

DEN OSYNLIGA EXPORTEN

*Den svenska tjänsteexportens
utveckling och drivkrafter*

FÖRORD OCH REFLEKTIONER

Läget för världshandeln med varor är bekymmersamt. Beror de senaste årens svaga utveckling på konjunkturella faktorer som minskad global efterfrågan? Illustrerar utvecklingen att Kinas exempellösa exportexpansion har nått vägs ände? Eller kan den spåras i djupare orsaker som en inbromsning av globaliseringen?

Till problembilden kan nu också läggas den nya amerikanska administrationens chockhöjning av tullarna och godtyckliga behandling av sina handelspartners som hotar att kapsejsa det multilaterala handelssystemet och omintetgöra decennier av arbete för en friare världshandel.

Men medan stagnationen i den globala varuhandeln uppmärksammas brett har den fortsatta uppgången för världshandeln med tjänster till stor del gått under radarn. Orsaken är inte sällan okunskap om vad den internationella handeln med tjänster egentligen består av och hur den fungerar, liksom vad den bidrar med till ett lands ekonomi. Denna okunskap är inte så konstig: Tjänstehandeln är till sin natur svårare att förstå än varuhandeln och den tillgängliga statistiken är svår-genomtränglig, varför analysen främst når en begränsad krets experter.

Och företagen, som rapporterar sin tjänsteexport till nationella statistikmyndigheter, fäster inget större avseende vid om deras tjänster levererats över nationsgränserna eller lokalt genom dotterbolag på utlandsmarknaden. De fokuserar på sin globala försäljning och gör ingen skillnad på hur intäkterna från utlandsmarknaden genererats.

Det finns därmed goda skäl att beteckna tjänsteexporten som *den osynliga exporten*.

SVERIGE STARKT INOM TJÄNSTEEXPORT

Världshandeln med tjänster har ökat snabbt det senaste decenniet samtidigt som ökningen av varuhandeln bromsat in. Värdet av den globala tjänstehandeln uppgick 2024 till 8 700 miljarder dollar, vilket motsvarar en dryg tredjedel av värdet för handeln med varor.

Den svenska tjänsteexporten uppgick till 1 260 miljarder kr 2024, eller 60 procent av värdet för varuexporten. Enligt Kommerskollegium var Sveriges andel av den globala tjänsteexporten omkring 1,3 procent 2023, alltså högre än Sveriges andel på 0,9 procent av den globala varuexporten, se rapporten [Sverige vinnare i fallande världshandel](#) (Business Sweden, 2024) för en djupare analys.

Som vi kommer att visa är svensk tjänsteexport särskilt stark inom digitala tjänster riktade mot såväl företag som konsumenter. Framgångarna avspeglar det svenska näringslivets långtgående digitalisering och tillverkningsindustrins nya affärsmodeller, där kunderbudandet kan övergå från vara till funktionalitet, från engångskostnad till abonnemang, i en kombination av vara och tjänst.

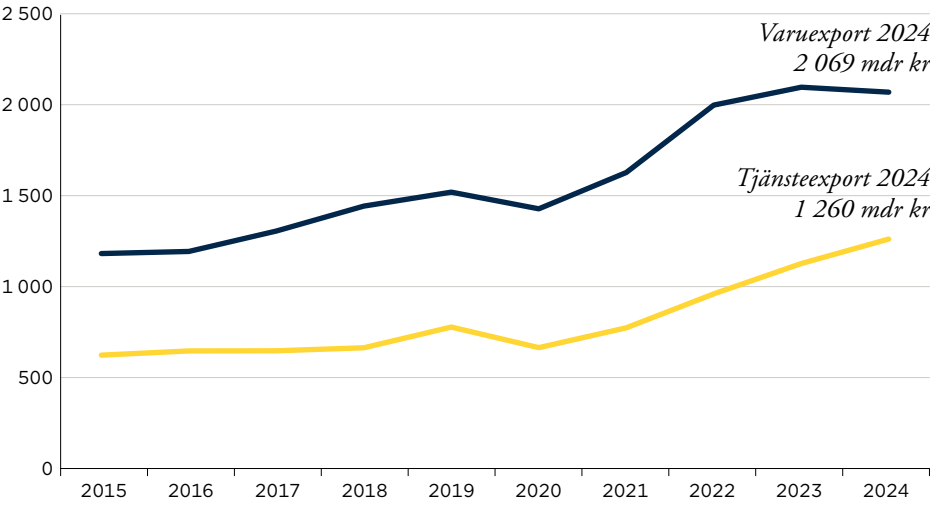
HUVUDKONTOREN STORA UTROPSTECKNET

En nyligen gjord analys av Riksbanken lyfter fram att den svenska tjänsteexporten domineras av ett mindre antal multinationella koncerner med huvudkontor i Sverige. Så mycket som en tredjedel av tjänsteexporten äger rum i dessa koncerner, genom transaktioner mellan moderbolagen i Sverige och dotterbolagen på utlandsmarknaden.

Moderbolagen äger immateriella tillgångar som de säljer till dotterbolagen i utlandet i form av till exempel digitala ritningar, som behövs för att dotterbolagen ska kunna tillverka de önskvärda produkterna enligt kundernas specifikationer. De stödjer också dotterbolagen med en rad koncerninterna tjänster som även dessa genererar intäkter och rapporteras som tjänsteexport.



TJÄNSTEEXPORTEN I SNABB TILLVÄXT
Sveriges export av varor och tjänster,
miljarder kr, 2015–2024



Källa: SCB (2025)

De svenska dotterbolagens intäkter på utlandsmarknaden ökade dramatiskt åren efter pandemin, med USA som överlägset största enskilda marknad. USA är också den största marknaden för svensk tjänsteexport.

En slutsats är att huvudkontor och huvudkontorsfunktioner som till exempel forskning och utveckling är viktiga att behålla och växa nationellt. De stöttar de svenska dotterbolagen i utlandet och genererar intäkter som blir tillgängliga för att expandera koncernernas svenska utvecklingsmiljöer och andra avancerade verksamheter i Sverige.

TJÄNSTEEXPORTEN SOM TILLVÄXTMOTOR

Kan länder bli rika på tjänsteexport? Kan Sverige bli rikare på tjänsteexport? I den ekonomiska debatten framförs ibland argumentet att epoken då länder kunde nå ökat välbefinnande genom industri och varuexport är över, detta då världen gått in i en fas av ekonomisk nationalism och protektionism, och ny teknologi har utjämnat spelplanen mellan låg- respektive högkostnadsländer. Om detta stämmer, kan länder istället använda sig av tjänsteexport för att nå sina tillväxtmål?

Det är ett faktum att många fler tjänster går att handla över nationsgränserna idag än för ett decennium sedan, detta tack vare digitaliseringen och kraftigt expanderad uppkoppling bland företag och konsumenter på de flesta marknader. Tjänsterna har också blivit mer avancerade, vilket kan medge högre priser och därmed större intäkter för tjänsteexportörerna. Samtidigt påpekar tidskriften The Economist att den exportorienterade delen av IT-sektorn i Indien, som svarar för 250 miljarder dollar i tjänsteexport, motsvarande 7–8 procent av landets BNP, inte sysselsätter mer än 10 miljoner individer, på en indisk arbetsmarknad som överstiger en miljard människor.

Sannolikt är det länder som Sverige, med en redan avancerad industri och ett i övrigt diversifierat näringsliv, som har mest att vinna på tjänsteexporten. Med huvudkontor som kan stötta dotterbolagens expansion på utlandsmarknaden. Med digitala tjänster som bryter ny mark och till och med lägger grunden för nya industrier. Med nya affärsmodeller som ökar tillverkningsindustrins slagkraft.

Huvudkontor, digitalisering och nya affärsmodeller i tillverkningsindustrin är de främsta drivkrafterna för den svenska tjänsteexporten, som både är en förutsättning och en illustration av ett fortsatt konkurrenskraftigt och utlandsorienterat Sverige.

