



Näringslivsutveckling i Nordprogramområdet

En analys av tillväxtambitioner, samverkan och export

Titel Näringslivsutveckling i Nordprogramområdet:
 En analys av tillväxtambitioner, samverkan och export.
 Diariennr. 303-9131-13, Rapportnr. 13/2015

Författare: Daniel Örtqvist, Luleå tekniska universitet.
Information: Rapporten är en beställning av Länsstyrelsen i Norrbotten
 inom projektet Regional förnyelse. Författaren ansvarar själv för rapportens innehåll.

Omslagsbild: Bildbyrå: MostPhotos

Kontaktperson: Sari Roininen,
 Länsstyrelsen i Norrbottens län
 971 86 Luleå.

Telefon: 010-225 50 00, fax: 0920-22 84 11,

E-post: norrboten@lansstyrelsen.se
Internet: www.lansstyrelsen.se/norrboten

ISSN: 0283-9636

NÄRINGSLIVSUTVECKLING I NORDPROGRAMOMRÅDET: EN ANALYS AV TILLVÄXTAMBITIONER, SAMVERKAN OCH EXPORT

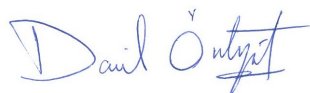
Denna rapport har författats inom ramarna för projektet "Regional förnyelse" vilket finansieras via Luleå tekniska universitet (LTU) och Länsstyrelsens länsanslag. Projektet "Regional förnyelse" har upprättats i syfte att stärka den regionala analysen inom olika områden. Rapporten "Näringslivsutveckling i nordprogramområdet: En analys av tillväxtambitioner, samverkan och export" syftar till att stärka den regionala analysen rörande små och medelstora företags (SMFs) tillväxtambitioner, gränsöverskridande samverkan och export i Interreg Nords programområde, vilket inkluderar norra delarna av Norge, Sverige och Finland samt hela området Sápmi.

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

Avsikten med denna studie är framförallt att skapa förståelse för exportmönster, gränsöverskridande samverkan samt tillväxtvilja för de SMF som agerar inom Interreg Nords programområde. Rapporten har också som målsättning att utgöra ett underlag till uppföljningen av programmet under 2014-2020.

De resultat som redovisas i rapporten utgör en bas för att följa hur näringslivsutvecklingen bland regionens SMFs förändras under en längre tidsperiod och syftar därmed till att bistå regionala aktörer med ett ökat kunskapsunderlag för fortsatta näringslivsinsatser. Att regionens SMFs analyseras utifrån deras internationalisering har bedömts som viktigt för att stärka den ekonomiska och sociala utvecklingen i Interreg Nords programområde. Liknande EU-program har funnits alltsedan 1995 och Interreg Nord 2014-2020 är det fjärde i ordningen.

Studien som utgör underlag till följande rapport kan ses som en basmätning för att skapa förståelse för hur situationen ser ut när Interreg Nord 2014-2020 startar sin nya programperiod. Studien är designad på så sätt att den kan följas upp och utgöra underlag för processutvärderingar och effektutvärderingar av de insatser som sker.



Daniel Örtqvist

Professor i entreprenörskap och innovation

Luleå tekniska universitet

SAMMANFATTNING

Syftet med den här studien är att stärka den regionala analysen rörande små och medelstora företags (SMFs) tillväxtambitioner, gränsöverskridande samverkan och export i Interreg Nords programområde, vilket inkluderar norra delarna av Norge, Sverige och Finland samt hela området Sápmi. Inom projektet har data samlats in från små och medelstora företag i nämnda programområde. Totalt har 4500 slumpvis utvalda företag bjudits in att delta i studien (22% svarsfrekvens; 13% användbarhetsfrekvens). Sekundärdata har samlats in från källor såsom Statistiska centralbyrån (SCB), Patent och registreringsverket (PRV) m.fl. Regionala rapportserier (från exempelvis Nordregio och Kontigo) har också använts som underlag för diskussioner och analyser.

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

Nordprogrammets område och förutsättningar

Nordprogramområdet uppgår till en yta av drygt 400 tusen km² med en befolkning strax under 1,5 miljoner invånare. I utvecklingen av Nordprogrammets mål och prioriteringar var Lissabonstrategin/Göteborgagendan central. Strategin omfattar att göra Europa mer attraktivt för investeringar och arbetskraft, att skapa tillväxt genom kunskap och innovation och att skapa fler och bättre arbetstillfällen. Totalt har Nordprogrammet en total budget på ca 39 miljoner euro från Europeiska regionala utvecklingsfonden för programperioden 2014-2020. Till detta kan läggas norska IR-midler samt nationell offentlig och privat medfinansiering (vilken kan vara lokal eller regional). Den totala omfattningen av programmets budget beräknades därför uppgå till drygt 76 miljoner Euro.

Analyser av Nordprogramrådets förutsättningar har tydligt visat att området är perifert. Exempelvis har Nordregio visat att Nordprogrammets område är det minst tillgängliga området i hela Europa utifrån en analys av vägnätet. Liknande resultat erhålls vid analyser av transport med båt, flyg och tåg.

Samtidigt är befolkningstätheten i området låg med en stark negativ trend under början av 2000-talet. Sammantaget har detta medfört att området betraktas som demografiskt sårbart (exempelvis i analyser genomförda av Nordregio).

Trots demografi och det geografiska läget har Nordprogrammets område överlag goda ekonomiska förutsättningar. Merparten av Nordprogrammets område uppvisar en högre bruttoregionalprodukt per capita jämfört med det europeiska genomsnittet. På liknande sätt framkommer att programområdet i huvudsak följer respektive lands genomsnittliga nivåer av nyföretagande, med undantag för storstadsregionernas nivåer.

För företagen är den inhemska marknaden av vikt men ofta begränsad. Företag med tillväxtambitioner ställs relativt snabbt inför behov av internationalisering. Detta ser vi bland annat genom att medelvärdet av import och export som uppgår till mer än en fjärdedel av de nordiska ländernas BNP. Under de senaste 20 åren har de nordiska länderna uppvisat en stark internationell handel och ofta med ett överskott i handelsbalansen. Den europeiska marknaden har stor betydelse för ländernas internationella handel. Ungefär en femtedel av de nordiska ländernas utrikeshandel sker med andra nordiska länder.

Nordprogrammets SMFs

I studien ingår små och medelstora företag med minst en och maximalt 250 anställda samt en årsomsättning om minst 500 tusen kronor. I den svenska delen av Nordprogrammets område finns det drygt 6500 SMFs. I den norska delen finns det närmare 9500 SMFs. I statistiken från Finland framgår arbetsställen istället för företag och där finns drygt 27500 arbetsställen som är SMFs.

Företagsledarna är mellan 20 och drygt 80 år. Ungefär hälften av företagarna är mellan 45 och 60 år. En fjärdedel är yngre än 45 år och en fjärdedel är äldre än 60 år. Den genomsnittlige företagsledaren har en gymnasial utbildning med ungefär 15 års erfarenhet som företagsledare och ytterligare 16 års erfarenhet från andra positioner i näringslivet.

Av de företag som besvarade studien är drygt 80% så kallade mikroföretag (mindre än 10 anställda). Närmare 40% av företagen hade två eller färre anställda. Endast 3% av svaren kommer från företag med mer än 50 anställda.

Ca 20% av företagsledarna i urvalet är kvinnor. Enligt studien har mellan 40%-60% av företagen inga kvinnliga anställda. I en fördjupande analys av de svenska företagens villkor kontrolleras denna information med ett register hämtat från SCB. Analysen visar att dessa resultat står fast även om mikroföretagen utesluts ur analysen.

Tillväxtambitioner

I en jämförelse av de svenska, finska och norska svaren framgår att tillväxtambitionen är liknande i de tre ländernas regioner med undantag av att de norska företagen inte är lika positivt inställda till en omfattande tillväxt som de svenska och finska företagen.

Resultaten visar att mer än hälften av företagen ställer sig positiva till en omsättningsökning om 25% till 2020. I Sverige och Finland så anger närmare hälften av företagen att de också skulle ställa sig positiva till en fördubblad omsättning till 2020. Samtidigt angav 30% av de norska företagen att de ställer sig positiva till en fördubblad omsättning till 2020.

I undersökningen fick företagen en möjlighet att uttrycka vilka faktorer som är betydelsefulla för att de ska kunna nå sina tillväxtambitioner till 2020. Det framkom ett relativt stort antal kommentarer rörande vilka faktorer som är centrala. Det handlade om allt ifrån företagsledarens inställning och ambition, till företagets förutsättningar, verksamhetens intressenter och det omgivande samhället.

Internationell handel

22% av de svenska, 30% av de finska och 19% av de norska företagen har erfarenhet av export enligt de självuppskattningar som gjorts i den genomförda studien. Enligt en analys av objektiv data för Svenska företag under det senaste verksamhetsåret kan dessa självangivna värden vara något tilltagna.

Enligt en analys av geografisk fördelning av omsättning framgår att 71-89% av omsättningen går på nationell marknad, 4-13% går på export inom Skandinavien, ytterligare 4-7% går på export i övriga Europa och 3-10% går på export utanför Europa.

Motsvarande fördelning för importverksamhet visar att 80-86% av omsättningen kommer från nationell handel, 6-11% av omsättningen kommer från övriga Skandinavien, 3-6% kommer från övriga Europa och 2-6% kommer från övriga världen.

Merparten av företagen som har erfarenhet av export har mellan fem och tio års erfarenhet av export. Övervägande del av de svenska och finska företagen anger att de har haft export under majoriteten av åren sedan deras första exportsatsning. De norska företagen däremot skiljer sig markant. Där är det relativt få som anger att de har haft uthålliga exportsatsningar.

I en fördjupad analys framkommer att merparten av företagen som bedriver export (ungefär 60% enligt studien) har en exportomsättning som motsvarar högst en kvarts miljon kronor. En förlängning av analysen ger att ungefär 3% av företagsbeståndet har en exportomsättning om minst en miljon kronor.

Företagen fick möjligheten att kommentera vilka faktorer som skulle kunna påverka deras inställning till att öka arbete med export och internationalisering. Där framkom i huvudsak fem tematiska områden. Dessa teman utgörs av behovet av exportstöd (stöd i att bygga nätverk, genomföra marknadsanalyser, samt utbildning), utvecklade regelverk (förenkling av regelverk för exportstöd, tull och skatt), omvärldsfaktorer (stabilitet i efterfrågan och omgivningen), interna resurser (avsaknad av resurser såsom kapital, personal och erfarenhet), samt ett avslutande tema som består av kommentarer från företag som menar att export och internationell handel inte är en målsättning för deras verksamhet.

Gränsöverskridande samverkan

Företagen anger att de i genomsnitt har 10-20 samverkanspartners där merparten (60-70%) utgörs av relationer med andra företag inom regionen. I genomsnitt är ungefär 10% av relationerna internationella för företag i Sverige och Finland. Knappt 5% av relationerna är internationella för företag i Norge.

Sedan 2010 har företagen i genomsnitt inlett relationer med 3-10 nya samverkanspartners och motsvarande avvecklat 1-2 samverkansrelationer. Den stora merparten av relationerna som utvecklas och avvecklas är nationella. Av de relationer som företagen har så är 9-32% branschöverskridande.

Enligt en studie som Kontigo genomfört har så kallade triple-helix-konstellationer varit vanligt förekommande inom ramarna för de projekt som bedrivits under föregående programperiod. Akademiska partners har deltagit i 80% av de svenska projekten, i 60% av de finska projekten och mellan 25-30% av de norska projekten. Organisationer som representerar offentlig sektor har deltagit i mer än hälften av projekten.

Företagen som besvarade studien ombads också lyfta fram vilka frågeställningar som de anser vara viktiga för att stimulera nyskapande samverkan (ex. över industrisektorer eller nationsgränser). Centralt för många företagare har varit att det finns forum och mötesplatser, att samverkan bedrivs utifrån gemensamma aktiviteter, att det finns utbildning och forskning som kan stödja gränsöverskridande samverkan, samt att det skapas strukturer som är lämpliga för att bedriva samverkan.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Sammanfattning	7
<i>Nordprogrammets område och förutsättningar</i>	7
<i>Nordprogrammets SMEs</i>	8
<i>Tillväxtambitioner</i>	9
<i>Internationell handel</i>	9
<i>Gränsöverskridande samverkan</i>	10
Nordprogrammets område och förutsättningar	15
<i>En perifer och glesbefolkad region</i>	16
<i>Med goda ekonomiska förutsättningar</i>	21
<i>Lokala och internationella marknader</i>	24
Enkätstudie av gränsöverskridande samverkan och export	25
<i>Enkät</i>	25
<i>Administration</i>	25
<i>Urval</i>	26
Nordprogramområdets små och medelstora företag	28
<i>Information om företagsledare</i>	28
<i>Företagsinriktning</i>	28
<i>Företagsstorlek</i>	29
<i>Jämställdhet i företagen</i>	30
Tillväxtambitioner	32
Faktorer som påverkar tillväxtambitioner	34
Internationell handel	36
Faktorer för ökad internationalisering och export	41
<i>Exportstöd</i>	42
<i>Regelverk</i>	42
<i>Omvärldsfaktorer</i>	42
<i>Interna resurser</i>	42

<i>Ej export</i>	43
Gränsöverskridande samverkan	44
<i>Erfarenheter av gränsöverskridande samverkan från tidigare programperiod</i>	47
Faktorer för ökad gränsöverskridande samverkan	51
Diskussion	53
<i>Tillväxtambitioner</i>	53
<i>Internationell handel</i>	53
<i>Gränsöverskridande samverkan</i>	56
Referenser	57

FIGURFÖRTECKNING

Figur 1: Karta Nordprogrammet	15
Figur 2: Regional tillgänglighet (Nordregio, 2005)	16
Figur 3: Befolkningstäthet i Norden (Nordregio, 2006)	17
Figur 4: Befolkningsförändring (Nordregio, 2005)	18
Figur 5: Befolkningstäthet (Eurostat, 2011)	19
Figur 6: Demografisk sårbarhet (Nordregio, 2012)	20
Figur 7: Bruttoregionalprodukt (Nordregio, 2014)	21
Figur 8: Regionalt nyföretagande (Nordregio, 2014)	22
Figur 9: Anställning i offentlig sektor (Nordregio, 2005)	23
Figur 10: Åldersfördelning företagsledare	28
Figur 11: Företagsstorlek (Antal anställda)	29
Figur 12: Könsfördelning Svenska bolag	30
Figur 13: Könsfördelning Finska bolag	30
Figur 14: Könsfördelning Norska bolag	30
Figur 15: REgional könsfördelning (Nordregio, 2009)	31
Figur 16: Inställning till 25% anställningsökning	33
Figur 17: Inställning till 100% anställningsökning	33
Figur 18: Faktorer som påverkar tillväxtambitioner	35
Figur 19: Exporterfarenhet	36
Figur 20: Exportnivå	37
Figur 21: Importnivå	38
Figur 22: Exportår	39
Figur 23: Exportbenägenhet efter industrikod	40
Figur 24: Internationaliseringsfaktorer	41
Figur 25: Gränsöverskridande samverkan	44
Figur 26: Samarbetsrelationer i Sverige	45
Figur 27: Samarbetsrelationer Finland	46
Figur 28: Samarbetsrelationer Norge	47
Figur 29: Projektledares syn på Samverkan från industriprojekt (Kontigo, 2012)	48
Figur 30: Projektledares syn på samverkan från FoU-projekt (Kontigo, 2012)	48
Figur 31: Lärosäten (Eurostat, 2005)	50
Figur 32: Faktorer för ökad gränsöverskridande samverkan	52
Figur 33: Främjandeinsatser internationell handel (SOU2008:90)	55

NORDPROGRAMMETS OMRÅDE OCH FÖRUTSÄTTNINGAR

Från mitten av 1990-talet har EU haft flera program som syftat till att stödja och främja näringslivsutveckling genom olika typer av satsningar på samsamarbetsformer över nationsgränser.

Genom Interreg IIA 1995-1999, Interreg IIIA 2000-2006 och Interreg IVA 2007-2013 har ett stort antal gränsöverskridande projekt mellan olika regioner i programområdet finansierats. För närvarande har Interreg V Nord 2014-2020, det fjärde programmet i ordningen initierats.

Interreg Nord (hädan efter kallat Nordprogrammet) avser EU-länderna Sverige och Finland samt därutöver Norge. Dess räckvidd preciseras i kartan hämtad från Interreg Nords hemsida (se figur 1).



FIGUR 1: KARTA NORDPROGRAMMET

Interreg Nord 2014-2020 består av delområde Nord omfattande Nordlands, Troms och Finnmarks fylken i Norge, Norrbottens län och Norsjö, Malå, Skellefteå och Sorsele kommuner i Västerbottens län i Sverige samt Lapplands, Norra Österbottens och Mellersta Österbottens landskap i Finland. Delområde Sápmi omfattar, förutom ovan nämnda områden även Nord-Trøndelag, Sör-Trøndelag fylken samt del av Hedmark fylke (Elgå Reinbetesdistrikt) i Norge, hela Västerbottens län, Jämtlands län, Västernorrlands län samt del av Dalarna län (Idre samebys område) i Sverige.

Gemensamt för de regioner inom respektive land som ingår i Nordprogrammet är att samtliga är perifera med ett stort avstånd till respektive lands storstäder. 2005 uppgick den totala befolkningen i programområdet till 1

444 515 invånare på en yta av 413 221 km², vilket ger ett snitt på 3,5 invånare per kvadratkilometer.

