

Sydkoreas SMF-politik

- exempel på stödprogram för etablerade SMF genom upphandling och exportfrämjande

november 2014

För ytterligare information kontakta: Niklas Z Kviselius eller Yoonjin Cho
Telefon: +81 80 4189 1276
E-post: niklas.kviselius@tillvaxtanalys.se



Innehåll

1	Sammanfattning.....	5
2	Inledning och bakgrund till Sydkoreas SMF-politik.....	6
3	Offentlig upphandling som driver marknadstillträde för forskningsintensiva SMF	9
3.1	Small and Medium Business Administration är ansvariga för Sydkoreas SMF-politik.....	9
3.2	SMF har en privilegierad ställning i offentlig upphandling.....	9
3.3	Program of procurement contingent product development – ett matchningsprogram mellan SMF som leverantör och storföretag/offentlig sektor som kund	10
3.3.1	Bakgrund och omfattning	10
3.3.2	Hur programmet drivs	11
3.3.3	Den statliga finansieringen per projekt – två typer	11
3.3.4	Utvärdering och företagstyper	11
4	Globalisering av högpresterande SMF - World Class 300	13
4.1	Bakgrund, målsättning, och finansiering.....	13
4.2	Sökandet efter "Hidden Champions" utmärkande exempel.....	14

1 Sammanfattning

Politik för små och medelstora företag (SMF) började prioriteras i Sydkorea under 1990-talet och en uppsjö av statliga initiativ för att hjälpa SMF har ackumulerats sedan dess. Ett stort upplevt problem ur ett politiskt perspektiv är att produktiviteten i små och medelstora företag har successivt minskat jämfört med de stora företagen sedan 1990-talet. En relativt ny trend i SMF-politiken i form av att prioritera förbättring av förutsättningarna för högpresterande (och ofta forskningsintensiva) medelstora företag.

SMF har enligt lag en privilegierad ställning i offentlig upphandling. Denna ställning bevakas av myndigheten/departementet Small and Medium Business Administration som ansvarar för SMF-strategier. Offentlig upphandling används särskilt för att driva marknadstillträde för forskningsintensiva SMF. Bland annat regleras hur mycket av inköp offentlig sektor ska göra från SMF.

”Program of procurement contingent product development” är ett matchningsprogram mellan SMF som leverantör och storföretag/offentlig sektor som kund. Genom programmet har SMBA har stött 1 580 projekt med 2,3 miljarder kronor under perioden 2002 till 2012. SMBA har för 2014 satt av en budget på 571 miljoner kronor för programmet. Programmet är utformat enligt en process där stora företag och/eller myndigheter först föreslår ett specifikt teknikutvecklingsbehov. Sedan väljer SMBA ut intresserade SMF för ändamålet, och går för dessa in med utvecklingsfinansiering. En målsättning med programmet är att på detta sätt förenkla marknadsinträde för SMF som annars kan ha svårigheter med detta direkt efter att en produkt är utvecklad. Det ska även kunna gynna de deltagande större företagen och myndigheterna genom tillgång till innovativa och kostnadseffektiva tekniska lösningar framtagna i landet.

”World Class 300” är ett av de större aktiva programmen inriktade på högpresterande SMF. Det syftar till att stödja SMF, inom både traditionell och ny industri, som har visat teknikinnovationsförmåga och potential för global tillväxt. World Class 300 tillhandahåller anpassade tjänster till utvalda företag genom 26 program som involverar drygt 20 statliga myndigheter och institut med en total statlig finansiering på 4,7 miljarder kronor. Ett utmärkande exempel på ett delprogram under World Class 300 är programmet ”The Hidden Champion Initiative”, med syfte att skapa 100 sydkoreanska ”Hidden Champions” inom en tioårsperiod. Målet är att hjälpa utvalda SMF att utvecklas till globala företag med mer än två miljarder kronor (300 miljoner USD) i exportintäkter.

2 Inledning och bakgrund till Sydkoreas SMF-politik

Politik för små och medelstora företag (SMF) började prioriterats i Sydkorea under 1990-talet och en uppsjö av statliga initiativ för att hjälpa SMF har ackumulerats sedan dess. Från och med 2010 finns även flera stödprogram skräddarsydda för just den grupp högpresterande mellanstora företag som förväntas ha störst tillväxtpotential framöver.