Ett stort tack till Statistiska centralbyrån (SCB) som varit behjälplig med underlag och som bollplank i framtagandet av denna rapport.

Lena Sellgren
Chefekonom

USA VIKTIGASTE MARKNADEN
FÖR SVENSK TJÄNSTEEXPORT

Sveriges 1-10 största export-
marknader för tjänster

Land	Tjänsteexport mdr kr, 2024	% av totala tjänsteexporten
1. USA	162,0	12,9
2. Storbritannien	139,2	11,0
3. Norge	111,8	8,9
4. Tyskland	92,8	7,4
5. Danmark	76,8	6,1
6. Finland	68,1	5,4
7. Irland	64,5	5,1
8. Frankrike	60,5	4,8
9. Schweiz	59,9	4,8
10. Nederländerna	45,8	3,6
11. Övriga länder	378,5	30,0

Källa: SCB (2025)

- Huvudkontor, digitalisering och nya affärsmodeller är de främsta drivkrafterna för den svenska tjänsteexporten.
- 30 procent av tjänsteexporten sker mellan moderbolag och dotterbolag i svenska koncerner.
- De svenska techföretagen står för 30 procent av tjänsteexporten, medan tillverkningsindustrin svarar för 20 procent.

SÅ FUNGERAR TJÄNSTEEXPORTEN

Tjänsteexport uppstår när företag, privatpersoner eller aktörer i offentlig sektor säljer tjänster till motsvarande aktörer i ett annat land. Avgörande är att transaktionen sker över nationsgränser och att det handlar om en ekonomisk prestation, oavsett ägarförhållanden.

Tjänsteexport genereras även när det handlar om en transaktion mellan företag som tillhör samma koncern. Transaktionen måste följa gällande redovisnings- och skatteregler, till exempel med avseende på internprissättning, vilket innebär att transaktioner inom en koncern ska ske till marknadsmässiga priser.

I Sverige rapporterar företag in sin tjänsteexport kvartalsvis till Statistiska centralbyrån (SCB), som utför undersökningen på uppdrag av Riksbanken. SCB samlar in uppgifter om svenska företags

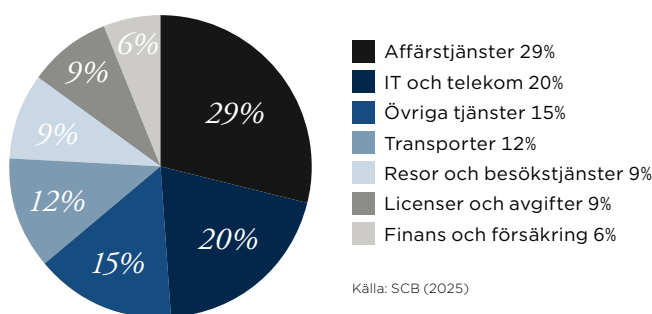
tjänsteexport genom en kombination av undersökningar, registerdata och samarbete med andra myndigheter. SCB konstaterar i en fördjupning (*Ökad betydelse för utrikeshandeln med tjänster*, 2025) att Sveriges tjänsteexport består i 40 000 svenska företag som exporterade tjänster för minst 100 000 kronor 2024.

Statistiken medger att tjänster som rapporteras som tjänsteexport från Sverige i princip kan utföras var som helst i världen, till exempel ett montagearbete utfört av ett svenskt byggföretags dotterbolag i Thailand för en thailändsk kund. Dock är förutsättningen för tjänsteexport att ett bolag med svenskt organisationsnummer eller stadigvarande verksamhet i Sverige är den enhet i koncernen som fakturerar kunden i utlandet för tjänsten.



HÄLFTEN AV TJÄNSTEEXPORTEN UTGÖRS AV AFFÄRSTJÄNSTER SAMT IT- OCH TELEKOMTJÄNSTER

Sveriges tjänsteexport, fördelning per tjänsteslag, andelar i procent, 2024



MÅNGA TJÄNSTER SÄLJS SOM VAROR

Riksbanken konstaterar att tjänster kan säljas tillsammans med en vara, och hela värdet av produkten rapporteras då som varuexport, med eventuell tullavgift i mottagarlandet på hela beloppet. Ett belysande exempel är mobiltelefoner, där tjänsteinnehållet motiverar större delen av försäljningspriset och hårdvaran endast en mindre del, samtidigt som USA:s nya tilläggstullar på mobiltelefoner tillverkade i Kina beräknas på hela försäljningspriset. Tjänster som är knutna till varor kan också säljas separat och rapporteras då som tjänsteexport i statistiken. Sådan separerad tjänsteförsäljning handlar ofta om uppdateringar av programvara eller licensavtal.

Det faktum att tjänsteexporten innehåller vitt skilda typer av tjänster gör tjänstehandeln som aggregat svår att analysera. Analysen underlättas av att de olika typerna av tjänster delas in i tjänsteslag som följer internationella klassificeringssystem, se fördelningen på tjänsteslag i den svenska tjänsteexporten i diagrammet ovan, liksom tjänsteslagens utveckling under perioden 2019–2024 i diagrammet nedan.

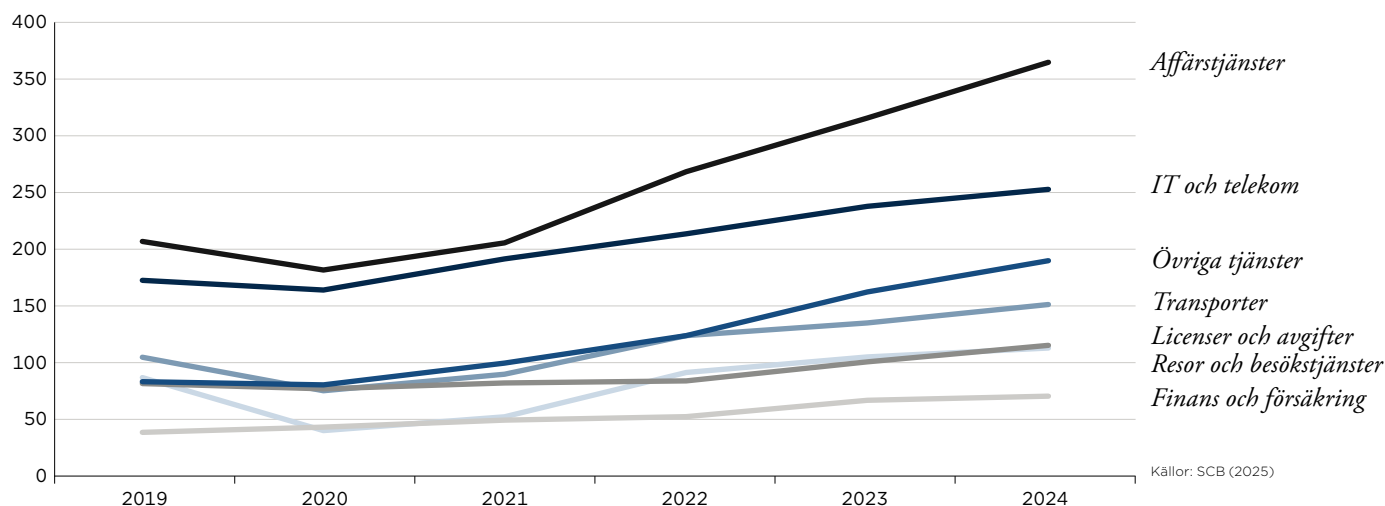
Som exempel på tjänsteexport kan nämnas ett svenskt moderbolag som till marknadspris stödjer sitt dotterbolag i Tyskland med IT-support, vilket registreras i tjänsteexporten under tjänsteslaget *Affärstjänster*.

