

## Motion till riksdagen 2016/17:3124

av **Lars Hjälmered m.fl. (M, C, L, KD)**

# En politik för ökad handel och export

---

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige ska fortsätta att stå upp för frihandel, fortsätta riva handelshinder och samtidigt värna konsumentskydd och miljö och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige ska vara pådrivande för ett ambitiöst transatlantiskt handels- och investeringsavtal (TTIP) mellan EU och USA och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ge Business Sweden ett fördjupat uppdrag att ytterligare förstärka arbetet inom de kreativa näringarna i sin exportfrämjande verksamhet och tillkännager detta för regeringen.
4. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige bör utveckla en handelsstrategi som beaktar såväl import som export som delar av en utvecklad handel och tillkännager detta för regeringen.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att handelspolitiken bör ta hänsyn till svenska konkurrensvillkor med särskilt fokus på små och medelstora företag och tillkännager detta för regeringen.
6. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige ska vara en aktiv röst i världen och WTO som driver på fler och mer omfattande globala frihandelsavtal och tillkännager detta för regeringen.
7. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen bör utveckla en strategi inom ramen för EU-samarbetet för att motverka protektionism och tillkännager detta för regeringen.
8. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att svensk handelspolitik ska vara en tydlig röst för demokrati, mänskliga rättigheter, rättsstatens principer samt jämställdhet och tillkännager detta för regeringen.
9. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att verka för att stimulera exporten av svenska välfärdstjänster och tillkännager detta för regeringen.
10. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att nyttja företagsamheten bland företagare med rötter utomlands för att utveckla möjligheterna till ökad handel och tillkännager detta för regeringen.

11. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utveckla handeln med mindre välutvecklade länders ekonomier och tillkännager detta för regeringen.
12. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda hur regional och lokal exportrådgivning ska kunna upphandlas av fristående aktörer, såsom handelskamrar och exporttjänsteföretag, och tillkännager detta för regeringen.
13. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utveckla insatserna för svenska företags möjligheter att medverka i FN-upphandlingar och tillkännager detta för regeringen.
14. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att fortsätta stärka svensk besöksnäring för att öka Sveriges attraktivitet som turistmål och tillkännager detta för regeringen.
15. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utveckla en strategi för att stärka svenska företags möjligheter till e-handel och tillkännager detta för regeringen.
16. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att lyfta svensk matkultur och svenska råvaror för att ytterligare främja Sveriges livsmedelsexport och tillkännager detta för regeringen.

## Handel utvecklar värden i världen

Sverige är ett starkt handelsberoende land. Export är beroende av import och därför är ökad frihandel i världen prioriterad då den utvecklar kompetens över gränserna. För Sveriges och Europas del är detta särskilt angeläget då 80 procent av tillväxten nu sker utanför Europa. Att en vara exporteras från Sverige betyder de facto inte att den är enbart svensk. Så mycket som 40 procent av exporten från tillverkningsindustrin har i själva verket producerats i andra länder. Därför blir det alltför begränsat att enbart tala om en exportstrategi – Sverige behöver en handelsstrategi som beaktar såväl import som export och delar av en utvecklad handel.

Sveriges samlade varu- och tjänsteexport uppgick 2015 till cirka 1,8 biljoner kronor. I statsbudgeten för 2016 avsätts under posten ”Exportfrämjande verksamhet” 373 miljoner kronor. Det innebär att de offentliga insatserna utgör endast dryga 0,1 promille av det samlade exportvärdet. Därför är det viktigare att tala om till vad och hur de offentliga resurserna används, än vilka belopp det handlar om.

Regeringens initiativ för exportfrämjande åtgärder, Team Sweden, saknar tydlig funktion, organisation, mandat och mål. Regeringen bör utveckla en tydlig och framåtriktad handels- och exportstrategi för Sverige.

