



Virksomhedernes oplevede effekter af The Trade Council's generelle ydelser

- En effektmåling baseret på spørgeskema og interview

18.12.19



For information on obtaining additional copies,
permission to reprint or translate this work, and all
other correspondence.

Please contact:

DAMVAD Analytics

Havnegade 39

DK-1058 Copenhagen K

Info@damvad.com

damvad.com

DAMVAD Analytics

Engelbrektsgatan 5

114 32 Stockholm

Indholdsfortegnelse

1	Indledning	4
2	Sammenfatning	6
2.1	Centrale figurer	7
3	Metode til at måle effekten	8
3.1	Om undersøgelsen	8
3.2	Repræsentativitet	10
4	Virksomhedernes formål og forventninger	12
4.1	Virksomhedernes formål med samarbejde	12
4.2	De resultater, som virksomhederne forventer	12
5	Virksomhedernes oplevede outcomes	14
5.1	Ny viden og indsigt	14
5.2	Nye kontakter	17
5.3	Government Public Affairs	18
6	Umiddelbare effekter	21
6.1	Forretningsudvikling og effektivisering	21
6.2	Umiddelbare Government Public Affairs-effekter	22
7	Virksomhedernes oplevede økonomiske effekter	24
7.1	Ny og øget eksport	24
7.2	Fastholdt eksport	27
7.3	The Trade Council's betydning for de økonomiske effekter	31

1 Indledning

Internationalisering af danske virksomheder og deres eksport er en vigtig drivkraft for vækst og velstand i Danmark. Når danske virksomheder tager til udenlandske markeder, får de ikke blot et større marked til deres produkter, de tager også erfaringer med hjem, som gør dem dygtigere og mere produktive. Det gavner os alle i form af højere vækst og velstand.

For nogle virksomheder kan der imidlertid være barrierer, som hindrer virksomheder i at udnytte mulighederne på eksportmarkederne. Det kan eksempelvis være manglende indsigt i lokale regulatoriske og markedsmæssige forhold og manglende netværk i det pågældende land. For andre virksomheder kan der være behov for hjælp til at indgå i dialog med lokale myndigheder med henblik på at søge indflydelse på beslutningsprocesser på eksportmarkederne, det vil sige 'Government Public Affairs'. Det kan også dreje sig om assistance til at løse konkrete eksportudfordringer, eksempelvis i forhold til fortoldning af danske varer. Dette er udvalgte eksempler på forhold, hvor Udenrigsministeriet, og herunder the Trade Council, med sin lokale tilstedeværelse, sektorfaglige ekspertise, netværk og officielle status kan hjælpe danske virksomheder med at overkomme barrierer.

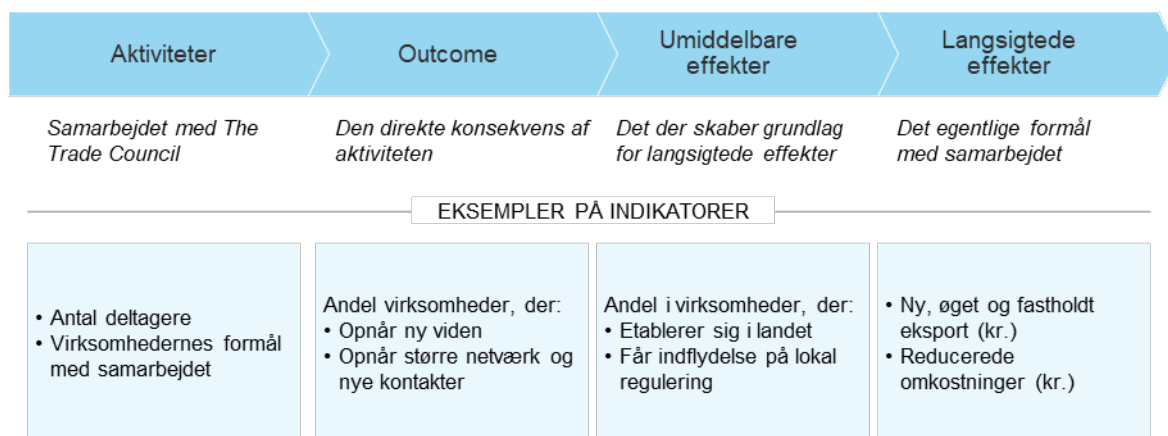
The Trade Council er den del af Udenrigsministeriet, som løser opgaver for private virksomheder inden for eksport, innovation og investeringsfremme. Det gør de blandt andet ved at tilbyde en række ydelser gennem danske ambassader, generalkonsulater og innovationscentre rundt omkring i verden. The Trade Council hjælper virksomheder ved at rådgive, indsamle markedsviden, afholde eksportfremstød og facilitere dialog med de rette myndigheder og udenlandske virksomheder. The Trade Council har bl.a. til formål at hjælpe virksomheder med at udvide deres eksport, komme ind på nye markeder, tiltrække investeringer fra udlandet samt understøtte deres innovation. I nærværende effektmåling er The Trade Council's investeringsfremme- og eksportfremstødsindsats ikke medtaget. For effektanalyse af The Trade Council's eksportfremstødsindsats kan i stedet henvises til rapporten "Effektmåling af fælles erhvervsfremstød 2016-2017"

Denne effektmåling har til formål at opgøre de effekter, som virksomhederne oplever som følge af samarbejdet med The Trade Council. Analysen er baseret på interviews med 15 virksomheder samt et spørgeskema udsendt til samtlige 1.501 virksomheder, der har købt og modtaget mindst 10 timers konsulentytelser i 2017 og har accepteret at blive kontaktet. Virksomhederne er blevet bedt om at beskrive, hvorfor de har samarbejdet med The Trade Council, og hvad de fik ud af det.

Spørgeskemaer og interviews er velegnede til at afdække virksomhedernes *oplevede* effekter af samarbejde med The Trade Council. Det er muligt at få et meget nuanceret billede af, hvad virksomhederne har fået ud af samarbejdet, og det er muligt at spørge ind til effekter, som ikke fremgår af statistiske oplysninger.

Analysen er bygget op omkring en effektkæde, der beskriver de forventede trin fra aktiviteten (samarbejdet med The Trade Council) til den langsigtede økonomiske effekt. Effektkæden er illustreret i forenklet form i figuren nedenfor med eksempler på indikatorer, som vi bruger til at måle The Trade Council's effekter.

Figur 1.1
THE TRADE COUNCIL'S EFFEKTKÆDE



De fire led i kæden korresponderer med rapportens hovedkapitler:

- I kapitel 4 belyser vi virksomhedernes formål med og forventninger til samarbejdet. Det kan være et ønske om eksport, at reducere produktionsomkostninger, få adgang til risikovillig kapital etc.
- I kapitel 5 fokuserer vi på *outcomes* af samarbejdet med The Trade Council. Det kan være, at virksomhederne opnår ny viden om særlige forhold på markedet og potentialet, kontakter til kunder, videnspartnere og myndigheder.
- I kapitel 6 belyser vi de umiddelbare effekter, som virksomhederne oplever. Det er fx etablering på nye markeder, justeret strategi, lancering af nye produkter og arbejdsprocesser eller eksterne investeringer (risikovillig kapital).
- I kapitel 7 opgør vi virksomhedernes oplevede økonomiske effekter. Det er de effekter, som forventes at opstå på lidt længere sigt som følge af samarbejdet. Vi undersøger effekterne i form af eksport og reducerede omkostninger.

2 Sammenfatning

Analysens hovedkonklusioner

- Der er forskellige årsager til, at virksomheder vælger at samarbejde med The Trade Council. Mange virksomheder gør det for at styrke eksporten. Det gælder for 59 pct. af virksomhederne.
- The Trade Council har i 2017 samarbejdet med virksomheder, som vurderer, at de efterfølgende har øget eller fastholdt eksport for knap 31 mia. kr. Heraf er ca. 5. mia. kr. allerede realiseret, og ca. 26 mia. kr. forventes realiseret i de kommende år.
- For en betydelig del af virksomhederne var samarbejdet med The Trade Council afgørende for at opnå disse eksporteffekter. Virksomheder, der angiver, at de opnåede og forventede resultater i høj eller meget høj grad skyldes samarbejdet med The Trade Council, har oplevet økonomiske effekter for 11,1 mia. kr.

The Trade Council hjælper virksomheder med at udnytte erhvervsmæssige potentialer på udenlandske markeder ved at skabe kontakt til de rette virksomheder og myndigheder, formidle viden om lokale markedsforhold samt rådgive virksomhederne om valg af forretningsmodel og bidrage til udrulning heraf. The Trade Council har som offentlig repræsentant og via deres lokale tilstedeværelse ofte særligt gode muligheder for at skabe kontakt til de rette myndigheder og virksomheder. Det hjælper virksomhederne til hurtigere at komme ind på nye markeder og afsøge muligheder, de ellers havde fravalgt på grund af manglende lokalt kendskab.

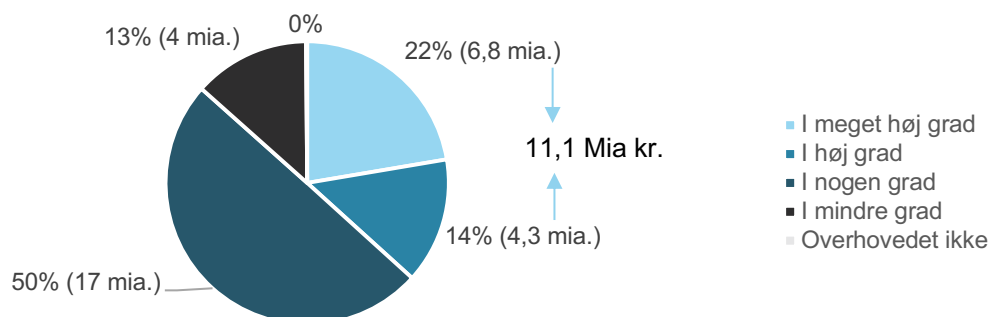
De virksomheder, som The Trade Council har samarbejdet med i 2017, forventer efterfølgende at realisere økonomiske effekter for i alt ca. 31 mia. kr. Heraf er ca. 5 mia. kr. allerede realiseret. De økonomiske effekter er opgjort som ny og øget eksport samt eksport, som virksomhederne har formået at fastholde som følge af indsatsen.

Det er ikke muligt for virksomhederne præcist at opgøre, hvor stor en del af de økonomiske effekter, der kan tilskrives The Trade Council. Effekterne fremkommer i et komplekst samspil med virksomhedernes egne aktiviteter og ydre omstændigheder. Dertil kommer, at nogle af virksomhederne formentlig havde formået at øge eksporten på anden vis, hvis de ikke havde samarbejdet med The Trade Council.