Andra exempel som illustrerar bredden på den svenska tjänsteexporten är när en turist från utlandet, till exempel USA, besöker Sverige och köper hotell- och restaurangtjänster (*Resor och besöks tjänster*), när ett svenskt rederi eller speditör fraktar varor åt en utländsk kund (*Transporter*), när ett svenskt företag utvecklar en app åt ett företag i Tyskland (*IT- och telekomtjänster*), eller när ett svenskt företag licensierar ut sin teknologi till ett företag utomlands (*Licenser och avgifter*). Ytterligare exempel är när ett svenskt fondbolag hantlar portföljinvesteringar åt kunder i utlandet och tar ut förvaltningsavgifter (*Finans och försäkring*), eller när ett svenskt företag säljer musik genom streaming till en privatkund på utlandsmarknaden (*Övriga tjänster*).

Kommerskollegium konstaterar (*Sveriges tjänstehandel i internationell jämförelse*, 2025) att tjänster är besvärligare att följa än varor, när de passerar nationsgränser. Tjänster tillhandahålls

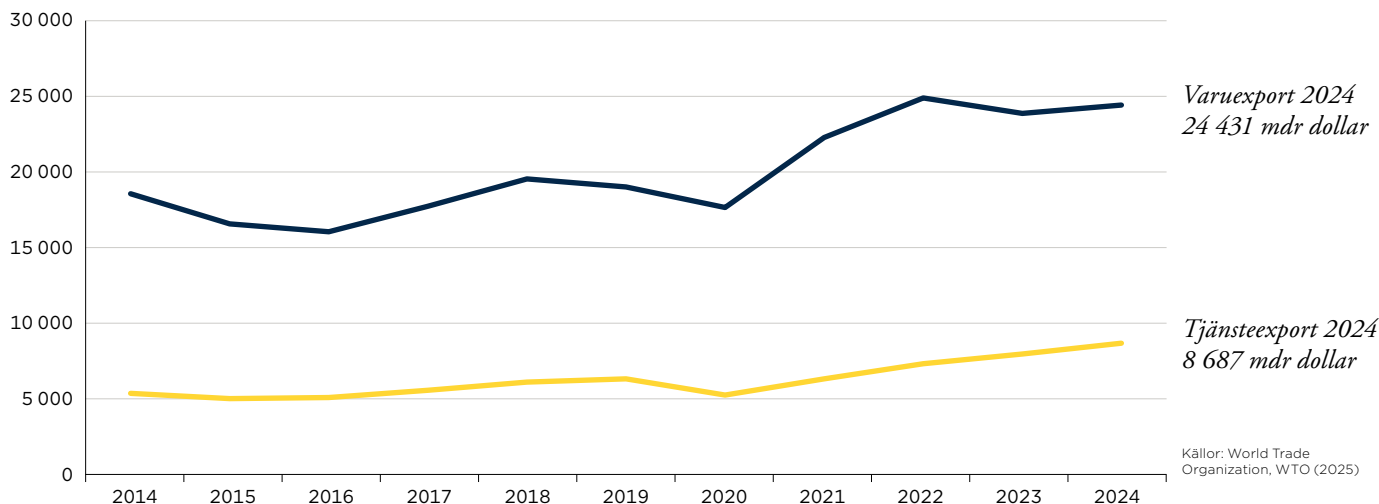
ROBUST ÖKNING AV AFFÄRSTJÄNSTER

Sveriges tjänsteexport, fördelning per tjänsteslag, miljarder kr, 2019–2024



TJÄNSTEEXPORTEN UPPGÅR TILL EN TREDJEDEL AV VARUEXPORTEN GLOBALT

Global varuexport och tjänsteexport, miljard dollar, 2015–2024



ofta digitalt, inom koncerner eller som del av en vara, vilket gör dem svårare att mäta.

Den vanliga uppfattningen bland ekonomer och andra bedömare är att tjänsteexporten är framtidens export och att den i accelererande tempo kommer att utgöra en allt större andel av totalexporten, se diagrammet ovan som visar utvecklingen av den globala varuexporten respektive tjänsteexporten 2015–2024. Argumentet är att företagets produkter för världsmarknaden i ökande utsträckning skulle bestå av tjänster, fristående eller i kombination med en vara, och att dessa tjänster enkelt kan säljas och levereras digitalt till företag och konsument.

TJÄNSTEEXPORTEN FÖRÄNDRAD ÖVER TID

Tjänsteexporten i världen har genomgått en betydande utveckling under de senaste decennierna, både i volym och med avseende på de typer av tjänster som exporteras. Före 1980-talet utgjorde tjänstehandeln en mindre del av världshandeln. Tjänsterna som exporterades var i huvudsak traditionella transporttjänster, resor och besökstjänster samt finansiella tjänster. Endast ett fåtal länder, främst utvecklade ekonomier som USA och Storbritannien, som dessutom har stora finanshuvudstäder i New York och London, exporterade tjänster i större skala.

Under 1980-talet fram till millennieskiftet möjliggjorde framväxten av informationsteknologi och förbättrade kommunikationer nya typer av tjänsteexport, som IT-tjänster och affärs- och konsulttjänster. Globaliseringen tog ett nytt steg i början på 1990-talet, då många industriföretag lokaliserade tillverkning i lågkostnadsländer, och senare etablerade försäljning på dessa framväxande marknader. Tjänsteexporten inom koncerner tog fart då moderbolagen tog betalt av sina dotterbolag för huvudkontorstjänster som

management, IT-stöd, ekonomifunktioner och immateriella tillgångar, till exempel digitala ritningar nödvändiga för lokal konstruktion och tillverkning av företagets produkter. Länder som Indien började profilera sig inom så kallad outsourcing av tjänster, till exempel med callcenters eller programmering.

Från millennieskiftet och fram till 2020 skedde en snabb digitalisering av samhället i många delar av världen, med utbyggnad av bredband för företag och privatpersoner. Internet med olika typer av tjänster blev brett tillgängligt, samtidigt som säkra betaltjänster möjliggjorde trygg handel över nätet. Exporten av programvaror och molntjänster, det vill säga IT-tjänster som levereras via internet i stället för att installeras och drivas lokalt på en fysisk dator eller server, expanderade kraftigt. Streaming fick ett genombrott, med nya möjligheter att ta del av film, musik och gaming.

Coronapandemin 2020–2022 slog hårt mot den internationella rese- och besöksnäringen och transporterna, men expansionen av digitala tjänster tog ytterligare fart. Det ökade distansarbetet och nya digitala lösningar ledde till genombrott för bland annat utbildningstjänster online, telemedicin och digitala plattformar, inte minst inom e-handeln. Efter pandemin har världens tjänsteexport återhämtat sig snabbt.

HOTEN MOT TJÄNSTEEXPORTEN

Samtidigt som den globala tjänsteexporten har expanderat står jobben i den exportorienterade delen av tjänstesektorn, särskilt inom områden som kundtjänst, teknisk support och finansiella tjänster, inför flera utmaningar, både teknologiska och strukturella.

Många rutinbaserade tjänstejobb, inom till exempel datahantering, översättning och bokföring, kommer sannolikt att automatiseras med hjälp av artificiell intelligens (AI) eller

programvara. Den ökade globala konkurrensen gör att företag vid behov snabbt kan byta leverantör av tjänster, vilket kan resultera i ökad prispress och att de exportorienterade tjänstjobbena blir alltmer lätt-
rörliga mellan länder.

Digital självbetjäning och nya affärsmodeller innebär att företag erbjuder självservice via appar, webbsidor eller automatiserade plattformar. Företagskunder använder allt oftare molntjänster, vilket minskar behovet av supportpersonal och konsulttjänster.

Strängare lagar och regler för datasäkerhet, sekretess och lokalisering av data kan också påverka möjligheten att leverera tjänster över nationsgränser.

Onshoring och reshoring innebär att företag, om än hittills i begränsad omfattning, börjat lokalisera tjänster de tidigare outsourcat till hemmamarknaden eller det ekonomiska närområdet.

Detta sker av säkerhetsskäl, för att undvika avläckage av egna patent och know-how, eller för att möta inhemska politiska krav att främja inhemsk sysselsättning. Resultatet kan bli färre uppdrag för exportinriktade tjänsteföretag.

