ETT FÖRETAGSAMT SVERIGE?

REGIONAL GEM-RAPPORT 2021

ENTREPRENÖRSKAPS FORUM

ETT FÖRETAGSAMT SVERIGE?

EN STUDIE OM REGIONALA ENTREPRENÖRIELLA AKTIVITETER, AMBITIONER OCH ATTITYDER – REGIONAL GEM-RAPPORT 2021

Pernilla Norlin
Johanna Palmberg
Per Thulin

ENTREPRENÖRSKAPS FORUM

Entreprenörskapsforum är en oberoende stiftelse och den ledande nätverksorganisationen för att initiera, bedriva och kommunicera policyrelevant forskning om entreprenörskap, innovationer och småföretag.

Stiftelsens verksamhet finansieras med såväl offentliga medel som av privata forskningsstiftelser, näringslivs- och andra intresseorganisationer, företag och enskilda filantroper.

Medverkande författare svarar själva för problemformulering, val av analysmodell och slutsatser.

För mer information, se www.entreprenorskapsforum.se

© Entreprenörskapsforum, 2021
ISBN: 978-91-89301-25-2
Författare: Pernilla Norlin, Johanna Palmberg och Per Thulin
Grafisk produktion: Entreprenörskapsforum
Tryck: Örebro universitet

FÖRORD

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) är det internationellt mest omfattande och världsomspännande forskningsprojekt som årligen mäter och analyserar entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder. Genom en långt driven samordning av metod, frågeformuleringar och analys möjliggörs internationella jämförelser.

Entreprenörskapsforum har ansvarat för den svenska delen av undersökningen i mer än ett decennium. Varje år lanseras en nationell rapport där det svenska entreprenörskapets utveckling jämförs med andra liknande länder. Data finns tillgängligt betydligt snabbare än vad nationella statistikmyndigheter mäktar med och genom GEM:s unika metod ges också en tidig indikation vad gäller förändringar i företagande och entreprenörskap.

För andra gången presenterar nu Entreprenörskapsforum en regional rapport som utifrån genomsnittsvärden över tre år, 2018–20, ger en tydlig bild av hur det ser ut med entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder på regionnivå. I rapporten framkommer att tillväxtambitionerna för entreprenörerna förbättrats rejält mot föregående mätning, 2015–17. Därtill visas att närmare en tiondel av befolkningen har för avsikt att starta ett nytt företag inom de närmaste åren. Huruvida dessa ambitioner kommer realiseras eller inte beror i stor utsträckning på hur pass lätt det är att starta och skala upp sin verksamhet. Här vet vi att Sverige brottas med en rad problem. Det är fortsatt viktig att arbeta med att reformera den svenska ekonomin för att underlätta för företagande och entreprenörskap.

I kapitel fyra ges också en mängd förslag för hur detta arbete kan göras regionalt med fokus på lokalt företagsklimat, attraktiva miljöer och infrastruktur. Författarna till rapporten är Pernilla Norlin, Johanna Palmberg och Per Thulin, alla knutna till Entreprenörskapsforum. Som vanligt är det författarna som svarar för de slutsatser, policyrekommendationer och den analys som presenteras.

Stockholm i december 2021

Johan Eklund
vd Entreprenörskapsforum, professor Blekinge tekniska högskola
och Internationella handelshögskolan i Jönköping

INNEHÅLL

1. INLEDNING 7

2. BESKRIVNING AV DATA OCH METOD 9

3. REGIONALT ENTREPRENÖRSKAP 11
- 3.1 Entreprenöriell aktivitet 11
- 3.2 Entreprenöriell ambition 19
- 3.3 Entreprenöriella attityder 21

4. SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER 25
- 4.1 Policyförslag 27

APPENDIX 29

REFERENSER 31

OM FÖRFATTARNA 32

KAPITEL 1

INLEDNING

Hur varierar entreprenöriella aktiviteter, attityder och ambitioner regionalt i Sverige? Baserat på statistik från den globala undersökningen Global Entrepreneurship Monitor (GEM) visade Palmberg och Thulin (2019) att det finns en betydande variation mellan svenska regioner vad gäller inte bara entreprenöriell aktivitet utan även när det kommer till entreprenöriella ambitioner och attityder. Hur bestående är dessa variationer? I denna rapport presenterar vi regional GEM-statistik för perioden 2018–20 och tittar närmare på hur entreprenöriell aktivitet samt ambitioner och attityder förändrats över tid.

Genom sin roll som förändringsagent är entreprenören central för samhällsutvecklingen. Entreprenören har en unik förmåga att hantera risker och utmana existerande samhällsstrukturer och skapar på så vis dynamik och i förlängningen ekonomisk tillväxt. Ekonomisk tillväxt bygger på samhällsnivå på förändring, det vill säga att produktionsfaktorer sätts samman på nya sätt för att skapa nya varor och tjänster eller för att effektivisera produktionen av befintliga produkter. Enligt Schumpeter (1934) är det entreprenören, genom att vara den som kommersialiserar uppfinningar, som skapar samhällsförändring och ekonomisk tillväxt.

Såväl nationella som regionala (lokala) förutsättningar spelar roll för entreprenörskapets utveckling. Tidigare forskning visar att platsen har en viktig betydelse för entreprenörskap (se exempelvis Andersson och Larsson, 2016; Fritsch och Wyrwich, 2014; Audretsch och Feldman, 1996). Det finns även argument för att det är städerna som driver den ekonomiska utvecklingen (Jacobs, 1969; Bairoch, 1991; Glaeser, 2011). Genom att vara lokaliserade i samma städer eller regioner kan företagen inom samma men även närliggande sektorer dra nytta av varandra och det kunskapsflöde som uppstår. Det vill säga det genereras positiva agglomerationseffekter som bidrar till att höja produktiviteten och innovationspotentialen hos de regionala företagen. Även andra kringliggande sektorer tenderar att samlokaliseras. Exempelvis är det finansiella kapitalet regionalt koncentrerat och kan på så vis dra nytta av effekterna av den förtätning som skapas i städerna (Backman, 2015; Lerner, 1995; Sorenson och Stuart, 2001).

Resten av rapporten är disponerad på följande sätt. I kapitel 2 redogörs för datakällor, metod och den statistiska osäkerhet statistiken är förenad med. Kapitel 3 redovisar länsfördelad statistik över entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder. Skriften avslutas med en sammanfattning och ekonomisk-politiska slutsatser i kapitel 4.

KAPITEL 2

BESKRIVNING AV DATA OCH METOD

Statistiken som redovisas i rapporten baseras på data från Global Entrepreneurship Monitor (GEM) kompletterat med befolkningsstatistik från Statistiska centralbyrån (SCB). GEM är en årligen återkommande, internationell enkätundersökning av entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder hos befolkningen i de medverkande länderna. Den första undersökningen genomfördes 1999 och hade tio deltagande länder. Sedan dess har undersökningen vuxit i omfattning och årligen deltar nu cirka 150 000 slumpmässigt utvalda personer och 1 800 nationella experter på entreprenörskap från olika delar av samhället (akademiker, myndighetspersoner, intresseorganisationer etcetera) i ett 50-tal länder runt om i världen i undersökningen.

Sverige har deltagit i undersökningen samtliga år förutom 2008 och 2009, och sedan 2010 har Entreprenörskapsforum utgjort den svenska noden i det internationella GEM-samarbetet. Fram till och med 2014 intervjuades mellan 2 000 och 2 500 slumpmässigt utvalda individer årligen i landet, men sedan 2015 har antalet medverkande individer i Sverige i stort sett fördubblats till runt 5 000 individer per år. Det större urvalet innebär att aggregerade mått nu på ett mer meningsfullt sätt även kan fördelas regionalt. För att undvika alltför stor osäkerhet i det redovisade materialet baseras dock i stort sett all statistik i den här rapporten på tre års genomsnittsvärden.

Detta är den andra regionala GEM-rapporten som Entreprenörskapsforum lanserar och där det är möjligt jämförs resultatet för perioden 2018–20 med föregående treårsperiod.[1] Viktigt att ha i åtanke är att data insamlad 2020, det vill säga sista året i perioden 2018–20, sannolikt påverkats i relativ hög grad av covid-19 (GEM, 2021), vilket i sin tur kan bidra till de ibland stora förändringarna i resultaten mellan de båda perioderna.[2]

1. Den första rapporten skrevs av Palmberg och Thulin (2019).
2. För en detaljerad beskrivning av data, metod och konfidensintervall, se Appendix.