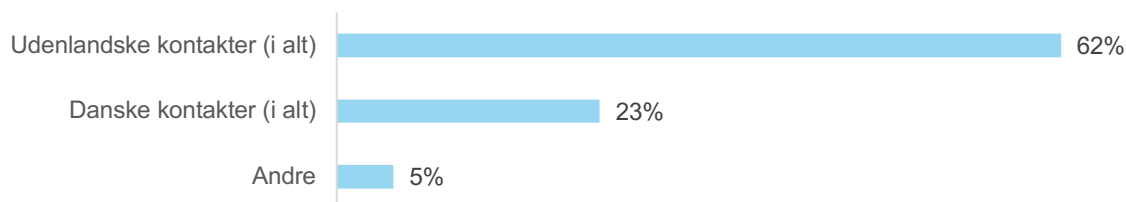
I stedet har vi bedt virksomhederne angive, i hvilken grad effekterne kan tilskrives The Trade Council. Virksomheder, der angiver, at de opnåede resultater i høj eller meget høj grad skyldes samarbejdet med The Trade Council, forventer at realisere økonomiske effekter for 11,1 mia. kr.

2.1 Centrale figurer

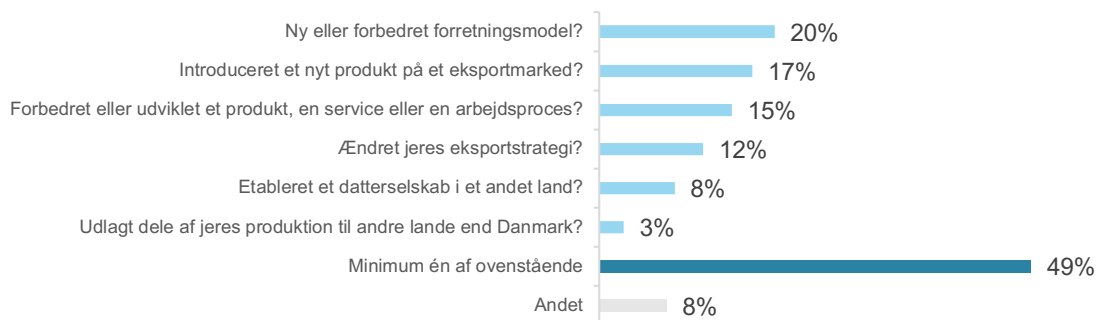
SAMLEDE ØKONOMISKE EFFEKTER, OPDELT PÅ HVOR HØJ GRAD AF BETYDNING THE TRADE COUNCIL TILSKRIVES EFFEKTEN



HAR I SOM FØLGE AF JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL OPNÅET KONTAKT TIL: (KUN VIRKSOMHEDER SOM HAVDE TIL FORMÅL AT OPNÅ KONTAKT).



HAR I SOM FØLGE AF JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL... (VÆLG GERNE FLERE SVAR)



SAMLET ØKONOMISK EFFEKT AF TRADE COUNCIL

Ny og øget eksport	Fastholdt eksport	Samlet
21.229 MIO. KR.	9.583 MIO. KR.	30.812 MIO. KR.

3 Metode til at måle effekten

Data er indsamlet ved hjælp af et spørgeskema, som er udsendt til samtlige virksomheder, der har modtaget rådgivning fra The Trade Council i 2017. Undtaget er de virksomheder, der har deltaget på erhvervsfremstød¹ og udenlandske virksomheder, der har modtaget rådgivning som led i The Trade Council's investeringsfremmeindsats.

Spørgeskemaet afdækker virksomhedernes effekter af samarbejdet ved bl.a. at kvantificere den eventuelle eksportvækst, som virksomhederne har oplevet efterfølgende.

Spørgeskemaer er en god metode til at indsamle information blandt mange respondenter. Det giver mulighed for at belyse mønstre og tendenser ved hjælp af statistiske analyser. Det er samtidig vigtigt at understrege den usikkerhed, der er forbundet med surveydata. Respondenterne kan ikke forventes at svare 100 pct. objektivt på alle spørgsmål og med fuld information. Samtidig kan respondenterne have svært ved at udtale sig om, hvad der ville være sket, hvis de ikke havde modtaget The Trade Council's ydelser. Derfor er det i vidt omfang *oplevede* effekter, vi indsamler med spørgeskemaundersøgelsen. Det indebærer, at der er en vis risiko for fejlslutninger i forhold til sammenhængen mellem aktiviteter og effekter.

Erfaring viser, at spørgeskemaer skal være fokuserede, lette at besvare og relativt korte. Ellers er der risiko for, at respondenter misforstår spørgsmål og/eller falder fra, inden spørgeskemaet er besvaret.

Spørgeskemaundersøgelsens resultater er suppleret af interview med 15 virksomheder for at afdække de mekanismer, hvormed The Trade Council skaber værdi for virksomhederne. Indsigter fra interviewene inddrages løbende i rapporten.

3.1 Om undersøgelsen

Undersøgelsen er udsendt til en nettopopulation på 1.501 virksomheder. I alt har 403 virksomheder gennemført spørgeskemaet, hvilket svarer til 26 pct. Yderligere har 9 pct. af virksomhederne besvaret dele af spørgeskemaerne. De ufuldstændige besvarelser er medtaget i det omfang, det har været muligt. Det giver en samlet svarprocent på 35 pct. Dette betragter vi som en tilfredsstillende svarprocent.

¹ Det inkluderer virksomheder der deltager på messer, udstillinger etc. med henblik på at markedsføre danske produkter.

Spørgeskemaerne er udsendt til de kontaktpersoner, som er registreret i The Trade Council's databaser. Det vil typisk være de personer, som har indgået aftalen med The Trade Council. Vi kan dog ikke verificere, hvem der rent faktisk har udfyldt spørgeskemaerne.

3.2 Repræsentativitet

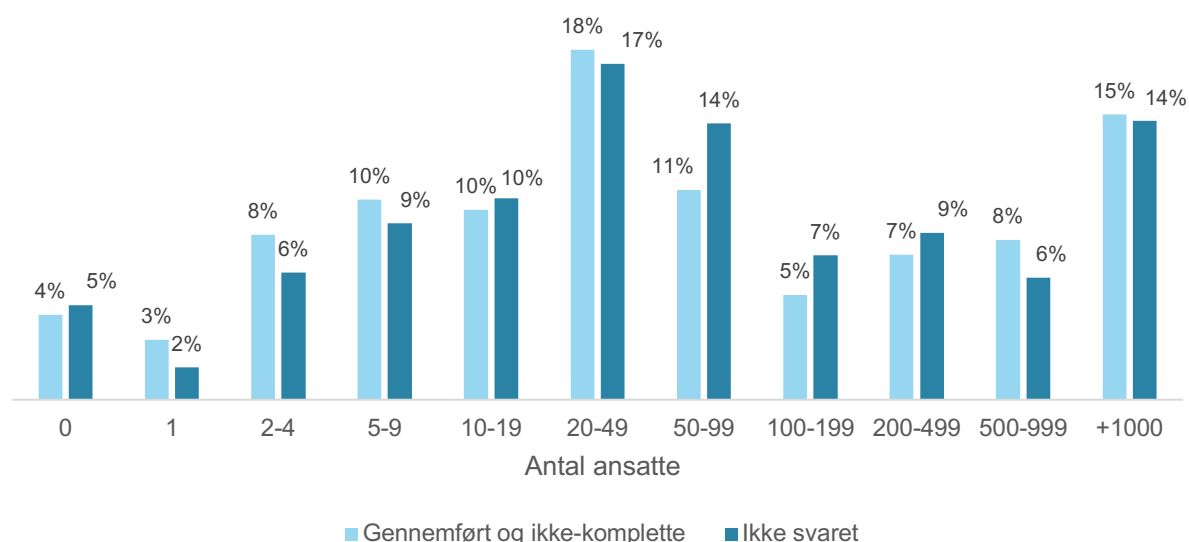
Validiteten af en spørgeskemaanalyse beror på, at respondenterne er repræsentative for den fulde population. Der er en underliggende risiko for, at dem, der har besvaret spørgeskemaet, er de virksomheder, der fx har haft særligt positive eller negative oplevelser. Eller at udvalgte grupper af populationen har en større tilbøjelighed til at besvare spørgeskemaet, fx virksomheder i særlige brancher eller størrelsesgrupper.

Det er ikke muligt at afdække disse analytiske risici fuldstændigt – men vi kan afklare, om respondenterne ligner den fulde population målt på objektive karakteristika. Vi har derfor sammenlignet respondenterne med de virksomheder, der ikke har besvaret spørgeskemaet. Virksomhederne bliver sammenlignet på objektive karakteristika, navnlig antal ansatte, branche og hjemkommune. Det har til formål at sandsynliggøre, at de virksomheder, som har svaret på spørgeskemaet, er repræsentative for hele populationen.

Der er et stort sammenfald mellem de to grupper målt på disse parametre. Det indikerer, at stikprøven er repræsentativ. Sammenholdt med svarprocenten på 35% vurderer vi, at datagrundlaget er tilstrækkelig robust til at belyse virksomhedernes oplevede effekter af The Trade Council's generelle ydelser.

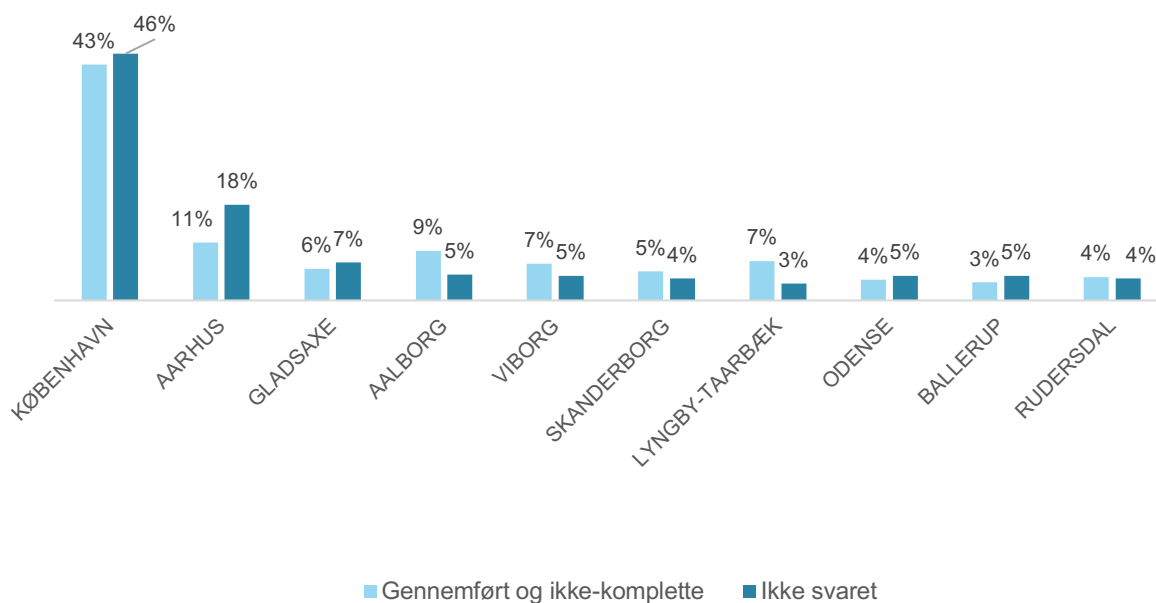
I figur 3.1, 3.2 og 3.3 på de efterfølgende sider er virksomhedernes fordeling illustreret for antal ansatte, hjemkommune og branche.