Den geopolitiska osäkerheten med konflikter, sanktioner och friktioner i handelsrelationerna kan också påverka tjänsteutbytet. Till exempel har spänningarna mellan USA och Kina lett till viss omstrukturering av leverantörsnätverk och pausade tekniksamarbeten.

I moderna frihandelsavtal, till exempel i det bilaterala frihandelsavtalet mellan EU och Kanada, ingår ofta överenskommelser om marknadstillträde för avtalsparternas tjänsteexport, men ofta i begränsad omfattning. I praktiken kvarstår många hinder för den globala och bilaterala tjänstehandeln.



Photo: Jann Lipka/
imagebank.sweden.se

TJÄNSTEEXPORTEN DÅ OCH NU

Den svenska tjänsteexportens utveckling över tid kan illustreras av fördelningen på tjänsteslag med nedslag år 2000, 2010 och 2024, se tabellen på denna sida. Det framgår att traditionella exporttjänster som *Transporter* och *Resor och besöks tjänster* halverade sina andelar mellan 2000 och 2024. På motsvarande sätt fördubblade *IT- och telekomtjänster* sin andel under tidsperioden, medan *Övriga tjänster* trefaldigade sin andel, mycket tack vare att underkategorin *Personliga tjänster* bland annat innefattar streamingtjänster till företag och konsumenter. Det största tjänsteslaget *Affärstjänster* behöll sin andel oförändrad under tidsperioden.

En genomgång av tjänsteexporten i samtliga branscher genom svensk näringsgrensindelning (SNI 2007) framgår att tjänstebranscher som inrymmer techföretag, dominerar tjänsteexporten. I material som SCB tagit fram för Business Sweden, se diagrammet nedan, framgår att tjänstebranscherna 62 och 63 tillsammans hade en andel på 30 procent 2023. I branscherna ingår bland annat telekomföretag, mjukvaruföretag, IT-konsulter och företag som nischat sig inom finansiella tjänster, utbildning och hälso- och sjukvård, liksom den snabbt växande gruppen företag inom AI och maskininlärning.

I diagrammet framgår också att

tillverkningsindustrin svarade för 20 procent av den svenska tjänsteexporten, där de största exportbranscherna är läkemedelsindustrin, maskinindustrin och fordonsindustrin. Skälen till tillverkningsindustrins avtryck i tjänsteexporten belyses närmare under avsnittet om drivkrafter för den svenska tjänsteexporten, sidan 11.

SVERIGE EN DIGITAL UTSTICKARE

TJÄNSTEEXPORTEN I SAMMANFATTNING

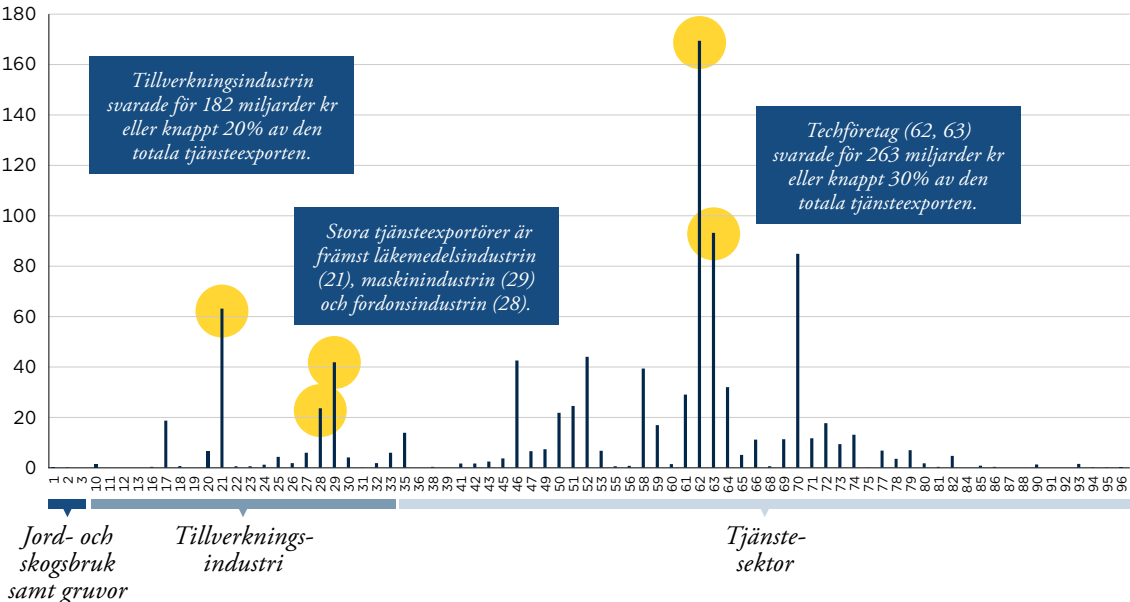
Sveriges tjänsteexport i miljarder kr 2024 samt fördelning per tjänsteslag, andelar i procent, 2024, 2010 och 2000

Tjänsteslag	Tjänsteexport mdr kr, 2024	2024	2010	2000
Affärstjänster	366	29%	30%	29%
IT och telekom	253	20%	16%	9%
Övriga tjänster	190	15%	5%	5%
Transporter	152	12%	20%	24%
Licenser och avgifter	115	9%	11%	7%
Resor och besöks tjänster	113	9%	15%	20%
Finans och försäkring	71	6%	3%	6%
TOTALT	1 260			

Källa: SCB (2025)

TECHFÖRETAG DOMINERAR DEN SVENSKA TJÄNSTEEXPORTEN

Sveriges tjänsteexport, fördelning per bransch*, miljarder kr, 2023



*Standard för Svensk näringsgrensindelning (SNI 2007)

Not: Andelarna ovan är beräknade på en total om 934 miljarder kr 2023

Källa: SCB (2025)

STORBRITANNIENS TJÄNSTEEXPORT STÖRRE ÄN VARUEXPORTEM
Tjänsteexport och varuexport, valda länder och regioner, 2024

Land/region	Tjänsteexport, mdr dollar	Varuexport, mdr dollar	Tjänsteexport % av varuexport	
	2024	2024	2024	2015
Sverige	118	195	61%	52%
Tyskland	465	1 683	28%	21%
Storbritannien	645	513	126%	82%
EU*	3 241	7 150	45%	35%
USA	1 077	2 065	52%	50%
Kina	444	3 577	12%	10%
Japan	223	707	31%	25%
Indien	374	443	85%	58%
Världen	8 687	24 431	36%	30%

*Not: Siffrorna inkluderar tjänste- och varuexport till EU:s inre marknad
Källa: World Trade Organization, WTO (2025)

I vissa länder har tjänsteexporten haft en särskilt stark utveckling det senaste decenniet, se tabellen ovan. I Storbritannien ökade värdet av tjänsteexporten från 82 till 126 procent av varuexportens värde mellan 2015 och 2024, vilket innebär att landets tjänsteexport nu genererar en dryg fjärdedel mer intäkter än varuexporten. I Indien ökade tjänsteexportens värde från 58 till 85 procent av värdet för varuexporten.

I några tunga industri- och varuexporterande länder har utvecklingen gått trögare. I Tyskland ökade tjänsteexportens värde från 21 till 28 procent av värdet för varuexporten mellan 2015 och 2024 och i Japan från 25 till 31 procent. Storexportören Kina verkar inte ta del av tjänsteexportens utveckling globalt: 2024 motsvarade tjänsteexportens värde endast 12 procent av värdet för landets varuexport, en andel som inte ökat nämnvärt det senaste decenniet.

Sverige ligger i den övre ländergruppen, med en andel som ökat från 52 till 61 procent mellan 2015 och 2024. För USA är andelen relativt hög, men har ökat obetydligt från 50 till 52 procent under samma period.

I en internationell jämförelse framstår den

svenska tjänsteexporten som konkurrenskraftig särskilt inom *IT- och telekomtjänster* och *Övriga tjänster*, se tabellen nedan. Skälen till Sveriges starka position i dessa två tjänsteslag belyses närmare i rapportens nästa avsnitt, och illustreras i diagrammen på sidorna 14 och 15.

