

# **En jämförande analys mellan internationaliseringsprogrammet BSR Go-Abroad och motsvarande program eller företag**

En komparativ analys

Matilda Lindbäck

Examensarbete för Tradenom (YH)-examen

Utbildning för företagsekonomi

Vasa 2024

## EXAMENSARBETE

Författare: Matilda Lindbäck

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Vasa

Inriktning: Internationell handel

Handledare: Henrik Virtanen

Titel: En jämförande analys mellan internationaliseringsprogrammet BSR Go-Abroad och motsvarande program eller företag

---

Datum: 5.12.2024 Sidantal: 46

---

### Abstrakt

Examensarbetet behandlar internationalisering av små och medelstora företag (SMF) med fokus på en jämförande analys av projektet BSR Go-Abroad och liknande program. Internationalisering är en avgörande strategi för företags tillväxt och konkurrenskraft, men det medför också betydande utmaningar, särskilt för SMF som ofta saknar resurser och expertis.

Syftet med arbetet var att undersöka vilka faktorer som gör BSR Go-Abroad unikt samt att analysera dess styrkor och svagheter jämfört med andra internationaliseringsprogram. Genom en komparativ analys identifierades skillnader i struktur, målgrupp, innehåll och geografiskt fokus mellan programmen.

Arbetet genomfördes genom en kvalitativ sekundäranalys där data insamlades från offentligt tillgängliga källor som projektens hemsidor och relaterade rapporter. Information organiserades och analyserades systematiskt med hjälp av ett ramverk som kategoriserade programmens egenskaper.

Resultatet visar att BSR Go-Abroad skiljer sig genom sitt starka fokus på nätverkande och resiliensbyggande i Östersjöregionen. Programmet erbjuder företagsanpassade lösningar genom coachning och tillgång till internationella nätverk. Dock kan begränsad tillgång till vissa resurser och en avgränsad geografisk målgrupp utgöra potentiella svagheter jämfört med mer generella program.

---

Språk: svenska

Nyckelord: internationalisering, inträdesstrategi, små och medelstora företag, komparativ analys

# OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Matilda Lindbäck

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Vaasa

Suuntautumisvaihtoehto: Kansainvälinen kauppa

Ohjaaja: Henrik Virtanen

Nimike: BSR Go-Abroad kansainvälistymisohjelman ja vastaavien ohjelmien tai yritysten vertailuanalyysi

---

Päivämäärä: 5.12.2024 Sivumäärä: 46

---

## Tiivistelmä

Tutkielma käsittelee pienten ja keskisuurten yritysten (PK-yritysten) kansainvälistymistä keskittyen vertailevaan analyysiin BSR Go-Abroad-projektista ja vastaavista ohjelmista. Kansainvälistyminen on ratkaiseva strategia yritysten kasvulle ja kilpailukyvyille, mutta se tuo mukanaan merkittäviä haasteita, erityisesti PK-yrityksille, joilta usein puuttuu resursseja ja asiantuntemusta.

Tutkielman tarkoituksena oli selvittää, mitkä tekijät tekevät BSR Go-Abroad -ohjelmasta ainutlaatuisen sekä analysoida sen vahvuuksia ja heikkouksia verrattuna muihin kansainvälistymisohjelmiin. Vertailuanalyysin avulla tunnistettiin ohjelmien välisiä eroja rakenteessa, kohderyhmissä, sisällössä ja maantieteellisessä painopisteessä.

Tutkielma toteutettiin kvalitatiivisena sekundäärianalyysinä, jossa tiedot kerättiin julkisista lähteistä, kuten projektien verkkosivuilta ja niihin liittyvistä raporteista. Tiedot järjestettiin ja analysoitiin systemaattisesti käyttäen viitekehystä, joka kategorisoi ohjelmien ominaisuuksia.

Tulokset osoittavat, että BSR Go-Abroad erottuu vahvalla verkostoitumisen ja resilienssin rakentamisen painotuksellaan Itämeren alueella. Ohjelma tarjoaa yrityksille räätälöityjä ratkaisuja valmennuksen ja kansainvälisten verkostojen kautta. Kuitenkin rajoitettu pääsy tiettyihin resursseihin ja maantieteellisesti rajattu kohderyhmä voivat olla mahdollisia heikkouksia verrattuna yleisempiin ohjelmiin.

---

Kieli: suomi

Avainsanat: kansainvälistyminen, markkinoillepääsystrategia, pienet ja keskisuuret yritykset, vertailuanalyysi

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Matilda Lindbäck

Degree Programme: Business Administration, Vasa

Specialization: International Business

Supervisor(s): Henrik Virtanen

Title: A Comparative Analysis of the Internationalization Program BSR Go-Abroad and Similar Programs or Companies

---

Date: 5.12.2024 Number of pages: 46

---

### **Abstract**

The thesis addresses the internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs), focusing on a comparative analysis of the BSR Go-Abroad project and similar programs. Internationalization is a crucial strategy for business growth and competitiveness, but it also involves significant challenges, particularly for SMEs that often lack resources and expertise.

The purpose of the study was to investigate the factors that make BSR Go-Abroad unique and to analyze its strengths and weaknesses compared to other internationalization programs. Through a comparative analysis, differences in structure, target groups, content, and geographical focus between the programs were identified.

The study was conducted through a qualitative secondary analysis, where information was collected from publicly available sources such as project websites and related reports. The information was systematically organized and analyzed using a framework that categorized the characteristics of the programs.

The results show that BSR Go-Abroad stands out with its strong focus on networking and resilience building in the Baltic Sea region. The program offers tailored solutions for businesses through coaching and access to international networks. However, limited access to certain resources and a geographically constrained target group could pose potential weaknesses compared to more general programs.

---

Language: English

Key words: internationalization, entry strategy, small- and medium-sized enterprises, comparative analysis

# Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Uppdragsgivare .....	1
1.2	Problemformulering.....	2
1.3	Syfte och avgränsningar.....	3
1.4	Metod.....	3
2	Teoriöversikt.....	4
2.1	Små och medelstora företag.....	5
2.2	Internationalisering.....	7
2.2.1	Internationaliseringsprocessen och strategier .....	8
2.2.2	Internationalisering för små och medelstora företag.....	11
3	Presentation av projekt och företag.....	15
3.1	Projektet BSR Go-Abroad.....	15
3.2	Business Finland .....	16
3.3	Finnvera.....	18
3.4	Finsk-svenska handelskammaren.....	18
3.5	Business Turku .....	19
3.6	Northbound Scaleups.....	20
3.7	Viexpo.....	21
3.8	NordicHub .....	22
3.9	Vasek.....	23
4	Ramverk för analysen.....	24
5	Komparativ analys.....	26
5.1	Branscher som stöds .....	26
5.2	Typen av företag som stöds.....	27
5.2.1	Stöd för nystartade eller etablerade företag .....	28
5.3	Programinnehåll .....	29
5.3.1	Faser i internationaliseringsprocessen som stöds.....	30
5.4	Geografiska marknader som riktas till.....	31
5.5	Finansiellt stöd eller andra resurser .....	32
5.6	Begränsningar.....	33
5.6.1	Kontinuerlig eller tillfällig verksamhet?.....	34
6	Resultat .....	35
6.1	Svar på forskningsfrågorna .....	35
6.2	Diskussion .....	38
6.3	Metoddiskussion.....	40
6.4	Förslag till fortsatt forskning .....	41

6.5	Arbetets tillförlitlighet.....	42
7	Källförteckning.....	44

## Figurförteckning

Figur 1. Företagsstatistik i företagsekonomi - Procentandel för varje företagsstorleksklass i EU år 2021. (Publications Office of the European Union, 2024, s. 13).....	6
Figur 2. Generaliserad internationaliseringsprocess .....	8
Figur 3. För- och nackdelar med olika inträdesstrategier (Griffin & Pustay, 2020, ss. 358-374).....	10
Figur 4. Sammanfattning av utmaningar och möjligheter för internationalisering av SMF.....	14
Figur 5. BSR Go-Abroads tidslinje (Charge, u.å.) .....	16
Figur 6. Finsk-svenska handelskammarens tjänster för etablering på marknaden (FINSVE, u.å.a).....	19
Figur 7 Karta över Business Turku verksamhetsområde (Business Turku, u.å.b). ....	20
Figur 8. NordicHubs tjänster för kluster (NordicHub, u.å.a). .....	23
Figur 9. Ramverk för den komparativa analysen .....	25
Figur 10. Sammanfattning av projekts och företags programinnehåll eller tjänster ...	39

# 1 Inledning

I vår globaliserade värld utgör internationalisering en central strategi för företag och deras tillväxt. Att internationalisera ett företag ger möjligheten att expandera till nya marknader, skapa nya kontakter samt öka konkurrenskraften. Internationalisering kan diversifiera deras ekonomiska grund och bidrar till ökad stabilitet samt motståndskraft mot regionala ekonomiska skillnader. Samtidigt möjliggör internationalisering att företag kan dra nytta av olika länders komparativa fördelar, såsom billigare arbetskraft eller tillgång till råvaror, vilket kan leda till kostnadsbesparingar och förbättrad lönsamhet.

Dessutom ger internationalisering företag en chans att lära sig från olika marknader och kulturer, vilket kan inspirera innovation och förbättring av produkter och tjänster. Genom att förstå och anpassa sig till olika konsumentbehov och preferenser kan företag utveckla mer mångsidiga erbjudanden. Att etablera en global närvaro kan även förstärka företagets varumärke, eftersom en internationell profil ofta uppfattas som ett tecken på både styrka och pålitlighet.

Samtidigt som internationalisering erbjuder många fördelar, medför det också utmaningar som företag måste övervinna. Olika länders regler och lagstiftning, kulturella skillnader och logistiska hinder kan kräva noggrann planering och anpassning. Framgångsrik internationalisering kräver därför strategiskt tänkande, resurser och ofta partnerskap med lokala aktörer. När dessa utmaningar hanteras effektivt, kan fördelarna med att bli en global aktör vara avsevärda och bidra till företagets långsiktiga framgång och hållbarhet.

## 1.1 Uppdragsgivare

Detta examensarbete görs som ett uppdrag för Yrkeshögskolan Novia som aktör i projektet BSR Go-Abroad. Yrkeshögskolan Novia är en av åtta aktörer i projektet varav de andra är Erhvervshus Sjælland och Business Lolland-Falster från Danmark, Drivhuset Göteborg från Sverige, Gdansk Entrepreneurship Foundation från Polen, Teknikzentrum Lübeck från Tyskland, Startup Incubator Technopol från Estland och slutligen Charge AS från Norge (Interreg Baltic Sea Region, 2023). För Novias del finns det flera personer som är involverade i projektet men projektledaren för projektet och Novia som aktör är Kenneth

Nordell. Detta betyder att Kenneth är den som kommer vara uppdragsgivaren för detta examensarbete.

BSR Go-Abroad är ett projekt för små och medelstora företag i Östersjöregionen och dess syfte är att hjälpa dessa företag i sin internationaliseringsprocess, bli mer konkurrenskraftiga samt att skapa gränsöverskridande samarbeten och nätverk. Projektets start var i november 2023 och kommer vara i gång till oktober 2026. Målet är alltså att underlätta företags steg ut till internationella marknader genom att erbjuda stöd och resurser och stärka regionala samarbeten (Interreg Baltic Sea Region, 2023).

## 1.2 Problemformulering

Internationalisering har blivit en viktig strategi för mikro, små och medelstora företag som vill expandera och stärka sin konkurrenskraft. Projekt som BSR Go-Abroad erbjuder stöd för dessa företag genom att främja internationella nätverk och skapa möjligheter för marknadsinträde utanför hemmaregionen. Trots att sådana initiativ har stora förväntningar finns det behov av att förstå hur effektiva dessa program verkligen är, därför kan det vara värdefullt att jämföra BSR Go-Abroad med andra liknande program för att identifiera vilka faktorer som särskiljer det, samt att analysera dess styrkor och svagheter i relation till andra program inom samma geografiska område.

Detta examensarbete ämnar därför undersöka hur BSR Go-Abroad står sig i förhållande till andra internationaliseringsprogram i Finland. Genom en sådan komparativ analys kan slutsatser dras kring hur olika program kan förbättras och vilka insatser som är mest effektiva för att stödja småföretags internationalisering.

- Vilka unika styrkor och svagheter kan identifieras hos BSR Go-Abroad jämfört med andra internationella stödprogram?
- Vilka är de huvudsakliga skillnaderna mellan BSR Go-Abroad och andra liknande internationaliseringsprogram för mikro, små och medelstora företag i Finland?

### 1.3 Syfte och avgränsningar

Syftet med detta examensarbete är att genom en komparativ analys undersöka hur BSR Go-Abroad projektet skiljer sig från andra liknande program, tjänster eller företag. Studien syftar till att identifiera vilka faktorer som gör BSR Go-Abroad unikt, vilka styrkor och svagheter det har i förhållande till andra internationella stödprogram.

