

ENTREPRENÖRSKAP I SVERIGE

NATIONELL GEM-RAPPORT 2023



ENTREPRENÖRSKAPS
FORUM



ORDLISTA OCH TERMINOLOGI I GEM-UNDERSÖKNINGEN

Anställdas entreprenöriella aktivitet – EEA

Andel i åldersgruppen 18–64 år som inom ramen för anställningen varit aktivt involverade i, eller haft en ledande roll i, idéutveckling eller förberedelse och implementering av en ny verksamhet under de tre senaste åren.

Entreprenöriell avsikt

Andel i åldersgruppen 18–64 år, exklusive de som är engagerade i något stadium av entreprenöriell aktivitet (TEA, se nedan), som planerar att starta företag inom tre år.

Etablerat företagande

Andel i åldersgruppen 18–64 år som för närvarande äger/deläger och leder ett etablerat företag, det vill säga ett företag som har betalat löner eller andra ersättningar till ägarna i mer än 3,5 år.

Företag i vardande

Andel i åldersgruppen 18–64 år 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.

Förväntningar om tillväxt och TEA: relativ förekomst

Andel av TEA (enligt definitionen nedan) som förväntar sig att anställa minst 0–5, 6–19 eller 20 personer inom fem år.

Informella investerare

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

Internationalisering

Andel av TEA (enligt definitionen nedan) med 0, 1–25, 26–75 respektive mer än 75 procent av kunderna utomlands.

Rädsla att misslyckas

Andel i åldersgruppen 18–64 år som anser sig ha definierat en affärsmöjlighet men som avstår att starta ett företag på grund av rädsla att misslyckas.

Total entreprenöriell aktivitet i tidiga stadier – TEA

Andel i åldersgruppen 18–64 år som antingen driver ett företag i vardande (enligt definitionen ovan) eller ett nytt företag (enligt definitionen nedan).

Upphört/avslutat företagande

Andel i åldersgruppen 18–64 år som under de senaste tolv månaderna upphört med företagande antingen genom att sälja, stänga eller på annat sätt upphöra att vara ägare/företagsledare.

Upplevd kompetens/förmåga

Andel i åldersgruppen 18–64 år som bedömer att de har tillräcklig kompetens och förmåga för att starta ett företag.

Upplevda möjligheter

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

Ägande av ett nytt företag

Andel i åldersgruppen 18–64 år som för närvarande äger/deläger och leder ett nytt företag, det vill säga ett företag som har betalat löner eller andra ersättningar till ägaren under mer än tre månader men inte mer än 3,5 år.

ENTREPRENÖRSKAP I SVERIGE – NATIONELL GEM-RAPPORT 2023

Sveriges GEM-team 2023 utgjordes av Per Thulin, ekonomie dr Kungliga tekniska högskolan och forskare Entreprenörskapsforum, Anders Broström, vd Entreprenörskapsforum och docent KTH, Marcus Kardelo, projektledare Entreprenörskapsforum, Frans Prekert, professor Örebro universitet, samt Martin Svensson, universitetslektor Blekinge tekniska högskola.

Teamet önskar tacka GEM:s globala koordineringsteam för gott samarbete och stöd. Vi vill särskilt nämna Alicia Coduras och Francis Carmona för deras envisa och outtröttliga kvalitetsarbete med data och analyser. Ett stort tack går även till våra finansiärer av GEM-undersökningen Triton Advisers AB och Svenskt Näringsliv.



© Entreprenörskapsforum, 2023

ISBN: 978-91-89752-04-7

Författare: Per Thulin, Anders Broström, Marcus Kardelo, Frans Prenkert och Martin Svensson.

Foto: IStockphoto

Grafisk form och produktion: Klas Håkansson, Entreprenörskapsforum

Tryckeri: Örebro universitet

Beställning:

Entreprenörskapsforum

Örebro universitet

701 82 Örebro

info@entreprenorskapsforum.se

Rapporten kan också laddas ned från www.entreprenorskapsforum.se

Innehållsförteckning

| | |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| FÖRORD | 7 |
| GEM 2023 – SAMMANFATTNING | 8 |
| 1. DET GLOBALA ENTREPRENÖRSKAPET 2022 | 11 |
| 2. ENTREPRENÖRSKAP OCH KONKURSER – FÖRE, UNDER OCH EFTER PANDEMIN | 23 |
| 3. HÅLLBARHETSFRÅGOR PÅ AGENDAN? | 31 |
| 4. SLUTSÄTTER OCH REFLEKTIONER | 39 |
| REFERENSER | 41 |
| APPENDIX 1 – UTGÅNGSPUNKTER FÖR GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR | 43 |
| APPENDIX 2 – ENTREPRENÖRIELLA AKTIVITETER, AMBITIONER OCH ATTITYDER | 45 |

Förord

I årets rapport undersöks utvecklingen av entreprenörskap i Sverige under en turbulent tid präglad av krig i Europa med efterföljande energikris, skenande inflation och snabbt stigande räntor. Trots det har det svenska entreprenörskapet under 2022 stått emot väl och visar en blygsam ökning från 2021 års rekordnotering. Numera sysslar 9,1 procent av svenskarna med entreprenörskap på tidigt stadiet (TEA). Undersökningen visar också att nyföretagandet i Sverige i huvudsak är drivet av möjligheter och intresse snarare än av nödvändighet och brist på försörjningsalternativ.

Vi bör trots denna toppnotering inte luta oss tillbaka i tron att villkoren för företagande är fullt tillfredsställande i dagens Sverige. Det svenska entreprenörskapet ligger fortfarande på en medelmåttig nivå i ett internationellt perspektiv, och det är troligt att årets undersökning inte fullt ut fångar de förväntat dämpande effekterna av de räntehöjningar som genomförts. Dessutom ser vi inga tecken på att det ökande antalet nyföretagare leder till fler företagare i mogna bolag. Vad säger det om vår tid och vårt företagsklimat att det finns dubbelt så många nyföretagare som det finns företagare i uthålliga bolag?

Goda ekonomiska ramvillkor är en förutsättning för att svenska företag ska klara kriser. Här har våra politiker

fortfarande arbete att göra. Bland annat måste kunskapsuppbyggnaden hålla en internationellt hög nivå. Vi kan inte heller ha entreprenörsskatter som sticker ut och är högre än våra konkurrentländers. Dessutom måste konkurrensen värnas för att motverka större företags missbruk av dominerande ställning, och vi behöver undvika statsstöd som håller zombieföretag vid konstgjort liv.

Zombieföretag är just något som tillsammans med siffror om senaste årens konkurser tas upp i kapitel 2. Kapitel 1 handlar om det svenska entreprenörskapets utveckling, medan kapitel 3 tar upp företagares attityder och handlande rörande hållbarhetsfrågor. Rapporten avslutas med en sammanfattande diskussion i kapitel 4.

För att bistå läsaren finns på omslagets insida en ordlista med de vanligaste GEM-begreppen som används i undersökningen. Metod och ytterligare statistik finns samlade i två appendix. Den som vill veta mer är alltid välkommen att kontakta Entreprenörskapsforum med frågor. Per Thulin är redaktör och huvudförfattare, övriga medförfattare är undertecknad, Marcus Kardelo, Martin Svensson (Blekinge Tekniska Högskola) och Frans Prekert (Örebro universitet). Som vanligt är det författarna som svarar för de slutsatser, policyrekommendationer och den analys som presenteras.

Stockholm i april 2023

Anders Broström

Vd Entreprenörskapsforum, docent KTH

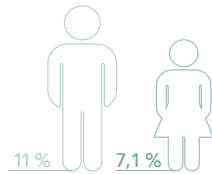
GEM 2022 sammanfattning

Svenskt entreprenörskap 2022

- 9,1 procent av den vuxna befolkningen i Sverige är involverade i tidigt entreprenörskap (TEA). En uppgång från nio procent föregående år. Det är den högsta noteringen för svenskt vidkommande sedan GEM-undersökningen startade 1999.



- Entreprenörskap (TEA) bland kvinnor ligger på 7,1 procent. Motsvarande siffra för män är elva procent. Kvinnors entreprenörskap ligger nu på den högsta nivån som uppmätts under GEM-projektets dryga 20 år.
- Det går 0,67 kvinnliga entreprenörer per manlig entreprenör.
- Det etablerade företagandet (äldre än 3,5 år) uppgår till 4,8 procent och ökar med en halv procentenhet jämfört med föregående år.
- Åtta procent av företagarna på tidigt stadium tror att deras företag kommer att växa med minst 20 personer inom en kommande femårsperiod. Sverige placerar sig på plats nio från botten bland de 34 höginkomstländerna som deltog i undersökningen 2022.



- Den entreprenöriella avsikten fortsätter att öka. 13,5 procent av befolkningen i åldrarna 18–64 år (exklusive individer involverade i någon form av entreprenöriell aktivitet) har för avsikt att starta ett företag inom tre år.
- Åtta av tio svenskar anser att de har goda affärsmöjligheter i närområdet. Bland de högsta i alla medverkande länder.
- Andelen entreprenörer med minst en kund utomlands är nu nere på 31 procent efter att ha minskat med fyra procentenheter från föregående år.



Entreprenörskap och konkurser – före, under och efter pandemin

- De som anger pandemin som orsak till företagsnedläggning var som högst under 2020. I Sverige var detta inte en primär exitorsak då tio procent avslutade sitt företagande till följd av pandemin, i en internationell jämförelse är det inte ett högt tal. Att ange pandemin som orsak till nedläggning har också mer än halverats fram till 2022.
- Konkurserna ökade starkt under senare delen av 2022 samtidigt som de negativa exitformerna (till exempel att verksamheten inte är lönsam) dominerar de positiva exitorsakerna (till exempel möjlighet att sälja).
- Under 2019 var det cirka tre gånger så vanligt att sälja sin verksamhet jämfört med 2022. Detta faktum är sannolikt kopplat till en vikande konjunktur och utgör ett strukturellt hinder för entreprenörskapet.



Entreprenörskap och hållbar utveckling

- I Sverige är andelen företagare som uppger sig överväga miljökonsekvenser 60 procent. Medan 56 procent av de svenska företagarna uppger att de har agerat för att minimera miljöpåverkan. Inget annat av de länder som undersöks har en så liten skillnad mellan svar om att överväga och att agera.
- 50 procent av entreprenörerna i tidigt skede och 46 procent av de etablerade företagarna uppger att de i viss mån prioriterar social och/eller miljömässig påverkan före lönsamhet och tillväxt.



1

Det globala entreprenörskapet 2022

I februari 2023 presenterades den tjugotredje upplagan av den årliga Global Entrepreneurship Monitor (GEM)-rapporten under en konferens i Fribourg, Schweiz.¹ Sedan den första undersökningen 1999, vilken omfattade tio länder, har studien vuxit och årligen deltar nu cirka 170 000 slumpmässigt utvalda personer och 2 000 nationella experter på entreprenörskap från olika delar av samhället (akademiker, myndighetspersoner, intresseorganisationer etcetera). GEM är den internationellt mest genomgripande analysen av entreprenöriella aktiviteter och entreprenöriell dynamik som i år baseras på data från 49 länder, insamlad globalt mellan april och juli 2022.²

Entreprenörskapsforum har ansvarat för GEM-rapporten sedan 2010 och samtliga rapporter återfinns på organisationens hemsida. Metoden som GEM bygger på tar sin utgångspunkt i individens möjligheter, kunskaper och förmågor och hur dessa omsätts i entreprenöriella aktiviteter.³ De senare är indelade i olika faser över entreprenörskapets hela livscykel – från entreprenör i vardande (företagets första tre månader), nyföretagande (tre till 42 månader), etablerat företagande (äldre än 42 månader) och eventuell exit från marknaden. Likaså fördelas dessa aktiviteter på länders olika utvecklingsnivåer – låg-, medel- och höginkomstländer – där de senaste i huvudsak representerar avancerade industriländer. De entreprenöriella aktiviteterna kompletteras med data dels om entreprenörernas ambitioner (förväntad

sysselsättningstillväxt och grad av internationalisering), dels om de attityder som omgärdar entreprenörskapet.

RAPPORTENS INNEHÅLL

Vi inleder detta kapitel med en kort internationell utblick där ett begränsat antal jämförelser redovisas vad gäller det globala entreprenörskapet. Därefter fördjupas analysen av svenskt entreprenörskap ytterligare för tiden 2001–2022. Kapitel 2 fokuserar främst på företagsstarter och exitorsaker i relation till covid-19-pandemin såväl som den ekonomiska turbulens som uppkommit under 2022. Kapitel 3 avhandlar entreprenörernas relation till hållbarhet. Rapporten avslutas med en kort sammanfattning och reflektioner i kapitel 4.

EN INTERNATIONELL UTBLICK

GEM:s internationella jämförelser av entreprenörskapets nivå baseras på så kallad total entreprenöriell aktivitet (TEA), det vill säga den andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som är aktivt involverade i att starta ett företag eller driver ett ungt företag. TEA består således av två komponenter, dels det mycket tidiga entreprenörskapet som sträcker sig fram till och med de tre första månaderna när olika åtgärder sker för att starta företaget, dels perioden mellan 3–42 månader då företaget kommit i gång med sin verksamhet. Den första tidiga fasen, också kallad företag i vardande, innebär att GEM:s data snabbt

1. Den internationella rapporten återfinns på <http://gemconsortium.org>.

2. 49 länder deltog i den så kallade APS (Adult Population Survey) där nivån av entreprenörskap i landet mäts (TEA). Utöver det deltog Italien och Argentina i den så kallade expertundersökningen men inte i APS.

3. I appendix 1 presenteras metoden mer ingående.

plockar upp händelser som kan påverka benägenheten att vara entreprenör.

Gruppen höginkomstländer inkluderar i år 34 länder och där återfinns den lägsta graden av TEA, speciellt i traditionella höginkomstländer inom regionerna Europa och Nordamerika. Bland höginkomstländerna har Panama högst TEA med 28 procent medan Sverige hamnar på plats 20 med 9,1 procent (upp från nio procent föregående år). TEA är högst i Latinamerika och Karibien medan regionen Mellanöstern och Afrika uppvisar en generellt hög nivå med vissa undantag, som till exempel Marocko.

I de ekonomiskt minst utvecklade länderna är ofta det nödvändighetsdrivna entreprenörskapet betydande, det vill säga det finns inget annat alternativ för individen att försörja sig på. I nära 90 procent av fallen har de svarande i länder som Venezuela, Tunisien, Sydafrika, med flera, uppgett att de driver företag för att kunna försörja sig. Motsvarande tal för Sverige, 24,9 procent, är lägst bland alla medverkande länder.

I figur 1.1 framgår att Sverige rankas som nummer 30 av samtliga 49 länder globalt sett vad gäller entreprenörskap (TEA). Rankingen fluktuerar emellertid mellan åren på grund av att länder både tillkommer och försvinner från undersökningen.⁴ Guatemala uppvisar högst nivå av entreprenörskap med 29,4 procent följt av Colombia

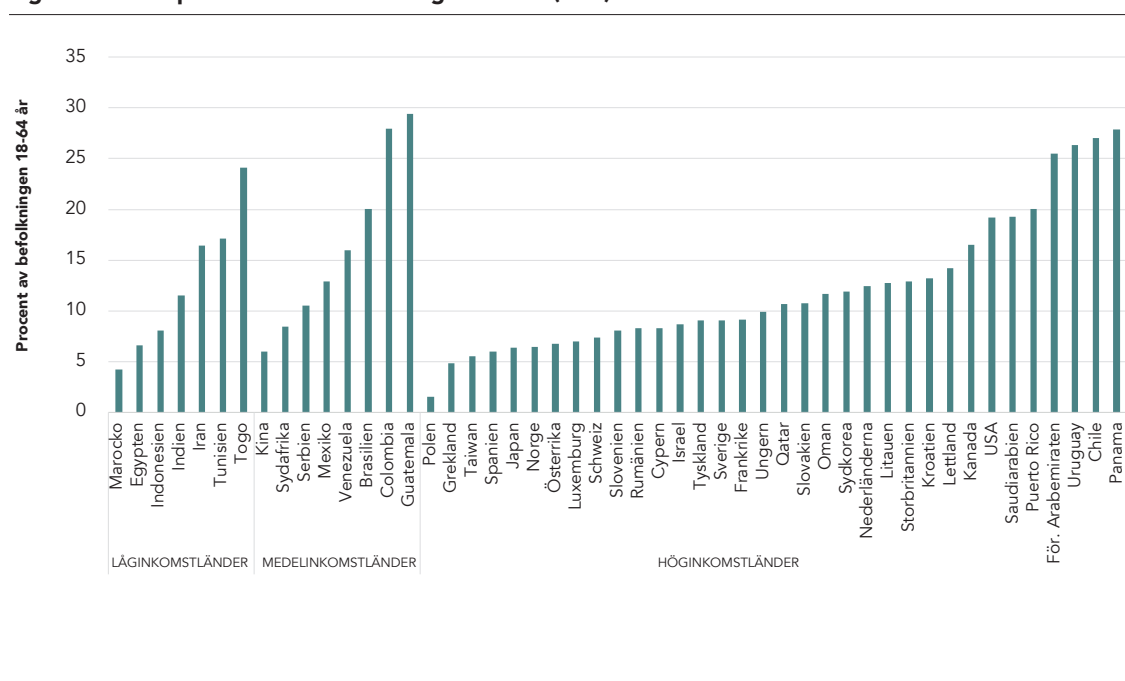
med 28 procent. Lägst nivåer har Polen och Marocko med 1,6 procent respektive 4,2 procent.

Internationellt finns en stor variation bland världens befolkning i synen på möjligheterna att starta företag. Japan har den klart lägsta andelen vuxna (12,7 procent) som anser att det finns goda möjligheter att starta företag i sitt närområde, följt av Spanien och Cypern. I andra änden återfinns Saudiarabien, Indonesien och Qatar där över 80 procent svarar att det finns goda möjligheter att starta företag i närområdet. Sverige kvalar in på plats fem med 76,7 procent i denna parameter.

De lägsta nivåerna av andelen vuxna som håller med om att det är lätt att starta företag i sitt land uppmäts i Israel, Slovakien och Iran där cirka 20 procent eller färre håller med om påståendet. I Saudiarabien, Nederländerna och Norge anser mer än 80 procent av befolkningen att det är lätt att starta företag, vilket gör dem till topp tre globalt sett.

Trots att många tycker att det är lätt att starta företag är det färre som upplever att de har de förmågor som krävs för att starta och driva företag. Med ett fåtal undantag anser sig befolkningen i Europa över lag vara sämre rustade att starta företag än i andra delar av världen. Lägst ligger dock Japan med 14,9 procent som anser sig ha tillräckliga kunskaper för att starta företag, följt av Israel med 35,4 procent.

Figur 1.1: Entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA)



4. 2021 års undersökning omfattade 50 länder jämfört med 49 år 2022. Observera att majoriteten av länderna är desamma mellan dessa år, men då länder både tillkommer och försvinner kan omsättningen av länder vara fler än ett mellan 2021 och 2022. Det får enskilda länders ranking att skifta mellan åren. Rankingen bör därmed tolkas med försiktighet, men kan fungera som en intressant jämförelsepunkt för det enskilda året.

Förväntad sysselsättningstillväxt kan vara en signal till beslutsfattare om framtida jobbskapande och i förlängningen ett lands ekonomiska tillväxt. Andelen entreprenörer som förväntar sig att anställa sex eller fler personer under de kommande fem åren är relativt liten i stora delar av Europa. Tillväxtförväntningarna är betydligt högre i delar av arabiska halvön och Latinamerika. Lägst tillväxtförväntningar har Polen och Spanien medan Förenade Arabemiraten och Panama ligger högst. En detaljerad beskrivning av entreprenöriella aktiviteter fördelade på länder återfinns i tabell 1.1 (se nästa sida).

SVERIGES ENTREPRENÖRSKAP 2022 I JÄMFÖRELSE MED ANDRA HÖGINKOMSTLÄNDER

ENTREPRENÖRIELL AKTIVITET

I kapitlet jämförs Sverige med Israel, Nederländerna, Norge, Schweiz, USA och ett aggregat av stora länder bestående av EU-länder (Frankrike, Spanien och Tyskland) och Storbritannien. Enligt GEM:s definition ägnar sig 9,1 procent av Sveriges befolkning i åldrarna 18–64 år antingen åt det riktigt tidiga entreprenörskapet (företag i vardande, 0–3 månader) eller nytt företagsägande

(företag som funnits mellan tre och 42 månader). Tillsammans utgör kategorierna ett lands totala entreprenöriella aktiviteter i tidigt skede (TEA).

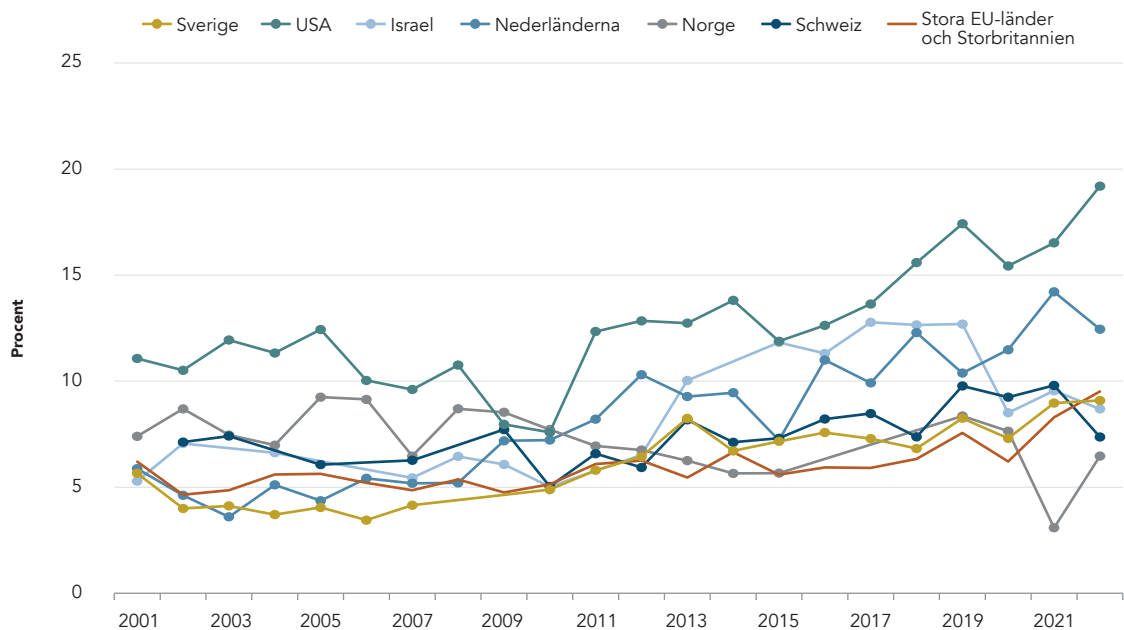
Av figur 1.2 framgår att TEA i stort sett är oförändrad i Sverige jämfört med året innan. Däremot förefaller den entreprenöriella aktiviteten i flera av jämförelseländerna ha förändrats relativt mycket mellan 2021 och 2022. I USA ökar TEA med över 2,5 procentenheter och i vårt grannland Norge med närmare 3,5 procentenheter samtidigt som entreprenörskapet faller med runt två procentenheter i Nederländerna och Schweiz.⁵ För aggregatet av stora länder fortsätter den positiva trenden som inleddes 2021 med ett svagt ökande entreprenörskap efter det ganska stora tapp som skedde under covid-19-pandemins första år.