Fram till 1990-talet hade den statsdrivna ekonomiska utveckling i Sydkorea främst fokuserat på stöd till stora företag och särskilt åtgärder som förväntades leda till ökad export. Den sydkoreanska ekonomin är fortfarande till stor del beroende av dessa stora företagskonglomerats framgångar, vilket gör den påverkas i hög grad om konglomeraten får problem.

Detta har gjort att intresset har ökat för att diversifiera ekonomin genom att skapa en mer robust bas av produktiva, mindre företag i landet.¹ Det beror dels på Kinas framväxt som stark konkurrent inom ett ökande antal av Sydkoreas industrikonglomerats tidigare styrkeområden, dels på inträdet i WTO 1995, som tvingade Sydkorea att börja konkurrensutsätta större delar av sin tidigare skyddade SMF-sektor.

Under den nuvarande regeringen, ledd av president Geun-Hye Park, har SMF-politiken fått ännu mer utrymme i linje med de nya strategiska mål som presenterats i regeringens nationella huvudstrategi "Creative Economy". Det finns i strategin stora förhoppningar på nystartade företag att bli framtida jobbskapare och på dagens redan framgångsrika SMF att fortsätta växa och agera som förändringsagenter för att minska de strukturella problemen i den sydkoreanska industrin, och bli nya ledare i den nationella ekonomin.

För närvarande ligger det totala antalet SMF i Sydkorea på drygt tre miljoner företag, och de står för 88 procent av den totala sysselsättningen. Den totala omsättningen i landets SMF uppgör endast 35 procent av den totala omsättningen för landets företag och stora företag står för resterande 65 procent.² Ett stort upplevt problem ur ett politiskt perspektiv är att produktiviteten i små och medelstora företag har successivt minskat jämfört med de stora företagen sedan 1990-talet. Arbetsproduktiviteten hos SMF låg under 1990-talet på mediokra 52 procent jämfört med stora företag, men hade 2008 sjunkit till ännu sämre 33 procent.³

Ur den rika flora av SMF-stöd som kan hittas i Sydkorea finns en relativt ny trend i SMF-politiken i form av att prioritera förbättring av förutsättningarna för dels medelstora företag som grupp, och särskilt det tunna gränsskikt av företag som befinner sig nära definitionen för ett stort företag. Beteckningen "högpresterande" SMF antyder att de tydligt står ut med avseende på främst lönsamhet och exportframgångar. Gruppen av företag som anses mest intressant av landets administratörer för SMF-stöd, är företag som ligger mycket nära eller redan passerat några av kriterierna för ett större företag, men även betydligt mindre företag som visar exceptionella resultat är intressanta.

¹ Oh, Chul-ho, et al (2012) Fifty-year history of SME policy and its implications for the future, the Korean Association for Policy Studies

² Hämtad från http://stat2.smba.go.kr/ss_html/5_index/index_list2.jsp?op=search&l_cd=01

³ Kim, Joohoon (2012) Analysis on polarization between large companies and SMEs, KDI Focus, no.16 http://eiec.kdi.re.kr/report/focus_view.jsp?pub_no=12365

Redan 2010, under den föregående regeringen, antogs en strategi för att ”vårda globala högpresterande medelstora företag”. Program som startades då har fortsatt och även förstärkts under den nya regeringen. Intresset för att bättre synliggöra och stödja redan framgångsrika medelstora företag har gradvis ökat, och gruppen som helhet bedöms ha tillväxtpotential utöver den nuvarande situationen. Medelstora företag utgjorde endast 0,04 procent (eller 2 505 företag) av det totala antalet företag i Sydkorea 2012. Definitionen skiljer sig mellan olika länder, men icke desto mindre anser sydkoreanska politiker att andelen medelstora företag inom den sydkoreanska industrin är proportionellt liten jämfört med andra länder som exempelvis Sverige, Tyskland, Kina, och Japan som nämns i Sydkorea som jämförelse.⁴

Många mindre sydkoreanska företags framgångar stammar från den nyckelroll de spelar som leverantörer av komponenter och tjänster till ledande industrikonglomerat som Samsung, LG och Hyundai. Trots ofta god teknikhöjd och innovationskraft har dessa företag inte haft någon exponering på marknader utanför landet, och är i stort sett okända internationellt, vilket gett dem ett handikapp vad gäller tillväxt genom försäljning utomlands. Därför är många av de insatser som staten gör för att stödja dessa företag inriktade på att just öka deras kapacitet för internationella kontakter.