Figur 3.1
VIRKSOMHEDER FORDELT PÅ ANTAL ANSATTE OG DERES SVARSTATUS



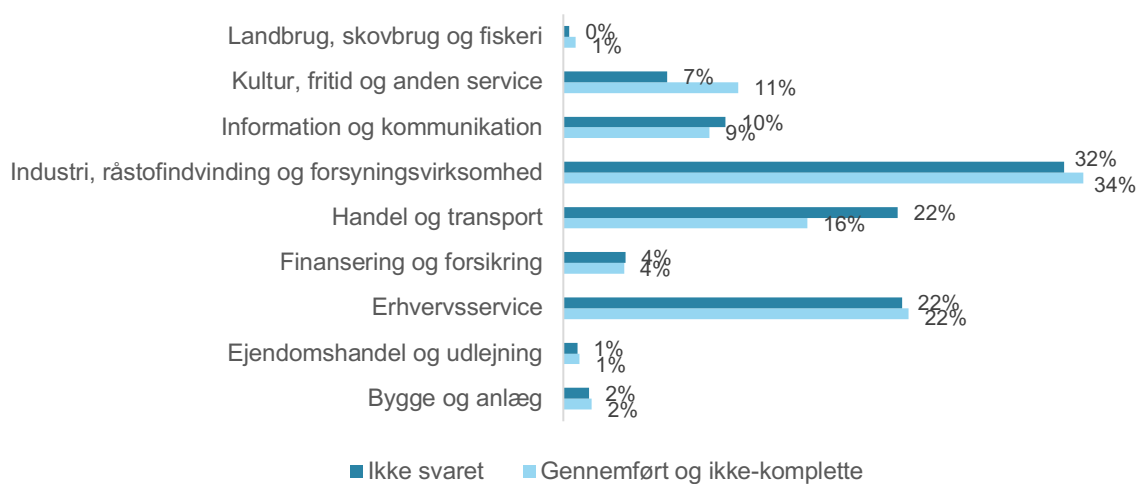
Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics og CVR-data fra virk.dk. n=1501

Figur 3.2
VIRKSOMHEDER FORDELT PÅ TOP 10 KOMMUNER OG DERES SVARSTATUS



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics og CVR-data fra virk.dk. n=1501

Figur 3.3
VIRKSOMHEDER FORDELT PÅ BRANCHE OG SVARSTATUS



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics og CVR-data fra virk.dk. n=1501

4 Virksomhedernes formål og forventninger

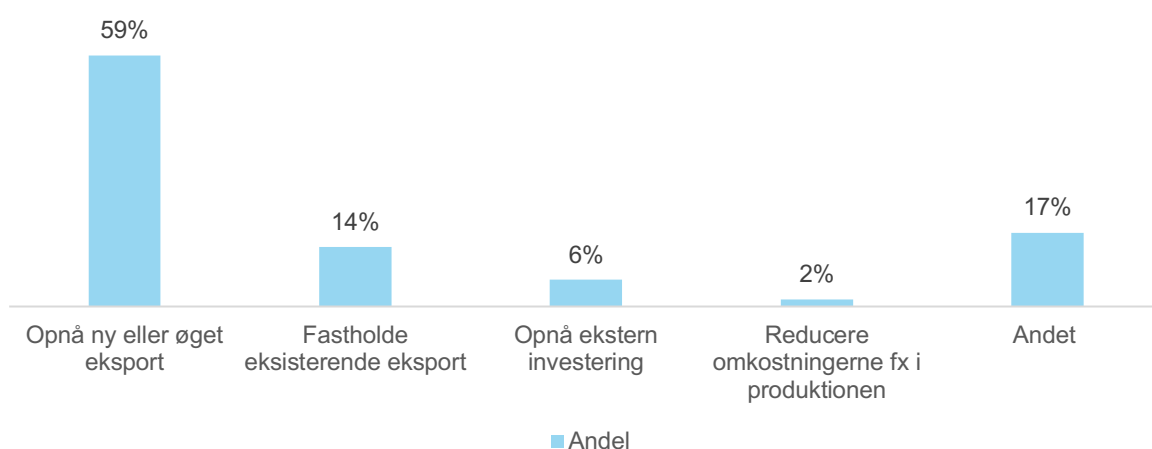
Vi har spurgt virksomhederne, hvad deres formål var med at samarbejde med The Trade Council, og hvad de forventede at få ud af samarbejdet. I dette kapitel belyser vi virksomhedernes overvejelser, som går forud for samarbejdet og grunden til, at virksomheder vælger at indgå i samarbejdet.

4.1 Virksomhedernes formål med samarbejde

Styrket eksport er for hovedparten af virksomhederne et af formålene med at samarbejde med The Trade Council. 59 pct. angiver, at det var et formål at opnå ny eller øget eksport. Det dækker over virksomheder, som ønskede hjælp til at komme ind på nye markeder eller styrke eksporten på et marked, de allerede var på. Derudover svarer 14 pct. af virksomhederne, at formålet var at fastholde eksisterende eksport. Det kan eksempelvis være hjælp til at forlænge eksisterende salgsaftaler eller til at håndtere reguleringsmæssige forhold, der kan forhindre eller reducere eksporten, se figur 4.1.

Figur 4.1

HVILKE AF NEDENSTÅENDE FORMÅL HAVDE JERES VIRKSOMHED MED SAMARBEJDET MED THE TRADE COUNCIL?



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 481, Flere svar mulige.

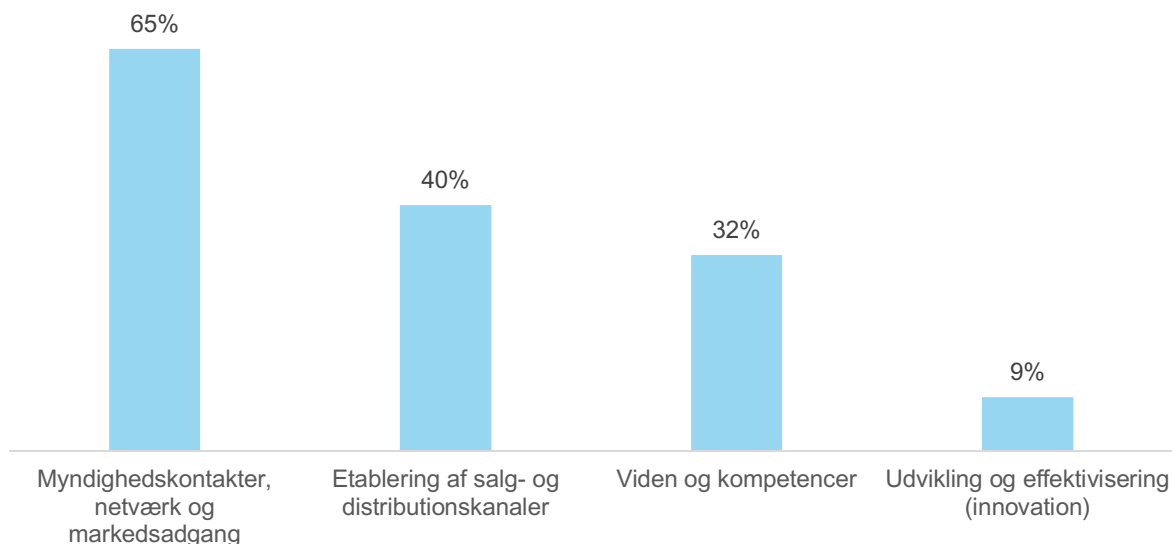
Relativt få virksomheder angiver, at formålet med samarbejdet var at opnå ekstern finansiering (6 pct.) eller at reducere omkostningerne (2 pct.).

4.2 De resultater, som virksomhederne forventer

Etablering og styrket tilstedeværelse på et marked forudsætter kontakter til de rette personer hos både virksomheder og myndigheder, samt viden om markedet. Det afspejler sig i virksomhedernes forventninger til at samarbejde med The Trade Council. Knap to ud af tre

virksomheder forventer, at samarbejdet vil give dem nye myndighedskontakter, større netværk og markedsadgang som et primært resultat. Derudover forventer knap én ud af tre at opnå viden og kompetencer, navnlig viden om markedet og eksportrelaterede kompetencer.

Figur 4.2
Hvilke primære resultater forventede I at få ud af samarbejdet med The Trade Council?



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 471, Flere svar mulige.

Endelig forventer fire ud af ti konkret at etablere nye salgs- og distributionskanaler. Det betyder også, at seks ud af ti *ikke* forventede at opnå nye salgs- og distributionskanaler som et primært resultat. Det kan hænge sammen med, at en del virksomheder benytter sig af The Trade Council i de indledende faser, hvor de afsøger muligheder og forsøger at få fodfæste. Det kan tage lang tid at gå fra at afsøge muligheder til at få fx salgsaftaler med lokale virksomheder. En anden mulig forklaring kan være, at en del virksomheder efterspørger Government Public Affairs assistance, som på den korte bane typisk ikke handler om nye afsætningskanaler.

For en del virksomheder er ambassadernes lokale netværk en af de centrale årsager til, at de vælger at samarbejde med The Trade Council. Det bekræftes i interviews med flere virksomheder, som også nævner, at samarbejdet med The Trade Council giver dem en form for offentlig blåstempling, der gør det lettere at komme i kontakt med både myndigheder og virksomheder i udlandet.

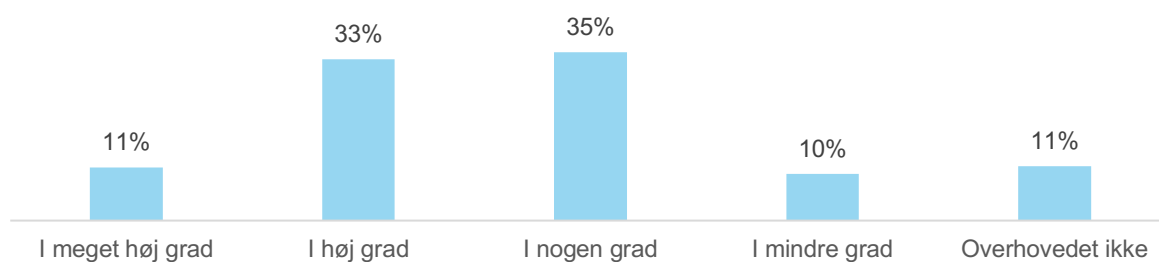
5 Virksomhedernes oplevede outcomes

I dette afsnit belyser vi de outcomes, som virksomhederne kan forvente som en direkte konsekvens af samarbejdet med The Trade Council. Her fokuserer vi på outcomes i form af ny viden, nye kontakter og umiddelbare public-affairs outcomes (præciseres nedenfor).