KAPITEL 3

REGIONALT ENTREPRENÖRSKAP

Kapitlet består av tre avsnitt. I avsnitt 3.1 presenteras den entreprenöriella aktiviteten hos befolkningen i åldrarna 18–64 år och därefter (Avsnitt 3.2) redogörs för de ambitioner entreprenörer har avseende tillväxt och internationalisering. Avsnitt 3.3 redogör för attityder om entreprenörskap. Genomgående används grön markering i figurerna för att identifiera de fem län som ligger i topp på respektive variabel och röd markering för att identifiera de fem län som placerar sig i botten.

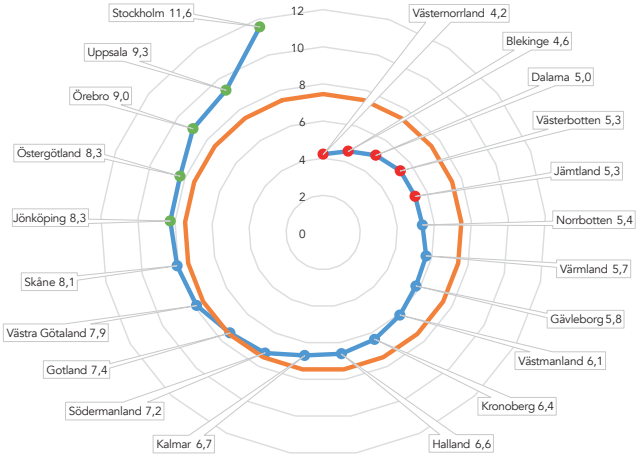
3.1 ENTREPRENÖRIELL AKTIVITET

Figur 1 visar total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA). Figuren visar att andelen av den vuxna befolkningen som enligt GEM:s definition är entreprenörer varierar kraftigt mellan länen. Högst är andelen i Stockholm, Uppsala och Örebro län med knappt tolv procent för huvudstadslänet och runt nio procent för de övriga två topplaceringarna medan Västernorrland, Blekinge och Dalarna återfinns i andra änden av spektret med en andel på mellan fyra och fem procent. Bland de tre storstadslänen har alltså Stockholm klart högst andel entreprenörer (11,6 procent) medan andelen entreprenörer i såväl Västra Götaland (7,9) som Skåne (8,1) ligger strax över riksgenomsnittet på 7,5 procent. Jämfört med motsvarande analys för åren 2015–17 kan noteras att Gotland och Jönköping halkat ned från första respektive andra plats medan Uppsala håller ställningarna på ungefär samma nivåer, nu 9,3 mot tidigare 9,5 procent. I bottenligan låg vid förra mättillfället Värmland, Dalarna och Södermanland. Här har särskilt Södermanland klättrat i placeringslistan, nu 7,2 mot tidigare 5,2 procent.

Figur 2 visar total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) med resultatet från förgående rapporteringsperiod som jämförelse. Det går att utläsa att särskilt Gotland, men även Jämtland, norrlandslänen Västernorrland, Norrbotten och Västerbotten liksom Jönköping sett en minskning av entreprenörskapet. Varför vi observerar dessa stora förändringar är svårt att avgöra, men kan indikera länsvisa skillnader i förutsättningar att starta och driva företag, vilket i sin tur kan bero på attityder och tradition men också på rent affärsmässiga grunder. Ökningar noteras särskilt i Stockholm, Örebro, Södermanland och Värmland. Riksgenomsnittet har

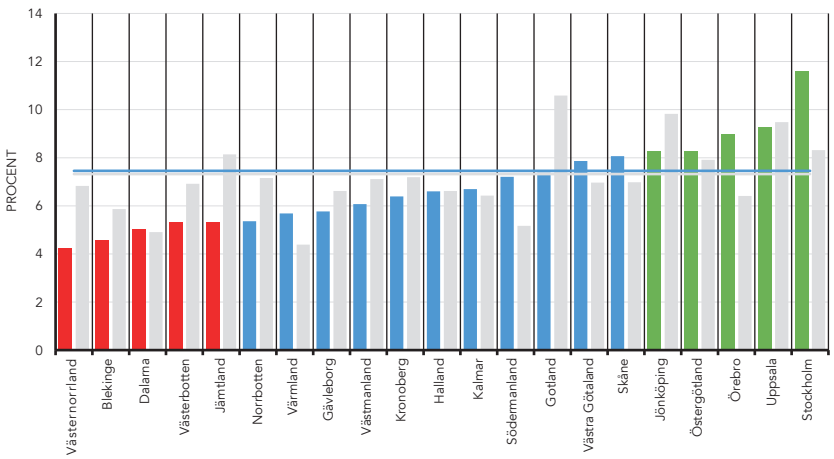
ökat från 7,3 procent 2015–17 till 7,5 procent 2018–20. Det är sju län som hamnar över snittet, resterande 14 län ligger under.

FIGUR 1. TOTAL ENTREPRENÖRIELL AKTIVITET I TIDIGT STADIUM (TEA), GENOMSNITT 2018–20.
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.



Anm.: Orange kurva visar riksgenomsnittet, 7,5 procent.

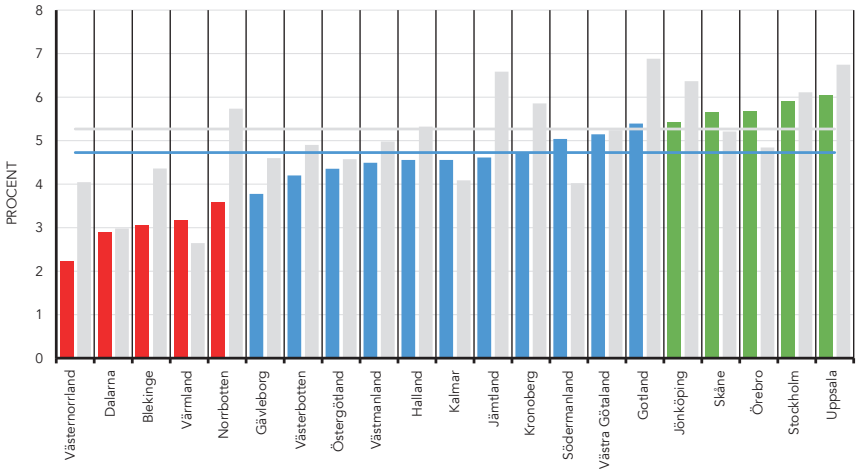
FIGUR 2. TOTAL ENTREPRENÖRIELL AKTIVITET I TIDIGT STADIUM (TEA), GENOMSNITT 2018–20.



Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 7,5 procent; 2015–17 (grå linje), 7,3 procent.

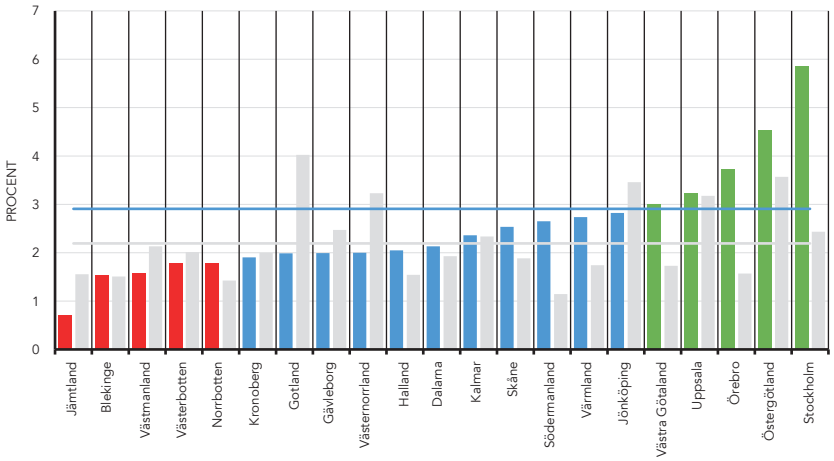
Delar man i ett nästa steg upp TEA i det riktigt unga företagandet (Figur 3) och entreprenörer som drivit sitt företag något längre (Figur 4) framgår att Uppsala, Stockholm, och Örebro placerar sig bland topp fem-länen både när det gäller företag i vardande (0–3 månader) och nytt företagsägande (3–42 månader). Östergötlands höga andel entreprenörer mätt som nytt företagsägande, plats två, har inte motsvarighet av en lika hög andel av det mycket tidiga företagandet, plats 14. Blekinge och Norrbotten återkommer i en icke avundsvärd bottenliga både vad gäller företag i vardande liksom mycket tidigt företagsägande. Jämtland ligger under en procent i nytt företagsägande men når plats tio av 21 län vad gäller företag i vardande. Tvärtom är det för Dalarna som ligger högre vad gäller nytt företagsägande, plats elva mot plats 20 för företag i vardande. Vid förra mätningen observerades den stora regionala variationen i TEA främst i det mycket tidiga företagandet. Detta är inte lika tydligt i denna senare mätning.

