Entreprenörskap i Sverige

Nationell Rapport 2011

GEM

ENTREPRENÖRSKAPS FORUM

Entreprenörskap i Sverige – Nationell rapport 2011

Sveriges GEM-team 2010 utgjordes av Pontus Braunerhjelm, professor Kungliga Tekniska Högskolan och VD Entreprenörskapsforum, ekon dr Per Thulin, Kungliga Tekniska Högskolan och Entreprenörskapsforum, docent Kristina Nyström, Ratio och Kungliga Tekniska Högskolan, Mikael Samuelsson, VD SSE Business Lab och lektor vid Handelshögskolan i Stockholm, samt Ulrika Stuart Hamilton, vice VD vid Entreprenörskapsforum.

Teamet önskar tacka GEMs generalsekreterare Kristie Seawright och hennes medarbetare i det globala koordineringsteamet. Vi vill särskilt nämna Yana Litovsky och Jeff Seaman för deras outtröttliga och envisa kvalitetsarbete med data och analyser från ett 60-tal länder.

GEM

ENTREPRENÖRSKAPS FORUM

© Entreprenörskapsforum, 2011
ISBN: 91-89301-33-1
Författare: Pontus Braunerhjelm (red.), Kristina Nyström, Per Thulin, Mikael Samuelsson, Ulrika Stuart Hamilton
Foto: iStockphoto
Grafisk form: Global Entrepreneurship Monitor/ETC Kommunikation
Produktion: ETC Kommunikation
Tryckeri: TMG Stockholm 2011

Citaten i rapporten är hämtade från världskonferensen ICSB 2011 “Back to the future” I Stockholm i juni 2011

Beställning:
Entreprenörskapsforum
Järntorgsgatan 3
703 61 Örebro
info@entreprenorskapsforum.

Rapporten kan också laddas ned från www.entreprenorskapsforum.se

Innehållsförteckning

1. Sammanfattning – Global Entrepreneurship Monitor 9

1.1 Några huvudresultat ur den globala undersökningen 12
1.2 Sverige i GEM 2010 17

2. Entreprenörskap i Sverige 2010 19

2.1 Entreprenöriell aktivitet 19
2.2 Entreprenöriell ambition 26
2.3 Entreprenöriella attityder och förväntningar 31

3. Nationella experters syn på förutsättningar för företagande 39

3.1 NES Sverige 2000 och 2010 41
3.2 Sverige i ett internationellt perspektiv – några jämförelser 42

4. Sverige i GEM 2001–2010: Sammanfattning och slutsatser 55

4.1 Sammanfattning 55
4.2 Ekonomisk-politiska slutsatser 57

5. Referenser 61

Appendix 1 GEM-metod 62

Appendix 2 Tabellbilaga 65

Appendix 3 Metod nationella expertundersökningen 83

Ordlista och terminologi 85

Förord

Entreprenörskapsforum har sedan 2010 ansvar för de årliga svenska undersökningarna inom ramen för forskningsprojektet Global Entrepreneurship Monitor, GEM. Resultaten presenteras i en global, sammanfattande årsrapport och i nationella rapporter från medverkande länder. Detta är den första svenska rapporten baserad på GEM-data sedan år 2000.

GEM är ett världsomspännande och unikt forskningsprojekt med syfte att årligen mäta och analysera entreprenöriell aktivitet i alla medverkande länder som pågått sedan 1999. I 2010 års globala undersökning konstaterades att 250 miljoner människor var involverade i företagande i tidiga skeden, varav ca 63 miljoner företagare planerade att anställa åtminstone fem personer de närmaste fem åren och 27 miljoner bedömde att de skulle komma att anställa minst 20 personer inom fem år. Detta är en illustration av entreprenörskapets betydelse för jobbskapande runtom i världen.

GEM ger en årlig och omfattande ögonblicksbild av företagande i världen genom att i ett stort antal länder mäta *attityder*, *aktiviteter* och *ambitioner* hos dess befolkningar. Likaså ägnas de ekonomisk-politiska förutsättningarna för entreprenörskap och innovation betydande uppmärksamhet i GEM-projektet och möjliggör internationella jämförelser.

För Sveriges del är det särskilt intressant att notera att förmågan att starta och driva företag, liksom möjligheter för detta, bedöms entydigt ha ökat under perioden och är också starka i ett internationellt perspektiv. Samtidigt är det faktiska nyföretagandet lågt vilket tyder på att ramvillkoren för entreprenöriell verksamhet fortfarande upplevs som svaga och att ingen entreprenörsdriven norm ännu etablerats i Sverige.

Det svenska GEM-teamet består av undertecknad (projektledare), Mikael Samuelsson, lektor på Handelshögskolan i Stockholm, docent Kristina Nyström, KTH och Ratio, Ulrika Stuart Hamilton, Entreprenörskapsforum samt ekonomie doktor Per Thulin, KTH och Entreprenörskapsforum. Från och med våren 2011 ersätts Mikael Samuelsson av professor Carin Holmquist, Handelshögskolan i Stockholm.

En ordlista över den terminologi som används i GEM undersökningen finner du på sidan 85 i rapporten.

Trevlig läsning!
Pontus Braunerhjelm

KÚBA
BELIZE
GUATEMALA
EL SALVADOR
NIKARAGUA
KOSTARIKA

1 Sammanfattning – Global Entrepreneurship Monitor

År 2010 genomfördes Global Entrepreneurship Monitor (GEM) för tolfte gången och dess globala rapport, som presenterades i januari 2011, kartlägger *attityder*, *aktiviteter* och *ambitioner* hos individer i 59 länder runtom i världen.[1] Undersökningen vände sig till 175000 individer, den hittills mest omfattande – såväl geografiskt som ekonomiskt. Urvalet representerar 52 procent av världens befolkning och 84 procent av världens BNP.

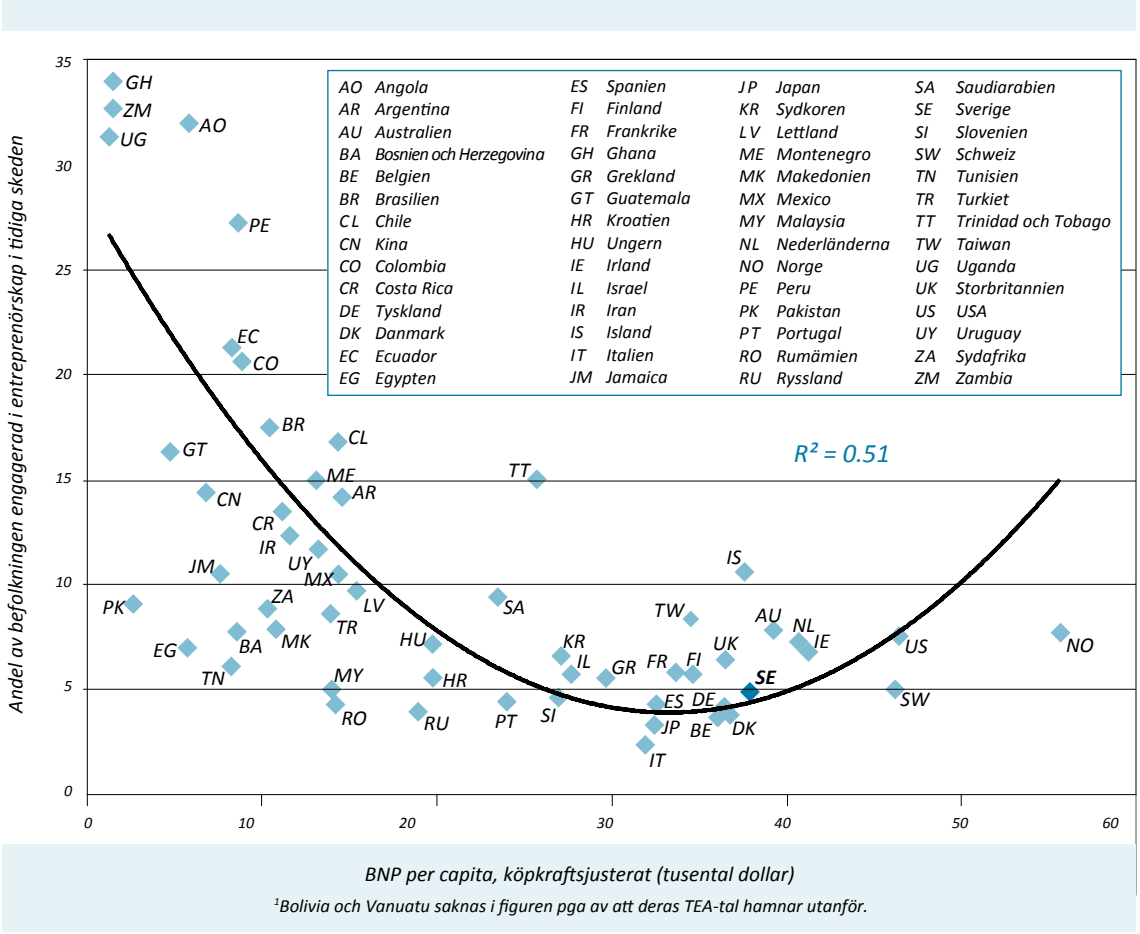
Data samlades in under våren – försommaren 2010[2], då efterdyningarna från den globala finanskrisen 2008–2009 fortfarande märktes och många länder ännu tampades med allvarliga obalanser. Recessionen syntes främst genom svaga eller negativa BNP-tal i de innovationsdrivna ekonomierna i Nordamerika och Europa medan nya tillväxtmotorer kom fram i utvecklingsländerna, särskilt i Asien och Afrika. Medan vissa ekonomier sticker upp ur krisen har andra fastnat i ett moras av höga arbetslöshetstal, svag konsumtion och stora skuldbördor.

Sverige var ett av de tio länder som deltog i den allra första GEM-studien 1999. Efter två års uppehåll under åren 2008 och 2009 finns Sverige återigen med i GEM-studien.[3] Årets rapport är den första nationella Sverigerapporten sedan 2000. I avsnitt 2 och 3 i rapporten analyseras statistiken för en tioårsperiod.

Sverige placerar sig i den internationella jämförelsen realtivt lågt när det gäller entreprenöriell aktivitet hos befolkningen.[4] Samtidigt utmärker sig Sverige i vissa avseenden t.ex. vad gäller s.k. möjlighetsbaserat företagande, d.v.s. företagande som syftar till att antingen öka inkomsten eller skapa ett oberoende. Här återfinns svenskt entreprenörskap i toppskiktet bland jämförbara länder. Ekonomiska motiv förefaller således vara en central förklaring till varför individer väljer att starta företag.

1. *Kelley, D., Bosma, N. och Amorós, J E: Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report. Kan laddas ned från www.gemconsortium.org. För en beskrivning av GEMs analysmetod, se appendix 1.*
2. *Urvalsundersökningen (Adult Population Survey, APS) genomfördes i Sverige under maj och juni. Expertintervjuerna (National Experts Survey, NES) genomfördes under april och maj 2010. I vissa länder pågick APS några dagar in i månaden juli.*
3. *Data för Sverige finns fr o m 2010 då Entreprenörskapsforum fick uppdraget att genomföra GEM-undersökningarna i Sverige. I de fall den internationella rapporten använder sig av medeltal för de senaste åren saknas Sverige bland jämförelsetalen.*
4. *För definitioner och ordförklaringar, se sidan 85.*

Figur 1.1: Entreprenörskap i tidiga skeden och BNP per capita 2010



[1]Bolivia och Vanuatu saknas i figuren pga av att deras TEA-tal hamnar utanför.

Källa: GEM Adult Population Survey (APS) och IMF World Economic Outlook Database.

Nödvändighetsbaserat företagande, d.v.s. företagande i avsaknad av annan sysselsättning, uppvisar i Sverige en annan bild. Tillsammans med de nordiska länderna placerar sig Sverige klart under t.ex. Kina och USA. Den U-formade kurvan (Figur 1.1) som visar sambandet mellan BNP per capita och graden av total entreprenöriell aktivitet, illustrerar betydelsen av nödvändighetsföretagande i många fattigare länder (vänstra delen av figuren). Variationen bland de rikare ländernas entreprenöriella aktivitet är stor. Sverige (förkortat SE) befinner sig nära kurvans botten.

Den globala studien visar att omkring 110 miljoner människor mellan 18 och 64 år aktivt ägnade sig åt att starta ett företag år 2010. Ytterligare 140 miljoner drev ett företag som de startat under den senaste 3½-årsperioden. Sammantaget var 250 miljoner människor involverade i det som GEM definierar som företagande i tidiga skeden. Av dessa planerade runt 63 miljoner företagare att anställa åtminstone fem personer de närmaste fem åren, och 27 miljoner bedömde att de skulle komma att anställa 20 personer inom fem år. Detta är en illustration av entreprenörskapets betydelse för jobbskapande runtom i världen.

I de internationella jämförelserna delas länderna in i tre utvecklingsnivåer: faktordrivna ekonomier, effektivitetsdrivna ekonomier och innovationsdrivna ekonomier, baserat på den indelning som

Figur 1.2: Egenskaper och nyckelbegrepp, olika ekonomier

Tabell 1.1

Länder i GEM klassificerade efter ekonomi och geografi	Faktordrivna ekonomier	Effektivitetsdrivna ekonomier	Innovationsdrivna ekonomier
Afrika söder om Sahara	*Angola, Ghana, Uganda, Zambia*	*Sydafrika*	
Mellanöstern och Nordafrika – södra Asien	*Egypten, Iran, Pakistan, Saudiarabien, Västbanken och Gaza*	*Tunisien*	*Israel*
Latinamerika och Karibien	*Jamaica, Guatemala, Bolivia*	*Argentina, Brasilien, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Mexiko, Peru, Trinidad & Tobago, Uruguay*	
Östra Europa		*Bosnien & Hercegovina, Kroatien, Ungern, Lettland, Makedonien, Montenegro, Rumänien, Ryssland, Turkiet*	*Slovenien*
Asien och Stillahavsområdet	*Vanuatu*	*Malaysia, Kina, Taiwan*	*Australien, Japan, Sydkorea*
Nordamerika och västra Europa			*Belgien, Danmark, Finland, Frankrike, Grekland, Island, Irland, Italien, Nederländerna, Norge, Portugal, Schweiz, Spanien, Storbritannien, Sverige, Tyskland och USA*

används av World Economic Forum's (WEF) *Global Competitiveness Report*, se figur 1.2.[5] I enlighet med WEFs klassificering domineras faktordrivna ekonomier av jordbruk och råvaruutvinning, med stort beroende av arbetskraftsintensiva verksamheter och naturresurser. I fasen effektivitetsdrivna ekonomier går utvecklingen hand i hand med industrialisering och ett ökat beroende av stordriftsfördelar, liksom högre kapitalintensitet och större organisationer. Ekonomier i den innovationsdrivna fasen har mer kunskapsintensiva branscher och en expanderande tjänstesektor. Utöver denna indelning tar GEM hänsyn till geografiska faktorer och delar in länderna i sex regioner: Afrika söder om Sahara, Mellanöstern och Nordafrika, södra Asien, Latinamerika och

5. *Se Rostow, W., (1960),* The Stages of Economic Growths, *Cambridge University Press, Cambridge.*

Karibien, östra Europa, Asien/Stillahavsområdet samt Nordamerika och västra Europa. Genom dessa indelningar kan mer relevanta jämförelser mellan länder göras, se tabell 1.1.

GEM ger sålunda en årlig och omfattande ögonblicksbild genom att i ett stort antal länder mäta attityder, aktiviteter och ambitioner hos dess befolkningar samt karaktäristik hos de individer som ägnar sig åt olika skeden av entreprenörskap.[6]

För Sverige kan konstateras att nyföretagandet, mätt som andel av befolkningen som äger och driver ett företag som är mellan tre månader och 3½ år, uppvisar en svag ökning i Sverige sedan 2006. Andelen som är i färd med att starta ett företag (mindre än tre månader) är lägre i Sverige än de flesta länder under hela perioden. Främst är det kvinnornas nyföretagande som stigit något. Dock är den svenska andelen på ca 3,5 procent långt under t.ex. Kinas ca 12 procent och USAs omkring 7 procent nyföretagande bland kvinnor.

1.1 Några huvudresultat ur den globala undersökningen

Attityder till entreprenörskap

Individer i de faktordrivna ekonomierna tenderar att ha mer positiva attityder till entreprenörskap vilka dock minskar med högre utvecklingsnivå i ekonomin. Individer i Afrika söder om Sahara har höga uppfattningar om entreprenöriella möjligheter och den egna förmågan när det gäller att starta och driva företag. I Nordafrika och södra Asien är bilden av företagande däremot mindre optimistisk. Motsvarande geografiska skillnader finns bland de effektivitetsdrivna ekonomierna: Latinamerika uppvisar höga tal vad gäller möjligheter och förmågor att starta företag medan Östeuropas befolkningar ser mindre möjligheter till entreprenöriella aktiviteter.

Rädsla för att misslyckas uppvisar mindre variationer mellan geografiska områden och utvecklingsnivåer. Massmedias bild av entreprenörer och deras status, liksom företagande som karriärväg, är dock mera blandad. Vissa paradoxer återfinns också: t.ex. uppfattas i vissa delar av världen entreprenörskap som hög status men få väljer detta som karriär och på andra håll anses tvärtom företagande som en attraktiv karriärväg, trots liten uppmärksamhet medialt.

Aktivitet hos befolkningen

Måttet *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity* (TEA)[7] omfattar dels individer som står i begrepp att starta ett företag, dels de som driver ett företag som inte är äldre än 3½ år (figur 1.3). TEA-måttet, fortsättningsvis även kallat total entreprenöriell aktivitet, visar de högsta värdena i de faktordrivna ekonomierna och sjunker med graden av ekonomisk utveckling. Vid de högsta BNP-nivåerna återfinns en liten uppgång i TEA-nivåer.

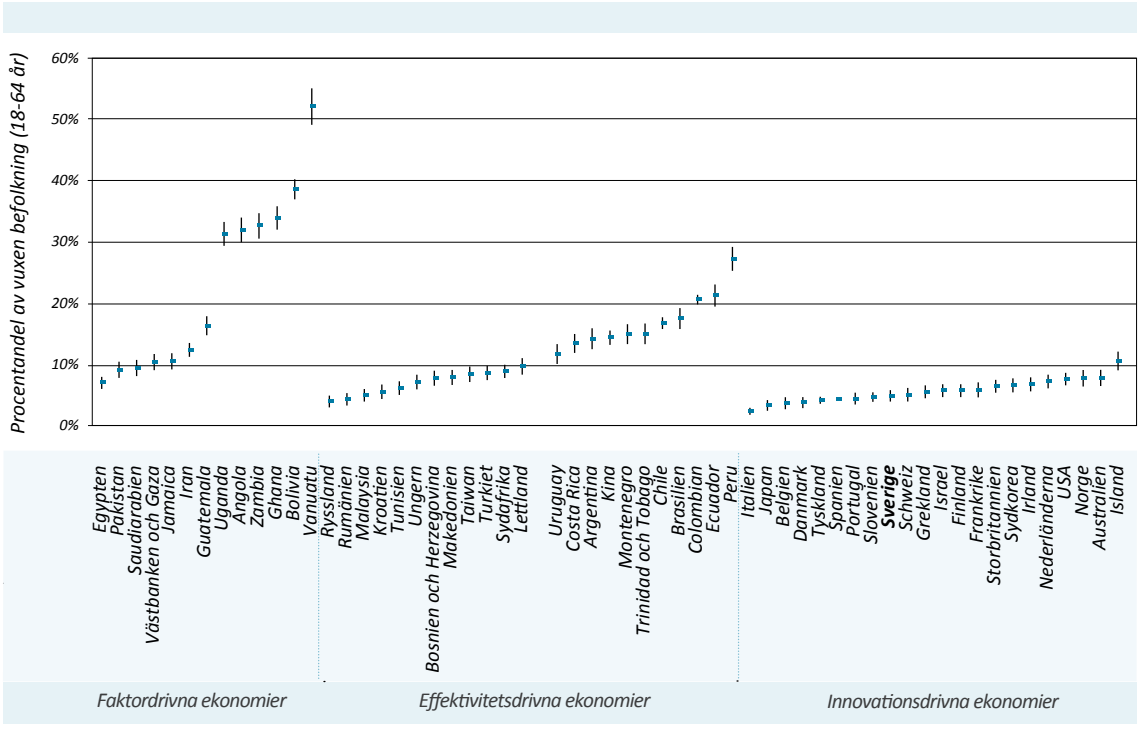
Bland de faktordrivna ekonomierna är det Afrika söder om Sahara som uppvisar de allra högsta talen medan Mellanöstern och Nordafrika är de lägst rankade. Jordbruksnäring ingår i undersökningen. De effektivitetsdrivna länderna har sina högsta TEA-tal i Latinamerika och Karibien och de lägsta i östra Europa. Island, Australien och USA ligger högst bland de länderna.

Faktordrivna ekonomier med de högsta TEA-talen uppvisar också de högsta andelarna nödvändighetsföretagande, där människor drivs in i företagande därför att de behöver en inkomstkälla. På motsvarande sätt har de innovationsdrivna länderna de högsta andelarna möjlighetsbaserat företagande, där människor dras till företagande därför att de ser en möjlighet att säkra eller förbättra sin inkomst och öka sin självständighet genom att exploatera en idé. Nederländerna, Sverige, Danmark och Island uppvisar bland de högsta talen för möjlighetsbaserat företagande.

När upplevda förbättringsmotiv (önskan att höja sin inkomst eller att få ökad självständighet) som drivkraft för entreprenörskap plottas mot tillit och rättsäkerhet (i vilken mån människor litar på och följer samhällets regelverk) visar det sig att denna

6. *Analysen baseras på de undersökningar som utförs av de nationella forskargrupperna som ingår i GEM-konsortiet. Varje nationellt team har ansvar för att i sitt land genomföra en årlig urvalsundersökning (s.k. APS) med minst 2000 vuxna respondenter samt intervjuer med minst 36 nationella experter på entreprenörskap och entreprenörskapspolitik (s.k. NES).*
7. *Begrepp och definitioner återfinns på sidan 85.*

Figur 1.3: Total entreprenöriell akrivitet (TEA) för 59 länder 2010.
Uppdelat på tre utvecklingsfaser (95 procents konfidensintervall)



Källa: GEM Adult Population Survey (APS).

typ av företagande ökar ju mer tillförlitliga samhällsinstitutionerna är. Se figur 1.4.

I alla tre utvecklingsstadierna är det de unga, 25 till 34 år, som står för den högsta entreprenöriella aktiviteten. Kvinnors företagande varierar stort: ena extremen är Sydkorea där det går fem män på varje företagande kvinna, jämfört med Ghana där färre män än kvinnor startar företag (figur 1.5).

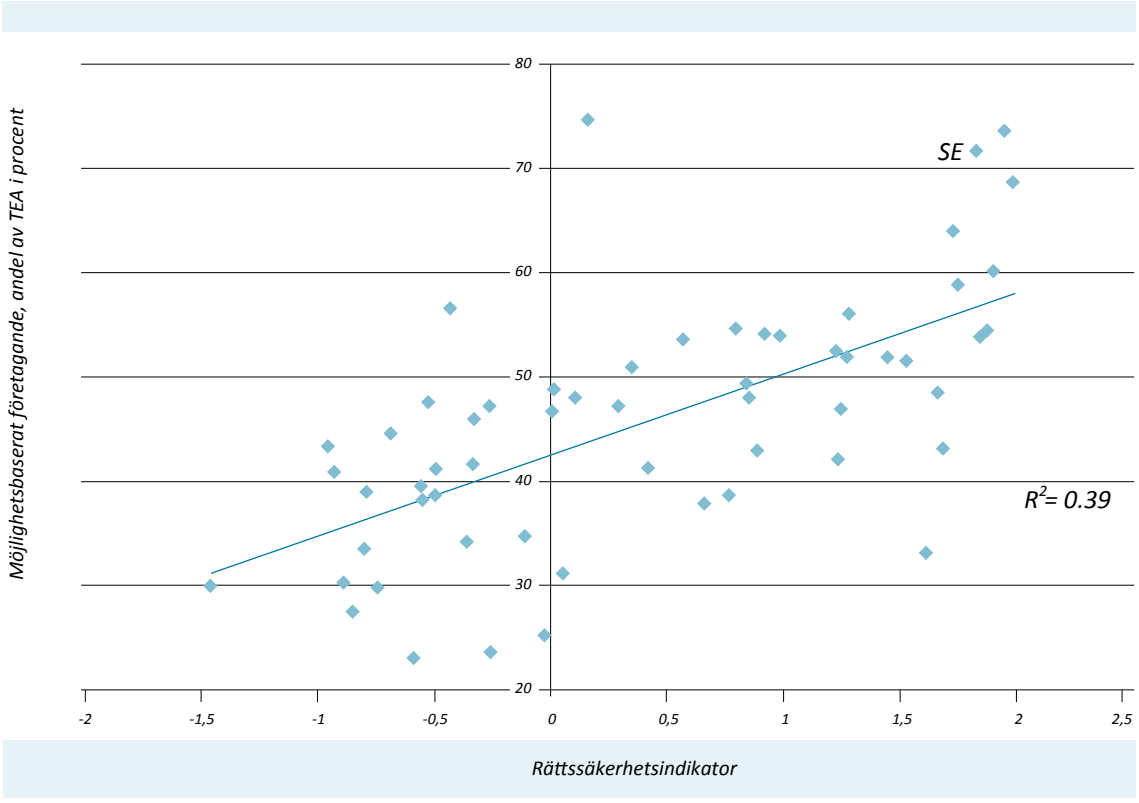
Måttet för etablerade företag (definierade som äldre än 3½ år) sjunker med högre ekonomiskt välstånd (figur 1.6). Som jämförelse kan konstateras att TEA-nivåerna är högre än för de etablerade företagen i faktordrivna ekonomier, men sjunker brantare med högre utvecklingsgrad. Bland innovationsdrivna ekonomier sjunker TEA-talen under andelen etablerade, eller annorlunda uttryckt: det är färre företag i vardande och nya företag än etablerade företag i utvecklade länder. Och tvärtom i mindre avancerade ekonomier där nya och företag i vardande överträffar antalet etablerade.

Ambitioner hos entreprenörer

Ambition mäts med avseende på företags förväntade tillväxt samt deras grad av internationalisering och innovationsaktiviteter.

Nya företag är fantastiska jobbskapare. Existerande företag inte bidrar med lika många nya arbetstillfällen,
Paul Reynolds, George Washington University, USA.

Figur 1.4: Samband mellan rättssäkerhet och graden av möjlighetsbaserat företagande i tidiga skeden



Källa: Global Entrepreneurship Monitor 2010 och World Bank Governance Indicators 2002–2006

Ungefär lika stor andel företag med tillväxtambitioner återfinns i effektivitetsdrivna och innovationsdrivna länder och de är högre än i de faktordrivna ekonomierna. I Mellanöstern, Nordafrika och östra Europa kan noteras att trots relativt låga TEA-nivåer är tillväxtförväntningarna rätt höga.

Företagens innovationsaktiviteter uppvisar stora skillnader bland de effektivitetsdrivna länderna, med låga tal i Brasilien och Trinidad & Tobago men höga tal i Peru och Chile.

De faktordrivna länderna uppvisar lägst ambitioner när det gäller internationalisering. Likaså har geografiskt stora länder (t.ex. Iran, Argentina, Brasilien och Kina) lägre grad av internationalisering. Östra Europa har generellt högre grad av internationalisering av företagens kunder.

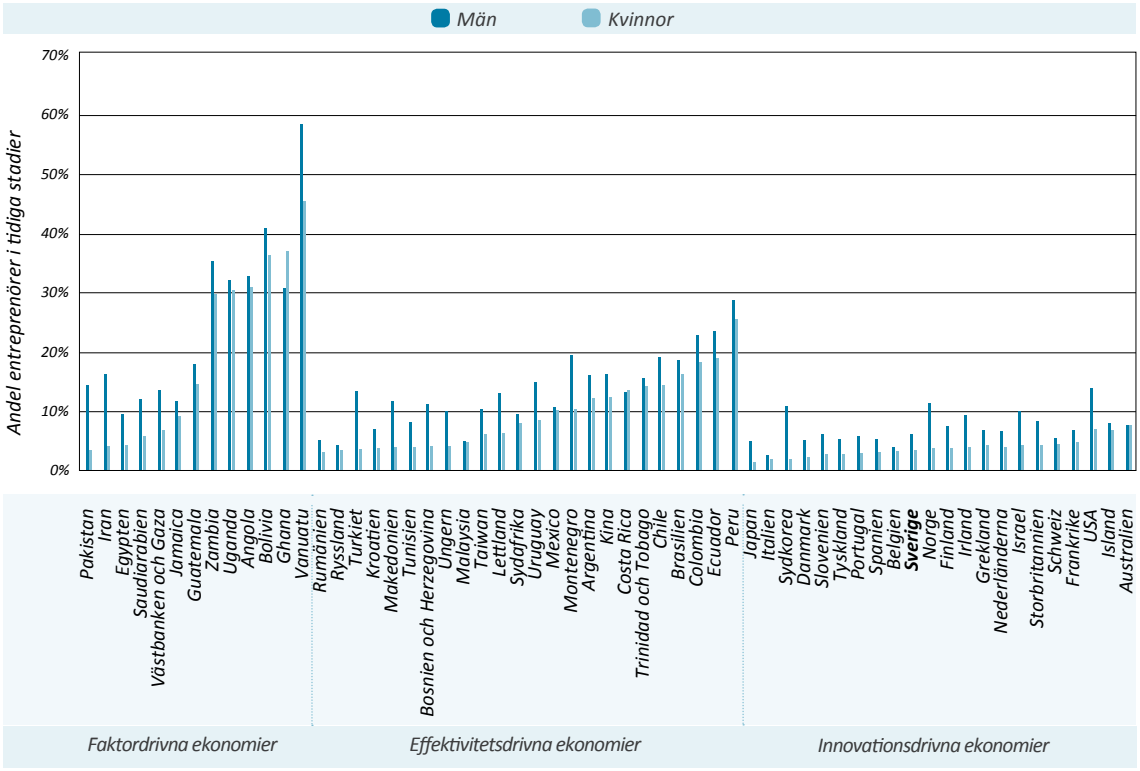
Implikationer för jobb och utveckling

I de nationella expertintervjuerna framkommer insikter om påverkansfaktorer i företagsklimatet. Fysisk infrastruktur, liksom pålitlig kommersiell och legal infrastruktur har av experterna bedömts mest positivt. Brister i utbildning och praktik inom primär och sekundär skolutbildning, liksom regleringar som påverkar nya och växande företag, angavs som mest negativa faktorer.

Den globala rapporten tar också upp hur recessionen påverkat entreprenörskapet runt världen.[8]

8. *Kelley, D., Bosma, N. och Amorós, J E: Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report, se kapitel 4.*

Figur 1.5: GEM-länder rankade efter kvinnors deltagande företagande i tidiga stadier (TEA), uppdelat i utvecklingsfaser



Källa: GEM Adult Population Survey (APS).

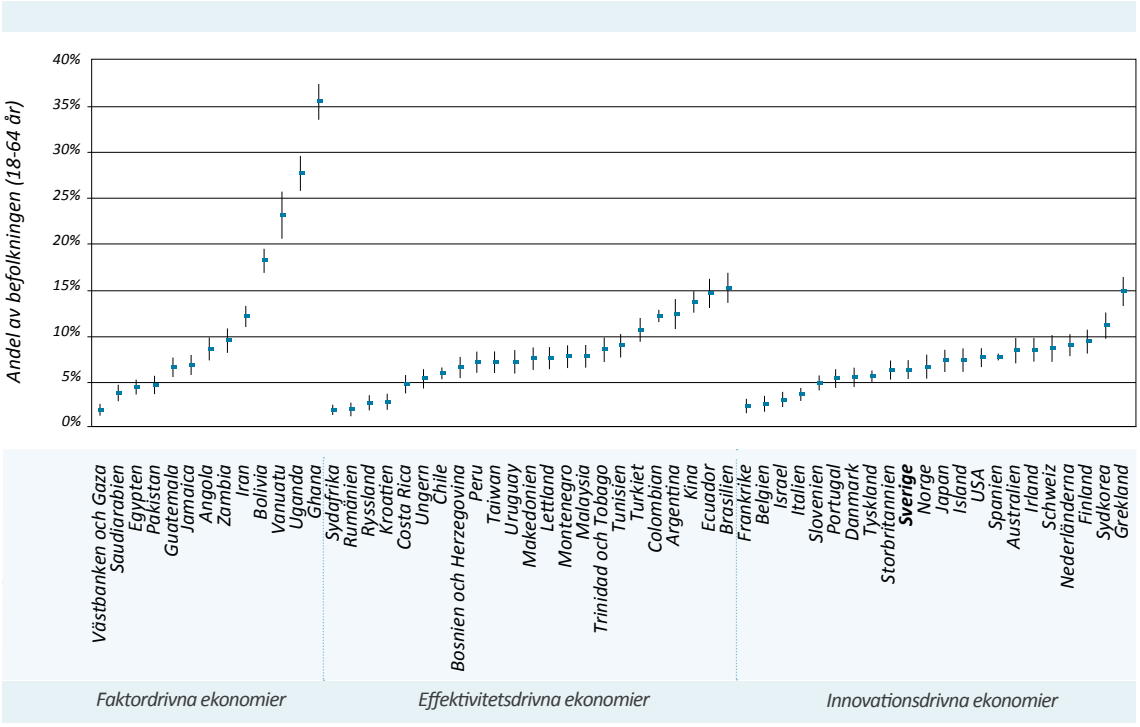
Under 2010 förbättrades utsikterna i de mer utvecklade länderna där finanskrisen började 2008. Färre entreprenörer i många av de innovationsdrivna ekonomierna tyckte 2010 att det var svårt att starta företag jämfört med för ett år sedan, även om pessimismen fortfarande syns. Färre företagare känner av konjunkturnedgången 2010 jämfört med 2009 och en fjärdedel såg t.o.m. mer möjligheter nu än tidigare.

