch, lokalisering (arbetsmarknadsregion) och kalenderår.

Tabell 10. Skattning av sannolikheten att exportera till världsmarknaden och exportvolymen för de företag som exporterar (2003-2017)

	Sannolikheten för export		Exportvolymen, givet export	
	Tillverkningsind.	Tjänstesektorn	Tillverkningsind.	Tjänstesektorn
Log(sysselsättning)	0.13** (0.00)	0.05** (0.00)	1.08** (0.00)	0.84** (0.00)
Log(produktivitet)	0.03** (0.00)	0.02** (0.00)	0.98** (0.00)	0.87** (0.00)
Ingår i svensk MNE	0.07** (0.00)	0.05** (0.00)	0.41** (0.00)	0.59** (0.00)
Ingår i utländsk MNE	0.11** (0.00)	0.08** (0.00)	0.41** (0.00)	0.81** (0.00)
Bransch	Ja	Ja	Ja	Ja
Region	Ja	Ja	Ja	Ja
År	Ja	Ja	Ja	Ja
Observationer	604479	8153761	151845	692149
Pseudo R2	0.38	0.25	0.83	0.67

Not: Tabellen redovisar de *marginella* effekterna av förklaringsvariablerna i modellen. Koefficienterna inom parentes anger standardavvikelsen. En stjärna indikerar signifikans på 5-procentsnivån och två stjärnor på 1-procentsnivån.

Urvalet i steg 2 baserar på det Euklidiska avståndet mellan det behandlade företaget och de potentiella kontrollföretagen som valdes ut i steg 1. Matchningen görs på hela tidsperioden $t-3$, $t-2$ och $t-1$ om företaget existerar hela perioden, annars för en kortare period. Vi använder de fem bästa matcherna för varje behandlat företag. Om det finns färre än 10 företag att välja på från steg 1 av matchningen används inte denna observation.

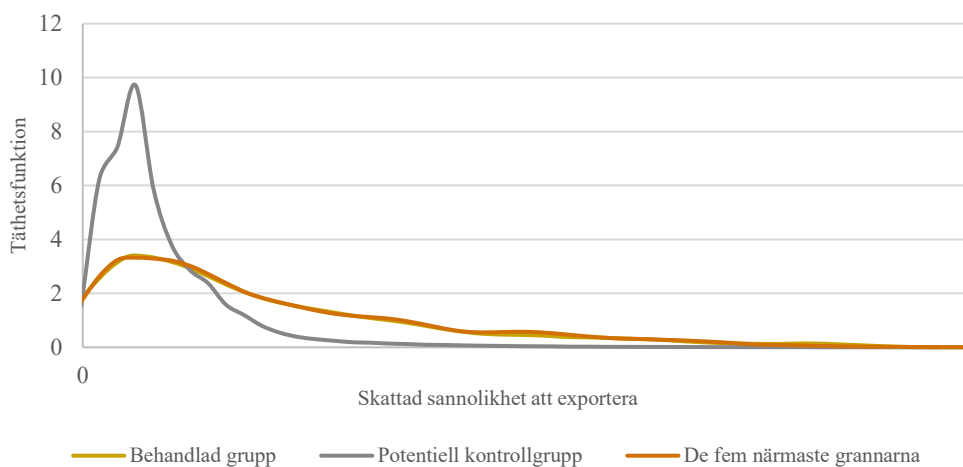
Difference-in-Differences (DiD)

De data som skapas genom matchningen (fem kontrollföretag för varje företag som tagit del av en främjarinsats) används för att utvärdera effekterna av främjandet. Beräkningarna görs med en statistisk metod som kallas för "Difference-in-Differences" (DiD) som jämför skillnaden mellan grupperna före och efter främjandet. Om skillnaden inte är statistiskt signifikant innan främjandet (t-3, t-2 och t-1) men statistiskt signifikant efter främjandet (t+1, t+2, t+3) tas detta som intäkt för främjandets effekter på exporten.