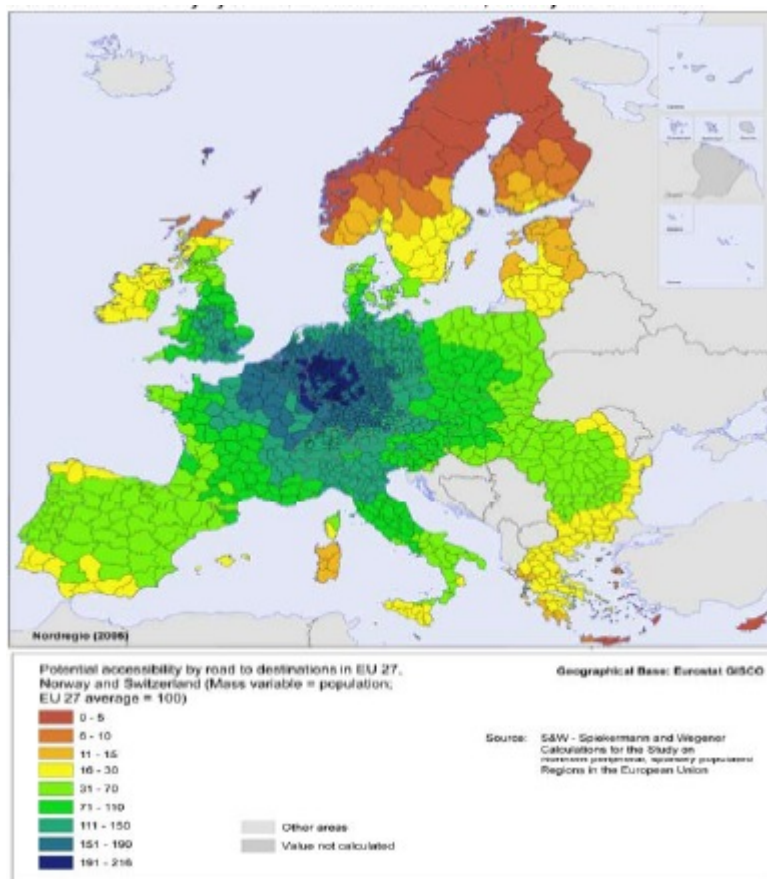
Finland utgör den största delen av regionen med 638 729 invånare på 178 458 km². Därefter är Norge näst störst sett till befolkning med 462 640 invånare på 112 945 km². Den svenska regionen består av 343 146 invånare på en markareal om 121 818 km².

Ett av de viktigaste teman för EU:s sammanhållningspolitik är samordning av de mer tillväxtinriktade insatserna som Lissabonstrategin/Göteborgsagendan tillför. Lissabonstrategin/Göteborgsagendan är EU:s strategi för att möta de ekonomiska, sociala och miljömässiga utmaningar som EU står inför. I februari 2005 lanserade den Europeiska Kommissionen den förnyade Lissabonstrategin med fokus på att åstadkomma starkare och mer hållbar tillväxt inom EU. Den förnyade strategin omfattar åtgärder på tre huvudområden; att göra Europa mer attraktivt för investeringar och arbetskraft, att skapa tillväxt genom kunskap och innovation och att skapa fler och bättre arbetstillfällen. Detta har varit centralt vid utformningen av Nordprogrammets mål och prioriteringar.

Totalt har Nordprogrammet en total budget på ca 39 miljoner euro från Europeiska regionala utvecklingsfonden för programperioden 2014-2020. Till detta kan läggas norska IR-midler samt nationell offentlig och privat medfinansiering (vilken kan vara lokal eller regional). Den totala omfattningen av programmets budget beräknades därför uppgå till drygt 76 miljoner Euro.

En perifer och glesbefolkad region

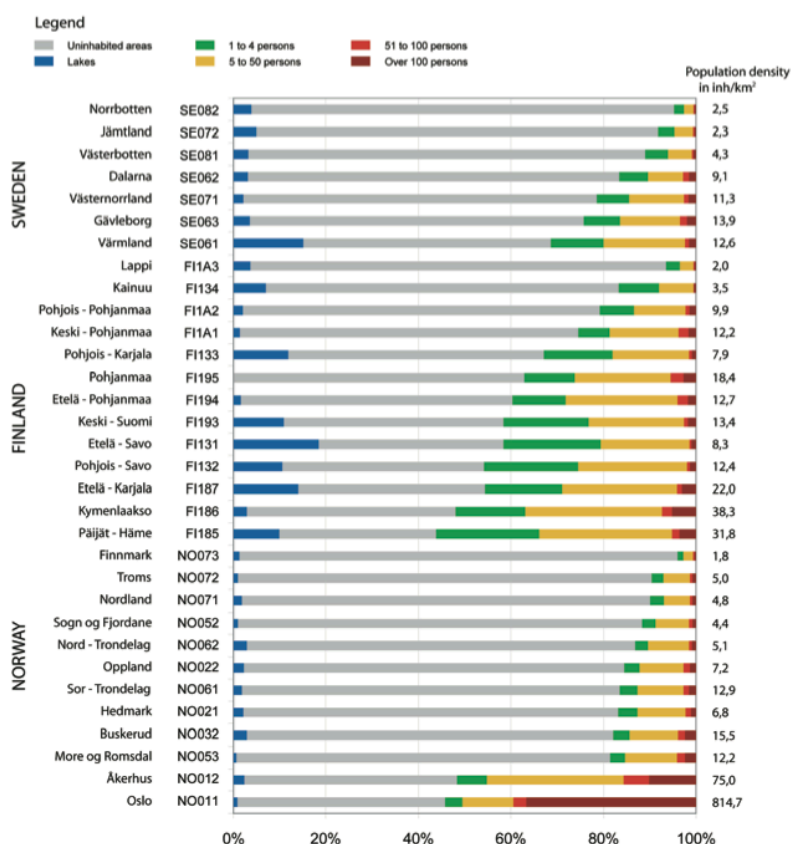
Den geografiska region som tillhör Nordprogrammet är perifert lokaliserad i Europa enligt analyser av närhet till marknad såväl vad gäller bilväg, tåg och flyg. Figuren 2 här intill visar tillgänglighet till marknad utifrån ett vägnätsperspektiv och där framgår med all tydlighet att Nordprogrammets område har speciella förutsättningar (Nordregio, 2005). Enligt figuren är Nordprogrammets område det minst tillgängliga området i hela Europa utifrån en analys av vägnätet. Med såväl gles befolkning som långa avstånd till större marknader ställs stora krav på god infrastruktur och



FIGUR 2: REGIONAL TILLGÄNGLIGHET (NORDREGIO, 2005)

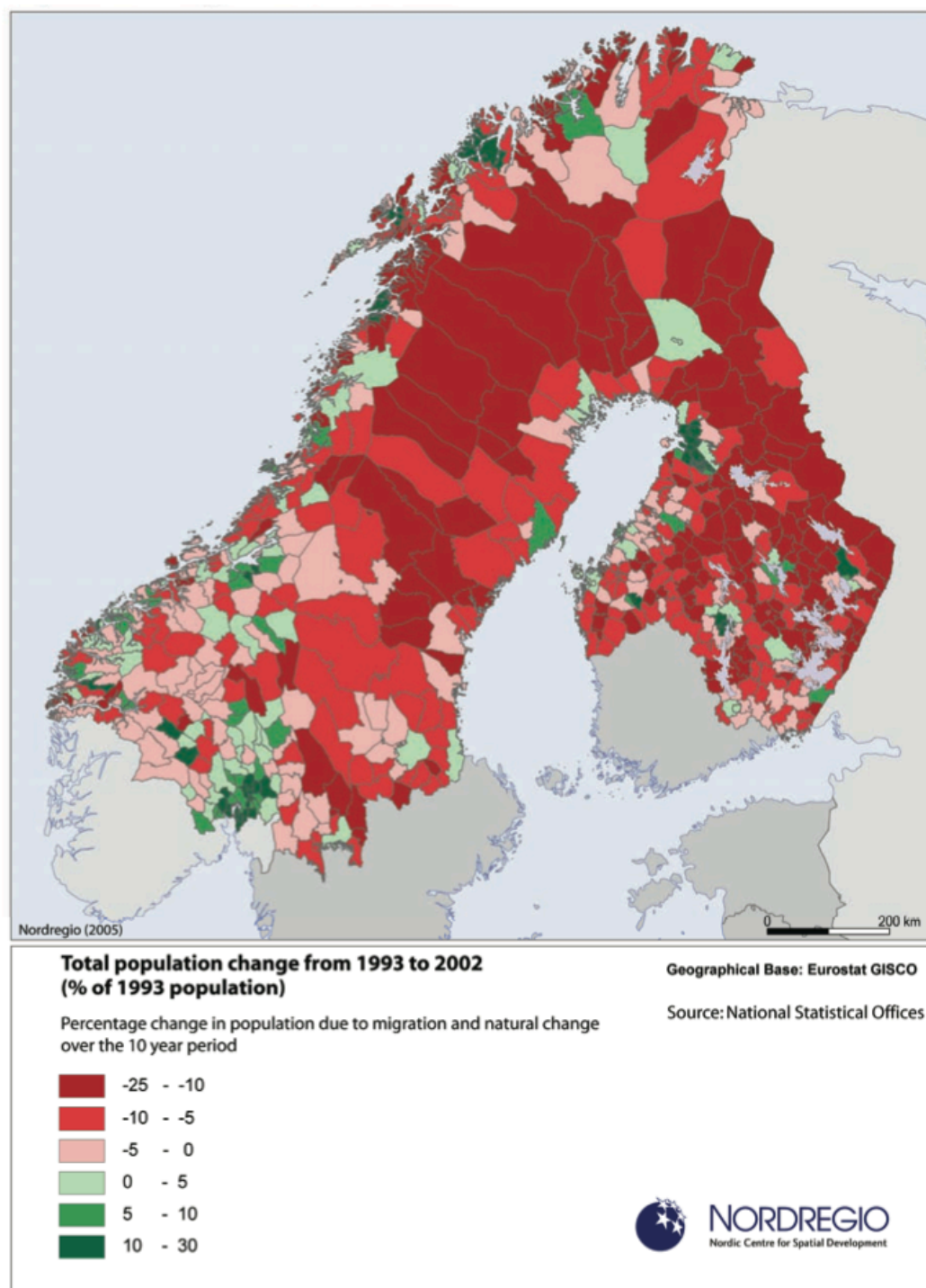
transportlösningar. Nordprogrammets område innehåller glest befolkade och stora lokala arbetsmarknadsregioner vilket också medför kostnader för att upprätthålla en god servicenivå och tillgänglighet.

Nordregio (2006) har också genomfört en analys vilken på ett tydligt sätt framställer hur glest befolkat de norra områdena av Sverige, Norge och Finland är. Figur 3 nedan anger hur stor andel av respektive geografisk region som utgörs av obebodda områden samt populationsdensitet på övriga områden. Som underlag har Nordregio skapat ett rutmönster med 1 x 1 km stora rutor. För respektive region anges andelen rutor som utgörs av sjöar, obebodda områden, 1-4 personer, 5-50 personer, 51-100 personer och fler än 100 personer. Enligt den analys som genomförts är 76% av den finska regionen obebodd samtidigt som motsvarande siffra för landet som helhet är 30%. Motsvarande är 88% av den svenska regionen obebodd medan för landet är 25% obebodd. Norge består i genomsnitt av 82% obebodda kvadranter. Dessa siffror visar att den svenska och finska regionen har annorlunda beskaftenhet än motsvarande resterande del av respektive länder. Samtidigt visar analysen att de tre regioner som ingår delar likartade förutsättningar i att de är glest befolkade.



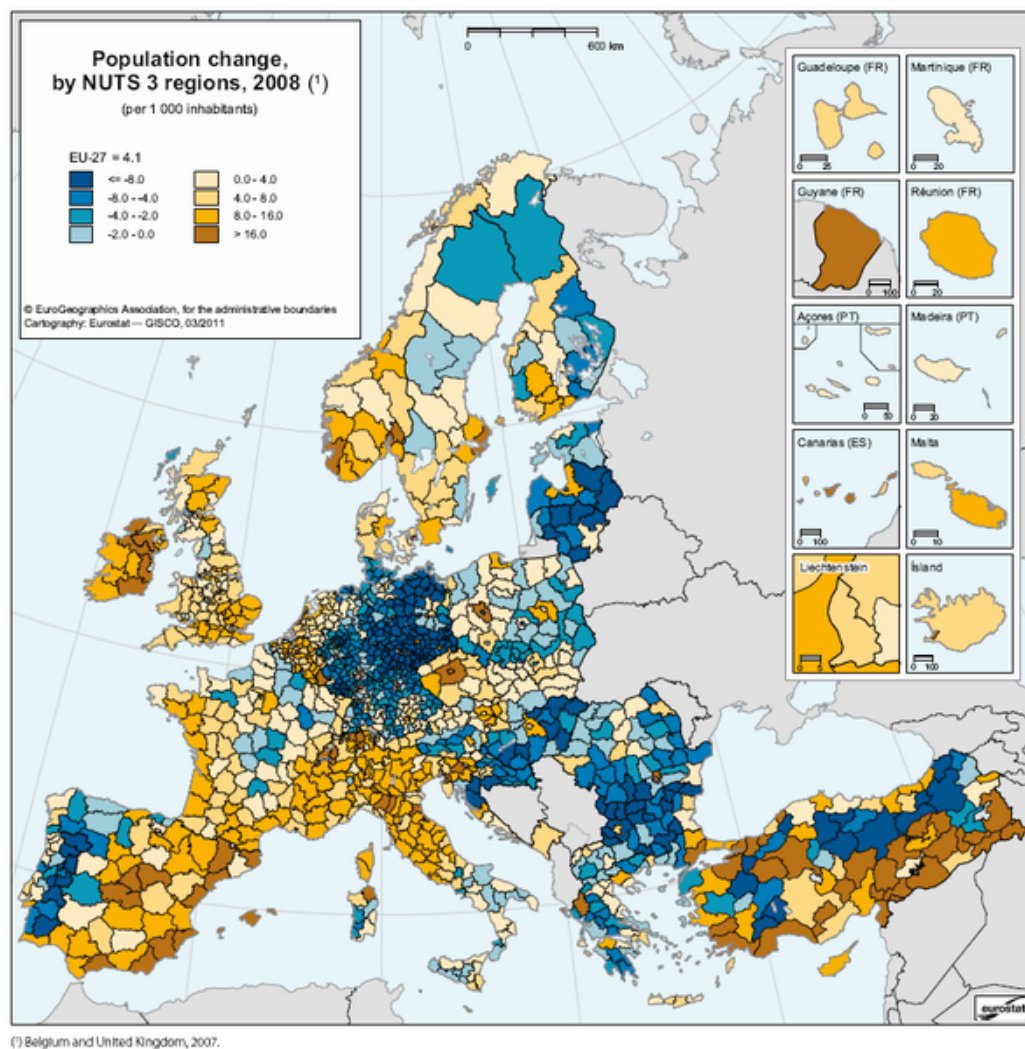
FIGUR 3: BEFOLKNINGSTÄTHET I NORDEN (NORDREGIO, 2006)

Förutom att regionerna är glest befolkade så har de även minskat i befolkningsmängd. Figuren 4 nedan visar befolkningsförändringen i Sverige, Norge och Finland mellan åren 1993 och 2002. Merparten av områden som tillhör Nordprogrammet har uppvisat befolkningsminskning, och stora delar har minskat med upp till en fjärdedel av befolkningen.



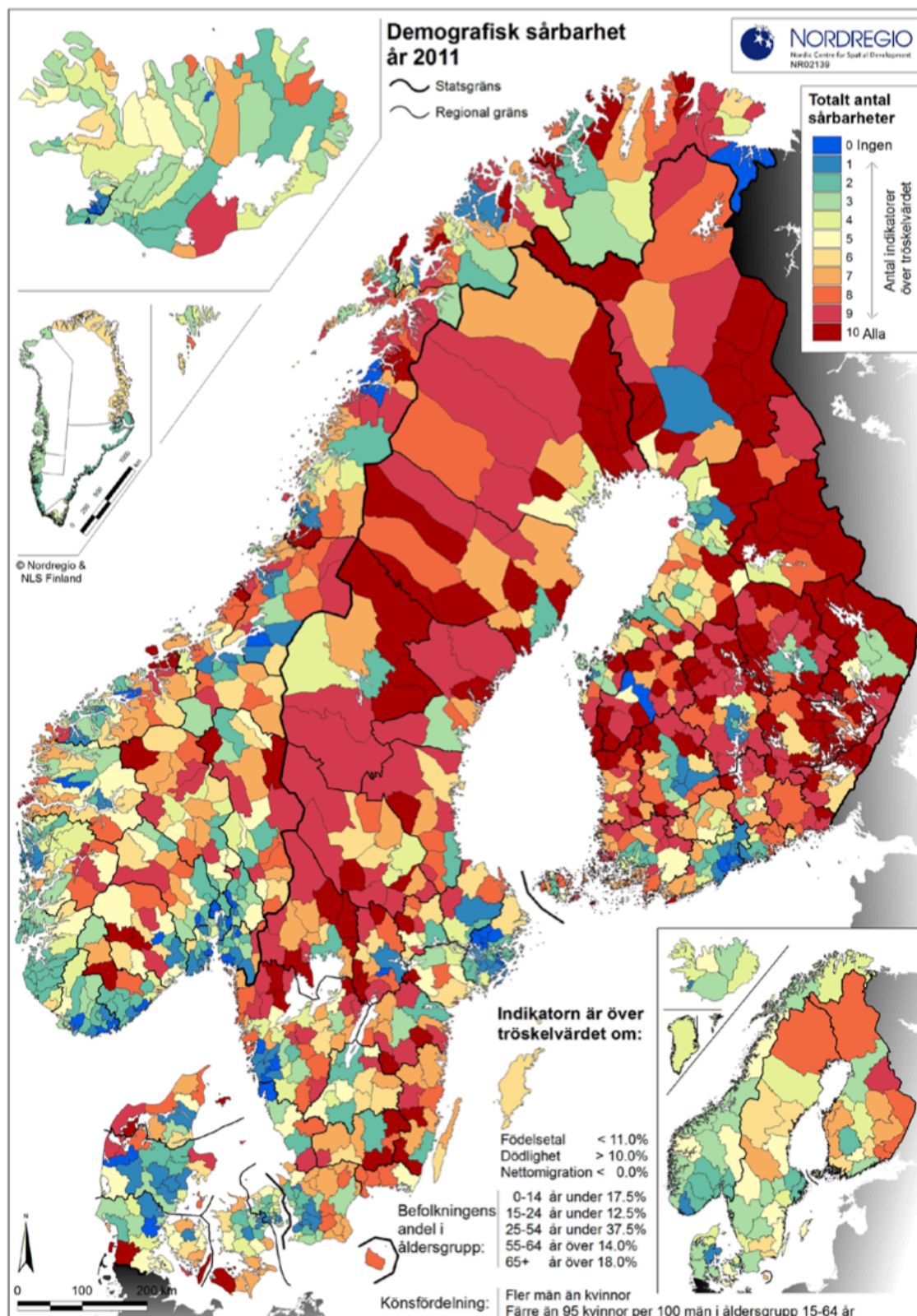
FIGUR 4: BEFOLKNINGSFÖRÄNDRING (NORDREGIO, 2005)

Eurostat följde upp befolkningsförändringen och enligt analysen nedan (figur 5) så fortsätter norra Sverige och Finland att minska befolkningen medan Norge har ökad sin befolkning något.