5.1 Ny viden og indsigt

Størstedelen af virksomhederne angiver, at de er blevet klogere på de forretningsmæssige potentialer på de pågældende markeder. 44 pct. af virksomhederne angiver, at de i høj eller meget høj grad er blevet klogere på de forretningsmæssige potentialer. Omvendt svarer omtrent hver femte virksomhed, at de i mindre grad eller overhovedet ikke oplever at være blevet klogere på de forretningsmæssige potentialer på eksportmarkederne som følge af samarbejdet med The Trade Council, se figur 5.1.

Figur 5.1
I HVILKEN GRAD ER I BLEVET KLOGERE PÅ DE FORRETNINGSMÆSSIGE POTENTIALER PÅ EKSPORTMARKEDER EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL?

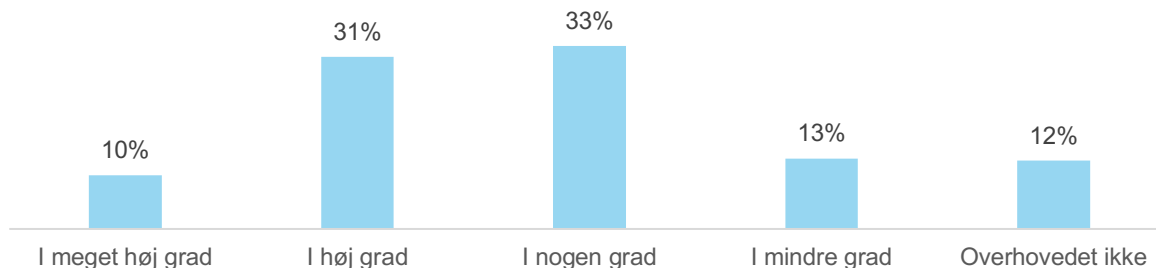


Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 465.

42 pct. af virksomhederne angiver, at de i høj eller meget høj grad har opnået ny viden om særlige nationale eller kulturelle forhold på eksportmarkederne, se figur 5.2.

Figur 5.2

I HVILKEN GRAD HAR I OPNÅET NY INDSIGT I SÆRLIGE NATIONALE ELLER KULTURELLE FORHOLD PÅ EKSPORTMARKEDER EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL?

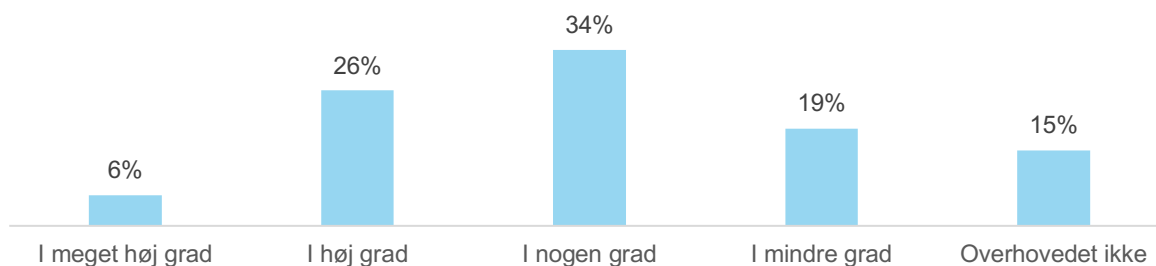


Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 458.

Det samme billede tegner sig for virksomhedernes vurdering af, om de har styrket deres generelle kompetencer til at drive eksport. Generelt oplever de fleste virksomheder at blive bedre til at drive eksport. 32 pct. af virksomhederne vurderer, at de i høj eller meget høj grad har fået styrket kompetencerne, se figur 5.3.

Figur 5.3

I HVILKEN GRAD HAR I STYRKET JERES KOMPETENCER TIL GENERELT AT DRIVE EKSPORT SOM FØLGE AF JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL?

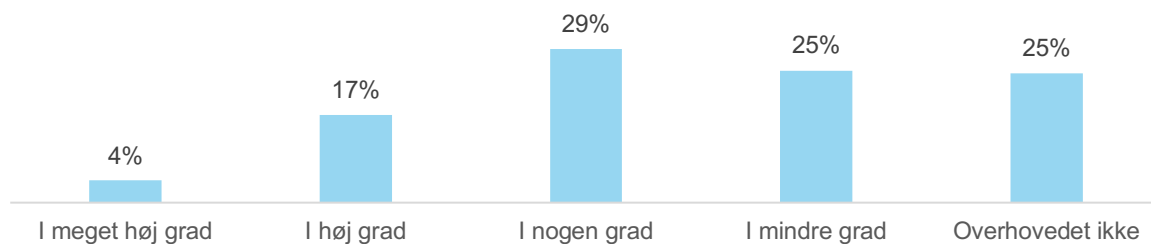


Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 456.

Vi har særligt spurgt virksomhederne om samarbejdet har givet dem indsigt i de nyeste teknologiske trends inden for deres marked. 21 pct. af virksomhederne angiver, at det er tilfældet i høj eller meget høj grad, se figur 5.4.

Figur 5.4

I HVILKEN GRAD HAR I OPNÅET INDSIGT I DE NYESTE TEKNOLOGISKE TRENDS OG ØVRIGE TENDENSER I JERES MARKED EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL?



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 450.

Omvendt angiver 25 pct. af virksomhederne, at de overhovedet ikke har opnået ny indsigt.

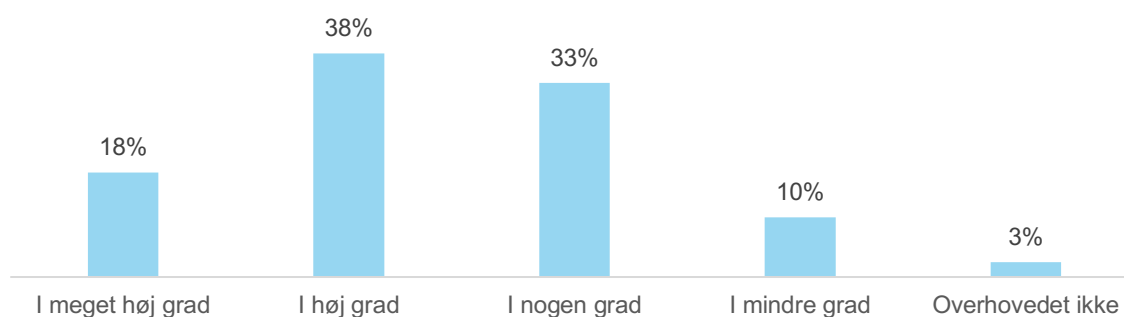
Resultatet skal ses i sammenhæng af, at det er relativt få af virksomhederne, der har det som et primært formål at opnå denne type indsigter (jf. figur 4.2). Omtrent 9 pct. af virksomhederne har angivet innovation som det primære formål med deres samarbejde.²

² Det skal bemærkes, at virksomheder, der køber rådgivning fra innovationscentre, også kan have til formål at rejse kapital eller videreudvikle deres forretningsmodel.

I figur 5.5 har vi fremhævet resultaterne for de virksomheder, der angiver innovation som et primært formål. Blandt dem er det kun én virksomhed, som ikke oplever, at de har opnået ny indsigt i teknologiske trends og tendenser. Næsten ni ud af ti virksomheder i gruppen oplever i nogen eller højere grad at have fået ny indsigt om teknologiske trends.

Figur 5.5

I HVILKEN GRAD HAR I OPNÅET INDSIGT I DE NYESTE TEKNOLOGISKE TRENDS OG ØVRIGE TENDENSER I JERES MARKED EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL?

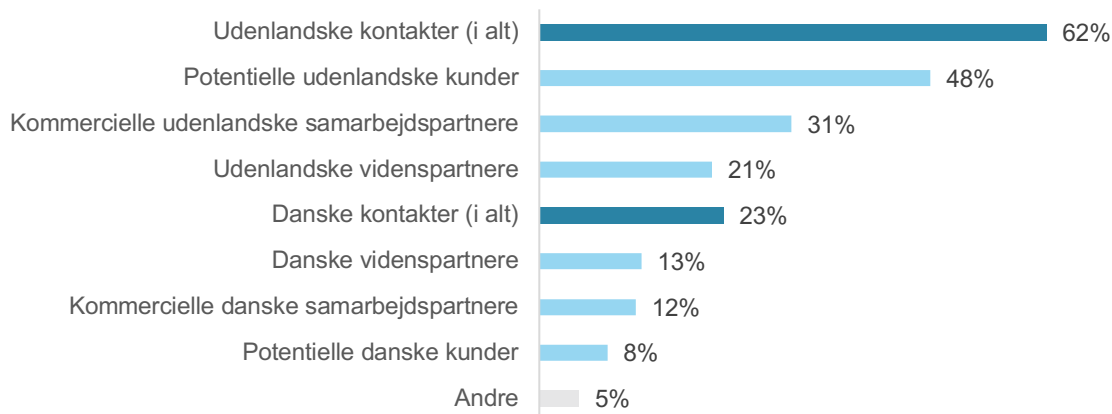


Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 40, Kun respondenter som har angivet "Udvikling og effektivisering" jf. figur 4.2, er medtaget

5.2 Nye kontakter

Som nævnt i kapitel 4 er det for over halvdelen af virksomhederne et primært formål med samarbejdet med The Trade Council at opbygge netværk eller etablere salgskanaler.

Blandt de virksomheder, som havde til formål at opbygge myndighedskontakter, netværk og markedsadgang, formåede 62 pct. at få nye udenlandske kontakter – ofte potentielle kunder og kommercielle samarbejdspartnere og i lidt mindre omfang videnspartnere, se figur 5.6.

Figur 5.6**HAR I SOM FØLGE AF JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL OPNÅET KONTAKT TIL:**

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 288. Kun respondenter som har angivet "Myndighedskontakt, netværk og markedsadgang" jf. figur 4.2, er medtaget

En del virksomhederne etablerede også nye danske kontakter. Det lykkedes for knap hver fjerde virksomhed, som samarbejdede med The Trade Council i 2017.

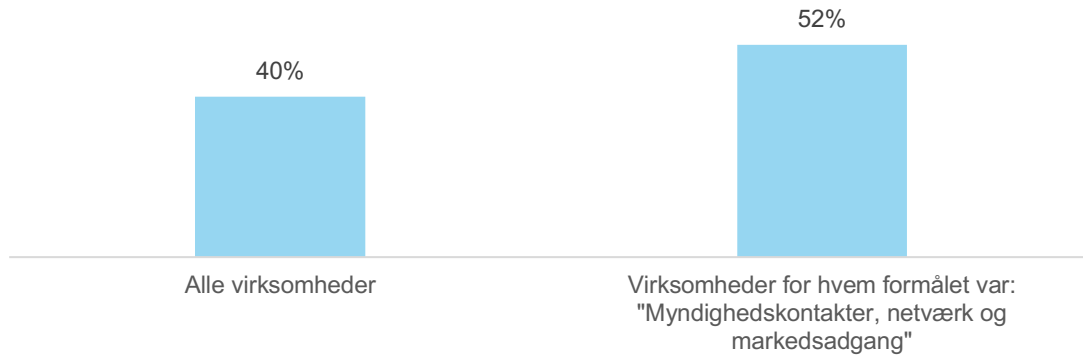
Virksomhedsinterview, som vi har gennemført i forbindelse med effektmålingen, bekræfter, at The Trade Council er i stand til at udnytte deres lokale kendskab og tilstedeværelse til effektivt at identificere de rette kontakter og etablere kontakt til dem.