## Ökad konkurrenskraft för svenska företag

Ökade investeringar innebär större handelsflöden över Sveriges gräns. Utländska investeringar i Sverige är särskilt betydelsefulla för att öka utbytet av import och export, inte minst av internationella insatsvaror. I grunden handlar det om att investeringar skapar nya jobb i Sverige samtidigt som de bidrar till en ökad rörlighet av kompetens, vilket i sin tur genererar högre förädlingsgrad.

De stora företagen växer i antalet anställda utanför Sverige. För att stimulera till ökade inhemska likväl som utländska investeringar krävs ett i grunden gynnsamt

företagsklimat med generellt sett goda näringsvillkor i Sverige. Både bolagsskatten och expertskatten måste vara internationellt konkurrenskraftiga för att attrahera investeringar och talanger. Små företag måste kunna växa med god tillgång till privat och offentligt riskkapital.

Om Sverige ska kunna attrahera de bästa talangerna i världen till företag på hemmaplan måste det finnas konkurrenskraftiga skatteregler. Den översyn av skattereglerna för delägarskap som pågår måste leda till stärkta möjligheter att rekrytera fler entreprenörer och talanger till landet liksom behovet av att ha starka och högkvalitativa universitet.

## Små och medelstora företag

Att stärka företags vilja att exportera handlar inte enbart om attityder till export. Det handlar framför allt om kunskap och att Sverige skall ha ett näringsklimat som gör det möjligt och meningsfullt att växa. Stora bolag klarar sig ofta väl på egen hand och ibland med stöd från Svensk Exportkredit och Exportkreditnämnden. Däremot ser behoven annorlunda ut för mindre bolag.

Regeringens exportstrategi visar på ett ovanifrånperspektiv där staten och Business Sweden är aktörerna som ska lösa problemen. Samtidigt försvagas villkoren och konkurrenskraften för företagen genom bland annat höjda skatter på jobb och företagande och en vag hållning i handelspolitiken. Detta ovanifrånperspektiv blir särskilt tydligt när regeringen menar att ”det finns ett behov av att paketera olika företags erbjudanden till större system som kan möta de samhällsutmaningar dessa marknader efterfrågar”. Svenska staten är inte bäst lämpad att avgöra vilka företag som skall vara med i paketeringen. Utmaningen som ligger i att för få små och medelstora företag exporterar avspeglas inte heller i specifika åtgärder riktade mot denna målgrupp. Istället kvarstår en syn präglad av fokus på att det är de stora företagen som är lösningen på allt.

## Protektionism och mänskliga rättigheter i världen

Sverige skall vara en aktiv röst i världen och dess handelssamfund WTO för att driva på fler och mer omfattande globala frihandelsavtal. Sedan 2008 ökar enligt WTO, EU-kommissionen och OECD protektionismen i världen och den tar sig uttryck på flera sätt såväl inom EU som i resten av världen. EU:s inre marknad måste därför utvecklas och tjänstedirektivet breddas för att omfatta ökad rörlighet inom flera sektorer. Kampen för öppna marknader och mot protektionism är och måste vara Sveriges viktigaste uppdrag i handelspolitiken. Därför bör regeringen utveckla en strategi för att motverka protektionism i världen.

Frihandel, marknadsekonomi, respekt för mänskliga rättigheter och demokrati är viktiga faktorer för en positiv ekonomisk utveckling. Sverige ska vara en stark röst för grundläggande värden som demokrati, rättsstatens principer, jämställdhet och respekt för mänskliga rättigheter och ska driva på för att föra in dessa värden i de handelsavtal som sluts. Svenska företrädare måste på politisk nivå våga tala med diktaturers representanter om dessa frågor. Svenska företags arbete med CSR (corporate social

responsibility) bidrar positivt till utvecklingen i olika länder. Trots positiva initiativ som involverar företag såsom FN:s Global Compact, går utvecklingen i världen generellt sett för långsamt. Svenska företag ska uppmuntras att vara föredömen utomlands vad gäller affärsetik, arbetsvillkor, miljöhänsyn och socialt ansvarstagande. Genom handel som föregår med gott exempel öppnas förutsättningarna upp för ökad hänsyn till mänskliga rättigheter och goda villkor.