När regeringar runtom i världen nu hanterar utmaningen att söka få till stånd återhämtning kan entreprenörskap vara en viktig stimulans för nya jobb. Med GEM som vägledning kan jämförelser göras mellan länder avseende en stor mängd aspekter av entreprenörskap och på så sätt kan insikter vinnas om det egna företagsklimatet. Ambitionen hos GEM-konsortiet är att i de deltagande länderna förbättra kunskaper om entreprenörskapets förutsättningar och därigenom bidra till jobb och tillväxt. Med 59 länder inkluderade i studien 2010 har projektet nått en ny omfattning vilket möjliggör förbättrade jämförelser mellan ländergrupper och geografiska områden.

Den globala rapporten drar bl.a. följande slutsatser:

- Entreprenörskap påverkar inte ett lands ekonomi endast genom fler företagare. Det är minst lika viktigt att studera kvalitativa skillnader som företagens tillväxt, innovationsgrad och internationalisering.
- Nödvändighetsbaserat företagande behöver underlättas men även möjlighetsbaserat företagande behöver stimuleras. De som ser möjligheter i entreprenörskap även om de har andra utkomstmöjligheter bör uppmuntras.

Figur 1.6: Etablerad entreprenöriell aktivitet i 59 länder 2010, uppdelad på ekonomisk utvecklingsfas. (95 procents konfidensintervall)



Källa: GEM Adult Population Survey (APS).

- Entreprenörskap behöver både dynamik och stabilitet. Dynamiken uppkommer genom skapandet av nya företag och nedläggning av dem som inte bär sig. Stabila institutioner ger förutsättningar för företagare att testa sina idéer och nå sina mål.
- Jämförelser både mellan utvecklingsnivåer och geografiska områden kan förbättra förståelsen för entreprenörskapets förutsättningar, både inom och mellan länder.
- Entreprenörskapet inom en ekonomi bör omfatta en stor variation av företag i olika faser och med olika inriktning, ledda av olika sorters entreprenörer, inklusive kvinnor och underrepresenterade grupper.
- Initiativ som syftar till att förbättra förutsättningarna för företagande bör ta hänsyn till utvecklingsnivån hos landet i fråga. När grundförutsättningarna är på plats kan ansträngningarna fokusera på att förstärka effektivitetsbe-

Min erfarenhet är att entreprenörer alltid skattar sina egna företag högre än konkurrenternas, Elizabeth Gatewood, professor, Wake Forest University, USA, och tidigare pristagare av Global Award for Entrepreneurship Research.

främjande åtgärder och sedan bygga vidare på förutsättningarna för entreprenörskap.
- Ett entreprenöriellt synsätt är inte enbart något för företagare. Det måste omfatta en lång rad intressenter som är villiga att stödja och samarbeta med de dynamiska ansträngningarna. Då kan icke-företagare med entreprenöriellt sinne indirekt stimulera andra att starta företag. Detta illustrerar värdet av ett bredare samhälleligt grepp om entreprenörskap.

1.2 Sverige i GEM 2010

Sverige var ett av de tio länder som deltog i den allra första GEM-studien 1999. Efter två års uppehåll under åren 2008 och 2009 finns Sverige återigen med i GEM-studien. Årets rapport är den första nationella Sverigerapporten sedan 2001. Av det skälet presenteras i avsnitt 2 och 3 sammanfattande statistik för en tioårsperiod. I avsnitt 2 presenteras huvudresultaten från urvalsundersökningen av den vuxna befolkningen, s.k. APS (Adult Population Study). Jämförelser görs dels över tid, dels med en grupp större och en grupp mindre EU-länder, Norden, USA och Kina. I avsnitt 3 presenteras den nationella expertstudien (s.k. NES), också med vissa historiska och internationella jämförelser. Efter dessa avsnitt tar i avsnitt 4 sammanfattning och slutsatser vid och GEM-teamets policy-slutsatser presenteras. I appendix återfinns fördjupande metodinformation, definitioner och tabeller.

FINANCE REPORT
BUSINESS PLAN
FINANCE REPORT

2 Entreprenörskap i Sverige 2010

I avsnittet redovisas resultatet från APS-delen i GEM-undersökningen. I syfte att inte enbart ge en ögonblicksbild av läget 2010 presenteras också data för samtliga tillgängliga år i rapporten.

Sverige jämförs dels med tre ländergrupper – stora EU-länder, små EU-länder och Norden – dels med två enskilda länder – Kina och USA. Stora EU-länder består av Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna. Nordenaggregatet inkluderar Danmark, Finland, Island och Norge, men inte Sverige. Statistiken för ländergrupperna är sammanvägd data för de enskilda länderna där vikterna baseras på ländernas populationsstorlek i åldrarna 18–64 år.

Avsnitt 2.1 visar hur det etablerade företagandet och den entreprenöriella aktiviteten utvecklats i de jämförda länderna och ländergrupperna. Därefter redovisas i avsnitt 2.2 vilka ambitioner de som är involverade i entreprenöriell aktivitet har avseende tillväxt, internationell exponering och innovation. Slutligen visas i avsnitt 2.3 populationens attityder till entreprenörskap.

2.1 Entreprenöriell aktivitet

Etablerat företagsägande

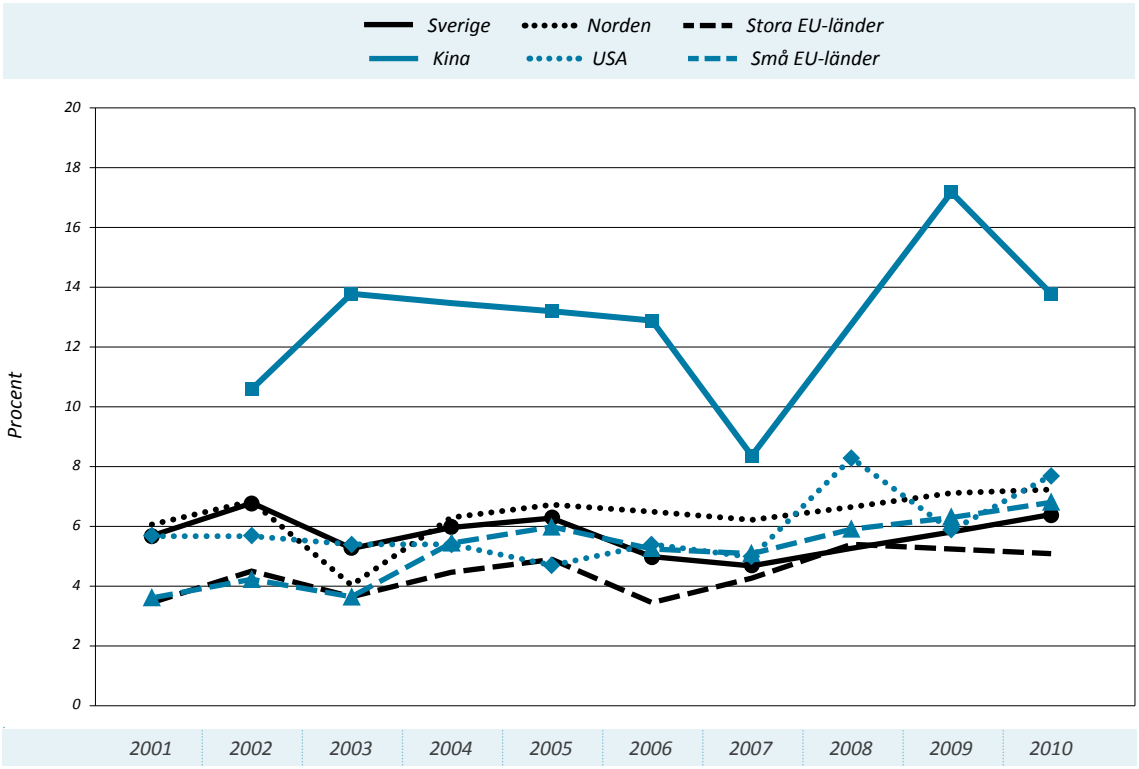
Företagsägandet i Sverige minskade under de första sju åren av 00-talet från cirka sex procent av den vuxna befolkningen 2001 till drygt 4,5 procent 2007 (Figur 2.1).

Även om den nedåtgående trenden förefaller ha brutits 2010 är andelen av befolkningen som äger och leder ett företag i Sverige fortfarande något lägre än i jämförbara länder – skillnaden mellan Sverige och övriga nordiska länder och de små EU-länderna är ca en halv procentenhet. Trots att skillnaden kan upplevas som liten måste beaktas att det i absoluta tal motsvarar strax under 30 000 företagsägare i Sverige. Noterbart är också hur omfattningen av företagsägandet konvergerat för såväl stora som små länder under hela den studerade tioårsperioden. Enda undantaget bland de redovisade länderna är Kina, där såväl variationen över tid som nivån på företagsägandet vida överstiger övriga länders.

Bakom det etablerade företagsägandet ligger ett framgångsrikt nyföretagande, vilket i sin tur ställer krav på tillgång till kapital. En viktig finansieringskälla, speciellt för de mindre och mer entreprenöriellt orienterade företagen, är det så

Figur 2.1: Etablerat företagsägande

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag, dvs. äger och leder ett aktivt företag som har betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under mer än 3,5 år.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna. Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

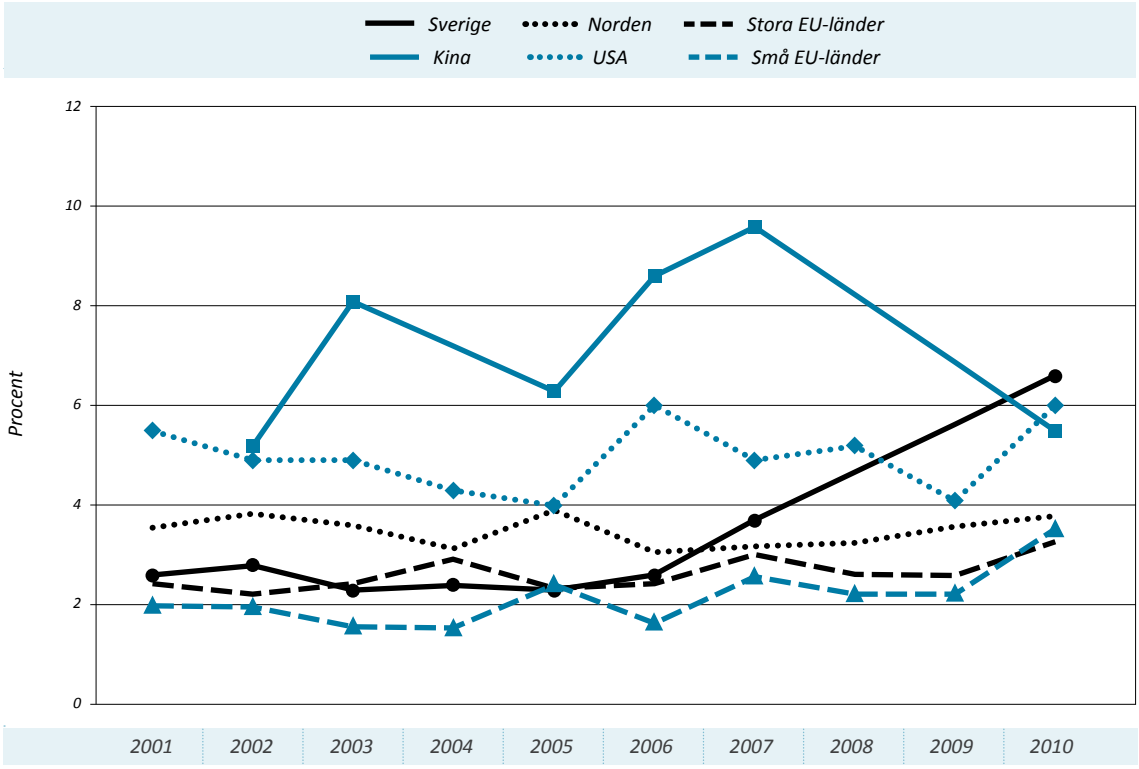
kallade informella riskkapitalet. Ju högre grad av nyskapande företagandet är förknippat med, desto svårare är det för externa finansiärer att bedöma de risker nyföretagandet medför. Det riskerar i sin tur medföra att institutionella långivare såsom banker och riskkapitalbolag antingen tvingas höja sina avkastningskrav till nivåer som gör att företagsstarten inte längre går att motivera eller till att möjligheten att erhålla finansiering helt stängs för dessa företag. Informella investerare såsom släkt och vänner, men även så kallade affärsänglar har här en mycket viktigt roll att fylla.[9]

Figur 2.2 visar hur den informella riskkapitalmarknaden utvecklats under 2000-talet. I början av perioden var andelen informella investerare i den vuxna befolkningen ungefär en procentenhet lägre i Sverige än för genomsnittet bland övriga nordiska länder och låg på ungefär samma nivå som för både stora och små EU-länder. Därefter har den informella riskkapitalmarknaden utvecklats mycket starkt i Sverige, speciellt efter 2005, och andelen informella investerare uppgår 2010 till över 6,5 procent – högre än för alla andra länder och ländergrupper i figuren. Sverige har med andra ord gått från en situation med en relativt medioker informell riskkapitalmarknad i början av seklet till att tio år senare tillhöra de länder med bäst förutsättningar att finansiera ett kreativt, entreprenöriellt nyföretagande. Den bilden bekräftas av Nordic Entrepreneurship Monitor (2010,

9. *Så skriver till exempel Reynolds m.fl. (2004, s.58) "... if there was no informal investment there would be virtually no new ventures".*

Figur 2.2: Informella investerare

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som personligen tillhandahållit medel för ett nytt företag, startat av någon annan, under de tre senaste åren.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland.Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

s. 56) som skriver att, i relation till övriga OECD-länder, ”[regarding] access to early stage venture capital Sweden is second to none”.[10]

Huruvida de till synes förbättrade finansiella förutsättningarna att starta ett företag i Sverige också avspeglas i ett ökat faktiskt nyföretagande studeras närmare i nästa avsnitt där den entreprenöriella aktiviteten i Sverige jämförs med övriga länder under 2000-talet.

Nyföretagande

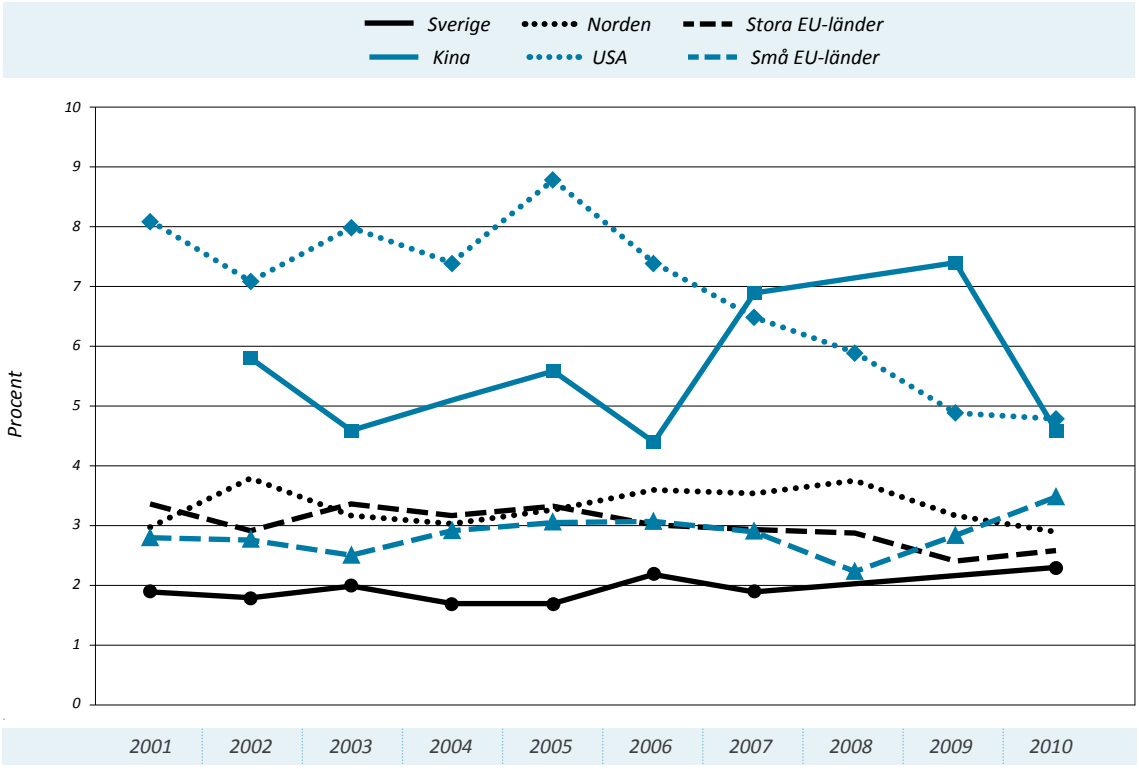
I detta avsnitt redovisas den entreprenöriella aktiviteten för företag som precis håller på att starta, i rapporten refererade till som företag i vardande, och på företag som startats under de senaste 3,5 åren före respektive mättillfälle. Det är viktigt att särskilja dessa typer av nyföretagande då de delvis ställer olika krav på finansiering och på den ekonomiska politiken. Kunskapen om omfattningen på de båda företeelserna utgör därför en viktig grund för att utforma en politik som skapar goda förutsättningar för ett vitalt entreprenörskap i landet.

Oavsett vilket av de båda måtten vi ser till, framgår att den entreprenöriella aktiviteten i Sverige varit mycket låg under hela den studerade tidsperioden och i många fall lägre än för samtliga jämförda länder och ländergrupper. Andelen

10. *Nordic Entreprenuership Monitor (2010) visar att totalt investerat riskkapital i tidigt skede i förhållande till BNP uppgick till 0,066 procent i Sverige år 2008, vilket är betydligt högre än för övriga OECD-länder. Motsvarande tal för Norge och Finland, som kommer på andra och tredje plats, är 0,050 respektive 0,049 procent.*

Figur 2.3: Företag i vardande

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som för närvarande håller på att starta ett företag, dvs. är aktivt involverad med att starta ett företag som de kommer att äga ensam eller tillsammans med andra; företaget har inte betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än 3 månader.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

av den vuxna befolkningen som anger att de för närvarande håller på att starta ett företag har fluktuerat inom ett smalt intervall runt 2 procent utan att visa någon upp- eller nedåtgående trend (Figur 2.3). En viss uppgång i andelen företag i vardande kan dock skönjas mellan 2007 och 2010.

Övriga Europeiska länder uppvisar i stort sett samma mönster som Sverige, om än på en något högre nivå, medan i synnerhet USA visat en fallande trend under andra halvan av 00-talet avseende företag i vardande.

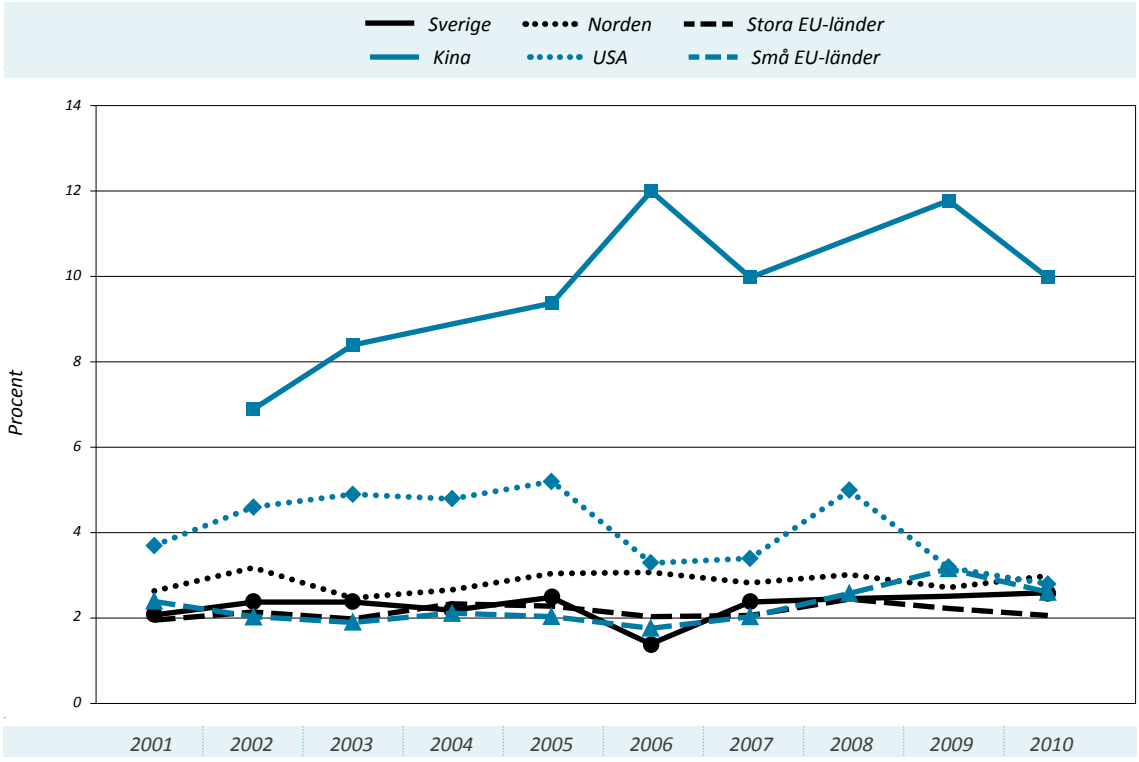
Ser vi till det andra måttet på entreprenöriell aktivitet framgår av Figur 2.4 att andelen av den vuxna befolkningen som för närvarande äger och leder ett nytt företag i Sverige också legat relativt konstant runt 2 procent. Dessutom framgår att spannet mellan de olika länderna, bortsett från Kina, minskat från drygt 1,5 procentenheter i periodens början till under 1 procentenhet 2010.

Figur 2.5, som inkluderar såväl företag i vardande som det nya företagsägandet, ger en samlad bild över den entreprenöriella aktiviteten i tidigt stadium i länderna. Två saker framstår som särskilt tydliga för Sveriges del. För det första var den entreprenöriella aktiviteten i Sverige låg under hela tidsperioden – drygt 4 procent av den vuxna befolkningen var involverad i någon form av tidigt nyföretagande mellan 2001 och 2007. En viss ökning kan dock skönjas under 2010 då den entreprenöriella aktiviteten uppgick till knappt 5 procent.

För det andra är andelen av befolkningen som är involverad i entreprenöriell aktivitet förvånansvärt konstant över tiden. Tyvärr saknas data för Sverige under 2008 och 2009 så vi vet inte hur den senaste

Figur 2.4: Nytt företagsägande

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som för närvarande äger och leder ett nytt företag, dvs. äger och leder ett aktivt företag som har betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än tre månader, men kortare tid än 3,5 år.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

finanskrisen påverkade entreprenörskapet i landet, men ser vi till övriga europeiska länder, och i synnerhet till övriga nordiska länder, verkar krisen endast ha haft en begränsad påverkan på den totala entreprenöriella aktiviteten i tidigt stadium.

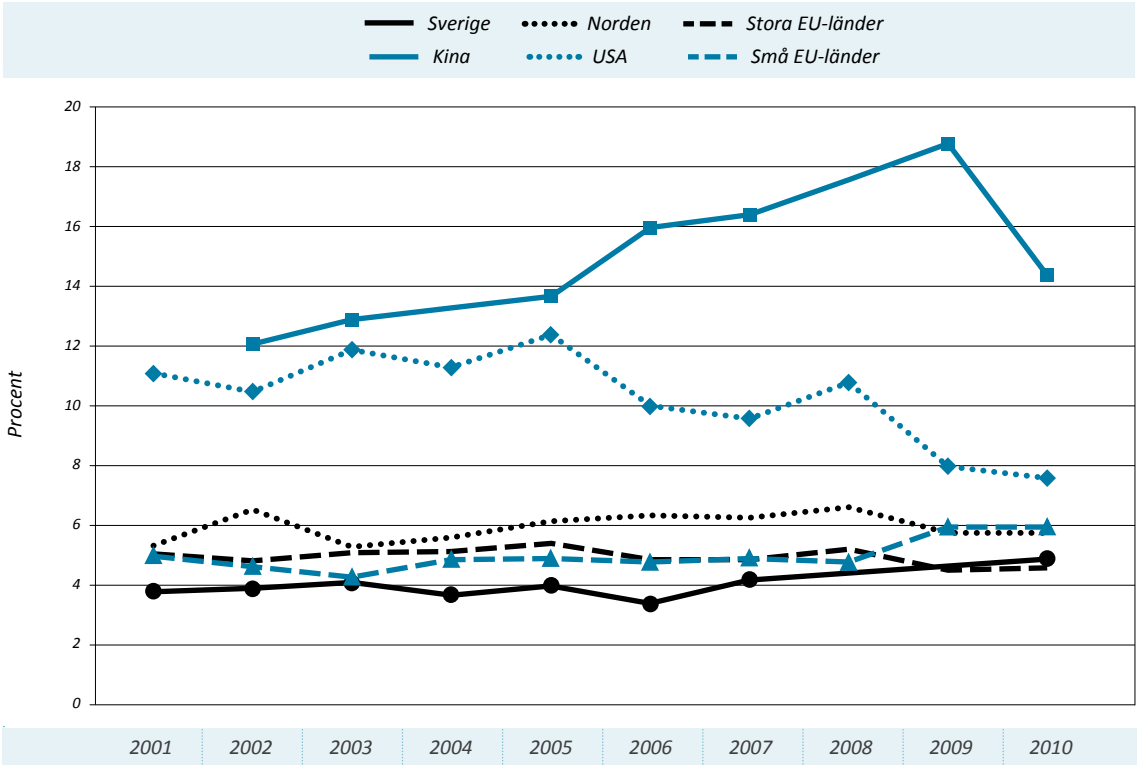
Ser vi till samtliga länder i figuren framgår att omfattningen på nyföretagandet i USA trendmässigt minskat och närmat sig den i Europa, medan Kina tvärtom fortlöpande ökat sitt nyföretagande under 00-talet, borträknat 2010 då andelen föll kraftigt.

Det räcker inte att studera den totala nivån på entreprenörskapet – det är också viktigt att studera motivet bakom den entreprenöriella aktiviteten om vi vill förklara hur entreprenörskap och nyföretagande utvecklas över tiden, men också för att bättre förstå kopplingen mellan entreprenörskap och makroekonomisk tillväxt. En vanlig distinktion är att skilja på nödvändighetsbaserat och möjlighetsbaserat entreprenörskap där det förra avser nyföretagande huvudsakligen som en väg till försörjning för de som saknar andra möjligheter att försörja sig och den senare nyföretagande baserat på upplevda affärsmöjligheter.

Båda typerna av entreprenörskap är betydelsefulla för den ekonomiska utvecklingen även om deras relativa betydelse för den makroekonomiska tillväxten kan skilja sig åt. Det nödvändighetsbaserade entreprenörskapet fungerar huvudsakligen som en väg in i arbete för dem som saknar andra möjligheter att försörja sig och tenderar därmed att öka i lågkonjunkturer då arbetslösheten stiger (Thurik m.fl., 2008). Det möjlighetsbaserade entreprenörskapet, å andra sidan, tenderar att vara mer kreativt och innehålla en högre grad av ”nyhet”

Figur 2.5: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA)

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

än det nödvändighetsbaserade entreprenörskapet – en egenskap som visat sig vara positivt korrelerad med ekonomisk tillväxt (se t.ex. Fritsch och Schroeter, 2011).[11]

Panel a) och b) i Figur 2.6 visar hur det nödvändighets- och möjlighetsbaserade entreprenörskapet utvecklats under 2000-talet. Av figuren framgår att båda serierna tenderar att variera mer över tiden än den totala entreprenöriella aktiviteten, vilket lyfter fram vikten av att separera de båda kategorierna av entreprenörskap.

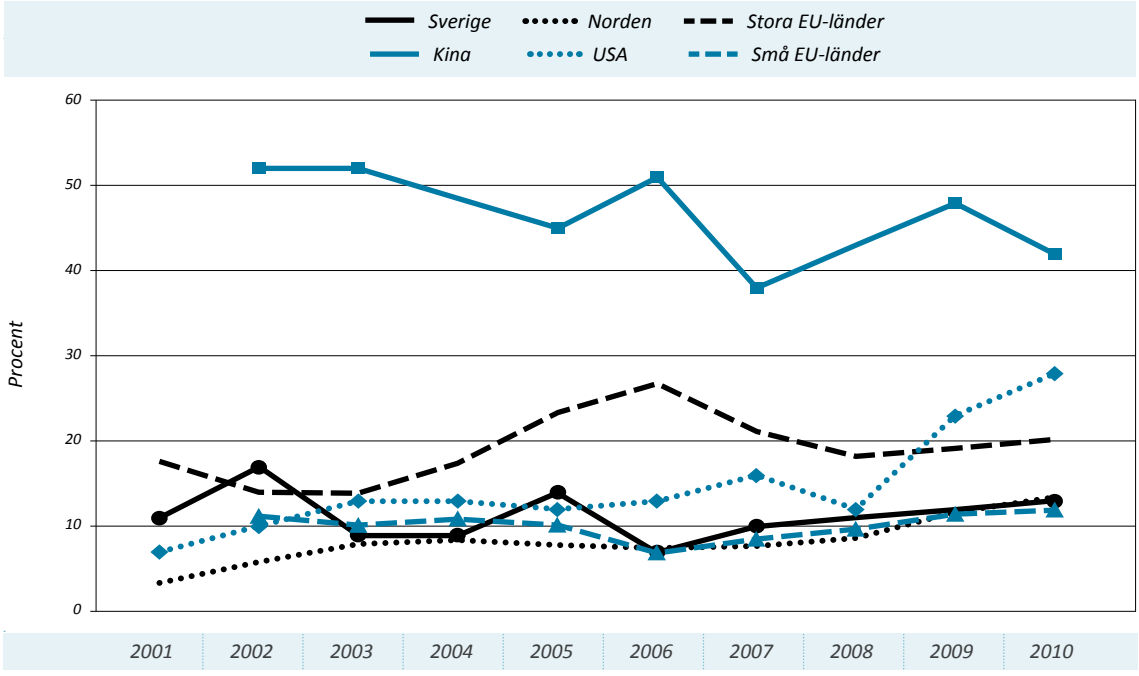
I Sverige, Norden och de små EU-länderna motiveras en mycket stor andel av det tidiga entreprenörskapet av upplevda affärsmöjligheter, medan andelen nödvändighetsbaserat entreprenörskap är betydligt högre i USA, Kina och de stora EU-länderna än i övriga länder. En stor del av den kraftiga ökningen av nödvändighetsmotiverat entreprenörskap i USA under 2009 och 2010 kan förmodligen härledas till den senaste finanskrisen som bidragit till att arbetslösheten i det närmaste fördubblats från strax under 5 procent 2007 till över 9,5 procent 2010.[12]

Ser vi till dem som inte enbart motiveras av upplevda affärsmöjligheter utan även motiverar sitt entreprenöriella engagemang med en vilja att öka sitt oberoende eller att höja sin inkomst istället för att endast bibehålla sin nuvarande inkomst

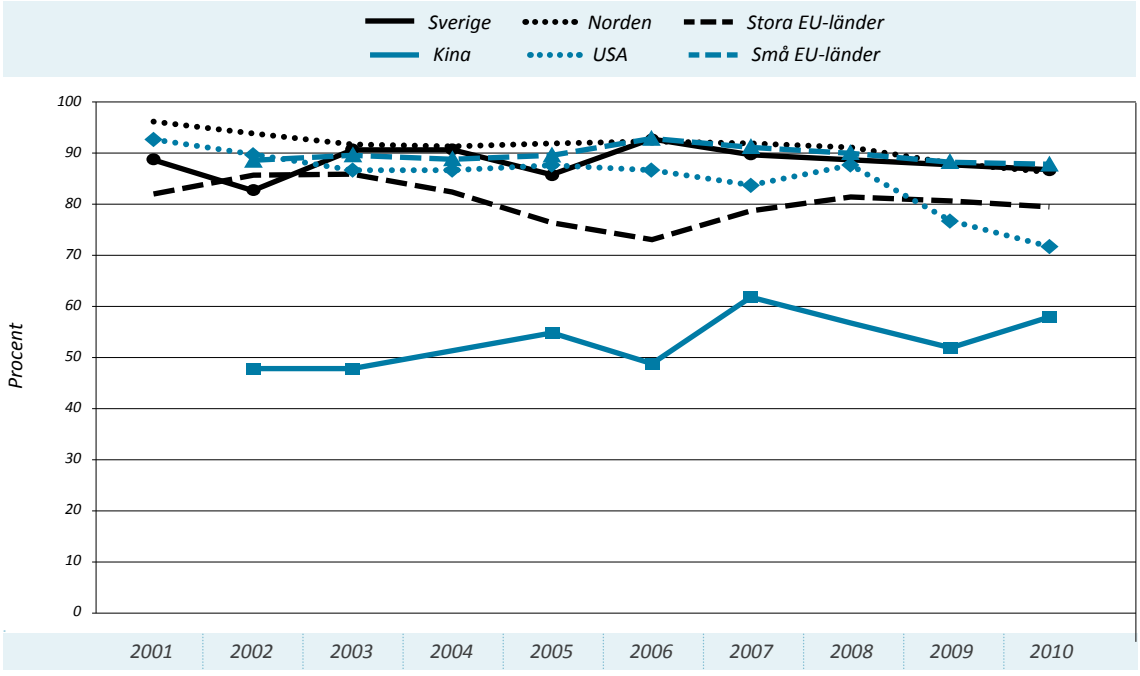
11. *Notera dock att även det nödvändighetsbaserade entreprenörskapet kan vara nog så nytänkande – "…the prospect of hanging is a powerful stimulus to the imagination" (Baumol, 2002, s. 10).*
12. *U.S. Bureau of Labor Statistics.*

Figur 2.6: Nödvändighets- och möjlighetsbaserad entreprenöriell aktivitet: Relativ förekomst

A: Andel involverade i TEA som motiveras av avsaknad av annat alternativ till arbete.