Som framgår av tabellen nedan sticker Storbritannien ut med stora andelar export av *Affärstjänster* och tjänster inom *Finans och försäkring*, som sannolikt är kopplade till det stora antalet huvudkontor och finansiella aktörer som lokaliserats till London. Både Tyskland och Frankrike har betydande andelar tjänsteexport inom *Transporter*, men de överskuggas av Danmarks 52 procent och Norges 41 procent, som illustrerar betydelsen av ländernas rederinäringar.

De stora turistländerna Frankrike och Storbritannien har en betydande andel tjänsteexport inom *Resor och besöks tjänster*. Finlands tjänsteexport domineras av *IT- och telekomtjänster*, medan samtliga nordiska länder inklusive Sverige har en mindre andel exporttjänster inom *Finans och försäkring*.

SVERIGES TJÄNSTEEXPORT I INTERNATIONELL JÄMFÖRELSE
Tjänsteexport, fördelning per tjänsteslag, andelar i procent: 2024 (Sverige) och 2023 (övriga)

Tjänsteslag	 Sverige	 USA	 Tyskland	 Storbritannien	 Frankrike	 Norge	 Danmark	 Finland
Affärstjänster	29%	25%	26%	39%	29%	26%	15%	23%
IT och telekom	20%	7%	11%	8%	8%	8%	8%	33%
Övriga tjänster	15%	8%	9%	5%	9%	5%	8%	10%
Transporter	12%	10%	22%	7%	18%	41%	52%	15%
Resor och besöks tjänster	9%	18%	9%	13%	19%	12%	9%	8%
Licenser och avgifter	9%	13%	11%	5%	5%	1%	6%	9%
Finans och försäkring	6%	19%	12%	23%	12%	2%	2%	2%

Källor: SCB, OECD (2025)

 Störst andel per tjänsteslag

3 DRIVKRAFTER FÖR DEN SVENSKA TJÄNSTEEXPORTEN

Business Sweden har med stöd av gjorda analyser av bland andra Kommerskollegium, Konjunkturinstitutet, Riksbanken och SCB, annan statistik och analysmaterial samt egna intervjuer med svenska exportföretag valt att lyfta fram tre huvudsakliga drivkrafter för den svenska tjänsteexporten: Huvudkontor, digitalisering och nya affärsmodeller.

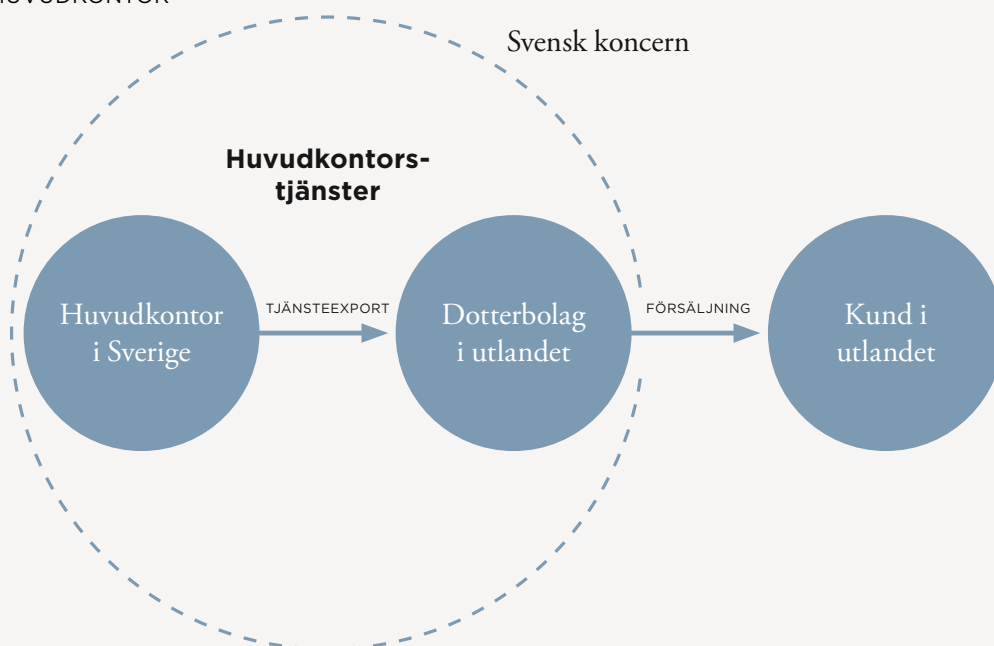
1 HUVUDKONTOR

Huvudkontorsfunktioner är centrala funktioner inom ett företag eller en organisation som hanterar övergripande styrning, strategiska beslut och stöd för hela verksamheten. De administrativa huvudkontorsfunktionerna är vanligtvis lokaliserade till företagets huvudkontor, en geografisk plats som är en samlingspunkt för företagsledningen, medan strategiskt viktiga aktiviteter som till exempel forskning och utveckling, demonstration och testning och avancerad tillverkning kan vara utspridda i olika länder.

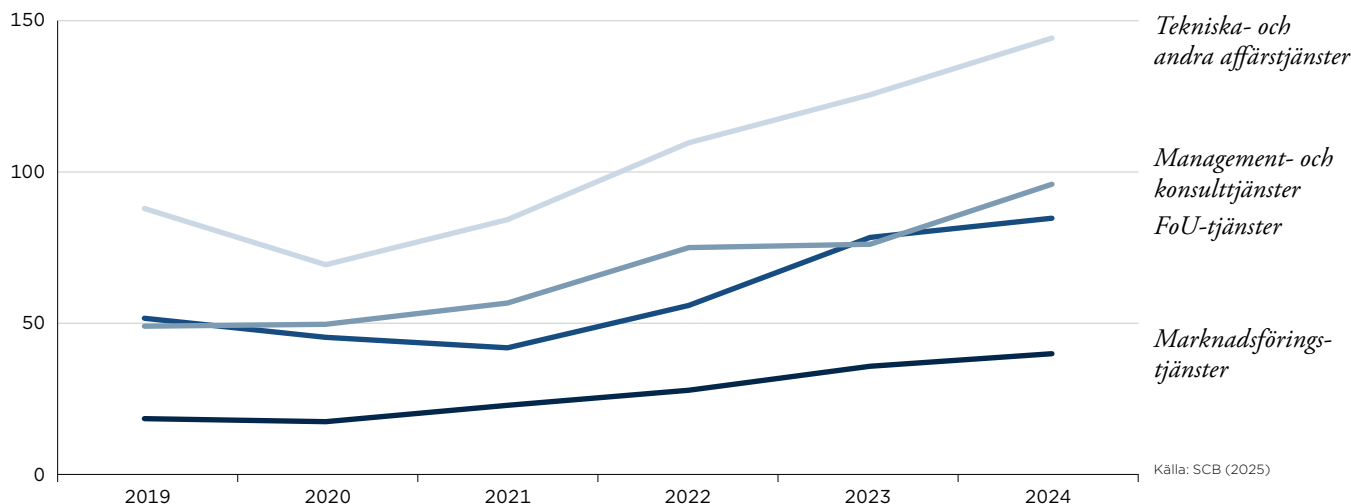
Huvudkontor tillhandahåller tjänster till resten av koncernen, såsom ledning och administration, IT- och kommunikationstjänster, forskning och utveckling, ekonomi- och redovisningstjänster samt juridiska och tekniska tjänster. När huvudkontoret tar betalt för tjänster av företagets dotterbolag i andra länder rapporterar företaget transaktionerna som tjänsteexport till den nationella statistikmyndigheten, i Sveriges fall SCB, se nedbrytningen på underkategorier till tjänsteslaget *Affärstjänster* i diagrammet på nästa sida.