## Tjänsteexport

Tjänstehandeln står för omkring en fjärdedel av Sveriges totala handel. Dagens, och inte minst morgondagens, värden genereras till allt större del av tjänster kopplade till ursprungsprodukten samtidigt som tjänsternas andel av vinstmarginalerna blir en mer betydelsefull konkurrensfördel för många svenska teknikdrivna företag. Det blir allt viktigare att tillvarata tjänstesektorns möjligheter, men tyvärr har regeringen förbigått att se tjänster som en avgörande konkurrensfördel i exportstrategin.

Svenska aktörer inom välfärdstjänster håller internationellt sett hög klass och är på många sätt banbrytande. Flera av dessa kan med sin kunskap bidra till förhöjd kvalitet inom vård, skola och omsorg världen över. Som följd av olika valfrihetsreformer i Sverige finns det företag vars tjänster möter en stor efterfrågan utomlands. Ett av dessa företags övergripande problem är möjligheterna att använda hemmamarknaden som referens vid upphandlingar utomlands. De många politiska begränsningar som byggts upp inom denna sektor i Sverige har dessutom begränsat möjligheterna att skapa resurser för exportsatsningar. Även välfärdstjänster måste ses som lika självklara exportmöjligheter som industriprodukter. Den globala konkurrensens mekanismer är desamma oavsett vad vi handlar med. Här finns en stor potential för svensk välfärd att bidra till övriga världen.

## Migration skapar goda möjligheter att nå tillväxtmarknader

Det är viktigt att svensk export i högre utsträckning når tillväxtmarknader. Här kan Sverige ligga i framkant för nya marknader som håller på att öppnas upp för att bidra med kunskap och expertis i syfte att bygga upp länderna. Samtidigt kan vi exportera frihetliga och demokratiska värderingar.

Regeringen har identifierat en lista med 26 prioriterade marknader varav länder som Saudiarabien, Qatar och Förenade Arabemiraten finns med liksom Turkiet. Det är dock tydligt att respekten för mänskliga rättigheter och rättsstatens principer kraftigt kan kritiseras avseende dessa länder. Handel är en viktig faktor för utveckling, men en svensk ökad handel med länder vars demokratiska grund kraftigt kan ifrågasättas får inte innebära att Sverige avstår från att vara en tydlig röst för demokrati och mänskliga rättigheter, rättsstatens principer och jämställdhet.

Migrationsflödena är en viktig del av personrörligheten till och från Sverige, vilka också kan öppna nya möjligheter till gränsöverskridande handel. Sverige har som framträdande migrationsland unika möjligheter att på allvar ta tillvara de många resurser i form av språkkunskaper, kulturell kännedom och nätverk som utrikes födda

tar med sig hit. Företagare födda utomlands som besitter goda kunskaper om affärskultur, politik, språk och religion i sina forna hemländer har särskilt goda förutsättningar att bedriva handel över gränserna och kan dessutom vara vägvisare för andra svenska företagare, inte minst för att nå tillväxtmarknadernas stora potential inom tjänstesektorn. Dessa personers potential måste bättre tas tillvara.

Att knyta kontakter mellan svenska exportföretag och nyanlända till Sverige är värdefullt av många skäl då det är en utmaning för många med invandrabakgrund att komma in på den svenska arbetsmarknaden. En studie från 2012 har följt mångfaldens betydelse för 7 000 svenska företag under en tioårsperiod och kommit fram till att de företag som är bäst på att ta tillvara utländsk kompetens också väsentligt stärkt sin export och import. Ser man till hela exporten i Sverige och inte bara enskilda företag kunde man också se att en ökning av andelen utrikes födda i arbetskraften med en procentenhet i genomsnitt ökade exporten med nio procent. För att svenska företag bättre ska nå framgång i den internationella konkurrensen om kunder krävs att man tar tillvara de resurser som finns bara på armlängds avstånd.

