

Språkkunskaper ger export

Rapport från Företagarna

september 2010

företagarna

Innehåll

Sammanfattning.....	3
Så gjordes undersökningen.....	3
Företagare om internationella affärer.....	4
Nästan hälften gör internationella affärer	4
Norden och Tyskland vanligaste länderna.....	4
Lokalt språk inte nödvändigt vid utrikeshandel.....	5
Lokalt språk viktigare för exportörer	5
Kunskaper i engelska avgörande för exportörerna	5
Andra språkkunskaper också viktiga för handel	5
Språkkunskaper –en språngbräda till internationella affärer.....	6
Språk inget stort handelshinder	7
40 procent ser affärsmöjligheter med språk.....	8
Slutsatser	8

Företagarna är Sveriges största företagarorganisation. Vår uppgift är att skapa bättre förutsättningar för företagande i Sverige. Vi företräder närmare 70 000 företagare, vilket ger oss en stor möjlighet att påverka och driva opinion för ett bättre företagarklimat. Dessutom erbjuder vi våra medlemmar unika medlemstjänster och förmåner. Företagarna är en medlemsägd, medlemsstyrd och partipolitiskt obunden intresseorganisation. Vi finns över hela landet med 19 regionkontor och 260 lokala nätverk och mötesplatser.

www.foretagarna.se | info@foretagarna.se | 08-406 17 00

Sammanfattning

Kopplingen mellan företagens språkkunskaper och utrikeshandel är tydlig. Företagare med affärsmässiga kunskaper i andra språk än svenska gör mer internationella affärer än företagare utan sådana språkkunskaper. Skillnaden är ännu tydligare när det gäller exportörer än importörer.

Av de som inte har affärsmässiga kunskaper i något annat språk än svenska gör 7 procent internationella affärer, medan genomsnittet för alla svarande är 43 procent.

Det finns även ett tydligt samband mellan att ha språkkunskaper i ett visst språk och att göra affärer med ett land där språket talas. Av de som har kunskaper på affärsmässig nivå i nordiska språk gör 47 procent affärer med de nordiska länderna, jämfört med 21 procent av de som saknar kunskaper i nordiska språk. Likaså gör 45 procent av de som har tyskkunskaper på affärsmässig nivå affärer med Tyskland, jämfört med 15 procent av de som saknar dessa kunskaper.

Kunskaper i engelska är dessutom en dörröppnare till internationella affärer över huvud taget. Nästan hälften av de med affärsmässiga engelskkunskaper, 49 procent, gör någon form av internationella affärer (export och/eller import), jämfört med endast 13 procent av dem som saknar engelskkunskaper. Både engelskkunskaper och kunskaper i andra språk har större betydelse för exportörer än importörer.

Främmande språk anses inte vara ett stort handelshinder (9 procent), till skillnad från formella/juridiska regler (39 procent). Inte heller har bristande språkkunskaper hindrat företagen från internationella affärer i någon större utsträckning. Detta behöver dock inte betyda att språk är oviktigt. Att man inte har hindrats från affärer kan bero på att man har förberett sig inför en större affär genom att t.ex. anlita tolk eller utländska handelskammare.

40 procent av de som både exporterar och importerar kan se konkreta affärsmöjligheter med utökade språkkunskaper, jämfört med 8 procent av de utan internationella affärer. En slutsats man kan dra av detta är att de som finns etablerade på den internationella marknaden har fått uppleva vad språkkunskaper kan betyda för affärerna. Denna kunskap är okänd för dem som ännu inte har givit sig ut i världen.

Så gjordes undersökningen

Företagarnas panelundersökning om språkkunskaper utfördes genom en webbenkät 31 augusti-7 september 2010. Enkäten skickades ut till 3 989 medlemmar i Företagarna, varav 1 305 svarade.

Företagare om internationella affärer

Nästan hälften gör internationella affärer

12 procent av deltagarna i Företagarnas webbpanel exporterar, medan 11 procent importerar och 20 procent ägnar sig åt både export och import. Totalt gör alltså 43 procent av paneldeltagarna någon form av internationella affärer. En majoritet, 57 procent, gör inte internationella affärer.