Faktorer som kommer jämföras är, förutom strukturen av programmen, vilken typ av företag de riktar sig åt, både branschmässigt och storleksmässigt samt ett flertal andra faktorer. Studien kommer till största delen bara se på liknande stödprogram inom Finland, mer specifikt de delar där Yrkeshögskolan Novia är mest aktiv, vilket är Vasa och Åbo men något enstaka program i Sverige kommer även vara en del av analysen.

### 1.4 Metod

En inledande litteraturstudie har genomförts för att skapa en teoretisk ram kring internationalisering av mikro- och småföretag, samt att identifiera relevanta stödprogram, projekt och företag med liknande verksamhet som BSR Go-Abroad.

I den komparativa analysen används kvalitativa metoder så som en skrivbordsundersökning eller även kallad sekundäranalys, för jämförandet av de valda programmen. Analysen görs på basen av befintlig information och utifrån den framhävs styrkor, svagheter och unika aspekter hos BSR Go-Abroad i jämförelse med de andra programmen.

En sekundäranalys kan enligt Alan Bryman och Emma Bell (2017) användas som både kvalitativ och kvantitativ forskningsmetod beroende på typen av data som analyseras. I en kvantitativ analys använder forskaren sig av befintliga numeriska data som till exempel statistik eller ekonomiska rapporter (Bryman & Bell, 2017, s. 307). När det gäller en kvalitativ analys, vilket detta arbete innehåller, är principen samma som för den kvantitativa var forskaren analyserar befintliga data som till exempel dokument, rapporter eller andra icke-numeriska källor. Genom detta skapar forskaren sig en djupare förståelse för en situation och får nya insikter i ett fenomen (Bryman & Bell, 2017, ss. 558-559).

En fördel med denna typ av forskningsmetod är att oavsett om den är kvantitativ eller kvalitativ sparar forskaren tid och resurser eftersom data redan samlats in. Nackdelen med forskningsmetoden är dock att det inte finns något sätt att kontrollera hur data samlats in eller vad exakt en rapport baserats på. Detta kan skapa problem med både reliabilitet och validitet men det är något forskaren får ta i beaktande i arbetet (Bryman & Bell, 2017, ss. 312-316).

I detta arbete genomförs dock inte en strikt sekundäranalys. Som tidigare nämnts bygger en sekundäranalys på befintlig information, exempelvis dokument eller kvalitativa data. Här väljer jag själv ut vilken tillgänglig information som inkluderas i analysen, vilket innebär att jag styr vilka delar som betonas. Trots denna urvalsprocess genomförs jämförelseanalysen så objektivt som möjligt för att säkerställa både reliabilitet och validitet.

## 2 Teoriöversikt

Teoridelen i mitt examensarbete utgör en central del där jag belyser de grundläggande koncept för att förstå den kontext som mitt arbete behandlar. Fokus ligger på att definiera mikro, små och medelstora företag samt begreppet internationalisering och den process som företag genomgår när de expanderar till internationella marknader. Dessa definitioner och teorier utgör basen för en djupare komparativ analys mellan huvudprojektet, BSR Go-Abroad och andra liknande projekt, program och företag.

För att ge en tydligare teoretisk grund definierar jag först vad som avses med små och medelstora företag både enligt nationella och internationella standarder. Dessa definitioner är viktiga eftersom de kan vara avgörande för vilka företag som är berättigade till stöd eller andra resurser inom internationalisering. Internationaliseringens teoretiska ramverk har en central roll i arbetet där de olika stegen i en internationaliseringsprocess presenteras samt vilka utmaningar och möjligheter små och medelstora företag har när det gäller internationalisering. Denna teoretiska bas är avgörande för att analysera och förstå huvudprojektet BSR Go-Abroad samt jämföra det med liknande företag eller projekt.

## 2.1 Små och medelstora företag

Definitionen av mikro, små och medelstora företag är avgörande eftersom det är just dessa företag som utgör kärnan i BSR Go-Abroads målgrupp för att tillhandahålla stöd och resurser. Genom att rikta in sig på små och medelstora företag säkerställer projektet att insatserna når de företag som ofta har större behov av vägledning och stöd för att kunna växa och konkurrera internationellt. Detta fokus är särskilt viktigt eftersom mikro, små och medelstora företag utgör en betydande del av ekonomin, men de saknar ofta de resurser och den expertis som större företag har tillgång till. Genom BSR Go-Abroads verksamhet kommer dessa företag att få tillgång till specifikt utformade resurser och verktyg som kan hjälpa dem att expandera och nå nya marknader, vilket stärker deras konkurrenskraft och långsiktiga hållbarhet.

Med små och medelstora företag eller som det även kan förkortas SMF, syftas alltså både små företag, medelstora företag samt mikroföretag. En liknande förkortning finns inom engelskan, SME vilket betyder "small and medium sized enterprises". Dessa tre typer av företag definieras baserat på personalantalet i företaget samt dess ekonomiska storlek, vilket enligt EUR-Lex kan vara balansomslutningen som är en deklaration över företagets skulder och tillgångar eller årsomsättningen vilket innebär det belopp som tas under en viss tid (EUR-Lex, 2016). När företag vill se hur de definieras skall de alltså kriterierna nämnt tidigare men det är viktigt att komma ihåg att företaget ska uppfylla personalantalet och endast en av de ekonomiska faktorerna, inte båda. Med hjälp av definitionerna går det att bestämma ifall ett företag är berättigat till stödprogram, så som BSR Go-Abroad, eller andra typer av ekonomiskt stöd på både nationell och EU-nivå.

Mikroföretag, som namnet också säger är den minsta företagstypen av de tre. Detta innebär att för att definieras som ett mikroföretag ska det vara färre än tio anställda och årsomsättningen eller balansomslutning ska vara under 2 miljoner euro. Små företag som är nästa i storleksordningen har personalstyrkan mellan tio och under 50 anställda, alltså 10–49 anställda. Deras årsomsättning eller balansomslutning kan i detta fall inte vara mer än 10 miljoner euro. Medelstora företag som är det största av dessa tre kan ha en personalstyrka från minimum 50 anställda upp till under 250 anställda, alltså deras personalstyrka kan variera mellan 50–249 anställda. När det gäller årsomsättningen och balansomslutning hade två tidigare företagstyperna haft samma gräns för båda, detta är

dock inte fallet när det gäller medelstora företag. För dem är gränser lite olika gällande de två kriterierna. Medelstora företags årsomsättning får inte överskrida 50 miljoner euro eller dess balansomsättning inte får vara mer än 43 miljoner euro. (EUR-Lex, 2016).

År 2022 fanns det över 24 miljoner små och medelstora företag inom Europeiska unionen vilket i sin tur utgör närmare, om inte mer än 99 % av antalet företag inom EU. Även fast små och medelstora företag utgör största delen av företagen inom EU bidrar de enbart till 64 % av sysselsättningen eller arbetskraften inom EU. När det gäller mervärdet bidrar små och medelstora företag till hälften av det totala mervärdet inom EU:s ekonomi. (Di Bella, o.a., 2023, s. 13).



**Figur 1. Företagsstatistik i företagsekonomin - Procentandel för varje företagsstorleksklass i EU år 2021. (Publications Office of the European Union, 2024, s. 13)**

Figuren ovan visar en mer tydlig uppdelning mellan de olika företagsstorlekarna från året tidigare, 2021. Siffrorna i bilden är avrundade för visnings syfte men visar en simpel

överblick för korrelationen mellan mikro, små, medelstora och stora företag och antalet verksamheter, antalet anställda samt mervärdet för ekonomin i EU.

Mervärdet eller det som i figuren ses som "value added" är ett mått som visar det ekonomiska värde som en verksamhet skapar under en viss period. Det beräknas genom att ta företagets nettoomsättning och lägga till olika inkomster, justera för lagerförändringar och sedan dra av kostnaderna för inköp av varor och tjänster. Detta mått används för att förstå företagets faktiska bidrag till ekonomin, efter att hänsyn tagits till vissa kostnader och justeringar. (Eurostat Statistics Explained, 2023).

I Finland ser dessa siffror ganska lika ut som i hela EU. Enligt Statistikcentralen utgör företag med under tio anställda, alltså mikroföretag, ungefär 97 % av alla företag i landet. Små företag med mellan 10 och 50 anställda utgör 3 % av alla företag medan medelstora företag har den minsta procenten med under 1 %. (Statistikcentralen, 2023).

## 2.2 Internationalisering

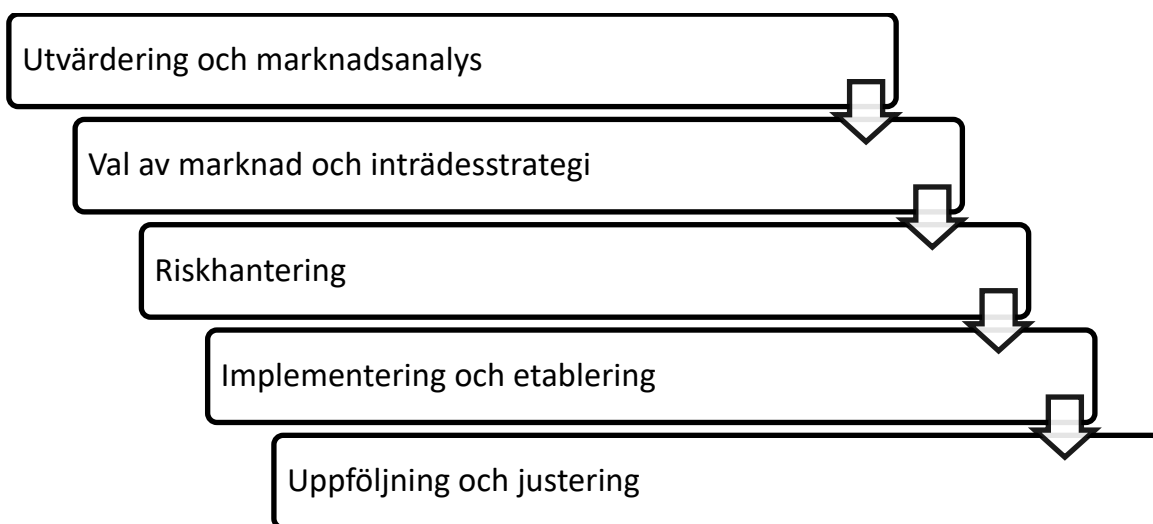
Internationalisering innebär att företag, organisationer eller andra verksamheter anpassar sin verksamhet för att verka på en internationell marknad. Det kan handla om att expandera till nya geografiska områden, anpassa produkter eller tjänster till lokala förhållanden eller förbättra internationell kommunikation och logistik.

Det finns ett flertal olika tillvägagångssätt när det gäller internationalisering. Några exempel är export, var företag säljer produkter eller tjänster till utländska marknader utan att ha en fysisk närvaro där, licensiering eller franchising är var företaget låter andra använda sina produkter eller tjänster internationellt samt direktinvesteringar var företaget etablerar produktionsenheter, kontor eller andra fysiska närvaropunkter i andra länder. (Griffin & Pustay, 2020, ss. 36-37).

Internationalisering kan leda till ökad konkurrenskraft, bredare kundbas och möjligheter till tillväxt men innebär också risker och utmaningar som kulturella skillnader, regelverk och tullar.

### 2.2.1 Internationaliseringsprocessen och strategier

Internationaliseringsprocessen kräver noga planering och analysering. Olika faktorer kan påverka denna process, till exempel storleken på företaget, dess resurser och kunskap, konkurrens, befintliga nätverk och företagets nuvarande position. Det är speciellt viktigt för små och medelstora företag att tänka noggrant genom dessa faktorer före de startar processen eftersom mindre företag kan uppleva större utmaningar och risker med denna process. En generell internationaliseringsprocess kan delas in ett antal olika steg.



**Figur 2. Generaliserad internationaliseringsprocess**

Det första steget i en internationaliseringsprocess är någon typ av analys eller utvärdering av den potentiella marknaden företaget vill ta sig in på. En marknadsanalys, insamlingen av data kring ekonomiska, sociala och politiska förhållanden, är nödvändig i detta skede. Frågor som företagen kan ställa i detta skede är; Hur stor är marknaden idag? Vilka är de viktigaste drivkrafterna för framgång på marknaden och matchar dessa faktorer vår förmåga? (Griffin & Pustay, 2020, ss. 350-351). På samma sätt som en marknadsanalys är viktig, är det också nödvändigt att utföra en analys av konkurrensen på den potentiella marknaden. Företag behöver ta i beaktande både lokala konkurrenter samt globala konkurrenter och ställa frågorna; hur många är de, hur stora är de, vad är deras styrkor och svagheter både som enskilda konkurrenter och som marknad. (Griffin & Pustay, 2020, s. 352).