## Befintliga marknader

Oaktat de möjligheter som finns att bryta ny mark på tillväxtmarknaderna finns det fortfarande en stor potential kvar att nyttja på de marknader där Sveriges export redan är stark. Det gäller framför allt de två största närmarknaderna Tyskland och Norge. Mindre företag som avser att gå på export har många fördelar av närheten till dessa länder samt att det redan finns en etablerad affärskultur länderna emellan. Erfarenheten visar också att det kostar mycket mindre resurser att vidareutveckla befintliga affärsrelationer än att ge sig in på nya, varför nyrekryteringen inte får gå ut över de etablerade marknaderna.

## Handel med utvecklingsländer

Handel är på många sätt ett redskap för utveckling, inte minst för mindre väl utvecklade länders ekonomier. Genom att handla med dessa länder växer deras ekonomier och utvecklingsländernas medborgare får större möjligheter att påverka sin framtid. Här spelar den nya tidens mönster med ökade inslag av e-handel stor roll för att bidra till den utvecklingen.

## Frihandelsavtalet mellan EU och USA (TTIP)

Utfallet av frihandelsavtalet mellan EU och USA (TTIP) kommer att vara helt avgörande för hur världshandeln utvecklas de kommande decennierna. Blir avtalet mindre omfattande än vad som vore möjligt kommer detta att drastiskt påverka Sveriges handel och exportmöjligheter. Därför måste det vara prioriterat för Sverige att vara en drivande kraft för att frihandelsavtalet blir så omfattande som möjligt, med ett investerarskydd som innebär att framför allt små och medelstora företag vågar ta steget att gå på export till världens näst största marknad. Regeringens återhållsamma hållning

för att driva på EU i TTIP-förhandlingarna är tyvärr beklaglig och riskerar framtida svenska exportmöjligheter.

## CETA

I somras överlämnade EU-kommissionen det färdiga handelsavtalet med Kanada till EU:s medlemsländer för underskrift och ratificering. Vi hoppas att ratificeringen sker snabbt utan att möta större hinder så att handelsavtalet kan vara på plats inom kort. Ett godkännande av frihandelsavtalet med Kanada kan förhoppningsvis påskynda förhandlingarna mellan USA och EU.

## Principer inom handelspolitiken

Det är viktigt att framhålla att oavsett med vilken region ett frihandelsavtal förhandlas ska det inte leda till sänkta nivåer vad gäller hälsa, miljö, djurskydd och säkerhet. På samma sätt som idag ska konsumenter och medborgare på båda sidor Atlanten känna sig helt trygga när man väljer varor och tjänster. Frihandel ger konsumenter ökat utbud och lägre priser. Vi är övertygade om att frihandel går att förena med ett starkt miljö- och djurskydd.

## Upphandling av exportrådgivning

Små och medelstora företag är de som växer mest och det är där potentialen är som störst att utveckla framtidens jobb. Ju fortare dessa företag kommer ut på en internationell marknad, desto större möjligheter har de att växa och därmed generera arbete åt fler människor. Alla affärer börjar lokalt och därför bör även exportrådgivningsinsatserna vara lokalt och regionalt tillgängliga.

Det finns många aktörer runt om i landet som äger kunskap och har diger erfarenhet av internationell handel vars kapacitet måste tas tillvara. Inte minst är regionala handelskammare en resurs för regional exportrådgivning. Genom att öppna för upphandling av rådgivningstjänster ges möjligheter för företag med exportambitioner att utveckla sina exportkompetenser till lokala affärer och samtidigt bidra till att etablera nätverk bland lokala aktörer man känner förtroende för. För att säkerställa kvaliteten på rådgivningstjänsterna bör en auktorisering av dessa aktörer komma till stånd.

## FN-upphandlingar – en outnyttjad möjlighet till de stora affärerna

Sverige är en stor bidragsgivare till FN, men hittills har väldigt få svenska företag varit med i upphandlingarna. De som haft rätt förutsättningar har dock gjort intressanta affärer vilket också varit ett steg på vägen till de så kallade största affärerna. Många handelskamrar har genom åren byggt kompetens- och resurscentrum för svenska företag som vill introduceras och börja sälja till FN. Den utmaning som Sverige står inför är

mångfasetterad och handlar om att bidra till att skapa förutsättningar för svenska företag att delta, och konkurrera på en jämn spelplan, i internationella upphandlingar. Genom att upphandla exportrådgivningstjänster kan svenska företag som vill delta i FN-upphandlingar också få tillgång till erfarenhet som kan erbjuda hjälp att göra relevanta ansökningar.