FIGUR 5: BEFOLKNINGSTÄTHET (EUROSTAT, 2011)

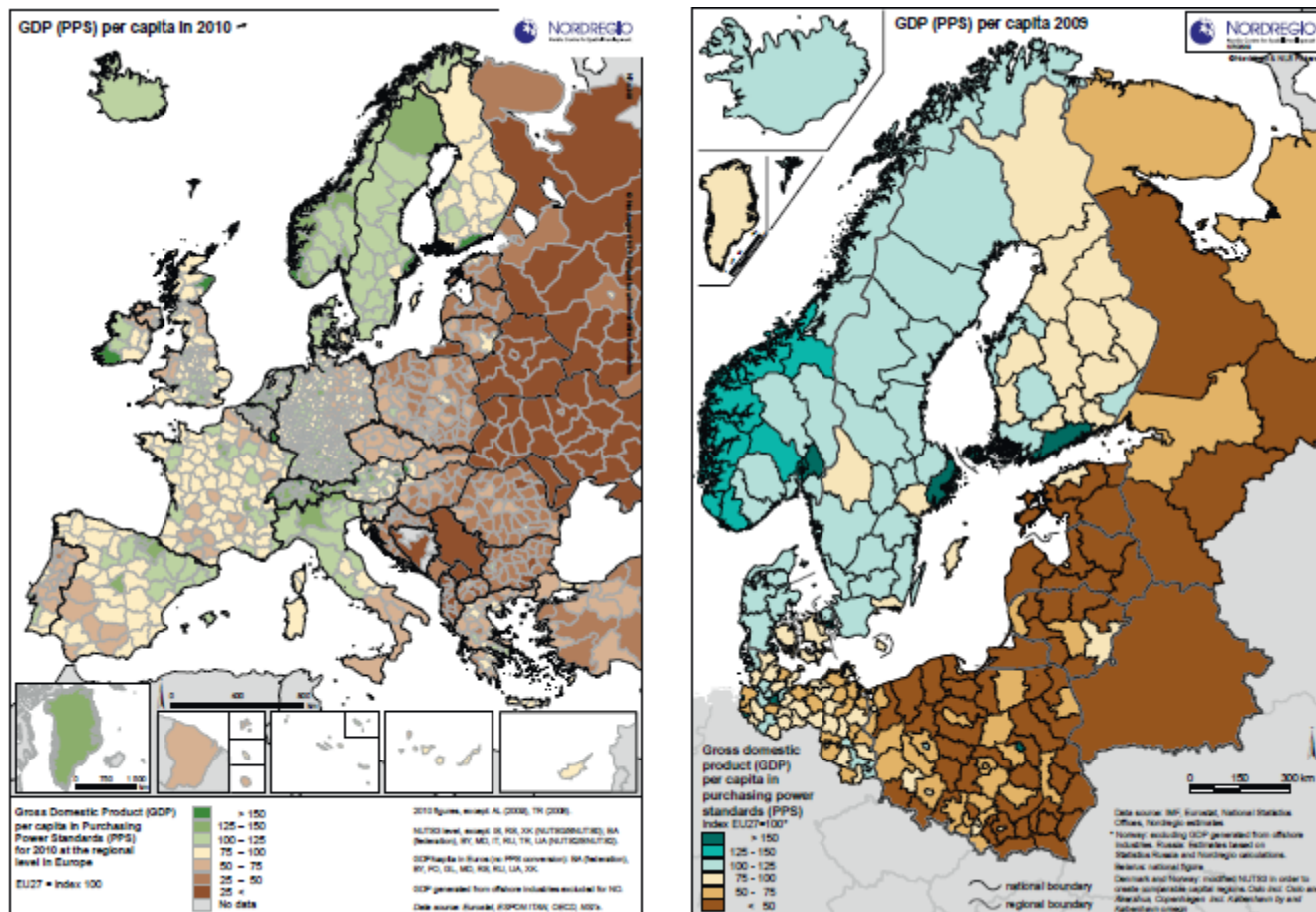
Nordregio (2012) upprättade en analys över demografisk sårbarhet för de nordiska länderna baserat på tio indikatorer (se figur 6). Analysen visar på en hög demografisk sårbarhet i stora delar av Nordprogrammets område, även om det finns undantag i framförallt flera av de norska regionerna.



FIGUR 6: DEMOGRAFISK SÅRBARHET (NORDREGIO, 2012)

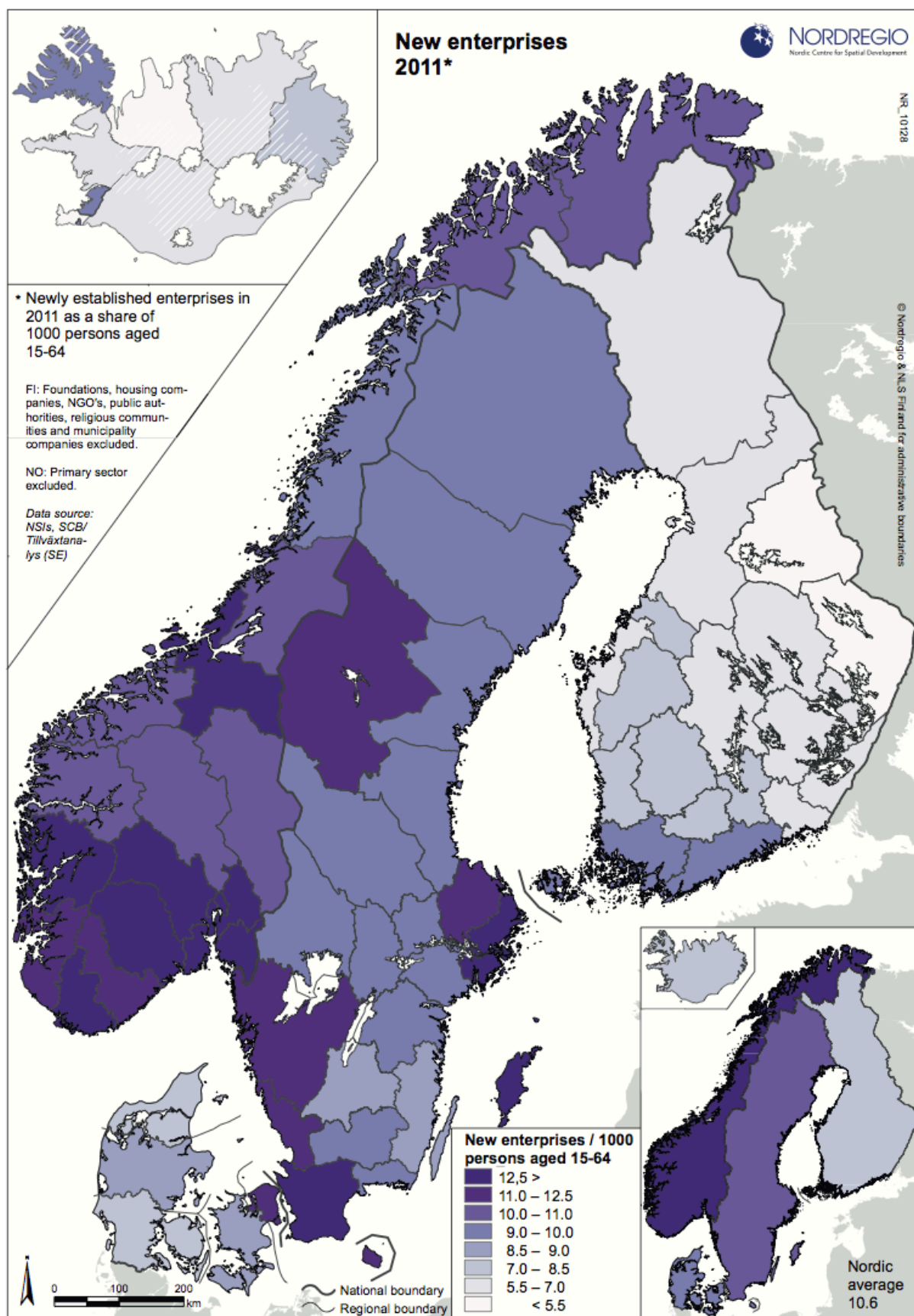
Med goda ekonomiska förutsättningar

Figuren 7 nedan är hämtade från Nordregios (2014) rapport och visar bruttoregionalprodukt per capita på regional nivå i Europa. Enligt figurerna uppvisar merparten av Nordprogrammets område en högre bruttoregionalprodukt per capita jämfört med det europeiska genomsnittet. De finländska områdena utgör undantaget där flera områden understiger 90%-tröskeln av EU-genomsnittet för år 2010. Så trots det geografiska läget har Nordprogrammets område överlag goda ekonomiska förutsättningar.



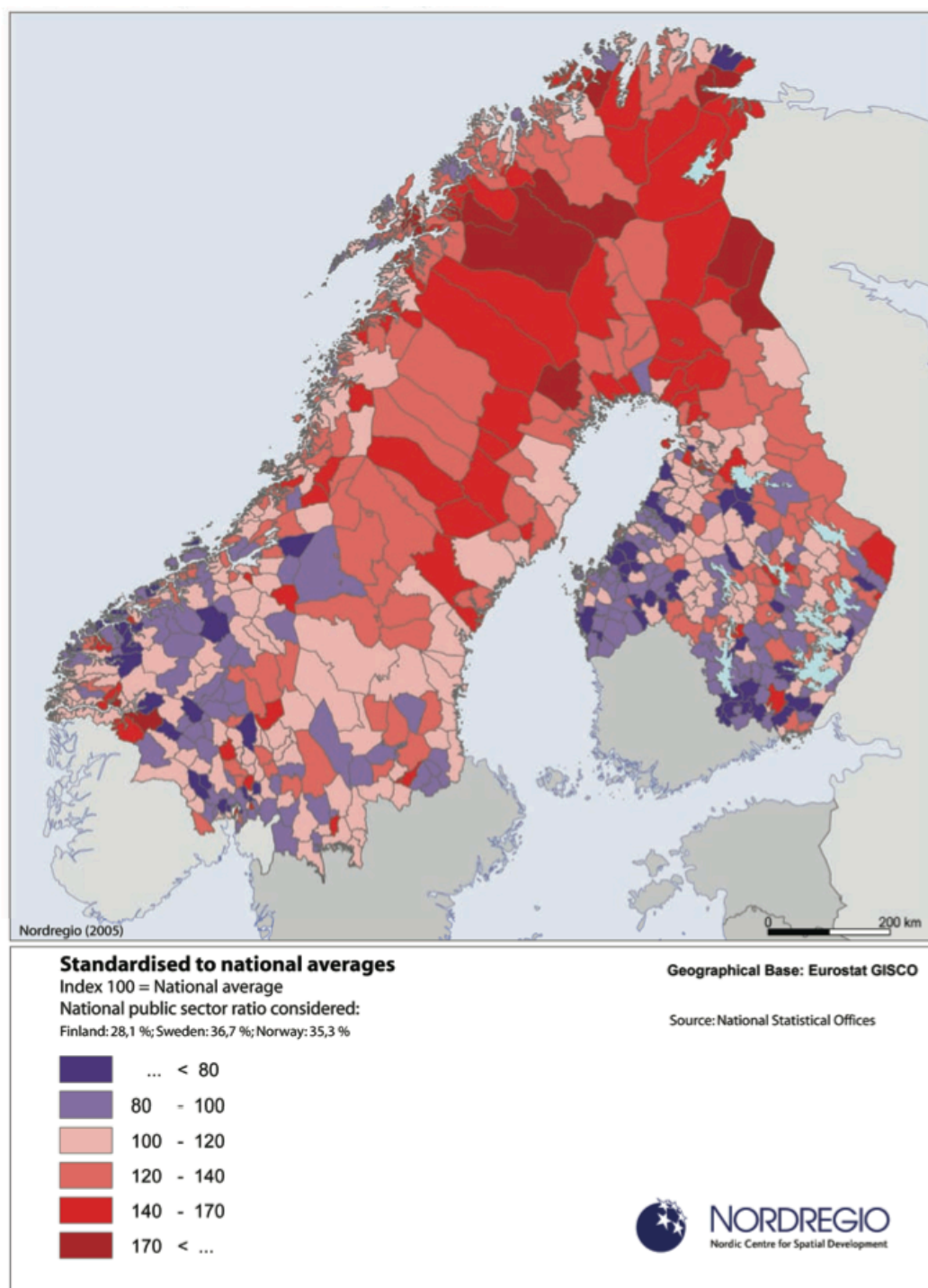
FIGUR 7: BRUTTOREGIONALPRODUKT (NORDREGIO, 2014)

På liknande sätt framkommer att programområdet i huvudsak följer respektive lands genomsnittliga nivåer av nyföretagande, med undantag för storstadsregionernas nivåer. Figuren 8 nedan är hämtad från Nordregio (2014) och visar andel företag per 1000 invånare i ålderskategorin 15 till 64 år och avser år 2011. Figuren visar att nyföretagande är högst i Norge där 12 företag registrerade per 1000 personer under år 2011. Därefter registrerades i genomsnitt 10 företag per 1000 invånare i Sverige och omkring 7 företag per 1000 invånare i Finland.



FIGUR 8: REGIONALT NYFÖRETAGANDE (NORDREGIO, 2014)

Nordregios studie har också påvisat att andelen personer anställda i offentlig sektor är högre i programområdet jämfört med respektive riksgenomsnitt i Sverige, Norge och Finland (se figur 9). I vissa fall är det till och med så att andelen anställda i offentlig sektor är markant högre än riksgenomsnitten.



FIGUR 9: ANSTÄLLNING I OFFENTLIG SEKTOR (NORDREGIO, 2005)

Lokala och internationella marknader

De inhemska marknaderna är viktiga för näringslivet men de är ofta mycket små. Detta ser vi bland annat genom att medelvärdet av import och export som uppgår till mer än en fjärdedel av de nordiska ländernas BNP (se exempelvis nordisk statistisk årsbok 2014). De nordiska ekonomierna är därmed till stor del beroende av en fungerande internationell handel. Under de senaste 20 åren har de nordiska länderna uppvisat en stark internationell handel och ofta med ett överskott i handelsbalansen. Både Sverige och Norge har haft större exportvärden än importvärden sedan 1995 medan Finland har haft underskott i handelsbalansen under de senaste åren (läs 2011-2013).

Gemensamt för länderna är att den huvudsakliga exporten är koncentrerad till ett begränsat antal produkter. Norges export domineras av olja och gas medan Finland av trävaror, papper och pappersvaror samt telekomutrustning. Svensk export är fördelad i huvudsak på bilar, trävaror, pappersprodukter och telekomutrustning.

Den europeiska marknaden har stor betydelse för ländernas internationella handel. 43,5% av svensk export går till länder inom EU (borträknat inomnordisk handel), motsvarande går 41,6% av finsk export och hela 70,7% av norsk export till länder inom EU. Ungefär en femtedel av de nordiska ländernas utrikeshandel sker med andra nordiska länder. Även om den nordiska marknaden med ca 26 miljoner människor är betydligt mindre än exempelvis enbart den tyska marknaden, med ca 81 miljoner människor, så sker en större del av den internationella handeln mellan de nordiska länderna än med enstaka europeiska länder. Under 2013 gick 25% av Sveriges export till övriga nordiska länder. För Finland gick 16% av exporten till Norden och 11% av Norges export gick till övriga nordiska länder.

ENKÄTSTUDIE AV GRÄNSÖVERSKRIDANDE SAMVERKAN OCH EXPORT

I syfte att ytterligare förstå förutsättningar för utveckling av näringslivet i Nordprogrammets område designades och genomfördes en enkätstudie. Avsikten med enkätstudien var att kartlägga regionens små och medelstora företag samt deras förutsättningar att vara konkurrenskraftiga och växa.

Nordprogrammet har identifierat internationell handel och gränsöverskridande samverkan som två nyckelfaktorer för att åstadkomma tillväxt och konkurrenskraft. Därav fokuserar enkätstudien på att kartlägga företagandet i regionen, deras tillväxtambitioner, internationella handel samt gränsöverskridande samverkan. Innan respektive del presenteras ges en kortfattad överblick över den undersökningsdesign och metod som tillämpats i studien.

Enkät

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

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

Administration

Enkäten administrerades tillsammans med ett introduktionsbrev och ett förfrankerat svarskuvert på respektive lands språk. Översättningar av enkät och introduktionsbrev genomfördes av konsultföretaget Space 360. Tryck av enkät samt övrigt material genomfördes av universitetstryckeriet och kuvertering samt inmatning av data har genomförts med hjälp av inhyrd personal.

Urval

Enkäten distribuerades till ett slumpmässigt urval av företag i Sverige, Finland och Norge. 1500 enkäter distribuerades per land. I urvalsramen ingick företag med minst en anställd och max 250 anställda samt en årsomsättning om minst 500 tusen Svenska kronor eller motsvarande. Urvalet inkluderar samtliga vanliga företagsformer. Totalt har 4500 enkäter distribuerats och efter en påminnelse har 976 svar registrerats, för en svarsfrekvens närmare 22%. Av dessa har 472 angett att de inte passar in i urvalsramen alternativt inte avser besvara studien, vilket ger en användbarhetsfrekvens på närmare 13%. Bortfallsanalyser ger inte några tecken på systematiska problem i den data som samlats in.