Bakom den marginella förändringen i TEA för Sverige mellan 2021 och 2022 finns en betydande dynamik, dels avseende det riktigt tidiga nyföretagandet och det något äldre nyföretagandet, dels mellan företag startade av kvinnor respektive män.

Företag i vardande ökar i Sverige med 0,7 procentenheter mellan 2021 och 2022 (Figur 1.3) samtidigt som det nya företagsägandet minskar med ungefär lika mycket (Figur 1.4) och lämnar därmed TEA relativt oförändrat. Sett i ett lite längre perspektiv framgår att företag

Figur 1.2: 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 består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

5. Det är oklart om det extremt låga entreprenörskapet i Norge 2021 beror på ett fel eller om det speglar en faktisk utveckling. Vi har tidigare försökt få det norska GEM-teamets synpunkt på det generellt stora tappet i entreprenörskapsvariablerna som skedde i landet år 2021, men inte lyckats.

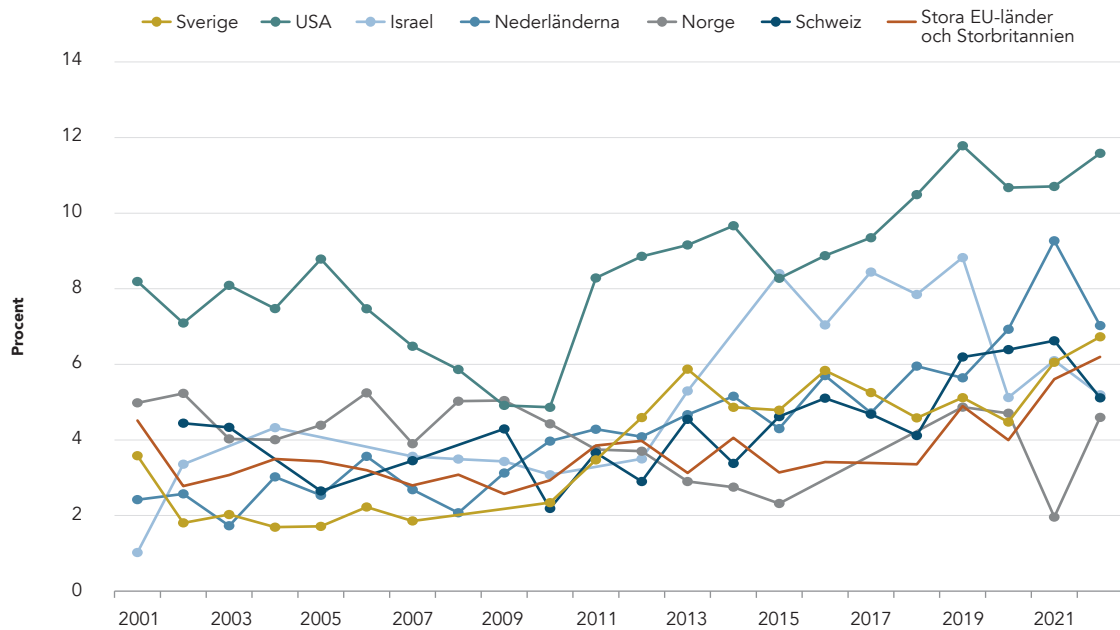
Tabell 1.1: Entreprenöriell aktivitet i GEM-länder 2022 fördelad på ekonomisk utvecklingsfas

| Inkomstnivå | Region | Land | Företag i vardande | Nya företag | Entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) | Etablerat företagsägande | Avslutat företagande (% av TEA) | Nödvändighetsdrivet (% av TEA) |
|-------------|---------------------------|-------------------|--------------------|-------------|--------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| Låg | Mellanöstern och Afrika | Egypten | 3,0 | 3,7 | 6,6 | 2,6 | 9,8 | 84,8 |
| Låg | Öst- och Sydasien | Indien | 7,7 | 3,9 | 11,5 | 9,0 | 6,3 | 78,0 |
| Låg | Öst- och Sydasien | Indonesien | 3,5 | 4,7 | 8,1 | 5,7 | 10,5 | 80,6 |
| Låg | Mellanöstern och Afrika | Iran | 8,3 | 8,4 | 16,4 | 10,8 | 7,4 | 69,9 |
| Låg | Mellanöstern och Afrika | Marocko | 2,0 | 2,2 | 4,2 | 4,1 | 4,3 | 82,5 |
| Låg | Mellanöstern och Afrika | Togo | 15,2 | 9,3 | 24,1 | 18,0 | 9,7 | 81,3 |
| Låg | Mellanöstern och Afrika | Tunisien | 12,0 | 5,3 | 17,1 | 10,0 | 8,8 | 89,7 |
| Medel | Latinamerika och Karibien | Brasilien | 7,5 | 12,6 | 20,0 | 10,4 | 13,0 | 82,0 |
| Medel | Latinamerika och Karibien | Colombia | 17,1 | 11,1 | 28,0 | 5,1 | 6,4 | 86,6 |
| Medel | Latinamerika och Karibien | Guatemala | 16,7 | 15,5 | 29,4 | 11,5 | 7,2 | 89,1 |
| Medel | Öst- och Sydasien | Kina | 1,6 | 4,5 | 6,0 | 3,2 | 3,4 | 60,3 |
| Medel | Latinamerika och Karibien | Mexico | 8,7 | 4,4 | 12,9 | 1,6 | 9,5 | 86,9 |
| Medel | Europa och Nordamerika | Serbien | 8,4 | 2,1 | 10,5 | 2,9 | 3,7 | 81,0 |
| Medel | Mellanöstern och Afrika | Sydafrika | 5,8 | 2,6 | 8,5 | 1,8 | 4,9 | 89,5 |
| Medel | Latinamerika och Karibien | Venezuela | 10,9 | 5,2 | 15,9 | 2,6 | 5,3 | 89,9 |
| Hög | Latinamerika och Karibien | Chile | 18,4 | 8,9 | 27,0 | 7,3 | 7,6 | 69,6 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Cypern | 4,7 | 3,9 | 8,3 | 5,7 | 4,1 | 60,5 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Frankrike | 7,2 | 2,2 | 9,2 | 2,9 | 3,6 | 42,6 |
| Hög | Mellanöstern och Afrika | För. Arabemiraten | 15,6 | 11,5 | 25,5 | 4,5 | 14,6 | 65,3 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Grekland | 3,0 | 2,0 | 4,9 | 13,3 | 2,0 | 63,6 |
| Hög | Mellanöstern och Afrika | Israel | 5,2 | 3,7 | 8,7 | 3,5 | 3,7 | 50,9 |
| Hög | Öst- och Sydasien | Japan | 3,9 | 2,7 | 6,4 | 6,3 | 2,0 | 37,1 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Kanada | 10,0 | 7,8 | 16,5 | 6,2 | 8,2 | 58,5 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Kroatien | 9,6 | 3,9 | 13,2 | 3,4 | 3,6 | 70,2 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Lettland | 8,9 | 5,6 | 14,2 | 12,3 | 3,9 | 63,9 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Litauen | 6,9 | 5,9 | 12,7 | 8,3 | 4,2 | 66,6 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Luxemburg | 4,5 | 2,6 | 7,0 | 5,3 | 4,5 | 47,0 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Nederländerna | 7,0 | 5,9 | 12,5 | 6,8 | 5,6 | 39,4 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Norge | 4,6 | 1,9 | 6,5 | 5,6 | 1,6 | 30,4 |
| Hög | Mellanöstern och Afrika | Oman | 7,3 | 4,4 | 11,7 | 4,1 | 11,2 | 73,2 |
| Hög | Latinamerika och Karibien | Panama | 16,3 | 11,8 | 27,9 | 5,8 | 11,1 | 84,9 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Polen | 0,8 | 0,8 | 1,6 | 9,8 | 3,7 | 73,1 |
| Hög | Latinamerika och Karibien | Puerto Rico | 14,8 | 5,5 | 20,0 | 5,6 | 3,6 | 67,2 |
| Hög | Mellanöstern och Afrika | Qatar | 6,8 | 4,1 | 10,7 | 3,9 | 9,1 | 59,9 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Rumänien | 4,1 | 4,6 | 8,3 | 8,6 | 1,6 | 71,1 |
| Hög | Mellanöstern och Afrika | Saudiarabien | 8,9 | 10,4 | 19,2 | 9,7 | 11,5 | 85,1 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Schweiz | 5,1 | 2,3 | 7,4 | 8,2 | 2,2 | 47,1 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Slovakien | 7,1 | 3,7 | 10,7 | 6,6 | 5,3 | 78,8 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Slovenien | 4,4 | 3,6 | 8,0 | 8,1 | 2,5 | 57,4 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Spanien | 3,1 | 2,9 | 6,0 | 7,0 | 2,5 | 70,6 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Storbritannien | 8,2 | 5,0 | 12,9 | 6,8 | 2,8 | 60,6 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Sverige | 6,7 | 2,5 | 9,1 | 4,8 | 4,1 | 24,9 |
| Hög | Öst- och Sydasien | SydKorea | 8,8 | 3,2 | 11,9 | 19,9 | 3,5 | 27,1 |
| Hög | Öst- och Sydasien | Taiwan | 2,0 | 3,7 | 5,6 | 9,0 | 1,9 | 30,8 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Tyskland | 5,6 | 4,2 | 9,1 | 3,6 | 5,2 | 47,2 |
| Hög | Europa och Nordamerika | USA | 11,6 | 7,9 | 19,2 | 9,2 | 9,1 | 54,5 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Ungern | 5,7 | 4,3 | 9,9 | 6,9 | 1,9 | 57,9 |
| Hög | Latinamerika och Karibien | Uruguay | 17,9 | 8,6 | 26,3 | 6,4 | 9,8 | 65,4 |
| Hög | Europa och Nordamerika | Österrike | 4,6 | 2,4 | 6,8 | 8,3 | 3,7 | 46,0 |

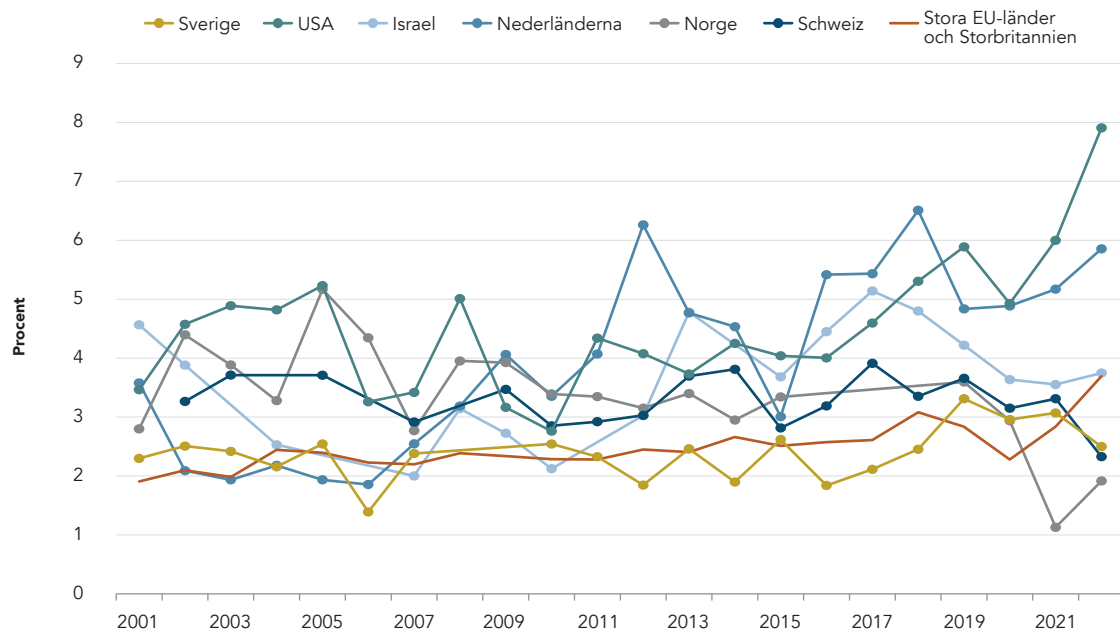
Anm.: Entreprenörerna kunde välja fler än ett svarsalternativ på frågan om motiv bakom företagsstart.

Figur 1.3: Företag i vardande

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.

**Figur 1.4: Nytt företagsägande**

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 Figur 1.3 och 1.4.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

i vardande ligger bakom i stort sett hela den remarkabla ökningen i TEA från fyra procent av befolkningen 2005 till över nio procent 2022, medan det nya företagsägandet varit ganska konstant och i grova drag pendlat mellan två och tre procent. Med andra ord startas det allt fler företag i Sverige, samtidigt som färre av dessa hinner utvecklas till ett etablerat företagande. Det förefaller således antingen vara hinder eller upplevda möjligheter som visar sig ganska tidigt och som avgör ifall entreprenören väljer att avsluta eller fortsätta med sitt företagande. De förändrade förutsättningarna som entreprenören upplever kan till exempel ha att göra med en lärandeprocess där det blir uppenbart att kompetens för att driva företag saknas, eller helt andra skäl som brist på finansiering, omläggningar i politiken och bedömda möjligheter att konkurrera.

Dynamiken bakom TEA är stor även när aktiviteten delas upp på kön (se figur A2.1 och figur A2.2 i appendix 2). För både den manliga och den kvinnliga befolkningen ökade entreprenörskapet ganska mycket mellan 2020 och 2021 – för männen med över två procentenheter och för kvinnorna med strax över en procentenhet. Året därefter föll entreprenörskapet bland män från 11,8 procent till 11,0 procent samtidigt som entreprenörskapet bland kvinnor ökade från 6,0 procent till 7,1 procent. Kvinnors entreprenörskap ligger nu på den högsta nivån som uppmätts under GEM-projektets dryga 20 år. Figur 1.5 illustrerar utvecklingen genom att relatera antalet entreprenörer bland kvinnor till antalet entreprenörer bland män. I figuren syns tydligt hur kvoten ökar starkt mellan 2021 och 2022 och för närvarande går det 0,67 kvinnliga entreprenörer per manlig entreprenör. I jämförelse med övriga länder i figuren ser vi motsvarande ökning i Norge och Schweiz medan kvoten faller kraftigt i Israel och Nederländerna. För USA och aggregatet av stora länder är utvecklingen mindre dramatisk, med endast mindre förändringar mellan 2021 och 2022. Sverige har idag en lika stor proportion kvinnliga relativt manliga entreprenörer som Israel och Nederländerna, men ligger fortfarande långt efter USA som har ett betydligt mer jämställt företagande med 0,9 kvinnliga entreprenörer per manlig entreprenör.

För att nya företag ska uppstå måste affärsidéer kompletteras med finansieringsmöjligheter. Det kan vara ett problem i synnerhet för det nyskapande och innovativa företagandet där riskerna och möjligheterna att lyckas är svårbedömda. För dessa företag är venture capital eller lånefinansiering via banker ofta inte en framkomlig väg, vilket gör tillgången till informellt kapital särskilt viktig.

I figur 1.6 visas att utvecklingen sedan början av 2000-talet har varit starkt positiv vad gäller andelen informella

investerare, bortsett från den mycket kraftiga tillbakagången mellan 2011 och 2012. En anledning till nedgången kan vara att investerare ville vänta in det investeraravdrag som infördes 2013. Sedan dess har återigen andelen informella investerare – "family, friends and fools" – skjutit fart och nådde 2022 sin högsta nivå någonsin. Trots att det informella riskkapitalet ökade mycket kraftigt i USA under 2022 når inte något av jämförelseländerna i figuren upp till Sveriges nivåer. De flesta länderna har visserligen haft en positiv utveckling sedan krisåren 2008–2009, men tillsammans med USA sticker Sverige ut med en särskilt stark tillväxt av informella riskinvesterare, mätt som andel av befolkningen.

Precis som det nya företagsägandet (3–42 månader) visade sig öka (Figur 1.4) ökar också det mer etablerade företagandet (äldre än 3,5 år) (Figur 1.7). Ökningen är dock inte särskilt stor, drygt en halv procentenhet, och räcker inte till för att Sverige återigen ska nå upp till de nivåer vi hade för några år sedan. Sverige placerar sig tillsammans med stora länder nära botten bland övriga länder i figuren, drygt en procentenhet över Israel som innehar bottenplatsen med 3,5 procent etablerade företagsägare i befolkningen.

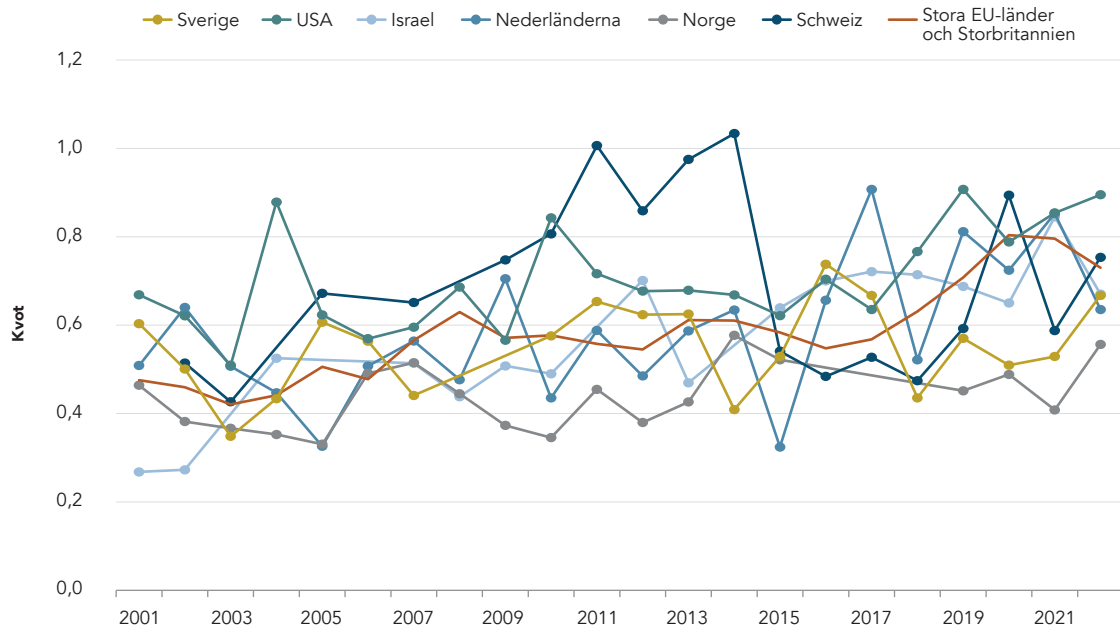
Bilden av det svenska entreprenörskapet 2022 är således splittrad. Medan det riktigt tidiga entreprenörskapet fortsätter att öka är utvecklingen i det unga företagandet mer negativ. Samtidigt förefaller det etablerade företagandet att falla på lite längre sikt trots årets uppgång efter förra årets ganska kraftiga tapp. Det här indikerar en dynamik där inflödet av företag i vardande (0–3 månader) till gruppen unga företag varit mindre än utflödet (till exempel till följd av konkurs eller att åldersgränsen 42 månader passerats). Att det startas många företag är positivt och innebär att fler nya idéer testas på marknaden. I den processen är det också naturligt att många av idéerna inte faller i god jord och att företag därför lämnar marknaden i ett relativt tidigt skede. Det som är lite oroväckande för svenskt vidkommande är dock att så få av företagen lämnar det absolut tidigaste stadiet och går vidare till ett mer etablerat företagande samt att trenden dessutom är fallande.

AMBITION – SYSSÄTTNINGSTILLVÄXT OCH INTERNATIONALISERING

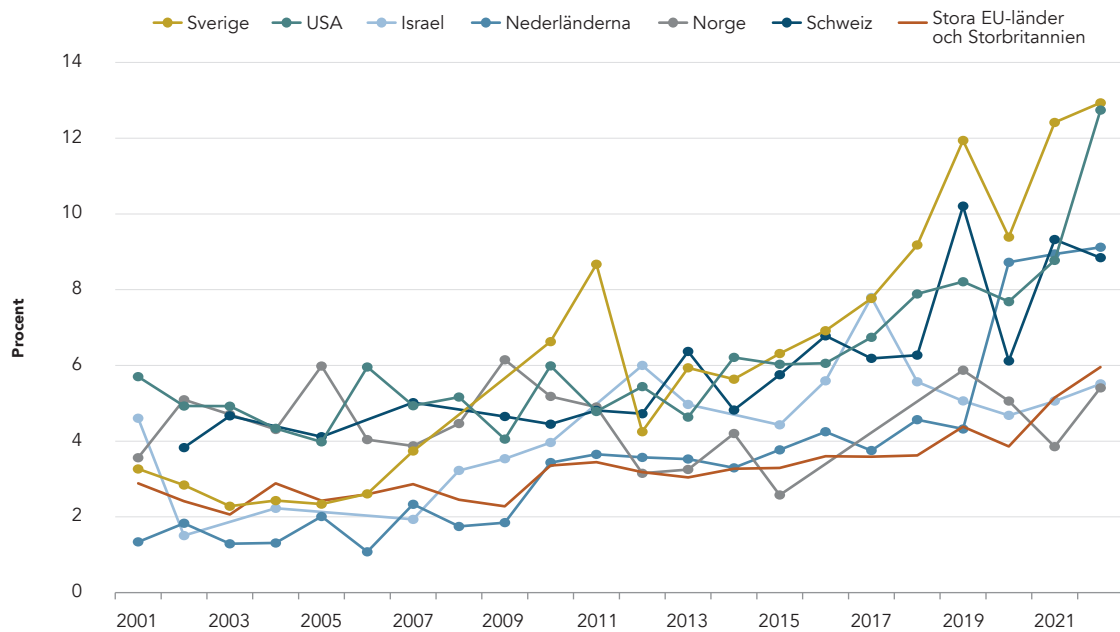
Minst lika viktigt som entreprenörskapets nivå är de ambitioner som entreprenörerna har med sitt företagande. I rapporten fokuseras på två sådana indikatorer – förväntad sysselsättningsökning och internationalisering. Medan entreprenörskapets nivå ger oss en kvantitativ bild av entreprenörskapets omfattning i ekonomin, kan ambitionsvariablerna sägas vara mer kopplade till kvalitetsaspekter i entreprenörskapet.