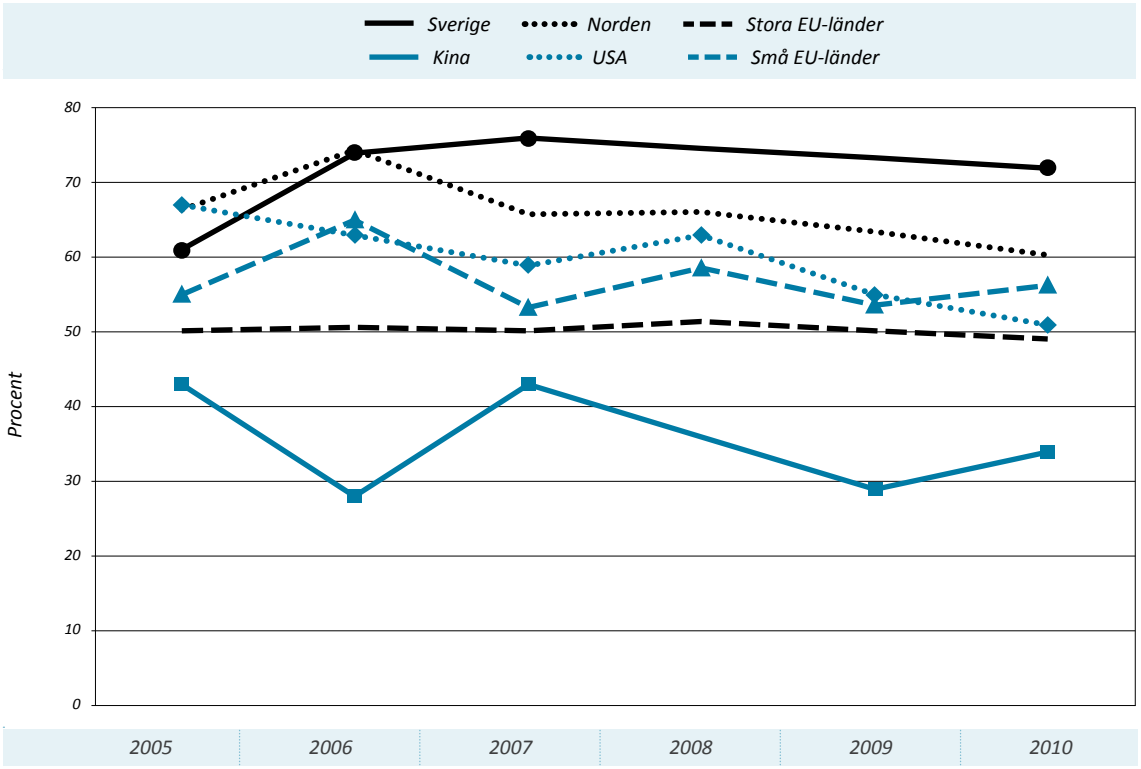
B: Andel involverade i TEA som motiveras av en upplevd affärsmöjlighet.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

Figur 2.7: Förbättrings- och möjlighetsbaserat entreprenörskap: Relativ förekomst

Andel av de involverade i TEA som (i) påstår sig vara motiverade av en upplevd affärsmöjlighet i motsats till att inte ha något annat alternativ till arbete och (ii) som anger att det största motivet till att vara involverad i den entreprenöriella aktiviteten är att vara oberoende eller att öka sin inkomst istället för att endast bibehålla sin inkomst.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

framkommer av Figur 2.7 att Sverige ligger absolut högst bland de jämförda länderna och ländergrupperna. I Sverige säger sig över 70 procent av dem involverade i tidigt entreprenöriell aktivitet tillhöra denna grupp medan motsvarande andel för övriga västerländska länder ligger runt 10-20 procentenheter lägre.

Skillnaden mellan mäns och kvinnors deltagande i tidig entreprenöriell aktivitet visas i Figur 2.8. Det mest tydliga mönstret som framkommer i figuren är att entreprenörskap i huvudsak är ett manligt fenomen. Andelen män som deltar i entreprenöriell aktivitet är betydligt högre än motsvarande tal för andelen kvinnor för samtliga jämförda länder och grupper av länder under hela den studerade tidsperioden.

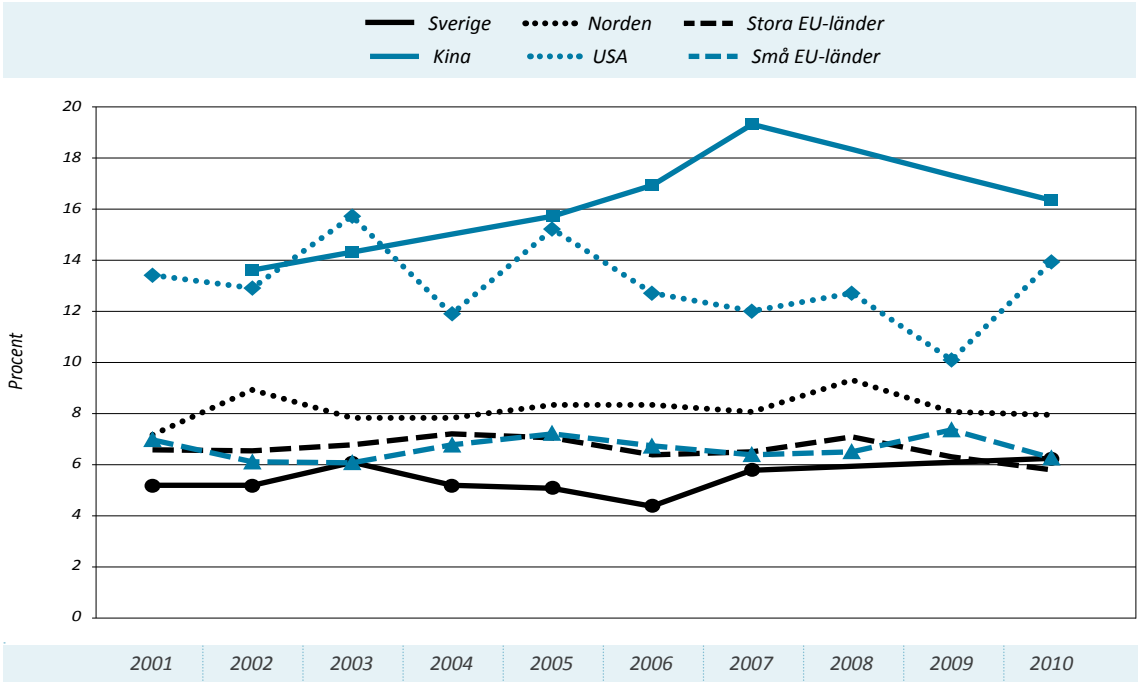
Tydligast blir detta om vi ställer antalet kvinnor som deltar i entreprenörskap i tidigt skede i förhållande till antalet män i motsvarande situation (Figur 2.9). Högst antal kvinnor per man har Kina (ca 0,8) medan Sverige ligger ungefär på genomsnittet i EU med strax under 0,6 kvinnor per man. För Sveriges del kan vi observera en viss ökning mellan 2007 och 2010 när det gäller antalet kvinnor i relation till antalet män som startar företag.

2.2 Entreprenöriell ambition

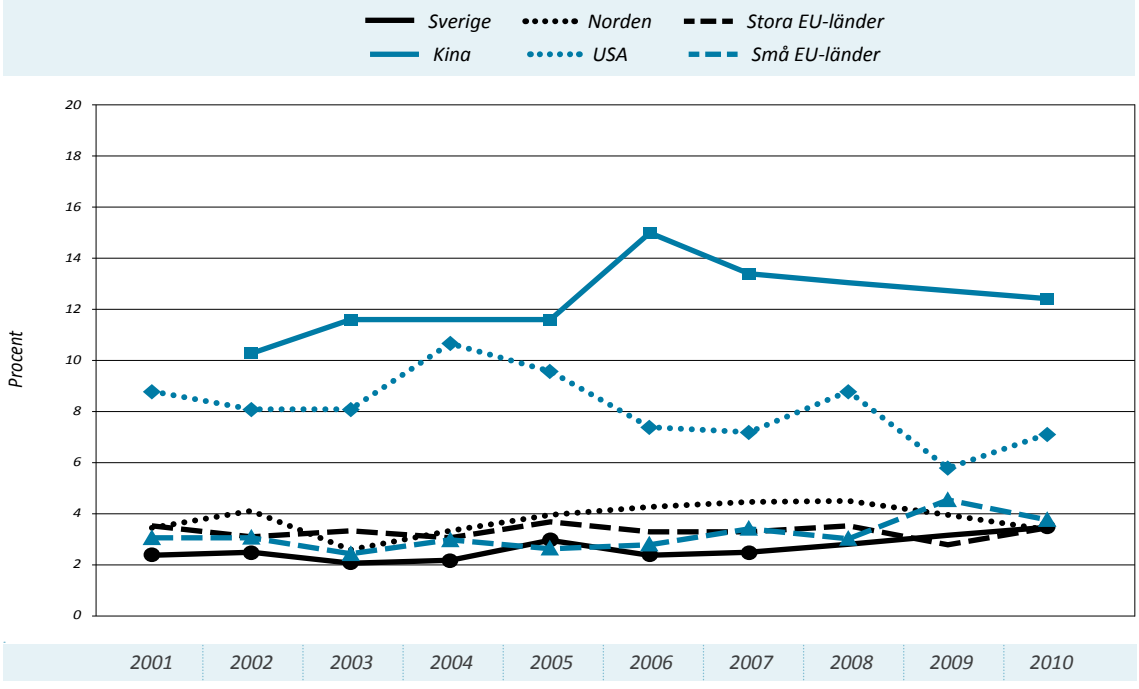
Avsnitt 2.1 ger en bild av hur nyföretagandet ser ut år för år i de olika länderna med speciellt fokus på Sverige. I detta avsnitt beskrivs vilka ambitioner och förväntningar de som är involverade i tidig entreprenöriell aktivitet har och hur de ser på framtiden

Figur 2.8: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) fördelat på kön

A: Andel av den manliga befolkningen i åldrarna 18-64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag



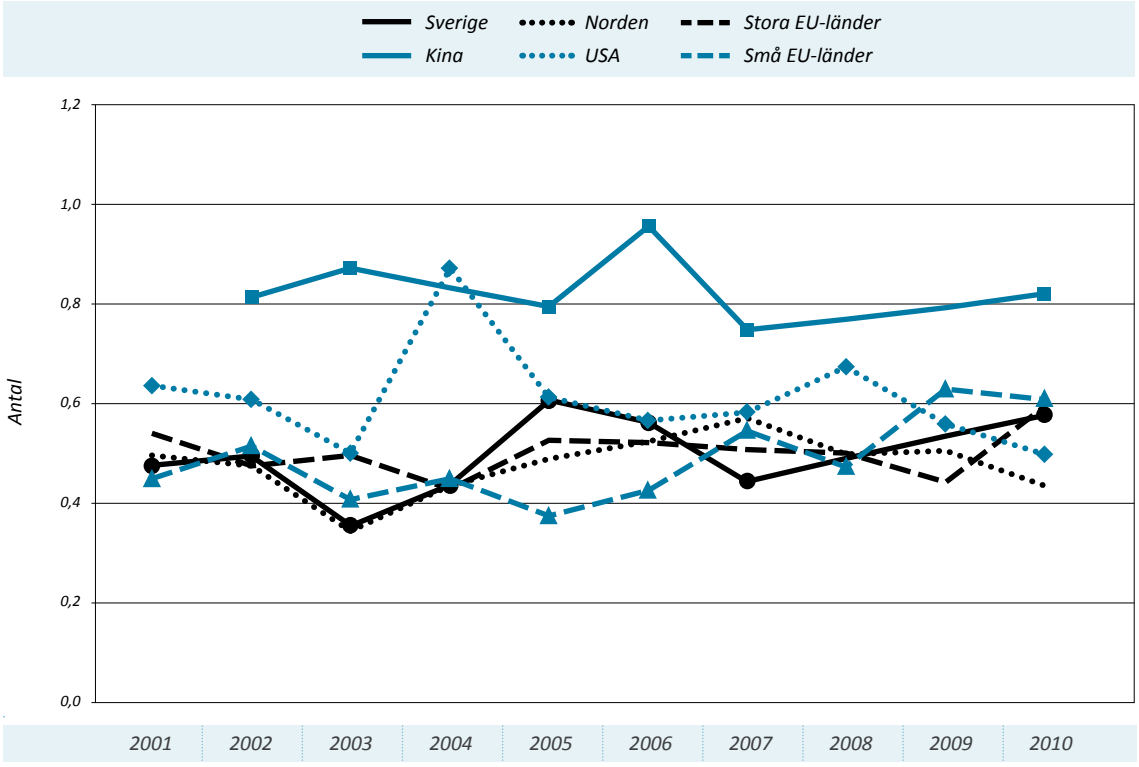
B: Andel av den kvinnliga befolkningen i åldrarna 18-64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

Figur 2.9: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA), antal kvinnor per man

Antal kvinnor i åldrarna 18-64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag per man i motsvarande situation.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

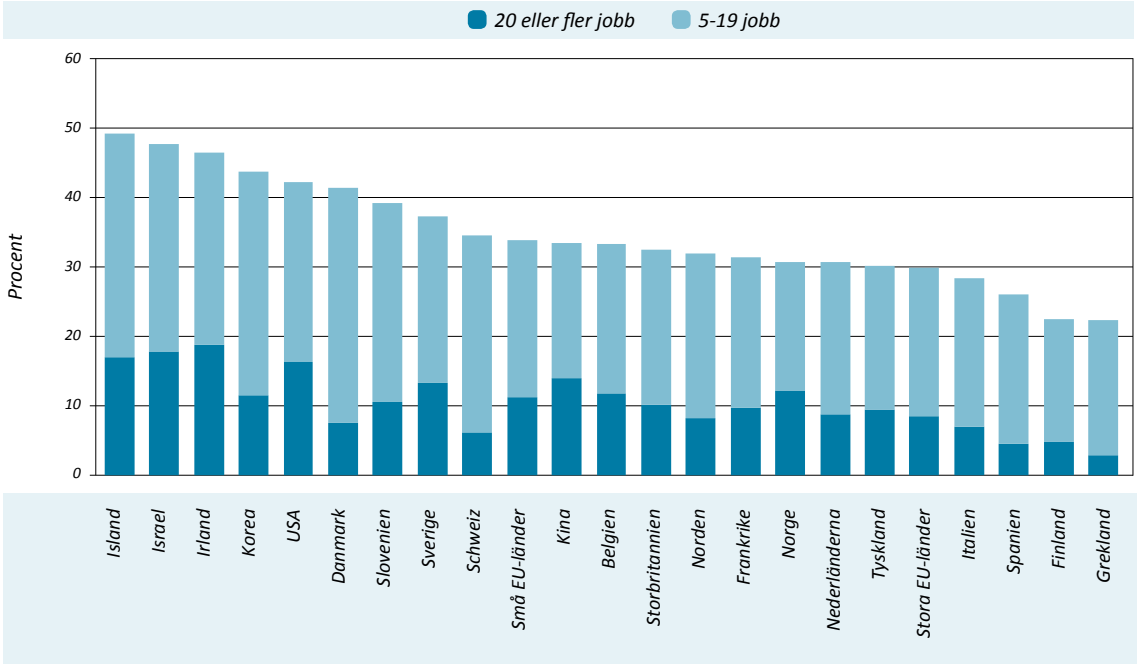
avseende tillväxt och internationell orientering. Eftersom statistiken här enbart baseras på individer som de facto är involverade i tidig entreprenöriell aktivitet grundas uppgifterna på ett genomsnitt över tre år för att öka antalet observationer och därmed minska osäkerheten i det redovisade materialet. Det innebär också att osäkerheten för Sveriges del, som saknar uppgifter för 2008 och 2009, är högre än för övriga länder i figuren. För att reducera osäkerheten något och göra siffrorna mer jämförbara mellan länder baseras Sveriges genomsnitt på två år, 2007 och 2010.

Figur 2.10 visar tillväxtambitioner, mätt som förväntat antal anställda inom de närmaste fem åren, för innovationsdrivna länder. Enligt relativt samstämmiga studier, t.ex. Audretsch m.fl. (2006) och Johansson och Henrekson (2010), är det huvudsakligen unga och snabbväxande företag, s.k. gaseller, som har klart störst betydelse för sysselsättningstillväxten i ett land. Därför är de tillväxtambitioner entreprenörer i tidigt skede har avgörande för den faktiska sysselsättningstillväxten – de indikerar och därmed indirekt definierar gränserna för den framtida sysselsättningstillväxten.

I Sverige tror sig drygt 35 procent av entreprenörerna i tidigt skede anställa fem eller fler individer inom de närmaste fem åren, vilket är något högre än vad entreprenörer i genomsnitt förväntar sig i övriga nordiska länder. Bland länder med extra höga tillväxtambitioner kan nämnas Island, Irland, Israel och USA där andelen entreprenörer som förväntar sig anställa fler än 20 personer inom de närmaste fem åren överstiger 15 procent. I andra

Figur 2.10: Förväntad sysselsättningstillväxt för entreprenörer i tidigt skede, 2008-2010

Andel av TEA som förväntar sig att anställa mellan 5-19 respektive 20 eller fler personer inom fem år.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Siffror för Sverige avser ett genomsnitt för 2007 och 2010.

änden av skalan hittar vi Finland och Grekland där endast knappt fem procent av entreprenörerna tror sig anställa fler än 20 personer inom de närmaste fem åren.

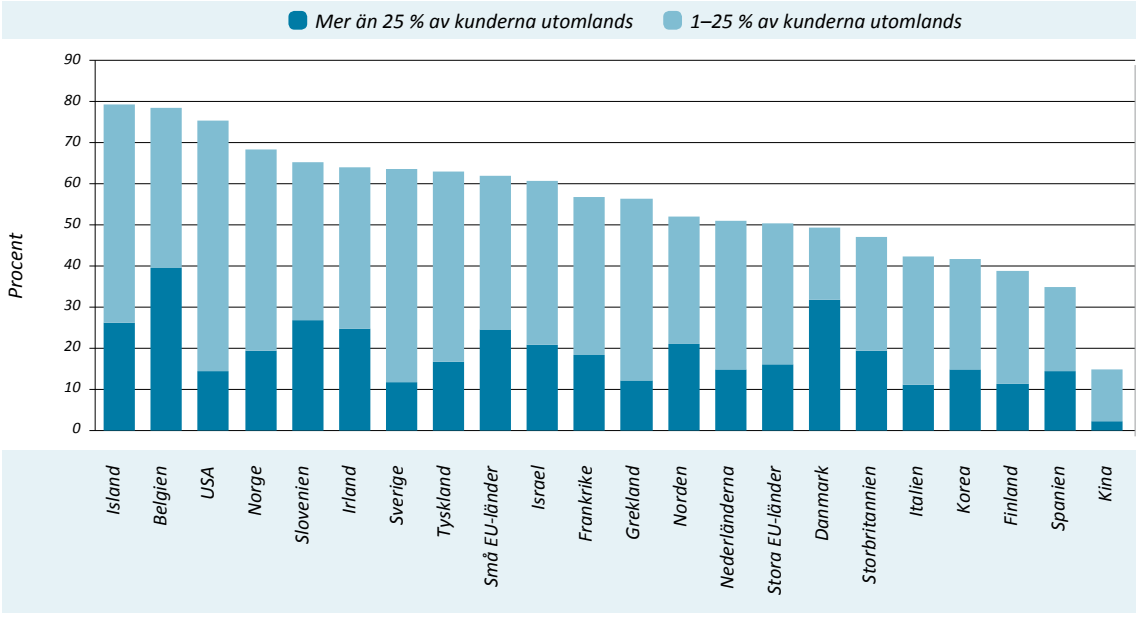
Jämförs entreprenörernas internationella ambitioner framkommer av Figur 2.11 att cirka 65 procent av entreprenörerna i Sverige tror sig i framtiden ha kunder i utlandet och att av dessa förväntar sig ungefär 20 procent ha mer än 25 procent av kunderna utomlands. För att också lyckas med sina internationella ambitioner och därmed övervinna konkurrensen från lokala producenter krävs dock en relativt hög produktivitet. Notera att det sedan lång tid pågår en akademisk debatt om huruvida det är företag med hög produktivitet som också börjar exportera eller om företag som börjar exportera också ökar sin produktivitet – d.v.s. litet av hönan eller ägget-diskussion, vad kommer före det andra. Det mesta pekar dock på att båda dessa effekter spelar in, d.v.s. att företag med hög produktivitet också tenderar att sälja på den internationella marknaden, men också att produktiviteten ökar ytterligare efter det att företaget börjat exportera – ”learning-by-exporting” verkar med andra ord vara ett betydelsefullt fenomenen (se t.ex. Andersson och Lööf, 2009).

Figur 2.12 visar två olika mått på innovation. Det starkare måttet definieras som andelen av de involverade i tidig entreprenöriell aktivitet som både anser att deras produkt är ny för några eller alla kunder och som dessutom anser att det finns få eller inga andra företag som erbjuder samma produkt. Måttet kombinerar med andra ord kravet på produktnyhet med en exklusiv marknadsställning. Det andra måttet visar antingen produktnyhet eller exklusiv marknadsställning och är därmed ett svagare mått på innovativition.

Sverige placerar sig på 12:e plats bland de 20 jämförda länderna avseende det starkare måttet

Figur 2.11: Internationell orientering för entreprenörer i tidigt skede

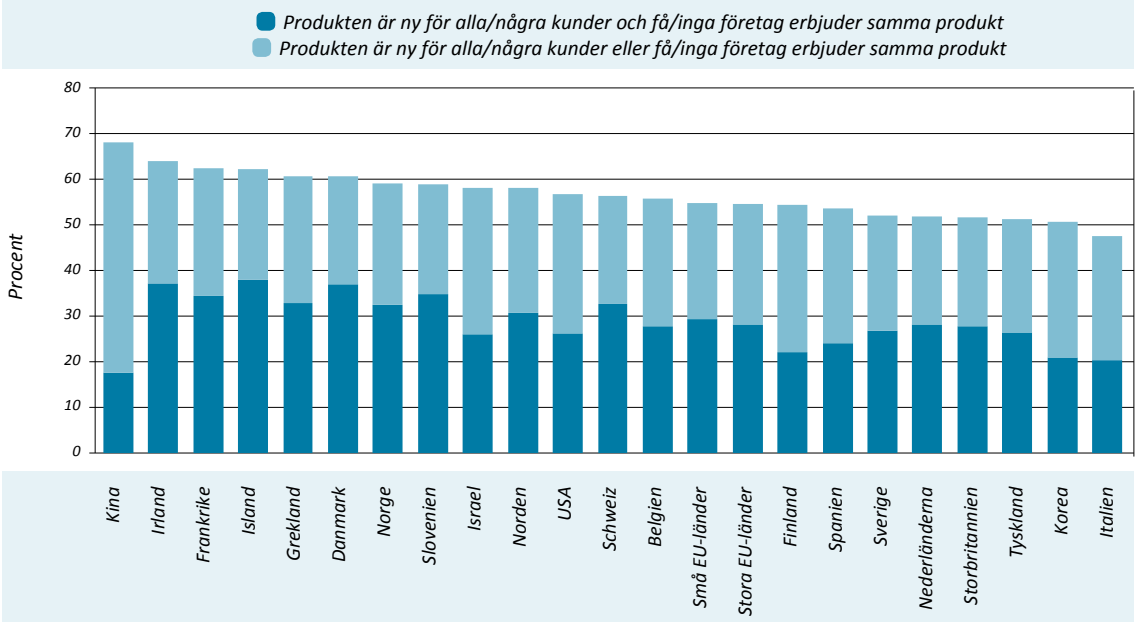
Andel av TEA med kunder utomlands.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Siffror för Sverige avser ett genomsnitt för 2007 och 2010.

Figur 2.12: Innovation bland entreprenörer i tidigt skede

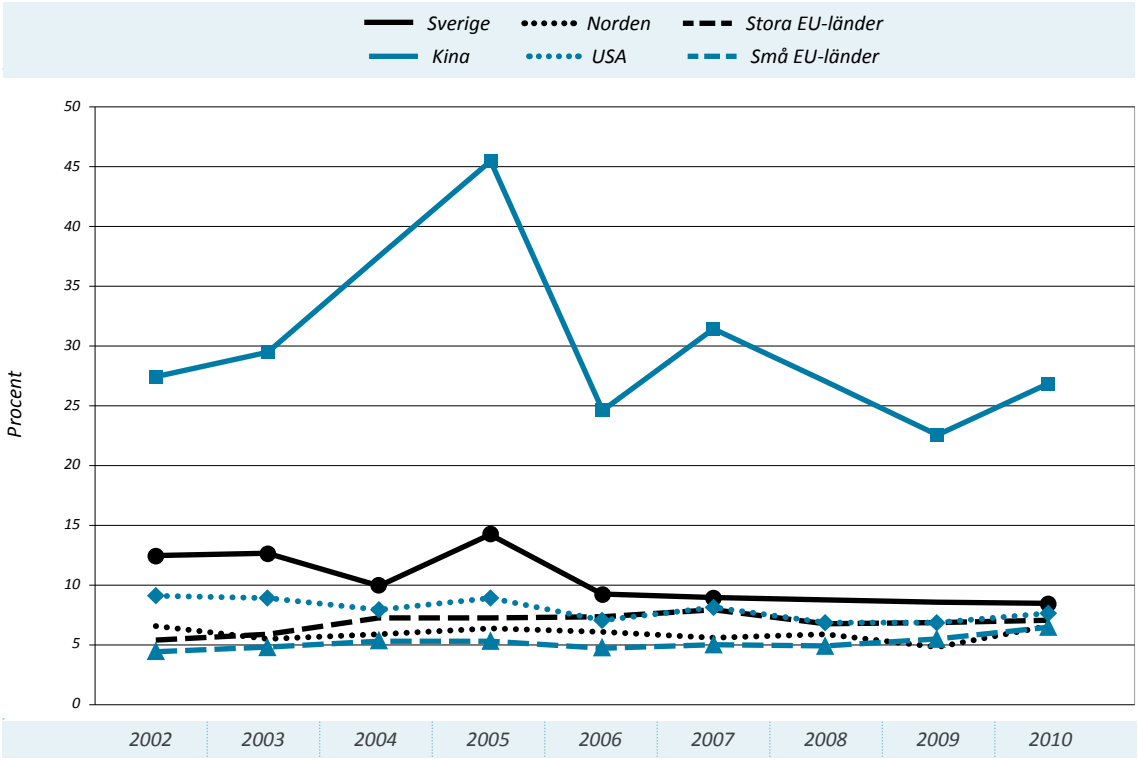
Andel av TEA.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Siffror för Sverige avser ett genomsnitt för 2007 och 2010.

Figur 2.13: Entreprenöriell avsikt

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år (exklusive individer involverande i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

på innovation och ligger på ungefär samma nivå som Tyskland, USA och Israel. Vi ligger något före Finland, men långt efter genomsnittet inom Norden. Sveriges relativt låga nivå även på det svagare måttet på innovation gör att vi sammanräknat placerar oss lågt avseende innovation och klart sämst bland de nordiska länderna.

2.3 Entreprenöriella attityder och förväntningar

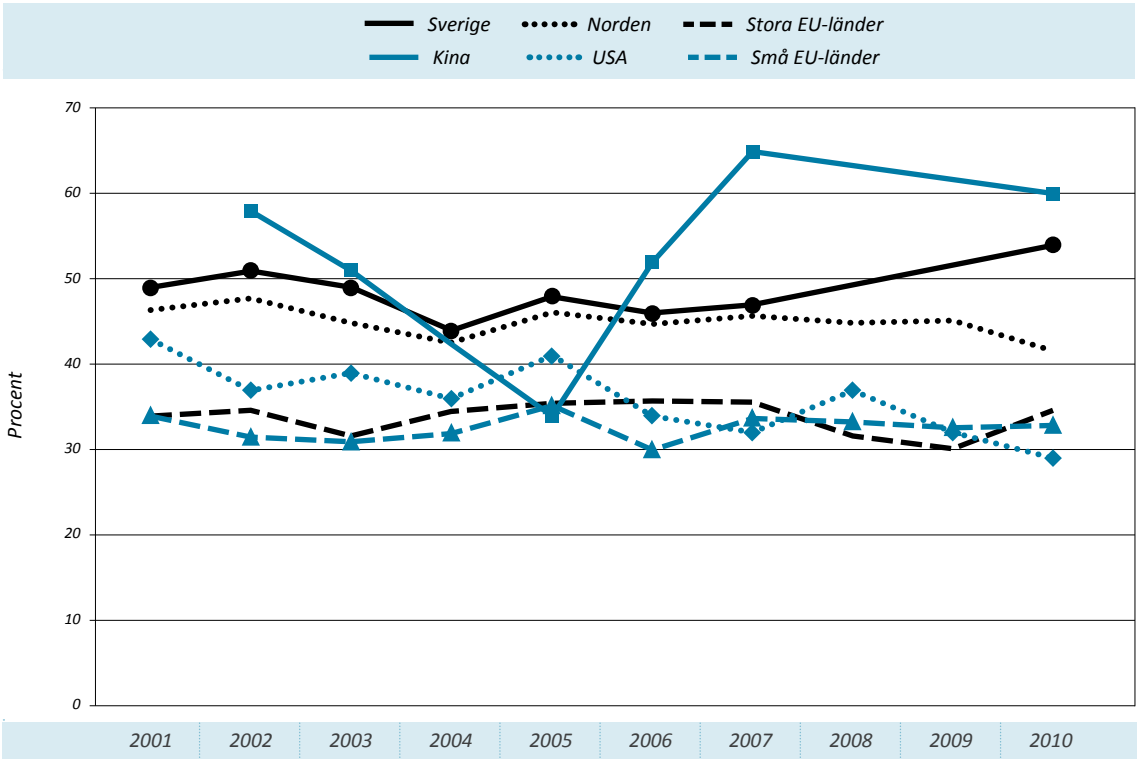
De två föregående avsnitten målade tillsammans upp en bild av hur dels företagandet och den entreprenöriella aktiviteten ser ut inom länderna – men även hur det skiljer sig åt mellan länderna – och dels vilka ambitioner de involverade i tidigt entreprenörskap har avseende tillväxt och internationell exponering. I det här avsnittet studeras slutligen den vuxna befolkningens attityder till entreprenörskap.

Entreprenöriella attityder är till stor del historiskt betingade och påverkas av såväl den institutionella ram entreprenörerna verkar inom som av andra mer kulturellt betingade faktorer. Tillsammans påverkar och formar detta individers motivation att engagera sig i entreprenöriell aktivitet och bidrar därigenom till att förklara den omfattning och inriktning på entreprenörskapet som redovisades i avsnitt 2.1 och 2.2.

Ser vi inledningsvis till det förväntade nyföretagandet framkommer i Figur 2.13 att Sverige legat högt i förhållande till övriga länder under hela den studerade tidsperioden – endast Kina ligger högre än Sverige. Närmare 13 procent av den vuxna befolkningen i Sverige hade 2002 för avsikt

Figur 2.14: Kännedom om företagare

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som personligen känner någon som startat ett företag under de två senaste åren.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

att starta ett företag inom de kommande tre åren. Därefter har andelen fallit och är vid det senaste mättillfället 2010 nere på 8,5 procent. Relateras dessa tal till dem som de facto är engagerade i tidig entreprenöriell aktivitet (se Figur 2.5) framgår att spannet mellan dem som har för avsikt att starta ett företag och de som verkligen gör det minskat från 8,5 procentenheter 2002 till 3,6 procentenheter 2010. Individers entreprenöriella förväntningar förefaller med andra ord ha blivit mer realistiska under den studerade tidsperioden.

