

## **Socialdepartementets främjande av svensk vård och omsorg – nytta och värde för insatsen?**

Intervjuundersökning och analys av omdömen från medverkande aktörer.

**December 2012**

## **INNEHÅLL**

**1 Bakgrund och utgångspunkter**

**2 Uppdrag och metodik**

**3 Effekt och nytta av främjande – några generella kommentarer i upptakten**

**4 Respondenternas deltagande per aktivitetstyp**

**5 Direkt eller indirekt nytta för verksamheten? Generella omdömen**

**6 Konstaterad nytta – hur har den tagit sig uttryck?**

**7 Kvantitativa effekter och resultat**

**8 Kausalitet – i vilken grad har deltagandet i främjandeaktiviteter medverkat till angivna effekter/resultat?**

**9 Det relativa värdet av aktuella aktiviteter – vad skapar mest nytta/värde?**

**10 Värdeskapande genom Swecare:s verksamhet**

**11 Kausalitet – i vilken grad har Swecare´s insatser medverkat till angivna effekter/resultat?**

**12 Swecare´s specifika värde/roll**

**13 Särskilda synpunkter och markeringar**

**14 Samtal med/synpunkter från horisontellt engagerade främjandeaktörer**

### **Bilagor**

**1 Socialdepartementets uppdrag**

**2 Förteckning över intervjuade respondenter**

**3 Underlag för genomförda intervjuer**

# **Socialdepartementets främjande av svensk vård och omsorg – nytta och värde för insatsen?**

Intervjuundersökning och analys av omdömen från medverkande aktörer.

## ***1 Bakgrund och utgångspunkter***

Socialdepartementet arbetar sedan länge aktivt med att främja en positiv bild av Sveriges välfärdssystem i allmänhet och sjukvård och omsorg i synnerhet och att därigenom underlätta för svenskt företagande och ökad export. De senaste åren har arbetet intensifierats med successivt ökade insatser och resurser. Denna utökande satsning sker parallellt och i samklang med insatser via Utrikesdepartementets verksamhet inom internationellt handels- och näringslivsfrämjande.

I huvudsak koncentreras verksamheten till länder av strategisk vikt för Sverige och på marknader där kopplingen mellan stat och näringsliv inom hälsosektorn är starkare och där svenska politiker och tjänstemän tydligt kan fungera som dörröppnare. De exportfrämjande aktiviteterna har på senare år i stor utsträckning riktats mot Asien (Kina, Sydkorea, Japan, Indien, Thailand, Vietnam, Malaysia och Indonesien) men även Irak, Brasilien, Turkiet och USA m.fl. har utgjort målmarknader för olika former av främjandeinsatser.

Den centrala aktören för dessa verksamheter inom Socialdepartementets ansvarsområde är stiftelsen Swecare. Stiftelsen etablerades år 1978 av den svenska regeringen tillsammans med hälso- och sjukvårdsindustrin som en halvstatlig, medlemskapsbaserad icke-vinstdrivande stiftelse. Idag har Swecare runt 350 företag och organisationer i sitt nätverk. Här representeras centrala delar av hälso- och sjukvårdskedjan omfattande såväl nystartade företag som multinationella koncerner, liksom universitet och landsting.

Socialdepartementet bidrar årligen till Swecare:s verksamhet via anslag inom statsbudgetens utgiftsområde 9. Swecare arbetar i betydande omfattning tillsammans med Exportrådet och svenska utlandsmyndigheter, vilka huvudsakligen får/har uppdrag via Utrikesdepartementet att verka också för företag och export inom sektorn vård och omsorg.

Den samlade resursinsatsen inom utgiftsområdet till främjandeverksamheten beräknas uppgå till i runda tal 3-4 MSEK, inkluderande bidraget till Swecare:s verksamhet, omkostnader för resor m.m. och uppskattade andelar av löneutgifter till de företrädare för departementet som är engagerade.

## ***2 Uppdrag och metodik***

För att följa upp resultaten av de resurser som Socialdepartementet satsar på internationellt främjandearbete har under hösten 2012 en intervjuundersökning genomförts med ett urval av berörda aktörer. Syftet har varit att följa upp och analysera i vilken utsträckning

Socialdepartementets främjandearbete – via Swecare och på annat sätt - leder till ökad export, en mer positiv bild av Sverige och/eller annat värde för centrala aktörer som i större eller mindre utsträckning medverkat de aktiviteter som främjandet omfattar.

En betydande del av främjandeinsatserna sker alltså i samverkan mellan Social- och Utrikesdepartementen respektive mellan Swecare och Exportrådet, emellanåt med medverkan av Invest Sweden. Det är därför inte alltid helt glasklart för avnämarna vilka främjandeinsatser som kan tillskrivas den ena eller andra aktören. Det bör dock noteras att det inte gått i uppdraget att bedöma värdet och nyttan med andra främjandeinsatser än de som sker via Socialdepartementets budget och beslut. En beskrivning av uppdraget återfinns som bilaga 1.

Som underlag för redovisningen i denna rapport har sammanlagt 38 intervjuer genomförts under perioden medio oktober – primo december. Förteckning över intervjuade företag, myndigheter och organisationer finns i bilaga 2.

Urvalet har fastställts av Socialdepartementet, med bidrag och inspel från Swecare's dagliga ledning och undertecknad. Av det totala antalet respondenter i intervjuundersökningen har 23 varit företag, jämte företrädare för två branschsammanlutningar. Vidare har tre centrala myndigheter inom eller med nära anknytning till sektorn ingått i urvalet, liksom en handfull utlandsmyndigheter/företrädare för utrikesförvaltningen.

Majoriteten av respondenter är alltså företag som i olika omfattning deltagit i genomförda främjandeaktiviteter. För att skapa ett representativt urval har vi vänt oss till både företag som varit återkommande medverkande och sådana som haft relativt låg aktivitet och/eller uttryckt begränsade behov av service och stöd.

De frågor som riktats till respondenterna har utgått från de huvudsakliga typer av aktiviteter som bedrivits inom främjandet (utgående internationellt besök/delegationsresa; inkommande internationellt besök; seminarium/informationsaktivitet; medverkan i utformning av plattformen för internationell profilering av svensk vård och omsorg - *SymbioCare*). Underlaget för intervjuerna bifogas som bilaga 3.