## Kreativa näringar

De kreativa näringarna hör till de snabbast växande och är viktiga branscher för exporten, jobben och bilden av Sverige utomlands. De består av allt från musik, film och litteratur till app- och datorspelsutveckling samt mode och design – det vill säga all kultur som det går att tjäna pengar på. Tillväxtverket visar att exempelvis musikbranschen har en högre tillväxt än Sverige i stort och dessutom med en stor exportpotential. År 2010 stod denna framtidssektor för drygt tre procent av BNP, och den spås växa ytterligare de kommande åren. Den genomsnittliga årliga tillväxten för musikbranschens exportintäkter var ungefär 9 procent 2010–2013 och motsvarar mer än 1,2 miljarder kronor per år.

De kreativa näringarna präglas av lättroblig ny- och småföretagsamhet. Inom dessa växer nya viktiga exportbranscher raskt fram, särskilt inom den snabbt växande tjänstesektorn där digitala tjänster kring den traditionella industrin blivit allt viktigare. Eftersom resultatet av investeringar i kunskap är immateriella värden är det också viktigt att skyddet för dessa också upprätthålls för att säkerställa internationell attraktionskraft. Staten måste i högre utsträckning se på de kreativa näringarnas exportpotential vilken genererar jobb och skatteinkomster och skapar en positiv bild av landet. Därför skall Business Sweden få i uppdrag att ytterligare uppmärksamma de kreativa näringarna i sin exportfrämjande verksamhet.

## Besöksnäringen viktig för svensk export

Besöksnäringen är Sveriges största tjänsteexportnäring i form av utländska turisternas konsumtion i Sverige. Enligt Tillväxtverket ökade Sveriges turisms totala exportvärde under 2015 med 17,9 procent och uppgick till 112,6 miljarder kronor. Med fler besökare, ökat antal internationella möten förlagda i Sverige och utvecklade turistmål från norr till söder skapar vi fler arbetstillfällen och ökar Sveriges tillväxt. För att fortsätta stärka svensk besöksnäring är det viktigt att Visit Sweden fortsätter att på utländska marknader attrahera utländska besökare till Sverige, i form av turism såväl som möten och konferenser.

Att stärka besöksnäringens kvalitet genom en märkning så som Swedish Welcome för att därigenom medvetandegöra näringens aktörer om vikten av gott bemötande, miljöarbete och socialt tänkande är något som skulle kunna användas gemensamt med de nordiska länderna. Många besökare från andra kontinenter reser gärna till Skandinavien för att uppleva huvudstäderna eller naturen; och då tjänar näringen på att ha gemensam standard för sina kvalitetsmått.

## It och digitalisering

Utvecklingen av den digitala e-handeln går i en rasande takt. Digitaliseringen kortar ledtider och förenklar affärer på många sätt samtidigt som nya komplikationer också uppstår. Moment som rör tillgänglighet, säkerhet och juridik ställs i många fall inför drastiska förändringar vilket ställer nya krav på handelsaktörerna men också det omgivande samhället. För att möta dessa förändringar behöver det tas fram en strategi för att utveckla svenska företags möjligheter till digital e-handel.

Den svenska exporten av livsmedel har utvecklats starkt under de senaste åren. Det är dock ett fåtal större företag som står för hela 90 procent av exporten. Resterande tio procent står de små och medelstora företagen för. För att ytterligare kunna främja Sveriges livsmedelsexport kan det därför finnas skäl att kartlägga de små och medelstora företagens kännedom om de tjänster som ryms inom statligt exportfrämjande för att öka den andelen.

*Lars Hjalmered (M)*

*Helena Lindahl (C)*

*Penilla Gunther (KD)*

*Said Abdu (L)*