En del af de virksomheder, som havde til formål at opnå myndighedskontakter, netværk og markedsadgang, opnår ikke nye kontakter. Vi har dog ikke oplysninger om, hvor mange af disse virksomheder, der havde til formål konkret at opnå nye kontakter. Virksomheder, der fokuserede på fx *markedsadgang*, har ikke nødvendigvis behov for at etablere kontakter og netværk.

5.3 Government Public Affairs

The Trade Council hjælper virksomheder med at opnå politisk indsigt, kommerciel viden og adgang til politiske beslutningstagere. Det kan være afgørende for virksomhedernes muligheder for at opnå fx markedsadgang og dermed eksportaftaler.

Godt halvdelen af de virksomheder, der havde til formål at opnå myndighedskontakter, netværk og markedsadgang, angiver, at de har opnået kontakt til lokale eller nationale myndigheder i udlandet. Men også virksomheder, for hvem det ikke var et primært formål, har fået kontakter til myndigheder. Samlet set har 40 pct. af alle virksomheder formået dette, jf. figur 5.8.

Figur 5.8**HAR I SOM FØLGE AF JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL OPNÅET KONTAKT TIL LOKALE ELLER NATIONALE MYNDIGHEDER I UDLANDET**

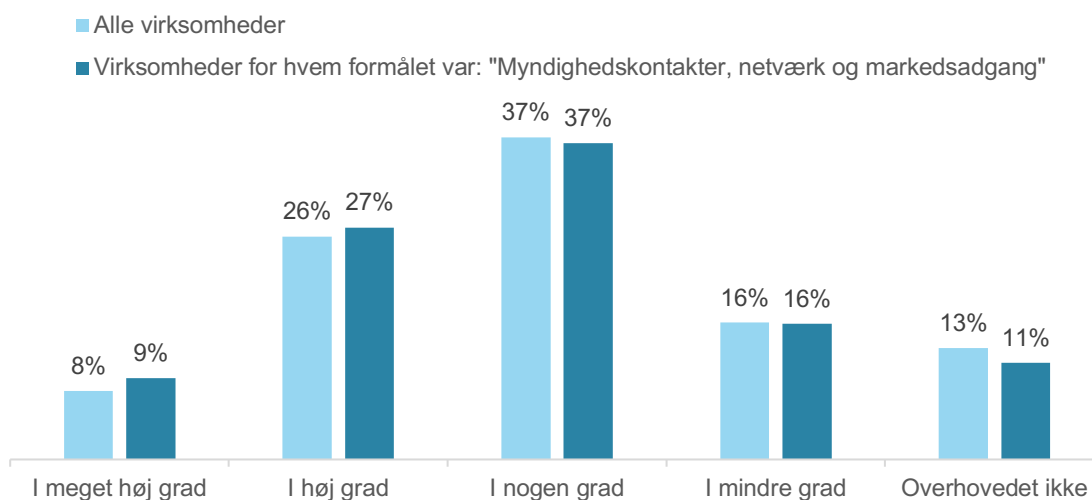
Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, "Alle virksomheder": n= 444, "Virksomheder for hvem formålet var myndighedskontakt, netværk og markedsadgang": n=288

Flere virksomheder, som vi har interviewet, fortæller, at The Trade Council kan hjælpe med at åbne døre, som ellers er lukkede. The Trade Council bruger deres officielle tyngde og diplomatiske forbindelser til at få danske virksomheder i direkte kontakt med lokale myndigheder.

Næsten ni ud af ti virksomheder oplever at have opnået en vis indsigt i lokale barrierer for at træde ind på et marked, og godt en tredjedel vurderer, at de i høj eller meget høj grad opnåede indsigt, se figur 5.7.

Figur 5.7

I HVILKEN GRAD HAR SAMARBEJDET MED THE TRADE COUNCIL GIVET INDSIGT I LOKALE BARRIERER FOR AT TRÆDE IND PÅ ET ELLER FLERE EKSPORTMARKEDER?



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, "Alle virksomheder": n= 441, Virksomheder for hvem formålet var myndighedskontakt, netværk og markedsadgang: n=286.

Det er afgørende for virksomhederne, at de kan håndtere lokale barrierer for at gå ind på markedet. Lokale regler kan fx adskille sig betydeligt fra danske forhold. Et eksempel er Sydafrikas "Black Economic Empowerment"-lovgivning, som ligger langt fra normerne i dansk lovgivning og derfor umiddelbart kan være svære at håndtere for virksomheder, der vil ind på markedet. En virksomhed vi har talt med fortæller, at de fik hjælp af The Trade Council med at forstå lovgivningen og generelt at navigere på det sydafrikanske marked. Det var afgørende for deres beslutning om at etablere sig i landet.

6 Umiddelbare effekter

I dette kapitel præsenteres de umiddelbare effekter for virksomhederne. Det er de forholdsvis kortsigtede effekter, der skaber grundlag for de senere økonomiske effekter, fx i form af ny og øget eller fastholdt eksport.

Vi har inddelt de umiddelbare effekter i forretningsudvikling og effektivisering samt Government Public Affairs.

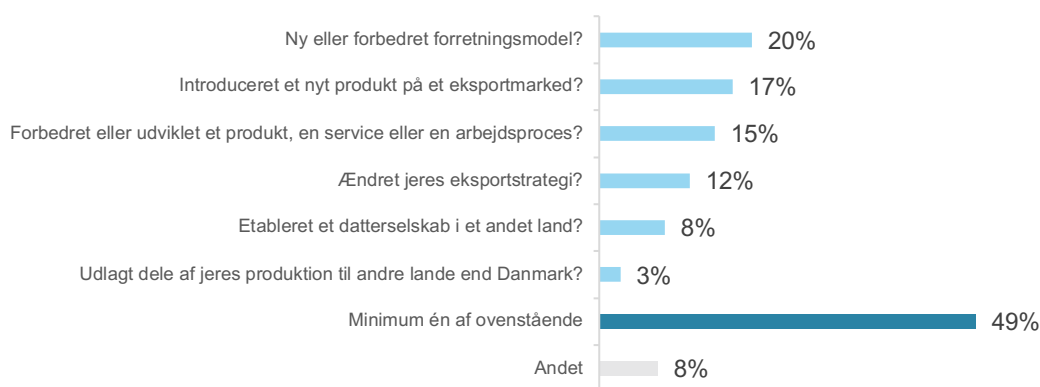
6.1 Forretningsudvikling og effektivisering

Virksomhedernes samarbejde med The Trade Council kan medvirke til, at de gennemfører forandringer af forskellig karakter. Det kan fx være justeringer af deres forretningsmodel og eksportstrategi eller etablering af et datterselskab i udlandet. Det kan også være justeringer af de produkter, som de danske virksomheder udbyder. I nogle tilfælde erfarer virksomhederne, at udenlandske kunder har særlige behov og ønsker, som ikke opfyldes med de eksisterende produkter. Det betyder, at virksomhederne skal udvikle nye eller justere de eksisterende produkter for at trænge igennem på markedet.

Hver femte virksomhed angiver, at de har lavet en ny eller forbedret forretningsmodel som følge af samarbejdet med The Trade Council. Næsten lige så mange rapporterer, at de har introduceret et nyt produkt på et eksportmarked og forbedret eller udviklet et produkt, en service eller en markedsproces, se figur 6.1.

Figur 6.1

HAR I SOM FØLGE AF JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL OPNÅET FØLGENDE: (VÆLG GERNE FLERE SVAR)



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 436, Andelen viser hvor mange der har angivet ja til at have opnået de forskellige elementer.

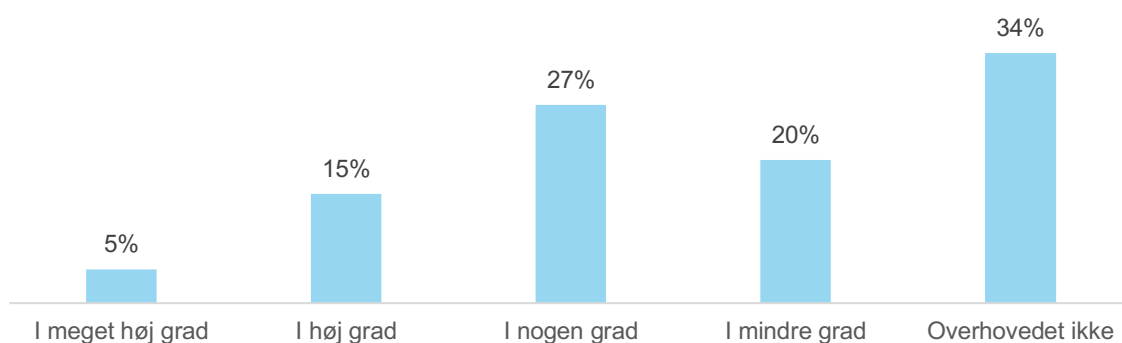
6.2 Umiddelbare Government Public Affairs-effekter

The Trade Council tilbyder med deres Government Public Affairs-ydelser hjælp til at varetage virksomhedernes interesse i forhold til myndigheder og politiske processer. Det er blandt andet relevant på de områder, hvor offentlige myndigheder har en væsentlig indflydelse, enten fordi markedet er reguleret, eller fordi den offentlige myndighed er en potentiel kunde. Fx på markedet for infrastruktur og sundhed, hvor offentlige myndigheder ofte spiller en betydelig rolle. The Trade Council kan hjælpe med at øge de lokale myndigheders kendskab til danske virksomheders produkter og løsninger. Det kan også dreje sig om håndtering af handelstvister eller generel opbygning af relationer til relevante offentlige myndigheder.

Blandt de virksomheder, der ønskede at få indflydelse på lokal eller national regulering, angiver omtrent hver anden virksomhed, at det lykkedes i nogen eller højere grad efter samarbejdet med The Trade Council. Hver femte virksomhed angiver, at det lykkedes i høj eller meget høj grad, se figur 6.2.

Figur 6.2

I HVILKEN GRAD HAR I OPNÅET INDFLYDELSE PÅ LOKAL ELLER NATIONAL REGULERING PÅ MARKEDER EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL?