Programen som tas upp nedan är enbart exempel på statliga insatser inom SMF-politik, ur ett överflöd av finansiella och icke-finansiella stödåtgärder, skattelättnader, och regelförenklingar som sedan 1990-talet riktats mot SMF. Att det statliga stödet i sig skulle kunna vara en bromskloss för dessa företags tillväxt har allt mer blivit tydligt och getts namnet Peter Pan Syndromet. Problemet består i korthet av att företagen är ovilliga att lämna de fördelar som en klassning av SMF innebär och exempelvis undviker att öka den fasta personalen. Under 2014 genomförs därför en reform gällande den grundläggande definitionen av ett SMF genomförs för att mildra effekterna av Peter Pan Syndromet.

SMF har hittills definierats baserat på antalet anställda, kapital eller försäljning, med nivåer som skiljer sig åt beroende på industrisektor. För ett tillverkningsföretag gäller exempelvis att antalet anställda ska understiga 300 och kapitalet vara mindre än 53 miljoner kronor (8 miljarder KRW). För ett SMF inom gruvdrift, bygg och transport gäller att antalet anställda understiger 300 och kapital understiger 20 miljoner kronor (3 miljarder KRW). När ett företag går över dessa gränser förlorar det per automatik sin SMF-status. Detta medför i praktiken att det växande företaget över en natt förlorar upp till 160 olika fördelar såsom skattelättnader, avdrag och förmånsstatus i offentlig upphandling.

En undersökning riktad till företagen som genomförts av Federation of Korean Industries (FKI), bekräftar att en betydande anledning till motviljan för SMF att utvecklas till stora företag är vad de kallade den "institutionella svårigheter" såsom, förlust av finansiella förmåner (vilket angavs av 25 procent av de svarande), och ökande regelbörda inklusive striktare bokföringsregler och revisioner (22 procent).

För att råda bot på Peter Pan Syndromet, introducerades i april 2014 en ny definition för små och medelstora företag. Definitionen är ett paradigmskifte då den ersätter de tidigare inputindikatorerna, som antalet anställda och kapital, med outputindikatorn försäljning. En förväntad effekt på detta är att företagen inte längre tvekar att nyanställa. Reformen innehåller även andra förändringar som ska skapa en mjukare övergång till att klassas som

⁴ KB Daily Tillgänglig:

https://www.kbfg.com/kbresearch/index.do?alias=vitamin&viewFunc=default_details&categoryId=3&boardId=306&articleId=1002282

stort företag. I det nya regelverket som håller på att utformas ska ett företag som inte länge klassas som SMF, kunna behålla sin status som SMF gentemot statens stödprogram under en övergångsperiod om tre år.

3 Offentlig upphandling som driver marknadstillträde för forskningsintensiva SMF

3.1 Small and Medium Business Administration är ansvariga för Sydkoreas SMF-politik

1996 skapades ”kvasi-departementet” Small and Medium Business Administration (SMBA) genom att bryta ut en avdelning från näringsdepartementet, och inrätta en särskild organisation ledd av en vice-minister. SMBA har sedan dess varit ansvariga för att utarbeta statens strategier för SMF, men även för koordinering och utvärdering av en rad andra utförande myndigheter. SMBA kan sägas ha en utredande, finansierande, koordinerande, men även utförande (inklusive egen forskning) roll i Sydkoreas SMF-politik. SMBA har även regionala kontor på elva platser för att främja utvecklingen av lokala SMF i samarbete med andra regionala stödorganisationer. SMBAs budget för 2014 är 49 miljarder kronor (7017 miljarder KRW).⁵

3.2 SMF har en privilegierad ställning i offentlig upphandling

Volymen på offentlig upphandling i Sydkorea under 2013 uppgick till 861 miljarder kronor (125 biljoner KRW), vilket utgör cirka nio procent av Sydkoreas BNP på knappt 10 biljoner kronor.⁶

SMF har i Sydkorea sedan länge haft en privilegierad ställning inom den offentliga upphandlingen. Tanken är att genom att låta den offentliga sektorn involvera de mindre företagen i offentliga upphandlingar, så kan dessa stödjas till att utöka sina avsättningsmarknader. SMBA genomför därför flera program på detta tema, med stöd av lagen “Act on Facilitation of Purchase of Small and Medium Enterprise Manufactured Products and Support for Development of Their Markets”, antagen redan 1994.