SVERIGE

I det svenska urvalet ingår företag från Norrbotten och delar av Västerbotten (närmare bestämt Skellefteå, Sorsele, Malå och Norsjö kommuner). Urvalet levererades från Statistiska Centralbyrån. Utöver företagsnamn och adresser ingick grundläggande information om företagen.

Totalt finns 6508 företag som passar in på urvalsbeskrivningen. Av 1500 enkäter har totalt 385 företag besvarat enkäten, vilket motsvarar en svarsfrekvens om 26%. 151 av dessa har svarat att de inte avser besvara undersökningen med motiv att de inte passar in i urvalsramen (ex. är under avveckling, ej bedriver aktiv verksamhet, är ett stort företag med fler anställda). Efter avräkning av dessa beräknas den totala användbarhetsfrekvensen för Sverige till 17%.

I tillägg till enkätundersökningen har objektiv information insamlats om samtliga 6508 företag. Information såsom kommun, storleksklass, branschkode, export och importaktiviteter ingick i materialet. Informationen har primärt använts för att komplettera de analyser som genomförts med hjälp av enkätstudien.

FINLAND

I det finska urvalet ingår företag från Lapplands, Norra Österbottens och Östra Österbottens landskap. Urvalet levererades från STAT YHT Yrek. Utöver företagsnamn och adresser ingick grundläggande information om företagen.

Totalt finns 27 604 arbetsställen¹ som passar in på urvalsbeskrivningen. Av 1500 enkäter har totalt 263 företag besvarat enkäten, vilket motsvarar en svarsfrekvens om 18%. 126 av dessa har svarat att de inte avser besvara undersökningen med motiv att de inte passar in i urvalsramen (ex. är under avveckling,

¹ Till skillnad från det svenska registret är det finska uppdelat efter arbetsställen istället för företag.

ej bedriver aktiv verksamhet, är ett stort företag med fler anställda). Efter avräkning av dessa beräknas den totala användbarhetsfrekvensen för Finland till 10%.

NORGE

I det norska urvalet ingår företag från Nordlands, Troms och Finnmarks fylken. Urvalet levererades från virksomhetsregistret, SSB. Utöver företagsnamn och adresser ingick grundläggande information om företagen.

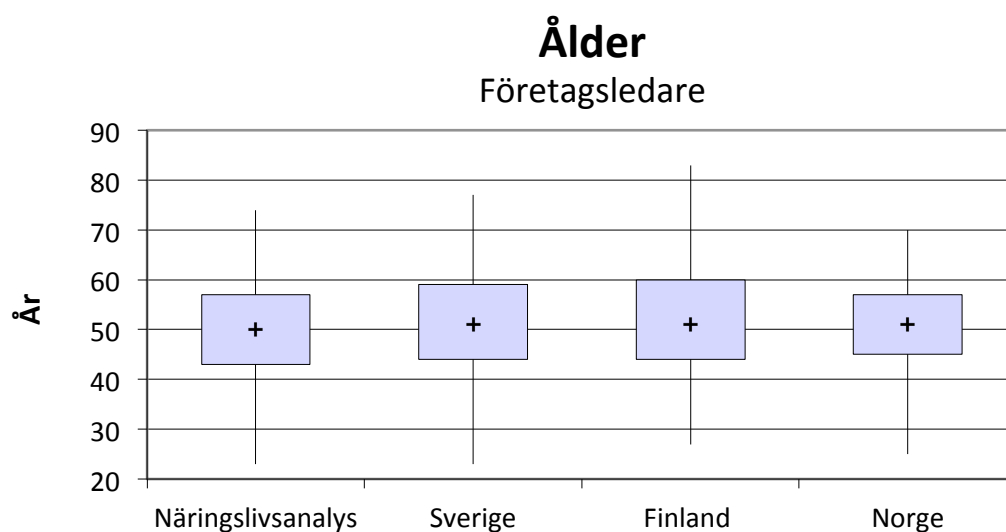
SSB rapporterar att urvalet är gjort utifrån en population på 9 491 företag. Av 1500 enkäter har totalt 328 företag besvarat enkäten, vilket motsvara en svarsfrekvens om 22%. 195 av dessa har svarat att de inte avser besvara undersökningen med motiv att de inte passar in i urvalsramen (ex. är under avveckling, ej bedriver aktiv verksamhet, är ett stort företag med fler anställda). Efter avräkning av dessa beräknas den totala användbarhetsfrekvensen för Norge till 10%.

NORDPROGAMOMRÅDETS SMÅ OCH MEDELSTORA FÖRETAG

Information om företagsledare

Åldersfördelningen bland företagsledarna är likartad för de svenska, finska och norska företagen (se figur 10). Fördelningen följer också väl den näringslivsanalys som tidigare genomförts i Norrbotten. Medianåldern är ca 50 år och hälften av företagsledarna är mellan 45 och 60 år. Den yngsta företagsledaren är drygt 20 år och den äldsta företagsledaren i studien är drygt 80 år.

I genomsnitt har företagsledarna en gymnasial utbildning, ungefär 15 års erfarenhet som företagsledare och ytterligare 16 års erfarenhet från andra positioner i näringslivet. Såväl utbildning som erfarenhet är likartade bland företagarna från de tre länderna.



FIGUR 10: ÅLDERSFÖRDELNING FÖRETAGSLEDARE

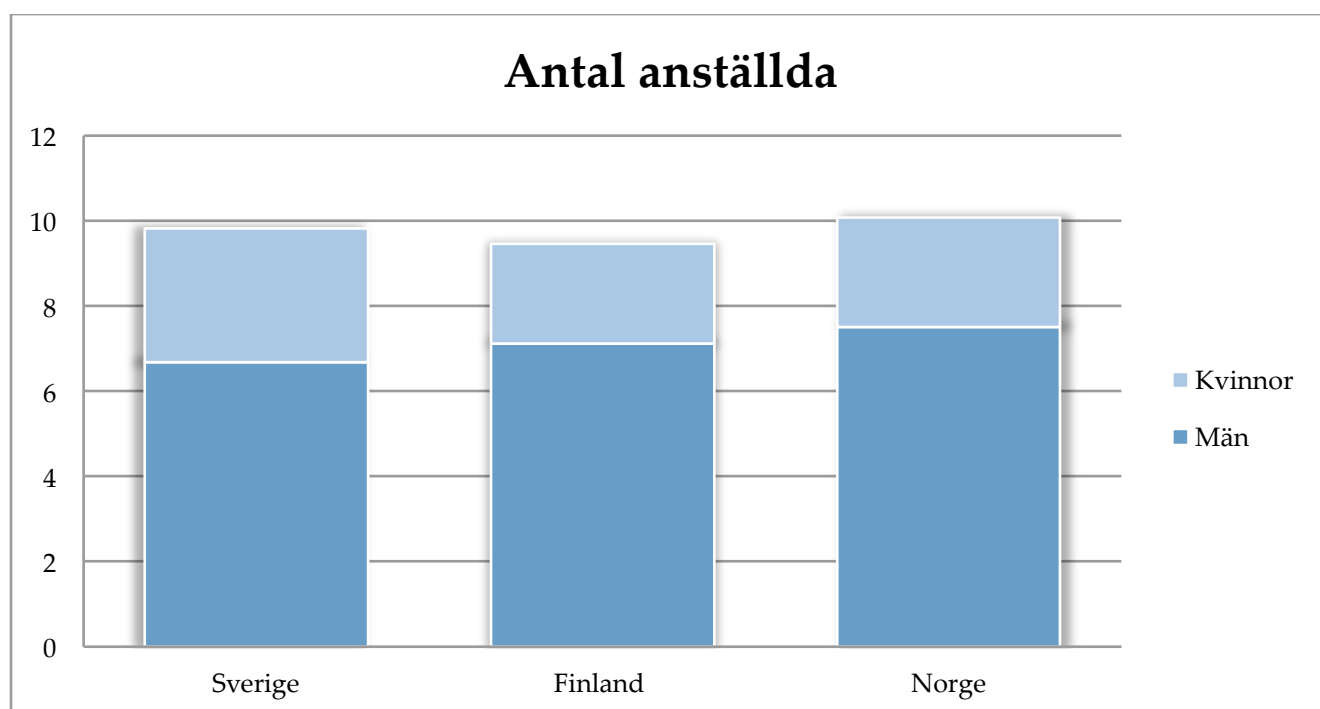
Företagsinriktning

I det svenska urvalet är restaurangverksamhet den största näringen med 6,7% av företagen. Därefter kommer vägtransport/godstrafik (5,3% av företagen), mark- och grundarbeten (4,4% av företagen) samt konsultverksamhet avseende företags organisation (2,9% av företagen). I det finska urvalet är företag med fokus på vägtransport och godstrafik den största näringen med 7,4% av företagen. Därefter kommer bygg av bostadshus och andra byggnader (4,6% av företagen), taxitrafik (3,7% av företagen) och mark- och grundarbeten (3,4% av företagen). I det norska registret över företag ingick inte information om näringsgren.

Företagsstorlek

Den genomsnittliga storleken på företagen i Sverige, Finland och Norge är ungefär 10 anställda (se figur 11). 20% av företagen hade en anställd och ytterligare 19% hade två anställda. Endast 19% av respondenterna hade 10 eller fler anställda. Majoriteten av responser i studien kommer från mikroföretag, det vill säga företag med mindre än 10 anställda. Endast 3% av responserna kommer från medelstora företag med 50-250 anställda.

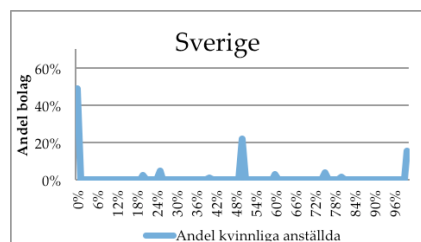
Ca 20% av företagsledarna i urvalet är kvinnor, vilket kan jämföras med den näringslivsanalys som genomfördes i Norrbotten där 12% av företagsledarna var kvinnor.



FIGUR 11: FÖRETAGSSTORLEK (ANTAL ANSTÄLLDA)

Jämställdhet i företagen

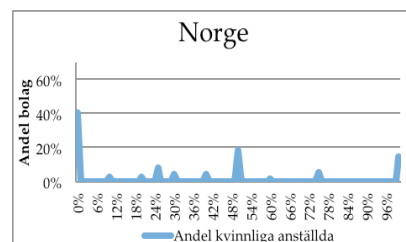
I den genomförda enkätstudien ställdes frågor om könsfördelningen. Figurerna 12-14 nedan visar hur könsfördelningen ser ut i svenska, finska och norska bolag. Överlag är resultaten likartade. En relativt stor del av företagen är representerade enbart av män. Där en andel av dessa företag endast har en anställd i företaget.



FIGUR 12: KÖNSFÖRDELNING SVENSKA BOLAG



FIGUR 13: KÖNSFÖRDELNING FINSKA BOLAG



FIGUR 14: KÖNSFÖRDELNING NORSKA BOLAG

I syfte att kontrollera de resultat som framkommit av studien kontaktades statistiska centralbyrån i Sverige. Med hjälp av deras register var det möjligt att validera studiens resultat. Det visar sig att cirka 45% av bolagen (SMFs inkl de vanligaste bolagsformerna) i den svenska delen av programområdet inte har någon anställd kvinna och att 15% av bolagen enbart har kvinnliga anställda. En fördjupad analys visar att fördelningen inte är bunden till företagsstorlek utan snarare följer liknande mönster oavsett storlek på det studerade företaget.

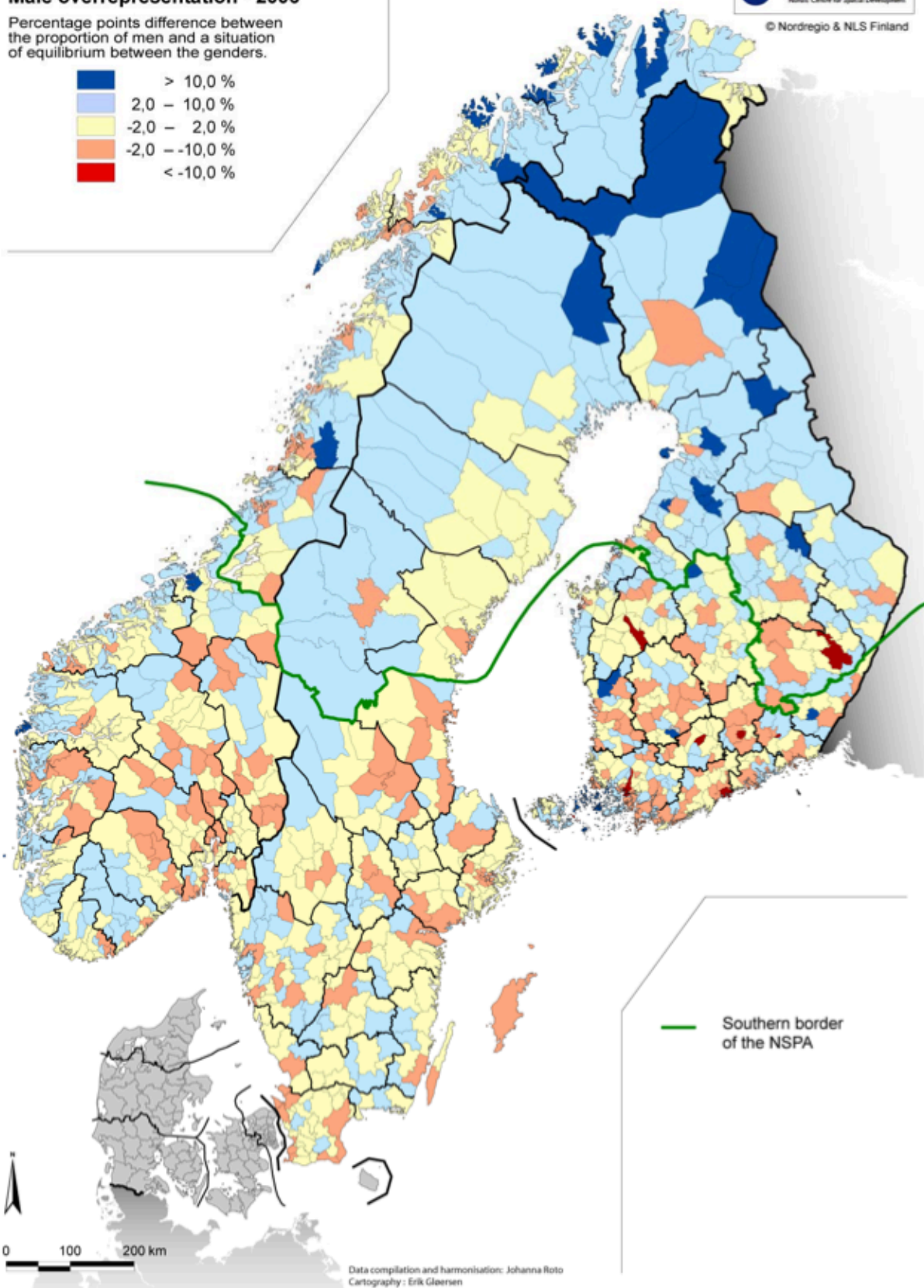
Nordregio (2009) uppmärksammade att det finns en viss överrepresentation av män bland befolkningen i stora delar av nordprogramområdet. Figuren 15 nedan visar att män är överrepresenterade med minst 2% i stora delar av programområdet och i vissa områden med mer än 10%. Även om det är en överrepresentation av män i programområdet så räcker inte det för att förklara den obalanserade könsfördelningen i bolagen. Könsfördelningen i företagen är betydligt större än den demografiska skillnaden i regionen. Utöver demografiska faktorer, såsom representation av män i programområdet, så är det möjligt att regionens näringsindelningar (industristruktur) och fördelning offentlig sektor är starka förklarande faktorer för att förstå den obalanserade könsstrukturen.

Male overrepresentation - 2006

Percentage points difference between the proportion of men and a situation of equilibrium between the genders.



© Nordregio & NLS Finland



FIGUR 15: REGIONAL KÖNSFÖRDELNING (NORDREGIO, 2009)

TILLVÄXTAMBITIONER

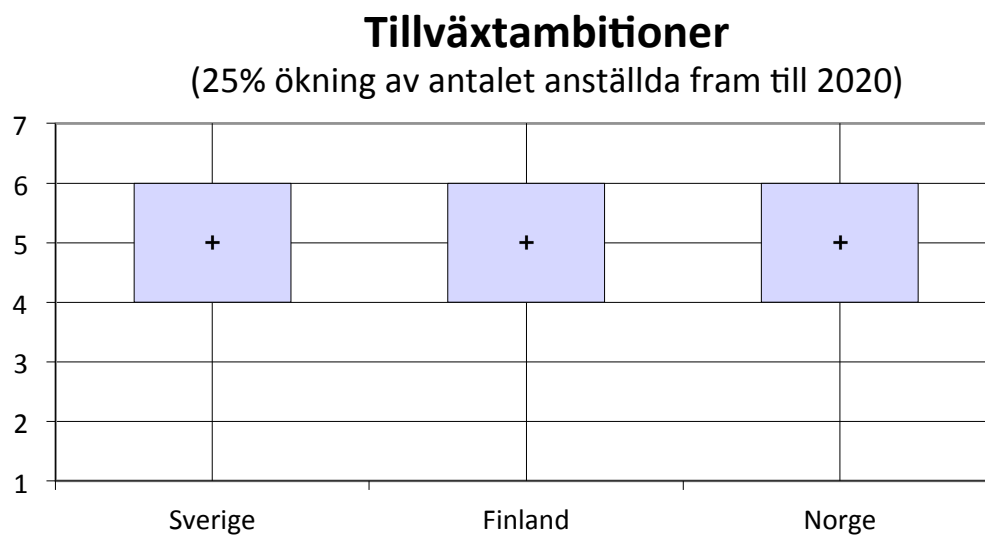
Figureerna 16 och 17 summerar resultaten för tillväxtambitioner i respektive land. I den genomförda studien så rapporterar 51% av de svenska företagen att de är positiva till 25% ökning av antalet anställda medan endast 9% är negativa till motsvarig tillväxt. För samma målgrupp anger 48% att de är positiva till en fördubbling av antalet anställda till 2020 medan 10% är negativt inställd till motsvarande tillväxt.

