

Att främja export i Västra Götaland

En utvärdering av Regionalt Exportcentrum,
Internationella Handelsdagen och
Exportprogrammet

Rapporten är i sin helhet framtagen av WSP på uppdrag av Västra Götalandsregionen

Innehåll

Sammanfattning	4
Inledning	6
Bakgrund.....	6
Utvärderingens syfte och frågeställningar	6
Metod och material	6
Disposition/läsanvisning	9
Guide till bedömningar av utvärderingsfrågorna.....	10
Om de tre exportsatsningarna	11
Regionalt Exportcenter (REC).....	11
Internationella Handelsdagen.....	11
Exportprogrammet	12
Samlad målbild	13
Hur ser målgruppen ut för internationella handelsprogrammet och	14
Ekonomiska nyckeltal - alla insatser.....	15
Geografisk fördelning – alla insatser (per kommun)	15
Branschfördelning – alla insatser.....	17
Relevans och effektivitet.....	20
Vilka frågor besvaras i förfrågningsunderlaget?.....	20
Analys	20
Nyttiggörande och spridning.....	27
Vilka frågor besvaras i förfrågningsunderlaget?.....	27
Analys	27
Resultat och effekter	34
Analys	34

Koppling till övergripande styrdokument	38
Vilka frågor besvaras i förfrågningsunderlaget?	38
Analys	38
Slutsatser och rekommendationer	47
Slutsatser	47
Rekommendationer	49
Källförteckning	52
Intervjuer	52
Skriftligt material	53
Bilaga 1. Erfarenheter från de andra piloterna	55
Bakgrund	55
Organisation	55
Samverkan	56
Aktiviteter	56
Uppföljning	57
Kännedom hos målgruppen	57

Sammanfattning

Regeringen beslutade 2016 om att inrätta sex regionala exportcenter, bland annat i Västra Götaland (Skåne, Östergötland, Västerbotten, Kronoberg och Dalarna var de övriga länen). Syftet med denna satsning var att tillskapa en funktionell och samlad stödstruktur för att stödja små och medelstora företags internationalisering.

I Regionalt Exportcentra (REC) i Västra Götaland ingår utöver Västra Götalandsregionen även Almi, Business Sweden, Enterprise Europé Network (EEN)/Business Region Göteborg, Exportkreditnämnden (EKN), Industriell Dynamik, Svensk Exportkredit (SEK) och Västsvenska Handelskammaren. Västra Götalandsregionen svarar för det strategiska ansvaret medan Västsvenska Handelskammaren svarar för projektledning. I uppdraget ingår också att utvärdera Internationella Handelsdagen och Exportprogrammet.

VGR har givit konsultföretaget WSP i uppdrag att utvärdera Regionalt Exportcenter (REC). Utvärderingen har genomförts under hösten 2020. Det övergripande syftet med denna utvärdering har varit att utvärdera REC samt de två satsningarna Internationella Handelsdagen och Exportprogrammet. Huvudfokus är REC. Mer preciserat ska utvärderingen ska belysa följande områden:

- Relevans och aktivitet ska belysa mål, måluppfyllelse och genomförda aktiviteter inom de tre satsningarna. Det handlar här även om att belysa och värdera arbetssätt samt verktyg. Hur bör projektets erbjudande och tjänster utformas?
- Inom området nyttiggörande och spridning ligger fokus på nyttiggörande och mervärde
- Resultat och effekter
- Utvärderingen ska också belysa REC (och de två övriga utvärderingsobjektens) koppling till övergripande styrdokument. Det handlar dels om den regionala utvecklingsstrategin VG2020:s prioriterade frågor samt ett antal andra program som Västra Götalandsregionen driver.

WSP:s samlade bild är att REC nått merparten av sina mål. Utmaningar finns naturligtvis, kopplat till bland annat geografisk spridning och hur REC når fram till vissa målgrupper (i olika branscher). Nyttan som lyfts för de medverkande aktörerna handlar om ökad kännedom och ett mer sömlöst internationaliseringsfrämjande. Nyttan för målgruppen, företagen, har handlat om dels ny kunskap och nya nätverk, dels om inspiration.

När det gäller utvecklingsmöjligheter har WSP följande rekommendationer:

- Intensifiera arbetet med att förankra REC i kommunerna. Detta för att nå fler företag utifrån ett geografiskt perspektiv. Tittar vi på branschbredd är

vår bild att REC har en bra räckvidd och inkluderar många olika branscher.

- Optimera och utveckla kommunikationen.
- Fundera på om målgruppen ytterligare behöver segmenteras.
- Fundera på om erbjudandet till målgruppen behöver förändras (mer digitalisering, cyber security kopplat till internationalisering med mera).
- REC:s samlade arbete med de horisontella kriterierna utifrån samla ihop arbetet med vissa av kriterierna. Det är inte så att arbetet negligeras av de enskilda aktörerna, men vi tror att en gemensam mall eller modell för att inte dessa frågor missas – exempelvis i de första kontakterna med bolagen – tas fram. I denna kontext tror vi också att formaliserat ta ned vad som görs inom ramen för REC är en viktig uppgift (för att visa på nytta, för att skapa attraktivitet för satsningen med mera).
- Se över hur fördelning och budget samspelar med resultat och nytta redovisas (se också punkten nedan om utvärderingsbara mål).
- Se över antalet parter i den operativa gruppen till REC.
- Skriv ett samverkansavtal mellan aktörer i exportcentrum, där roll och ansvar tydligt framgår.
- Undersök om affärsutvecklingscheckar eller andra konsultcheckar kan vara en del i REC-verksamheten.
- Formulera uppföljningsbara mål och säkerställ att resultat och effekter mäts och kommuniceras (för organisationerna och framförallt för målgruppen).
- Utveckla Solbild 2.0 (bland annat utifrån statens eventuella nya strategi och roll inom internationaliseringsarbetet). Solbilden var en framåtppekande visualisering som togs fram av de medverkande aktörerna 2017. Målet var att skapa en målbild och en gemensam spelplan för hur man skulle arbeta och vad som skulle uppnås. Vi tror att detta var en viktig plattform för det arbetet som sedan har skett de kommande åren.

Inledning

Bakgrund

Regeringen beslutade 2016 om att inrätta sex regionala exportcenter, bland annat i Västra Götaland (Skåne, Östergötland, Västerbotten, Kronoberg och Dalarna var de övriga länen). Syftet med denna satsning var att tillskapa en funktionell och samlad stödstruktur för att stödja små och medelstora företags internationalisering.¹

I Regionalt Exportcentra (REC) i Västra Götaland ingår utöver Västra Götalandsregionen även Almi, Business Sweden, Enterprise Europé Network (EEN)/Business Region Göteborg, Exportkreditnämnden (EKN), Industriell Dynamik, Svensk Exportkredit (SEK) och Västsvenska Handelskammaren. Västra Götalandsregionen svarar för det strategiska ansvaret medan Västsvenska Handelskammaren svarar för projektledning. I uppdraget ingår också att utvärdera Internationella Handelsdagen och Exportprogrammet.

Utvärderingens syfte och frågeställningar

Mot bakgrund av föregående stycke är det övergripande syftet med denna utvärdering att utvärdera tre exportorienterade projekt, nämligen Regionalt Exportcenter (REC), Internationella Handelsdagen och Exportprogrammet). Huvudfokus är REC. Mer preciserat ska utvärderingen ska belysa följande områden (se frågorna mer i detalj i avsnittet ”Disposition/läshänvisning”):

- Relevans och aktivitet ska belysa mål, måluppfyllelse och genomförda aktiviteter inom de tre satsningarna. Det handlar här även om att belysa och värdera arbetssätt samt verktyg. Hur bör projektets erbjudande och tjänster utformas?
- Inom området nyttiggörande och spridning ligger fokus på nyttiggörande och mervärde.
- Resultat och effekter.
- Utvärderingen ska också belysa REC (och de två övriga utvärderingsobjektens) koppling till övergripande styrdokument. Det handlar dels om den regionala utvecklingsstrategin VG2020:s prioriterade frågor samt ett antal andra program som Västra Götalandsregionen driver.

Metod och material

I detta avsnitt görs en kort beskrivning av metod och material. Vi har använt oss av en kombination av materialinsamling/metoder för att besvara utvärderingsfrågorna och

¹ Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2017.

triangulera slutsatserna. I tabell 1 nedan presenteras dessa. Intervjupersonerna har tagits fram i samspel med VGR.

Figur 1 Metod och material

Datakälla	Frågeområde som besvaras med datakällan	Kommentar kring datainsamlingens genomförande och syfte
Intervjuer med medverkande aktörer	Samtliga frågeområden (något mindre tyngd på övergripande styrdokument).	Genomförts i form av semistrukturerade telefonintervjuer. Detta moment har haft ett mer operativt fokus med fokus på resultat och effekter för enskilda aktörer samt utblick framåt (möjligheter, utmaningar etc.). Ansvarig på Västsvenska Handelskammaren har intervjuats vid två tillfällen.
Intervju med ansvarig tjänsteperson (VGR)	Samtliga, i synnerhet frågor som rör synergi/effekter, generella perspektiv och koppling till övergripande styrdokument.	Intervju vid två tillfällen. Genomförts i form av semistrukturerad telefonintervju.
Intervjuer med andra regionala exportcentrum	Samtliga som var piloter 2016 (utom ett), delvis frågor kopplade till samverkan men framförallt egna erfarenheter och eventuella synpunkter på REC i Västra Götalands roll och leverans.	Genomförts i form av kompletterande semistrukturerade intervjuer. Syftet är dels att be dem förklara och fördjupa en del av de uppfattningar och kommentarer kring verksamheten som framkommit i föregående utvärderingsmoment och dels att bredda vår förståelse för satsningens strategiska genomförande.
Företagsintervjuer (företag som medverkat i Internationella handelsdagen, Exportprogrammet och REC-aktiviteter)	Nytta, resultat och eventuella effekter. Samt eventuella förslag på förbättringar/optimering.	Genomförts i form av semistrukturerade intervjuer som har syftat till att fördjupa sekundärmaterialet för att få en förståelse för hur olika delar av satsningen påverkat företagen.

Datakälla	Frågeområde som besvaras med datakällan	Kommentar kring datainsamlingens genomförande och syfte
Intervjuer med individer utan koppling till REC, Internationella Handelsdagen och Exportprogrammet förutom ansvariga för andra regionala exportcentra	Dessa har genomförts för att få ett "utanförperspektiv" på REC med mera. I princip alla områden, men mer övergripande frågor kopplade till exportcentrasatsningen och internationalisering	Genomförts i form av semistrukturerade intervjuer som har syftat till att fördjupa kunskaper och förståelse om REC samt utmaningar/möjligheter för internationaliseringsstöd generellt.
Ansökningar	Projektlogik och verksamhetens inriktning samt bakgrundskapetlet.	Genom systematisk genomgång av projektansökningarna utifrån på förhand uppställda frågeställningar har vi kunnat bilda oss en uppfattning om initiativets syfte, arbetssätt, organisation och målsättningar samt tagit fram en skiss över dess projektlogik
Återrapporteringar	Måluppfyllelse och resultat; Samverkan, kännedom och spridning samt de generella perspektiven. Alla delar kort sagt.	Återrapporteringarna (från 2016 och framåt) har gett oss information om hur projektet har arbetat och vilka aktiviteter man satsat samt hur dessa fungerat och hur det har genomförts.
Enkäter (Handelsdagen och Exportprogrammet)	Framförallt fokus på frågor som rör företagens upplevda nytta, eventuella resultat etc.	Detta sekundärmaterial har varit ett sätt att bilda oss en generell uppfattning om företagens kundnöjdhet och upplevda bemötande, kvalitet och service.
Data från affärsdatabasen Bisnode	Nyckeltal kopplade till företagen	Denna data har använts för att få en bild av företagens utveckling samt exempelvis lokalisering.
Skriftligt sekundärmaterial	Framförallt skapa förförståelse. Kunskap från ett utifrånperspektiv.	Exempel på skrifter är Riksrevisionens utvärdering.

Disposition/läsanvisning

För att besvara de frågor som uppdragsgivaren vill ha svar på i utvärderingen har vi disponerat rapporten enligt följande:

I kapitel 2 presenterar vi de tre satsningarna.

I kapitel 3 (*Relevans och effektivitet*) besvaras följande frågor:

- I vilken utsträckning är verksamhetens mål och genomförda aktiviteter relevanta i förhållande till de behov, problem och frågor som målgruppen har?
- I vilken utsträckning är satta mål uppnådda och förväntade aktiviteter genomförda?
- I vilken utsträckning behövs flexibilitet i satsningar och ser man behov av att modifiera mål och aktiviteter?
- Hur uppfattar de deltagande aktörerna respektive de kontaktade företagen den inriktning och arbetssätt som finns vid Regionala Exportcenter.
- Hur uppfattas projektledning och organisering av Regionalt Exportcenter?

I kapitel 4 (*Nyttiggörande och spridning*) besvaras följande frågor:

- I vilken utsträckning och på vilket sätt nås företagen från den tänkta målgruppen? Även undersidan om Regionalt Exportcentra på verksamt.se bör belysas utifrån hur sidan når ut och används.
- I vilken utsträckning skapas ett mervärde för de företag som deltar? Och vilka mervärden?
- I vilken utsträckning skapar ett mervärde för de deltagande aktörerna?
- Hur ser aktörerna på nyttan för den egna organisationen och för målgruppen?
- Hur ser omfattningen ut fördelat på de olika deltagande aktörerna?
- Vilket/vilka mervärde/-n ser deltagande aktörer respektive företagen är viktigast för Regionalt Exportcenter och vilka aktiviteter/satsningar bör fokuseras på?

I kapitel 5 (*Resultat och effekter*) besvaras följande frågor:

- Vilka resultat skapas hos de företag som deltagit i aktiviteter och hur bedöms hållbarheten av resultaten efter genomförandet?
- Går det att se några långsiktiga effekter som till exempel ökad export, hos målgruppen?
- Är resultat och effekter uppnådda till en rimlig kostnad?
- Kan satsningarna utvecklas och i så fall på vilket sätt så att resultat och effekter optimeras?

I kapitel 6 (*Koppling till de övergripande styrdokument*) besvaras följande frågor:

- I vilken utsträckning har verksamheten bidragit till genomförandet av VG2020s områden?
- I vilken utsträckning beaktar REC och de två andra satsningarna de generella perspektiven (jämslällldhet, integration, miljö samt en gemensam region) i sin verksamhet och sitt genomförande?
- I vilken utsträckning har verksamheten bidragit till genomförandet av Västra Götalandsregionens olika program särskilt vad gäller delområdet Nya marknader i programmet för små och medelstora företag men även i till exempel programmet för Livsmedel och gröna näringar samt KKN.