I tillägg till dessa intervjuer har samtal förts med några centrala främjandeaktörer med ansvar eller intressen på övergripande nivå för Sverige- och näringslivsfrämjande: Utrikesdepartementets enhet för främjande och EU:s inre marknad (UD-FIM), Projektexportsekretariatet (PES) inom UD, Exportrådet, Svenska Institutet, Invest Sweden och Tillväxtanalys (huvudman för utlandsbaserad omvärldsbevakning och alliansbyggande). Noteringar från dessa samtal redovisas särskilt i avsnitt 14.

### ***3 Effekt och nytta av främjande – några generella kommentarer i upptakten***

Att mäta eller uppskatta effekt, värde och nytta av främjandeinsatser är ingen självklar vetenskap. Företagens ansträngningar att nå ut på internationella marknader innefattar en hel rad åtgärder varav de flesta är integrerade delar av löpande affärsverksamhet/-process. Särskilda aktiviteter för att stödja internationell marknadsföring/försäljning blir

punktinsatser vilkas enskilda betydelse och värde ofta inte kan särskiljas från löpande verksamhet i företagen. Företagens framgång är alltså beroende och påverkas av en mängd externa faktorer och omständigheter i en komplex omvärld.

Främjandet sker inte i någon laboratoriemiljö utan i levande livet – sambandet mellan en viss insats och en viss konstaterad effekt är sällan uppenbart. Men kopplingen kan också vara påfallande tydlig – exempel på detta redovisas i det följande.

Varje försök att mäta/identifiera/uppskatta effekt av främjandeinsatser möter ett klassiskt dilemma: Det måste hinna gå någon tid efter en främjandeinsats för att någon effekt/nytta ska vara möjlig att konstatera och identifiera. Samtidigt – ju längre tid som förflyter från främjandeinsatsen till konstaterad effekt/nytta, desto större utrymme för att andra faktorer "hunnit" påverka skeendet.

Slutligen: Främjandeinsatserna tar allt som oftast formen av lagarbete, där flera aktörer samverkar – departement, ambassader, centrala myndigheter, Exportrådet, Invest Sweden och Swecare. I synnerhet är samspelet mellan Swecare och Exportrådet centralt för ett effektivt främjande. Typiskt sett sker planeringen av en delegationsresa/besök gemensamt. Under genomförandet svarar Swecare för kontaktytan mot sina medlemsföretag i Sverige, bistår dem i deras förberedelser och tillför arbetet sakkunskap inom aktuella fokusområden. Huvudansvaret för det praktiska genomförandet på respektive marknad ligger naturligen på Exportrådet, via dess utbredda utlandsorganisation och med inspel/medverkan från Exportrådets affärsområde för hälso- och sjukvård.

Det är alltså inte alltid glasklart för de företag som deltar i aktiviteterna vilken främjandeaktörs insatser som haft en/någon avgörande betydelse för att en viss positiv effekt kunnat konstateras. Det är – i företagens ögon – sällan nödvändigt att veta vem som stått för vad, så länge den samlade nyttoeffekten är tillfredsställande. I den bästa av världar ska samspelet fungera sömlöst och så effektivt att "skarvarna" inte märks.

De resultat som redovisas i det följande - baserade på bedömningar och uppskattningar av företagen och övriga aktörer – ska läsas och förstås mot den bakgrunden. Underlaget för redovisningen i det följande är begränsat och inte statistiskt validerat som bas för rent kvantitativa analyser och resultat. Sådana uppgifter redovisas därför i ungefärliga ordalag och avrundad form. Likafullt bör man kunna slå fast att de intryck och synpunkter som framförts i intervjuerna – direkt från deltagande företag – utgör hållfasta vittnesbörd om hur avnämarna värderar insatser och resultat.

Att bedöma om deltagarnas påtagliga uppskattning och noterade resultat är – enkelt och rakt uttryckt – "värt pengarna" ligger utanför detta uppdrag.

#### **4 Respondenternas deltagande per aktivitetstyp**

Intervjuerna och respondenternas uppfattningar om värdet av deras deltagande har alltså utgått från de huvudsakliga typer av aktiviteter som bedrivits inom främjandet:

- Utgående internationellt besök/delegationsresa
- Inkommande internationellt besök
- Seminarium/informationsaktivitet
- Medverkan i utformning av plattformen för internationell profilering av svensk vård och omsorg (*SymbioCare*).

Inte oväntat ligger tyngdpunkten här på de två första aktivitetstyperna, som engagerat de allra flesta av de tillfrågande (75-80 %). Ungefär hälften av de intervjuade har medverkat i/utnyttjat utbudet av informations- och seminarieaktiviteter. Relativt få – en handfull - har deltagit i arbetet med att utforma kommunikationsplattformen *SymbioCare*.

Det ska här sägas att den övervägande delen av de intervjuade – i synnerhet företagen – upplever aktivitetstyperna som komplementära till varandra, där seminarier ofta blir element i utgående eller inkommande besök och *SymbioCare* ett verktyg i arbetet med att tydliggöra vad den svenska resursbasen erbjuder (se vidare i avsnitt 9 nedan).

### **5 Direkt eller indirekt nytta för verksamheten? Generella omdömen**

Att döma av respondenternas svar på intervjufrågorna är den helt övervägande uppfattningen att främjandeinsatserna för svensk vård och omsorg tillför ett påtagligt värde för deltagarnas verksamhet och utveckling, främst företagens. Sammanställningen av svaren visar att något över två tredjedelar upplever att insatserna medfört ganska stor eller mycket stor nytta. Runt 30 procent av företagen uppger att deras medverkan i främjandeaktiviteter medfört "någon" nytta.

Ett av de intervjuade företagen har uppgett att dess medverkan inte haft någon positiv effekt alls och hänvisat till att man inte ser sig ha behov av den typ av tjänster som tillhandahålls inom främjandets ram: "Vi väljer att avsluta vårt medlemskap i Swecare – inte för att verksamheten är dålig utan för att vi inte har behov av tjänsterna."

Det är uppenbart och föga överraskande att företag som deltagit i främjandeaktiviteter relativt länge redovisar mer positiva omdömen än de som har en kortare erfarenhet. Att rätt utnyttja de aktiviteter som erbjuds är en läroprocess. Praktiskt taget samtliga intervjuade företag uppger att deras deltagande hittills kommer att ge mer nytta och ökat värde framöver – de allra flesta har framhållit sin tro på framtida potential med stort eftertryck.