Av de finska svaren framgår på liknande sätt att 55% av företagen är positiva till 25% ökning av antalet anställda medan 14% är negativa till motsvarig tillväxt. 44% anger att de är positiva till en fördubbling av antalet anställda till 2020 medan 21% är negativt inställd till motsvarande tillväxt.

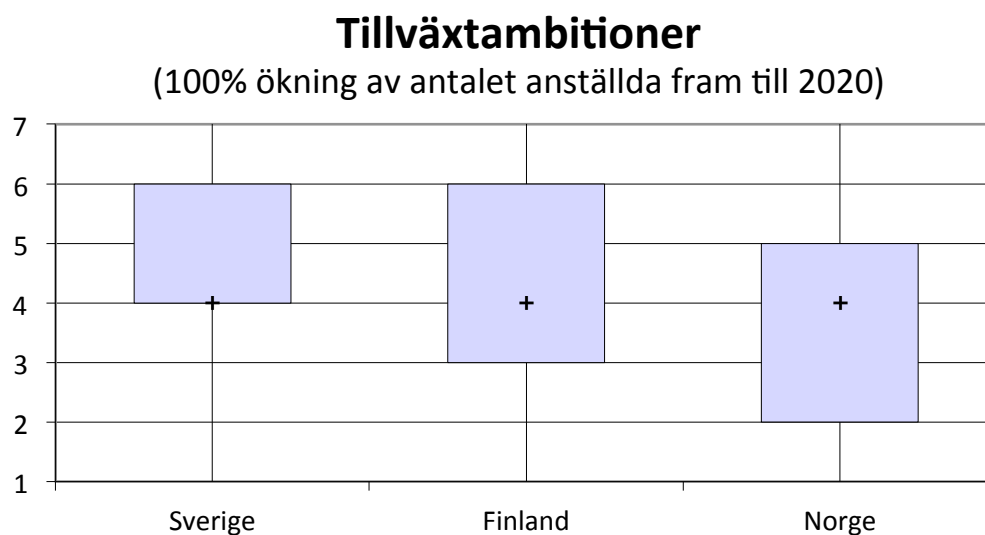
De norska företagen hade liknande svar för 25% ökning av antalet anställda. Där angav 57% av företagen att de är positiva till 25% ökning av antalet anställda medan 15% är negativa till motsvarig tillväxt. Däremot angav endast 30% att de är positiva till en fördubbling av antalet anställda till år 2020 medan 29% är negativt inställd till motsvarande tillväxt.

I en jämförelse av de svenska, finska och norska svaren framgår att tillväxtambitionen är liknande i de tre ländernas regioner med undantag av att de norska företagen inte är lika positivt inställda till en omfattande tillväxt som de svenska och finska företagen. Skillnaden mellan de norska företagens tillväxtambitioner och de svenska respektive finska företagen är statistiskt signifikant.

I en jämförelse av tillväxtambitioner mellan genomförda studie och den näringslivsanalys som genomförts tidigare under år 2014 i Norrbotten så är tillväxtambitionererna något lägre i denna studie. Denna effekt kan mycket väl vara relaterad till att urvalen ser något olika ut i de respektive studierna. I näringslivsanalysen ingick företag med fem eller fler anställda medan i denna studie så finns även mikroföretag representerade.



FIGUR 16: INSTÄLLNING TILL 25% ANSTÄLLNINGSÖKNING



FIGUR 17: INSTÄLLNING TILL 100% ANSTÄLLNINGSÖKNING

FAKTORER SOM PÅVERKAR TILLVÄXTAMBITIONER

I undersökningen fick företagen en möjlighet att uttrycka vilka faktorer som är betydelsefulla för att de ska kunna nå sina tillväxtambitioner till år 2020. Figur 18 nedan summerar tematiserade sammanställningar av dessa svar. Det framkom ett relativt stort antal kommentarer rörande vilka faktorer som är centrala. Det handlade om allt ifrån företagsledarens inställning och ambition, till företagets förutsättningar, verksamhetens intressenter och det omgivande samhället.

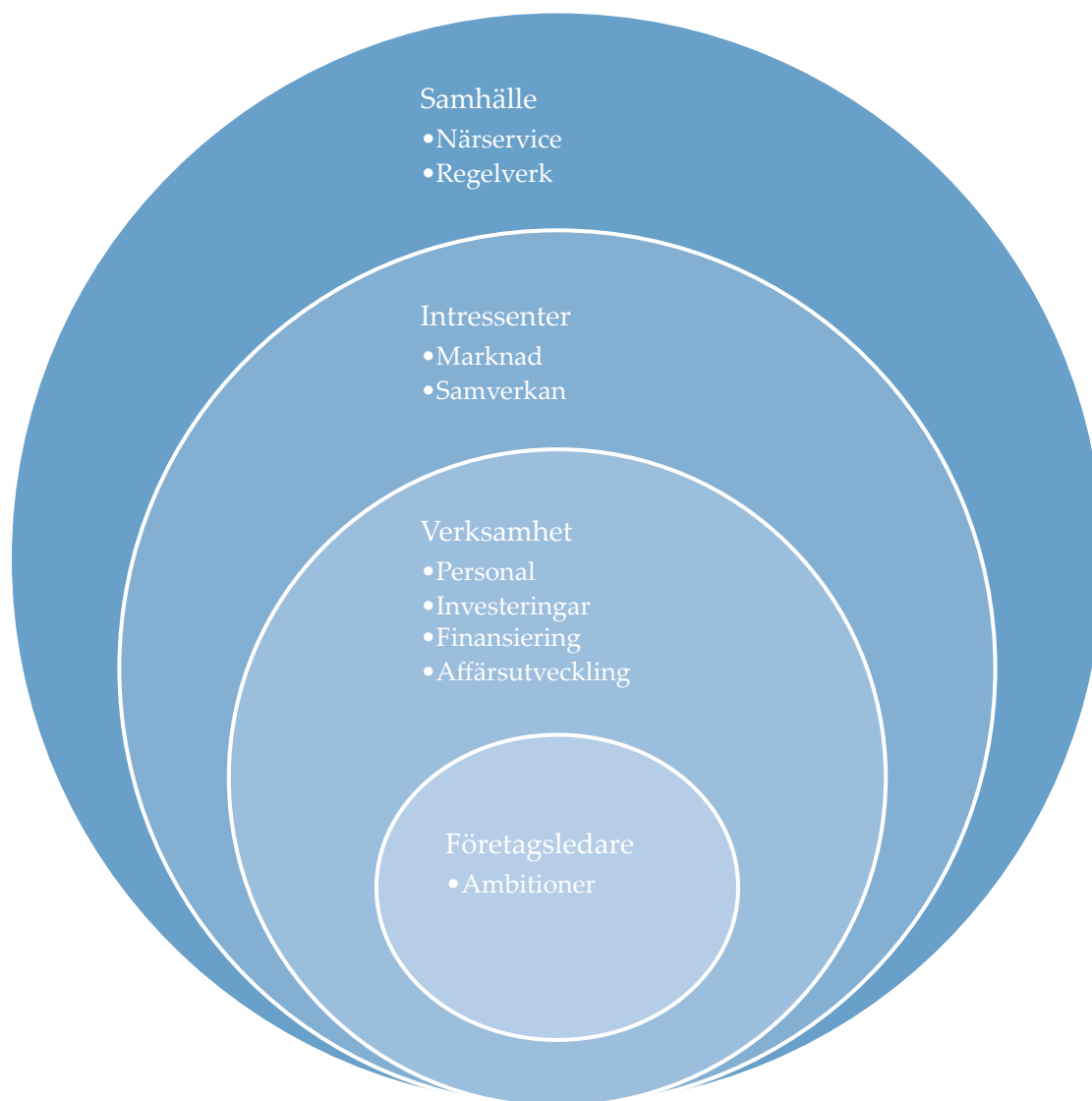
Vad avser företagsledarens ambitioner och inställning så kommenterade ett antal företagare att de inte har tillväxtambitioner. En del uttryckte att de var på väg att avveckla verksamheten alternativt att generationsskifta verksamheten och att de därmed inte såg tillväxt som en målsättning. Andra kommenterade att de inte önskar anställa personal och att de därmed inte har som ambition att växa verksamheten.

Flera företagare har också angett faktorer relaterade till verksamhetens drift som orsaker. Dessa har varit frågor om rekrytering av personal, behov av investeringar, finansiering och affärsutveckling. Tillgång till arbetskraft är den mest frekvent nämnda faktorn för tillväxt. Flera uttrycker att det är svårt att få tillgång på arbetskraft med rätt utbildning, erfarenhet/kompetens och inställning. En del företagare menar att en tillväxtsatsning medför investeringsbehov i maskinpark och/eller lokaler och därmed kräver resurser. Vissa anger också att tillväxt kräver ytterligare kapital till verksamheten i form av lån eller riskkapital med bra villkor. Ett antal företagare menar också att en tillväxtsatsning kräver utveckling av kunderbjudanden.

Det är även vanligt förekommande att företagare anger olika typer av intressenter som särskilt viktiga för tillväxtsatsningar. Mest frekvent av dessa nämns logiskt företagets kunder. Kommentarer handlar om vikten av att konjunkturen stärks och att efterfrågan på företagets erbjudanden är stabilt eller växer. Flera företagare anger att utveckling av befintliga marknader alternativt penetrering av nya marknader är centralt för att åstadkomma tillväxt. I det senare fallet är just export och internationell handel en vanligt förekommande målsättning. Utöver kunder så nämner flera företagare också behovet av att skapa och stärka samverkan med andra aktörer.

Vidare anger flera företagare vikten av det omgivande samhället. Bland annat så nämner flera företagare behovet av en stark närservice med stöd från en visionär kommun, att det finns kapacitet för

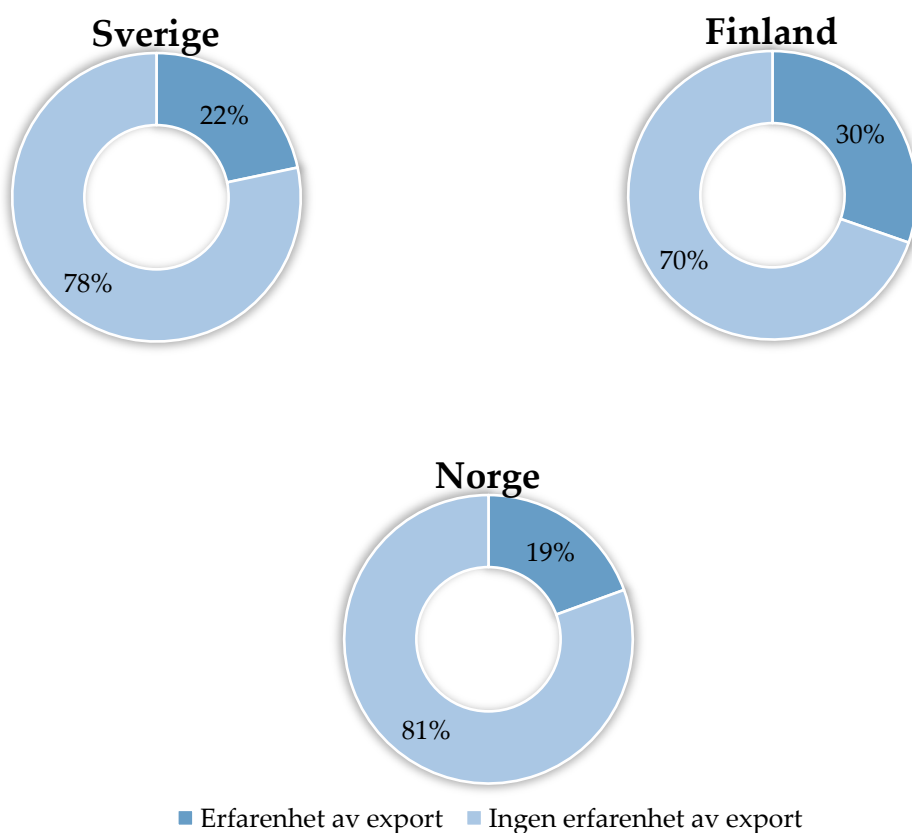
boende (såväl bostäder som övernattnig) och att det finns bra kommunikationer till och från regionen i form av flyg och tåg. Företagare har även angett behovet av utbyggt fibernät för IT som en viktig faktor. Ett antal företagare har också angett regelverkens betydelse för framtida tillväxt. Det har handlat om att bibehålla en låg restaurangmoms, sänka arbetsgivaravgifter och se över sjuklöner. Flera företagare har poängterat regelverkens betydelse för att upprätthålla tillväxtambitioner.



FIGUR 18: FAKTORER SOM PÅVERKAR TILLVÄXTAMBITIONER

INTERNATIONELL HANDEL

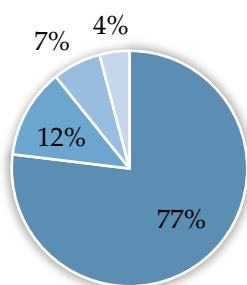
22% av de svenska, 30% av de finska och 19% av de norska företagen har erfarenhet av export enligt de självuppskattningar som gjorts i den genomförda studien (se figur 19). Enligt en analys av objektiv data för Svenska företag under det senaste verksamhetsåret kan dessa självangivna värden vara något tilltagna. Enligt registerutdrag från SCB har under det gångna verksamhetsåret drygt 11% av de svenska företagen, inom den region undersökningen avser, erfarenhet av export. Det är tänkbart att det kan finnas en överrepresentation av exporterande företag som har valt att besvara studien och att det samtidigt kan vara så att svaren som angetts sträckt sig något längre än det senaste verksamhetsåret för de som svarat.



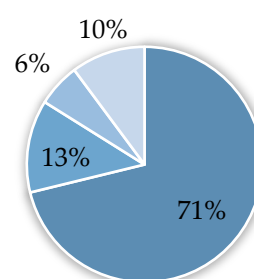
FIGUR 19: EXPORTERFARENHET

Figuren 20 nedan visar vilken exportnivå företagen har. De har ombetts att fördela sin omsättning nationellt, på export till övriga Skandinavien, till övriga Europa, och till övriga världen. På så sätt framkommer att 77% av de svenska företagen har hela sin omsättning inom Sverige. 12% har omsättning även i Skandinavien. 7% har omsättning i Europa och 4% har omsättning även utanför Europa². På liknande sätt anger de finska företagen att merparten av exporten går till övriga Skandinavien, medan mindre delar går till Europa och övriga världen. De norska företagen anger generellt lägre andelar export jämfört med Svenska och Finska företagen.

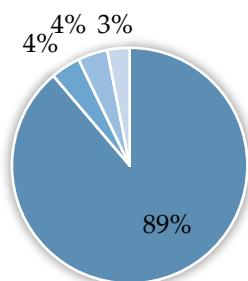
Exportnivå Sverige



Exportnivå Finland



Exportnivå Norge



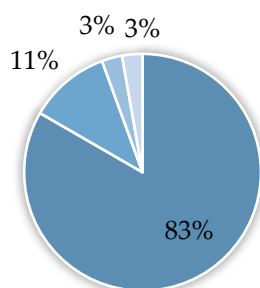
- Nationellt
- Skandinavien
- Europa
- Världen

FIGUR 20: EXPORTNIVÅ

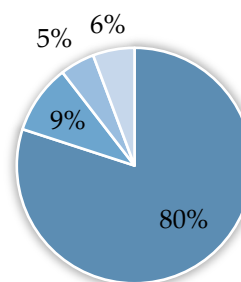
² Jämfört med det register över exportföretag som erhållits från SCB är siffrorna någorlunda representativa. Enligt SCBs register har 6% av företagen export på Skandinaviska marknader, 8% på europeiska marknader och 2% på övriga världen. Vilket innebär att självvärderingen som genomförts visar på något högre exportsiffror överlag.

På motsvarande sätt anger figuren 21 nedan vilken importnivå företagen har. Företagen ombads att fördela sina kostnader nationellt, från övriga Skandinavien, från övriga Europa, och från övriga världen. Resultaten visar att 83% av de svenska företagen har samtliga sina kostnader inom riket. 11% har kostnader även i Skandinavien. 3% har kostnader i Europa och ytterligare 3% har kostnader även utanför Europa. På liknande sätt anger de finska företagen att merparten av kostnaderna är nationella och att totalt 20% kommer från import, där Skandinavien står för närmare hälften. De norska företagen anger generellt lägre andelar import jämfört med de svenska och de finska företagen.