Figur 1.5: Total entreprenoriell 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.

**Figur 1.6: Informella investerare**

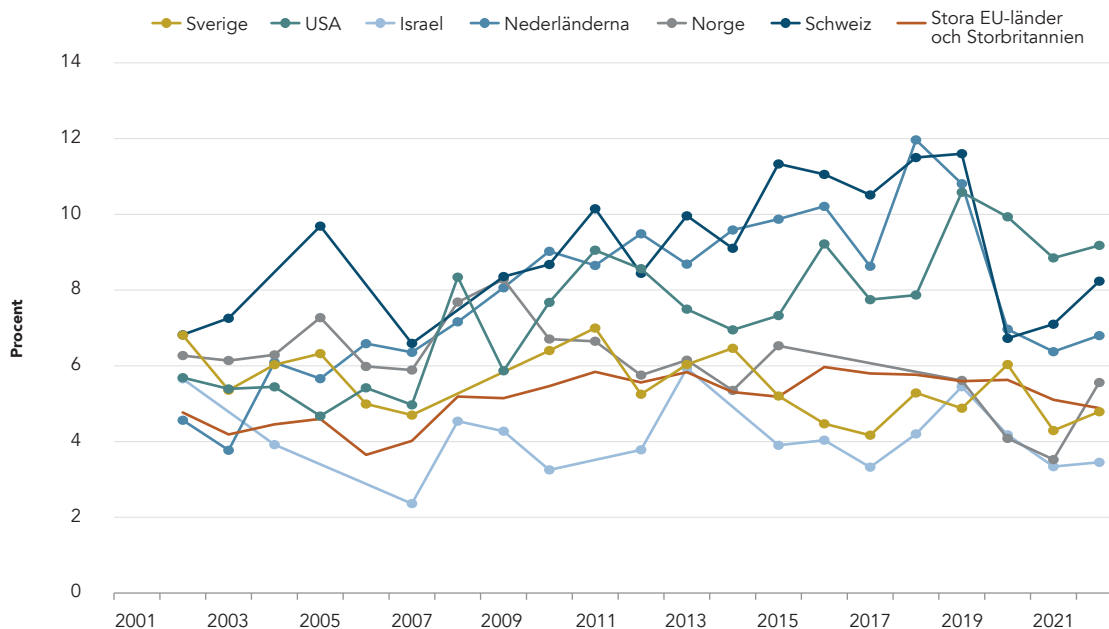
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som personligen tillhandahållit medel för ett nytt företag, startat av någon annan, under de tre senaste åren.



Anm Figur 1.5 och 1.6.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

Figur 1.7: Etablerat företagsägande

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.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

Den redovisade statistiken i avsnittet baseras enbart på de som de facto bedriver företagande och basen är således ett mindre urval av respondenter i undersökningen och inte hela befolkningen. Det här innebär att vi har ett betydligt lägre antal observationer för varje år än när vi ställt frågan till ett representativt urval av hela befolkningen. Därför bygger den redovisade statistiken i avsnittet på ett genomsnitt över de tre senaste åren för att öka antalet observationer och därmed också den statistiska robustheten i det redovisade materialet.

Figur 1.8 visar inledningsvis andelen tidiga företagare som tror att deras företag kommer att växa med minst 20 personer inom en kommande femårsperiod för samtliga höginkomstländer som deltar i GEM-studien. Måttet är ambitiöst och speglar en stark tilltro till den egna förmågan att expandera verksamheten inom en närliggande framtid. De så kallade gasellerna (små snabbväxande företag) har visat sig ha en oproportionerligt stor betydelse för sysselsättningstillväxten (Henrekson och Johansson, 2010) och det är därför viktigt att kartlägga de nya företagens anställningsplaner för att få en uppfattning om hur stort fenomenet med "snabbväxare" kan förväntas bli framöver. Det är också intressant att relatera den svenska situationen med den i andra höginkomstländer

för att få en uppfattning om hur tillväxtplanerna bland landets nya företag förhåller sig till företagare i ett urval jämförelseländer.

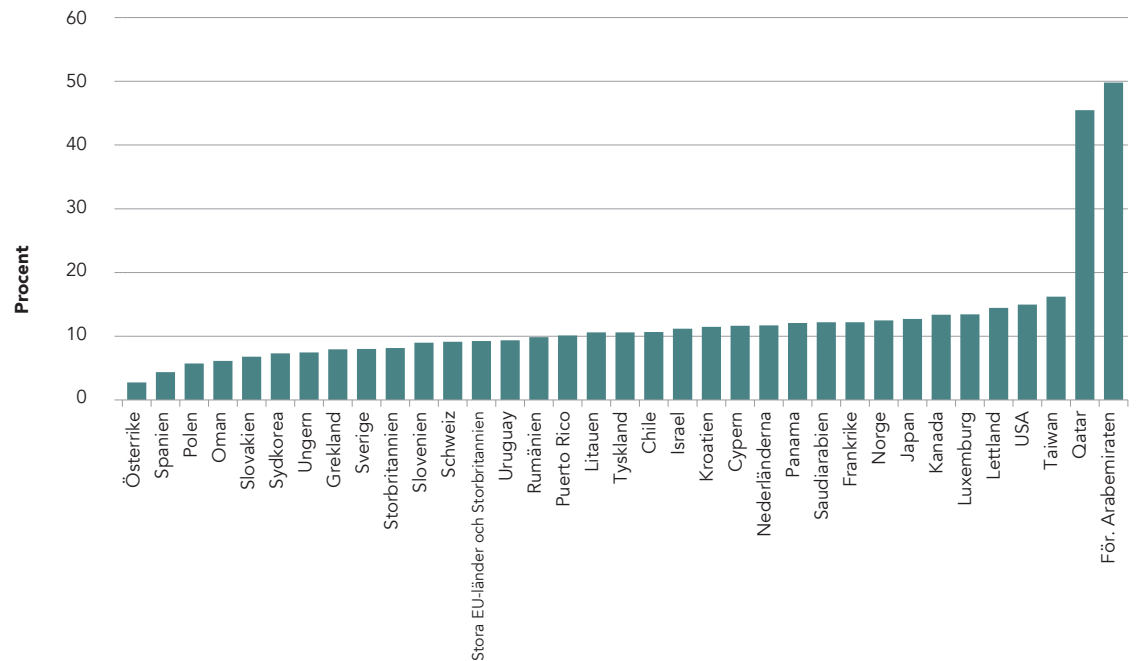
Sverige placerar sig med sina åtta procent på plats nio från botten och hamnar därmed på den nedre tredjedelen bland de 34 höginkomstländerna som deltog i GEM-projektet 2022. Tyvärr förefaller därmed den relativt stora minskningen i förväntad sysselsättningstillväxt som Sverige upplevde mellan 2020 och 2021 ha fortsatt även under 2022 och totalt har andelen entreprenörer med höga sysselsättningsförväntningar fallit med över fyra procentenheter sedan 2020. Utvecklingen i Sverige avviker från det generella mönstret bland övriga länder där den genomsnittliga andelen legat konstant runt 12,5 procent under de tre senaste åren.

Precis som förra året toppas listan av Förenade Arabemiraten och Qatar, medan Saudiarabien fallit tillbaka 8,5 procentenheter jämfört med förra året och inte längre tillhör de tre högst placerade länderna. Andelen förväntade "snabbväxare" föll också markant för Slovakien, Schweiz och Japan medan Ungern, Cypern, Uruguay och i viss mån Grekland såg en relativt stark ökning 2022.

En viktig förutsättning för många företag att kunna växa är tillgången till en stor marknad och det är därför särskilt

Figur 1.8: Förväntad sysselsättningstillväxt för entreprenörer i tidigt skede, 2020–2022

Andel av TEA som förväntar sig att anställa 20 eller fler inom fem år.



Anm.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

viktigt att se hur pass internationaliserade de nya företagen är och hur graden av internationalisering förändrats över tid. I figur 1.9 visas hur stor andel av kunderna som de nya företagen har utomlands fördelat på 1–25 procent (viss internationalisering) och mer än 25 procent (hög internationalisering). Den nedåtgående trenden som pågått under de senaste åren fortsätter för svenskt vidkommande. I förra årets GEM-rapport framgick att andelen entreprenörer med minst en kund utomlands fallit med 21 procentenheter mellan perioderna 2017–2019 och 2019–2021. Enligt senast tillgängliga statistik har andelen nu minskat med ytterligare fyra procentenheter och andelen entreprenörer med minst en kund utomlands är nu nere på 31 procent. Tidigare har minskningen till stor del förklarats av en sjunkande andel låginternationaliserade företag, men sedan perioden 2019–2021 står de höginternationaliserade företagen för lejonparten av minskningen. Det här kan vara problematiskt om den svenska marknaden upplevs som för liten för att uppnå skalfördelar i produktionen. Bli det blir svårare för företag att nå ut på den internationella marknaden riskerar vi att gå miste om i synnerhet nya innovativa företag, vars produktutveckling kräver stora finansiella resurser. Saknas möjlighet, eller om det bedöms vara för svårt eller dyrt att sälja internationellt, finns risken att den

potentiella affären inte går att räkna hem med konsekvensen att investeringarna uteblir.

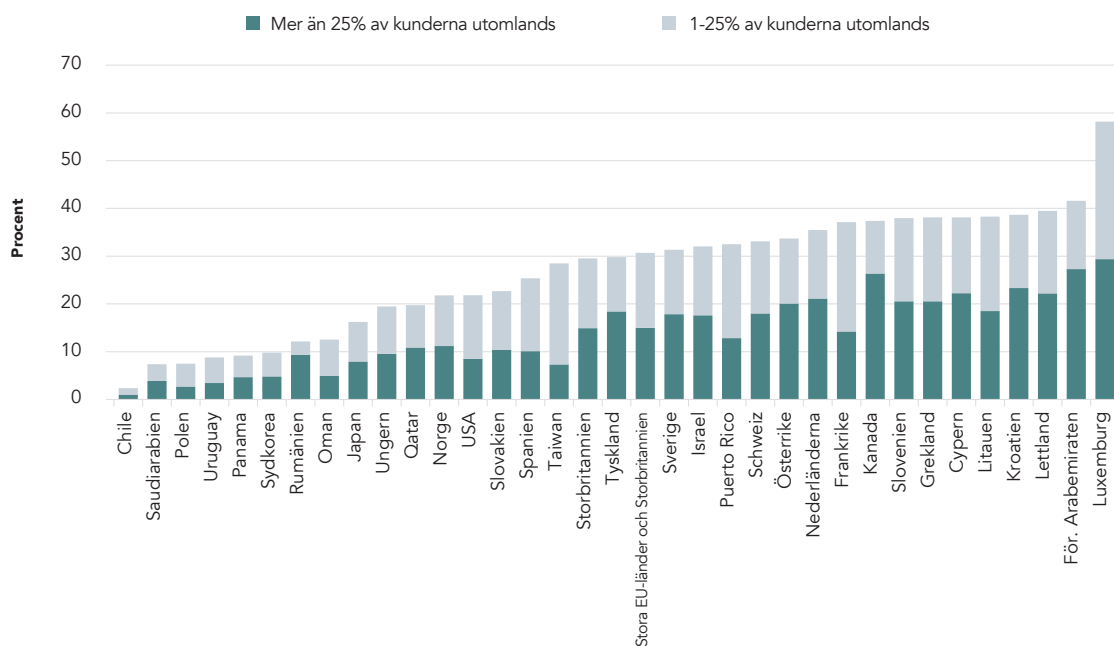
Perioden 2016–2018 tillhörde Sverige de 41 procent av höginkomstländerna som hade högst andel nya företag med åtminstone en kund utomlands. Under de två efterföljande perioderna förbättrades Sveriges position och 2018–2020 tillhörde vi de topp 28 procenten, för att därefter falla kraftigt och nu ligger vi på plats 16 av 34, det vill säga ett betydande tapp. Idag är Sveriges position relativt andra höginkomstländer till och med sämre än under perioden 2016–2018.

ATTITYDER OCH MÖJLIGHETER

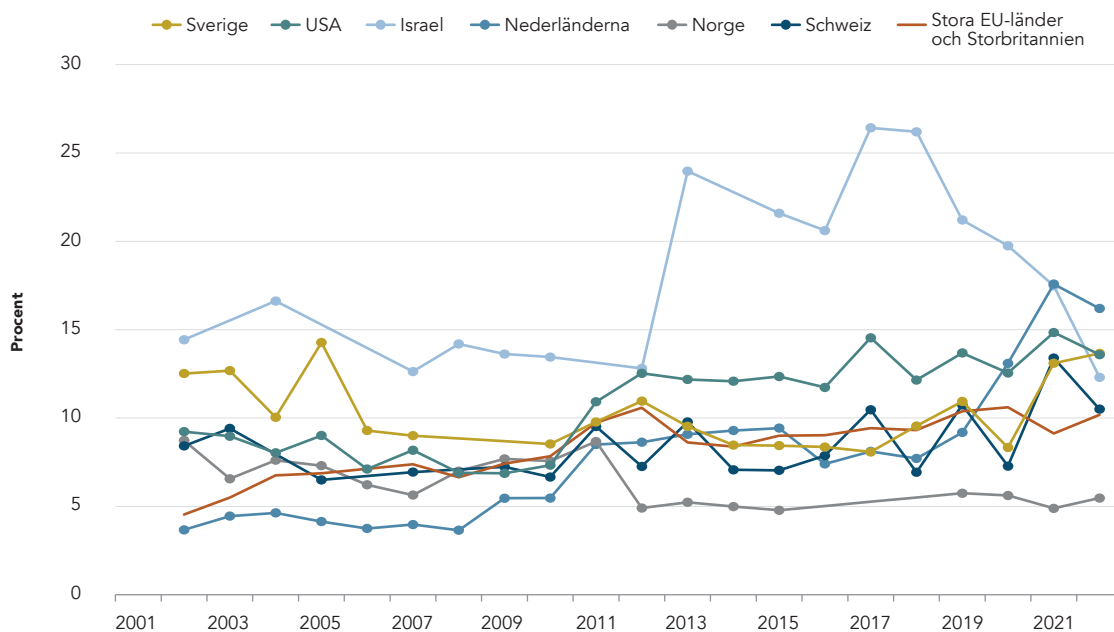
Attityder och värderingar avseende entreprenörskap och företagande är viktiga eftersom de påverkar såväl entreprenörskapets nivå som dess ambition och bidrar därigenom till att förklara omfattning och inriktning på ett lands entreprenörskap. Dessutom bär entreprenöriella attityder på ett signalvärde och bidrar till att skapa förebilder som kan påverka karriärval liksom samhällets värderingar rörande entreprenörskap. Vi kommer enbart att redovisa två resultat avseende attityder där Sverige sticker ut (för övriga resultat hänvisas till appendix 2).

Figur 1.9: Internationell orientering för entreprenörer i tidigt skede 2020–2022

TEA fördelat på andel intäkter utomlands.

**Figur 1.10: Entreprenöriell avsikt**

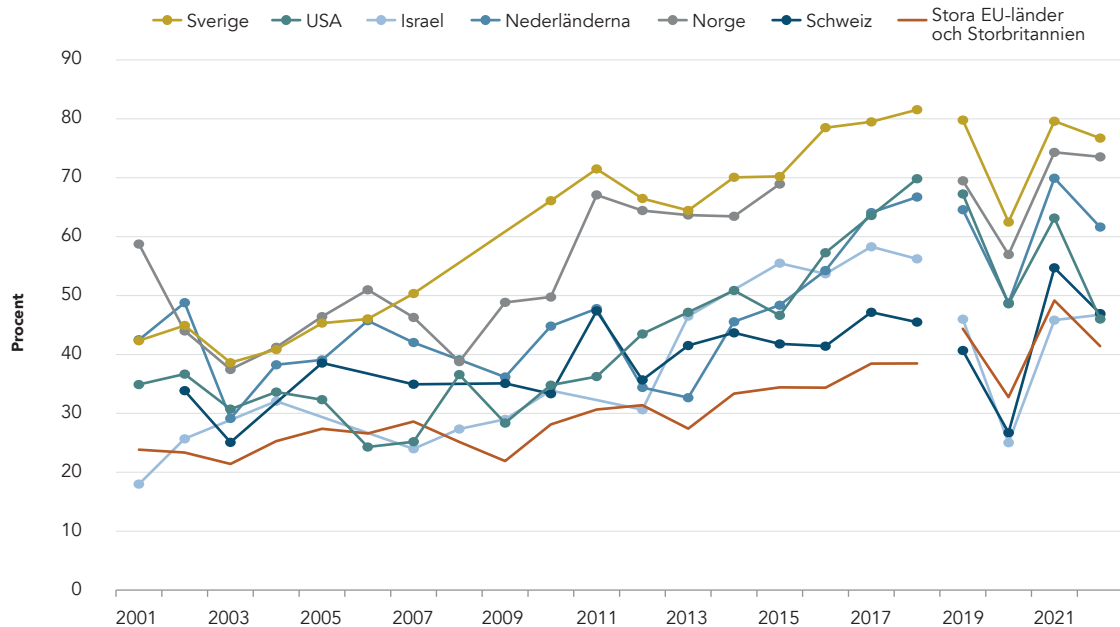
Andel av befolkningen i åldern 18–64 år (exklusive individer involverade i någon form av entreprenöriell aktivitet) som har för avsikt att starta ett företag inom tre år.



Anm Figur 1.9 och 1.10.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

Figur 1.11: Upplevda affärsmöjligheter

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 Figur 1.9 och 1.10.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

Det första måttet har att göra med de förväntningar som finns hos befolkningen avseende avsikten att starta företag inom en snar framtid. Figur 1.10 visar andelen av populationen i åldrarna 18–64 år som för närvarande inte driver ett företag, men som anger att de har för avsikt att starta ett företag inom en kommande treårsperiod. För nästan samtliga länder föll avsikten att starta företag under covid-19-pandemins första år 2020. Undantaget är Nederländerna där den positiva trenden som startade 2019 fortsatte även under 2020 och 2021 med en stark ökning av den entreprenöriella avsikten. Även Israel utmärker sig bland länderna i figuren, men åt motsatt håll. Den entreprenöriella avsikten har minskat varje år sedan toppnoteringen 2017 och totalt uppgår minskningen till 14 procentenheter. Utvecklingen i landet är dramatisk och innebär att antalet potentiella/blivande entreprenörer i befolkningen halverats under de senaste fem åren.

De flesta länder, inklusive Sverige, såg en ökning av befolkningen med entreprenöriella avsikter efter pandemins första år. Anledningen kan till exempel vara att pandemin gav upphov till nya affärsmöjligheter alternativt att många förlorade sina jobb i samband med de nedstängningar och åtgärder som vidtogs för att bromsa spridningen av covid-19 och i brist på andra möjligheter till försörjning

kände sig tvingade att försöka starta företag. Det som utmärker Sverige i figuren är att den entreprenöriella avsikten fortsatte att öka även 2022, medan den föll i nästan alla andra länder. Sverige delar nu andraplatsen tillsammans med USA med 13,5 procent, strax efter Nederländerna som ligger i topp bland jämförelseländerna. Det blir intressant att se hur Sveriges entreprenörskap utvecklas under kommande år och om ökningen av den entreprenöriella avsikten också genererar faktiska företagsstarter. Gör den det kan vi förvänta oss att TEA, och i synnerhet företag i vardande, fortsätter sin positiva utveckling i landet.

Det andra måttet på entreprenöriella attityder har att göra med hur befolkningen ser på möjligheten att starta företag, eller mer specifikt hur stor andel av befolkningen i åldrarna 18 till 64 år som anser att det finns goda möjligheter att starta företag där de bor. Utvecklingen, som framgår av figur 1.11, visar en dramatisk ökning för svenskt vidkommande från runt 40 procent i periodens början till närmare 80 procent 20 år senare. Åtta av tio svenskar anser med andra ord att de har goda affärsmöjligheter i närområdet! Även de övriga länderna i figuren uppvisar en stark trendmässig tillväxt under perioden, men inget av länderna når upp till Sveriges höga nivå.

2

Entreprenörskap och konkurser – före, under och efter pandemin

De senaste årens GEM-rapporter har präglats av pandemins inverkan på entreprenörskapet. Givet omständigheterna pandemin orsakade så är det överraskande att svenskt entreprenörskap uppgick till nio procent (TEA) i föregående års rapport. Det är den högsta andelen entreprenörer sedan 2010. Den fortsatt höga nivån som syns under 2022 (9,1 procent TEA) är därmed också glädjande nyheter.

I tidigare rapporter har vi fastslagit att det svenska entreprenörskapet utmanats och präglats av inhemska problem; kompetensbrist, hög arbetslöshet och låg självförsörjningsgrad bland stora delar av befolkningen (Eklund m.fl., 2022). Signifikativt för de tre senaste åren är de upprepade ekonomiska chocker som uppstått. Först en pandemi, som under dess mest intensiva fas präglades av restriktioner, komponentbrist och störningar i leverantörskedjor. Därefter uppstod ytterligare ekonomisk osäkerhet till följd av geopolitisk oro, med ett fullskaligt krig i Europa, som i sin tur kommit att påverka energifrågorna. Sammantaget ska dessa utmaningar också placeras i kontexten av en vikande konjunktur, ökande inflation och räntehöjningar.

Sådan osäkerhet har dramatiskt förändrat de ekonomiska villkoren och skapat entreprenöriella utmaningar, men också erbjudit möjligheter till strukturomvandling av branscher, såväl som allokering av resurser till områden med bättre vinstmarginaler – grunden för entreprenörskap (Shane, 2003). Motmedlen för att balansera ekonomin har varit varierande och dess effekter har i många fall varit starkt ifrågasatta.

Effekterna av stödpaketen under pandemiåren medförde att Sverige klarade krisen relativt väl. Det kvarstår dock en reservation gällande hur stöden distribuerades. Tack vare stöden räddades sannolikt företag som under normala omständigheter gått i konkurs. Tiden innan pandemin, och i viss mån under pandemin, präglades av låga räntor vilket medförde en möjlighet att belåna företag till låga kostnader.