Huvudkontoret äger ofta koncernens immateriella tillgångar, vilka är till exempel patent, varumärken, licenser, design- och mönsterskydd samt

DRIVKRAFT 1:
HUVUDKONTOR



TEKNISKA TJÄNSTER STÖRSTA KATEGORIN INOM AFFÄRSTJÄNSTER
Sveriges export av Affärstjänster, fördelning per kategori, miljarder kr, 2019–2024



affärssystem eller egenutvecklad programvara. När dessa tillgångar görs tillgängliga från huvudkontoret till dotterbolag i andra länder genereras tjänsteexport. Om ett företag med huvudkontor i Sverige säljer digitala ritningar till sina dotterbolag för tillverkning av företagets produkter i Asien och Nordamerika, så uppstår tjänsteexport från Sverige.

Huvudkontor spelar alltså en central roll för ett lands tjänsteexport genom att agera som nav för tjänster och immateriella tillgångar som säljs till dotterbolag på utlandsmarknaden.

En betydande andel av världens tjänsteexport sker inom multinationella koncerner, det vill säga i transaktioner mellan moderbolag och dotterbolag. Enligt SCB är andelen för Sverige omkring 30 procent.

En multinationell koncern kan i princip lokalisera ägandet av immateriella tillgångar till valfritt land, men det finns juridiska och skattemässiga begränsningar att ta hänsyn till. Den ekonomiska samarbetsorganisationen OECD:s riktlinjer innebär att intäkter från immateriella tillgångar måste spegla verklig ekonomisk aktivitet i landet där de ägs. Om ett företag vill lokalisera sina immateriella tillgångar i ett lågskatteland, måste det kunna visa att de faktiskt utvecklats eller hanteras där, eller att landet har en viktig roll i att förvalta tillgångarna, till exempel inom forskning och utveckling och licensiering.

Interna transaktioner inom koncernen, till exempel licensavgifter eller försäljning av immateriella rättigheter, måste ske till marknadsmässiga villkor, enligt internationellt överenskomna regler om internprissättning, så kallad *transfer pricing*. Företag som inte följer dessa regler riskerar böter och efterbeskattning.

FÅTALET STORFÖRETAG OCH BRANSCHER DOMINERAR TJÄNSTEEXPORTEN

Kommerskollegium, Konjunkturinstitutet, Riksbanken och SCB har under det senaste året var för sig tagit fram ett gediget analysmaterial för att belysa den svenska tjänsteexporten ur olika perspektiv. Genom att studera mikrodatabaser, det vill säga individualiserade uppgifter som de tjänsteexporterande företagen rapporterat in till SCB, konstaterar Riksbanken (*Staff memo: Storföretag bakom växande handel med tjänster*, 2025) att det framför allt är stora multinationella företag som svarar för huvuddelen av den svenska tjänsteexporten. SCB noterar att de 70 största företagen står för 50 procent av den svenska tjänsteexporten.

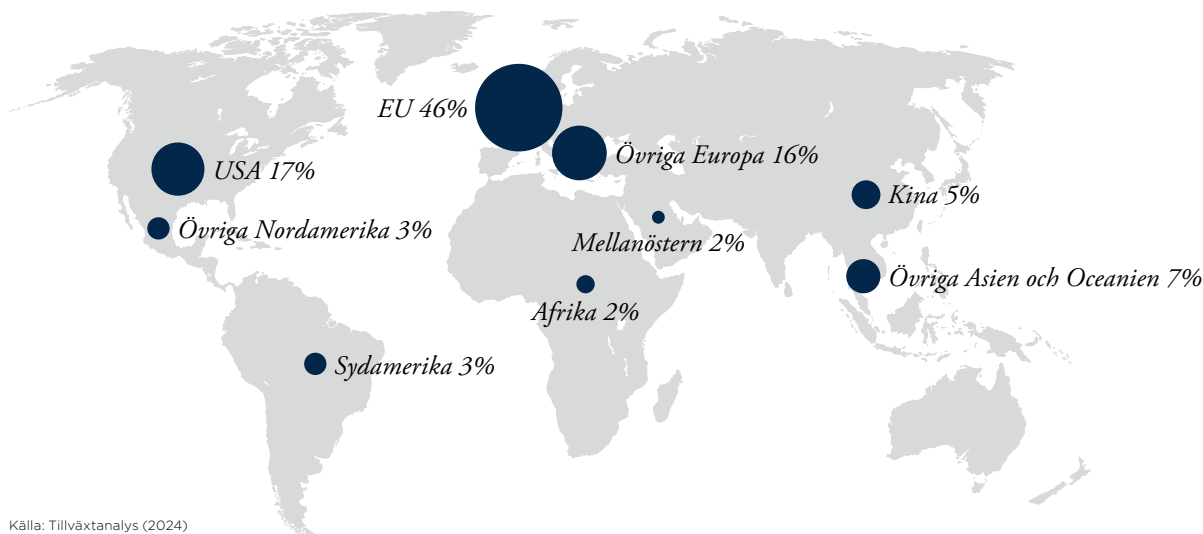
Gemensamt för många av de här företagen är att de har valt att lokalisera hela eller delar av sin produktion utomlands. De har dock även valt att behålla viktiga funktioner och tillgångar i Sverige, som företagsledning, forskning och utveckling samt immateriella tillgångar. Riksbanken konstaterar att det svenska näringslivets investeringar i immateriella tillgångar uppgår till betydande belopp och är koncentrerade till några få branscher, som också genererar en stor tjänsteexport, bland annat genom licenser och avgifter för de egna dotterbolagen eller för externa utländska kunder.

TJÄNSTEEXPORTEN ÖKAR MED DOTTERBOLAGENS FÖRSÄLJNING

Myndigheten Tillväxtanalys sammanställer årligen statistik över omsättningen i svenska koncerners dotterbolag i utlandet, i vilken ingår såväl varor som tjänster. Med användning av siffror över omsättningen från den senaste rapporten (*Svenska koncerner med dotterbolag i utlandet*, 2024) framgår att marknaderna som toppar dotterbolagens

SVENSKA FÖRETAGS UTLANDSFÖRSÄLJNING INRIKTAD MOT EUROPA OCH USA

Svenska dotterbolags intäkter på utlandsmarknaden, andel per region i procent, 2022



försäljning och de största marknaderna för den svenska tjänsteexporten till stor del sammanfaller. USA, Tyskland, Norge, Finland, Storbritannien och Danmark är de sex största marknaderna för dotterbolagens försäljning. De är också de sex största marknaderna för den svenska tjänsteexporten, om än i annan ordningsföljd.

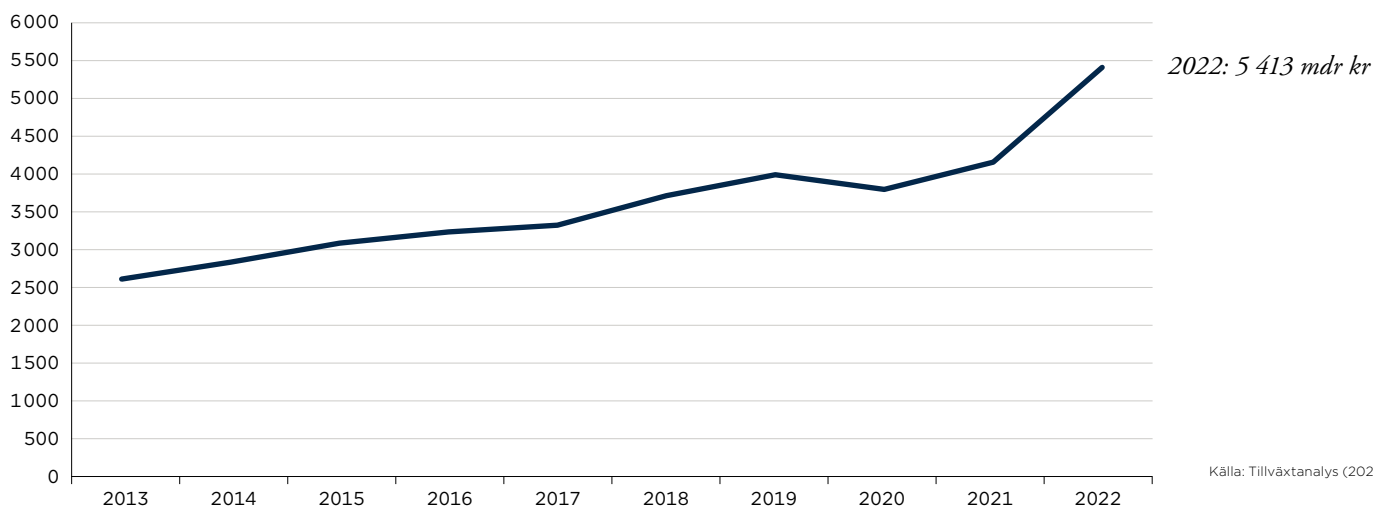
En undersökning på uppdrag av Business Sweden utförd av extern forskare (*Utlandsförsäljningen och utrikeshandeln*, 2020, ej publicerad) visar att tjänsteexporten ökar med hela 0,4 procent för varje procent som de svenska dotterbolagen ökar sin försäljning på utlandsmarknaden, detta för internationellt verksamma företag inom tillverkningsindustrin under perioden 2007–2015.