Figur 3. Företag i vardande, genomsnitt 2018–20.
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande håller på att starta ett företag, det vill säga är aktivt involverade med att starta ett företag som de kommer att äga ensamma eller tillsammans med andra; företaget har inte betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än tre månader.



Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 4,7 procent; 2015–17 (grå linje), 5,3 procent.

FIGUR 4. NYTT FÖRETAGSÄGANDE, GENOMSNITT 2018–20.
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett nytt företag, det vill säga äger och leder ett aktivt företag som har betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under fler än tre månader, men kortare tid än 3,5 år.



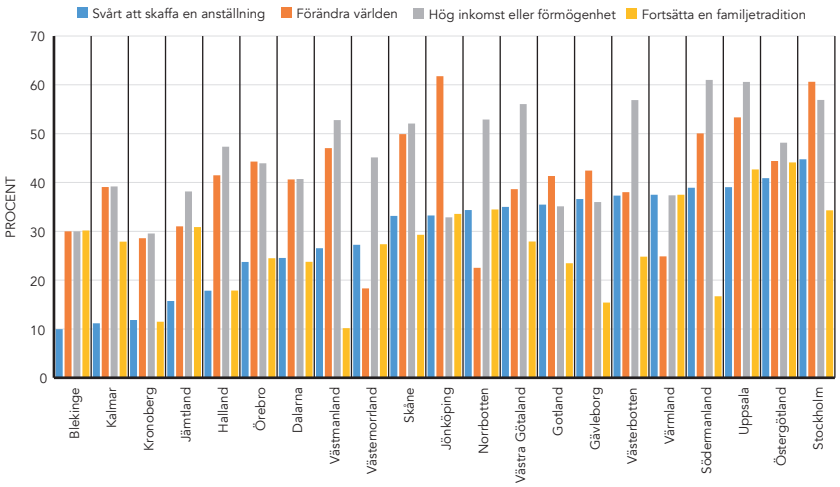
Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 2,9 procent; 2015–17 (grå linje), 2,2 procent.

Entreprenörskap driver innovationer och förnyelse och är därför viktigt för den ekonomiska tillväxten i såväl länen som i landet som helhet. Däremot beror graden av innovation sannolikt på motivet bakom företagandet. Figur 5 redovisar motivet bakom entreprenörskap. Respondenterna hade möjlighet att välja mer än ett alternativ, varför staplarna inte nödvändigtvis summerar till 100. I den regionala GEM-rapporten som Entreprenörskapsforum publicerade 2019 redovisades hur stor andel av entreprenörerna som motiverade sitt nyföretagande under perioden 2015–17 med en upplevd affärsmöjlighet. Från och med 2019 ändrade GEM-konsortiet frågan om motiv bakom företagsstarten till att inkludera fler svarsalternativ samtidigt som respondenterna också gavs möjlighet att ange fler än ett alternativ. Det gör att statistiken inte är direkt jämförbar mellan årets regionala GEM-rapport och den som publicerades 2019.

Vad gäller motivet svarar i genomsnitt 45,8 procent av Sveriges entreprenörer att de startat företag för att förändra världen, 49,3 procent anger för att skaffa sig hög inkomst eller välstånd, 29,1 procent säger att anledningen är att fortsätta en familjetradition medan 33,7 procent svarar att de startat företag på grund av svårigheter att få en anställning. Det vanligaste motivet att starta företag i Sverige är därmed att skaffa sig högre inkomst eller välstånd och det minst vanliga att fortsätta en familjetradition. Ur ett innovationsperspektiv är det positivt att det svenska företagandet främst baseras på viljan att förändra världen eller att skaffa

sig hög inkomst och välstånd. Det är ur dessa kategorier ett mer möjlighetsmotiverat företagande gror. Individer som startat företag på grund av svårigheter att få anställning eller fortsätta en familjetradition förutsätts vara mindre betydelsefulla ur ett innovationsperspektiv.

Figur 5. Motiv bakom entreprenörskap, genomsnitt 2019–20.

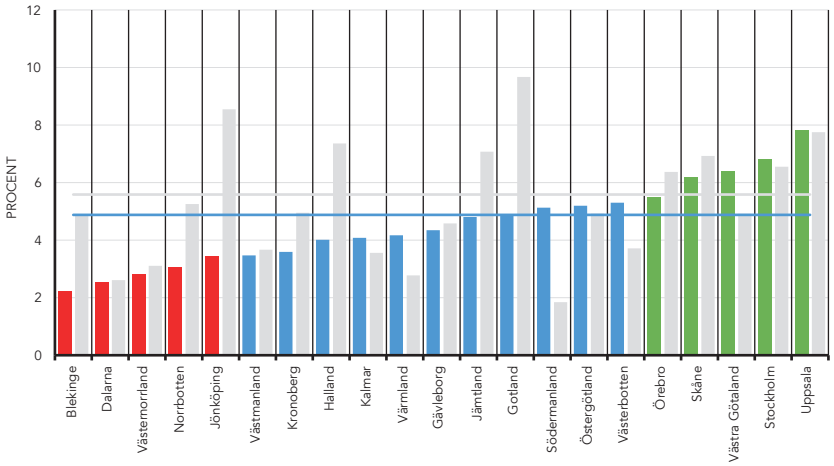


Anm.: Respondenterna kan välja flera svarsalternativ vilket gör att staplarna inte nödvändigtvis summerar till 100. Länen är sorterade i stigande ordning efter hur stor andel av entreprenörerna som angav svårighet att skaffa en anställning som motiv bakom företagsstarten.

Det finns dock stora variationer mellan länen i Sverige. I Jönköpings, Stockholms, Uppsala och Södermanlands län liksom i Skåne svarade 50 procent eller fler av entreprenörerna att det viktigaste motivet för dem att starta företag är att förändra världen. I Västmanlands, Skåne, Norrbottens, Västra Götalands, Västerbottens, Södermanlands, Uppsala och Stockholms län svarade över 50 procent av entreprenörerna att skaffa sig en hög inkomst är ett viktigt motiv för dem. Att fortsätta en familjetradition är relativt viktigt för entreprenörerna i Östergötlands och Uppsala län. I Östergötlands och Uppsala län svarar cirka 40 procent av entreprenörerna att bristen på andra jobb är en anledning till deras entreprenörskap. Allra högst på motivet förändra världen ligger Jönköping följt av Stockholm. Vad gäller svårigheten att skaffa anställning ligger Blekinge lägst i Sverige i att uppge detta som startmotiv, högst ligger Stockholm. Hög inkomst och förmögenhet hoppas särskilt sörmlänningar och Uppsala-entreprenörer på, ett motiv som ligger lägst hos entreprenörer i Kronoberg och Blekinge. Familjetradition toppar i Östergötland och ligger i botten i Västmanland.

Figur 6 och 7 visar TEA fördelat på kvinnor respektive män. Som framgår av riksgenomsnittet i figur 6 är andelen entreprenörer bland kvinnor i riket, 4,9 procent, fem procentenheter lägre än motsvarande andel för män, 9,9 procent. Sedan förra mätningen (2015–17) har nivån för kvinnor sjunkit från 5,6 procent. Andelen entreprenörer bland männen har däremot ökat från 9,0 procent sedan sist.

FIGUR 6. TOTAL ENTREPRENÖRIELL AKTIVITET I TIDIGT STADIUM (TEA), KVINNOR, GENOMSNITT 2018–20.
Andel av den kvinnliga befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.

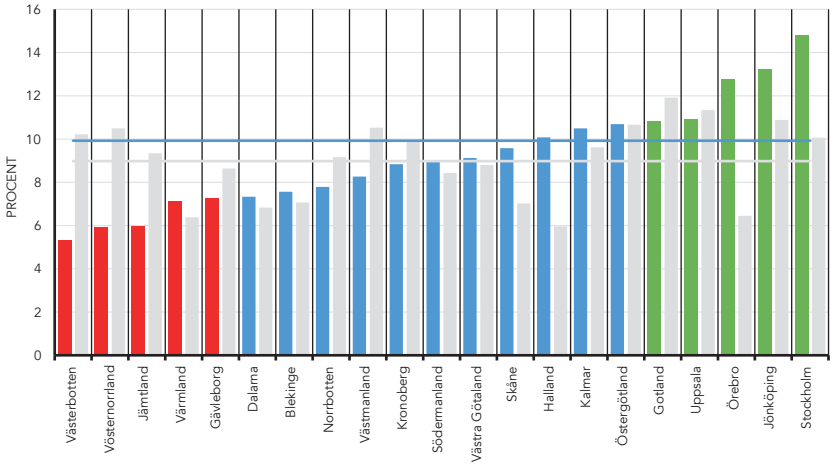


Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 4,9 procent; 2015–17 (grå linje), 5,6 procent.