Diagnostik av matchningen

Figur 7 diagnostiserar matchningen i fall 1 (icke-exportörer). Den skattade sannolikheten att exportera visas på den horisontella axeln och fördelningsfunktion på den vertikala axeln för den behandlade gruppen (gul linje), för de fem närmaste grannarna (brandgula linje) och för hela potentiella kontrollgruppen (grå linje). Notera att företagen som sökte sig till exportfrämjandet hade en genomsnittligt högre sannolikhet att börja exportera än hela populationen av företag i samma bransch och med samma förhistoria. Figuren visar att matchningen lyckades med att skapa en kontrollgrupp bestående av företag med ungefär samma sannolikhet att börja exportera som för företagen i den behandlade gruppen (den gula och den brandgula fördelningen överlappar nästan varandra).

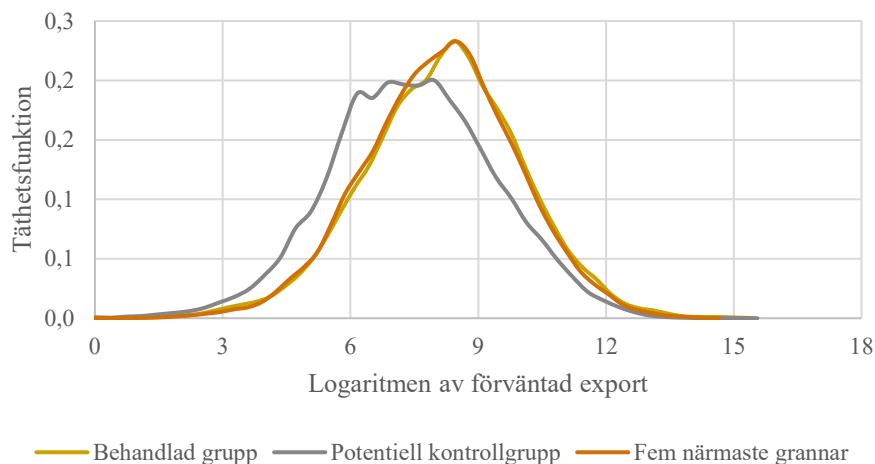
Figur 7. Jämförelse av fördelning av sannolikhet att börja exportera för samtliga program aggregerat för företag som inte exporterar t-1



Källa: Egna beräkningar baserat på erhållen data från respektive aktör och SCB

Figur 8 diagnostiserar matchningen i fall 2 (exportörer). Den förväntade exportvolymen visas på den horisontella axeln och fördelningsfunktion på den vertikala axeln för den behandlade gruppen (gul linje), för de fem närmaste grannarna (brandgula linje) och för hela potentiella kontrollgruppen (grå linje). Figuren visar att matchningen lyckades med att skapa en kontrollgrupp bestående av företag med ungefär samma förväntade exportvolym som för företagen i den behandlade gruppen (den gula och den brandgula fördelningen överlappar nästan varandra).

Figur 8. Jämförelse av fördelning av förväntad export för samtliga program aggregerat för företag som exporterar $t-1$



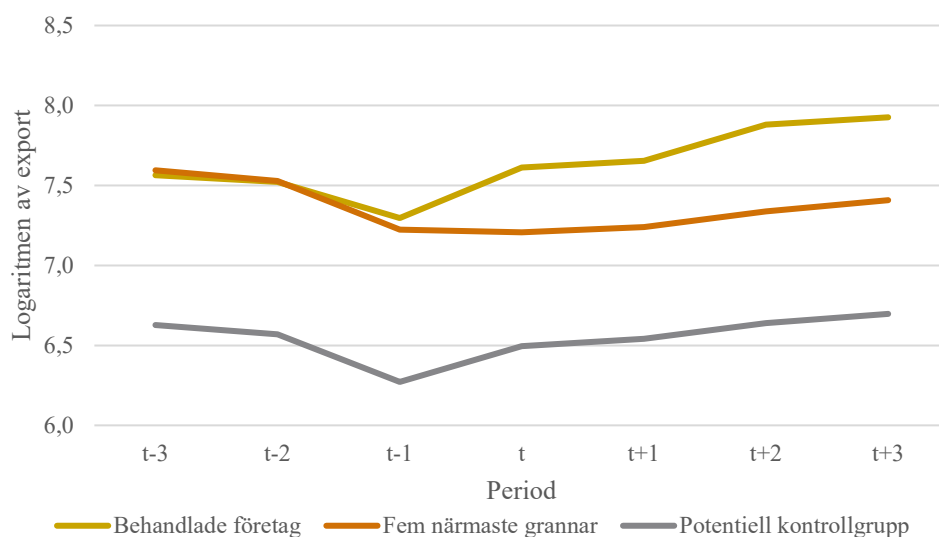
Källa: Egna beräkningar baserat på erhållen data från respektive aktör och SCB