### **6 Konstaterad nytta – hur har den tagit sig uttryck?**

Allmänt kan sägas att de allra flesta respondenter/deltagare, oavsett kategori, konstaterar att främjandeinsatserna bidragit till att förbättra deras kontaktnät med potentiella

kunder/kundkretsar och samarbetspartners, liksom ökat deras kunskap om internationell efterfrågan, marknadsförutsättningar etc.

En tydligt positiv uppfattning redovisas – av praktiskt taget samtliga intervjuade – också om insatsernas betydelse för en stärkt bild av Sverige som kunskapsnation och som attraktiv affärs- och samarbetspartner, liksom av svensk välfärd, vård och omsorg.

På motsvarande sätt och med samma styrka anser man att medverkan i främjandeaktiviteter lett till stärkta kontakter med andra svenska aktörer – i stort sett samtliga respondenter lyfter fram just nätverksbyggandet på hemmaplan som ett centralt adderat värde. Dessa omdömen gäller alltså såväl för intervjuade företag och företagssammanslutningar som för respondenter bland svenska centrala myndigheter. Flera mindre företag uppger att man särskilt uppskattar möjligheten att inom nätverket dra nytta av de större företagens kunnande och erfarenheter.

En mindre andel har kunnat räkna in offerter och avslutade affärer som en följd av deltagande i främjandeaktiviteter. Gradvis minskar här andelen företag ju närmare avslut i affärsprocessen man kommer. Motsvarande gäller ifråga om ökning av antal anställda som en effekt av sådana affärer.

I det följande redovisas omdömen och respons för varje "effekttyp". Genomgående anges kvantitativa uppgifter i avrundad form.

*Stärkta kontakter med kunder/potentiella kunder.* En stor andel av intervjuade företag/företagssammanslutningar – tre fjärdedelar (19 av 25) – uppger att deltagandet i främjandeaktiviteter stärkt deras kontakter med kunder eller potentiella kunder. Ett flertal av övriga aktörer, primärt ambassadrepresentanter, instämmer i den bedömningen.

*Leads för nya affärer.* En nära nog lika stor andel – två tredjedelar – anger att främjandeverksamheten bidragit till att ge konkreta affärsmöjligheter ("leads").

*Begäran om offert/er och genomförda affärer och ökad affärsvolym från export.* Av de 23 intervjuade företagen har ett tiotal (runt 40 procent) fått offertförfrågningar. Ungefär hälften av dessa - sex stycken, motsvarande ca en fjärdedel - redovisar att medverkan i främjandeaktiviteter bidragit till avslutade internationella affärer med ökad affärsvolym från export (mer nedan i avsnitt 7).

*Ökat antal anställda.* De sex företag som haft konkreta affärsframgångar och konstaterat ökad omsättning har också angett att framgången haft en positiv inverkan på arbetskraftsbehov och sysselsättning, även om inte alla har kunnat kvantifiera sådana effekter (mer nedan i avsnitt 7).

*Positiv påverkan på regelverk/förenklat marknadstillträde.* Relativt sett få företag – 7 av 23 eller ca 30 procent - noterar att man haft direkt sådan nytta av sitt deltagande. Det kan dock,

på rätt goda grunder, antas att sådana fördelar/effekter typiskt sett kan spela en avgörande strategisk roll. Erfarenhetsmässigt kan kontakter och påverkan på hög nivå emellanåt skapa nya förutsättningar som öppnar nya marknader.

*Förstärkta kontakter/relationer med partners i annat land/ny kunskap av betydelse för NN:s verksamhet/utveckling.* Den helt övervägande majoriteten av respondenterna noterar alltså här tydliga positiva effekter – sammantaget i spannet 85-90 procent. Sådant värdeskapande upplevs av de intervjuade utan avseende på vilken kategori de tillhör, om än på olika plan beroende på sammanhanget.

*Stärkt positiv bild av Sverige.* De allra flesta respondenter – ca fyra femtedelar – har uppfattningen att aktiviteterna haft tydligt positiva effekter för en positiv bild av Sverige som en intressant och attraktiv partner att samarbeta och göra affärer med. Intervjuszvaren vittnar om att detta också anses innefatta en positiv bild av svensk välfärd i allmänhet och svenska system för vård och omsorg i synnerhet. Denna syn omfattas i allt väsentligt av samtliga intervjuade företrädare för UD/ambassader liksom av Svenska institutet.

*Stärkta kontakter med andra svenska aktörer.* Som redan angetts måste man av intervjuszvaren dra slutsatsen att främjandeverksamheten – och hur den organiseras/genomförs – spelar en viktig roll för att samla den svenska resursbasen inom vård och omsorg, om än inte heltäckande för hela branschen i nuläget (se vidare i avsnitt 14). Detta kommer tydligt fram i uppskattande ordalag hos de allra flesta respondenter - runt 90 procent - inklusive berörda företagsammanslutningar och Sverige-baserade myndigheter och ambassader.

## **7 Kvantitativa effekter och resultat**

Som redan nämnts har ett tiotal företag (en dryg tredjedel) fått offertförfrågningar och sex har redovisat att medverkan i främjandeaktiviteter bidragit till avslutade internationella affärer med ökad affärsvolym från export. Dessa sex - Bactiguard AB, Elekta AB, Euroaccident AB, FEAL AB, Getinge International och Phil Med Alliance - har också sett mer eller mindre direkta effekter på behovet av arbetskraft och ökat antalet anställda som ett led i sin fortsatta marknadsbearbetning och leverans.

De flesta av dessa här berörda företag har, inte överraskande, markerat att sambandet mellan insats och effekt inte är glasklart – se vidare i nästa avsnitt om kausalitet.

Två av företagen - Getinge och Elekta - har konstaterat att dess medverkan avgjort tillfört ett mervärde, men inte kunnat konkret ange effekter på affärsvolym etc. Getinge, ett storföretag med omfattande verksamhet på internationella marknader, har medvetet valt att använda sig av främjandeaktiviteterna selektivt och strategiskt på marknader där man



ännu inte är helt etablerad. På sådana marknader bedöms företagets medverkan i främjandet stor betydelse. Effekterna är dock ännu så länge inte urskiljbara, i termer av varken omsättning eller sysselsättning.