När analysen är klar måste företaget välja vilka marknader det vill gå in i och besluta om den mest lämpliga inträdesstrategin. Som nämnts i inledningen för internationalisering så finns det flera olika sätt ett företag kan ta sig in på en ny, internationell marknad. Det finns export, kan vara direkt och indirekt, licensiering och franchising, direktinvesteringar som joint venture samt andra speciella strategier så som kontraktstillverkning och beroende på företagets kapacitet och mål kan de välja den lämpligaste strategin.

Direkt export innebär att företaget säljer sina produkter direkt till ett annat land medan indirekt export innefattar att företaget säljer sina produkter till en agent eller distributör som sedan säljer dem vidare till den nya, utländska marknaden. Licensiering eller franchising handlar om att företaget säljer sina produkter, logon eller tjänster till ett företag i ett annat land. Det finns flera olika typer av direktinvesteringar till utlandet men ett exempel är joint venture, vilket innebär ett affärssamarbete där två eller fler företag går samman för att bilda en gemensamt ägd enhet för att genomföra ett specifikt projekt eller affärsområde var de också delar på resurser, risker och vinster. Kontraktstillverkning eller "contract manufacturing" innebär att ett företag anlitar en extern tillverkare för att producera varor enligt specifikationer, vilket möjliggör outsourcing av produktion utan att behöva investera i egna fabriker eller tillverkningsresurser. (Griffin & Pustay, 2020, ss. 358-374).

Enligt Johanson och Vahlnes modell är nätverkande också en central inträdesstrategi för internationella marknader (Johanson & Vahlne, 2009). Nätverkande fokuserar på att övervinna en marknads kulturella och institutionella skillnader och betonar samtidigt vikten att knyta kontakter med starka företag på den internationella marknaden (Johanson & Vahlne, 2009). Figuren visar några för- och nackdelar med de ovannämnda inträdesstrategierna ur små och medelstora företagssynvinkel.

<i>Inträdesstrategi</i>	<i>Fördel</i>	<i>Nackdel</i>
<i>Export</i>	Tillåter gradvis inträde, undviker restriktionerna av en investering i utlandet	Komplex logistik, tullar och andra hinder vid distribution över landsgränser
<i>Licensiering</i>	Låg risk finansiellt, undviker tullar och andra liknande hinder	Begränsningar kring marknaden och vinsterna, konflikter med licenstagaren
<i>Franchising</i>	Liknande som licensiering men företaget behåller mer kontroll	Begränsningar kring marknaden och vinsterna, konflikter med franchisekontraktet
<i>Direktinvestering</i>	Hög potential för vinst, undviker tullar och andra liknande hinder, behåller kontroll över företaget	Risk för restriktioner på utländska investeringar, politiska risker
<i>Kontraktstillverkning</i>	Låg risk finansiellt, företaget kan fokusera på andra delar av värdekedjan	Mindre kontroll gällande tillverkning, möjligheten till ny erfarenhet minskar
<i>Nätverkande</i>	Tillgång till kunskap och resurser, lägre risk, bygger långsiktiga relationer	Beroende av partners, konkurrens inom nätverk, begränsad kontroll

**Figur 3. För- och nackdelar med olika inträdesstrategier (Griffin & Pustay, 2020, ss. 358-374)**

Med tanke på detta behöver företaget förutse, förstå och hantera de risker som är förknippade med att expandera internationellt. Detta kan vara till exempel politiska risker med oroligheter eller instabila politiska förhållanden i det potentiella landet dit företaget vill expandera sin verksamhet. Det är även viktigt för företag att ta reda på vilka restriktioner det finns kring internationell handel, så som restriktioner för utländska företag, tullar, skatter samt andra regleringar. Förändringen i valuta är också något företag bör tänka på ifall internationaliseringen sker till ett land med annan valuta. (Griffin & Pustay, 2020, ss. 84-100).

Nästa steg i internationaliseringsprocessen är att implementera och etablera. Denna fas kan innehålla bland annat uppbyggandet av nätverk, produktanpassning och anpassning av marknadsföring. Att bygga relationer med lokala aktörer är avgörande för internationalisering så ifall företaget inte använder nätverkande som inträdesstrategi kan det i denna fas vara viktigt att bygga upp potentiella nätverk och samarbeten. Nätverk kan alltså underlätta företagets tillgång till nya kunder, leverantörer och distributionskanaler (Johanson & Vahlne, 2009). Genom att etablera relationer med lokala distributörer kan företaget effektivt nå ut på den nya marknaden. Partnerskap med lokala företag eller investerare kan dessutom ge snabbare tillgång till marknadsinsikter och viktiga resurser. Företaget kan även behöva anpassa sina produkter och marknadsföringsstrategier för att möta lokala behov. Detta kan inkludera förändringar i produktspecifikationer, förpackningar och varumärkesbudskap för att passa den lokala kulturen och konsumentpreferenser.

I detta skede av internationaliseringsprocessen är företaget etablerat på den internationella marknaden och nästa steg är att kontinuerligt anpassa strategierna, övervaka eller följa upp med partners, distributörer och andra involverade personer. En regelbunden utvärdering kan också vara viktig för att alltid vara medvetna om trender, utveckling och andra faktorer som kan påverka någon del av företagets internationella verksamhet.

### 2.2.2 Internationalisering för små och medelstora företag

Som nämnts tidigare i kapitel 2.1 Små och medelstora företag så står dessa företag för 99 % av alla företag inom EU och de utgör även 64 % av arbetsmarknaden eller sysselsättningen. Av detta är alltså även en stor del internationell handel, vilket är en avgörande drivkraft för EU:s ekonomi. Enligt European Court of Auditors rapport finns det mer än 90 miljoner jobb som är beroende av export (European Court of Auditors, 2022, s. 4). Trots att internationaliseringen eller den internationella handeln har en så stor roll i EU:s ekonomi bidrar små och medelstora företag till endast 30 % av den totala exporten till länder utanför EU (European Court of Auditors, 2022, s. 4).

Fördelarna med internationalisering kan vara betydande för företag av alla storlekar men mikro, små och medelstora företag kommer att möta utmaningar som stora företag inte behöver hantera.

En av de största utmaningarna små och medelstora företag kan stöta på när det gäller internationalisering indikeras i Interreg Europas rapport (Interreg Europe, 2021). Rapporten lyfter fram olika stöd och rekommendationer för internationalisering av små och medelstora företag. Flera av dessa stöd visar att det fortfarande finns en del större utmaningar, eller så kallade småskalighetens nackdelar, för denna typ av företag. Vilket kortfattat innebär de nackdelar som kommer med att vara ett mindre företag. Dessa nackdelar handlar bland annat om färre resurser för marknadsundersökningar, lägre varumärkeskänedom jämfört med större konkurrenter samt begränsad handlingskraft med till exempel leverantörer. Något som rapporten även antyder med olika stödprogram är att små och medelstora företag har sämre tillgång till finansiering till att starta eller genomföra en internationaliseringsprocess (Interreg Europe, 2021). Mindre företag kan alltså ha sämre tillgång till internationella investeringsmöjligheter jämfört med större företag, vilket i sin tur kan sätta en begränsning på det mindre företags möjlighet till etablering.

UN Trade and Development går mer specifikt in på utmaningarna kring direktinvesteringar i utlandet för små- och medelstora företag i en publikation kring internationalisering för små- och medelstora företag (Santos-Paulino, Trentini, & Bakhtiarizadeh, 2023). Enligt rapporten har det konstaterats att export är det som små och medelstora företag mest fokuserar på när det gäller internationalisering, eftersom det ger företaget chansen att lättare utvidga sin konsumentbas samt möjligtvis ha möjligheten att öka försäljningen. Med tanke på de utmaningar små och medelstora företag redan har, kan en direktinvestering eller liknande finansiell risk vara en allt för stor utmaning för ett litet företag. (Santos-Paulino, Trentini, & Bakhtiarizadeh, 2023).

En specifik resurs som kan vara en utmaning för företagen att också få tag i är nyare teknologiska och digitala resurser. Ett mindre företag kan anse det vara svårare att anpassa sig till ny teknik, vilket artikeln publicerad av Piccolo Impresa, lyfter fram (Veglio, Nippa, & Gunkel, 2020). I flera fall kan denna nya teknik vara avgörande för att hantera

verksamheten på en internationell marknad. Speciellt med dagens snabba teknologiska utveckling kan det lätt skapas en stor obalans mellan företag som har tillgång och företag inte har det. På samma sätt som det är en utmaning kan digitaliseringen och ny teknik också vara en möjlighet. Nya digitala verktyg kan ge nya möjligheter för dessa företag att internationalisera sig, till exempel genom e-handelsplattformar vilket erbjuder en internationell räckvidd. (Veglio, Nippa, & Gunkel, 2020).

En utmaning som kan vara densamma, oavsett företagsstorlek är de kulturella hinder som kan uppkomma vid internationell handel. Detta har delvis att göra med vad som redan nämnts kring att mindre företag har för få resurser till att kunna förstå och anpassa sig till nya kulturella men denna utmaning kan vara lika aktuell även för större företag. Både affärskulturen och den allmänna kulturen kan variera stort beroende på världsdel och land, till och med för delar inom samma land. På grund av detta kan det vara en utmaning för alla företag att riktigt förstå sig på lokala regler, konsumentpreferenser samt regler kring tullar, import och export (Chandra, Paul, & Chavan, 2021). Att integrera sin verksamhet i en ny marknad med andra kulturella regler kan också ge möjligheten att skapa ett nätverk eller samarbete med utländska företag. På så vis kan företagen dela resurser, kunskap samt tillgången till nya marknader. Genom samarbeten och nätverk kan risken kring internationalisering minska, speciellt för små och medelstora företag. (Interreg Europe, 2021).

På grund av att små och medelstora företag i flera fall inte är lika väletablerade på diverse marknader och mer flexibla än större väletablerade företag, kan små och medelstora företag ha en större möjlighet att gå in i nischmarknader. Att nischa in sin verksamhet kan ge företagen en chans för mindre konkurrens och högre marginaler. I figuren nedan ses en förenklad överblick över både utmaningar och ett par möjligheter med internationalisering för små och medelstora företag.

<i>Utmaningar</i>	<i>Möjligheter</i>
Begränsade resurser för, till exempel marknadsundersökningar	Ökad internationell räckvidd genom e-handelsplattformar
Lägre varumärkeskännedom	Nätverk och samarbeten för att minska risker
Begränsad tillgång till finansiering → lägre förmåga till direktinvesteringar	Flexibilitet till nischmarknader
Anpassning till snabb digital utveckling	
Kulturella hinder	

**Figur 4. Sammanfattning av utmaningar och möjligheter för internationalisering av SMF**

Dessa utmaningar kan delas in externa och interna utmaningar, vilket betyder är de relaterade till omvärldsförhållanden och marknader eller till företagets egna resurser och förmåga.

Interna hinder så som begränsade resurser för marknadsundersökningar kan försvåra för företaget att fatta hållbara beslut om marknader och strategier både inför och under inträdet på den nya marknaden. Begränsad tillgång till finansiering kan göra det svårt att göra de investeringar som krävs för att expandera internationellt, vilket kan påverka företaget före och under processen att ta sin in på en ny marknad. Anpassning till den snabba digitala utvecklingen är också en intern utmaning. Företag som inte hänger med i den digitala utvecklingen riskerar att förlora konkurrensförmåga på nya marknader, vilket påverkar deras framgång både under och efter marknadsinträdet.

En extern utmaning är lägre varumärkeskännedom som ofta är ett problem vid marknadsinträden, där företaget kan ha svårt att locka kunder på en ny marknad. Kulturella hinder är också vanliga och uppstår både vid marknadstillträde och efter att företaget har etablerat sig. Skillnader i kultur och lokala normer kan skapa svårigheter i kommunikation, förhandlingar och partnerskap.

### 3 Presentation av projekt och företag

Detta kapitel presenterar företagen som analyseras senare i studien. Först presenteras projektet BSR Go-Abroad, som är det projektet de andra kommer jämföras med. I jämförelsen kommer det finnas enstaka liknande projekt samt ett flertal företag som har en internationaliseringsverksamhet som en del av helhet.

En del av företagen nedan är en del av samma nätverk, Team Finland. Team Finland är ett nätverk av diverse offentliga aktörer som erbjuder företag olika tjänster, bland annat internationaliseringstjänster. Företagen som är en del av Team Finlands nätverk och som kommer vara en del av denna studie är Business Finland, Finnvera, Finsk-svenska handelskammaren och Viexpo. (Team Finland, u.å.).