Stockholm, Uppsala och Örebro tillhör topp fem för såväl kvinnliga som manliga entreprenörer. Västernorrland ligger däremot i bottenligan för båda könen. För kvinnor har entreprenörskapet sjunkit mest i Jönköping, Gotland, Halland och Blekinge, men även i Jämtland och Norrbotten. Motsvarande nedgång för män påvisas i Västerbotten, Västernorrland och Jämtland.

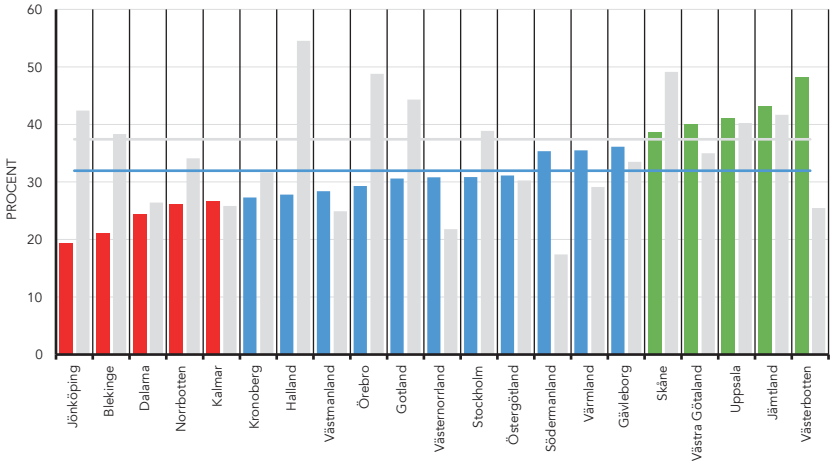
Ser vi till skillnader mellan andelen kvinnliga respektive manliga entreprenörer över landet särskiljer sig Jönköpings län som ligger på andra plats vad gäller manliga entreprenörer, men först på plats 17 för kvinnliga. Halland som tillhörde toppen vad gäller entreprenöriella kvinnor förra mätperioden hamnar i denna mätning först på plats 14 av 21. I såväl Halland som Skåne, men särskilt i Örebro och Stockholm har entreprenörskapet bland män ökat markant. På motsvarande sätt kan den högsta ökningen i kvinnors entreprenörskap mellan mätperioderna ses i Södermanland.

Figur 7. Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA), män, genomsnitt 2018–20.
Andel av den manliga befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag.



Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 9,9 procent; 2015–17 (grå linje), 9,0 procent.

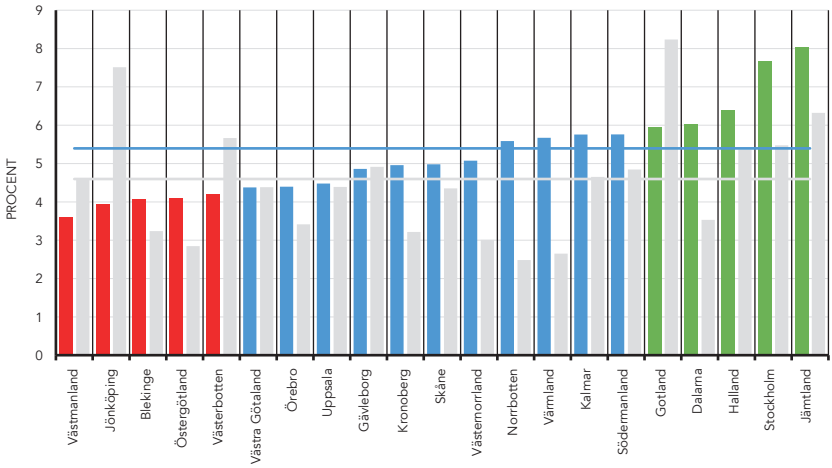
Figur 8. Andel kvinnor bland TEA, genomsnitt 2018–20.



Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 31,9 procent; 2015–17 (grå linje), 37,4 procent.

Kvinnors andel av det totala företagandet i Sverige ligger enligt SCB på 28 procent år 2020 (Norlin och Thulin, 2021). Den senaste nationella GEM-rapporten som mäter TEA, de 42 första månaderna av entreprenöriell aktivitet, noterar att kvinnor står för 32 procent (31,9) av det totala entreprenörskapet i Sverige år 2020 (Eklund m.fl., 2021). Tidigare mätperiod påvisade ett högre andelsgenomsnitt om 37,4 procent. I figur 8 noteras att Västerbotten, Jämtland, Uppsala, Västra Götaland och Skåne har högst andel entreprenörer som är kvinnor medan Jönköping, Blekinge, Dalarna, Norrbotten och Kalmar har lägst. De regioner där andelen ökat mest är Västerbotten och Södermanland medan en nedåtgående trend vad gäller kvinnors andel av det regionala entreprenörskapet särskilt kan noteras i Halland, Örebro, Jönköping, Blekinge och Gotland.

FIGUR 9. ETABLERAT FÖRETAGSÄGANDE, GENOMSNITT 2018–20.
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som för närvarande äger och leder ett etablerat företag, det vill säga äger och leder ett aktivt företag som har betalat ut lön eller annan ersättning till ägarna under mer än 3,5 år.



Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 5,4 procent; 2015–17 (grå linje), 4,6 procent.

Under förutsättning att entreprenören inte avslutar sitt företagande övergår det tidiga entreprenörskapet enligt GEM:s definition efter 3,5 år i så kallat etablerat företagande. Som framgår av figur 9 återfinns Jämtland och Stockholm i toppen medan Västmanland och Jönköping innehar de två lägsta andelarna etablerat företagsägande. Intressant att notera är hur några län byter placering då de olika faserna i entreprenörskapet jämförs. Uppsala tillhör de län där det startas flest nya företag (Figur 1), men hamnar först på plats 14 när det gäller etablerat företagsägande, detsamma gällde föregående mätperiod, då plats elva. På liknande sätt faller även Örebro och Östergötland ett stort antal placeringar då det riktigt tidiga entreprenörskapet jämförs med det etablerade företagsägandet.

Det finns förstås ett flertal olika förklaringar till detta mönster. En sådan skulle kunna vara att det startas relativt många nya företag i dessa län, men att dessa av någon anledning inte lever vidare tillräckligt länge för att övergå i etablerat företagande.

Medan vissa län tappar placering då vi jämför tidigt entreprenörskap med etablerat företagande, uppvisar andra län den omvända förändringen. Jämtland och Dalarna ligger båda i bottenligan avseende tidigt entreprenörskap, men placerar sig på plats ett respektive fyra avseende etablerat företagande. De relativt sett få företag som startas i dessa län verkar med andra ord leva kvar tillräckligt länge för att övergå i etablerat företagande.

Vad gäller skillnader mellan mätperioderna 2015–17 och 2018–20 kan särskilt noteras att Jönköping och Gotland noterar störst skillnader där båda dessa regioner sett ett sjunkande etablerat företagande. I Jönköping noteras nästan en halvering, från 7,5 till 3,9 procent. Störst tillväxt vad gäller etablerat företagande finns i regionerna Norrbotten, Värmland, Västernorrland och Dalarna. Även Stockholm och Jämtland sticker ut något i ett ökat etablerat företagande. Noterbart är också att riksgenomsnittet för etablerat företagsägande ökat från 4,6 procent 2015–2017 till 5,4 procent 2018–20.

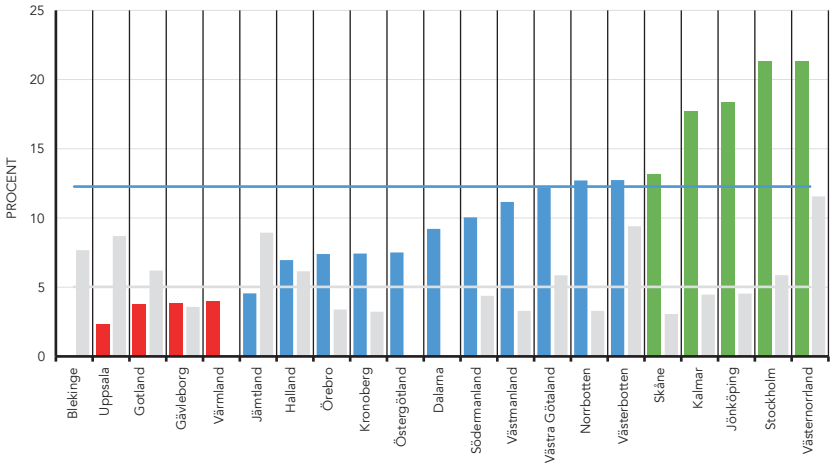
3.2 ENTREPRENÖRIELL AMBITION

För ekonomisk tillväxt och innovationspotential räcker det inte att enbart se till andelen nystartade företag. Ambition och framtidsförväntningar bland entreprenörerna är minst lika viktiga aspekter. I detta avsnitt redovisas entreprenörernas ambitioner, mätt som förväntad sysselsättningstillväxt respektive hur pass involverade entreprenörerna är på den internationella marknaden. Från och med 2019 samlar GEM inte längre in statistik som är jämförbar med tidigare år över konkurrens och innovation. Därför utgår de två ambitionsmåtten från redovisningen i årets rapport.