Det finns ett flertal tänkbara faktorer bakom denna konvergens – som exempel kan nämnas en bättre insikt om vad egenföretagande innebär rent ekonomiskt och arbetsmässigt. En källa bakom den sistnämnda förklaringen kan vara personlig kontakt med individer med tidigare erfarenhet av entreprenörskap.

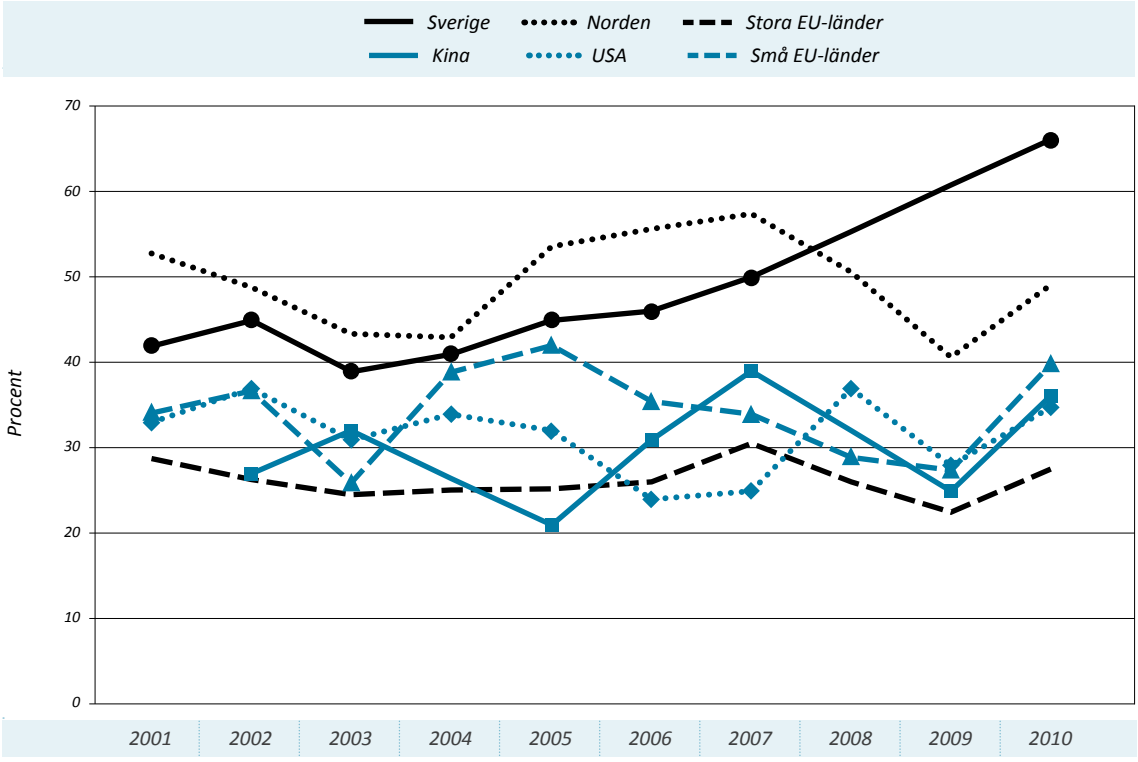
I Figur 2.14 ser vi att andelen av den vuxna befolkningen i Sverige som säger sig personligen känna någon som startat ett företag inom de senaste två åren ökade från 47 procent 2007 till 54 procent 2010. Detta skulle kunna vara en anledning till det kraftigt minskade gapet på över en procentenhet mellan förväntade och realiserade entreprenöriella engagemang som noterades i Sverige under samma tid. Vad som verkligen ligger bakom denna konvergens är dock något som forskningen behöver studera ytterligare.

Slutligen kan nämnas att andelen av befolkningen med personlig kännedom om någon som nyligen startat ett företag i Sverige är väsentligt mycket högre än motsvarande andel för övriga västerländska länder och närmar sig den i Kina.

Vidare framkommer av Figur 2.15 att en allt större andel av befolkningen i Sverige upplever det

Figur 2.15: Upplevda entreprenöriella möjligheter

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag i området där de bor.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

som om att närmiljön erbjuder goda entreprenöriella möjligheter. Från bottenåret 2003 då strax under 40 procent av befolkningen ansåg att det var lätt att starta ett företag i närområdet ökade andelen till 66 procent år 2010 – en ökning med sammanlagt 26 procentenheter under dessa sju år. Det placerar Sverige i absolut toppklass närmast följt av övriga nordiska länder där i genomsnitt ca 50 procent av befolkningen anser att det finns goda förutsättningar att starta ett företag i närområdet.

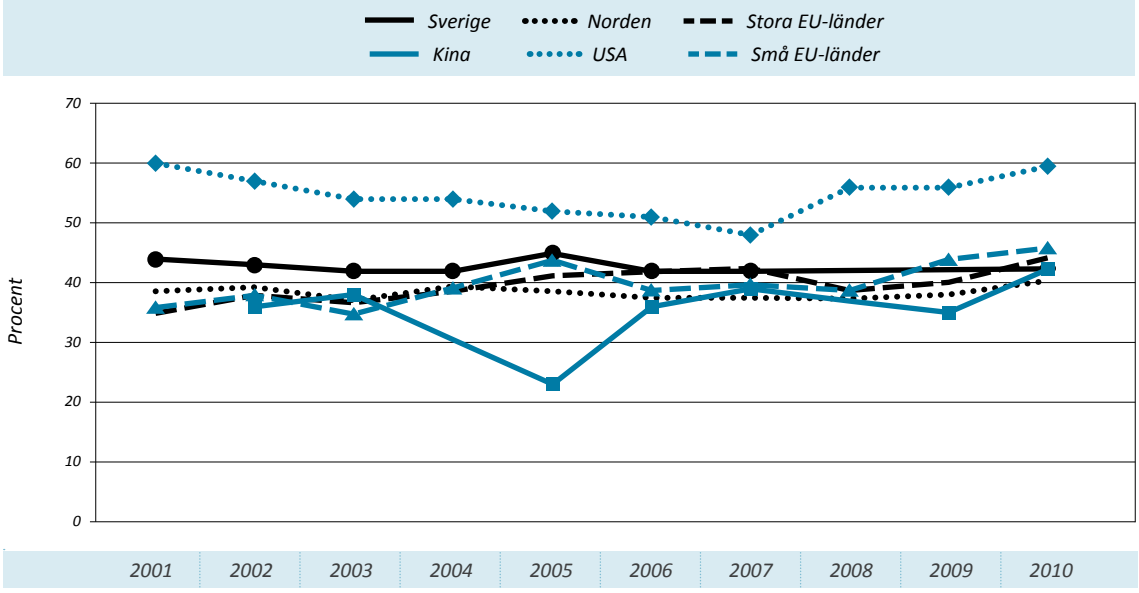
Befolkningen i Sverige placerar sig inte enbart högt avseende upplevda affärsmöjligheter utan anser sig också i stor utsträckning ha den kunskap som krävs för att starta ett företag. Av Figur 2.16 framgår att strax över 40 procent av den vuxna befolkningen tycker sig ha de kunskaper som krävs för att starta ett företag – en andel som varit konstant eller möjligen minskat något i Sverige, medan en allt högre andel av invånarna i övriga länder tror sig besitta de nödvändiga kunskaperna. Sverige placerar sig 2010 på ungefär samma nivå som genomsnittet bland de jämförda länderna och ländergrupperna.

En annan faktor som påverkar huruvida en individ agerar på en upplevd affärsmöjlighet och verkligen startar ett företag har att göra med rädslan för att misslyckas med sitt entreprenöriella engagemang. Rädslan att misslyckas kan ha flera bottnar, från rent institutionella såsom sociala skyddsnätet etc. till mer kulturellt betingade såsom synen på entreprenörskap och misslyckanden rent generellt hos befolkningen.

Som visas i Figur 2.17 är rädslan att misslyckas störst i de större EU-länderna och minst i USA. Sverige placerar sig tillsammans med genomsnittet av övriga nordiska länder och de små EU-länderna

Figur 2.16: Upplevd förmåga

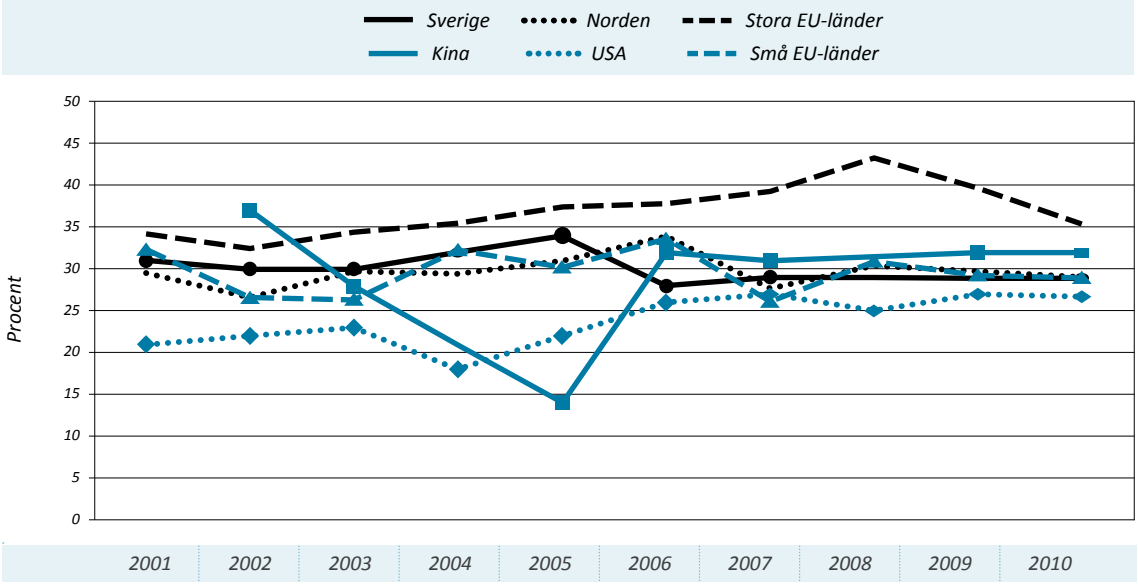
Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som anser sig ha tillräcklig kunskap och förmåga att starta ett företag.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

Figur 2.17: Rädsla att misslyckas

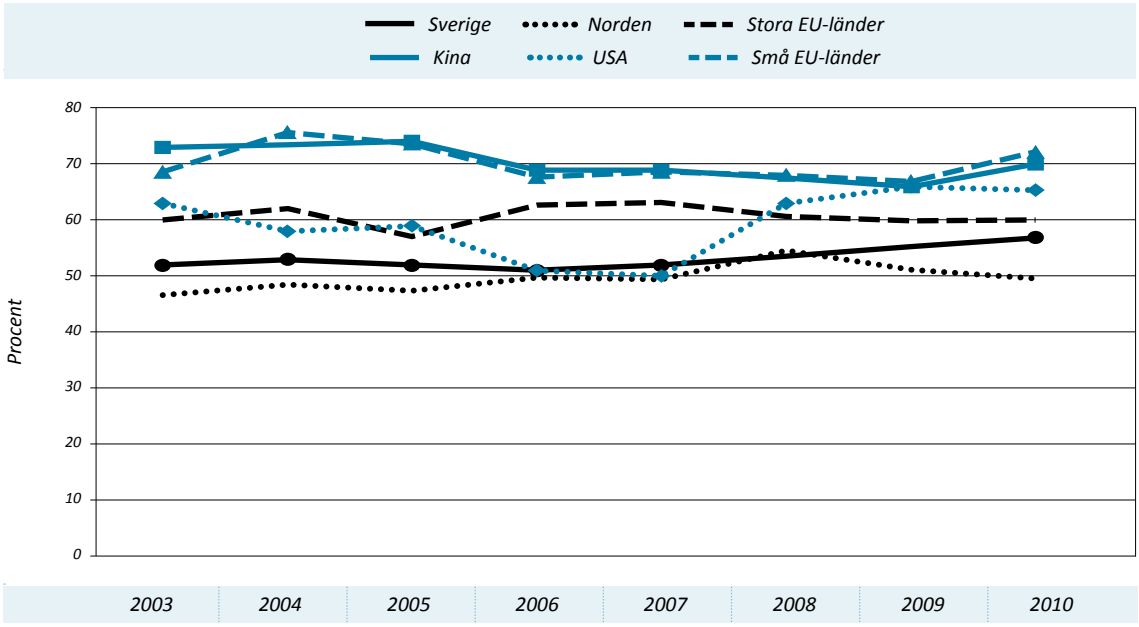
Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år med upplevda affärsmöjligheter som anger att rädsla att misslyckas skulle hindra dem från att starta ett företag.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

Figur 2.18: Entreprenörskap – ett bra karriärval

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som instämmer med påståendet att merparten av invånarna i landet anser det vara ett bra karriärval att starta ett företag.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

i mitten. I Sverige anser knappt 30 procent av dem med upplevda entreprenöriella möjligheter 2010 att rädslan att misslyckas skulle kunna hindra dem från att starta ett företag.

De avslutande tre figurerna syftar till att ge en mer generell inblick i hur synen på entreprenörer och entreprenörskap varierar mellan länder och över tid. I Figur 2.18 visas inledningsvis hur stor andel av den vuxna befolkningen som anser att entreprenörskap är ett bra karriärval.

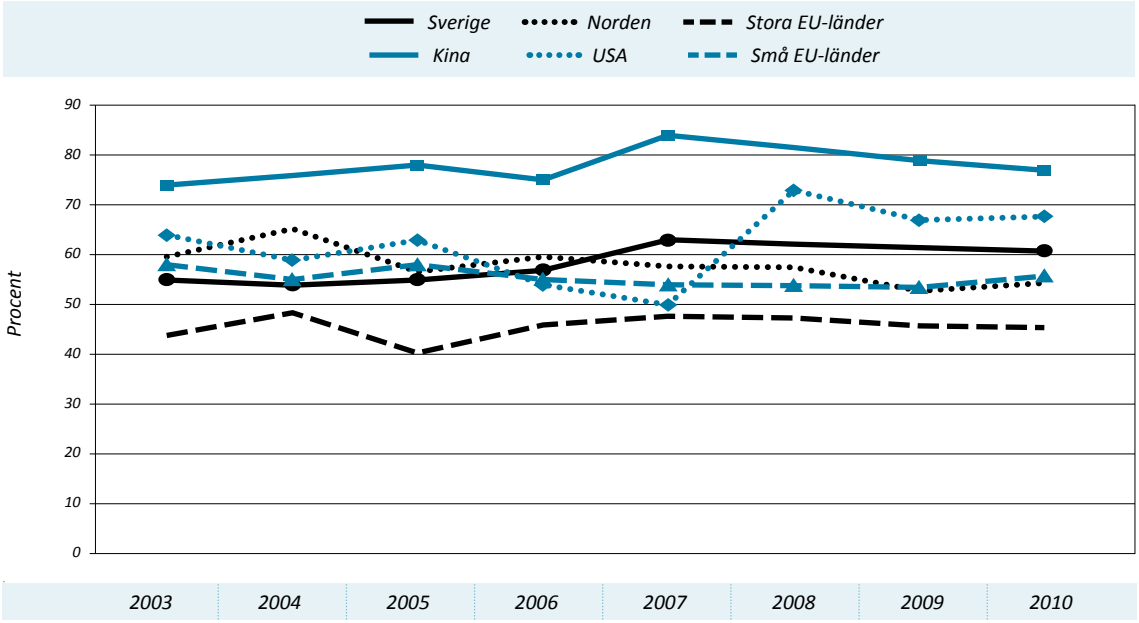
I Sverige, liksom i genomsnittet av de övriga nordiska länderna, är det endast strax över hälften av den vuxna befolkningen som anser att entreprenörskap är ett bra karriärval. Sverige ligger något bättre till än övriga nordiska länder, men långt efter såväl USA som de små EU-länderna. Även om en viss ökning kan skönjas under senare delen av 00-talet i Sverige är takten låg, vilket tyder på att attityderna till entreprenörskap förändras långsamt i Sverige och att det kan ta många år innan vi når upp till samma nivå som USA och de små EU-länderna.

Figur 2.19 ger en bild av hur entreprenörskap lyfts fram inom media. Det framgår att drygt 60 procent av befolkningen i Sverige anser att man ofta hör om framgångsrikt entreprenörskap i media. Det framgår också att andelen var lägre än för både de små EU-länderna och genomsnittet bland de övriga nordiska länderna under 00-talets fem första år, men att andelen därefter ökat och det år 2010 endast är USA och Kina som har en större andel än Sverige.

Avslutningsvis visas i Figur 2.20 hur synen på ett framgångsrikt entreprenörskap trendmässigt förbättrats i Sverige under 00-talet. Figuren visar hur stor andel av den vuxna befolkningen som instämmer med påståendet att framgångsrikt entreprenörskap ger hög status. Från att vara det land med lägst andel i början av perioden ligger Sverige 2010 på samma nivå som genomsnittet bland de större EU-länderna, men fortfarande väl under nivån i övriga nordiska länder.

Figur 2.19: Entreprenörskap i media

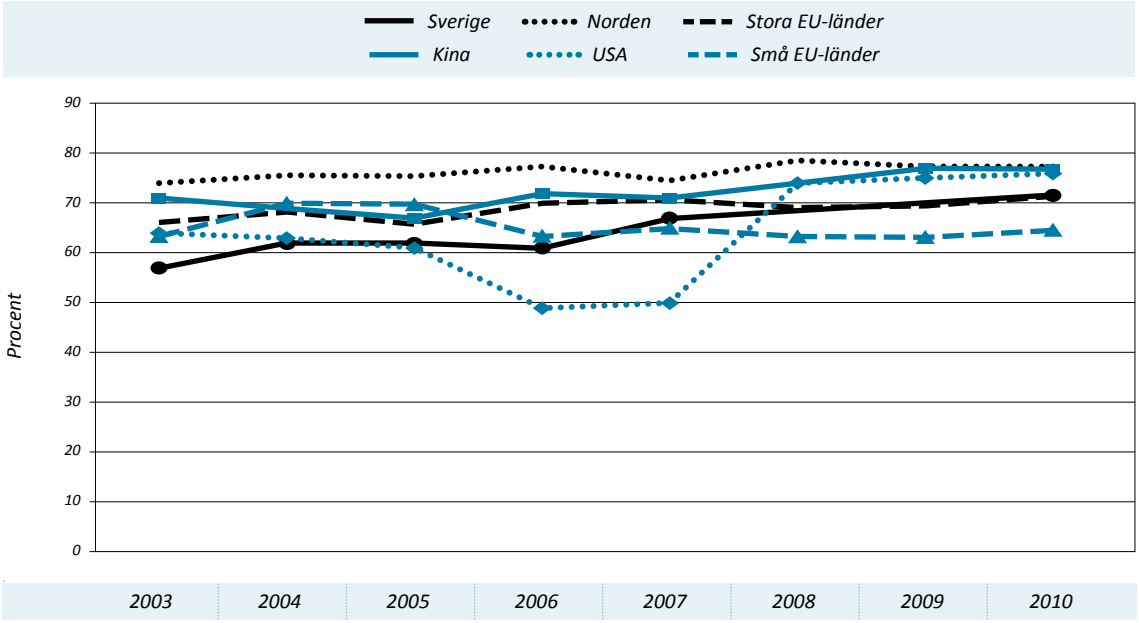
Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som instämmer med påståendet att man ofta hör om framgångsrikt entreprenörskap i landets media.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

Figur 2.20: Framgångsrikt entreprenörskap ger hög status och uppskattning

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som instämmer med påståendet att framgångsrikt entreprenörskap ger hög status i landet.



Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland. Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige. Avsaknad av markör för Sverige och Kina för ett enskilt år indikerar saknad data.

Mänsklighetens överlevnad hänger på vår förmåga att vara kreativa, innovativa och genomföra entreprenöriella handlingar, Howard Aldrich, professor, University of North Carolina, USA och tidigare mottagare av Global Award for Entrepreneurship Research.

3 Nationella experters syn på förutsättningar för företagande

Enkätfrågorna i den s.k. APS-undersökningen har kompletterats med nationella expertundersökningar. Dessa är en viktig del av GEMs årliga mätning av hur respektive lands ramvillkor påverkar det entreprenöriella klimatet. I varje land intervjuas minst 36 experter via webb eller telefon. Urvalet i Sverige är balanserat med lika många män som kvinnor och varje expert bedöms vara särskilt kunnig inom minst ett relevant område. I GEM-undersökningen delas ramvillkoren övergripande in i nio områden (Figur 3.1). De nationella experterna besvarar frågor om hur goda möjligheter som finns i landet att starta nya företag, bedömer kunskap och färdigheter

Figur 3.1

Finansiering *Tillgång till finansiella resurser – eget kapital och krediter – för små- och medelstora företag (inkl. subventioner och stöd).*	***Politik och offentliga åtgärder*** *I vilken utsträckning är skatter och regler storleksneutrala eller till gagn för för små- och medelstora företag.*	***Myndigheternas program*** *I vilken utsträckning är program storleksneutrala eller tillgång för små- och medelstora företag.*
Utbildning i entreprenörskap *I vilken utsträckning är utbildning och praktik i att starta och och driva företag del av utbildningssystemet på alla nivåer från grundskola till högre utbildning.*	***Spridning av FoU*** *I vilken utsträckning bidrar forskning och utveckling till affärsmöjligheter genom att göras tillgängligt för små och medelstora företag.*	***Affärsstöd och infrastruktur*** *Närvaron av äganderätt, juridisk rådgivning, affärsstöd och liknande institutioner för att stödja och underlätta för små och medelstora företag.*
Marknadstillträde *Omfattar två delar (1) marknadsdynamik; grad av förändring mellan år. Och (2) öppenhet och marknadstillträde; i vilken utsträckning nya företag har tillgång till existerande marknader.*	***Fysisk infrastruktur*** *Tillgänglighet hos resurser inom kommunikation, transporter, lokaler och andra fysiska behov, till priser som inte diskriminerar små och medelstora företag.*	***Kulturella och sociala normer*** *I vilken utsträckning sociala och kulturella normer uppmuntrar eller tillåter aktiviteter som leder till nya affärsmetoder eller aktiviteter som kan leda till ökade inkomster och välstånd.*

Tabell 3.1

1 Finansiering
2a Nationell politik
2b Regleringar
3 Myndigheters program
4a Utbildning – Grund & gymnasieskola
4b Utbildning – Högre utbildning
5 Spridning av FoU
6 Affärsstöd och infrastruktur
7a Marknad – dynamik
7b Marknad – öppenhet och tillträde
8 Fysisk infrastruktur
9 Kulturellla och sociala normer

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Innovationsdrivna ekonomier												
Finland			+		–		–	+		–	+	
Frankrike		+			–	+				–	+	–
Tyskland			–	+	–			+			+	–
Grekland	–	–	–					+			+	+
Island	–				–				+	–	+	+
Irland	–			+	–			+			+	
Israel		–	–		–			+			+	+
Italien		–	–		–	+			+		+	
Japan	–	+	–		–				+		+	
Sydkorea	–	+			–			–	+		+	
Norge	+	–			–			+		–	+	
Portugal			–		–	+		+			+	–
Slovenien					–			+	+		+	–
Spanien	–		–		–			+	+		+	
Sverige			–		–		–	+	+		+	
Schweiz				+	–			+	–	–	+	
Storbritannien	–				–		–	+	+		+	
USA	–		–		–			+			+	+

Källa: GEM National Expert Survey 2010.

hos befolkningen, kvinnors företagande och även vilket stöd som finns för nya och snabbväxande företag.[13]

Den globala GEM-studien möjliggör jämförelser mellan de deltagande ländernas respektive expertgrupper. Tabell 3.1 sammanfattar de tre bästa respektive de tre sämsta grenarna för gruppen innovationsdrivna länder inom ovan nio nämnda policyområden.

Alla länder rankar det egna landets fysiska infrastruktur som högt och i ett flertal länder anses affärsstöd och också den legala infrastrukturen vara väl utvecklade. För området marknadsdynamik rapporteras en större spridning i resultaten,

13. *Metoden beskrivs närmare i Appendix 3, sidan 83.*

Tabell 3.2
NES 2000, 2001, 2002, 2003 och 2010.

Sverige nationella experter 2000-2003 och 2010	2000	2001	2002	2003	2010
Finansiering	3,7	3,5	2,8	2,9	2,6
Politik – nationell; byråkrati och skatter	2,0	2,3	2,2	2,0	1,9
Politik; policy-beslut inriktade på entreprenörskap	2,6	1,9	1,9	2,3	2,5
Myndigheters program	3,2	2,8	2,6	1,9	2,6
Utbildning och kompetensutveckling grund/gym. skola. grundskola/gymnasieskola (D del 1)	2,1	2,2	1,9	2,5	2,1
Utbildning och kompetensutveckling högskola/universitet	2,9	2,3	2,7	2,4	2,3
Spridning av FoU	3,1	2,5	2,3	3,3	2,2
Affärsstöd och infrastruktur	2,7	2,7	3,2	2,7	2,9
Marknadstillträde	4,0	3,4	2,7	4,2	2,9
Fysisk infrastruktur	2,5	1,9	2,6	3,5	4,2
Kulturella och sociala normer	3,5	3,7	1,9	1,7	2,4
Möjligheter att starta företag	2,3	3,2	3,0	2,7	3,5
Förmåga och kunskap att starta företag	3,0	2,0	2,0	1,9	2,0
Företagares status		2,9	2,6	2,5	3,2
Immaterialrätt		3,2	3,5	3,6	3,3
Stöd till kvinnors företagande			3,5	3,5	3,4
Uppmärksamhet och hög tillväxt					3,0
Intresse för innovation företagsperspektiv					3,3
Intresse för innovation kundperspektiv					3,6

Omdömena har gjorts om påstående som bedömts på en skala 1-5 där 1=helt falskt och 5= helt sant.

Sverige förefaller ha en relativ fördel inom det området.

3.1 NES Sverige 2000 och 2010

De nio ramområden som beskrivs i Figur 3.1 är i sin tur indelade på 20 olika policyområden. I tabell 3.2 redovisas resultaten för dessa områden för de år som intervjuundersökningen genomförts i Sverige: 2000, 2001, 2002, 2003 och 2010. Dessvärre gjordes inga undersökningar under perioden 2004 till 2009. Experternas intervjusvar presenteras i Tabell 3.2 som medelvärden på en femgradig skala. Resultaten är en summering av flera frågor inom varje policyområde.[14]

De områden som svenska experter rankar högt är främst fysisk infrastruktur (4,2), att det finns bra möjligheter att starta företag i Sverige (3,5), stöd till kvinnors företagande (3,4) samt att kunder och

14. *Grupperingen av delfrågor och deras exakta formulering uppvisar en betydande stabilitet över åren men har vid något tillfälle marginellt ändrats.*

Ett företags tillväxt är en kreativ och dynamisk interaktion mellan marknad och produktivitet men är också beroende av dess struktur och relation till marknaden,
Dr Elizabeth Garnsey, University of Cambridge, UK.

även företag i Sverige sätter högt värde på innovationer (3,3 och 3,6).

Områden som fått en lägre genomsnittlig ranking är främst policyrelaterade faktorer som skatt, regleringar, byråkrati (1,9), skolutbildning i entreprenörskap (2,1), högre utbildning i entreprenörskap (2,3), spridning av FoU (2,2) samt förmåga och kunskap att starta företag (2,0).

Sammantaget ger experternas betygsättning 2010 bilden av att det finns goda möjligheter att starta företag i Sverige både affärsmässigt och infrastrukturellt, samtidigt som utbildnings- och kunskapsnivån i att starta företag bedöms som låg.

Jämför vi 2010 med 2000 är förändringarna enligt experterna små vad gäller områdena politik, myndigheters program, utbildning och kompetensutveckling, affärsstöd och infrastruktur; immaterialrätt och stöd till kvinnors företagande. De områden som försvagats under perioden är finansiering, spridning och kommersialisering av FoU, den entreprenöriella normen, marknadstillträde samt förmågan att starta företag. Slutligen anses fysisk infrastruktur, och i viss mån möjligheter att starta företag och företagares status, förstärkts över åren.

Experternas utlåtanden över hela perioden visar framför allt på en betydande stabilitet över tiden. Det enda område som bedöms ha utvecklats markant positivt är den fysiska infrastrukturen. Anmärkningsvärt är att så centrala faktorer för entreprenörskap som utbildning, kompetens och mer generella färdigheter i entreprenörskap är på samma nivå eller lägre 2010 jämfört med 2000. Enligt experternas bedömning har således – oavsett vilja och ambition bland beslutsfattare – det entreprenöriella klimatet inte utvecklats positivt vilket på sikt kan vara problematiskt ur ett samhällsperspektiv.

3.2 Sverige i ett internationellt perspektiv – några jämförelser

När det gäller expertundersökningen har vi också gjort en internationell utblick som redovisas i appendix till detta kapitel och kortfattat kommenteras. Samma jämförelsegrupper har använts som i Kapitel 2 med undantag för små EU-länder där data saknats för hela perioden. Följaktligen jämförs Sverige med Norden (exklusive Sverige), stora EU-länder (inkluderar de Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland), USA samt Kina. Dessa jämförelser bygger på respektive lands expertundersökning och är således subjektiva uppfattningar och inte slumpmässiga urval. Dock är metoden standardiserad vad gäller urval, frågor och svarsalternativ. Bedömningen är att internationella jämförelser går att göra men att resultaten måste tolkas försiktigt. Övergripande kan konstateras att för flertalet variabler är skillnaderna i förhållande till jämförelseländerna/grupperna små, särkilt i jämförelse med de andra nordiska länderna.

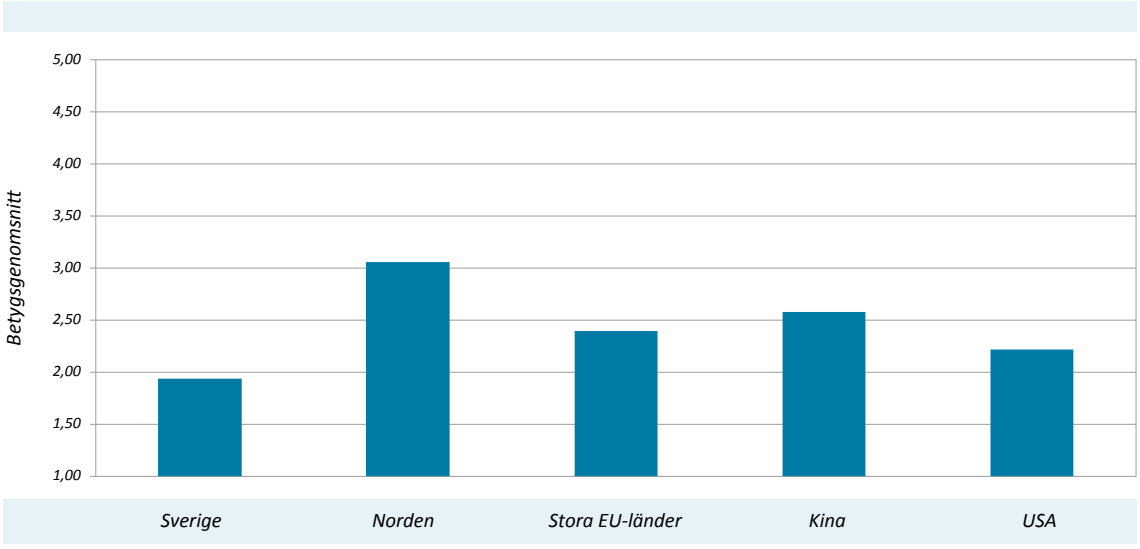
Relativt stora skillnader i förhållande till jämförelseländer/grupper kan dock konstateras vad gäller skatter och regleringar, utbildning och kompetens, spridning av FoU (kommersialisering), normer samt förmåga att omvandla affärsmöjligheter till företag. För samtliga dessa variabler avviker Sverige negativt – d.v.s. är svagare än – jämförelseländerna. Vad gäller fysisk infrastruktur förefaller Sverige ha en styrkeposition.

Appendix

Jämförelserna är klassificerade på områden där Sveriges position försvagats, stärkts eller är oförändrad. Experternas intervjusvar presenteras på den vertikala axeln som oviktade medelvärden på en femgradig skala där 1 innebär ett svagt utfall och 5 ett starkt.