Även Elekta framhåller att medverkan i främjandeaktiviteterna har gett ett mycket stort värde och utbyte i form av stärkta kundkontakter, stärkt förtroende för företaget och öppningar för affärer på nya marknader, inte minst Brasilien. Samtidigt har man, på samma sätt som för Getinge, haft svårt att kvantitativt särskilja den direkta effekten i termer av ökad affärsvolym/exportintäkt eller arbetskraftsbehov.

Å andra sidan har Bactiguard redovisat ett, enligt egen utsägo, klockrent samband mellan sitt deltagande och för företagets framgång helt avgörande effekter. VD har konstaterat att företagets omsättning, sedan dess aktiva deltagande inleddes för 5-6 år sedan, femdubblats från 35 till 175 MSEK – och praktiskt taget helt och hållet från utlandsaffärer. Under samma period har antalet anställda ökat från 3 till idag 51 (!). Företaget anser att dess deltagande i främjandearbete haft mycket stor, för att inte säga unik, betydelse.

Phil Med Alliance AB, som är ett handelshus inom området farmakologi, apotek och sjukhus, har under sitt deltagande i främjandeaktiviteter kunnat notera påtagligt ökade affärer och omsättning hos de företag som anlitar Phil Med Alliance. Man uppskattar att de affärer som Phil Med Alliance förmedlat står för ett samlat, redan konstaterat ordervärde av drygt 200 MSEK. Phil Med Alliance får del av de kontrakt man tar hem i form av provisioner/vinstdelning. Man arbetar nu med registrering av 120 läkemedel med ett prognosticerat/möjligt ordervärde framöver av i storleksordningen 800 MSEK. Under den tid som företaget deltagit i främjandeaktiviteter har man ökat sin egen personal med 10 personer vid sitt nya kontor vid Mjärdevi Science Center i Linköping.

Dessutom har såväl Euroaccident (försäkringar inom hälso- och sjukvård) och FEAL (handikapphjälpmedel) noterat konkreta affärsframgångar som en följd av deltagande i främjandet. Det handlar här om omsättningsökningar av 3-5 MSEK per företag och ökat antal anställda med 3-5 personer vardera.

Som framgår är det alltså fråga om framgångar av olika natur och varje sammanställning av angivna värden/effekter blir oundvikligen okänslig för enskildheterna bakom siffrorna. Men om man ändå vågar sig på en total uppskattning så rör det sig – allt enligt de intervjuade företagens egna uppgifter och i runda tal - om konstaterade/uppskattade kvantitativa effekter för dessa företag och deras kunder av minst inmot 350 MSEK i ökad affärsvolym och minst 65 personer i termer av ökat antal anställda.

### **8 Kausalitet – i vilken grad har deltagandet i främjandeaktiviteter medverkat till angivna effekter/resultat?**

Den helt övervägande delen av företagen – och aktörer i övrigt – upplever alltså positiv inverkan på sin verksamhet och affärer. Praktiskt taget alla respondenter ser, som nämnts, dessutom en potential för ytterligare positiva effekter framöver. För att få en uppfattning om styrkan i sambandet mellan insats/deltagande och de positiva effekter som avnämarna noterar/upplever, har intervjuerna omfattat en fråga om kausalitet enligt rubriken ovan.

Svaren på denna fråga ger vid handen att tre fjärdedelar av intervjuade företagsrepresentanter anser att deltagandet/insatsen haft ganska stor (11 respondenter) eller mycket stor (8 respondenter) betydelse för att de positiva effekterna uppstått, medan fyra företag noterar att insatsen haft "något" samband med konstaterade effekter. Endast ett företag - samma som nämnts ovan - har en helt negativ värdering härvidlag.

### **9 Det relativa värdet av aktuella aktiviteter – vad skapar mest nytta/värde?**

Respondenternas svar på frågan om vilken av aktivitetstyperna (jfr avsnitt 4) som anses/upplevs ge störst nytta ger ingen helt entydig bild. Detta hänger delvis samman med att relativt många företag har en – än så länge – endimensionell/begränsad erfarenhet av de aktiviteter som främjandet omfattar. Några av de större företagen framhåller att utgående besök är viktiga för att öppna dörrar till nya marknader, medan man oftast klarar sig på egen hand ju närmare konkret affär man kommer.

Många trycker dock på betydelsen av att utgående och inkommande besök är väl fokuserade med en tydlig "affärsidé" och inriktning. Några företag har här särskilt understrukit risken för att inkommande besök kan bli mindre ändamålsenliga än utgående delegationsresor och markerar behov av omsorgsfull förhandsplanering för att försäkra sig om att såväl svenska deltagare som besökande delegationer har rätt förväntningar.

Lika många – särskilt de mer erfarna företagen och tillfrågade ambassader - ser aktivitetstyperna som komplementära till varandra och därmed delar av ett paket. Seminarier och informationsaktiviteter blir därvidlag ofta integrerade element i besöken, där marknadsföringen av svenskt kunnande och erbjudande till marknaden stöds genom kommunikationsplattformen *SymbioCare*.

I stort sett samtliga respondenter trycker starkt på betydelsen av aktiv och målmedveten uppföljning som helt avgörande för framgång som är hållbar i längden. Flera av de intervjuade aktörerna, både företag och några av ambassaderna, understryker samtidigt sin stora tillfredsställelse med den ambitiösa uppföljning som nu sker inom Socialdepartementet. Ingen av respondenterna, med undantag för det helt negativa företaget (jfr ovan), anser att någon av aktivitetstyperna helt och hållet saknar värde.

## **10 Värdeskapande genom Swecare:s verksamhet**

Samtliga intervjuade har i större eller mindre omfattning kommit i kontakt med Swecare i sin internationellt inriktade verksamhet och dess service till medlemmarna. Svaren på frågorna om hur Swecare:s insatser inverkat på avnämarnas verksamhet och affärer avviker relativt lite från de svar som getts på frågor om främjandeinsatsernas effekt generellt. Detta indikerar att det för många inte är möjligt eller ens meningsfullt att särskilja vad som är specifikt adderat värde av just Swecare:s insatser.