Det mest uppenbara exemplet är SMBA:s lista med produkter och tjänster som endast SMF får leverera till den offentliga sektorn. I lag regleras även att vissa offentliga organisationers (504 stycken år 2013) inköp till 50 procent måste komma från landets SMF, och över tio procent måste vara produkter och tjänster som är resultatet av forskning och utveckling utförd av SMF. Regeringen övervakar enligt uppgift noga organisationernas efterlevnad av denna upphandlingslagstiftning.⁷

Ett annat exempel är SMBA:s särskilda förmånliga lån kopplade SMF:s deltagande i offentliga upphandlingar (“public procurement loan”), och som erbjuds tillsammans med flera affärsbanker. Lånevillkoren innebär bland annat lånefinansiering med upp till 80 procent av avtalspris, inget krav på garantier, och låg ränta på cirka 3,5 procent.⁸

För att ytterligare stärka de offentliga institutionernas roll i skapandet av tidiga marknader för forskningsintensiva produkter, enades år 2013 SMBA och Sydkoreas ansvariga

⁵ Hämtad från SMBA:s hemsida

http://smba.go.kr/board/boardView.do?board_id=SMBA_PUBLIC_51&seq=44313&pageIndex=1&searchCondition=&searchKeyword=&pageUnit=10&mc=usr0001080

⁶ Hämtad från Public Procurement Service hemsida:

<http://www.pps.go.kr/kor/jsp/offerData/statistics/statistics01.pps>

⁷ PPS (2013) Introduction of Public Procurement Systems for SMEs:

<http://www.pps.go.kr/kor/jsp/offerData/statistics/statistics01.pps>

⁸ Hämtad från SMBA:s hemsida

http://www.smba.go.kr/kr/policy/support/supportView.do?mc=usr0001049&brd_id=A05000&seq=236

myndighet för offentliga upphandlingar, Public Procurement Service (PPS), för den gemensamma strategin "Measures to Promote the Public Procurement of New Technology Products". Samarbetets och strategins huvudmålsättningar är att minska de problem som många SMF har att generera faktisk försäljning efter en framgångsrik produktutveckling. Åtgärderna syftar i stort till att försöka utöka inköp av sådana varor från offentliga institutioner.

Några av de konkreta åtgärder som ingår i strategin är⁹;

- starkare incitament för offentliga institutioner att köpa av SMF genom att lyfta fram framgångsexempel,
- ge utmärkelser och extra poäng i utvärderingar för institutioner som ökar andelen inköp från forskningsintensiva SMF,
- modifiera principen om att alltid behöva anta lägsta pris genom att sätta ett minimipris för upphandlingar av vissa produkter och tjänster,
- öka incitament för SMF att delta i fler offentliga upphandlingar genom att ge dessa ökade möjligheter till subventionerad kompetensutveckling,
- öka rapportskräven på alla offentliga institutioner i form av ett omfattande styrkort vad gäller inköp av produkter/tjänster från SMF, som ska ingå i institutionens årliga redovisning.

Genom åtgärderna räknar regeringen med att bättre stödja kommersialisering av forskningsintensiva produkter och bygga en "tillväxttrappa" för högteknologiska SMF att använda den inhemska marknaden för offentlig upphandling som en språngbräda för export. SMBA förväntar sig att åtgärderna kommer att öka försäljningen av forskningsintensiva produkter med 37 miljarder kronor (5 400 miljarder KRW) och skapa 48 000 högkvalitativa jobb innan 2017.

3.3 Program of procurement contingent product development – ett matchningsprogram mellan SMF som leverantör och storföretag/offentlig sektor som kund

3.3.1 Bakgrund och omfattning

SMBA driver programmet "Procurement Contingent Product Development" sedan 2002. Programmets kärna ligger i att hjälpa till med kontaktskapande och matchning mellan SMF som leverantör och större företag eller myndigheter som kunder till nya produkter. En målsättning med programmet är att på detta sätt förenkla marknadsinträde för SMF som annars kan ha svårigheter med detta direkt efter att en produkt är utvecklad. Det ska även kunna gynna de deltagande större företagen och myndigheterna genom tillgång till innovativa och kostnadseffektiva tekniska lösningar framtagna i landet. 2014 har SMBA satt av en budget på 571 miljoner kronor (81,5 miljarder KRW) för programmet.¹⁰