I en tid med ökande kostnader samtidigt som stöden fasas ut ökar risken för zombieföretagande.⁶ Det har rapporterats att 13 procent av företagen i USA inte möter kravet om räntetäckningsgrad för tre år i rad (Goldman Sachs, 2023). I andra fall rapporteras, med en någon striktare definition, en lägre grad (tio procent) av företagen i USA fram till 2019 vara zombieföretag (Favara m.fl., 2021). I samma studie dras slutsatsen att zombieföretagen är få till antalet och i allmänhet små; de är mestadels koncentrerade till tillverknings- och detaljhandelssektorerna och står för en liten andel av den totala krediten till icke-finansiella företag. Liknande studier har genomförts i Sverige, vilket visar på att andelen zombieföretag i den svenska ekonomin minskat under perioden 2010–2016. Endast tre procent av det totala antalet företag som undersöktes klassificerades som zombieföretag år 2016. Under samma år stod dessa företag tillsammans för cirka fem procent av de svenska finansinstitutens utlåning till icke-finansiella företag (Cella, 2020).

Då data huvudsakligen hämtats från en tidpunkt innan pandemin, finns en risk att siffran ökat sedan dess.

6. Det används olika nyckeltal för att definiera zombieföretagande. Som regel avses dock lågproduktiva företag som typiskt skulle göra exit på en konkurrensutsatt marknad.

Zombieföretag är ett icke-produktivt företagande som påverkar företagsdynamiken negativt på sikt. Det medför också att dessa företag i förlängningen är speciellt sårbara vid upprepade eller förlängda framtida kriser då konkurser realiserar senare och hopslaget med andra konkurser. Det är dock komplicerat att på ett kvalificerat sätt utvärdera "försenade" konkurser, antingen som en konsekvens av pandemistöd, eller som en konsekvens av en generellt avmattad ekonomi.

I kapitlet kommer vi att göra jämförelser (pre-pandemi 2019) med pandemiåren 2020–2021 samt 2022 då betydande omvärldsförändringar skett. I kapitlet fokuseras på data om konkurser, företagsstarter och konjunkturindikatorer för att ge en översikt av svenskt företagande. Dessa data relateras till GEM-data för att diskutera förutsättningarna och villkoren för svenskt entreprenörskap framgent.

KONKURSER OCH FÖRETAGSSTARTER 2019–2022

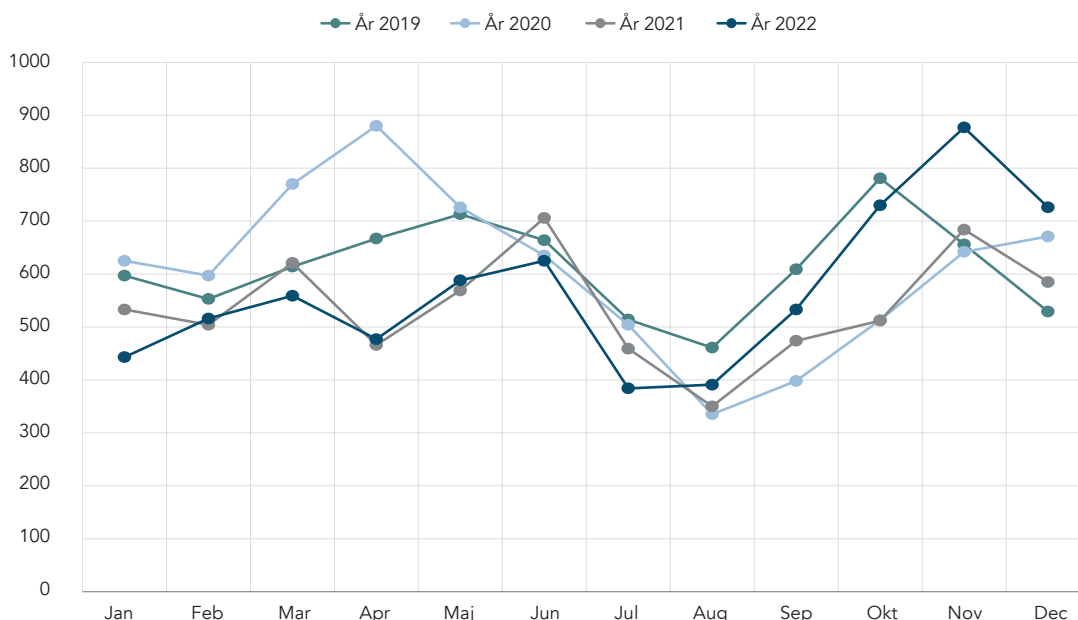
Totalt skedde 7 358 konkurser under 2019 (genomsnitt på 613 konkurser per månad). Under 2020 gick 7 296 företag i konkurs (genomsnitt på 608 konkurser per månad), 2021 gick 6 463 företag i konkurs (genomsnitt 539 konkurser

per månad) och under 2022 skedde 6 849 konkurser (genomsnitt 571 konkurser per månad). Noterbart är att det varit marginellt fler konkurser före pandemin (2019), jämfört med under pandemin.

Figur 2.1 visar antalet konkurser fördelade per månad för åren 2019 till 2022.⁷ I figuren framgår toppar under vårmånaderna samt under hösten. Anmärkningsvärt är de toppar som skedde under april 2020 och november 2022. I april 2020 uppgick konkurserna till 880 medan de var 877 under november 2022. Den första toppen kan antas vara direkt pandemirelaterad (en ökande smittspridning med restriktioner, vilket innebar simultant utbuds- och efterfrågefall).

De efterkommande månaderna skedde en successiv avtrappning av konkurser, vilket vi tidigare diskuterat verkar sammanfalla med realisering av massiva stödpaket som genomfördes under perioden (Eklund m.fl., 2022). Under hela perioden 2019–2022 rapporterades lägst antal konkurser (335) under augusti 2020. Därefter stiger antalet successivt från 398 i september till 671 i december 2020. Det genomsnittliga månatliga antalet konkurser för 2021 (539) och 2022 (571) är lägre än för 2020 (608) och 2019 (613) såväl som för snittet för perioden 2019–2022 (583).

Figur 2.1: Antalet konkurser per månad under perioden 2019–2022



7. Konkursstatistik är hämtad ifrån www.scb.se och är baserad på SNI 2007 för enskild firma, handelsbolag och aktiebolag.

Utvecklingen av konkurser 2022 följde i stort utvecklingen som skedde under 2021. Det finns dock viktiga avvikelser som gör att konkursstatistiken kan tolkas som oroande tendenser. Dels uppgick det totala antalet konkurser i november 2022 till 877 (vilket tangerar toppnoteringen i april 2020) för att sedan falla tillbaka under december (726), dels har förändringstakten varit mycket hög under kvartal tre och fyra samt skett från låga nivåer. Ökningen av konkurserna under november 2022 kan sannolikt attribueras till det generellt osäkra läget med krig i Europa, en tid av ökande elpriser och stigande inflation.

För att komplettera bilden av företagskonkurser och ge en rättvis bild av det svenska företagsklimatet, bör turbulensrelaterade frågor hanteras (se bland annat Klepper, 1996). Viljan att starta företag kan vara stor trots ett svårt konjunkurläge, vilket medför att relationen mellan företagsstarter och konkurser bör beaktas. Det vill säga, företagsklimatet kan trots ett stort antal företagskonkurser vara gott, givet att nya företag kontinuerligt antror marknaden.

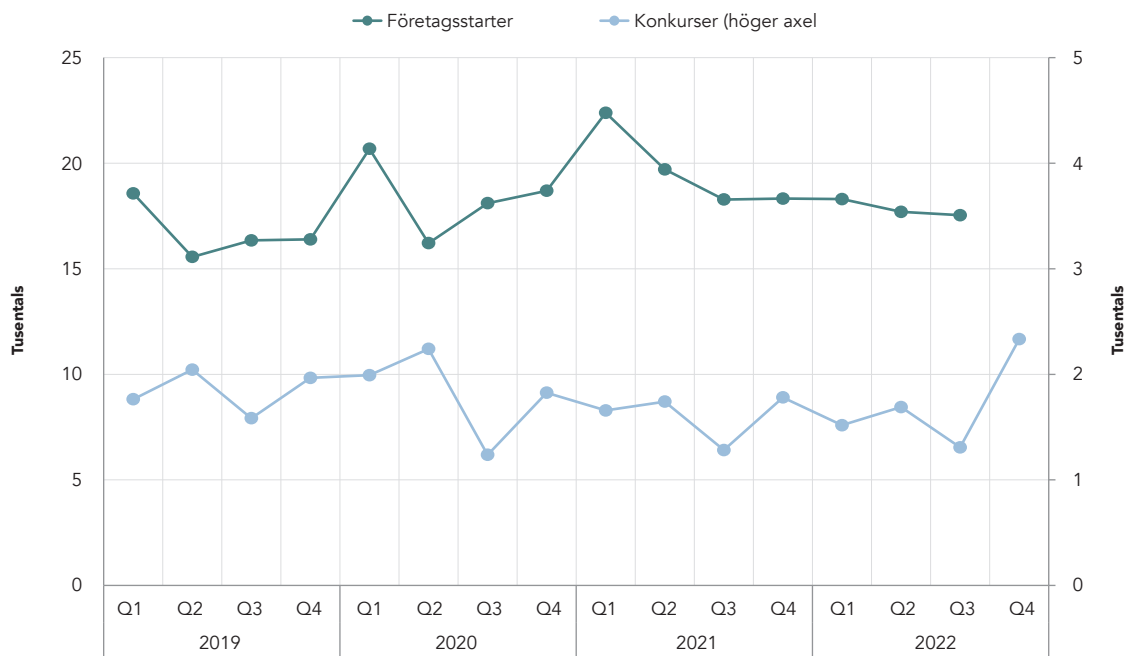
Det tidiga nyföretagandet i Sverige har i huvudsak varierat mellan två och tre procent under tidsperioden,

med en toppnotering 2019 (se figur 1.4 i kapitel 1). Under 2022 föll nyföretagandet tillbaka till 2,5 procent. Kvartalsdata från Tillväxtverket⁸ för perioden 2019–2022 visar också på en intressant variation i antal företagsstarter såväl som i antalet konkurser. Ett generellt mönster är att företagsstarter tenderade att öka och konkurser minska under pandemiåren 2020–2021 jämfört pre-pandemin 2019 (se Figur 2.2).

Antalet nystartade företag ökade med nio procent mellan 2019 och 2020 samtidigt som antalet konkurser var en procent lägre 2020 jämfört med 2019. Jämförelsen av nystartade företag och konkurser 2019 och 2021 visar en ökning av nystartade företag med 15 procent respektive en minskning av antalet konkurser med tolv procent.

Under 2022 sjunker företagsstarterna successivt men är fortfarande högre än under 2019. Konkurserna är också generellt lägre, men det sker en dramatisk ökning av konkurser under kvartal fyra. Konkurserna ökar med 23 procent i förhållande till samma period 2021. Det är också väsentligt fler konkurser under kvartal fyra 2022 jämfört med pandemins värsta kvartal (kvartal två) 2020.

Figur 2.2: Antal företagsstarter och konkurser per kvartal 2019–2022



Källa: Tillväxtverket.

Anm.: Data avser enskild firma, aktiebolag och handelsbolag.

8. Data avser enskild firma, aktiebolag och handelsbolag.

Som nämndes tidigare kan turbulens (relationen mellan nystartade företag och nedläggningar) verka positivt för en ekonomi. Omvänt, ett simultant minskat nyföretagande och ökat antal nedläggningar kan indikera på stagnation. Figur 2.3 ger en grovkornig bild av turbulens i de 49 undersökta ekonomierna i årets GEM-studie.

Den procentuella andelen nedläggningar (där företaget inte fortlever på annat vis) ställs i relation till nyföretagande (TEA).⁹ Speciellt intressant är det blåmarkerade området i figuren där vi hittar 29 av GEM-projektets 49 länder. Majoriteten av dessa observationer utgörs av europeiska ekonomier med undantag för Kina, Taiwan, Japan, Marocko, Sydafrika, Sydkorea, Indien samt Israel.

Latinamerikanska, karibiska, nord- och sydamerikanska, samt gulfekonomierna är utanför området, tillsammans med Egypten, Iran, Tunisien och Indonesien. De lägsta nivåerna av både nedläggningar och nyföretagande finns inom Europa, medan den högsta andelen nedläggningar och nyföretagande typiskt sett finns i Latin- och Nordamerika och kring Persiska viken. Sverige befinner sig i mitten av det europeiska klustret med en andel nedläggningar motsvarande tre procent av de tillfrågade i åldern 18–64 år och TEA på cirka nio procent.

Orsakerna till fördelningen i figur 2.3 är mångfacetterad. Det kan bero på alltifrån byråkratin som omgärdar uppstarter och nedläggningar, branschammansättningen för respektive ekonomi med dess inneboende trösklar, om entreprenörskapet är nödvändighetsdrivet eller inte, såväl som kulturella skillnader. Det kan också peka på att vuxna i Europa är mer motvilliga att antingen starta eller avsluta ett företag än personer i Nord- och Sydamerika och gulfstaterna. Det går inte heller att bortse ifrån att europeiska länders samordning kring pandemistöd möjligen medverkat till en reducerad turbulens. Det vill säga, pandemistöden har medfört att företag överlevt.

ORSAKER TILL EXIT

Inom ramen för GEM-undersökningen samlas data också in gällande exitorsaker. Det är komplicerat att direkt jämföra ländernas respektive orsaker, dels då länderna som ingår är olika mellan åren, dels då de uppvisar variation i ekonomiska förutsättningar såväl som i motåtgärder under pandemin. Pandemin i sig är dock en intressant jämförelsepunkt då den är en faktor som påverkat samtliga länder.

Figur 2.4 beskriver genomsnittet för respektive nedläggningsorsak per år, för de länder som ingick i GEM-studien motsvarande år samt andelen (i procent)

nedläggningsorsaker i Sverige för samma tidsperiod. För pandemin var ”verksamheten inte lönsam” den vanligaste orsaken till nedläggning. I intervallet 2019 till 2022 framgår också att verksamhetens lönsamhet utgör den största andelen negativa orsaker till exit. För de länder som inkluderades i GEM-studien 2019 var genomsnittet 30 procent som uppgav ”vikande lönsamhet” som orsak medan det endast var 17 procent i Sverige. Under 2020 sjönk genomsnittet globalt till 23 procent, medan det ökade till 21 procent i Sverige. En marginell global ökning kunde ses under 2021, (till 24 procent) medan en större ökning skedde i Sverige (till cirka 25 procent). Under 2022 skedde små förändringar. Globalt sjönk genomsnittet med en procent till 23 procent och likaså i Sverige, till 24 procent.

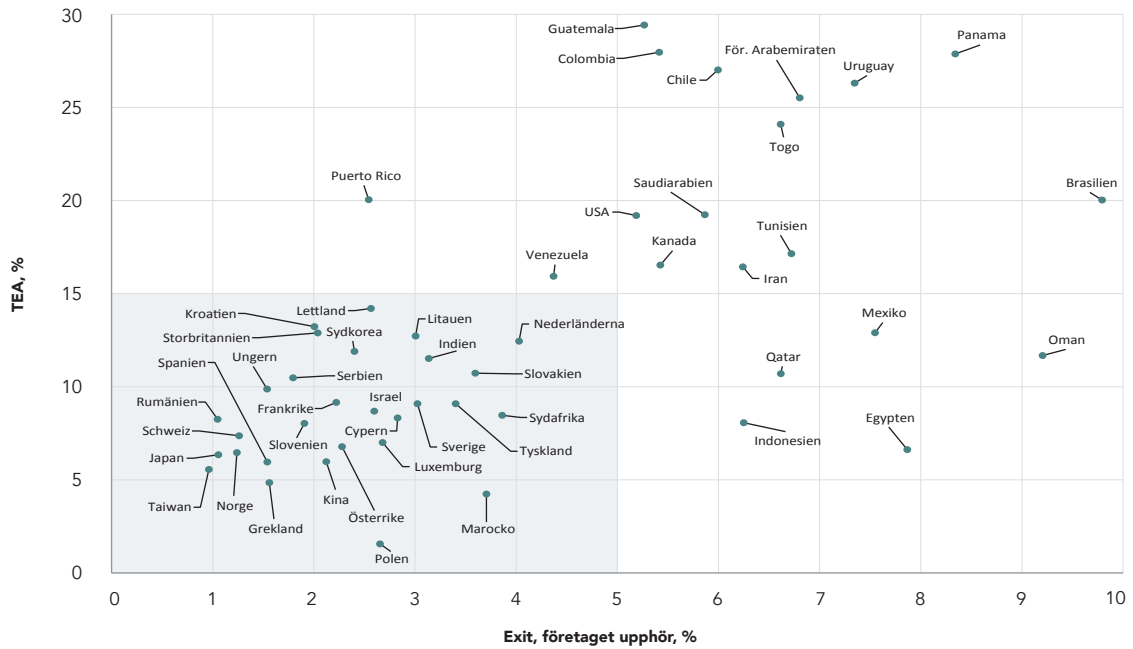
Lönsamheten kvarstår som en viktig orsak till nedläggning under pandemin, men de vanligaste orsakerna till nedläggning globalt sett under 2020–2021 är pandemirelaterade (dock ej i Sverige). Internationellt sett sjunker pandemirelaterade orsaker tillbaka under 2022. Ytterligare en intressant observation är att under 2020 var pandemirelaterade orsaker till exit avsevärt mindre vanligt i Sverige än snittet för hela urvalet. Därtill mer än halverades de som uppgav pandemin som orsak till nedläggning under 2021, för att sedan stiga marginellt under 2022. Mönstret återspeglas inte på samma sätt globalt, då det sker en successiv avtrappning av pandemirelaterade orsaker, från 29 procent 2020 till 17 procent 2022.

Det mest anmärkningsvärda är förändringen i exit genom att sälja verksamheten. I Sverige var det under 2019 cirka tre gånger så vanligt att sälja sin verksamhet jämfört med 2022. Det bör också noteras att det skett ett trendskifte gällande exitorsaken ”annat jobb eller affärsmöjlighet”. Under 2022 steg denna kategori, från nivåer runt nio procent till cirka 19 procent.

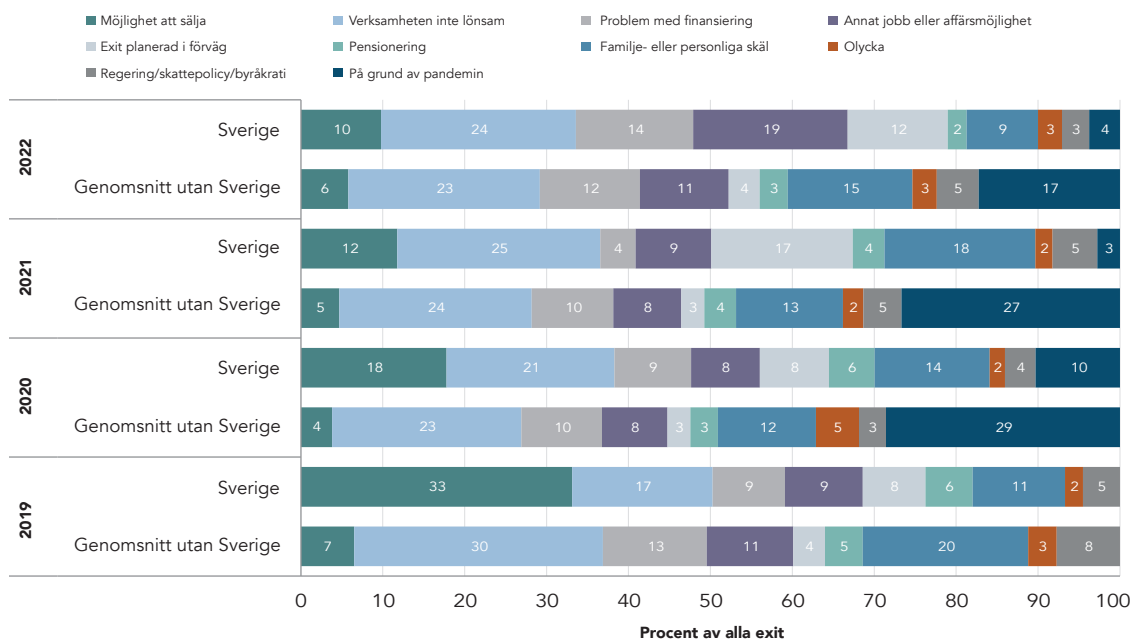
Jämförs positiva orsaker (möjlighet att sälja, annat jobb eller affärsmöjlighet, exit planerad i förväg och pensionering) och negativa orsaker (verksamhet inte lönsam, problem med finansiering, familj eller personliga skäl, olycka, regering/skattepolicy/byråkrati), pandemiorsaker exkluderat, framgår tydliga mönster. De pandemirelaterade orsakerna var som högst i Sverige under 2020 (tio procent) men har successivt sjunkit tillbaka under 2021 (tre procent) och 2022 (3,5 procent). Pandemiorsaken är därmed förhållandevis liten i relation till övriga negativa orsaker. Det framgår också tydligt att under 2019 motsvarade de positiva orsakerna till exit 56 procent. Andelen positiva orsaker har sedan sjunkit för att stabiliseras runt 40 procent under 2020–2022. Samtidigt har de negativa

9. Sambandet mäts med en så kallad korrelationskoefficient (r). Är samvariationen perfekt positiv är värdet på koefficienten 1 och är samvariationen perfekt negativ är värdet -1 . Värdet 0 indikerar att det saknas en linjär samvariation mellan variablerna. Korrelationen mellan TEA och nedläggningar ($r = 0,60$) är positiv och signifikant vilket innebär att med ökande TEA så ökar nedläggningar (och omvänt).

Figur 2.3: Andelen 18–64 år som gjort exit (där företaget inte fortlever på annat vis) i relation till andelen nyföretagande (TEA)



Figur 2.4: Andelen exitsorsaker i Sverige och för övriga GEM-länder i perioden 2019–2022



orsakerna, pandemiorsaker exkluderat, ökat från 44 procent 2019 till cirka 50 procent 2020, cirka 55 procent 2021 för att sedan falla tillbaka något till cirka 53 procent 2022.

Redovisningen av nedläggningsorsaker behöver behandlas varsamt. Detta då det sannolikt finns beroende mellan variabler. Ett exempel skulle vara att de pandemirelaterade orsakerna påverkar lönsamheten i företaget, alternativt utgör en grund för personliga skäl att lägga ned företag. Det vill säga, beroende mellan variabler kan medföra att den egentliga orsaken till exit finns inom någon annan kategori.

KONJUNKTURINDIKATORER OCH NYFÖRETAGANDE

Om antalet konkurser och företagsstarter noteras med viss fördröjning är konjunkturindikatorer ögonblicksbilder med fokus på framtiden. Adderas konjunkturinstitutets undersökningar gällande hushållens och näringslivets indikatorer¹⁰ till konkurs- och nyföretagandestatistiken nyanseras bilden av det ekonomiska läget ytterligare. Före pandemin följde näringslivets och hushållens kurvor varandra (Figur 2.5). Under 2019 finns en marginell nedgång under mars till juni för hushållen i förhållande till näringslivets kurva.