Figur 10 visar framtidsförväntningar, mätt som andelen entreprenörer i tidigt skede som förväntar sig att anställa 20 personer eller fler under den närmaste femårsperioden, för entreprenörer i tidigt skede. Det vill säga, andelen entreprenörer som har en mycket positiv syn på framtiden och tillväxten i det egna företaget. Riksgenomsnittet för perioden 2018–20 var 12,3 procent. Detta är en kraftig ökning sedan förra mätperioden (2015–17) då motsvarande andel var 5,0 procent. Den regionala variationen är stor. Västernorrland uppvisar återigen den mest positiva framtidstron vad gäller sysselsättningstillväxt med en andel om drygt 21 procent. Detta är närmast en fördubbling från föregående mätperiod (grå stapel i figur 10). Därefter följer Stockholm (21 procent) och Jönköping (18 procent). Även i dessa två län har andelen ökat kraftigt sedan föregående period.

I region Blekinge är tillväxttron lägst. Där förväntar sig ingen av entreprenörerna att anställa 20 eller fler under den nästkommande femårsperioden. Även Uppsala och Gotland uppvisar låga framtidsförväntningar. I dessa regioner har andelen sjunkit från föregående mätperiod. I den föregående undersökningen var det tre regioner (Dalarna, Värmland och Östergötland) där ingen entreprenör förväntade sig att växa med 20 eller fler anställda.

FIGUR 10. FÖRVÄNTAD SYSSELSÄTTNINGSTILLVÄXT FÖR ENTREPRENÖRER I TIDIGT SKEDE, GENOMSNITT 2018–20.
Andel av de involverade i tidigt entreprenörskap som förväntar sig anställa 20 eller fler inom de kommande fem åren.

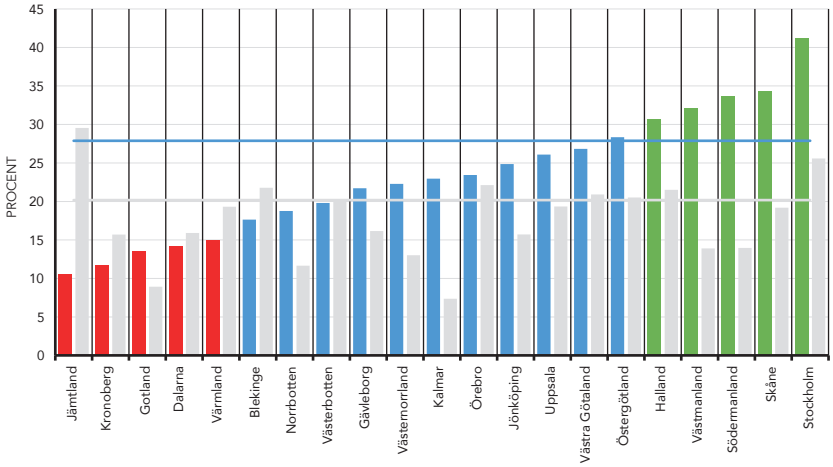


Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 12,3 procent; 2015–17 (grå linje), 5,0 procent.

Den svenska ekonomin är starkt exportberoende och den internationella marknaden är ofta viktig för svenska företag för att skapa en långsiktig och hållbar efterfrågan. Figur 11 visar internationell orientering för entreprenörer i tidigt skede, i termer av hur stor andel av deras intäkter som är genererade utomlands. Även i detta avseende har riksgenomsnittet ökat väsentligt från föregående mätperiod, från 20 procent till närmare 28 procent. Stockholm är den region med högst internationell orientering. Drygt 41 procent av entreprenörernas intäkter har genererats utomlands. Andelen har ökat kraftigt sedan föregående period då motsvarande andel var lite drygt 25 procent. Även Skåne, Södermanland, Västmanland och Halland ligger över riksgenomsnittet. Även i dessa regioner har den internationella orienteringen ökat. Lägst internationell orientering finner vi i Jämtland (11 procent), Kronoberg (12 procent) och Gotland (14 procent).

Den tidigare relativt höga entreprenöriella ambitionen verkar ha avtagit i Jämtland – tron på sysselsättningstillväxt har nästan halverats och den internationella orienteringen har minskat från en andel om nästan 30 procent till drygt tio procent.

Figur 11. Internationell orientering för entreprenörer i tidigt skede, genomsnitt 2018–20.
Andel av tidiga entreprenörers intäkter som är genererade utomlands.

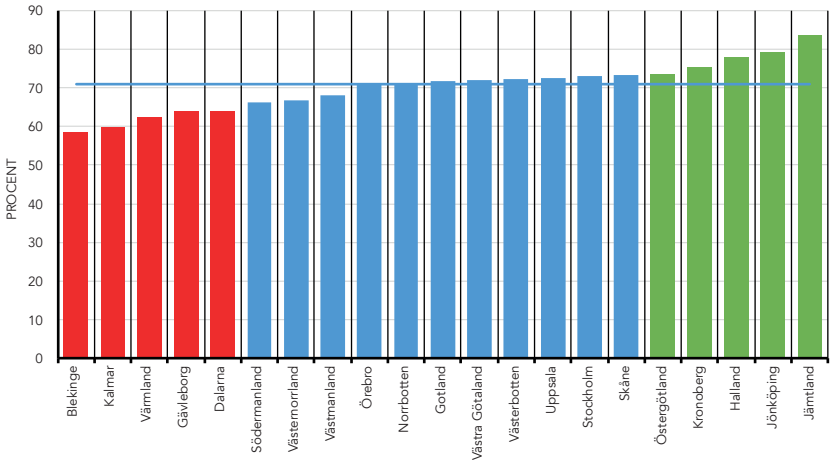


Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 27,9 procent; 2015–17 (grå linje), 20,2 procent.

3.3 ENTREPRENÖRIELLA ATTITYDER

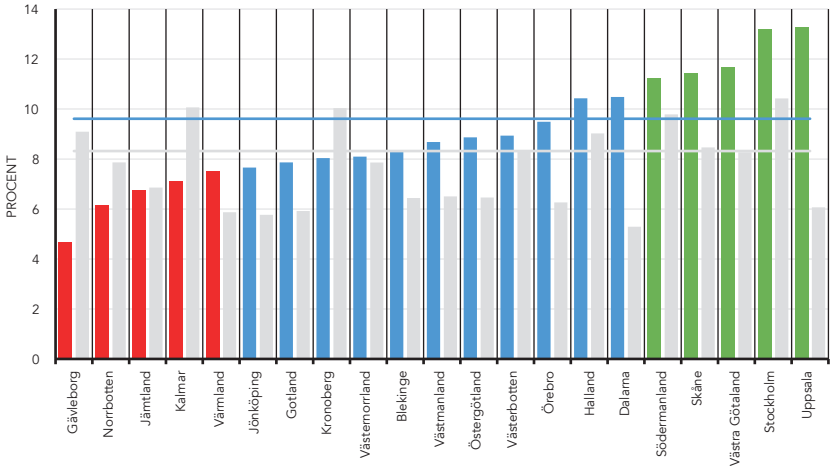
Utöver entreprenöriella ambitioner är även attityder till entreprenörskap och framtidstro viktigt att beakta för utvecklingen av entreprenörskap. I detta avsnitt presenteras mått på hur den vuxna befolkningen ser på entreprenörskap. Från och med 2019 ändrades ett antal frågor avseende entreprenöriella attityder, vilket dels gör att genomsnitten för de flesta variablerna enbart bygger på data insamlad år 2019 och 2020, dels att statistiken inte är direkt jämförbar med perioden 2015–17. Figur 12 visar hur affärsmöjligheter upplevs. Riksgenomsnittet för 2019–20 är 71 procent. Det finns en stor regional variation, från en andel om 59 procent i Blekinge till 84 procent av befolkningen i Jämtland som upplever att det finns goda möjligheter att starta företag i området där de bor. I storstadsregionerna (Stockholm, Västra Götaland och Skåne) är andelen i paritet med riksgenomsnittet. Lägst andel finner vi i regionerna Blekinge, Kalmar och Värmland. I ett internationellt perspektiv ligger Sverige fortfarande högt vad gäller upplevda affärsmöjligheter.