Programmets grundar sig i den debatt, som nämnts i inledningen, om "delad tillväxt" (som intensifierats efter senaste regeringsbytet), där landets offentliga stödssystem, och

⁹ Retrieved from SMBA webpage:

http://www.smba.go.kr/board/boardView.do?board_id=SMBA000006&seq=43070&pageIndex=4&searchCondition=&searchKeyword=&pageUnit=10&mc=usr0001705

¹⁰ Retrieved from

http://smba.go.kr/kr/policy/support/supportView.do?mc=usr0001048&brd_id=A04000&seq=277

ekonomiska tillväxt, till stor del kommit de exportinriktade industrikonglomeraten till nytta. Det finns ett behov av att internationalisera (och även konkurrensutsätta) de inhemska mindre företagen. Dessa har länge upplevts vara alltför beroende av sin, ofta framgångsrika, status som industrikonglomeratens leverantörer, men har kanske just därför inte haft nog incitament att stå på egna ben och växa på andra marknader.

En annan konvergerande diskussion är i de fall Sydkoreansk industri inte haft tillgång till egna leverantörer inom ett område. I de fallen har behovet av att importera teknik och komponenter allt mer ansetts inte gagna landets tillväxt, och en mer diversifierad SMF-sektor skulle innebära att mer ekonomiskt värde skulle stanna i landet.

3.3.2 Hur programmet drivs

Programmet är utformat enligt en process där stora företag och/eller myndigheter först föreslår ett specifikt teknikutvecklingsbehov. Sedan väljer SMBA ut intresserade SMF för ändamålet, och går för dessa in med utvecklingsfinansiering.

Mer konkret börjar processen med att SMBA cirkulerar en enkät till storföretag och myndigheter om efterfrågan på nya lösningar. Intresserade parter kommunicerar en sorts köpintention, genom att i enkäten besvara vilken typ av nya produkter eller ny teknik som de efterfrågar. SMBA bearbetar svar, presenterar dessa för SMF, och öppnar sedan upp för intresserade SMF som anser sig kunna svara emot uppställda behov att skicka in ansökningar för att delta i ett specifikt projekt.

Processen för hela programmet fortgår löpande ända tills SMBAs för programmet avsatta budget är slut för året. Matchningen mellan efterfrågad innovation och SMF sköts via en internetportal som uppdateras och underhålls av SMBA.

3.3.3 Den statliga finansieringen per projekt – två typer

Finansieringen för varje utvalt projekt är uppbyggd så att SMBA erbjuder utvecklingsfinansiering upp till 75 procent av projekten när det rör sig om projekt med SMF och en myndighet. Om projektet är ett samarbete mellan ett SMF och ett större företag finansierar SMBA 55 procent av projektkostnaden, medan SMF får bära 25 procent av kostnaden och det stora partnerföretaget 20 procent. I båda fall innebär det i praktiken att SMF endast behöver bära en fjärdedel av utvecklingskostnaden jämfört med om utvecklingen togs helt på egen hand utan kundfinansiering eller statligt stöd. Finansiering från SMBA per projekt har en övre gräns på 3,5 miljoner kronor (500 miljoner KRW), och projektets planerade tidsram ska understiga två år.

Det finns även ett omvänt, eller utbudsdrevet, spår till finansiering, där ett SMF med en idé själva kan föreslå ett utvecklingsprojekt till potentiella kunder/utvecklingspartners. Om en kund nappar på ett av förslagen, finansierar SMBA 75 procent av projektets utvecklingskostnader (resterande 25 procent ska finansieras av sökande SMF), men då med en övre gräns på 1,8 miljoner kronor (250 miljoner KRW), och en tillåten planerad tidsram på projektet på understigande ett år.

3.3.4 Utvärdering och företagstyper

Genom ”Procurement Contingent Product Development” har SMBA har stött 1 580 projekt med 2,3 miljarder kronor (334 miljarder KRW) under perioden 2002 till 2012.