#### 3.1 Projektet BSR Go-Abroad

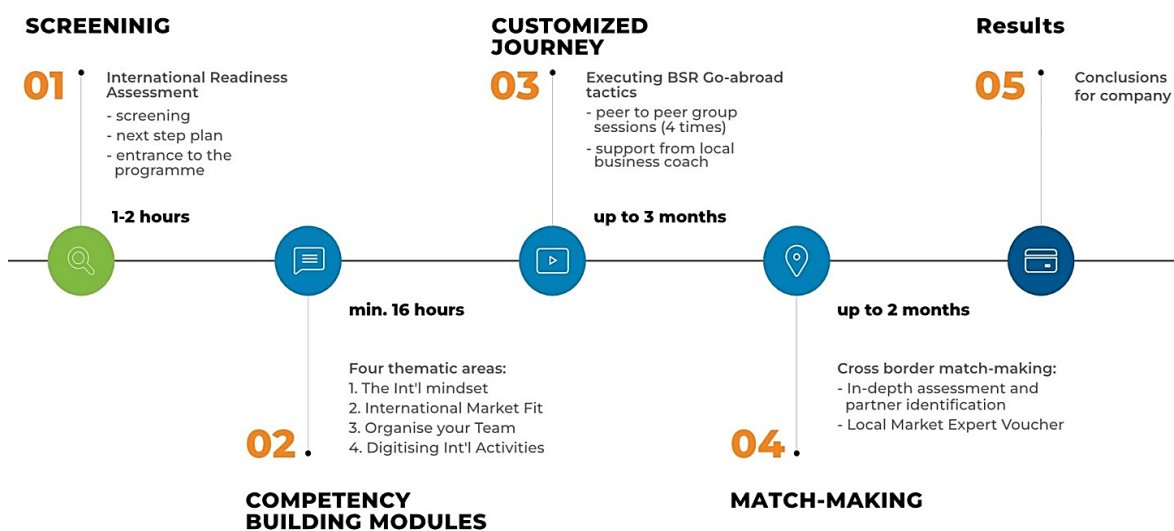
BSR Go-Abroad är ett internationellt samarbetsprojekt och acceleratorprogram mellan åtta olika aktörer runtom i Östersjöregionen. Ledande partnern för projektet är Erhvervshus Sjælland (DNK) och de sju resterande aktörerna är Business Lolland-Falster (DNK), Drivhuset Göteborg (SWE), Gdansk Entrepreneurship Foundation också kallat Inkubator Starter (POL), Technikzentrum Lübeck (DEU), Startup Incubator Technopol (EST), Novia University of Applied Sciences (FIN) och Charge AS (NOR). Projektet är medfinansierat av Interreg Baltic Sea Region och EU. BSR Go-Abroad är ett pågående projekt som startades november 2023 och är planerat att pågå till oktober 2026. (Interreg Baltic Sea Region, 2023).

BSR Go-Abroads huvudmålgrupp är mikro, små och medelstora företag men projektet riktar sig även till andra företag som stöder företag, som utvecklingsbolag av olika typer. Projektet erbjuder tre viktiga delar åt deltagande företag. Dessa är beredskapsbedömning kring olika delar mer hjälp av vägledning av experter samt coaching fokuserat på internationell beredskap. Företagen får även tillgång till marknadsdata och andra insikter samt verktyg och kunskap för att kunna växa internationellt. BSR Go-Abroad erbjuder även så kallad matchmaking, vilket innebär att företagen får ta del av ett internationellt nätverk av likasinnade specialister och företag. (Erhvervshus Sjælland, u.å.). Målet med projektet är alltså att öka motståndskraften, handeln och resiliensen hos mikro, små och medelstora

företag inom Östersjöregionen samt att ge företag kunskap, verktyg och ett nätverk för att utveckla sina internationaliseringsstrategier och värdekedjor genom olika workshoppar.

För att företag ska kunna ta del av BSR Go-Abroads behöver de vara registrerade och vara inom gränserna för mikroföretag eller små och medelstora företag. Gränsen är att deltagande företag ska ha färre än tio anställda för att kunna delta, dock kan även mellanstora företag med mer än 250 anställda också få delta. Företagen behöver även ha ett intresse för att utforska nya affärsmöjligheter inom projektområdet vilket är Östersjöregionen. (Drivhuset Göteborg, u.å.). BSR som finns i projektnamnet är alltså den engelska förkortningen för "Baltic Sea region" vilket betyder Östersjöregionen.

Nedan i figur 5, ses tidslinjen för BSR Go-Abroad projektet. Den visar vad de olika modulerna innehåller och hur lång tid de ungefär kommer ta för deltagande företag.



Figur 5. BSR Go-Abroads tidslinje (Charge, u.å.).

### 3.2 Business Finland

Business Finland är en offentlig finländsk organisation som erbjuder allt från tjänster kring internationalisering till innovationsfinansiering samt arbete för att främja investeringar och turism i Finland. Business Finland är en del av nätverket Team Finland. Organisationen Business Finland har 16 verksamhetsställen runtom i Finland och 40 ute i världen (Business

Finland, u.å.b). Tjänsterna är varierande och det finns något för alla olika företagsstorlekar så som, startup företag, små och medelstora företag samt stora företag.

Små och medelstora företag är, som även nämnt i kapitel 2.1 Små och medelstora företag, företag som har färre än 250 anställda och årsomsättning på högst 50 miljoner euro eller en balansomslutning på högst 43 miljoner euro. Till denna kategori har även Business Finland lagt till midcap-företag, vilket är företag som tekniskt sätt ett stort företag men med en omsättning på högst 300 miljoner euro. För dessa företag har Business Finland tjänster inom finansiering, export och internationalisering, digitala tjänster samt program och nätverk. Finansieringen kan vara att få delta i internationella mässor, utveckling at tjänster eller produkter, samarbeten mellan företag och forskningsorganisationer, utnyttjande av europeiska finansieringsmöjligheter och mycket mer. med hjälp av de digitala tjänsterna kan företagen få nya marknadsmöjligheter, försäljningsleds eller ta del av finländska leverantörer. (Business Finland, u.å.c).

Till startup företagen räknas små och medelstora företag som har bedrivit sin verksamhet i mindre än fem år och tjänsterna är mestadels inriktade till tillväxtföretag som planerar att växa internationellt. Startup företagen har i princip samma tjänster som små och medelstora företagen med några få skillnader för finansieringen och de digitala tjänsterna (Business Finland, u.å.d). De övriga kriterierna för att kunna ta del av tjänsterna för startup företag, små och medelstora samt midcap-företag är samma. Företag behöver ha ett finländskt FO-nummer, tillräckliga finansiella resurser för internationalisering, mångsidigt team och kompetens, en önskan för ökad tillväxt internationellt och en konkurrensfördel på den internationella marknaden.

Stora företag är alltså företag med mer än 250 anställda och en årsomsättning som är mer än 300 miljoner euro eller en balansomslutning som är mer än 43 miljoner. Jämfört med de tidigare företagsstorlekarna har Business Finland lite andra tjänster och kriterier för stora företag. Stora företag behöver vara beredda att förnya och utveckla sitt nätverk, öppna möjligheten till nya marknadsnätverk och värdekedjor för mindre företag, ansvara för en del av risken inom nätverket samt vara en inflytelserik aktör inom projekt i EU. Detta är kriterierna för att ta del av Business Finlands tjänster (Business Finland, u.å.e).

När det gäller internationaliseringen kan Business Finland hjälpa företag med internationell tillväxt, att skaffa kontakter och nätverk, hjälpa affärskulturen, skaffa marknadsinformation samt finansieringen kring internationalisering. Business Finland har experter över hela världen vilket ger företagen ett stort utbud för nya potentiella marknader (Business Finland, u.å.f).

### 3.3 Finnvera

Finnvera är ett statligt finansbolag vars verksamhet handlar om finansiering för etablering, tillväxt och internationalisering, men även för skydd mot exportrisker. Finnveras verksamhetsområde är över 15 olika orter i Finland (Finnvera, u.å.d). Målet för organisationen är att ge finansiering till växande samt internationaliserande företag, så målsättningen är att öka antalet nyetablerade företag, ge finansiering till små och medelstora företag och främja tillväxten, internationaliseringen samt exporten (Finnvera, u.å.c). Finnveras verksamhet är alltså mest inriktad på finansieringen och inte allmän hjälp kring de olika delarna nämnt ovan.

Det finns ett flertal branscher som Finnveras tjänster inte stöder. Dessa branscher är bland annat, spelverksamhet, annan finansiell, investering eller försäkringsverksamhet baserad på kryptovalutor, pornografisk vuxenunderhållning och exportgarantier för nya torvkraftverksprojekt utomland, är några av de branscher som Finnvera inte stöder (Finnvera, u.å.a).

### 3.4 Finsk-svenska handelskammaren

Finsk-svenska handelskammaren, även kallat FINSVE, är en resurs eller organisation för finländska företag som vill etablera sin verksamhet på den svenska marknaden. FINSVE stöder framför allt små och medelstora företag. Organisationen har resurser, kompetenser samt nätverk som ger företag nya möjligheter (FINSVE, u.å.c).

Deras tjänster stöder alltså finländska företags etablering på den svenska marknaden samt ger juridisk rådgivning kring till exempel, redovisning, beskattning och anställningsförhållanden. Med hjälp av FINSVE:s tjänster kring etablering på marknaden kan företag få utvärdering av potentiella koncept och marknadsanalyser. FINSVE erbjuder

även stöd för att hitta samarbetspartners, möjligheten att ta del av virtuella kontor, göra verksamheten mer effektiv samt marknadsföringsprojekt för företag. (FINSVE, u.å.b).



Figur 6. Finsk-svenska handelskammarens tjänster för etablering på marknaden (FINSVE, u.å.a).

### 3.5 Business Turku

Business Turku Oy är ett utvecklingsbolag inom Åboregionen, och bolaget var tidigare känt som Turku Business Region eller Turku Science Park Oy. Namnändringen registrerades i handelsregistret i mitten av februari detta år. Organisationen är icke-vinstdrivande och erbjuder tjänster för att stödja företagstillväxt, utveckling och internationalisering. Vi arbetar nära alla aktörer inom näringslivet på regional, nationell och internationell nivå. (Business Turku, u.å.b).



**Figur 7 Karta över Business Turkus verksamhetsområde (Business Turku, u.å.b).**

Business Turku har flertal tjänster för företag, så som stöd för företag som är nyligen startade eller i det tidiga skedet av sin verksamhet, utveckling av hållbart företagande, ekonomisk vägledning samt stöd i internationaliseringsprocessen. Organisationen har experter med kunskap kring tillväxt och internationalisering. De kan hjälpa företag med att hitta rätt partners eller nätverk både nationellt och internationellt samt att de har tjänster som ger kunskaper inom marknadsinformation och internationella partnerskap. (Business Turku, u.å.a).

### 3.6 Northbound Scaleups

Northbound Scaleups eller NBSCALE, är ett tillväxtprojekt mellan tre partners, Business Turku (FIN), Movexum (SWE) och Technopol Startup Incubator (EST), varav Business Turku är den ledande aktören. Projektet är finansierat av Interreg Central Baltic Programme

(Interreg Central Baltic Programme, u.å.b). Projektet påbörjades 1 mars 2023 och kommer vara pågå till sista februari 2025 (Business Turku, u.å.c).

NBSCALE erbjuder praktiska stödmoduler för att utveckla de viktigaste färdigheterna som krävs för att utveckla ett företag. Deras tjänster inkluderar att skapa en förståelse för ett tankesätt inriktat på tillväxt, förstå relevanta processer, utveckla strategier för att komma in på nya utländska marknader, planera inför kommande investeringar, insamling av data och marknadsanalys samt mycket mer. NBSCALE erbjuder även personligt mentorskap för varje startup. Dessutom kan företagen också få marknadsutforskningar som är anpassade till deras målmarknader, samt möten med potentiella kunder, investerare och andra viktiga aktörer inom det aktuella nätverket (Interreg Central Baltic Programme, u.å.a).

Projektets verksamhet är uppdelad i tre olika moduler. Den första och möjligtvis den största modulen handlar om tillväxt var företagen kan få stöd i tillväxt processen för att utöka ditt företag, juridiska aspekter gällande internationalisering, marknadsanalys för internationella marknader och mycket mer. Den andra modulen ger stöd för att utforska problem och lösningar, verifiera konkurrensfördelar, utveckla en affärsmodell som är redo för testning samt utvecklingen av marknadsstrategier. Den sista modulen handlar helt om tillväxt, vetenskapen kring det, lärdomar från marknadsundersökningsplaner, identifiera och avsluta planer för tillväxt samt en pitch till investerare. (Movexum, u.å.).

Projektet är inriktat till scale-up företag som är mellan fem och sju år gamla och har lanserade produkter eller tjänster. Deltagande företag behöver ha upplevt sin första produkt-market fit på den egna marknaden samt vara redo att växa till nya marknader, ha nyckelpersoner anställda och engagerade grundare. (Movexum, u.å.).