FIGUR 12. UPPLEVDA AFFÄRSMÖJLIGHETER, GENOMSNITT 2019–20.
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.: Riksgenomsnittet 2019–20 (blå linje), 71,1 procent.

FIGUR 13. ENTREPRENÖRIELL AVSIKT, GENOMSNITT 2018–20.
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år (exklusive individer involverade i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år.

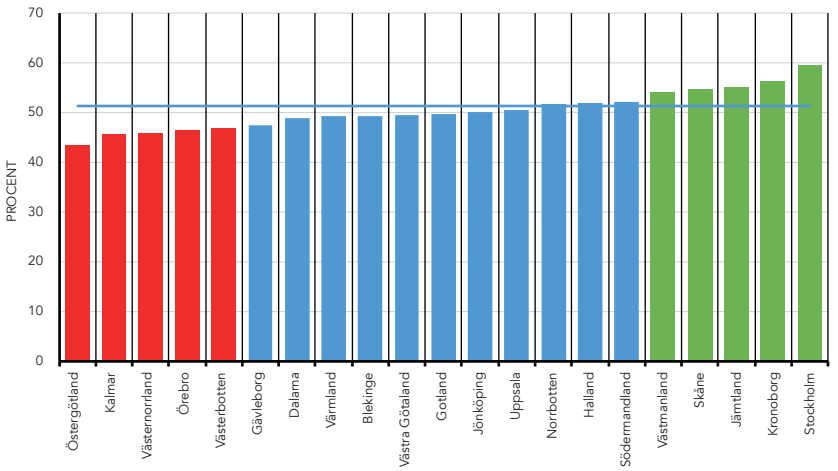


Anm.: Grå staplar avser perioden 2015–17. Riksgenomsnittet 2018–20 (blå linje), 9,6 procent; 2015–17 (grå linje), 8,3 procent.

Figur 13 visar den regionala fördelningen vad gäller avsikten att starta ett företag inom tre år. Riksgenomsnittet har ökat något och är för perioden 2018–20 9,6 procent. Det vill säga, närmare en tiondel av befolkningen har för avsikt att starta ett nytt företag inom de närmaste åren. Även i detta avseende finns det en regional variation. Den entreprenöriella avsikten att starta företag är som högst i storstadsregionerna (Uppsala, Stockholm, Västra Götaland och Skåne). Intressant att notera är att i Uppsala har andelen individer med entreprenöriell avsikt mer än dubblerats sedan föregående period, från en andel på sex procent till 13 procent i denna mätning. Lägst entreprenöriell avsikt hittar vi i Gävleborg och Norrbotten. I dessa regioner har den entreprenöriella avsikten sjunkit. Även Jämtland ligger relativt lågt i detta avseende trots att 84 procent av de tillfrågade entreprenörerna angav att det finns goda möjligheter att starta ett företag i regionen.

I de nästkommande två figurerna visas ”upplevd förmåga” (Figur 14) och ”rädsla för att misslyckas” (Figur 15), två aspekter som är särskilt viktiga för ett framgångsrikt entreprenörskap.

FIGUR 14. UPPLEVD FÖRMÅGA, GENOMSNITT 2019–20.
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som anser sig ha tillräcklig kunskap och förmåga att starta ett företag.



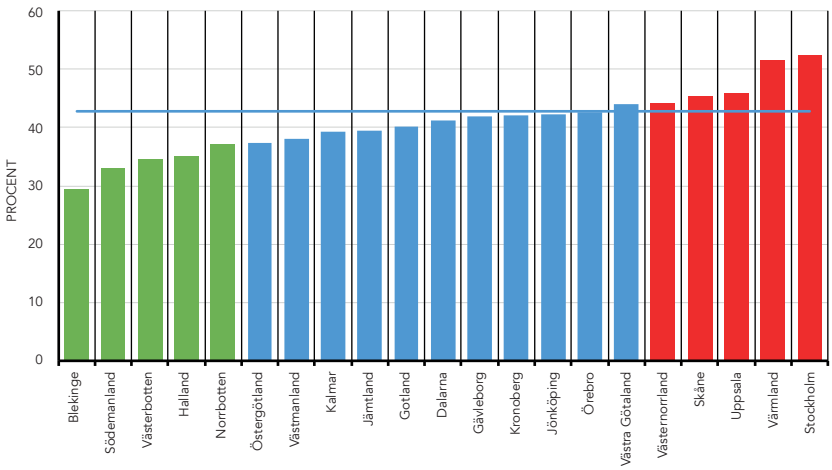
Anm.: Riksgenomsnittet 2019–20 (blå linje), 51,4 procent.

Figur 14 visar andelen av befolkningen som upplever sig ha tillräcklig förmåga och kunskap för att starta ett företag. Riksgenomsnittet för den innevarande perioden är 51,4 procent. Stockholm (60 procent), Kronoberg (56 procent) och Jämtland (55 procent) tillsammans med Skåne (55 procent) och Västmanland (54 procent) ligger i topp vad gäller upplevd förmåga. I botten hittar vi Östergötland (43 procent), Kalmar (46 procent) och Västernorrland (46 procent).

Rädsla för att misslyckas som entreprenör är en faktor som kan hämma entreprenörskapet i en ekonomi. För att starta ett företag behövs en tro på att man som individ har förmågan att göra detta. Samtidigt innefattar såväl innovation som entreprenörskap ett visst mått av risk och då gäller det att inte vara alltför rädd för att misslyckas för att bli framgångsrik.

I figur 15 visas andelen av befolkningen med upplevda affärsmöjligheter som är så rädda för att misslyckas att det hindrar dem från att starta företag. Genomsnittet är 43 procent. I botten hittar vi Stockholm och Värmland med andelar över femtio procent. Lägst andel individer rädda för att misslyckas återfinns i Blekinge, Södermanland och Västerbotten.

FIGUR 15. RÄDSLA ATT MISSLYCKAS, GENOMSNITT 2019–20.
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.: Riksgenomsnittet 2019–20 (blå linje), 42,9 procent.

KAPITEL 4

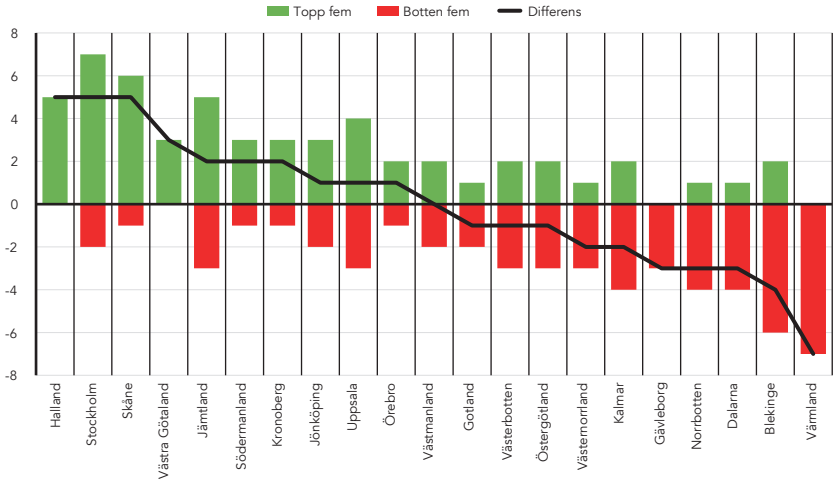
SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER

I rapporten har en mängd dimensioner av entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder presenterats. Resultaten visar en bred regional variation avseende hur länen placerar sig relativt varandra för de olika variablerna, men också en stor variation över tid. Det sistnämnda kan ses som särskilt positivt eftersom resultatet visar att entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder går att påverka. I ett försök att sammanfatta länens entreprenörskapsklimat har vi slagit samman rankingen från de indikatorer som mäter entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder och presenterar detta i figur 16 och 17 som i sin tur baseras på variablerna i figur 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 och 15.[3]

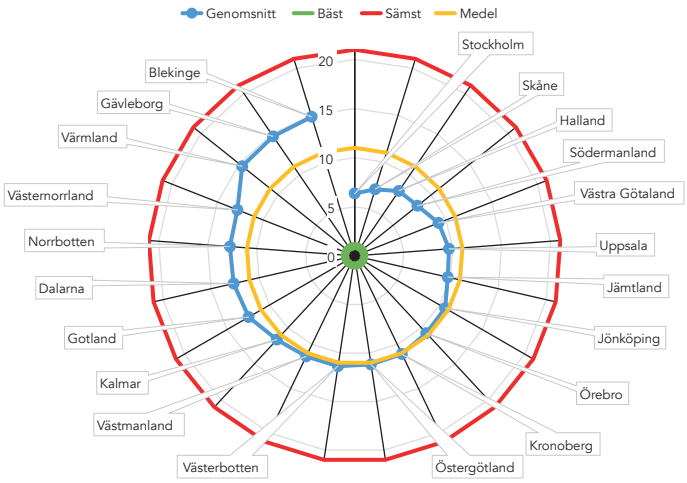
Först rankas, i figur 16, länen i förhållande till hur många topp- respektive bottenplaceringar de fått enligt de elva indikatorerna.[4] I toppen finner vi Halland, Stockholm och Skåne. Halland har fem toppnoteringar, men inga bottennoteringar. Stockholm och Skåne ligger i topp sju respektive sex gånger och har två respektive en bottennotering. I botten återfinns Blekinge och Värmland med sex respektive sju bottennoteringar och två respektive ingen toppnotering. Vi finner viss stabilitet sedan förra mätningen givet att Halland och Stockholm igenkänns på topp liksom Värmland som återigen återfinns i botten.