Resultaten är preliminära och ska tolkas med försiktighet.

En sannolik förklaring till sambandet är att dotterbolagens expansion ger ökad efterfrågan på koncerninterna tjänster från huvudkontoret i Sverige, som rapporteras som export i tjänsteslagen *Affärstjänster* och *Licenser och avgifter*. Men naturligtvis kan även annan typ av tjänsteexport från Sverige, från externa leverantörer, efterfrågas av dotterbolagen. Kartan ovan visar fördelningen av de svenska dotterbolagens omsättning per region, medan diagrammet nedan visar den mycket snabba ökningen av dotterbolagens totala omsättning i utlandet under perioden 2013–2022.

KRAFTIG ÖKNING AV SVENSKA FÖRETAGS UTLANDSFÖRSÄLJNING

Svenska dotterbolags intäkter på utlandsmarknaden, 2013–2022, miljarder kr



2 DIGITALISERING

Digitalisering är en aktivitet där analoga processer, varor eller tjänster omvandlas till digitala format, ofta med hjälp av datorer, sensorer och mjukvara, i syfte att dessa ska bli effektivare, snabbare, mer tillgängliga och användbara.

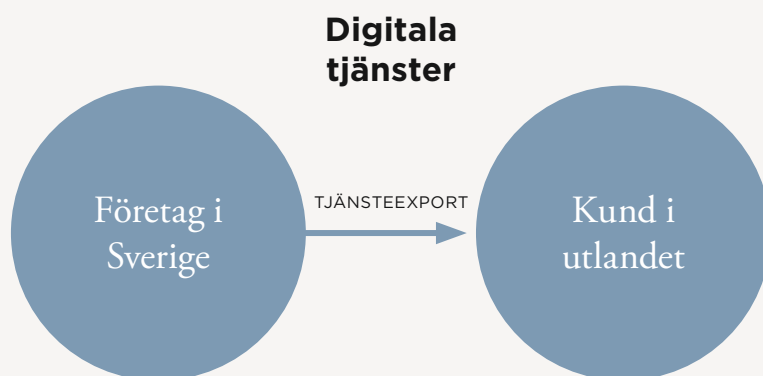
Digitaliseringen har en djupgående och kraftigt expanderande effekt på tjänsteexporten. Den har förändrat vad som kan exporteras, hur exporten går till och vilka aktörer som kan delta i den globala handeln med tjänster.

Den snabba ökningen i Sverige av tjänsteföretag som levererar digitala tjänster och lösningar har bidragit starkt till ökningen av tjänsteexporten, se

diagrammet nedan som visar den stegrande utvecklingen av underkategorin *Datatjänster* inom *IT- och telekomtjänster*. Under senare år har inte minst försäljningen av digitala tjänster till konsumenter på utlandsmarknaden ökat mycket, med tjänster som erbjuder streaming av film, musik och dataspel, se utvecklingen av tjänsteexporten i underkategorin *Personliga tjänster* inom *Övriga tjänster*, i diagrammet på nästa sida.

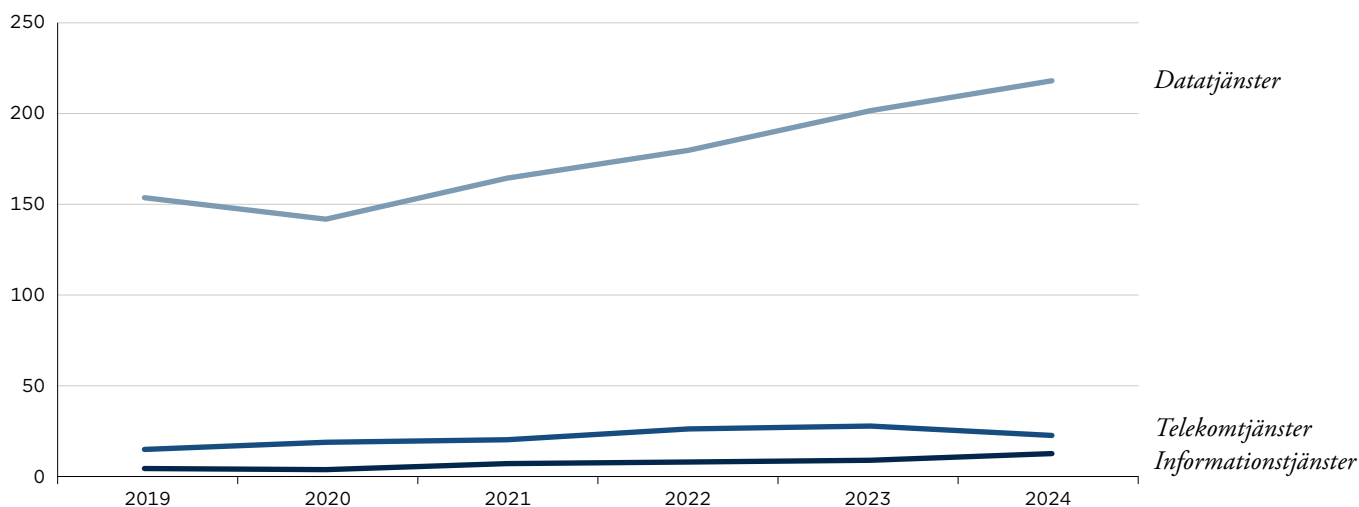
Med digitaliseringen kan tjänster levereras globalt och i realtid. Fler typer av tjänster har blivit exporterbara. Digitala kanaler möjliggör för företag i Sverige att sälja tjänster till kunder över hela världen utan fysisk närvaro, till exempel konsulttjänster, utbildningstjänster, programvaror, support, dataanalys och design. Digitala tjänster är