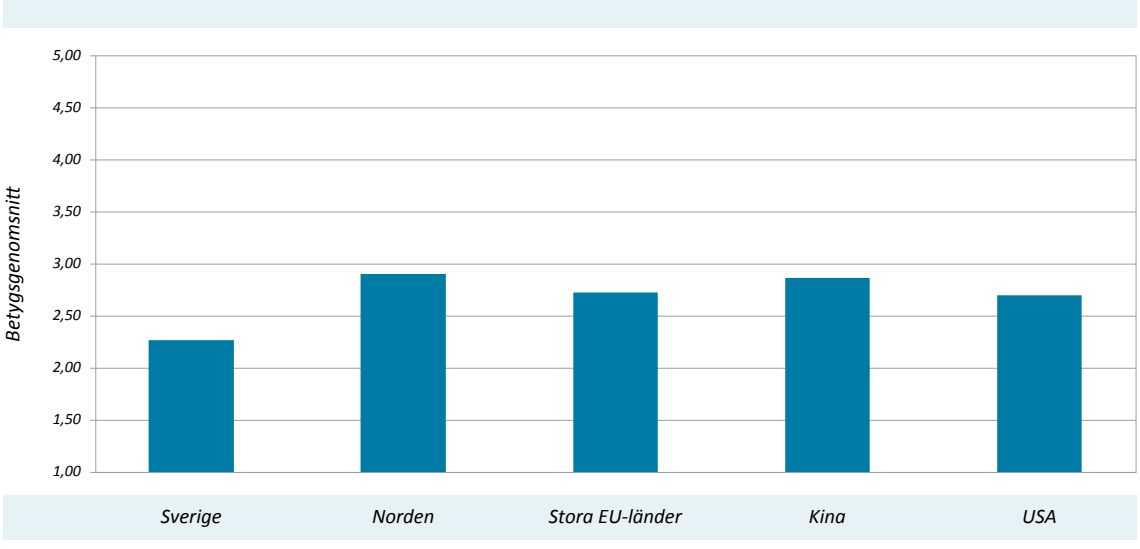
Svagheter

Figur A 3.1: Statlig politik, byråkrati/regleringar och skatter



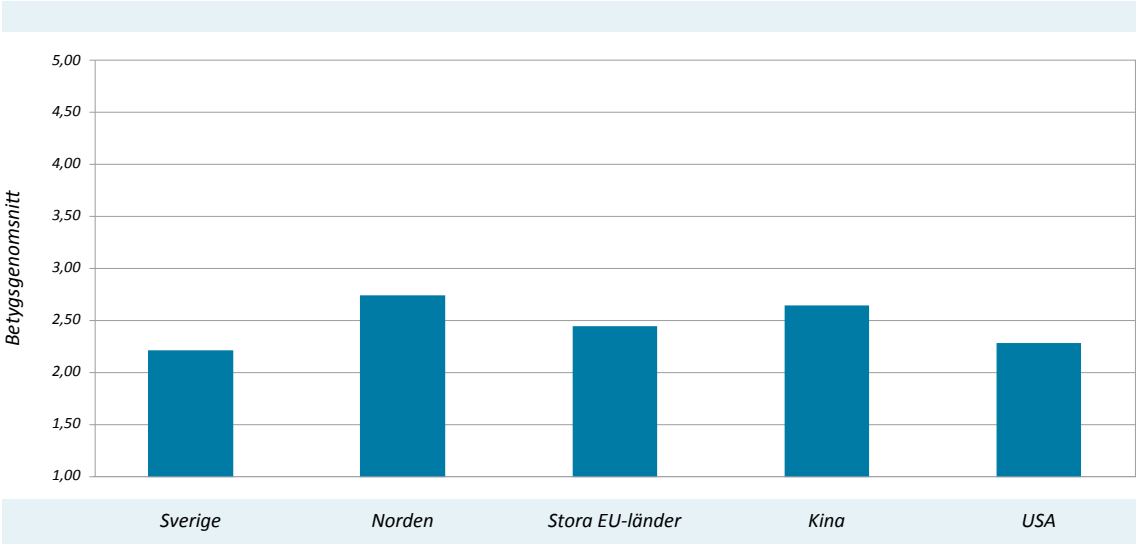
Experternas bedömning är att i fråga om skatter och regleringar för nya och växande företag gynnas stora företag. Bland de nordiska länderna kan nämnas att t.ex. Finland och Island enligt deras nationella experter anses i större grad ha skapat ett storleksneutralt system för nya företag.

Figur A 3.2: Utbildning och kompetens– Högskola och universitet



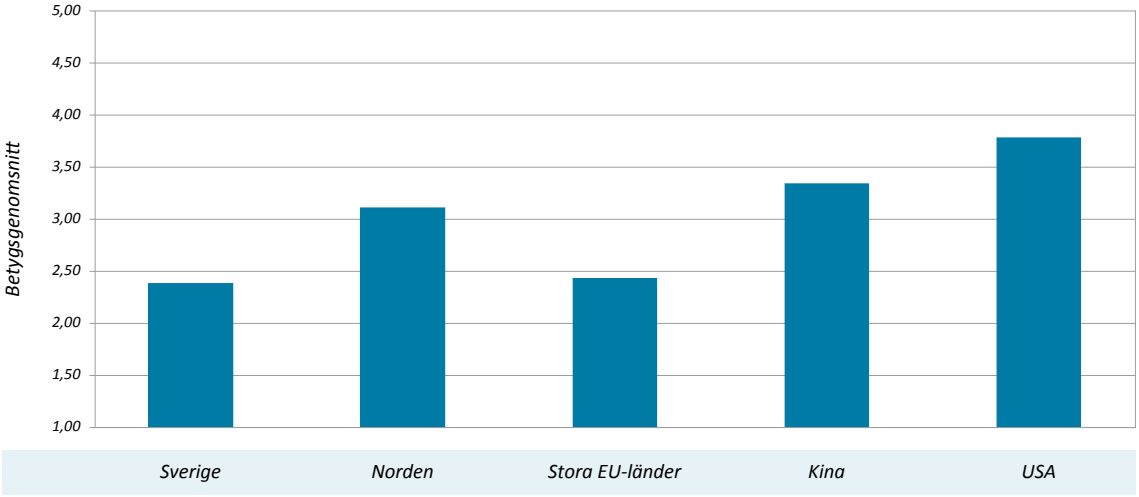
Sveriges ranking är enligt experterna bland de absolut lägsta inom detta område. Jämför vi med Norden, stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland), Kina och USA är det stora skillnader. Även i en jämförelse med enskilda länder bedöms den svenska högre utbildning med inriktning på entreprenörskap ligga lågt.

Figur A 3.3: Spridning/kommersialisering av FoU



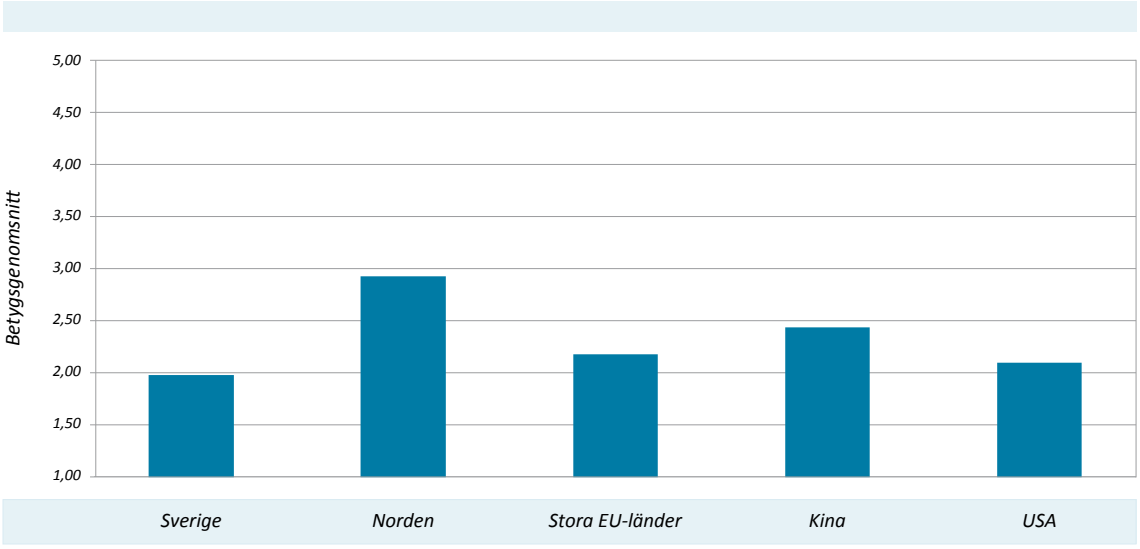
När det handlar om spridning och kommersialisering av forskning ligger Sverige enligt experterna visserligen på samma nivå som USA men betydligt lägre än Norden, stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland) och Kina.

Figur A 3.4: Kulturella och sociala normer



Med avseende på kultur och normer kring entreprenörskap – den allmänna synen på denna verksamhet – har Sverige en relativt blygsam position enligt experterna. Trots insatser för att öka prestigen för entreprenörskap ligger Sverige lågt jämfört med bland annat Norden, Kina och USA.

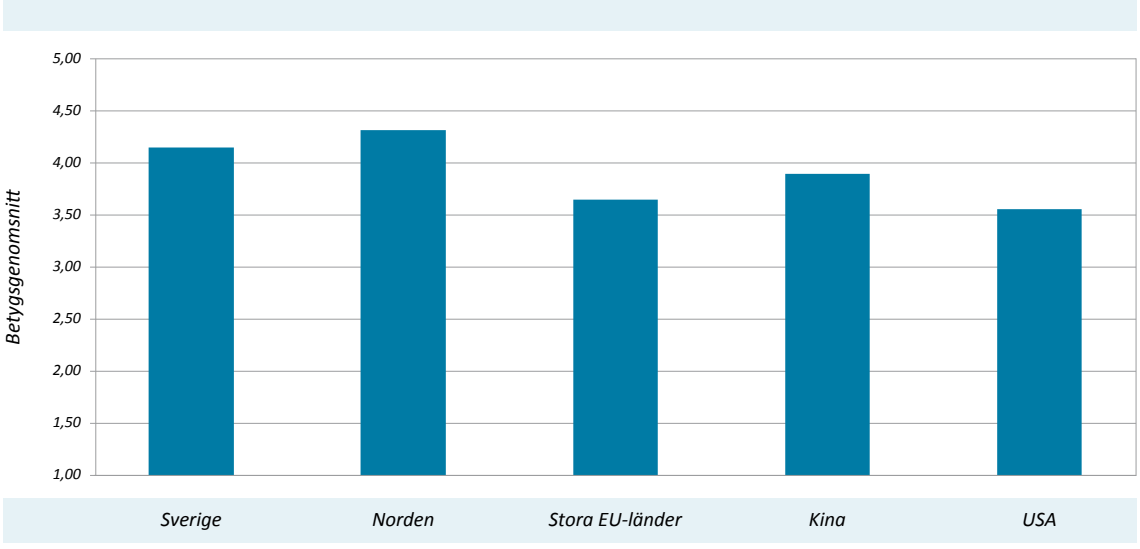
Figur A 3.5: Förmåga och kunskap



Sverige rankas också lågt när det gäller kunskap, färdigheter och kapacitet att omsätta affärsmöjligheter till företag och reella affärsprojekt. Jämfört med Norden ligger vi långt efter, enligt experternas utlåtande.

Relativa styrkor

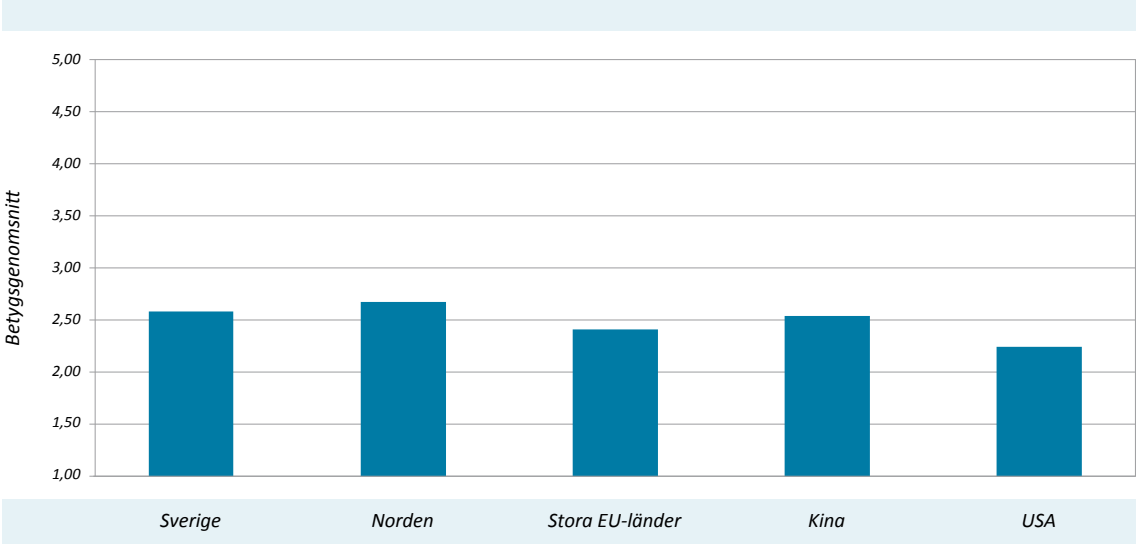
Figur A 3.6: Fysisk infrastruktur och tjänster



Inom området infrastruktur och tjänster placerar sig Sverige relativt högt tillsammans med övriga nordiska länder. För samtliga länder är det bara tre som rankas högre än Sverige, enligt experternas bedömning.

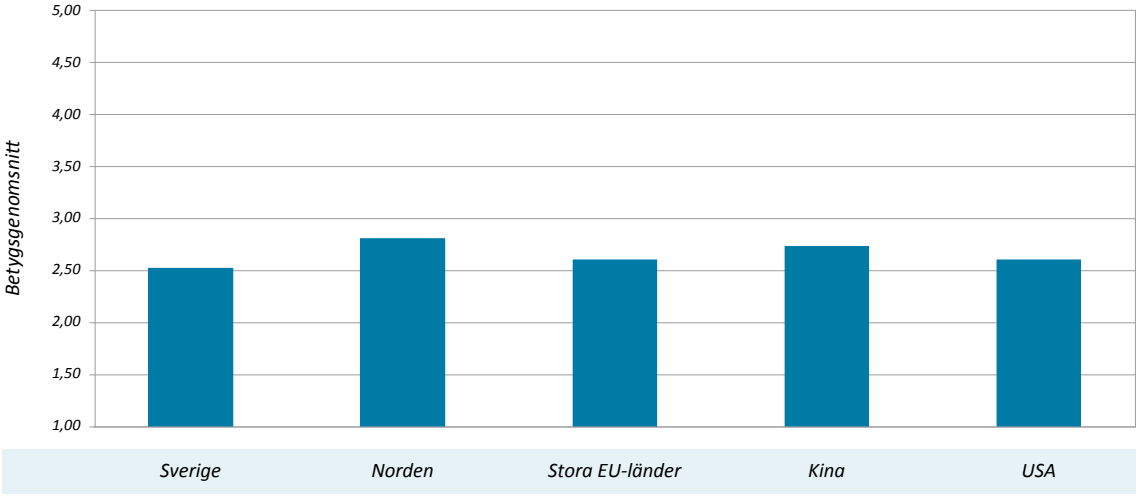
Obetydliga eller inga skillnader

Figur A 3.7: Finansiering



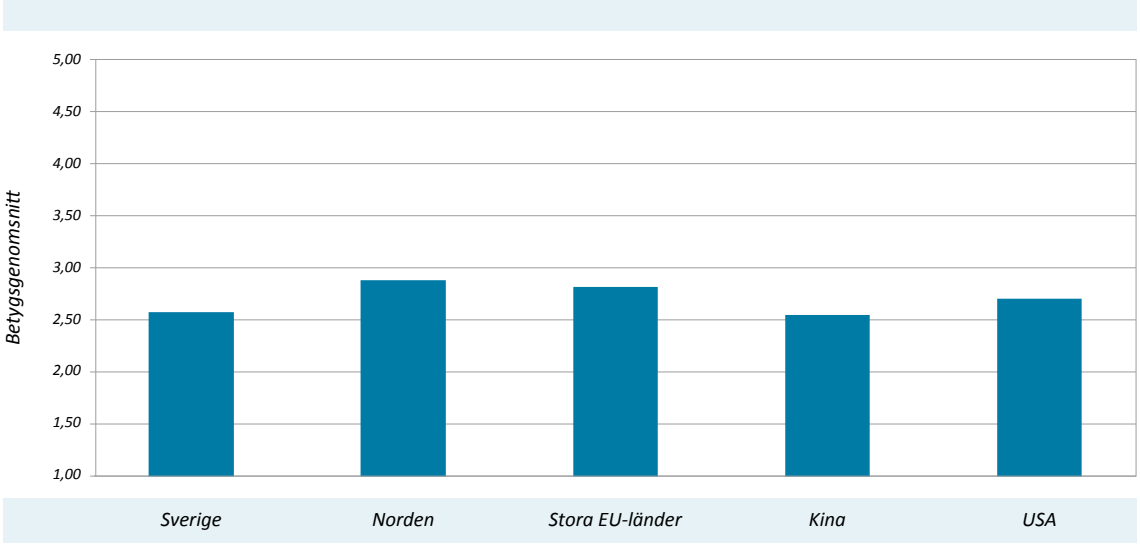
När det gäller tillgång till finansiella resurser som ägarkapital, riskvilligt kapital, stöd/bidrag och lån för små medel-stora företag ligger Sverige något under våra nordiska grannar och Kina samt över stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland) och USA. Skillnaderna anses dock vara små.

Figur A 3.8: Politik, program och stöd till nya företag



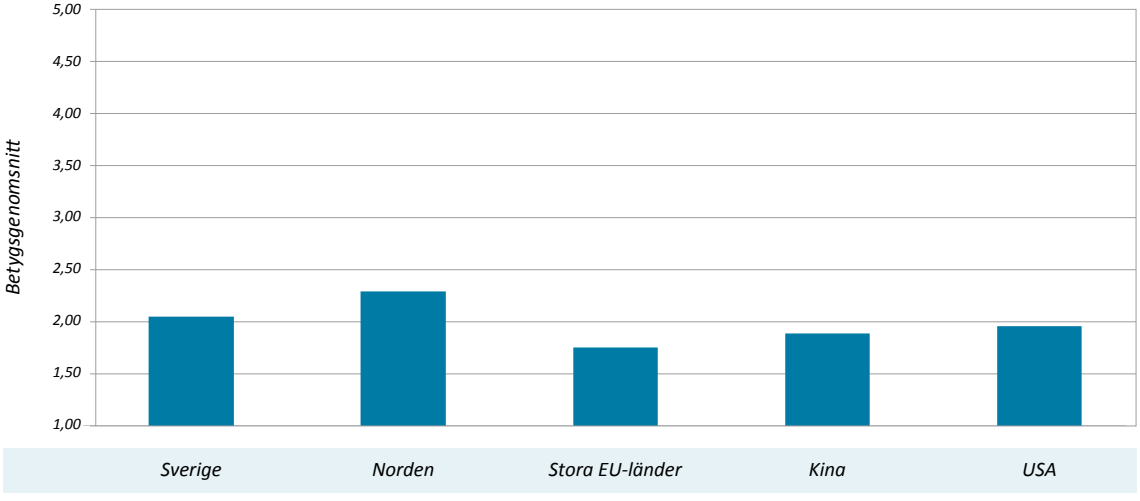
Avser hur väl utvecklade program och stöd till nya företag är i Sverige jämfört med andra länder.

Figur A 3.9: Myndigheters program



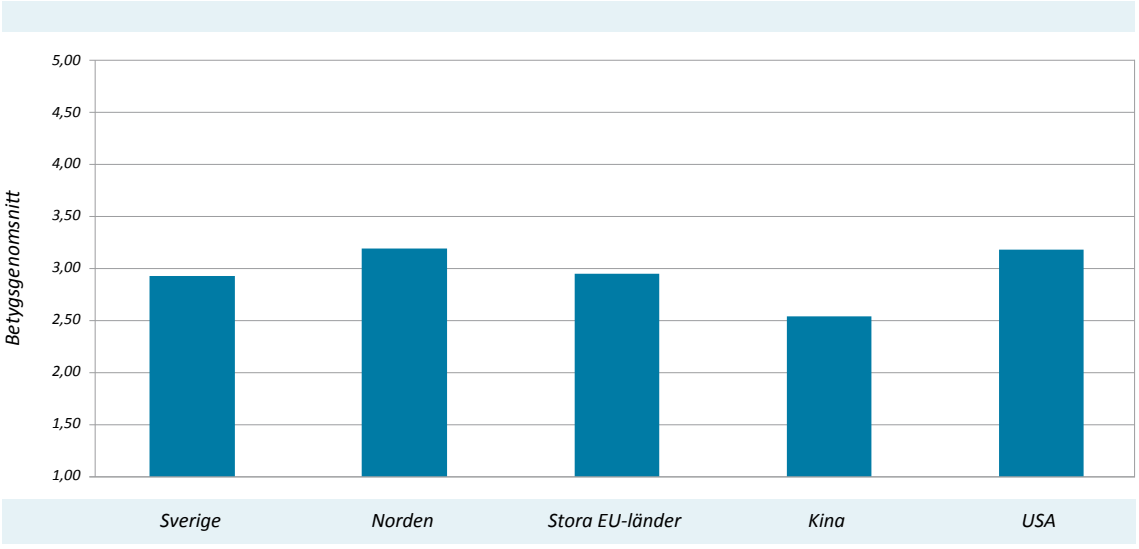
Vad gäller myndigheters olika program för att stödja entreprenörskap och småföretag är skillnaderna små. Sverige ligger dock något lägre än bland annat Norden, stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland) och USA.

Figur A 3.10: Utbildning och kompetens – grund/gymnasieskola



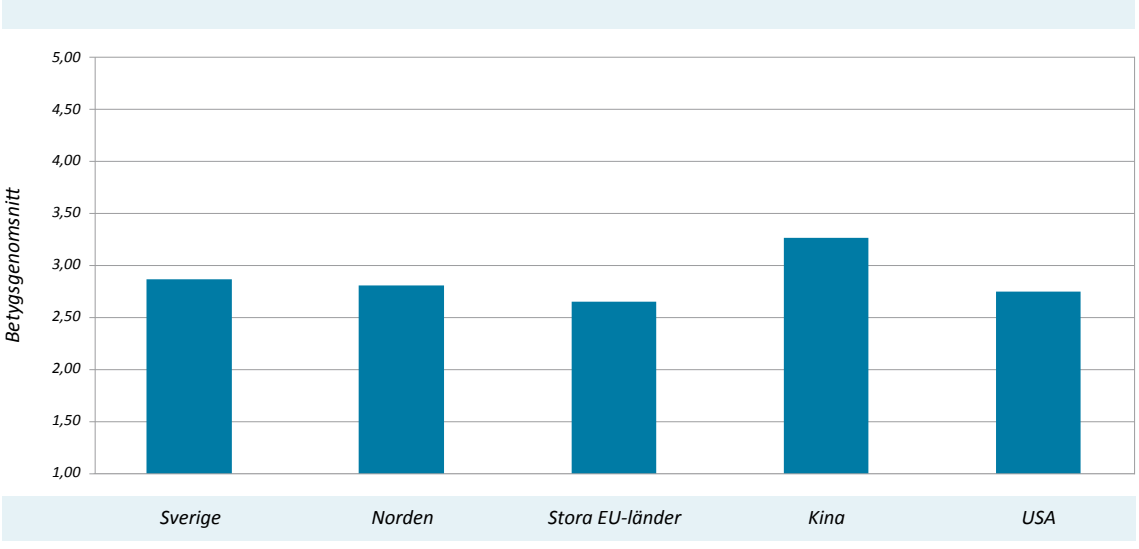
Till skillnad från den högre utbildningen, där Sveriges position ansågs vara svag, ligger Sverige mer i paritet med jämförelseländerna på grund- och gymnasieskolenivå. Sverige placerar sig dock efter övriga Norden.

Figur A 3.11: Affärsstöd och infrastruktur



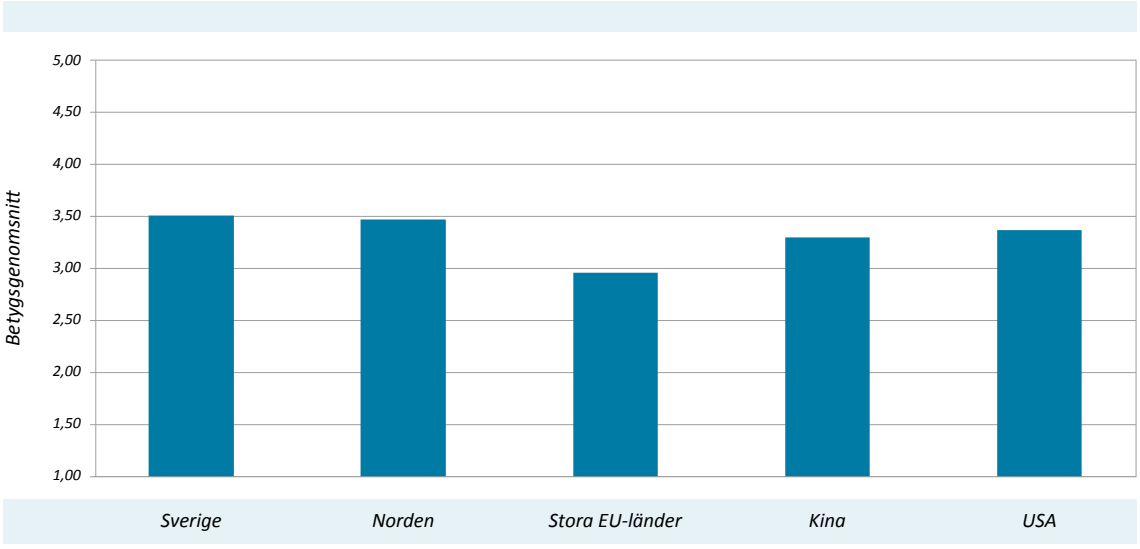
Skillnaderna mellan Sverige, stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland), Norden och USA är marginella.

Figur A 3.12: Marknadstillträde och marknadsdynamik



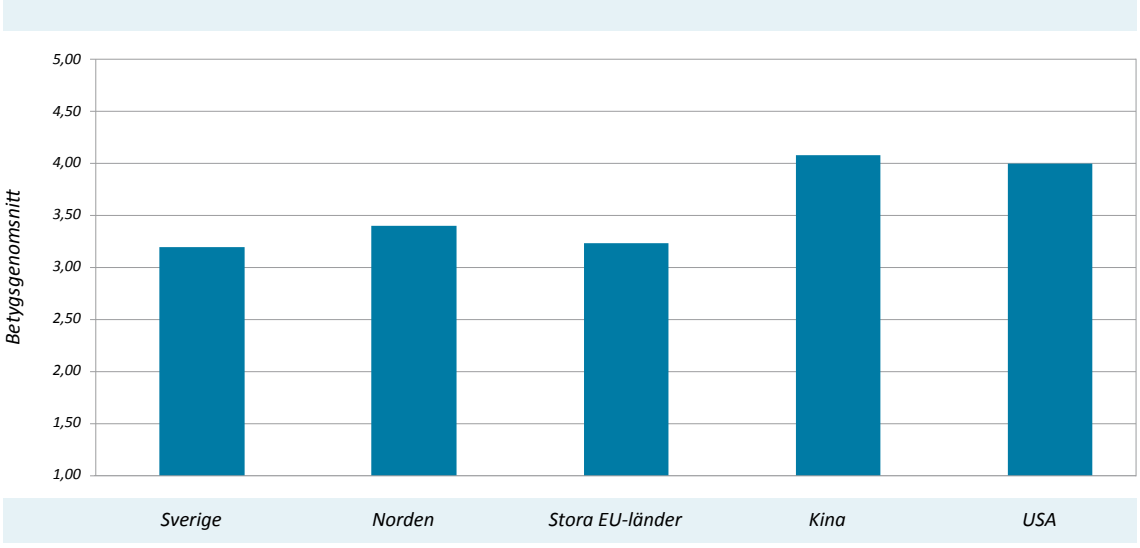
Återigen små skillnader mellan jämförelseländerna, med undantag av Kina som utmärker sig positivt i experternas bedömning.

Figur A 3.13: Möjligheter att starta företag



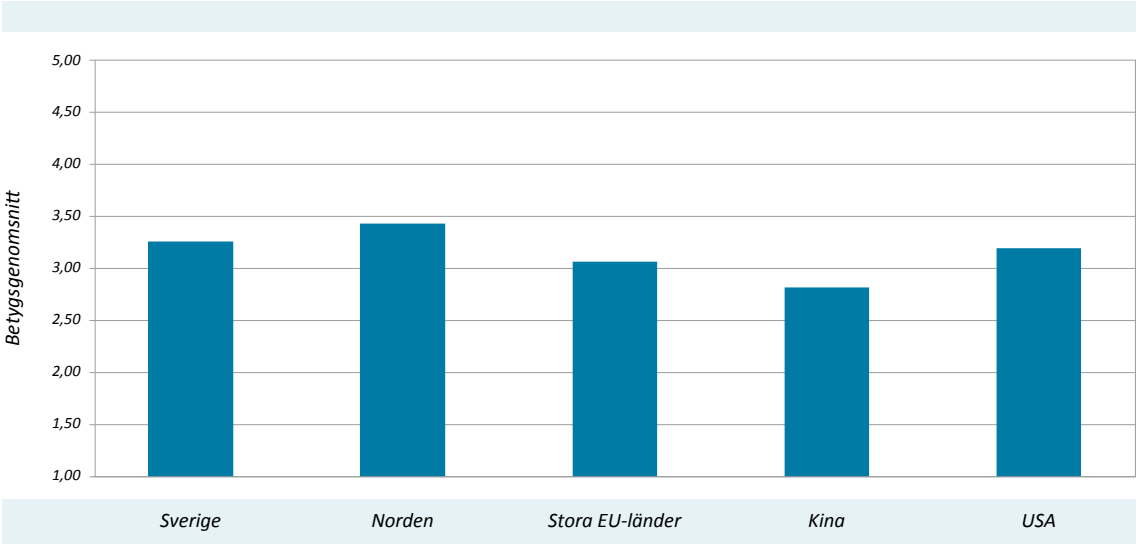
Sverige och Norden bedöms erbjuda något bättre miljöer än framför allt stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland) för att starta företag i. Det är dock små avvikelser mellan länderna.

Figur A 3.14: Företagarnas status



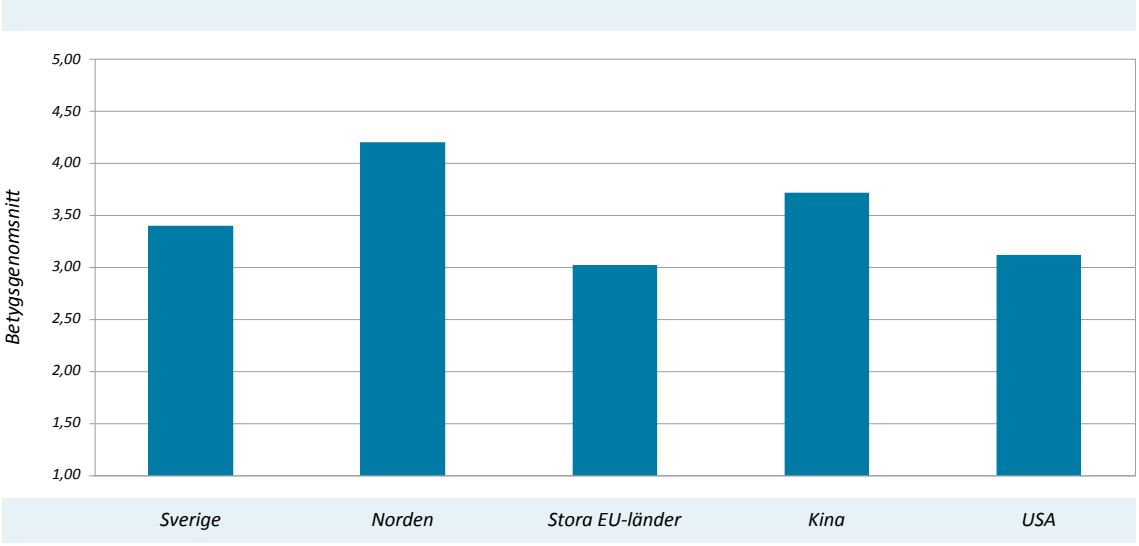
Här pekar bedömningarna på att Sverige ligger ungefär på samma nivå som Norden och de stora EU-länderna, men betydligt lägre än Kina och USA. Att vara företagare i Sverige bedöms således ha lägre status än i USA och Kina.