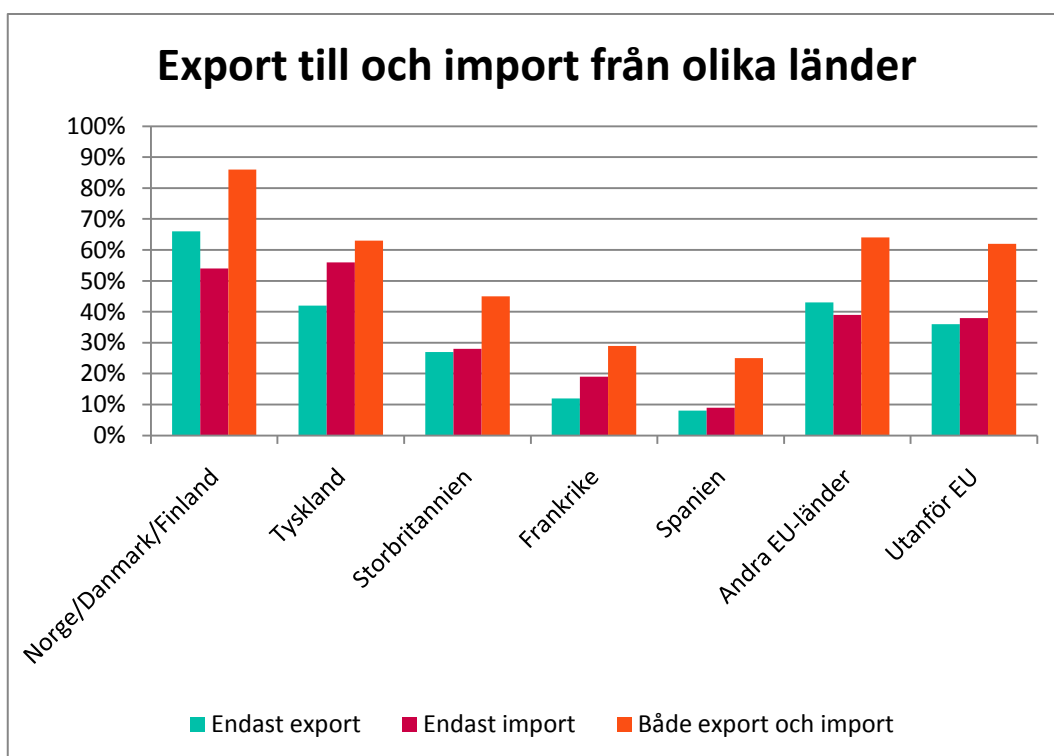
Av alla Sveriges småföretag med 0-49 anställda exporterar eller importerar ca 13 procent.¹ Undersökningens urval är alltså mer utrikeshandelstungt än genomsnittet.

Norden och Tyskland vanligaste länderna

Av de som exporterar är den vanligaste handelspartnern de nordiska länderna (66 procent), följt av Tyskland (42 procent), Storbritannien (27 procent), Frankrike (12 procent) och Spanien (8 procent). 43 procent exporterar till andra EU-länder, och 36 procent till länder utanför EU.

Bland de som importerar är Tyskland absolut ledande (56 procent). Nästan lika många importerar från de nordiska länderna (54 procent). 28 procent importerar från Storbritannien, 19 procent från Frankrike och 9 procent från Spanien. 39 procent importerar från andra EU-länder, och 38 procent från länder utanför EU.

De som både exporterar och importerar följer samma mönster. I denna grupp gör 86 procent affärer med de nordiska länderna, 63 procent med Tyskland, 45 procent med Storbritannien, 29 procent med Frankrike och 25 procent med Spanien. 64 procent gör affärer med andra EU-länder och 62 procent med länder utanför EU.



¹ SCB, Företagsregistret, april 2010.

Lokalt språk inte nödvändigt vid utrikeshandel

En majoritet, 53 procent, anser att det inte är nödvändigt att kunna det lokala språket vid internationella affärer. Troligtvis beror detta på att engelska i många fall fungerar som internationellt affärsspråk, även i de fall då varken säljare eller köpare har engelska som modersmål. Undersökningen visar dock att språkkunskaper i andra språk än engelska ändå hänger nära ihop med internationella affärer (se s. 6 nedan).

Lokalt språk viktigare för exportörer

Generellt sett anser paneldeltagarna att det är viktigare att kunna det lokala språket vid export. Detta har troligtvis att göra med att man är i en mer sårbar konkurrenssituation som säljare än som köpare, och som säljare vill man därför anpassa sig så mycket som möjligt till kunden, t.ex. genom att tala dennes språk.

Särskilt tydligt är detta för de företag som exporterar. Nästan en fjärdedel, 23 procent, av de som endast exporterar svarar att kunskaper i kundens språk är nödvändigt vid export, jämfört med 5 procent av de som både exporterar och importerar. På liknande sätt förhåller det sig med de som endast importerar. 13 procent i denna grupp anser att kunskaper i leverantörens språk är nödvändigt vid import, medan ingen av de som både exporterar och importerar tycker så.

Kunskaper i engelska avgörande för exportörerna

När det gäller språkkunskaper i engelska är skillnaden stor mellan de företag som gör internationella affärer och de som inte gör det – av naturliga skäl. 6 procent av företagen utan utrikeshandel menar att engelskkunskaper är avgörande för verksamheten, jämfört med 44 procent av de som både exporterar och importerar.