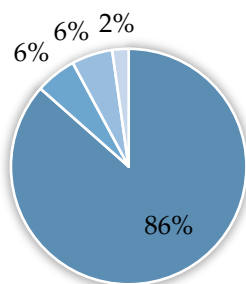
Importnivå Sverige



Importnivå Finland



Importnivå Norge

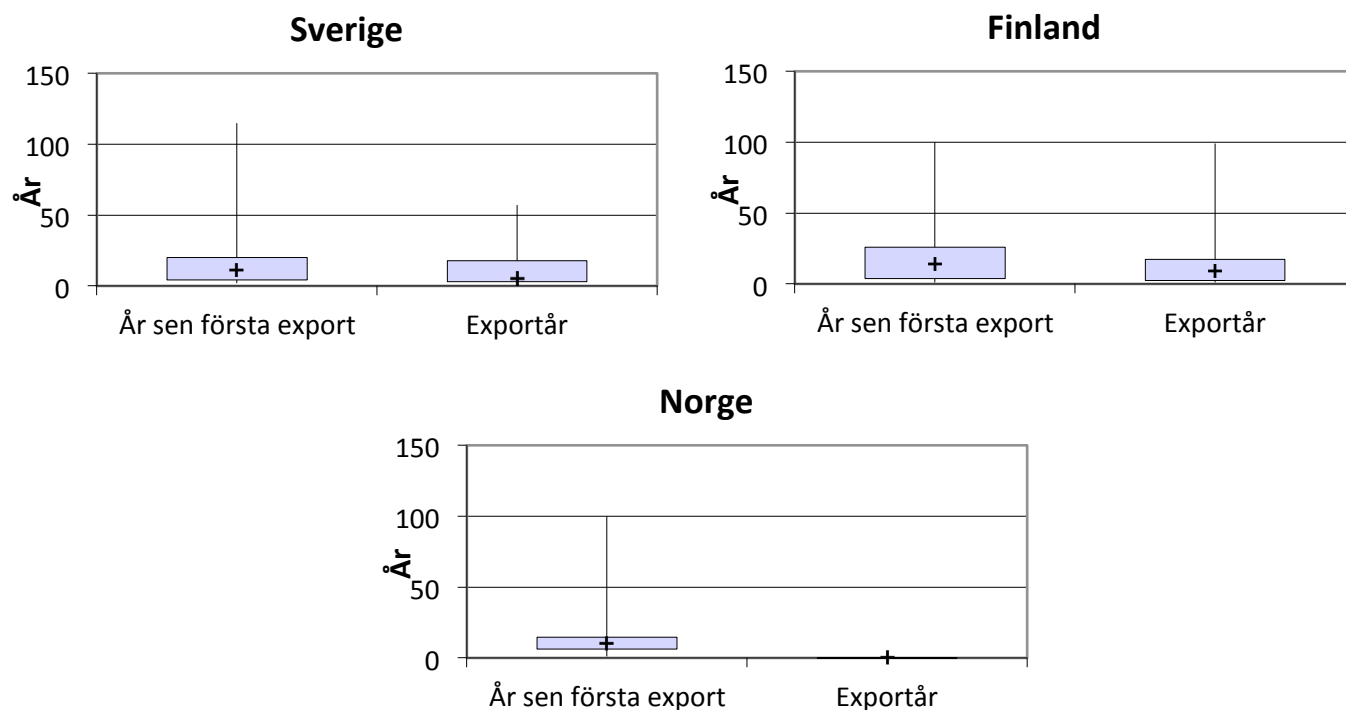


- Nationellt
- Skandinavien
- Europa
- Världen

FIGUR 21: IMPORTNIVÅ

En av frågeställningarna i den genomförda studien berörde företagens exporterfarenhet (se figuren 22 nedan). I det här fallet redovisat som tid sedan företagets första exportår. Relativt likartat för de tre länderna så har merparten av företagen som har erfarenhet av export mellan fem och tio års erfarenhet av export. Det finns ett fåtal av företagen som har enbart något års erfarenhet och det finns motsvarande ett fåtal som har över 20 års erfarenhet av att arbeta med export. Även om det högsta värdet skiljer sig något mellan länderna så är erfarenheterna i huvudsak likartade. Skillnaden är i hur

många exportår företagen haft sedan första export. I det senare fallet uppvisar de svenska och finska företagen att flera av dem har haft export under majoriteten av åren sedan deras första exportsatsning. De norska företagen däremot skiljer sig markant. Där är det relativt få som anger att de har haft uthålliga exportsatsningar. Det är snarare enbart en knapp handfull av de norska företagen som har arbetat med mer uthålliga exportsatsningar.



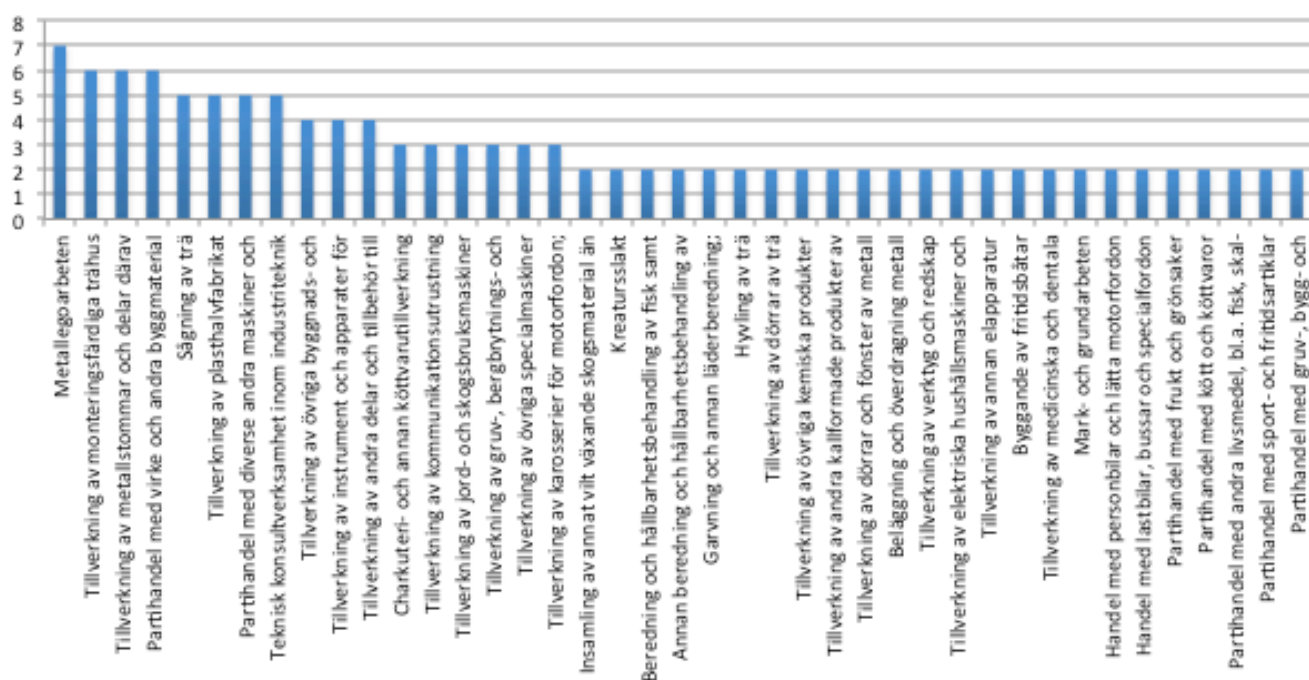
FIGUR 22: EXPORTÅR

Som ett exempel kan anges att det i den svenska regionen, enligt uppgifter från SCB, finns totalt 742 företag som bedriver export. Av dessa har närmare 60% av företagen en exportomsättning motsvarande högst en kvarts miljon kronor. Ytterligare närmare 20% av företagen har upp till en miljon kronor i exportomsättning, vilket innebär att drygt 20% av företagen som har export (ungefär 3% av det totala företagsbeståndet av SMFs i regionen) också har en exportomsättning om minst en miljon kronor.

Figuren 23 nedan redovisar exportbenägenhet efter industrikod filtrerat på företag med minst en miljon kronor i exportomsättning. Figuren visar samtliga industrikoder med minst två aktiva exporterande företag. I detta fall framgår metallegoarbeten som den mest exportbenägna industrin

med totalt sju företag med en exportomsättning som överstiger en miljon svenska kronor. Därefter redovisas tillverkning av monteringsfärdiga hus, tillverkning av metallstommar och delar därav, samt partihandel med virke och andra byggmaterial som speciellt exportbenägna näringar.

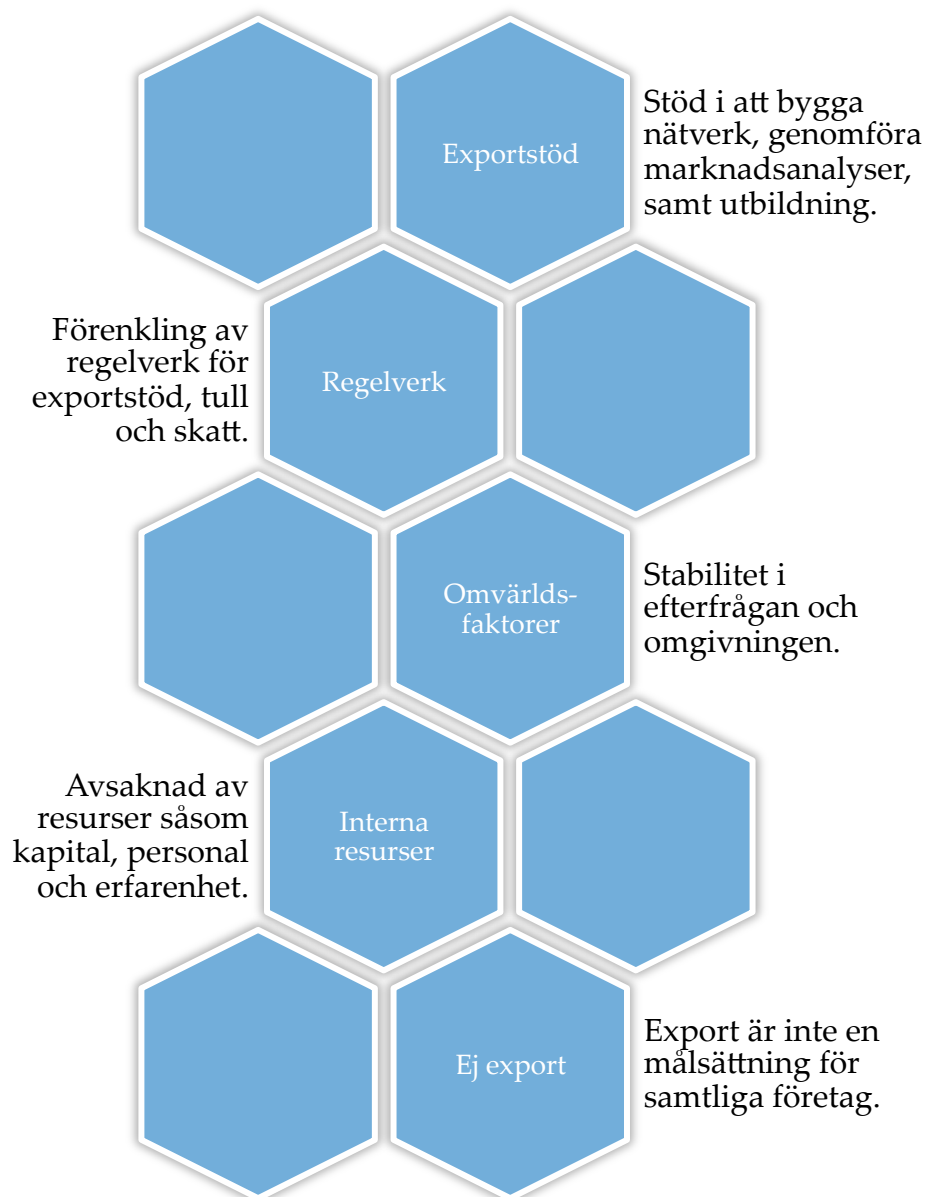
Exportbenägenhet efter industrikod (> 1 milj kronor i exportomsättning)



FIGUR 23: EXPORTBENÄGENHET EFTER INDUSTRIKOD

FAKTORER FÖR ÖKAD INTERNATIONALISERING OCH EXPORT

Samtliga företag gavs möjligheten att skriftligt ange vilka faktorer som skulle kunna påverka deras inställning till att öka arbete med export och internationalisering. Efter att ha sammanställt samtliga svar och tematiserat dessa så framkommer fem olika argument, se figur 24 nedan och en utveckling i följande avsnitt. De fyra första handlar om behovet av exportstöd, om utveckling av regelverk, omvärldsfaktorer och knappa resurser. Den sista handlar om företag som uttrycker att deras verksamhet inte är ägnad för export.



FIGUR 24: INTERNATIONALISERINGSFAKTORER

Exportstöd

Flera företagare poängterade behovet av utvecklat exportstöd som en faktor för ökad internationalisering och export. Exempel på argument är företagare som anger att de behöver stöd i olika internationaliseringsaktiviteter, inklusive att "bygga nätverk" i andra länder med partners och återförsäljare, att finansiera exportaktiviteter, att genomföra marknadsanalyser, och att anställa personal på plats.

Vissa företagare anger även att det finns ett ökat behov av utbildningsinsatser där det är viktigt att få utökad förståelse för andra kulturer och affärsmetoder samtidigt som det är viktigt att få fördjupa sina kunskaper inom språk, regelverk för internationell handel och internationell marknadsföring.

Regelverk

Ett antal företagare poängterade att regelverk och information kring dessa kan förtydligas alternativt förenklas för företag som arbetar med export och internationalisering. Framförallt framkommer kommentarer om att tullregler och även regler för exportstöd kan förenklas för att få större effekt. Vissa företagare anger att det är svårt att få information om gällande regelverk på andra marknader vilket försvårar export och internationaliseringsarbetet.

Omvärldsfaktorer

Situationen i omvärlden pekades ut av flera som deltog i undersökningen som en viktig faktor för export och internationaliseringsarbete. Kommentarer har berört omvärldens efterfrågan på regionala råvaror, produkter och tjänster. De har även berört stabiliteten på utländska marknader och risker i form av politiska, ekonomiska, sociala och teknologiska faktorer. Bland annat nämns förändring i valutans värde samt oroligheter och internationella konflikter som vanliga faktorer som påverkar företagets verksamhet inom export och internationalisering.

Interna resurser

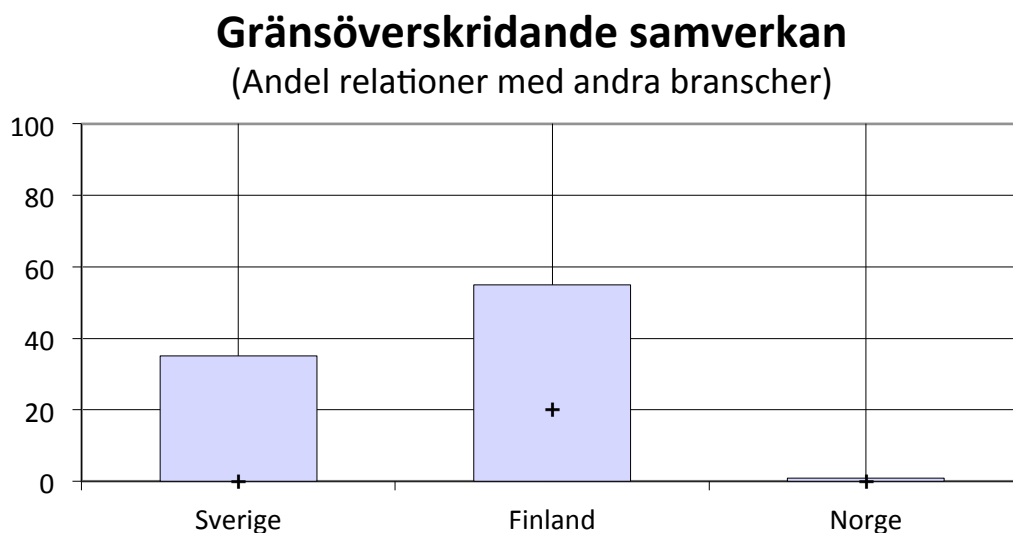
Ett antal företagare anger att knappa resurser sätter gränser för möjligheten att utveckla export och internationaliseringsverksamhet. Företagare nämner allt från att en utveckling skulle ställa för stora administrativa krav, till att de ställer krav på en professionell styrelse och starkare finansiering. Vanligt är att företagen anger att de inte ser möjligheten att rekrytera personal med rätt kompetenser för att verka på en internationell marknad.

Ej export

Flera av företagarna har angett att export inte är en målsättning och att de inte ser att export och internationalisering är förenliga med den verksamhet som de bedriver. Vissa företag har betonat att de verkar på en lokal/nationell marknad och att de inte har någon export. Vissa företagare har även angett att deras affärsmodell är konstruerad för att vara lokal. Bland annat redovisade en företagare att verksamhetens idé är att sälja lokalt producerade varor (i det fallet mjölk och kött). Andra har angett att export och internationalisering inte finns i verksamhetsuppdraget enligt styrelsens önskemål. Ett fåtal företagare har också angett att företagen står inför andra utmaningar, såsom exempelvis avveckling, och att export därför inte är aktuellt.

GRÄNSÖVERSKRIDANDE SAMVERKAN

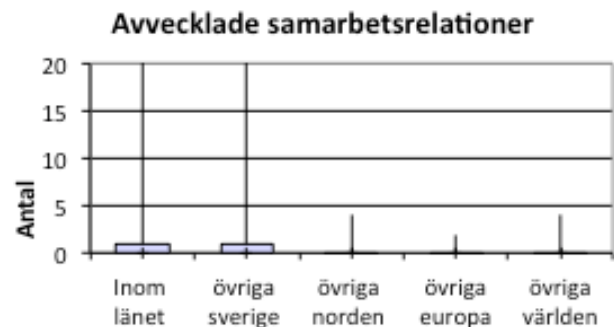
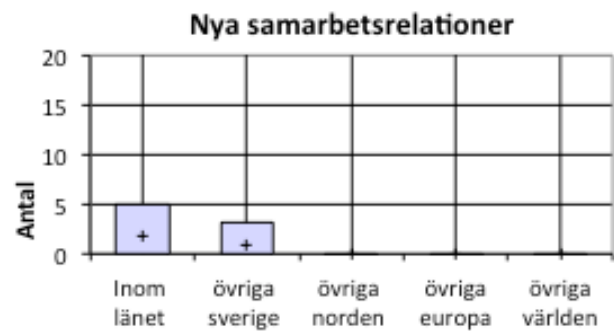
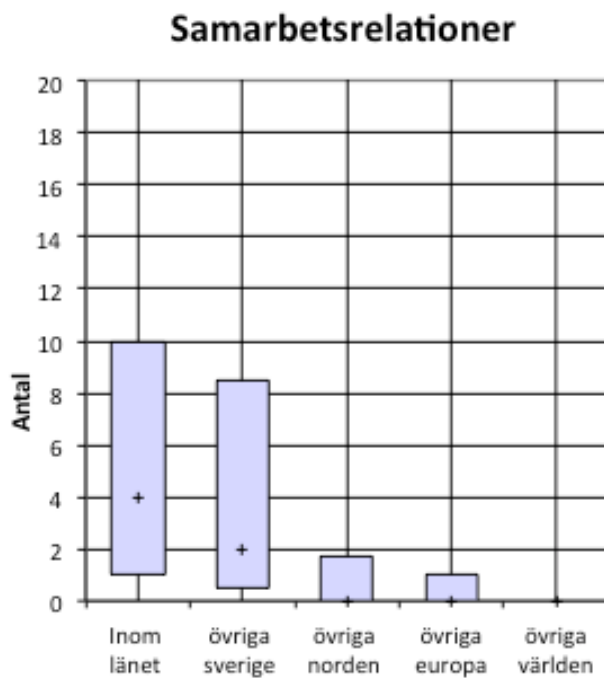
Det finns en stor andel av företagen i respektive region som anger att samtliga deras relationer är med verksamheter i samma bransch. Samtidigt finns det en andel som har relativt stor spridning på samverkanspartners i andra branscher. Figur 25 visar spridning på gränsöverskridande samverkan och av figuren framgår att hälften av de finska företagen har mer än 20% samverkanspartners i andra branscher. I Sverige och Norge har drygt hälften av företagen inte någon gränsöverskridande samverkan.