Figur A 3.15: Immaterialrätt



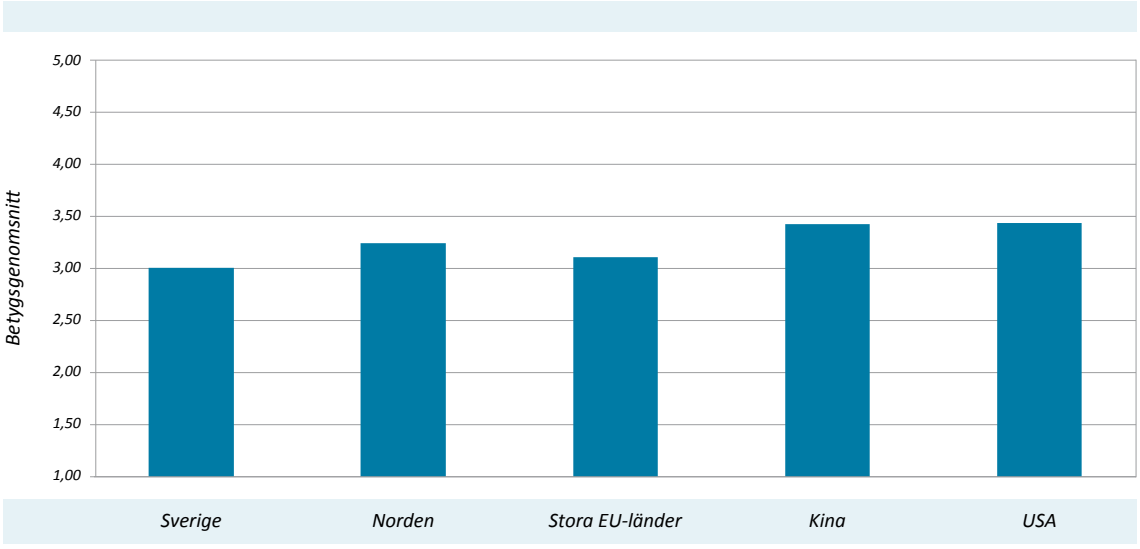
Som framgår ligger Sverige, Norden, stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland), och USA på ungefär samma nivå när experterna rankar det immaterialrättsliga skyddet. Kina utmärker sig negativt.

Figur A 3.16: Kvinnors företagande och stöd till detta



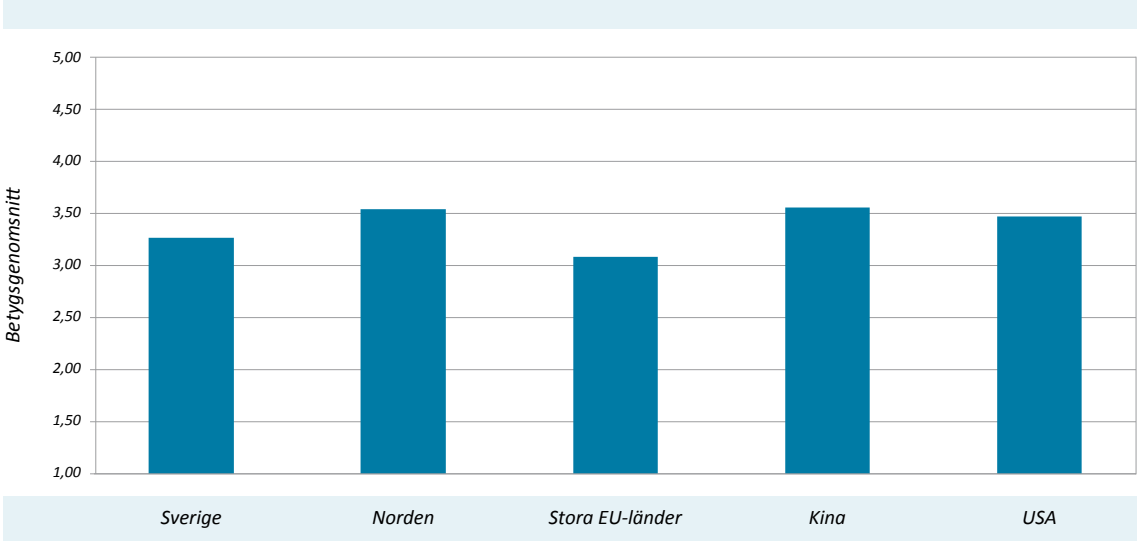
Sverige ligger högt när det gäller stöd till kvinnors företagande i jämföresle med stora EU-länder (här Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland) och Kina, men efter Norden och Kina. Bilden är alltså relativt blandad i jämförelse med andra länder.

Figur A 3.17: Uppmärksamhet och hög tillväxt



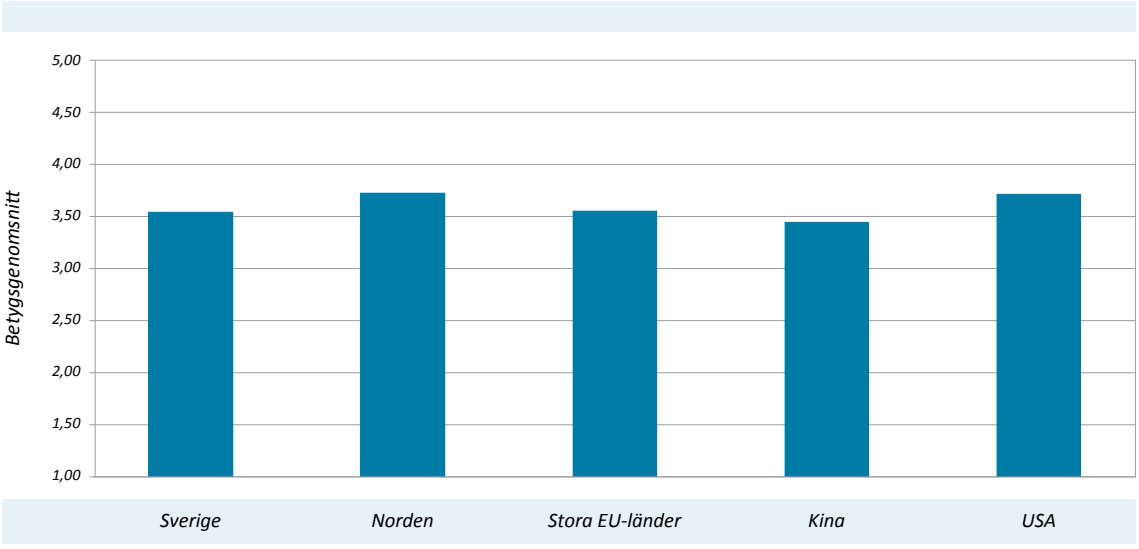
När det gäller tillväxtföretagande och uppmärksamhet kring dessa bedöms Sverige ligga något lägre jämfört med övriga länder

Figur A 3.18: Värdering av innovation från företagens sida



Innovation betraktas ofta som grundläggande för ekonomisk utveckling. Generellt är skillnaderna små mellan länderna, enligt experterna.

Figur A 3.19: Värdering av innovation från kundernas sida



Beträffande kundernas syn på innovationer är skillnaderna ännu mindre, fortfarande enligt ländernas expertbedömningar.

Skattepolitik är ett viktigt element för entreprenörskap,

David Storey,
University of Sussex, UK,
och tidigare pristagare
av Global Award for
Entrepreneurship Research.

4 Sverige i GEM 2001–2010: Sammanfattning och slutsatser

Vi inleder med att sammanfatta resultaten från urvalsundersökningen (enkätsvaren i APS) i GEM. Mot bakgrund av dessa och de resultat som framkommit beträffande de svenska ramvillkoren för entreprenörskap (expertintervjuerna) diskuteras de ekonomisk-politiska slutsatserna av rapporten.

4.1 Sammanfattning

Svensk entreprenöriell aktivitet i en internationell jämförelse

Andel etablerade företagare, d.v.s. de som haft ett företag i mer än 3,5 år, har varit relativt stabilt i Sverige med små variationer under perioden. Andelen är högre i samtliga andra jämförelseländer med undantag av de fem stora EU-länderna.[15] Skillnaderna är dock relativt små i jämförelse med små EU-länder, Norden och USA medan andelen däremot är ca dubbelt så stor i Kina. Intressant är att Sverige ligger i toppskiktet vad gäller dem som söker sig till möjlighetsbaserat företagande för att antingen öka sin inkomst eller skapa sig ett oberoende. Den höga andelen har varit stabil sedan 2006. Detta indikerar att ekonomiska motiv sannolikt är en central förklaring till varför individer väljer eller planerar att starta företag.[16]

Också nödvändighetsföretagandet i Sverige har varit stabilt under det decennium som GEM genomfört sina mätningar. Tillsammans med de nordiska länderna placerar sig dock Sverige klart under övriga länder, med Kina i topp och USA på klar uppgång sedan 2008. Den senare förändringen förklaras sannolikt av finansmarknadskrisen.

Unga företag, dvs. den andel av befolkning som äger och driver ett företag som är mellan tre månader och 3,5 år gammalt, uppvisar en svag ökning. Andelen är på ungefär samma nivå som i andra länder, undantaget är Kina som har en fem gånger så stor andel som Sverige.

Svenskar förefaller vara minst benägna att starta företag (baseras på antal företag som är yngre än tre månader) och har så varit under hela perioden. Kina och USA ligger betydligt över övriga länder. Lägger vi samman andelen unga företag med dem som håller på att startas (den s.k. totala entreprenöriella aktiviteten, TEA-indexet,

15. *Vi kommer i det följande att referera till länder även när ländergrupper avses som stora EU-länder (dvs. Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland) eller Norden.*
16. *Se också Berglann m fl (2009) för liknande resultat på norska data.*

för ordförklaringar och definitioner, se sidan 85) uppvisar Sverige en lägre nivå än andra länder, bortsett från 2010 då vi precis passerade de fem stora EU-länderna. Kina och USA ligger på betydligt högre nivåer. Sedan 2006 kan en svag ökning noteras för Sverige. Precis som i merparten av de innovationsdrivna länderna svarar företag som håller på att startas (företag som är yngre än tre månader) för den största andelen i TEA-indexet.

Fördelat på män och kvinnor har främst den senare gruppens andel stigit sedan 2006. Andelen är dock högst i Kina (ca 12 procent) som följs av USA (ca 7 procent), vilket kan jämföras med den svenska andelen på ca 3,5 procent.

En närmare granskning av underliggande svenska data visar dels att de entreprenöriella aktiviteterna domineras av åldersgrupperna 18-24 år respektive 35-44 år, dels att merparten kan hänföras till tjänstesektorerna vars andel har ökat från 60 procent 2003 till 88 procent 2010.

Trots den förhållandevis stabila bild som framtonar för svenskt nyföretagande har andelen informella investerare (affärsänglar, släkt och vänner) ökat markant och var 2010 högst jämfört med övriga länder, närmast följt av USA och Kina. Trendbrottet för svenskt vidkommande skedde 2006.

Svenska entreprenörers ambitioner i en internationell jämförelse

Entreprenöriella ambitioner mäts i tre dimensioner: förväntad sysselsättningstillväxt under de kommande fem åren, grad av internationalisering och innovation.

Beträffande förväntad sysselsättningstillväxt placerar sig Sverige i nivå med övriga nordiska länder. I topp finns Island, Israel och Irland. Möjligen har den starka nedgången under senare år lett till förväntningar på återhämtning och sysselsättningstillväxt i företagen på Island och i Irland. Korea, USA och Danmark återfinns bland de länder där andelen unga företag som förväntar sig att öka anställningarna överstiger 40 procent. I de tre förstnämnda länderna, samt i USA och Kina, förväntar sig dessutom mellan 15 och 20 procent av företagarna att ökningen kommer att överstiga 20 nyanställda.

För Sveriges vidkommande är observationerna färre jämfört med andra länder. Det är främst i intervallet 5-19 som företagen förväntar sig att öka anställningarna under den närmaste femårsperioden. Relativt många företag uppger också att ökningen kommer att överstiga 20 anställda. Intressant är att Danmark, med sin betydligt flexiblare arbetsmarknadslagstiftning, ligger i toppskiktet när det gäller förväntad sysselsättningstillväxt.

Svenska företag har traditionellt varit skickliga på internationalisering, i första hand genom export. Sverige ligger också hyggligt till i jämförelse med andra länder även om rankingen tenderar att variera mellan åren. Som förväntat förefaller små länder ha störst andelar utlandskunder, men undantag av USA och Tyskland som också placerar sig högt (tredje respektive sjunde plats). När det gäller andel TEA-företag som har mer än 25 procent av sina kunder utomlands ligger dock Sverige nästan sist, endast passerat av Italien och Kina, där Kina utmärker sig med en mycket stor hemmamarknad. Det kan tyda på att försäljning på utlandsmarknaderna inte är första prioritet utan snarare beror på mer tillfälliga orderingångar när hemmamarknaden sviktar.

Slutligen kan entreprenörernas ambitioner avläsas i deras innovationsansträngningar. För Sveriges del anser drygt 50 procent av TEA-företagen att deras produkt är innovativ. Detta placerar Sverige i det nedre skiktet bland våra jämförelseländer, även om spridningen är ganska liten. De flesta länderna ligger i spannet 50–60 procent. Även här utmärker sig Kina där nästan 70 procent av företagen betraktar sig som innovativa.

Svenska entreprenörers attityder och förväntningar i en internationell jämförelse

Ett mått vad gäller attityder är att studera hur stor andel av befolkningen som planerar att starta ett företag inom den närmsta treårsperioden. I Sverige har andelen trendmässigt fallit från ca 13 procent 2001 till ca nio procent 2010. Andelen är ungefär densamma – återigen med undantag av Kina – i de övriga jämförelseländerna men utvecklingen har varit mer stabil i dessa länder. Vi har tidigare också konstaterat att Sverige ligger lågt när det gäller den faktiska entreprenöriella verksamheten.

En faktor som påverkar nyföretagandet är farhågor att misslyckas och de konsekvenser som ett misslyckande riskerar att föra med sig. Sverige placerar sig som övriga nordiska länder. En andel på ca 30 procent hävdar att de avstår att starta

Det är jätteviktigt att ha bra partners som både kan hjälpa företaget att utveckla sina produkter, men som också kan bidra till att skapa kontakter utomlands, Kazuhiro Iwata, ägare av Koiwa Bond Manufacturing i Japan.

företag pga. rädsla att misslyckas. I de fem stora EU-länderna är andelen högre (35 procent) medan USA framstår som det land där denna farhåga är minst framträdande. Bland de individer som uppgett att de avvecklat sitt företagande dominerar skälen bristande marknad/efterfrågan (29 procent) och att en möjlighet till försäljning av verksamheten yppats (12 procent). Ingen har angivit att problem med finansieringen varit skäl till avvecklingen.

Samtidigt kan konstateras att allt fler svenskar känner någon som nyligen startat ett företag – andelen har ökat med fem procentenheter sedan 2001 och tio procentenheter sedan 2004. Detta har dock åtminstone inte ännu lett till att fler vågat starta företag eller att färre blivit avskräckta pga. risken att misslyckas. Noterbart är att andelen är betydligt högre i Sverige än i såväl USA som de fem stora EU-länderna och Norden.

Svenskar avviker inte på något betydande sätt beträffande sin upplevda förmåga att kunna starta ett företag. Den är med små variationer densamma som i de fem stora EU-länderna, Norden och Kina medan däremot amerikaner har en betydligt större tilltro till sin förmåga att starta företag. Ändå är nyföretagandet lägre i Sverige. Än märkligare ter sig detta när man studerar hur befolkningen upplever de entreprenöriella möjligheter som finns i det område där de bor. Sverige är överlägset i topp med en andel på ca 65 procent, följt av Norden (50 procent), Kina och USA (ca 35 procent) samt de fem stora EU-länderna (ca 28 procent). Varken den starka tilltron till den egna förmågan eller den bedömda förekomsten av goda entreprenöriella möjligheter i närområdet leder följaktligen till ett högre eller ökande nyföretagande i Sverige jämfört med övriga länder. Det tyder på andra faktorer som hämmar entreprenöriell verksamhet.

En sådan kan vara synen på eget företagande som karriärval. En svag uppgång kan noteras men Sverige ligger – tillsammans med Norden som har en än lägre andel – något under övriga länder. Det är också en trendmässigt större andel i Sverige som anser att entreprenörskap förknippas med hög prestige. Här har Sverige närmat sig andra länder och samtliga länder utom de små EU-länderna befinner sig i spannet 71–77 procent, dvs avvikelserna är förhållandevis små. En spegling av detta är sannolikt att svenska media bedöms ha en mer positiv rapportering 2010 än i början av decenniet. Skillnaderna mellan länderna är dock mer påtagliga i detta fall. I Kina är det nästan 80 procent som anser att media ofta lyfter fram framgångsrikt entreprenörskap medan motsvarande andel i de stora EU-länderna endast är ca 45 procent. Sverige placerar sig mitt emellan dessa länder.

4.2 Ekonomisk-politiska slutsatser

Med vissa undantag präglas bilden av det svenska entreprenörskapet under 2000-talet av stabilitet. Andelen av befolkningen som planerar att starta ett företag har dock minskat under 2000-talet samtidigt som en blygsam ökning av den totala entreprenöriella aktiviteten från ca fyra till knappt fem procent har ägt rum. Ökningen speglar till viss del att andelen kvinnor som startar företag har ökat. Övergripande är dock förändringarna små. Detta trots att decenniet karaktäriserats av två globala kriser varav den första (2001–2003) slog särskilt hårt mot den gryende och entreprenörsdrivna IT-sektorn medan finansmarknadskrisen (2008–2009) påverkade de allra flesta branscher. Dessutom har en rad ekonomisk-politiska åtgärder vidtagits i flertalet länder för att stimulera nyföretagandet i takt med att vikten av denna verksamhet omvärderats.

För Sveriges del är det särskilt intressant att notera att förmågan att starta och driva företag, liksom möjligheter för detta, bedöms entydigt ha ökat under perioden och är också starka i ett internationellt perspektiv. Kombinationen av att respondenterna anger att det finns goda möjligheter att starta företag och att förmågan att göra detta är hög samtidigt som det faktiska nyföretagandet är lågt, tyder på att ramvillkoren för entreprenöriell verksamhet fortfarande upplevs som svaga och att ingen entreprenörsdriven norm ännu etablerats i Sverige. Särskilt som en allt större andel uppger att de känner någon som startat företag, utan att detta haft en positiv inverkan på entreprenörskapet på aggregerad nivå. Expertundersökningen visar att Sverige sticker ut i vissa avseenden när det gäller hur de ekonomiskpolitiska förutsättningarna uppfattas och vi kommer att kommentera några av dessa. I jämförelse med andra länder – särskilt de nordiska grannländerna – framstår de svenska förutsättningarna som svaga.

Nya och växande företag har ofta problem med sin finansiering. Detta är naturligt, marknadspotentialen i idéer och projekt är ofta svårbedömd. Emellertid har andelen informella investerare, som i regel går in i tidiga skeden, mer än fördubblats sedan 2006 utan att detta gett avtryck i ett ökat entreprenörskap. Det kan tyda på att sådan finansiering ersatt annan eller att investerarna går in med större belopp i färre företag. För att få klarhet i det krävs dock mer djuplodande studier.

Samtidigt förefaller finansieringsmöjligheterna mer generellt ha försvagats sedan 2000, vilket dock var slutåret i den s.k. IT-boomen. Jämfört med 2002 är förändringarna marginella och likaså står sig Sverige 2010 väl i jämförelse med andra länder, endast Norden rapporterar något bättre förutsättningar. Trots detta är det svenska entreprenörskapet jämförelsevis lågt, flaskhalsen förefaller således inte i första hand vara finansiering. När det gäller stödinsatser och program för entreprenörskap och mindre företag avviker inte Sverige i någon väsentlig utsträckning från andra länder. Förändringarna är också små över tiden. I två viktiga fall ser dock situationen väsentligt annorlunda ut. För det första gäller i vilken mån skatter och regleringar hämmar nya och små företags verksamheter. I detta avseende ligger Sverige betydligt sämre till än andra jämförbara länder, särkilt de nordiska men också i jämförelse med de fem stora EU-länderna, Kina och USA. Över tiden har endast små förändringar skett i Sverige.

För det andra handlar det om möjligheter till etablering på marknader. Försämringen mellan 2000 och 2010 är betydande även om Sverige inte avviker nämnvärt från andra länder 2010. Positionen har dock försvagats. Tillsamman med en förhållandevis hög rädsla att misslyckas och behöva lämna sitt företag med svårbedömda konsekvenser, tyder detta på att regleringar fortfarande är ett starkt hinder för ett ökat entreprenörskap.

Vår bedömning är att regleringar också kan utgöra en viktig förklaring till andra negativa aspeker som tonar fram i undersökningen, t.ex. den låga andelen entreprenörer och att svenska unga och nystartade företag har begränsade tillväxtambitioner.[17] En betydande regelbörda tillsammans med upplevda etableringshinder hämmar företagens

> Om du tycker det är svårt att bli entreprenör, tänk på vad din mamma som var analfabet gjorde. Vilken nytta gör din utbildning? Ta din inspiration att bli entreprenör hemifrån, inte utifrån! Muhammad Yunus, nobelpristagare.

17. Så förefaller vara fallet i andra länder, se Braunerhjelm 2011.

tillväxtambitioner.[18] Bilden av regelbördan som hämmande för entreprenörskap och näringslivsdynamik bekräftas av Tillväxtanalys (2010), även om denna studie inte empiriskt explicit studerar regelbördans effekter på tillväxtambitioner och sysselsättningstillväxt. Nationella förutsättningar styrs också av andra faktorer, bl.a. är det en fördel att ha tillgång till en större hemmamarknad.

Likaså kan den relativt låga internationaliseringsgraden hos svenska företag bidra till begränsade tillväxtambitioner. Mot bakgrund av att en hårdare global konkurrens förväntas driva på specialiseringen blir sannolikt exportförsäljning allt viktigare för att nå tillräcklig skala i produktionen. Utan viss volym blir det svårt att finansiera framtida utvecklingssatsningar. Nya och unga svenska företag har tidigare delvis kunnat dra på de svenska storföretagens betydande utlandsförsäljning, men idag använder sig dessa i allt högre grad av såväl lokala som multinationella leverantörer. Det kan därför finnas anledning att se över nuvarande stödstrukturer och överväga om dessa i högre grad bör inriktas på utlandsförsäljning och förstärkningar av marknadskunnande och marknadsföring. För såväl företagen själva som för svensk ekonomi är det en riskabel strategi att främst se exportmarknaderna som en residual för överskottproduktion.

En annan faktor som kan förväntas påverka entreprenörskapet är utbildningsinsatser. I expertsvaren kan på grundskole- och gymnasienivå inga större förändringar skönjas under 2000-talet medan däremot utbildningsinsatser på högskolenivå anses ha försämrats jämfört med 2000. Som visats i Entreprenörskapsforums årsbok är inte bara omfattning utan också inriktningen – pedagogiken – avgörande för hur högskoleutbildning på detta område påverkar entreprenörskapet.[19] Här finns sannolikt betydande lärdomar att göra genom att studera högskolornas olika val av pedagogik.

De spridningseffekter som offentligt finansierad forskning på högskolor och universitet genererar till nya och mindre företag kan vara avgörande för deras konkurrenskraft. Det handlar om kunskapsomvandlade mekanismer där forskning leder till nya och växande företag med positiva samhällsekonomiska effekter. Även i detta avseende anses en försämring ha ägt rum mellan 2000 och 2010. Likaså bedöms förutsättningarna vara betydligt sämre än i jämförbara länder. Detta är en viktig mekanism för att få fram ett nytt ofta teknikbaserat företagande där de svenska strukturerna förefaller vara svaga. Om ambitionen är att skapa förutsättningar för en kunskapsdriven tillväxtekonomi krävs förbättringar inom detta område.

Slutligen kan konstateras att den entreprenöriella normen fortfarande är svag i Sverige jämfört med andra länder utom för de stora EU-länderna. Den är påtagligt lägre än i de andra nordiska länderna och i än högre utsträckning i jämförelse med USA. Trots en viss ökning sedan 2003 har en tydlig försvagning skett sedan IT-yran vid sekelskiftet. Motsvarande låga rankingar i jämförelse med andra länder gäller också i synen på entreprenörskap som ett bra karriärval och den prestige som förknippas med entreprenörskap. Här behövs intresse och fokus på entreprenörskap också från finansdepartementets ledning liksom från statsministern, i form av såväl tydliga och uthålliga signaler som praktisk politik.

Avslutningsvis kan vi konstatera att Sverige behöver fortsätta arbetet med att stärka drivkrafterna för innovation och entreprenörskap. Tyvärr finns inga snabba och lätta lösningar för att åstadkomma detta utan ett långsiktigt arbete med att förbättra de generella ramvillkoren för företagande har visat sig mest framgångsrika för att skapa entreprenörskap och tillväxt. Det innovationspolitiska ramverk som nu skall arbetas fram av regeringen är en viktig pusselbit när det gäller hur vi lyckas med detta de närmsta decennierna.

18. Se Bosma och Levie 2010 samt Lerner och Schoar 2010.
19. Braunerhjelm (red) 2010.

5 Referenser

Andersson, M. och Lööf. H., (2009), "Learning-by-Exporting Revisited: The Role of Intensity and Persistence," *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 111(4), s.893-916.

Audretsch, D., Keilbach, M. och Lehmann, E., (2006), *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.

Baumol, W., (2002), *The Free-Market Innovation Machine*. Princeton, NJ, USA & Oxford, UK: Princeton University Press.

Berglann, H., Moen, E., Roed, K. och Skogstrom, J., 2009, "Entrepreneurship: Origins and Returns", IZA DP No. 4250, Bonn.

Bosma, N.S. och J. Levie, 2010, *Global Entrepreneurship Monitor 2009*. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarollo and Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University, London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.

Braunerhjelm, P. (red), (2010), En innovationsstrategi för Sverige. Entreprenörskapsforum, Stockholm

Braunerhjelm, P., 2011, "Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth. Interdependencies, irregularities and regularities", in Audretsch, D., Falck, O. and Heilbach, P. (eds.), *Handbook of Innovation and Entrepreneurship*, Edward Elgar.

Fritsch, M. och Schroeter, A., (2011), "Does quality make a difference? Employment effects of high- and low-quality start-ups," Jena Economic Research Papers 2011-001.

Henrekson, M. och Johansson, D., (2010), "Gazelles as job creators: A survey and interpretation of the evidence," *Small Business Economics*, 35(2), ss. 227-244.

Kelley, D., Bosma, N. och Amorós., J E., (2011) Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report

Lerner, J. and Schoar, A. (eds.), 2010, *International Differences in Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.

Nordic Entrepreneurship Monitor (2010), Nordic Councils of Ministers, Köpenhamn.

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D. och Aution, E., (2004), *Global Entrepreneurship Monitor:* 2003 Executive Report. Babson College.

Rostow, W., 1960, The Stages of Economic Growth, Cambridge University Press, Cambridge.

Tillväxtanalys (2010), Regelbördans ekonomiska effekter – En teoretisk och empirisk analys, Rapport 2010:14, Stockholm.

Thurik, A.R., Carree, M.A., van Stel, A., och Audretsch, D., (2008), "Does self-employment reduce unemployment?" *Journal of Business Venturing*, Vol. 23, 673-686.

Appendix 1

GEM-metod[20]

Entreprenörskapets roll i den globala ekonomin

De flesta politiker och akademiker är överens om att entreprenörskap är en avgörande faktor för utveckling och välstånd. Entreprenörer skapar jobb. De utvecklar innovationer, snabbar på strukturella förändringar i ekonomin. Genom att öka konkurrenstrycket bidrar de indirekt till produktivitetsökningar och nationell konkurrenskraft. På det sättet är entreprenörskap en katalysator för ekonomisk tillväxt.

GEM-studien är baserad på en standardiserad jämförelse mellan medverkande länder. Till grund för undersökningen ligger en modell över entreprenörskapets betydelse i ekonomin, vilken nedan beskrivs i korthet. De svenska GEM-resultaten baseras således på denna modell.

Global Entrepreneurship Monitor, GEM, har tre syften:

- Att mäta skillnader i entreprenöriella attityder, aktiviteter och ambitioner.
- Att visa faktorer som avgör egenskaper och nivå hos den nationella entreprenöriella aktiviteten.
- Att identifiera policy-slutsatser för att främja entreprenörskap i ekonomin.

GEM-mått

När GEM grundades hade traditionella analyser av ekonomisk tillväxt och konkurrenskraft i stort sett ignorerat den roll som små företag spelar i ekonomin. Delvis berodde detta på brist på pålitliga data om sektorn. Informationen var, i den mån den överhuvudtaget fanns tillgänglig, koncentrerad till de mest avancerade ekonomierna. Existerande mått, t.ex. antalet soloföretagare, speglade inte dynamiken och omfattningen hos entreprenörskapet. De flesta länder har långa tidsserier över formella bolagsregistreringar men det var inte förrän GEM startade som en mer träffsäker bild av människors nyföretagande skapades.

Den huvudsakliga inriktningen hos GEM är att mäta individers aktiviteter när det gäller att skapa företag. Det skiljer GEM från annan statistik som främst mäter företeelser på företagsnivå. Ett annat syfte med GEMs forskning är att föra fram entreprenörskap som en process, där olika faser identifieras. I Figur A 1.1 visas denna process och GEMs operationella definitioner.

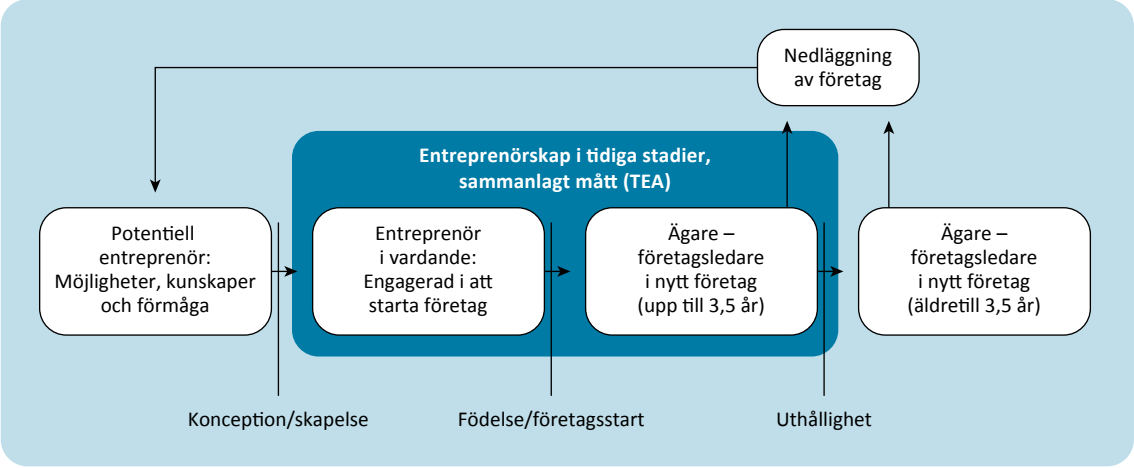
Genom de många mått som GEM använder kan vi förstå vilka slags människor som är engagerade i entreprenörskap. Metoden fångar både dem som formellt registrerat företag och de som finns i den informella sektorn. Dessa icke-anmälda företag kan representera så mycket som 80 procent av den ekonomiska aktiviteten i utvecklingsländer. Människor startar företag av många olika skäl. GEM bedömer därför också drivkrafterna bakom entreprenörskapet.

Till detta kommer att GEM mäter ambitioner. Dessa kan ta sitt uttryck i innovativa produkter eller tjänster, eller att söka kunder bortom den egna landgränsen. Ambitionerna kan också manifesteras i termer av företagets tillväxt, vilket blir ett tydligt bidrag till nya jobb.

Företagare drivs inte endast av sina egna uppfattningar kring nyföretagande, utan också av omgivningens attityder. Av det skälet bedömer GEM också de attityder som påverkar företagsklimatet i ett samhälle. Entreprenörer måste vara villiga att ta risker, ha en optimistisk uppfattning om möjligheter och sin egen förmåga och värdet av att starta företag. Därtill behöver de kunder som efterfrågar deras varor och tjänster, underleverantörer, liksom familj och investerare som är beredda att stödja deras ansträngningar. Positiva samhälleliga uppfattningar om entreprenörskap kan också påverka aktiviteten.

20. Se vidare Kelly et al (2011) s 12-15 samt avsnittet "Background on GEM" s 61-62

Figur A 1.1: Entreprenörskapsprocessen och GEMs operationella definitioner



Ekonomisk utveckling och entreprenörskap

GEMs harmoniserade data möjliggör jämförelser mellan länder och regioner. Analysen i den globala rapporten studerar entreprenörskapet uppdelat i de tre utvecklingsstadier som presenteras i tabell 1.1. När en ekonomi utvecklas ökar produktiviteten och följaktligen också inkomst per capita. Ofta innebär det att arbetskraft byter sysselsättning och t.ex. går från jordbrukssektorn till utvinningsindustrier och därefter till tillverkningsindustrin. I dessa tidiga stadier av utveckling har andelen nödvändighetsbaserat företagande typiskt sett varit högre. Många människor måste söka sin utkomst i ett eget företag då jobben i de högproduktiva sektorerna inte räcker till.