Likafullt finns en tydlig tyngdpunkt i uppskattningen av Swecare:s arbete/service på de effekter som tar sig uttryck i stärkta kontaktnät – med potentiella kunder och partners utomlands - liksom för att stärka en attraktiv bild av Sverige.

Men i synnerhet visar svaren på frågorna på en bastant positiv uppskattning av Swecare som en nod för att samla, tvinna samman och betjäna den svenska resursbasen. Detta utvecklas ytterligare i avsnitt 12 nedan (jfr även avsnitt 14).

## **11 Kausalitet – i vilken grad har Swecare´s insatser medverkat till angivna effekter/resultat?**

Även ifråga om styrkan i sambandet mellan insats och effekt – kausaliteten – är avvikelserna från generella omdömen liten när det gäller "impact" av Swecare:s verksamhet. Mönstret i fördelningen mellan dem som markerar "någon", "ganska stor" respektive "mycket stor" betydelse är i stort detsamma som för främjandet allmänt sett (jfr avsnitt 8 ovan). Om någon skillnad finns, så kan den översiktligt beskrivas som att en något större andel markerar "ganska stor" betydelse, jämfört med vad som annars noterats.

Å andra sidan måste, att döma av intervju svaren, sambandet mellan insats och upplevd nyttoeffekt för Swecare:s "särskilt starka sidor" – kontakt- och nätverksskapande – betecknas som mycket starkt.

## **12 Swecare´s specifika värde/roll?**

I intervjuundersökningen har alltså ingått en öppen fråga där respondenterna getts möjlighet att med egna ord beskriva vilket särskilt värde som tillförs branschen och främjandet genom Swecare:s verksamhet och vilken specifik roll som Swecare spelar vid sidan av andra främjandeaktörer (departement, ambassader, Exportrådet etc.).

Respondenternas svar och syn har – t.o.m. i direkta ordalag – varit påfallande samstämmiga. Med en sammanfattande beskrivning av svaren uppfattas Swecare som:

***En segmentsövergripande, tydligt fokuserad och nätverksbyggande samlingspunkt för branschens företag och andra aktörer, med en ambitiös, mångsidig – inte sällan skraddarsydd - service som "informations- och kontaktväxel".***

Många av respondenterna betonar betydelsen av att Swecare fungerar som ett branschunikt forum för värdegrundsbaserat samarbete och en plattform för avstämning och förberedelser på hemmaplan för större träffsäkerhet för de internationellt inriktade aktiviteterna.

Flera företag har understrukit betydelsen av kombinatet av/samspelet mellan Swecare och andra aktörer, främst Exportrådet - ett samspel där Swecare uppfattas som en särskild tillgång för de mindre företagen som inom Swecare:s hägn får möjligheter att möta, lära känna och dra erfarenheter från de större och mer internationellt erfarna.

Många respondenter, särskilt bland företagen, framhåller också att verksamheten sker på uttalad non-profit-bas med möjligheter för företagen/medlemmarna att direkt påverka verksamhetens inriktning. Vidare nämns, återkommande och med eftertryck, värdet av en unik direkt kontakt till den politiska nivån i Socialdepartementet.

### ***13 Särskilda synpunkter och markeringar***

Under intervjuernas gång har företag och andra aktörer gjort särskilda markeringar som till dels legat vid sidan av de direkta frågorna, men som inte desto mindre är intressanta att notera och vidarebefordra:

- *Fokus i främjandet har hittills legat mycket på produkter/medtech och mindre på tjänster. Marknadserbjudanden från svenska företag på tjänsteområdet har inte riktigt nått den internationella arenan ännu. Swecare bör, tillsammans med Exportrådet, kunna göra mer här för ökad marknadskunskap och att underlätta marknadstillträde. (Aleris Omsorg AB)*
- *Det är egentligen lättare för mindre innovationsföretag att sälja på export än i Sverige p.g.a. hårt decentraliserade inköpsrutiner/-mönster. Landsting och kommuner håller sig traditionellt till stora leverantörer och vågar/vill inte satsa på små leverantörer. Det råder brist på system för att stödja upphandling av innovationsbaserade produkter. (Bestic AB)*
- *Det mesta i främjandeverksamheten koncentreras till Stockholm. Det är inte så lätt för mindre företag i "landsorten" att kunna delta så ofta som kunde vara önskvärt. (Abigo Medical AB, Göteborg)*
- *För vissa marknader – särskilt de med påtagliga inslag av "statshandel" – är politiskt förankrade ramavtal av MoU-typ (Memorandum of Understanding) av största betydelse. (Flera intervjuade ambassader/UD)*

- *Swecare bedriver ett oerhört ambitiöst arbete – ibland kanske för ambitiöst; verksamheten skulle troligen tjäna på att man satsar mer kvalitativt på färre projekt/initiativ. (Getinge International AB)*
- *Swecare:s arbete är enastående. Kombinatet av Swecare och Exportrådet utgör en perfekt match för oss och andra mindre företag. (Kibion AB)*
- *Engagemanget från den politiska nivån ger en "status-boost" och öppnar annars stängda dörrar. Själva affärerna klarar vi i allmänhet på egen hand. (SCA International)*
- *Den systematiska uppföljning som sker inom Socialdepartementet/Swecare av genomförda utlandsbesök är exemplarisk. (Läkemedelsverket, ambassaden i New Delhi m.fl.)*
- *Samtidigt som helhetsgreppet inom Swecare/främjandeaktiviteterna skapar överblick och stärker banden mellan aktörer från olika kategorier av aktörer, kan den nära sammankopplingen mellan normgivande myndigheter och rent kommersiella intressen ge upphov till frågor kring myndigheternas integritet och oberoende. (Smittskyddsinstitutet)*
- *Swecare:s styrka och särskilda betydelse bottnar i att verksamheten baseras på medlemskap som skapar närhet och engagemang. Samtidigt medför denna status begränsningar i termer av räckvidd och fokus i verksamheten. (Lif)*

#### **14 Samtal med/synpunkter från horisontellt engagerade främjandeaktörer**

Intervjuerna har alltså också omfattat ett antal aktörer med horisontellt ansvar inom näringslivsfrämjandet: Utrikesdepartementets enhet för främjande och EU:s inre marknad (UD-FIM), Projektexportsekretariatet (PES) inom UD, Exportrådet, Svenska Institutet och Invest Sweden. Även intervjuade ambassader/företrädare för utrikesförvaltningen kan räknas till denna krets. Överlag har samtalen med dessa aktörer vittnat om en tydlig uppskattning av de insatser som görs inom ramen för Socialdepartementets ansvarsområde och med resurser inom utgiftsområde 9.