Programmet hade de första åren helt inriktning mot mer innovativ upphandling av myndigheter relaterade till försvarsmakten. Det har sedan dess blivit mer diversifierat vad

gäller inriktning och branscher, i takt med att många stora företag lockats av den skattefinansierade subventionen av utvecklingskostnader (om så indirekt via ett SMF), men även av möjligheten att få tillgång till en öppnare innovationsprocess än de egna utvecklingsavdelningarna. Andelen stora företag, jämfört med myndigheter, har därmed gradvis ökat, och för närvarande är 60 procent av projekten är ett samarbete mellan SMF och stora företag.¹¹

Mest intresse har visats från storföretag, och störst andel framgångsrika exempel återfinns, inom maskintillverkning/tung utrustning. SMBA bedömer att en förklaring till övervikten av projekt inom tillverkningsindustri, jämfört med tjänsteindustri, är att längden på utvecklingscykler påverkar. Tillverkningsindustrin/maskintillverkning har relativt långa utvecklingscykler, och det anses svårare för ett SMF att klara av de korta utvecklingscyklerna i mer snabbbrörliga branscher, som till exempel mjukvaruutveckling. Det finns dock undantag, som till exempel utvecklingen av ett nytt logistiksystem med starka inslag av integrerad mjukvaruutveckling.¹²

SMBA har genomfört en utvärdering avgränsad till just försvarsrelaterade projekt i programmet mellan år 2002-2011. Försvarsindustrin valdes just då detta område från programmets start varit ett betydande inslag. Utvärderingen är inte offentlig då den innehåller affärskritiska och detaljerade uppgifter om företagens utvecklingsbudgetar. Men huvuddragen visar att SMBA under perioden totalt investerat i 162 försvarsrelaterade projekt. 84 av dessa bedöms som framgångsrika, enligt kriteriet att den tekniska målsättningen uppnåtts, och en kommersialiserbar produkt/tjänst/teknik blivit resultatet av utvecklingen. Framgångskriteriet från SMBAs sida innebär således inte att projektet lett till att en längre kundrelation som överlevt projektets tidsram. Totalt har SMBA gått in med 89 miljoner kronor (12,7 miljarder KRW) i finansiering för dessa projekt under perioden, och det skapade värdet för projekten uppgår till cirka 2,2 miljarder kronor (319 miljarder KRW), det vill säga upplevd 25 gångers utväxling på investerade skattepengar.

I utvärderingens beräkning av skapat värde ingår 707 miljoner kronor (101 miljarder KRW) i faktisk försäljningen från deltagande SMF till storföretag eller myndigheter, 1,1 miljarder kronor (153 miljarder KRW) i kostnadsbesparingar som innovationerna orsakat, samt 455 miljoner kronor (65 miljarder KRW) i import-substituteffekter där innovationerna kunnat ersätta tidigare använda utländska lösningar.

Ser vi på den totala försäljningen på 707 miljoner kronor för deltagande SMF bestod den till 75 procent av försäljning till stora försvarsindustriföretag som underleverantör, 12 procent av kontrakt direkt med den statliga försvarsmaterielmyndigheten DAPA (Defense Acquisition Program Administration), och resterande 13 procent var övrig försäljning.

Utvärderingen visade att det hade skapats 373 jobb i 73 deltagande SMF under perioden.¹³

¹¹ Intervju med Won-chul JUNG, Deputy Director, on October 29, 2014

¹² Intervju med Hyung-ryul LIM, Director of Procurement R&D support division, Large & Small Business Cooperation Foundation

¹³ Press release 13 juni 2013 från SMBA. Tillgänglig:

http://smba.go.kr/board/boardView.do?board_id=SMBA_NEWS_32&seq=41678&pageIndex=7&searchCondition=&searchKeyword=&pageUnit=10&mc=usr0001031

4 Globalisering av högpresterande SMF - World Class 300

4.1 Bakgrund, målsättning, och finansiering

Ett av de större aktiva programmen inriktade på högpresterande SMF är ”World Class 300”, som syftar till att stödja små och medelstora företag, inom både traditionell och ny industri, som har visat teknikinnovationsförmåga och potential för global tillväxt. Detta program har som uttalat syfte att hjälpa vidareutveckla SMF till världsklassnivå genom ett antal stödpaket inklusive för finansiering av FoU och personalrekrytering, samt tillgång till rådgivning med externa konsulter inom företagsstyrning inklusive global marknadsföring. World Class 300 tillhandahåller dessa anpassade tjänster till utvalda företag genom 26 program som involverar drygt 20 statliga myndigheter och institut med en total statlig finansiering på 4,7 miljarder kronor (700 miljarder KRW). Grundkriterier för berättigande till detta stöd är att företaget antingen haft årlig tillväxt på över 15 procent de senaste fem åren eller haft mer än två procent i FoU-utgifter under de senaste tre åren. Sedan 2011 har 156 företag valts ut, och ytterligare företag kommer att väljas ut för att nå 300 totalt innan år 2020.¹⁴

Tabell 1 visar på den stora bredden på offentliga organisationer som deltar med stödfunktioner (teknikutvärdering, marknadsexpansion, rekrytering, finansiering, rådgivning) till de SMF som valts ut att delta i programmen under World Class 300.