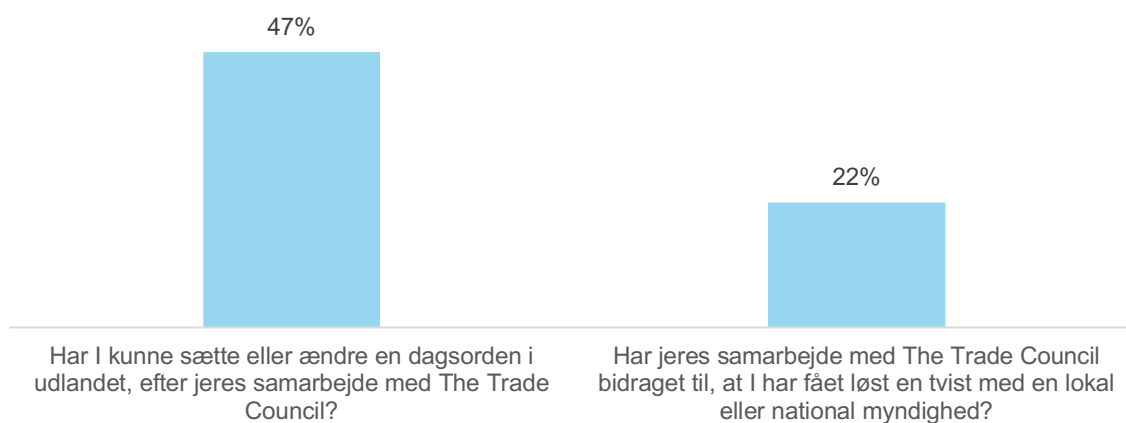
Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n= 288. Kun virksomheder, for hvem formålet var myndighedskontakt, netværk og markedsadgang er blevet spurgt om dette spørgsmål

Det skal ses i lyset af, at det ikke er alle virksomhederne, som har haft til formål at påvirke reguleringen. Dertil kommer, at det kan være en svær proces at påvirke reguleringen, især hvis der er modstridende interesser, som myndighederne skal tage hensyn til.

Knap halvdelen af virksomhederne vurderer, at de har formået at sætte eller ændre en dagsorden i udlandet efter samarbejdet med The Trade Council. Lidt over hver femte svarer, at The Trade Council har bidraget til at løse en tvist med en lokal eller national myndighed, se figur 6.3.

Figur 6.3

TO SPØRGSMÅL VEDR. EFFEKTERNE AF GLOBAL PUBLIC AFFAIRS-YDELSENE: ANDEL AF VIRKSOMHEDERNE, DER SVARER "JA"



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics: Spørgsmålet: "Har I kunne sætte eller ændre en dagsorden i udlandet, efter jeres samarbejde med The Trade Council?", n= 281, På spørgsmålet: "Har jeres samarbejde med The Trade Council bidraget til, at I har fået løst en tvist med en lokal eller national myndighed?" n=279. Kun virksomheder, for hvem formålet var myndighedskontakt, netværk og markedsadgang er blevet spurgt om dette spørgsmål

Det skal understreges, at resultaterne i figur 6.3 vedrører alle virksomheder, som havde til formål at opnå myndighedskontakt, netværk og markedsadgang. En del af disse havde ikke nødvendigvis til formål at sætte eller ændre en dagsorden – eller løse en tvist.

7 Virksomhedernes oplevede økonomiske effekter

Et centralt formål med The Trade Council's ydelser og tilskudsordninger er at hjælpe virksomhederne til at opnå økonomiske effekter, typisk i form af eksport og/eller reducerede produktionsomkostninger.

Vi har bedt virksomhederne om at angive, i hvilket omfang samarbejdet med The Trade Council har ført til ny og øget eksport samt fastholdt eksport. Ny eksport kan fx være resultatet af, at virksomhederne med The Trade Council's hjælp får eksportaftaler i et nyt land. The Trade Council kan derudover hjælpe virksomhederne med at fastholde eksport, som af forskellige årsager er i fare for at gå tabt.

Vi har bedt virksomhederne angive eksport, der allerede er realiseret, og eksport de forventer realiseret inden for de næste tre år som følge af samarbejdet med The Trade Council.

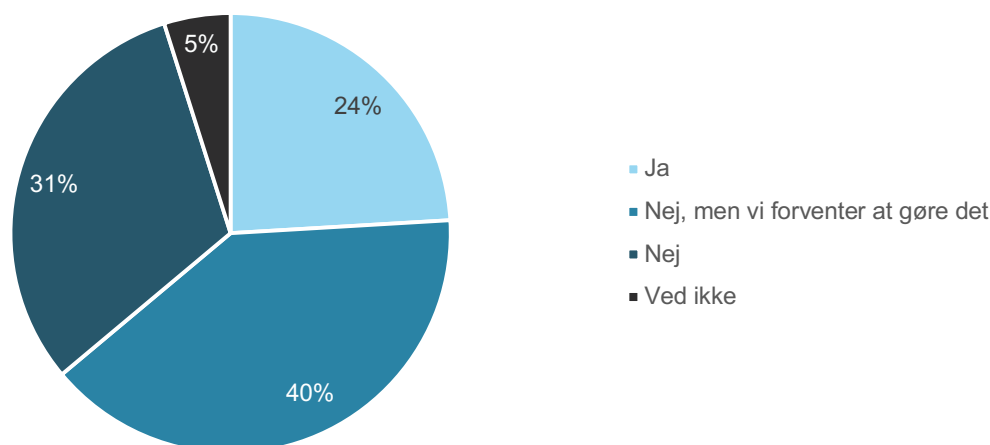
Kun fire virksomheder har angivet reducerede produktionsomkostninger, hvorfor disse effekter er taget ud af af rapporteringen.

7.1 Ny og øget eksport

Knap to-tredjedel af respondenterne, som havde til hensigt at opnå ny eller øget eksport, angiver, at virksomhederne har øget eksporten eller forventer at øge den efter samarbejdet. Ca. 24 pct. har allerede realiseret den øgede eksport, mens 40 pct. forventer at gøre det, jf. figur 7.1.

Figur 7.1

HAR I EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL ØGET JERES EKSPORT?



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n=266. Kun respondenter som har angivet "opnå ny eller øget eksport" jf. figur 4.1, er medtaget

En del af virksomhederne (31 pct.) har ikke oplevet øget eksport, selvom de havde forventet det. Det betyder dog ikke, at samarbejdet ikke har haft værdi for virksomhederne. En del virksomheder erfarer i løbet af samarbejdet, at det pågældende marked ikke har et tilstrækkeligt potentiale, eller at der er behov for yderligere forberedelser, før de succesfuldt kan gå ind på markedet. Sidstnævnte var tilfældet for virksomheden NAG1, som vi har interviewet i forbindelse med undersøgelsen. NAG1 producerer støjabsorberende autoværn og ønskede at afsøge mulighederne for at sælge autoværnene i Asien. I samarbejde med The Trade Council afholdte NAG1 møder med relevante myndigheder i Singapore. Det viste sig imidlertid, at de lokale myndigheder krævede flere produkttests, før de ville afprøve NAG1's løsninger. Selvom samarbejdet med The Trade Council ikke førte til eksportaftaler i første omgang, fik NAG1 øget forståelse for, hvad det kræver at sælge deres produkter på disse markeder.

Samlet har The Trade Council bidraget til en oplevet stigning i eksport på ca. 21 mia. kr. hos virksomheder, som har samarbejdet med The Trade Council i 2017. Lidt over tre mia. kr. er realiseret, mens de resterende ca. 18 mia. kr. forventes opnået inden for de næste tre år.

Tabel 7.1

ØGET EKSPORT

Mio. kr.	Allerede realiseret	Forventet inden for de næste tre år	Samlet øget eksport
Øget eksport angivet i survey (Antal virksomheder der har svaret på spørgsmålet=415)	695	4.088	4.783
Gennemsnitlig øget eksport pr. virksomhed (Pr. virksomhed der har svaret på spørgsmålet)	2	10	12
Effekt fra outliers* (6 outliers i alt)	650	3.350	4.000
Ny eksport i alt (mio. kr.) (Gennemsnitlig fastholdt eksport, gange samlet antal virksomheder, plus summen af outliers)	3.153	18.075	21.229

Note: *6 virksomheder har indrapporteret effekter, der er væsentligt større end de øvrige virksomheders effekter. Disse statistiske outliers er ikke medregnet i den gennemsnitlige øgede eksport, da de hæver gennemsnittet og den samlede effekt markant. Outliers eksporteffekt bliver i stedet tilføjet til sidst.

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n=421, outliers >250 mio. DKK. Alle beregninger tager udgangspunkt i: HAR I EFTER JERES SAMARBEJDE MED THE TRADE COUNCIL ØGET JERES EKSPORT?, Samlet antal virksomheder = 1495 + outliers

Ud af de i alt 1.501 virksomheder, som har modtaget spørgeskemaet, har 421 besvaret spørgeskemaet og angivet eksporteffekter (dvs. enten 0 eller positive effekter).

De indrapporterede effekter er opregnet til fuld population – med andre ord beregner vi en eksporteffekt for de virksomheder, som ikke har besvaret spørgeskemaet. Den samlede effekt på 21,2 mia. kr. er altså et estimat for alle 1.501 virksomheder.

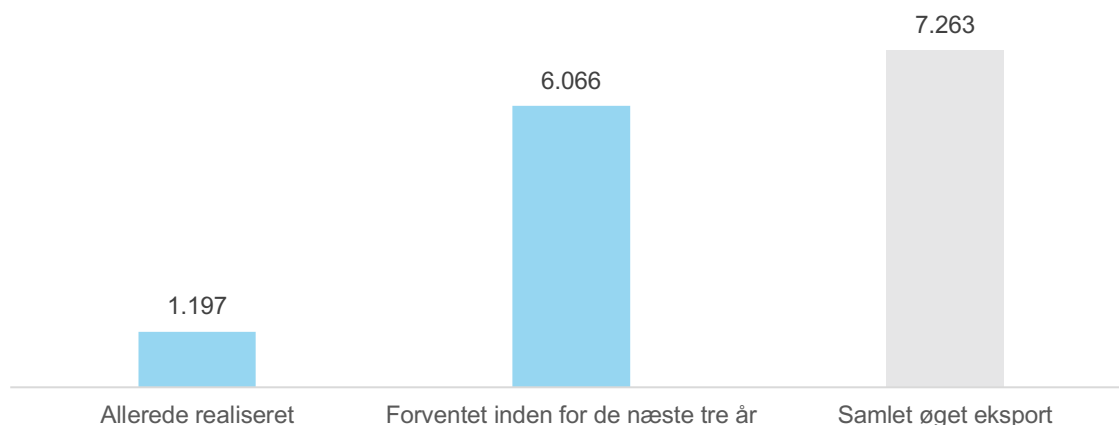
I denne beregning antager vi, at den gennemsnitlige effekt pr. virksomhed er ens for de virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet, og dem der ikke har. Denne opregning er behæftet med en vis usikkerhed, jf. metodebeskrivelsen i afsnit 3.