DRIVKRAFT 2: DIGITALISERING



DATATJÄNSTER DOMINERAR INOM IT- OCH TELEKOMTJÄNSTER

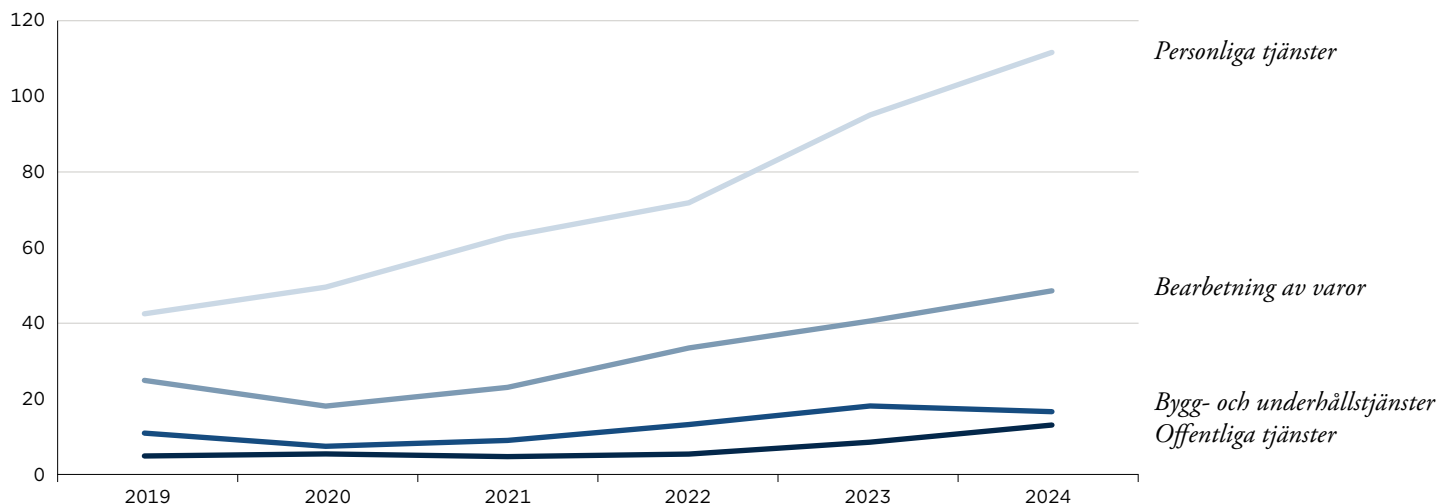
Sveriges export av IT- och telekomtjänster, fördelning per kategori, miljarder kr, 2019–2024



Källa: SCB (2025)

PERSONLIGA TJÄNSTER ACCELERAR MED DIGITALISERINGEN

Sveriges export av Övriga tjänster, fördelning per kategori, miljarder kr, 2019–2024



Källa: SCB (2025)

skalbara, vilket innebär att tjänsteexporten kan växa i omfattning utan att företagens kostnader eller komplexiteten i produkterna ökar i samma takt. Tjänsteföretag kan nå kunder på utlandsmarknaden genom e-handelsplattformar, appbutiker samt genom egna digitala kanaler som webbsidor och sociala medier. Även små företag kan bli internationella aktörer.

Plattformsbaserade affärsmodeller återfinns såväl i tillverkningsindustrin som i tjänstesektorn.

En svensk tillverkare kan erbjuda en digital plattform för tredjepartsutveckling, betaltjänster, support eller licenser för sina utländska kunder. På samma sätt kan renodlade tjänsteföretag bygga digitala plattformar utformade för möten med kunder och leverantörer i utlandet. I tjänstesektorn går utvecklingen mot helhetslösningar, abonnemang och automatiserade samt AI-drivna tjänster, liksom franchising av digitala koncept lämpliga för utlandsmarknaden.



3 NYA AFFÄRSMODELLER

I takt med globaliseringen, digitaliseringen och ökande hållbarhetskrav har nya affärsmodeller vuxit fram i tillverkningsindustrin. Dessa modeller skiljer sig från traditionell varuförsäljning genom att fokusera på värde, tjänster, data och kundrelationer snarare än enbart på fysiska produkter. Tjänsteförsäljning, och därmed tjänsteexporten i de fall det handlar om en kund på utlandsmarknaden, har därmed blivit en strategisk del av modern tillverkningsindustri.

Product-as-a-Service är ett exempel på tjänstefieringen inom tillverkningsindustrin, där försäljningen övergår från en vara till en funktion. Istället för en engångsförsäljning exporterar företag löpande funktionalitet, till exempel maskintid, ljus, kompressorluft eller tryckkapacitet. Tjänsteexporten genereras genom företagets tjänsteavtal med utländska kunder.

Samtidigt möjliggör *Internet of Things* (IoT) i kombination med kraftfull datakommunikation effektiv fjärrleverans av tjänster. Genom uppkopplade produkter kan svenska tillverkare övervaka och styra utrustning på utlandsmarknaden i realtid. De kan också erbjuda datadrivna analyser, felsökning och rådgivning, alltså tjänster som inte kräver fysisk närvaro. Det möjliggör export av avancerade tjänster till kunder över hela världen.

Många företag i tillverkningsindustrin bygger in mjukvara och AI i sina produkter. När dessa tjänster licensieras eller uppdateras på distans på utlandsmarknaden, rapporteras det som tjänsteexport. Cirkulära modeller främjar återkommande tjänsteexport, då produkter hyrs ut, repareras, uppgraderas och återanvänds. De skapar behov av logistiklösningar, fjärrdiagnostik, servicetjänster och digital uppföljning, ofta över nationsgränser.

HITTILLS BEGRÄNSAT GENOMSLAG

Tillverkningsindustrins experimenterande med nya affärsmodeller har än så länge gett ett begränsat avtryck i tjänsteexporten. Många varuproducerande företag har organisatoriska och

affärsgrundade utmaningar i en omställning till mer av tjänsteproduktion. Det är inte självklart att nya affärsmodeller med tjänster i fokus automatiskt innebär ökad omsättning, vinst och konkurrenskraft för alla industriföretag.

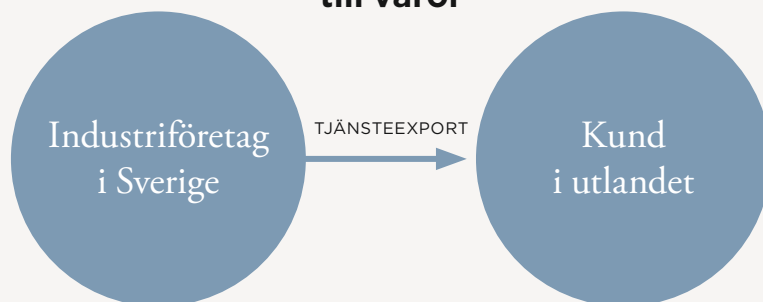
Det framgår också av Business Swedens intervjuer med ett antal ledande svenska industriföretag att tjänsteexporten till externa kunder från företagets verksamhet i Sverige än så länge är mindre skala. Den absoluta merparten av företagets tjänster till utländska kunder utförs och faktureras lokalt av dotterbolagen på utlandsmarknaden. Vissa licenser och abonnemang exporteras dock från Sverige och rapporteras som tjänsteexport, liksom visst IT-stöd.

En hittills opublicerad del av en enkätundersökning utförd av Origo Group på uppdrag av Business Sweden ([Kronan, priserna och geopolitiken](#), 2024) visar att 15 procent av de intervjuade svenska industriföretagen exporterade tjänster till externa kunder i utlandet. Av dessa uppgav 60 procent att tjänsteexporten var betydligt mindre än varuexporten, och 22 procent uppgav att den var något mindre. Endast 9 procent i denna grupp svarade att tjänsteexporten var betydligt eller något större än varuexporten.

Som redogjorts för tidigare i rapporten visar diagrammet på sidan 9 att tillverkningsindustrin svarade för en femtedel av den svenska tjänsteexporten 2023. Trots framväxten av nya affärsmodeller inom industrin, mot ökat tjänsteinnehåll i produkterbjudandet, har denna andel varit mer eller mindre oförändrad det senaste decenniet. En möjlig förklaring är att expansionen endast hållit jämna steg med de snabbt framväxande digitala tjänsterna som erbjuds av renodlade tjänsteföretag. En annan förklaring är att industrins omställning delvis kamoufleras av den industrinära tjänstesektorn. Den understödjer industrins nya affärsmodeller men rapporterar tjänsteexporten från sin branschtillhörighet i tjänstesektorn, se bland annat rapport från Industriarbetsgivarna om sammanflätningen i värdekedjor av varu- och tjänsteproduktionen (*Många nya jobb direkt och indirekt tack vare industrin och dess gröna omställning*, 2023).

DRIVKRAFT 3:
NYA AFFÄRSMODELLER

Tjänster kopplade till varor





*We help Swedish companies grow global sales and
international companies invest and expand in Sweden.*

BUSINESS-SWEDEN.COM

BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 info@business-sweden.se
www.business-sweden.com