UD-FIM/PES markerar värdet av det starka engagemanget från politisk nivå och bedömer att de insatser som gjorts/görs måste anses ge en förhållandevis stor utväxling. Man understryker samtidigt betydelsen av en ändamålsenlig samordning - på såväl övergripande nivå som i genomförandedet - av de insatser som görs och av att man når ut brett till alla intresserade företag inom branschen/sektorn.

Exportrådet och Invest Sweden uttrycker båda uppskattning av insatserna inom Socialdepartementet/Swecare och anser att verksamheten inom Swecare ger dess medlemmar en värdefull plattform för samling, nätverkande och erfarenhetsutbyte. Man värdesätter också samspelet och partnerskapet där Swecare tillför en effektiv och direkt kontaktyta till tongivande företag bland sina medlemmar.

Man framhåller dock den viktiga och grundläggande skillnaden i uppdragens/verksamhetens omfattning och inriktning – Swecare:s insatser riktas primärt till medlemmarna och ska ge dem medlemsnytta medan Exportrådet/Invest Sweden (snart inom en gemensam organisatorisk ram) vänder sig till alla företag med affärer av svenskt intresse. Både Exportrådet och Invest Sweden framhåller också att Swecare, som läget nu är, inom sin medlemskader saknar företrädare för - eller har förhållandevis svag representation från - ett antal sektorsegment med möjligheter att lyckas på internationella marknader, bl.a. bioteknik, dentalsektorn och laboratorieverksamhet. Mot den bakgrunden blir det särskilt viktigt att man strävar efter och lyckas etablera en väl fungerande samverkan byggd på komplementaritet.

Enligt både Exportrådet och Invest Sweden är det avgörande att man bygger främjandeinsatserna på en djup förståelse för affärslogiken - *Vem är egentligen kunden?* - utvecklat kunnande om marknad och efterfrågan och tydlig och aktuell överblick över den svenska resursbasens förmåga att tillgodose denna efterfrågan.

Här blir det viktigt att den nya sammanslagna organisationen, tillsammans med Swecare och andra berörda branschsammanlutningar, kan bidra till att identifiera och bilda kluster kring svenska styrkepunkter och att systematiskt utforska marknadsmöjligheter som svarar mot ett svenskt erbjudande. Uppgiften för ett samlat, effektivt främjande blir sedan att finna rätt metod och tillvägagångssätt för varje marknad. Tyngdpunkten för politiskt ledda marknadsföringsinsatser bör sedan primärt riktas mot svårbearbetade marknader med tydliga inslag av statshandel och offentligt beslutsfattande ("*business-to-government*").

Som redan nämnts (avsnitt 6 ovan) anser Svenska institutet (Si) att främjandeaktiviteterna inom vård och omsorg haft en tydligt positiv inverkan på bilden av Sverige som en intressant och attraktiv partner att samarbeta och göra affärer med. Ett ändamålsenligt Sverige-främjande måste bygga på en sammanhängande kedja av insatser:

- Generellt inriktade aktiviteter som väcker intresse för och nyfikenhet på vad Sverige kan erbjuda och skapar förtroende i omvärlden för svenska erfarenheter och värderingar och för svenskt kunnande.
- Framgångsrika och innovativa företag som - med starkt politisk uppbackning på hög nivå - blir synliga på internationella marknader bidrar till att stärka det upplevda sambandet mellan samhällssystem och företagande vilande på gemensam värdegrund och till att öka kännedomen om Sverige och vad vår resursbas kan leverera.
- På den grundvalen kan sedan – bland andra - Swecare och andra aktörer bidra till att bygga konkreta relationer vilande på förtroende och till att öppna dörrar till nya marknader.
- Dessa marknader kan sedan bearbetas av företagen själva, med stöd och uppbackning av Exportrådet, Invest Sweden, ambassader etc.

Tillväxtanalys, som arbetar i nära partnerskap med Socialdepartementet och Swecare med omvärldsbevakning och informationsinhämtning, förmedlar intrycket av att främjandet inom

området vård och omsorg är framgångsrikt. Den kunskap som partnerskapet frambringat bidrar indirekt till att klargöra planer, efterfrågan och marknadsmöjligheter i affärsstrategiskt viktiga länder. Man understryker värdet av att Swecare förmår koppla samman företrädare för både offentlig och privat sektor – särskilt betydelsefullt inom sjuk- och hälsovårdsområdet med det påfallande stora inslag av offentligt styrd planering och beslutsfattande som finns där.

\*\*\*

I samband med samtalen med de horisontellt engagerade aktörerna har jag försökt pejla deras syn på hur främjandeinsatserna för svensk vård och omsorg uppfattas och värderas i förhållande till motsvarande insatser inom andra branscher/politikområden. Även några få företag som agerar inom eller har inblick i flera sektorer har fått denna fråga.

Det måste noteras att jämförelsematerialet är mycket begränsat – bredare program av främjandeaktiviteter finns inom några få branscher/affärsområden (miljöteknik, livsmedel och ytterligare några av mindre omfattning). Branschspecifika förutsättningar, tillvägagångssätt och resursinsatser varierar starkt. Det blir därför vanskligt att göra rättvisande jämförelser utan en mer djupgående studie/analys som tar hänsyn till sådana variabler.

Att döma av de övergripande intryck som redovisats av de brett engagerade aktörerna bör man dock kunna slå fast att främjandet inom vård och omsorg står sig väl, kanske t.o.m. mycket väl. UD-FIM/PES bedömer alltså att de insatser som görs ger en förhållandevis stor utväxling. Samma intryck förmedlas, i vissa fall med stort eftertryck, av intervjuade företrädare för utrikesförvaltningen. Även Svenska institutet instämmer i den bedömningen.

Man kan dra slutsatsen att detta till betydande del hänger samman med att sektorn/branschen, generellt sett, innehåller en gynnsam mix av större, internationellt erfarna företag och mindre, starkt innovativa bolag med internationell marknad i sikte från början/tidigt i utvecklingsprocessen (s.k. *born-globals*) – de flesta med en beredskap att kunna reagera snabbt på den efterfrågan som främjandet väcker.