3. Figur 5 visar hur entreprenörerna motiverar sitt entreprenörskap. Vid sammanställningen i figur 16 och 17 har vi fokuserat på hur stor andel av entreprenörerna som angav svårighet att hitta anställning (ett så kallat nödvändighetsmotiv) som motiv till företagsstarten, där en högre andel anses vara sämre.
4. Det vill säga hur många gånger de rankats bland de fem bästa respektive lägst placerade länen.

FIGUR 16. ANTAL TOPP FEM- OCH BOTTEN FEM-PLACERINGAR AV ELVA INDIKATORER.



FIGUR 17. GENOMSNITTLIG RANK BASERAT PÅ ELVA INDIKATORER.



Figur 17 visar genomsnittlig ranking baserad på de elva indikatorer som presenterats ovan. Tolv län placerar sig sämre än genomsnittet och på topp tre-listan hamnar Stockholm, Skåne och Halland. Ett tronskifte är därmed noterbart sedan förra mätningen då Halland låg i topp. Jämtland och Gotland, som tidigare låg på tredje och fjärde placering har nu halkat ned några snäpp i rankning. I bottenligan finns fortfarande Värmland, Dalarna, Västernorrland som alla ligger långt under medel. Allra sist hamnar Blekinge och Gävleborg som båda låg ungefär på det nationella genomsnittet vid förra mätningen.

4.1 POLICYFÖRSLAG

Vad kan göras för att höja det regionala entreprenörskapet? Vad går att påverka regionalt? Vad kan regioner göra för att öka sin attraktionskraft och för att förbättra förutsättningarna för entreprenörskap och regional tillväxt?

Forskningen pekar mot att politiken bör inriktas på generellt goda och långsiktigt hållbara ramvillkor såsom utbildning som näringslivet efterfrågar, regional attraktionskraft samt god digital liksom fysisk infrastruktur. Det handlar om att stödja regionerna att transformera näringslivet för att nå sin tillväxtpotential. Eftersom regioner är olika krävs en differentierad politik anpassad efter regionernas unika förutsättningar. Detta synsätt ligger mycket nära den idé som EU:s satsning på smart specialisering baseras på (Andersson och Larsson, 2018). Utifrån denna idé ökar möjligheten att bo i en gles miljö, till exempel på landsbygden, väsentligt om det finns en stad inom rimligt avstånd. Städer som Karlstad, Växjö, Jönköping, Linköping, Umeå, Luleå med flera spelar därför en väsentlig roll i de regioner de är lokaliserade. Det finns därmed starka argument för att beakta stadens betydelse och att bygga en policy för regional utveckling som tar hänsyn till och utgår från mobilitet och nätverksstrukturer mellan stad och land. I den förra regionala GEM-rapporten lyftes detta in i de regionala policyförslag som presenterades i tre huvudgrupper: lokalt företagsklimat, attraktiva miljöer och infrastruktur. Därtill kommer policy för nationell nivå.

Lokalt företagsklimat: Den regionalekonomiska forskningen visar att de senaste decenniernas befolkningstillväxt varit tydligt knuten till en framväxande tjänsteindustri med en tydlig länk mellan ett välmående lokalt näringsliv och regional utveckling (Larsson, 2016). Kopplingen mellan entreprenörskap och befolkningstillväxt är också tydlig. Regioner med ett växande och dynamiskt näringsliv i den teknologiska utvecklingens framkant attraherar befolkning från hela landet (och världen). Den regionala servicen behöver därför vara god och kostnadseffektivt åtgärda problem branschoberoende. Hit hör exempelvis verksamhet som handläggningstider liksom hantering av tillståndsärenden i form av bygglov och serveringstillstånd. Därtill handlar det om att bygga upp humankapitalet regionalt, eller kanske än viktigare, den kunskap som efterfrågas av regionens näringsliv. Detta är ett kritiskt element i en strategi som syftar till att behålla eller stärka en regions ekonomiska ställning. Det handlar dels om att bygga upp en regional kunskapsbas, dels om att kunskapen sprids och genererar samhälleliga nyttigheter (Eklund och Thulin, 2016).

Attraktiva miljöer: Att maximera potentialen för produktiva möten genom effektiv stadsplanering och bättre infrastruktur är av stor vikt för att utveckla den lokala miljön. En aspekt som också ofta lyfts fram är förekomsten av fysiska mötesplatser

för företagare och investerare. Attraktiva boendemiljöer är ett annat område som regionen kan påverka. Att uppgradera och utveckla livsstilsattribut såsom vård, omsorg och skola, men även tillgång till natur och sport samt kultur hör också till angelägna regionala åtgärder. Exempelvis visar Falck m.fl. (2018) att kultur (i detta fall mätt som förekomsten av ett operahus) har positiva effekter på det lokala entreprenörskapet och därmed i förlängningen den ekonomiska utvecklingen. Utöver att det ska vara lätt att träffas fysiskt måste det även vara det online. Satsningar på bredband och 5G är avgörande för regionernas förutsättningar att möta den ökande digitaliseringen. Det finns flera studier som pekar på ett positivt samband mellan tillgång till bredband och regional tillväxt (se exempelvis Kolko, 2012 och Ford och Koutsky, 2005). Som det ser ut nu varierar den grundläggande IT-infrastrukturen kraftigt över landet. Skillnaden i företags tillgång till bredband om minst 100Mbit/s beror bland annat på kommunernas storlek och befolkningstäthet, men även mellan lika stora kommuner kan skillnaden vara stor (Eklund m.fl., 2020). En utvecklad och god fysisk infrastruktur såväl inom som mellan regioner gör det också möjligt för entreprenörer att ta del av andra regioners kunskapsflöden, det vill säga regionala spillovereffekter. Ytterligare en fördel är att få tillgång till ett större utbud av investerare, andra kvalitativa företagstjänster och en större avsättningsmarknad för produkter och tjänster.

Nationell lagstiftning: Om regionernas tillväxtambitioner ska kunna realiseras krävs att det från nationell nivå görs lättare att skala upp verksamheter. Här brottas Sverige med en rad problem. En tredjedel av småföretagen har svårt att hitta den kompetens de söker samtidigt som en fjärdedel upplever att lagar och myndighetsregler utgör tillväxthinder (Eklund m.fl., 2021). Slutsatserna av detta är att en minskad regelbörda och en bättre fungerande kompetensförsörjning skulle stärka entreprenörskapet i samtliga landets regioner. Ytterligare önskemål från entreprenörerna finns i tillgång till lån och krediter, externt ägarkapital liksom transportsystem.[5] På regional nivå förutsätts en förutsägbar implementering av de nationella regleringarna.

Effekter av pandemin: Något som inte täcks in helt och fullt av aktuella data 2018–20 är covid-19-pandemin som fått samhällsgenomgripande effekter som slagit på olika sätt över de regionala ekonomierna. En hypotes som tidigt lanserades var att pandemin skulle resultera i en omallokering av ekonomiska aktiviteter från städer till landsbygd (Eklund, 2021). Onlinemöten tog till exempel ett språng under pandemin vilket underlättar distansarbete samtidigt som exempelvis inrikesflygningarna minskat dramatiskt. Initialt drabbades storstadsregioner och arbetsmarknadsregioner med en stor del av näringslivet koncentrerat till handel, hotell och restaurang hårdare än mer perifera regioner. Återhämtningen kan dock bli snabbare i dessa när

5. https://tillvaxtverket.se/statistik/vara-undersokningar/resultat-fvov-2020/2020-07-08-huvudresultat-fran-foretagens-villkor-och-verklighet-2020.html

smittspridningen avtagit. De långsiktiga förutsättningarna i storstadsregionerna kan också ha påverkats av coronapandemin. Faktorer som tidigare inneburit tydliga fördelar, såsom agglomeration och möjligheten till oplanerade interaktioner, kan eventuellt påverkas även framgent av nya förhållningssätt under pandemin. Frågan är när, och kanske om, vi går tillbaka till ett business as usual-läge. Vad de faktiska effekterna blir i form av rumsliga förändringar i entreprenörskap och företagande är en empirisk fråga som vi följer upp i kommande mätning 2021–23.