### 3.7 Viexpo

Viexpo är ett icke-vinstdrivande och självständigt företag med en tydlig målsättning att främja internationaliseringen bland små och medelstora företag. Oavsett företagets storlek eller bransch så erbjuder Viexpo omfattande stöd och rådgivning genom hela internationaliseringsprocessen. Detta stöd riktar sig till företag som befinner sig i alla olika stadier av sin internationalisering. Deras huvudsakliga fokus är att göra det enklare och mindre riskfyllt för företag att påbörja eller utöka sin exportverksamhet. Genom att erbjuda

praktiska verktyg och tjänster såsom kostnadsfri exportrådgivning, marknadsanalyser och undersökningar, hjälper Viexpo företag att navigera komplexiteten kring nya marknader. Dessutom erbjuder de även skräddarsydd konsultation som är anpassad till varje företags specifika behov och utmaningar. (Viexpo, u.å.b).

Viexpos mål är att sänka tröskeln för företag att etablera sig internationellt genom att minska riskerna som ofta kommer med både export och internationalisering. Med deras erfarenhet och kunskap bidrar de till att företag får smidigare tillträde till nya marknader, vilket kan öka deras konkurrenskraft och långsiktiga tillväxt. (Viexpo, u.å.b).

### 3.8 NordicHub

NordicHub är en nationell aktör vars huvudmål är att skapa starka nätverk för kluster och företag mellan Finland och övriga nordiska länder. Detta ska stärka nordiska länders position bland den konkurrensen internationellt. NordicHub vill öka små och medelstora företags export till och från Norden ut i resten av världen, vilket är varför de vill skapa starka samarbetsnätverk. (NordicHub, u.å.a).

Företaget har ett flertal olika samarbetspartners, organisationer som är en del av klustren samt ett redan stort nätverk. NordicHub koordineras av Viexpo, ett företag som är specialiserat på tjänster för internationalisering. (Viexpo, u.å.a; NordicHub, u.å.b).

NordicHub har två huvudsakliga funktioner, vilka är att fungera som ett verktyg för utveckling och stöd av finländska kluster. Syftet är att lyfta fram och sammanföra finländska kluster samt att öka informationsutbytet. Detta syftar till att förbättra kunskapen och medvetenheten om kluster och deras verksamhet, inte bara bland klusteraktörer utan även bland beslutsfattare och allmänheten. Dessutom verkar plattformen som en länk mellan finländska och nordiska kluster för att främja samarbetet mellan dessa. Detta sker i samarbete med nordiska partners, med målet att inleda gemensamma projekt och utveckla nya helhetslösningar baserade på ett modernt och proaktivt ekosystemtänk. (NordicHub, u.å.a).



**Figur 8. NordicHubs tjänster för kluster (NordicHub, u.å.a).**

### 3.9 Vasek

Vasaregionens Utveckling Ab eller VASEK är ett utvecklingsbolag vars verksamhetsområde sju kommuner inom Vasaregionen. VASEK ger näringslivsrådgivning inom regionen samt andra företagstjänster. Organisationen genomför även utvecklingsprojekt relaterade till näringsliv och företagsamhet samtidigt som de också marknadsför regionen. (VASEK, u.å.c).

VASEK har företagstjänster för verksamma företag, ägarskiften samt tjänster för att starta ett företag. De har även ett flertal olika guider och material om, till exempel starta-egget guide, färdplan för cirkulär ekonomi, kunskap och metoder för beräkning av koldioxidavtryck med mera. (VASEK, u.å.b).

För verksamma företag har VASEK tjänster kring bland annat företagsstöd, internationalisering, skuldrådgivning, juridisk rådgivning och företags hållbarhet. Deras internationaliseringstjänster innehåller företagsrådgivning, ett nätverk av experter, lokala och utländska företag samt investerare som alla kan erbjuda olika möjligheter. Tjänsten hjälper företag med funderingar kring export samt import, etablering och investeringar i regionen. Rådgivningen erbjuder hjälp med internationella frågor kring marknadsföring, finansiering, teknologi, försäljning och juridik. (VASEK, u.å.a). Tjänsterna erbjuds till alla typer av företag, tillväxt företag, nystartade och verksamma.

## 4 Ramverk för analysen

Ramverket för analysen av projekt och företag som stöder företags internationalisering bygger på flera områden. Först jämförs vilka branscher programmen riktar sig mot och om det finns skillnader i stödet för specifika sektorer. Företagsstorlek är också en viktig aspekt. Analysen kommer se på om programmen är anpassade för mikro, små, medelstora eller stora företag, samt om de är utformade för nystartade eller etablerade företag.

En annan viktig del är att analysera vilken fas av internationaliseringsprocessen programmen fokuserar på, exempelvis marknadsinträde eller utvidgning, och hur detta varierar beroende på var företagen är i sin utveckling. Programmens inriktning på specifika geografiska marknader undersöks också för att identifiera skillnader i stöd beroende på region.

Sedan analyseras innehållet i programmen, till exempel ifall företagen får rådgivning, utbildningar eller chans till nätverkande. Även finansiellt stöd och resurser som mentorer eller marknadsinformation jämförs för att bedöma vilka resurser som erbjuds. Slutligen granskas eventuella begränsningar i programmen, såsom geografiska krav eller tillgänglighet till resurser, för att ge en fullständig bild av stödets omfattning och utformning.

*Ramverk för analys*

<i>Branscher som stöds</i>	Jämförelse av vilka branscher de olika programmen riktar sig mot. Diskutera om det finns skillnader i hur stödet struktureras.
<i>Typen av företags som stöds</i>	Jämförelse av vilka typer av företag som programmen riktar sig mot. Är stödet anpassat för nystartade företag eller etablerade företag?
<i>Programinnehåll</i>	En genomgång och jämförelse av innehållet i programmen/tjänsterna. Vilket typ av stöd ges, till exempel rådgivning, nätverkande, utbildning, gemensamma mässbesök, marknadsundersökningar, finansiellt stöd, konsultering, peer-to-peer.
<i>Faser i internationaliseringsprocessen som stöds</i>	Jämförelse av vilken del av internationaliseringsprocessen programmen fokuserar på.
<i>Geografiska marknader som riktas till</i>	Jämförelse av de geografiska marknader som programmen fokuserar på. Finns det skillnader i stöd beroende på marknadsval?
<i>Finansiellt stöd eller andra resurser</i>	Jämförelse av om och hur programmen erbjuder finansiellt stöd såsom bidrag, lån eller riskkapital. Finns det skillnader i vilka resurser (mentorer, kontakter, marknadsinformation) som erbjuds?
<i>Begränsningar</i>	Är alla program öppna, har de begränsningar, kriterier eller andra krav? Är det kontinuerlig verksamhet eller tillfällig?

**Figur 9. Ramverk för den komparativa analysen**

## 5 Komparativ analys

I detta avsnitt presenteras ett antal olika kategorier som underlag för en mer detaljerad jämförelse mellan BSR Go-Abroad och liknande tjänster eller program. Genom att noggrant analysera dessa kategorier kan jag på ett strukturerat sätt granska hur BSR Go-Abroad står sig gentemot konkurrenter och alternativa lösningar på marknaden. Syftet med dessa kategorier är att skapa en tydlig grund för att besvara arbetets forskningsfrågor. Vidare kommer de att möjliggöra ett överskådligt resultat vilket förväntas bidra till en djupare förståelse för BSR Go-Abroads position och unika egenskaper.

### 5.1 Branscher som stöds

BSR Go-Abroad har enligt aktörernas diverse personliga projektsidor inga specifika branscher de stöder i sitt program vilket ger intrycket att BSR Go-Abroad stöder företag från alla branscher. Det finns dock i projektets projektplan att målet är att försöka stöda de branscher som hade det svårare under och efter Covid-19 lite mer än övriga branscher. Branscherna som BSR Go-Abroad helst vill nå ut till är transport och logistik, tillverkning, byggsektor, grossist- och detaljhandel samt medie- och kultursektorn. Eftersom detta dock inte står tydligt på någon projekt sida går det ändå att anta att projektet stöder företag oberoende bransch.

I jämförelse med de andra företagens tjänster så är det flera av dem som inte alls har något specificerat kring vilka branscher som deras internationaliseringsstöd riktar sig åt. Business Finland, Finsk-svenska handelskammaren, Business Turku, projektet Northbound Scaleups, NordicHub och VASEK är alla företag eller projekt som inte specificerar vilka branscher deras tjänster stöder vilket resulterar i att tjänsterna antagligen stöder alla diverse branscher precis som BSR Go-Abroad.

Finnvera har i stället för att berätta vilka branscher deras tjänster stöder, skrivit ut vilka branscher de inte stöder. De branscher som inte kan ta del av Finnveras tjänster är egentligen lantbruk och skogsbruk, grynderentreprenad och fastighetsinvestering, finansiell-, investerings- och försäkringsverksamhet samt verksamhet baserad på kryptovalutor, spelverksamhet, pornografisk vuxenunderhållning, koleldade kraftverk, kolbrytning och infrastrukturprojekt inom den sektorn, nya torvkraftverksprojekt utomlands och fr.o.m.

1.1.2023 även olje- och gasprojekt. Alla dessa begränsningar är baserade på lagstiftningen för Finnveras verksamhet samt deras egen policy. (Finnvera, u.å.a).

Slutligen har Viexpo, i jämförelse med BSR Go-Abroad, skrivit specifikt att deras internationaliseringstjänster samt andra tjänster är till för företag inom alla branscher (Viexpo, u.å.b).

Eftersom BSR Go-Abroad och de diverse andra företag som inte hade specificerat vilka branscher de stöder på sina hemsidor kan vi inte veta ifall stödets struktur skiljer sig beroende på bransch. Samma gäller dock de två företag, Viexpo och Finnvera, som hade specificerat vilka branscher de stöder eller inte stöder. Det fanns inga direkta skillnader mellan stöden mellan branscherna.

## 5.2 Typen av företag som stöds

BSR Go-Abroad är ett projekt som är specifikt för mikro- och små företag men även medelstora företag kan få ta del av programmet vilket görs väldigt tydligt i alla aktörers projektsidor samt Interreg Baltic Sea Regions projektsida (Interreg Baltic Sea Region, 2023).

En del av de andra företagen stöder också liknande företagstyper som BSR Go-Abroad. Viexpo och NordicHub stöder små och medelstora företag (Viexpo, u.å.b; NordicHub, u.å.a). Business Finland stöder mikro, små och medelstora företag men även stora företag samt så kallade start-up företag som är små- och medelstora företag vars verksamhet har pågått i mindre än fem år (Business Finland, u.å.d). Business Finland stöder även ännu en annan företagstyp, midcap-företag, vilket är företag som storleksmässigt räknas till stora företag men med en omsättning på högst 300 miljoner euro (Business Finland, u.å.c). Som BSR Go-Abroad och de företagen nämnda ovan ger Finnveras tjänster stöd till små- och medelstora företag (Finnvera, u.å.e). Finnveras tjänster är dock framför allt mer branschspecifika än de är fast i företagstyp.

Jämfört med BSR Go-Abroad är inte Finsk-svenska handelskammaren dock lika strikta med vilken företagstyp som tar del av deras tjänster utan i stället formulerar de sig så att deras tjänster är framför allt till för små- och medelstora företag (FINSVE, u.å.c).

Northbound Scaleups hade som BSR Go-Abroad väldigt tydligt vilken företagstyp deras tjänster är för. I detta fall är projektets tjänster för start-up företag som vill utöka sin verksamhet. Dessa är företag som är runt fem till sju år gamla, har lanserade produkter eller tjänster samt ett par andra krav. (Movexum, u.å.).

De två kvarstående företagen, Business Turku och VASEK, hade inte specificerat vilken typ av företag de stöder så det går att anta deras diverse tjänster stöder alla typer av företagstyper oavsett storlek.

### 5.2.1 Stöd för nystartade eller etablerade företag

Det görs inte helt klart ifall BSR Go-Abroad specifikt stöder nystartade eller redan etablerade företag men eftersom målet med projektet är att stöda en internationaliseringsprocess går det att anta tjänster riktar sig till företag som inte ännu startat sin internationaliseringsprocess eller är i början av den.

Business Finland däremot erbjuder sina tjänster till alla typer av företag. Eftersom de har skilda tjänster för till exempel, både start-ups och stora företag innebär detta att deras diverse tjänster stöder både nystartade och etablerade företag till en mycket större uträckning än BSR Go-Abroads program. (Business Finland, u.å.a).

Northbound Scaleups hade en väldigt specifik typ av företag de stöder, start-up företag, och som nämndes i kapitlet ovan finns det vissa krav för just denna typ. Även fast företagen som stöds är start-up, vilket betyder att de är relativt nya, måste dessa företag ändå till exempel ha sina produkter eller tjänster lanserade, de behöver även ha en beredskap att utöka till nya marknader. Detta betyder att även fast företagen är start-up behöver de vara något etablerade (Movexum, u.å.).

När det gäller Finnvera sägs det inte mycket kring ifall de stöder specifikt nystartade eller etablerade företag. I stället vill företaget ge stöd åt företag som satsar på tillväxt och växande företag, vilket i detta fall kan tolkas är både etablerade och nystartade företag (Finnvera, u.å.c).