FIGUR 25: GRÄNSÖVERSKRIDANDE SAMVERKAN

De svenska företagen (se figur 26 nedan) har i genomsnitt 17 samverkanspartners. I genomsnitt är 68% av relationerna med andra företag inom länet och 25% med företag i övriga Sverige. 3% av relationerna är med företag i Norden, 2% med företag i Europa och 1% övriga världen. I genomsnitt är 23% av företagens samverkansrelationer branschöverskridande.

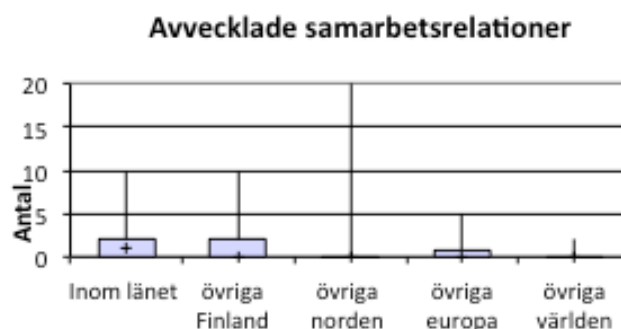
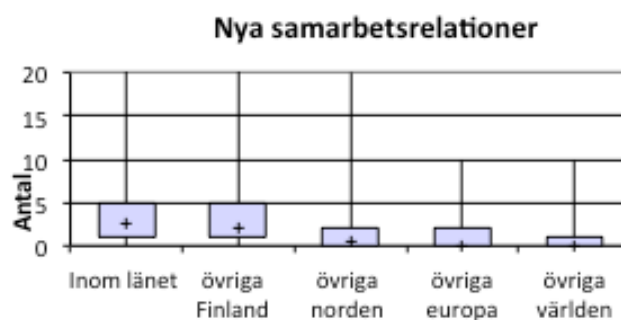
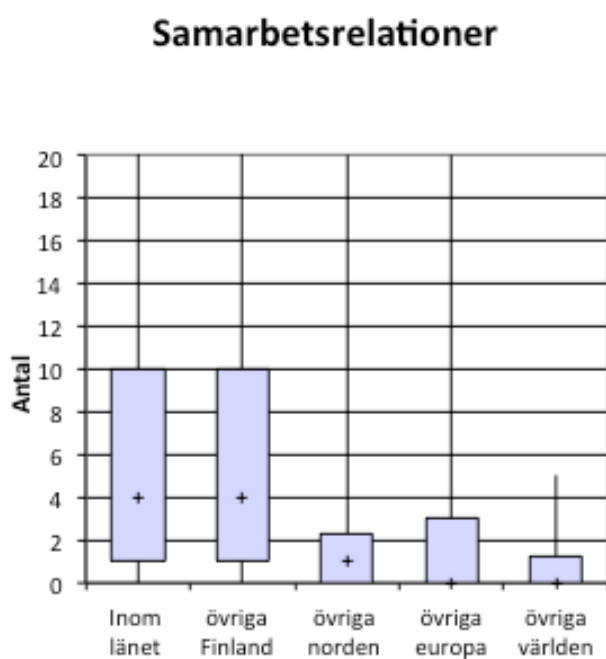
Sedan 2010 har de svenska företagen i genomsnitt inlett 7 nya samarbetsrelationer. Majoriteten av dessa har varit inom länet (69%), en andel i övriga Sverige (23%), och en mindre del internationellt (Norden, 2%; Europa, 3%; Övriga världen, 2%). På samma sätt har företagen i genomsnitt avvecklat 2 samarbetsrelationer sedan 2010.



FIGUR 26: SAMARBETSRELATIONER I SVERIGE

De finska företagen (se figur 27 nedan) har i genomsnitt 12 samverkanspartners. Merparten av relationerna är med andra företag i regionen (63%) och en andel i övriga Finland (27%). Närmare 10% fördelas på omvärlden (Norden, 6%; Europa, 3%; Övriga världen, 1%). I genomsnitt är 32% av företagens samverkansrelationer branschöverskridande.

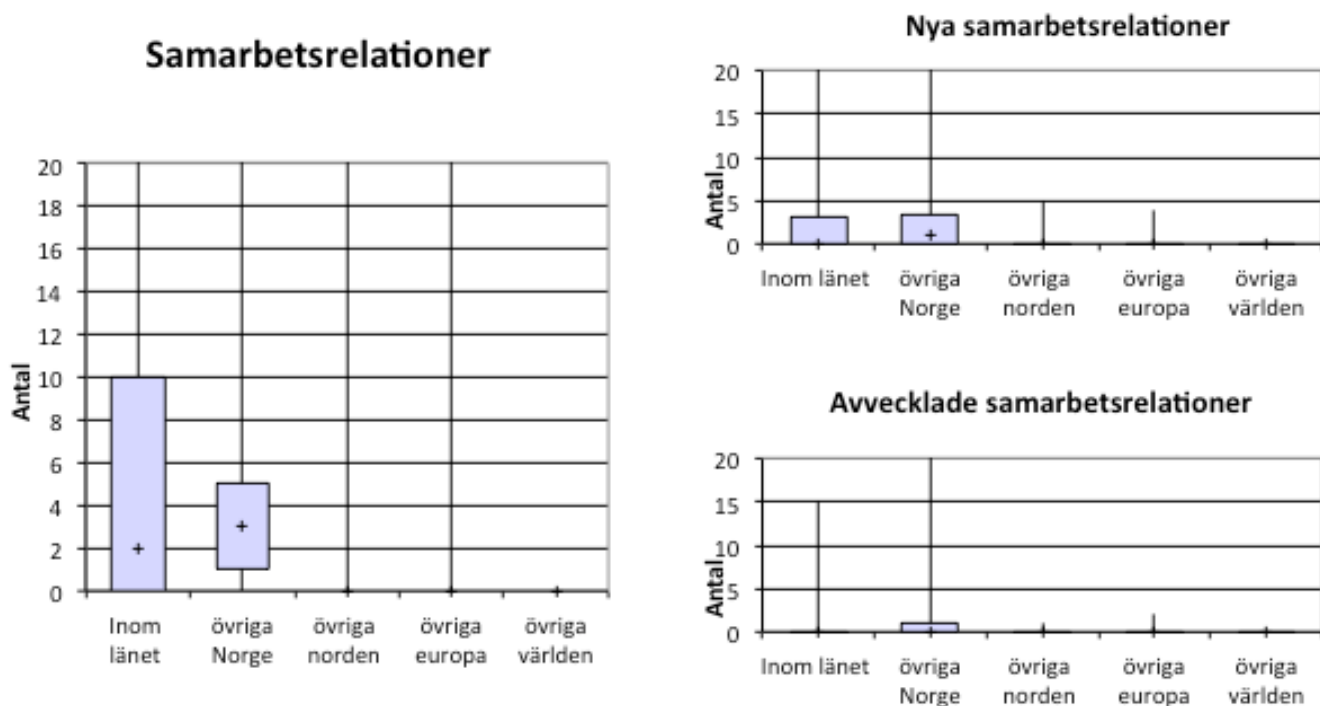
Sedan 2010 har de Finska företagen i genomsnitt inlett 4 nya samarbetsrelationer. På samma sätt har företagen i genomsnitt avvecklat 1 samarbetsrelationer sedan 2010.



FIGUR 27: SAMARBETSRELATIONER FINLAND

De norska företagen (se figur 28 nedan) har i genomsnitt 14 samverkanspartners. I genomsnitt är 68% av relationerna med andra företag inom regionen och 27% med företag i övriga Norge. 2% av relationerna är med företag i Norden, 2% med företag i Europa och 0% övriga världen. I genomsnitt är 9% av företagens samverkansrelationer branschöverskridande.

Sedan 2010 har de norska företagen i genomsnitt inlett 3 nya samarbetsrelationer. På samma sätt har företagen i genomsnitt avvecklat 1 samarbetsrelation sedan 2010.



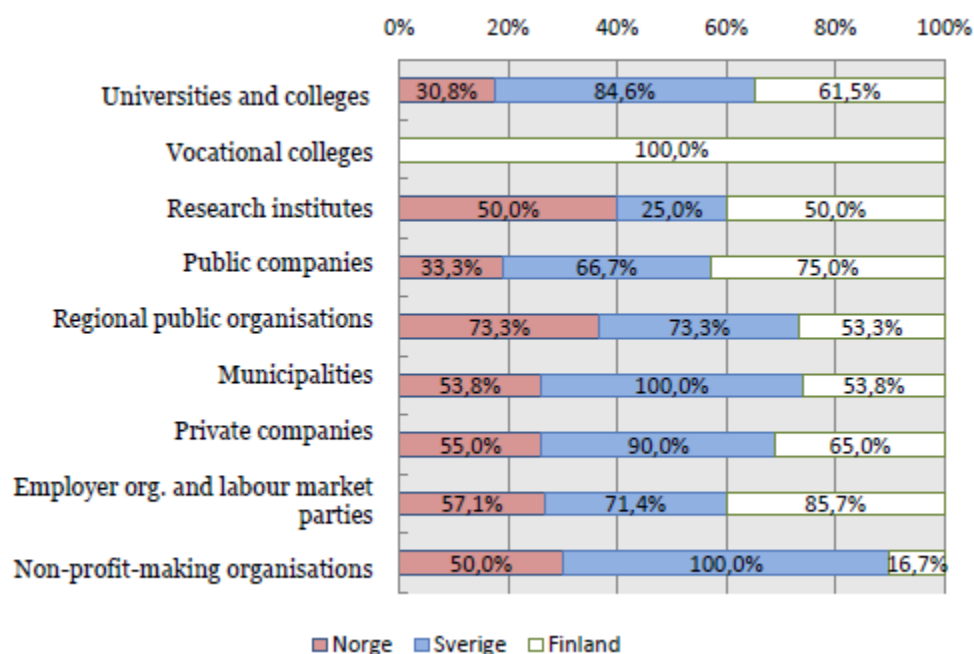
FIGUR 28: SAMARBETSRELATIONER NORGE

Erfarenheter av gränsöverskridande samverkan från tidigare programperiod

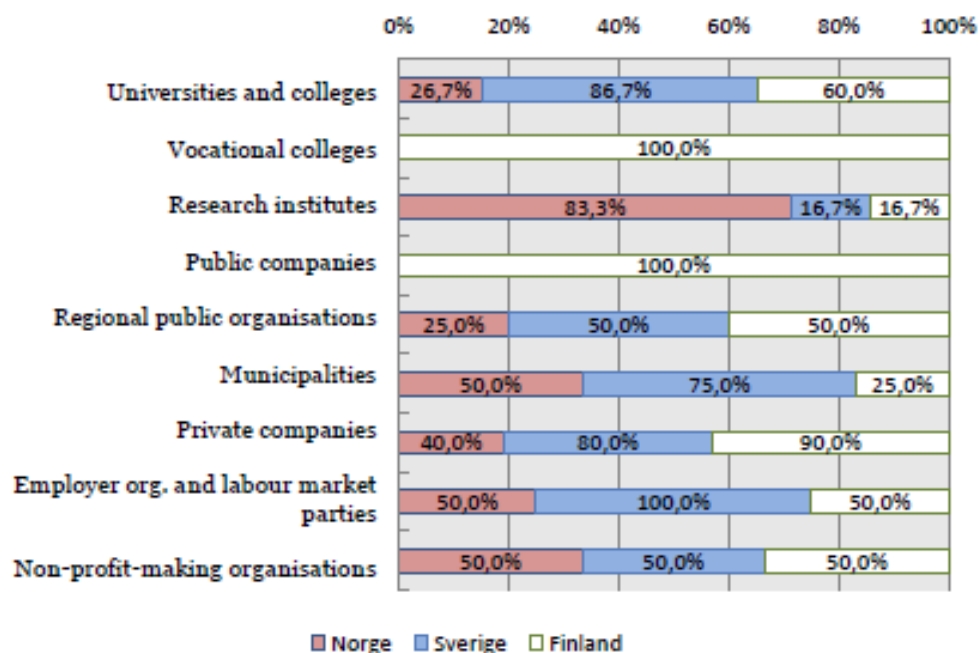
Kontigo (2012) genomförde en kartläggning av samverkansmönster i de projekt som var aktiva under föregående programperiod. Det visar sig att så kallade triple helix-konstellationer har varit relativt vanliga i programmet. Enligt Kontigos undersökning så var universitet involverad i drygt 80% av de svenska projekten, i 60% av de finska projekten och mellan 25-30% i de norska projekten. Den tredje parten i ett triple helix-samarbete brukar sägas vara den offentliga sektorn (politiken). Kontigos studie redovisar att regionala offentliga organisationer deltog aktivt i mer än hälften av projekten.

I projekten har finska och svenska företag varit engagerade i merparten av projekten (90% respektive 80% av projekten) medan norska företag har varit engagerade i 40% av projekten. Figurerna 29 och 30 nedan (hämtade från Kontigo, 2012) visar i vilken grad parterna från Norge, Sverige och Finland finns representerade i projekten. Diagrammet upptill (figur 29) innehåller svaren från projektledarna inom industriprojekten, medan det nedre diagrammet (figur 30) visar svaren från projektledare inom FoU-projekt.

Procentsiffrorna anger hur stor procentandel av projekt som har haft respektive aktör involverad. Enligt diagrammet nedan är svenska universitet och högskolor representerade i 84,6% av industriprojekten och 86,7 procent av FoU-projekten.



FIGUR 29: PROJEKTLEDARES SYN PÅ SAMVERKAN FRÅN INDUSTRIPROJEKT (KONTIGO, 2012)



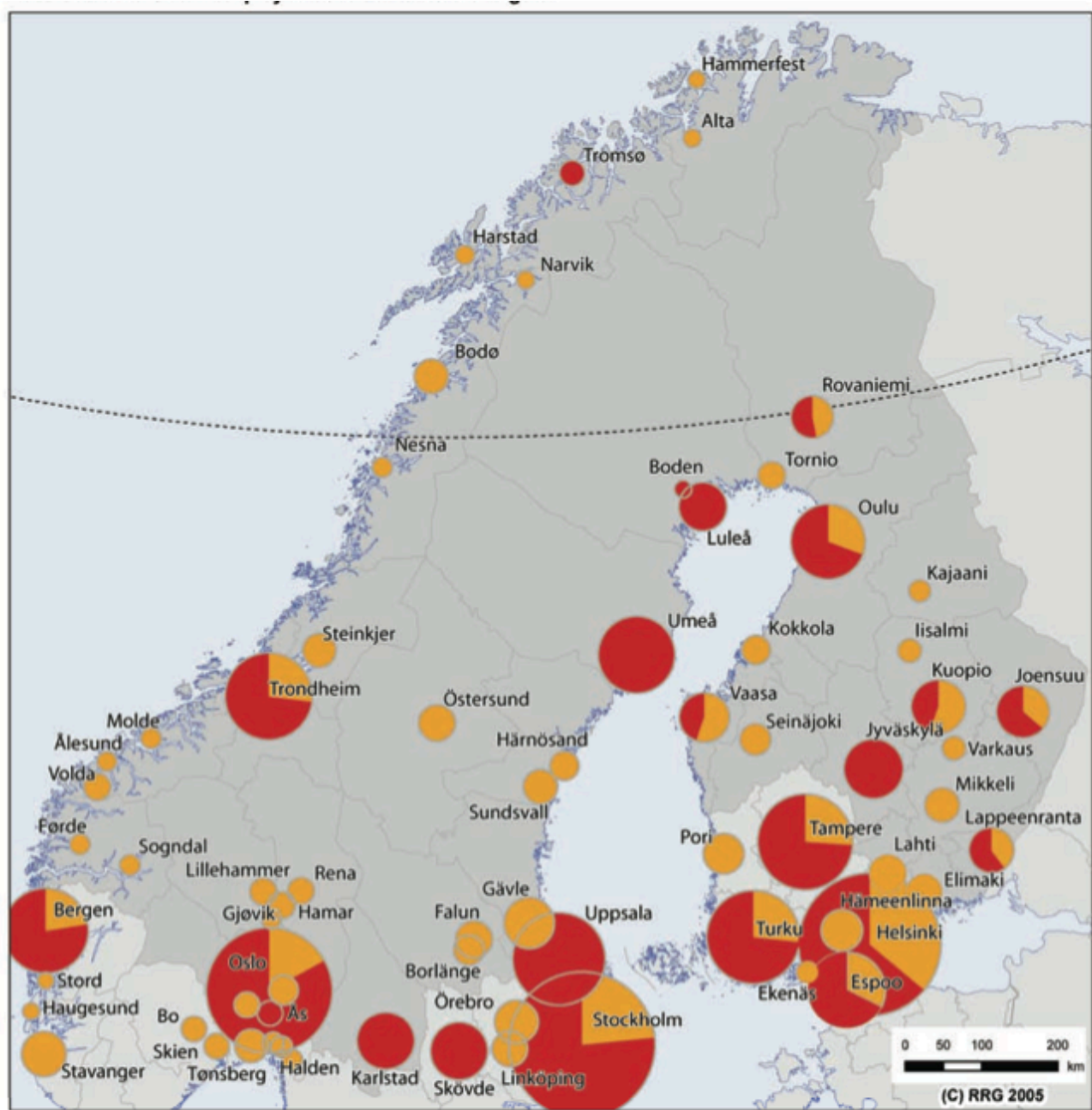
FIGUR 30: PROJEKTLEDARES SYN PÅ SAMVERKAN FRÅN FOU-PROJEKT (KONTIGO, 2012)

Figur 31 nedan visar respektive lands lärosäten och deras storlek i antal studenter. De högskolor, universitet och forskningsinstitut som har varit mest tongivande i Nordprogrammets tidigare genomföranden har varit lärosäten lokaliserade i; Narvik och Bodø i Norge,, i Luleå och Piteå i Sverige och i Uleåborg, Kemi och Torneå i Finland.