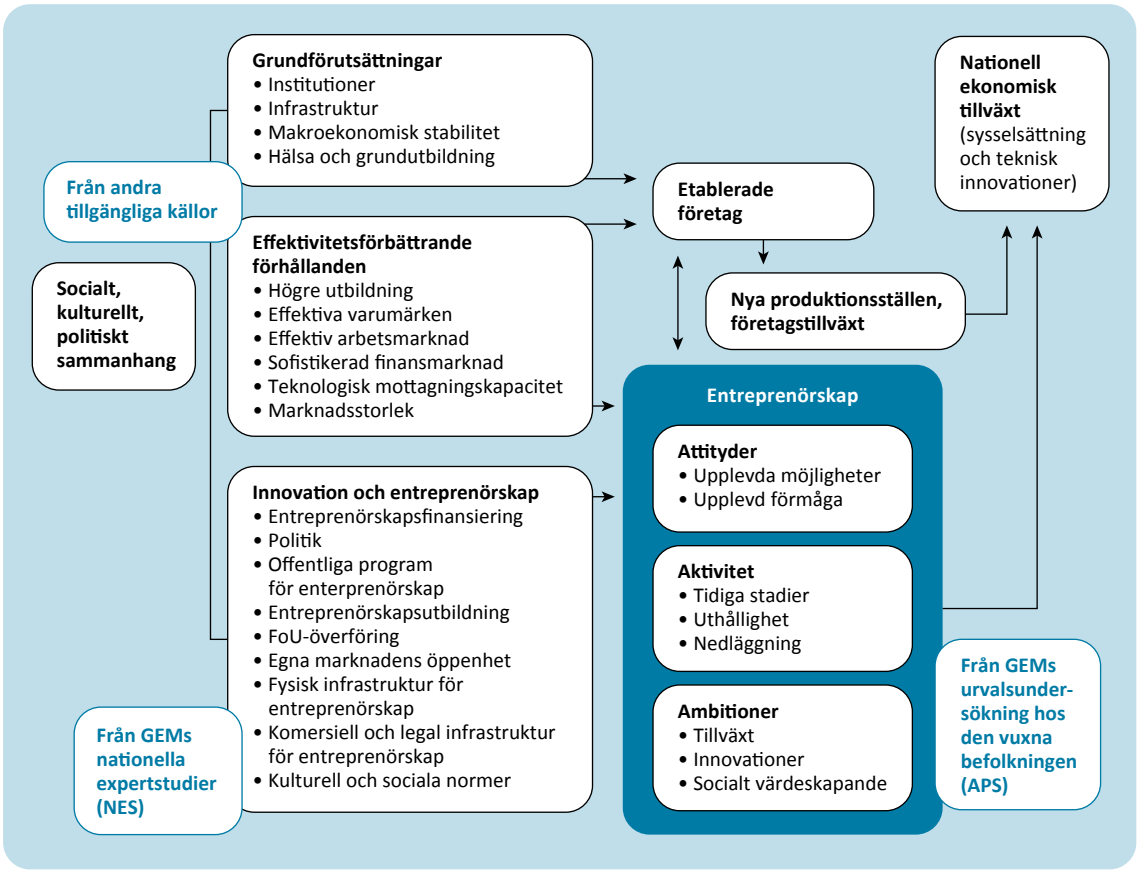
I nästa utvecklingssteg växer de produktiva sektorerna vilket ökar möjligheterna att få anställning. Andelen nödvändighetsbaserade företag minskar. Samtidigt växer välstånd, infrastrukturen byggs ut och förutsättningarna för möjlighetsbaserat företagande ökar; karaktären hos entreprenörskapet ändras. Möjlighetsbaserade företag är i regel förknippat med högre tillväxtambitioner och bättre innovations- och internationaliseringsmöjligheter. Fortfarande är dock företagen beroende av finansiella institutioner och en infrastruktur som formades i den tidigare fasen. I den mån dessa klarar av att främja möjlighetsbaserat företagande kan innovativa företag utvecklas till betydelsefulla drivkrafter för ekonomisk tillväxt och välståndsskapande. Det ställer krav på politiken.

GEM-modellen

I figur A 1.2 illustreras GEM-modellen, som bygger på relationen mellan socialt, kulturellt och politiskt sammanhang vilket traditionellt definerats som företagsklimatet. I modellen förutsätts de påverka attityder till entreprenörskap hos befolkningen,

De viktigaste lärandeinstitutionerna i ett land är inte skolorna, det är företagen. Det är de som lär upp nästa generation entreprenörer, Steven Klepper, professor Carnegie Mellon University och årets mottagare av Global Award for Entrepreneurship Research.

Figur A 1.2: GEM-modellen



liksom aktiviteten och ambitionerna hos företagare. Nyföretagandet, liksom tillväxt hos existerande företag, påverkar ekonomiska tillväxten.

Som figur A 1.2 visar är *grundförutsättningar* som institutioner, infrastruktur, hälsa och grundutbildning samt ekonomisk stabilitet, omistliga. Faktorer som finansiering och offentliga program för att uppmuntra företagande har sannolikt inte någon större effekt i detta stadium, företagen måste ha tillräckligt bra vägar att transportera sina varor på eller tillräckligt utbildad arbetskraft.

I modellen förutsätts länder med stabil ekonomi och utvecklade institutioner erbjuda bättre förutsättningar för företag med tillväxtambitioner. Samtidigt ger ekonomisk utveckling upphov till stordriftsfördelar. Större företag kan vara effektivare i ett nationellt perspektiv och för många individer utgör de också anställningsmöjligheter som är attraktivare än nödvändighetsföretagande är.

I effektivitetsdrivna ekonomier är grundförutsättningarna på plats och fokus flyttas istället till faktorer som högre utbildning, effektiva marknader och teknologisk mottagningskapacitet, i figuren samlade i rutan *Effektivitetsförbättrande förhållanden*.

Mer avancerade ekonomier har relativt sofistikerade lösningar på grundförutsättningar och effektivitetsförbättrande förhållanden. De återfinns i den tredje rutan, med rubriken *Innovation och entreprenörskap*. Drivkrafterna för möjlighetsbaserat företagande kan dock behöva stärkas för att driva fram dynamiska innovationsorienterade aktiviteter.

Appendix 2

Tabellbilaga

I detta appendix redovisas statistik för samtliga innovationsdrivna länder och Kina för åren 2001–2010.

Tabell A.2.1: Etablerat företagsägande

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag, dvs. äger och leder ett aktivt företag som har betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än 42 månader.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*8,5*	*7,7*	*9,1*	*9,6*	*10,4*	*9,1*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*8,5*
Belgien	*3,0*	*2,2*	*2,2*	*4,0*	*5,6*	*2,1*	*1,4*	*2,6*	*2,5*	*2,7*
Danmark	*4,2*	*5,5*	*5,7*	*5,1*	*4,4*	*5,3*	*6,0*	*3,3*	*4,7*	*5,6*
Finland	*7,5*	*8,5*	*0,4*	*7,5*	*8,6*	*8,2*	*7,6*	*9,2*	*8,5*	*9,4*
Frankrike	*1,6*	*1,3*	*i.u.*	*1,5*	*2,3*	*1,3*	*1,7*	*2,8*	*3,2*	*2,4*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*19,6*	*6,5*	*10,5*	*8,2*	*13,3*	*12,6*	*15,1*	*14,8*
Irland	*4,5*	*8,0*	*6,7*	*6,5*	*8,1*	*7,8*	*9,0*	*9,0*	*i.u.*	*8,6*
Island	*i.u.*	*10,4*	*7,3*	*7,3*	*7,3*	*6,7*	*8,8*	*7,1*	*8,9*	*7,4*
Israel	*i.u.*	*5,7*	*i.u.*	*3,9*	*i.u.*	*i.u.*	*2,4*	*4,1*	*4,3*	*3,1*
Italien	*3,6*	*3,6*	*2,3*	*4,7*	*6,4*	*3,0*	*5,6*	*6,5*	*5,8*	*3,7*
Japan	*5,1*	*6,8*	*6,0*	*4,7*	*5,4*	*4,8*	*8,6*	*7,9*	*7,8*	*7,4*
Kina	*i.u.*	*10,6*	*13,8*	*i.u.*	*13,2*	*12,9*	*8,4*	*i.u.*	*17,2*	*13,8*
Korea	*10,5*	*10,2*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*12,8*	*11,8*	*11,2*
Nederländerna	*3,8*	*4,6*	*3,8*	*6,1*	*5,7*	*6,6*	*6,4*	*7,2*	*8,1*	*9,0*
Norge	*6,5*	*6,3*	*6,1*	*6,3*	*7,3*	*6,0*	*4,8*	*7,7*	*8,3*	*6,7*
Portugal	*4,7*	*i.u.*	*i.u.*	*7,3*	*i.u.*	*i.u.*	*7,1*	*i.u.*	*i.u.*	*5,4*
Schweiz	*i.u.*	*6,8*	*7,3*	*i.u.*	*9,7*	*i.u.*	*6,6*	*i.u.*	*8,4*	*8,7*
Slovenien	*i.u.*	*6,7*	*5,4*	*4,2*	*6,3*	*4,4*	*4,6*	*5,6*	*5,6*	*4,9*
Spanien	*4,7*	*8,4*	*4,0*	*7,8*	*7,7*	*5,4*	*6,4*	*9,1*	*6,4*	*7,7*
Storbritannien	*3,3*	*5,5*	*5,8*	*5,1*	*5,1*	*5,4*	*5,1*	*6,0*	*6,1*	*6,4*
Sverige	*5,7*	*6,8*	*5,3*	*6,0*	*6,3*	*5,0*	*4,7*	*i.u.*	*i.u.*	*6,4*
Tyskland	*4,2*	*4,8*	*4,6*	*4,3*	*4,2*	*3,0*	*i.u.*	*4,0*	*5,1*	*5,7*
USA	*5,7*	*5,7*	*5,4*	*5,4*	*4,7*	*5,4*	*5,0*	*8,3*	*5,9*	*7,7*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.2: Informella investerare

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som personligen tillhandahållit medel för ett nytt företag, startat av någon annan, under de tre senaste åren.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*4,4*	*1,8*	*3,2*	*2,7*	*3,0*	*3,0*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*3,4*
Belgien	*2,2*	*1,7*	*1,6*	*1,6*	*3,1*	*2,5*	*2,7*	*2,5*	*2,3*	*3,6*
Danmark	*3,2*	*3,4*	*2,5*	*2,9*	*2,4*	*2,5*	*2,1*	*i.u.*	*i.u.*	*2,8*
Finland	*3,7*	*3,0*	*3,6*	*2,1*	*3,5*	*2,7*	*3,3*	*2,8*	*2,2*	*3,4*
Frankrike	*1,8*	*1,2*	*i.u.*	*4,9*	*3,6*	*4,7*	*5,6*	*3,8*	*3,8*	*3,2*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*2,3*	*2,7*	*2,6*	*3,1*	*2,6*	*1,8*	*2,3*	*5,4*
Irland	*3,5*	*3,3*	*2,6*	*2,3*	*2,4*	*1,7*	*3,3*	*i.u.*	*i.u.*	*3,8*
Island	*i.u.*	*7,5*	*7,3*	*8,8*	*6,5*	*5,8*	*7,6*	*7,6*	*6,7*	*5,8*
Israel	*4,7*	*1,5*	*i.u.*	*2,2*	*i.u.*	*i.u.*	*1,9*	*3,2*	*3,5*	*4,2*
Italien	*1,4*	*1,4*	*1,5*	*3,0*	*2,3*	*1,6*	*3,0*	*2,1*	*1,8*	*3,0*
Japan	*0,9*	*0,6*	*0,4*	*0,3*	*0,8*	*0,6*	*1,8*	*1,7*	*1,7*	*0,9*
Kina	*i.u.*	*5,2*	*8,1*	*i.u.*	*6,3*	*8,6*	*9,6*	*i.u.*	*i.u.*	*5,5*
Korea	*3,8*	*5,0*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*5,4*	*3,2*	*2,7*
Nederländerna	*1,5*	*1,8*	*1,3*	*1,3*	*2,0*	*1,1*	*2,3*	*1,7*	*1,8*	*3,4*
Norge	*3,6*	*5,1*	*4,7*	*4,3*	*6,0*	*4,0*	*4,0*	*4,5*	*6,1*	*5,2*
Portugal	*1,5*	*i.u.*	*i.u.*	*0,9*	*i.u.*	*i.u.*	*3,8*	*i.u.*	*i.u.*	*2,1*
Schweiz	*i.u.*	*3,8*	*4,7*	*i.u.*	*4,1*	*i.u.*	*5,0*	*i.u.*	*4,7*	*4,4*
Slovenien	*i.u.*	*2,5*	*3,0*	*1,6*	*1,9*	*1,6*	*3,2*	*2,9*	*2,8*	*3,4*
Spanien	*3,0*	*3,1*	*3,5*	*2,5*	*2,5*	*2,8*	*3,2*	*2,8*	*3,0*	*3,3*
Storbritannien	*2,6*	*1,7*	*1,6*	*1,4*	*1,7*	*1,6*	*1,4*	*1,7*	*1,1*	*3,2*
Sverige	*2,6*	*2,8*	*2,3*	*2,4*	*2,3*	*2,6*	*3,7*	*i.u.*	*i.u.*	*6,6*
Tyskland	*3,2*	*3,4*	*2,7*	*2,7*	*1,8*	*1,7*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*3,6*
USA	*5,5*	*4,9*	*4,9*	*4,3*	*4,0*	*6,0*	*4,9*	*5,2*	*4,1*	*6,0*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.3: Företag i vardande

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande håller på att starta ett företag, dvs. är aktivt involverad med att starta ett företag som de kommer att äga ensam eller tillsammans med andra; företaget har inte betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än 3 månader.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*7,4*	*3,7*	*6,6*	*8,0*	*6,0*	*7,3*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*3,9*
Belgien	*2,0*	*2,1*	*2,8*	*2,2*	*2,9*	*1,8*	*2,7*	*2,0*	*2,0*	*2,3*
Danmark	*3,0*	*3,6*	*3,0*	*2,5*	*2,4*	*2,9*	*2,3*	*2,2*	*1,6*	*1,8*
Finland	*2,0*	*2,7*	*2,5*	*2,6*	*3,1*	*2,9*	*4,3*	*4,1*	*2,9*	*2,4*
Frankrike	*1,9*	*2,3*	*i.u.*	*4,9*	*4,7*	*3,8*	*2,3*	*3,8*	*3,1*	*3,7*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*2,9*	*3,7*	*5,2*	*5,7*	*4,6*	*5,3*	*4,5*	*2,0*
Irland	*7,1*	*5,7*	*5,1*	*4,4*	*5,7*	*4,5*	*4,2*	*3,3*	*i.u.*	*4,4*
Island	*i.u.*	*5,7*	*7,2*	*7,7*	*8,4*	*7,2*	*8,5*	*6,5*	*7,6*	*7,4*
Israel	*0,9*	*3,3*	*i.u.*	*4,3*	*i.u.*	*i.u.*	*3,6*	*3,5*	*3,4*	*3,2*
Italien	*4,4*	*3,7*	*2,0*	*2,5*	*2,9*	*2,2*	*3,6*	*2,0*	*1,8*	*1,3*
Japan	*1,2*	*0,8*	*1,4*	*0,4*	*1,1*	*1,6*	*2,2*	*3,2*	*1,9*	*1,5*
Kina	*i.u.*	*5,8*	*4,6*	*i.u.*	*5,6*	*4,4*	*6,9*	*i.u.*	*7,4*	*4,6*
Korea	*5,5*	*5,9*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*3,5*	*2,7*	*1,8*
Nederländerna	*2,3*	*2,5*	*1,7*	*3,0*	*2,5*	*3,5*	*2,7*	*2,1*	*3,1*	*4,0*
Norge	*4,0*	*5,2*	*3,9*	*3,9*	*4,2*	*5,0*	*3,8*	*5,0*	*5,0*	*4,4*
Portugal	*2,1*	*i.u.*	*i.u.*	*2,1*	*i.u.*	*i.u.*	*4,8*	*i.u.*	*i.u.*	*1,8*
Schweiz	*i.u.*	*4,4*	*4,2*	*i.u.*	*2,6*	*i.u.*	*3,5*	*i.u.*	*4,3*	*2,0*
Slovenien	*i.u.*	*3,3*	*3,0*	*1,9*	*3,0*	*2,9*	*3,0*	*4,1*	*3,2*	*2,2*
Spanien	*3,3*	*2,2*	*4,6*	*2,1*	*2,4*	*3,0*	*3,5*	*3,3*	*2,3*	*2,2*
Storbritannien	*3,3*	*2,5*	*3,4*	*3,4*	*3,4*	*3,2*	*2,9*	*3,1*	*2,7*	*3,2*
Sverige	*1,9*	*1,8*	*2,0*	*1,7*	*1,7*	*2,2*	*1,9*	*i.u.*	*i.u.*	*2,3*
Tyskland	*3,8*	*3,5*	*3,5*	*2,8*	*3,1*	*2,9*	*i.u.*	*2,4*	*2,2*	*2,5*
USA	*8,1*	*7,1*	*8,0*	*7,4*	*8,8*	*7,4*	*6,5*	*5,9*	*4,9*	*4,8*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.4: Nytt företagsägande

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett nytt företag, dvs. äger och leder ett aktivt företag som har betalt ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än tre månader, men färre är 42 månader.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*6,9*	*5,2*	*5,4*	*5,8*	*4,7*	*5,7*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*4,0*
Belgien	*1,2*	*1,1*	*1,2*	*1,4*	*1,2*	*1,1*	*0,4*	*0,9*	*1,6*	*1,4*
Danmark	*2,5*	*3,1*	*3,3*	*2,8*	*2,4*	*2,7*	*3,1*	*1,9*	*2,0*	*2,2*
Finland	*2,6*	*2,1*	*0,3*	*1,8*	*1,9*	*2,4*	*2,7*	*3,3*	*2,3*	*3,4*
Frankrike	*0,8*	*0,9*	*i.u.*	*1,6*	*0,7*	*0,7*	*0,9*	*1,9*	*1,4*	*2,3*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*3,9*	*2,2*	*1,6*	*2,3*	*1,1*	*4,6*	*4,7*	*3,5*
Irland	*4,8*	*4,2*	*3,8*	*3,6*	*4,7*	*2,9*	*4,2*	*4,3*	*i.u.*	*2,6*
Island	*i.u.*	*6,2*	*4,4*	*6,2*	*2,7*	*3,7*	*4,5*	*3,6*	*4,2*	*3,3*
Israel	*i.u.*	*3,9*	*i.u.*	*2,5*	*i.u.*	*i.u.*	*2,0*	*3,1*	*2,7*	*2,6*
Italien	*1,8*	*2,3*	*1,3*	*2,1*	*2,3*	*1,4*	*1,5*	*2,7*	*1,9*	*1,0*
Japan	*0,8*	*1,0*	*1,5*	*1,0*	*1,1*	*1,4*	*2,2*	*2,3*	*1,3*	*1,8*
Kina	*i.u.*	*6,9*	*8,4*	*i.u.*	*9,4*	*12,0*	*10,0*	*i.u.*	*11,8*	*10,0*
Korea	*7,2*	*9,3*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*6,5*	*4,4*	*4,8*
Nederländerna	*2,6*	*2,1*	*1,9*	*2,2*	*1,9*	*1,9*	*2,5*	*3,2*	*4,1*	*3,4*
Norge	*2,7*	*4,4*	*3,9*	*3,3*	*5,2*	*4,3*	*2,6*	*4,0*	*3,9*	*3,4*
Portugal	*3,3*	*i.u.*	*i.u.*	*1,8*	*i.u.*	*i.u.*	*4,1*	*i.u.*	*i.u.*	*2,8*
Schweiz	*i.u.*	*3,3*	*3,7*	*i.u.*	*3,7*	*i.u.*	*2,9*	*i.u.*	*3,5*	*3,1*
Slovenien	*i.u.*	*1,5*	*1,1*	*0,7*	*1,4*	*1,8*	*1,8*	*2,4*	*2,1*	*2,4*
Spanien	*2,3*	*2,5*	*2,1*	*3,1*	*3,4*	*4,4*	*4,3*	*3,9*	*2,8*	*2,1*
Storbritannien	*2,6*	*3,1*	*3,2*	*3,1*	*2,9*	*2,8*	*2,7*	*2,9*	*3,2*	*3,3*
Sverige	*2,1*	*2,4*	*2,4*	*2,2*	*2,5*	*1,4*	*2,4*	*i.u.*	*i.u.*	*2,6*
Tyskland	*2,3*	*2,1*	*2,1*	*2,1*	*2,4*	*1,7*	*i.u.*	*1,5*	*2,1*	*1,8*
USA	*3,7*	*4,6*	*4,9*	*4,8*	*5,2*	*3,3*	*3,4*	*5,0*	*3,2*	*2,8*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.5: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA)

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*13,3*	*8,7*	*11,6*	*13,4*	*10,5*	*11,9*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*7,8*
Belgien	*3,1*	*3,0*	*3,9*	*3,4*	*3,9*	*2,7*	*3,1*	*2,9*	*3,5*	*3,7*
Danmark	*5,1*	*6,5*	*5,9*	*5,3*	*4,7*	*5,3*	*5,4*	*4,0*	*3,6*	*3,8*
Finland	*4,5*	*4,6*	*2,6*	*4,4*	*4,9*	*5,0*	*6,9*	*7,3*	*5,2*	*5,7*
Frankrike	*2,6*	*3,1*	*i.u.*	*6,0*	*5,4*	*4,4*	*3,2*	*5,6*	*4,3*	*5,8*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*6,8*	*5,8*	*6,5*	*7,9*	*5,7*	*9,9*	*8,8*	*5,5*
Irland	*11,4*	*9,1*	*8,1*	*7,7*	*9,8*	*7,4*	*8,2*	*7,6*	*i.u.*	*6,8*
Island	*i.u.*	*11,3*	*11,2*	*13,6*	*10,6*	*10,2*	*12,5*	*10,1*	*11,4*	*10,6*
Israel	*0,9*	*7,0*	*i.u.*	*6,6*	*i.u.*	*i.u.*	*5,4*	*6,4*	*6,1*	*5,7*
Italien	*6,0*	*5,7*	*3,1*	*4,3*	*4,9*	*3,5*	*5,0*	*4,6*	*3,7*	*2,3*
Japan	*1,9*	*1,7*	*2,8*	*1,5*	*2,2*	*2,9*	*4,3*	*5,4*	*3,3*	*3,3*
Kina	*i.u.*	*12,1*	*12,9*	*i.u.*	*13,7*	*16*	*16,4*	*i.u.*	*18,8*	*14,4*
Korea	*12,3*	*14,5*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*10,0*	*7,0*	*6,6*
Nederländerna	*4,7*	*4,6*	*3,6*	*5,1*	*4,3*	*5,4*	*5,2*	*5,2*	*7,2*	*7,2*
Norge	*6,4*	*8,6*	*7,4*	*6,9*	*9,1*	*8,9*	*6,2*	*8,7*	*8,5*	*7,7*
Portugal	*5,2*	*i.u.*	*i.u.*	*3,8*	*i.u.*	*i.u.*	*8,8*	*i.u.*	*i.u.*	*4,5*
Schweiz	*i.u.*	*7,1*	*7,3*	*i.u.*	*6,0*	*i.u.*	*6,3*	*i.u.*	*7,7*	*5,0*
Slovenien	*i.u.*	*4,6*	*4,0*	*2,6*	*4,4*	*4,6*	*4,8*	*6,4*	*5,4*	*4,7*
Spanien	*5,4*	*4,6*	*6,6*	*5,1*	*5,7*	*7,3*	*7,6*	*7,0*	*5,1*	*4,3*
Storbritannien	*5,4*	*5,4*	*6,4*	*6,2*	*6,2*	*5,8*	*5,5*	*5,9*	*5,7*	*6,4*
Sverige	*3,8*	*3,9*	*4,1*	*3,7*	*4,0*	*3,4*	*4,2*	*i.u.*	*i.u.*	*4,9*
Tyskland	*5,8*	*5,2*	*5,2*	*4,4*	*5,1*	*4,2*	*i.u.*	*3,8*	*4,1*	*4,2*
USA	*11,1*	*10,5*	*11,9*	*11,3*	*12,4*	*10,0*	*9,6*	*10,8*	*8,0*	*7,6*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.6: Nödvändighetsmotiverad entreprenöriell aktivitet: Relativ förekomst

Andel av de involverade i TEA som motiveras av avsaknad av annat alternativ till arbete.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*16*	*17*	*13*	*18*	*13*	*11*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*19*
Belgien	*11*	*10*	*8*	*5*	*10*	*7*	*6*	*9*	*9*	*10*
Danmark	*3*	*7*	*6*	*7*	*3*	*4*	*5*	*i.u.*	*7*	*8*
Finland	*5*	*7*	*9*	*7*	*12*	*14*	*13*	*13*	*19*	*18*
Frankrike	*17*	*3*	*i.u.*	*23*	*39*	*39*	*24*	*10*	*14*	*25*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*38*	*29*	*14*	*21*	*10*	*31*	*26*	*28*
Irland	*14*	*15*	*16*	*13*	*19*	*10*	*5*	*i.u.*	*i.u.*	*31*
Island	*i.u.*	*8*	*7*	*5*	*5*	*9*	*6*	*5*	*10*	*7*
Israel	*i.u.*	*20*	*i.u.*	*23*	*i.u.*	*i.u.*	*23*	*20*	*25*	*29*
Italien	*20*	*9*	*7*	*8*	*16*	*22*	*15*	*14*	*14*	*13*
Japan	*26*	*30*	*19*	*12*	*19*	*15*	*33*	*23*	*30*	*36*
Kina	*i.u.*	*52*	*52*	*i.u.*	*45*	*51*	*38*	*i.u.*	*48*	*42*
Korea	*37*	*28*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*40*	*45*	*39*
Nederländerna	*i.u.*	*11*	*10*	*14*	*8*	*6*	*11*	*9*	*10*	*8*
Norge	*2*	*3*	*9*	*12*	*9*	*4*	*5*	*7*	*9*	*15*
Portugal	*19*	*i.u.*	*i.u.*	*26*	*i.u.*	*i.u.*	*10*	*i.u.*	*i.u.*	*22*
Schweiz	*i.u.*	*11*	*12*	*i.u.*	*14*	*i.u.*	*14*	*i.u.*	*7*	*14*
Slovenien	*i.u.*	*30*	*20*	*17*	*11*	*10*	*10*	*12*	*10*	*16*
Spanien	*22*	*22*	*5*	*12*	*14*	*15*	*15*	*15*	*16*	*25*
Storbritannien	*14*	*13*	*15*	*10*	*11*	*15*	*11*	*14*	*16*	*11*
Sverige	*11*	*17*	*9*	*9*	*14*	*7*	*10*	*i.u.*	*i.u.*	*13*
Tyskland	*17*	*22*	*23*	*28*	*31*	*36*	*i.u.*	*i.u.*	*31*	*26*
USA	*7*	*10*	*13*	*13*	*12*	*13*	*16*	*12*	*23*	*28*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.7: Förbättrings- och möjlighetsbaserat entreprenörskap: Relativ förekomst

Andel av de involverade i TEA som (i) påstår sig vara motiverade av en upplevd affärsmöjlighet i motsats till att inte ha något annat alternativ till arbete och (ii) som anger att det största motivet till att vara involverad i den entreprenöriella aktiviteten är att vara oberoende eller att öka sin inkomst istället för att endast bibehålla sin inkomst.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*63*	*62*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*59*
Belgien	*45*	*52*	*50*	*46*	*55*	*54*
Danmark	*65*	*80*	*72*	*i.u.*	*56*	*54*
Finland	*63*	*62*	*65*	*63*	*62*	*54*
Frankrike	*40*	*46*	*51*	*62*	*67*	*56*
Grekland	*62*	*48*	*57*	*39*	*47*	*39*
Irland	*68*	*62*	*47*	*i.u.*	*i.u.*	*33*
Island	*71*	*72*	*70*	*71*	*58*	*68*
Israel	*i.u.*	*i.u.*	*47*	*53*	*48*	*54*
Italien	*63*	*59*	*62*	*60*	*57*	*55*
Japan	*66*	*74*	*53*	*68*	*62*	*47*
Kina	*43*	*28*	*43*	*i.u.*	*29*	*34*
Korea	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*51*	*37*	*49*
Nederländerna	*58*	*74*	*57*	*71*	*57*	*64*
Norge	*72*	*82*	*59*	*72*	*74*	*74*
Portugal	*i.u.*	*i.u.*	*53*	*i.u.*	*i.u.*	*52*
Schweiz	*55*	*i.u.*	*63*	*i.u.*	*67*	*60*
Slovenien	*64*	*66*	*76*	*68*	*69*	*54*
Spanien	*55*	*56*	*50*	*48*	*41*	*42*
Storbritannien	*52*	*61*	*52*	*49*	*43*	*43*
Sverige	*61*	*74*	*76*	*i.u.*	*i.u.*	*72*
Tyskland	*45*	*38*	*i.u.*	*i.u.*	*43*	*48*
USA	*67*	*63*	*59*	*63*	*55*	*51*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.8: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) män

Andel av den manliga befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*18,0*	*11,7*	*13,6*	*15,7*	*13,7*	*14,0*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*7,8*
Belgien	*4,2*	*4,4*	*5,7*	*4,8*	*5,4*	*4,4*	*4,3*	*4,0*	*4,5*	*4,0*
Danmark	*7,0*	*8,8*	*8,8*	*7,4*	*6,4*	*7,3*	*6,2*	*i.u.*	*i.u.*	*5,2*
Finland	*5,6*	*5,6*	*4,0*	*5,7*	*5,4*	*5,9*	*9,0*	*10,1*	*6,2*	*7,5*
Frankrike	*3,2*	*4,2*	*i.u.*	*8,2*	*7,4*	*6,3*	*4,1*	*8,0*	*6,7*	*7,0*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*9,6*	*8,7*	*9,7*	*11,1*	*8,0*	*12,1*	*11,6*	*7,0*
Irland	*16,1*	*12,4*	*12,5*	*10,4*	*14,2*	*10,5*	*10,6*	*i.u.*	*i.u.*	*9,5*
Island	*i.u.*	*14,8*	*14,7*	*17,5*	*14,7*	*14,9*	*17,4*	*12,9*	*14,8*	*8,2*
Israel	*1,5*	*10,9*	*i.u.*	*8,6*	*i.u.*	*i.u.*	*7,1*	*8,7*	*8,0*	*10,1*
Italien	*6,6*	*7,5*	*3,2*	*6,3*	*6,2*	*3,9*	*6,7*	*6,4*	*5,6*	*2,7*
Japan	*2,6*	*2,9*	*4,2*	*1,7*	*3,2*	*3,2*	*3,5*	*7,8*	*5,0*	*5,1*
Kina	*i.u.*	*13,6*	*14,3*	*i.u.*	*15,7*	*16,9*	*19,3*	*i.u.*	*i.u.*	*16,34*
Korea	*17,6*	*20,3*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*14,8*	*10,4*	*11,0*
Nederländerna	*6,6*	*5,7*	*4,8*	*7,1*	*6,6*	*7,2*	*6,6*	*7,1*	*8,5*	*6,9*
Norge	*8,9*	*12,6*	*10,7*	*10,2*	*13,6*	*12,0*	*8,5*	*12,1*	*12,5*	*11,5*
Portugal	*7,8*	*i.u.*	*i.u.*	*3,9*	*i.u.*	*i.u.*	*11,7*	*i.u.*	*i.u.*	*5,9*
Schweiz	*i.u.*	*9,4*	*10,2*	*i.u.*	*7,2*	*i.u.*	*7,6*	*i.u.*	*8,9*	*5,6*
Slovenien	*i.u.*	*6,4*	*6,4*	*3,6*	*5,8*	*6,9*	*6,8*	*8,8*	*8,0*	*6,4*
Spanien	*7,3*	*6,6*	*9,3*	*7,4*	*7,2*	*8,8*	*9,7*	*8,1*	*6,3*	*5,4*
Storbritannien	*7,6*	*7,4*	*8,8*	*8,5*	*8,6*	*7,9*	*7,4*	*8,1*	*7,8*	*8,4*
Sverige	*5,2*	*5,2*	*6,1*	*5,2*	*5,1*	*4,4*	*5,8*	*i.u.*	*i.u.*	*6,2*
Tyskland	*7,9*	*6,9*	*7,0*	*6,1*	*6,3*	*5,8*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*5,4*
USA	*13,4*	*12,9*	*15,7*	*11,9*	*15,2*	*12,7*	*12,0*	*12,7*	*10,1*	*13,9*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.9: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) kvinnor

Andel av den kvinnliga befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*8,6*	*5,6*	*9,6*	*11,0*	*7,4*	*9,7*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*7,8*
Belgien	*2,1*	*1,5*	*2,0*	*2,0*	*2,4*	*1,0*	*2,0*	*1,7*	*2,5*	*3,3*
Danmark	*3,1*	*4,2*	*2,9*	*3,2*	*3,0*	*3,3*	*4,6*	*i.u.*	*i.u.*	*2,3*
Finland	*3,4*	*3,5*	*1,0*	*3,0*	*4,4*	*4,0*	*4,8*	*4,5*	*4,2*	*3,9*
Frankrike	*2,1*	*2,1*	*i.u.*	*3,8*	*3,3*	*2,5*	*2,2*	*3,3*	*2,0*	*4,8*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*4,0*	*2,9*	*3,4*	*4,7*	*3,5*	*7,7*	*6,0*	*4,4*
Irland	*6,8*	*5,5*	*3,7*	*5,0*	*5,5*	*4,2*	*5,9*	*i.u.*	*i.u.*	*3,9*
Island	*i.u.*	*7,9*	*7,6*	*9,5*	*6,4*	*5,4*	*7,4*	*7,2*	*8,0*	*7,0*
Israel	*0,3*	*3,1*	*i.u.*	*4,6*	*i.u.*	*i.u.*	*3,7*	*4,0*	*4,2*	*4,4*
Italien	*5,4*	*4,0*	*3,0*	*2,3*	*3,7*	*3,1*	*3,3*	*2,8*	*1,8*	*2,0*
Japan	*1,1*	*0,5*	*1,3*	*1,2*	*1,2*	*2,6*	*5,2*	*3,0*	*1,5*	*1,5*
Kina	*i.u.*	*10,3*	*11,6*	*i.u.*	*11,6*	*15*	*13,4*	*i.u.*	*i.u.*	*12,42*
Korea	*6,9*	*8,6*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*5,0*	*3,5*	*2,1*
Nederländerna	*2,8*	*3,5*	*2,4*	*3,1*	*2,1*	*3,6*	*3,7*	*3,3*	*5,9*	*4,1*
Norge	*3,8*	*4,6*	*3,9*	*3,5*	*4,5*	*5,7*	*3,8*	*5,2*	*4,5*	*3,8*
Portugal	*2,8*	*i.u.*	*i.u.*	*3,8*	*i.u.*	*i.u.*	*5,9*	*i.u.*	*i.u.*	*3,0*
Schweiz	*i.u.*	*4,8*	*4,3*	*i.u.*	*4,9*	*i.u.*	*4,9*	*i.u.*	*6,6*	*4,5*
Slovenien	*i.u.*	*2,9*	*1,7*	*1,6*	*2,9*	*2,3*	*2,7*	*4,0*	*2,6*	*2,9*
Spanien	*3,3*	*2,6*	*4,0*	*2,9*	*4,2*	*5,7*	*5,5*	*6,0*	*3,9*	*3,2*
Storbritannien	*3,2*	*3,2*	*3,8*	*3,9*	*3,7*	*3,6*	*3,6*	*3,7*	*3,7*	*4,4*
Sverige	*2,4*	*2,5*	*2,1*	*2,2*	*3,0*	*2,4*	*2,5*	*i.u.*	*i.u.*	*3,5*
Tyskland	*3,7*	*3,4*	*3,3*	*2,6*	*3,8*	*2,6*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*2,9*
USA	*8,8*	*8,1*	*8,1*	*10,7*	*9,6*	*7,4*	*7,2*	*8,8*	*5,8*	*7,1*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.10: Förväntad sysselsättningstillväxt för entreprenörer i tidigt skede, 2008–2010

Andel av TEA som förväntar sig att anställa mellan 5–19 respektive 20 eller fler personer inom fem år.