Seks virksomheder har indrapporteret særligt høje eksporteffekter på hver især over 250 mio. kr. Vi vurderer, at det er særtilfælde, som ikke er repræsentative for den gennemsnitlige virksomhed, som The Trade Council samarbejder med. De udgår derfor af gennemsnitsberegningen og lægges til separat i den samlede effektvurdering. Det har den konsekvens, at den samlede beregnede effekt er mindre, end den ellers ville være.

I figur 7.2 har vi isoleret den rapporterede økonomiske effektskabelse for de virksomheder, som angiver, at de har samarbejdet med The Trade Council i forbindelse med formål relateret til Global Public Affairs. Det er ikke muligt at opregne eksporteffekten for den fulde population, da vi ikke har informationer om formålet med samarbejdet for de virksomheder, som ikke har besvaret spørgeskemaet. Vi kan derfor kun beregne eksporteffekten for de virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet. Virksomheder, som har angivet Government Public Affairs som et primært formål, har realiseret ny eksport for 1,2 mia. kr. og har en forventning om, at der skabes for yderligere 6 mia. kr. inden for de næste tre år, se figur 7.2.

Figur 7.2

ØGET EKSPORT (MIO. KR.), ISOLERET FOR VIRKSOMHEDER MED ET GPA-FORMÅL*

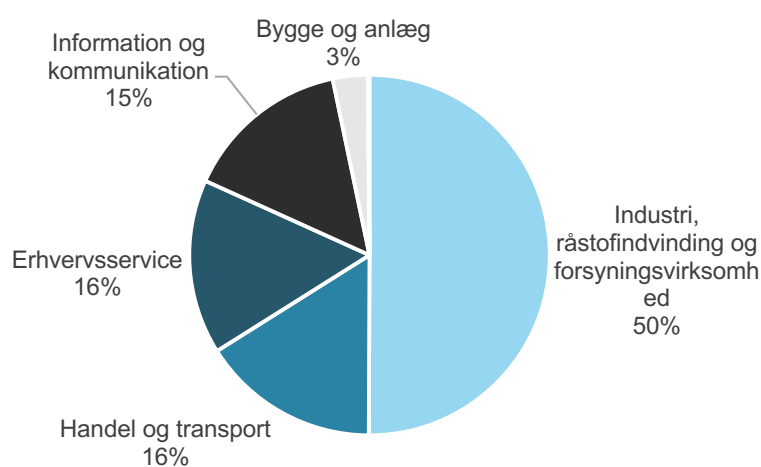


Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics. Kun virksomheder som har angivet "myndighedskontakter, større netværk og markedsadgang er et primært formål" (jf. figur 4.2). (n=306). OBS på at disse effekter ikke er opregnet til populationen *GPA er forkortelse for Government Public Affairs.

Industrivirksomheder³ står for en relativt stor del af eksporteffekterne. Omtrent en tredjedel af de virksomheder, der har samarbejdet med The Trade Council i 2017, er industrivirksomheder – men de står for halvdelen af den øgede eksport, se figur 7.3. Servicevirksomheder inden for handel, transport, erhvervsservice, information og kommunikation står for størstedelen af den resterende eksport.

Figur 7.3

ØGET EKSPORT FORDELT PÅ BRANCHER



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics. n=421. For omtrent en fjerdedel af virksomhederne har vi ikke oplysninger om branchetilhørsforhold. Disse virksomheder er derfor ikke medtaget i beregningen.

7.2 Fastholdt eksport

En del virksomheder samarbejder med The Trade Council for at fastholde eksport, som af forskellige årsager er i risiko for at gå tabt. Ofte er det relativt store virksomheder, som samarbejder med The Trade Council for at fastholde eksport. Det kan være eksport, som er truet af handelstvister eller uhensigtsmæssig regulering. Her kan The Trade Council hjælpe ved at tage kontakt til og indgå i dialog med relevante myndigheder sammen med de danske virksomheder. Det er The Trade Council's Government Public Affairs-ydelse.

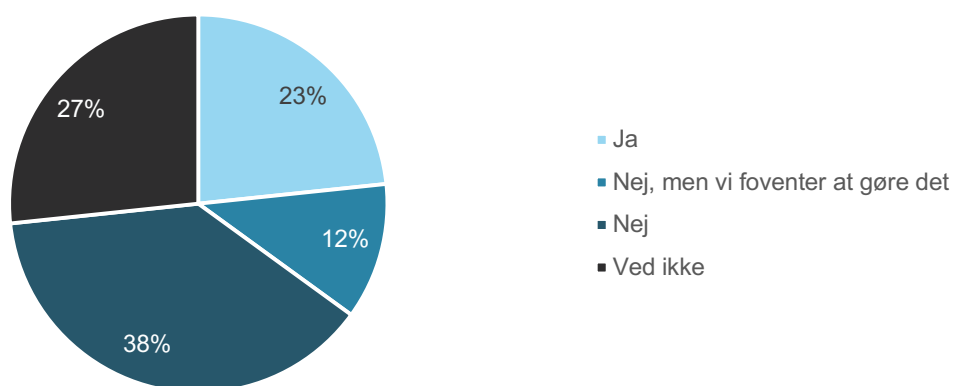
³ Virksomheder inden for industry, råstofindvinding og forsyningsvirksomhed.

Fastholdt eksport er i denne rapport sidestillet med ny og øget eksport og indgår derfor også i beregningen af de økonomiske effekter.

Blandt de virksomheder, som havde til formål at fastholde eksisterende eksport, angiver 35 pct., at de har fastholdt eller forventer at fastholde eksport, som ellers havde været tabt. 38 pct. angiver omvendt, at de ikke har fastholdt eksport, selvom det var formålet, se figur 7.4.

Figur 7.4

HAR I FASTHOLDT EKSPORT, SOM POTENTIelt HAVDE VÆRET TABT UDEN SAMARBEJDET MED THE TRADE COUNCIL?



Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics: n=60, Kun respondenter som har angivet "fastholde eksisterende eksport" jf. figur 4.1, er medtaget

Samlet set er den fastholdte eksport knap halvt så stor som den nye og øgede eksport. Vi estimerer, at The Trade Council har bidraget til at fastholde eksport for i alt 9,5 mia. kr., som ellers ville være faldet bort, se tabel 7.2.⁴

⁴ Det inkluderer effekten for virksomheder, som ikke havde til formål at fastholde eksport.

Tabel 7.2**FASTHOLDT EKSPORT**

Mio. kr.	Allerede realiseret	Forventet inden for de næste tre år	Samlet fastholdt eksport
Fastholdt eksport angivet i survey (Antal virksomheder der har svaret på spørgsmålet=408)	339	710	1.049
Gennemsnitlig fastholdt eksport (Pr. virksomhed der har svaret på spørgsmålet)	1	2	3
Effekt fra outliers* (4 outliers i alt)	610	5.125	5.735
Fastholdt eksport i alt, mio. kr. (Gennemsnitlig øget eksport, gange samlet antal virksomheder, plus summen af outliers)	1.854	7.729	9.583

Note: *4 virksomheder har indrapporteret effekter, der er væsentligt større end de øvrige virksomheders effekter. Disse statistiske outliers er ikke medregnet i den gennemsnitlige øgede eksport, da de hæver gennemsnittet og den samlede effekt markant. Outliers eksporteffekt bliver i stedet tilføjet til sidst.

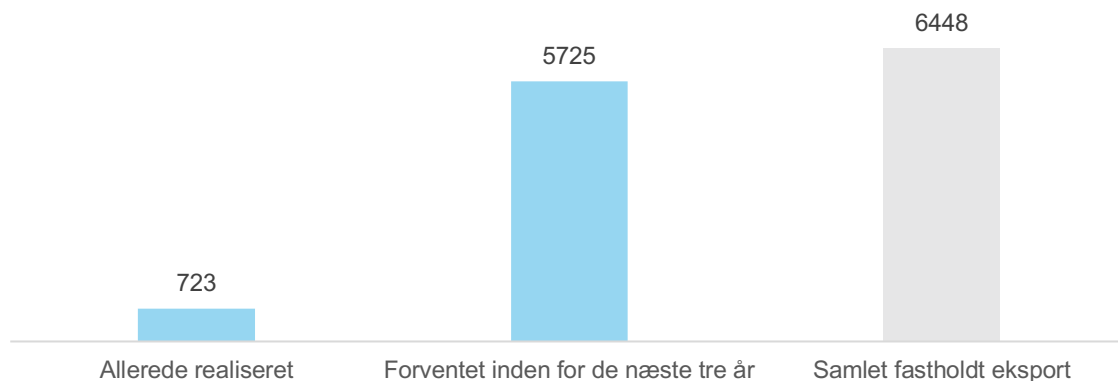
Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n=412, outliers >250 mio. DKK. Alle beregninger tager udgangspunkt i:

"Har I fastholdt eksport som potentielt havde været tabt uden samarbejdet med the Trade Council?" Samlet antal virksomheder, 1497 + outliers

Størstedelen af den fastholdte eksport er endnu ikke realiseret, men virksomhederne forventer, at det sker inden for de næste tre år.

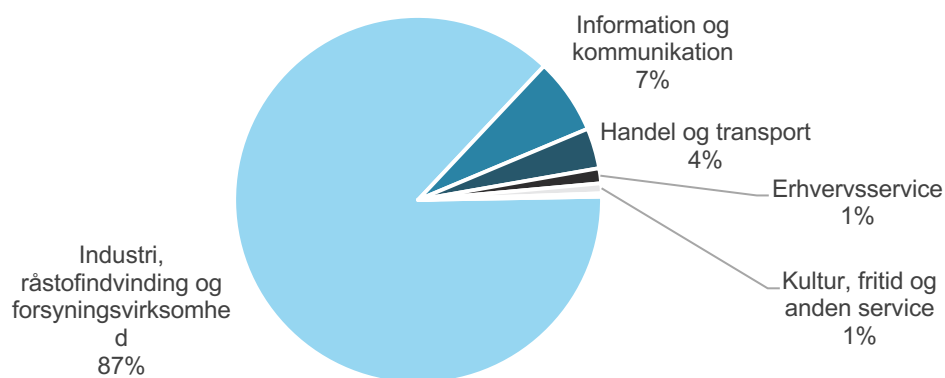
Fire virksomheder forventer at fastholde eksportaftaler, der er væsentligt større end de øvrige virksomheders forventninger. Det aflæses i linjen "Effekt fra outliers". Det afspejler, at The Trade Council samarbejder med nogle af Danmarks største virksomheder. Indsatser for disse store virksomheder udgør en betydelig del af de samlede økonomiske effekter af The Trade Council's arbejde. Da de beror på effekter for relativt få virksomheder, kan effekten fra outliers svinge betydeligt fra år til år som følge af virksomhedernes størrelse og samarbejdets natur.