Återigen utmärker sig de som endast exporterar. 78 procent av dessa uppger att engelskkunskaper är mycket viktigt eller avgörande, jämfört med 66 procent av de som endast importerar.

Andra språkkunskaper också viktiga för handel

Även kunskaper i andra språk än engelska är betydligt viktigare för de utrikeshandlande än för de som endast gör affärer inom Sverige. 4 procent av företagen utan utrikeshandel anser att andra språkkunskaper än svenska och engelska är avgörande eller mycket viktigt för verksamheten. Bland de som både exporterar och importerar är andelen 20 procent.

Ännu tydligare blir skillnaden när man tittar på hur de olika grupperna ställer sig till svarsalternativet ”oviktigt”. 70 procent av företagen utan internationella affärer anser att andra språkkunskaper än svenska och engelska är oviktiga. Endast 31 procent av de företagare som både exporterar och importerar anser detta.

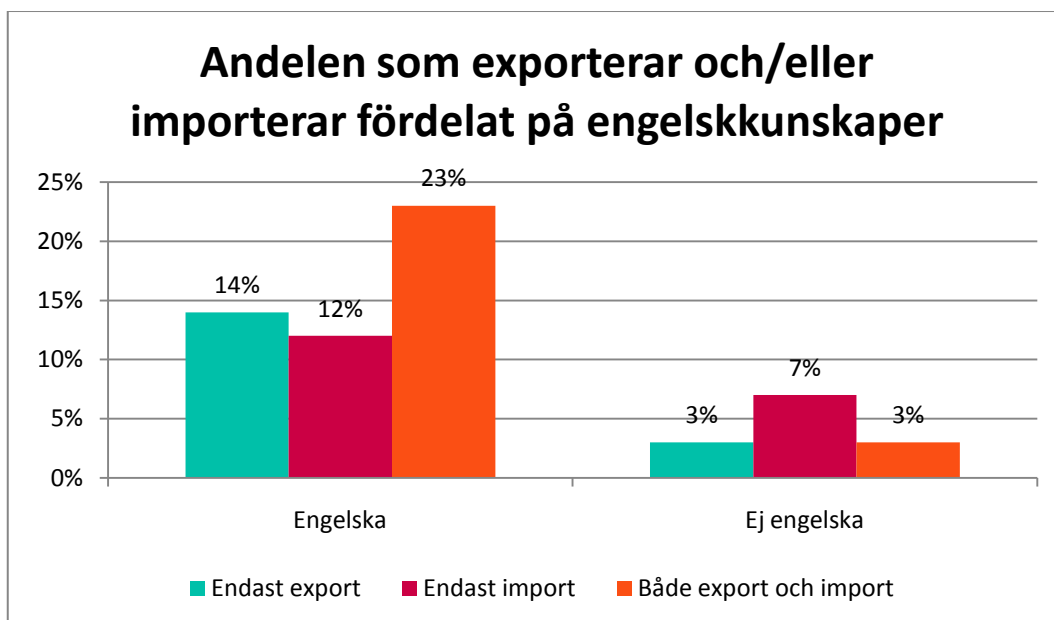
Språkkunskaper –en sprängbräda till internationella affärer

Språkkunskaper hänger ihop med internationella affärer på ett tydligt sätt. Av de som uppger att de har affärsmässiga kunskaper i endast svenska, gör 7 procent internationella affärer. Genomsnittet för alla svarande är 43 procent.

Dessutom finns ett samband mellan att ha kunskaper i ett visst språk och göra affärer med det land där språket talas. Av dem som har kunskaper på affärsmässig nivå i nordiska språk gör 47 procent affärer med de nordiska länderna. Av dem som saknar kunskaper i nordiska språk är andelen 21 procent. Likaså gör 45 procent av dem som har tyskkunskaper på affärsmässig nivå affärer med Tyskland. Av dem som saknar kunskaper i tyska är andelen 15 procent.

Av dem som har kunskaper på affärsmässig nivå i engelska, gör 18 procent affärer med Storbritannien. Av dem som saknar kunskaper i engelska är andelen med brittiska affärer obefintlig –gruppen som inte kan engelska är dock så liten att den knappast går att generalisera utifrån.

Men eftersom engelskan är ett världsspråk är det inte helt oväntat att det är en dörröppnare till internationella affärer över huvud taget. 14 procent av dem som använder engelska som arbetsspråk exporterar, jämfört med 3 procent av dem som saknar dessa språkkunskaper. Nästan hälften av de med affärsmässiga engelskkunskaper, 49 procent, gör någon form av internationella affärer (export och/eller import), jämfört med endast 13 procent av dem som saknar engelskkunskaper.