	20 eller fler jobb	5-19 jobb
Belgien	11,9	21,6
Danmark	7,5	34,0
Finland	4,8	17,9
Frankrike	9,7	21,8
Grekland	2,8	19,6
Irland	18,9	27,9
Island	17,1	32,4
Israel	17,9	30,1
Italien	7,1	21,4
Kina	14,0	19,5
Korea	11,6	32,3
Nederländerna	8,8	22,0
Norden	8,2	23,9
Norge	12,2	18,6
Schweiz	6,2	28,5
Slovenien	10,6	28,8
Små EU-länder	11,2	22,7
Spanien	4,6	21,6
Stora EU-länder	8,5	21,5
Storbritannien	10,2	22,4
Sverige	10,5	21,2
Tyskland	9,5	20,7
USA	16,4	26,0

Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland, Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige.

Tabell A.2.11: Internationell orientering för entreprenörer i tidigt skede

Andel av TEA med kunder utomlands.

	Mer än 25 % av kunderna utomlands	1-25% av kunderna utomlands
Belgien	39,7	38,8
Danmark	31,9	17,4
Finland	11,3	27,5
Frankrike	18,3	38,4
Grekland	12,1	44,4
Irland	24,7	39,3
Island	26,1	53,3
Israel	20,9	39,8
Italien	11,1	31,2
Kina	2,3	12,6
Korea	14,9	26,8
Nederländerna	14,8	36,2
Norden	21,1	31,0
Norge	19,4	49,0
Slovenien	26,8	38,5
Små EU-länder	24,5	37,5
Spanien	14,4	20,4
Stora EU-länder	16,1	34,3
Storbritannien	19,5	27,7
Sverige	12,1	47,2
Tyskland	16,6	46,3
USA	14,4	60,9

Anm.: Stora EU-länder inkluderar Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland, Små EU-länder består av Belgien, Irland och Nederländerna, Norden inkluderar inte Sverige.

Tabell A.2.12: Entreprenöriell avsikt

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år (exklusive individer involverande i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*7,8*	*11,8*	*15,5*	*12,0*	*10,6*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*8,7*
Belgien	*4,7*	*4,7*	*5,7*	*6,1*	*5,8*	*5,6*	*6,4*	*5,2*	*8,2*
Danmark	*6,2*	*5,1*	*6,5*	*7,2*	*6,5*	*6,2*	*5,5*	*2,6*	*5,9*
Finland	*5,0*	*4,7*	*3,7*	*4,3*	*5,1*	*4,6*	*5,2*	*4,2*	*5,9*
Frankrike	*3,0*	*i.u.*	*11,6*	*11,4*	*13,3*	*15,3*	*12,7*	*15,9*	*14,2*
Grekland	*i.u.*	*11,4*	*11,4*	*14,7*	*12,5*	*11,8*	*12,6*	*14,6*	*12,8*
Irland	*7,4*	*6,9*	*7,8*	*8,4*	*6,3*	*7,7*	*6,4*	*i.u.*	*6,1*
Island	*13,5*	*14,3*	*13,0*	*15,9*	*15,4*	*14,9*	*11,9*	*15,0*	*15,7*
Israel	*14,4*	*i.u.*	*16,6*	*i.u.*	*i.u.*	*12,6*	*14,2*	*13,6*	*14,1*
Italien	*9,4*	*6,5*	*9,3*	*8,8*	*8,3*	*10,3*	*7,1*	*4,5*	*4,0*
Japan	*0,9*	*1,9*	*0,7*	*0,8*	*2,0*	*2,3*	*3,8*	*3,0*	*2,9*
Kina	*27,5*	*29,5*	*i.u.*	*45,5*	*24,7*	*31,5*	*i.u.*	*22,6*	*26,9*
Korea	*19,7*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*17,2*	*11,4*	*10,1*
Nederländerna	*3,7*	*4,4*	*4,6*	*4,1*	*3,8*	*4,0*	*3,6*	*5,5*	*5,5*
Norge	*8,7*	*6,6*	*7,6*	*7,3*	*6,2*	*5,6*	*7,0*	*7,7*	*7,6*
Portugal	*i.u.*	*i.u.*	*2,2*	*i.u.*	*i.u.*	*9,8*	*i.u.*	*i.u.*	*8,8*
Schweiz	*8,4*	*9,4*	*i.u.*	*6,5*	*i.u.*	*6,9*	*i.u.*	*7,2*	*6,7*
Slovenien	*9,0*	*10,3*	*8,4*	*8,6*	*7,3*	*9,3*	*7,3*	*9,7*	*8,7*
Spanien	*7,0*	*4,9*	*4,3*	*4,2*	*4,4*	*4,3*	*5,0*	*4,3*	*5,8*
Storbritannien	*4,2*	*5,4*	*7,4*	*6,7*	*5,6*	*5,6*	*5,3*	*4,3*	*5,1*
Sverige	*12,5*	*12,7*	*10,0*	*14,3*	*9,3*	*9,0*	*i.u.*	*i.u.*	*8,5*
Tyskland	*4,5*	*5,6*	*4,2*	*5,3*	*5,3*	*i.u.*	*4,2*	*5,3*	*6,4*
USA	*9,2*	*9,0*	*8,0*	*9,0*	*7,1*	*8,2*	*6,9*	*6,9*	*7,7*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.13: Upplevda entreprenöriella möjligheter

Andel av befolkningen i åldrarna 18-64 år som upplever att det finns goda möjligheter att starta ett företag i området där de bor.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*30*	*34*	*52*	*51*	*50*	*55*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*46*
Belgien	*20*	*16*	*18*	*38*	*43*	*15*	*16*	*14*	*15*	*40*
Danmark	*46*	*51*	*42*	*49*	*66*	*65*	*71*	*62*	*34*	*46*
Finland	*55*	*51*	*50*	*38*	*47*	*50*	*53*	*50*	*40*	*51*
Frankrike	*7*	*10*	*i.u.*	*21*	*22*	*21*	*23*	*22*	*24*	*34*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*24*	*29*	*16*	*22*	*29*	*28*	*26*	*16*
Irland	*34*	*39*	*33*	*45*	*52*	*44*	*46*	*27*	*i.u.*	*23*
Island	*i.u.*	*42*	*50*	*55*	*62*	*60*	*69*	*37*	*44*	*49*
Israel	*18*	*26*	*i.u.*	*32*	*i.u.*	*i.u.*	*24*	*25*	*29*	*35*
Italien	*48*	*40*	*34*	*25*	*15*	*23*	*39*	*30*	*25*	*25*
Japan	*7*	*5*	*7*	*14*	*17*	*9*	*9*	*8*	*8*	*6*
Kina	*i.u.*	*27*	*32*	*i.u.*	*21*	*31*	*39*	*i.u.*	*25*	*36*
Korea	*12*	*15*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*15*	*13*	*13*
Nederländerna	*43*	*49*	*29*	*38*	*39*	*46*	*42*	*39*	*36*	*45*
Norge	*59*	*44*	*37*	*41*	*46*	*51*	*46*	*39*	*49*	*50*
Portugal	*22*	*i.u.*	*i.u.*	*23*	*i.u.*	*i.u.*	*33*	*i.u.*	*i.u.*	*20*
Schweiz	*i.u.*	*34*	*25*	*i.u.*	*39*	*i.u.*	*35*	*i.u.*	*35*	*33*
Slovenien	*i.u.*	*30*	*32*	*37*	*21*	*39*	*48*	*45*	*29*	*27*
Spanien	*47*	*42*	*31*	*39*	*38*	*33*	*34*	*25*	*16*	*19*
Storbritannien	*23*	*27*	*35*	*36*	*39*	*37*	*39*	*30*	*24*	*29*
Sverige	*42*	*45*	*39*	*41*	*45*	*46*	*50*	*i.u.*	*i.u.*	*66*
Tyskland	*26*	*20*	*14*	*13*	*18*	*20*	*i.u.*	*24*	*22*	*29*
USA	*33*	*37*	*31*	*34*	*32*	*24*	*25*	*37*	*28*	*35*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.14: Upplevd förmåga

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som anser sig ha tillräcklig kunskap och förmåga att starta ett företag.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*59*	*51*	*59*	*56*	*57*	*51*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*53*
Belgien	*30*	*35*	*35*	*39*	*44*	*35*	*37*	*36*	*37*	*45*
Danmark	*41*	*37*	*37*	*40*	*38*	*36*	*36*	*32*	*35*	*41*
Finland	*37*	*39*	*34*	*36*	*36*	*37*	*40*	*39*	*35*	*40*
Frankrike	*20*	*26*	*i.u.*	*33*	*36*	*33*	*33*	*25*	*27*	*37*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*52*	*54*	*45*	*46*	*48*	*55*	*58*	*52*
Irland	*47*	*50*	*46*	*48*	*50*	*51*	*49*	*48*	*i.u.*	*49*
Island	*i.u.*	*46*	*48*	*48*	*47*	*50*	*46*	*52*	*50*	*49*
Israel	*35*	*47*	*i.u.*	*42*	*i.u.*	*i.u.*	*38*	*38*	*38*	*42*
Italien	*34*	*39*	*35*	*33*	*32*	*44*	*51*	*40*	*41*	*42*
Japan	*11*	*11*	*12*	*14*	*13*	*16*	*15*	*13*	*14*	*14*
Kina	*i.u.*	*36*	*38*	*i.u.*	*23*	*36*	*39*	*i.u.*	*35*	*42.3*
Korea	*29*	*31*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*30*	*53*	*29*
Nederländerna	*37*	*37*	*32*	*37*	*42*	*38*	*39*	*38*	*47*	*46*
Norge	*37*	*42*	*40*	*42*	*42*	*39*	*36*	*41*	*44*	*40*
Portugal	*42*	*i.u.*	*i.u.*	*46*	*i.u.*	*i.u.*	*58*	*i.u.*	*i.u.*	*52*
Schweiz	*i.u.*	*49*	*50*	*i.u.*	*51*	*i.u.*	*41*	*i.u.*	*49*	*44*
Slovenien	*i.u.*	*44*	*38*	*43*	*35*	*48*	*48*	*51*	*52*	*56*
Spanien	*48*	*49*	*31*	*41*	*48*	*46*	*45*	*47*	*48*	*50*
Storbritannien	*46*	*45*	*48*	*52*	*51*	*50*	*49*	*50*	*47*	*52*
Sverige	*44*	*43*	*42*	*42*	*45*	*42*	*42*	*i.u.*	*i.u.*	*42*
Tyskland	*32*	*35*	*38*	*36*	*41*	*39*	*i.u.*	*35*	*40*	*42*
USA	*60*	*57*	*54*	*54*	*52*	*51*	*48*	*56*	*56*	*60*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.15: Rädsla att misslyckas

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år med upplevda affärsmöjligheter som anger att rädsla att misslyckas skulle hindra de från att starta ett företag.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*37*	*32*	*36*	*34*	*30*	*34*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*36*
Belgien	*38*	*31*	*26*	*32*	*29*	*36*	*28*	*33*	*28*	*35*
Danmark	*24*	*25*	*29*	*25*	*40*	*39*	*34*	*42*	*37*	*32*
Finland	*35*	*28*	*35*	*36*	*29*	*36*	*29*	*23*	*26*	*29*
Frankrike	*29*	*22*	*i.u.*	*42*	*42*	*43*	*41*	*52*	*47*	*41*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*49*	*48*	*50*	*48*	*54*	*46*	*45*	*51*
Irland	*40*	*30*	*37*	*34*	*34*	*34*	*37*	*33*	*i.u.*	*33*
Island	*i.u.*	*39*	*38*	*44*	*42*	*40*	*39*	*35*	*36*	*34*
Israel	*33*	*38*	*i.u.*	*44*	*i.u.*	*i.u.*	*44*	*45*	*37*	*46*
Italien	*28*	*29*	*38*	*32*	*30*	*38*	*40*	*45*	*39*	*37*
Japan	*22*	*29*	*39*	*30*	*45*	*29*	*43*	*51*	*50*	*33*
Kina	*i.u.*	*37*	*28*	*i.u.*	*14*	*32*	*31*	*i.u.*	*32*	*32*
Korea	*44*	*45*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*33*	*23*	*33*
Nederländerna	*27*	*23*	*24*	*32*	*30*	*32*	*22*	*29*	*29*	*24*
Norge	*29*	*26*	*24*	*26*	*22*	*25*	*18*	*25*	*25*	*27*
Portugal	*31*	*i.u.*	*i.u.*	*29*	*i.u.*	*i.u.*	*29*	*i.u.*	*i.u.*	*30*
Schweiz	*i.u.*	*25*	*30*	*i.u.*	*27*	*i.u.*	*29*	*i.u.*	*29*	*27*
Slovenien	*i.u.*	*26*	*29*	*26*	*32*	*28*	*27*	*25*	*30*	*28*
Spanien	*36*	*42*	*40*	*45*	*42*	*44*	*47*	*47*	*45*	*36*
Storbritannien	*33*	*33*	*31*	*33*	*33*	*33*	*34*	*34*	*32*	*30*
Sverige	*31*	*30*	*30*	*32*	*34*	*28*	*29*	*i.u.*	*i.u.*	*29*
Tyskland	*42*	*37*	*33*	*30*	*40*	*34*	*i.u.*	*40*	*37*	*34*
USA	*21*	*22*	*23*	*18*	*22*	*26*	*27*	*25*	*27*	*27*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.16: Vetskap om företagare

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som personligen känner någon som startat ett företag under de två senaste åren.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*48*	*35*	*45*	*42*	*42*	*41*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*30*
Belgien	*30*	*28*	*31*	*30*	*37*	*28*	*31*	*29*	*29*	*24*
Danmark	*42*	*51*	*45*	*50*	*46*	*43*	*44*	*44*	*i.u.*	*42*
Finland	*50*	*48*	*45*	*36*	*48*	*47*	*55*	*50*	*50*	*44*
Frankrike	*22*	*29*	*i.u.*	*41*	*45*	*47*	*49*	*33*	*36*	*48*
Grekland	*i.u.*	*i.u.*	*35*	*44*	*27*	*32*	*29*	*39*	*44*	*40*
Irland	*49*	*47*	*43*	*41*	*43*	*39*	*39*	*37*	*i.u.*	*35*
Island	*i.u.*	*57*	*88*	*66*	*60*	*61*	*63*	*64*	*62*	*49*
Israel	*31*	*41*	*i.u.*	*40*	*i.u.*	*i.u.*	*38*	*36*	*39*	*36*
Italien	*34*	*39*	*32*	*35*	*31*	*37*	*38*	*32*	*30*	*30*
Japan	*16*	*13*	*21*	*30*	*29*	*28*	*23*	*23*	*21*	*17*
Kina	*i.u.*	*58*	*51*	*i.u.*	*34*	*52*	*65*	*i.u.*	*i.u.*	*60*
Korea	*44*	*53*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*38*	*50*	*31*
Nederländerna	*33*	*30*	*28*	*31*	*32*	*29*	*34*	*35*	*34*	*38*
Norge	*47*	*43*	*42*	*40*	*43*	*43*	*36*	*39*	*41*	*38*
Portugal	*27*	*i.u.*	*i.u.*	*38*	*i.u.*	*i.u.*	*39*	*i.u.*	*i.u.*	*33*
Schweiz	*i.u.*	*41*	*44*	*i.u.*	*41*	*i.u.*	*35*	*i.u.*	*41*	*34*
Slovenien	*i.u.*	*45*	*47*	*47*	*32*	*45*	*49*	*54*	*55*	*49*
Spanien	*46*	*44*	*25*	*27*	*32*	*34*	*33*	*38*	*30*	*32*
Storbritannien	*30*	*23*	*25*	*28*	*29*	*27*	*26*	*26*	*24*	*34*
Sverige	*49*	*51*	*49*	*44*	*48*	*46*	*47*	*i.u.*	*i.u.*	*54*
Tyskland	*39*	*39*	*37*	*38*	*38*	*34*	*i.u.*	*31*	*i.u.*	*30*
USA	*43*	*37*	*39*	*36*	*41*	*34*	*32*	*37*	*32*	*29*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.17: Entreprenörskap – ett bra karriärval

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som instämmer med påståendet att merparten av invånarna i landet anser det vara ett bra karriärval att starta ett företag.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*54*	*57*	*55*	*57*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*57*
Belgien	*56*	*71*	*67*	*47*	*45*	*47*	*46*	*60*
Danmark	*51*	*50*	*44*	*52*	*56*	*57*	*47*	*i.u.*
Finland	*35*	*38*	*37*	*37*	*37*	*46*	*45*	*46*
Frankrike	*i.u.*	*60*	*61*	*64*	*65*	*63*	*65*	*65*
Grekland	*76*	*66*	*64*	*64*	*66*	*76*	*66*	*66*
Irland	*66*	*66*	*69*	*70*	*63*	*55*	*i.u.*	*52*
Island	*61*	*62*	*62*	*67*	*66*	*61*	*51*	*51*
Israel	*i.u.*	*62*	*i.u.*	*i.u.*	*50*	*56*	*61*	*61*
Italien	*79*	*77*	*47*	*73*	*73*	*68*	*72*	*69*
Japan	*34*	*28*	*32*	*25*	*29*	*26*	*28*	*28*
Kina	*73*	*i.u.*	*74*	*69*	*69*	*i.u.*	*66*	*70*
Korea	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*69*	*65*	*68*
Nederländerna	*77*	*81*	*79*	*80*	*85*	*85*	*84*	*85*
Norge	*54*	*58*	*63*	*61*	*55*	*61*	*63*	*58*
Portugal	*i.u.*	*64*	*i.u.*	*i.u.*	*66*	*i.u.*	*i.u.*	*68*
Schweiz	*52*	*i.u.*	*52*	*i.u.*	*48*	*i.u.*	*66*	*65*
Slovenien	*59*	*59*	*33*	*57*	*58*	*58*	*56*	*53*
Spanien	*61*	*72*	*71*	*71*	*72*	*68*	*63*	*65*
Storbritannien	*51*	*54*	*54*	*54*	*55*	*52*	*48*	*51*
Sverige	*52*	*53*	*52*	*51*	*52*	*i.u.*	*i.u.*	*57*
Tyskland	*55*	*54*	*56*	*56*	*i.u.*	*56*	*54*	*53*
USA	*63*	*58*	*59*	*51*	*50*	*63*	*66*	*65*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.18: Entreprenörskap i media

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som instämmer med påståendet att man ofta hör om framgångsrikt entreprenörskap i landets media.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*68*	*60*	*56*	*64*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*71*
Belgien	*40*	*40*	*48*	*37*	*37*	*38*	*33*	*46*
Danmark	*52*	*55*	*30*	*33*	*36*	*32*	*25*	*i.u.*
Finland	*62*	*73*	*69*	*71*	*68*	*71*	*68*	*71*
Frankrike	*i.u.*	*36*	*37*	*38*	*43*	*48*	*50*	*45*
Grekland	*41*	*42*	*38*	*40*	*43*	*55*	*32*	*35*
Irland	*84*	*77*	*83*	*84*	*68*	*65*	*i.u.*	*61*
Island	*84*	*79*	*83*	*83*	*85*	*81*	*72*	*67*
Israel	*i.u.*	*46*	*i.u.*	*i.u.*	*49*	*57*	*50*	*56*
Italien	*46*	*55*	*26*	*46*	*44*	*40*	*44*	*38*
Japan	*61*	*52*	*53*	*54*	*61*	*59*	*61*	*59*
Kina	*74*	*i.u.*	*78*	*75*	*84*	*i.u.*	*79*	*77*
Korea	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*67*	*53*	*61*
Nederländerna	*63*	*59*	*58*	*59*	*61*	*61*	*64*	*61*
Norge	*65*	*68*	*73*	*77*	*70*	*71*	*67*	*67*
Portugal	*i.u.*	*35*	*i.u.*	*i.u.*	*51*	*i.u.*	*i.u.*	*53*
Schweiz	*49*	*i.u.*	*50*	*i.u.*	*61*	*i.u.*	*57*	*51*
Slovenien	*62*	*61*	*33*	*58*	*68*	*67*	*57*	*56*
Spanien	*24*	*39*	*41*	*45*	*46*	*43*	*37*	*41*
Storbritannien	*55*	*55*	*55*	*55*	*57*	*54*	*44*	*52*
Sverige	*55*	*54*	*55*	*57*	*63*	*i.u.*	*i.u.*	*61*
Tyskland	*53*	*53*	*42*	*46*	*i.u.*	*50*	*50*	*49*
USA	*64*	*59*	*63*	*54*	*50*	*73*	*67*	*68*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Tabell A.2.19: Framgångsrikt entreprenörskap ger hög status och uppskattning

Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som instämmer med påståendet att framgångsrikt entreprenörskap ger hög status i landet.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Australien	*65*	*70*	*72*	*72*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*68*
Belgien	*54*	*69*	*72*	*53*	*51*	*46*	*49*	*51*
Danmark	*75*	*73*	*73*	*74*	*79*	*i.u.*	*75*	*i.u.*
Finland	*86*	*87*	*86*	*88*	*85*	*90*	*88*	*87*
Frankrike	*i.u.*	*70*	*64*	*68*	*70*	*70*	*70*	*68*
Grekland	*75*	*73*	*66*	*66*	*66*	*77*	*68*	*70*
Irland	*76*	*85*	*79*	*82*	*83*	*i.u.*	*i.u.*	*82*
Island	*69*	*67*	*72*	*73*	*74*	*71*	*62*	*61*
Israel	*i.u.*	*64*	*i.u.*	*i.u.*	*66*	*74*	*73*	*73*
Italien	*68*	*66*	*50*	*69*	*69*	*64*	*69*	*69*
Japan	*47*	*56*	*52*	*45*	*48*	*56*	*50*	*52*
Kina	*71*	*i.u.*	*67*	*72*	*71*	*i.u.*	*77*	*76.9*
Korea	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*i.u.*	*69*	*65*	*71*
Nederländerna	*66*	*67*	*66*	*65*	*69*	*69*	*67*	*69*
Norge	*59*	*66*	*66*	*69*	*57*	*68*	*69*	*71*
Portugal	*i.u.*	*61*	*i.u.*	*i.u.*	*67*	*i.u.*	*i.u.*	*71*
Schweiz	*67*	*i.u.*	*74*	*i.u.*	*73*	*i.u.*	*84*	*76*
Slovenien	*77*	*76*	*46*	*76*	*76*	*78*	*78*	*74*
Spanien	*44*	*59*	*60*	*60*	*61*	*58*	*55*	*63*
Storbritannien	*71*	*71*	*73*	*73*	*74*	*74*	*73*	*77*
Sverige	*57*	*62*	*62*	*61*	*67*	*i.u.*	*i.u.*	*72*
Tyskland	*72*	*71*	*76*	*75*	*i.u.*	*i.u.*	*75*	*77*
USA	*64*	*63*	*61*	*49*	*50*	*74*	*75*	*76*

Anm.: i.u. står för ingen uppgift.

Appendix 3

Metod nationella expertundersökningen (NES)

Expertundersökningens målsättning är att öka kunskapen om varje lands ramverksfaktorer och vilken betydelse dessa har för den entreprenöriella aktiviteten. Expertintervjuerna samlar också information om:

- Vilka affärsmöjligheter som finns i ett land
- Populationens färdigheter och kunskaper i att starta nya företag
- Stöd till kvinnor som startar företag
- Stöd till tillväxtföretag och andra intressanta områden

Expertundersökningen genomförs årligen och är ett komplement till den årliga urvalsundersökningen av den vuxna befolkningen (APS) i GEM. Se vidare Appendix 1 för metodbeskrivning.

Experternas frågor

GEM har utvecklat och standardiserat ett frågebatteri ämnat för expertintervjuerna. Detta är väl utvecklat och prövat i olika kulturella kontexter över en period av mer än tio år. Bara mindre förändringar tillåts varje år vilket gör att det går att jämföra resultaten över tid och mellan länder.

Enkäten består av ett antal standardiserade frågor med fasta svarsalternativ. 1 = helt falskt, 2 = delvis falskt, 3= varken falskt eller sant, 4 = delvis sant och 5 = helt sant. Det finns dessutom ett block med frågor med öppna svarsalternativ.

Enkäten avslutas med nio öppna frågor som täcker in stöd, hinder, och rekommendationer för entreprenörskap som följs av personlig information om kön, ålders o.s.v.

Intresserade läsare kan ta del av hela enkäten genom att kontakta Entreprenörskapsforum, info@entreprenorskapsforum.se.

Respondenterna garanteras anonymitet.

Urvalet

Varje lands experturval består av minst 36 experter med jämn könsfördelning och spridning över området som studeras. I Sverige strävade vi i 2010 års undersökning dessutom efter geografisk spridning. Respondenterna väljs ut baserat på expertis inom de nio områden som beskrivits tidigare och inom varje område måste en av experterna vara en aktiv företagare. Experterna är inte medvetna om inom vilket område som just de betraktas vara expert. De får göra en egen bedömning i slutet av enkäten.

Exempel på vilka som kvalificerat sig som experter:

Finansiering

Banktjänstemän, VC managers, affärsänglar, personer vid Almi, Innovationsbron, lokala kreditgivarorganisationer

Policy

Tjänstemän, politiker, entreprenörer som hanterar policy-beslut och konsekvensen av dessa

Program

Tjänstemän, politiker, entreprenörer som hanterar program för entreprenörskap och de som får ta konsekvensen av dessa beslut som till exempel entreprenörer.

Utbildning

Lärare, professorer, personer vid Skolverket, studenter, entreprenörer.

F&U-spridning

Professorer, kommersialiseringskontor, inkubatorer, etc.

Kommersiell service
Jurister, revisorer, etc.

Marknadsetablering
Marknadsanalytiker, Konkurrensverket, forskare och entreprenörer.

Fysisk infrastruktur
Tjänsteleverantörer inom telefon, data, etc.

Kulturella och sociala normer
Affärsorganisationer, Connect, Företagarna, sociologer, entreprenörer.

Det svenska urvalet består av 36 experter från hela Sverige och med en jämn könsfördelning. Det är ett bekvämlighetsurval och kan inte betraktas som slumpmässigt till skillnad från urvalet som görs i APS-undersökningen där hela den vuxna befolkningen ingår i populationen.

Undersökningsprocess

Mars–april
Experter kontaktas via e-post och telefon och ombeds delta i en on-line undersökning, alternativt bifogas enkäten som fylls i på papper som returneras per post. De flesta av de svenska experterna har använt webbenkäten.

Juni–juli
Data harmoniseras sedan centralt hos GEM. Därefter görs internationella jämförelser.

Ordlista och terminologi

Ordlista och terminologi i GEM-undersökningen

Entreprenöriella attityder och uppfattningar

Upplevda möjligheter
Andel i åldersgruppen 18 - 64 som ser goda möjligheter att starta ett företag där de bor.

Upplevd kapacitet/kompetens
Andel i åldersgruppen 18–64 som bedömer att de har tillräckliga kunskaper och kompetens för att starta ett företag.

Entreprenörsavsikter
Andel i åldersgruppen 18–64 exklusive dem som är engagerade i något stadium av entreprenöriell aktivitet som planerar att starta företag inom tre år.

Rädsla att misslyckas
Andel i åldersgruppen 18–64 av dem med positivt upplevda möjligheter som anser att rädsla att misslyckas skulle avhålla dem från att starta ett företag.

Företagande som önskvärt karriärval
Andel i åldersgruppen 18–64 som håller med om att det anses vara ett önskvärt karriärval att driva företag.

Framgångsrika företagare
Andel i åldersgruppen 18–64 som håller med om påståendet att Framgångsrika entreprenörer åtnjuter hög status och respekt.

Medieuppmärksamhet för företagande
Andel i åldersgruppen 18–64 som håller med om att det ofta förekommer inslag i media om framgångsrika företag.

Aktivitet

Företag i vardande
Andel i åldersgruppen 18–64 som för närvarande är engagerade i att starta ett företag som de kommer att äga eller deläga. Företaget har ännu inte betalat ut löner eller annan ersättning till ägarna i mer än tre månader.

Ägande av ett nytt företag
Andel i åldersgruppen 18–64 som för närvarande äger/deläger och leder ett nytt företag, d.v.s. ett företag som har betalat löner eller andra ersättningar till ägaren under mer än tre månader men inte mer än 3½ år.

Total entreprenöriell aktivitet i tidiga stadier (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) – TEA
Andel i åldersgruppen 18–64 som antingen driver ett företag i vardande (enligt definitionen ovan) eller ett nytt företag (enligt definitionen ovan); d.v.s. företagets ålder är max 3½ år.

Etablerat företagande
Andel i åldersgruppen 18–64 som för närvarande äger/deläger och leder ett etablerat företag, d.v.s. ett företag som har betalat löner eller andra ersättningar till ägaren under mer än tre månader men inte mer än 3½ år.

Upphört/avslutat företagande
Andel i åldersgruppen 18–64 som under de senaste tolv månaderna upphört med företagande antingen genom att sälja, stänga eller på annat sätt upphöra att vara ägare/företagsledare. Obs! Detta är inte ett mått på företagsmisslyckanden.

Nödvändighetsdriven entreprenöriell aktivitet/ nödvändighetsbaserat företagande: relativ förekomst

Andel av dem som är involverade i TEA (se ovan) som är engagerade i företagande pga att de saknar annan sysselsättning.

Förbättringsdriven entreprenöriell aktivitet/ möjlighetsbaserat företagande: relativ förekomst

Andel av dem som är involverade i TEA (se ovan) som är engagerade i företagande som (i) anser sig drivna av affärsmöjlighet och inte p.g.a. att de saknar annat arbete och (ii) menar att främsta drivkraften för företagandet är självständighet eller ökad inkomst, snarare än att endast vidmakthålla samma inkomstnivå som tidigare.

Ambitioner

Förväntningar om hög tillväxt och TEA: relativ förekomst

Andel av TEA (enl definitionen ovan) som förväntar sig att anställa minst 20 personer inom fem år.

Svagt mått: förväntningar om att anställa minst fem personer inom fem år.

Orientering mot nya produkter och TEA; relativ förekomst

Andel av TEA (enl definitionen ovan) som menar att deras vara eller tjänst är ny för åtminstone några av kunderna och också anser att inte många andra företag erbjuder samma produkt eller tjänst.

Svagt mått: varan är ny eller inte många andra företag erbjuder samma vara/tjänst.

Internationalisering

Andel av TEA (enl definitionen ovan) med mer än 25 procent av kunderna i andra länder.

Svagt mått: mer än 1 procent av kunderna i andra länder.

ENTREPRENÖRSKAPS FORUM

Järntorgsgatan 3, 703 61 Örebro

Rapporten kan också laddas ned från www.entreprenorskapsforum.se