Rapporten avslutas sedan med ett kapitel (7) som sammanfattar de tydligaste slutsatserna. Vidare presenterar vi i detta kapitel också ett antal rekommendationer.

En viktig aspekt, slutligen, som bör vara med vid läsningen av denna utvärdering, är att Coronapandemin naturligtvis påverkat satsningarna och förutsättningen för att nå en måluppfyllelse under 2020.

Guide till bedömningar av utvärderingsfrågorna

Varje kapitel avslutas med en sammanfattande bedömning av verksamhetens leverans för respektive utvärderingsfråga. För de utvärderingsfrågor som är formulerade som ”I vilken utsträckning...” gör WSP bedömningar enligt följande skala:

- Inte alls – verksamheten anses inte ha genomfört något arbete/levererat några resultat inom denna aspekt
- I begränsad utsträckning – verksamheten har genomfört punktinsatser eller enstaka aktiviteter/levererat begränsade och avgränsade resultat på ett fåtal punkter, men har i flera avseenden inte genomfört ett arbete/levererat ett resultat
- I viss utsträckning – verksamheten har genomfört en del aktiviteter/levererat en del resultat, dessa täcker dock inte alla aspekter av frågan eller är i vissa avseenden otillräckliga
- I relativt hög utsträckning – verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential/utvecklingsmöjligheter
- I hög utsträckning – verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat mycket goda resultat och vi ser ingen eller begränsad förbättringspotential inom ramen för nuvarande resurstilldelning

Om de tre exportsatsningarna

Regionalt Exportcenter (REC)

Regionalt Exportcenter (REC) i Västra Götaland är en satsning som genom att bidra med kunskap, nätverk och kompetens om nya marknader ska förenkla för företag att göra internationella affärer. Genom aktörerna i Exportcenter i Västra Götaland kan företagen erhålla konkret hjälp med exempelvis; exportstrategi, analys av marknader, möjlighet att utnyttja affärsnätverk och partners. Vidare kan företagare vända sig till det Regionala exportcentret för rådgivning gällande finansiering, som en viktig aspekt vid internationell företagsetablering.² Exportcentrarna arbetar efter principen ”en dörr in”, det vill säga att företagen får kontakt med rätt person, i rätt organisation vid eventuella frågor under en 24-timmars tidsperiod.

Målgruppen för Regionalt Exportcentra (REC), är små och medelstora företag i Västra Götaland. Vidare är gruppen kvinnor, nyanlända samt företag kopplade till regionens inkubatorer och science parks av särskilt intresse för satsningen.

Det Regionala exportcentret är ett paraply under vilket de medverkande aktörerna samverkar för att främja internationaliseringen av små och medelstora företag. Detta sker genom olika projekt, exempelvis genom projekten ”Gå Globalt” och ”Exportfrämjande integration”.³

Internationella Handelsdagen

Internationella handelsdagen (IHDV) är en satsning vars syfte är att skapa ett forum och en mötesplats för företag som exporterar/planerar att exportera. Syftet är att de västsvenska företagen ska få möjlighet att träffa andra innovativa export- och importföretag, få ta del av omvärldsanalyser, trendspaningar samt direkt träffa aktörer som kan erbjuda stöd, konsult hjälp, finansiering eller annan form av stöttning vid internationella affärer. Målsättningen för internationella handelsdagen är att inspirera till internationalisering hos företagen, skapa en situation som möjliggör nätverkande för företagen, skapa en medvetenhet kring olika aktörers utbud och samtidigt öka informationsflödet samt hjälpa små- och medelstora företag i deras internationella affärer.⁴

Syfte och målsättningarna har varit desamma oberoende vilket år handelsdagen genomförts (2016–2020). Dock har fokusområdena varierat. År 2016 lyftes Regionalt Exportcentra som var en ny satsning och Team Sweden fram.⁵ Vidare berörde föreläsningar och diskussioner områden som digitalisering samt en global prognos, där Sverige placerades in i ett globalt perspektiv. Medan huvudämnena 2017 var: handelstrender, digitalisering (även

² <https://www.verksamt.se/web/vastra-gotaland/vidare-ut-i-varlden>.

³ RUN 2016–01924.

⁴ RUN 2016–01845.

⁵ RUN 2016–01845.

2016) samt cirkulär ekonomi⁶. Mot bakgrund av de utvärderingar som inkom från IHDV 2016 och 2017 fanns det i ansökan för IHDV 2019 ett ökat fokus på internationella handelstrender och omvärldsanalys och utlandsmarknader. Vidare fanns ett ökat fokus på att ha fler familjeaktörer, utlandsregioner och branschorganisationer närvarande.⁷ Internationella handelsdagen för 2020 hade i stort sett samma fokusområden som för 2019. Dock fanns en ambition under IHDV 2020 att utveckla mingelmöjligheterna och vara just en mötesplats där små- och medelstora företag kan träffa aktörer och experter.⁸

Målgruppen för Internationella Handelsdagen, är små- och medelstora företag i Västra Götalandsregionen. Förhoppningarna med handelsdagen är ett det skall bli en naturlig plats där små och medelstora företag kan mötas för att inspireras och inspirerar varandra. Men även vara en plats där de kan möta experter, bland annat representanter från Regionalt Exportcentrum. Vidare finns en strävan om att uppnå god representativitet bland företagen. Det finns ett aktivt arbete med att nå en mångfald av företagare med avseende på kön och utrikesfödda.⁹

Exportprogrammet

Syftet med Exportprogrammet är ett den ska bidra till att utveckla företagens egen kompetens samt öka kunskapen hur de kan använda att använda sig av externa resurser, exempelvis konsulter eller regionala företagsfrämjarorganisationer. Målgruppen för satsningen är små och medelstora företag som är i planeringsprocessen att ta sig ut på internationella marknader alternativt har påbörjat en internationalisering. Vidare prioriteras företag med unga, personer med utländsk bakgrund samt kvinnliga ledare. Företagen delas in i nätverksgrupper efter exporterfarenhet.¹⁰ Totalt beviljades ett projektstöd på 2 155 118 SEK för projektperioden 2019–2021.¹¹ År 2019 uppgick Västra Götalandsregionens finansiering i 757 159 SEK, Business Swedens finansiering i 200 000 SEK och deltagande företag i 320 400 SEK. År 2020 uppgick Västra Götalandsregionens finansiering till 587 559 SEK och deltagande bolags finansiering i 290 000 SEK. Business Sweden har inte varit finansiär år 2020.

Exportprogrammet innehåller fyra delar: Nätverksträffar, internationell utbildning, individuella avstämningar och marknadsaktivitet. Syftet med nätverksträffarna är att lyfta internationaliseringens svårigheter tillsammans i grupp. Utbildningarna berör olika ämnesområden som skall hjälpa företagen i internationaliseringsprocessen. Den individuella avstämningen är ett tillfälle där det finns möjlighet att få konkreta råd som berör det egna företaget, eller fördjupa de tankar som uppkommit i samband med nätverksträffarna.

⁶ RUN 2017–00552.

⁷ Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2018.

⁸ Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2019.

⁹ Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2018.

¹⁰ Ansökan om projektmedel Exportprogrammet Västra Götaland, 2019.

¹¹ RUN 2019–00255.

Avslutningsvis syftar marknadsaktiviteter till att sätta deltagande företag i en situation där kunskap om den aktuella internationella marknaden provas.¹²

Aktiviteter som Exportprogrammet arbetat med är: 1) ökad omsättning för- och/eller ökat antal framgångsrika företag som arbetar internationellt i Västra Götalandsregionen, 2) öka kännedom och kunskap om hur man på ett framgångsrikt sätt driver en exportsatsning och bidra med nya verktyg för internationellt företagsutvecklande, 3) skapa förutsättningar för företagare att samverka och dela kompetenser inom ramen för internationell företagsutveckling, 4) Genom kvalitetssäkrade marknadsverktyg stödja företag med marknadsaktiviteter på internationella marknader.¹³

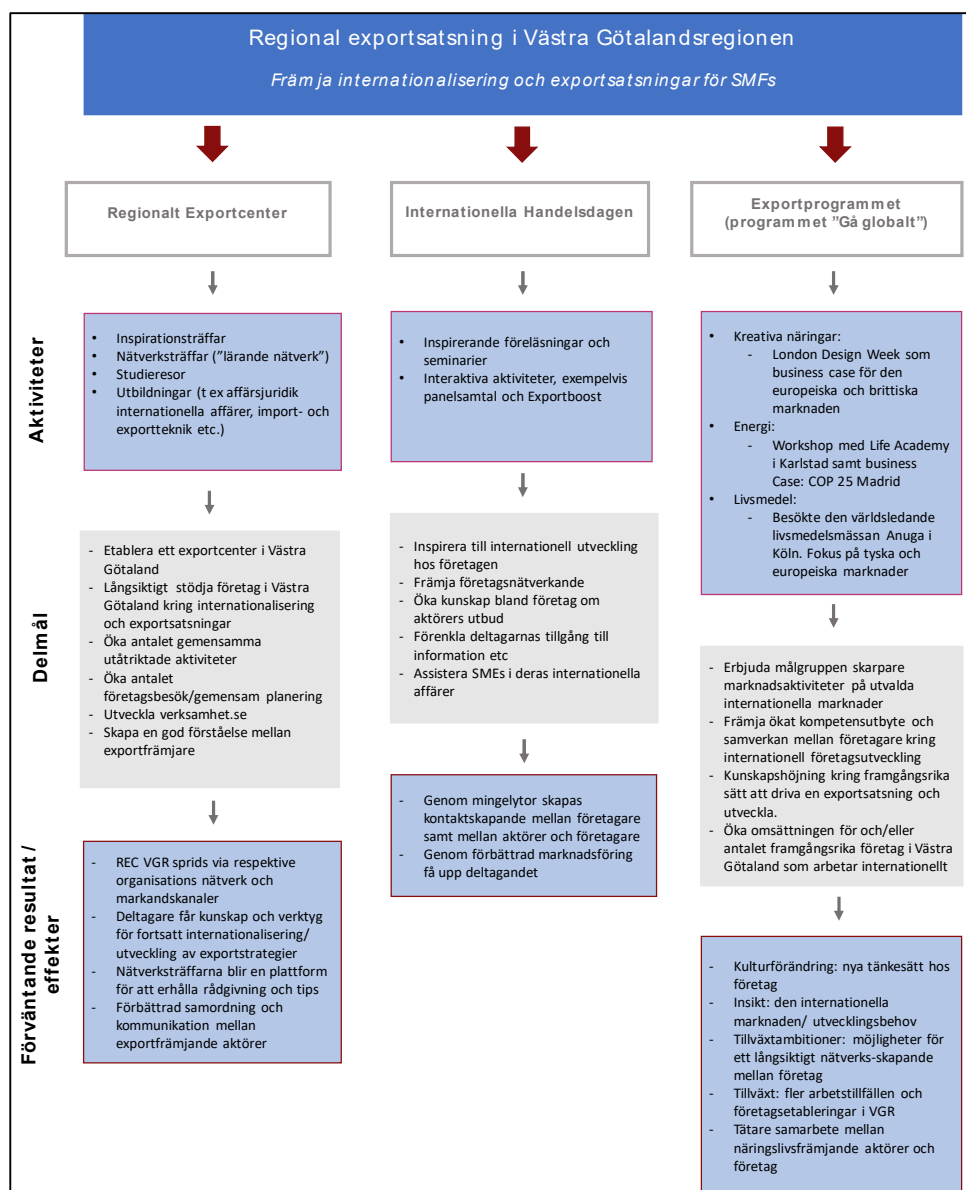
Samlad målbild

Respektive insats har haft specifika aktivitetsmål och specifika resultat och effektmål. I figuren nedan har dessa sammanfattats.

¹² Ansökan om projektmedel Exportprogrammet Västra Götaland, 2019.

¹³ Ansökan om projektmedel Exportprogrammet Västra Götaland, 2019.

Figur 2. Samlad målbild



Hur ser målgruppen ut för internationella handelsprogrammet och

I det följande presenterar vi lite data om målgruppen (vi har erhållit data – organisationsnummer – från Västsvenska Handelskammaren).

Ekonomiska nyckeltal - alla insatser

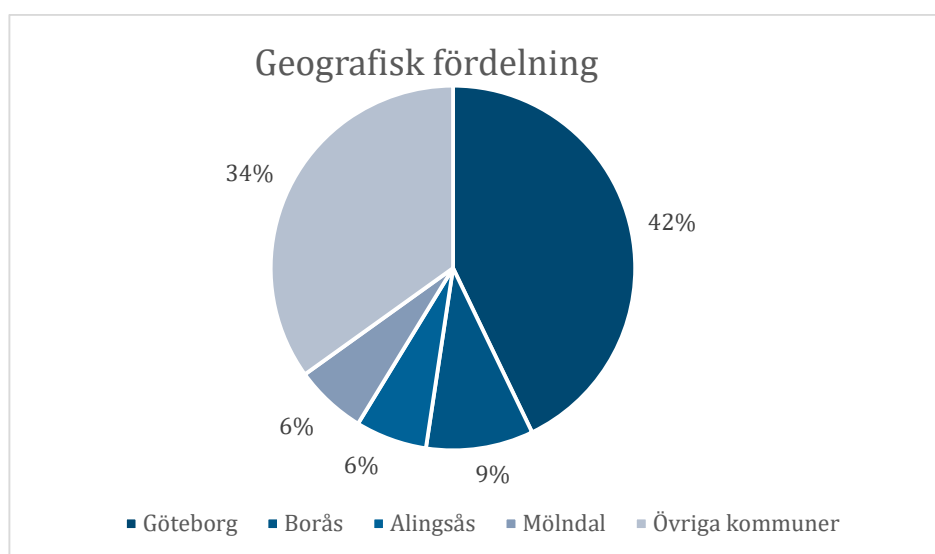
Figur 3 Ekonomiska nyckeltal

	Antal bolag	Netto-omsättning (summa, tkr)	Medel	Antal anställda (summa)	Medel	Förändring i netto-omsättning (totalt)	Förändring i sysselsättning (totalt)
Samtliga insatser	64	1 345 103	21017	673	11	29%	24%
Exportboost	19	488 791	25726	303	16	21%	37%
Gå globalt 2014	8	63 175	7 897	20	3	116%	11%
Gå globalt 2016	21	485 974	23142	196	9	41%	28%
Gå globalt 2018	16	307 163	19198	154	10	15%	2%

Geografisk fördelning – alla insatser (per kommun)

Grafen nedan redovisar fördelningen av bolag efter säte i Västra Götaland. Göteborg, Borås, Alingsås och Mölndal är bland de vanligare kommunerna. Sett till enskilda insatser stämmer de i stort sett överens med den samlade bilden. Bolag som omfattas av Exportboost-programmet är, utöver Göteborg, i huvudsak baserade i Alingsås, Borås och Mölndal. I Gå Globalt spretar det lite mer men Borås och Alingsås är vanligt förekommande där också.