Pandemin medförde en historisk nedgång under april 2020. Glappet mellan näringslivet och hushållens syn på konjunkturen var då cirka 25 enheter.¹¹ Hushållen var i denna period mer optimistiska än näringslivet. Det simultana efterfråge- och utbudsbortfallet blev synnerligen problematiskt för näringslivet. I takt med utrullning av stödpaket återhämtar sig näringslivet och under kvartal tre 2020 tangerar näringslivets och hushållens kurvor varandra. En fortsatt stigning i synen på konjunkturen, för både näringsliv och hushåll, kan ses under inledningen av 2021. Under kvartal två 2021 sker dock en separering av näringslivets, i förhållande till hushållens, syn på konjunkturen. Näringslivet ser mer optimistiskt på konjunkturen medan hushållens syn successivt sjunker (dock från en relativt hög nivå för perioden).

Ur ett entreprenöriellt perspektiv är det oroande dels att näringslivets och hushållens syn på konjunkturen mattas, dels att trenden separerar. Hushållens uppfattning sjunker successivt ner till en nivå liknande vad som kunde observeras för näringslivet i april 2020. Avtrappningen sker successivt under hela 2022. Värt att notera är att nedgången skapar ett förhållande mellan näringslivets och hushållens syn på konjunkturen som nu är det

omvända relativt 2020. Det vill säga, hushållen är mer pessimistiska än näringslivet. En förklaring till förändringen står sannolikt att finna i den breda ekonomiska tillbakagång som skett globalt. Stigande räntor, mat- och elpriser bidrar till mindre ekonomiskt utrymme för hushållen. Noterbart är också att en successivt stigande inflation under 2022 (en månatlig ökning har skett under hela 2022, undantaget juli) samvarierar med nedgången i hushållens syn på konjunkturen.

Då konjunkturen ser att ut att sjunka är det intressant att relatera det till förväntningarna att starta ett nytt företag inom de närmaste tre åren. GEM-undersökningen samlar in denna typ av data. Generellt är förväntningarna kring företagsstarter i Sverige under perioden 2019–2022 låg i förhållande till övriga länder (Figur 2.6). Internationellt pendlar förväntningarna runt 25 procent, medan det i Sverige rör sig mellan tio och 15 procent (med reservation för 2020). Ökningen med fem procentenheter mellan 2020–2021 är intressant och kan tyda på en positiv utblick. Samtidigt är det nödvändigt att konstatera att 2022 års data samlats in under andra och tredje kvartalet, vilket kan riskera att fjärde kvartalets nedgång i företagsamhet och ökning i konkurser inte återspeglas i förväntningarna.

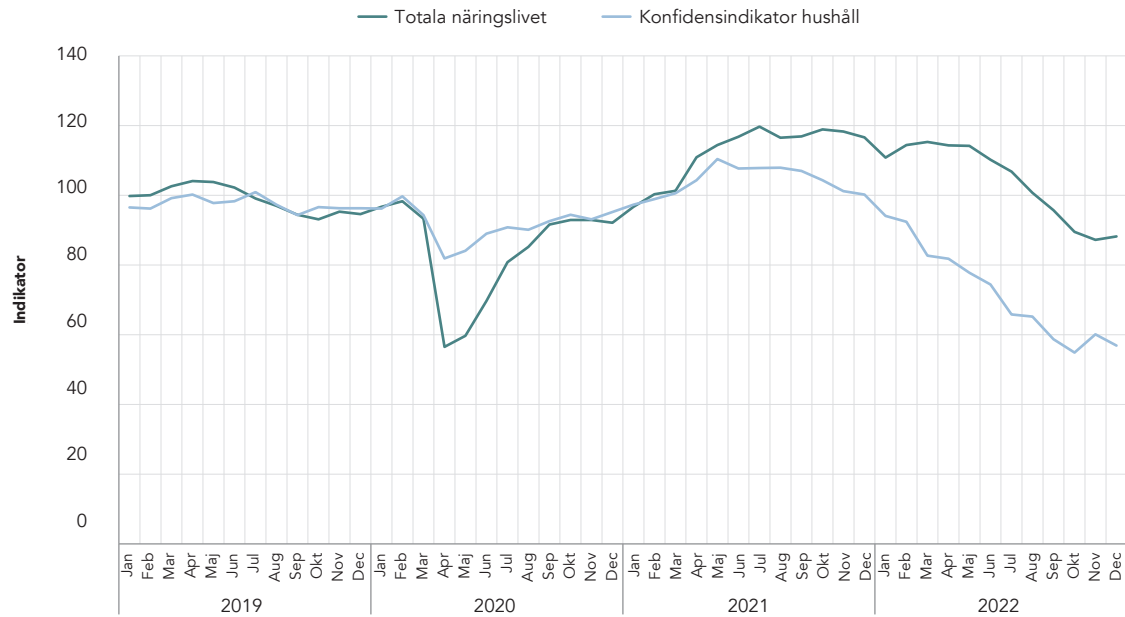
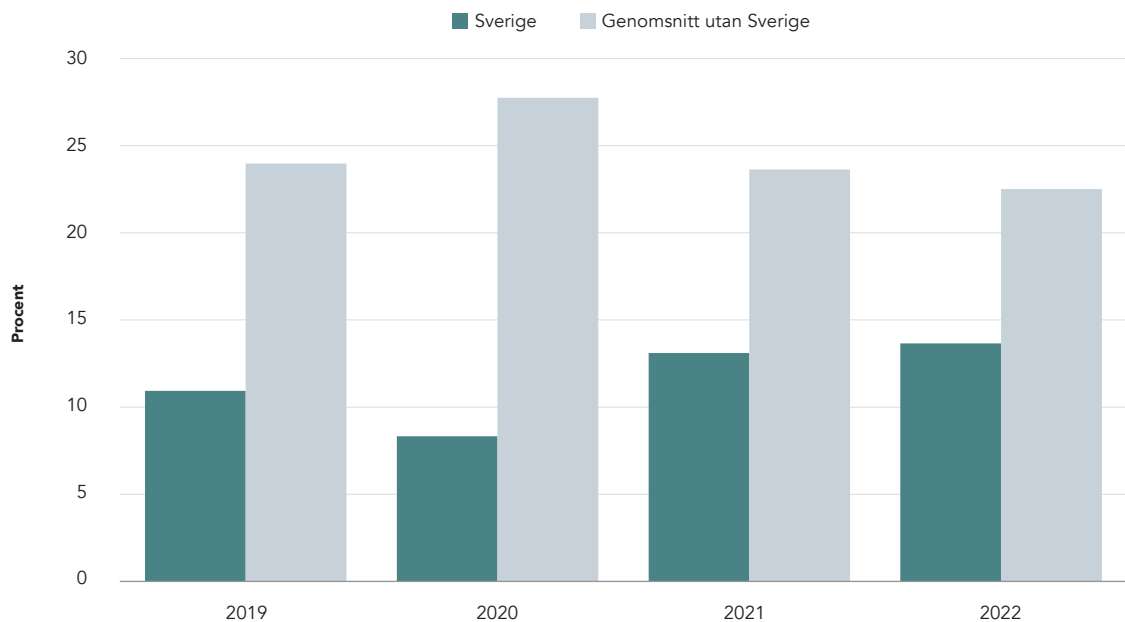
SAMMANFATTNING

Oförutsägbarhet har präglat de senaste årens entreprenöriella utveckling. Först en pandemi, vars mest akuta fas hanterades under 2020 och 2021. Därefter uppstod geopolitisk osäkerhet med krig i Europa, en efterföljande energikris såväl som räntehöjningar och ökande inflation. I sammanhanget är det viktigt att betona att både pandemin och kriget i Ukraina, i skrivande stund, alltjämt är pågående. Därtill är konjunkturen vikande, oron kring energiförsörjning, räntehöjningar och inflation utgör fortsatta utmaningar för entreprenörskapet. Det finns dock mycket som tyder på att det entreprenöriella DNA:et, av att vara flexibel, följsam och allokerar resurser till områden där avkastningen är högre (Shane, 2003), blir speciellt framträdande i tider av extraordinära händelser. Ett sådant entreprenöriellt DNA återspeglas sannolikt i den höga andelen TEA som redovisas i årets rapport.

Baserat på genomgången av konkursstatistik, nyföretagande och GEM-data, gällande orsaker till nedläggningar, framträder en bild av att Sverige klarat sig förhållandevis väl under pandemins mest akuta fas såväl som under de efterföljande åren. Det startades färre företag

10. Indikatorn är konstruerad så att den har medelvärde 100 och standardavvikelsen 10. Värdet över 100 motsvarar en starkare ekonomisk tillväxt än normalt och värdet över 110 en mycket starkare tillväxt än normalt. Motsvarande för värden under 100 respektive under 90 är att de ska tolkas som svagare och mycket svagare tillväxt än normalt.

11. Konjunkturinstitutet mäter konfidensindikatorer för hushållen och näringslivet. I totala näringslivets konfidensindikator ingår de frågor som inkluderas i respektive sektors konfidensindikator. Hushållens konfidensindikator beräknas som ett genomsnitt av nettototalen för de fyra frågorna om den egna och svenska ekonomin, i nuläget respektive tolv månader framåt, samt frågan om det är förmånligt att köpa kapitalvaror nu.

Figur 2.5: Konjunkturbarometer för näringsliv och hushåll 2019–2022**Figur 2.6: Andelen 18–64 år som förväntas starta ett företag inom de nästkommande tre åren**

men konkurserna var fler under 2019 jämfört med 2020. Under 2021 var konkurserna färre än 2020, men det var fler företagsstarter. Under 2022 kan vi se att konkurserna ökar samtidigt som företagsstarterna minskar.

De som anger pandemin som orsak till nedläggning var som högst under 2020. I Sverige var detta inte en primär exitorsak då tio procent avslutade sitt företagande till följd av pandemin, i en internationell jämförelse är det inte ett högt tal. Att ange pandemin som orsak till nedläggning har också mer än halverats fram till 2022. I stället utgör "bristande lönsamhet" och "andra affärs- och jobbmöjligheter" en allt större andel av exitorsakerna. Enligt tillgänglig GEM-data är också turbulensen (2022) mindre i Europa än i övriga regioner. Det vill säga, det är en lägre andel exit för företag, men också en lägre andel nystartade företag. Sverige befinner sig i mitten av detta kluster, vilket kan peka på å ena sidan att man hanterat de ekonomiska orosmolnen väl, å andra sidan vara tecken på en förhållandevis rigid ekonomisk miljö.

Slutligen, ett förtydligande till analysen i kapitlet. Det är komplicerat att utröna orsak och verkan i fråga om exit. Det är rimligt att anta att det finns en överlappning mellan kategorierna pandemirelaterade orsaker och verksamheten inte är lönsam. Det vill säga, det finns sannolikt en samvariation mellan pandemirelaterade orsaker och lönsamhetsorsaker men hur orsakförhållandet ser ut kräver ytterligare undersökningar i framtiden. Vidare är det sannolikt att årets GEM-undersökning inte fullt ut fångat den osäkerhet som rått under 2022. Den data som redovisats från publika källor, det ökade antalet konkurser som skett från september till november 2022 såväl som det minskade antalet företagsstarter under samma period, ska ställas i relation till konjunkturindikatorerna med syftet att ge en grovkornig bild på svensk ekonomi. Då insamling av GEM-data skett under andra och tredje kvartalet 2022 finns det en risk att den inte fullt ut fångar det rådande läget.

3

Hållbarhetsfrågor på agendan?

Förändringar mot mer cirkulär produktion och mot högre grad av fossilfri energiförsörjning sker genom nyskapande innovation och industriell transformation. Liksom vid andra ekonomiska omställningar sker detta i hög grad genom innovativt nyföretagande (Dent m.fl., 2016; Olteanu och Fichter, 2022). I analyser av olika förändringar som kan relateras till "hållbar omställning" fokuseras därför intresset ofta dels mot de startups som erbjuder nya spännande lösningar med bäring på hållbarhetsproblematik, dels mot de stora företag vars verksamhet dominerar dagens produktionssystem.

Stora företag i stora delar av världen förväntas idag kunna förhålla den egna verksamheten och sina strategiska val till frågor om hållbar utveckling. Denna utveckling har under de senaste åren accelererats genom krav från ägare, kunder, handelsplatser och inte minst finansärer. Frågor om utsläpp och klimatpåverkan får särskilt genomslag på strategisk nivå då storbolagsverifiering och deras intressenter alltmer tar till sig den tuffa ekonomiska realitet som väntar i framtiden om världen inte når Parisavtalets mål. Under förväntan om en omställning med fossilfri energiproduktion i centrum pågår en omfattande omställningsprocess inom energi-, transport- och byggsektorn, inte minst i norra Sverige. Efterfrågan på batterimineraler och jordartsmetaller till vindkraftverk, generatorer och solpaneler, samt fossilfri gruvbrytning och fossilfritt stål och betong, driver på storskaliga investeringar.

Ekonomisk förändring i företag och värdekedjor av det här slaget påverkar förstås ett vidare ekosystem av mindre företag i deras egenskap av underleverantörer, specialister och teknologibärare. I den offentliga debatten framställs den "gröna omställningen" som en process med en mängd nya företag som förmår exploatera nischer som omställningen erbjuder. Men är frågeställningar om hållbarhet också en direkt drivkraft för svenska små- och soloföretagare?

I detta kapitel undersöker vi attityder till hållbarhetsfrågor bland en bred uppsättning företagare. I ett första steg analyserar vi resultat från de två senaste omgångarna av GEM-undersökningen. Vi undersöker mönster mellan länder och eventuella skillnader mellan de två år som undersöks. I ett andra steg undersöker vi det hållbarhetsorienterade företagandet i Sverige och sätter det i relation till andra attitydfrågor och till företagandets geografi.

ATTITYDER BLAND SVENSKA FÖRETAGARE

Baserat på tidigare forskning kan vi identifiera tre grupper av företagare med stegrande grad av engagemang för att integrera hållbarhetsfrågor i arbetet kring det egna företagandet.

I en första grupp finns inget intresse eller behov av att inordna företagets verksamhet i en berättelse om hållbarhet på samhällsnivå. Detta behöver inte säga något

om hur företagare eller anställda ser på miljö- och klimatfrågor eller på sociala samhällsfrågor. En attityd om att hållbarhetsfrågor inte är, kan eller ska påverka konkret beslutsfattande, speglar i många fall samma ambivalens som enskilda individer och konsumenter kan ha inför förhållandet mellan individuella handlingar och utfall i termer av hållbar utveckling.

I en andra grupp finner vi företagare som förhåller sig till hållbarhetsfrågor. Som visades i förra årets GEM-undersökning uppger en majoritet av alla företagare att de överväger miljömässiga och sociala konsekvenser av det egna företagets verksamhet. Även inom den här gruppen ryms förstås en mycket betydande heterogenitet. För vissa är det främst i relation till enskilda frågor, som materialinköp och resor, som det är aktuellt eller intressant att koppla beslut till miljöpåverkan eller sociala frågeställningar. Men bland de företagare som förhåller sig till hållbarhetsfrågor finns också en delgrupp vars företagande är starkt kopplat till ambitioner att bidra till hållbar utveckling.

Genom att GEM-undersökningen under de senaste två åren integrerat frågor om attityder till hållbarhetsfrågor blir det möjligt att sätta svenska attityder i ett internationellt perspektiv. I 2022 års rapport framkom att företagare i de asiatiska, afrikanska och sydamerikanska länderna som deltog i undersökningen över lag var mer benägna att ta hänsyn till och prioritera hållbarhetsfrågor än företagare i Europa och Nordamerika. Bakom dessa skillnader ligger troligen både skillnader i hur diskussionen om hållbarhetsfrågor förs i olika delar av världen, och skillnader i vilka hållbarhetsfrågor som är aktuella att hantera för ett mindre företag. Inte minst gäller detta sociala frågeställningar, som i undersökningen exemplifieras som "tillgång till utbildning, hälsa, säkerhet, social inkludering, bostäder, transport, livskvalitet på jobbet etcetera". För en svensk företagare är stora delar av dessa områden sådana som hanteras genom välfärdsystem och lagstiftning, medan en företagares ansvar i ett lokalsamhälle tar sig andra uttryck i länder som inte har lika starka institutioner. I årets genomgång fokuserar vi därför på att jämföra Sverige med andra europeiska länder samt USA och Kanada.

Med uppgifter från två mätningar på plats blir det möjligt att utveckla analysen på två sätt. För det första blir det möjligt att göra mer precisa skattningar, genom att slå ihop data från båda åren. Under antagande om att det sanna värdet är relativt trögrörligt får vi mer precisa jämförelser mellan länder genom att dubblera antalet

tillgängliga observationer. För det andra kan vi studera vad som händer om vi gör ett rakt motsatt antagande, nämligen att förändringar mellan de två åren speglar förändringar i attityder i olika länder. Båda dessa ansatser har sina fördelar. Vi kommer i vad som följer att använda oss av den förstnämnda ansatsen för att sätta svenska attityder i relation till andra länder, och av den andra ansatsen för att mer tentativt undersöka förändring över tid.

FÖRETAGAREN OCH HÅLLBARHETSFRÅGORNA

Figur 3.1 visar hur länderna grupperar sig relativt tydligt efter geografi. I länder i östra halvan av Europa svarar omkring 80 procent av företagarna att de överväger miljökonsekvenser vid viktiga beslut. I en grupp länder från Väst- och Centraleuropa ligger denna andel omkring 70 procent. Vi återfinner Sverige i figurens nedre hörn, i sällskap med grannarna Tyskland och Norge. I Sverige är andelen som uppger sig överväga miljökonsekvenser 60 procent.

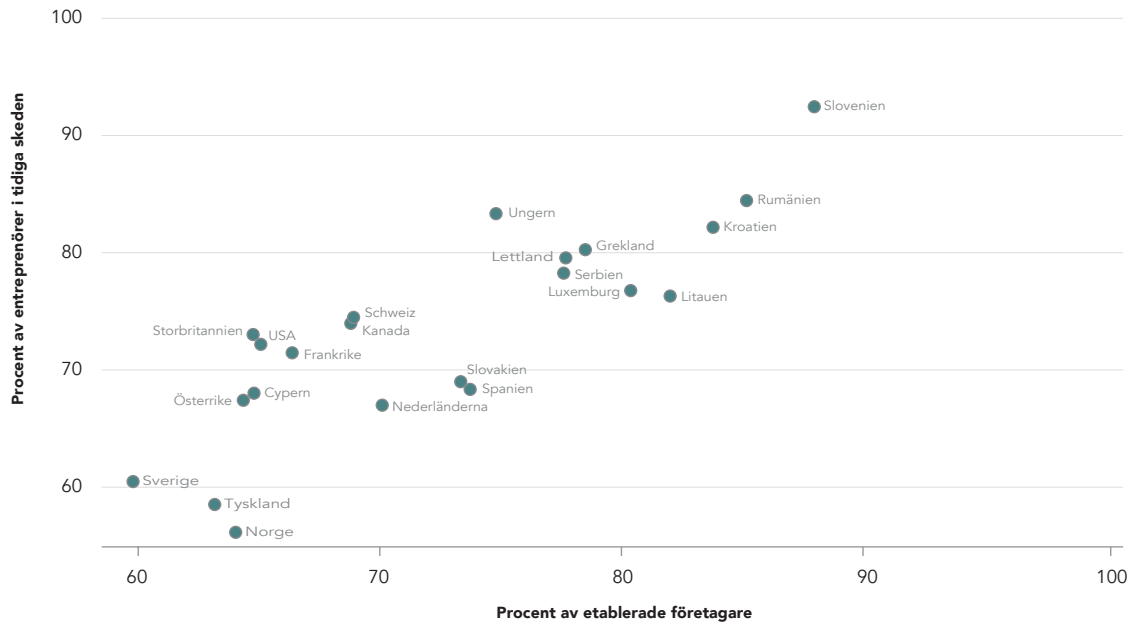
Motsvarande grupperingar av länder, och liknande procentsatser, återfinns för motsvarande fråga om att överväga sociala konsekvenser (Figur 3.2).

Svarsmönstren från de föregående två figurerna liknar varandra; det är ungefär lika vanligt att överväga miljökonsekvenser som sociala konsekvenser. När undersökningen tar upp frågor om att inte bara överväga, utan även vidta åtgärder för att minimera miljöpåverkan respektive maximera positiv social påverkan, framträder tydligare skillnader. Bland de europeiska företagarna är det över lag betydligt vanligare att vidta åtgärder kring miljöpåverkan – endast i två länder i östra Europa finns en majoritet som aktivt sökt maximera social påverkan från sitt företag.

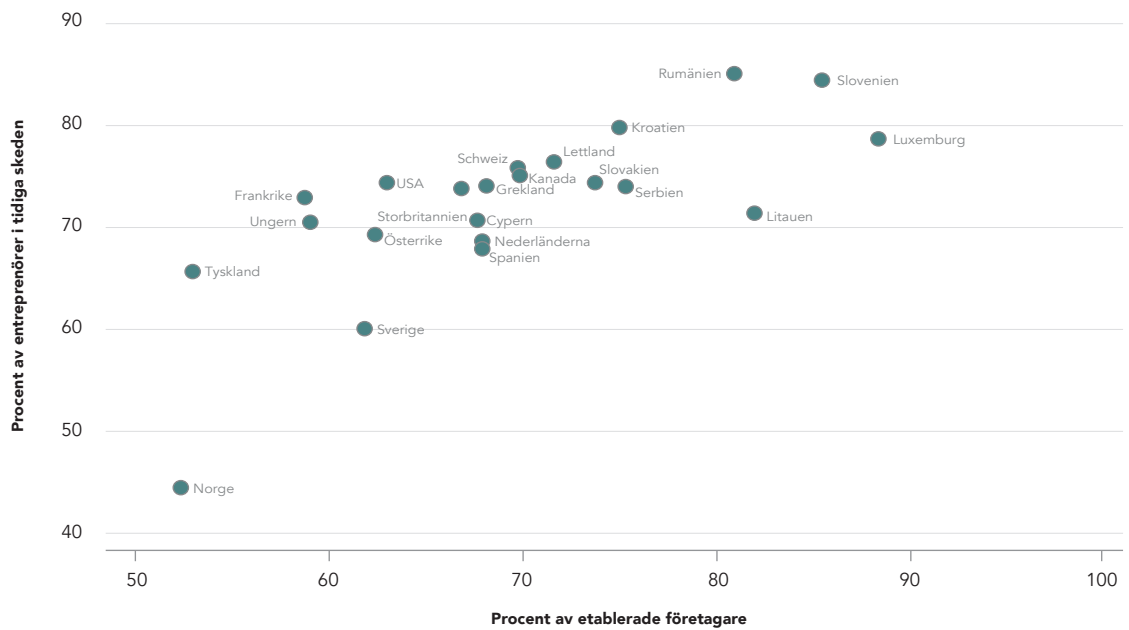
För svensk del ger resultaten i figurerna 3.3 och 3.4 nya perspektiv på attityder och förhållningssätt kring miljöpåverkan. Figur 3.3 visar hur stor andel av företagarna i mer etablerade verksamheter som har vidtagit åtgärder i sina företag mot bakgrund av målsättning kopplade till hållbar utveckling. 56 procent av de svenska företagarna uppger att de har agerat för att minimera miljöpåverkan. Detta är nästan hela den grupp (60 procent av de etablerade företagarna) som säger sig överväga miljökonsekvenser. Inget annat av de länder som undersöks ovan har en så liten skillnad mellan svar om att överväga och att agera. I Storbritannien, Frankrike och Spanien, till exempel, finns stora grupper företagare som uppger sig överväga konsekvenser men som inte kommer vidta åtgärder.¹²

12. I dessa länder svarar sju av tio företagare att de överväger miljömässiga konsekvenser, men enbart fem av tio företagare att de vidtagit åtgärder för att minimera miljöpåverkan.