Resterande företag, Finsk-svenska handelskammaren, Business Turku, Viexpo, NordicHub och VASEK är alla liknande som BSR Go-Abroad med att det inte står något specifikt kring ifall tjänsterna eller programmet stöder nystartade eller etablerade företag. Dessa fem företag har dock inte heller något mål eller liknande som kan peka åt ett visst håll. I denna situation kan vi tolka det som att alla dessa företag stöder både nystartade företag och etablerade företag.

### 5.3 Programinnehåll

BSR Go-Abroads program åt företagen består av flera olika delar och innehåller olika ämnen. Projektet innehåller bland annat fyra workshops kring ämnena ”det internationella tänkesättet, internationell marknadsanpassning, organisera ditt team och digitalisera internationella aktiviteter” (Interreg Baltic Sea Region, 2023). Annat innehåll i projektet består av peer-to-peer gruppssessioner, konsultering och rådgivning, nätverkande och marknadsanalys samt marknadsinformation.

Programinnehållet i Business Finlands tjänster är något större än BSR Go-Abroads med stöd och kunskap inom finansiering, export och internationalisering, digitala tjänster, program och nätverk även kallar ekosystem, marknadsinformation och internationell tillväxt (Business Finland, u.å.f). Business Turku har något liknande tjänster som Business Finland med innehåll kring nätverkande med partners, rådgivning kring finansiering, experttjänster och marknadsinformation (Business Turku, u.å.a). Dessa två företags tjänster har alltså ett par likheter med BSR Go-Abroads programinnehåll, till exempel, nätverkande, information kring internationell tillväxt och marknadsinformation.

Finsk-svenska handelskammaren har också ett par tjänster gemensamt med BSR Go-Abroad så som nätverkande, konsultering och marknadsanalyser men företaget erbjuder även effektivisering av din verksamhet och fact-finding resor (FINSVE, u.å.a). Två andra företag som också erbjuder resor är Viexpo och NordicHub. Förutom resor erbjuder Viexpo rådgivning och konsultering, marknadsanalyser och besök till mässor (Viexpo, u.å.b). Nordichub erbjuder även rådgivning, nätverkande, deltagande i evenemang och utbildningar samt finansieringsmöjligheter.

Northbound Scaleups program innehåller ett flertal olika och specifika tjänster som är anpassade för just den företagstyp de stöder. Deras program består bland annat av marknadsanalyser, val av internationell marknad, personlig rådgivning och utveckling samt information om de juridiska aspekterna kring internationalisering (Movexum, u.å.).

VASEK är det företag som har minst tillgänglig information om vad deras internationaliserings tjänster innehåller men det som finns är gemensamt med BSR Go-Abroad med rådgivning och nätverkande (VASEK, u.å.a).

Jämfört med BSR Go-Abroad är Finnvera det enda företaget med tjänster som inte har något gemensamt med projektet. Detta är på grund av att Finnveras huvudtjänst är finansiering, vilket är något BSR Go-Abroad inte erbjuder. Finnveras mål är dock att genom finansiering stöda tillväxt export och internationalisering (Finnvera, u.å.c).

### 5.3.1 Faser i internationaliseringsprocessen som stöds

Baserat på BSR Go-Abroads programinnehåll stöder projektet huvudsakligen den inledande expansionen till en ny marknad samt förser deltagande företag med marknadskännedom. Projektet fokuserar på de första stegen av internationaliseringen och förståelse av lokala värdekedjor genom workshops, gruppssessioner, nätverk och konsultering.

Business Finland stöder, som BSR Go-Abroad, också företag i den första expansionen utomlands men även de som redan är inne på en internationell marknad. Deras tjänster stöder planering kring internationalisering och fokuserar på tillväxt, nätverksbyggande samt finansiering och digitala tjänster.

Eftersom Finnveras stöd i stora delar utgår endast från finansiering kan det natas att företaget stöder alla delar av en internationaliseringsprocess beroende på behovet. Finnveras mål är dock att specifikt stöda tillväxt och export vilket kan vara för företag som redan är etablerade på en internationell marknad och vill växa vidare men även för företag som vill nå ut till en första internationell marknad.

Finsk-svenska handelskammarens tjänster handlar till stora delar om etablering på marknaden men även att förbereda inför marknadsintroduktion samt förstärka ett företags

position på marknaden. Detta innebär att de precis som BSR Go-Abroad, stöder inträde på en internationell marknad men företagets tjänster stöder även företag som redan är etablerade på en utländsk marknad.

Business Turkus tjänster består mycket av nätverkande, finansiell rådgivning samt expertrådgivning vilket innebär att även de stöder marknadsinträden men de kan även antas stöda andra delar av internationaliseringsprocessen.

Northbound Scaleups huvudmål är att stöda företags tillväxt och inträde på en ny internationell marknad. Med hjälp programinnehåll med val av internationell marknad, marknadsanalyser, strategisk utveckling och rådgivning kring juridiska aspekter stöder de till viss del liknande delar av processen som BSR Go-Abroad.

Jämfört med BSR Go-Abroad, stöder Viexpo företag i alla skeden av internationaliseringsprocessen. Deras tjänster är till för att från planering och marknadsinträde till utvidgning och tillväxt. Detta görs alltså med hjälp av rådgivning, marknadsundersökningar och konsultering

Eftersom NordicHubs huvudtjänst är deras nätverk och vi vet från kapitel 2.2.1 Internationaliseringsprocessen och strategier att nätverkande kan vara både en inträdesstrategi men likväl ett sätt att utvidga ett företags redan etablerade verksamhet så är det dessa två delar processen NordicHub stöder mest.

Med VASEK:s tjänster som är, rådgivning och nätverkande, kan detta företag antas stöda olika delar av internationaliseringsprocessen.

#### 5.4 Geografiska marknader som riktas till

BSR Go-Abroad fokuserar endast på Östersjöregionen, vilket är varifrån de flesta aktörer inom projektet också kommer från (Interreg Baltic Sea Region, 2023). Till Östersjöregionen hör alltså Finland, Sverige, Estland, Lettland, Litauen, Danmark, Polen och Tyskland. I projektet är även en aktör från Norge.

NordicHubs och Northbound Scaleups verksamhetsområde är lite liknande som BSR Go-Abroads. NordicHubs huvudtjänst är nätverkande och detta nätverk sträcker sig över de nordiska länderna (NordicHub, u.å.b). Northbound Scaleup har även verksamhetsområdet i Norden men detta är ett samarbete som fokuserar på tre länder Finland, Sverige och Estland (Interreg Central Baltic Programme, u.å.b). Båda dessa företag eller projekts tjänster är alltså inom det området var BSR Go-Abroad också är verksamma.

Finsk-svenska handelskammaren har det minsta geografiska fokuset jämfört med både BSR Go-Abroad och resten av företagen eller programmen. Finsk-svenska handelskammaren fokuserar endast på finländska företags expansion och internationalisering till den svenska marknaden (FINSVE, u.å.c). Business Finland har i stället det absolut största geografiska fokuset med ett nätverk i stora delar av Europa, Amerika, Asien och Oceanien samt Mellanöstern och Afrika med specifika tjänster för varje land i dessa kontinenter (Business Finland, u.å.f).

De resterande fyra företagen, Finnvera, Business Turku, Viexpo och VASEK, har jämfört med BSR Go-Abroad inte specificerat ett geografiskt område att fokusera på. Det går att tolka som att dessa företag alltså stöder företag oberoende på vilken ny utländsk marknad de är intresserade i.

## 5.5 Finansiellt stöd eller andra resurser

BSR Go-Abroad bjuder på ett brett innehåll av kunskap och rådgivning men i detta ingår inte något finansiellt stöd. Något deltagande företag också kommer få utifrån innehållet nämnt i kapitel 5.3 Programinnehåll, är ett så kallat blueprint eller plan från projektprogrammets innehåll.

Finnvera är det företag som endast erbjuder finansiellt stöd och inte några andra typer av tjänster. Företaget ger alltså hjälp kring finansieringsalternativ som till exempel exportgaranti (Finnvera, u.å.b). Business Finland är det andra företaget som också erbjuder finansiellt stöd bland alla andra diverse tjänster (Business Finland, u.å.f).

Precis som BSR Go-Abroad erbjuder följande företag inte heller något finansiellt stöd, Finsk-svenska handelskammaren, Business Turku, Northbound Scaleups, Viexpo, NordicHub och

VASEK. Finsk-svenska handelskammaren erbjuder i stället juridisk rådgivning, kontakter och marknadsinformation. Business Turku har finansiell rådgivning men riktar företag som behöver finansiellt stöd att kontakta Finnvera. Northbound Scaleups erbjuder alltså personlig rådgivning och utveckling samt marknadsanalyser. NordicHub erbjuder i sin tur nästan enbart nätverkande och slutligen är VASEK:s fokus mest på rådgivning.

## 5.6 Begränsningar

BSR Go-Abroad har ett par begränsningar när det gäller ifall företag får ta del av projektet eller inte. Som nämnt tidigare är det inriktat åt mikro, små och medelstora företag, med mest fokus på mikroföretagen. Deltagande företag behöver vara registrerade företag, ha sin verksamhet inom Östersjöregionen, vara intresserade kring att utforska nya möjligheter inom det nämnda området och de behöver dedikerade till utökandet samt att stärka sitt företag. (Erhvervshus Sjælland, u.å.).

Business Finlands tjänster är till viss del indelade enligt företagstyp, vilket betyder att ifall till exempel ett litet företag vill ta del av deras tjänster behöver de följa definitionerna för den typen. Definitionen av mikro, små och medelstora företag förklaras i kapitel 2.1 Små och medelstora företag samt i kapitel 5.2 Typen av företag som stöds. Det finns även förklaringar till vad start-up företag och midcap-företag är i kapitel 3.2 Business Finland. Dessa fem är det företag Business Finland stöder. För att vara kund hos företaget behöver man bland annat ha ett finländskt FO-nummer, tillräckliga resurser för internationaliseringen, en viss kompetens, önskan för tillväxt samt en konkurrensfördel på den önskade marknaden.

Finnvera har mest begränsningar då det gäller vilka branscher de inte kan stöda. Deras begränsningar bestod av, egentligt lantbruk och skogsbruk, grynderentreprenad och fastighetsinvestering, finansiell-, investerings- och försäkringsverksamhet samt verksamhet baserad på kryptovalutor, spelverksamhet, pornografisk vuxenunderhållning, koleldade kraftverk, kolbrytning och infrastruktur projekt inom den sektorn, nya torvkraftverksprojekt utomlands och fr.o.m. 1.1.2023 även olje- och gasprojekt (Finnvera, u.å.a).

Finsk-svenska handelskammaren är som BSR Go-Abroad också begränsat till mikro, små och medelstora företag. Företagets tjänster är även begränsade till endast finländska företag som vill ta sig in på den svenska marknaden (FINSVE, u.å.c). Business Turku är i sin tur begränsad till att endast rikta sin verksamhet till företag inom Åboregionen (Business Turku, u.å.b).

Northbound Scaleup har väldigt specifika begränsningar eftersom det är för en viss typ av företag. Kriterierna för att ta del av projektets program är att företaget är mellan fem och sju år gamla med lanserade produkter eller tjänster. Deltagande företag behöver även uppnått sin första produkt-marknadsanpassning på den egna marknaden, vara redo för att expandera internationellt, ha anställt nyckelpersoner och grundare som är engagerade. Det behöver även finnas ett intresse för internationella investerare och det är en bonus ifall det finns tidigare erfarenhet med accelerationsprogram. (Movexum, u.å.).

Viexpo och NordicHub har liknande begränsningar kring företags typer som BSR Go-Abroad, vilket är att tjänsterna är för små- och medelstora företag samt mikroföretag. NordicHub har också ett begränsat nätverk eftersom det bara är inom de nordiska länderna.

VASEK var det enda företaget som inte hade några specifika begränsningar när det gäller deltagande företag, verksamhetsländer eller andra typer av kriterier.

### 5.6.1 Kontinuerlig eller tillfällig verksamhet?

BSR Go-Abroads program är tillfälligt eftersom det är projekt. Projektet är dock pågående och kommer hålla i gång till oktober 2026. Northbound Scaleups är det enda andra projektet i denna analys, vilket innebär att det också är tillfälligt. Northbound Scaleups är också pågående och är planerat att avslutas i februari 2025.

Jämfört med BSR Go-Abroad har resterande företag, Business Finland, Finnvera, Finsk-svenska handelskammaren, Business Turku, Viexpo, NordicHub och VASEK, en kontinuerlig verksamhet för alla de tjänster som nämnts i analysen.

## 6 Resultat

Den här delen av arbetet innehåller svar på forskningsfrågorna baserat på den genomförda analysen. Genom att kombinera analysens resultat med de teorier som presenterats tidigare i arbetet kan man dra slutsatser som är väl förankrade både i det empiriska materialet och i teoretiska ramverk.