Figur 4 Geografisk fördelning

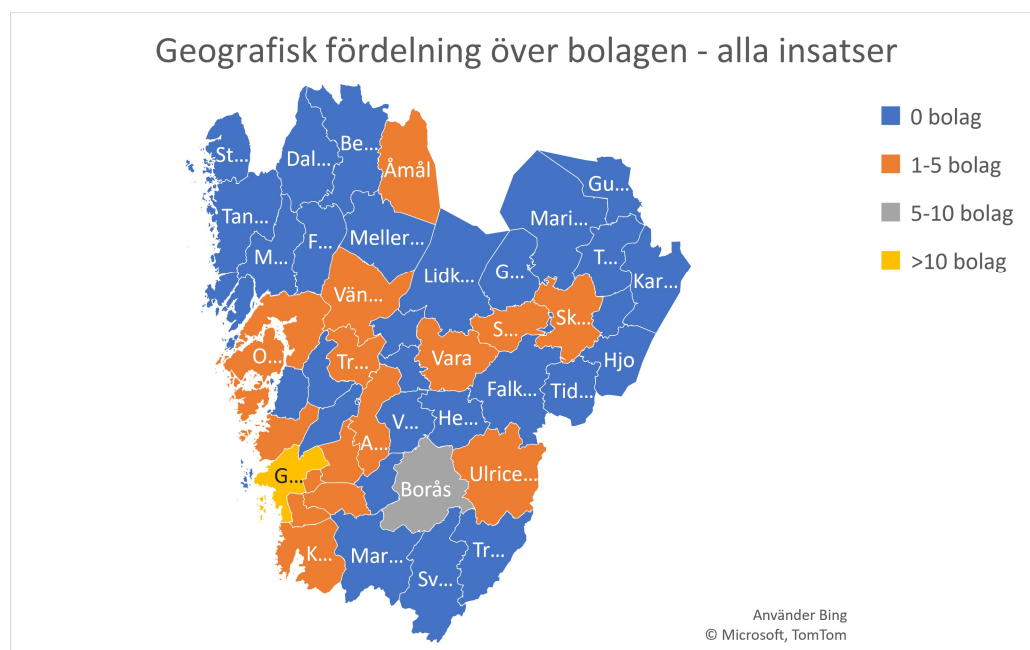


Figur 3 kommunfördelning i stödgrupper på länsnivå

Kommun	Skillnad mellan kommunfördelning i stödgrupperna och på länsnivå
Alingsås	4%
Borås	3%
Göteborg	10%
Mölndal	3%
Övriga kommuner	-21%

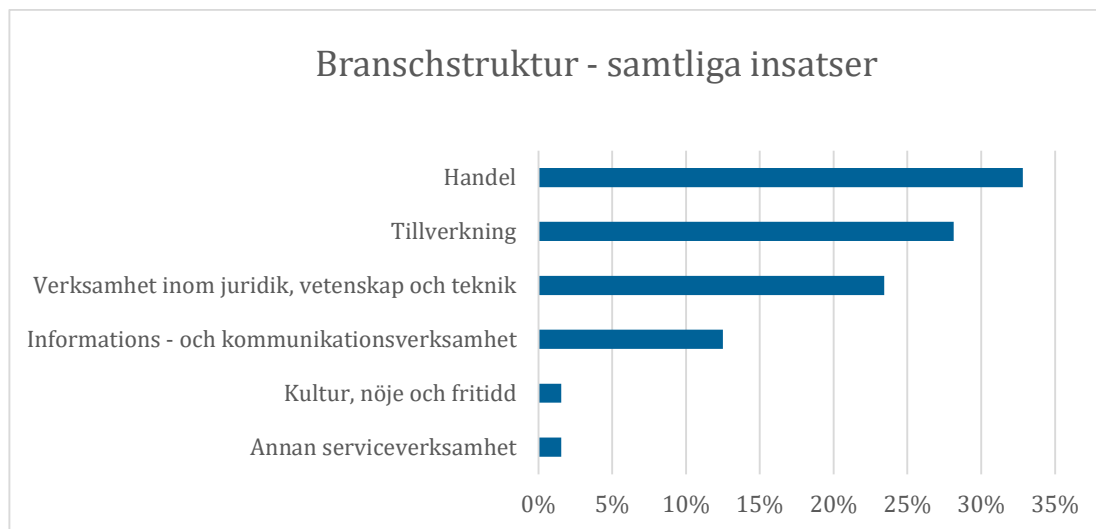
Positiva tal anger överrepresentation i stödgrupperna i jämförelse med aktiva bolag i Västra Götaland med 0–200 anställda. Som vi kan se så föreligger det – i alla fall om man mäter dessa insatser – en överrepresentation i vissa kommuner. Samtidigt så bör det poängteras att man inom ramen för REC genomfört andra satsningar, exempelvis riktade mot Norge, där företag i andra kommuner varit representerade, till exempel företag från Dalsland (detta syns inte på kartan nedan).

Figur 6 Geografisk fördelning av bolag i Västra Götaland.



Branschfördelning – alla insatser

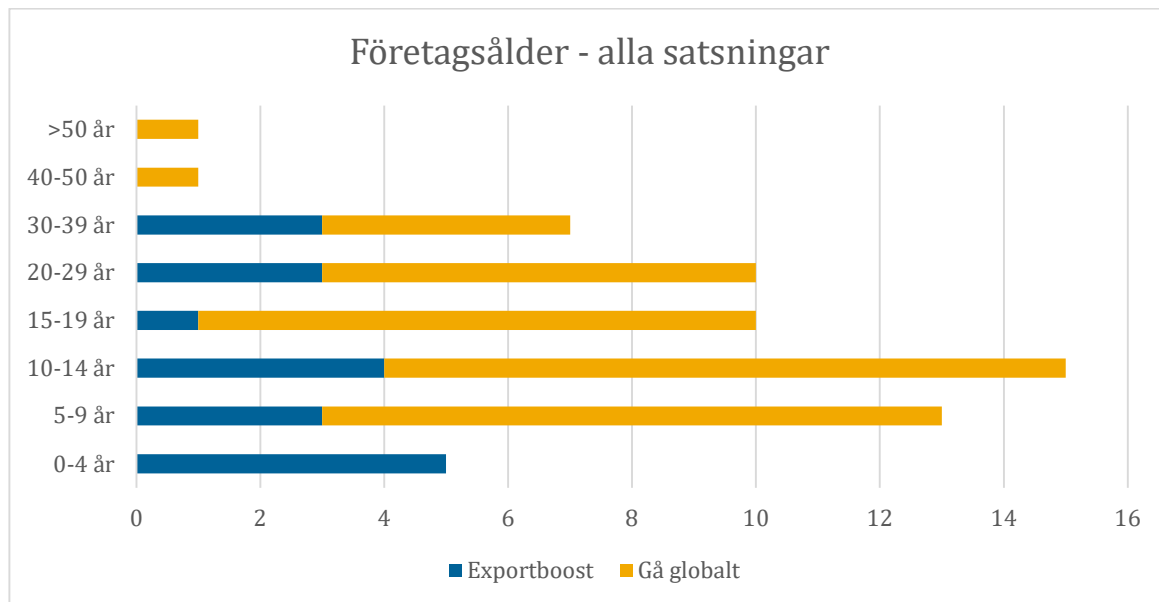
Figur 7 Branschstruktur av samtliga insatser.



I grafen ovan redovisas de största branscherna sett till samtliga satsningar (enligt SNI - avdelningsnivå). Vanligast är handel, tillverkning och verksamhet inom juridik, vetenskap och teknik. Sett till enskilda insatser, stämmer fördelningen i stort sett överens med den samlade bilden med undantag för verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik vilket är något vanligare bland bolag som omfattas av Gå Globalt (samtliga år). Fördelningen skiljer sig något från länet i sin helhet där verksamhet inom ekonomi, juridik, vetenskap och teknik och handel är andra respektive den tredje största branschen sett till sysselsättning. Den största i länet är jordbruk/skogsbruk och fiske.

Företagens ålder

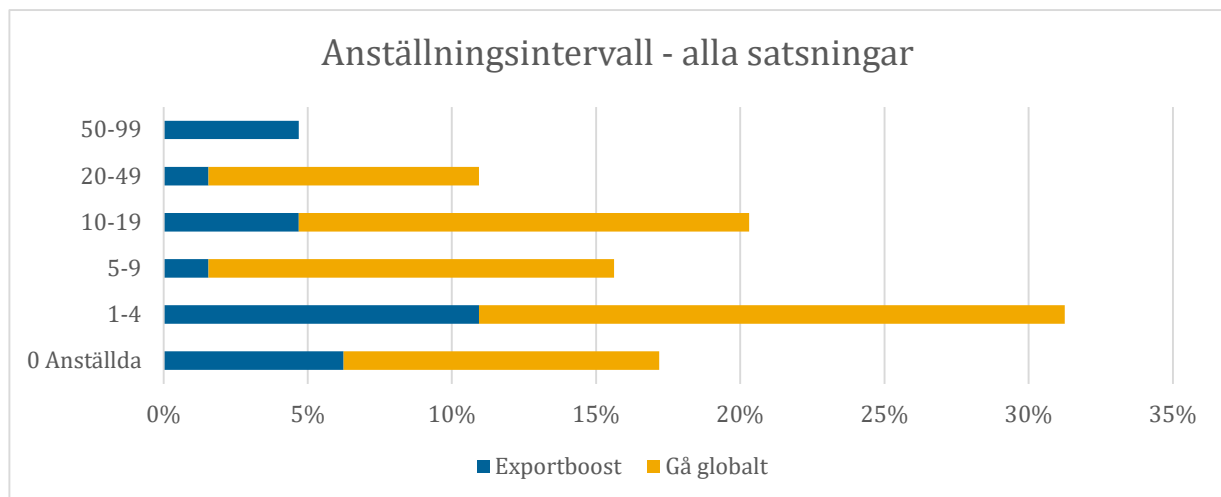
Figur 8 Företagens ålder samtliga satsningar.



I tabellen ovan redovisas skillnaden i företagsålder mellan bolagen i stödinsatserna och i länet som helhet. Positiva tal anger överrepresentation i stödgrupperna. Samlat är bolagen i stödgrupperna alltså i genomsnitt yngre än i näringslivet som helhet i länet (för gruppen med 0–249 anställda).

Antal anställda – alla kategorier

Figur 9 Anställningsintervall samtliga satsningar.



Som vi kan se är mer än 60 procent av företagen så kallade solo- och mikroföretag. Det är en aspekt som kanske är intresserat att fundera över, dels vad gäller den typ av insatser som erbjuds, dels vad gäller denna företagsgrupps förutsättningar för att växa och internationalisera sig. Detta är också något som bör tas i åtanke när REC ska bedömas: förmodligen tar det kanske lite längre tid för denna grupp att skapa långsiktiga resultat.

Figur 4 Skillnad i anställningsintervall Västra Götaland och insatser.

Anställningsintervall	Skillnad mellan insatserna och VGR
0 anställda	-53%
1-4	14%
5-9	11%
10-19	17%
20-49	8%
50-99	4%

I tabellen ovan redovisas skillnaden mellan bolagen i stödinsatserna och bolag (0–99 anställda) i länet som helhet. Positiva tal anger överrepresentation. Bolagen i segmentet 1–19 anställda är alltså i genomsnitt överrepresenterade jämfört med de riktigt små bolagen. Jämfört med bolagen som är 20 eller fler anställda är också segmentet 1–19 anställda

Relevans och effektivitet

Vilka frågor besvaras i förfrågningsunderlaget?

I detta avsnitt besvaras följande frågor i förfrågningsunderlaget:

- I vilken utsträckning är verksamhetens mål och genomförda aktiviteter relevanta i förhållande till de behov, problem och frågor som målgruppen har?
- I vilken utsträckning är satta mål uppnådda och förväntade aktiviteter genomförda?
- I vilken utsträckning behövs flexibilitet i satsningar och ser man behov av att modifiera mål och aktiviteter?
- Hur uppfattar de deltagande aktörerna respektive de kontaktade företagen den inriktning och arbetssätt som finns vid Regionala Exportcenter.
- Hur uppfattas projektledning och organisering av Regionalt Exportcenter?

Analys

Verksamheten genomförs med relevanta mål och relevanta aktiviteter i förhållande till målgruppen?

Verksamhetens mål och genomförda aktiviteter ligger i linje med målgruppens behov. Man har från de medverkande aktörernas sida också försökt att löpande följa upp genomförda aktiviteter och där också efterfrågat förslag på vad som kan utvecklas/förbättras. I synnerhet har man inom ramen för Internationella Handelsdagen försökt att tillgodose önskemål om ökade möjlighet att bygga nätverk företagen sinsemellan.

Även när det gäller föreläsningar har man försökt att nå ut till målgruppen. En utmaning i sammanhanget är att REC vänder till många typer av företag, i många olika branscher med olika logik. Utvärderingar visar på att företagen är nöjda. Detta visar också våra intervjuer. Ser vi på Exportprogrammet och de utbildningar som hållits så ligger dessa i linje med vad som brukar lyftas i olika sammanhang kopplat till små företags internationalisering (Det vill säga: det föreligger en rad kunskapsluckor inom bland annat fälten nedan):

- Intellectuell kommunikation.
- Affärsjuridik vid internationella affärer och internationell kontraktsskrivning.
- Export och importteknik.
- Att utföra tjänster över gränserna.
- Export och importdokument.

Vissa förväntade mål är uppnådda och vissa förväntade aktiviteter är genomförda, andra inte?

När det gäller måloppfyllelse är vissa mål uppnådda och vissa förväntade aktiviteter genomförda. Det har inte varit helt lätt att identifiera alla resultat. Sedan är det naturligtvis så att Covid-19 påverkat/kommer att påverka utfallet för 2020.