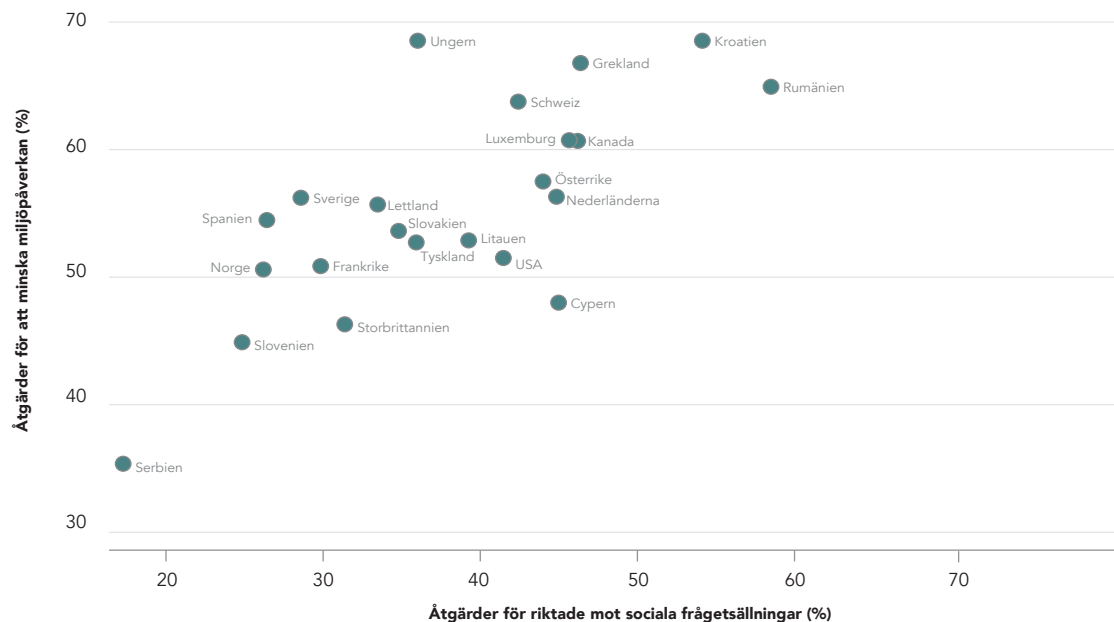
Figur 3.1: Andel av etablerade respektive nya företagare som överväger miljökonskvenser av det egna företagandet



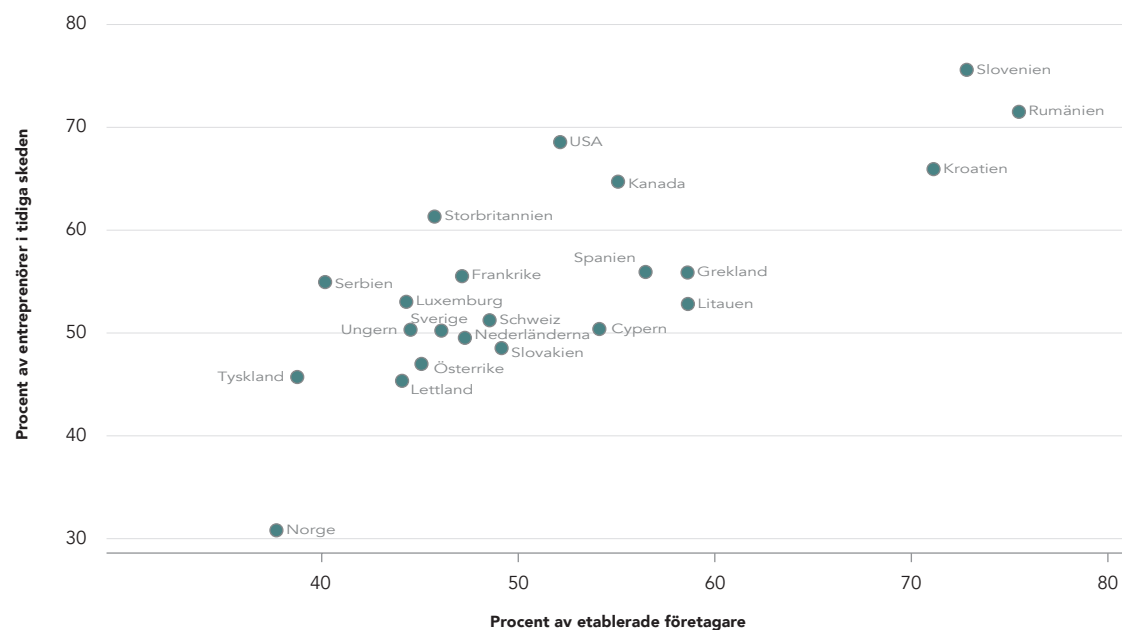
Figur 3.2: Andel av etablerade respektive nya företagare som överväger sociala konsekvenser av det egna företagandet



Figur 3.3: Andel av alla etablerade företagare som uppger att de vidtagit åtgärder för att öka företagets sociala avtryck respektive minska miljöpåverkan av företagets verksamhet



Figur 3.4: Andel av alla etablerade respektive nya företagare som uppger att de i viss mån prioriterar företagets avtryck i hållbarhetsfrågor högre än företagets lönsamhet och tillväxt



Figur 3.4 ger en kompletterande bild av i vilken mån resomang kring hållbarhetsfrågor får konkret betydelse för hur företagare agerar. I undersökningen får företagare frågan om de prioriterar social och/eller miljömässig påverkan före lönsamhet och tillväxt. Som vi ser placerar sig Sverige även här i mitten av fältet: 50 procent av entreprenörerna i tidigt skede (TEA) och 46 procent av de etablerade företagarna (EB) uppger att de i viss mån gör sådana prioriteringar, vilket är i linje med Frankrike, Nederländerna och Schweiz.

Sammantaget tolkar vi dessa resultat som att svenska företagare har ett relativt aktivt förhållningssätt till miljöpåverkan, och att medvetenheten och förståelsen över lag är hög.

STARTUP-GRUPPEN SOM KULTURBÄRARE

Ur figurerna 3.1 och 3.2 kan också utläsas i vilken mån attityder skiljer sig mellan nya entreprenörer (TEA) och etablerade företagare (EB). I synnerhet noterar vi att det i USA, Storbritannien och Frankrike finns ett mönster där nyföretagare är mer orienterade mot hållbarhetsfrågor än vad deras kollegor i etablerade företag är. Detsamma kan sägas om Tyskland vad gäller orientering inom sociala frågeställningar. Även i figur 3.4 visas att det i många länder finns en tydlig skillnad mellan grupperna TEA och EB. Framför allt utmärks USA, Kanada och Storbritannien av att det främst är inom den förstnämnda gruppen som det är vanligt att man uppger sig prioritera hållbarhetsaspekter också när dessa står i viss konflikt med direkta ekonomiska resultat.

Mönstret kan tänkas spegla en trend inom dessa länder där en "startup"-kultur inom "tech" har ett nära

förhållande till hållbarhetsfrågor. Det är mot den bakgrunden intressant att någon motsvarande trend inte återfinns i Sverige eller Nederländerna då dessa båda brukar betraktas som ledande "startup"-länder. För svensk del är det särskilt intressant att reflektera över hur kultur, drivkrafter och förhållningssätt inom den svenska startup-scenen förhåller sig till den i närliggande länder.

SKILLNADER FRÅN FÖREGÅENDE ÅRS MÄTNING

Med två års data från GEM på plats blir det också möjligt att studera förändringar mellan den mätning som genomfördes 2021 och den från 2022. Den första kolumnen i tabell 3.1 visar skillnaden mellan de två svenska undersökningarna. Kolumnerna 2–6 visar jämförelsedata för de andra länderna som deltagit i båda undersökningarna. Vi har valt att fokusera framställningen på data för nyföretagare (TEA), med undantag för frågorna om att vidta åtgärder, som vi anser främst vara relevanta för företagare i etablerade verksamheter (EB).

För svensk del består förändringen mellan de två åren framför allt av att fler företagare än tidigare uppger att man vidtagit åtgärder i sina företag. Vi ser en motsvarande utveckling i större delen av världen: andelen företagare som uppger sig ha vidtagit åtgärder har ökat mellan mätningarna. Ökningen mellan de två svenska undersökningarna är dock större än i alla jämförbara länder. Vad gäller åtgärder för att minimera miljöpåverkan rör sig svenska företag därmed från en position långt ned i fältet i förra årets undersökning till en position i mitten av de mest jämförbara länderna. Samtidigt utmärker sig länderna i Asien (framför allt Indien och Japan) av en

Tabell 3.1: Förändring bland nyföretagare (TEA), genomsnitt per landsgrupp

| | Sverige | Europa | Nordamerika | Syd- och mellanamerika | Mellanöstern och Afrika | Asien |
|---------------------------------------------------------------------------|---------|--------|-------------|------------------------|-------------------------|-------|
| Överväger miljökonsekvenser vid viktiga beslut kring sitt företag (EB) | +0,3 | -3,2 | +4,2 | -2,1 | -6,7 | -3,6 |
| Överväger sociala konsekvenser vid viktiga beslut kring sitt företag (EB) | -8,3 | -3,5 | +6,5 | +2,4 | -5,8 | -5,2 |
| Har vidtagit åtgärder för att minimera miljöpåverkan (EB) | +13,3 | +2,5 | +9,3 | +1,3 | +1,0 | -11,3 |
| Har vidtagit åtgärder för att maximera positiv social påverkan (EB) | +12,2 | +3,1 | +4,1 | +3,0 | +5,6 | -9,9 |
| Prioriterar social och/eller miljömässig påverkan (TEA) | +2,3 | +0,1 | -1,8 | -1,2 | -6,5 | -4,2 |

Anm.: I gruppen Europa inkluderas Tyskland, Frankrike och Spanien, åtta mindre EU-länder samt Schweiz, Storbritannien och Norge. Nordamerika representeras av USA och Kanada. Från Asien ingår Indien, Sydkorea och Japan.

utveckling som gått åt motsatt håll och fallit tillbaka från höga nivåer i 2021 års mätning.

Undersökningens resultat kan beskrivas som att glappet mellan andelen företagare som överväger konsekvenser och de som vidtar åtgärder minskat över tid. För svensk del konstaterar vi att det redan tidigare relativt låga gapet mellan att överväga konsekvenser och vidta åtgärder har krympt ihop ytterligare till 2022 års undersökning. Det kan ses som en utveckling där synen på hållbarhetsfrågor mognat. En alternativ tolkning är att mönstret återspeglar en tudelning mellan en grupp företagare som ser det som naturligt att göra aktiva val kring hållbarhetsfrågor, och en som inte vill befatta sig med sådana frågeställningar. Vi ser båda dessa tolkningar som möjliga och intressanta, men att tränga djupare i dessa kräver vidare forskning.

HÅLLBARHETSORIENTERADE FÖRETAGARE?

Genom GEM-undersökningen får vi en unik möjlighet att kartlägga de mest engagerade företagarna, och sätta gruppens storlek och sammansättning i perspektiv. Frågorna om att överväga konsekvenser, vidta åtgärder och prioritera besvaras på en traditionell femgradig Likert-skala. I den internationellt jämförbara statistiken vi presenterat ovan redovisas vilken andel av företagarna som angivit något av de två svarsalternativen "Instämmer helt" och "Instämmer delvis" på frågor om att överväga konsekvenser och att prioritera hållbarhetsfrågor. I vad som följer ställer vi in sikten på respondenter som använt sig av det förstnämnda svarsalternativet, då vi menar att ett sådant svar signalerar ett tydligt och medvetet ställningstagande från respondentens sida.

I 2022 års GEM-undersökning uppger 30 procent av nyföretagarna att de alltid överväger miljökonsekvenser, och 27 procent att de alltid överväger sociala konsekvenser i beslut kring det egna företagandet. 23 procent uppger sig prioritera social och/eller miljömässig påverkan före lönsamhet och tillväxt.

Var och en för sig är dessa frågor inte entydigt en god definition av företagande orienterat mot hållbarhetsfrågor. Frågorna är orienterade mot situationer där det kan tänkas finnas en avvägning mellan olika intressen, och – vad gäller prioriteringar – en motsättning mellan hållbar utveckling och det egna företagets ekonomiska resultat. För en viktig grupp företag är det ekonomiska resultatet direkt kopplat till företagets förmåga att bidra till mer hållbar produktion. Detta gäller till exempel företag som arbetar med att reducera svinn eller inrätta mer cirkulära tillverkningsprocesser¹³, eller företag vars verksamhet

syftar till att ersätta en befintlig produkt eller produktionskedja med ett alternativ som har lägre miljöpåverkan.¹⁴ Mot denna bakgrund kan vi hävda att frågorna om att överväga konsekvenser och prioritera hållbarhetsaspekter tenderar att underskatta hur många företagare som orienterar sitt arbete direkt mot hållbarhetsarbete.

Det kan emellertid också hävdas att en undersökning av vårt slag riskerar att överskatta intresset för hållbarhetsfrågor. Även om GEM-undersökningen i sig inte behandlar hållbarhetsfrågor finns en risk att det smyger sig in ett visst inslag av så kallad social önskvärdhetsproblematik (social desirability bias) – i vårt fall alltså att anse sig överväga och prioritera miljöfrågor och sociala konsekvenser. Vidare är frågan om att "överväga konsekvenser" förstås inte liktydigt med att agera. Vi kan utgå ifrån att det bland de som svarat att de alltid överväger miljökonsekvenser finns många som i slutändan inte fattar beslut om att minimera de uppskattade miljökonsekvenserna.

Sammantaget menar vi dock att de svar som lämnas om att överväga konsekvenser och att prioritera ger oss en god bild av hur svenska företagare förhåller sig till hållbarhetsfrågorna; en bild som också går att följa upp över tid och att jämföra mellan länder.

ÄR DE HÅLLBARHETSORIENTERADE FÖRETAGARNA "RIKTIGA" ENTREPRENÖRER?

GEM-undersökningen ger oss en unik möjlighet att få en översikt av gruppen företagare som uppger att de tydligt prioriterar social och/eller miljöpåverkan före lönsamhet och tillväxt. 23 procent av nyföretagarna (TEA) har en sådan orientering. Samma sak gäller 19 procent av de etablerade företagarna (EB). Vi kallar båda dessa grupper "hållbarhetsorienterade företagare". De representerar en begränsad andel av alla företagare, men utgör en stor grupp individer: eftersom det finns omkring en halv miljon företagare i Sverige idag kan vi uppskatta gruppen "hållbarhetsorienterade företagare" till omkring 100 000 personer.

Hur ska vi då förstå de hållbarhetsorienterade företagarna: är de "outsiders" som är främmande för företagande, eller är de "insiders" som kombinerar ett intresse för egenföretagande med ett engagemang kring hållbarhetsfrågor? För att sätta denna frågeställning i perspektiv visar vi i tabell 3.2 hur gruppen förhåller sig till andra företagare. För enkelhetens skull slår vi samman grupperna TEA och EB i beräkningarna bakom rad 2 till 5 i tabellen. Eftersom andelen nyföretagare är ungefär lika stor bland de hållbarhetsorienterade företagarna (55 procent) som i

13. Se analys i Riandita m.fl. (2022) som bottenar i en studie av entreprenörer vars företag arbetar med att minska matsvinn.

14. Se analys av modebranschen av DiVito, L. och Bohnsack, R. (2017).

Tabell 3.2: Affärsmognad, nätverk och attityder bland hållbarhetsorienterade företagare

| | Hållbarhetsorienterade | Övriga |
|------------------------------------------------------|------------------------|--------|
| Har idéer om var i världen kunder finns (endast TEA) | 97% | 89% |
| Känner minst två företagare | 60 % | 52 % |
| Har minst en medgrundare | 35 % | 38 % |
| Stark tilltro till egen förmåga | 51 % | 37 % |
| Obekymrade om risker i företagande | 37 % | 30 % |

Tabell 3.3: Attityder i och utanför storstadsregionerna

| Prioriterar social/miljöpåverkan över lönsamhet och tillväxt | Övriga län | Storstadslän |
|--------------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Nyföretagare | 26 % | 17 % |
| Företagare i etablerade verksamheter | 19 % | 19 % |

| Starka motiv att förändra världen | Övriga län | Storstadslän |
|--------------------------------------|------------|--------------|
| Nyföretagare | 19 % | 13 % |
| Företagare i etablerade verksamheter | 7 % | 12 % |

jämförelsegruppen (52 procent) torde inte detta påverka jämförelsen i särskilt hög grad.

På tabellens första rad visas hur många av företagarna i tidigt skede som har tydliga idéer om var i världen deras företag ska hitta kunder. Snart sagt alla hållbarhetsorienterade företagare har en plan för detta, medan elva procent av de övriga inte kan uppge var i världen deras framtida kunder kan komma att finnas.

Rad 2 i tabell 3.2 visar att de hållbarhetsorienterade företagarna är väl integrerade i entreprenörskapskretsar genom sina sociala nätverk. Däremot är gruppen något mindre benägen att driva företag tillsammans med medgrundare.

De sista två raderna i tabellen visar att när det gäller attityder till företagande står de hållbarhetsorienterade företagarna på inget vis efter andra entreprenörer. Faktum är att de hållbarhetsorienterade är mer benägna att visa stark tilltro till den egna förmågan, och att vara obekymrade om företagandets risker.

Sammantaget ger resultaten i tabell 3.2 en bild av att de hållbarhetsorienterade företagarna bör förstås som väl integrerade i entreprenöriella sammanhang, och som "insiders" snarare än "outsiders".

Avslutningsvis gör vi två observationer kring gruppen, som även dessa bidrar till att sätta ljus på vilka de hållbarhetsorienterade företagarna är.

För det första konstaterar vi att profilen som hållbarhetsorienterad företagare är underrepresenterad bland storstadsregionernas entreprenörer. Tabell 3.3 ger en nedbrytning som skiljer mellan å ena sidan de tre storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö, och å andra sidan resten av landet.

Vi ser att gruppen som prioriterar hållbarhetsmål är större (i proportion till populationen) utanför storstadslänen. Detta resultat var något oväntat – man hade kunnat förvänta sig det omvända utifrån en generell bild av att medvetenheten och hållbarhetsdiskussionen är mer närvarande och pågående i storstadsregionerna än i övriga delar av landet.

En andra observation är att engagemanget för hållbarhet inte självklart går hand i hand med en allmän "världsförbättrande". Data från GEM-undersökningen visar att omkring var femte hållbarhetsorienterad företagare svarar att de i hög grad motiveras till företagande av möjligheten att göra skillnad i världen. Även om det är en mer än dubbelt så hög andel som bland gruppens övriga

företagare ser det ut som att ambitionerna kring hållbarhet, för de flesta, drivs av en mer småskalig och verksamhetsnära ambition. Fem procent av alla nyföretagare och tre procent av de etablerade företagarna är både hållbarhetsorienterade och "världsförbättrare". Om vi vider på siffrorna kan vi också konstatera att 60 procent av de företagare som uppger att de i mycket hög grad motiveras av att göra skillnad i världen inte är hållbarhetsorienterade. Det finns många sätt för en entreprenör att göra viktiga avtryck, och långt ifrån alla dessa ambitioner är kopplade till mål om hållbar utveckling.

DISKUSSIONEN OM HÅLLBARHET HAR GENOMSLAG I ALLA DELAR AV SAMHÄLLET

I det här kapitlet har vi utgått från följande fråga: i vilken mån har diskussioner om hållbar utveckling och "grön omställning" som ett ansvar, ett omvandlingstryck och en möjlighet för näringslivet slagit igenom bland svenska (små-)företagare? Den undersökning som presenteras i detta kapitel visar att hållbarhetsfrågorna finns på agendan för en bred grupp av företagare. Intressant för svensk del är att vi finner ungefär samma attitydmönster hos de etablerade företagarna som hos de som är i färd med att starta ett nytt företag. I de anglosaxiska länderna (Storbritannien, USA, Kanada) finns en tydligare koppling till hållbarhetsfrågor i startup-kretsar.

I vår jämförelse med andra europeiska länder står Sverige ut som det land med det minsta "glappet" mellan att diskutera och agera i relation till frågor om hållbar utveckling. I en jämförelse mellan de undersökningar som genomfördes 2022 respektive 2021 finner vi en rörelse mot ett lägre sådant glapp i stora delar av världen. Denna utveckling kan tolkas som att diskussioner om hållbarhet sakta mognar mot att bli mer konkreta, på ett sådant sätt att företagare kan utforma tydligare förhållningssätt. GEM-undersökningen är inriktad mot attityder kring hållbarhet snarare än företagens faktiska beteende, och mot

situationer där det krävs någon form av avvägning mellan ekonomiska målsättningar och miljömässiga och sociala konsekvenser. Det finns en lång rad frågeställningar som ryms inom det breda paraplybegreppet "hållbar utveckling" och som adresseras av företagare genom deras olika verksamheter, men som inte nödvändigtvis associeras med dessa begrepp av företagarna själva. För företagaren som till exempel driver matbutik i en mindre ort ligger inbegripet ett socialt och miljömässigt ansvar för orten, dess invånare och omgivning, förutom att ge ägare och anställda en rimlig chans att leva på verksamheten.