APPENDIX

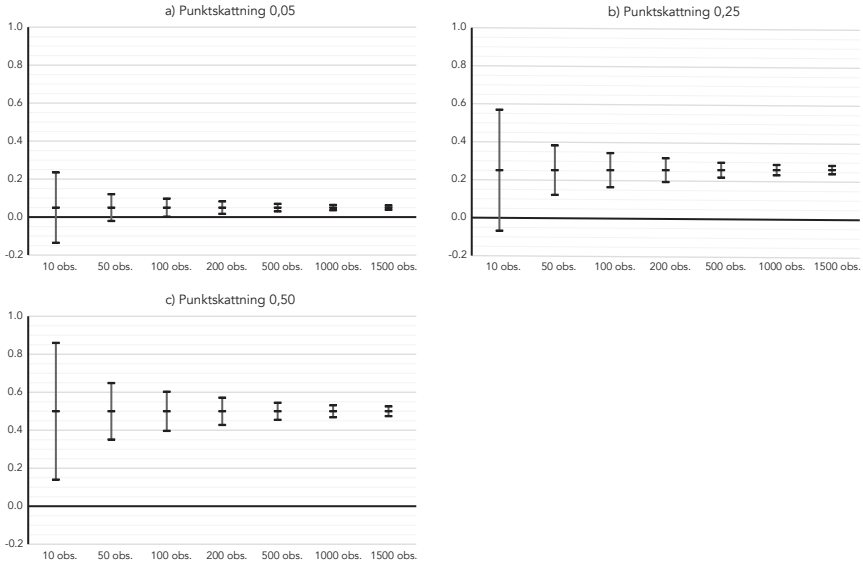
Tabell A1 visar antalet observationer för respektive län och period. Flest observationer står Stockholm för med runt 1 500 observationer per period följt av storstadslänen Skåne och Västra Götaland med mellan 900 och 1 000 observationer per period. Övriga län har i genomsnitt strax över 400 observationer per period.

All statistik som redovisas i den här skriften är förenad med osäkerhet där graden av osäkerhet dels bestäms av punktskattningens nivå, dels av antalet observationer punktskattningen baseras på. Figur A1 exemplifierar osäkerheten genom att visa 95-procentiga konfidensintervall för tre olika punktskattningar samt hur dessa varierar med antalet observationer. Konfidensintervallen är mycket stora då antalet observationer är litet, men minskar snabbt i storlek då antalet observationer ökar. Är punktskattningen till exempel 25 procent kommer det 95-procentiga konfidensintervallet vara 12–38 procent om antalet observationer är 50, men minska till 23–27 procent om antalet observationer ökar till 1 500. Avslutningsvis ska också påpekas att konfidensintervallens storlek är symmetriskt fördelade runt 50 procent, vilket innebär att en punktskattning på 25 procent har ett lika stort konfidensintervall som en punktskattning på 75 procent och så vidare.

Tabell A1. Totalt antal observationer 2015–17 och 2018–20, fördelat på län.

	Observationer			Observationer	
Län	**2015–17**	**2018–20**	**Län**	**2015–17**	**2018–20**
Blekinge	453	393	Stockholm	1 411	1 575
Dalarna	423	415	Södermanland	443	417
Gotland	369	353	Uppsala	467	464
Gävleborg	439	450	Värmland	460	441
Halland	441	438	Västerbotten	487	449
Jämtland	450	412	Västernorrland	422	449
Jönköping	465	459	Västmanland	448	441
Kalmar	434	415	Västra Götaland	925	1 025
Kronoberg	439	421	Örebro	449	455
Norrbotten	454	446	Östergötland	469	483
Skåne	899	943	**Riket**	**11 247**	**11 344**

Figur A1. Samband mellan osäkerhetsintervall och antal observationer för tre olika nivåer på punktskattningen.



REFERENSER

Andersson, M. och Larsson, J. (2016). ”Local entrepreneurship clusters in cities”, *Journal of Economic Geography*, 16(1), 39–66.

Audretsch, D. och Feldman, M. (1996). ”R&D spillovers and the geography of innovation and production”, *The American Economic Review*, 86(3), 630–640.

Backman, M. (2015). ”Banks and new firm formation”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 734–761.

Bairoch, P. (1991). *Cities and economic development: from the dawn of history to the present*, University of Chicago Press.

Eklund, J. (red.) (2021). ”Entreprenörskap i Sverige – Nationell GEM-rapport 2021”, Entreprenörskapsforum, Stockholm.

Eklund, J. och Thulin, P. (red.) (2020). ”Svensk konkurrenskraft – Hur kan Sverige säkerställa ett långsiktigt välstånd?”, Entreprenörskapsforum, Stockholm.

Eklund, J. och Thulin, P. (2016). ”Flytt- eller stannfågel? Högre utbildning, dynamik och matchning på Örebro arbetsmarknad”, Entreprenörskapsforum, Stockholm.

Falck, O., Fritsch, M., Heblich, S. och Otto, A. (2018). ”Music in the air: estimating thesocial return to cultural amenities”, *Journal of Cultural Economics*, 42(3), 365–391.

Ford, G. S. och Koutsky, T M. (2005). “Broadband and Economic Development: A Municipal Case Study from Florida”. *Review of Urban & Regional Development Studies*, 17(3), 219–229.

Fritsch, M. och Wyrwich, M. (2014). ”The long persistence of regional levels of entrepreneurship: Germany, 1925–2005”, *Regional Studies*, 48(6), 955–973.

Glaeser, E. (2011). *Triumph of the city: how urban spaces make us human*, Macmillan, London.

Jacobs, J. (1969). *The economy of cities*, New York: Vintage Books.

Kolko, J. (2012). “Broadband and local growth”, *Journal of Urban Economics*, 71(1), 100–113.

Larsson, J. P. (2016). ”Det smittsamma entreprenörskapet – från bruksmentalitet till Gnosjöanda”, Entreprenörskapsforum, Stockholm.

Norlin, P. och Thulin, P. (2021). ”Kvinnors entreprenörskap – Hur jämställt är företagandet?”, Entreprenörskapsforum. Stockholm.

Palmberg, J. och Thulin, P. (2019). ”Ett företagsamt Sverige – en studie om regionala entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder”, Entreprenörskapsforum. Stockholm.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Tillväxtverket (2021). Företagens villkor och verklighet 2020, https://tillvaxtverket.se/statistik/vara-undersokningar/resultat-fvov-2020/2020-07-08-huvudresultat-fran-foretagens-villkor-och-verklighet-2020.html (besökt 5 november 2021)

OM FÖRFATTARNA

Pernilla Norlin, fil mag
Vice vd och kommunikationschef, Entreprenörskapsforum
Kontakt: pernilla.norlin@entreprenorskapsforum.se

Johanna Palmberg, ek dr och docent
Forskningsledare, Entreprenörskapsforum och Södertörns högskola
Kontakt: johanna.palmberg@entreprenorskapsforum.se

Per Thulin, ek dr
Forskare, Entreprenörskapsforum och Kungliga Tekniska Högskolan, KTH
Kontakt: per.thulin@entreprenorskapsforum.se

Hur ser det regionala entreprenörskapet ut i Sverige? Finns det regionala variationer i ambitioner kring och attityder till entreprenörskap? Hur hamnar länen i en nationell ranking? I studien *Ett företagsamt Sverige?* presenteras den entreprenöriella aktiviteten hos befolkningen i åldrarna 18-64 år. Dessutom redogörs för de ambitioner entreprenörer har avseende tillväxt och internationalisering. Policyförslag för vad regioner kan göra för att öka sin attraktionskraft och förbättra förutsättningarna för entreprenörskap och regional tillväxt ges också. Studien bygger på data från Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Författare är Pernilla Norlin, vice vd Entreprenörskapsforum, Johanna Palmberg, forskningsledare Entreprenörskapsforum och docent Södertörns högskola, och Per Thulin, forskare Entreprenörskapsforum och KTH.

ENTREPRENÖRSKAPS FORUM

WWW.ENTREPRENORSKAPSFORUM.SE