Tabellen nedan visar resultatindikatorerna som anges av Regionalt Exportcentra i Västra Götaland i slutrapporten för 2019.¹⁴ Som vi kan se har REC nått flertalet mål. Det mål som inte nåtts handlar om antalet besökare på verksamhet.se. Detta har delvis sin förklaring lyfter flera av de intervjuade i att sidan fungerar dåligt när det gäller att skapa attraktivitet för att besöka om ett företag har frågor kopplade till internationalisering. Därför har också REC arbetat fram en egen, tydligare hemsida som ska tas i bruk kring årsskiftet 2020/2021.

Figur 5. Måloppfyllelse Exportcenter Västra Götaland

Resultatindikatorer	Mål 2019 ¹⁵	Utfall 2019 ¹⁶
Antal aktiviteter (Work shops/konferenser/seminarier)	Totalt 15	Totalt 38
Antal besökare på verksamhet.se/regionsida	Totalt 15 000	Totalt 3498
Antal deltagare vid externa aktiviteter	200 kvinnor, 300 män, totalt 500	230 kvinnor, 370 män, totalt 600
Antal företag som fått information	Totalt 1000	Totalt 3000

*Färgkodning: rött=inte uppnått, gul=delvis uppnått, grönt=uppnått

När det gäller Gå Globalt gäller samma sak som för REC. Vissa av målen är uppfyllda, andra inte. Vissa är delvis uppfyllda.

Figur 6. Måloppfyllelse Gå Globalt (resultatindikatorer respektive egna indikatorer)

Resultatindikatorer	Mål 2016 ¹⁷	Utfall 2016 ¹⁸	Mål 2017 ¹⁹	Utfall 2017 ²⁰
Antal deltagande företag (2016) /antal deltagande i programmet (2017)	15 kvinnor, 25 män, totalt 40	6 kvinnor, 16 män, totalt 22	15 kvinnor, 21 män, totalt 36	5 kvinnor, 14 män, totalt 19

¹⁴ RUN 2019-00029, s. 3.

¹⁵ RUN 2019-00029, s. 3.

¹⁶ RUN 2019-00029, s. 3.

¹⁷ RUN 2016-01131, s. 4.

¹⁸ RUN 2016-01131, s. 4.

¹⁹ RUN 2017-00673, s. 4-5.

²⁰ RUN 2017-00673, s. 4-5.

Antal företag som går in på en exportmarknad	2 kvinnor, 3 män, 5 totalt	2 kvinnor, 7 män, totalt 9	3 kvinnor, 4 män, totalt 7	2 kvinnor, 4 män, totalt 6
			3 kvinnor, 5 män, totalt 8	3 kvinnor, 6 män, totalt 9
Egna indikatorer	Mål 2016²¹	Utfall 2016²²	Mål 2017²³	Utfall 2017²⁴
Antal företag som växer på befintlig marknad	3 kvinnor, 5 män, totalt 8	3 kvinnor, 10 män, totalt 13		
Antal företag som ökar sin exportomsättning	5 kvinnor, 8 män, totalt 13	2 kvinnor, 6 män, totalt 8	4 kvinnor, 6 män, totalt 10	2 kvinnor, 6 män, totalt 8
Antal företag som deltog i marknadsaktiviteten	Inga angivna	Inga angivna	4 kvinnor, 6 män, totalt 10	1 kvinna, 9 män, totalt 10
Antal företag som fick verktyg/bättre förutsättningar för fortsatt internationalisering	Inga angivna	Inga angivna	12 kvinnor, 18 män, totalt 30	4 kvinnor, 12 män, totalt 16

*Färgkodning: rött=inte uppnått, gul=delvis uppnått, grönt=uppnått

** Som kan observeras var kategorin ”antal företag som växer på befintlig marknad” en *egen indikator* år 2016 men en *resultatindikator* 2017

Internationella handelsdagen har genomförts flertalet gånger och dess program varierar årligen. Vid genomläsning av slutrapporter observeras att det dragits lärdomar från tidigare år vilket bidragit till förändringar. Detta är också något som lyfts i intervjuerna. Man har på olika sätt arbetat med att förändra programmet. Framförallt placerades aktörer annorlunda för att det lättare, och på ett mer naturligt sätt, skulle uppstå kontakt.²⁵ Vår samlade bedömning är att måluppfyllelsen varit god. Tabellen nedan visar på de övergripande målen för internationella handelsdagen. Genom dokumentstudier påvisas att delar av målen uppnåtts, medan andra är på god väg att uppnås och ytterligare ett mål inte uppnåtts, se tabell nedan. Av slutrapporterna från 2016²⁶, 2017²⁷ och 2020²⁸ framkommer att det skett ett lärande kring framförallt målet med att få företagen att bygga nätverk med andra

²¹ RUN 2016–01131, s. 4.

²² RUN 2016–01131, s. 4.

²³ RUN 2017–00673, s 4–5.

²⁴ RUN 2017–00673, s 4–5.

²⁵ RUN 2016–01845, s. 4.

²⁶ RUN 2016–01845.

²⁷ RUN 2017–00552.

²⁸ RUN 2019–00333.

företag. Lärandet har bestått i exempelvis insikter i vikten av placering av olika aktörer under handelsdagen. Se tabell nedan för WSP:s bedömning av måluppfyllelse.

Figur 7. Måluppfyllelse Internationella Handelsdagen.

Mål	Utfall
Inspirera till internationell utveckling hos företagen	Målet uppnåddes, med fortsatt arbete kring att förmedla aktörernas utbud. Jobba med att förtydliga budskapet av "en dörr in".
Få företagen att "nätverka" mer med andra företag	Mingel med andra företag fungerade väl. En lärdom från handelsdagen 2016: placeringen av stationerna är viktig → de måste placeras centralt.
Bidra till att företagen får tydlig kunskap om aktörernas utbud	Fortsatt arbete kring att förmedla aktörernas utbud.
Ge deltagarna en snabbare tillgång till information och hjälp	Behöver bli bättre på att nå ut till företagen för att locka deltagare.
Assistera SME i deras internationella affär	Ingen given information som kopplar till måluppfyllelse.

*Färgkodning: rött=inte uppnått, gul=delvis uppnått, grönt=uppnått

Covid-19 har inneburit att REC tvingats vara flexibla?

Detta är en fråga som brukar återkomma i VGR:s utvärderingar: den utvärderade satsningens förmåga till flexibilitet. När nu Covid-19 drabbade Sverige under våren 2020 så påverkade den här typen av tillväxtsatsningar där den kanske viktigaste komponenten är mötet, det fysiska mötet, med de små och medelstora företagen. REC har enligt vår bedömning visat att de kunnat vara flexibla – både i sitt erbjudande, men också i sitt sätt att arbeta. Under våren 2020 har arbetat med att förstärka infrastrukturen och kunskapen – till exempel tagit fram mycket mer riktad exportstatistik samt förbättrat hemsidan eftersom verksamt.se inte bedöms fundera när det gäller internationaliseringsfrågor. Målgruppen hittar inte fram. Det kan vi också se i statistiken – betydligt högre trafik var förväntad. Se också kommentar ovan.

Hur uppfattar de deltagande aktörerna respektive de kontaktade företagen den inriktning och arbetssätt som finns vid Regionala Exportcenter

För att mäta projektets framgång och möjliggöra utvärdering finns det angivet ett par olika indikatorer som alla redovisas efter kön. Vissa indikatorer är återkommande för samtliga internationella handelsdagar, andra är specifika för ett visst år. En återkommande indikator är antalet deltagande företagare/representanter.²⁹ Indikatorer för att utvärdera IHDV 2019 och 2020 är desamma, det vill säga under både 2019 och 2020 tittade man på samma tre indikatorer. Dessa indikatorer är: 1) antal deltagande företag/representanter, 2) antal

²⁹ RUN 2016–01845; RUN 2017–00552.

anmälda/genomförda Exportboosts och slutligen 3) antal deltagare på respektive seminarium/ Workshops (genomsnitt).³⁰

Det finns en tendens att antalet deltagare ej är lika högt som målsättningen för IHDV. Dock tenderar deltagandet av kvinnor att överträffa det satta målet, även om det fortfarande är lägre än deltagandet av män.³¹

Projektledning och organisering av Regionalt Exportcenter uppfattas som fungerande?

Den samlade bilden av intervjuer är att projektledningen och organiseringen av REC uppskattas och uppfattas som fungerande. Den lösning som finns med nuvarande koordinerande aktör och deltagande organisationer har en form. Viktigt är dock att den görs strukturell; att det inte skapas ett personberoende, det vill säga att ett gott samarbete och en god samverkan inom REC inte enbart är ett resultat av att kompetenta, enskilda individer fungerar bra tillsammans.

Sammanfattande matris – hur besvaras frågorna?

Figur 8. Hur besvaras utvärderingsfrågorna.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
I vilken utsträckning är verksamhetens mål och tänkta aktiviteter relevanta i förhållande till de behov, problem och frågor som målgruppen har?	I hög utsträckning – REC har genomfört ett systematiskt arbete/levererat mycket goda resultat arbete/levererat mycket goda resultat och vi ser ingen eller begränsad förbättringspotential inom ramen för nuvarande resurstilldelning.	Vi ser dock viss förbättringspotential, bland annat kopplad till utvärderingsbarhet och att strukturerat beskriva den nytta REC levereras (gäller också Internationella Handelsdagen/Exportprogrammet).

³⁰ Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2018. Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2019.

³¹ RUN 2016–01845; RUN 2017–00552. Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2018. Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2019.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
I vilken utsträckning är verksamhetens mål och genomförda aktiviteter relevanta i förhållande till de behov, problem och frågor som målgruppen har?	I hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat mycket goda resultat och vi ser ingen eller begränsad förbättringspotential inom ramen för nuvarande resurstilldelning.	Se ovan. Vår bedömning är att REC träffar rätt i sitt arbetssätt och sin inriktning.
I vilken utsträckning är satta mål uppnådda och förväntade aktiviteter genomförda?	I relativt hög utsträckning – verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential och utvecklingsmöjligheter	Generellt sett är vår bedömning att REC sammantaget levererat (även om man vissa år och inom vissa områden inte nått målen varje enskilt år).
I vilken utsträckning behövs flexibilitet i satsningar och ser man behov av att modifiera mål och aktiviteter?	I relativt hög utsträckning – verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential och utvecklingsmöjligheter	WSP uppfattning är att REC:s arbetssätt sammantaget fungerar. De aspekter som möjligen kan sägas fungera om inte dåligt är att det ibland sker företagsbesök som inte är koordinerade. Här kan ibland finnas överlapp mellan expertroll och uppsökanderoll. Utmaningen med verksamt.se är löst
Hur uppfattar de deltagande aktörerna respektive de kontaktade företagen den inriktning och arbetssätt som finns vid Regionala Exportcenter.	I relativt hög utsträckning – verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential och utvecklingsmöjligheter	Möjligen en något defensiv bedömning. Vår bild utifrån intervjuer m.m. är att REC:s arbetssätt fungerar.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
Hur uppfattas projektledning och organisering av Regionalt Exportcenter?	I hög utsträckning – REC har genomfört ett systematiskt arbete/levererat mycket goda resultat arbete/levererat mycket goda resultat och vi ser ingen eller begränsad förbättringspotential inom ramen för nuvarande resurstilldelning.	Vår bild utifrån intervjuer m.m. är att REC:s arbetssätt fungerar och att man tycker att Västsvenska Handelskammaren levererar.

Nyttiggörande och spridning

Vilka frågor besvaras i förfrågningsunderlaget?

- I vilken utsträckning och på vilket sätt nås företagen från den tänkta målgruppen? Även undersidan om Regionalt Exportcentra på verksamt.se bör belysas utifrån hur sidan når ut och används.
- I vilken utsträckning skapas ett mervärde för de företag som deltar? Och vilka mervärden?
- I vilken utsträckning skapar ett mervärde för de deltagande aktörerna?
- Hur ser aktörerna på nyttan för den egna organisationen och för målgruppen?
- Hur ser omfattningen ut fördelat på de olika deltagande aktörerna?
- Vilket/vilka mervärde/-n ser deltagande aktörer respektive företagen är viktigast för Regionalt Exportcenter och vilka aktiviteter/satsningar bör fokuseras på?

Analys

I vilken utsträckning och på vilket sätt nås företagen från den tänkta målgruppen? Även undersidan om Regionalt Exportcentra på verksamt.se bör belysas utifrån hur sidan når ut och används

Marknadsföringen av IDHV har skett på ett antal olika sätt. Dels har det skett på aktörernas egna och externa kanaler, dels genom Regional Exportcenters nyhetsbrev och utskick via kundregister.³² Mot bakgrund av ovan beskrivning av syfte och mål framträder informativa aktiviteter, möjlighet för små och medelstora företag att skaffa sig nätverk samt skapa en inspirerande plattform vara det övergripande temat för exportsatsningen.

När det gäller hur företagen nås, så kan konstateras att det möjligen finns en utmaning kopplad till geografi. Vissa av de intervjuade lyfter också att det finns vissa utmaningar med företag som drivs av utrikesfödda/invandrare. Vi tycker om man tittar på SNI-koder att branschbredden förefaller vara just bred.

³² RUN 2019–00333.

Beträffande verksamt.se så är det en nästan samstämmig åsikt att denna inte fungerar – av olika skäl – för att informera och öka kunskapen om internationalisering. Företagen hittar inte dit. Följaktligen kommer en tydligare sida att tas fram. Denna ska lanseras efter jul.

Företagen ser ett mervärde

I förhållande till frågan om ett skapande av mervärde för företagen som deltar och vilka mervärden detta skulle vara lyfts såväl styrkor som svagheter med satsningarna. Det framkommer en samlad bild som pekar på att företagare generellt tycker att Västra Götalandsregionens exportsatsningar är bra. Föreläsningar, seminarium och övriga aktiviteter har bedömts som tankeväckande och innehållande relevant och bra information.

Vidare framkommer en samlad bild från företagare att man gärna ser en fortsättning av dessa satsningar. Därtill framhölls av flertalet företagare att möjligheten att träffa och diskutera med andra företag varit en viktig del av satsningarna och något som bidragit till ett ökat erfarenhetsutbyte. I relation till detta nätverksbyggande framkommer en mestadels positiv bild då företagens branschspridning diskuteras, det vill säga att företagens som deltar i satsningarna kommer ifrån olika branscher med olika erfarenhet. Majoriteten av företagare framhäver detta som nyttigt och givande. Endast enstaka företag som lyfter att det skulle vara intressant, eller till och med bättre, med ett större branschspecifikt fokus. Framhållas bör dock att de flesta företagen diskuterar såväl för som nackdelar med respektive scenario. Diskussionen om erfarenhetsutbyte mellan olika branscher och företag på varierad nivå gällande exportsatsningarna, det vill säga har kommit olika långt i frågan, framhålls av företag som varit med i både längre satsningar och enstaka seminarium. Med längre satsningar avses exempelvis ”Gå Globalt”.