Forskningsfrågorna för arbetet lyder alltså:

- Vilka unika styrkor och svagheter kan identifieras hos BSR Go-Abroad jämfört med andra internationella stödprogram?
- Vilka är de huvudsakliga skillnaderna mellan BSR Go-Abroad och andra liknande internationaliseringsprogram för mikro, små och medelstora företag i Finland?

### 6.1 Svar på forskningsfrågorna

BSR Go-Abroad erbjuder unika fördelar och utmaningar när det jämförs med andra stödprogram för företag som söker internationalisering. En av programmets största styrkor är dess till synes branschöverskridande stöd, vilket innebär att det är öppet för företag inom alla branscher. Detta gör programmet flexibelt och inkluderande, särskilt för företag som annars kanske inte skulle få stöd från mer restriktiva program.

Genom att också rikta sig till mikro- och småföretag fyller BSR Go-Abroad också en viktig lucka eftersom mikro- och små företag utgör en så stor del av alla företag både inom EU (Publications Office of the European Union, 2024, s. 13) samt inom Finland (Statistikcentralen, 2023). Många små företag saknar resurser för internationalisering. Det framkom i teorin, kapitel 2.2.2 Internationalisering för små och medelstora företag, att tillräckliga resurser är en av de största utmaningarna för dessa företagstyper i en internationaliseringsprocess. Rapporten av Interreg Europe indikerar exempelvis att företag ofta har färre resurser för marknadsundersökningar (Interreg Europe, 2021). Samtidigt visar också Piccolo Impresas artikel kring möjligheter och hot för små- och medelstora företag att flera mindre företag inte har tillgång till den nyaste digitala tekniken (Veglio, Nippa, & Gunkel, 2020). Programmet erbjuder därför ett unikt stöd för dessa aktörer att ta steget ut på internationella marknader med hjälp av, till exempel, marknadsinformation och konsultering. Detta är en särskild styrka i förhållande till andra

aktörer som Business Finland. Även om Business Finland också riktar sig till småföretag har de inte lika specifika tjänster som BSR Go-Abroad.

Programmet har dessutom ett regionalt fokus på Östersjöregionen, vilket ger deltagande företag en tydligare målmarknad samt tillgång till lokala nätverk och kontakter. Detta stärker företagen i regionen på ett sätt som mer allmänna internationella program inte gör eftersom dessa ofta har ett mer globalt och mindre specifikt fokus. Det geografiska fokuset bidrar till att skapa ett nära nätverk, då projektets partners är spridda över hela Östersjöregionen. Detta underlättar för företag som vill etablera sig på en specifik marknad inom området, eftersom de enkelt kan vända sig till den projektpartner som är verksam där. Men detta geografiska fokus kan också utgöra en svaghet. Företag som vill expandera utanför Östersjöregionen måste då vända sig till andra stödprogram. Detta kan begränsa programmets dragningskraft jämfört med globala initiativ som Business Finland som stöder företag på flera kontinenter.

En annan svaghet med BSR Go-Abroad är att programmet inte erbjuder direkt finansiellt stöd. Företag som behöver kapital för att täcka kostnader i samband med internationalisering kan se detta som en nackdel, särskilt jämfört med program som Finnvera och Business Finland. Båda dessa företag erbjuder finansiering och finansiell rådgivning. Dessutom är BSR Go-Abroad ett projekt som är tidsbegränsat till 2026, vilket innebär att dess tjänster inte kommer vara tillgängliga efter denna tidpunkt. Alla företag förutom projektet Northbound Scaleups har permanenta stödtjänster. Det finns dock också en styrka i att vara ett tidsbegränsat projekt. Eftersom BSR Go-Abroad har en begränsad tidsram för att stödja företagen, arbetar de intensivt med att erbjuda stöd och tjänster under projektperioden. Detta möjliggör att företagen kan få hjälp snabbare genom BSR Go-Abroad.

Som nämnts tidigare är BSR Go-Abroad ett projekt som riktar sig till att underlätta internationalisering för mikro, små och medelstora företag i Östersjöregionen med ett särskilt fokus på branscher som drabbats hårt av Covid-19 pandemin, såsom transport, logistik, byggsektor samt media och kultur. Dock framgår det inte tydligt på projektets hemsida att man prioriterar dessa specifika branscher, vilket skapar intrycket att stödet är öppet för företag oavsett bransch. Detta påminner om hur flera andra aktörer i regionen,

såsom Business Finland och VASEK, valt att inte specificera branschfokus. Detta skiljer sig dock från Finnvera som visar klart vilka branscher de inte stödjer, till exempel fastighetsinvesteringar och kryptovalutarelaterad verksamhet.

När det gäller typen av företag är BSR Go-Abroad tydligt fokuserat på små- och medelstora företag och särskilt mikroföretag, vilket även gäller aktörer som Viexpo och NordicHub. Dock finns andra företag, till exempel Business Finland som riktar sig till både små- och stora företag, inklusive start-ups och så kallade midcap-företag, vilket ger dem en bredare målgrupp än BSR Go-Abroad. Projektet har dock en flexibel inställning när det gäller vilken fas av företagens internationalisering de stöder och även om fokus ligger på de inledande stegen finns det möjlighet till stöd för diverse expansionsbehov. Detta tillvägagångssätt är något som delas av flera andra aktörer, exempelvis Business Finland och Finsk-svenska handelskammaren, vilka också erbjuder stöd för både etablering på och tillväxt inom internationella marknader.

Programinnehållet inom BSR Go-Abroad är varierat och innefattar workshops inom internationellt tänkesätt, marknadsanpassning, teamorganisation och digitalisering, samt peer-to-peer gruppssessioner, konsultering, nätverkande och marknadsanalyser. Detta innehåll speglar utbudet hos flera andra aktörer som också fokuserar på nätverkande och marknadsinformation, exempelvis Business Turku och NordicHub. Som Johanson och Vahlne lyfte fram är nätverk en bra inträdesstrategi för företag (Johanson & Vahlne, 2009). Just denna strategi har lägre risk än ifall ett företag själv försöker ta sig in på en ny marknad och den ger även företagen tillgång till ny kunskap och nya resurser.

Som tidigare nämnts som en nackdel erbjuder BSR Go-Abroad inte finansiellt stöd åt företag som deltar i projektet. Det finns företag som erbjuder dessa tjänster men fler företag erbjuder inte ekonomiskt stöd inom internationalisering, till exempel erbjuder VASEK och NordicHub inte finansiering.

Geografiskt sett har BSR Go-Abroad sitt fokus inom Östersjöregionen. Det här innebär att deras stöd riktar sig mot företag i länder som Sverige, Finland, Estland, Lettland, Litauen, Danmark, Polen och Tyskland. Detta geografiska fokus är delat med andra projekt, som

NordicHub och Northbound Scaleups. Det finns dock företag, till exempel Business Finland, som har en stor global räckvidd.

Till skillnad från flera andra aktörer är BSR Go-Abroad ett tidsbegränsat projekt och pågår fram till oktober 2026. Detta innebär att företag har en begränsad period att dra nytta av dess resurser. Northbound Scaleups är också tidsbegränsat medan alla andra aktörer i analysen är kontinuerliga i sin verksamhet, vilket gör att företag kan förvänta sig ett långsiktigt stöd från dem.

Sammanfattningsvis framstår BSR Go-Abroad som ett projekt med en relativt bred målgrupp och varierat programinnehåll specifikt utformat för att stöda mikro, små och medelstora företag i de inledande stegen av internationalisering. De fokuserar på Östersjöregionen och trots att de saknar finansiellt stöd ger BSR Go-Abroads rådgivning, nätverksbyggande och workshop-program goda förutsättningar för att främja företags internationaliseringsprocess inom sitt geografiska område.

## 6.2 Diskussion

Under arbetets gång, särskilt under analysprocessen, uppstod ett par insikter och utmaningar. Vid informationssökningen framkom det dock att det inte fanns många projekt liknande BSR Go-Abroad i regionerna kring Yrkeshögskolan Novia, såsom Vasa och Åbo. Därför består det mesta av det insamlade materialet av företag med tjänster inom internationalisering snarare än liknande projekt.

Under analysen identifierades också vissa utmaningar kopplade till specifika kategorier i det valda ramverket. Till exempel visade det sig vara svårare att hitta information om vilka branscher BSR Go-Abroad och de jämförda företagen stöder då denna information ofta saknades på företagens hemsidor. I dessa fall antogs det i resultaten att stödet gäller alla branscher, såvida inget annat uttryckligen angavs.

En av arbetets forskningsfrågor var att undersöka skillnaderna mellan BSR Go-Abroad och motsvarande företag eller projekt. Trots att vissa skillnader identifierades och beskrivits i tidigare kapitel, upptäcktes också att det finns fler likheter än förväntat inom vissa

kategorier. Särskilt tydligt blev detta inom programinnehållet, där både likheter och skillnader framträdde tydligt.

I figur 10 visas exempel på de tjänster som erbjuds av de olika företagen. De tjänster som markeras med fet stil representerar gemensamma tjänster för majoriteten av företagen. Nästan alla erbjuder tjänster eller stöd inom nätverkande samt någon form av marknadsinformation eller marknadsanalys. Dessutom erbjuder flera företag rådgivning eller konsulttjänster som en del av sina erbjudanden.

<i>Projekt/Företag</i>	<i>Programinnehåll eller tjänster</i>
<b><i>BSR Go-Abroad</i></b>	<b>Workshops kring ”det internationella tänkesättet, internationell marknadsanpassning, organisera ditt team och digitalisera internationella aktiviteter”, peer-to-peer guppsessioner, konsultering och rådgivning, nätverk, marknadsanalys, marknadsinformation</b>
<i>Business Finland</i>	Finansiering, export och internationalisering, digitala tjänster, program och <b>nätverk</b> eller ekosystem, <b>marknadsinformation, internationell tillväxt</b>
<i>Finnvera</i>	Finansiering för att stöda tillväxt, internationalisering och export
<i>Finsk-svenska handelskammaren</i>	<b>Konsultering, nätverkande, marknadsanalys</b> , effektivisering av verksamhet, fact-finding resor
<i>Business Turku</i>	<b>Nätverk</b> med partners och kontakter, experttjänster, finansiell rådgivning, <b>marknadsinformation</b>
<i>Northbound Scaleups</i>	<b>Marknadsanalys</b> , personlig <b>rådgivning</b> och utveckling, juridisk information, val av internationell marknad
<i>Viexpo</i>	<b>Rådgivning, marknadsanalyser</b> , marknadsundersökningsresor, <b>konsultering</b> , mässbesök
<i>NordicHub</i>	<b>Rådgivning</b> , evenemang och utbildning, resor och <b>nätverkande</b> , finansieringsmöjligheter
<i>VASEK</i>	<b>Rådgivning, nätverkande</b>

Figur 10. Sammanfattning av projekts och företags programinnehåll eller tjänster

### 6.3 Metoddiskussion

Information har samlats in från projektens eller företagens egna hemsidor. Informationen har samlats in utifrån frågorna ovan. Jag har sedan sammanställt en Excel-fil med denna information. Filen är uppdelad i samma kategorier som analysen i detta dokument. Med hjälp av Excel-filen har jag lättare kunnat jämföra företagstjänster med BSR Go-Abroad och lättare sett skillnader eller likheter mellan programmen.

I denna studie har jag valt att samla in information från projektens eller företagens egna hemsidor. Genom att ta information från hemsidorna gav det en bra översikt över de tjänster och program som erbjuds, vilket är avgörande för att kunna genomföra en jämförande analys. Informationen samlades in med fokus på de specifika frågeställningarna som ses i figur 9, kapitel 4 Ramverk för analys. Detta gav en strukturerad och målinriktad datainsamling.

För att organisera och hantera den insamlade informationen sammanställdes en Excel-fil, där all data kategoriserades i enlighet med de kategorier som ses i analysdelen av arbetet. Denna struktur gör det möjligt att snabbt få en översikt av informationen och underlättar en systematisk jämförelse mellan de olika företagens tjänster. Excel-filen fungerar som ett verktyg för att hantera stora mängder information. Detta gör det enkelt att visualisera och analysera skillnader och likheter mellan programmen.

En fördel med denna metod är dess enkelhet och transparens. Genom att använda företagens egna hemsidor får jag tillgång till primärinformation, vilket minskar risken för felaktigheter eller partisk information. Samtidigt ger Excel-verktyget mig möjlighet att skapa ett tydligt och överskådligt dokument som gör det lättare att jämföra olika program samt identifiera specifika mönster.

Dock finns det även vissa begränsningar med denna metod. Informationen som presenteras på företagens hemsidor kan vara selektiv och ibland inte helt representativ för alla aspekter av programmen. Företagen kan välja att framhäva vissa fördelar och nedtona potentiella nackdelar, vilket kan påverka resultatens objektivitet. Dessutom är det möjligt att vissa företags hemsidor inte innehåller tillräckligt detaljerad information för att kunna göra en heltäckande jämförelse.