Figurerna ovan diagnostiserar matchningen för alla aktörer och program. En uppdelning av de enskilda aktörerna/programmen visar samma mönster som ovan för de enskilda delarna.

Utvecklingen av exportvolym är likartad för grupperna innan främjandet

Ett antagande för att utföra DiD är att utvecklingen i utfallsvariabeln, det vill säga faktisk export, är parallell med kontrollgruppen innan de exportfrämjande insatserna. Det senare är antagandet helt uppfyllt i fall 1 genom den exakta matchningen i steg 1. Hur väl antagandet stämmer överens i fall 2 då företagen exporterar i utgångsläget visas i Figur 9.

Figur 9. Exportutveckling för perioden $t-3$ till $t+3$ för företagen av intresse



Figur 9 visar att företagen som söker sig till exportfrämjandet har en högre förväntad export än genomsnittet för branschen (gula linjen > gråa linjen). Men som vi ser när vi jämför den gula och brandgula linjen så ligger den faktiska exporten på samma nivå och med samma trend för den behandlade gruppen och de fem närmaste grannarna i perioderna t-3, t-2 och t-1. Detta visar återigen att matchningen fungerade. Det är först efter behandlingen som grupperna divergerar.

Analys av bortfallet av observationer

I utvärderingen av exportfrämjandet har vi enbart kunnat använda en del av materialet som främjarorganisationerna har ställt till vårt förfogande. De olika anledningarna till bortfallet redovisas i Tabell 11 .

Tabell 11. Datamaterial och antal observationer som inte är med i effektutvärderingen

Aktör	Almi exportlån		BuS Steps to Export		EEN		TVV	
Spara relevanta program	1138		3998		6039		705	
Finns i FEK-databasen	1112		3841		5628		705	
Tar med endast första året	311		1785		4257		334	
Finns i FEK-databasen efter att bara tagit med företag enligt SME-definition och justering för orimliga observationer	277		1649		4163		322	
Företag finns i FEK-databasen period t och t-1	238		1485		3400		318	
	Exportör	Icke- Exportör	Exportör	Icke- Exportör	Exportör	Icke- Exportör	Exportör	Icke- Exportör
Uppdelning av företagen i exportörer och icke-exportörer innan stödet erhålls	202	36	967	518	1867	1533	260	58
Ta bort företag som vi inte kunnat skatta exportpotential för	167	27	870	397	1654	1017	237	46
Ta bort företag som fått stöd från flera aktörer	113	20	564	259	1322	919	91	32
Ta bort företag som inte har minst 10 potentiella företag i samma sektor och med samma förhistoria	104	19	531	254	1237	889	87	30

Bilaga 2 Datakällor

Analysen i denna rapport bygger på fyra mikrodatabaser som kopplats samman genom ett avidentifierat löpnummer som SCB har satt. Dessa databaser har i sin tur kopplats samman med de data som främjarorganisationerna ställt till vårt förfogande.

Företagens ekonomi

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

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

Utrikeshandeln med varor

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

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

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

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

Mervärdeskatteregistret (även kallat Momsregistret)

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

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

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

Internationella företag

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

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

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

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

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

Tillväxtanalys finns i Östersund (huvudkontor) och Stockholm.

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



Tillväxtanalys

Studentplan 3, 831 40 Östersund

Telefon: 010-447 44 00

E-post: info@tillvaxtanalys.se

Webb: www.tillvaxtanalys.se