Ytterligare två aspekter framhölls som positiva gällande nätverksbyggande och som framkom i relation till en diskussion gällande skapat mervärde. För det första var den kontakt som skapades med olika exportaktörer. I en företagsintervju framkom just denna ökade kunskap om exportaktörer i regionen; ”Kontaktnät och veta vem man skall kontakta, man hade inte koll på att dessa tjänsterna erbjöds från handelskammaren”³³. För det andra framhölls, av deltagande företag i satsningen Gå Globalt, att man använt sig av skapade nätverken efter avslutad kurs. Ett företag framhöll i relation exempelvis att de kontaktat ett av de andra deltagande företagen då de var intresserade av att ta del av deras erfarenheter. ”Då kunde vi kontakta dem [företagen] och prata med dem om deras erfarenheter”³⁴.

Därtill framhölls positiva aspekter i relation till satsningarnas kunskapsspridande. Ett företag nämner exempelvis att: ”All den kunskapen man fick ligger mer som ett sätt att hitta vägarna framåt”³⁵. Ytterligare en synpunkt som framkom vid samtal med företagen var de tankar, lärdomar och insikter som satsningarna bidrog till, något som är genomgående oavsett typ av satsning.

³³ Intervju 2020-11-10.

³⁴ Intervju 2020-11-11.

³⁵ Intervju 2020-11-11.

Det lyfts även aspekter som är forum för förbättring, bland annat lyfts ett behov av uppföljning och återkoppling. Det finns en samstämmighet i att exempelvis återträffar efter avslutad satsning hade varit önskvärt. ”Det hade varit intressant [om] man träffades efter projektet och hade någon form av avstämning nått år senare, vad gör man nu?”. Vidare lyfts dock av en klar majoritet av företagen att man har haft nytta av satsningar och uttrycker en önskan om att denna typen av satsningar skall fortsätta.

Sammanfattningsvis kan sägas att nätverksbyggande, erfarenhetsutbyte med företag på dels varierade nivåer, dels olika branscher, reflektionsskapande diskussioner samt kunskapsökning gällande aktiva aktörer varit positiva aspekter med satsningarna. Ett behov av uppföljning och återkoppling framkommer som övergripande förbättringspotential.

REC skapar ett mervärde och nytta genom att öka kunskap och att förstärka främjarnätverken emedan företagen är nöjda med insatserna och möjligheten att utveckla nätverk

De deltagande aktörerna lyfter framförallt nyttan att de genom REC ökat kunskapen om de andra aktörerna som arbetar med internationalisering i regionen. Att man kan koordinera företagsbesök är ett exempel på en nytta som lyfts. Företagen är nöjda generellt med insatserna som erbjudits (Internationella Handelsdagen). Något som lyfts av företagen som särskilt positivt är just Internationella Handelsdagen och de möjligheter att bygga relationer och nätverk mellan varandra som man från REC:s sida varit väldigt noga med att kunna erbjuda (en plattform för detta informella nätverksspanade). Om Covid 19 framöver kommer att innebära mera digitala satsningar så kommer detta att vara en utmaning som REC måste lösa: att hitta en lösning där företagen även digitalt upplever ett mervärde kopplat till relationer/nätverksbyggande.

Hur ser omfattningen ut fördelat på de olika deltagande aktörerna?

Det har inte varit helt lätt att få fram en fördelning. I intervjuerna lyfts dock detta inte som ett problem. Medverkande aktörer förefaller nöjda med omfattning. Vidare lyfter de intervjuade aktörerna att man uppfattar att respektive aktör bidrar utifrån sina förutsättningar.

Nedan tabeller visar kostnadsanslag för 2016, 2017 och 2018 och är hämtat från ansökan om projektstöd för satsningen Regionalt Exportcenter.³⁶ Respektive år kommer redovisas i separata tabeller då uppställningen av anslag ser något annorlunda ut beroende på vilket år ansökan avser.

³⁶ RUN 612-0872-15; Ansökan projektmedel – ärendenummer 201 469. Ansökan projektmedel Regionalt exportcenter 2018.

Figur 9 Kostnadsanslag 2016.

Kostnadsanslag	År 2016
Resor	45 000
Övrig kommunikation	0
Marknadsföring	10 000
Lokaler	91 200
Investeringar	0
Övrigt	292 630
Summa totala kostnader	1 696 792
Typ av finansiering	År 2016
Offentlig kontantfinansiering	
Västra Götalandsregion	1 300 792
Europe Entrepise Network – EEN (resa)	20 000
Business Sweden	20 000
Offentlig direktfinansiering (arbetsinsatser, lokaler etc.)	0
Summa total offentlig finansiering	1 340 729
Privat kontantfinansiering	
Deltagande företag	356 000
Privat direktfinansiering (ideellt arbete etc.)	0
Summa total finansiering	1 696 792

Tabellen är, som skrivits ovan, hämtad från ansökan om projektstöd och visar dels kostnader men även finansiering. Det kan utläsas att finansieringen täcker kostnaderna under projektperioden. Nedan tabell visar kostnader och finansiering för 2017 och 2018. Siffrorna är hämtat från ansökan om projektmedel för år 2017 och 2018.

Figur 10. Kostnadsanslag 2017

Kostnader	År 2017 ³⁷
Resor	110 000
Köp av tjänst	201 000
Lokaler	50 000
Övrigt	19 000
Summa totala kostnader	380 000
Typ av finansiering	År 2017
Offentlig kontantfinansiering	380 000
Total finansiering	380 000

Figur 11. Kostnadsanslag 2018

Kostnader	År 2018 ³⁸
Resor	200 000
Köp av tjänst	100 000
Lokaler	150 000
Övrigt	300 000
Summa totala kostnader	750 000
Typ av finansiering	År 2018
Projektmedel	750 000
Total finansiering	750 000

För den internationella handelsdagen har stöd sökts årligen från Västra Götalandsregionen, vilket visas av tabell nedan. Storleken på ansökt stöd varierar mellan åren, dock har andelen av finansieringen som kommer från sökt projektstöd ökat. Från ungefär 30 procent

³⁷ Ansökan projektmedel Regionalt exportcenter – ärendenummer 201 469.

³⁸ Ansökan projektmedel Regionalt exportcenter 2018.

2016, till nästan 40 procent under 2017. För att slutligen 2018 och 2019 landa på omkring 50 procent.

Figur 12. Projektstöd Internationella Handelsdagen

År	Sökt projektstöd	Projektets totala kostnad
2016 ³⁹	157 250	416 750
2017 ⁴⁰	230 000	545 000
2018 ⁴¹	267 000	532 000
2019 ⁴²	267 000	532 000

Sammanfattande matris – hur besvaras frågorna?

Figur 13. Sammanfattande matris.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
I vilken utsträckning och på vilket sätt når REC företagen från den tänkta målgruppen?	I relativt hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential/utvecklingsmöjligheter	Den möjliga utmaningen eller kanske snarare potential för utveckling är att REC kanske i större utsträckning skulle få företag till aktiviteterna från hela regionen
I vilken utsträckning skapar REC ett mervärde för de företag som REC har kontaktat? Och vilka mervärden?	I relativt hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential/utvecklingsmöjligheter	Ser vi till intervjuerna så är merparten av de intervjuade nöjda och menar att REC gjort att vissa utvecklingssteg har kunnat tas.

³⁹ RUN 2016–01845.

⁴⁰ Ansökan om projektstöd internationella handelsdagen 2017.

⁴¹ Ansökan om projektstöd internationella handelsdagen 2018.

⁴² Ansökan om projektstöd internationella handelsdagen 2019.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
I vilken utsträckning skapar REC ett mervärde för de deltagande medlemsorganisationerna?	I relativt hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential/utvecklingsmöjligheter	Det som lyfts av alla är lärandet om varandra. Sedan är det vissa aktörer som lyfter andra nyttor mer än vad vissa andra aktörer gör.
Hur ser medlemsaktörerna på nyttan av REC för den egna organisationen och för målgruppen?	I relativt hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential/utvecklingsmöjligheter	Mycket viktig. Vissa mer än andra.
Hur ser omfattningen ut fördelat på de olika medlemsaktörerna?	I relativt hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential/utvecklingsmöjligheter	Svårt att bedöma om detta är ett optimalt utfall. Det finns möjligen en förbättringspotential när det gäller hur detta ska följas upp.

Resultat och effekter

Analys

Företagen är nöjda och kan visa på resultat, men det är inte helt lätt att i dagsläget bedöma långsiktiga effekter

I de olika utvärderingarna som genomförts av REC framgår att projektet Gå Globalt fått en positiv respons från deltagande företag. I uppföljningsrapporterna och även i vissa av de intervjuer som vi genomfört har företagen lyft att de bytt exportstrategi och att de i högre grad nu fokuserat ännu mer på specifika marknadsrelaterade frågor.⁴³ Ett par deltagande företag har fått kunskap om verktyg för sin internationalisering samt det arbete som krävs för att genomföra en internationaliseringsprocess. Vidare har ett par deltagande företag fått kontakt med ett potentiella kunder på nya marknader. Nätverksträffarna har blivit en plattform för att diskutera idéer, vidare har företagen erhållit djupare insikter i vilka förberedelser som måste göras inför en exportsatsning samt vad en etableringsprocess innebär. Företagen själva lyfter i de intervjuer vi genomfört att de är nöjda med REC och de insatser som genomförts.⁴⁴

Det går att se vissa långsiktiga effekter som till exempel ökad export, hos målgruppen?

Det är naturligtvis en tämligen komplex uppgift att utvärdera långsiktiga effekter. Bland annat därför att sådana många gånger kommer långt senare. Satsningen har bidragit till att öka omsättning för- och/eller ökat antal framgångsrika företag i Västra Götaland som arbetar internationellt. 47 procent av deltagande ökade sin exportomsättning. 35 procent var aktiva på en ny marknad. Företagen har fått tydligare insikt i vilka förberedelser som måste göras inför en exportsatsning och vad som kan hända under etableringsprocessen på en ny marknad. Genom Internationella Handelsdagen har man bidragit till att skapa förutsättningar för ökat kompetensutbyte och samverkan mellan företagare i frågan om internationell företagsutveckling. 89 procent av de deltagande företagen svarar att de fått inspiration att utveckla företaget internationellt. I intervjuerna lyfts deltagandet som positivt.

⁴³ RUN 2016–01131.

⁴⁴ RUN 2016–01131.

Resultat och effekter är uppnådda till en rimlig kostnad

Tillväxtverket beviljade Västra Götalandsregionen 700 000 SEK (2016) för att starta ett Regionalt exportcenter. Under 2017 beviljades Västra Götalandsregionen 330 000 SEK.⁴⁵ och 2019 2 170 000 SEK av Tillväxtverket för driften av REC.⁴⁶

Internationella Handelsdagen har beviljats projektmedel från Tillväxtverket för åren 2016–2019. År 2016 beviljades totalt 416 750 SEK⁴⁷ och 2017 beviljades 545 000 SEK.⁴⁸ Slutligen beviljades man ett stöd på 532 000 SEK både 2018 och 2019.⁴⁹

Västra Götalandsregionen har under perioden 2016 beviljats stöd från Tillväxtverket med 100 procent av bidragsgrundande kostnader för genomförande av Regionalt exportcenter. Dock fick detta belopp maximalt uppgå till 700 000 SEK. Samma stöd beviljades år 2017, dock var det maximala beloppet då justerat till 330 000 SEK. För 2019 finansierade regionutvecklingsnämnden verksamheten med 1 420 000 kronor, vilket var det belopp som avsattes som maximalt för medfinansiering av projektet ("Exportcenter Västra Götaland 2019").

Det är naturligtvis inte en helt okomplicerad uppgift att bedöma om denna finansiering är rimlig. Den sammanvägda bedömningen av de intervjuer vi gjort är att jämfört med andra satsningar så har denna med relativt lite medel skapat positiva resultat.

Det finns en förbättringspotential

Det samlade intrycket av intervjuerna är att det finns en förbättringspotential. Ett område som lyfts från lite olika håll är att man inom satsningen måste bli bättre på marknadsföring från respektive organisation och ta en direkt kontakt med företagen för att marknadsföra i synnerhet handelsdagen (men också andra insatser). När det gäller det räckvidd lyfts behovet av att nå ut bättre i kommunerna. Det kan vi också se, varifrån kommer företagen som medverkar i de olika aktiviteterna.

⁴⁵ Diarienummer: Tillväxtverket 2017–000912

⁴⁶ RUN: 2019–00029

⁴⁷ RUN 2016–01845.

⁴⁸ RUN 2017–00553.

⁴⁹ RUN 2018–00505; RUN 2019–00333.

Sammanfattande matris – hur besvaras frågorna?

Figur 14. Sammanfattande matris.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
Vilka resultat skapas hos de företag som deltagit i aktiviteter och hur bedöms hållbarheten av resultaten efter genomförandet?	I relativt hög utsträckning – Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat goda resultat men vi ser viss förbättringspotential och utvecklingsmöjligheter	Som tidigare nämnts upplever många bolag att de troligtvis hade kunnat göra samma resa inom företaget ifall att de inte hade fått stöd från REC, men att den största fördelen är att företagens utveckling har gått betydligt snabbare. omgivningens ögon. De har fått hjälp med att hitta nya organisatoriska lösningar, utveckla produkter och erbjudanden, arbeta fram visioner och förbättra projektstyrningen etc. Dessa aspekter har i de allra flesta fall bidragit till att företagen som har intervjuats kunnat stärka sin konkurrenskraft och öppnat upp för möjligheterna att utvecklas ytterligare, även stärka sin internationalisering.
Går det att se några långsiktiga effekter som till exempel ökad export, hos målgruppen?	I viss utsträckning – Verksamheten har genomfört en del aktiviteter/levererat en del resultat, dessa täcker dock inte alla aspekter av frågan eller är i vissa avseenden otillräckliga	Effekten är svårbedömd. Intervjuerna (och underlagsmaterial som Västsvenska Handelskammaren) ger vid handen att bolagen ser vissa effekter framförallt kopplat till en snabbare utvecklingsresa.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
Är resultat och effekter uppnådda till en rimlig kostnad?	I hög utsträckning – verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat mycket goda resultat och vi ser ingen eller begränsad förbättringspotential inom ramen för nuvarande resurstilldelning	WSP ser, så långt vi kan bedöma statistiken, projektet som mycket resurseffektivt i förhållande till vad det genererar.
Kan satsningarna utvecklas och i så fall på vilket sätt så att resultat och effekter optimeras?	I viss utsträckning – Verksamheten har genomfört en del aktiviteter/levererat en del resultat, dessa täcker dock inte alla aspekter av frågan eller är i vissa avseenden otillräckliga	Vi tror att de områden där REC kan utvecklas är dels i samverkan med den kommunala strukturen. Dels i att fortsätta arbetet med att nå framförallt företagare med utländsk bakgrund. Vi tror också att ett område som på sikt också kommer att vara viktigt är att förstärka sin utvärderingsmodell, indikatorer och hur man visar på den nytta som man genererar (internt i respektive organisation och externt, i företagen).