## 6.4 Förslag till fortsatt forskning

En viktig del av BSR Go-Abroad är förutom projektets innehåll och tjänster, utvecklingen och introduktion av en så kallad blueprint eller plan. Denna plan kommer att innehålla riktlinjer och policies för hur man kan genomföra liknande projekt i framtiden. Blueprinten kommer också att inkludera detaljer om programinnehållet, såsom de olika workshops som har hållits inom ramen för projektet. Det är tänkt att denna blueprint ska fungera som ett verktyg för andra aktörer som vill starta liknande initiativ och bidra till internationalisering. Blueprinten kommer att distribueras till tre specifika målgrupper: små- och medelstora företag, organisationer som stöder företag samt lokala offentliga myndigheter såsom kommuner och städer. Genom att rikta sig till dessa grupper hoppas projektet kunna sprida insikter och metoder för att underlätta internationalisering och stötta företag samt offentliga aktörer i deras arbete med att utveckla global närvaro. (Interreg Baltic Sea Region, 2023). Här uppstår en viktig fråga: Kommer dessa företag och organisationer verkligen att ta åt sig blueprinten och använda den för att förbättra eller skapa egna internationaliseringsinitiativ?

En potentiell begränsning är att det inte finns någon uppföljning eller metod för att mäta hur väl blueprinten används efter att den har distribuerats. Det innebär att det kan vara svårt att bedöma hur effektiv vägledningen är i praktiken eller om den verkligen leder till en ökad implementering av liknande projekt. Denna brist på uppföljning öppnar för möjligheter att undersöka hur och i vilken utsträckning blueprinten används.

För fortsatt forskning kan det vara intressant att fokusera på att skapa en uppföljningsmekanism som kan mäta hur blueprinten tas emot och används av de olika målgrupperna. En sådan studie skulle kunna ge insikter om vilka faktorer som påverkar implementeringen av nya projektidéer och om det finns specifika hinder för företag eller myndigheter att använda denna typ av vägledning. Det kan även vara intressant att undersöka de långsiktiga effekterna av att använda en blueprint, till exempel genom att analysera om den verkligen leder till en förbättrad internationalisering för små- och medelstora företag eller om den skapar fler samarbetsmöjligheter mellan stödorganisationer och lokala myndigheter.

Sammanfattningsvis skulle fortsatt forskning alltså kunna fokusera på att följa upp användningen av blueprinten och undersöka de långsiktiga effekterna av dess implementering för att i slutändan ta reda på blueprintens effektivitet och verkan.

## 6.5 Arbetets tillförlitlighet

I detta examensarbete har en kvalitativ metod i form av en sekundäranalys använts för att analysera BSR Go-Abroad och jämföra det med andra internationaliseringsprogram. Sekundäranalysen har genomförts med hjälp av information hämtad från offentliga källor, såsom företagens eller projektens hemsidor. För att säkerställa arbetets kvalitet är det viktigt att reflektera över reliabiliteten och validiteten i forskningsprocessen.

Reliabilitet handlar om graden av konsekvens i forskningen, det vill säga om resultaten skulle bli likartade vid en upprepning av studien under samma förhållanden (Bryman & Bell, 2017). I detta arbete har information samlats in systematiskt och kategoriserats utifrån ett strukturerat ramverk för att minska subjektivitet och säkerställa att resultaten är så genomgående som möjligt. Det finns dock vissa begränsningar kring arbetet eftersom analysen inte gjorts i strikt enlighet med hur en sekundäranalys är definierad att göras. Eftersom urvalet av information har skett manuellt och styrts av mig. Denna selektiva process kan påverka reliabiliteten eftersom valet av vilken information som inkluderas kan variera mellan forskare.

Validitet syftar på hur väl forskningen mäter det som avses att mätas, samt hur giltiga slutsatserna är i förhållande till studiens syfte och forskningsfrågor (Bryman & Bell, 2017). I detta arbete har validiteten säkerställts genom att använda ett tydligt ramverk för analys. Ramverket gör det möjligt att identifiera och jämföra olika aspekter av internationaliseringsprogrammen, såsom målgrupp, programinnehåll och geografisk inriktning. Detta bidrar till studiens innehållsvaliditet.

Dock finns det även här vissa begränsningar i validiteten eftersom den information som finns tillgänglig på företagens hemsidor kan vara selektiv och syfta till att marknadsföra deras program, snarare än att ge en heltäckande bild. Denna aspekt kan påverka resultatens trovärdighet och generaliserbarhet. Den manuella urvalsprocessen kan även påverka arbetets objektivitet vilket behöver beaktas vid tolkningen av resultatet.

Den använda metoden, sekundäranalys, har fördelen att den sparar tid och resurser genom att använda redan insamlad information, vilket är särskilt användbart vid analys av flera program (Bryman & Bell, 2017, ss. 312-316). Metoden underlättar dessutom en jämförande analys som belyser styrkor och svagheter i BSR Go-Abroad. En nackdel är dock att analysens tillförlitlighet beror på kvaliteten hos de sekundära källorna och dessutom kan forskarens urval av information innebära en risk för subjektivitet och påverka resultatens reliabilitet och validitet.

## 7 Källförteckning

- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber.
- Business Finland. (u.å.a). *Framsida*. Hämtat från <https://www.businessfinland.fi/sv/for-finlandska-kunder/framsida>
- Business Finland. (u.å.b). *Om Business Finland*. Hämtat från <https://www.businessfinland.fi/sv/for-finlandska-kunder/om-oss/om-business-finland>
- Business Finland. (u.å.c). *Tjänster för små- och midcap-företag*. Hämtat från <https://www.businessfinland.fi/sv/for-finlandska-kunder/tjanster/sma-och-medelstora-foretag/sma--och-midcap-foretag>
- Business Finland. (u.å.d). *Tjänster för startup-företag*. Hämtat från <https://www.businessfinland.fi/sv/for-finlandska-kunder/tjanster/startup-foretag/startup-foretag>
- Business Finland. (u.å.e). *Tjänster för stora företag*. Hämtat från <https://www.businessfinland.fi/sv/for-finlandska-kunder/tjanster/stora-foretag/stora-foretag>
- Business Finland. (u.å.f). *Vienti ja kansainvälistyminen*. Hämtat från <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/vienti-ja-kansainvalistyminen>
- Business Turku. (u.å.a). *Meiltä maailmalle – menesty kansainvälisesti*. Hämtat från <https://businessturku.fi/palvelut/menesty-kansainvalisesti/>
- Business Turku. (u.å.b). *Mikä on Business Turku?* Hämtat från <https://businessturku.fi/business-turku-oy/>
- Business Turku. (u.å.c). *Northbound Scaleups*. Hämtat från <https://businessturku.fi/hankkeet/nbscale/>
- Chandra, A. A., Paul, J., & Chavan, M. (2021). Internationalization challenges for SMEs: evidence and theoretical extension. *European Business Review*, Vol. 33, s. 316-344.
- Charge. (u.å.). *Internationalization with Baltic Sea Region Project (BSR Go-abroad)*. Hämtat från <https://www.charge.no/bsr-goabroad>
- Di Bella, L., Katsinis, A., Lagüera-González, J., Odenthal, L., Hell, M., & Lozar, B. (2023). *Annual Report on European SMEs 2022/2023*. Hämtat från Publications Office of the European Union: <https://data.europa.eu/doi/10.2826/69827>
- Drivhuset Göteborg. (u.å.). *BSR - Go Abroad*. Hämtat från <https://goteborg.drivhuset.se/drivhuset-goteborg/projekt/bsr-go-abroad/>
- Erhvervshus Sjælland. (u.å.). *BSR Go-Abroad*. Hämtat från <https://ehsj.dk/content/ydelser/bsr-go-abroad/014dfd62-ad68-46bc-8d5d-0e4b7322b1dd/>

- EUR-Lex. (den 11 Januari 2016). *Mikroföretag samt små och medelstora företag: definition och tillämpningsområde*. Hämtat från <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=legisum:n26026>
- European Court of Auditors. (den 17 Maj 2022). *European Court of Auditors Special Report No 7/2022, SME internationalisation instruments*. Hämtat från [https://www.eca.europa.eu/en/publications/SR22\\_07](https://www.eca.europa.eu/en/publications/SR22_07)
- Eurostat Statistics Explained. (den 21 Mars 2023). *Glossary: Value added - EBS*. Hämtat från [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Value\\_added\\_-\\_EBS](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Value_added_-_EBS)
- Finnvera. (u.å.a). *Branschbegränsningar för Finnveras finansiering*. Hämtat från <https://www.finnvera.fi/swe/finnvera/om-finnvera/branschbegransningar-for-finnveras-finansiering>
- Finnvera. (u.å.b). *Export och internationalisering*. Hämtat från <https://www.finnvera.fi/swe/export-och-internationalisering>
- Finnvera. (u.å.c). *Om Finnvera*. Hämtat från <https://www.finnvera.fi/swe/finnvera/om-finnvera>
- Finnvera. (u.å.d). *Organisation*. Hämtat från <https://www.finnvera.fi/swe/finnvera/om-finnvera/organisation>
- Finnvera. (u.å.e). *Strategi och värderingar*. Hämtat från <https://www.finnvera.fi/swe/finnvera/om-finnvera/strategi-och-varderingar>
- FINSVE. (u.å.a). *Etablering på marknaden*. Hämtat från <https://www.finsve.se/tjanster/etablering-pa-marknaden>
- FINSVE. (u.å.b). *FINSVEs tjänster*. Hämtat från <https://www.finsve.se/tjanster>
- FINSVE. (u.å.c). *Om oss*. Hämtat från <https://www.finsve.se/kort-om-finsve>
- Griffin, R. W., & Pustay, M. W. (2020). *International business : a managerial perspective*. Harlow, England: Pearson.
- Interreg Baltic Sea Region. (den 15 November 2023). *BSR Go-Aboard*. Hämtat från <https://interreg-baltic.eu/project/bsr-go-abroad/>
- Interreg Central Baltic Programme. (u.å.a). *About project*. Hämtat från <https://centralbaltic.eu/project/nbscale/124-about-project/>
- Interreg Central Baltic Programme. (u.å.b). *Partners*. Hämtat från <https://centralbaltic.eu/project/nbscale/124-partners/>
- Interreg Europe. (Augusti 2021). *Internationalisation of SMEs - A Policy Brief from the Policy Learning Platform on SME competitiveness*. Hämtat från [https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/inline/2021-08-01\\_Policy\\_brief\\_on\\_SME\\_internationalisation\\_TO3.pdf](https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/inline/2021-08-01_Policy_brief_on_SME_internationalisation_TO3.pdf)
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model. *Journal of International Business Studies*, 1411-1431.

- Movexum. (u.å.). *Northbound Scaleups – a project programme*. Hämtat från <https://movexum.se/vara-program/nb-scale-up/>
- NordicHub. (u.å.a). *Om NordicHub och dess aktiviteter*. Hämtat från <https://nordichub.fi/sv/om-oss/>
- NordicHub. (u.å.b). *Våra nätverk*. Hämtat från <https://nordichub.fi/sv/vara-natverk/>
- Publications Office of the European Union. (den 19 Juli 2024). *Key figures on European business – 2024 edition*. Hämtat från <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-key-figures/w/ks-et-24-001>
- Santos-Paulino, A. U., Trentini, C., & Bakhtiarizadeh, H. (den 31 Augusti 2023). *UNCTAD Insights: Internationalization of small- and medium-sized enterprises: A new assessment*. Hämtat från UN trade & development: [https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2023d2a6\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2023d2a6_en.pdf)
- Statistikcentralen. (den 19 December 2023). *Företag enligt antal anställda 2022*. Hämtat från [https://stat.fi/tup/suoluk/suoluk\\_yritykset\\_sv.html](https://stat.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset_sv.html)
- Team Finland. (u.å.). *Team Finland-nätverket hjälper företag att växa och internationalisera*. Hämtat från <https://www.team-finland.fi/sv/team-finland-organisationer>
- VASEK. (u.å.a). *Internationalisering*. Hämtat från <https://www.vasek.fi/sv/foretagstjanster/verksamma-foretag/internationalisering>
- VASEK. (u.å.b). *Material som stöd för företagare*. Hämtat från <https://www.vasek.fi/sv/foretagstjanster/material-om-foretagande>
- VASEK. (u.å.c). *VASEK*. Hämtat från <https://www.vasek.fi/sv/om-oss>
- Veglio, V., Nippa, M., & Gunkel, M. (den 6 Juli 2020). *Digital Transformation and Internationalization of SMEs: Emerging Challenges, Opportunities and Threats*. Hämtat från Piccola Impresa Small Business: <https://doi.org/10.14596/pisb.386>
- Viexpo. (u.å.a). *NordicHub*. Hämtat från <https://viexpo.fi/sv/nordichub/>
- Viexpo. (u.å.b). *Viexpo*. Hämtat från <https://viexpo.fi/sv/viexpo/>