Med dessa resonemang i minne vill vi avråda läsaren att tolka det här kapitlets resultat som en beskrivning av företagens bidrag till hållbar utveckling. På samma sätt bör vi hålla i minnet att den gruppen av företagare som vi identifierar som "hållbarhetsorienterade" inte nödvändigtvis är de som är starkast kopplade till omställningsprocesser med tydlig möjlighet att uppnå en mer ekologisk och klimatomfattad hållbar produktion, eller de som gör störst skillnad ur ett samhällsperspektiv.

Men att kartlägga den gruppen av företagare som har en tydlig hållbarhetsorientering är av stort intresse för vår förståelse av modernt företagande. Här erbjuder GEM-undersökningen en unik möjlighet, som vi i detta kapitel använt för att sätta gruppen i perspektiv. Våra resultat tyder på att detta är en grupp som är väl försedd med "entreprenöriellt kapital" i form av sociala kontakter, idéer om möjliga kunder, och en positiv syn på den egna förmågan som företagare. Vi noterar också att gruppen är underrepresenterad i landets tre storstadsregioner. Dessa resultat kan inspirera till vidare kvalitativa studier av de hållbarhetsorienterade företagarnas drivkrafter och möjligheter, och till internationella jämförelser på basis av GEM-undersökningen.

4

Slutsatser och reflektioner

Resultat från årets GEM-rapport är till stora delar positiv läsning för svenskt vidkommande även om det också finns vissa saker som är mindre bra och några trender som kan indikera problem framöver. Nivån på det övergripande entreprenörskapet (TEA) ökar svagt gentemot föregående år och uppnår med sina drygt nio procent av den vuxna befolkningen den högsta noteringen vi hittills observerat för svenskt entreprenörskap sedan GEM-projektet inleddes runt millennieskiftet.

Bakom den blygsamma ökningen ligger en intressant dynamik, både när det gäller företagets ålder och hur entreprenörskapet fördelar sig mellan könen. Uppgången i TEA drivs av företag i de allra tidigaste stadierna (0–3 månader), medan det lite äldre företagandet (3–42 månader) faller tillbaka i ungefär samma omfattning. Utöver tidsaspekten finns också stora skillnader mellan hur kvinnors och mäns entreprenörskap har förändrats mellan 2021 och 2022. Andelen entreprenörer bland kvinnor ökade med över en procentenhet samtidigt som motsvarande andel bland männen föll med nästan lika mycket. Utvecklingen innebär att det idag är fler kvinnliga entreprenörer i Sverige än någonsin tidigare i GEM-projektet.

Samtidigt som företag i vardande ökar ser vi också en fortsatt ökning av den entreprenöriella avsikten med en allt större andel av befolkningen som planerar att starta företag inom en snar framtid. Det kommer att bli intressant att se hur Sveriges entreprenörskap utvecklas framöver och om ökningen av den entreprenöriella avsikten

också genererar faktiska företagsstarter. Om så är fallet kan vi förvänta oss att TEA, och i synnerhet företag i vardande, fortsätter sin positiva utveckling i landet.

Att entreprenörskapet ökar är positivt. Något som dock reser en del frågetecken är varför så många av de nystartade företagen verkar lämna marknaden i ett tidigt skede. Andelen företag, som är äldre än tre månader men yngre än 3,5 år, ligger relativt konstant samtidigt som andelen företag äldre än 3,5 år uppvisar en långsiktig fallande trend. Utvecklingen mot ett allt högre förväntat och realiserat inträde på marknaden kombinerat med ett högre utträde är dock inte nödvändigtvis något dåligt. Det kan helt enkelt spegla ett mer dynamiskt näringsliv där fler idéer testas på marknaden och då är det också naturligt att många av idéerna inte klarar av testet och därför lämnar marknaden relativt tidigt. Det är dock problematiskt att andelen etablerade företag faller trendmässigt, något som kan indikera problem med att skala upp verksamheten, till exempel på grund av krångliga regelverk eller svårigheter att hitta relevant kompetens. Den fortsatt svaga utvecklingen av entreprenörernas internationella exponering, tillsammans med avtagande förväntningar rörande sysselsättningstillväxten, pekar tyvärr på att uppskalningsproblematiken åtminstone delvis förklarar den vikande trenden i det mer etablerade företagandet.

Simultant ökade företagsstarter och nedläggningar ska också ställas i relation till de ekonomiska chocker som präglade de senaste fyra åren. Då viljan att starta nya företag uppnådde en toppnotering under 2021 och 2022 så

verkar entreprenörerna följsamt anpassat sig till exogena faktorer och de affärsmöjligheter som dessa erbjuder. Konkurserna ökade starkt under senare delen av 2022 samtidigt som de negativa exitformerna (verksamhet inte lönsam, problem med finansiering, familj eller personliga skäl, olycka, regering/skattepolicy/byråkrati) dominerar de positiva exitorsakerna (möjlighet att sälja, annat jobb eller affärsmöjlighet, exit planerad i förväg och pensionering). Under 2020 var de pandemirelaterade orsakerna som högst (tio procent) men har mer än halverats under 2021 (tre procent) och 2022 (3,5 procent). Pandemiorsaken är därmed förhållandevis liten i relation till övriga negativa orsaker och har hållit sig på en låg nivå internationellt sett. Den mest anmärkningsvärda förändringen är den som skett gällande möjligheten att göra en positiv exit, det vill säga, genom att sälja sin verksamhet. Under 2019 var det cirka tre gånger så vanligt att sälja sin verksamhet jämfört med 2022. Detta faktum är sannolikt kopplat till en vikande konjunktur och utgör ett strukturellt hinder för entreprenörskapet.

I en internationell jämförelse av den ekonomiska dynamiken intar Sverige en mellanposition i Europa. Det är en förhållandevis liten andel exits i relation till nyföretagande, men entydiga tolkningar är svåra att göra då TEA i relation till andelen nedläggningar endast är en grovmaskig indikator på turbulens. Tolkningen av Sveriges placering kan därför, å ena sidan, vara att de ekonomiska orosmolnen hanterats väl, å andra sidan ett tecken på en förhållandevis rigid ekonomisk miljö. Detta rimmar också med uppfattningen att det är förhållandevis lätt att starta

företag i Sverige, men desto svårare att avveckla. En åtgärd som bättre harmonierar byråkratin kring uppstarter med avveckling av företag är därför önskvärd.

I kristider krävs balansering av politiska åtgärder kontra att låta marknadskrafterna ha sin gång för att på bästa sätt stimulera ekonomin. I föregående års rapporter har vi pekat på risker med distribuerade stöd. Dels kan dessa stöd ha reducerat konkurser och skapat förutsättningar för överlevnad, dels kan de ha skapat omständigheter som medfört att företag som normalt skulle ha gått i konkurs nu har överlevt. Adderas ett förändrat omvärldsläge som karaktäriseras av inflation, ökade omkostnader och höjda räntenivåer, ökar risken att stocken av oproduktiva företag växer, men också att de "försenat" går i konkurs. Sverige har historiskt sett inte haft ett problem med zombieföretagande, men det bör tilläggas att flera studier är genomförda med data före 2020 (se Cella, 2020, samt Favara m.fl., 2021). Det vill säga, de genomfördes innan ekonomiska stödpaket och förändrade räntelägen var ett faktum. Det finns en uppenbar risk att marknadsstrukturen kommer se annorlunda ut framledes, att konkurserna kommer ske ackumulerat och utifrån redan höga nivåer. För svensk del är den förlängning av skatteanstånd, som går att ansöka om per 13 februari 2023 (Skatteverket, 2023), ett sätt att få svenska företag att landa litet mjukare. Balansgången mellan att stimulera ekonomin genom stöd kontra att låta marknadsdynamiken verka, är därmed central och fortgående.

Referenser

- Cella, C. (2020). "Staff memo Zombie Firms in Sweden: Implications for the Real Economy and Financial Stability". https://www.riksbank.se/globalassets/media/rapporter/staff-memo/engelska/2020/zombie-firms-in-sweden_implications-for-the-real-economy-and-financial-stability.pdf
- Dent, R.C., Karahan, F., Pugsley, B. och Şahin, A. (2016). "The role of startups in structural transformation". *American Economic Review*, 106(5), 219–223.
- DiVito, L. och Bohnsack, R. (2017). "Entrepreneurial orientation and its effect on sustainability decision tradeoffs: the case of sustainable fashion firms". *Journal of Business Venturing* 32(5), 569–587.
- Eklund, J., Broström, A., Kardelo, M., Svensson, M. och Thulin, P. (2022). "Entreprenörskap i Sverige 2020 – nationell GEM-rapport", Entreprenörskapsforum, Stockholm.
- Favara, G., Minoiu, C. och Perez-Orive, A. (2021). "U.S. zombie firms: how many and how consequential?", FEDS Notes. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System, July 30, 2021, <https://doi.org/10.17016/2380-7172.2954>.
- Goldman Sachs (2023). <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/the-invasion-of-zombie-companies-that-wasn't.html>
- Henrekson, M. och Johansson, D. (2010). "Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence". *Small Business Economics*, 35(2), 224–244.
- Klepper, S. (1996). "Entry, exit, growth and innovation over the product life cycle". *American Economic Review*, 86, 562–583.
- Konjunkturinstitutets metodbok (2023). <https://www.konj.se/download/18.b13117415e341d103836f7a/1676974426022/Metodbok.pdf>
- Olteanu, Y. och Fichter, K. (2022). "Startups as sustainability transformers: a new empirically derived taxonomy and its policy implications". *Business Strategy and the Environment*, 31(7), 3083–3099.
- Riandita, A., Broström, A., Feldmann, A. och Cagliano, R. (2022). "Legitimation work in sustainable entrepreneurship: sustainability ventures' journey towards the establishment of major partnerships". *International Small Business Journal*, 40(7), 904–929.
- Shane, S.A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Skatteverket (2023). <https://www.skatteverket.se/foretag/skatterochavdrag/skattekontobetalaochfatillbaka/tillfalligtanstandmedskattebetalning.4.1c68351d170ce55452710af.html>

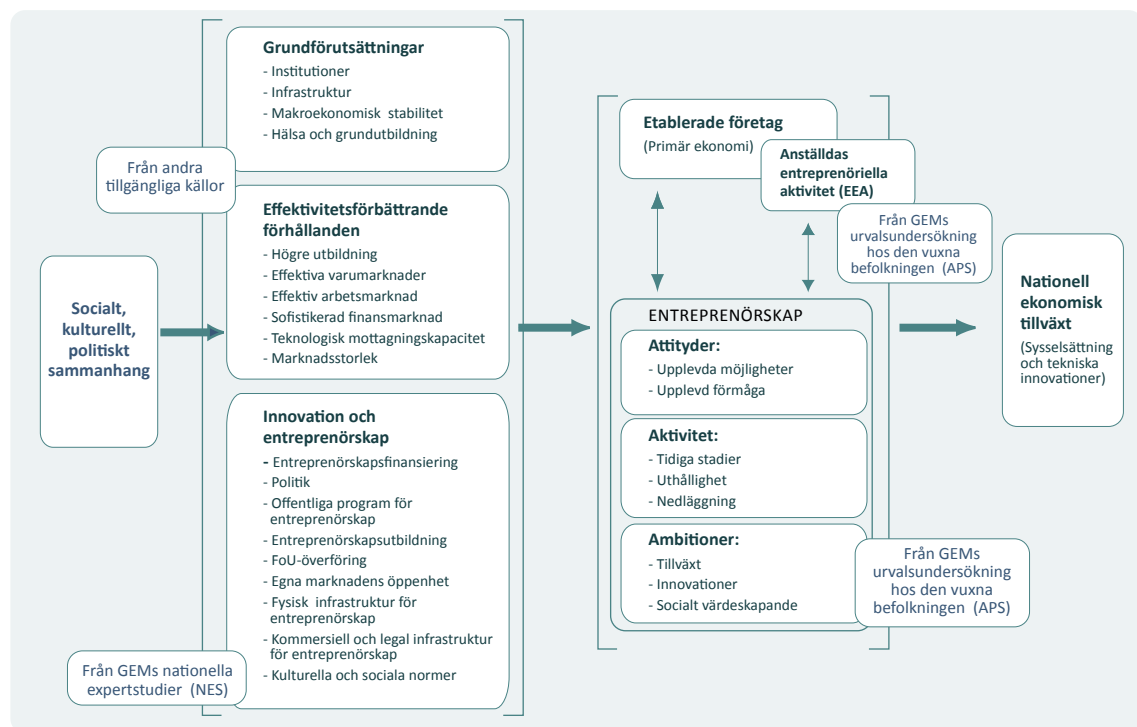
Appendix 1: Utgångspunkter för Global Entrepreneurship Monitor

LÄNDERS UTVECKLINGSNIVÅER OCH FÖRETAGANDETS FASER

Modellen som GEM baseras på bygger på idén att ett dynamiskt entreprenörskap utvecklar ett lands välstånd och att detta gäller oavsett fas av ekonomisk

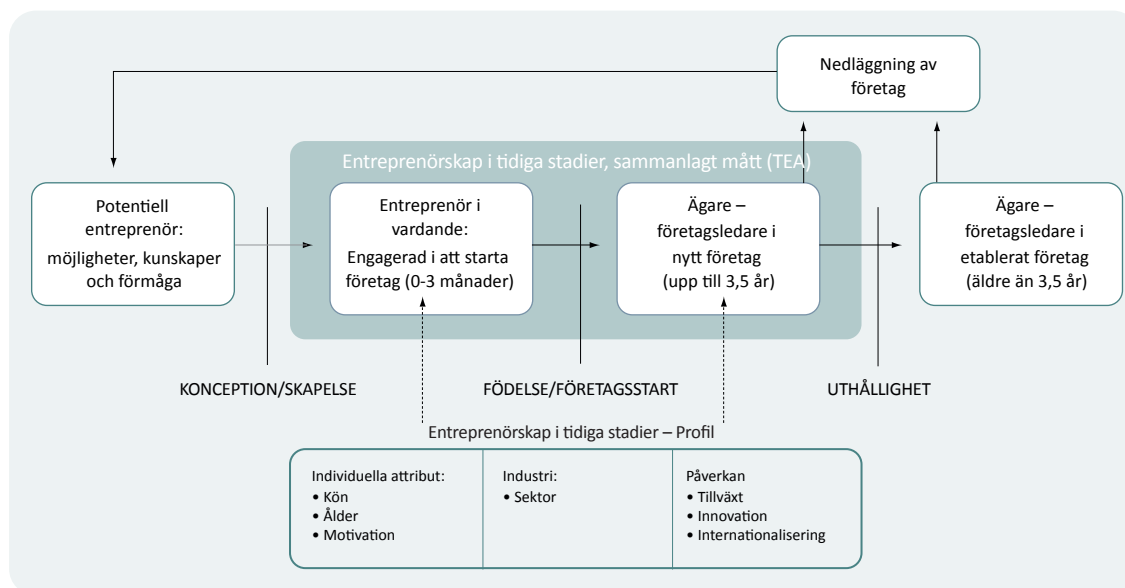
utveckling. Undersökningen baseras på ett konceptuellt ramverk (Figur A1.1) som visar komplexiteten hos drivkrafterna för entreprenörskap. Det är inte bara ramvillkoren som är betydelsefulla utan även normer, personliga förutsättningar och möjligheterna att skapa tillväxt och jobb.

Figur A1.1: GEM-modellen



Nivån och profilen på företagandet varierar avsevärt mellan länder och regioner som befinner sig i olika skeden av sin utveckling. Företagandets faser enligt GEM sammanfattas i figur A1.2 nedan. Det finns en ambition att kartlägga processen som utvecklar entreprenörskapet från potentiell entreprenör, via

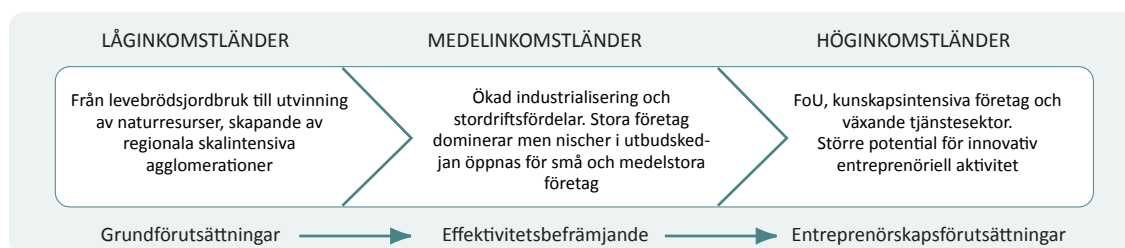
företagsstart, över etablerat företagande till en eventuell avyttring eller nedläggning av företaget. Genom att fokusera på individers aktiviteter, ambitioner och attityder skiljer sig GEM-undersökningen från annan jämförbar statistik på företagsnivå.

Figur A1.2: Entreprenörskapsprocessen och GEM:s operationella definitioner

Modellen som GEM-undersökningen bygger på tar sin utgångspunkt i individens potential (längst till vänster i figur A1.2), det vill säga möjligheter, kunskaper och förmåga. När potentialen omsätts i aktivitet övergår processen till nästa fas – en entreprenör i vardande – det vill säga någon som är engagerad i att starta ett företag under dess tre första månader. Därefter inträder nästa skede – ägande och drift av ett nytt företag – som sträcker sig mellan tre och 42 månader. Dessa två faser är själva grunden för GEM-undersökningen och utgör tillsammans måttet TEA (Total Entreprenöriell Aktivitet) – entreprenörskap i tidiga stadier. TEA illustreras i figur A1.2 av

det markerade fältet i mitten. I undersökningen samlas även in uppgifter om företag som är äldre än 3,5 år, vilka definieras av GEM som etablerat företagande. Slutligen samlar undersökningen in uppgifter om nedläggningar av företag.

De deltagande länderna delas in efter geografiska områden och inkomstnivå, hög- medel- och låginkomstländer. Figur A1.3 illustrerar detta och beskriver mer utförligt vad som karakteriserar respektive kategori. I flera fall befinner sig länder i förflyttning från en kategori till en annan.

Figur A1.3: Egenskaper och nyckelbegrepp, olika ekonomier

När en ekonomi utvecklas ökar produktiviteten och följaktligen också inkomst per capita. Ofta innebär det att arbetskraft byter sysselsättning och till exempel går från jordbrukssektorn till utvinningsindustrin 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.

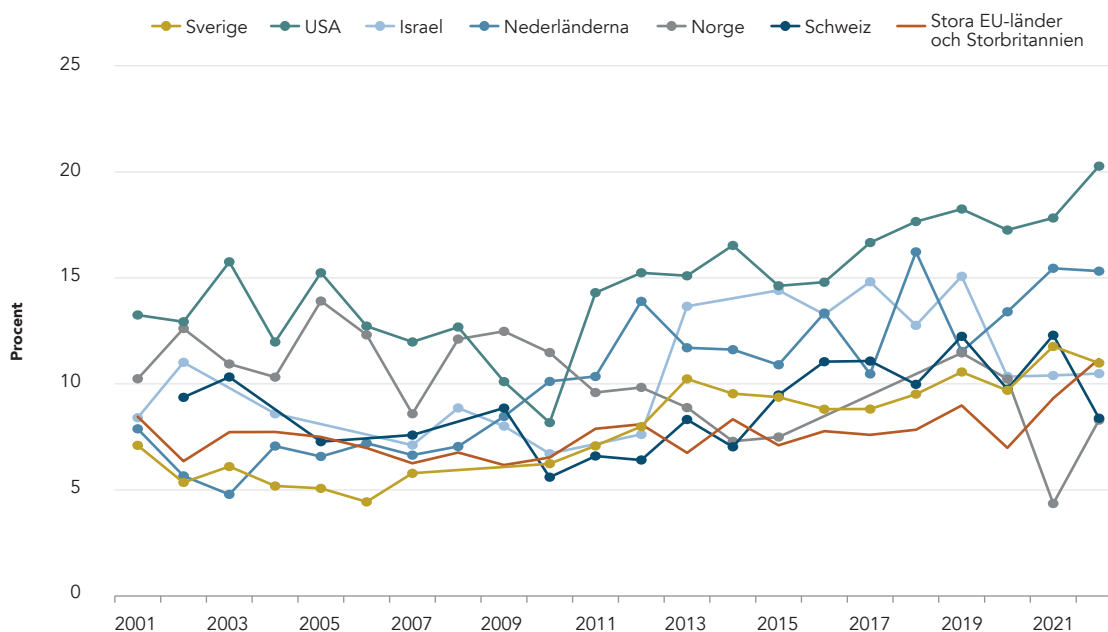
Andelen nödvändighetsbaserade företag minskar. Samtidigt växer välbstånd, infrastrukturen byggs ut

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 välbståndsskapande. Det ställer krav på politiken.