Koppling till övergripande styrdokument

Vilka frågor besvaras i förfrågningsunderlaget?

I detta avsnitt besvarar vi följande tre frågor ur förfrågningsunderlaget:

- I vilken utsträckning har verksamheten bidragit till genomförandet av VG2020s områden?
- I vilken utsträckning beaktar REC och de två andra satsningarna de generella perspektiven (jämnställdhet, integration, miljö samt en gemensam region) i sin verksamhet och sitt genomförande?
- I vilken utsträckning har verksamheten bidragit till genomförandet av Västra Götalandsregionens olika program särskilt vad gäller delområdet Nya marknader i programmet för små och medelstora företag men även i till exempel programmet för Livsmedel och gröna näringar samt KKN.

Analys

REC bidrar till delar av genomförandet av VG2020

Västra Götalands strategi för tillväxt och utveckling i Västra Götaland 2014–2020 (VG2020) är en strategi med målet att utveckla regionen fram till 2020. I strategin finns nio prioriterade områden där satsningen Regionalt Exportcenter (och projekten som ingår i denna) aktualiserar *En ledande kunskapsregion* som aktualiseras i relation till exportsatsningarna; Regionalt Exportcentra (REC), Internationella Handelsdagen (IHDV) och Exportprogrammet. Områdena som tas upp under området är *Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande* och *internationell konkurrenskraft, genom regionalt kraftsamlande kring styrkeområden*.⁵⁰ I matrisen nedan har vi sammanfattat hur REC (och de övriga aktiviteterna) så här långt har bidragit till genomförandet av VG2020s områden.

⁵⁰ Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd, 2018.

En ledande kunskapsregion

Figur 15. En ledande kunskapsregion.

Områden i VG2020	Kommentarer
Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande 1. Stimulera ökat entreprenörskap och intraprenörskap 2. Skapa starka förutsättningar för att förverkliga idéer och starta företag 3. Främja utvecklingen av konkurrenskraftiga små och medelstora företag	Satsningen ligger i linje med i synnerhet punkt 3. Satsningen är, enligt vår bedömning, ett mycket viktigt verktyg för att uppfylla punkt 3 inom näringslivet i Västra Götaland. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande, projektet kopplar till mindre företag i avseende på nämnda områden. Mer preciserat har exempelvis Gå Globalt en tydlig koppling till VG2020, eftersom fokus är på små och medelstora företag. Gå Globalt fokuserar framförallt på att öka företagets internationalisering och konkurrenskraft på internationella marknader. Genom olika aktiviteter och moment skall företagen knuffas framåt i internationaliseringsprocessen. Exempelvis genom fokus på kompetenshöjning relaterat till affärsutveckling (internationellt) och kunskapsutbyte med exporterande företag.
Internationella innovationsmiljöer 1. Attrahera fler studenter och forskare och öka utbytet med omvärlden 2. Positionera internationellt konkurrenskraftiga 3. Utveckla test- och demonstrationsarenor där nya idéer omsätts till praktik 4. Stimulera internationella allianser och samarbeten inom forskning och innovation 5. Stärka den stödjande infrastrukturen för en ledande kunskapsregion	Satsningen bidrar i viss mån till detta område i bemärkelsen att bolag som deltagit i exempelvis Internationella handelsdagen och Exportprogrammet finns inom styrkeområdena. Samtidigt så är det kanske att gå för långt att just REC bidrar direkt till de fem punkterna.

En region för alla

Figur 16. En region för alla.

Områden i VG2020	Kommentarer
Bryta utanförskap och segregation och stärka kopplingarna mellan utbildning och arbetsliv 1. Skapa en sammanhållen arena för ungas möjligheter till praktik, ferieplatser, mentorer 2. Kraftsamling på ökad samverkan mellan eftergymnasial utbildning och arbetslivet 3. Främja ett arbetsliv som aktivt engagerar sig för barn och ungdom 4. Lösa urbana utmaningar i de större städerna	Satsningen bedöms inte egentligen bidra till detta område.
Livslångt lärande för ökad delaktighet och konkurrenskraft 1. Fler ska bedriva eftergymnasiala studier och avhoppet från skolan ska minska 2. Förkorta och förenkla vägen till arbetsmarknaden genom vägledning och validering 3. Effektiv kompetensförsörjning och livslångt lärande i företag och organisationer 4. Utveckla samordning inom utbildningssystemet för att möta framtidens kompetensbehov	Satsningen bedöms inte egentligen bidra till detta område, förutom punkt 3. De rådgivande insatserna och de ingår till och nätverk som stödjer de små och medelstora företagens förutsättningar för att skapa livslångt lärande.

Områden i VG2020	Kommentarer
Tillgång till kommunikation för arbete, utbildning och livskvalitet 1. Investera i transportinfrastruktur som driver regional och nationell utveckling 2. Bygga ut en kollektivtrafik som är ett föredöme när det gäller kvalitet och hållbarhet 3. Bidra till en IT-infrastruktur med hög kvalitet för alla och som främjar hållbarhet 4. Utveckla en regional framtidsbild som stödjer hållbar utveckling i Västra Götaland	Vi bedömer att REC inte bidrar till detta område i VG2020.

En region där vi tar globalt ansvar

Figur 17. En region där vi tar globalt ansvar.

Områden i VG2020	Kommentarer
Ett resurseffektivt samhälle med minskad klimatpåverkan 1. Göra offentlig sektor i Västra Götaland ledande på utveckling av hållbara lösningar 2. Genomföra fler breda överenskommelser för hållbar utveckling i Västra Götaland 3. Göra Västra Götaland till modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land 4. Utveckla miljölösningar med ambition att påverka globalt via affärsdriven miljöutveckling	Vi bedömer att REC möjligen bidrar på olika till punkt 4. I så fall dock endast på marginalen.

Områden i VG2020	Kommentarer
Hållbar konsumtion som driver ansvar, utveckling och innovationer 1. Driva frågan om resurseffektiv konsumtion och kommunicera hållbara värderingar 2. Samverka kring inköp som driver hållbar utveckling, innovation och lokal utveckling	REC bidrar egentligen inte till detta område enligt vår bedömning. Möjligen kan den i viss mån påverka punkt 1 i den bemärkelsen att små- och medelstora företag idag för att vara konkurrenskraftiga i högre grad måste inkludera den typen av värderingar i sitt varumärke och sitt erbjudande.

En region som syns och engagerar

Figur 18. En region som syns och engagerar.

Områden i VG2020	Kommentarer
En ledande kulturregion och ett rikt kulturliv med fokus på barn, unga och delaktighet 1. Främja en aktiv och nyskapande kulturregion för alla i hela Västra Götaland 2. Utveckla Västra Götaland som en plats där unga möts, främja ungdomskultur.	REC bidrar inte till detta område.
Ökat utbyte med och påverkan på omvärlden 1. Öka närvaro och påverkan nationellt och internationellt 2. Satsa på internationell mötesindustri, evenemang och på att stärka besöksnäringen 3. Riva gränshinder och öka samverkan med Norge, etablera region Oslo/Göteborg/Öresund 4. Driva offensiva insatser för att etablera nya arbetsplatser i Västra Götaland	REC bidrar i viss utsträckning till punkt 1 och möjligen indirekt till punkt 3 genom att företagen som tar del av REC:s stöd ökar sin export mot Norge och Danmark.

REC och de två andra satsningarna beaktar de generella perspektiven i sin verksamhet och sitt genomförande

När det gäller i vilken utsträckning REC och de två andra satsningarna beaktar de generella perspektiven (jämförbarhet, integration, miljö samt en gemensam region) i sin verksamhet och sitt genomförande kan följande konstateras.

När det gäller Gå Globalt så lyfts i intervjuerna att nätverksgrupperna bildades med målet män som kvinnor skulle finnas representerade. Även om grupperna blev blandade, så uppgick det manliga deltagandet cirka 70 procent. Man lyfter också miljöaspekten, exempelvis genom aktiv resepolicy. Exempelvis att se till att resandet sker med kollektivtrafiken i största möjliga utsträckning. När det gäller frågor kopplade till integration och mångfald, så har ämnet exempelvis lyfts på en inspirationsträff där fokus var att tänka mångfald som en drivkraft i exportaffärer och hur företagen kan ta vara på internationell kompetens i regionen.⁵¹

REC och de olika insatserna har en jämn fördelning mellan kvinnor och män när det kommer till medverkande parter, experter och föreläsare i REC:s aktiviteter. Gällande miljöinsatserna har man utvecklat resonemanget något jämfört med föregående år. Exempelvis nämns i denna rapport även att användningen av digitala verktyg varit mycket närvarande. Även aktiviteten Exportboost erbjöds att genomföras online.⁵²

När det gäller handelsdagen har man medvetet arbetat med att exempelvis ha en jämn könsfördelning av föreläsare. När det gäller miljöaspekten har man haft samma mål som satsningen Gå Global, det vill säga att man lade en stor vikt vid att resande till och från eventet skedde med hjälp av hållbara transportmedel. Beträffande integration och mångfald så har frågan lyfts i olika sammanhang.

Beträffande exportlyftsatsningen jämförbarhet uppges att man har haft en jämn könsfördelning ibland föreläsare, deltagare och medverkande parter. I likhet med de andra projekten är det reseaspekten som framhålls kopplat till hållbarhet och miljö. Detta har man löst genom att hålla många möten digitalt samt att välja möteslokaler nära järnvägsstationen. Vidare har man betraktat integration genom att främja en mångfald bland deltagare, experter och medverkande i de olika insatserna.

Sammantaget kan konstateras att ansvariga för REC och de två andra aktiviteterna har beaktat de generella perspektiven i sin verksamhet och sitt genomförande. Dock lyfter de ansvariga att det finns en utmaning a) när det gäller att nå företag som har ägare/ledning som är utrikesfödda. Vår bedömning är vidare att det finns en utmaning när det gäller

⁵¹ RUN 2016–01131.

⁵² RUN 2019–00029.

Verksamheten har bidragit till genomförandet av delområdet Nya marknader i programmet för små och medelstora företag samt programmet för Livsmedel och gröna näringar samt KKN

I Västra Götalandsregionens program för kulturella och kreativa näringar 2018–2020 lyfts bland annat Regionalt exportcentra fram som en viktig satsning. I programmet för livsmedel och gröna näringar 2017–2020 återfinns en målsättning om att insatserna inom ramen för programmet ska bidra till leda till ökade konkurrenskraft på hemmamarknaden och ökad export. Flera av de personer som intervjuats styrker detta. Insatser som bland annat lyfts är:

- Besök på livsmedelsmässan i Anuga, Köln, fokus tyska och europeiska marknader
- London Design Week, med fokus på den brittiska och även den europeiska marknaden för KKN-företag, i synnerhet inom design.

I intervjuerna lyfter man också fram att man från REC:s sida medvetet arbetat utifrån handlingsplanen/programmen. Man har således från REC:s sida medvetet arbetat med strategy alignment.

Sammanfattande matris – hur besvaras utvärderingsfrågorna?

Figur 19. Sammanfattande matris.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
I vilken utsträckning har verksamheten bidragit till genomförandet av VG2020s områden?	I hög utsträckning. Verksamheten har genomfört ett systematiskt arbete/levererat mycket goda resultat och vi ser ingen eller begränsad förbättringspotential inom ramen för nuvarande resurstilldelning.	Internationalisering i vid bemärkelse ingår som en av fyra prioriterade frågor i VG2020. Det återfinns också ett antal uttalade mål som, menar vi, kopplar an till satsningen på Regionala exportcentra. Vi bedömer att det framförallt handlar om mål inom området Internationell konkurrenskraft genom regional kraftsamling kring styrkeområden samt Ett resurseffektivt samhälle med minskad klimatpåverkan (då framförallt målet om en miljöteknikmarknad med en tillväxt i sysselsättning och export som är snabbare än i riket och med kraft att påverka utvecklingen globalt inom utvalda områden – här kan man tänka sig att REC/Handelsdagen/Exportprogrammet). I jämförelse med en del andra satsningar som WSP utvärderat har REC ett smalare syfte (mer likt Industriell Dynamik än exempelvis satsningar som Offshore Väst, Swemarc eller det maritima klustret). Vi menar dock att de områden där REC utifrån ett VG2020-perspektiv har relevans, där levererar projektet.
I vilken utsträckning beaktar REC (och aktiviteterna) de generella perspektiven i sin verksamhet och sitt genomförande?	I viss utsträckning – verksamheten har genomfört en del aktiviteter/levererar en del resultat, dessa täcker dock inte alla aspekter av frågan eller är i vissa avseenden otillräckliga	Vår primära kommentar här är att denna bedömning möjligen är lite "hård". Vad vi menar är att man i REC och de två aktiviteterna på olika sätt (och även REC) – vissa mer andra mindre – arbetar med frågorna. När det gäller mångfald och jämställdhet så arbetar projektet med det. Dock inte systematiskt i bemärkelsen att det finns ett systematiskt arbetssätt som är väl förankrat.

Utvärderingsfråga	WSP:s bedömning	WSP:s kommentar
I vilken utsträckning har verksamheten bidragit till genomförandet av delområdet Nya marknader i programmet för små och medelstora företag samt programmet för Livsmedel och gröna näringar samt KKN?	I viss utsträckning – verksamheten har genomfört en del aktiviteter/levererar en del resultat, dessa täcker dock inte alla aspekter av frågan eller är i vissa avseenden otillräckliga	Denna är i viss mån svårbedömd. Vi har valt kategorin ”i viss utsträckning”, men samtidigt bör det lyftas fram att flera av de intervjuade lyfter insatserna som viktiga. Det lyfts också fram i vissa intervjuer att REC medvetet arbetat utifrån handlingsplanerna/programmen.