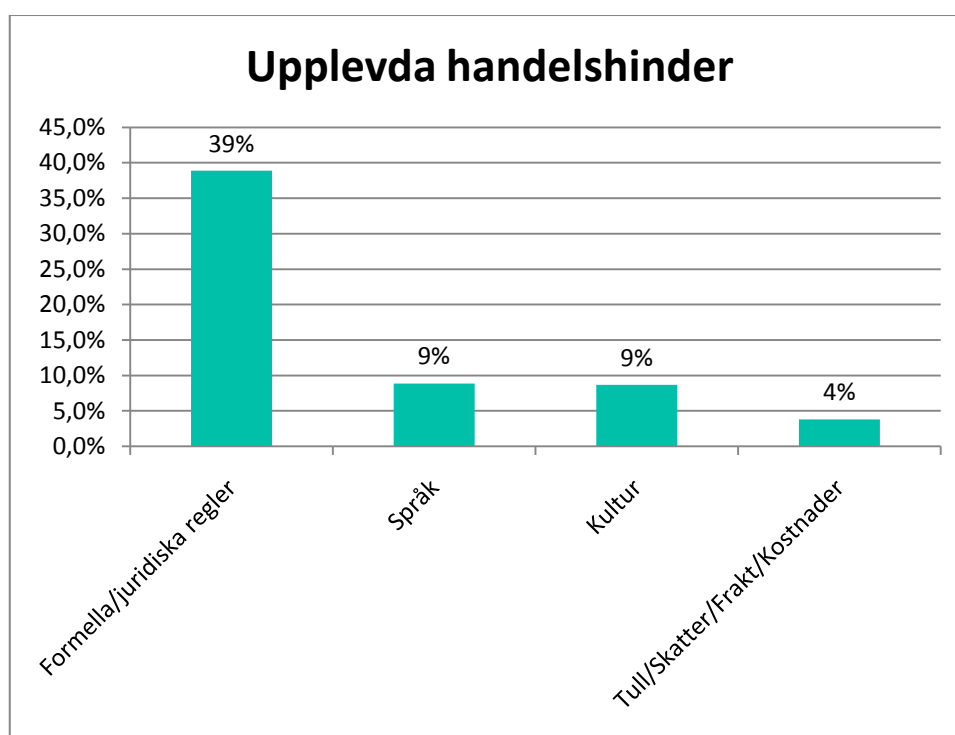


Språkkunskaperna i engelska verkar också hänga ihop med andra språk, på så sätt att av dem som saknar affärsmässiga kunskaper i engelska, saknar nästan alla kunskaper i andra utländska språk också. Och bland dem som saknar kunskaper i nordiska språk eller

tyska, saknar en större andel kunskaper i engelska. Engelskkunskaperna hänger dock i mindre grad ihop med huruvida man har kunskaper i franska, spanska eller andra språk.

Språk inget stort handelshinder

För de flesta småföretag i Företagarnas undersökning är språk inte ett stort handelshinder. Knappt 9 procent uppger att det är deras största handelshinder, lika många som anser att kultur toppar listan. Däremot svarar 39 procent att formella eller juridiska regler är deras största problem när det gäller internationell handel. Svaren skiljer sig inte markant mellan importörer och exportörer, eller mellan vilka länder man gör affärer med.



På samma sätt har relativt få hindrats från internationella affärer p.g.a. bristande språkkunskaper. För 10 procent av de som både exporterar och importerar har bristande språkkunskaper i företaget varit ett hinder för internationella affärer. 7 procent i samma grupp uppger att brister i motpartens språkkunskaper har varit ett hinder. För 75 procent har bristande språkkunskaper inte varit ett hinder.

40 procent ser affärsmöjligheter med språk

40 procent av de som både exporterar och importerar kan se konkreta affärsmöjligheter med utökade språkkunskaper, jämfört med 8 procent av de utan internationella affärer. En slutsats man kan dra av detta är att de som finns etablerade på den internationella marknaden har fått uppleva vad språkkunskaper kan betyda för affärerna. Denna kunskap är okänd för dem som ännu inte har givit sig ut i världen.

Slutsatser

Språkkunskaper är viktigt för företagens möjligheter att göra internationella affärer, särskilt exportaffärer. En stor del av ansvaret för kunskaperna vilar visserligen på den enskilde eller på företagets rekrytering, men ett antal policyslutsatser kan ändå dras:

- satsa på språkundervisning, internationella utbyten och andra möjligheter att lära sig språk genom hela utbildningssystemet, även inom praktiska utbildningar
- dra nytta av invandrares språkkunskaper. Invandrare utgör en stor potential för att öka Sveriges export, både i egenskap av exporterande företagare och som språkkonsulter eller tolkar till företag som vill exportera. I denna undersökning har vi främst tittat på europeiska språk, men det finns ingen anledning att tro att kunskaper i andra språk inte skulle kunna ha lika stor betydelse som t.ex. kunskaper i tyska har för affärer med Tyskland.