Appendix 2: Entreprenöriella aktiviteter, ambitioner och attityder

Figur A2.1: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) fördelat på kön

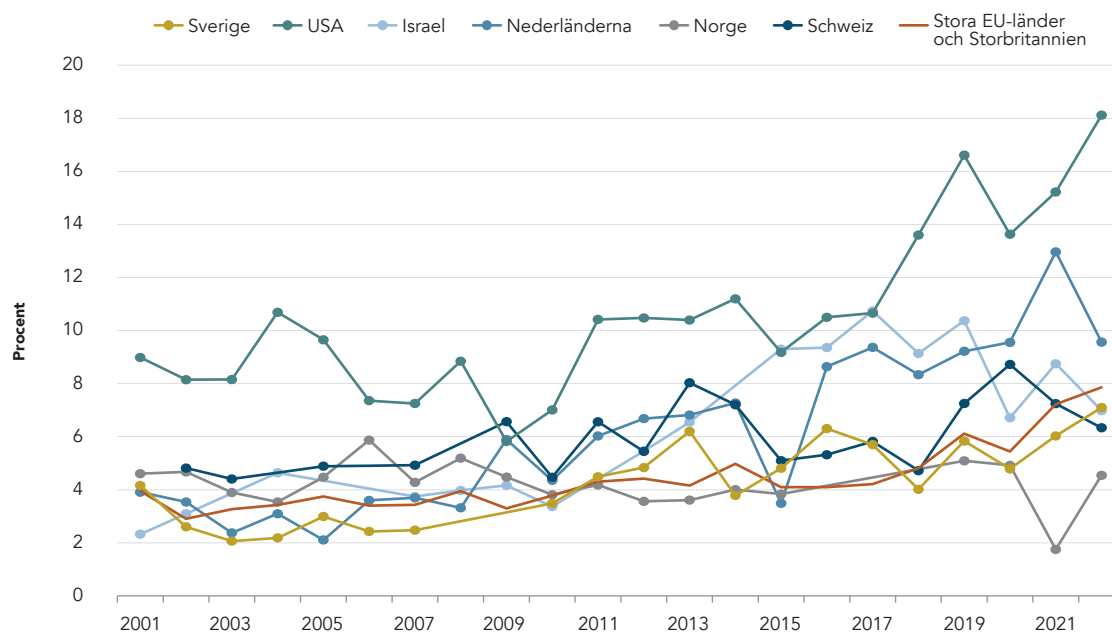
Andel av den manliga befolkningen i åldrarna 18–64 år som antingen är entreprenör i vardande eller äger och leder ett nytt företag



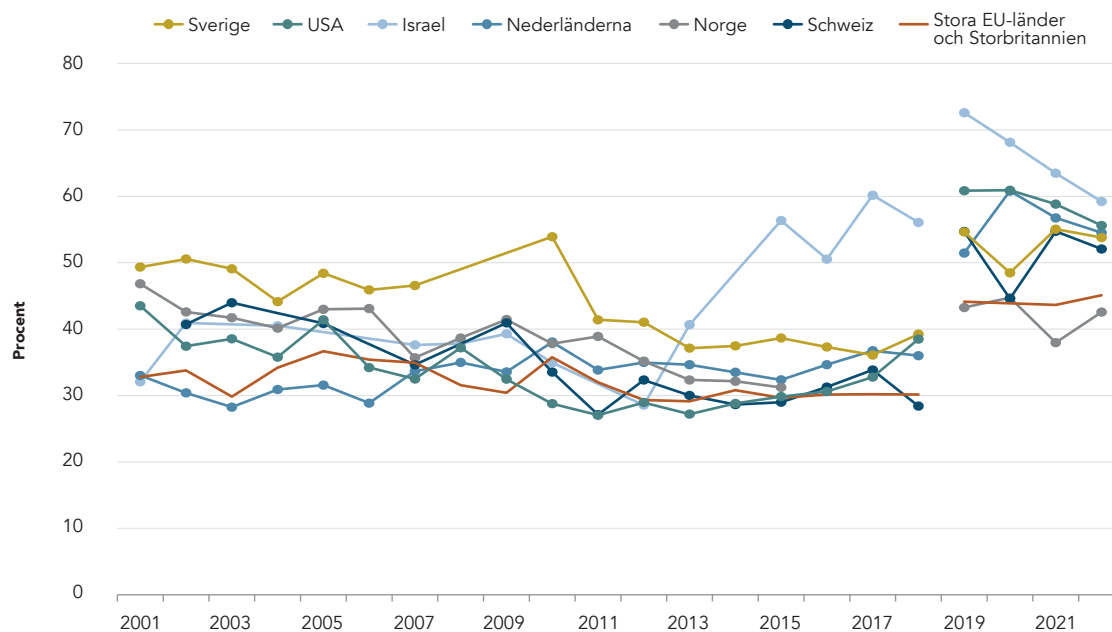
Anm.: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.

Figur A2.2: Total entreprenöriell aktivitet i tidigt stadium (TEA) fördelat på kön

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

**Figur A2.3: Kännedom om företagare**

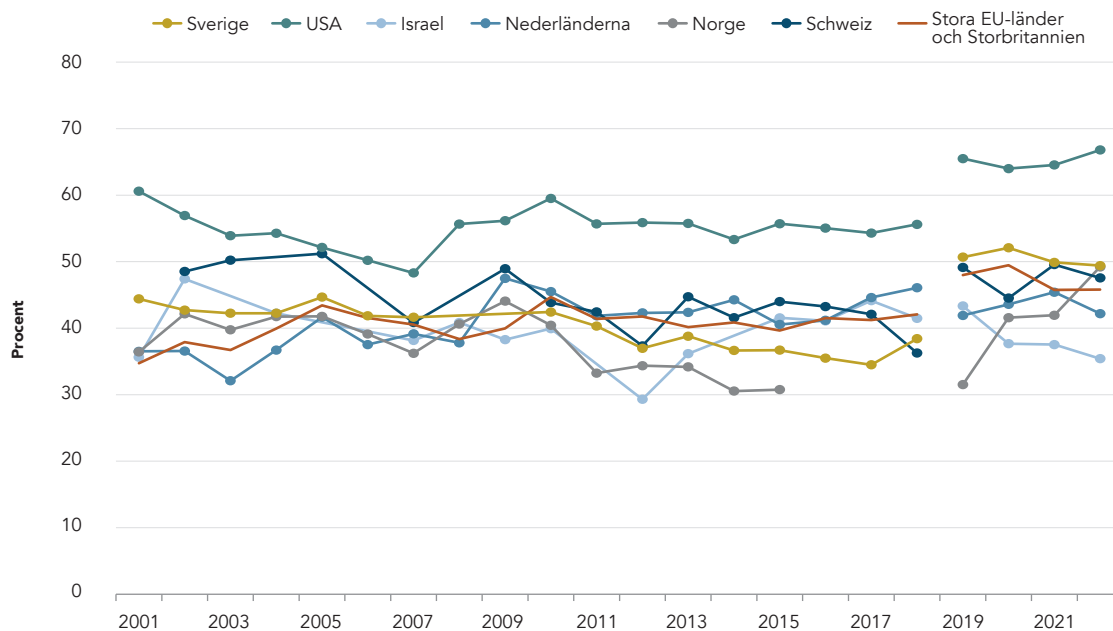
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som personligen känner någon som startat ett företag under de två senaste åren



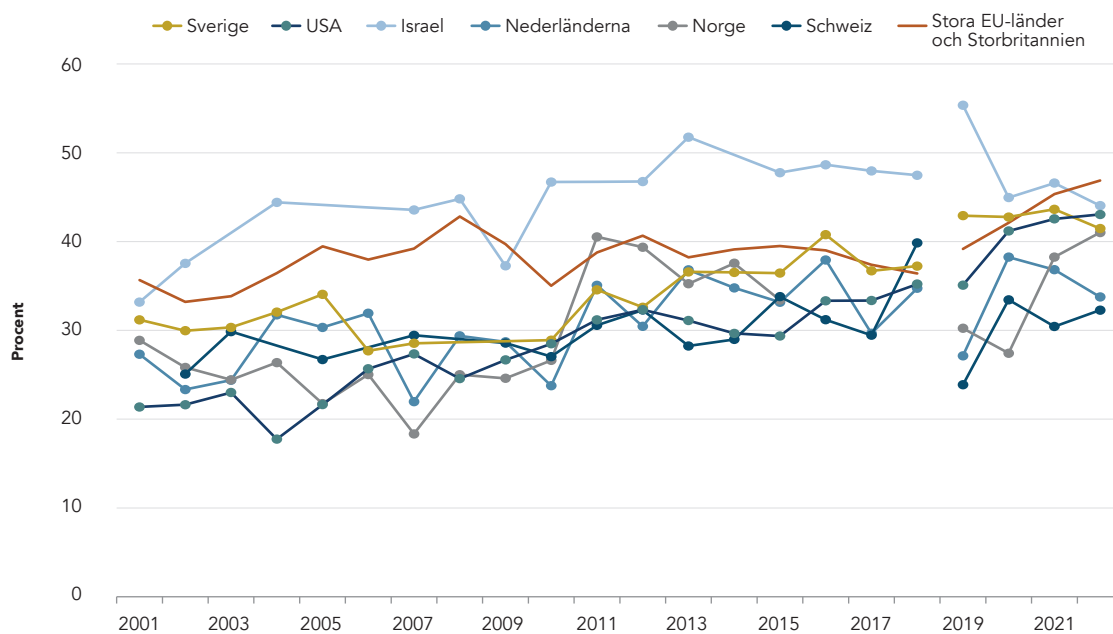
Anm. figur A2.2 och A2.3: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland. Tidseriebrott 2019 i figur A2.3.

Figur A2.4: Upplevd förmåga

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

**Figur A2.5: Rädsla att misslyckas**

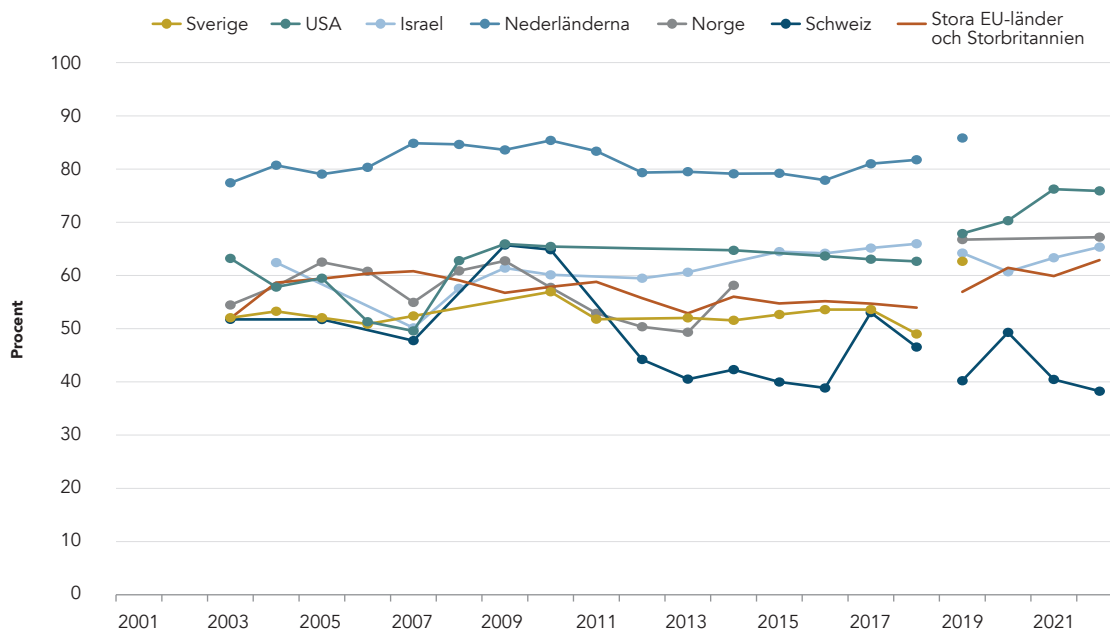
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år med upplevda affärsmöjligheter som anger att rädsla att misslyckas skulle hindra dem från att starta ett företag



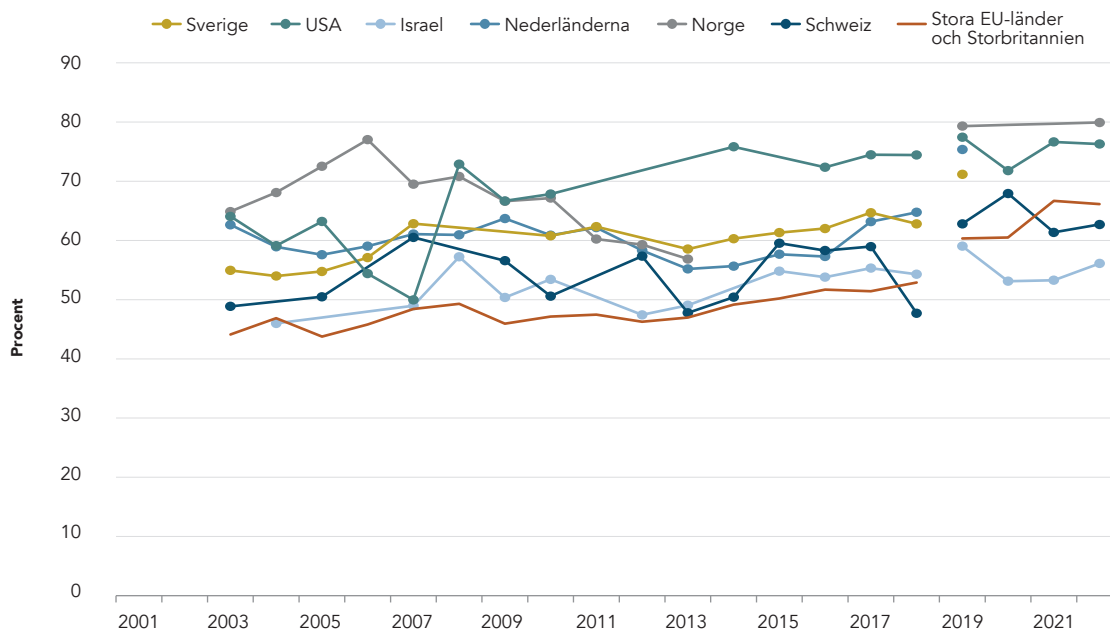
Anm. figur A2.4 och A2.5: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland. Tidseriebrott 2019

Figur A2.6: 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

**Figur A2.7: Entreprenörskap i media**

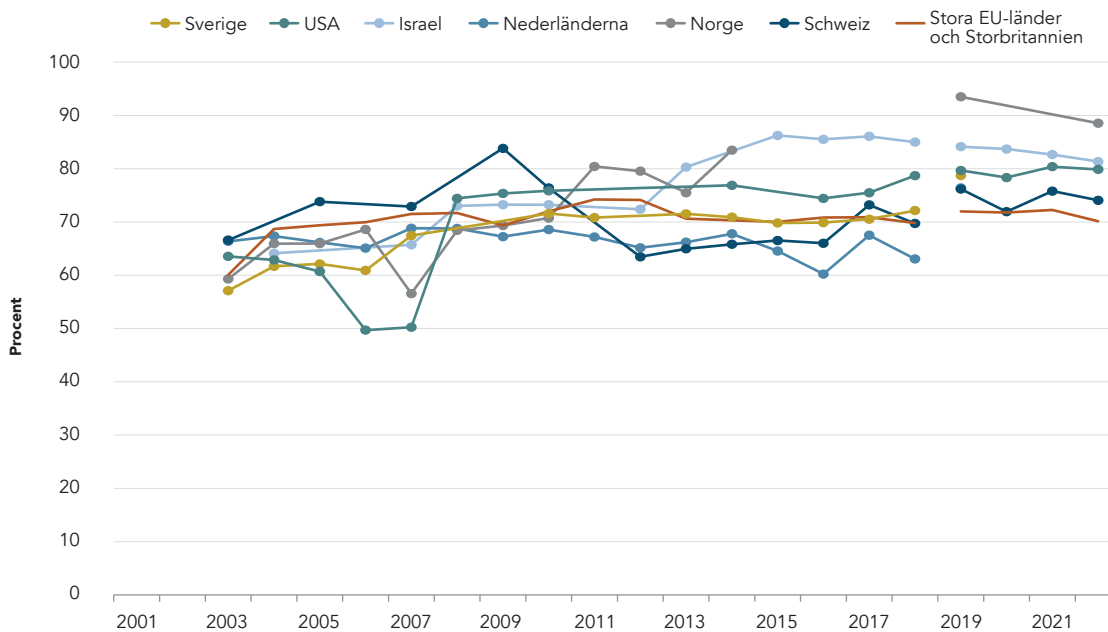
Andel av befolkningen i åldrarna 18–64 år som instämmer med påståendet att man ofta hör om framgångsrikt entreprenörskap i landets media



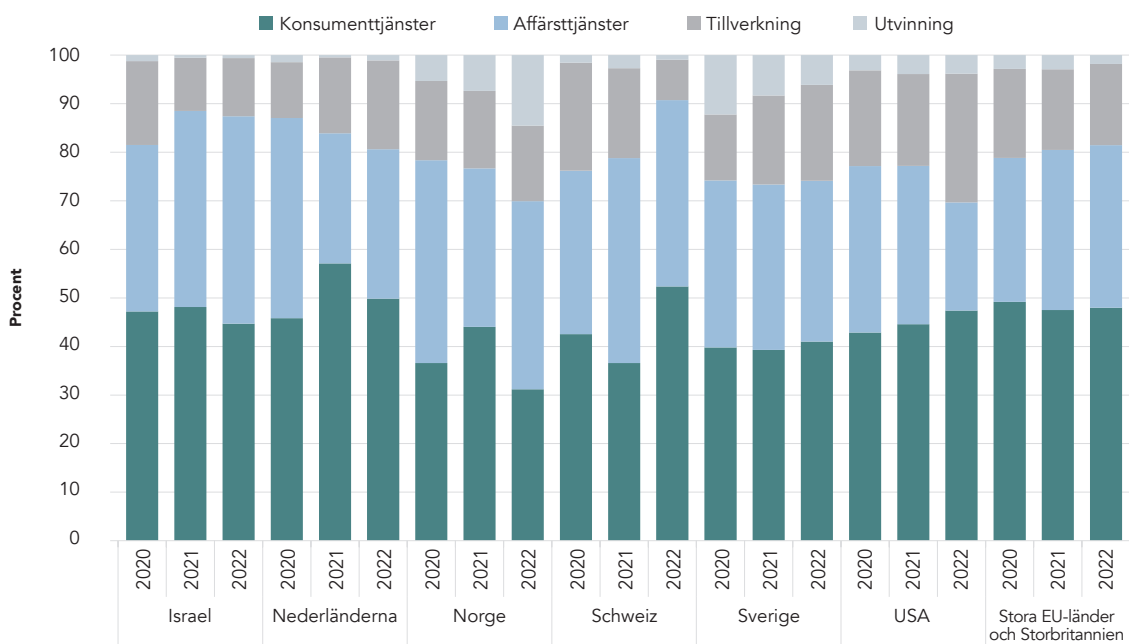
Anm. figur A2.6 och A2.7. Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland. Tidseriebrott 2019

Figur A2.8: 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

**Figur A2.9: TEA fördelat på sektorer 2020–2022**

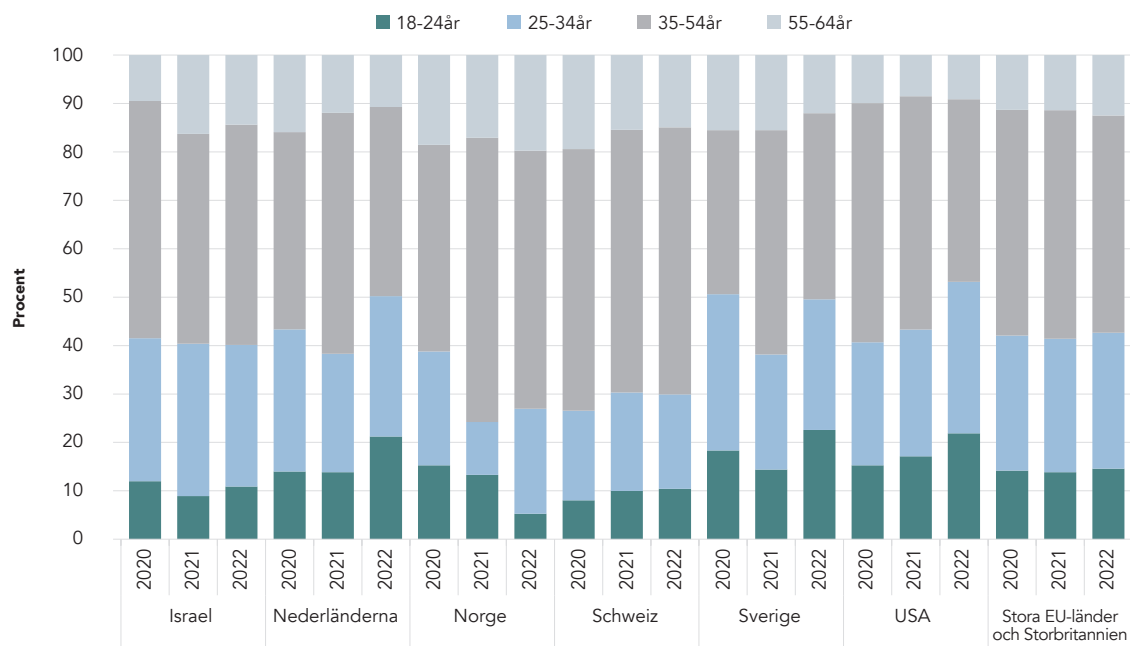
Procentuell fördelning av de involverade i entreprenörskap i tidigt skede (TEA) på olika sektorer



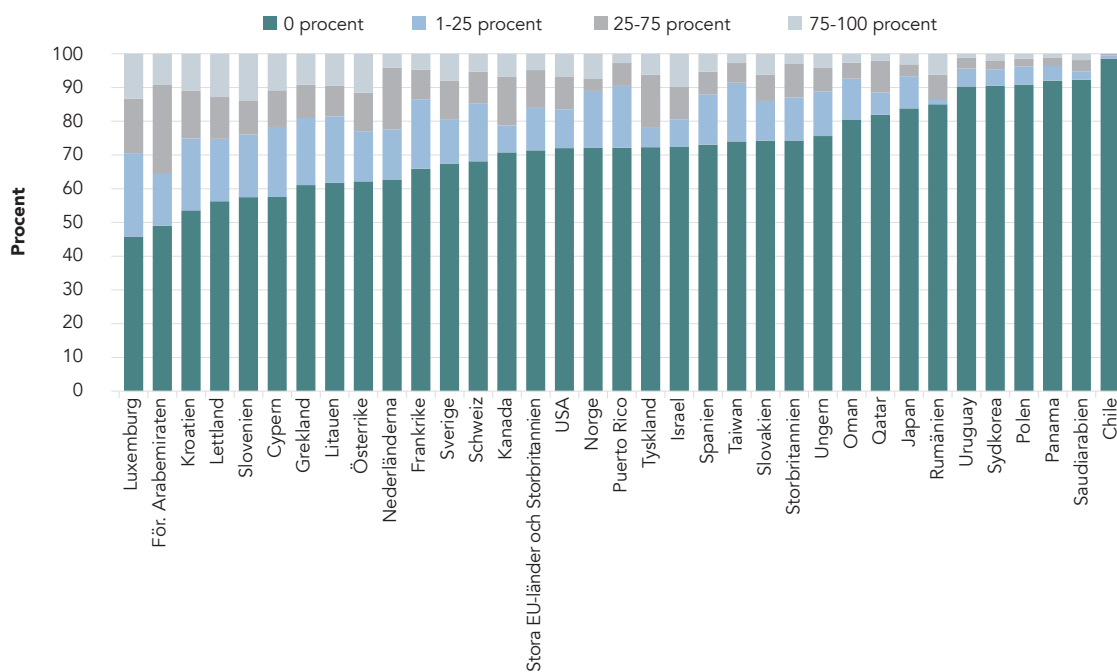
Anm. figur A2.8 och A2.9: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland. Tidseriebrott 2019 i figur A2.8.

Figur A2.10: TEA fördelat på åldersgrupper 2020–2022

Procentuell fördelning av de involverade i entreprenörskap i tidigt skede (TEA) på olika åldersgrupper

**Figur A2.11: Internationell orientering för entreprenörer i tidigt skede 2022**

TEA fördelat på andel intäkter utomlands



Anm. figur A2.10 och A2.11: Stora EU-länder består av Frankrike, Spanien och Tyskland.



ENTREPRENÖRSKAPS
FORUM

Örebro universitet, 701 82 Örebro
Saltmätargatan 9, 113 59 Stockholm

Rapporten kan också laddas ned från www.entreprenorskapsforum.se