Slutsatser och rekommendationer

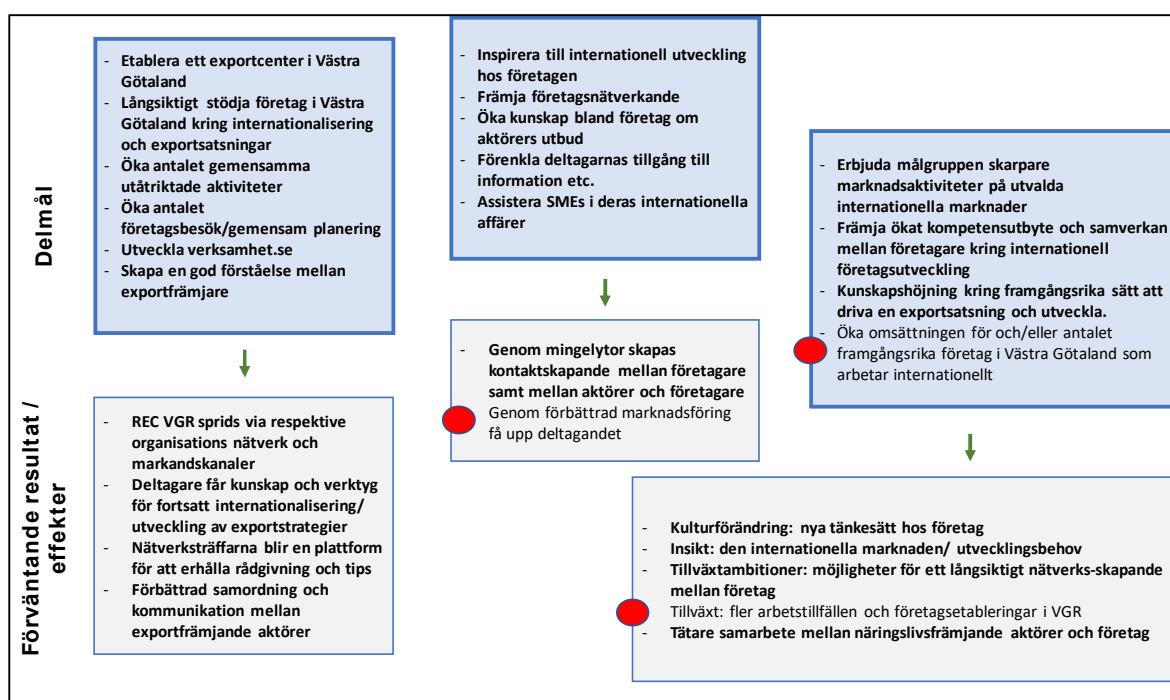
Slutsatser

I detta avslutande kapitel presenterar vi våra slutsatser och våra rekommendationer.

Måluppfyllelse

Om vi återvänder till den inledningsvis presenterade målstrukturen och utifrån denna försöker att sammanfatta de tre satsningarnas måluppfyllelse framträder följande bild.

Figur 26. Satsningarnas måluppfyllelse.



WSP:s bedömning är att i princip alla mål är uppfyllda. Vissa av dem mer än andra. De mål som inte nås är dels kopplade till kommunikation (något som nämnts i flera intervjuer) samt mål kopplade till mer långsiktiga effekter kopplade till företagen. Det sistnämnda är delvis en utmaning eftersom REC inte riktigt har skapat tydliga mätmetoder. Något som vi rekommenderar genomförs fortsättningsvis.

TOWS-analys

Slutsatserna är också presenterade som en så kallad TOWS-analys. Det sistnämnda är en vidareutveckling av en SWOT-analys (styrkor, svagheter, möjligheter, hot), men visar även sambanden mellan olika faktorer och kategorier, något som många betonat att SWOT-

analyser saknar. TOWS-analysen tar således sin utgångspunkt i den externa miljön dvs hot och möjligheter. Utifrån en sådan analys får en verksamhet en tydlig bild över den externa miljön som man verkar inom. Därefter beaktas organisationens interna styrkor och svagheter. Den externa analysen kopplas till den interna analysen och anpassar interna externa faktorer för att identifiera relevanta strategiska alternativ som en aktör kan sträva efter för att till exempel dra fördel av möjligheter, minska hot med mera. Det kan bland annat handla om att ett specifikt hot kan resultera i att en verksamhets svaghet blir mer påtaglig. Figur nedan representerar en matris som svarar på REC:s roll. Matrisen kan tolkas utifrån följande frågeställningar:

- Styrkor/möjligheter. Hur kan REC maximera sina styrkor för att ta tillvara på externa möjligheter?
- Svagheter/möjligheter. Hur kan REC minimera sina svagheter genom att ta tillvara på externa möjligheter?
- Styrkor/hot. Hur kan REC maximera sina styrkor för att minimera effekterna av olika externa hot?
- Svagheter/hot. Hur kan REC minimera sina svagheter för att undvika effekterna av olika externa hot?

Figur 27. TOWS-analys av REC

		EXTERNA FAKTORER	
		MÖJLIGHETER	HOT
REC		- Bredda basen (företag) - Utveckla digitala verktyg - Utveckla infrastrukturen (hem sida, kalender, kanske gemensamt CRM-system liknande ID:s Indigo) - Spetsa erbjudandet	- Staten väljer att koordinera otydligt/tar en specifik egen roll - Finansiering - Personbundet - Om Covid-19 får en mer omfattande påverkan
INTERNA FAKTORER	STYRKOR	1. Styrkor/möjligheter - Fortsätt utveckla infrastrukturen - Förstärkt information/kommunikation - Förstärkta samverkansavtal?	- Lobbyarbete mot nationella politiken/myndigheter - Förstärka redan existerande relation med Business Sweden
	SVAGHETER	2. Svagheter/möjligheter Fördjupa den regionala samverkan med kommuner	- Lär av andra REC. - Stärka sättet som REC redovisar sin nytta (skarpare uppföljningsmodell)

Rekommendationer

I januari 2019 publicerade Riksrevisionens sin granskning av Regionala exportcentrum. Syftet med granskningen var att undersöka om inrättandet av regionala exportcentrum har genomförts på ett sätt som överensstämmer med åtgärdens syfte och mål och om det finns ett utrymme för förbättringar i det fortsatta arbetet. Fokus för granskningen var på hur regeringen och Tillväxtverket så långt hade organiserat, följt upp och redovisat verksamheten. Fokus var alltså inte att undersöka effekterna av de tjänster som de regionala exportcentrumen förmedlar. Granskningens resultat bygger bland annat på uppgifter och underlag från departement, Tillväxtverket, Tillväxtanalys samt de 17 regionala exportcentrum som nu är verksamma. Förutom en del brister i genomförandet och uppföljningen av satsningen så identifierade Riksrevisionen ett antal förbättringsområden som direkt berör regionala exportcentra. Inom bland annat följande områden ansågs det finns ett förbättringsutrymme (dessa har bäring också på arbetet i Västra Götaland):

- Uppföljning och utvärdering. Där lyfts bland annat att det inte finns några tillförlitliga samlade uppgifter om hur många företag som fått hjälp genom regionala exportcentrum.
- Aktiviteter för målgruppen. De tjänster som aktörerna i regionala exportcentrum erbjuder behöver utvecklas för att vara aktuella och ett större fokus bör läggas på aktiviteter som verkar för effekter på målgruppen än för främjandeaktörernas interna samverkan. Granskningen lyfter även fram utvecklingsmöjligheter för den gemensamma plattformen verksamt.se.
- Samverkan och omvärldsbevakning. Där nämner man ökad användning av samverkansavtal mellan aktörer i exportcentrum och en förbättring av exportcentrumens överblick över satsningen i hela landet.

Enligt de kriterierna för regeringens uppdrag till Tillväxtverket så ska regionala exportcentrum avgränsa sig från att förmedla tjänster från andra än offentliga aktörer och regionala handelskamrar. Vid Riksrevisionens utfrågning tyckte en majoritet att det var en klok avgränsning att fokusera satsningen på att samordna statliga aktörer. Mot bakgrund av det ovanstående – och den TOWS-analys vi gjorde i slutsatsavsnittet ovan – vad är våra rekommendationer för REC?

Här bör det naturligtvis tilläggas att vissa av dessa är på gång. REC-nätverket kommer att arbeta med dessa 2021.

Fortsätt med satsningen

Den första rekommendationen är att fortsätta med REC, det vill säga att VGR bör fortsätta att finansiera denna satsning. Vi menar att satsningen skapar mervärde i bolagen (men också i organisationerna och i sättet att arbeta).

Vi kan se att många av de aspekter som lyftes fram när denna arbetades fram gäller och har uppnåtts. Samtidigt finns det några områden där vi tror fortsatt utvecklingsarbete är nödvändigt:

- Intensifiera arbetet med att förankra REC i kommunerna. Detta för att nå fler företag utifrån ett geografiskt perspektiv. Tittar vi på branschbredd är vår bild att REC har en bra spridning.
- Fundera på om målgruppen ytterligare behöver segmenteras
- Fundera på om erbjudandet till målgruppen behöver förändras (mer digitalisering, cyber security kopplat till internationalisering med mera).
- En ytterligare rekommendation handlar om hur REC arbetar samlat med de horisontella kriterierna. Samla ihop arbetet med vissa av de horisontella kriterierna. Det är inte så att arbetet negligeras av de enskilda aktörerna, men vi tror att en gemensam mall eller modell för att inte dessa frågor missas – exempelvis i de första kontakterna med bolagen – tas fram. I denna kontext tror vi också att formaliserat ta ned vad som görs inom ramen för REC är en viktig uppgift (för att visa på nytta, för att skapa attraktivitet för satsningen med mera).
- Se över hur fördelning och budget samspelar med resultat och nytta redovisas (se också punkten om utvärdering och uppföljning).

The diagram illustrates the regional position vs. the state, showing various factors influencing the regional position. The central theme is "ETT BÅ STÖR FÖR ÖKAD INTERNATIONALISERING AV FÖRETAG I VÄSTRA GÖTALAND GENOM ATT STIMULERA ÖKAD SAMHANDLING OCH SAMVERKAN MELLAN EXPORTFRÄMJANDE AKTÖRER".

Factors influencing the regional position (left side):

- Kommunikation av helhet och delar:**
 - 1/6 Presentation av oss
 - Radio för marknadsföring av verkamt.se
 - 1 bild om helheten
- Gemensamma aktiviteter:**
 - 1/6 Presentation och kontaktsoppor/hälsning på verkamt.se; kan privata aktörer finnas med här?
 - Gemensamt kalenderium på verkamt.se
 - 1/6 Presentation av oss: Kick off
 - 18/5 Östland
 - 17/18 5 Pyrbodal
 - Sept Skaraborg
 - 1/6 Identifiera vad vi kan göra tillsammans:
 - Sättning på USA tillsammans med Pyrbodal och Skaraborg
 - Lyfta olika marknader i samband med utlysning av checkar (USA, Kina, Norge och UK), möt
 - 1/6 Översyn av utbildnings-programmet GoGlobal:
 - Föreläsning finns, undersök genomförande (27/3)
 - Samverkande gruppning av information om progress och förändringar
 - 1/6 Benchmarking och exportmöjligheter: Utsynning av North East England samt kontinuerlig uppdatering till samtidiga
 - 1/6 Aktiva LinkedIn-grupp: Öå in och fyll på!
 - 1/6 Mål och Medel-workshop 24/3
 - 1/6 Kunnsskapad 27/3
 - 1/6 Arbeta aktivt med ett föränta deltagandet i den egna organisationen för att etablera ett hållbart långsiktigt främjarbete
- Kunskap och varandra och vår omvärld:**
 - 1/6 Vi har respekt för varandras specialkunskap
 - 1/6 Vi har kund i fokus och tar ett gemensamt ansvar för kunden
 - 1/6 Vi delar kunskap och information
 - 1/6 Vi sprider information om samarbetet i vår egen organisation
 - 1/6 Vi har en god kunskap om varandras verksamheter och tjänster
 - 1/6 Vi har strukturer som stöder lägsatt samverkan och jobbar i dem

Factors influencing the regional position (right side):

- Här finns kanske utvecklingspotential:**
 - 1/6 Vi är starka tillsammans
 - 1/6 Vi springer mindre och jobbar effektivare och när våra egna mål och resultat tillsammans
 - 1/6 Vi har ett rullande utvecklingsprogram
 - 1/6 Vi när
 - företag inom våra regionala styrelsemöte
 - intressenter (branschorg, etc)
 - 1/6 Vi involverar andra främjare verkamma i regionen
 - 1/6 Vi synliggör möjligheter till stöd och aktiviteter för vår kund
- Här finns kanske utvecklingspotential:**
- Här finns kanske utvecklingspotential:**
- Här finns kanske utvecklingspotential:**
- Här finns kanske utvecklingspotential:**

Central Theme: ETT BÅ STÖR FÖR ÖKAD INTERNATIONALISERING AV FÖRETAG I VÄSTRA GÖTALAND GENOM ATT STIMULERA ÖKAD SAMHANDLING OCH SAMVERKAN MELLAN EXPORTFRÄMJANDE AKTÖRER

Bottom Section: Den regionala positionen vs staten

Tre lärdomar från de andra piloterna som REC bör reflektera över

När det gäller vilka parter som deltar i de olika exportcentrumen toppar Västra Götaland listan över antal aktörer som aktivt ingår. Att alla offentliga aktörer och den regionala handelskammaren kan ingå är inte samma sak som att de måste vara med i en operativ grupp. En mer kärnfull operativ grupp ökar kanske möjligheten att träffas oftare och att ännu bättre styra och driva verksamheten framåt. Övriga aktörer med mindre verksamhet mot internationalisering och små företag kan ingå i en styrgrupp. Där det är relevant kan även kompetens som finns hos andra aktörer exempelvis inkubatorer, science parks tillvaratas och nyttjas som marknadsföringskanal och i genomförandet av regionala exportcentrum. I Region Skåne kan vi vidare konstatera att arbetet med affärsutvecklingscheckar stärker inte bara aktörernas gemensamma arbete utan även viljan att sätta företagets behov i fokus. Därefter diskuteras de aktiviteter som behövs för att företagen ska närma sig en internationell marknad. Följande områden kopplat till Västra Götalands regionala exportcentrum tror vi kan förbättras. Vår rekommendation i detta sammanhang är att särskilt fundera över:

- antalet parter i den operativa gruppen till REC;
- att skriva ett samverkansavtal mellan aktörer i exportcentrum, där roll och ansvar tydligt framgår;
- att undersöka om affärsutvecklingscheckar eller andra konsultcheckar kan vara en del av REC erbjudande.