I den norska delen av programområdet finns universitet i Tromsø och Bodø samt statliga högskolor i Alta, Tromsø, Harstad, Narvik, Bodø och Nesna. Det finns även forskningsinstitut i form av Bioforsk i Sörvaranger, Norut Nibr Finnmark i Alta, Nordisk Samisk Institutt i Kautokeino, Norut i Tromsø och Narvik samt Nordlandsforskning i Bodø. Därtill finns även Sámi University College.

I den finska delen finns universitet i Rovaniemi och Uleåborg. Därtill finns även fyra regionala universitetscentra vilka fokuserar på tillämpad forskning. Dessa finns i Rovaniemi, Kemi-Torneå, Uleåborg och i Karleby.

I den svenska delen finns det två universitet, Luleå tekniska universitet och Umeå Universitet. Högskoleförbundet i Östra Norrbotten, Sveriges Lantbruksuniversitet, ETC (energitekniskt centrum) i Piteå och MEFOS (metallurgisk forskning) i Luleå är ytterligare institut som bedriver forskning på svensk sida.



FIGUR 31: LÄROSÄTEN (EUROSTAT, 2005)

FAKTORER FÖR ÖKAD GRÄNSÖVERSKRIDANDE SAMVERKAN

Företagen som besvarade studien ombads också lyfta fram vilka frågeställning som de anser är viktiga för att stimulera nyskapande samverkan (ex över industrisektorer eller nationsgränser). Figur 32 nedan summerar de teman som skapats utifrån de svar som angetts. Centralt för många företagare har varit att det finns forum och mötesplatser, att samverkan bedrivs utifrån gemensamma aktiviteter, att det finns utbildning och forskning som kan stödja gränsöverskridande samverkan, samt att det skapas strukturer som är lämpliga för att bedriva samverkan.

Många företagare beskrev behovet av forum och mötesplatser kring vilka de kan exponeras för samarbete och få hjälp med att identifiera och skapa samverkansrelationer. En företagare beskrev det som att lokala och regionala nätverk bygger upp relationer så att nya kan bli hjälpta av gamla. Företagare har tryckt på behovet av neutrala plattformar där samverkansformer kan skapas och prövas. Mötesplatser där det går att diskutera samverkansprojekt och förutsättningar för företagande över bransch- och regionsgränser. Samtidigt finns det företagare som betonar att dessa forum och mötesplatser behöver initieras och drivas utifrån företagets förutsättningar och att det kan vara svårt att designa och hålla liv i sådana mötesplatser genom "externa" satsningar.

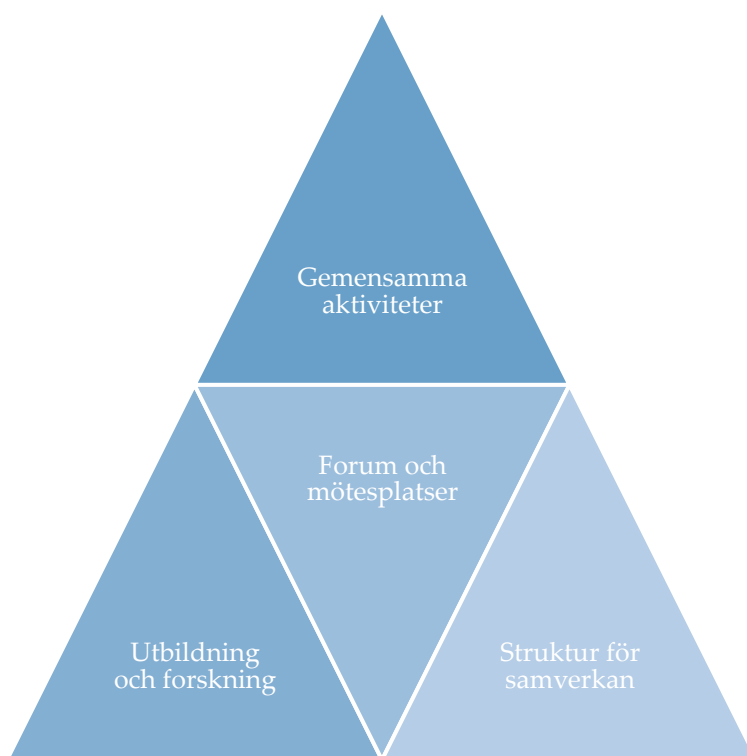
Flera företag ansåg att samverkan måste konstrueras kring gemensamma aktiviteter som stärker respektive företag. Vissa uttryckte att det måste vara möjligt att se värdet av samverkan inom en snar framtid och att aktiviteterna kring vilken samverkan konstrueras är konkreta. Exempelvis angavs aktiviteter som gemensamma studiebesök och mässresor till andra länder som aktiviteter kring vilken samverkan kan konstrueras.

En del röster har höjts för att ta fram utbildning och forskning för hur samverkan kan konstrueras. En del efterlyser spridning av framgångsexempel där goda affärer utgör drivkraften medan andra önskar mer handfast utbildning inom samverkan, förhandling och affärer.

Det poängteras bland svaren att strukturer för samverkan behöver vara nytänkande och passa i ett snabbt föränderligt sammanhang. Flera företagare poängterar vikten av representation från triple-helix aktörer och efterlyser utvecklade samverkansstrukturer med akademi och offentlig sektor. En del har också betonat vikten av att tillvarata erfarenheter och nätverk från nyinflyttade personer vare sig de kommer från andra län eller andra länder. En del har också kommenterat att det finns

regionalstrukturer som påverkar samverkansmöjligheter. En del kommenterar EUs utformning av program, andra att vissa länder (i flera fall används Norge som exempel) inte medverkar i EU vilket därmed anses försvåra en nära samverkan.

Därutöver finns det ett antal företag som anger att de inte ser samverkan som en betydelsefull aktivitet för sitt företagande. En del företagare har avböjt att kommentera, några har angett att deras verksamheter inte lämpar sig för samverkan och någon enstaka har poängterat att deras franchisevillkor till och med hindrar dem från att bedriva samverkan.



FIGUR 32: FAKTORER FÖR ÖKAD GRÄNSÖVERSKRIDANDE SAMVERKAN

DISKUSSION

Tillväxtambitioner

Att små och medelstora företag ges möjlighet till tillväxt är en förutsättning för att vända en trend med avbefolkning i programområdet. Ökad verksamhet innebär i många fall också ökad sysselsättning men ger också starkare bidrag till en förbättrad närservice. Studiens resultat vittnar om att en relativt stor andel av företagen som ingått i studien har starka tillväxtambitioner. Mer än hälften av företagen har uttryckt sig positiva till en omsättningsökning om 25% till 2020. I Sverige och Finland så har närmare hälften av företagen ställt sig positiva till en fördubblad omsättning till 2020 (något färre i Norge där motsvarande siffra var 30%). I en diskussion om vad som anses som viktigt för att realisera dessa ambitioner nämndes kommentarer på flera nivåer, allt i från företagsledarens inställning och ambition, till företagets förutsättningar, verksamhetens intressenter och det omgivande samhället.

Det är kanske framförallt företagets förutsättningar som diskuteras mest i undersökningen. Många företagare anger en oro att det är svårt att rekrytera rätt personal. Personer med utbildning och erfarenhet och som är lämpliga för att genomföra arbetet. Flera företagare anger att det är stora risker med att anställa personer. Flest företagare anger att det inte går att få tag på personal. Utöver personal diskuteras behovet av att genomföra och finansiera investeringar och affärsutveckling för att åstadkomma tillväxt. Även detta vägs mot hur marknadssituationens förutsättningar ser ut och vilka risker det innebär.

Internationell handel

Minskade handelshinder tillsammans med utvecklade infrastrukturella lösningar för kommunikation och transport har resulterat i en ökad globalisering och att internationell handel underlättats även för små och medelstora företag (Levitt, 1983; Fan & Phan, 2007). Nordiska företag har en lång historia av att arbeta med export och internationella affärer (Globaliseringsrådet, 2008) och Tillväxtverket (2011a) rapporterar att cirka en fjärdedel av svenska små och medelstora företag bedriver någon form av internationell verksamhet. En siffra som bekräftas även i denna studie.

Det finns många fördelar med en stark internationell handel och framförallt en stark exportindustri. Utöver att det är viktigt för samhällsekonomin så kan företag som ägnar sig åt export och internationella affärer generellt stärka sin konkurrenskraft, öka sin försäljning, och diversifiera sina

risker (Kahiya, 2013). Det kan mot den bakgrunden anses centralt att verka för att främja och stötta företag att expandera utomlands och att bedriva internationell handel. Detta är viktigt även med tanke på att andelen svenska små och medelstora företag som etablerat sig utomlands har varit relativt oförändrat sedan 2002 (Tillväxtverket, 2011a).

Det är trots sina möjligheter inte utan risker och problem att internationalisera en verksamhet. För att lyckas på externa marknader behövs generellt god tillgång till kapital, marknadskunskap samt ett starkt kontaktnätverk (Fan & Phan, 2007). För mindre företag med begränsade resurser kan detta medföra utmaningar alternativt även hinder att expandera sin verksamhet till andra länder.

Tillväxtverket har studerat svenska små och medelstora företags möjligheter och hinder för internationell tillväxt (Tillväxtverket, 2011a; Tillväxtverket, 2011b). Resultaten av deras studier visar bland annat att det inhemska stödet för exportföretag behöver anpassas till de förutsättningar som internationaliserande företag har.

I den här studien har företagen speciellt uttryckt behov av ökat exportstöd i form av stöd att bygga nätverk, genomföra marknadsanalyser, samt utbildningsinsatser för att stödja export. Företagen har även uttryckt önskemål om förenklade regelverk för exportstöd, tull och skatt. Därtill har företagen uttryckt behov av ökade interna resurser såsom kapital, personal och erfarenhet för att nå ut på externa marknader. På samma sätt har företagen nämnt att omvärldsfaktorer, som exempelvis stabilitet på efterfrågan, är kritiska faktorer för ökat arbete med export och internationell handel. Ett antal företag har också poängterat att internationell handel inte är en målsättning för deras företag, att det inte passar den affärsmodell eller verksamhet företagen bedriver.

De kommentarer som företagen har uttryckt går igen i liknande studier. Till exempel rapporterade Wilkinson och Brouthers (2006) att många amerikanska små och medelstora företag såg export och internationalisering som högriskprojekt där de framförallt angav att de saknade nödvändiga interna resurser, kunskap, och information om de utländska marknaderna. I forskningsstudier om internationalisering har ofta resursbaserade perspektiv anlagts för att förstå speciellt små och medelstora företags internationella affärer (Acs et al., 1997, Alvarez, 2004).

omfattande tidsserier för att undersöka huruvida stöden får effekter över längre tidsperspektiv. Dessutom tilltar komplexiteten i att kontrollera för eventuellt andra effekter då längre tidsperspektiv inkluderas, vilket gör det svårt att genomföra effektstudier med hög precision.

Gränsöverskridande samverkan

Gränsöverskridande samverkan har pekats ut som en allt viktigare faktor för näringslivsutveckling i en tid då samhällen tenderar att bli allt mer kunskapsorienterade. Studier har också påvisat att denna typ av samverkan inte minst är viktig i perifera och glest befolkade regioner (Ylinenpää och Strömbäck, 2003). Möjligtvis därför har modeller för klusterbildningar, Triple Helix-samverkan och diverse modeller för strategiska nätverk vuxit fram för att fostra samverkan över gränser och på så sätt stärka företag och tillika regioners utveckling. Den gränsöverskridande samverkan har varit definierad av såväl territoriella- som branschrelaterade faktorer. I studien som genomförts framgår att 9-32% av deras samverkansrelationer är branschöverskridande. Studien visar också att 5-10% av relationerna utgörs av företag med säte i ett annat land. Över de senaste åren anger företagen att de i genomsnitt ökat det gränsöverskridande samarbete något, även om hänsyn tas till samverkansrelationer som avvecklats.

De företag som har tidigare erfarenhet av att medverka i formella samverkansprojekt under föregående programperiod har i normalfallet samverkat i så kallade Triple Helix-konstellationer och har därmed erfarenheter från att arbeta såväl med akademi som offentlig sektor. Enligt en kvalitativ analys är det just skapandet av forum och mötesplatser som företagen ser som möjlig vidare utveckling för att ytterligare stärka gränsöverskridande samverkan. Företagen anger även vikten av att samverkan bedrivs utifrån gemensamma och konkreta aktiviteter, att det finns forskning och utbildning inom området.

REFERENSER

- Acs, Z.J., Morck, R., Shaver, M.J. och Yeung, B. (1997). The internationalization of small and medium-sized enterprises: A policy perspective. *Small Business Economics*, 9: 7–20.
- Alvarez, R.E. (2004). Sources of export success in small-and medium-sized enterprises: The impact of public programs. *International Business Review*, 13(3): 383–402.
- Ejdemo, T, Söderholm, P & Ylinenpää, H (2014). Norrbottens roll i samhällsekonomin: En kritisk granskning av indikatorer samt några lärdomar för framtiden. Länsstyrelsen i Norrbottens län, Luleå. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län, nr 10/2014
- Ejdemo, T & Lundgren, N-G (2013). 41 000 anställningar till och med 2025: En studie av rekryteringsbehovet i Norrbottens län. Länsstyrelsen i Norrbottens län, Luleå. Rapportserie / Länsstyrelsen i Norrbottens län
- Fan, T. och Phan, P. (2007). International new ventures: Revisiting the influences behind the 'born-global' firm. *Journal of International Business Studies*, 38: 1113–1131.
- Globaliseringsrådet (2008). Globaliseringens tre vågor: Sveriges internationalisering under 150 år. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- Kahiya, E. (2013). Export barriers and path to internationalization: A comparison of conventional enterprises and international new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(1): 3-29.
- Kontigo (2012). Towards a borderless innovation system in the Nordic region: Final report from the evaluation conducted by Interreg IVA Nord. Stockholm.
- Levitt, T. (1983). The Globalisation of Markets. *Harvard Business Review*, 61: 92-102.
- Länsstyrelsen Norrbotten (2007). Interreg IVA Nord. Norrbotten.
- N2014/2502/RT. En nationell strategi för regional tillväxt och attraktionskraft 2014-2020. Näringsdepartementet.
- Nordisk ministerråd (2014). Nordisk statistisk årsbok 2014

- Nordregio (2006). Study on Northern peripheral, sparsely populated Regions in the European Union and in Norway. Stockholm, Sverige.
- Nordregio (2009). Strong, specific and promising: Towards a vision for the northern sparsely populated areas in 2020. Stockholm, Sverige.
- Nordregio (2011). Perspectives on rural development in the Nordic countries: Policies, governance, development initiatives. Stockholm, Sverige.
- Nordregio (2012). Att möta demografiska förändringar: En handbook för inspiration till handling i nordiska kommuner och regioner. Stockholm, Sverige.
- Nordregio (2014). State of the nordic region 2013. Stockholm, Sverige.
- SOU 1991:3. Statens roll vid främjande av export. Stockholm.
- SOU 2008:90. Svensk export och internationalisering. Statens offentliga utredningar, Utrikesdepartementet.
- Svenskt Näringsliv (2012). Utanför utanförskapet. Rapport från Svenskt Näringsliv, Mars 2012.
- Tillväxtanalys (2010). Tillväxtfakta. Så växer Sverige och dess regioner. Tillväxtanalys och Tillväxtverket, April 2010.
- Tillväxtanalys (2013). Regional tillväxt 2013: en rapport om regional tillväxt och utveckling. Rapport 2013:06, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Östersund.
- Tillväxtverket (2011a). Internationalisering i svenska små och medelstora företag. Nedladdad: <http://publikationer.tillvaxtverket.se/ProductView.aspx?ID=1761>.
- Tillväxtverket (2011b). Tillväxtmöjligheter och tillväxthinder för svenska små och medelstora företag. Nedladdad: <http://publikationer.tillvaxtverket.se/ProductView.aspx?ID=1692>.
- Tillväxtverket (2014). Förutsättningar för konkurrenskraftiga företag. Företagens villkor och verklighet 2014. Tillväxtverket.
- Wilkinson, T. och Brouthers, L.E. (2006). Trade promotion and SME export performance. International Business Review, 15(3): 233-252.

Ylinenpää, H. & Tham, H. (2014). Nyföretagande i norr. En analys av nyföretagsfrämjande insatser i Norrbotten och deras utfall inför strukturfondsperioden 2014-2020. Länsstyrelsen Norrbotten. Rapportserie nr 10/2014.

Ylinenpää, H. & Strömbäck, M. (2003). Gränsöverskridande samverkan i regionalt kopplad kunskapsproduktion: Fallet Forskarstation Östra Norrbotten. Luleå tekniska universitet, Luleå.

Örtqvist, D. (2014). Tillväxtförutsättningar för Norrbottens näringsliv. En kartläggning av företagens styrkor, svagheter och utmaningar. Luleå: Länsstyrelsen och Luleå tekniska universitet.