En annan rätt säker "kvalitetsfaktor" är det omvittnat starka engagemang som visas från politisk nivå.

Stockholm i december 2012

Anders Wenström

### ***Socialdepartementets uppdrag (utdrag)***

#### **Resultatuppföljning och analys av Socialdepartementets internationella främjandearbete.**

---

Socialdepartementet arbetar sedan länge aktivt med så kallat främjandearbete. Den politiska ledningen har varit tydlig med att målet är att främja en positiv bild av Sveriges välfärdssystem i allmänhet och sjukvård och omsorg i synnerhet och att, t ex genom detta, underlätta för svenskt företagande och ökad export. De senaste åren har arbetet intensifierats vilket inneburit att alltmer resurser läggs på denna typ av verksamhet. Efterfrågan på exportfrämjande insatser från ambassader och Exportråd tycks öka. Det finns ett behov av att följa upp och analysera vilka effekter som arbetet/resurserna haft/lett till.

#### ***Leder socialdepartementets främjandearbete till ökad export, en mer positiv bild av Sverige och/eller annat värde för avnämarna?***

För att besvara frågan ska en uppföljning av socialdepartementets främjandearbete göras i form av intervjuer med berörda aktörer och analysering av tillgängliga data som kan belysa frågeställningen

Socialdepartementets centrala aktör för främjande inom vård och omsorg är stiftelsen Swecare. Swecare får sedan ett antal år ett årligt bidrag från Socialdepartementet för sin verksamhet (1.500.000 kronor per år). Därutöver finansieras Swecare av medlemsavgifter (ca 1.500.000 kronor per år) och bidrag från branschorganisationerna Swedish MedTech och Lif (200.000 kronor vardera per år). Från Socialdepartementet satsas därutöver resurser i form av ledningarnas och tjänstemännens tid för planering och genomförande av resor och andra aktiviteter på hemmaplan. Utöver detta har Swecare projektbidrag från andra aktörer, t ex Sida. Dessa aktiviteter och bidragsmedel ingår dock inte i denna uppföljning.

Medlen används till Swecares basfinansiering och för genomförande av aktiviteter som nätverksmöten och aktiviteter i samband med besökande delegationer. Utgående delegationsresor finansieras huvudsakligen genom delegationsavgifter för deltagande företag som betalas till Exportrådet. Oftast genomförs dessa aktiviteter tillsammans med svenska företag men även universitet och andra myndigheter där företagen marknadsför sina tjänster och produkter medan forskare och myndighetspersoner i huvudsak bidrar expertkunskap. Tillsammans syftar detta till att stärka bilden av Sverige som ett land med hög kompetens inom sjukvård och omsorg för att främja det bilaterala samarbetet med utvalda länder. Inte sällan försöker deltagande delegationsledare (minister eller statssekreterare) påverka sina motsvarigheter att underlätta för företagen i det aktuella landet genom att föra upp viktiga frågor som marknadstillträde, avregleringar etc. I ett antal länder har bilaterala samförståndsavtal slutits mellan regeringarna för att främja samarbetet. I huvudsak koncentreras verksamheten i länder av strategisk vikt för Sverige och på marknader där



kopplingen mellan stat och näringsliv i hälsosektorn är starkare och där svenska politiker och tjänstemän tydligt kan fungera som dörröppnare. De exportfrämjandeaktiviteterna har på senare år i stor utsträckning riktats mot Asien (Kina, Sydkorea, Japan, Indien, Thailand, Vietnam, Malaysia och Indonesien) men även Irak, Brasilien, Turkiet och USA m.fl. har varit föremål för främjanderesor

## **Metod**

Att mäta vad sk exportfrämjande och sverigefrämjande åtgärder leder till är svårt framför allt därför att det finns problem med avgränsning, möjlighet att koppla utfall till effekt etc. Om man t ex mäter antalet kontrakt skrivs de ofta långt efter det att aktiviteten som kanske initierade det hela ägde rum och en rad andra saker som påverkat skeendet gör det svårt att leda i bevis att det var just den eller den aktiviteten som ledde till affären. Anekdotiska vittnesmål är oftast det som får gälla.

Det finns ett behov att följa upp resultaten och visa om de medel som satsas faktiskt leder till det som är avsett. Genom att genomföra intervjuer med representanter för företag, myndigheter, RK och ambassader kan man få en bättre uppfattning. I synnerhet om intervjuade företag och ambassader kan bidra med konkreta siffror, dokumentation eller på annat sätt tydligt koppla en affärshändelse till en främjandeaktivitet. Utredaren ska förutom att genomföra intervjuer analysera insamlade data och sammanställa dessa

*Avgränsning:* Det främjandearbete som socialdepartementet bedriver i samarbete med framförallt Swecare men även Exportrådet ska analyseras. När det gäller Swecare avgränsas uppdraget att gälla den ordinarie verksamhet som bedrivs med medel från S, Lif, MedTech och medlemmarna. Då vi vill veta vad aktiviteterna leder till bör företag och andra aktörer som deltagit i aktiviteter vara huvudmålgruppen.

## Förteckning över intervjuade respondenter

### Företag

1. Elekta AB	Lena Höglund
2. Getinge International AB	John Hansson
3. SCA Global Hygiene	Gunnar Preifors
4. Bactiguard AB	Christian Kinch
5. Hemocue AB	Mats Lindfors
6. Medcover AB	Pär Ahlborg
7. Envac AB	Jonas Törnblom
8. Euroaccident	Christer Söderberg
9. White Arkitekter	Charlotte Ruben
10. Sectra Imtec AB	Jakob Algulin
11. Kiwok Nordic AB	Anders Östlund
12. Bestic AB	Catharina Borgenstierna
13. FEAL AB	Mats Sundstedt
14. Phil Med Alliance	Gunnar Boström
15. Global Hospital	Roland Martinsson
16. Kibion AB	Petter Bäckgren
17. Abigo AB	Jan Smith
18. Action Caring Sweden	Lennart Magnusson
19. ArjoHuntleigh	Johan Birkfeldt
20. Aleris AB	Cecilia Halvars-Öhrnell
21. Health Solutions	Thomas Ehrengren
22. System Health & Care	Mats Forsberg
23. Executive Health	Ulla Lillkrona