Formulera uppföljningsbara mål och säkerställ att resultat och effekter mäts och kommuniceras

Idag finns olika mål för REC. Vidare görs ett antal olika insatser – från möten till satsningar som Internationella Handelsdagen. Vi tror att uppföljningsbara mål på en mer strategisk nivå saknas (framförallt effektmål kopplade till företagets utveckling och förflyttning). För att säkerställa en kedja där mållogiken går hela vägen från kortsiktiga operativa mål till långsiktiga strategiska mål bör VGR utforma relevanta, realistiska och mätbara mål med tydliga uppföljningsindikatorer. Dessa bör vara formulerade på ett sätt så att de mäter REC:s betydelse för tillväxten i deltagande företag samt hur REC påverkar tillväxten Västra Götaland utifrån ett regionalt tillväxtperspektiv. Andra mer inomorganisatoriska aspekter som bör målsättas och visualiseras är den samverkan och den kunskapshöjning i främjarsystemet som REC och de övriga två satsningarna genererar.

Källförteckning

Intervjuer

Aktörer

Badirkhanov, Seymur. BRG. Teamsintervju, 4 november 2020

Breum, Jens. AB Svensk Exportkredit. Teamsintervju, 13 oktober 2020

Gidlöf, Helena. Sveriges kommuner och regioner. Teamsintervju, 9 november 2020

Gill Nostorp, Jennika. Region Skåne. Teamsintervju, 16 november 2020

Gireva, Marina. Västsvenska Handelskammaren, Teamsintervju, 17 november 2020

Hoffman, Anders. Exportkreditnämnden. Teamsintervju, 20 oktober 2020

Johansson, Anette. AB Svensk Exportkredit. Teamsintervju, 19 oktober 2020

Jonäng, Olle. Västra Götalandsregionen. Telefon- och Teamsintervju, 15 oktober och 17 november 2020

Krallis, Johan. Näringslivsdepartementet. Teamsintervju, 4 november 2020

Olivares, Rodrigo. Almi, Östergötland. Teamsintervju, 3 november 2020

Rivero, Adela. Almi. Teamsintervju, 12 oktober 2020

Stegrin, Göran. Energimyndigheten. Teamsintervju, 2 november 2020

Torsgården, Anna. Dalarna Science Park. Teamsintervju, 23 oktober 2020

Unger, Anders. Region Kronoberg. Teamsintervju, 11 november 2020

Christoffer, Jansson. Region Kronoberg. Teamsintervju, 11 november 2020

Wideström, Jonas. Borås stad. Teamsintervju, 3 november 2020

Vidfamne Mildaeus, Ellen. Teamsintervju, Tillväxtverket. 21 oktober 2020

Öhrn, Jesper. Västsvenska handelskammaren. Telefon- och Teamsintervju, 7 oktober och 17 november 2020

Företag

Almquist, Yuan. Predicare – Deltagare i Gå Global Teamsintervju - 5 november 2020

Andersson, Stefan. Eurospacers AB – Deltagare i Gå Global - Teamsintervju 11 november 2020

Apoy, Daniel – Pad Scandinavia AB– Deltagare i Exportboost - Teamsintervju 12 november 2020

Brunkman, Helena. Rallarsverige Kommunikation – Deltagare i Exportboost – Telefonintervju 16 november 2020

Dahlin, Oskar. Vinga of Sweden AB – Deltagare i Gå Global - Teamsintervju 16 november 2020

Eriksson, Björn. Carryline AB – Deltagare i How to run your Business in the US - telefonintervju 19 november 2020

Flocker, Urban. Scandinavian Enviro Systems AB - Deltagare i How to run your Business in the US – telefonintervju 26 november 2020

Haglund, Claes. Kvaser AB – Deltagare i Affärskultur i Kina Teamsintervju 17 november 2020

Naess, Hans. Heliospectra AB. Deltagare i How to run your Business in the US – telefonintervju 26 november 2020

Nilsson, Elisabeth. Acram AB – Deltagare i Affärskultur i Kina - Telefonintervju 18 november 2020

Ohlauson, Cecilia. I-Tech AB– Deltagare i Gå Global - Teamsintervju 11 november 2020

Ohlsson, Maire. Icomera AB – Deltagare i How to run your Business in the US - Telefonintervju 16 november 2020

Patriksson Helena. Nouryon Pulp and Performance Chemicals – Deltagare i Affärskultur i Kina – Telefonintervju 16 november 2020

Söderlund, Ann. Elof Hanson International AB – Deltagare i Affärskultur i Kina – Telefonintervju 24 november 2020

Thai, Linh. Tangioamo Touch Technology AB – Deltagare i Gå Global - Telefonintervju 10 november 2020

Torbjörn, Linder – Deltagare I Exportboost samt Gå Global - Teamsintervju 12 november 2020

Varkey, James. Icebug AB– Deltagare i How to run your Business in the US - Telefonintervju 17 november 2020

En deltagare hade önskan om anonymitet, intervjun skedde via telefon.

Skriftligt material

Ansökan om projektmedel Exportprogrammet Västra Götaland, 2019

Tillväxtverket 2017–000912. Beslut om projektmedel för 2016, Tillväxtverket

Västra Götalandsregionen-RUN 2016–01131. Slutrapport, Gå Globalt.

Västra Götalandsregionen-RUN 2016–01845. Slutrapport, Internationella handelsdagen i Västsverige 2016

Västra Götalandsregionen-RUN 2016–01924. Ansökan om projektmedel, Tillväxtverket

Västra Götalandsregionen-RUN 2017–00552. Slutrapport, Internationella Handelsdagen i Västsverige 2017

Västra Götalandsregionen-RUN 2017–00673. Slutrapport, Gå Globalt.

Västra Götalandsregionen-RUN 2018–00505

Västra Götalandsregionen-RUN 2019–00255. Lägesrapport - Exportprogrammet

Västra Götalandsregionen-RUN 2019–00333, Slutrapport Internationella Handelsdagen 2020

Västra Götalandsregionen-RUN 612-0872-15. Beslut, Gå Globalt.

Västra Götalandsregionen-RUN: 2019–00029. Slutrapport Exportcenter Västra Götaland 2019.

Regeringskansliet 2016, [Elektroniskt] Tillgänglig:

<https://www.gov.se/pressmeddelanden/2016/03/regeringen-inrattar-exportcenter-i-oostergotland-vasterbotten-skane-kronoberg-vastra-gotaland-och-dalarna/>, Hämtad: 2020-11-20

Tillväxtverket, ärendenummer 201 469.

Verksamt, [Elektroniskt] Tillgänglig: <https://www.verksamt.se/web/vastra-gotaland/vidare-ut-i-varlden>, Hämtad: 2020-11-20

Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd till förstudier, seminarium, konferens eller liknande insats, 2017

Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd till förstudier, seminarium, konferens eller liknande insats, 2018

Västsvenska handelskammarens ansökan om stöd till förstudier, seminarium, konferens eller liknande insats, 2019.

Bilaga 1. Erfarenheter från de andra piloterna

Bakgrund

2016 beslutade regeringen att ge Tillväxtverket i uppdrag att samordna arbetet med att inrätta regionala exportcentrum. Verksamheten inleddes med sex pilotcentrum i Skåne, Västra Götalands, Kronobergs, Östergötlands, Dalarnas och Västerbottens län. Nedan följer en jämförelse mellan fem av dessa pilotcentrum. Sammanställningen belyser skillnader och likheter vad gäller organisation, samverkan, aktiviteter, uppföljning och målgrupp. Underlaget bygger på intervjuer med de projektledare som nu företräder REC. Exportcentrum i Västerbotten har inte haft möjlighet att delta i studien och är därför inte inkluderad.

Figur 29. Jämförelse mellan Regionala exportcenter.

Regional Export Centrum	organisation		samverkan			aktiviteter	uppföljning	målgrupp
	projektledare	parter	framgångsfaktor	möten/år	avtal			
Region Dalarna	Science Park	7	Väcka exp-tanken	12	?	Ordinarie verksamhet	✗	Verksamt.se
Region Östergötland	Almi	8	Kundmöten gemensamt	4	✓	Kvantitet exp nätverk	✗	Almis kunder verksamt.se
Region Kronoberg	Regionen	5	Små event	12	✓	Behovs-inventering	✗	Almis kunder
Region Skåne	Regionen	4	checkar	25	✓	Kund drivet	✓	Databas, SP, F-aktör, ...
Region Västra Götaland	VS Handelskammaren	10	Strategiska partners	4	?	Årliga event	✓	LinkedIn, VSHK, Banker, Verksamt.se

Organisation

Projektledaren för två av centrumen, Skåne och Kronoberg, sitter som näringslivskontakt på regionen. Övriga projektledare arbetar på Almi, Dalarna Science Park och Västsvenska Handelskammaren. Som näringslivskontakt på regionen ingår att främja näringslivsutvecklingen i syfte att stärka regionens tillväxt och attraktionskraft, vilket ligger väl i linje med REC uppdraget.

Tre av centrumen har valt att inkludera flera organisationer än vad uppdraget från början krävde. Region Skåne har färre aktiva parter i REC då Svensk Exportkreditnämnd inte längre har kontor i regionen och tillsammans med deras uppdrag, som främst vänder sig mot större företag gör att organisationen är mindre relevant för det här uppdraget. Inga av centrumen upplever att rollfördelningen eller samordning är problematisk, vilket kunde ha

varit fallet då alla enbart har utsett en projektledare för satsningen men inga andra roller och några av centrumen saknar eller inte har uppdaterat sina samverkansavtal mellan parterna.

REC i Regionen Skåne träffas varannan vecka, vilket är betydligt mer än vad de andra REC gör. Det motiveras med att de har affärsutvecklingscheckar som ett ”kitt”, som enar gruppen och gör det naturligt för parterna att samlas och verka gemensamt för företagets behov och utveckling. Den täta kontakten mellan aktörerna färgar även arbetet med att sätta mål för verksamheten och att känna ett gemensamt ansvar och verka för att dessa ska uppnås. Region Kronoberg inkluderar personer som arbetar med affärsutvecklingscheckar inom REC. Övriga inkluderar inte affärsutvecklingscheckar och saknar något starkare ”kitt” som svetsar samman gruppen och ger en naturlig anledning att träffas regelbundet.

Samverkan

REC satsningen har för de flesta lett till en bättre samordning och samverkan vad gäller aktiviteter och till viss del även bidragit till att renodla och tydliggöra rollerna mellan de olika organisationerna. De ingående aktörernas insatser i förhållande till deras egna verksamhet hanteras väl och någon positionering eller revirtänk upplevs sällan. Det finns regionala skillnader i fråga om vilka statliga aktörer som finns representerade. Ett exempel är Region Dalarna där en person från Business Sweden är utsedd och ska täcka upp för verksamheten i hela Norrland. Samverkan med andra aktörer utanför regionen sker mer slumpmässigt än strategiskt. Mest utbyte sker mellan de sex piloter som utsågs vid start samt vid de årliga träffar som samordnas av Tillväxtverket. Västra Götalandsregionens arbete med Livsmedelsexport ses som ett bra initiativ där samverkan och utbyte har skett med flera REC. För att få upp en kritisk massa så kan också samverkan behövas. Ett exempel på det är Region Kronoberg, som har uppmuntrat flera regioner att använda samma exportenkät till företag. Flera av de intervjuade öppnar upp för en starkare samverkan med akademi och science parks, något som motiveras med fler kontakter och viktiga noder att kommunicera genom och verka tillsammans med.

Aktiviteter

De exportfrämjande och *företagsinriktade* insatser som de olika REC genomför spänner mellan att ”väcka tanken på export” till att ordna gemensamma kundmöten där företaget får träffa flera aktörer samtidigt för en skarp diskussion om nästa steg i en affär.

Kritiken som Riksrevisionen konstaterade i sin rapport om att större fokus läggs på aktiviteter för att få ihop aktörerna än mot målgruppen är inget som bekräftas vid dessa intervjuer. Region Östergötland har två stora exportnätverk, vilka de utnyttjar för flertalet större arrangemang. Region Kronoberg har mindre och skräddarsydda event som baseras på en behovsinventering. Några event som exempelvis ett ”om företaget Amazon” har kopierats av flera regioner. Flera har årliga aktiviteter genomförs för att målgruppen ska känna igen sig och att aktörerna bakom lätt hittar sin roll.

Uppföljning

Tillväxtverket har föreslagit ett antal uppföljningsindikatorer som är indelade i obligatoriska, och ”frivilliga”, då aktiviteterna i de olika regionerna varierar utifrån vilka förutsättningar som finns i respektive region. Uppföljning som efterfrågas är i stort sett enbart kopplade till antalet aktiviteter och antal närvarande vid aktiviteterna. Enskilda aktörer följer upp sina event med frågor om innehållet och relevansen för de aktiviteter som genomförts. Hur REC fungerar som satsning är en pågående studie som Västra Götalandsregionen initierat. Ingen av de fem REC följer upp om de aktiviteterna verkligen gör någon skillnad för företagen, dvs leder insatsen vidare till någon form av export eller internationalisering. Det saknas vidare rutiner och system för att följa företagen och kopplingen till det regionala Exportcentrums arbete. Hur många export mogna företag som finns inom regionen, inom vilka branscher och en bild över deras behov saknas till stora i alla regioner. Flera av de intervjuade påpekar att de känner ett stort behov av att veta ”hur exporten mår” i regionen för att bättre kunna skräddarsy verksamheten. Sammantaget är det svårt att belägga effekterna av regionala exportcentrum i form av ökad internationalisering av små och medelstora företag. Men självklart är den korta tidshorisonten för satsningen på regionala exportcentrum avgörande för vad man mäter och följer upp.

Kännedom hos målgruppen

Marknadsföring gentemot målgruppen sker till största del genom de medverkande REC organisationernas egna kanaler, där Almis kanal och databas med företag lyfts fram som en stor tillgång. Flera använder sig av sociala medier som LinkedIn och ett fåtal lyfter fram verksamt.se. Den senare nämner flera av de intervjuade som en omodern och resurskrävande kanal. Region Skåne har upprättat en egen databas, som bygger på deltagare från tidigare aktiviteter, kampanjer och kontakter från näringslivschefer i regionen eller företagen själva. De använder i större grad även andra ”företagstäta” aktörer som kluster, inkubatorer och science parks för att nå ut.

2021-01-18

Dokumentnamn: Att främja export i Västra Götaland - En utvärdering av Regionalt Exportcentrum, Internationella Handelsdagen och Exportprogrammet

Kontaktperson: Monica Emanuelsson, avdelning data och analys

E-post: monica.emmanuelsson@vgregion.se