Tabell 1. Deltagande offentliga organisationer, och deras stödområden, i program under World Class 300. Källa: SMBA (2014)¹⁵

Kategori	Stödfunktion	Institution
Technology	World class enterprises R&D support	Korea Evaluation Institute of Industrial Technology
Market expansion	Globalization of SMEs	Korea Trade and Investment Agency
	Parts and materials global partnership	Korea Institute for Advancement of Technology
HR	Job World: recruitment support	Industrial Bank of Korea
	HR support for Innovative SMEs	Korea Research Council for Industrial Science and Technology
	Foreign workforce recruitment	Small Business Corporation
	Recruitment of overseas professionals	Korea Trade and Investment Agency
Financing	K-sure global growth ladder program	Korea Trade Insurance Corporation
	KoFC Frontier Champ	Korea Finance Corporation
	Korean Hidden Champion program	Export-Import Bank of Korea

¹⁴ Intervju med Soonbai LEE, Deputy Director, High potential Enterprise Policy Division, Small & Medium Business Administration 16 June 2014

¹⁵ Hämtad från SMBA:s hemsida

http://www.smba.go.kr/kr/policy/support/supportView.do?mc=usr0001770&brd_id=A11000&seq=357

	IBK Export oriented enterprise program	Industrial Bank of Korea
	KDB global star	Korea Development Bank
	WC 300 enterprise support	Hana Bank
	WC 300 enterprise comprehensive support	National Agricultural Cooperative Federation
	World Class enterprise technology guarantee	Korea Technology Finance Corporation
	World Class enterprise credit guarantee	Korea Technology Credit Guarantee Fund
	New growth engine fund- investment seminar	Korea Institute for Advancement of Technology
	World Class enterprise payment guarantee support	Seoul Guarantee Insurance
Consulting	IBK Consulting	Industrial Bank of Korea
	Comprehensive support for production site	Korea Research Council for Industrial Science and Technology
	Education of listing & consulting	Korea Exchange
	IPR-focused technology acquisition consulting	Korea Intellectual Property Strategy Institute
	IP-R&D consulting for components and materials industry	Korea Intellectual Property Strategy Institute
	IP utilization consulting	Korea Invention Promotion Association
	Consulting on international IPR dispute	Korea Intellectual Property Protection Association
	World Class enterprise IP consulting	Intellectual Discoveries

4.2 Sökandet efter "Hidden Champions" utmärkande exempel

Ett utmärkande exempel på ett delprogram under World Class 300 är programmet "The Hidden Champion Initiative", detta med syfte att skapa 100 sydkoreanska "Hidden Champions" inom en tioårsperiod. Programmet har inspirerats av Hermann Simons forskning under 1990-talet, som kulminerade i boken "Hidden champions: lessons from 500 of the world's best unknown companies", med analys av 500 tyska SMF som trots sin ringa storlek tagit globala ledande positioner. The Export and Import Bank of Korea (Korea Eximbank) är ansvarig för att genomföra programmet. Korea Eximbank väljer löpande ut SMF med befintliga exportintäkter som har särskilt hög tillväxtpotential. Dessa SMF erbjuds sedan en rad finansiella och icke-finansiella tjänster, med målet att hjälpa företagen utvecklas till globala företag med mer än två miljarder kronor (300 miljoner USD) i exportintäkter. Sedan 2010 har Korea Eximbank delat ut ekonomiskt stöd med en total budget på 134 miljarder kronor (KRW 20 biljoner), vilket inte innefattar de program

som tillhandahåller icke-finansiella tjänster till företagen i form av rådgivning om internationell handelsrätt, importkreditanalys, och exportkonsulttjänster.¹⁶

¹⁶Korea Eximbank Hemsida Tillgänglig: 29 July 2014
http://www.koreaexim.go.kr/en/bbs/noti/view.jsp?no=10164&bbs_code_id=1316753474007&bbs_code_tp=BBS_2