### Företagsorganisationer

24. Swedish Medtech	Anna Lefèvre-Skjöldebrand
25. Läkemedelsindustriföreningen (Lif)	Anders Blanck

### Myndigheter (motsvarande)/departement/ambassader

26. Läkemedelsverket	Charlotte Unger
27. Smittskyddsinstitutet	Johan Carlsson
28. Folkhälsoinstitutet	Sarah Wamala
29. Utrikesdepartementet (FIM/PES)	Per-Arne Hjelmborn, Kerstin Nordlund-Malmegård, Victoria Jacobsson

30. Ambassaden Seoul	Lars Danielsson
31. Ambassaden New Delhi	Lars-Olof Lindgren
32. Ambassaden Bagdad	Carl-Magnus Nesser
33. Ambassaden Washington	Lisette Lindahl (UD:s Amerika-enhet)
34. Ambassaden Beijing	Jakob Kiefer
35. Svenska institutet	Annika Rembe
36. Exportrådet	Anders Hallersjö
37. Invest Sweden	Peter Bramberg
38. Tillväxtanalys	Martin Wickström

**Leder socialdepartementets arbete med främjande till ökad export, stärkt Sverige-bild eller annan nytta för berörda aktörer (företag, myndigheter, forskningsinstitutioner m.fl.)? Underlag för intervjuer/samtal**

**Generella frågor**

1. Vilken kategori tillhör NN?
  - Företag:           Tjänster       Medtech       Läkemedel   Hjälpmedel   Övrigt
  - Myndighet:       Ambassad   Övrig
  - FoU-institution/akademi
  - Annan: .....
  
2. På vilket sätt/via vilka aktiviteter har NN deltagit i profilering av svensk vård & omsorg?
  - Utgående internationellt besök/delegationsresa
  - Inkommande internationellt besök
  - Seminarium/informationsaktivitet
  - Annat/andra: .....
  - Inte deltagit i någon konkret aktivitet (gå vidare till fråga 14).
  
3. Har NN:s deltagande i aktiviteterna medfört direkt eller indirekt nytta för verksamheten?

*Inte alls    Någon    Ganska stor    Mycket stor                    Kan inte bedöma (ännu)*
  
4. På vilket sätt har den nytta/det värde NN upplevt tagit sig uttryck?
  - Stärkta kontakter med kunder/potentiella kunder.
  - Positiv påverkan på regelverk/förenklat marknadstillträde.
  - Leads för nya affärer.
  - Begäran om offert(er).
  - Genomförda affärer och ökad affärsvolym från export.
  - Ökat antal anställda.

- Förstärkta kontakter/relationer med motparter/samarbetspartners i annat land.
- Ny kunskap av betydelse för NN:s verksamhet/utveckling.
- Stärkt positiv bild av Sverige: Som kunskapsnation och affärs- och samarbetspartner, av svenskt välfärdssystem i allmänhet och sjukvård och omsorg i synnerhet.
- Stärkta kontakter med andra svenska aktörer.
- Annat: .....

5. A) Om NN genomfört affärer till följd av/efter deltagande i aktivitet/er – i vilken kvantitativ utsträckning?

- Ökad affärsvolym/omsättning från export: ..... MSEK
- Antal anställda: .....

B) Kan dessa framgångar citeras/offentliggöras? Villkor/begränsningar?

6. Finns någon form av tillgänglig/öppen dokumentation som beskriver/åskådliggör den nytta/det värde som NN upplevt?

7. I vilken utsträckning anser NN att deltagandet i aktivitet/er medverkat till upplevda/angivna positiva effekter för NN:s verksamhet?

*Inte alls      Något      Ganska mycket      Mycket      Kan inte bedöma (ännu)*

8. I det fall nytta/värde ännu inte kunnat konstateras – ser NN en möjlighet att sådana effekter kan uppstå senare?

9. A) Vilken av aktuella aktiviteter anser NN skapa mest nytta/värde?

B) Finns någon (typ av) aktivitet med särskilt lågt nyttovärde och som kan upphöra/utmönstras?

### ***Specifika frågor om Swecare och dess roll***

10. Har NN kommit i kontakt med Swecare i sin internationellt inriktade verksamhet?

Ja                      Nej                      (Om nej – till fråga 14)

11. På vilket sätt har Swecare's insatser skapat nytta för NN:s verksamhet?

- Stärkta kontakter med kunder/potentiella kunder.
- Positiv påverkan på regelverk/förenklat marknadstillträde.
- Leads för nya affärer.
- Begäran om offert(er).
- Genomförda affärer och ökad affärsvolym från export.
- Ökat antal anställda.

- Förstärkta kontakter/relationer med motparter/samarbetspartners i annat land.
- Ny kunskap av betydelse för NN:s verksamhet/utveckling.
- Stärkt positiv bild av Sverige: Som kunskapsnation och affärs- och samarbetspartner, av svenskt välfärdssystem i allmänhet och sjukvård och omsorg i synnerhet.
- Stärkta kontakter med andra svenska aktörer.
- Annat: .....

12. I vilken utsträckning anser NN att de insatser som Swecare gjort för/i samband med sådan/a aktivitet/er bidragit till värde/nytta för NN:s verksamhet?

*Inte alls      Något      Ganska mycket      Mycket      Kan inte bedöma (ännu)*

13. Har Swecare enligt NN:s uppfattning något särskilt värde att tillföra utöver andra främjandeaktörer (departement, myndigheter, ambassader, Exportrådet etc.)?  
I så fall – vad?

14. Om NN inte deltagit i någon specifik/riktad aktivitet – varför inte?

- Ser inget adderat värde i att delta i sådana aktiviteter.
  - Vi är nöjda med kontakten med /medlemskapet i Swecare utan att delta.
  - Känner inte till förekomsten av sådana aktiviteter eller möjligheten att delta.
  - De aktiviteter som erbjuds borde förändras/kompletteras för att motsvara våra behov.
- I så fall - hur?

***Särskild fråga till respondenter med horisontellt ansvar/engagemang inom näringslivsfrämjandet***

Hur bedömer NN att främjandeinsatserna för svensk vård och omsorg står sig i förhållande till andra branscher/politikområden?