Virksomheder, som angiver, at de har samarbejdet med The Trade Council i forbindelse med formål relateret til Global Public Affairs, forventer at fastholde eksport for godt 6,4 mia. kr. Heraf er 0,7 mia. kr. allerede realiseret, mens de resterende 5,7 mia. kr. forventes realiseret inden for de næste tre år, se figur 7.5. Det er ikke muligt at opregne eksporteffekten for den fulde population, da vi ikke har informationer om formålet med samarbejdet for de virksomheder, som ikke har besvaret spørgeskemaet. Vi kan derfor kun beregne eksporteffekten for de virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet.

Figur 7.5**FASTHOLDT EKSPORT (MIO. KR.), ISOLERET FOR VIRKSOMHEDER MED ET GPA-FORMÅL***

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics. Kun virksomheder som har angivet "myndighedskontakter, større netværk og markedsadgang er et primært formål" (jf. figur 4.2). (n=306). OBS på at disse effekter ikke er opregnet til populationen *GPA er forkortelse for Government Public Affairs.

Særligt industrivirksomheder har formået at fastholde eksportaftaler som følge af samarbejdet med The Trade Council. Omtrent hver tredje virksomhed, der samarbejder med The Trade Council, er i industrien – men de står for ca. 87 pct. af den fastholdte eksport, se figur 7.6.

Figur 7.6**SAMLET FASTHOLDT EKSPORT FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER**

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics. n=421.

Samlet set har virksomheder med et formål relateret til Global Public Affairs (GPA) har oplevet eksporteffekter for i alt 13,7 mia. kr., se tabel 7.3.

Tabel 7.3

SAMLEDE EKSPORTEFFEKT ISOLERET FOR VIRKSOMHEDER MED FORMÅL RELATERET TIL GPA

	GPA (n=306) <i>(Ikke opregnet til populationen)</i>
Samlet ny og øget eksport	7.236 mio. kr
Samlet fastholdt eksport	6.448 mio. kr
Total	13.684 mio kr.

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics.

7.3 The Trade Council's betydning for de økonomiske effekter

De økonomiske effekter, der er angivet ovenfor, er baseret på virksomhedernes indrapporteringer. For nogle virksomheder har samarbejdet med The Trade Council haft en begrænset betydning for effektens størrelse – og for andre en væsentligt større eller udslagsgivende betydning. Interview med en række deltagere viser, at nogle virksomheder slet ikke ville have forsøgt at gå ind på de nye markeder uden støtten fra The Trade Council – eller de ville have gjort det på et senere tidspunkt.

De effekter, som virksomhederne oplever, realiseres i et komplekst samspil mellem samarbejdet med The Trade Council og en række andre aktiviteter og forhold. Det kan være virksomhedens øvrige indsatser, generelle strømninger i markedet eller noget helt tredje.

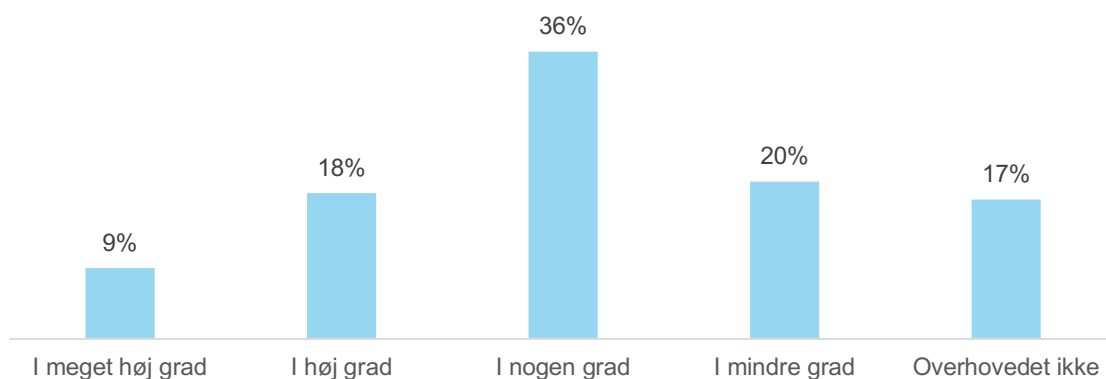
Det er ikke muligt at isolere den rene effekt af The Trade Council's aktiviteter med det tilgængelige surveydata. Det bunder grundlæggende i, at det ikke er muligt for virksomhederne at angive, hvor store eksporteffekter de ville opleve i den kontrafaktiske situation, hvor de ikke havde samarbejdet med The Trade Council. Det må formodes, at virksomhederne havde gennemført andre aktiviteter, hvis de ikke havde samarbejdet med The Trade Council. Dette ville muligvis også have ført til eksport – men i hvilket omfang er ikke muligt at vurdere i denne analyse. Det kræver andre data og analytiske metoder.

Vi har i stedet bedt virksomhederne om at vurdere i overordnede kategorier, i hvilket omfang resultaterne kan tilskrives samarbejdet med The Trade Council. Det kan give en indsigt i betydningen af samarbejdet med The Trade Council set fra virksomhedernes perspektiv.

Omtrent 27 pct. af virksomhederne vurderer, at resultaterne i høj eller meget høj grad kan tilskrives samarbejdet med The Trade Council, se figur 7.7.

Figur 7.7

I HVILKET OMFANG VURDERER DU, AT DE OPNÅEDE RESULTATER SKYLDES SAMARBEJDET MED THE TRADE COUNCIL?

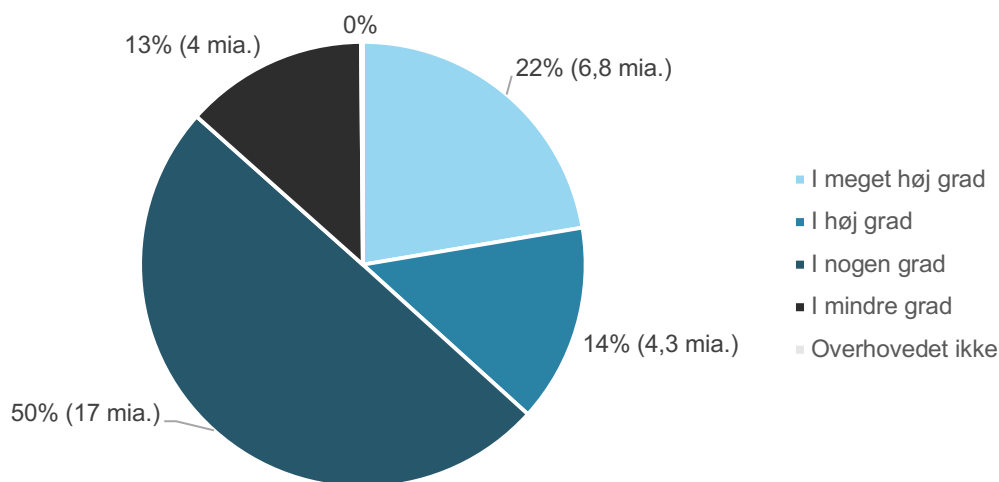


Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics: n=407.

Omvendt vurderer 17 pct. af virksomhederne, at de opnåede resultater overhovedet ikke skyldes samarbejdet med The Trade Council. Størstedelen af disse har oplevet begrænsede økonomiske effekter. Flere har angivet en økonomisk effekt på nul kr.

Omvendt er de økonomiske effekter forholdsvis store for de virksomheder, der vurderer, at effekterne i meget høj grad skyldes samarbejdet med The Trade Council. Disse virksomheder står samlet set for 22 pct. af de økonomiske effekter.

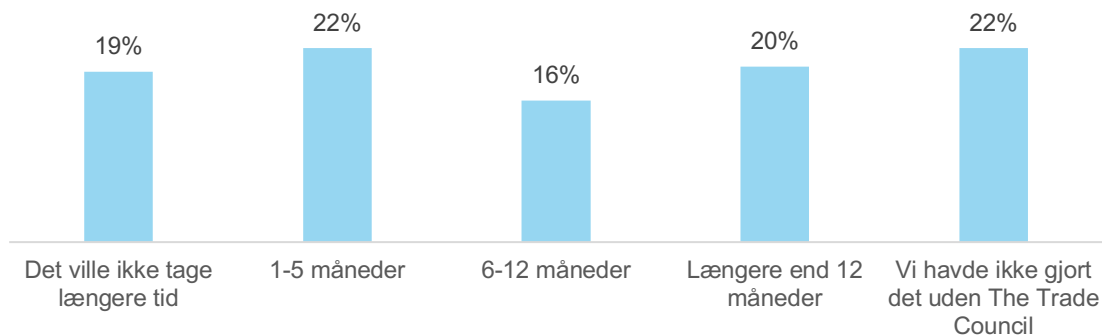
Af de oplevede økonomiske effekter stammer 36 pct. fra virksomheder, der vurderer, at effekterne i høj eller meget høj grad kan tilskrives samarbejdet med The Trade Council, se figur 7.8. Det er samlet set ca. 11,1 mia. kr.

Figur 7.8**SAMLEDE ØKONOMISKE EFFEKTER, OPDELT PÅ HVOR HØJ GRAD AF BETYDNING THE TRADE COUNCIL TILSKRIVES AF EFFEKTEN (KR.)**

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics, n=407

Samarbejdet med The Trade Council kan dels gavne virksomhederne ved, at de oplever større økonomiske effekter – og dels ved at de økonomiske effekter optræder hurtigere, end de ellers ville. Fx fordi The Trade Council kan hjælpe virksomhederne med hurtigere at afdække potentialet og komme i kontakt med de rette personer og myndigheder. Begrænsninger på ressourcer og personale i virksomhederne kan betyde, at et tilsvarende projekt tager længere tid eller i sidste ende ikke bliver gennemført.

Blandt de virksomheder, der har oplevet en effekt, vurderer 22 pct., at de ikke ville have gennemført projektet uden samarbejdet med The Trade Council. Disse virksomheder ville derfor med stor sandsynlighed ikke opnå de samme effekter uden samarbejdet med The Trade Council. Yderligere 20 pct. af virksomhederne vurderer, at det ville tage længere end 12 måneder at opnå de samme resultater, se figur 7.9.

Figur 7.9**HVOR MEGET LÆNGERE VILLE DET TAGE JER AT OPNÅ DE ANGIVNE RESULTATER, HVIS VIRKSOMHEDEN IKKE HAVDE GJORT BRUG AF THE TRADE COUNCIL?**

Kilde: Survey udsendt af DAMVAD Analytics: n=334, kun virksomheder der har angivet at TC har en effekt i ovenstående i figur 7,1, er blevet spurgt om dette

Omvendt vurderer ca. 41 pct., at de ville opnå tilsvarende resultater inden for et halvt år, hvis de ikke havde samarbejdet med The Trade Council.

Resultatet vidner samlet set om, at de fleste virksomheder oplever, at de hurtigere opnår resultater som følge af samarbejdet med The Trade Council.

DAMVAD Analytics

Havnegade 39
DK-1058 Copenhagen K
Info@damvad.com
damvad.com

DAMVAD Analytics

Engelbrektskatan 5
114 32 Stockholm